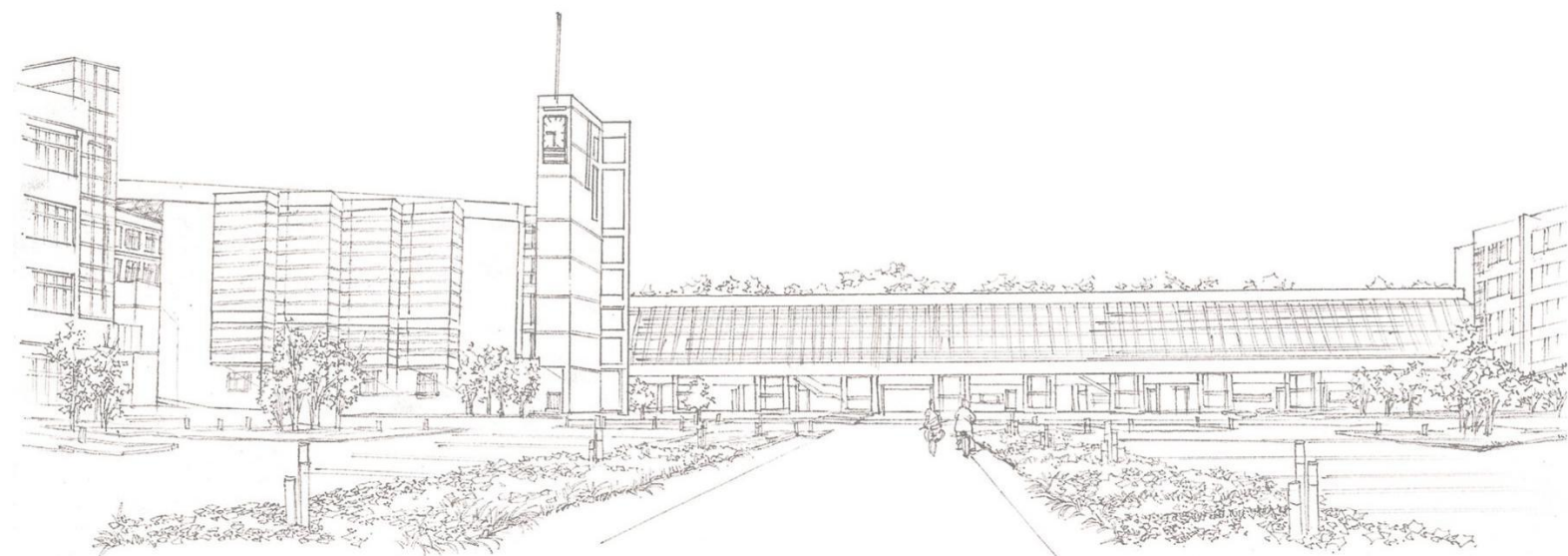




日照职业技术学院  
RIZHAO POLYTECHNIC

# 《电子商务基础》单元设计

商学系



# 单元设计

|                                                               |          |    |               |      |                          |
|---------------------------------------------------------------|----------|----|---------------|------|--------------------------|
| 任课教师                                                          | 范玉凤      | 专业 | 网络营销与直播<br>电商 | 日期   | 年      月      日          |
| 教学课题                                                          | 第一次课     |    |               | 课时   | 1 课时                     |
| 所选教材                                                          | «电子商务基础» |    |               | 教学班级 | 26 网络营销与直播电<br>商 1,2,3 班 |
| 一、教学目标                                                        |          |    |               |      |                          |
| 1     . 知识目标<br>(1) 了解全书的知识点及结构;<br>(2) 了解学习本门课程的方法;          |          |    |               |      |                          |
| 2     .能力目标<br>( 1) 能够把握课程的内容构架;<br>(2) 能对电子商务活动有初步了解         |          |    |               |      |                          |
| 3. 思政目标<br>(1) 激发学生对这门课程的学习兴趣和职业兴趣;   (2) 培养动手能力、分析问题能力、自学意识。 |          |    |               |      |                          |
| 二、教学方法与资源                                                     |          |    |               |      |                          |
| 教学方法：讲授法、案例分析法、分组学习法                                          |          |    |               |      |                          |
| 教学资源(媒体和平台)：一体化教室、外网、搜索引擎                                     |          |    |               |      |                          |
| 三、教学重难点                                                       |          |    |               |      |                          |
| 教学重点：无                                                        |          |    |               |      |                          |
| 教学难点：无                                                        |          |    |               |      |                          |
| 四、教学问题预测及方案                                                   |          |    |               |      |                          |
| 问题预测：无  解决方案：无                                                |          |    |               |      |                          |

## 五、教学结构流程设计

| 教学过程                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 教师活动                             | 学生活动                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|------------------------|
| <b>【课前准备】</b> (5 分钟)<br>1. 考勤<br>2. 强调课堂要求                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 考勤                               | 签到                     |
| <b>【教学实施】</b> (15 分钟)<br>1: 课程简要介绍<br><b>【师生认识】</b> 教师介绍, 学生自我介绍<br><b>【现场讨论】</b> 组织学生进行现场讨论:<br>作为商科专业的同学, 你对电子商务了解多少?<br>教师鼓励学生发言, 对发言内容进行分类和总结, 激发对电子商务学习的兴趣和积极性。<br>2: 介绍本课程以及内容设置<br>«电子商务基础»是高等职业学校商科专业的一门专业基础课程。本课程系统地介绍了电子商务基本的知识, 包括电子商务的基础类型、电子商务的支付、电子商务物流、移动电商, 以及自媒体私域电商、短视频和直播电商等, 具有很强的岗位导向性和实用性。<br>3: 介绍课程进度安排<br>4: 介绍课程的考核方法<br>5: 讨论并推荐学习方法<br>6: 分学习小组<br>把学生分成 4-6 人小组, 选出组长。<br>7: 课堂活动 | 老师介绍课程<br>老师提问<br>老师发布任务<br>老师讲解 | 学生接收<br>学生参与讨论<br>学生听讲 |

|                                     |      |      |
|-------------------------------------|------|------|
| 讨论：<br><br>请推荐一个你喜欢的电子商务平台, 并分析其特色。 | 老师讲解 | 学生分享 |
| 【课后作业】(5 分钟)<br><br>预习项目一 认识电子商务    | 布置作业 | 完成作业 |
| 六、课后教学反思(教师填写)                      |      |      |
|                                     |      |      |

