



东莞城市学院
DONGGUAN CITY COLLEGE

2021 版人才培养方案

电子商务专业

课程教学大纲

(5-8 学期)

金融与贸易学院 编

二〇二二年六月

目 录

一、专业必修课程

1. 《电子商务安全与支付》教学大纲.....1
2. 《电子商务网站建设与管理》教学大纲.....6
3. 《国际市场营销》教学大纲.....11
4. 《电子商务物流与供应链管理》教学大纲.....18
5. 《电子商务组织与运营》教学大纲.....26
6. 《网络营销》教学大纲.....32
7. 《电子商务项目管理》教学大纲.....39

二、专业拓展选修课程

（一）专业选修课程

1. 《外贸英语函电》教学大纲.....45
2. 《客户关系管理大纲》教学大纲.....51
3. 《电子商务专业英语》教学大纲.....57
4. 《电子商务数据分析》教学大纲.....64
5. 《货物运输保险》教学大纲.....70
6. 《报关实务》教学大纲.....77
7. 《电子商务法律法规》教学大纲.....82
8. 《电子商务前沿知识及创新讲座》教学大纲.....88
9. 《社群电子商务运营》教学大纲.....93
10. 《搜索引擎营销》教学大纲..... 99

（二）“专业+”拓展课程

1. 《Python 与爬虫技术》教学大纲.....105
2. 《爬虫与数据可视化技术》教学大纲.....115
3. 《产品摄影》教学大纲.....123
4. 《产品详情页策划与制作》教学大纲.....128

5. 《网站全案策划设计》教学大纲	134
-------------------	-----

三、独立设置的实验（实训）课程

1. 《商务礼仪与谈判实训》教学大纲	143
2. 《跨境电商实训》教学大纲	148
3. 《电子商务网站建设与管理实训》教学大纲	153
4. 《电子商务案例分析》教学大纲	157
5. 《网络营销实训》教学大纲	162
6. 《国贸实务综合实训》教学大纲	166
7. 《电子商务创业实训》教学大纲	170
8. 《商科综合实训》教学大纲	175

四、集中性实践教学环节

1. 《粤港澳大湾区专题调研》教学大纲	181
2. 《毕业实习》教学大纲	185
3. 《毕业论文（设计）》教学大纲	189

《电子商务安全与支付》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	电子商务安全与支付		课程英文名称	E-commerce Security and Payment	
课程编码	F03ZB08E		适用专业	电子商务专业	
考核方式	考试		先修课程	电子商务概论、计算机基础	
总学时	48	学分	3	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训、实验学时： 16		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《电子商务安全与支付》是电子商务专业的一门专业必修课。通过学习，从电子商务系统的安全角度出发，帮助学生了解技术层面的网络安全技术、安全协议与认证的内容，使学生深入系统地了解电子商务安全与支付的基本理论、基本知识和基本技能。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 掌握电子商务安全技术、安全体系；密码学基础、数据加密技术、身份认证与访问控制技术；数字证书和公钥基础设施；网络安全基础、防火墙和入侵检测系统；SET 协议原理、SSL 协议原理；电子商务网站和移动 APP 的安全；云计算与移动电子商务安全	5-2: 掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理。	5. 专业性知识
能力目标	目标 2: 在实践中巩固理论知识,培养学生的基本技能,包括加解密软件的应用、个人数字证书的使用、CA 的安装和使用、网络扫描和网络嗅探、SSL 协议的安装与配置、WEB 服务器和网站的安全配置	9-1: 具备洞察问题、提炼问题的能力,能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识; 9-2: 能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加工。	9. 运用知识能力
素质	目标 3: 培养学生应具备的电子商务安全管理	3-1: 具有扎实的经济学理论基础和专业基础知识,掌握经济	3. 专业素

目标	素质，且具有一定的网络安全防范意识，掌握作为一个电子商务从业人员必须了解的网络安全领域的职业道德和职业精神。	学、网络营销等学科门类的基本理论、分析方法和发展动态。	质能力
----	--	-----------------------------	-----

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
模块 1： 电子商务安全体系与密码学基础	6	重点： 电子商务安全的内涵、电子商务基本需求、电子商务安全技术、电子商务安全体系、密码学基础知识、对称密码体制、公钥密码体制、数字信封、单向散列函数、数字签名、密钥管理与密钥分配 难点： 公钥密码体制、数字信封、单向散列函数、数字签名、密钥管理与密钥分配。 思政元素： 教学方法与策略： 本模块的理论在课堂上予以讲授，课堂教学采用讲授法、启发式、提问式的形式引导学生课堂听课的兴趣和积极性，并积极参与讨论本单元的重点。	课前：通过网上慕课预习。 课堂：积极思考，参讨论。 课后：复习巩固重点和难点问题，完成作业。	目标 1 目标 2
模块 2： 认证技术	6	重点： 消息认证、身份认证、口令机制、常用的身份认证协议、单点登录技术。 难点： 消息认证、单点登录技术 思政元素： 教学方法与策略： 线下线上教学。本模块的理论在课堂上讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例分析方法开展教学，以启发式或提问的形式引导学生课堂听课的积极性。	课前：通过网上慕课预习。 课堂：认真听课，参与讨论案例分析。 课后：认真完成网上布置的电子作业。	目标 1 目标 2
模块 3： 数字证书和公钥基础设施	6	重点： 数字证书原理、内容和格式；数字证书的功能、公钥基础设施、个人证书的使用、安装和使用 CA 服务器 难点： 数字证书原理、公钥基础设施 教学方法与策略： 本模块的理论概念线下讲授。采用讲授、推演和案例讨论，以启发式或提问的形式引导学	课前：通过网上慕课预习。 课堂：认真听课，参与讨论案例分析。 课后：通过练习，巩固本单元所学内容。	目标 1 目标 4 目标 5

		生课堂听课的积极性，并积极参与互动。		
模块 4： 网络安全基础	6	重点： 网络安全体系模型、网络安全的常见威胁、计算机病毒及其防治 难点： 网络安全的常见威胁 思政元素： 教学方法与策略： 线下线上教学。本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学，以练习及讲解的形式引导学生熟练应用项目成本估算的方法。	课前：通过网上慕课预习。 课堂：认真听课，案例分析与讨论、解题与讲解。 课后：认真完成网上布置的电子作业。	目标 1 目标 2
模块 5： 防火墙和入侵检测系统	6	重点： 访问控制概述、防火墙原理、技术与体系结构；入侵检测系统 难点： 访问控制的实现机制、动态包过滤技术、屏蔽子网防火墙 教学方法与策略： 本模块的理论与概念线下讲授。采用讲授、推演和案例讨论，以启发式或提问的形式引导学生课堂听课的积极性，并积极参与互动。	课前：预习防火墙的概念、功能。 课堂：认真听课，案例分析与讨论。 课后：按时完成课后设计的网上习题。	目标 1 目标 2
模块 6： 电子商务安全协议	6	重点： SSL 协议的工作过程、SET 协议的工作流程、VPN 的关键技术 难点： SSL 协议的工作过程、SET 协议的工作流程 思政元素： 教学方法与策略： 本章节的理论线下讲授。线下线上教学。本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学。	课前：通过网上慕课预习。 课堂：认真听课，参与提问互动。 课后：完成网上电子作业，以便巩固所学知识。	目标 1 目标 2
模块 7： 电子支付与安全	6	重点： 电子现金、电子现金安全需求的实现、微支付 难点： 电子现金中使用的密码技术、常见微支付协议的比较 教学方法与策略： 本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学。	课前：通过网上慕课预习。 课堂：认真听课，参与提问互动。 课后：完成网上电子作业，巩固本模块的重点与难点。	目标 1 目标 2
模块 8： 电子商务网站和移动 App 的	6	重点： SQL 注入攻击、跨站脚本攻击、网页挂马。 难点： SQL 注入攻击、跨站脚本攻击 教学方法与策略：	课前：通过网上慕课预习。 课堂：认真听课，参与提问互动。 课后：完成该模块	目标 1 目标 2

安全		本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学。	的电子作业，巩固本章所学知识。	

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试或课程论文（设计）两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的 30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 15%）、实训（占 5%）、考勤（占 10%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.平时作业；2.实训；3.考勤
优秀 (90~100 分)	1.学习通 APP 电子作业；90%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果准确无误。 3.没有贴图或截图作答。
良好 (80~89 分)	1.学习通 APP 电子作业；80%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果较为准确。 3.没有贴图或截图作答。
中等 (70~79 分)	1.学习通 APP 电子作业；70%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果较为准确。 3.没有贴图或截图作答。
及格 (60~69 分)	1.学习通 APP 电子作业；60%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果不太准确。 3.有贴图或截图作答。
不及格 (60 以下)	1.学习通 APP 电子作业；50%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果不准确。 3.有贴图或截图作答。

2. 期末考试或课程论文（设计）（占总成绩的 70%）

（1）期末考试（开卷或闭卷）：采用百分制，考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
模块 1~8	作业 1-8 电子练习题	单选题	目标 1	20
模块 1~8	作业 1-8 电子练习题	多选题	目标 2	10
模块 1~8	作业 1-8 电子练习题	判断题	目标 1	20
模块 1~8	作业 1-8 电子练习题	简答题	目标 2	30
模块 1~8	作业 1-8 电子练习题	案例分析	目标 1	20

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士及以上 其他：
2	课程时间	周次：1-16 周 节次：3 节/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，一周一次 线下地点及时间安排：授课教室，上课前后

七、选用教材

[1]唐四薪，郑光勇，唐琼.电子商务安全（第2版）[M].清华大学出版社,2020年7月

八、参考资料

[1]许峰.电子商务安全原理（第1版） [M]清华大学出版社,2017年8月

九、网络资料

[1] 慕课《电子商务安全》，武汉大学，曾子明主讲

十、其他资料

大纲执笔人：张帆

讨论参与人：谭宇玮

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝

《电子商务网站建设与管理》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	理论
课程名称	电子商务网站建设与管理		课程英文名称	E-commerce website construction and management	
课程编码	F03ZB12E		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	电子商务概论	
总学时	48	学分	3	理论学时	44
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：4		

二、课程简介

本课程属于电子商务专业必修课程，有助于学生了解经营电子商务企业的基本内容：电子商务网站策划、电子商务网站运营环境架构、电子商务动态网站开发、电子商务网站运营管理和网站运营维护管理。全面了解和掌握电子商务的基本原则和方法，较为娴熟地运用相关基本知识和技能，注重培养学生电子商务运营和管理的实践能力。

通过本课程的教学，使学生能够充分了解电子商务运营管理的基本概念、基本理论和方法。在对电子商务运营管理的基本概念和电子商务运营战略进行介绍的基础上，将电子商务运营管理丰富的内容从电子商务运营系统设计、运行、维护与改进的视角结合起来。培养学生的综合管理素质，为今后学习和工作打下基础，提高自己的综合竞争力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 学生需对电子商务有基本了解，加强对电子商务的专业知识。	4-3: 掌握现代管理、经济学、信息技术的基础理论和专业知识，具备面向未来电商行业的大数据思维意识； 4-4: 了解快速发展的电子商务新兴产业动态，注重产业技术创新和商业模式创新。	3. 学科基础知识
能力目标	目标 2: 能够利用电子商务的专业知识，对的市场行情、行业发展趋势等进行判断，以及对商品量、浏览量、成交额等指标的评估。	4-6: 具备独立自主地获取本专业相关知识的学习能力；具备将所获取的知识与实践融会贯通并灵活应用于电子商务实务的技能；初	6.综合创新能力

		步具备基于多学科知识融合的创意、创新和互联网创业项目经营与管理能力。	
素质目标	目标 3: 通过本课程的学习,培养作为一个电子商务从业者的职业道德,遵守宣传规范和理念。	8-1: 具备良好的职业道德素养和商业伦理观。 8-2: 具有分析和解决企事业单位财务管理实际问题的专业素质。	8.专业素质

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
认识电子商务网站	4	重点: 电子商务网站价值链模型; 构成网站的基本要素分析; 网站管理与业务流程分析; 难点: 企业网站三层体系结构; 基于 ERP 的内联网网站模式; 基于 EDI 的外联网网站模式; 基于 WEB 的互联网网站模式; 教学方法与策略: 线上线下相结合。对于基本概念、原理在课堂上予以讲授, 对于电子商务形态演进方面的内容采用线上自学线下讨论的方式进行。课堂主要运用讲授法、案例分析与讨论开展教学, 辅以启发式提问拓宽学生学习思路。		目标 1 目标 2 目标 3
电子商务网站规划	6	重点: 电子商务网站规划的原则: 目的性和用户需求、版式设计、多媒体技术的合理利用等; 网站建设的工作流程; 域名的注册方法; 网站的 CIS 设计; 难点: 掌握和运用网站的 CIS 设计方法和技巧。 教学方法与策略: 线上线下相结合。课堂主要运用讲授法、案例分析与讨论开展教学, 辅以启发式提问拓宽学生学习思路。		目标 1 目标 2 目标 3
电子商务网站运营管理	10	重点: 网站运营数据分析的内容; 网站运营分析的商业指标; 网站运营配合策略; 难点: 网站信息发布管理的内容、功能及操作流程。 教学方法与策略: 线下教学。对于思想、原理在课		目标 1 目标 2 目标 3

		堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路		
电子商务 网络营销	6	重点：软文营销，搜索引擎营销，邮件营销，付费广告，社交媒体营销。 难点：软文营销的四要素，微信营销，微博营销，邮件营销。 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。		目标 1 目标 2 目标 3
电子商务 网站客户关系管理	6	重点：客户服务系统，在线客服系统，会员制管理 难点：客户服务的职责，客户服务质量管理，在线客服服务礼仪，客户服务系统功能模块。 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路		目标 1 目标 2 目标 3
电子商务 网站运营管理维护	6	重点：影响网络安全的因素及安全威胁的来源；网站运营维护：硬件、操作系统、数据库及内容的维护。 难点：保护文件安全的方法和技巧；防火墙的配置、路由器的包过滤技术；访问控制列表的分类、特点及应用； 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路		目标 1 目标 2 目标 3
电子商务 网站案例分析	6	重点：电子商务网站运营成功案例与失败案例分析 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路		目标 1 目标 2 目标 3

电子商务 网站运营 计划	4	教学方法与策略： 通过组织学生讨论、制订运营计划，使其深入理解、消化所学知识，形成系统的知识结构。同时，注意培养学生的认知和创新能力，提高教学效果。	目标 1 目标 2 目标 3
--------------------	---	--	----------------------

五、学生学习成效评估方式及标准

本课程是考试课程，考核形式为闭卷考试。在考试题目的设计上，尽可能避免片面强调对书本知识的死记硬背，重点检验学生对基本概念和基本理论的掌握程度以及学生运用所学知识解决实际问题的能力。

1. 课程总成绩由 30%的平时成绩（作业及课堂讨论占 10%、出勤占 10%、实验占 10%）和 70%的期末成绩组成。评分标准如下表：

分数	评 分 标 准
	1.作业；2.考勤
90~100 分	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.全勤
80~89 分	1.作业书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.请假 1-2 次，无旷课。
70~79 分	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.超过 3 次请假或旷课
60~69 分	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.大于三次请假或旷课
60 以下	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2. 大于三次请假或旷课

2. 期末考试（占总成绩的 70%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核 模块	考核内容	主要 题型	支撑 目标	分值
第一至七章	一至七章的知识考核	考试	目标 1 目标 2 目标 3	100

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：张嘉毅（助教） 学历（位）：硕士 其他：
2	课程时间	周次：1-16 周 节次：
3	授课地点	☐ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排： 线下地点及时间安排：

七、 选用教材

[1] 赵守香 丁辉 等. 网站运营与管理(第 2 版), 清华大学出版社, 2019 年 8 月

大纲执笔人： 张嘉毅

讨论参与人:***

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：***

《国际市场营销》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	国际市场营销		课程英文名称	International marketing	
课程编码	F03ZB21C		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	经济学、国际贸易实务	
总学时	32	学分	2	理论学时	28
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时：4		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《国际市场营销》是电子商务专业的一门专业必修课程，研究对象是以满足世界各国消费者的需要为中心的企业跨国营销活动及其规律性，研究内容包括国际营销环境、国际市场购买行为、国际营销策划、国际营销管理及国际营销策略等。本课程旨在培养本专业学生掌握国际市场营销领域中的相关重要理论知识、概念和基本方法，使学生在将来的经贸活动中具有必备的国际市场营销方面的知识和技能，更好地为企业开拓国际市场服务，提升我国产品在国际市场的竞争力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 学生需掌握国际市场营销的基本概念；国际营销环境、国际市场购买行为；国际营销管理；国际营销策略。	5-2 掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理，5-3 初步具备从事电子商务组织与运营的基本能力及互联网营销与策划活动的基本技能。	5.专业知识
能力目标	目标 2: 在实践中掌握国际营销的基本能力，逐步掌握国际营销的理论和方法。	9-1 具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在经贸实践活动中灵活运用所掌握的专业知识； 9-2 能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加	9.运用知识的能力。 10. 创业项目管理的能力

		工；具的使用方法。 10-1 初步具备基于多学科知识融合的创意、创新和互联网创业项目管理能力。	
素质目标	目标 3: 通过本课程的学习，培养作为一个国际贸易人员必须具备的坚持不懈的学习精神，严谨治学的科学态度和积极向上的价值观，为未来的学习、工作和生活奠定良好的基础。	3-1 具有扎实的经济学理论基础和专业基础知识，掌握经济学、国际贸易、网络营销等学科门类的基本理论、分析方法和发展动态， 3-2 了解主要国家和地区的发展状况、 3-3 掌握电子商务类专业理论与专门方法，	3.专业素质

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
国际营销基础知识及法律、经济环境	6	重点： 市场营销的定义；理论基础；企业开展国际市场营销的原因；国际国内营销的区别；国际政治环境对国际市场营销的影响；国际法律制度对国际市场营销的影响。各种经济环境及目标国市场环境。 难点： 国际市场营销与国内营销的比较；政治风险及其评估；东道国法律；解决国际贸易争端的途径。经济层次划分。 思政元素： 介绍国际市场营销的发展过程，正确认识国际市场营销的复杂性质。 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问、讨论等。	课前：查阅资料 课堂：积极讨论 课后：思考生活中的营销活动	目标 1 目标 2 目标 3
国际市场营销的文化与技术环境	4	重点： 文化的含义、文化的要素、文化分析、文化适应、文化变迁以及国际营销中的商业习惯。技术革命的发展历程，技术革命对国际市场营销的影响。 难点： 文化分析、文化适应、文化变迁及文化要素；互联网与国际营销。 思政元素： 通过国际市场营销的文化分析，正确树立中华文化自信。 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以主题式讨论。	课前：查阅资料 课堂：积极讨论 课后：考察影响企业市场营销的文化因素	目标 2 目标 3

国际市场 营销购买 行为分析 及市场调 研	6	重点：消费者购买行为模式；影响消费者购买行为的因素；影响产业购买行为因素分析；影响政府购买行为的因素。市场调研的基本内容、步骤，国际市场调研的资料收集方法。 难点：消费者购买行为模式；消费者购买行为的影响因素。市场调研的基本内容、步骤，国际市场预测方法。 思政元素：正确认识国际市场购买行为的复杂性质。 教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以实践指导。	课前：查 阅资料 课堂：积 极讨论 课后：考 察生活 中的购 买行为	目标 2 目标 3
国际市场 细分及进 入战略	6	重点： 国际市场细分；目标市场选择；国际市场定位；国际市场战略要素；国际市场进入模式及进入国际市场的影响因素。 难点： 国际市场宏观和微观细分标准；市场细分有效性测量标准；影响目标市场策略选择的因素；国际市场定位依据；国际市场进入模式。 思政元素： 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以学生自我研讨学习。	课前：查 阅资料 课堂：积 极讨论 课后：考 察知名 企业市 场细分 方法	目标 2 目标 3
国际竞争 战略及产 品策略	6	重点： 国际市场竞争分析，营销竞争优势战略，国际战略联盟。国际产品整体概念；国际市场产品组合策略；标准化与差异化策略；产品-沟通组合策略；产品生命同期理论与营销策略运用；影响新产品开发成功的因素和新产品开发策略。 难点： 国际市场竞争分析，营销竞争优势战略，国际市场产品策略。品牌价值构成理论；品牌价值评估的方法；品牌延伸的分类；品牌的经营保护。 思政元素： 正确树立国际市场营销策略观念，做好品牌保护。 教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：查 阅资料 课堂：积 极讨论 课后：思 考现实 中的产 品策略	目标 2 目标 3
国际市场 价格策略 及渠道策 略	6	重点：影响国际市场价格的主要因素；国际转移定价原理；定价策略及调价策略，新产品定价策略；心理定价策略；价格歧视策略。决定国际渠道设计的因素；激励和评估渠道成员的必要性；宏观角度下的渠道体系与结构变化。 难点：影响国际市场价格的主要因素；国际转移定	课前：查 阅资料 课堂：积 极讨论 课后：对 生活中	目标 2 目标 3

		价原理；价格歧视策略的运用。决定国际渠道设计的因素；激励渠道成员的形式及优缺点分析。 思政元素： 正确认识国际市场营销渠道策略，杜绝非法渠道。 教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以生活实践讨论。	的价格策略进行评价	
国际市场促销策略	6	重点：影响国际市场促销的特殊因素；广告信息决策；广告媒体决策；衡量广告效果；人员推销管理；提高人员推销绩效；公共关系活动的表现形式和效果评估；推广工具的合理使用。 难点：制定促销组合需考虑的因素；影响国际市场促销的特殊因素；制定广告促销策略时应考虑的 5M 因素；人员推销管理；制定、测试和实施推广方案。 思政元素： 正确认识国际市场营销促销策略，拒绝恶意促销。 教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以体验式讨论。	课前：查阅资料 课堂：积极讨论 课后：你所认识的促销活动介绍	目标 2 目标 3
国际营销管理	2	重点： 国际服务市场，服务市场营销要素，服务营销信息系统，国际市场营销的组织、计划与控制。 难点： 服务市场营销要素，服务营销信息系统，国际市场营销的控制。 思政元素： 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：查阅资料 课堂：积极讨论 课后：对生活中的服务营销活动进行评论	目标 2 目标 3

（二）实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	国际市场营销方案设计	4	重点：选择喜欢的公司为其产品进行国际市场营销方案的设计 难点：将理论知识与实践相结合。 思政元素：要求学生必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	综合	实训要求须完成 PPT 制作及并进行发表。	目标 1 目标 2 目标 3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、小组汇报成绩、期末考试等三个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）、小组汇报成绩（占 10%）和考勤（占 10%）四个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1. 作业；2. 小组汇报；3. 考勤
优秀 (90~100 分)	1. 作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 小组汇报表现优秀。 3. 考勤全勤。
良好 (80~89 分)	1. 作业书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 小组汇报表现良好。 3. 考勤全勤。
中等 (70~79 分)	1. 作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 小组汇报表现中等。 3. 考勤记录中存在请假。
及格 (60~69 分)	1. 作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 小组汇报表现一般。 3. 存在无故旷课现象。
不及格 (60 以下)	1. 字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2. 小组汇报表现极差或未完成汇报作业。 3. 严重违反学校考勤制度规定。

2. 期末考试（占总成绩的 60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
国际营销基础知识	市场营销的定义；理论基础；区域经济组织对市场营销的影响；经济环境对市场营销的影响；目标国对市场营销的影响；法律制度对市场营销的影响。	选择题、判断题	目标 1	15
	消费者购买行为模式；影响消费者购买行为的因素；影响产业购买行为因素分析；影响政府购买行为的因素。	选择题、简答题	目标 1 目标 2	15
国际营销基本理论	国际市场细分；目标市场选择；市场定位；传统营销组合理论的局限性；政治权力策略；公共关系策略；整合营销与 4C 策略；关系营销与 4R 策略；网络营销与 4E 策略。	选择题、简答题、案例题	目标 1 目标 2 目标 3	30
国际市场营销策略	国际产品整体概念；国际市场产品组合策略；标准化与差异化策略；产品-沟通组合策略；产品生命周期理论与营销策略运用；影响新产品开发成功的因素和新产品开发策略。品牌选择策略；品牌延伸的分类；品牌的经营保护和法律保护；新产品定价策略；心理定价策略；价格歧视策略。决定国际渠道设计 11C 因素；激励和评估渠道成员的必要性；宏观角度下的渠道体系与结构变化。影响国际市场促销的特殊因素；广告信息决策；广告媒体决策；衡量广告效果；人员推销管理；提高人员推销绩效；公共关系活动的表现形式和效果评估；推广工具的合理使用。	选择题、案例题、论述题	目标 1 目标 2 目标 3	30
国际市场服务营销	国际服务市场，服务市场营销要素，服务营销信息系统，国际市场营销的组织、计划与控制。	论述题	目标 3	10

七、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士研究生及以上 其他：
2	课程时间	周次：16 节次：2 节/周
3	授课地点	√ 教室 √ 实验室 □ 室外场地 □ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排： 线下地点及时间安排：

七、 选用教材

[1] 王晓东. 国际市场营销（第五版）[M]. 北京：中国人民大学出版社，2021 年 3 月.

八、 参考资料

[1] 菲利普 R 凯特奥拉. 国际市场营销学[M]. 北京：机械工业出版社，2017 年 8 月.

[2] 顾秀君, 陈品, 胡大江. 国际市场营销[M]. 西安: 西北工业大学出版社, 2021 年 1 月.

[3] 闫国庆. 国际市场营销学[M]. 北京: 清华大学出版社, 2021 年 3 月.

