现代商务专业群优质方向核心课程标准、 教学课件、电子教案等资料

目 录

一、现代商务专业群优质方向核心课程情况统计表	1
二、现代商务专业群优质方向核心课程标准一览表	3
1. 《网店经营与管理》课程标准	3
2. 《商品信息采集与图像处理》课程标准	5
3. 《网页设计与制作》课程标准	7
4. 《搜索引擎优化》课程标准	9
5. 《国际贸易实务》课程标准	11
6. 《跨境电子商务》课程标准	13
7. 《外贸跟单理论与实务》课程标准	15
8. 《文案设计与软文写作》课程标准	17
9. 《微信公众号运营与推广》课程标准	19
10. 《移动营销》课程标准	21
11. 《界面设计》课程标准	23
12. 《字体设计》课程标准	25
13. 《品牌形象设计》课程标准	27

一、现代商务专业群优质方向核心课程情况统计表

专业	课程名称	课程资源	完成时间	网络教学资源地址
电子商务	网店经营与管理	课程标准、电子教案、教学课件、项目案例、题库、微课视频见网络教学资源地址。	2018年12月	http://mooc1.chaoxing.com/course/200959463.html
	商品信息采集与图像处理		2019年12月	http://www.xueyinonline.com/detail/216550015
	网页设计与制作		2018年12月	http://www.xueyinonline.com/detail/216595278
	搜索引擎优化		2019年12月	http://mooc1.chaoxing.com/course/203973681.html
国际商务	国际贸易实务		2019年12月	http://www.xueyinonline.com/detail/216792115
	跨境电子商务		2020年12月	http://mooc1.chaoxing.com/course/203894968.html
	外贸跟单理论与实务		2020年12月	http://mooc1.chaoxing.com/course/214560469.html
移动商务	文案设计与软文写作		2019年12月	http://mooc1.chaoxing.com/course/207755280.html
	微信公众号运营与推广		2020年12月	http://mooc1.chaoxing.com/course/201979277.html
	移动营销		2020年12月	http://mooc1.chaoxing.com/course/202175494.html
电子商务技术	界面设计		2019年12月	http://www.xueyinonline.com/detail/214641003
	字体设计		2019年12月	http://mooc1.chaoxing.com/course/203798120.html
	品牌形象设计		2020年12月	http://mooc1.chaoxing.com/course/203451203.html

二、现代商务专业群优质方向核心课程标准一览表

1.《网店经营与管理》课程标准

《网店经营与管理》课程标准

一、课程性质

本课程是电子商务专业开设的一门专业核心课程。

本课程是构成专业核心能力——网店运营推广技能的重要组成部分，开设在《客户服务与管理》、《网络营销》、《商品信息采集与图像处理》之后，为后续课程《电子商务数据分析》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解淘宝类网店开店的基本知识，熟悉淘宝类店铺开设、装修、搜索引擎优化、搜索引擎推广、信息流推广等工作流程，掌握关键词挖掘与分析、商品标题制作、搜索推广策略制定、搜索推广账户搭建优化、信息流推广账户搭建优化等主要内容，进而能够开展店铺的 SEO 优化、SEM 推广、信息流推广等工作，具备网店运营推广的能力。

（二）具体目标

1、知识目标

- （1）认识网店运营推广的新趋势、新技术、新思维
- （2）理解搜索引擎的工作原理。
- （3）掌握搜索引擎优化、搜索引擎营销、信息流推广等主要内容。

2、能力目标

- （1）能根据平台的要求开设淘宝系店铺。
- （2）能根据搜索引擎原理，挖掘和分析关键词，制作商品标题并优化。
- （3）能根据宝贝特性制定搜索推广策略，搭建搜索推广计划，并对搜索推广计划进行优化。
- （4）能根据推广需求设置信息流推广计划，搭建信息流推广账户，并对推广账户进行优化。

3、素质目标

- （1）具备良好的客户服务意识。
- （2）具备良好的职业道德。
- （3）具备吃苦耐劳的意志品质。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

1、本课程标准由旅游管理专业教学团队与长沙爱森巴网络科技有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：李霞

4、初审（教研室主任或专业带头人）：章明

5、二审（二级学院、教学部负责人）：袁鑫

6、审定：

日期： 2018年7月20日

2. 《商品信息采集与图像处理》课程标准

《商品信息采集与图像处理》课程标准

一、课程性质

本课程是电子商务专业开设的一门专业核心课程。

本课程是构成专业核心能力——商品信息采集与图像处理技能的重要组成部分。开设在《图形图像处理》课程之后，为后续课程《网页设计与制作》《网店经营与管理》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解商品信息采集与图像处理的基础知识，掌握各种视觉设计元素、电商广告和页面设计要点和制作方法以及店铺装修，进而形成商品信息采集与图像处理的职业能力。