《电子商务基础》单元教学设计

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                     |  |                                                                                                                                               |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 项目名称      | 电子商务认知专业                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                            | 网络营销与直播电商                                                                                                                                                                                                           |  | 课时：8                                                                                                                                          |
| 教学目标      | 知识目标                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                            | 能力目标                                                                                                                                                                                                                |  | 素质目标                                                                                                                                          |
|           | 1. 理解电子商务的广义与狭义定义,掌握电子商务的核心内涵、四大流(信息流、资金流、商流、物流)及主要功能。<br>2. 掌握电子商务主流交易模式(B2B、B2C、C2C、O2O等),了解当前电商发展热点(直播电商、跨境电商、即时零售等)。<br>3. 梳理世界和中国电子商务的发展历程,掌握各阶段关键特征与典型事件。<br>4. 理解互联网的定义、运行原理及“互联网+”的内涵,掌握“互联网+”与传统产业的融合模式。<br>5. 掌握新经济的定义、特征,辨析新经济与数字经济、网络经济等相关概念,了解新经济相关理论与典型现象。 |                                                                                                                                                            | 1. 能通过调研、检索等方式收集电商相关信息,分析电子商务对经济社会的影响。<br>2. 能区分不同类型的电子商务模式,结合实际案例分析电商热点的发展现状与趋势。<br>3. 能调研“互联网+”与传统产业的融合现状,初步预判互联网及“互联网+”的发展趋势。<br>4. 能辨析新经济相关概念,结合实际案例分析新经济形态下的商业现象,提升商业分析能力。<br>5. 培养团队协作、问卷设计、实地调研及调研报告撰写的实践能力。 |  | 1. 树立对电子商务行业的正确认知,感知电商行业的发展潜力与时代价值。<br>2. 培养数字化思维、创新思维,适应数字经济时代的商业发展需求。<br>3. 提升信息素养与问题解决能力,养成主动调研、自主探究的学习习惯。<br>4. 理解新经济时代的商业规则,树立职业发展的前瞻意识。 |
| 重点难点      | 重点                                                                                                                                                                                                                                                                       | 1. 电子商务的内涵、核心要素及主要交易模式。<br>2. 互联网的定义与“互联网+”的本质,“互联网+”与传统产业的融合应用。<br>3. 新经济的内涵、特征及典型现象。<br>4. 电子商务、互联网、新经济三者之间的内在关联。                                        |                                                                                                                                                                                                                     |  |                                                                                                                                               |
|           | 难点                                                                                                                                                                                                                                                                       | 1. 区分广义与狭义电子商务,理解电子商务“电子为手段,商务为核心”的本质。<br>2. 辨析新经济与数字经济、网络经济、虚拟经济等相关概念的异同。<br>3. 结合实际案例,分析电商热点、“互联网+”融合、新经济现象背后的商业逻辑。<br>4. 将理论知识应用于实地调研,完成有效的问卷设计与调研报告撰写。 |                                                                                                                                                                                                                     |  |                                                                                                                                               |
| 教学准备      | 1. 教具准备:多媒体教学课件(PPT)、电商行业相关案例视频(直播电商、即时零售等)、互联网与新经济发展数据图表。<br>2.资料准备:《中国互联网络发展状况统计报告》《中国新电商发展报告(2025)》节选、电商企业调研问卷模板、行业相关新闻资讯。<br>3.实践准备:分组确定调研主题,准备线上检索工具(浏览器、数据库)、线下调研记录工具(笔记本、问卷打印件),联系本地互联网/电商企业(可选,用于实地调研)。<br>4.分组安排:将学生分为4-6人小组,设组长1名,负责统筹小组调研与汇报工作。               |                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                     |  |                                                                                                                                               |
| 教学内容与课时分配 |                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                     |  |                                                                                                                                               |
|           | 任务序号                                                                                                                                                                                                                                                                     | 任务名称                                                                                                                                                       | 核心教学内容                                                                                                                                                                                                              |  | 课时分配                                                                                                                                          |
|           | 任务一                                                                                                                                                                                                                                                                      | 认识电子商务                                                                                                                                                     | 电商定义与内涵、发展历程、模式与功能、对经济社会的影响、电商发展热点                                                                                                                                                                                  |  | 4课时                                                                                                                                           |

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |            |                                            |      |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------------------------------|------|
|      | 任务二                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 互联网与“互联网+” | 互联网定义/原理/应用、“互联网+”内涵与本质、“互联网+”与传统产业融合、发展趋势 | 2 课时 |
|      | 任务三                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 认识新经济      | 新经济定义与特征、相关理论、典型现象、与相关概念的辨析                | 2 课时 |
|      | 合计                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |            |                                            | 8 课时 |
| 教学流程 | <p style="text-align: center;">微课学习</p> <p>教师发伽唸 1</p> <p>任务准备イ 课前双试题 ;</p> <p>学生自学完成课前学习和测试</p> <p>明确本节任务一</p> <p>明确任务</p> <p>完成小组分工</p> <p>小组讨论——分工搜索、讨论分析、初步汇报</p> <p>-知识讲解微课与讲授</p> <p>一. 任务实施】</p> <p>-任务优化——,优化本组讨论结果</p> <p>小组汇报</p> <p>小组自评互评</p> <p>二. 任务评价</p> <p>教师总结</p> <p>教师发布课后拓展任务, 学生完成课后作业</p> |            |                                            |      |

|      |            |                                 |                                                                                                  |
|------|------------|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 教学评价 | 评价项目       | 评价内容                            | 评价等级<br>根据综合得分(过程性评价+成果性评价)将学生评价结果分为 A(80-100分)、B(79-60分)、C(60分一下)、三个等级,对A等级学生进行表扬,对C等级学生进行课后辅导。 |
|      | 过程性评价(60%) | 课堂表现(20%)+小组活动成果(20%)+调研过程(20%) |                                                                                                  |
|      | 成果性评价(40%) | 单元调研报告(30%)+单元知识测试(10%)         |                                                                                                  |