网络资料

[1] 中国市场学会, <http://www.ecm.com.cn/>

[2] 中国营销学会, <http://www.cmssc.org/>

其他资料

大纲执笔人: 李欣原

讨论参与人: 熊炬成

系(教研室)主任: 张帆

学院(部)审核人: 赖忠孝

《电子商务物流与供应链管理》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业必修课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	电子商务物流与供应链管理		课程英文名称	Logistics and Supply Chain Management	
课程编码	F03ZB13E		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	经济学、电子商务概论、市场营销学等	
总学时	48	学分	3	理论学时	48
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：0		

二、课程简介

《电子商务物流与供应链管理》是电子商务专业的一门专业必修课程，本课程全面、系统地介绍了物流与物流管理、仓储管理、配送管理、物流信息管理、物流模式管理、供应链管理、供应链采购管理、供应链关系管理、供应链优化与整合、供应链与物流成本管理等内容。希望通过本课程的学习，在培养德智体美劳全面发展，具有现代管理和信息经济理念，掌握供应链与物流管理的基础理论和知识，具备较强的获取知识的自学能力和一定的科学研究、实际工作能力，具有敏锐的商业洞察力和创新创业意识，能够运用创造性思维和多学科知识融合创新，分析和解决电子商务领域实际问题的应用型人才。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 了解物流与供应链管理的内容，学习仓储管理、配送管理、物流信息管理、物流模式管理，供应链管理、采购管理、供应链关系管理、供应链优化与整合、供应链与物流成本管理方面的知识，掌握物流与供应链管理的基本理论与基本方法。	5-2 掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理	5. 专业性知识
能力目标	目标 2: 培养学生理论结合实践的综合技能，使其成为应用性、复合型人才。初步具有基本的物流与供应链管理的感知能力；具有一定的分析物流与供应链管理对电子商务发展影响的逻辑思路；能运用物流与供应链管理理论，提出新形势下改进物流管理水平的新途径的能	8-2 能够应用现代科技手段获取新知识，进行自我学习、自我消化知识、自我更新知识、终身学习的能力 8-4 具备综合分析和解决实际问题。	8. 获取知识的能力

	力；能描述物流与供应链管理的相关概论及相关理论；能运用采购管理相关理论，解决企业采购过程中遇到的难题；能运用库存管理方法，提出不同企业的库存控制策略；能运用配送中心规划的相关方法设计企业的配送方案；能运用物流管理成本的相关理论，核算企业的物流成本。		
素质目标	目标 3： 通关课程学习，使学生具有热爱所学专业、爱岗敬业的精神和强烈的法律意识；有协助完成物流与供应链相关工作的良好的业务素质和身心素质；具有基本的物流与供应链管理的感知能力；具有一定的分析物流与供应链管理对电子商务发展影响的逻辑思路；具有自学能力、获取信息的能力，组织、管理、团队协作能力等；关注行业发展，善于思考行业热点现象或问题。	11-5 与小组或团队成员之间基于互尊互助、平等协商等原则进行沟通，实现团队目标 12-1 养成独立思考的习惯，树立进取意识和探索精神；	11. 团队沟通与协作的能力 12. 思辨与创新思维的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
物流与物流管理的认知	6	重点： 掌握物流管理的原则、基本内容及主要学说； 难点： 掌握物流各个主要环节的相关信息 思政元素： 通过案例《中国古代丝绸之路与一带一路》培养学生爱党、爱国和大国自信，积极引导思考企业如何在党和国家实施的各类政策战略中做好企业物流的。 教学方法与策略： 线下教学。利用 PPT、多媒体工具，使学生学习物流及物流管理、电子商务的基本理论，物流管理的原则、基本内容及主要学说，物流系统的构成。初步形成基本的物流管理感知能力。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。课下采用分组调查法，巩固学习成果。	课前：观看影片《中国古代丝绸之路》 课堂：讲解相关知识 课后：习题练习	目标 1 目标 3

仓储管理	6	重点：掌握入库管理、在库管理及出库管理的基本理论、库存控制的方法 难点：掌握入库管理、在库管理及出库管理的基本理论；库存控制的办法，提出不同企业的库存控制策略 思政元素：视频《京东首个“无人仓库”》，培养学生民族自豪感、创新精神。 教学方法与策略：线下教学。利用 PPT、多媒体工具，使学生学习仓库管理的概念、原则、内容及模式、库存的分类、库存管理的相关理论、库存控制的方法。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：库存量的计算练习	目标 1 目标 2 目标 3
配送管理	6	重点：掌握配送管理的主要模式。 难点：掌握配送中心规划设计的思路及相关方法，设计企业的配送方案 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用 PPT、多媒体工具讲授配送管理的主要模式，配送成本管理，配送中心规范设计及方法。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。课下采用分组设计方案的方法，巩固学习成果。	课前：思考网上购物如何配送到消费者手中、 课堂：列举案例及讲授相关知识 课后：练习配送方案的实际	目标 1 目标 2
物流信息管理	6	重点：掌握物流信息化在物流中的地位与内容；掌握理解信息技术的构成 难点：能够解释条码技术、电子交换技术的构成以及运用方式；能够在具体的应用中识别各种信息技术。 思政元素：引入案例《中国北斗卫星导航系统》、《中国 5G 技术》、《中国的“二维码扫一扫”专利》，培养学生爱国情怀、民族自豪感、创新创业精神、社会责任感 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用 PPT、多媒体工具讲授条码技术、RFID 技术、EDI 技术、GPS 技术、GIS 技术、物联网技术。对课堂运用主要运用讲授法、案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：寻找身边的物流技术。 课堂：通过案例来讲授相关知识 课后：练习题	目标 1 目标 2 目标 3
物流模式管理	6	重点：掌握各物流模式的含义、特征及其优劣势 难点：掌握各种物流模式选择应考虑的因素 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用 PPT、多媒体工具讲授自营物流、第三方物流、第四方物流、物流联盟、绿色物流等各种物流模式的相关理论，含义、特征及其优劣势，各种物流模式选择的影响因素。课堂运用主要运	课前：寻找身边的物流企业，调查他们的业务范围 课堂：讲授相关知识 课后：调查目前主流电商平	目标 1 目标 2

		用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	台的物流模式	
供应链管理	4	重点：掌握供应链管理的内容、供应链战略的原则、供应链管理的方法和模式 难点：能够根据所学知识，选择恰当的供应链管理方法和模式。 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授供应链及其管理的概念；供应链的分类、特点及作用；供应链管理的原理、方法及模式。课堂运用主要运用讲授法、案例法及分组讨论法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：完成练习题	目标 1 目标 2
供应链采购管理	4	重点：重点掌握供应链采购方式 难点：能够概括采购、采购管理的基本理论；能够区分不同的供应链采购方式并进行恰当的选择。 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授采购及供应链采购的基本理论；供应链采购的作用及内容；供应链采购方式。课堂运用主要运用讲授法、案例法、分组讨论法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：思考采购是做什么的。 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：采购练习题	目标 1 目标 2
供应链关系管理	3	重点：掌握供应链合作伙伴关系的选择原则及方法 难点：能够理解供应链合作伙伴关系建立的制约因素；能够就如何选择供应链合作伙伴进行阐述。 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授供应链合作伙伴管理的概念、基本理论；供应链合作伙伴管理的意义及制约因素；供应链合作伙伴关系的选择原则及方法。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2
供应链优化与整合	3	重点：掌握供应链优化的方法 难点：能够解释牛鞭效应产生的原因并根据不同的实际情况，提出相应的应对策略；能够对企业现有供应链提出优化策略 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授供应链失灵、牛鞭效应、供应链优化、供应链整合的基本概念；牛鞭效应产生的原因、表现，应对牛鞭效应的方法；供应链整合的目标；供应链优化的方法。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生	课前：预习课牛鞭效应的知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：供应链优化与整合的练习题	目标 1 目标 2

		学习思路。		
供应链与物流成本管理	4	重点： 掌握供应链成本控制、物流成本核算的方法。 难点： 能够区分不同类别的物流成本；能够根据企业实际运营现状，就物流成本控制、供应链成本控制提出有建设性的意见。 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授供应链成本、物流成本的概念、分类，供应链成本控制、物流成本核算的方法。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：思考物流成本包括哪些？与会计成本是否一致？ 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：物流成本的计算	目标 1 目标 2

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试等两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 30%）和考勤（占 10%）两个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.小组汇报 3.考勤.....（根据课程需要自行设计）
优秀 (90~100 分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.考勤全勤 3.课堂表现优秀
良好 (80~89 分)	1.作业书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.缺勤 1 次 3.课堂表现良好
中等 (70~79 分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.缺勤 2 次 3.课堂表现一般
及格 (60~69 分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.缺勤 2 次 3.课堂表现不积极
不及格 (60 以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2.缺勤 3 次 3.扰乱课堂秩序

2. 期末考试（占总成绩的 60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配

情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
物流及物流管理	物流及物流管理的概念、原则、主要学说；物流系统的构成	单选题、多选题、判断题、名词解释	目标 1	5
仓储管理	仓储管理的概论、原则；仓储管理的内容；仓储的类型；仓储管理的目的及内容；出库的依据；出库方式；库存的概念、分类及作用	单选题、多选题、判断题、名词解释	目标 1	5
	入库流程及问题的处理；出库的要求及问题处理；库存控制的目标、方法	简答题、案例分析题、论述题	目标 1 目标 2 目标 3	10
配送管理	配送管理的主要模式、配送中心的概念、配送成本	单选题、多选题、判断题、名词解释	目标 1	5
	配送中心规划设计的思路与方法；配送中心的流程	简答题、论述题	目标 1 目标 2 目标 3	10
物流信息管理	条码技术、RFID 技术、EDI 技术、GPS 技术、GIS 技术、物联网技术的概念	单选题、多选题、判断题、名词解释	目标 1	5
	条码技术、电子交换技术的构成以及运用方式	简单题、案例分析题	目标 1 目标 2	5
物流模式管理	自营物流、第三方物流、第四方物流、物流联盟、绿色物流、再生资源物流、冷链物流、逆向物流的概念、特点	单选题、多选题、判断题、名词解释	目标 1	5
	各种物流模式的优劣势、影响物流模式选择的因素	简答题、案例分析题	目标 1 目标 2 目标 3	10
供应链管理	供应链的概念、类型、主要流程；供应链管理的概念、特点及基本要求及作用；供应链管理的原理	单选题、多选题、判断题、名词解释	目标 1	3
	供应链管理的原理；供应链管理的支点	简答题	目标 1 目标 2	5
供应链采购管理	采购管理的概念、作用、内容、流程，准时化采购的概念，电子采购的概念；物料需求计划的概念	单选题、多选题、判断题、名词解释	目标 1	3
	准时化采购的基本思想、特点、意义及实施步骤；电子采购模式；物料需求计划的构成	简答题、案例分析题	目标 1 目标 2 目标 3	5
供应链关系管理	供应链合作伙伴的评价与选择	单选题、多选题、判断题	目标 1	3
	供应链企业间的委托代理关系的特征；选择供应链合作伙伴的基本考虑和原则；选择供应链合作伙伴的方法	简答题	目标 1 目标 2	5
供应链优化与整合	供应链失灵的因素；牛鞭效应的概念；供应链整合的概念；供应链优化的概念、层次	单选题、多选题、判断题、名词解释	目标 1	3
	供应链失灵的因素；供应链管理中不确定性的	简答题	目标 1	5

	表现；牛鞭效应的原因、表现及解决方法；供应链优化的方案		目标 2	
供应链与物流成本管理	供应链成本的概念构成与分类；物流成本的概念、分类	单选题、多选题、判断题、名词解释	目标 1	3
	供应链成本的影响因素；供应链成本控制、物流成本的计算	简答题、案例分析题	目标 1 目标 2	5

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士研究生 其他：
2	课程时间	周次：1-16 周 节次：3 课时/周，可以分为单周 2 课时，双周 4 课时上课
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信、超星、雨课堂 线下地点及时间安排：课堂

七、选用教材

[1] 朱春燕. 物流与供应链管理[M]. 北京：清华大学出版社，2020 年 1 月

八、参考资料

- [1] 马丁·克里斯托弗 物流与供应链管理（第 5 版）[M]. 电子工业出版社. 2020. 08
- [2] 范碧霞、魏秀丽 物流与供应链管理[M]. 上海财经大学出版社. 2020. 02
- [3] 朱传波 物流与供应链管理[M]. 机械工业出版社. 2020. 01
- [4] 宋华 物流与供应链管理[M]. 中国人民大学出版社. 2019. 12
- [5] 顾穗珊 物流与供应链管理[M]. 机械工业出版社. 2019. 07
- [6] 汪小芬 物流与供应链管理[M]. 西安交通大学出版社. 2019. 06
- [7] 张钦等 物流与供应链管理[M]. 科学出版社. 2019. 02

九、网络资料

- [1] 电子商务指南 <http://www.web136.net/ec/>
- [2] Ec 电子商务研究 <http://dzsw.org/dzswmain.asp>
- [3] 中储物流在线 <http://www.156net.com/>
- [4] 中国第三方物流 <http://www.3rd56.com/>
- [5] 中国物流与运输网 <http://www.cltnet.cn/>

[6] 中国物流与采购网 <http://www.chinawuliu.com.cn>

[7] 艾瑞网 <http://www.iresearch.cn/>

[8] 中国电子商务研究中心 <http://www.100ec.cn/>

[9] 中国互联网信息中心 <http://www.cnnic.cn/>

执笔人： 江黎

参与人：

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝

《电子商务组织与运营*》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	电子商务组织与运营		课程英文名称	E-commerce Organization and Operation	
课程编码	F03ZB51E		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	电子商务概论、经济学	
总学时	48	学分	3	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时：16		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《电子商务组织与运营》是电子商务专业的一门专业必修课程。电子商务已经渗透到社会生活的方方面面，成为许多企业生存和发展必不可少的一个途径。在近 20 多年的发展中，我们耳闻过众多电子商务企业的辉煌，也目睹过这些企业的悲壮结局。本课程向学生展示电子商务企业在电子商务运营管理中的成功经验，总结企业可持续发展的核心要素。因为电子商务管理的特殊性，区别于传统的运营管理课程侧重于生产制造的管理经验，本课程更多地涉及服务经营和数据处理，旨在帮助学生了解电子商务企业的运行逻辑，引入高层次的思想与新方法，注重理论联系实际。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 学生需掌握电子商务组织运营的基本概念；熟悉电子商务运营体系、运营模式。	5-3 初步具备从事电子商务组织与运营的基本能力及互联网营销与策划活动的基本技能。	5. 专业性知识

能力目标	目标 2: 要求学生掌握深入分析电子商务行业各项数据的能力,灵活应用其理论和原理,学生能够对市场行情、数据进行有效分析。	8-1 能够掌握有效的自主学习方法; 8-2 能够应用现代科技手段获取新知识,进行自我学习、自我消化知识、自我更新知识、终身学习的能力, 8-3 适应电子商务行业快速发展的客观情况; 8-4 具备综合分析和解决实际问题。	8. 获取知识的能力
		10-1 初步具备基于多学科知识融合的创意、创新和互联网创业项目管理能力。	10. 创业项目管理的能力
素质目标	目标 3: 通过与课程内容紧密配合的课堂活动,丰富教学内容,培养学生的主体意识、问题意识、交流意识;让学生在小组分工、案例分析等教学活动中领悟并认识到敬业耐劳、恪守信用、讲究效率、尊重规则、团队协作、崇尚卓越等职业道德与素质在个人职业发展和事业成功中的重要性,使学生能树立起自我培养良好的职业道德与注重日常职业素质养成的意培养学生的综合职业能力和全面素养能力。	3-3 掌握电子商务类专业理论与专门方法, 3-4 能够理论与实践紧密结合,解决实际问题, 3-5 注重产业技术创新和商业模式创新。	3. 专业素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
电子商务组织与运营管理导论	4	重点: 了解电子商务组织与运营的职能定位、服务运营的主要特征;理解电子商务运营管理的运营特点和基本思路;初步掌握数据化运营及其管理的基本概念和主要应用。 难点: 理解电子商务运营管理的运营特点和基本思路;初步掌握数据化运营及其管理的基本概念和主要应用。 思政元素: 介绍在大数据时代电子商务运营管理新	课前:预习课本知识 课堂:通过案例、课堂讨论教学 课后:习	目标 1 目标 2 目标 3

		趋势，培养学生科学探索精神。 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	题 总 结 归 纳	
电子商务组织与运营策略（一）	8	重点：掌握商业模式的概念，了解商业模式的内涵及其与运营模式以及其他管理理论的关系。了解并掌握商业模式五大要素的内涵及其相互关系。了解商业模式的基本表达和设计方法。 难点：了解并掌握商业模式五大要素的内涵及其相互关系。了解商业模式的基本表达和设计方法。 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2
电子商务组织与运营策略（二）	8	重点：掌握平台模式的概念，了解平台生态系统的运营特征和业务活动。初步掌握平台经营策略的思路的实施方法。理解企业战略的落地途径，明确运营模式和管理模式的基本内涵与要素，了解电子商务企业组织结构的典型构造。了解电子商务企业需求预测和能力计划的基本内容。初步掌握综合运营计划的活动、策略和制订方法。 难点：初步掌握平台经营策略的思路的实施方法。理解企业战略的落地途径。初步掌握综合运营计划的活动、策略和制订方法。 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2 目标 3
运营方法（一）	8	重点：理解借助企业架构方法将企业战略落地到信息系统的思路，明确企业架构的基本内涵和作用。掌握企业架构的四种基本组成，能够说明它们的关系和相互作用。初步掌握构建企业架构的方法。理解业务流程的概念内涵、相关理论和实践方法，了解商业模式与业务流程的关系。初步掌握服务流程的涉及方法，以及服务支持设施。理解业务流程再造的概念内涵，初步掌握业务流程再造的基本方法。 难点：掌握企业架构的四种基本组成，能够说明它们的关系和相互作用。 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2 目标 3
运营方法（二）	8	重点：理解商务智能的概念内涵、相关理论和实施方法，初步掌握商务智能所需的数据环境，初步掌握 3 种数据分析方法论，理解基本运用方法。 难点：掌握参数估计和假设检验的基本原理和基本	课前：预习课本知识 课堂：通	目标 1 目标 2

		方法，了解多变量模型和多元统计合理性模型的基本概念。 教学方法与策略： 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	
运营管理（一）	6	重点： 了解电子商务企业运营涉及哪些数据、运营的重要指标。了解主要的数据分析类型，明确运营管理所需要的分析和管理工作内容。理解数据质量的概念和维度，明确数据质量特点和各维度的具体内容，初步掌握运营数据的质量评估和管理方法。 难点： 理解数据质量的概念和维度，明确数据质量特点和各维度的具体内容，初步掌握运营数据的质量评估和管理方法。 教学方法与策略： 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2 目标 3
运营管理（二）	6	重点： 理解供应链管理的概念，初步掌握采购管理、库存管理和物流管理的基本概念和基本方法，了解大数据如何支持供应链管理。了解并初步掌握库存管理中的主要问题、库存成本与订货量模型的计算，以及几种库存管理的基本方法。了解电子商务给人力资源管理带来的影响，初步掌握组件电商运营团队的方法。 难点： 了解并初步掌握库存管理中的主要问题、库存成本与订货量模型的计算，以及几种库存管理的基本方法。 教学方法与策略： 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2 目标 3

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试等两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）和考勤（占 20%）两个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
----	---------

	1.作业； 2.小组汇报 3.考勤
优秀 (90~100 分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确。 2.考勤全勤 3.课堂表现优秀
良好 (80~89 分)	1.作业书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确。 2.缺勤1次 3.课堂表现良好
中等 (70~79 分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确。 2.缺勤2次 3.课堂表现一般
及格 (60~69 分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确。 2.缺勤2次 3.课堂表现不积极
不及格 (60 以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过40%的习题解答不正确。 2.缺勤3次 3.扰乱课堂秩序

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
电子商务组织与运营管理导论基础知识	电子商务组织与运营的基础概念	名词解释	目标1	15
	实现问题解答过程。	简答题	目标2 目标3	10
电子商务组织与运营策略基础知识	电子商务组织与运营策略基础概念。	名词解释	目标1	15
	实现问题解答过程。	简答题	目标2 目标3	10
电子商务运营方法	企业架构、业务流程优化方法、商务智能与商务分析方法	选择题、判断题	目标1 目标3	30
电子商务运营管理	供应链管理、数据运营管理、人力资源管理	简答题	目标1	10
	实现问题解答过程。	论述题	目标3	10

八、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 其他：学历（位）：硕士研究生
2	课程时间	周次： 1-16 周 节次：3 次/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：

4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：课堂
---	------	--------------------------------

七、选用教材

[1]陈晴光. 电子商务数据分析理论、方法、案例（微课版）[M]. 北京：人民邮电出版社，
2020 年 7 月

八、参考资料

- [1]《运营管理》·雅各布斯，蔡斯·机械工业出版社·2015 年
- [2]《运营之光》·黄有璨·电子工业出版社·2008 年
- [3]《商业模式新生代》·亚历山大·奥斯特瓦德·机械工业出版社·2016 年

网络资料

- [1]中国慕课 MOOC, www.icourse163.org
- [2]百度文库, wenku.baidu.com

大纲执笔人：谭宇玮

讨论参与人：逯宇铎

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝

《网络营销》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	专业必修课	课程属性	理论
课程名称	网络营销		课程英文名称	E-Marketing	
课程编码	F03ZB63C		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	电子商务概论、国际市场营销	
总学时	32	学分	2	理论学时	28
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时：4		

二、课程简介

《网络营销》是电子商务专业的一门专业必修课，该课程是在电子商务实践的需要而出现的。一门新兴应用性学科，本课程以经济学、电子商务、营销学为基础，同时也涉及电子技术学科，特别是网络系统，对培养电子商务人才具有重要作用。通过本课程的学习，可以使学生了解和掌握实践应用，跟踪网络营销理论与应用前沿，使学生既有系统化的网络营销理论知识，又能掌握够网络营销实用技能，从而全面提升学生的网络营销素质。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 在网络营销理念上融入辩证唯物主义的哲学观；要求学生牢固掌握基础知识；在网络传播战略方面，阐述正向的社会传播思想和理念，能够善于开展营销传播；使学生了解和掌握实践应用，跟踪网络营销理论与应用前沿，使学生有系统化的网络营销理论知识。	5-1 了解快速发展的电子商务新兴产业动态以及电子商务法律法规相关知识 5-2 掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理 5-3 初步具备从事电子商务组织与运营的基本能力及互联网营销与策划活动的基本技能。 6-1 具备从事本专业学术研究和实务操作所必须的数学、外语、统计、金融等相	5.专业性知识 6.工具性知识

		关知识。	
能力目标	目标 2: 在产品设计、包装、品牌等方面掌握相关营销专业能力，能掌握够网络营销实用技能。	8-1 能够掌握有效的自主学习方法； 8-2 能够应用现代科技手段获取新知识，进行自我学习、自我消化知识、自我更新知识、终身学习的能力， 8-3 适应电子商务行业快速发展的客观情况；8-4 具备综合分析和解决实际问题。 9-1 具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识； 9-5 能够规划、实施、维护各类电子商务网站，并且运用网络营销、商务数据分析等技能推广电子商务网站。	8. 获取知识的能力 9. 运用知识的能力
素质目标	目标 3: 在网络营销战略方面通过优秀的企业文化确立正确的企业经营观，在营销活动中渗透积极的民族文化和社会责任思想，并在社会化媒体的营销方面，注重传播中华民族传统道德和西方积极正向信息。具备比较优秀的营销素质，实现培养社会需要的合格人才的目的。	3-1 具有扎实的经济理论基础和专业知识，掌握网络营销的基本理论、分析方法和动态 3-4 能够理论与实践紧密结合，解决实际问题；	3. 专业素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
------	----	-----------	--------	--------

网络营销基础与战略	2	重点：掌握网络营销发轫的基本历史，了解网络营销不同阶段的发展特点。了解网络营销战略计划的制定背景，掌握战略规划内容，学习战略规划步骤和实现途径。 难点：web1.0时代和web2.0时代的特点，战略决策选择 思政元素：介绍网络营销的演变过程，培养学生科学探索精神。各种网络营销战略的比较，培养学生的社会责任感。 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标1 目标2
网络消费者市场	2	重点：通过学习网络营销消费者市场特点，了解网络时代消费者购买商品的影响因素。 难点：网络消费者购买决策的步骤 思政元素：对于利用网络消费者消费心理的虚假营销手段进行辨别，从而保护消费者的利益 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标1 目标2
客户关系管理	3	重点：了解客户关系管理概念，掌握客户关系管理的核心理念，熟记客户关系管理的流程。 难点：客户关系管理流程 思政元素：维系良好的客户关系 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标1 目标2 目标3
客户体验管理	3	重点：了解客户体验管理的基本概念，把握客户体验的层次与特点，掌握客户体验管理架构。 难点：客户体验管理架构 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标1 目标2

网络产品与网络品牌	2	重点：在学习网络产品特殊性的基础上，深刻认识网络产品或服务品牌的特点，掌握构建网络品牌的基本能力。 难点：网络品牌决策 思政元素：网络品牌参差不齐消费者如何辨别 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2 目标 3
网络营销渠道	2	重点：了解网络渠道的优势、功能，认识网络渠道的去中介化与再中介化问题，明晰网络渠道主体之间的差异性，掌握网络渠道分销策略。了解 O2O 的四种形式和网络生态系统。 难点：如何搭建网络营销渠道 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2
网络价格	2	重点：了解网络时代定价的类型，明确影响网络定价的诸因素，掌握网络定价的策略。 难点：定价策略 思政元素：网络产品的价格变化趋势 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2
网络营销传播	4	重点：了解在网络营销时代促销策略的全新变化，促销变成为网络营销传播，网络广告、销售促进、公共关系、直复营销发挥出新的不同的作用。 难点：整合营销传播理论 思政元素：网络舆情监督与危机公关 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2 目标 3
社会化媒	2	重点：学习社会化媒体营销理论，掌握社会化媒体的特征和类型，了解并掌握新消费行为法则，学会分析网络社会化营销策略。 难点：社会化营销策略	课前：预习课本知识 课堂：通	目标 1 目标 2

体营销基础		思政元素： 电信诈骗与社会和谐 教学方法与策略： 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	
社会化媒体营销工具	4	重点： 了解微博、微信、SNS 社区以及视频媒体的特点以及营销优势，能够掌握视频媒体营销的策略。 难点： 微博营销、微信营销 思政元素： 如何辨别网络水军 教学方法与策略： 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2
网络营销技术与工具	2	重点： 了解网络营销的技术与工具，如搜索引擎、客户界面设计等，能够初步掌握搜索引擎营销、客户界面设计的格式塔心理学原理以及联属网络营销等技能 难点： 网络口碑营销搜索引擎营销及格式塔式界面设计 思政元素： 如何辨别搜索引擎虚假营销 教学方法与策略： 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2

（二）实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	网络营销方案设计	4	重点： 选择喜欢的公司为其产品进行网络营销方案的设计 难点： 将理论知识与实践相结合。 思政元素： 要求学生必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	综合	实训要求须完成 PPT 制作及并进行发表。	目标 1 目标 2
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试等两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）和考勤（占 10%）两个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.小组汇报 3.考勤
优秀 (90~100 分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.考勤全勤 3.课堂表现优秀
良好 (80~89 分)	1.作业书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.缺勤 1 次 3.课堂表现良好
中等 (70~79 分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.缺勤 2 次 3.课堂表现一般
及格 (60~69 分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.缺勤 2 次 3.课堂表现不积极
不及格 (60 以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2.缺勤 3 次 3.扰乱课堂秩序

2. 期末考试（占总成绩的 70%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
理解网络营销的基础概念	网络营销的基础概念、网络营销战略计划	选择题	目标 1	15
掌握网络消费者理论	网络消费者市场、客户关系管理、客户体验管理	选择题	目标 1	25
掌握网络营销组合	网络产品与品牌、网络渠道、网络价格、网络营销传播	简答题、案例分析题	目标 1	25
掌握社会化媒体营销	社会化媒体营销基础、微博营销、微信营销、SNS 社区营销、视频营销	选择题、简答题	目标 1	20

了解网络营销技术与工具	网络口碑营销、搜索引擎营销、客户界面设计	选择题、论述题	目标 1 目标 2	15
-------------	----------------------	---------	--------------	----

九、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 其他：学历（位）：硕士研究生
2	课程时间	周次： 1-16 周 节次： 2 次/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：课堂

