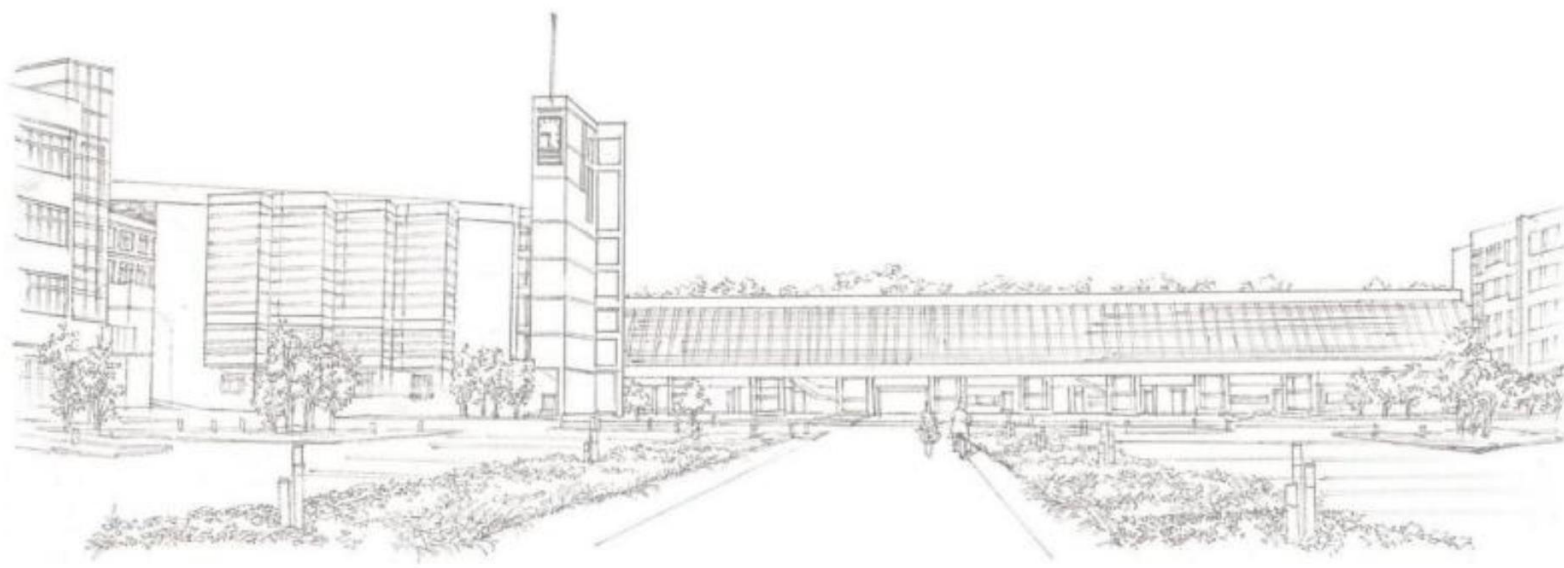




日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

《电子商务基础》课程标准

商学系



《电子商务基础》课程标准

一、课程基本信息

课程代码	270021	课程性质	专业基础
适用专业	网络营销与直播电商等	开设学期	第1学期
课程类别	专业基础课	课程类型	B 类（理论+实践）
学 分	4	总 学 时	60
学时分配	理论学时：36；实践学时：24		
实施场所	多媒体教室	授课方式	理实一体化
执笔人	范玉凤		
审核人	李萍		
制订时间	2026.08		

二、课程目标

本课程通过问题导向，任务驱动，实施线上与线下学习相结合、理论与实践学习相结合，让学习了解新现象、看懂新模式、掌握新技术，形成好的思维方式、具备电商基本技能、防范电商潜在风险、把握电商发展新方向，达成认识电子商务、爱上电子商务、开始电子商务的目标，并且推进课程思政建设，发挥好本课程的育人作用，将价值塑造、知识传授和能力培养三者融为一体。