|      |                                                                                     |  |  |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 教学反思 | 本单元以“认知电子商务”为核心,串联电子商务、互联网、新经济三大内容,注重理论与实践结合,通过案例分析、小组讨论、实地调研等多种教学方法,培养学生的数字化思维与实践能 |  |  |
|      | 力。教学过程中需注意以下几点:                                                                     |  |  |
|      | 1. 本单元概念较多,需避免纯理论讲解,多结合学生身边的案例(如淘宝、抖音、美团),让抽象概念具体化。                                 |  |  |
|      | 2. 实地调研是本单元的重点实践环节,需提前指导学生设计合理的问卷,明确调研方向,对于调研条件有限的班级,可侧重线上信息检索与分析。                  |  |  |
|      | 3. 关注学生的个体差异,对于基础较弱的学生,加强课堂辅导与知识梳理;对于基础较好的学生,布置拓展性作业,激发其探究兴趣。                       |  |  |
|      | 4. 教学结束后,及时收集学生的反馈意见,根据学生的学习情况调整教学方法与教学内容,提升后续教学效果。                                 |  |  |

| 《电子商务基础》单元教学设计 |                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                              |                                                       |           |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------|
| 项目名称           | 电子商务法律环境                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                              | 专业                                                    | 网络营销与直播电商 |
|                |                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                              |                                                       | 课时：2      |
| 教学目标           | 知识目标                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                              | 能力目标                                                  |           |
|                | 1.掌握电子商务涉及的核心法律问题：电子合同、知识产权、个人隐私、管辖权问题的内涵与表现形式。                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                              | 1.能结合实际案例分析电商活动中的个人信息泄露、侵权等法律问题，判断相关行为的违法性。           |           |
|                | 2.识记我国电子商务领域核心法律及政策：《合同法》《电子签名法》《电子商务法》等的关键规定与实施时间。                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                              | 2.能运用《电子商务法》规定，分析电商平台、经营者、消费者的权利与义务，解决电商运营中的基础法律合规问题。 |           |
|                | 3.理解《电子商务法》解决的核心电商运营问题，掌握电子商务税收的基本规则与跨境电商税收政策要点。                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                              | 3.能区分国内电商与跨境电商的税收政策差异，掌握跨境电商零售进口的税收计算与合规要求。           |           |
|                | 4.了解域名保护的法律机制，知晓个人信息保护的相关法律责任。                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                              | 4.能结合案例分析亚马逊跨境电商战略的法律合规逻辑，提升电商法律知识的实际应用能力。            |           |
| 重点难点           | 重点                                                                                                                                                                                                                                                                     | 1.电子商务涉及的核心法律问题(个人隐私、电子合同、知识产权)。<br>2.《电子商务法》的核心规定及解决的电商运营问题。<br>3.电子商务税收的基本规则与跨境电商零售进口税收政策。<br>4.侵犯公民个人信息的法律责任与电商平台的信息保护义务。 |                                                       |           |
|                | 难点                                                                                                                                                                                                                                                                     | 1.电商管辖权问题的理解与实际应用。<br>2.跨境电商税收政策的实操应用(限值计算、退税、免税条件)。<br>3.电商平台与经营者的连带责任界定。<br>4.将电商法律知识与企业实际运营结合,解决真实的电商法律合规问题。              |                                                       |           |
| 教学准备           | 1.制作包含案例、法律条文、图表、视频链接的教学PPT；准备快递员泄露信息、亚马逊跨境电商等案例素材；截取海淘网红儿童药转卖犯法的相关视频。<br>2.资料准备：《中国互联网络发展状况统计报告》《中国新电商发展报告(2025)》节选、电商企业调研问卷模板、行业相关新闻资讯。<br>3.实践准备：分组确定调研主题,准备线上检索工具(浏览器、数据库)、线下调研记录工具（笔记本、问卷打印件）,联系本地互联网/电商企业(可选,用于实地调研)。<br>4.分组安排：将学生分为4-6人小组,设组长1名,负责统筹小组调研与汇报工作。 |                                                                                                                              |                                                       |           |
| 教学内容与课时分配      |                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                              |                                                       |           |
|                | 任务序号                                                                                                                                                                                                                                                                   | 任务名称                                                                                                                         | 核心教学内容                                                | 课时分配      |
|                | 任务一                                                                                                                                                                                                                                                                    | 电子商务涉及的法律问题                                                                                                                  | 电子商务涉及的法律问题：个人隐私、电子合同、知识产权                            | 1课时       |
|                | 任务二                                                                                                                                                                                                                                                                    | 电子商务                                                                                                                         | 已出台的电子商务法律及相关政策                                       | 1课时       |

|  |     |              |                 |      |
|--|-----|--------------|-----------------|------|
|  |     | 法律及相 关政策     |                 |      |
|  | 任务三 | 电子商务<br>税收问题 | «电子商务法»对税收的核心规定 | 2 课时 |
|  | 合计  |              |                 | 4 课时 |

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 教学流程 | <div><div>任务准备</div><div>明确任务</div><div>任务实施</div><div>小组汇报</div><div>任务评价</div><div>教师总结</div></div> <div><div>微课学习</div><div>教师发伽唢</div><div>课前测试题</div><div>学生自学完成课前学习和测试</div><div>「明确本节任务」</div><div>完成小组分工</div><div>小组讨论——分工搜索、讨论分析、初步汇报</div><div>知识讲解微课与讲授</div><div>任务优化——,优化本组讨论结果</div><div>自评互评</div><div>课后测试题</div><div>教师发布课后拓展任务</div><div>学生完成课后作业</div></div> |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