七、 选用教材

[1] 郦瞻主编：《网络营销》（第 2 版）清华大学出版社，2018 年 12 月。

八、 参考资料

[1] 胡宏力主编：《网络营销》，中国人民大学出版社，2018 年 4 月。

[2] 王永东、荆浩、安玉新 主编：《网络营销》，清华大学出版社，2018 年 7 月。

网络资料

[1] 中国慕课 MOOC, www.icourse163.org

[2] 百度文库, wenku.baidu.com

大纲执笔人：李欣原

讨论参与人：

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝

《电子商务项目管理》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	电子商务项目管理		课程英文名称	E-commerce Project Management	
课程编码	F03ZB50E		适用专业	电子商务专业	
考核方式	考试		先修课程	管理学、电子商务网站建设与管理、电子商务组织与运营管理	
总学时	48	学分	3	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训、实验学时： 16		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《电子商务项目管理》是面向电子商务专业本科学生开设的一门专业必修课程。本课程是一门理论和实践紧密结合的课程。本课程以电子商务项目生成周期的阶段来进行知识的组织和讲授，以经典项目管理的九大知识模块为主线，系统介绍项目管理的基本概念和发展历程，电子商务项目需求和可行性分析，以及电子商务项目管理的业务模块（范围管理、进度管理、成本管理、质量管理、人力资源管理、沟通管理、风险管理、收尾管理、整合管理）通过本课程的教学，要求学生掌握现代电子商务项目从立项、决策、筹资、组织、实施，直至建成后评价等项目全过程的基本概念、理论和主要方法技术，使学生具有较高水平的电子商务项目管理业务素质。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 掌握项目的基本概念、项目管理的概念和发展历程、电子商务项目需求和可行性分析；了解项目管理九大知识模块框架。	5-2：掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理。	5. 专业性知识
能力目标	目标 2: 在实践中巩固理论知识，培养学生的基本技能，包括项目分解、网络图、关键路径法、挣值法、质量控制工具的应用、	9-1：具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的	9. 运用知识能力

	项目团队组织与沟通的管理方法等。	专业知识； 9-2：能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加工。	
素质目标	目标 3： 培养学生应具备的项目整体管理素质，且具有一定的风险管理意识，掌握作为一个电子商务项目管理从业人员必须了解的相关领域职业的职业道德和职业精神。	3-1：具有扎实的经济学理论基础和专业知识，掌握经济学、网络营销等学科门类的基本理论、分析方法和发展动态。	3. 专业素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
模块 1： 项目与项目管理	6	重点： 项目的定义、特征、项目的干系人、项目的生命周期；项目管理的定义、内容、特征。电子商务项目的定义与特征、范围、生命周期、成功的制约因素、电子项目的需求分析、可行研究和评价的方法 难点： 项目的特征、项目管理的内容、电子商务项目的范围与生命周期。 思政元素： 回顾 2008 年北京奥运会项目从申办到最终筹办成功的历程，增强民族自豪感。 教学方法与策略： 本模块的理论在课堂上予以讲授，课堂教学采用讲授法、启发式、提问式的形式引导学生课堂听课的兴趣和积极性，并积极参与讨论本单元的重点。	课前：网上查阅中外著名的失败项目，总结失败的原因。 课堂：积极思考，参讨论。 课后：复习巩固重点和难点问题，完成作业。	目标 1 目标 2
模块 2： 项目范围管理	6	重点： 项目范围的定义及其与需求的关系、项目范围管理的主要过程、创建工作分解结构、电子项目范围控制。 难点： 工作分解结构层次划分及步骤、电子项目范围变更控制的方法 思政元素： 教学方法与策略： 线下线上教学。本模块的理论在课堂上讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例分析方法开展教学，以启发式或提问的形式引导学生课堂听	课前：预习项目范围管理的基本概念。 课堂：认真听课，参与讨论近因案例分析。 课后：认真完成网上布置的电子作业。	目标 1 目标 2

		课的积极性。		
模块 3: 项目进度管理	6	重点: 进度管理的过程、活动定义、活动排序、工作量和工期的估算、计划评审技术、关键路径、进度优化、进度控制的实施内容、阶段及方法 难点: 计划评审技术、关键路径、进度优化 教学方法与策略: 本模块的理论概念线下讲授。采用案例分析法,分析推定全损与实际全损的区别,以启发式或提问的形式引导学生课堂听课的积极性,并积极参与互动。	课前:搜索因进度管理失控导致延期或终止的中外项目。 课堂:讨论实际全损、推定全损不同点与相同点。 课后:通过练习,巩固本单元所学内容。	目标 1 目标 4 目标 5
模块 4: 项目成本管理	6	重点: 项目资源计划编制的方法;电子项目成本的构成及影响因素、项目成本估算的方法、电子项目成本预算、电子项目成本控制 难点: 电子项目成本的构成及影响因素、项目成本估算的方法、电子项目成本控制 思政元素: 教学方法与策略: 线下线上教学。本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学,以练习及讲解的形式引导学生熟练应用项目成本估算的方法。	课前:搜索因成本管理失控导致延期或终止的中外项目。 课堂:认真听课,案例分析与讨论、解题与讲解。 课后:认真完成网上布置的电子作业。	目标 1 目标 2
模块 5: 项目质量管理	6	重点: 项目质量管理过程;电子项目质量计划的内容和主要工作、电子项目质量计划的工具和方法、项目质量保证工作的方和技术、电子项目质量控制、电子项目质量控制模型、电子项目质量控制工作的方和技术 难点: 电子项目质量计划的工具和方法 教学方法与策略: 本章节的理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学,以练习及讲解的形式引导学生熟练应用项目成本估算的方法。	课前:预习质量管理的概念、方法。 课堂:认真听课,案例分析与讨论。 课后:按时完成课后设计的网上习题。	目标 1 目标 2
模块 6: 项目人力资源管理	6	重点: 电子项目人力资源管理与企业人力资源管理的异同、项目经理与项目成员的素质和职责、电子项目团队建设、电子项目团队的激励机制、电子项目团队的绩效管理、项目沟通的定义和模式、项目沟通过程、项目沟通计划的编制过程及方法、有效的沟通与管理	课前:网上查找项目团队的激励案例。 课堂:认真听课,讨论项目团队的激励案例。 课后:完成网上电	目标 1 目标 2

		难点： 电子项目团队的激励机制、项目沟通计划的编制过程及方法 思政元素： 教学方法与策略： 本章节的理论线下讲授。线下线上教学。本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学。	子作业，以便巩固所学知识。	
模块 7： 项目风险管理	6	重点： 电子项目风险的来源、电子项目风险管理计划、电子项目风险分解结构、电子项目风险识别与评估、风险应对计划的编制；电子项目收尾管理概述、电子项目文档与验收、电子项目成本决算与审计、电子项目移交 难点： 电子项目风险分解结构、电子项目成本决算与审计 教学方法与策略： 本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学。	课前：查找项目风险的案例，对风险概念提前了解。 课堂：参与讨论风险识别与评估方法。 课后：完成网上电子作业，巩固本模块的重点与难点。	目标 1 目标 2
模块 8： 电子项目管理	6	重点： 电子项目整合管理概述、电子项目整合管理的内容、电子项目整体变更控制。 难点： 实施整体变更控制：工具、技术与方法 教学方法与策略： 本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学。	课前：搜索项目变更导致项目失败的案例。 课堂：参与讨论项目整体变更控制。 课后：完成该模块的电子作业，巩固本章所学知识。	目标 1 目标 2

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试或课程论文（设计）两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的 30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 15%）、实训（占 5%）、考勤（占 10%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.平时作业；2.实训；3.考勤
优秀 (90~100 分)	1.学习通 APP 电子作业；90%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果准确无误。 3.没有贴图或截图作答。

良好 (80~89 分)	1.学习通 APP 电子作业；80%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果较为准确。 3.没有贴图或截图作答。
中等 (70~79 分)	1.学习通 APP 电子作业；70%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果较为准确。 3.没有贴图或截图作答。
及格 (60~69 分)	1.学习通 APP 电子作业；60%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果不太准确。 3.有贴图或截图作答。
不及格 (60 以下)	1.学习通 APP 电子作业；50%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果不准确。 3.有贴图或截图作答。

2. 期末考试（占总成绩的 70%）

期末考试（闭卷）：采用百分制，考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
模块 1~8	作业 1-8 电子练习题	单选题	目标 1	20
模块 1~8	作业 1-8 电子练习题	多选题	目标 2	10
模块 1~8	作业 1-8 电子练习题	判断题	目标 1	10
模块 1~8	作业 1-8 电子练习题	简答题	目标 2	20
模块 1~8	挣值法、关键路径法	计算题	目标 1	20
模块 1~8	工作分解结构、网络图、项目沟通计划	案例分析题	目标 2	20

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士及以上 其他：
2	课程时间	周次：1-16 周 节次：2 节/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，一周一次 线下地点及时间安排：授课教室，上课前后

七、选用教材

[1] 陈志钦. 电子商务项目管理.北京理工大学出版社[M].北京理工大学出版社, 2019

八、参考资料

[1] 彭玲、蒋国银.电子商务项目管理.中国电力出版社[M].中国人民大学出版社,2019.3

九、网络资料

[1] <http://www.woshipm.com/>

十、其他资料

大纲执笔人：张帆

讨论参与人：

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝

《外贸英语函电》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业选修课	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	外贸英语函电		课程英文名称	Business English Correspondence	
课程编码	F03ZX126C		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	大学英语	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			0		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《外贸英语函电》是电子商务专业的一门专业拓展课。课程围绕进出口外贸业务流程展开, 涉及国际商务活动中建立业务关系、询盘、发盘、还盘、确认、订货、支付、包装、装运、保险、投诉、理赔以及跨境电商等环节。通过本课程的学习, 可以使学生熟记外贸函电的常用语句及词汇, 掌握外贸函电、传真和电子邮件等的基本写作技巧, 具备熟练撰写国际贸易流程中各类函电的能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 学生需掌握外贸信函的写作目的、原则、格式以及写作方法。了解外贸业务流程, 包括业务关系建立、合同的达成、合同的履行与争议的解决。	6-1 具备从事本专业学术研究和实务操作所必须的数学、外语、统计、金融等相关知识。	工具性知识
能力目标	目标 2: 学生通过学习掌握外贸函电的专业词汇、常用句法、规范体例。结合公约、惯例和法规, 学生能够撰写国际货物贸易中以信用证方式结算的 CIF 合同从洽谈到履行全流程中涉及的信函。	3-1 具有扎实的经济学理论基础和专业基础知识, 掌握经济学、国际贸易、网络营销等学科门类的基本理论、分析方法和发展动态,	专业素质能力

素质目标	目标 3: 通过本课程的学习, 学生应具备阅读和撰写英文函电的能力, 并且具备独立从事外贸业务开发的素质。通过课程的学习, 可以为学生未来走上外贸相关工作岗位奠定良好的基础。	2-2 运用外语工具进行沟通表达的能力;	综合素质能力
------	---	----------------------	--------

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
外贸英文函电的应用概况	4	重点: 掌握外贸英文书信的布局安排及格式 难点: 掌握书写外贸英文传真与电子邮件的典型句型和表达用语 思政元素: 纠正学生崇洋媚外的风气, 认识到英文只是从事外贸的工具。 教学方法与策略: 线下教学。课堂介绍外贸英文书信的布局安排及格式主要运用案例法, 外贸英文传真与电子邮件的典型句型和表达用语运用讲授法教学, 辅以课堂练习进行巩固。	课前: 通过线上资源进行预习。 课堂: 参与课堂练习 课后: 作业	目标 1
建立业务关系和背景调查	6	重点: 建立业务关系函电的内容及结构、掌握资信调查信函及其回复信函的基本结构 难点: 掌握建立业务关系的常用套用语、掌握资信调查信函的撰写技巧及相关词汇 思政元素: 树立学生在外贸业务中保持诚信的原则, 不能只注重短期利益。 教学方法与策略: 线下教学。课堂运用案例法, 通过分析信例, 对建交函和资信调查信函的内容及结构进行讲解。运用讲授法讲解建交函和资信调查信函的专业词汇和常用句型, 辅以课堂练习进行巩固。	课前: 通过线上资源进行预习。 课堂: 参与课堂练习 课后: 作业	目标 1 目标 2 目标 3
询盘阶段	4	重点: 询盘的种类、询盘函和回复函的常见表达 难点: 掌握询盘函和回复函的写作。 思政元素: 询盘过程要符合国际商务规范, 无须过分迎合国外客户。 教学方法与策略: 线下教学。课堂运用案例法, 通过分析信例, 对询盘函和回复函的内容及结构进行讲解。运用讲授法讲解询盘函和回复函的专业词汇和常用句型, 辅以课堂练习进行巩固。	课前: 通过线上资源进行预习。 课堂: 参与课堂练习 课后: 作业	目标 1 目标 2 目标 3
发盘阶段	4	重点: 掌握虚盘和实盘的区别和常见表达法 难点: 掌握报盘信的写作	课前: 通过线上	目标 1 目标 2

		思政元素：发盘过程要符合国际商务规范，无须过分迎合国外客户。 教学方法与策略：线下教学。课堂运用案例法，通过分析信例，对发盘函的内容及结构进行讲解。运用讲授法讲解发盘函的专业词汇和常用句型，辅以课堂练习进行巩固。	资源进行预习。 课堂：参与课堂练习 课后：作业	目标 3
还盘阶段	4	重点：掌握还盘和回复还盘信函的内容及写作要领 难点：掌握写作还盘书信的典型句型和表达用语 思政元素：还盘过程要符合国际商务规范，无须过分迎合国外客户。 教学方法与策略：线下教学。课堂运用案例法，通过分析信例，对还盘信函的内容及结构进行讲解。运用讲授法讲解发盘函的专业词汇和常用句型，辅以课堂练习进行巩固。	课前：通过线上资源进行预习。 课堂：参与课堂练习 课后：作业	目标 1 目标 2 目标 3
签订订单和填写合同	6	重点：掌握订货和执行订单函的写作、掌握售货确认书和售货合同的基本形式和内容 难点：掌握订货和执行订单函的往来信函典型句型和常用表达、掌握订货和执行订单函的往来信函典型句型和常用表达 教学方法与策略：线下教学。课堂运用案例法，通过分析信例，对订货和执行订单函的内容及结构进行讲解。运用讲授法讲解售货确认书和售货合同的常用句型，辅以课堂练习进行巩固。	课前：通过线上资源进行预习。 课堂：参与课堂练习 课后：作业	目标 1 目标 2 目标 3
跨境电商	4	重点：掌握跨境电商英文函电的写作方法、掌握跨境电商英文函电的基本结构。 难点：掌握跨境电商英文函电的写作技巧及相关词汇 思政元素：跨境电商英文函电虽然没有像传统英文函电有确切的格式要求，但不意味着可以随意撰写，还是要遵循一定的结构。 教学方法与策略：线下教学。课堂运用案例法，通过分析信例，对跨境电商英文函电的内容及结构进行讲解。运用讲授法讲解跨境电商英文函电的专业词汇和常用句型，辅以课堂练习进行巩固。	课前：通过线上资源进行预习。 课堂：参与课堂练习 课后：作业	目标 1 目标 2 目标 3

（二）实践教学

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩和期末考试两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）和考勤（占 10%）两个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.考勤
优秀 (90~100 分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.考勤全勤。
良好 (80~89 分)	1.作业书写工整、书面整洁；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.考勤全勤。
中等 (70~79 分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.考勤记录中存在请假。
及格 (60~69 分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.存在无故旷课现象。
不及格 (60 以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2.严重违反学校考勤制度规定。

2. 期末考试（占总成绩的 70%）：采用百分制。涵盖填空题（10 分）、单项选择题（30 分）、单词翻译题（10 分）、句子翻译题（30 分）、函电实务题（20 分）等多种题型。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
外贸英文函电的应用概况	外贸英文书信的语言特点、布局安排及格式。	填空题	目标 1	5
建立业务关系和背景调查	建立业务关系函电的内容及结构、资信调查信函及其回复信函的基本结构	单项选择题、句子翻译题	目标 1 目标 2 目标 3	10
询盘阶段	询盘的种类、询盘函和回复函的常见表达	单项选择题、句子翻译题	目标 1 目标 2 目标 3	10
发盘阶段	虚盘和实盘的区别和发盘信写作常见表达法	单词翻译题、单项选择题、函电实务题	目标 1 目标 2 目标 3	30
还盘阶段	还盘和回复还盘信函的内容及写作要领、	单词翻译题、	目标 1	30

	还盘函典型句型和表达用语	单项选择题、 函电实务题	目标 2 目标 3	
签订订单和填写合同	售货确认书和售货合同的基本形式和内容、订货和执行订单函的往来信函典型句型和常用表达	单项选择题、 句子翻译题	目标 1 目标 2 目标 3	10
跨境电商	跨境电商英文函电的写作技巧及相关词汇	填空题	目标 1 目标 2 目标 3	5

十、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：讲师 学历（位）：硕士研究生 其他：
2	课程时间	周次：16 节次：2 节/周
3	授课地点	√ 教室 □ 实验室 □ 室外场地 □ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：通过企业微信建群，课前课后答疑。 线下地点及时间安排：办公室 5A432，每周四下午 3 点至 5 点。

七、 选用教材

[1] 陈文汉, 叶刘刚. 外贸英语函电 (第 2 版) [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2019 年 7 月.

[2] 易露霞, 刘洁, 尤戆聪. 外贸英文函电 (第 3 版) [M]. 北京: 清华大学出版社, 2016 年 8 月.

八、 参考资料

[1] 兰天. 外贸英语函电 (第 8 版) [M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2018 年 08 月.

[2] 戴枫, 耿利敏. 外贸英文函电与实训 [M]. 西安: 西安电子科技大学出版社, 2017 年 03 月.

网络资料

[1] 外经贸英语学习网, <http://metc.gdut.edu.cn/trade/>

[2] 外贸业务信函写作网, <http://metc.gdut.edu.cn/xinhan/>

[3] 外贸英语函电, 中国大学慕课网站, <https://www.icourse163.org>

大纲执笔人： 黄荣钧

讨论参与人:湛兵

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：赖忠孝

《客户关系管理》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	客户关系管理		课程英文名称	Customer Relationship Management	
课程编码	F03ZX49C		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	电子商务概论、国际市场营销	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：0		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《客户关系管理》是一门电子商务专业的选修课程。该课程是将先进的管理理念、创新的商务管理机制有机结合起来并通过现代信息技术平台支持来完成实现过程的一门新兴综合性边缘学科。本课程的突出特点体现在基础知识涉及领域广泛、文理交叉、具体内容跨度大以及多学科间的相互渗透。本课程着重阐述了客户关系管理的理念与技术，客户关系的建立、客户关系的维护、客户关系的挽救三大关键策略，并融入“互联网”时代的客户关系管理新思想、新举措，从而增强理论的实用性与可操作性。通过本课程的学习，要求学生具备宽广的知识基础和坚实的技术基础，掌握客户关系管理理念、机制、技术的三维内涵，充分认识客户管理在电子商务中的重要作用。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
能力目标	目标 1: 能够掌握客户关系的开发、维护和挽救三大策略，具备宽广的知识基础，为日后在企业的工作中奠定坚实的基础。 目标 2: 能够运用客户关系的开发、维护和挽救知识分析实际企业客户关系管	具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识； 能够利用网络商务平台进行国际贸易相关业务；	9. 运用知识的能力

	理策略，且融入“互联网”时代的新思想、新举措，增强理论知识的实用性和可操作性。	能够规划、实施、维护各类电子商务网站，并且运用网络营销、商务数据分析等技能推广电子商务网站。	
素质目标	目标 3： 培养学生主动参与小组分工活动、有效沟通、科学严谨、认真细致的工作态度和职业道德观。	具有扎实的经济学理论基础和专业知识，掌握经济学、国际贸易、网络营销等学科门类的基本理论、分析方法和动态，了解主要国家和地区的经济状况、掌握电子商务类专业理论与专门方法，能够理论与实践紧密结合，解决实际问题；注重产业技术创新和商业模式创新。	3. 专业素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
客户关系管理理念	4	重点： 客户关系管理产生、内涵、思路； 难点： 客户关系管理的理论、互联网背景下客户关系管理的发展； 思政元素： 介绍客户关系管理的产生历程，使学生意识到目前互联网已经成为企业创新的重要手段之一，培养学生的创新意识； 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法、小组讨论法、案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：导学案例； 课堂：知识体系讲解； 课后：布置课后习题；	目标 1
客户关系管理技术	4	重点： 互联网技术在客户关系管理中的应用、呼叫中心技术在客户关系管理中的应用、数据管理技术在客户关系管理中的应用； 难点： 客户关系管理系统； 思政元素： 介绍互联网技术在客户关系管理中的应用，培养学生自主应用互联网技术的能力； 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法、小组讨论法、案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：随机点名回答问题； 课堂：知识讲解； 课后：知识点复习；	目标 1 目标 2 目标 3

客户的选择	4	重点： “好客户”与“坏客户”、选择客户的指导思想； 难点： 掌握客户选择的方法； 思政元素： 客户是一个企业盈利最根本的来源，服务是客户较为注重的一个方面，培养学生对社会的服务意识； 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法、小组讨论法、案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：导学案例； 课堂：知识点讲解； 课后：布置作业；	目标 1 目标 2
客户的开发	4	重点： 营销导向的开发策略、推销导向的开发策略； 难点： 客户开发的技巧； 思政元素： 介绍吸引客户的产品策略与价格策略，引导学生理解诚信为本的重要性； 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法、小组讨论法、案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：随机抽点回答问题； 课堂：知识点讲解； 课后：预习；	目标 1 目标 2
客户的信息和分级	4	重点： 客户信息的重要性、应当掌握的客户信息；为什么要对客户分级、如何对客户分级； 难点： 收集客户信息的渠道、如何管理各级客户； 思政元素： 介绍将客户分级的依据，引导学生思考自身的社会价值； 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法、小组讨论法、案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：导学案例； 课堂：知识讲解、小组展示； 课后：预习；	目标 1 目标 2
客户的沟通	4	重点： 客户沟通的作用与内容、企业与客户沟通的途径、客户与企业沟通的途径、如何处理客户投诉； 难点： 客户投诉的处理； 思政元素： 培养学生的人际交往、沟通能力； 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法、小组讨论法、案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：导学案例； 课堂：知识讲解、小组展示； 课后：预习；	目标 1 目标 2 目标 3
客户的满意和忠诚	4	重点： 影响客户满意的因素、如何让客户满意；客户忠诚的概念与意义、影响客户忠诚的因素； 难点： 客户满意度的调查与实施；实现客户忠诚的策略； 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法、小组讨论法、案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：导学案例； 课堂：知识讲解、小组展示； 课后：预习；	目标 1 目标 2

客户关系的挽救	4	重点： 客户流失的原因、如何看待客户的流失、区别对待不同的流失客户、挽回流失客户的策略； 难点： 挽回流失客户的策略； 思政元素： 培养学生良好的态度、耐心的性格； 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法、小组讨论法、案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：导学案例； 课堂：听课、参与小组讨论； 课后：总复习；	目标 1 目标 2 目标 3
---------	---	--	--------------------------------------	----------------------

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末报告等两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 30%）：采用百分制。平时作业及表现（占 10%）、小组汇报（占 10%）、考勤（占 10%）三个部分组成。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.平时作业及表现；2.小组汇报；3.考勤
优秀 (90~100 分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确无误；上课十分认真，非常积极参与小组讨论和举手发言。 2.非常积极参与小组汇报的资料搜集、PPT 整理与课堂展示，展示效果优秀。 3.全勤。
良好 (80~89 分)	1.作业书写工整、书面整洁；80%以上的习题解答正确无误。上课很认真，很积极参与小组讨论和举手发言。 2.很积极参与小组汇报的资料搜集、PPT 整理与课堂展示，展示效果良好。 3.缺课不超过 4 节。
中等 (70~79 分)	1.作业书写工整、书面整洁；70%以上的习题解答正确无误。上课较认真，较积极参与小组讨论和举手发言。 2.较积极参与小组汇报的资料搜集、PPT 整理与课堂展示，展示效果一般。 3.缺课不超过 6 节。
及格 (60~69 分)	1.作业书写工整、书面整洁；60%以上的习题解答正确无误。上课偶尔分心，偶尔参与小组讨论和举手发言。 2.参与小组汇报的资料搜集、PPT 整理与课堂展示，展示效果及格。 3.缺课不超过 8 节。
不及格 (60 以下)	1.作业书写工整、书面整洁；40%以上的习题解答正确无误。上课经常分心，从不参与小组讨论和举手发言。 2.参与小组汇报的资料搜集、PPT 整理与课堂展示，展示效果不及格。 3.缺课超过 8 节。

2. 期末报告（占总成绩的 70%）：采用百分制。期末报告的内容和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
客户关系管理理念	结合理论知识，分析企业对于客户关系管理的认知与实际行动；	报告	目标 3	10
客户关系管理技术	分析互联网技术在客户关系管理中的应用，加深企业在客户关系管理系统的理解和应用；	报告	目标 1 目标 2 目标 3	10
客户的选择	以客户的选择为切入点，分析企业开发客户关系的策略；	报告	目标 1 目标 2	10
客户的开发	以客户的开发为切入点，分析企业开发客户关系的策略；	报告	目标 1 目标 2	10
客户的信息和分级	以客户的信息和分级为切入点，分析企业维护客户关系的策略；	报告	目标 1 目标 2	20
客户的沟通	理论结合实际，分析企业与客户的双向沟通；	报告	目标 1 目标 2 目标 3	10
客户的满意和忠诚	结合理论知识，从客户的满意和忠诚两个方面为切入点，分析企业维护客户关系的策略；	报告	目标 1 目标 2	20
客户关系的挽救	结合理论知识，分析企业发生客户流失的原因，挽回流失客户的策略；	报告	目标 1 目标 2 目标 3	10

十一、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教/讲师、副教授/教授 学历（位）：本科以上 其他：无
2	课程时间	周次：1-16 节次：2 节
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：教室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1]苏朝晖主编，《客户关系管理：客户关系的建立与维护》（第4版），清华大学出版社，2018年5月

八、参考资料

[1]张兵，余育新：《客户关系管理》，中国科学技术大学出版社（第1版），2019年1月

[2]李海琴，周寅：《客户关系管理》，北京大学出版社（第2版），2017年2月

[3]威廉·G·齐克蒙德主编,《客户关系管理:营销战略与信息技术的整合》,中国人民大学出版社,2010年4月

大纲执笔人: 罗冰

讨论参与人:

系(教研室)主任: 谭芬

学院(部)审核人: 赖忠孝

《电子商务专业英语》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业选修课程	课程性质	选修	课程属性	理论
课程名称	电子商务专业英语		课程英文名称	English Course of E-Business	
课程编码	F03ZX19C		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：0		