（一）思政目标

1. 提高个人的爱国、敬业、诚信、友善修养，自觉把小我融入大我，不断追求国家的富强、民主、文明、和谐和社会的自由、平等、公正、法治，将社会主义核心价值观内化为精神追求、外化为自觉行动。

2. 具有遵规守纪的意识，能够遵守信息和电子商务方面的法律法规，遵守道德规范，懂得合法使用信息资源和开展商务活动，自觉抵制不良信息，注意保护个人、他人的信息隐私。

3. 注重学思结合、知行统一，在实践中“敢闯会创”，增强勇于探索的创新精神、善于解决问题的实践能力，增强创新精神、创造意识和创业能力。

4. 了解电子商务行业领域的国家战略、法律法规和相关政策，深入社会实践、关注现实问题，具备经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养。

（二）知识目标

1. 掌握电子商务基本概念、特点、类型，以及发展历程及趋势；
2. 理解电子商务系统框架、平台运营、在线支付、供应链等基本原理；
3. 掌握电子商务法律法规、安全基本特点和电商安全管理方法；
4. 理解电子商务智能化营销特点；
5. 掌握电商购物的一般方法和技巧；
6. 掌握常见平台网店的开设要求与方法；
7. 掌握微商的概念、发展现状与商业模式分类；
8. 掌握微商盈利方式和微店的开设方法；
9. 掌握百度营销、微博营销、微信营销、短视频营销、直播营销等方法和技巧；
10. 掌握大数据思维、增长思维、成长等思维方式特点；
11. 掌握新零售的定义、本质及未来发展趋势；
12. 掌握跨境电商概念、特点、类型与典型平台；
13. 理解跨境电商支付原理，以及跨境电商物流方式；
14. 理解农村电商的概念、特点、方式，以及技巧与方法；
15. 掌握移动电子商务概念、应用领域、发展历程和趋势；
16. 掌握社交电子商务概念、主要模式、发展历程和趋势；
17. 理解 5G 对电子商务促进作用，以及 VR、AR 的应用；
18. 掌握大数据、物联网、人工智能快速发展的特点和趋势；
19. 理解大数据、物联网和人工智能在电子商务中的应用现状与趋势。

（二）能力目标

1. 能深刻认识电子商务的含义，辩证看待“电子”和“商务”之间的关系，准确把握电子商务的内涵，形成自己的独到见解。
2. 通过分析电子商务发展和技术应用，以及未来趋势分析，能批判性思考其必然性和影响因素，为未来把握创业机遇奠定思维基础。
3. 能够对常见的电子商务进行分类判断，认识不同交易类型，对未知领域产生创新意识和判断，为今后创业的选择做好准备。
4. 能深刻认识电子商务给人们生活带来变化的原因，以及常见的电子商务盈利模式，具备思考商业模式和盈利模式的意识。
5. 能分析电子商务系统组成要素和框架结构，以及主要技术的特点。