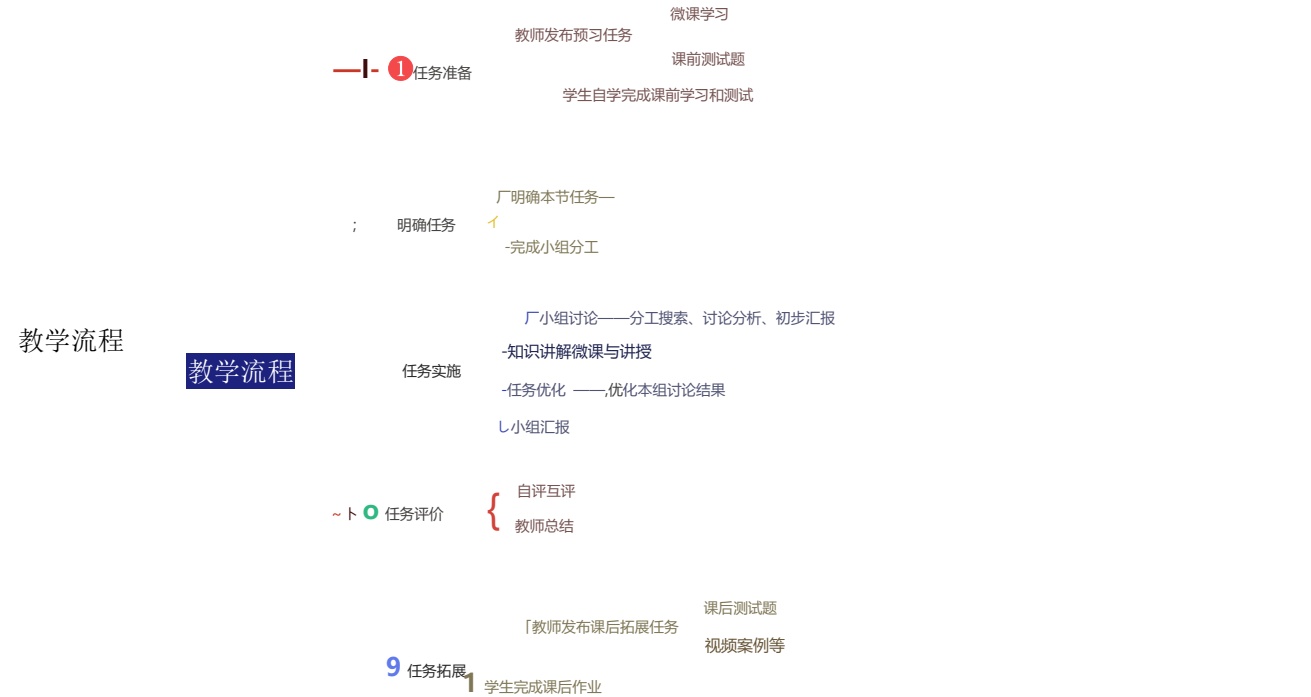
|      |            |                                 |                                                                                                      |
|------|------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 教学评价 | 评价项目       | 评价内容                            | 评价等级<br>根据综合得分(过程性评价+成果性评价)将学生评价结果分为 A(80-100分)、B(79-60分)、C(60分一下)、三个等级,对 A 等级学生进行表扬,对 C 等级学生进行课后辅导。 |
|      | 过程性评价(60%) | 课堂表现(20%)+小组活动成果(20%)+调研过程(20%) |                                                                                                      |
|      | 成果性评价(40%) | 单元调研报告(30%)+单元知识测试(10%)         |                                                                                                      |

|      |                                                                                                                                                                                                                                                |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 教学反思 | <p>本单元教学以案例为核心,需关注案例的时效性与贴近性,可补充最新的电商法 律纠纷案例,提升学生的实际应用能力。</p> <p>跨境电商税收政策是教学难点,需通过更多实操计算题让学生巩固,可结合实际 跨境电商平台的交易场景设计习题。</p> <p>需关注学生的参与度,对于小组讨论中积极性不高的学生,可通过单独提问、引 导发言等方式调动其学习热情。</p> <p>可在课后设置拓展性学习任务,如让学生调研本地电商企业的法律合规情况,进 一步将课堂知识与企业实际结合。</p> |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

《电子商务基础》单元教学设计

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                         |                                                         |                                           |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 项目名称      | 网络零售专业                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                         | 网络营销与直播电商                                               | 课时：8                                      |
| 教学目标      | 知识目标                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                         | 能力目标                                                    | 素质目标                                      |
|           | 1. 理解网络零售的定义、特征及发展历程(1.0-4.0时代),掌握不同阶段的核心特点与典型平台。                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                         | 1. 能通过实际购物体验,分析C2C、B2C、C2B典型平台的功能架构、业务流程与商业模式,完成对比分析报告。 | 1. 树立对网络零售市场的全面认知,感知电商行业模式创新的时代价值与发展潜力。   |
|           | 2. 掌握C2C、B2C、C2B三种主流网络零售模式的定义、特征、运营模式及赢利模式。                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                         | 2. 能结合案例,辨析不同网络零售模式的适用场景,具备初步的电商模式分析能力。                 | 2. 培养数字化商业思维、创新思维,适应网络零售行业的发展需求,树立模式创新意识。 |
|           | 3. 熟悉三类模式的典型平台(淘宝、京东、聚划算等)的功能架构、业务流程与核心特色。                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                         | 3. 能调研网络零售市场的发展动态,预判C2C、B2C、C2B模式的未来发展趋势。               | 3. 提升信息素养与商业分析能力,养成主动调研、自主探究、对比分析的学习习惯。   |
|           | 4. 了解网络零售市场的发展现状(如双十一数据),掌握C2C、B2C、C2B模式的发展趋势。                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                         | 4. 培养团队协作、案例调研、数据整理及PPT汇报的实践能力,能完成相关模式分析的实践成果。          | 4. 理解电商行业的诚信经营、消费者权益保护等商业准则,树立正确的职业价值观。   |
|           | 5. 辨析三类网络零售模式的异同,理解其在电商生态中的定位与价值。                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                         | 5. 能针对网络零售模式的发展问题提出初步的解决思路,提升问题分析与解决能力。                 | 5. 培养跨平台分析、逻辑梳理的能力,提升职业发展所需的综合素养。         |
| 重点难点      | 重点                                                                                                                                                                                                                                                                      | 1. 网络零售的定义、特征及发展历程,1.0-4.0时代的核心演进逻辑。<br>2. C2C、B2C、C2B三种模式的核心定义、特征、运营模式及赢利模式。<br>3. 三类模式典型平台的功能架构、业务流程与核心特色对比。<br>4. 网络零售市场的发展现状与三大模式的未来发展趋势。                           |                                                         |                                           |
|           | 难点                                                                                                                                                                                                                                                                      | 1. 辨析C2C、B2C、C2B模式的核心异同,理解反向电商C2B模式的本质与价值。<br>2. 结合实际平台体验,深度分析其商业模式与赢利逻辑,理解模式与平台发展的适配性。<br>3. 分析易趣、拍拍等C2C平台消亡的原因,提炼电商平台发展的核心影响因素。<br>4. 将理论知识应用于实践,完成高质量的平台对比分析与趋势预判报告。 |                                                         |                                           |
| 教学准备      | 1. 教具准备:多媒体教学课件(PPT)、网络零售发展历程动画视频、典型平台操作演示视频、双十一交易数据可视化图表。<br>2. 资料准备:《中国网络零售市场发展报告》节选、C2C/B2C/C2B平台分析表格模板、电商平台调研问卷、行业最新资讯(如直播电商与网络零售融合动态)。<br>3. 实践准备:分组确定调研平台(淘宝/京东/聚划算等),准备线上购物体验设备、调研记录工具,整理平台操作指引手册。<br>4. 分组安排:将学生分为4-6人小组,设组长1名,负责统筹小组体验、调研、分析与汇报工作,每组分配不同调研侧重点。 |                                                                                                                                                                         |                                                         |                                           |
| 教学内容与课时分配 | 任务序号                                                                                                                                                                                                                                                                    | 任务名称                                                                                                                                                                    | 核心教学内容                                                  | 课时分配                                      |
|           | 任务一                                                                                                                                                                                                                                                                     | 网络零售基础认知                                                                                                                                                                | 网络零售定义、特征、发展历程(1.0-4.0时代),双十一案例分析。                      | 1课时                                       |