（二）具体目标

1、知识目标

- （1）掌握商品信息采集与图像处理的基础理论知识。
- （2）掌握各种视觉设计元素的处理与制作，包括产品图的处理、背景制作、文案排版、装修元素制作等。
- （3）掌握各类电商广告的设计与制作要点和技巧，包括商品促销广告、主题活动广告等。
- （4）掌握电商店铺首页的设计与制作，包括店铺 logo、店招、店铺 Banner、优惠券、分类设计、商品展示、页尾等。
- （5）掌握电商促销活动页的设计与制作，包括活动区、活动商品展示等。
- （6）掌握商品详情页的设计与制作，包括主副图和商品描述页。
- （7）掌握电商页面的切片、店铺首页的装修、商品信息的编辑与商品详情页的上传。

2、能力目标

- （1）能运用基本理论知识对图片进行赏析的能力。
- （2）具有产品图的处理、各种背景制作、文案排版、装饰元素制作的能力。
- （3）具有各类电商广告的设计与制作的能力。
- （4）具有各电商页面的设计与制作的能力。
- （5）能独立完成店铺的装修。

3、素质目标

- （1）培养学生不断进取、精益求精的工匠精神。
- （2）培养学生良好的沟通和团队协作能力。

3、教材及参考资料建议

(1) 教材

《网店美工与视觉设计》，闫寨，人民邮电出版社，2019年。

(2) 参考书目

《电商视觉营销设计》，孙长清等，人民邮电出版社，2018年。

(3) 参考网络资源

淘宝大学店铺视觉设计 <https://daxue.taobao.com/>

六、说明

- 1、本课程标准由电子商务专业教学团队与长沙爱森巴网络科技有限公司合作开发。
- 2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。
- 3、执笔（课程负责人）：杨蓉
- 4、初审（教研室主任或专业带头人）：辜明
- 5、二审（二级学院、教学部负责人）：袁鑫
- 6、审定：

日期：2019年7月21日

3. 《网页设计与制作》课程标准

《网页设计与制作》课程标准

一、课程性质

《网页设计与制作》课程是电子商务专业的一门专业核心课程，使学生掌握商务网站的开发和流程，并能独立进行操作，在就业时能够成为一个合格的网页设计人才。学生毕业后可胜任网站管理员、网页设计师等工作岗位。

本课程以《[photoshop](#)视觉基础》、《计算机应用》为前导课程，对接职业岗位，以学生能够独立进行网页设计、网站开发与维护的实际工作能力为学习目标，使学生具备网页制作与网站设计的基本知识和基本技能，形成解决实际问题方法的能力，具备良好的综合素质和职业道德，培养学生的吃苦耐劳、爱岗敬业、团结合作的职业素养。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程以学生能够网页网站开发与维护的实际工作能力为学习目标，使学生具备网页制作与网站设计的基本知识和基本技能，形成解决实际问题方法的能力。使学生通过项目的实现，具备良好的综合素质和职业道德，能够吃苦耐劳、爱岗敬业、团结合作。

（二）具体目标

1. 知识目标

- (1) 理解网页设计的基本概念。
- (2) 掌握网页站点的创建与管理。
- (3) 掌握 HTML 基础元素的语法与使用。
- (4) 掌握 CSS 样式的基本语法。
- (5) 掌握 CSS 的盒子模型。
- (6) 掌握 CSS 的浮动与定位。
- (7) 掌握 CSS 美化网页的属性。
- (8) 掌握 CSS+DIV 的布局方法。
- (9) 掌握 [Dreamweaver](#) 编辑网页的方法。
- (10) 掌握营销类网站的设计与制作流程；
- (11) 掌握企业网站的设计与制作流程。

3、教材及参考资料建议

(1) 教学资料选取原则

本课程属于电子商务专业理实一体化课程，以培养专业能力、方法能力、职业素养等综合素质为目标。教材应以企业典型工作任务为主线，将网页设计与制作流程中的知识点贯穿起来，实现“析、教、学、做、创”合一，建议选用最新的职业教育国家规划教材的配套实训教材，或者自编校本教材。

(2) 推荐教学参考书

《电子商务网页设计与制作》，袁鑫 章明，北京出版社，2019年10月。

(3) 推荐教学参考网站

- 《网页设计与制作》慕课平台
<https://www.xueyinonline.com/detail/205760473>
- w3school 在线教程 <https://www.w3school.com.cn/>
- 网页教学网 <http://www.webjx.com/web/>