6. 能针对学习电子商务涉及的法律问题提出个人的看法，能做到学好用好《电子商务法》，能分析判定违规行为。
7. 能根据自己的实际需要，开通个人网上银行业务，并能深入分析微信支付、支付宝等第三方支付平台的逻辑。
8. 能根据自己的实际需求，选择合适的平台购物、关注电子商务物流动态、看懂卖家的定价策略和营销手段。
9. 能运用电子商务安全的方法与技术，提高对个人和他人隐私数据的保护意识和风险防范意识。
10. 能够根据自己的实际需求选择合适的电子商务平台，识别常见的促销陷阱，运用巧妙购物的方法。
11. 能够选择合适的商品进行网络创业，为自己网店创业做好准备。
12. 能够分析微商平台的特点和商业模式、开店流程、基本操作，根据自己的需求选择合适的微商平台进行创业。
13. 能够分析网络营销主流平台的特点及区别，对形成自己的认知，为自己从事网络营销工作打下基础。
14. 能够将大数据思维和增长思维灵活应用于生活实际，分析电子商务领域的一些现象，指导自己的创业决策。
15. 能够从“人”的角度理解新零售，用新零售的思维模式看懂电子商务行业的发展趋势。
16. 能够准确研判哪些是共享经济、对共享经济的未来发展趋势形成自己的观点。
17. 能够通过不同途径，获取相关的跨境电商创业参考信息，能为跨境电商创业支付提出设计方案，以及对比分析典型跨境电商平台。
18. 能够将农村电子商务应用到当前国家精准扶贫的战略中进行分析，对目前存在的问题和今后发展提出个人见解。
19. 能够将智慧生活应用于专业学习和未来就业、创业中，总结和分析生活中移动电子商务的应用。
20. 能够分析社交电子商务的未来发展趋势，准确研判未来发展中需要解决的问题，为可能从事的社交电子商务创业奠定基础。
21. 能为迎接“6G+电子商务”的到来储能，能对 AR 和 VR和AI等前沿技术对电子商务产生的影响。

22. 能够判断大数据、物联网、人工智能等技术对电子商务发展的影响，并提出个人见解。

（四）素质目标

1. 具有信息意识，能够根据学习和工作的实际需要，自觉主动地寻求恰当方式获取信息，分析数据所承载的信息。

2. 具有合作意识，在合作解决问题过程中，能与团队共享信息，实现信息的更大价值。

3. 具有互联网思维，能够运用信息技术的思想方法，界定问题、抽象特征、建立模型、组织数据，应用互联网的方法与技巧，迁移运用到相关问题的解决中。

4. 具有创新意识，能开展自主探究、协作开展电子商务实践训练和创新创业实践。

5. 具有数字化学习意识，能综合运用数字化学习资源与工具，自主或协作完成学习任务。

三、课程内容

根据知识目标和能力目标，本课程设置了4个教学内容模块，每个模块又由若干个任务组成，单项任务能力目标的实现即可获得相应的能力。

课程模块设计

名称	内容	课时
电子商务认知	电子商务的概念和分类，产生和行业新应用，系统的组成和一般框架以及法律环境、互联网的基础和物联网技术。	12
交易模式	网络零售（C2C、B2C、C2B），网上贸易等互联网行业应用	18
关键环节	电商安全技术和管理，电子支付工具，第三方支付与移动支付等，互联网金融，电子商务物流，配送与供应链管理，客户关系管理和应用。	20
最新应用	移动电子商务，跨境电商、农村电商。	10

任务模块设计

认识电子商务	1: 电子商务的基本概念和分类
	2: 互联网与互联网+
	3: 新经济
	4: 电子商务的法律环境
交易模式	5: B2C 电子商务
	6: C2C 电子商务
	7: 新零售概述
	8: 新零售的框架
	9: 新零售的商业模式
	10: B2B 电子商务概述
	11: 跨境电子商务
	12: 网络营销策略与网络广告
关键环节	13: 常用的网络营销方法
	14: 电子商务安全的内涵
	15: 电子商务安全技术
	16: 电子商务安全管理
	17: 电子支付概述
	18: 电子支付工具、网上银行与手机银行
	19: 第三方支付与移动支付
	20: 互联网金融
	21: 电子商务物流
	22: 电子商务配送与供应链管理
	23: 客户关系管理概述
	24: 电子商务客户关系管理
	25: 客户关系管理系统及应用
最新应用	26: 移动电子商务
	27: 移动网店
	28: 跨境电商概述
	29: 跨境电商物流与支付
	30: 主要的跨境电商平台