|  |     |            |                                                         |      |
|--|-----|------------|---------------------------------------------------------|------|
|  | 任务二 | C2C 电子商务模式 | C2C 定义、特征、运营 / 赢利模式, 典型平台(淘宝 / eBay) 分析, 实践体验与对比。       | 3 课时 |
|  | 任务三 | B2C 电子商务模式 | B2C 定义、特征、运营 / 赢利模式, 典型平台(天猫 / 京东) 分析, 实践体验与对比。         | 2 课时 |
|  | 任务四 | C2B 电子商务模式 | C2B 定义、特征、运营 / 赢利模式, 典型平台(聚划算 / Priceline) 分析, 实践体验与对比。 | 2 课时 |
|  | 合计  |            |                                                         | 8 课时 |



|      |             |                                    |                                                                                                  |
|------|-------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 教学评价 | 评价项目        | 评价内容                               | 评价等级                                                                                             |
|      | 过程性评价 (60%) | 课堂表现 (20%)+小组活动成果 (20%)+调研过程 (20%) | 根据综合得分(过程性评价+成果性评价)将学生评价结果分为 A(80-100 分)、B(79-60 分)、C(60 分一下)、三个个等级,对 A 等级学生进行表扬,对 C 等级学生进行课后辅导。 |
|      | 成果性评价 (40%) | 单元调研报告 (30%)+单元知识测试 (10%)          |                                                                                                  |

- 本单元以 “网络零售市场” 为核心, 聚焦 C2C、B2C、C2B 三大主流模式, 注重理论与实践结合, 通过平台体验、案例分析、小组讨论等方式, 培养学生的电商模式分析能力。教学过程中需注意以下几点:
1. 本单元涉及多个电商平台的实操与分析, 需提前为学生提供清晰的操作指引, 对于操作能力较弱的学生加强个别辅导。
  2. 三大模式的概念与逻辑易混淆, 需通过大量典型案例和对比表格, 让抽象的模式特征具体化, 强化学生的辨析能力。
  3. 实践体验是本单元的核心环节, 需引导学生带着问题去体验平台, 避免单纯的购物操作, 提升调研分析的有效性。
  4. 关注行业最新动态, 如直播电商与 C2C/B2C 的融合、C2B 模式的创新应用, 及时融入教学内容, 让学生了解行业前沿。
  5. 教学结束后, 及时收集学生对教学内容、实践环节的反馈意见, 根据学生的学
- 教学反思

| 《电子商务基础》单元教学设计 |                                                                                                                     |                                                                                                                              |                                                        |           |                                           |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------|
| 项目名称           | 新零售                                                                                                                 |                                                                                                                              | 专业                                                     | 网络营销与直播电商 | 课时：4                                      |
| 教学目标           | 知识目标                                                                                                                |                                                                                                                              | 能力目标                                                   |           | 素质目标                                      |
|                | 1. 了解推动新零售发展的六大核心因素,理解各因素对新零售业态兴起的作用机制。                                                                             |                                                                                                                              | 1.能结合案例(如盒马鲜生、小米之家、 Amazon Go)分析传统实体企业和互联网企业布局新零售的优劣势。 |           | 1.培养学生对零售行业发展趋势的敏锐洞察力,树立数字化、智能化的现代零售思维。   |
|                | 2.掌握新零售的官方定义及学术界、阿里研究院、亿欧智库、编者的不同解读,明确新零售“线上+线下+数据+物流”的核心内涵。                                                        |                                                                                                                              | 2.能清晰描述典型互联网企业的新零售模式,提炼其核心运营逻辑。                        |           | 2.提升学生的案例分析和逻辑思辨能力,能辩证看待新零售行业的机遇与挑战。      |
|                | 3.掌握新零售平台的五个“新”特征、渠道一体化等四大主要特征,理解新零售的本质是“人、货、场”三要素的重构及后端实质变化。                                                       |                                                                                                                              | 3.能运用新零售“人、货、场”重构理论,分析某一零售业态的新零售转型策略。                  |           | 3.引导学生树立“以消费者体验为中心”的商业服务理念,契合现代零售行业的发展要求。 |
|                | 4.重点掌握新零售的系统框架(前台、中台、后台)及商业模式类型,厘清线上线下一体化的实现路径。                                                                     |                                                                                                                              |                                                        |           |                                           |
| 重点难点           | 重点                                                                                                                  | 1. 新零售的概念及核心内涵(线上+线下+数据+物流)。<br>2. 新零售的主要特征与本质(“人、货、场”三要素重构)。<br>3. 新零售的系统框架(前台、中台、后台)及商业模式类型。<br>4. 线上企业与传统线下企业布局新零售的差异化分析。 |                                                        |           |                                           |
|                | 难点                                                                                                                  | 1.理解新零售“人、货、场”三要素的重构逻辑及后端实质变化。<br>2.结合实际案例,精准分析新零售商业模式的运营逻辑和转型策略。                                                            |                                                        |           |                                           |
| 教学准备           | 1. 新零售相关教学 PPT、新零售系统介绍视频、盒马鲜生 / 小米之家 / Amazon Go 等案例视频/图文资料、新零售行业发展报告节选。<br>2.分组安排:将学生分为4-6人小组,设组长1名,负责统筹小组调研与汇报工作。 |                                                                                                                              |                                                        |           |                                           |
| 教学内容与课时分配      |                                                                                                                     |                                                                                                                              |                                                        |           |                                           |
|                | 任务序号                                                                                                                | 任务名称                                                                                                                         | 核心教学内容                                                 |           | 课时分配                                      |
|                | 任务一                                                                                                                 | 新零售概述                                                                                                                        | 新零售的主要特征与本质、推动新零售发展的因素、新零售的概念                          |           | 1课时                                       |
|                | 任务二                                                                                                                 | 新零售的框架                                                                                                                       | 新零售前台、中台、后台的系统框架及各环节的变革内容;                             |           | 1课时                                       |
|                | 任务三                                                                                                                 | 商业模式任务                                                                                                                       | 新零售的核心商业模式;典型企业的新零售商业模式逻辑。                             |           | 2课时                                       |
|                | 合计                                                                                                                  |                                                                                                                              |                                                        |           | 4课时                                       |