六、说明

1、本课程标准由《网页设计与制作》课程团队与长沙爱森巴网络科技有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：袁鑫

4、初审（教研室主任或专业带头人）：章明

5、二审（二级学院、教学部负责人）：袁鑫

6、审定：

2018年7月22日

4. 《搜索引擎优化》课程标准

《搜索引擎优化》课程标准

一、课程的性质和作用

《搜索引擎优化》是电子商务专业教学体系中的一门专业核心课程。

本课程是构成专业核心能力——电子商务网站推广技能的重要组成部分。本课程是理论和实践操作要求都相对较高的课程。在职业技能和岗位对接方面，该门课程有效的对应着电子商务企业运营以及传统企业进驻电子商务领域所需要的网站推广过程中的各推广岗位。通过真实的经营操作和岗位操作，将学生就业中必备的创业精神、团队协作精神和自我学习、自我提升的职业素养贯穿于课程的整个教学中，从而有效的促进学生职业素养培养。本门课程开设在《网络营销》、《电子商务基础》、《网页设计与制作》之后。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程在教学过程中，培养学生的搜索引擎优化的职业素养，学生通过对搜索引擎优化的基本概念和理论、关键字、URL 优化、代码和图片优化、网页和网站结构、连接策略等的学习，从而建立起搜索引擎优化的知识结构。

（二）具体目标

1、结构目标

- （1）掌握 SEO 搜索引擎优化的基本概念；
- （2）掌握 SEO 搜索引擎优化的工作原理；
- （3）掌握关键字的词频、密度等基本概念；
- （4）掌握 URL 的基本概念和 URL 优化的基本内容；
- （5）掌握代码优化、图片优化的基本概念和相应方法；
- （6）掌握网页机构和网站结构中的基本概念；
- （7）掌握连接策略中内部链接、外部连接的基本概念和投票机制；

2、能力目标

- （1）具备关键字查询、关键字选择、关键字评估的能力；
- （2）具备页面头部优化、权重标签使用、图片压缩的能力；
- （3）具备对网站的逻辑结构和物理结构的优化能力；
- （4）具备对优化内部链接、增加外部链接的能力；

3、素质目标

- （1）具有较好的学习新知识和新技能的能力；
- （2）具有制订工作计划的能力和解决实际业务问题的能力；
- （3）具有获取和使用信息的能力。

六、说明

1、本课程标准由电子商务专业教学团队与长沙爱森巴网络科技有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：刘明浩

4、初审（教研室主任或专业带头人）：章明

5、二审（二级学院、教学部负责人）：袁鑫

6、审定：

日期： 2019 年 7 月 21 日

5. 《国际贸易实务》课程标准

国际贸易实务课程标准

一、课程性质

国际贸易实务课程是国际商务专业的一门专业核心课程,是所有后续专业课程的基础,也是构成专业核心能力——国际贸易交易磋商、签约、履约能力的重要组成部分。本课程的平行课程是国贸理论与政策、外贸英语听说,后续课程包括国际贸易实务实训、外贸单证实务、关检实务、国际商务函电、外贸跟单理论与实务、专业技能综合实训等。

二、课程目标

(一) 总体目标

本课程旨在针对国际贸易实务的特点和要求,帮助学生从服务于我国进出口贸易实践的角度,学习国际贸易适用的有关法规与惯例,以及涉及国际商品交换过程的知识点和实际运作技能,总结国内外实践经验,从而掌握从事国际贸易的“生意经”,以便在从事进出口业务时,既能正确贯彻我国对外贸易的方针政策 and 经营意图,确保最佳经济效益,又能按国际规范办事,与国际接轨。

(二) 具体目标

1. 知识目标

- (1) 熟悉国际贸易方式和国际贸易市场开发的方式、方法;
- (2) 掌握进出口合同履行程序;
- (3) 掌握进出口交易磋商环节的相关知识;
- (4) 掌握进出口合同标的物条款相关知识,包括品名、品质、数量、包装;
- (5) 掌握国际贸易术语相关知识;
- (6) 掌握进出口货物运输条款的相关知识;
- (7) 掌握进出口货物运输保险条款的相关知识;
- (8) 掌握进出口商品价格条款及成本核算的相关知识;
- (9) 掌握国际贸易结算条款的相关知识;
- (10) 掌握国际贸易争议预防与处理条款的相关知识;
- (11) 掌握进出口合同签订、合同成立、合同生效等方面的知识。