二、课程简介

《电子商务专业英语》是电子商务专业的一门专业选修课，该课程对培养电子商务与贸易人才具有重要作用。通过本课程的学习，可以使学生了解和掌握实践应用中的专业英语知识，跟踪国际电子商务的理论与应用前沿，使学生既有系统化的经济理论知识，又能掌握语言工具，从而培养学生成为电子商务复合人才。为学生认识电子商务发展提供了基本手段和方法，为同学们将来取得职场竞争优势提供了科学的理论指导。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 掌握电子商务的发展，和基本概念； 目标 2: 熟悉电子商务各领域。	5-2: 掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理	5. 专业性知识
能力目标	目标 3: 熟练掌握电子商务各实践场景； 目标 4: 学会不同场景英语。	7-1: 了解其他相关领域知识，形成文理交叉、融入哲学、文学、语言、数字化视觉设计与创作、面向数据可视化的计算机程序设计等课程	7. 其他领域知识
素质目标	目标 5: 培养学生具有主动参与、积极进取、崇尚科学、探究科学的学习态度和思想意识； 目标 6: 养成理论联系实际、科学严谨、认真细致、实事求是的科学态度和职业道德。	1-1: 热爱祖国，牢固树立正确的世界观、人生观和社会主义核心价值观。 2-1: 具有综合运用各种手段查阅文献、获取信息的能力。 4-2: 具备面向未来电商行业的大数据思维意识。	1. 思想道德品质 2. 综合素质能力 4. 基础知识

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
Electronic Business and Commerce	4	重点: Electronic Business and Commerce 文献阅读, 新词汇, 新短语, 常见缩写。 难点: Electronic Business and Commerce 文献阅读, 新词汇, 新短语, 常见缩写。。 思政元素: 介绍电子商务的演变过程, 在国内的发展历史, 激发国家认同感。 教学方法与策略: 线下教学。课堂讲解概念性知识和思政内容, 课堂主要运用讲授法和案例法展开教学, 同时辅以课堂活动调动学生的学习积极性以及学习状态节奏, 启发式提问。	课前: 预习基础概念 课堂: 参与课堂活动; 记笔记 课后: 复习;	目标 1 目标 2 目标 5
B2B	4	重点: B2B 文献阅读, 新词汇, 新短语, 常见缩写。 难点: B2B 文献阅读, 新词汇, 新短语, 常见缩写。 思政元素: 介绍 B2B 的应用, 例如: 国内常见 B2B。激发爱国情怀。 教学方法与策略: 线下教学。课堂讲解概念性知识和思政内容, 课堂主要运用讲授法和案例法展开教学, 启发式提问。	课前: 预习基础概念; 课堂: 参与课堂活动; 记笔记 课后: 复习; 作业 1: B2B 练习。	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4 目标 5
B2C	4	重点: B2B 文献阅读, 新词汇, 新短语, 常见缩写。 难点: B2B 文献阅读, 新词汇, 新短语, 常见缩写。 思政元素: 介绍 B2C 的应用, 例如: 国内常见 B2C。激发爱国情怀。 教学方法与策略: 线下教学。课堂讲解概念性	课前: 预习基础概念; 课堂: 参与课堂活动; 记笔记 课后: 复习; 作业 2: B2C 练习	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4 目标 5

		知识和思政内容，课堂主要运用讲授法和案例法展开教学；辅以启发式提问拓宽学生学习思路。启发式提问；小组讨论法。		
Online-shopping	4	重点：Online-shopping 文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 难点：Online-shopping 文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 思政元素：介绍 B Online-shopping 的应用，例如：国内常见 B Online-shopping。激发爱国情怀。 教学方法与策略：线下教学。课堂讲解概念性知识和思政内容，课堂主要运用讲授法和案例法展开教学；辅以课堂商务情景模拟表演活动，让学生针对不同的情境，启发式提问。	课前：预习基础概念； 课堂：参与课堂活动； 记笔记 课后：复习；	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4 目标 5
Build your Virtual Store and Selling Onlie	4	重点：Online-shopping 文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 难点：Online-shopping 文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 教学方法与策略：线下教学。课堂讲解概念性知识，课堂主要运用讲授法和案例法展开教学；启发式提问；情境模拟法：学生模拟真实的客户开发沟通情境，掌握课程要求的相关知识。	课前：预习基础概念； 课堂：参与课堂活动； 记笔记 课后：复习；	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4 目标 5
Digital Marketing and PPS & PPC	4	重点：Digital Marketing and PPS & PPC 文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 难点：Digital Marketing and PPS & PPC 文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 教学方法与策略：线下教学。课堂讲解概念性知识和思政内容，课堂主要运用讲授法和案例法展开教学，启发式提问。	课前：预习基础概念； 课堂：参与课堂活动； 记笔记 课后：复习； 作业 2：Digital Marketing 练习	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4 目标 5
Online Shopping Safety and Logistic	4	重点：Online Shopping Safety and Logistic 文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 难点：Online Shopping Safety and Logistic C 文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。	课前：预习基础概念； 课堂：参与课堂活动； 记笔记 课后：复	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4 目标 5

		思政元素：介绍国内物流的演变过程，在国内的发展历史，激发国家认同感。 教学方法与策略：线下教学。课堂讲解概念性知识和思政内容，课堂主要运用讲授法和案例法展开教学，启发式提问。	习；	
Presentation	4	重点：情景模拟演讲。 难点：电子商务英语实际应用。 教学方法与策略：线下教学。学生以小组形式开展情景模拟，小组汇报。	课前：预习基础概念； 课堂：参与课堂活动； 课后：反思。	目标 2 目标 3 目标 4 目标 5 目标 6

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩和期末考试两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分分成作业（占 15%）、课堂参与（占 15%）、考勤（占 10%）、三个部分

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.小组汇报 3.考勤 4.课堂参与
优秀 (90~100 分)	1.作业按时提交；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.练习内容完整充实、逻辑性强、创新性强、表达流畅自然、且能体现很强团队协作能力 3.几乎没有出现迟到早退等现象（1-2 次）；请假课时少于总课时的 10%，且课前报备，材料齐全，理由充分。 4.积极回答课堂问题，积极组织并参与小组讨论及课堂活动；课堂认真听课，注意力集中。
良好 (80~89 分)	1. 作业按时提交；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 练习内容较完整充实、逻辑性较强、有较强创新性、表达较流畅自然、且能体现较强团队协作能力。 3.偶尔出现迟到早退等现象（3-4 次）；请假课时少于总课时的 15%，且课前报备，材料较齐全，理由充分。 4.主动回答课堂问题，大部分时间较积极参与小组讨论及课堂活动；课堂认真听课，偶尔注意力分散。
中等 (70~79 分)	1.作业基本按时提交；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.练习内容一般完整充实、逻辑性一般、创新性一般、表达一般、团队协作能力一般。 3.较少出现迟到早退等现象（4-5 次）；请假课时少于总课时的 15%，大部分课前报备，材料较齐全，理由较充分。

	4.偶尔主动回答课堂问题，小组讨论和课堂活动中参与度一般；课堂上注意力容易分散。
及格 (60~69分)	1.作业基本按时提交；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.练习内容欠完整充实、逻辑性欠佳、创新性欠佳、表达欠佳、团队协作能力欠佳。 3.较常出现迟到早退等现象(5-6次)；请假课时少于总课时的20%，大部分课前报备，材料较齐全，理由较充分。 4.较少主动回答课堂提问，对于小组讨论和课堂活动从参与度较低；课堂上注意力经常分散。
不及格 (60以下)	1.作业经常不提交；大部分习题解答错误。 2.几乎参加练习、逻辑混乱、无创新性内容、抄袭痕迹明显、表达不流畅自然。 3.经常出现迟到早退等考勤问题(7次及以上)；请假课时大于总课时的20%，且几乎没有课前报备，请假材料不齐全，理由不充分。 4.基本不回答课堂问题，几乎不参与课堂讨论和课堂活动；课堂上注意力难以集中在学习上。

2. 期末考察(占总成绩的60%)：采用百分制。期末考察包含两部分内容：个人课程论文(占总成绩的30%，以个人的基础评分)和小组报告(占总成绩的30%，以小组为基础评分)。通过这两种评价方式可以较综合评价学生对于知识的掌握程度，以及思辨能力、创新思维、自主学习、持续学习、逻辑分析、团队合作能力、表达等方面的能力。

3.期末考察要求

3.1 个人课程论文要求

个人课程论文占总成绩的30%，以个人的基础评分。学生针对本课程的相关主题撰写一篇1000字以上的英文课程论文，需列明参考资料；题目由任课老师自拟，主要是针对课程内容的延伸，或是对于课程相关话题的讨论，需要学生通过收集整理资料，吸收理解内容，并形成自我的见解观点。论文要对重复率进行要求，应低于30%；论文将从结构完整度、资料收集的丰富度准确度、分析过程逻辑性、创新性四个维度对论文进行评价。

个人课程论文评分标准请见下表：

分数	评分标准
25~30分	论文结构完整，详略得当，重点突出；收集资料翔实丰富；分析过程逻辑严密，有理有据；论文见解独特，富有创新性；
21~25分	论文结构较完整，详略分明，重点比较突出；收集资料较丰富；分析过程逻辑比较严密，大部分观点都有证据支撑；论文观点有一定的新意；
16~20分	论文结构基本完整，能看出内容详略；收集了一定的资料；分析过程有一定逻辑，部分观点都有证据支撑；论文观点较常见；
11~15分	论文结构有部分缺失，详略较不得当；收集的资料数量质量都较一般；分析

	过程逻辑性较弱，小部分观点都有证据支撑；论文观点较陈旧；
15 分以下	论文结构有较多缺失，无明显重点区分；收集的资料数量质量都较差；分析过程基本没有逻辑性，大部分观点没有证据支撑；论文观点陈旧且错误；

3.2 小组展示要求

小组展示占总成绩的 20%，以小组为基础评分。学生自由组合成学习小组，要求电子商务专业英语专题课程中的授课内容，进行情景模拟，并以 PPT 路演的形式在学期末课堂上进行 10 分钟左右的汇报。所有成员都要求参与其中，台下学生和教师共同对项目进行提问和评分，其中教师评分占比 60%，其他小组综合评分占比 40%。报告将从以下几方面进行评价：内容；分析逻辑性；表达能力；团队合作能力；PPT 制作

评价维度	占比	评价要点
内容	20%	内容是否充实、详略是否得当；是否是新的营销方式；案例是否足够有代表性
分析逻辑	20%	结构是否合理；重点是否突出；结论是否有足够依据支撑
表达能力	20%	语言是否流畅流畅；肢体、表情语言；对于内容的熟悉程度
团队合作能力	30%	小组成员是否全体参与到路演，是否参与了整个小组研究过程；分工是否合理；路演配合是否流畅
PPT 制作	10%	文字简洁、图表清晰、排版合理

十二、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士研究生及以上 其他：
2	课程时间	周次：1-16 周 节次：每周 2 节
3	授课地点	√教室 □实验室 □室外场地 □其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，一周一次 线下地点及时间安排：授课教室，上课前后

七、选用教材

[1] 电子商务专业英语/张强华主编，--北京：人民邮电出版社，2022 ISBN 978-7-115-58137-2

八、参考资料

[1] 张强华，司爱侠，陆巧儿，陈红美. 电子商务专业英语[M].北京：人民邮电出版社，

2017.

[2] 张强华, 司爱侠. 电子商务专业英语[M].北京: 人民邮电出版社, 2021.

大纲执笔人: 陈语时

讨论参与人:

系(教研室)主任: 张帆

学院(部)审核人: 赖忠孝

《电子商务数据分析》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	电子商务数据分析		课程英文名称	E-commerce Data Analysis	
课程编码	F03ZX100C		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	统计学、网络营销	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			0		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《电子商务数据分析》是电子商务专业的专业选修课程，是为了让学生能够在深刻理解电子商务业务内涵的基础上，系统地介绍电子商务数据分析理论、工具和常用方法。课程内容包括电子商务数据分析导论、电子商务数据分析的统计基础、网店运营数据分析、商务网站访问数据统计分析、商务网站数据挖掘分析、电子商务大数据分析、电子商务数据可视化等。用数据思维洞察商务运营的真谛，发掘商业活动的内在价值，能针对不同应用场景进行相应的数据实例分析，逐步培养起电子商务数据分析能力，为将来成长为电子商务数据分析师打下的基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 理解电子商务数据分析的基本含义、特点和作用；熟悉电子商务数据分析的主要内容；熟悉电子商务网站营销数据分析的场景、维度；理解数据挖掘的概念；掌握电子商务数据分析的主要方法和常用工具。	4-2 具备面向未来电商行业的大数据思维意识。 5-3 初步具备从事电子商务组织与运营的基本能力及互联网营销与策划活动的基本技能。	4.基础知识 5.专业性知识
	目标 2: 熟悉网店运营数据分析的常用工具；掌握网店客户行为和客户特征数据分析方法；理解电子商务网站访问数据统计分析；理解数据可视化的含义，掌握常用的数据可视化方法。	6-1 具备从事本专业学术研究和实务操作所必须的数学、外语、统计、金融等相关知识。	6.工具性知识

能力目标	目标 3: 理解电商数据化运营的工作流程，掌握数据采集与处理的工具使用和方案制定，熟练开展电子商务市场、运营、产品的数据分析，并根据数据分析结果提出优化建议与实施。	9-2 能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加工。 9-5 能够规划、实施、维护各类电子商务网站，并且运用网络营销、商务数据分析等技能推广电子商务网站。	9.运用知识的能力
素质目标	目标 4: 电子商务数据分析可以在局部应用中发挥作用，也可以为全局宏观规划提供决策支持。数据思维洞察商务运营的真谛，发掘商业活动的内在价值。	3-3 掌握电子商务类专业理论与专门方法。	3.专业素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
电子商务数据分析导论	4	重点: 电子商务数据分析的基本含义、特征和作用；数据分析的主要内容和一般步骤。 难点: 电子商务数据分析的主要方法；电子商务数据分析的常用工具；电子商务数据分析师的知识能力素质要求和成长阶段。 思政元素: 文化自信和使命感，数据分析工具日新月异，掌握数据分析的人才稀缺，培养学生的新时代使命感。 教学方法与策略: 线下教学。对于概念、原理在课堂上予以讲授，主要运用讲授法、案例分析与讨论开展教学，启发式提问拓宽学生学习思路。	课前: 发布学习资料 课堂: 要求学生积极参与课堂讨论 课后: 布置作业	目标 1 目标 2 目标 4

电子商务数据分析的统计基础	6	重点：统计数据的类型；描述性统计分析；数理统计基础；相关分析。 难点：描述性统计各测度值的计算方法；一元线性回归分析、采用规划求解的参数进行回归预测。 思政元素：数据分析时要客观公正，培养学生尊重数据、实事求是的精神。 教学方法与策略：线下教学。寻找视频、图片、各种最新的流媒体资料和素材，采取微案例以及现场小组讨论互动的方式开展教学，课堂主要运用讲授法、案例分析与小组讨论开展教学。	课前：作业评阅反馈 课堂：及时反馈作业情况对教学班级进行分组 课后：布置作业小组查找主题案例	目标 1 目标 2 目标 3
网店运营数据分析	4	重点：网店运营数据分析的作用及阶段目标；网店运营数据分析常用工具；。 难点：网店订单、客户、销售额、商品关联数据分析。 教学方法与策略：线下教学。采取微视频以及现场小组讨论互动的方式开展教学，争取让大家能在真实的情境和体验中获取电子商务数据分析相关专业知识。	课前：预习学习材料 课堂：要求学生积极参与课堂讨论 课后：针对视频材料布置思考题	目标 2 目标 3 目标 4
电子商务网站访问数据统计分析	4	重点：网站跳出率分析；网站流量数据分析；网站访问深度分析。 难点：电子商务网站外部数据分析、来源数据分析。 思政元素：坚持正确的道德观，保护商家机密及知识产权等。 教学方法与策略：线下教学。选取的知识点尽量贴近生活，课堂主要运用讲授法、案例分析与讨论开展教学。	课前：作业评阅反馈 课堂：要求学生分享案例积极参与课堂讨论 课后：针对思政材料布置思考题	目标 1 目标 2 目标 3
电子商务网站数据挖掘分析	6	重点：数据挖掘的概念和特点、电子商务网站数据挖掘的工作机制。 难点：电子商务网站分析工具的选择、电子商务网站数据的整合处理、营销数据挖掘分析。 教学方法与策略：线下教学。寻找视频、图片、各种最新的电商数据挖掘资料和素材，再加上真实的案例，课堂主要运用讲授法、案例分析与小组讨论开展教学。	课前：预习学习材料 课堂：要求学生积极参与课堂讨论 课后：对新技术的思考	目标 1 目标 2 目标 3

电子商务 大数据分析	4	重点： 大数据的含义与特征、大数据分析的关键技术。 难点： 移动电商大数据分析、电商大数据分析平台。 思政元素： 具备数据保密意识，培养学生尊重公民隐私，恪守职业道德。 教学方法与策略： 线下教学。结合典型案例或相关网店的实际应用进行讲解，设计研讨专题引导学生组成研讨学习小组开展课外研讨学习。	课前： 通过线上资源进行预习 课堂： 要求学生积极参与课堂讨论 课后： 布置课程论文	目标 1 目标 2 目标 3
电子商务 数据可视化	4	重点： 数据可视化的含义；常用的数据可视化方法。 难点： 电商数据可视化图表设计技巧；实现电商数据分析结果可视化输出的方法。 思政元素： 通过撰写数据分析报告，培养学生的方案写作能力和创新意识。 教学方法与策略： 线下教学。查阅相关政策文件，提供电子商务数据可视化最新发展报告和相关研报，课堂主要通过讨论开展教学。	课前： 通过线上资源进行预习 课堂： 要求学生分享课程心得体会 课后： 完成课程论文	目标 2 目标 3 目标 4

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩和期末考查两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分作业成绩（占 15%）、课堂表现成绩（占 10%）和考勤成绩（占 15%）三个部分，评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.课堂表现；3.考勤
优秀 (90~100 分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确 2.课堂表现活跃，积极回答问题 3.全勤
良好 (80~89 分)	1.作业书写工整、书面整洁；80%以上的习题解答正确 2.课堂表现较好，主动参与互动 3.旷课 1 次以内
中等 (70~79 分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确 2.课堂表现较积极，能够参与互动 3.旷课 2 次以内
及格 (60~69 分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确 2.课堂表现一般，基本未参与互动 3.旷课 3 次以内

不及格 (60 以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的习题解答不正确 2.课堂表现不积极，未参与互动 3.旷课 4 次及以上
----------------	--

2. 期末考查（占总成绩的 60%）：采用百分制。期末考查，采取课程论文的形式，要求学生结合电子商务数据分析课程研讨对电商运营进行分析和论述，评分标准如下：

等级	评 分 标 准
	1.对电子商务数据分析流程的掌握；2.对电子商务数据分析的应用能力； 3.论文的观点和结构；4.论文的语言表达和格式。
优秀 (90~100 分)	1.对电子商务数据分析流程的掌握非常仔细且能够全面地进行说明 2.对电子商务数据分析和解决现实问题的能力较强 3.观点正确，思路清晰，结构完整 4.语言表达流畅，书写美观工整
良好 (80~89 分)	1.对电子商务数据分析流程的掌握较为仔细且能够较为全面地进行说明 2.对电子商务数据分析和解决现实问题的能力较好 3.观点较为正确，思路较为清晰，结构较为完整 4.语言表达较为流畅，书写较为美观工整
中等 (70~79 分)	1.对电子商务数据分析流程有一定的观察但说明不够全面 2.对电子商务数据分析和解决现实问题的能力一般 3.观点基本正确，思路的清晰程度和结构的完整程度一般 4.语言表达一般，书写尚可
及格 (60~69 分)	1.对电子商务数据分析流程掌握不够仔细，说明不够全面 2.对电子商务数据分析和解决现实问题的能力较弱 3.观点不够准确，思路不够清晰，结构不够完整 4.语言表达不够流畅，书写不够工整
不及格 (60 以下)	1.对电子商务数据分析流程不仔细，说明不全面 2.对电子商务数据分析基本理解和运用能力差 3.观点不明确，思路不清晰，结构不完整 4.语言表达较差，书写不工整

十三、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士及以上 其他：
2	课程时间	周次：16 周 节次：2 节/周

3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他:
4	学生辅导	线上方式及时间安排: 企业微信, 一周一次 线下地点及时间安排: 授课教室, 上课前后

七、选用教材

[1]陈晴光. 电子商务数据分析: 理论、方法、案例(微课版)[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2020年8月.

八、参考资料

[1](美)Hector Cuesta. 实用数据分析[M]. 刁晓纯, 陈堰平译. 北京: 机械工业出版社, 2014.

[2]曹正凤. 从零进阶! 数据分析的统计基础(第2版)[M]. 北京: 电子工业出版社, 2016.

[3]宋天龙. 网站数据挖掘与分析: 系统方法与商业实践[M]. 北京: 机械工业出版社, 2015.

[4]李迅. 百度统计: 网站数据分析实战[M]. 北京: 清华大学出版社, 2017.

[5]陈晴光. 网络营销服务及案例分析[M]. 北京: 北京大学出版社, 2016.

[6]吴元轼. 淘宝网店大数据营销[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2015.

网络资料

[1]中国慕课, www.icourse163.org

[2]洞见研报, www.djyanbao.com/index

[3]智慧树, www.zhihuishu.com

执笔人: 熊炬成

参与人: 李欣原

系(教研室)主任: 张帆

学院(部)审核人: 赖忠孝

《货物运输保险》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	货物运输保险		课程英文名称	Cargo Transportation Insurance	
课程编码	F03ZX41C		适用专业	电子商务专业	
考核方式	考查		先修课程	国际贸易实务	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训、实验学时： 0		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《货物运输保险》是面向电子商务专业本科学生开设的一门专业拓展选修课程。本课程以综合素质培养为基础，以能力培养为主线，吸收了现代保险的最新理论和国内外学者、专家的最新研究成果，并借鉴于国外海上货物运输保险的先进经验，力求理论联系实际，学以致用。本课程融理论、国际法规、业务、实训为一体。在货物运输保险基本理论的指导下，突出业务模拟实训。海上货物运输保险业务是国际性的业务，各国的保险条款、提单和信用证等均使用英语语言。学生在学习过程当中，有机会接触到专业英语词汇。本课程旨在引导学生遵循国际法律法规意识、按照国际惯例从事海上货物运输保险业务，提高学生处理国内外货物运输保险业务的能力和水平。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1： 掌握海上保险的基本概念、海上保险合同的概念与特征、损失的界定、费率的厘定与计算方法；了解海上法律法规。	5-2：掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理。	5. 专业性知识
能力目标	目标 2： 在实践中巩固理论知识，培养学生的基本技能，包括海上保险投保、承保、出单、理赔、追偿等。	9-1：具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识； 9-2：能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加工。	9. 运用知识能力

素质目标	目标 3: 培养学生应具备的海上法律法规知识,且具有一定的风险管理和保险意识,掌握作为一个对外贸易从业人员必须了解的相关领域职业的职业道德和职业精神。	3-1: 具有扎实的经济理论基础和专业知识,掌握经济学、国际贸易、网络营销等学科门类的基本理论、分析方法和发展动态。	3. 专业素质能力
-------------	---	---	------------------

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
模块 1: 海上保险概述	2	重点: 海上风险;海上保险特征与作用;海上保险的产生与发展;海上保险的分类。 难点: 海上保险的分类。 思政元素: 中华人民共和国成立前后的保险发展历史对比,使学生认识到新中国与旧中国的保险发展巨大差别,以增强自豪感。 教学方法与策略: 本模块的理论在课堂上予以讲授,课堂教学采用讲授法、启发式、提问式的形式引导学生课堂听课的兴趣和积极性,并积极参与讨论本单元的重点。	课前:网上查阅《海商法》,熟悉相关背景知识。 课堂:积极思考,参与讨论。 课后:复习巩固重点和难点问题,完成作业。	目标 1 目标 2
模块 2: 海上保险遵循的原则	6	重点: 了解海补偿与代位追偿的联系;熟悉可保利益的概念与特点;掌握最大诚信的内容及应用。 难点: 可保利益的应用 思政元素: 最大诚信原则,通过案例分析,使学生认识到诚信对于每一个人而言,非常重要。一个人做人做事只有做到诚信,才能立足,才能成就一番事业。 教学方法与策略: 线下线上教学。本模块的理论在课堂上讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例分析方法开展教学,以启发式或提问的形式引导学生课堂听课的积极性。	课前:预习《保险原理》中保险的基本原则。 课堂:认真听课,参与讨论近因案例分析。 课后:认真完成网上布置的电子作业。	目标 1 目标 2
模块 3: 海上保险损失概述	4	重点: 实际全损,推定全损,协议全损; 部分损失;费用损失 难点:	课前:查阅有关海上保险损失的相关文字,增加背景知识。	目标 1 目标 4 目标 5

		部分损失 教学方法与策略: 本模块的理论与概念线下讲授。采用案例分析法, 分析推定全损与实际全损的区别, 以启发式或提问的形式引导学生课堂听课的积极性, 并积极参与互动。	课堂: 讨论实际全损、推定全损不同点与相同点。 课后: 通过练习, 巩固本单元所学内容。	
模块 4: 海上保险费率	4	重点: 海上保险费的计算; 英国伦敦协会货物保险最新险种的英文条款的理解。海上保险如何退费 难点: 海上保险费的计算 思政元素: 海上保险退费时可能遇到的问题, 退多退少要严格把关。告诉学生这个环节容易发生腐败现象。不能凭个人感情或得到被保险人好处而牺牲公司的利益, 以防止腐败情况的发生。 教学方法与策略: 线下线上教学。本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学, 以提问的形式引导学生认真思考费率的厘定的依据, 并积极参与费率的简单计算。	课前: 预习海上保险退费与退保的异同。 课堂: 认真听课, 讨论海上保险费率厘定与其他财产保险费率的厘定有什么不同。 课后: 认真完成网上布置的电子作业。	目标 1 目标 2
模块 5: 海上保险的承保	2	重点: 英文条款的撰写; CIF 价格条件、FOB 价格条件以及 CFR 价格条件及其计算公式。 难点: FOB 价格、CFR 价格的换算成 CIF 价格方法与计算 教学方法与策略: 本章节的理论在课堂上讲授。运用货物品种的图片演示, 启发学生对货物进行分类, 并熟悉不同的险种和不同的费率。	课前: 预习承保与投保的关系。 课堂: 认真听课, 讨论货物的九种不同种类及其特点。 课后: 按时完成课后设计的网上习题。	目标 1 目标 2
模块 6: 海上保险的理赔	4	重点: 保险索赔与理赔 难点: 保险理赔的计算方法 思政元素: 海上保险理赔可能遇到的问题。坚持原则, 严格把关。如果放过某些环节, 就会发生腐败事件。不能因为被保险人给好处而违规操作。 教学方法与策略: 本章节的理论线下讲授。课堂运用讲授法, 特别是案例分析法, 引导学生在复杂的理赔过程中, 能抓住主要矛盾, 坚持公平公正做好理赔服务工作, 为客户提供优质的服务。	课前: 网上查找理赔案例, 对理赔实务提前了解。 课堂: 认真听课, 讨论索赔与理赔的关系。 课后: 完成网上电子作业, 以便巩固所学知识。	目标 1 目标 2
模块 7:	2	重点:	课前: 查找追偿的	目标 1