课程内容与课时分配

学习内容及课时分配				
教学项目	学习任务	知识要求	技能要求	教学时数
项目一	任务 1: 电子商务的基本概念和发展	掌握电子商务、互联网、“互联网+”、新经济等相关概念 掌握电子商务常见模式： 熟悉我国和世界各国电子商务发展历程及关键事件； 了解“互联网+”和传统产业的融合与发展现状； 熟悉新经济形态下的相关理论。	能够使用各种网络工具进行网上信息的检索： 能够解释常见的电子商务现象： 能够分析“互联网+”下出现的新互联网业态； 能够应用新经济理论解释和指导电子商务行为。	8
	任务2: 互联网与互联网+			
	任务3: 认识新经济			
	任务4: 电子商务法律环境	熟悉电子商务法律及相关政策，培养守法、诚信的价值观，增强法律意识。	在法律框架内合法运营经营	
项目二	任务5: B2C 电子商务	1. 了解 B2C 电子商务的模式 2. 熟悉 B2C 电子商务的赢利模式与成功的关键。 3. 重点掌握 C2C 网上开店的流程和商品发布的流程。 4. 掌握网店运营核心数据分析。	1. 能熟练进行网上购物，学会网上支付。 2. 能够举例分析不同 B2C 网站的经营模式。 3. 能够熟练地在淘宝网上开设和运营自己的店铺，并将拍卖的相关知识应用于淘宝店铺的运营中。	4
	任务6: C2C 电子商务			
	任务7: 新零售概述	1. 了解推动新零售发展的因素。 2. 掌握新零售的概念。 3. 掌握新零售的系统框架及变革的模式。	1. 能够举例分析传统企业布局新零售和互联网企业布局新零售的优势和劣势。 2. 能够清晰地描述典型的互联网企业新零售的模式。	6
	任务8: 新零售的框架			
	任务9: 新零售的商业模式			

项目三	关键环节	任务10: B2B 电子商务概述	1. 了解 B2B 的相关知识、水平 B2B 和垂直B2B 的区别。 2. 重点掌握基于第三方平台的 B2B 交易和B2B 的交易过程。	1. 学会在采购商网站上进行网上招投标。 2. 学会在一些中介网站上进行网络采购和网络销售, 并进行沟通和交易。	4
		任务11: 跨境电子商务			
		任务12: 网络营销策略与网络广告	1. 掌握网络营销的含义及网络营销的职能。 2. 了解网络市场调研的方法。 3. 熟悉网络营销策略的应用与网络广告的形式。 4. 掌握常见的网络营销方法。	1. 能够写出网络市场调研报告。 2. 学会运用网络营销策略为企业制订网络营销方案。 3. 学会运用网络营销方法为企业做产品或网站推广。	4
		任务13: 常用的网络营销方法			
	关键环节	任务14: 电子商务安全的内涵	1. 了解电子商务面临的安全威胁, 明确电子商务对安全性的要求。 2. 熟悉应用保障电子商务安全的方法与技术, 以保证电子商务活动的顺利进行。	1. 能够对 Office 文档加密, 实现文件保护。 2. 学会应用计算机端和移动端的日常安全防范措施。	6
		任务15: 电子商务安全技术			
		任务16: 电子商务安全管理			
		任务17: 电子支付概述	1. 了解电子商务的支付系统和电子货币对传统货币的影响。 2. 掌握供应链金融的模式 3. 掌握如何应用网上银行与第三方支付平台完成电子商务交易。	1. 能够使用网上银行完成在线支付。 2. 能够使用支付宝进行计算机端和手机端的支付结算, 并使用其增值服务。	8
		任务18: 电子支付工具、网上银行与手机银行			
		任务19: 第三方支付与移动支付			
		任务20: 互联网金融	1. 熟悉电子商务配送流程。 2. 熟悉供应链管理的方法 3. 掌握电子商务物流的实现模式。	1. 能够举例说明电子商务企业开展物流活动的方式。 2. 通过参观等方式了解电子商务配送的详细过程。	4
		任务21: 电子商务物流			
		任务22: 电子商务配送与供应链管理			