月。

(3) 参考网络资源

阿里巴巴国际站: <http://www.alibaba.com/>

环球资源网: <https://www.globalsources.com/>

世界贸易网: www.wt.net

中国制造网: <http://www.made-in-china.com>

中国出口贸易网: <http://www.cnexpnet.com/>

福步外贸论坛: <http://bbs.fobshanghai.com/>

海关总署: <http://www.customs.gov.cn/>

4. 校内外实践教学条件利用 (或开发) 建议

POCIB(Practice for Operational Competence in International Business)
(国际贸易从业技能综合实训)是目前国际贸易综合模拟最全面、真实的软件之一,也是“互联网-国际贸易”全国技能大赛指定软件。

六、说明

1. 本课程标准由国际商务专业教学团队与湖南御泥坊化妆品有限公司联合开发。

2. 本课程标准在使用过程中,应根据教学情况进行不断完善与修订。

3. 执笔(课程负责人): 瞿启平

4. 初审(教研室主任或专业带头人):

5. 二审(二级学院、教学部负责人):

6. 审定:

日期: 2019年7月22日

6. 《跨境电子商务》课程标准

国际商务专业

《跨境电子商务》课程标准

一、课程性质

《跨境电子商务》课程是国际商务专业开设的一门专业核心课程。本课程是构成专业基本能力——国际贸易技能的重要组成部分。本课程的平行课程是进出口业务操作、外贸英语听说、外贸英语函电和图形图像处理，后续课程包括跨境电商营销实务、关检实务、跨境电商运营与管理、跨境电商英语和专业技能综合实训等。该课程主要培养具有较强职业能力、专业知识和良好职业素质的跨境电商运营专员。通过本课程的学习，学生能理解跨境贸易电子商务的基本概念、基本政策，熟悉跨境电商平台的运营知识，掌握跨境电商操作基本工作流程，具备利用跨境电商平台开展客户开发、客户跟踪、客户关系营造和客户服务等业务的能力。

第二部分 课程目标

一、总体目标

通过在校内理实一体化实训室的全真操作，根据项目教学要求，让学生掌握八项基本业务操作技能，即跨境店铺注册操作、跨境物流与海外仓操作、海外市场调研操作、跨境选品和产品信息化操作、跨境产品定价、刊登和发布操作、跨境店铺优化及推广操作、售后服务等业务操作能力，培养学生踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风以及善于沟通和团队合作的工作品质，为学生走上跨境电商工作岗位和跨境电商创业打下坚实的基础。

二、具体目标

1. 知识目标

- (1) 掌握跨境电子商务的基本概念、基本原理。
- (2) 跨境电子商务的运营和操作方法。

2. 能力目标

- (1) 跨境电商平台的操作能力；
- (2) 跨境电商平台数据分析能力；
- (3) 国际市场调查分析能力及选品的能力；
- (4) 对国外客户的售前、售中和售后的询盘的处理和对纠纷的处理能力；
- (5) 具备跨境平台营销与推广能力；
- (6) 跨境物流方式选择的能力；

- 2) 跨境电商秘籍—如何日出千单之亚马逊
- 3) 再战跨境电商, 翁晋阳、MARK 等著, 人民邮电出版社, 2015 年 2 月
- 4) 速卖通大学: <http://daxue.aliexpress.com/>
- 5) Ebay 大学: <http://university.ebay.cn/>
- 6) 亚马逊大学: <http://sellercentral.amazon.com/gp/homepage.html>
- 7) 福步外贸论坛: <http://bbs.fobshanghai.com/>
- 8) 雨果网: <http://www.cifnews.com/>
- 9) 速四方: <http://express.4px.com/>
- 10) 语联网: <http://is.iol8.com/groups/>
- 11) 1688: <http://page.1688.com/>
- 12) 外贸软件工具: <http://www.terapeak.cn/>
- 13) 跨境进口平台: 洋东西: <http://218.244.129.84/mall.html>

4. 校内外实践教学条件开发建议

校内实训条件开发建议: 跨境电商软件可用于模拟跨境电商活动实践操作, 帮助学生了解跨境电商活动过程。建议购买此类教学软件供教学和学生实训使用, 实现毕业生与企业的无缝对接。

六、说明

- 1、本课程标准由国际商务跨境电商专业教学团队与湖南御泥坊化妆品有限公司联合开发。
- 2、本课程标准在使用过程中, 要根据教学情况进行不断完善与修订。
- 3、执笔(课程负责人): 谢丽云
- 4、初审(教研室主任或专业带头人): 瞿启平
- 5、二审(二级学院、教学部负责人): 袁鑫
- 6、审定:

日期: 2020 年 7 月 20 日

7. 《外贸跟单理论与实务》课程标准

《外贸跟单理论与实务》课程标准

一、课程性质

本课程是国际商务专业的专业核心课程，也是一门将各方面外贸业务知识结合的综合课程。该课程涉及到国际贸易、进出口业务操作等多个领域，并将英语应用能力、国际贸易专业基础知识、学生综合素质三者结合，是一门提高学生实际业务，综合素质的课程。

本课程是构成专业基本能力——进出口业务操作技能的重要组成部分。后续的《跨境电商英语》、《国际商务谈判》等课程的学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

《外贸跟单理论与实务》课程引入项目教学方法，将《外贸跟单理论与实务》的主要内容根据外贸出口跟单一线操作实践将其分为 8 个项目，每个项目设计明确的工作任务，该项目的教学工作围绕该工作任务展开，设计具体的任务内容，授课与实训围绕核心任务展开，授课的效果以学生完成工作任务的效果来评价，提高授课内容的操作性，增强授课内容的针对性。贯彻项目教学法的教学指导思想，教学内容主要围绕外贸跟单员岗位的职业能力需要展开。

（二）具体目标

1、知识目标

- (1) 掌握中国主要出口产品及其同类产品的商品学知识。
- (2) 掌握对外交往商务礼仪。
- (3) 掌握收集客户信息的途径、方法和规范。
- (4) 掌握客户分类的原则、跟进客户的技巧。
- (5) 掌握处理客户投诉的方法、要点。
- (6) 掌握订单的形式、接单业务流程及内容、审单的方法、签单的要点。
- (7) 掌握寻找和选择国内供应商的主要原则和方法。
- (8) 掌握样品制作跟进知识。
- (9) 掌握生产企业管理知识和质量管理知识。
- (10) 掌握原材料购进要点，熟悉生产过程品质监控的主要环节。
- (11) 掌握出口货物包装的环保要求，熟悉常见的出口包装材料及其特性，掌握我国对外销产品的包装要求。

中国出口贸易网: <http://www.cnexpnet.com/>
福步外贸论坛: <http://bbs.fobshanghai.com/>
北京苹果英语网: <http://www.appleenglish.com>
全国国际商务英语考试中心网站: <http://www.cnbeet.cn/>

六、说明

- 1、本课程标准由国际商务专业教学团队与湖南御泥坊化妆品有限公司联合开发。
- 2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。
- 3、执笔（课程负责人）：吴家倩
- 4、初审（教研室主任或专业带头人）：谢丽云
- 5、二审（二级学院、教学部负责人）：袁鑫
- 6、审定：

日期：2020年7月20日

8. 《文案设计与软文写作》课程标准

《文案设计与软文写作》课程标准

一、课程性质

本课程是电子商务专业开设的一门专业核心课程。

本课程着重培养并提高学生对商品卖点的分析能力、电商文案写作能力等，通过本课程的学习能将之前所学的 SEO 搜索引擎优化、商品信息与采集课程相结合，并用于企业文案的策划与写作，帮助学生们胜任电子商务文案的岗位，为之后的电商运营类课程以及对应运营的岗位奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程在教学过程中，培养学生的电商文案写作能力与素质，熟悉并掌握电子商务文案的基本概念、理论、电商文案撰写攻略、商品认知及卖点提炼、网店内页文案策划与写作、网络推广文案策划与写作以及内容电商文案策划与写作，从而掌握文案设计与软文写作的思路与技巧，并能用短时间承担文案岗位的职责。

（二）具体目标

1. 知识目标

- （1）了解并掌握电子商务文案撰写攻略，包括商品标题、正文等；
- （2）了解商品认知，并掌握商品卖点提炼的技巧；
- （3）了解并掌握网店内页文案、网络推广文案、内容电商文案的写作方法与写作技巧，了解微信文案写作的基础知识，并掌握微信文案的设计与写作方法。

2. 能力目标

- （1）能根据电子商务文案撰写攻略写文案标题、正文；
- （2）能根据商品认知、目标消费人群及竞争对手等分析提炼产品卖点；
- （3）能熟练掌握文案的写作规律和写作技巧，撰写不同类型的电商文案。

3. 素质目标

- （1）具有较好的学习新知识和新技能的能力；
- （2）具有良好的文字欣赏与鉴别能力、开拓创新能力、团队沟通协作能力；
- （3）具有良好的职业道德素质。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	电子商务文案认知	①电子商务文案的相关知识；	知识： ①电子商务文案的相关基础知	①电子商务文案基本知识电子教案；