| 教学评价 | 评价项目       | 评价内容                            | 评价等级                                                                                     |
|------|------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | 过程性评价(60%) | 课堂表现(20%)+小组活动成果(20%)+调研过程(20%) | 根据综合得分(过程性评价+成果性评价)将学生评价结果分为A(80-100分)、B(79-60分)、C(60分一下)、三个个等级,对A等级学生进行表扬,对C等级学生进行课后辅导。 |
|      | 成果性评价(40%) | 单元调研报告(30%)+单元知识测试(10%)         |                                                                                          |

本单元案例较多,教学中应注重案例与知识点的结合,避免只讲案例不重知识,或只讲知识缺乏案例支撑,确保学生能通过案例理解抽象概念。

针对“人、货、场”重构这一教学难点,可采用可视化教学方式,绘制重构前后的对比图,让学生更直观地理解逻辑。

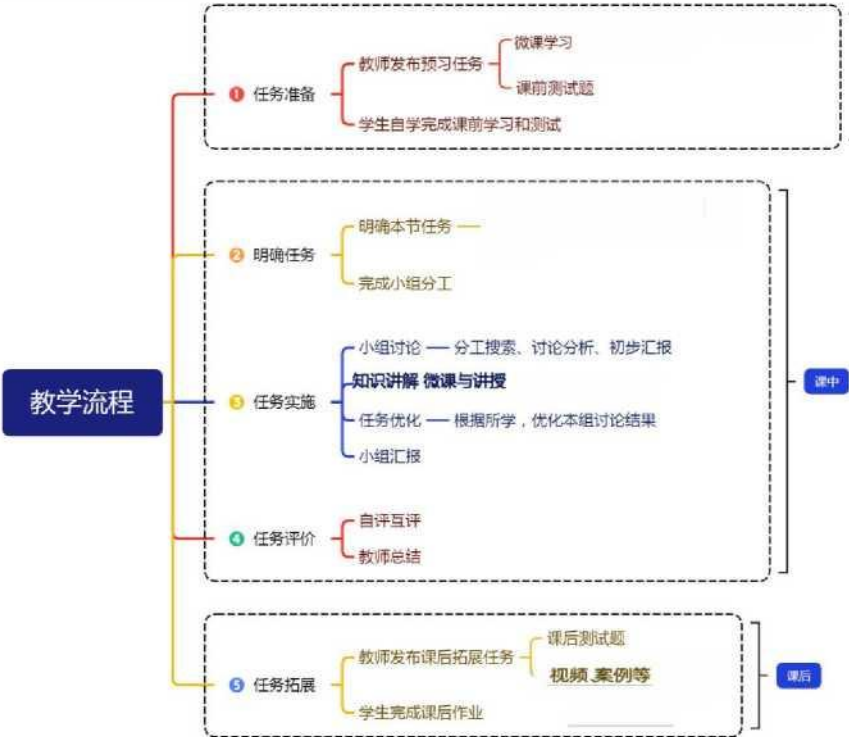
实践环节中,应关注学生的差异化表现,对基础较弱的学生进行针对性指导,确保所有学生都能参与到案例分析和方案设计中,提升技能水平。