项目四 最新应用	任务23: 客户关系管理概述	1. 掌握客户关系管理的概念和内涵。 2. 了解客户关系管理系统的组成。 3. 重点掌握电子商务客户关系管理的内容与企业应用。	1. 能够运用客户关系管理的管理理念和技术解决企业管理问题。 2. 能够分析企业客户关系管理的应用情况, 能为该企业的客户关系管理提出合理化建议。	6
	任务24: 电子商务客户关系管理			
	任务25: 客户关系管理系统及应用			
	任务26: 移动电子商务	1.掌握移动电商的概念和特点。 2. 了解移动电商的关键技术和应用。 3.掌握移动营销的方式和微店类型。	1. 能够使用工具生成二维码。 2. 熟悉移动购物, 并能利用微信等工具进行移动营销。	4
	任务27: 移动网店			
	任务28: 跨境电商概述	1.掌握跨境电商的含义和分类。 2. 了解跨境电商的物流模式和支付方式, 掌握跨境物流的通关流程。 3. 了解跨境电商的主要平台。	1. 学会选择跨境物流方式和支付方式 2. 学会跨境电商平台的注册流程	6
任务29: 跨境电商物流与支付				
任务30: 主要的跨境电商平台				
共 计				64

实训设计

编号	任务名称	素质目标	知识目标	能力目标	实施步骤	可展示的结果或考核标准
1	认识电子商务的基本模式	培养电商意识	初步认识电子商务的B2B、B2C、C2C等不同交易模式。	掌握不同行业电子商务的应用情况	1. 分类搜索了解各行业电子商务的应用情况，至少选择一个行业来详细分析。 2. 分别进入京东（或当当）商城、阿里巴巴、淘宝网，浏览首页的主要内容和功能、所经营的产品、购物搜索引擎的使用及查询特点、支付方式、物流配送等等进行详细的分析比较，	PPT 展示结果
2.	B2C 网上购物步骤与网站分析	对购物步骤初步了解	理解网上商店的结构特点。	掌握网上购物的运作环节。	1. 熟悉电子商务网站的结构功能 2. 查询、选择购买商品和查询订货状态	调查报告，字数不少于 300 字
3	网上开店的流程和技巧	培养开店创业的意识	1. 了解常见的网店平台，常见的货源渠道及其特点。 2. 掌握淘宝网开店和商品发布的流程。 3. 掌握网店运营核心数据分析。。	重点掌握开设网店的操作和拍卖的技能。	学生分组完成，然后学生讲解，老师总结。	成本分析图表练习题

5	网络营销策略	培养网络营销意识	1. 掌握网络营销的含义及职能。 2. 了解网络市场调研的方法。 3. 熟悉网络营销策略的应用与网络广告的形式。 4. 掌握新媒体平台营销及数据分析指标。	1. 能够写出网络市场调研报告。 2. 学会运用网络营销策略为企业制订网络营销方案。 3. 学会运用新媒体营销平台为企业进行产品或服务的推广。	学生分组完成，然后学生讲解，学生互评，选择最佳营销方案。	营销方案
4	电子商务安全与支付实训					

实训评分表

序 号	评分标准	各个分项所占比例	评分
1	相关原理的阐述	15%	
2	相关数据查找的详细程度	15%	
3	举例的丰富程度及其说服力	15%	
4	得出结论是否清晰和可信	15%	
5	PPT 制作水平和表述的流畅程度	15%	
6	团队合作精神	15%	
7	回答问题的数量和态度	10%	
	合计	100%	

四、教学方法与手段

根据学生认知特点，由简单到复杂，由新手到能手的工作过程，确定学习情境的教学方法和手段。教学过程中充分利用在雨课堂、专业教学资源库等在线教学平台，学生可以根据学习情况自主安排学习时间和学习进度，学生与教师线上线下互动，教师通过线上测试、提问讨论等方式，掌握学生知识掌握情况，调整教学重难点和教学方法。