(1) 大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

(2) 具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

(3) 具备系统的供应链管理的专业知识。

(4) 有丰富的工商企业工作经验。

(5) 具有良好的职业道德和责任心。

3、教材及参考资料建议

(1) 教材

《电子商务文案策划与写作》，廖敬慧、吴敏、李乐主编，李宝、杨丹、李家华、杨洁宇副主编，人民邮电出版（第2版）。

(2) 参考资料

《新媒体文案策划与写作—从入门到精通》，络芳等主编，人民邮电出版社（第1版）

《电商文案写作与传播》，孙清华等著，人民邮电出版社

《软文写作与营销实战手册》，王健平等著，人民邮电出版社

《爆款文案》，关健明著，时代华语出版社

《文案圣经：如何写出有销售力的文案》，克劳德·霍普金斯著，中国友谊出版公司

(3) 参考网络资源

<https://www.topys.cn/> 顶尖文案

<https://www.digitaling.com/> 数英网

<https://www.meihua.info/> 梅花网

六、说明

1、本课程标准由电子商务专业教学团队与长沙爱森巴网络科技有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔：曾玲

4、初审（教研室主任或专业带头人）：章明

5、二审（二级学院、教学部负责人）：袁鑫

6、审定：

日期：2019年7月20日

9. 《微信公众号运营与推广》课程标准

《微信公众平台运营与推广》课程标准

一、课程性质

本课程是移动商务专业开设的一门专业核心课程，适用于电子商务、移动商务、网络营销等专业，是涉及微信公众号运营与推广相关专业的必修课与专业选修课。

本课程是构成专业核心能力——微信公众号运营与推广的重要课程。前序课程有移动商务概论、市场营销、消费者心理学（消费者行为学）、平面美工基础。后续课程有移动端网店经营与管理。同步开设的课程有移动网络营销、电子商务客户服务与管理。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解微信公众号的创建、使用、推广和运营的基本知识，掌握微信公众号运营过程中的吸粉技巧、微信公众号运营过程中的内容编辑技巧。

（二）具体目标

1、知识目标

- （1）了解微信公众号之间的区别；
- （2）了解微信公众号的申请流程；
- （3）掌握微信公众号的重点规则
- （4）掌握微信公众号的基本功能；
- （5）掌握微信公众号的吸粉方法；
- （6）掌握微信公众号的内容编辑方法；
- （7）掌握综合性微信公众号运营整体方法；

2、能力目标

- （1）培养学生微信公众号的运营能力；
- （2）培养学生微信公众号的吸粉能力；
- （3）培养学生微信公众号软文的编辑能力；

3、素质目标

- （1）培养学生的沟通能力和协作精神；
- （2）培养学生勤于思考、认真做事的良好作风；
- （3）培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风；
- （4）培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心；
- （5）培养学生自主学习能力和知识应用能力；

双击编辑页眉

本课程建议学时 56 学时，建议第三学期开设，教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	教学单元	讲课	实践	其他	合计
1	基础知识与技能	8	4		12
2	运营知识与技巧	4	6		10
3	综合实例与方案	4	6		10
	机动/复习/测试		4		4
	合计	16	20	0	36

2、教学建议

(1) 教学方法多样化，采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。遵循认识发展规律，“教、学、做”一体化，提高学生在学習中的主动性与积极性，体现高职教育的特点。

(2) 教学中要注重创新教育环境，采取理论实践一体化教学模式，充分利用计算机、多媒体等教学手段。

3、教材及参考资料建议

无

六、说明

- 1、本课程标准由电子商务专业教学团队开发。
- 2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。
- 3、执笔（课程负责人）：杨翠
- 4、初审（教研室主任或专业带头人）：
- 5、二审（二级学院、教学部负责人）：
- 6、审定：

日期： 2020 年 9 月 25 日

10. 《移动营销》课程标准

《移动营销》课程标准

一、课程性质

《移动营销》是电子商务专业的一门专业选修课，通过该课程的教学，使学生掌握移动营销的基本概念和基本理论，了解移动商务的运作模式和价值链，具备初步的创建、管理、维护企业移动商务的能力。

随着移动互联网时代的到来，电子商务从传统的PC端转移到移动端。为顺应移动电子商务市场的需求与发展，越来越多的传统企业和电商企业布局移动电子商务。《移动营销》课程是理论和实践操作相结合的课程。本课程本着全面了解、重点掌握的原则，从移动电子商务内涵入手，从移动电商发展的现状和趋势、移动营销、公众号的营销、手机淘宝等几个方面，全面系统的介绍移动电子商务相关知识，使得学生逐步认识移动电商。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解移动端营销的内容，理解移动营销的基本理论和基本方法，掌握营销实务中产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要特点，并能对相关营销案例进行分析、研究，能初步解决市场营销方面的实际问题。