教学中可引入新零售行业最新案例和数据,让教学内容更贴近行业实际,培养学生的行业敏感度,避免知识与实际脱节。

《电子商务基础》单元教学设计

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                          |           |                                                                                                                 |      |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 项目名称 | 网上贸易市场                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                         | 专业                                                                                                                                                                                       | 网络营销与直播电商 |                                                                                                                 | 课时：4 |
| 教学目标 | 知识目标                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                         | 能力目标                                                                                                                                                                                     |           | 素质目标                                                                                                            |      |
|      | 1.掌握传统生产制造企业、商业企业的核心经营模式,了解工业革命三阶段的发展特征。<br>2.理解网络经济、工业 4.0、中国 制造 2025 的内涵,掌握 “互联网 +” 对传统企业的转型赋能逻辑。<br>3.明晰 O2O 模式的定义、特征及运营要点,掌握 B2B 电子商务的概念、分类及七种核心运营模式。<br>4.熟知义乌购、阿里巴巴、顺丰嘿客等典型案例的商业模式与运营策略。                                                                    |                                                                                                                                         | 1. 能调研分析传统企业经营模式的特点,具备初步的企业模式诊断能力。<br>2.能分析传统企业“互联网 +”转型的路径与方法,能对 O2O 模式案例进行合理性判断与优化建议。<br>3.能识别不同类型的 B2B 平台,分析其盈利模式与运营逻辑,完成 B2B 平台的购物体验与流程分析。<br>4.培养电商调研、案例分析、团队协作的实践能力,形成初步的网上贸易市场思维。 |           | 1.树立“线上线下融合”的电商思维,理解传统企业数字化转型的必然性。<br>2. 培养电商行业的商业敏感度,提升对电商模式的分析与创新意识。<br>3. 养成严谨的调研习惯和理性的案例分析思维,树立诚信经营的电商职业素养。 |      |
| 重点难点 | 重点                                                                                                                                                                                                                                                                | 1 .传统生产制造企业、商业企业的核心经营模式分类。<br>2 . “互联网 +” 传统企业的转型路径与典型案例分析。<br>3.B2B 电子商务的分类、运营模式及典型平台分析。<br>4.O2O 模式的定义与实际应用判断。                        |                                                                                                                                                                                          |           |                                                                                                                 |      |
|      | 难点                                                                                                                                                                                                                                                                | 1 .理解不同传统企业经营模式的产业链逻辑与适用场景。<br>2 .分析传统企业 “互联网 +” 转型的痛点与解决方案。<br>3 .区分 B2B 七种运营模式的核心差异,理解 B2B 平台的盈利逻辑。<br>4 .结合实际案例判断 O2O 模式的合理性并提出优化策略。 |                                                                                                                                                                                          |           |                                                                                                                 |      |
| 教学准备 | 1. 教具准备：多媒体教学课件(PPT)、电商行业相关案例视频(直播电商、即时零售等)、互联网与新经济发展数据图表。<br>2 .资料准备：《中国互联网络发展状况统计报告》《中国新电商发展报告(2025)》节选、电商企业调研问卷模板、行业相关新闻资讯。<br>3 .实践准备：分组确定调研主题,准备线上检索工具(浏览器、数据库)、线下调研记录工具（笔记本、问卷打印件),联系本地互联网/电商企业(可选,用于实地调研)。<br>4 .分组安排：将学生分为 4-6 人小组,设组长 1 名,负责统筹小组调研与汇报工作。 |                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                          |           |                                                                                                                 |      |

|               |      |               |                                           |      |
|---------------|------|---------------|-------------------------------------------|------|
| 教学内容与<br>课时分配 | 任务序号 | 任务名称          | 核心教学内容                                    | 课时分配 |
|               | 任务一  | 传统企业<br>经营模式  | 传统企业经营模式的核心分类                             | 4 课时 |
|               | 任务二  | 互联网 +<br>传统企业 | “互联网 +” 传统企业的三大转型路径                       | 2 课时 |
|               | 任务三  | B2B 电子 商<br>务 | B2B 平台的核心分类与发展阶段 ,B2B 电子商务 的<br>核心逻辑与发展趋势 | 2 课时 |
|               | 合计   |               |                                           | 8 课时 |

|             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                        |                                                                                                 |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>教学流程</p> |  <pre> graph LR     subgraph 课前 [课前]         A[1 任务准备] --&gt; A1[教师发布预习任务]         A1 --&gt; A1a[微课学习]         A1 --&gt; A1b[课前测试题]         A --&gt; A2[学生自学完成课前学习和测试]     end      subgraph 课中 [课中]         B[2 明确任务] --&gt; B1[明确本节任务]         B --&gt; B2[完成小组分工]         C[3 任务实施] --&gt; C1[小组讨论]         C1 --&gt; C1a[分工搜索、讨论分析、初步汇报]         C --&gt; C2[知识讲解]         C2 --&gt; C2a[微课与讲授]         C --&gt; C3[任务优化]         C3 --&gt; C3a[根据所学，优化本组讨论结果]         C --&gt; C4[小组汇报]     end      D[4 任务评价] --&gt; D1[自评互评]     D --&gt; D2[教师总结]      E[5 任务拓展] --&gt; E1[教师发布课后拓展任务]     E1 --&gt; E1a[课后测试题]     E1 --&gt; E1b[视频、案例等]     E --&gt; E2[学生完成课后作业]     </pre> |                                        |                                                                                                 |
| <p>教学评价</p> | <p>评价项目</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p>评价内容</p>                            | <p>评价等级</p>                                                                                     |
|             | <p>过程性评价(60%)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>课堂表现(20%)+小组活动成果(20%)+调研过程(20%)</p> | <p>根据综合得分(过程性评价+成果性评价)将学生评价结果分为A(80-100分)、B(79-60分)、C(60分一下)、三个个等级,对A等级学生进行表扬,对C等级学生进行课后辅导。</p> |
|             | <p>成果性评价(40%)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>单元调研报告(30%)+单元知识测试(10%)</p>         |                                                                                                 |

教学反思 本单元是电子商务基础课程的核心实践单元,承接电子商务基础认知,聚焦网上贸易市场的核心形态与运营逻辑,为后续电商运营、网络营销等内容奠定基础,实现从“电商认知”到“贸易实践”的过渡。

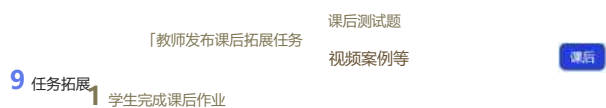
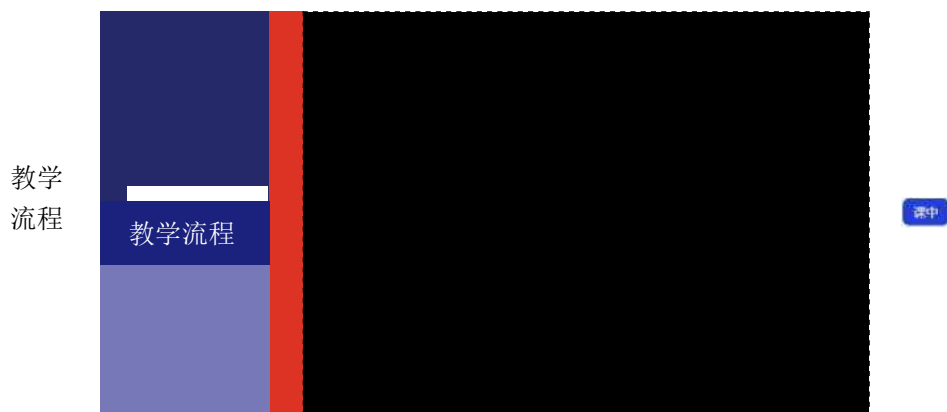
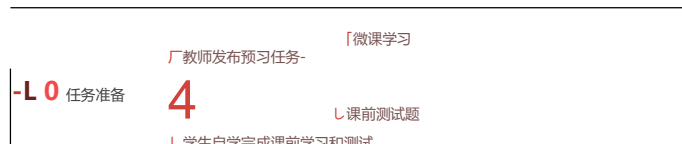
《电子商务基础》单元教学设计