海上保险的追偿		追偿与理赔的关系、追偿函件的英文撰写。 难点： 追偿成立的条件 教学方法与策略： 本章节的理论在课堂上讲授，课堂运用讲授法和案例法教学，特别是追偿的案例教学有助于学生更好地理解追偿对保险公司的意义。习题作业讨论等内容线上完成。	案例，对追偿实务提前了解。 课堂：参与讨论追偿与理赔的关系。 课后：完成网上电子作业，巩固本模块的重点与难点。	目标 2
模块 8： 海上保险合同	4	重点： 熟悉海上保险合同的概念与特点；掌握海上保险合同的形式；了解海上保险合同的主体与客体；弄清海上保险合同的履行。 难点： 海上保险合同法律特征 教学方法与策略： 本章节的理论在线下讲授，习题作业讨论等内容线上完成。课堂主要运用讲授法和案例分析法开展教学，辅以启发式或提问形式引导学生课堂上的热情与积极性。	课前：查阅我国《合同法》对合同的规定，比较海上保险合同与其他合同有哪些不同点。 课堂：参与讨论合同法与海上保险合同是否有关联。 课后：完成该模块的电子作业，巩固本章所学知识。	目标 1 目标 2
模块 9： 海上保险条款及险种概述	4	重点： 海上运输货物保险基本险；海上运输货物保险附加险；海上运输货物保险专门险；伦敦协会货物保险条款 难点： 伦敦协会货物保险条款 教学方法与策略： 本章节的理论在课堂上讲授。课堂上采用比较法的方式，引导学生区分我国货物运输保险条款与伦敦货物保险条款的差异以及各自的优点和不足。辅以启发式或提问形式引导学生课堂听课的关注度和兴趣。	课前：网上查阅不同保险公司货物运输保险条款是否有区别。 课堂：参与讨论伦敦 A 险与我国货物运输保险一切险的相同点和不同点。 课后：按时完成课后布置的电子作业。	目标 1 目标 2

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试或课程论文（设计）两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的 30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 15%）、实训（占 5%）、考勤（占 10%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.平时作业；2.实训；3.考勤

优秀 (90~100 分)	1.学习通 APP 电子作业；90%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果准确无误。 3.没有贴图或截图作答。
良好 (80~89 分)	1.学习通 APP 电子作业；80%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果较为准确。 3.没有贴图或截图作答。
中等 (70~79 分)	1.学习通 APP 电子作业；70%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果较为准确。 3.没有贴图或截图作答。
及格 (60~69 分)	1.学习通 APP 电子作业；60%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果不太准确。 3.有贴图或截图作答。
不及格 (60 以下)	1.学习通 APP 电子作业；50%以上的习题解答正确。 2.案例分析结果不准确。 3.有贴图或截图作答。

2. 期末考试或课程论文（设计）（占总成绩的 70%）

（1）期末考试（开卷或闭卷）：采用百分制，考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
模块 1	海上风险、海上保险的概念、术语等	填空题	目标 1	10
模块 1~9	作业 1-10 电子练习题	单选题	目标 2	10
模块 1~9	作业 1-10 电子练习题	多选题	目标 1	20
模块 1~9	作业 1-10 电子练习题	判断题	目标 2	20
模块 1~9	作业 1-10 电子练习题	简答题	目标 1	10
模块 1~9	海上保险费率、海上保险索赔与理赔	计算题	目标 2	20
模块 2、3	海上保险遵循的原则、海上保险损失概述	案例分析题	目标 2	10

（2）课程论文（设计）：

标准	选题	方法	材料	结构	行文	格式	结论
优秀 (90~100 分)	选题具有较好的理论价值与现实意义	研究方法科学、严谨	材料可靠、充实	结构清晰、完整	语言生动、行文规范、表达简洁	格式正确、美观	研究结论有创新之处
良好 (80~89 分)	选题具有一定的理论价值或现实意义	研究方法比较严谨	材料较充实	论文结构比较清晰	语言文字规范、准确	格式规范	有正确的研究结论

中等 (70~79分)	研究内容符合选题要求	能采用本学科中的一些研究方法	有相应的论证材料	能按照论文结构撰写	语言较通顺,有错别字	有少量格式错误	有明确的研究结论
及格 (60~69分)	需要修改选题	尚能运用一种本学科中的研究方法	尚需补充论证材料	论文结构框架基本符合要求	有少量行文和表达错误	格式不规范,需要大幅修改	研究结论模糊
不及格 (60以下)	内容与课程要求不一致,或选题未通过审核	研究方法存在严重错误	材料空洞,或材料毫无说服力	结构有逻辑错误	语言严重不通畅,严重影响意思表达	格式混乱	不能做出结论,或结论矛盾

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称: 助教及以上 学历(位): 硕士及以上 其他:
2	课程时间	周次: 1-16 周 节次: 2 节/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他:
4	学生辅导	线上方式及时间安排: 企业微信, 一周一次 线下地点及时间安排: 授课教室, 上课前后

七、选用教材

[1]袁建华, 金伊林.海上保险原理与实务(第6版)[M].成都:西南财经大学出版社, 2020年3月

[2]黄海东、孙玉红.国际货物运输保险(第4版)[M]北京:清华大学出版社,2021年10月

八、参考资料

[1]栗丽.国际货物运输与保险(第六版) [M]北京:中国人民大学出版社,2020年9月

[2]初北平.海上保险法 [M]北京:法律出版社,2020年5月

[3]郭颂平, 袁建华.海上保险学 [M].北京:中国金融出版社, 2009年10月

[4]杜鹃.海上保险(第二版)[M].上海:上海财经大学出版社, 2015年8月

[5]郭丽军.海上保险学(第二版)[M].北京:对外经贸大学出版社, 2015年10月

九、网络资料

- [1] 海上货物运输保险合同纠纷案例范本, 360 文库, <https://wenku.so.com>
- [2] 海上保险 - MBA 智库百科,<https://wiki.mbalib.com/wiki>
- [3] 海上运输保险费怎么计算,华律网 <https://www.66law.cn/laws>
- [4] 海上货物运输保险中的风险和损失-华律网 <https://www.66law.cn/laws>

十、其他资料

- [1] 刘笛, 论海上保险中的委付, [J]法制博览, 2017 年 12 月
- [2] 袁建华, 论海上保险业务中的委付及其法律效力, [J]现代财经, 2007 年 4 月

大纲执笔人: 袁建华

讨论参与人: 张帆、杨丽君

系(教研室)主任: 杨丽君

学院(部)审核人: 赖忠孝

《报关实务》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业选修课	课程性质	选修	课程属性	理论
课程名称	报关实务		课程英文名称	Customs Practice	
课程编码	F03ZX11E		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	国际贸易实务	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			0		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《报关实务》是电子商务专业的一门专业选修课，是我国现行货物通关的重要理论与实务课程。本课程的主要内容是我国的对外贸易通关政策，通过海关估价、商品归类、报关单填制与修改等专业知识学习，学生理解并掌握海关对不同的进出口货物采用不同的监管程序、税收的计算与征收等。学生学习本课程后，将了解我国贸易管制政策，理解我国海关的征税目的，掌握进出口货物的报关流程并能熟练填写进出口货物报关单，最终系统掌握国际贸易通关实用技能。该课程实践性很强、它对掌握外贸技能、培养学生操作动手能力、树立正确的职业道德观都具有重要意义。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 掌握报关业务相关的基本概念、基本理论，涉及一般货物监管政策、保税货物监管政策、商品编码、报关单的填制与改错等。	5-2: 掌握国内外经济与贸易活动专门知识的基本原理； 5-3: 熟悉国际商务活动的业务内容，业务流程以及商务沟通的中英文协作规范。	专业知识
能力目标	目标 2: 掌握商品贸易特点、熟悉海关监管规则等，培养学生综合分析和认识通关活动的的能力。	9-1: 具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在经贸实践活动中灵活运用所掌握的专业知识； 9-2: 能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加	运用知识的能力

		工; 9-3: 为企业、政府等部门 解决实际问题提供对策建 议。	
素质 目 标	目标 3: 培养作为一个通关业务从业人员必须具备的基本知识储备, 严谨治学的治学态度和积极向上的价值观, 为未来的报关服务工作和生活奠定良好的基础。	3-2: 了解主要国家和地区 的经济发展状况、经贸政策 法规和世界贸易组织相关 知识 3-4: 初步具备从事经贸理 论应用的基本能力	专业素质

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
报关与海关管理	4	重点: 报关的含义; 海关监管的范围和对象; 海关的任务和权利; 报关单位与报关员的注册登记。 难点: 我国海关监管的范围和对象; 报关单位与报关员的注册登记程序。 思政元素: 正确认识海关职责的历史变迁。 教学方法与策略: 线下教学。课堂主要运用讲授法回顾海关历史。	课前: 查阅资料 课堂: 积极讨论 课后: 思考海关的服务	目标 1
报关与对外贸易管制	4	重点: 对外贸易管制的内容; 对外贸易管制的手段; 各种许可证件的申领及使用规范; 进出境检疫制度; 进出口货物外汇管制; 其他贸易管制制度。 难点: 配额管理、许可证件管理; 各类许可证件的使用规范。 思政元素: 思考海关的简政放权。 教学方法与策略: 线下教学。课堂主要运用讲授法和浏览网站开展教学, 辅以启发式提问拓宽学生视野。	课前: 预习、查阅资料 课堂: 积极听讲、讨论 课后: 浏览海关网站	目标 1 目标 2 目标 3
海关监管货物及其报关程序	6	重点: 一般进出口货物、保税加工货物、保税物流货物、特定减免税货物、暂准进出境货物的报关程序。 难点: 保税加工货物的报关程序。 思政元素: 保税加工货物涉及的走私行为。 教学方法与策略: 线下教学。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学, 注重让学生积极参与分享流程	课前: 预习、查阅资料 课堂: 积极听讲、讨论 课后: 总	目标 1 目标 2 目标 3

		操作心得。	结案例	
进出口商品归类	6	重点： 《商品名称及编码协调制度》；归类总规则；进出口商品分类目录的主要内容及结构。 难点： 能运用制度对具体商品进行归类。 思政元素： 正确理解《商品名称及编码协调制度》的发展与完善。 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要让学生动手查找商品编码。	课前：预习、查阅规则制度 课堂：积极听讲、讨论 课后：研究编码规则	目标 2 目标 3
进出口税费	4	重点： 关税、进口环节税、税款滞纳金；进出口货物完税价格的确定；进口货物原产地的确定与税率适用；进出口税费计算；税费的缴纳与退补。 难点： 进出口税费的计算。 思政元素： 正确理解原产地规则的缺陷。 教学方法与策略： 线下教学。课堂先讲解公式及运用，再让学生动手查找税则计算税费。	课前：预习、查阅资料 课堂：积极听讲、讨论 课后：熟悉进出口税则	目标 1 目标 2 目标 3
进出口货物报关单填制	8	重点： 进出口报关单概述；报关单各栏目的填报。 难点： 贸易方式、征免性质、标记备注、征免之间的逻辑关系。 思政元素： 报关单的改革与完善。 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法和学生动手填制报关单相结合。注重讲授报关单的易错点，让学生做好记录并理解报关单不同项目之间的逻辑联系。	课前：预习、查阅资料 课堂：积极听讲、讨论 课后：进一步熟悉报关单填制的易错点	目标 1 目标 2 目标 3

（二）实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
	****		重点： 难点： 思政元素：			目标* 目标* 目标*

.....	...	可根据项目数量需要加行			
备注： 项目类型填写验证、综合、设计、训练等。					

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、小组汇报成绩、期末考查等三个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）、小组汇报成绩（占 10%）和考勤（占 10%）四个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.小组汇报 3.考勤
优秀 (90~100 分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.小组汇报表现优秀。 3.考勤全勤。
良好 (80~89 分)	1.作业书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.小组汇报表现良好。 3.考勤全勤。
中等 (70~79 分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.小组汇报表现中等。 3.考勤记录中存在请假。
及格 (60~69 分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.小组汇报表现一般。 3.存在无故旷课现象。
不及格 (60 以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2.小组汇报表现极差或未完成汇报作业。 3.严重违反学校考勤制度规定。

2. 期末考查（占总成绩的 60%）：采用百分制。期末以实训报告考查的方式进行考查。

序号	教学安排事项	80	要 求
----	--------	----	-----

1	授课教师	职称：讲师 学历（位）：硕士研究生 其他：
2	课程时间	周次：16 节次：2 节/周
3	授课地点	√ 教室 □ 实验室 □ 室外场地 □ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排： 线下地点及时间安排：

十四、 教学安排及要求

七、选用教材

[1] 山秀娟、管迪、王洪艳主编：《报关实务》，清华大学出版社，2021 年 6 月。

八、参考资料

[1] 武晋军主编：《报关实务》，电子工业出版社，2018 年 1 月。

[2] (2021 年版)报关水平测试教材：报关业务技能，报关职业能力训练及水平测试系列教材编委会出版社，中国海关出版社，2021 年。

网络资料

[1]海关总署，<http://www.customs.gov.cn/>

[2]中国报关协会，<http://www.chinacba.org/>

[3]黄埔海关，<http://huangpu.customs.gov.cn/>

大纲执笔人： 吴祥宇

讨论参与人：谭芬

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：赖忠孝

《电子商务法律与法规》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	电子商务法律与法规		课程英文名称	E-commerce laws and regulations	
课程编码	F03ZX98C		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	电子商务概论、经济学	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			0		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

本课程系电子商务专业选修课，是调整以现代电子信息技术手段，进行商品、服务、信息和其他交换等商务活动的法律规范总称。

通过本课程的学习使学生比较系统的了解电子商务涉及的法律领域，掌握电子商务法的调整对象、电子商务经营主体法律法规、电子商务商业行为法律规范和有关电子商务法律基本原理、知识和应用技能，理解电子商务法律在电子商务交易当中的重要性，全面了解电子商务法律发展的趋势，培养学生的电子商务和信息政策法律意识，提高学生运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中各种问题的能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 掌握电子商务法的基本原理和电子商务立法概况、掌握数据电文和电子签名及电子认证法律制度、电子合同法律制度、电子商务税收法律制度、知识产权保护法律制度、消费者权益与隐私权保护法律制度、电子商务纠纷解决等必备知识	5-1 了解快速发展的电子商务新兴产业动态以及电子商务法律法规相关知识 5-2 掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理，	5.专业性知识
能力目标	目标 2: 通过学习，学生能够熟悉电子商务法的基本法律框架；具有依据法律问题的性质寻找相关工具书及案例的能力；具备运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中相关法律问题的能力。	2-1 具有综合运用各种手段查阅文献、获取信息的能力； 3-4 能够理论与实践紧密结合，解决实际问题； 7-2 能够进行综合性的跨学科学习，达到知识的扩展	2. 综合素质能力 3. 专业素质能力 7. 其他领域的知识 8. 获取知识的能力

		和综合素质的提升。 8-3 适应电子商务行业快速发展的客观情况； 8-4 具备综合分析和解决实际问题。	
素质目标	目标 3: 通过学习,充分认识电商法律法规发展现状;学会独立思考,积累解决实际问题的经验并学习深入的专业理论知识,主动构建自己的经验和知识体系;培养诚实守信的职业道德和敬业精神,促进学生职业素养的养成。	1-2 具有良好的道德修养、高度的社会责任感、正确的劳动意识和敬业精神。 9-1 具备洞察问题、提炼问题的能力,能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识; 9-2 能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加工; 11-4 能积极主动承担分内职责,具有较强的责任意识和担当精神	1. 思想道德品质 9. 运用知识的能力 11. 团队沟通与协作的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
电子商务法基础知识	4	重点: 电子商务法的特征、性质、调整对象和基本原则, 国内外立法概况。 难点: 电子商务对传统法律的挑战 思政元素: 以电子商务为交易形式及以电子信息为交易内容的各种社会关系有别于实体社会的各种社会关系,通过学习,帮助学生树立正确的法制观念。 教学方法与策略: 通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识;利用多媒体资源,清晰、准确传授相关基础知识,突出重点难点。	课前: 预习 课堂: 针对重点内容进行学习及巩固, 并参与互动 课后: 完成习题, 巩固课堂知识	目标 1 目标 3
电子商务交易主体法律制度	4	重点: 电子商务交易主体的概念、构成与市场准入退出制度; 电子商务经营主体的权利与义务; 电子商务经营者的法律责任。 难点: 互联网服务商 (ISP 与 ICP) 的侵权责任性质; 电商企业的不正当竞争责任。 思政元素: 培养有条理、细致的工作习惯; 善于沟通、团结协作、实事求是的处事能力。	课前: 预习 课堂: 针对重点内容进行学习及巩固, 并参与互动 课后: 完成	目标 1 目标 2

		教学方法与策略： 通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识；利用多媒体资源，清晰、准确传授相关基础知识，突出重点难点。	习题，巩固课堂知识	
数 据 电 文、电子 签名与电 子认证法 律制度	6	重点： 数据电文的基本含义及法律效力；电子签名与传统签名的异同、电子签名的立法模式；电子认证机构的法律地位、认证机构管理措施及义务责任 难点： 数据电文证据效力；电子签名的使用及其法律效果；认证机构与当事人之间的法律关系。 思政元素： 培养有条理、细致的工作习惯；善于沟通、团结协作、实事求是的处事能力。 教学方法与策略： 通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识；利用多媒体资源，清晰、准确传授相关基础知识，突出重点难点。	课前：预习 课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动 课后：完成习题，巩固课堂知识	目标 1 目标 2
电子支付 与电子合 同法律法 规	4	重点： 电子支付的特征及主要方式，电子支付中的法律责任，对电子支付的监管方法；电子合同的概念、形式、特征和法律效力。 难点： 虚拟货币、第三方支付平台等电子支付领域出现的法律问题；电子合同的特殊法律问题。 思政元素： 培养有条理、细致的工作习惯；善于沟通、团结协作、实事求是的处事能力。 教学方法与策略： 通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识；利用多媒体资源，清晰、准确传授相关基础知识，突出重点难点。	课前：预习 课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动 课后：完成习题，巩固课堂知识	目标 1 目标 2
消费者权 益及个人 信息权保 护法律制 度	4	重点： 电子商务对消费者权益的威胁，电子商务消费者的权利及电子商务经营者的义务；个人信息资料保护的一般规则，个人信息资料的收集和利用 难点： 我国电子商务消费者权益保护立法特征；个人信息的合理利用原则。 思政元素： 培养有条理、细致的工作习惯；善于沟通、团结协作、实事求是的处事能力。 教学方法与策略： 通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识；利用多媒体资源，清晰、准确传授相关基础知识，突出重点难点。	课前：预习 课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动 课后：完成习题，巩固课堂知识	目标 1 目标 2
电子商务 中的知识 产权法律 法规	4	重点： 网络著作权的法律保护、网络工业产权的法律保护、域名的法律保护。 难点： 网络著作权侵权行为及法律责任；网络技术与网络商务方法的区别；域名与商标权的冲突及其解决机制	课前：预习 课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与	目标 1 目标 2

		思政元素： 培养有条理、细致的工作习惯；善于沟通、团结协作、实事求是的处事能力。 教学方法与策略： 通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识；利用多媒体资源，清晰、准确传授相关基础知识，突出重点难点。	互动 课后：完成习题，巩固课堂知识	
电子商务监管及纠纷的解决	6	重点： 电子商务对税收体制的挑战，对电子商务征税面临的问题；电子商务监管的基本原则，非政府治理监管体系；电子商务纠纷的特点和解决方式。 难点： 电子商务对税收管辖权的影响；我国电子商务监管问题存在的原因；电子商务纠纷管辖权的几种理论基本观点分析 思政元素： 培养有条理、细致的工作习惯；善于沟通、团结协作、实事求是的处事能力。 教学方法与策略： 通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识；利用多媒体资源，清晰、准确传授相关基础知识，突出重点难点。	课前：预习 课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动 课后：完成习题，巩固课堂知识	目标 1 目标 2 目标 3

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、小组案例讨论成绩、期末考试等三个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）、考勤（占 10%）和课堂案例讨论成绩（占 10%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2. 考勤；3. 课堂案例讨论
优秀 (90~100 分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的作业习题解答正确。 2.考勤全勤 3.课堂表现优秀
良好 (80~89 分)	1.作业书写工整、书面整洁；；80%以上的作业习题解答正确。 2.缺勤 1 次 3.课堂表现良好
中等 (70~79 分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的作业习题解答正确。 2.缺勤 2 次 3.课堂表现一般
及格 (60~69 分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的作业习题解答正确。 2.缺勤 2 次 3.课堂表现不积极
不及格 (60 以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的作业习题解答正确。 2.缺勤 3 次 3.扰乱课堂秩序

2. 期末考试（占总成绩的 60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配

情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
电子商务法基础知识	电子商务法调整对象及调整范围；国外电子商务立法概貌；我国电子商务立法目的	选择、判断	目标 1 目标 3	10
电子商务交易主体法律制度	电子商务经营者特点；电子商务主体的准入与公示；电子商务主体的一般性义务；电子商务企业侵权责任；电子商务企业责任立法；	选择、判断、案例	目标 1 目标 2	15
数据电文、电子签名与电子认证法律制度	数据电文概念、法律效力；数据电文发送和接收的时间的确定；数据电文形式问题的解决方案；电子签名立法模式；电子签名的法律效力；电子认证的意义；电子认证机构的法律地位；认证机构的设立条件和管理措施；认证机构的义务与责任的法律法规。	问答、选择、判断	目标 1 目标 2	15
电子支付与电子合同法律法规	电子支付的形式、电子支付当事人及非金融机构支付服务的法律问题、电子货币特征及风险；网络银行风险及防范；电子合同的要约和承诺、电子合同的生效、电子代理人的性质与责任分担	问答、选择、判断	目标 1 目标 2	15
消费者权益及个人信息权保护法律制度	电子商务消费者的权利及经营者的义务；消费者权益保护及立法现状；电子商务中消费者索赔的相关法律问题；个人信息的分类、价值和构成要件，个人信息侵权的主要表现，个人信息保护的基本原则及我国立法状况。	选择、判断、案例	目标 1 目标 2	15
电子商务中的知识产权法律法规	知识产权的表现形式、侵权方式的判定、驰名商标的保护、域名抢注的确定方法、电子商务领域专利的保护措施。	问答、选择、判断	目标 1 目标 2	15
电子商务监管及纠纷的解决	电子商务税收特征；电子商务对税收的影响和各国对电子商务税收的探索；电子商务监管的基本原则；非政府治理监管体系的构建；我国电子商务监管现状；电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践；我国对网络管辖权的法律规定；	选择、判断、案例	目标 1 目标 2 目标 3	15

十五、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 其他：学历（位）：硕士研究生
2	课程时间	周次： 1-16 周 节次：1 次/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：课堂或办公室

七、选用教材

[1]王卫东.《电子商务法律法规》[M].北京：清华大学出版社，2021年2月

八、参考资料

[1]孙祥和.《电子商务法律法规》[M].北京：中国人民大学出版社，2019年3月

[2]吴景明.《中华人民共和国电子商务法》消费者权益保护法律制度[M].北京，中国法制出版社，2019年3月

[3]郭锋.《中华人民共和国电子商务法法律适用与案例指引》[M].北京：人民法院出版社，2018年10月

网络资料

[1]网经社：www.100ec.cn

[2]艾媒网：<https://www.iimedia.cn/>

[3]广州互联网法院：www.gzinternetcourt.gov.cn

大纲执笔人：彭军

讨论参与人：陈语时

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝

《电子商务前沿知识及创新讲座》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	电子商务前沿知识及创新讲座		课程英文名称	E-commerce Frontier Lectures and Seminars	
课程编码	F03ZX17C		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	电子商务概论、网络营销	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			0		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《电子商务前沿知识及创新讲座》是电子商务专业的专业选修课程，是为了让学生深度理解和认知电子商务新模式、新现象背后的本质规律，思考电子商务未来发展趋势。学生需要了解和认知新零售、跨境电商、农村电商、大数据、云计算、人工智能、区块链等电子商务的前沿应用，思考电子商务的模式创新、电子商务的技术创新、网络营销新玩法和电子商务创新领域和应用。该课程关注最新电子商务企业实践发展热点，让同学们不仅仅追求“是什么”，更要专注于现象背后的“为什么”，提高学生跟踪判断电子商务发展趋势的能力，培养理论与实际相结合、解决实际问题的创新性应用型人才。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 了解和认知电子商务的前沿应用，理解电子商务的模式创新和技术创新，充实和丰富对电子商务专业知识理解和掌握。	4-2 具备面向未来电商行业的大数据思维意识。 5-3 初步具备从事电子商务组织与运营的基本能力及互联网营销与策划活动的基本技能	4.基础知识 5.专业性知识
能力目标	目标 2: 能够掌握电子商务应用的技术基础、网络营销、互联网金融、电子商务安全与实现、电商供应链与物流等知识，获得综合运用专业知识分析电子商务新模式和新现象的能力。	3-1 具有扎实的经济学理论基础和专业基础知识，掌握经济学、国际贸易、网络营销等学科门类的基本理论、分析方法和发展动态。	3.专业素质能力

素质目标	目标 3: 培养电商思维与意识, 使学生跳出固定思维, 独立思考, 学会从不同的角度去看待问题, 综合专业知识去探索解决问题的新途径。	7-2 能够进行综合性的跨学科学习, 达到知识的扩展和综合素质的提升。	7.其他领域的知识
------	---	-------------------------------------	-----------

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
透视电商本质	6	重点: 电子商务的发展历程、认识中国的电子商务。 难点: 电子商务分类背后的故事、电子商务技术应用和发展历程。 思政元素: 疫情之下, 各行各业面临线下流量红利的急剧消失和快速转型线上的窘境。新冠加速了企业转型移动电子商务生态的步伐, 同学们要紧跟时代的步伐, 积极投身于祖国的建设。 教学方法与策略: 线下教学。对于概念、原理在课堂上予以讲授, 选取的知识点尽量贴近生活, 课堂主要运用讲授法、案例分析与讨论开展教学, 启发式提问拓宽学生学习思路。让大家在轻松的氛围中, 对生活中的电商现象有进一步的理解。	课前: 发布学习资料 课堂: 要求学生积极参与课堂讨论 课后: 布置作业	目标 1 目标 2
解读新零售	6	重点: 认识移动电子商务、移动电子商务发展历程与趋势; 新零售概念和特征、推动新零售发展的因素、新零售的框架; 我的产品你做主、看穿价格杀熟现象。 难点: 消费者画像、营销数字化转型过程中面临的挑战、口碑的新玩法、客户关系管理、新零售的创新战略。 思政元素: 结合 5G 时代移动电子商务突破, 我们要学会正确看待事物的发展, 学会利用事物发展的内部因素和外部因素, 启发学生的创造性思维, 提高学生创新思考的能力。 教学方法与策略: 线下教学。寻找视频、图片、各种最新的流媒体资料和素材, 采取微案例以及现场小组讨论互动的方式开展教学, 课堂主要运用讲授法、案例分析与小组讨论开展教学。	课前: 作业评阅反馈 课堂: 及时反馈作业情况对教学班级进行分组 课后: 布置作业小组查找主题案例	目标 1 目标 2 目标 3