本课程教学方法的采用，是为了表达以学生为主体、教师为主导的“教、学、做”一体的教学理念。在课程教学中，根据学生特点，课程内容及教师教学特点采取任务驱动教学法、引导教学法、头脑风暴教学法、案例教学等教学方法，引导学生自主学习，培养学生自主创新的能力。

教学方法 1. 任务教学法

以实际任务为目标，整个教学围绕项目任务的解决展开，突出知识的应用性，引导学生自主思考，其目的是在课堂教学中把理论与实践教学有机地结合起来，学习和典型任务结合起来，提高学生解决实际问题的综合能力，训练学生与人沟通合作的能力。

教学方法 2. 案例教学法、启发引导法

本课程的重点是把电子商务的运营模式、方法应用到实践中去，案例教学能够保证学生提高应用能力的工作重点，将实际案例引入教学中，每个重要知识点均与实际应用结合，使学生加深对知识的理解，学会对知识的运用，提升学的成就感，激发学生深入研究学习的动力和兴趣。案例选取，具有代表性与实际相结合。

教学方法 3. 角色扮演法、任务驱动法

在教学中，使学生扮演实际工作中的角色，担当工作者的职责，学习过程与现场工作接轨提高学生职业规范、职业道德、分工合作能力及责任感。

教学方法 4. 讲练结合

以学生为主体，教师加以适当的引导，提高学生分析问题、解决问题的能力，提高学生的实践技能。

五、课程考核

（一）考核要求

（1）采用过程与项目作业评价相结合的方式，注重课程提问、业务操作、课后报告、汇报交流等环节的评价，注重理实一体化的评价方式；

（2）强调过程化的评价方式；

（3）注重学生的创新能力培养，充分发挥学生的主动性和创造力；

（4）注重考核学生的职业素养的培养。

（二）考核内容

本课程的学习考评分为过程性考核、实训项目考核。

1. 过程性考核说明

本课程过程性考核主要包括学习态度（出勤情况、课堂纪律等）、学习质量（课堂提问回答情况、课后作业）和协作能力（小组活动参与程度及贡献）等，主要考核学生在课程教学和训练过程中对知识和技能的掌握程度。

具体考核标准和成绩分配见表一。

表一 过程性考核标准

序号	考核项目	考核内容	成绩比例（%）
1	学习态度	考勤、课堂纪律	10
2	协作能力	小组活动活跃程度及贡献	10
3	学习质量（一）	课堂提问、作业等	20
4	学习质量（二）	实训（详细项目及考核见表二）	60
合 计			100

2. 实训项目考核

表二 实训考核项目表

序号	考核项目	考核内容及要求	成绩比例（%）
1	实验1 了解电子商务基本模式和相关法律	1. 分别进入京东（或当当）商城、阿里巴巴、淘宝网，浏览首页的主要内容和功能、所经营的产品、购物搜索引擎的使用及查询特点、支付方式、物流配送等等进行详细的分析比较，总结出相同点和不同点。 2. 熟悉《电子商务法》的基本内容和立法状况，回答以下问题。 （1）讨论电子商务交易中容易出现的纠纷，分析如何运用《电子商务法》解决这些纠纷。 （2）分析近两年来影响较大的两起电子商务纠纷事件，并提出解决办法。 （3）通过网络，查找我国已出台的关于直播电商、社交电商、农村电商、跨境电商等新业态新模式的法律法规及相关政策。	20
2	实验2 B2C、B2B 电子商务模式分析	1. 在京东商城、苏宁易购或唯品会上找一件自己需要的商品并完成购买（用网上支付方式付款），写出操作流程（对关键步骤进行截图，整理在一个Word文档中，并对每一张截图进行简单说明）。 2. 分别进入天猫、京东商城、苏宁易购、唯品会网站或移动App，分析这些网站的异同。 3. 在阿里巴巴1688网站进行网络采购和销售，进行咨询、洽谈和电子合同的制定。	20
3	实验3 网上开店与商品发布	1. 开通淘宝网店，选择合适的商品发布到自己的网店中。 （1）根据淘宝网开店的步骤及注意事项，开通自己的网店。 （2）选择要销售的商品，分析该商品的搜索指数和人群画像。 （3）登录千牛卖家中心选择“工厂货源”和“淘分销”，选择	20