（二）具体目标

1、知识目标

- （1）掌握移动电子商务企业平台。
- （2）掌握移动互联网概念、特点。
- （3）掌握移动端通道入口。
- （4）掌握LBS营销及应用、移动支付。
- （5）掌握碎片化思维、用户思维、免费思维基本概念和特点。
- （6）掌握社群思维、产品思维、大数据思维概念、特点应用。
- （7）掌握策略粉丝、病毒营销、口碑营销概念、特点。
- （8）掌握社交营销、自媒体营销概念、特点、应用。
- （9）掌握微信、微信群营销特点、微信公众平台
- （10）掌握微信小程序概念、场景、传播优势。
- （11）掌握微店、微商城基本功能、特点、技巧、区别
- （12）手机淘宝优势、营销技巧、移动APP优势、移动广告概念、特点类型、移动直播背景、直播优势、类型。

2、能力目标

学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

(2) 教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

(3) 教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组5人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力和

3、教材及参考资料建议

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以微店经营与管理流程为主线，将微店经营与管理实务各项项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

《移动营销》 陆亚文主编

《移动电子商务》王红霞主编

4、校外实践教学条件利用（或开发）建议

(1) 校内实训条件利用（或开发）建议

微信公众号实训软件以及沙盘模拟系统可用于模拟移动营销活动实践操作，帮助学生了解营销活动过程。

(2) 校外实践教学条件利用（或开发）建议

巴拉巴拉电子商务有限公司、湖南省惠民供销等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由电子商务教研室专业教学团队（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：刘元君

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2020年7月20日

11. 《界面设计》课程标准

《界面设计》课程标准

一、课程性质

本课程是电子商务技术专业开设的一门专业核心课程。

本课程针对电子商务网站开发岗位开设，旨在让学生能够根据行业规范和项目需求进行移动互联网原型设计与制作。课程开设在《视觉设计基础》、《图形图像处理》、《网页设计与制作》之后。学生进入本课程之前，应当已经具备基本的设计基础知识和能熟练操作 Photoshop、Illustrator 相关软件基础，有一定的 CSS+DIV 基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生掌握行业设计规范、原型设计流程、页面区域管理、元件库和母版的应用，以及运用动态面板、内联框架、中继器、变量等方法制作丰富的交互效果。

学生完成本课程的学习后，应当具备 web 网站和 App 原型设计和交互效果设计的能力。力求使学生以数据思维和运营思维进行原型设计，即解决原型设计上的视觉表现和功能表现上的问题，从而提升用户体验感。

课程还注重学生养成良好的职业素养和工作习惯，培养爱岗敬业、团队协作精神、沟通能力和数据思维，帮助学生树立质量意识、规范意识、创新意识等职业意识。

（二）具体目标

1、知识目标

- （1）能认识该行业前沿技术及发展前景；
- （2）了解和掌握原型设计软件及软件原型分类的优缺点；
- （3）能理解原型设计流程，并能进行需求分析、页面架构设计、低保真原型设计、原型评审及高保真原型设计；
- （4）能理解和掌握 Axure RP 原型工具的使用方法和技巧；
- （5）能使用 Axure RP 快速创建应用程序的线框图、流程图和原型设计；
- （6）能运用 Axure RP 制作各种高级交互效果；

2、能力目标

- （1）具有根据行业规范和项目需求进行 UI 设计、交互设计的能力；
- （2）具有设计与制作移动互联网原型设计能力；
- （3）具备 Axure RP 软件应用能力，能灵活的运用到实际项目中去；

3、素质目标

- ◆ <https://eagle.cool/> Eagle网
- ◆ <https://www.zcool.com.cn/> ZCOOL 站酷网

六、说明

- 1、本课程标准由电子商务技术专业教学团队与长沙爱巴森网络科技有限公司联合开发。
- 2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。
- 3、执笔（课程负责人）：李娜
- 4、初审（教研室主任或专业带头人）：
- 5、二审（二级学院、教学部负责人）：
- 6、审定：

日期： 2019年7月26日

12. 《字体设计》课程标准

《字体设计》课程标准

一、课程性质

本课程是现代商务专业群开设的一门专业核心课程，是课程思政教改课程。

本课程是构成专业基本能力——电子商务技术视觉营销技能的重要组成部分。前开设视觉设计基础、造型基础等课程，后承接 UI 界面设计、网页设计、图标和 Logo 设计等课程，是链接学生进入专业设计学习的重要课程，对学生的专业学习具有承上启下的作用；对学生设计基础的全面形成具有重要作用。本课程在于掌握字体设计基本知识；培养学生正确的设计理念、设计方法、实践操作的能力；提高学生的审美能力；培养学生的创新意识、团队意识、职业道德；引导学生树立正确世界观、人生观和价值观；对中华优秀传统文化传承和创新，加深对习近平总书记提出的“四个自信”的理解；促进学生综合素养、个性设计的发展。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生全面、系统了解字体设计的理论和原则，深刻认识字体设计的特点和规律，掌握字体设计的主要方法和相关技能；具有创新意识、团队精神、设计素养，树立强烈的文化自信。