领悟跨境电商	6	重点：什么是跨境电子商务及全球市场、跨境电子商务与传统国际贸易的区别、跨境电商平台、跨境电商通关物流。 难点：跨境电子商务的模式、制约跨境电商购物体验的影响因素。 教学方法与策略：线下教学。采取微视频以及现场小组讨论互动的方式开展教学，争取让大家能在真实的情境和体验中获取电子商务相关专业知识。	课前：预习学习材料 课堂：要求学生积极参与课堂讨论 课后：针对视频材料布置思考题	目标 1 目标 2 目标 3
走进农村电商	6	重点：农村淘宝案例、淘宝村十年介绍、农村电商发展阶段和类型。 难点：农村电商社交化运营、短视频运营、直播运营、农村电商渠道。 思政元素：农村电商名人系列视频、我为什么如此热爱新疆？这里也许有答案视频，展示我国农村风貌，激发学生踏实肯干和爱国热情。 教学方法与策略：线下教学。选取的知识点尽量贴近生活，课堂主要运用讲授法、案例分析与讨论开展教学。	课前：作业评阅反馈 课堂：要求学生分享案例积极参与课堂讨论 课后：针对思政材料布置思考题	目标 1 目标 2 目标 3
大数据、云计算与人工智能	4	重点：大数据的概念、特征及发展历程、大数据的影响。 难点：大数据与云计算、物联网、人工智能、区块链的应用。 教学方法与策略：线下教学。寻找视频、图片、各种最新的流媒体资料和素材，再加上真实的案例，课堂主要运用讲授法、案例分析与小组讨论开展教学。	课前：预习学习材料 课堂：要求学生积极参与课堂讨论 课后：对新技术的思考	目标 1 目标 2
畅谈电商发展	4	重点：国家“一带一路”战略、“互联网+”趋势。 难点：对国家战略层的理解、未来电子商务发展趋势。 思政元素：日新月异的年代里，要求自己关心时事、投身社会、与时俱进，要有创新精神。 教学方法与策略：线下教学。查阅相关政策文件，提供电子商务最新发展报告和相关研报，课堂主要通过讨论开展教学。	课前：通过线上资源进行预习 课堂：要求学生分享课程心得体会 课后：布置课程论文	目标 1 目标 2 目标 3

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩和期末考查两个部分组成。

3. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分作业成绩（占 15%）、课堂表现成绩（占 10%）和考勤成绩（占 15%）三个部分，评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.课堂表现；3.考勤
优秀 (90~100 分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确 2.课堂表现活跃，积极回答问题 3.全勤
良好 (80~89 分)	1.作业书写工整、书面整洁；80%以上的习题解答正确 2.课堂表现较好，主动参与互动 3.旷课 1 次以内
中等 (70~79 分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确 2.课堂表现较积极，能够参与互动 3.旷课 2 次以内
及格 (60~69 分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确 2.课堂表现一般，基本未参与互动 3.旷课 3 次以内
不及格 (60 以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的习题解答不正确 2.课堂表现不积极，未参与互动 3.旷课 4 次及以上

4. 期末考查（占总成绩的 60%）：采用百分制。期末考查，采取课程论文的形式，要求学生结合电子商务前沿知识研讨对生活中的电商现象进行分析和论述，评分标准如下：

等级	评 分 标 准
	1.对电子商务前沿现象的观察能力；2.对电子商务前沿知识问题的分析能力；3.论文的观点和结构；4.论文的语言表达和格式。
优秀 (90~100 分)	1.对电子商务前沿现象观察非常仔细且能够全面地进行说明 2.对电子商务前沿知识分析和解决现实问题的能力较强 3.观点正确，思路清晰，结构完整 4.语言表达流畅，书写美观工整
良好 (80~89 分)	1.对电子商务前沿现象观察较为仔细且能够较为全面地进行说明 2.对电子商务前沿知识分析和解决现实问题的能力较好 3.观点较为正确，思路较为清晰，结构较为完整 4.语言表达较为流畅，书写较为美观工整
中等 (70~79 分)	1.对电子商务前沿现象有一定的观察但说明不够全面 2.对电子商务前沿知识分析和解决现实问题的能力一般 3.观点基本正确，思路的清晰程度和结构的完整程度一般 4.语言表达一般，书写尚可
及格 (60~69 分)	1.对电子商务前沿现象观察不够仔细，说明不够全面 2.对电子商务前沿知识分析和解决现实问题的能力较弱 3.观点不够准确，思路不够清晰，结构不够完整 4.语言表达不够流畅，书写不够工整
不及格 (60 以下)	1.对电子商务前沿现象观察不仔细，说明不全面 2.对电子商务前沿知识基本理解和运用能力差 3.观点不明确，思路不清晰，结构不完整 4.语言表达较差，书写不工整

十六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 其他：学历（位）：硕士及以上
2	课程时间	周次：16 周 节次：2 节/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，一周一次 线下地点及时间安排：授课教室，上课前后

七、选用教材

[1] 李忠美. 新零售运营管理[M]. 北京：人民邮电出版社，2020 年 5 月.

八、参考资料

[1] 白东蕊. 电子商务概论（附微课 第 5 版）[M]. 北京：人民邮电出版社，2022 年 1 月.

[2] 陈志浩，刘新燕. 网络营销（第三版）[M]. 武汉：华中科技大学出版社，2020 年.

[3] 蓝宝江. 跨境电子商务案例集[M]. 北京：高等教育出版社，2021 年.

[4] 埃弗雷姆·特班，戴维·金，李在奎，梁定澎. 电子商务——管理与社交网络视角（第八版）[M] 北京：中国人民大学出版社，2018 年.

网络资料

[1] 中国慕课, www.icourse163.org

[2] 洞见研报, www.djyanbao.com/index

[3] 智慧树. www.zhihuishu.com

执笔人：熊炬成

参与人：李欣原

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝

《社群电子商务运营》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	社群电子商务运营		课程英文名称	E-commerce operations based on Internet communities	
课程编码	03ZX123c		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	经济学、电子商务概论、市场营销学等	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：0		

二、课程简介

随着移动互联网的快速发展，基于互联网的通信方式逐渐普及，原本受地理空间限制的社群关系逐步跨越时空，进入到在虚拟空间产生联系阶段，这就是社群兴起的根源。社群关系是一种基于互联网的新型人际关系，在此基础上产生的社群经济也成为一种新的商业模式，引起了人们的广泛关注。在封闭的圈子被人性需求打破的过程中，势必要带来社群经济的发展，社群电商、兴趣型社群、行业型社群都在近年崛起。

本课程系统地介绍社群营销与运营需具备的理论和实践能力，通过学习该课程，使学生掌握社群营销的起因、概念、构成、价值和评估模型，引导读者全面认识社群以及社群营销；并能够从无到有建设社群、从小到大运营社群、由弱到强地构建社群运营团队，并对社群商业变现有一定的认知。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 1.社群的产生背景和内涵 2.社群构成的五大要素 3.运营社群的三大社交理论 4.评估社群质量的模型 5.构建社群的步骤 6.保持社群活跃度的方法 7.社群线下活动的策划与执行 8.建立社群运营优质团队的方法 9.扩大社群运营团队的策略	5-2 掌握社群运营中各环节所涉及专门知识的基本原理	5. 专业性知识

	10.留住社群运营人才的方式 11.设置社群运营 KPI 12.社群的商业变现模式		
能力目标	目标 2: 通过本课程的教学, 学生应当能够认识社群、了解社群营销的价值和运营技巧, 具备社群运营的规划和运营策略能力, 能够组建社群团队、发挥社群的优势, 能够有效的开展社群营销与运营的相关活动。	8-2 能够应用现代科技手段获取新知识, 进行自我学习、自我消化知识、自我更新知识、终身学习的能力 8-4 具备综合分析和解决实际问题。	8. 获取知识的能力
素质目标	目标 3: 通过本课程的教学, 学生能有意识的实践体验社群的发展, 激发学生对社群营销与运营的强烈兴趣, 培养学生的实践精神。	11-5 与小组或团队成员之间基于互尊互助、平等协商等原则进行沟通, 实现团队目标 12-1 养成独立思考的习惯, 树立进取意识和探索精神;	11. 团队沟通与协作的能力 12. 思辨与创新思维的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
社群营销概述	4	重点: 社群的生命周期管理; 运营社群的三大社交理论; 社群质量的评估; 难点: 社群质量的评估 思政元素: 教学方法与策略: 线下教学。利用 PPT、多媒体工具, 使学生学习社群的含义与起源、互联网时代的社群发展历程、社群的生命周期管理、社群的商业价值、运营社群的三大社交理论、社群质量的评估。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学, 辅以启发式提问拓宽学生学习思路。课下采用分组调查法, 巩固学习成果。	课后: 习题练习	目标 1 目标 3

构建可持续成长的社群	4	重点：建立社群的目的和价值、目标人群的定位和痛点分析、成员结构、社群规则、平台的选择以及种子用户的获取 难点：目标人群的定位和痛点分析、平台的选择以及种子用户的获取 思政元素： 教学方法与策略：线下教学。利用 PPT、多媒体工具，使学生学习明确社群的构建动机、拟订社群的名称、口号和 LOGO、目标人群的定位和痛点分析、构建社群的价值体系、选择适宜的社群运营平台、打造社群的共同价值观、制定系统化的社群规则、搭建多维度的立体化传播体系。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学	目标 1 目标 2 目标 3
社群成员的招募与管理	4	重点：社群成员的配置策略。社群成员的引流途径。收集与整理社群成员的信息。引导新成员融入社群的方法。劝退不合适的社群成员的方法 难点：社群成员的配置策略。社群成员的引流途径。 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用 PPT、多媒体工具讲授社群成员的配置、社群的三大引流途径、利用微信招募社群社员、社群裂变涨粉、社群成员信息的收集与整理、引导新成员融入社群、劝退不合适的社群成员。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。课下采用分组设计方案的方法，巩固学习成果。	课堂：列举案例及讲授相关知识	目标 1 目标 2
活跃社群的运营方法	6	重点：社群资料包和日报的策划、运营步骤、社群分享活动的操作步骤、打卡和红包的节奏 难点：社群资料包和日报的策划、运营步骤、社群分享活动的操作步骤。 思政元素： 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用 PPT、多媒体工具讲授社群资料包的策划与运营、社群日报的策划与运营、社群分享活动玩法、社群打卡的玩法、社群在线联欢的玩法、社群表彰大会的玩法、社群红包的玩法、社群积分的玩法、处理群内争吵的策略、群聊精华整理与保存。对课堂运用主要运用讲授法、案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课堂：通过案例来讲授相关知识 课后：练习题	目标 1 目标 2 目标 3
社群线下	4	重点：如何写一份活动策划、如何保证活动的	课后：写一份	目标 1

活动的策划与执行		有效进行 难点： 写一份活动策划 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授社群活动的策划期、社群活动的筹备期、社群活动的宣传期、社群活动的执行期、社群活动的复盘期。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	活动策划	目标 2
优质运营团队的搭建	4	重点： 社群人才的判定标准、授权的技巧、社群 KPI 的标准 难点： 社群人才的判定标准 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授建立社群运营团队、完善社群运营团队的沟通机制、留住社群运营人才、设置合理的社群运营 KPI 建设社群运营人、才储备机制。课堂运用主要运用讲授法、案例法及分组讨论法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：完成练习题	目标 1 目标 2
扩大社群规模的前提条件和策略	4	重点： 明确扩大社群规模的前提条件、基于时间的多期社群链、基于空间的地域社群链、基于人群的主题社群链 难点： 扩大社群规模的 3 个策略 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授明确扩大社群规模的前提条件、基于时间的多期社群链、基于空间的地域社群链、基于人群的主题社群链。课堂运用主要运用讲授法、案例法、分组讨论法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课堂：通过案例、课堂讨论教学	目标 1 目标 2
社群的商业变现	2	重点： 了解 5 种变现模式 难点： 了解 5 种变现模式 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授服务变现、交易变现、人脉变现、知识变现、分销变现。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试等两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 30%）和考勤（占 10%）两个部分。评分标准如下表：

等级	评分标准
----	------

	1.作业；2.小组汇报 3.考勤.....（根据课程需要自行设计）
优秀 (90~100 分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.考勤全勤 3.课堂表现优秀
良好 (80~89 分)	1.作业书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.缺勤1次 3.课堂表现良好
中等 (70~79 分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.缺勤2次 3.课堂表现一般
及格 (60~69 分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.缺勤2次 3.课堂表现不积极
不及格 (60 以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2.缺勤3次 3.扰乱课堂秩序

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核采取大作业或结课论文形式。

十七、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 其他： 学历（位）：硕士研究生
2	课程时间	周次：1-16 周 节次：2 次/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信、超星、雨课堂 线下地点及时间安排：课堂

七、选用教材

[1] 张志. 社群营销与运营(第2版) [M]. 人民邮电出版社, 2021 年

八、参考资料

《乌合之众：大众心理研究》，古斯塔夫·勒庞 著，中央编译出版社

《社会心理学》，戴维·迈尔斯 著，人民邮电出版社

《影响力》，罗伯特·西奥迪尼 著，中国人民大学出版社

九、网络资料

电子商务指南 <http://www.web136.net/ec/>

电子商务研究 <http://dzsw.org/dzswmain.asp>

艾瑞网 <http://www.iresearch.cn/>

中国电子商务研究中心 <http://b2b.toocle.com/>

中国互联网信息中心 <http://www.cnnic.cn/>

大纲执笔人：朱文娟

讨论参与人：

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝

《搜索引擎营销》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	理论
课程名称	搜索引擎营销		课程英文名称	Search Engine Marketing	
课程编码	F03ZX125C		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	无	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：0		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《搜索引擎营销》是电子商务专业的一门专业必修课程。由于课程自身的特点，涵盖内容广泛，所以课程的讲解应该在强调专业基础之上，结合现实国情兼具一定的时代性。通过本课程的讲授，使学生系统了解 SEO（搜索引擎优化）与 SEM（搜索引擎营销）的方法，掌握电子商务相关技术，包括一些基础的计算机技术和网络技术，为培养掌握扎实的电子商务理论知识，能够进行电子商务综合应用、开发与管理的交叉型高级管理与技术人才奠定良好的基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 学生需掌握了解 SEO 和 SEM 基本知识，解 SEO 与 SEM 的联系与区别；了解什么是搜索引擎，认识国内外主要的搜索引擎，了解搜索引擎的类型，掌握搜索引擎的工作流程，掌握搜索引擎的使用方法了解 SEO 项目分析；了解域名对 SEO 影响，掌握域名的购买流程，了解网站空间类型，解网站空间必要功能的支持，掌握网站空间购买流，了解网站系统；掌握网站结构的优，掌握避免蜘蛛陷阱的方法，掌握限定搜索引擎抓取范围的方法	5-1: 了解快速发展的电子商务新兴产业动态以及电子商务法律法规相关知识。	5.专业性知识

	方法, 掌握 URL 优化的方法; 网站关键词的选择与优化; 网站页面的优化; 网站链接的优化; SEO 效果分析的分析方法。		
能力目标	目标 2: 使学生掌握使用百度推广发布搜索引擎广告的流程, 以及掌握在百度投放平台投放广告的流程; 掌握网站优化的操作方法, 了解 SEM 营销方案的组成部分要求; 学生在掌握电子商务理论体系及方法的基础上, 灵活应用其理论和原理, 为网络时代做出正确的决策奠定基础。	9-1 具备洞察问题、提炼问题的能力, 能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识; 9-5 能够规划、实施、维护各类电子商务网站, 并且运用网络营销、商务数据分析等技能推广电子商务网站。	9. 运用知识的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
SEO 和 SEM 基础	4	重点: 了解 SEO 和 SEM 的基本步骤, 了解 SEO 与 SEM 的联系与区别。 难点: 了解 SEO 和 SEM 的基本步骤, 了解 SEO 与 SEM 的联系与区别。 教学方法与策略: 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学, 辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前: 预习课本知识 课堂: 通过案例、课堂讨论教学 课后: 习题总结归纳	目标 1 目标 2
认识搜索引擎, SEO 的前期准备工作	4	重点: 了解主要的搜索引擎及搜索引擎类型, 掌握域名和网站空间的购买技巧 难点: 掌握搜索引擎的工作流程和搜索引擎的使用方法, 了解 SEO 项目分析, 了解网站系统 思政元素: 培养学生遵守电商平台的运营规则, 具有电商运营的职业道德; 通过我国电商的成功案例培养学生的爱国情操。 教学方法与策略: 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。采用任务驱动法, 课堂小组讨论开展教学, 提升学生自学能力。	课前: 预习课本知识 课堂: 通过案例、课堂讨论教学 课后: 习题总结归纳	目标 1 目标 2

网站基础优化	4	重点：掌握避免蜘蛛陷阱的方法 难点：掌握限定搜索引擎抓取范围的方法，掌握 URL 优化的方法 思政元素：结合网络信息安全的意思，提示学生注意国防意识，增加国家 安全感。 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。运用案例法开展教学，拓宽学生学习思路。	课前：预习 课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结 归纳	目标 1 目标 2
网站关键词的选择与优化	4	重点：掌握选择核心关键词的方法,掌握选择次要关键词的方法 难点：掌握选择长尾关键词的方法，掌握关键词的布局技巧 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习 课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结 归纳	目标 1 目标 2
网站页面的优化	4	重点：掌握页面标题优化的方法，掌握页面描优化的方法，掌握页面关键词优化的方法，掌握页面 H 标签优化的方法，掌握页面图片优化的方法 难点：掌握页面视频优化的方法，掌握网页代码优化的方法，掌握页面内容优化的方法 思政元素：教育学生对网页的内容，需要有社会责任感，避免粗俗的内容 。 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。运用课堂讨论法开展教学，辅以读书指导法激发学生学习热情。	课前：预习 课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结 归纳	目标 1 目标 2
网站链接的优化	4	重点：掌握内部链接和外部链接的优化方法，了解获得友情链接的途径 难点：掌握处理死链接的方法 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习 课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结 归纳	目标 1 目标 2
SEO 效果分析	4	重点：了解 SEO 综合查询与分析，了解网站来源分析 难点：了解网站页面访问分析，了解网站用户分析 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课	课前：预习 课本知识 课堂：通	目标 1 目标 2

		堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	
SEM 广告， EO+SEM 综合实战	4	重点： 掌握使用百度推广发布搜索引擎广告的流程，掌握网站优化的操作方法 难点： 掌握在百度投放平台投放广告的流程，了解 SEM 营销方案的组成部分 教学方法与策略： 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末大作业两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）和考勤（占 10%）两个部分。

2. 期末大作业（占总成绩的 70%）

评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.平时作业； 2.考勤； 3.期末大作业
优秀 (90~100 分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确。 2.考勤全勤 3.课堂表现优秀
良好 (80~89 分)	1.作业书写工整、书面整洁；80%以上的习题解答正确。 2.缺勤 1 次 3.课堂表现良好
中等 (70~79 分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确。 2.缺勤 2 次 3.课堂表现一般
及格 (60~69 分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确。 2.缺勤 2 次

	3.课堂表现不积极
不及格 (60 以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的习题解答不正确。 2.缺勤 3 次 3.扰乱课堂秩序

十八、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士研究生 其他：
2	课程时间	周次： 1-16 周 节次： 2 次/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：课堂

七、选用教材

[1]《搜索引擎营销实战教程（SEO/SEM）》·纪伟娟·人民邮电出版社·2020 年 8 月

八、参考资料

[1]《搜索引擎营销推广（SEO 优化+SEM 竞价）》·黑马程序员编著·人民邮电出版社·2018 年

[2]《国际搜索引擎优化与营销》·缪晨卿、许绍宏·清华大学出版社·2022 年

[3]《搜索引擎营销实战技术》·车云月·清华大学出版社·2018 年

网络资料

[1]中国慕课 MOOC, www.icourse163.org

[2]洞见研报, www.djyanbao.com/index

[3]艾瑞咨询, www.iiresearch.cn

[4]百度文库, wenku.baidu.com

大纲执笔人： 冯辉

讨论参与人:张帆

系（教研室）主任： 张帆

学院（部）审核人： 赖忠孝

《Python 与爬虫技术》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业+拓展课程	课程性质	选修	课程属性	理论
课程名称	Python 与爬虫技术		课程英文名称	Web crawler technology	
课程编码	F06ZX111E		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	计算机基础	
总学时	48	学分	3	理论学时	30
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			18		
开课单位			计算机与信息学院		

二、课程简介

《Python 与爬虫技术》是高等院校计算机类中电子商务专业中的专业+拓展课程，本课程以 Python 程序设计为基础，介绍了 Python 网络爬虫的基本原理，较为全面地介绍了不同场景下 Python 爬取网络数据的方法，包括静态网页、动态网页、登录后才能访问的网页、PC 客户端、App 等场景，Scrapy 框架的原理与使用等实用的知识。使学生在学完本课程后，即可利用计算机解决众多爬虫的实际问题，甚至可以编写大型爬虫项目以及处理复杂的数据等。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1：系统掌握网络爬虫的基本原理、使用第三方库进行静态网页和动态网页爬取、使用抓包工具进行数据爬取、操作 MySQL 数据库、Scrapy 框架爬虫等理论和方法	5-3：具备计算机基础、创新创业等其他通识性知识。	5.其他相关知识
能力目标	目标 2：在实践中理解网络爬虫基本知识，培养 Python 爬虫基础编程能力，逐步掌握 Scrapy 框架爬虫的思想和方法。 目标 3：培养具备研究、开发及	6-4：具有良好的大数据分析思维与数智化财务处理能力，勇于创新，勤于思考。 8-1：具有大数据信息分析思维，较强的知识与信息获取能力，能	6.专业素质 8.财务数智化分析能力

	应用大数据处理分析能力的应用型人才	够利用数智化分析工具完成大数据信息数据挖掘、收集、整理、分析与处理。	
素质目标	目标 4: 通过本课程的学习,培养学生自主探究学习、合作学习、实现自我价值、积极向上,为未来的学习、工作和生活奠定良好的基础。 目标 5: 培养学生具备服务社会的情操与人文素养,并具有国际观,奉献社会国家及人类。	1-1 热爱祖国,牢固树立正确的世界观、人生观和社会主义核心价值观。具 1-2 有良好的道德修养 1-3 高度的社会责任感 1-4 正确的劳动意识和敬业精神 2-1 能综合运用各种手段查阅文献、获取信息; 2-2 能运用外语工具进行沟通表达; 2-3 具有健康体魄和良好的心理素质,面对环境压力时能较强较快地自我调适	1. 思想道德品质 2. 综合素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
Python 爬虫基础知识	4	重点: Python 基础知识、HTML 基础知识和 Python 文本处理、网络通信基础知识 难点: 网络通信机制 思政元素: 通过对网络爬虫的产生背景及面临的问题引入,让学生树立正确的科学观、人生观、价值观和辩证唯物主义认识。 教学方法与策略: 线下教学。对于概念、原理课堂上予以讲授。课堂运用讲授法和案例法开展教学,辅以启发式互动拓宽学生学习思路	课前: 要求学生观看中国大学 MOOC《Python 网络爬虫与信息提取》对应相关课程内容,预习课程。 课堂: 基本的概念和知识点的讲授;引导学生参与课堂讨论并讨论结果进行点评。 课后: 完成思考题和不低于 1 小时的作业。	目标 1 目标 4 目标 5

网页爬取技术及应用	6	重点： HTTP 下载技术、URLlib 库、百度 API、动态网页爬虫应用、Selenium 操作浏览器应用、爬虫自动分析功能的实现技术、搜索引擎功能分析、安装和使用 jieba, deque(双向队列)。 难点： 爬虫库的应用与理解 思政元素： 学习网络爬虫技术是为了正确科学合理应用，而非不正当应用，通过引入利用爬虫技术实施网络犯罪的案例教学，培养学生的科学思维，法律意识，责任担当，崇尚科学，刻苦钻研的精神。 教学方法与策略： 线下教学。对于概念、原理课堂上予以讲授。课堂运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式互动拓宽学生学习思路	课前：要求学生观看中国大学 MOOC《Python 网络爬虫与信息提取》对应相关课程内容，预习课程。 课堂：基本的概念和知识点的讲授；引导学生参与课堂讨论并讨论结果进行点评。 课后：完成思考题和不低于 1 小时的作业。	目标 4 目标 5 目标 7 目标 8
数据库存储	6	重点： 访问 SQLite 数据库、SQLite 数据库操作、数据库使用实例、MySQL 数据库存储、使用 Python 操作 MySQL 数据库、Base64 加密。 难点： 数据库存储设计与加密 思政元素： 通过 sql 注入攻击案例引导学生认识数据安全的重要性，培养学生的信息安全意识，引出《数据安全法》，做一名懂法知法不犯法的大学生。 教学方法与策略： 线下教学。对于概念、原理课堂上予以讲授。课堂运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式互动拓宽学生学习思路	课前：要求学生观看中国大学 MOOC《Python 网络爬虫与信息提取》对应相关课程内容，预习课程。 课堂：基本的概念和知识点的讲授；引导学生参与课堂讨论并讨论结果进行点评。 课后：完成思考题和不低于 1 小时的作业。	目标 4 目标 5
Scrapy 框架爬虫	6	重点： Scrapy 框架简介与安装、Scrapy 爬虫实现过程、Spider 开发流程、Scrapy 选择器、Scrapy 数据容器、Scrapy 常用命令行工具、爬取文件和图片、Scrapy 模拟登录。 难点： Scrapy 爬虫开发	课前：要求学生观看中国大学 MOOC《Python 网络爬虫与信息提取》对应相关课程内容，预习课程。 课堂：基本的概念和	目标 4 目标 5 目标 6

		思政元素：注重科学思维方法的训练和科学伦理的教育，培养学生探索未知、追求真理、勇攀科学高峰的责任感和使命感。 教学方法与策略：线下教学。对于概念、原理课堂上予以讲授。课堂运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式互动拓宽学生学习思路	知识点的讲授；引导学生参与课堂讨论并讨论结果进行点评。 课后：完成思考题和不低于 1 小时的作业。	
matplotlib 数据可视化基础	4	重点：数据可视化的概念与工具 难点： matplotlib 数据可视化基础与实现 思政元素：matplotlib 是基于 Python 语言的开源项目，旨在为 Python 提供一个数据绘图包。通过开源事件，让学生学习无私奉献的精神和培养对科学的追求热情。 教学方法与策略：线下教学。对于概念、原理课堂上予以讲授。课堂运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式互动拓宽学生学习思路	课前：要求学生观看中国大学 MOOC《Python 网络爬虫与信息提取》对应相关课程内容，预习课程。 课堂：基本的概念和知识点的讲授；引导学生参与课堂讨论并讨论结果进行点评。 课后：完成思考题和不低于 1 小时的作业。	目标 4 目标 5 目标 7
pandas 数据分析与清洗	4	重点：数据清洗、数据特征分析探索、pyecharts 可视化。 难点： pyecharts 可视化应用 思政元素：通过引入企业真实项目的教学，潜移默化地提升学生的职业素养和道德精神，在教学过程中不断增强学生职业道德的意识和职业习惯的养成。 教学方法与策略：线下教学。对于概念、原理课堂上予以讲授。课堂运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式互动拓宽学生学习思路	课前：要求学生观看中国大学 MOOC《Python 网络爬虫与信息提取》对应相关课程内容，预习课程。 课堂：基本的概念和知识点的讲授；引导学生参与课堂讨论并讨论结果进行点评。 课后：完成思考题和不低于 1 小时的作业。	目标 4 目标 5 目标 7 目标 8

