廣東工貿職業技術學院

GUANGDONG COLLEGE OF INDUSTRY AND COMMERCE

经济贸易系

电子商务专业

专业课程标准

《网店运营+沙盘实操》 课程标准

一、课程基本信息							
课程编码		**课程性质**	必修	**课程类别**	核心课程	**适用专业**	电子商务
开设学期	3	**学时/学分**	56/3	**编制人**	校内：李波 校外：兼职专业带头人李君	**审核人**	校内：李波 校外：兼职专业带头人李君
				编制时间	2017-05	**审核时间**	2017-05
课程定位	我院电子商务专业的人才培养目标是:，面向电子商务企业（经营者、平台提供商和服务提供商）一线岗位需要，培养具有电子商务思维和互联网精神，具备良好的职业道德，掌握电子商务基本理论和基本操作技能，具有相应的电子商务网站建设、图片处理、动画制作、网络营销和推广等方面的能力，能在电子商务相关的企事业单位和经济管理部门从事网上销售、网络客户、网络推广、网页美工、网店经营管理等相关工作的高素质高技能应用型人才。 《网络营销+沙盘实操》课程是电子商务专业的一门核心的必修课程，本课程基于网店运营的工作过程设计，从店铺策划、店铺开设、店铺管理、店铺推广的流程设计教学内容，该课程的学习强调实战化，所有教学项目基于淘宝网或者拍拍网等电子商务平台开展。因此，该课程对于提升学生的网店运营能力等实际工作技能有着极为重要的意义						
课程目标	通过本课程的学习，使学生理解能进行市场调研以及店铺定位 1、能开设网上店铺 2、能进行店铺装修 3、能对网上店铺进行日常管理 4、能进行店铺推广						

二、工作岗位任务所涉及的能力要求	
岗位任务	**能力要求**
网络推广	策划、执行在线推广活动，熟悉所有的网络推广手段，
网络营销运营	网站数据分析，搜索竞价平台管理，
网络信息搜索与调研	熟悉网络信息收集方法与途径，掌握网络调研的主要方法和手段

三、课程基本目标			
能力描述	**知识目标**	**职业技能目标**	**职业素养目标**
专业能力	●了解网上开店的应该基本的基本素质和基本条件 ●掌握网上开店的基本流程 ●掌握网上店铺推广的主要方	1、能进行市场调研以及店铺定位 2、能开设网上店铺 3、能进行店铺装修 4、能对网上店铺进行日常管理	●培养学生的创业意识。 ●培养创新思维和灵活运用知识的能力。 ●培养具有团队协作精神。

	法 ●掌握网店客服的主要方法 ●掌握网店物流解决办法	5、能进行店铺推广	●培养具有认真、自主学习的能力。 ●培养分析问题、解决问题的能力。 ●培养具有良好的职业素养和勤奋工作的基本素质。 ●培养学生的诚信意识。
社会能力			1、爱岗敬业，责任心强 2、良好的沟通、组织、协调能力 3、良好的团队精神和抗压能力 4、具有创新思维
方法能力		掌握网络营销的相关方法，了解网络的特点，具备独立分析和解决问题的能力，较强的自学能力。与时俱进，学习新的方法和工具，跟上互联网发展的步伐。加深对所学理论知识的理解和运用	
职业技能证书考核要求	获取阿里巴巴网商职业能力资格（网上零售）证书：1、系统掌握网络推广全能实战技巧 2、免费在网上推广产品，获得长期、稳定的客户来源：3、建设营销型网络平台（网站、网店、商城等）4、网站和网店(或商城)的 SEO 推广诊断、优化和管理：5、学会 SEM 竞价推广和网盟推广，提高产出投入比 6、掌握网站和网店(或商城)的整合营销推广实战技巧 7、制订网站、网店(或商城)整合营销推广计划和实施方案，跟进实施和管控 8、管理网站、网店(或商城)的网络推广团队		

三、教学内容及学时分配

内容说明	本课程是电子商务专业的核心必修课程，课程注重理论与实践的结合，实操技能所占比重非常高。课程涉及的内容非常广泛，要求学生学习的理论知识非常多，需要掌握网店运营的基本概念，本课程的课时设计为：总学时 60 学时，采用一体化教学方式（其中，知识部分约 30 学时，实践部分约占 30 学时）

	序号	知识模块	考核目标	学时分配
教学内容	1	开店准备	1. 市场调查 2. 店铺定位 3. 货源寻找	12
	2	网店开设	1、 开店流程	12

			2、 网店装修	
	3	产品发布	1、 产品拍摄 2、 图片美化 3、 产品描述 4、 产品发布	12
	4	网店日常经营与管理	1、 物流服务 2、 客服服务 3、 交易安全 4、 店铺推广	24

学习基础	1.前导课程：电子商务概论、市场营销、企业管理 2.服务课程：电子商务实务、网站建设 3.学生基础： 1、掌握了课程所需的计算机操作基本技能 2、学过企业管理、市场营销等相关知识

考核评价					
	考评项 1	考评项 2	考评项 3	考评项 4	考评项 5
	开卷	上机实操	上机实操	成果评价	成果评价
	20%	20%	20%	20%	20%
	课程教学效果评价方法： 1、专家、同行的评价； 2、学生座谈会； 3、学生问卷评分。				

四、教学设计及教学方法

1、总体教学设计	**本课程实践性较强，教学设计中采用理论讲授+上机实操的方式，以学生为主题，教师演示指导为主，推广互动式教学方法，理论讲述的基础上增加实训环节的比重，使学生既能掌握专业知识，又能进行实践操作，达到企业相关就业岗位的知识与技能要求。**

2、项目教学方法	**序号**	**教学任务实施**	**教学方法**
	1	任务一：网络信息收集与整理 任务二：网络调研方案策划与实施	1、 案例教学 2、 上机指导与实操 3、 组建学习团队完成任务
	2	任务一：搜索引擎营销 任务二：搜索引擎优化（SEO）	同上
	3	任务一：网络广告发布 任务二：网络广告策划	同上
	4	任务一：网络推广策划 任务二：网络推广实施	同上

	5	任务一：网络营销渠道建设 任务二：网络营销渠道管理	同上
教学条件		适合高职电子商务专业的教材，符合网络营销要求的实训室机房，配备了高速网络和所需教学软件，具备多媒体教室及校园网丰富的教学资源。配备了自编的实训指导教材和指导书。	
教学资源		**PPT 课件、自编讲义和实训指导书、案例和参考教材。**	
教学建议			