1. 系统的掌握字体设计的基础知识及设计方法。
2. 通过理论—实训—设计教学模式的实施，掌握字体设计整个流程。
3. 培养学生创作技能、创新思维、艺术个性、沟通能力和团队意识。
4. 增强学生的文化自信，培养大学生价值选择能力、社会主义核心价值观及对中华优秀传统文化的吸收运用。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）了解中外文字的起源、发展、演变的历史过程，对抽象的文字有一个感性的且较为完整的认识，了解不同种类的文字字体，理解字体设计的概念、功能、分类、特征，掌握字体设计的思维方法；

（2）掌握汉字、拉丁字母及阿拉伯数字书写的一般规律，掌握文字的基本

- (1) 采用现场互动、专业讲座、翻转课堂等形式组织教学。
- (2) 应用操作法、案例法、任务驱动法等现代教学方法。
- (3) 充分利用移动互联通信设备、多媒体、网络、空间等信息化手段实施教学。

(4) 在专业课程的教学过程中，将学生分成 3-7 人小组，以小组为学习基本单位。组内成员相互督促、相互帮助。在课堂上可以小组为单位进行问题的提出和解决。在课下，以小组为单位进行知识点、技能的补充和练习。

(5) 教学中能结合湖南社会发展、十九大精神和社会主义核心价值观等内容安排相关课内外练习和作业，让学生学习专业技能的同时，受到相关政治教育熏陶。

3、教材及参考资料建议

(1) 教材

①根据本课程的培养目标和教学目标、高职教育和职业技能课程操作性强的特点选用教材。

②内容比较全面，既注重基础概念又强调实践能力的培养，并有配套的实验资料能进行综合实践，具有高职高专应用特色。

③推荐教材：《字体设计(第二版)》，华中科技大学出版社。

(2) 参考书

《字体设计进化论》，人民邮电出版社。

(3) 参考网络资源

站酷：www.zcool.com.cn

中国字体设计网：ziti.cndesign.com

字体传奇：www.ziticq.com

六、说明

- 1、本课程标准由电子商务技术专业教学团队开发。
- 2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。
- 3、执笔（课程负责人）：曾裕
- 4、初审（教研室主任或专业带头人）：
- 5、二审（二级学院、教学部负责人）：
- 6、审定：

日期：2019 年 8 月 8 日

13. 《品牌形象设计》课程标准

《品牌形象设计》课程标准

一、课程性质

本课程是电子商务技术专业开设的一门专业核心课程。

本课程是构成专业基本能力——电子商务美工技能的重要组成部分。前开设字体设计、网页设计与制作等课程，后承接人机交互界面设计、网店美工等专业核心课，是学生进行专业设计学习的重要课程，对学生品牌意识的全面形成、提升电商视觉设计能力具有重要作用。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程通过理论学习—案例实践—项目设计组织教学，使学生了解品牌形象设计的基础知识，掌握品牌形象设计的基本设计程序、设计要领，品牌形象创意与表现的主要方法；具备电商品牌形象设计的相关技能；树立品牌策略指导品牌设计的观念，服务于电商品牌；培养学生执行能力、沟通能力、团队意识及创造思维；增强学生传承中华优秀传统文化的使命感，服务农村电商的责任感。

（二）具体目标

1. 知识目标

- （1）理解品牌形象设计的概念，品牌形象设计的原则；
- （2）掌握品牌标志图形、标准文字、标准色彩、品牌象征、组合形式等核心设计的内容；

（3）掌握品牌应用设计的内容；

（4）掌握品牌形象的活动策划、VI手册的主要内容。

2. 能力目标

- （1）能对不同种类的品牌形象进行分析；
- （2）能进行电商品牌形象核心设计制作；
- （3）能进行电商品牌形象应用设计制作；
- （4）能对电商品牌形象进行策划方案撰写；
- （5）能对品牌形象设计案例进行分析；
- （6）能独立完成VI手册的设计制作。

3. 素质目标

六、说明

1、本课程标准由电子商务技术专业教学团队与长沙爱巴森网络科技有限公司联合开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：曹裕

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2020年7月22日