		货源。 (4) 正确选择商品属性、上传商品图片、编写商品标题和详情描述,并填写商品价格、运费、服务等项目,将商品发布到自己的网店中。 2. 在生意参谋中查看网店运营的详细数据,如交易分析、流量分析、客户分析、商品分析、营销分析等,总结网店存在的问题并参考系统建议进行解决,写出网店运营数据分析报告。	
4	实验4 网络营销策略实训	1. 为本章引例中提到的3A汽车集团公司设计网络调研问卷,并在网上发布该问卷,在学期末根据调研结果写出调研报告。 2. 登录百度营销的首页,完成下列任务或回答下列问题。 (1) 什么是百度营销? (2) 百度有哪些营销形式?每种营销形式是如何计费的? (3) 在百度网站首页的搜索栏中输入某关键词,查看搜索竞价广告、品牌专区等的展示形式与位置。 3. 不同于传统广告,有效的网络广告往往采用病毒营销方法。观看素材中的视频,分析病毒营销的运用方法和前提。	20
5	实验5 电子商务安全与支付实训	1. 为消除移动支付带来的安全隐患,在手机端的移动支付平台上进行如下操作。 (1) 开启数字证书,记录操作过程,并解释说明为什么要开启数字证书。 (2) 关闭一些服务的支付宝“自动续费/免密支付”功能。 2. 登录中金金融认证中心、中国电子银行网、中金支付有限公司官网,了解我国金融安全的发展现状和数字证书的应用情况,总结有哪些金融安全产品,并选择一两款产品进行分析。	20
6	实验6 农村电商实训	1. 调查本地农村电商平台的应用情况,选择三个常用的平台,总结分析它们的特点。 2. 请以当地特色农产品(如红薯、蜂蜜、小米等)为例,撰写适合抖音短视频传播的营销文案,要求突出产品卖点和乡村特色。	0
合 计			

六、课程实施条件

(一) 师资队伍要求

(1) 丰富和完善传统的课堂讲授方式

在课堂讲授课上，教师要注意把握“教师是导演和学生是演员”的角色定位，注意让问题驱动学生思维。我们常犯的错误是，教师成了演员，学生成了观众，导致学生缺乏参与学习的主动性。要留给学生一定思考的时间和空间，采用与教学内容相适应的灵活多变的讲授方法：典型问题评价或讨论法，同类问题的归纳法，能够产生对知识总结和联想的图解法，这些方法都有利于调动学生进行主动学习，并以简明的形式理清思路。

(2) 担任本课程教学指导教师应具有丰富的电子商务工作经验，具有一定的教学经验并且需要有较强的责任心。

(二) 教学场所要求

1. 要求多媒体教室，设备运行良好。
2. 有多媒体播放设备，音箱等完备系统。

七、课程资源

1、教材：“十四五”职业教育规划教材《电子商务基础》（第2版），商玮主编 电子工业出版社

2、参考资料：

《电子商务实务》，陈德人，高等教育出版社。

《电子商务概论》，宋文官，高等教育出版社。

3、网络资源

- (1) 淘宝 <http://www.taobao.com/>
- (2) 电子商务世界 <http://www.ebworld.com.cn/>
- (3) 阿里巴巴 <http://china.alibaba.com/>
- (4) 电子商务研究 <http://www.dzsw.com>

八、课程制定依据

本课程按照《教育部关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》和《教育部关于启动高等学学教学质量与教学改革工程精品课程建设工作的通知》文件精神为指导，以校企合作为切入点，以培养职业能力为核心，以项目教学为主要手段，制定课程。

九、其他

本课程标准所规定的是《电子商务实务》课程的基本教学内容和学时数量，在教学过程中可根据实际情况适当调整。