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
上机	Python 爬虫环境搭建	2	重点：1.爬虫运作时应遵守的规则 2. 反爬虫的目的和常用手段 3. 针对反爬虫的常用手段制定对应爬取策略 4.Python 常用爬虫库 5. MySQL 数据库的配置方法 6.MongoDB 数据库的配置方法 难点：反爬应对策略 思政元素：开拓创新、勇于探索、积极竞赛，对立积极向上、敬业、诚信、友善的就业风貌，践行社会主义核心价值观的行为准则。	综合	1. 认识爬虫的概念及原理 2. 认识反爬虫的概念及对应爬取策略 3. 掌握 Python 爬虫的环境配置方法	目标 4 目标 5 目标 7
上机	网页前端通信原理	2	重点：1.使用 Socket 建立服务器端和客户端进行 TCP 通信，通过 TCP 通信从客户端发送请求并接受服务器端的响应 2. 使用 Socket 建立服务器端和客户端进行 UDP 通信，通过 UDP 通信从客户端发送请求并接受服务器端的响应 3. HTTP 通信过程中的客户端发起请求的方式与服务器发送响应的过程 4. HTTP 通信过程中服务器发送响应的常见 HTTP 状态码 5. HTTP 协议中的头部类型与对应类型的常用的头字段 6. Cookie 机制的运作原理及其作用 难点：Socket 通信机制 思政元素：开拓创新、勇于探索、积极竞赛，对立积极向上、敬业、诚信、友善的就业风貌，践行社会主义核心价值观的行为准则。	验证	1.Socket 进行 TCP 编程 3. 掌握使用 Socket 进行 UDP 编程 4. 熟悉 HTTP 请求方式与过程 5. 熟悉常见 HTTP 状态码 6. 熟悉 Cookie	目标 4 目标 5 目标 7
上机	静态网页爬取	4	重点：1. 使用 urllib3 库生成 HTTP 请求、处理请求头、设置超时、设置请求重试 2. 使用 Requests 库生成 HTTP 请求、查看状态码与编码、处理请求头与响应头、设置超时 3. 使用 chrome 开发者工具查看网页	训练	1. 使用 urllib3 库、Requests 库实现 HTTP 请求 2. 掌握使	目标 4 目标 5 目标 7

			面元素、查看页面源码、查看资源详细信息 4. 使用正则表达式模块匹配字符串、查找网页中的标题内容 5. 使用 etree 模块实现通过 Xpath 获取标题内容、节点下的文本内容 6. 使用 BeautifulSoup 4 模块创建 BeautifulSoup 对象 7. BeautifulSoup 中的对象类型 8. 使用 BeautifulSoup 4 模块遍历文档树、搜索文档树 9. 使用 JSON 模块存储 Xpath 获取的文本内容为 JSON 文件 10. 使用 PyMySQL 库将 BeautifulSoup 库获取的标题存储入 MySQL 数据库 难点： 无 思政元素：开拓创新、勇于探索、积极竞赛，对立积极向上、敬业、诚信、友善的就业风貌，践行社会主义核心价值观的行为准则。		用 chrome 开发者工具、正则表达式、Xpath 和 BeautifulSoup 解析网页 3. 掌握使用 JSON 库、PyMySQL 库存储数据	
上机	动态网页爬取	6	重点： 1.对 http://www.ptpress.com.cn” 首页进行逆向分析爬取。 2. Selenium 库的使用方法。 3. 分析 “ http://www.ptpress.com.cn/search/books” 首页的网页结构。 4. 分析网页 “http://www.ptpress.com.cn/search/books”搜索“Python 编程”图书的操作。 5. 使用 Selenium 库模拟浏览器的操作。 6. 了解 MongoDB 数据库与 MySQL 的区别。 7. 在 Python 上建立连接 MongoDB 数据库。 8. 将数据插入 MongoDB 数据库的集合中。 难点： 数据存储 思政元素：开拓创新、勇于探索、积极竞赛，对立积极向上、敬业、诚信、友善的就业风貌，践行社会主义核心价值观的行为准则。	训练	1. 了解静态网页和动态网页的区别 2. 掌握逆向分析爬取动态网页 3. 掌握使用 selenium 爬取动态网页 4. 掌握使用 MongoDB 储存数据	目标 4 目标 5 目标 7

上机	模拟登录	2	重点：1. 使用 Chrome 开发者工具，查找提交入口、查找需要提交的表单数据 2. 获取验证码数据的方法 3. 使用 POST 方法向服务器发送登录请求 4. 使用 Chrome 开发者工具获取浏览器的 Cookie，实现模拟登录 5. 通过加载已经保存的表单登录后的 Cookie 实现模拟登录。 难点：无 思政元素：开拓创新、勇于探索、积极竞赛，对立积极向上、敬业、诚信、友善的就业风貌，践行社会主义核心价值观的行为准则。	综合	1. 掌握使用 Requests 库实现 POST 请求 2. 掌握使用 Chrome 开发者工具查找模拟登录需要的相关信息 3. 掌握表单登录、Cookie 登录的流程	目标 4 目标 5 目标 7
上机	Scrapy 爬虫	2	重点：1. 常见的 Scrapy 命令 2. 创建 Scrapy 爬虫项目 3. 定义 items/piplines 脚本，将数据存储至 csv 文件与 MySQL 数据库 4. 创建 spider 爬虫脚本模板 5. 定义 spider 脚本 6. 运行爬虫 7. 创建中间件脚本 8. 激活中间件。 难点：定义脚本 思政元素：开拓创新、勇于探索、积极竞赛，对立积极向上、敬业、诚信、友善的就业风貌，践行社会主义核心价值观的行为准则。	设计	1. 了解 Scrapy 爬虫框架 2. 熟悉 Scrapy 常用命令 3. 修改 items/piplines 脚本存储数据 4. 编写 spider 脚本解析网页信息 5. 修改 setting 脚本设置爬虫参数 6. 定制 Scrapy 中间件	目标 4 目标 5 目标 7
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由 30%平时成绩（作业、上机、考勤、课堂提问）、70%的期末考试成绩两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 30%）：作业（10%）、上机（10%）、考勤（5%）、课堂提问（5%）。

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.上机；3.考勤；4.课堂提问
优秀 (90~100 分)	1.概念清楚，答题正确，解题思路清晰，计算正确，按时完成，书写工整，符号、单位等按规范执行 2.按时完成实验报告，实验内容完整、正确，操作规范、步骤合理清晰，在规定的时间内完成实验。 3.全勤 4.回答问题逻辑条理清晰，知识脉络清晰。
良好 (80~89 分)	1.概念比较清楚，作业比较认真，答案比较正确，按时完成，书写清晰，主要符号、单位按规范执行 2.按时完成实验报告，内容基本完整，书写清晰，能按要求较完整完成操作，实验过程较为合理，在规定的时间内完成实验。 3.无旷课，迟到、早退、请假次数少于（含）3 次 4.回答问题逻辑条理较清晰，知识脉络清晰。
中等 (70~79 分)	1.概念基本清楚，答题基本正确，按时完成，书写一般，部分符号、单位按规范执行。 2.延时完成，内容基本完整，能够辨识，基本能按要求进行操作，实验部分步骤安排不合理，完成实验时间稍为滞后。 3.旷课次数少于（含）2 次，迟到、早退、请假次数少于（含）3 次 4.回答问题语言表达基本流畅，对知识点掌握一般。
及格 (60~69 分)	1.概念基本清楚，答题基本正确，不能按时完成，书写较马虎，部分符号、单位基本能按规范执行。 2.延时完成实验报告，内容基本完整，操作基本规范，完成实验时间稍为滞后。 3.旷课次数多于（含）2 次但少于 5 次，迟到、早退、请假次数少于（含）5 次 4.回答问题语言表达不够流畅，对问题相关知识掌握不够。
不及格 (60 以下)	1.概念不太清楚，答题错误较多，未交作业或后期补交，不能辨识，符号、单位等不按规范执行。 2.未提交实验报告，或后期补交但内容不完整，不能辨识，实验操作不规范，实验步骤不合理，未在规定的时间内完成实验。 3. 旷课次数多于（含）5 次，迟到、早退、请假次数少于（含）5 次 4.无法回答老师提问，或者答非所问。

2. 期末考试（占总成绩的 70%）：机试

考核	考核内容	主要	支撑	分值
----	------	----	----	----

模块		题型	目标	
简单静态网页爬取	使用 Requests 库查看状态码与编码	上机操作	4	25
简单动态网页爬取	使用 Selenium 库模拟浏览器的操作	上机操作	4, 5, 7	35
数据库存储	对爬取的数据进行存储 (SQLite 或 MySQL)	上机操作	4, 5	15
matplotlib 数据可视化	matplotlib 数据可视化基础	上机操作	4, 5, 7	25

十九、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称： 讲师（含）以上 学历（位）： 硕士 其他：
2	课程时间	周次： 16 节次： 3
3	授课地点	☒ 教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：每周五晚 7-9 点学习通平台进行讨论答疑 线下地点及时间安排：每周四 14：30-17：50 集中在办公室进行答疑。

七、选用教材

[1] 夏敏捷. Python 爬虫超详细实战攻略——微课视频版[M]. 北京：清华大学出版社, 2020 年 5 月.

八、参考资料

- [1] 吕云翔等. Python 网络爬虫数据采集[M]. 北京：人民邮电出版社，2021
- [2] 李宁. Python 爬虫技术——深入理解原理、技术与开发[M]. 北京：清华大学出版社, 2019 年 11 月.
- [3] 郑秋生 夏敏捷. Python 项目案例开发从入门到实战——爬虫、游戏和机器学习[M]. 北京：清华大学出版社, 2019 年 1 月.

网络资料

[1] 中 国 MOOC 网 络 爬 虫 精 品 课 程 网 站, <https://www.icourse163.org/course/BIT-1001870001?from=searchPage>

[2]网络爬虫技术学习网站, <https://crawl-group.iteye.com/>

[3]网络爬虫技术学习网站, <http://www.aidaxue.com/course/courseDetail?id=580>

其他资料

[1]电影片段: 《惊天核网》、《红色通缉令》

执笔人: 陈强

参与人: 杨许亮、杨波、邓美玲

系(教研室)主任: 陈强

学院(部)审核人: 聂华北

《爬虫与数据可视化技术》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业+拓展课程	课程性质	选修	课程属性	理论
课程名称	爬虫与数据可视化技术		课程英文名称	Crawler and data visualization techniques	
课程编码	F06ZX128E		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	python 程序设计、Python 与爬虫技术	
总学时	48	学分	3	理论学时	28
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：20		

二、课程简介

《爬虫与数据可视化技术》是电子商务等专业+拓展选修课程。该课程内容包括大数据可视化和形象化数据；大数据可视化是利用计算机图形学和图像处理技术，将数据转换成显示在屏幕上的图形或图像，并进行各种交互处理的理论、方法和技术；要形象化数据是帮助人们理解数据，并找出海量数据中包含的规则或信息，常用于情况监测和综合决策服务。通过学习，使学生了解大数据可视化的工作原理和使用方法；具备大数据可视化的设计和开发能力，具备大数据可视化编码的基本技能，具有较强的分析问题和解决问题的能力，为将来从事财务、金融、人力资源管理等大数据分析相关领域的工作打下坚实的基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 学生需掌握大数据可视化的基本概念；掌握大数据可视化的方法，包括时间数据可视化，比例数据可视化等；能够掌握主流的可视化软件、编程语言的功特点及使用方法。	5-3: 具备计算机基础、创新创业等其他通识性知识。	5.其他相关知识

能力目标	目标 2: 学生需能够根据不同的数据类型应用对应的可视化方法，并能够通过一些可视化软件和编程语言对数据进行可视化展示分析。	6-4: 具有良好的大数据分析思维与数智化财务处理能力，勇于创新，勤于思考。 8-1: 具有大数据信息分析思维，较强的知识与信息获取能力，能够利用数智化分析工具完成大数据信息数据挖掘、收集、整理、分析与处理。	6.专业素质 8.财务数智化分析能力
素质目标	目标 3: 通过本课程的学习，培养作为一个工程技术人员必须具备的坚持不懈的学习精神，严谨治学的科学态度和积极向上的价值观，为未来的学习、工作和生活奠定良好的基础。	1-1 热爱祖国，牢固树立正确的世界观、人生观和社会主义核心价值观。具 1-2 有良好的道德修养 1-3 高度的社会责任感 1-4 正确的劳动意识和敬业精神 2-1 能综合运用各种手段查阅文献、获取信息； 2-2 能运用外语工具进行沟通表达； 2-3 具有健康体魄和良好的心理素质，面对环境压力时能较强较快地自我调适	1. 思想道德品质 2. 综合素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
------	----	-----------	--------	--------

数据可视化基础理论	4	重点： 1，数据可视化的分类 2，数据可视化的作用 难点： 1，可视化中数据的多种存储方式及特点，理解并运用可视化设计原则。 思政元素： 介绍数据可视化的发展历史，培养学生的科学探索精神。 教学方法与策略： 以教师为主导的启发式讲授教学法为主，讨论（提问）式教学为辅，结合课外学习的教学方法，采用多媒体 PPT 的教学方法，增加课堂信息，浅显通俗地对概念、定义和原理进行解释，辅以课堂讨论的形式帮助学生理解。	课前：预习教材为主，了解相关定义概念，鼓励使用网络拓展视野，带着问题主动听课。 课堂：教师讲授为主，辅助讨论式教学，结合上机动手实验。 课后：安排作业，帮助学生学习和应用。	目标 1 目标 2
时间数据、比例数据、关系数据可视化方法	6	重点： 1，掌握时间数据、比例数据、关系数据的特点； 2，掌握对应的可视化方法。 难点： 1，区分连续型时间数据、离散型时间数据的特点，以及对应的可视化方法。 2，比例数据以及时空比例数据的可视化方法。 3，分布性数据的可视化方法。 思政元素： 介绍数据的不同类型以及不同应用，培养学生的分类应用和总结归纳能力。 教学方法与策略： 以教师为主导的启发式讲授教学法为主，讨论（提问）式教学为辅，结合课外学习的教学方法，采用多媒体 PPT 的教学方法，增加课堂信息，浅显通俗地对概念、定义和原理进行解释，辅以课堂讨论的形式帮助学生理解。	课前：预习教材为主，了解相关定义概念，鼓励使用网络拓展视野，带着问题主动听课。 课堂：教师讲授为主，辅助讨论式教学，结合上机动手实验。 课后：安排作业，： p22-2，p26-3，p31-1，帮助学生学习和应用。	目标 1 目标 2
文本数据、复杂数据可视化方法	6	重点： 1，文本数据的获取方法、可视化方法。 2，复杂数据的概念以及可视化方法。 难点： 1，理解文本关系数据以及可视化方法。 2，文本信息数据的需求层级以及用途。 2，复杂数据的可视化难点。 思政元素：	课前：预习教材为主，了解相关定义概念，鼓励使用网络拓展视野，带着问题主动听课。 课堂：教师讲授为主，辅助讨论	目标 1 目标 2

		通过介绍复杂数据的高维多元性，采用分而治之的数据处理方法，帮助学生树立将复杂抽象问题简单化的科学思维方式。 教学方法与策略： 以教师为主导的启发式讲授教学法为主，讨论（提问）式教学为辅，结合课外学习的教学方法，采用多媒体 PPT 的教学方法，增加课堂信息，浅显通俗地对概念、定义和原理进行解释，辅以课堂讨论的形式帮助学生理解。	式教学，结合上机动手实验。 课后：安排作业，： p39-2, 3, p47-1，帮助学生学习和应用。	
Tableau 数据可视化方法	4	重点： 1, Tableau 软件的功能特点以及使用方法。 难点： 1, 使用 Tableau 软件进行简单的数据可视化分析。 思政元素： 由 Tableau 软件简单易用的特征，延伸出简单功能背后封装的复杂逻辑，使学生明白大数据专业的入门很简单，但要学的深入才真正可以学以致用 教学方法与策略： 以教师为主导的启发式讲授教学法为主，讨论（提问）式教学为辅，采用多媒体 PPT 的教学方法，增加课堂信息，浅显通俗地对概念、定义和原理进行解释，辅以上机实践课帮助学生应用所学知识。	课前：预习教材为主，了解相关定义概念，鼓励使用网络拓展视野，带着问题主动听课。 课堂：教师讲授为主，辅助讨论式教学，结合上机动手实验。 课后：安排作业，上机应用案例，帮助学生学习和应用。	目标 2 目标 3
DataV 数据可视化方法	4	重点： 1, DataV 软件的功能特点以及使用方法。 难点： 1, 使用 DataV 软件进行简单的数据可视化分析。 思政元素： 通过介绍 DataV 在线数据可视化工具，鼓励学生开源创新，只有开源才能使科技更好的进步和发展。 教学方法与策略： 以教师为主导的启发式讲授教学法为主，讨论（提问）式教学为辅，采用多媒体 PPT 的教学方法，增加课堂信息，浅显通俗地对概念、定义和原理进行解释，辅以上机实践课帮助学生应用所学知识。	课前：预习教材为主，了解相关定义概念，鼓励使用网络拓展视野，带着问题主动听课。 课堂：教师讲授为主，辅助讨论式教学，结合上机动手实验。 课后：安排作业，上机应用案例，帮助学生学习和应用。	目标 2 目标 3
ECharts 数据可视化方法	4	重点： 1, ECharts 库的功能特点以及使用方法。 难点：	课前：预习教材为主，了解相关定义概念，鼓励	目标 2 目标 3

		1, 使用 ECharts 库进行简单的数据可视化分析。 思政元素: ECharts 实现了移动端查看图表功能, 由此引申出需求是科技发展的唯一动力, 告知学生在软件开发和数据处理分析的过程中都要符合需求。 教学方法与策略: 以教师为主导的启发式讲授教学法为主, 讨论(提问)式教学为辅, 采用多媒体 PPT 的教学方法, 增加课堂信息, 浅显通俗地对概念、定义和原理进行解释, 辅以上机实践课帮助学生应用所学知识。	使用网络拓展视野, 带着问题主动听课。 课堂: 教师讲授为主, 辅助讨论式教学, 结合上机动手实验。 课后: 安排作业, 上机应用案例, 帮助学生学习和应用。	
--	--	---	--	--

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
上机	Tableau 数据可视化方法	4	重点: 使用 Tableau 软件拖放字段可视化, 通过地理方式浏览数据, 创建仪表板, 创建故事。 难点: Tableau Server 和 Tableau Reader 的应用。 思政元素: 要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	验证	每人须完成上机报告, 上机报告须有详细的上机步骤和上机结果记录。	目标 2 目标 3
上机	DataV 数据可视化方法	4	重点: 使用 DataV 软件创建并发布应用、管理数据源、管理组件、验证案例数据。 难点: 组件管理, 配置组件数据, 配置组件交互。 思政元素: 要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	验证	每人须完成上机报告, 上机报告须有详细的上机步骤和上机结果记录	目标 1 目标 2 目标 3
上机	ECharts 数据可视化方法	4	重点: 使用 ECharts 软件中的系列、组件、坐标系、以及 API 等来实现案例数据可视化展示。 难点: 数据交互及 API 使用、主题及拓展管理。 思政元素: 要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	验证	每人须完成上机报告, 上机报告须有详细的上机步骤和上机结果记录	目标 1 目标 2 目标 3

上机	FineBI 数据可视化方法	2	重点： 使用 FineBI 工具来对数据进行准备和加工预处理，再利用可视化组件将数据进行可视化展示。 难点： 设计仪表盘，案例数据验证分析。 思政元素： 要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	验证	每人须完成上机报告，上机报告须有详细的上机步骤和上机结果记录	目标 1 目标 2 目标 3
上机	R 语言可视化方法	2	重点： 利用 R 语言对数据进行预处理，包括数据数据采集，数据清洗，数据分析等过程。 难点： 数据的预处理，数据去重清洗。 思政元素： 要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	验证	每人须完成上机报告，上机报告须有详细的上机步骤和上机结果记录	目标 1 目标 2 目标 3
上机	Python 可视化方法	2	重点： 利用 python 中的 Numpy, pandas, Matplotlib 等工具库对数据进行处理和可视化分析展示。 难点： 案例验证新生数据的分析和可视化。 思政元素： 要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	验证	每人须完成上机报告，上机报告须有详细的上机步骤和上机结果记录	目标 1 目标 2 目标 3
上机	Excel 数据可视化方法	2	重点： 利用 Excel 中的柱形图、雷达图、堆叠柱形图等对数据进行处理和可视化分析展示。 难点： 案例验证数据面板的制作。 思政元素： 要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	验证	每人须完成上机报告，上机报告须有详细的上机步骤和上机结果记录	目标 1 目标 2 目标 3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 10%）、考勤（占 10%）、上机报告（10%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.上机报告 3.考勤

优秀 (90~100 分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.上机报告中上机步骤过程描述非常详细，90%以上可以输出正确的上机结果。 3.无旷课，请假，迟到早退，出勤率 100%。
良好 (80~89 分)	1.作业书写工整、书面整洁；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 上机报告中上机步骤过程描述详细，80%以上可以输出正确的上机结果。 3. 出勤率达到 95%以上。
中等 (70~79 分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 上机报告中上机步骤过程描述基本符合要求，80%以上可以输出正确的上机结果。 3. 出勤率达到 90%以上。
及格 (60~69 分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 上机报告中上机步骤过程描述基本符合要求，70%以上可以输出正确的上机结果。 3. 出勤率达到 85%以上。
不及格 (60 以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2. 上机报告中没有上机步骤过程描述,或者 60%以上不能输出正确的上机结果。 3. 出勤率低于 85%。

2. 期末考试（占总成绩的 70%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
数据可视化基础理论	1, 数据可视化的概念、发展历史、分类、作用、发展方向。 2, 数据可视化的流程和设计原则。	选择题、判断题、填空题	目标 1	15
时间数据、比例数据、关系数据可视化方法	1, 时间数据可视化中阶梯图、折线图、散点图、柱形图的概念和原理 2, 比例数据可视化中饼图、环形图、矩形树图的概念和原理 3, 关系数据可视化中的散点图、气泡图、直方图、密度图的概念和原理	选择题、判断题、填空题、简答题	目标 2	15
文本数据、复杂数据可视化方法	1, 文本数据的提取方法，关键词可视化，时序文本可视化，文本分布可视化，文本关系可视化的方法。 2, 复杂数据可视化对于复杂数据的处理办法。	选择题、填空题、简答题	目标 2	20

Tableau 数据可视化方法	采用 Tableau 软件来进行数据可视化分析，按照要求输出数据分析图表等。	综合设计题	目标 3	20
DataV 数据可视化方法	采用 DataV 数据可视化软件进行数据处理分析，并输出可视化图表。	综合设计题	目标 3	20
ECharts 数据可视化方法	采用 ECharts 数据库，分析数据处理数据，并按照规定输出结果	综合设计题	目标 3	10

二十、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称： 讲师 学历（位）： 硕士 其他：
2	课程时间	周次： 1-16 周 节次：
3	授课地点	√教室 □实验室 □室外场地 □其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排： 线下地点及时间安排：

七、选用教材

[1] 吕云翔. 大数据可视化技术[M]. 北京：人民邮电出版社，2021 年 6 月

八、参考资料

[1] 陈为.数据可视化[M].北京：电子工业出版社

[2] 王珊珊. 大树结可视化[M]. 北京：清华大学出版社，2021 年 4 月

大纲执笔人：陈强

讨论参与人:刘天贻、邓美玲

系（教研室）主任：陈强

学院（部）审核人： 聂华北

《产品摄影》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业+拓展课程	课程性质	选修	课程属性	理论
课程名称	图形图像处理基础		课程英文名称	Fundamentals of graphics and image processing	
课程编码	F02ZX85C		适用专业	电子商务专业	
考核方式	作品设计		先修课程	无	
总学时	32	学分	2	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：16		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《产品摄影》是电子商务专业专业开设的一门专业+拓展选修课。它既是一门独立的学科，又是为广告活动的一部分，并常常要与电视广告、POP 广告，以及企业的形象策划 CI 等密切配合，甚至在内容和形式上都要整体性。课程的目的旨在使得学生在了解摄影的基础知识和常用技巧，并通过实践掌握拍摄的广告摄影中一些典型的拍摄方法、布光方法和构图原理。在技能方面能根据所学理论知识按照广告要求拍摄各类商业广告照片,并具备一定的项目设计、企划及动手能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1：通过理论学习和操作实践，掌握商品摄影的基本概念、摄影原理，学会数码相机的使用方法和操作技巧、摄影的构图方法和用光原则，最终可以独立拍摄出符合标准的商品摄影作品。	7-1：了解其他相关领域知识，形成文理交叉、融入电子商务应用等课程，	7. 其他领域的知识
能力目标	目标 2：（1）引导学生通过镜头注意观察自然、感受生活，捕捉触动人心的一瞬，培养学生养成正确的观察和理解客观物象的能力。 （2）通过欣赏与讲评，培养学生的审美	7-2：能够进行综合性的跨学科学习，达到知识的扩展和综合素质的提升。	7. 其他领域的知识

	意识、提高审美水平，体会作品深层的思想与情感内涵，锻炼学生进行艺术评价和传达自我感受的能力。 (3) 使学生掌握一些简单的摄影方法，不断提高学生对摄影的知识水平，增强学生的创意思维、技术意识、审美意识，培养良好的艺术情操。 (4) 发挥主动获得知识和信息的能力，养成主动地获得信息的学习习惯和主动探究的态度发展信息素养、探究能力和创造精神。		
素质目标	目标 3: (1) 树立创意设计理念，具有良好的合作意识和协调组织能力。 (2) 了解商品拍摄与图片处理的学习方法和任务，能正确理解任务要点，克服困难完成工作任务。 (3) 具有健全的人格修养和行为规范，培养艺术情操，养成良好的性格与兴趣爱好。 (4) 培养学生动手操作能力，自立能力和耐心细致的高度责任感。培养学生面对职场客户族群的应变能力与沟通技巧。	11-5 与小组或团队成员之间基于互尊互助、平等协商等原则进行沟通，实现团队目标。	11. 团队沟通与协作的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
产品摄影概述	4	重点: 课程大纲、教学方法与课程考核讲解 难点: 产品拍摄的要求与特点、拍摄流程 思政元素: 分析国潮产品拍摄案例 教学方法与策略: 线下教学。理论讲授，常规教学加多媒体教学	课前: 了解摄影的本源与艺术特征 课堂: 案例分析 课后: 总结梳理	目标 3 目标 4 目标 6

产品摄影器材基本操作	4	重点： 数码相机实拍应用 难点： 数码相机基本构造、分类、基本操作、产品拍摄辅助器材、拍摄过程与正确曝光 教学方法与策略： 线下教学，理论讲授，数码相机拍摄实际应用	课前：了解不同的相机设备。 课堂：产品拍摄辅助器材介绍 课后：实操运用	目标 3 目标 4 目标 6
产品拍摄的布光与构图	8	重点： 产品材质与光的关系、用光照明 难点： 产品拍摄的构图 教学方法与策略： 线下教学。理论讲授，常规教学加多媒体教学	课前：自主拍摄练习 课堂：掌握产品拍摄的布光与构图要素 课后：布光构图作业训练	目标 3 目标 4 目标 6