|      |                                                                             |                             |           |                                       |
|------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------|---------------------------------------|
| 项目名称 | 电子商务安全                                                                      | 专业                          | 网络营销与直播电商 | 课时：4                                  |
| 教学目标 | 知识目标                                                                        | 能力目标                        |           | 素质目标                                  |
|      | 1. 熟悉电子商务常见的安全问题及近期出台的电子商务法律法规；临的主要威胁<br>2. 掌握对称加密的基本原理,理解数字签名、数字证书与PKI 的作用 | 能够运用所学知识分析和解决电子商务活动中的常见安全问题 |           | 结合电子商务安全的技术与法律属性,培养学生的职业道德、法治观念和社会责任感 |
| 重点   | 重点                                                                          | 电子商务安全风险类型、核心防护措施           |           |                                       |
| 难点   | 难点                                                                          | 密码安全原理、交易安全验证逻辑             |           |                                       |

教学准备 1. 电子商务安全相关教学 PPT、案例视频/ 图文资料

2.分组安排：将学生分为 4-6 人小组,设组长 1 名,负责统筹小组调研与汇报工作。

|           |      |            |                  |      |
|-----------|------|------------|------------------|------|
| 教学内容与课时分配 | 任务序号 | 任务名称       | 核心教学内容           | 课时分配 |
|           | 任务一  | 电子商务安全     | 电子商务常见的安全问题及防护技术 | 2 课时 |
|           | 任务二  | 电子商务安全管理措施 | 主流电商平台的规则与规范     | 2 课时 |
|           | 合计   |            |                  | 4 课时 |



|      |             |                |                |
|------|-------------|----------------|----------------|
| 教学评价 | 评价项目        | 评价内容           | 评价等级           |
|      | 过程性评价 (60%) | 课堂表现 (20%)+小组活 | 根据综合得分(过程性评价+成 |

|      |                                                   |                         |                                                                            |
|------|---------------------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                   | 动成果(20%)+调研过程(20%)      | 果性评价)将学生评价结果分为A(80-100分)、B(79-60分)、C(60分一下)、三个个等级,对A等级学生进行表扬,对C等级学生进行课后辅导。 |
|      | 成果性评价(40%)                                        | 单元调研报告(30%)+单元知识测试(10%) |                                                                            |
| 教学反思 | 以案例 + 实操为核心,通俗讲解电商安全核心技术,融入真实案例与简易实操任务,兼顾理论与技能培养。 |                         |                                                                            |

| «电子商务基础»单元教学设计             |                                                                                       |                              |                                                                                                   |           |                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 项 目<br>名称                  | 电子支付                                                                                  |                              | 专业                                                                                                | 网络营销与直播电商 | 课时：4                                                                                                                                                                                        |
| 教 学<br>目 标                 | 知识目标                                                                                  |                              | 能力目标                                                                                              |           | 素质目标                                                                                                                                                                                        |
|                            | 1. 准确说出电子支付的概念与核心特征。<br>2. 区分网上银行、第三方支付、移动支付及数字人民币四类常见电子支付工具。<br>3. 概述电子支付的一般流程与安全机制。 |                              | 1. 能根据场景选择合适的电子支付工具并规范 操作。<br>2. 能识别“刷单返利”“山寨二维码”等常见支付风险,并具备初步防范能力。<br>3. 能用比较法分析数字人民币与第三方支付的区 别。 |           | 1. 树立诚信意识:理解 电子支付记录在案、可追 溯的特性,感悟“人无信 不立,业无信不兴”,在 商业活动中恪守契约精 神。<br>2. 增强法治观念:警惕 “跑分”“洗钱”等非法支付陷阱,自觉远离网络赌博和非法集资,守住法律底线。<br>3. 厚植家国情怀:了解我 国电子支付世界领先的成 就,通过数字人民币案例 体会科技自主创新与金融 安全的国家战略,增强民 族自豪感。 |
| 重 点<br>难 点                 | 重点                                                                                    | 常见电子支付工具的特点与应用场景;个人支付风险防范。   |                                                                                                   |           |                                                                                                                                                                                             |
|                            | 难点                                                                                    | 理解数字人民币作为法定货币的本质及其与第三方支付的区 别 |                                                                                                   |           |                                                                                                                                                                                             |
| 教学 准<br>备                  | PPT、案例、视频                                                                             |                              |                                                                                                   |           |                                                                                                                                                                                             |
| 教 学 内<br>容 与<br>课<br>时 分 配 | 任务序<br>号                                                                              | 任务名称                         | 核心教学内容                                                                                            |           | 课时分 配                                                                                                                                                                                       |
|                            | 任务一                                                                                   | 传统支付                         | 传统支付方式、局限性                                                                                        |           | 0.5 课时                                                                                                                                                                                      |
|                            | 任务二                                                                                   | 电子支付                         | 电子支付方式、类型、一般流程                                                                                    |           | 1.5 课时                                                                                                                                                                                      |
|                            | 合计                                                                                    |                              |                                                                                                   |           | 2 课时                                                                                                                                                                                        |



|       |                                                                                                          |                                    |                                                                                                     |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 教学 评价 | 评价项目                                                                                                     | 评价内容                               | 评价等级                                                                                                |
|       | 过程性评价 (60%)                                                                                              | 课堂表现 (20%)+小组活动成果 (20%)+调研过程 (20%) | 根据综合得分(过程性评价+成果性评价)将学生评价结果分为 A(80-100 分)、B(79-60 分)、 C(60 分一下)、三个个等级, 对 A 等级学生进行表扬, 对 C 等级学生进行课后辅导。 |
|       | 成果性评价 (40%)                                                                                              | 单元调研报告 (30%)+单元知识测试 (10%)          |                                                                                                     |
| 教学 反思 | 本节设计了大量提问、举手调查、小组讨论、情境模拟环节,充分体现“学生为主体”。将诚信经营、法治底线、科技报国等思政要素无痕植入支付安全讨论和数字人民币案例分析中,避免生硬说教,力争实现“如盐在水”的育人效果。 |                                    |                                                                                                     |