（二）实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
综合	吸光产品拍摄	2	重点： 掌握吸光产品的特性 难点： 布光与构图的掌握	训练	商品质感掌握与诉求重点	目标 2 目标 3 目标 4
综合	反光产品拍摄	2	重点： 光线、道具、背景搭配，需重复拍摄与练习，完成学生对构成元素和基本表现手法的熟练掌握。 难点： 学生对作品的要求程度差异	训练	需考虑产品广告制作原则	目标 2 目标 3 目标 4
综合	透明产品拍摄	2	重点： 掌握透明产品的特性 难点： 布光与构图的掌握	综合训练	商品质感掌握	目标 4 目标 6 目标 6
综合	产品拍摄后期处理实战	4	重点： 了解图像处理软件的基本调色、修片、裁剪等常用的常识和要领 难点： 产品主图设计要领	综合训练	突出产品的特性与质感	目标 2 目标 3 目标 4
综	结课综合作	6	重点： 突出产品细节特性与后期处理	综合	完整表达	目标 2

合	业实训		难点：依照主题说明拍摄方式与表达的概念	训练	自己所摄主题	目标 3 目标 4
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩和期末考查两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）考勤（占 10%）两个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.考勤；2.平时作业；3.作品汇报
优秀 (90~100 分)	1.考勤无迟到、早退和旷课。 2.平时作业拍摄完全符合要求，技术参数应用合理，拍摄具备较强的艺术感。 3.作品汇报讲解逻辑清晰，作品分析合理，有个人的见解。
良好 (80~89 分)	1.考勤无旷课，迟到、早退不超过 1 次。 2.平时作业拍摄符合要求，技术参数应用合理，拍摄具备一定的艺术感。 3.作品汇报讲解口齿清晰，作品分析合理，有一定的个人见解。
中等 (70~79 分)	1.考勤无旷课，迟到、早退不超过 2 次。 2.平时作业拍摄基本符合要求，技术参数应用基本合理。 3.作品汇报讲解基本流畅，作品分析不够准确。
及格 (60~69 分)	1.考勤旷课 1 次以内，迟到、早退不超过 3 次。 2.平时作业拍摄基本符合要求，技术参数应用 3 成左右作品不够合理。 3.作品汇报讲解亮点不足，部分作品分析不准确。
不及格 (60 以下)	1.考勤旷课 3 次以上或迟到、早退超过 5 次。 2.平时作业未完成或拍摄未达到基本技术要求。 3.作品汇报讲解混乱，作品分析不准确。

2. 期末考试（占总成绩的 70%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
主题内涵	拍摄主题紧扣产品特性，准确表达产品主题	产品组照摄影	目标 3	10
创意构图	产品构图均衡、稳定，体现视觉美感		目标 3 目标 4 目标 6	30

视觉效果	色彩饱和丰满，层次分明，能充分体现产品特性对焦清晰，曝光准确，突出主题与细节	目标 3 目标 4 目标 6	50
应用与说明	依照主题说明拍摄方式与表达的概念	目标 4 目标 6 目标 8	10

教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教、讲师、副教授 学历（位）：硕士、博士 其他：无
2	课程时间	周次：1-8 周 节次：2 节连排
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☒ 室外场地 ☒ 其他：影棚
4	学生辅导	线上方式及时间安排：邮件或者企业微信指导 线下地点及时间安排：授课教师办公室

七、选用教材

[1] 《商业摄影入门》王一珉主编，化学工业出版社，2017 年 07 月

八、参考资料

[1] 《商业摄影》陶新，中南大学出版社，2009.10

[2] 《商业摄影实训教程》杨莉莉，中国人民大学出版社，2010.09

[3] 《商业摄影布光圣经》（英）泰勒一豪，王琅 译，人民邮电出版社，2010 年 10 月

大纲执笔人：邓亚荣

讨论参与人：陈丽娜

系（教研室）主任：卢娟

学院（部）审核人：

《产品详情页策划与制作》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	“专业+”拓展课程	课程性质	选修	课程属性	理论
课程名称	产品详情页策划与制作		课程英文名称	Product details page planning and production	
课程编码	F02ZX46C		适用专业	电子商务专业	
考核方式	考查		先修课程	产品摄影	
总学时	32	学分	2	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时：16		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《产品详情页策划与制作》是为培养和提高电子商务专业学生从事移动电商业务水平和专业技能而设置的一门专业拓展选修课程。在学生学习了图片的基本处理技巧以及抠图的常用方法的基础上的综合实际应用。本教学任务需引导学生在观察、分析网络资源中寻找规律，总结产品详情页应包含的最基本图片和商品信息，完成标准产品详情页地制作。在此基础上，引导学生结合销售的商品对产品详情页进行创新制作，使学生在观察中掌握规律，在规律制作中寻求创新。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 通过课程理论学习和实践训练，主要培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程;培养学生获得与产品详情页设计相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。	7-1 了解其他相关领域知识，形成文理交叉、融入哲学、文学、语言、数字化视觉设计与创作、面向数据可视化的计算机程序设计等课程。	7. 其他领域的知识
能力目标	目标 2: 让学生具备从移动电商完整业务流程的能力，并掌握运用产品详情页实战教学	7-2 能够进行综合性的跨学科学习，达到知识的扩展和综合素质的提升。	7. 其他领域的知识

	系统搭建产品主图、产品详情页、进行商城运营推广，培养从事电商相关岗位工作的职业道德。		
素质目标	目标 3: 通过对课程学习，学生能够具有较高的艺术素养和审美水平，具有传承和弘扬中华民族文化艺术的使命感，在实践中立足时代、扎根人民、深入生活，践行社会主义核心价值观和家国情怀的文化自强意识。	1-1 热爱祖国，牢固树立正确的世界观、人生观和社会主义核心价值观。	1.思想道德品质

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
第一部分 产品详情页设计的概况	2	重点: 了解产品详情页设计的理念。 难点: 掌握设计流程。 思政元素: 突出中国文化、中国精神的继承与发扬，具体切入“大国工匠”精神、认识中国“和谐”思想，树立学生“文化自信”通过设计语言的转化，强调服务定位本地经济。 教学方法与策略: 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授，对于求解过程部分安排上机实践。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：阅读教材。 课堂：对产品详情页设计历史的追溯 课后：调研产品详情页设计的趋势与应用领域	目标 1 目标 3
第二部分 主图设计	4	重点: 了解主图背景、商品的处理、文案的提炼、排版的设计技巧。 难点: 掌握产品主图的制作规范；能根据商品的特点设计主图。 思政元素: 点评国内外优秀作品，讲解中渗透工匠精神。 教学方法与策略: 线上线下混合教学。为学生提供网络互动平台，采用项目引导法和问题引导法引导学生主动探索、研究、创造以及综合解决问题，最终突破教学重难点。	课前：优秀主图作品收集 课堂：学生对收集的资料进行归纳讲解 课后：制作自己详情页的说服逻辑(思维导图)	目标 1 目标 3
第三部分 产品详情	4	重点: 了解产品思维，描述用户画像、目标及期望。	课前：规划自己的详情页	目标 1 目标 3

页逻辑思维设计		难点： 根据不同产品规划详情页排版思路。 教学方法与策略： 线下教学。采用案例法和问题引导法引导学生主动探索、研究、创造以及综合解决问题，最终突破教学重难点。	排版思路。 课堂：参考竞争对手的问大家内容来做痛点整理。 课后：逻辑框架思维导图设计	
第四部分产品详情页版式设计	4	重点： 首页设计的应用，品牌文化的挖掘与体现。 难点： 类目排版设计的应用和海报细节处理，详情页设计的应用。 思政元素： 品牌文化的挖掘与体现。 教学方法与策略： 线上线下混合教学。为学生提供网络互动平台，采用项目引导法和问题引导法引导学生主动探索、研究、创造以及综合解决问题，最终突破教学重难点。	课前：调研产品详情页版式设计的特点 课堂：首屏设计要点分析。 课后：优秀案例参考	目标1 目标3
第五部分产品详情页文案设计	2	重点： 产品详情页文案撰写逻辑思路；了解如何进行文案内容表达； 难点： 能恰当、灵活地使用写作手法，收到意外的效果。 思政元素： 企业文化教育，将企业精神、价值观念、行为准则、道德规范以及地方文化潜移默化地融入。 教学方法与策略： 线上线下混合教学。为学生提供网络互动平台，学生平台展示作品，引导学生主动探索、讲解、互评。	课前：项目前期调研 课堂：优秀文案分析总结。 课后：产品详情页结课作业构思。	目标2 目标3

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
调研	优秀的详情页竞品分析	4	重点： 产品主页对比，产品详情对比。 难点： 产品详情对比总结。 思政元素： 要求学生有认真严谨的学习态度。	训练	形成PDF提案进行汇报分析	目标1 目标3
设计	主图设计	4	重点： 项目前期调研展示（项目背景、用户画像、竞品分析、买点提炼等，主图设计（产品摄影或建模、插画）。 难点： 能够根据产品特性、商业营销、界面美化等方面综合进行主图设计。 思政元素： 岭南文化蕴含融入课堂教学。	训练	以岭南地区特色产品（可以是食品特产可以是物质文化遗产、文创产品等）为题材，	目标1 目标3

					以移动端界面（ios 或安卓）制作主图（首图与辅图），主图基于的电商平台自拟。	
设计	首屏海报设计	2	重点： 了解产品卖点，设计首屏海报文案；并且找相关资料参考 难点： 首屏海报设计兼顾美观性和商业性	训练	以岭南地区特色产品为主题，进行首屏海报设计。	目标1 目标3
综合	产品详情页结课作业制作	6	重点： 岭南建筑图案的造型特色调研。 难点： 岭南建筑传统图案的内涵与现代化再设计应用。 思政元素： 认真学习中国传统文化，吸取精华将其运用在现代设计中，让设计使用感强并且能体现出中国特色。	综合	以岭南地区特色产品制作完整的产品详情页和主图。包括 1.项目前期调研展示（项目背景、竞品分析、买点提炼等）（需分组汇报） 2.详情页设计说明（用色、字体、文案、风格等） 3.详情页长图（包括五张主图），JPG,300Ppi.4. 样机展示（综合展示）	目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、小组汇报成绩、期末考试等三个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）、小组汇报成绩（占 10%）和考勤（占 10%）四个部分。评分标准如下表：

等 级	评 分 标 准
	1.作业；2.小组汇报 3.考勤.....（根据课程需要自行设计）
优秀	1.数量完整，符合所学的 8 个基本构成形态要求，作品整洁干净。 2.作品主题鲜明；基本形象创作富有创意和美感、应用合理，熟练掌握手绘法；

(90~100分)	装订成册，整体美观 3. 能将个人的所见所闻所思融入作品中。能独立思考独立制作，符合艺术审美情趣和形式美法则。 4. 积极回答问题中观点正确新颖，课后积极查阅相关资料且能很好展现出来，团队协作完成设计任务次，平时设计草图绘制过程中能实践创新，应用新手法新思维表达。 5.平时作业出色完成。 6.考勤满勤。
良好 (80~89分)	1.数量完整，符合所学的8个基本构成形态要求，作品整洁干净。 2.作品主题鲜明；基本形象创作整体美观、应用合理，熟练掌握手绘法；装订成册，整体美观。 3. 学习过程中回答问题、参与谈论、协作完成设计任务完成较好。 4.平时作业较好完成。 5.考勤基本满勤。
中等 (70~79分)	1.数量完整，符合所学的8个基本构成形态要求，作品整洁干净。 2.作品主题正确；装订成册，整体美观。 3. 学习过程中回答问题、参与谈论、协作完成设计任务完成较好。 4.平时作业基本完成。 5.考勤到课80%以上。
及格 (60~69分)	1.数量完整，符合所学的8个基本构成形态要求，作品整洁干净。 2.作品主题符合要求，美观度不足，技法不够娴熟。 3. 学习过程中回答问题、参与谈论、协作完成设计任务完成较一般。 4.平时作业基本完成。 5.考勤70%以上。
不及格 (60以下)	1.数量不完整 3. 学习过程中回答问题、参与谈论、协作完成设计任务基本没有完成。 4.平时作业基本没有完成。 5.考勤到课率不符合学校规定

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
项目调研与汇报	考核学生自主调研能力，依选的设计项目选定适合的调研方法进行调研，调研成果汇为PDF项目策划书。	项目策划书	目标1	20
产品主图设计	根据前期调研进行主题作品构思与设计，熟练操作矢量图形处理软件Adobe Illustrator (Ai) 软件进行草图绘制。	主观设计题	目标2	20
完整的产品详情页项目设计	熟练操作将构思的作品进行完整数字表达与呈现。	绘制设计题	目标3	50
作品展示与汇报	产品详情页符合主题的排版展示，并进行作品较高水准的汇报解读。	作品包装与展览	目标2	10

二十一、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教/讲师 学历（位）：硕士研究生以上 其他：
2	课程时间	周次：1 节次：4
3	授课地点	☐ √教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，课后 线下地点及时间安排：5B5 楼，周四 16：00-17：00

七、选用教材

- [1] 王阳著,王阳,小米有品商品详情页设计手册[M].北京：人民邮电出版社,2020 年 11 月.

八、参考资料

- [1] 洛可可创新设计学院著，《产品设计思维》，电子工业出版社，2016 年 9 月。
[2] 苏杰编著，《淘宝十年产品事》电子工业出版社，2014 年 10 月。

网络资料

- [1]站酷网, <https://www.zcool.com.cn/>
[2]花瓣网 <https://huaban.com/>

其他资料

- [1]辅助线上课程网站: <https://www.xueyinonline.com/>

大纲执笔人： 俞敏
讨论参与人:卢娟、陈丽娜
系（教研室）主任：卢娟
学院（部）审核人：王锦锋

《网站全案策划设计》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业+拓展课程	课程性质	选修	课程属性	理论
课程名称	网站全案策划设计		课程英文名称	Planning and design of the whole website	
课程编码			适用专业	电子商务专业	
考核方式	考查		先修课程	大学计算机	
总学时	32	学分	2	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：16		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《网站全案策划设计》是电子商务专业专业的一门专业+拓展选修课程,《网站全案策划设计》是概要介绍网页设计的主要元素和表现形式的课程。通过介绍和讲述如何利用平面设计的基本元素(图片、配色、排版、字体)进行网页页面设计及美化工作,引导学生了解网页设计的过程,帮助学生掌握 Web 端界面艺术创作,网页信息架构、功能策划等理论要点。同时,本课程注重引导学生从用户的需求角度出发,在遵循基本设计原则的前提下,合理增加个性化元素,运用感性和理性的手法,综合展现学生自身对艺术和审美的理解及其在网页设计中的运用,设计功能性与形式感完美统一的网页作品。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 了解并掌握网站全案策划设计的定义和基本构成,网页设计的分类,整理规划,网页界面设计的基本原则与方法、文字与图像的编排与设计、网页的色彩原则、网页设计的细节准则、网页界面信息架构的能力等。	2-1 具有综合运用各种手段查阅文献、获取信息的能力; 2-2 运用外语工具进行沟通表达的能力; 2-3 具有健康体魄和良好的心理素质,面对环境压力时具有较强的自我调适能力。	2.综合素质能力
能力	目标 2: 在实践中提升网页设计相关软件的应用能力,掌握网页设计的流程、	9-1 具备洞察问题、提炼问题的能力,能够在电子商务	9. 运用知识的能力

目标	网页设计的信息架构与设计规范，网页设计构成元素的创意表现形式、网页设计的功能性、网页设计的个性化因素等，能够规划、实施、维护各类电子商务网站，并且运用网络营销、商务数据分析等技能推广电子商务网站。。	实践活动中灵活运用所掌握的专业知识；9-2 能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加工；9-3 能够熟练运营国际、国内 B2B、B2C 网络店铺；9-4 能够利用网络商务平台进行国际贸易相关业务。	
素质目标	目标 3： 通过本课程的学习，培养学生作为网页设计师应具备的理论基础与实践动手能力。注重培养学生具有良好的团队意识，遵循基本设计规范，同时对设计元素的可视化及个性化的体现，形成高效、准确的信息转化及功能性的展现。培养作为设计师应具备的创意思维与内容转化能力。	11-1 具有良好的与社会外界沟通交流技能，能洞察他人的行为和感受；11-2 能准确表述传达专业性知识信息；11-3 具有良好的团队意识；11-4 能积极主动承担分内职责，具有较强的责任意识和担当精神；11-5 与小组或团队成员之间基于互惠互助、平等协商等原则进行沟通，实现团队目标。	11. 团队沟通与协作的能力
	目标 4： 通过本课程的实践与学习，加深学生对网页设计、界面设计的重要性的认识，培养作为设计专业学生必须具备的与时俱进的学习精神和创新精神，使其能更自然衔接到其他专业领域，以适应社会 and 市场需求。	12-1 养成独立思考的习惯，树立进取意识和探索精神；12-2 具有专业敏感性，拥有良好的创新、创业能力，在激烈的市场竞争和国际竞争中敢于创新、善于创新。	12. 思辨与创新思维的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
网页设计概述	2	重点：认识网站、网页的定义与基本构成、网页的分类、网页设计的特点、网页设计的整理规划、网页设计的发展趋势。 难点：不同类型的网页的特点、网页设计的流程及不同阶段。 思政元素：通过对中国网页设计的作品分析讲解、	课前：了解网页设计的概念及制作过程 课堂：讨论不同网页的特点及	目标 1 目标 3

		使同学们分析具有中国特色的网页设计元素、以及国内网页设计的热点趋势。 教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法对网页设计概论的要点、流程阶段、发展趋势等内容展开教学，从而启发学生掌握网页设计的基础理论知识及创作过程与方法。	要点 课后：结合实例，巩固相关理论知识	
用户体验研究	2	重点：以人为本的用户需求、以用户为研究中心的设计方法、以用户为中心的页面设计。 难点：用户体验的概念、如何识别用户目标、如何准确获得用户的需求。 思政元素：引导学生进行用户与设计师角色的相互转换，深入了解以人为本的概念，提升学生知识转化的能力。 教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法讲授用户体验研究的要点及方法，并结合具体案例讨论分析，使学生了解用户体验研究在网页设计前期阶段的重要性。	课前：了解用户体验研究的概念 课堂：结合实例讨论用户体验研究在网页设计前期的意义 课后：根据自己拟定的主题，进行用户体验研究的调研	目标1 目标3 目标4
信息架构设计	2	重点：网页信息架构的概念、网站整体结构到界面架构、原型图的概念 难点：信息内容的组织与架构、高低保真原型图的制作、提升网页用户体验的交互技巧 教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法使学生掌握信息架构的概念、种类及流程。结合具体案例对信息架构设计的要点进行拓展，从而使学生在掌握信息架构设计的理论及方法。	课前：了解信息架构的概念 课堂：结合用户体验研究的用户需求，分析信息架构的要点 课后：搜寻网站的信息架构高低保真原型图	目标1 目标3

网页界面设计的细节内容	4	重点：网站形象与广告语、导航系统、主页及页脚 难点：网页页面的组成、网页中按键图标的设置、Banner 设计 教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法。在课堂上讲授网站形象、页面及控件的组成与设置，引导学生根据相关主题及设计规范组构自己的设计，寻找相关的设计元素，并将其可视化。	课前：了解不同类型的网站所展示给用户的形象 课堂：结合具体案例，分析网页页面的组成 课后：结合课堂所学理论，组构个人所选主题的网页界面构成元素	目标1 目标3 目标4
网页界面设计的基本原则与方法	4	重点：网页界面设计的基本原则、界面结构及基本类型、文字、图像及色彩的选择、编排与设计、界面的布局原理。 难点：网页界面设计的优先级、响应式布局设计、文字、图像及色彩的使用准则。 思政元素：在讲授并引导学生遵循设计规范的前提下，培养学生独立思考，提升创意思维的能力。 教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法讲授网页界面设计的要点元素的基本规范，辅以案列引导学生对案例的优缺点进行分析，根据设计主题，在遵循网页界面设计准则的前提下，进行网页界面设计。	课前：了解网页界面设计的基本元素及设计原则 课堂：结合设计原则对网页界面设计进行分析并创新 课后：网页界面设计元素组构训练	目标1 目标3 目标4
网页设计视觉设计要点与风格	2	重点：视觉的有效性、视觉的创意、网页的视觉风格 难点：视觉的流程、网页的风格、视觉的层级关系、页面及各元素之间的共识。 教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法，对网页设计的相关要点内容进行回顾性的总结与补	课前：思考并分析自己的网页设计作品的优缺点 课堂：根据所学	目标1 目标3 目标4

		充。引导学生根据要点知识，对自己的设计作品进行查漏补缺，并进行视觉上的创新，提升网页设计作品的整体效果。	内容，思考自己的网页设计作品应如何改进 课后：结合课堂所学知识，对自己的网页设计作品进行修改	
--	--	--	---	--

（二）实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	用户体验研究	4	重点： 确定作品主题、开展用户研究 难点： 基于以人为本的用户需求进行用户调研，找准用户需求转化为网页设计。通过同类型网页的竞品分析，找寻优势点与创新点。	设计	确定作品主题、对相关用户群体进行调研，找寻不少于10个同类型网页进行竞品分析，并以PPT的形式总结调研结果。	目标2 目标3 目标4
实训	信息架构设计	8	重点： 低保真原型图制作 难点： 网页页面的信息架构、页面之间的跳转与交互	设计	基于前期用户研究的调研结果，对相关的主题网页的信息进行架构，并以低保真原型图的形式呈现。	目标2 目标3 目标4
实	网页界面	8	重点： 网页界面设计	设计	在信息架	目标2

训	设计		难点：网页形象设计、文字、图像及色彩的设计、信息布局设计 思政元素：引导学生在遵循基本设计规范的同时，思考如何在网页设计中利用中国化的设计元素，体现中国化创新的网页形象		构的基础上，思考网页形象，对文字、图像及色彩进行布局。	目标 3 目标 4
实训	网页界面细节要点设计网站全案策划设计	8	重点：首页展示、尾页设计 难点：不同页面的信息层级、Banner 设计、页面按钮的布局与设计	设计	设计网页的首页及尾页，对网页的信息层级进行划分，组成网页整体。为首页设计 Banner，为页面中的控件进行布局与设计。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	网页界面视觉风格设计	4	重点：网页的视觉创意，网页的视觉有效性 难点：引导学生从视觉的角度上回顾并修改自己的网页设计作品，从用户的角度上思考：网页的视觉流程是怎样的，网页的视觉层级如何划分，网页作品的是否有视觉有效性。	设计	从视觉的角度上对作品进行查漏补缺，最终以整体作品的形式展示，并以 PPT 的形式对作品进行汇报讲解。	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末成绩两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。考勤（占 10%）、平时作业（占 20%）、作品汇报（占 10%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.考勤；2.平时作业；3.作品汇报
优秀 (90~100 分)	1.考勤无迟到、早退和旷课（请假不计）。 2.平时作业符合用户调研及信息架构的标准，符合网页设计的设计规范。信息规划及表现合理，作品具有个性化创意和功能性。 3.作品汇报内容完整，讲解思路清晰，逻辑性强。
良好 (80~89 分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过 1 次。（请假不计）。 2. 平时作业符合用户调研及信息架构的标准，符合基本的网页设计规范。信息规划及表现基本合理，作品具有一定的个性化创意和功能性。 3.作品汇报内容基本完整，讲解思路清晰，逻辑性强。
中等 (70~79 分)	1.考勤无旷课，迟到、早退不超过 2 次。（请假不计）。 2.平时作业基本符合用户调研及信息架构的标准，符合基本的网页设计规范。信息规划及表现基本合理，作品具有一定的个性化创意和功能性，但仍需要提升作品的表现形式及质量。 3.作品汇报内容部分完整，讲解思路不够清晰，但仍具有逻辑性。
及格 (60~69 分)	1.考勤无旷课，迟到、早退不超过 3 次。（请假不计）。 2.平时作业基本符合用户调研及信息架构的标准，符合基本的网页设计规范。信息规划及表现基本合理，作品表现形式有所欠缺，但仍具有一定的个性化创意和功能性。 3.作品汇报内容部分完整，讲解思路不够清晰，但仍具有逻辑性。
不及格 (60 以下)	1.考勤旷课 3 次以上或迟到、早退超过 5 次。（请假不计）。 2.平时作业未完成或未达到基本技术要求。 3.作品汇报内容不完整，讲解思路不清晰，没有逻辑。

2. 期末考试（占总成绩的 60%）：采用百分制。具体考核内容、题型与分值分配情况见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
信息架构设计	基于在以人为本的用户需求，对网页的类型、内容和受众有充分的调研研究，设计作品符合主题和市场需求。	网页设计作品	目标 1 目标 2	30
	对网页设计的结构有深入的研究，功能板块搭建有逻辑，有一定的信息表达能力，并符合网页设计的基本规范。			
网页界面设计	网页设计的布局编排、文字、图像及色彩搭配符合设计准则；主题表达明确，作品有创新点，具有一定艺术美感。		目标 1 目标 2 目标 3	30
	页面层级明确；视觉层级清晰，具有视觉有效性，通过设计能体现明确的网站形象。			
网站全案策划设计	对网页主题有明确的定位和设计方案，并有逐步推进的过程。		目标 1 目标 2	30

	设计作品内容及元素完整，符合网页设计的基本页面设置。		目标 3	
作品展示	制作展示海报对网页设计作品进行整体效果展示。			
	制作 PPT，对作品整体进行讲解，逻辑清晰，思路流畅。		目标 2 目标 3	10

二十二、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：硕士及以上 其他：无
2	课程时间	周次：9-16 节次：6, 理论学时 2 节连排，实训学时需 4 节连排。
3	授课地点	☐ 教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实训室，授课教师办公室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1]何丽平. 网页界面艺术设计（第2版）. 北京：清华大学出版社，2021年1月.

[2]封瑾，刘隽，张立. 网页设计. 北京：中国轻工出版社，2020年11月.

八、参考资料

[1]姜鹏、郭晓倩. 形·色——网页设计法则及实例指导. 北京：人民邮电出版社，2017年11月.

[2]张晓景. 网站布局与网页配色设计. 北京：人民邮电出版社，2018年7月.

[3]李万军. 用户体验设计. 北京：人民邮电出版社，2018年7月.

网络资料

[1]站酷, <https://www.zcool.com.cn/>

[2]Behance, <http://www.lookxyz.cn/>

[3]UICN 用户体验设计平台, <https://www.ui.cn/>

其他资料

[1] 超星学习通

大纲执笔人：卢娟

讨论参与人：何帅森、魏泃

系（教研室）主任：

学院（部）审核人：

《商务礼仪与谈判实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	实践
课程名称	商务礼仪与谈判实训		课程英文名称	Business Etiquette and Negotiation Practice	
课程编码	F03ZB130Z		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	16	学分	1	理论学时	0
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：16		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《商务礼仪与谈判实训》是电子商务专业的集中性教学实践课程，其应用性较强，是培养电商复合人才的实践教学环节之一。本课程通过商务礼仪与谈判项目的训练，使学生牢固掌握商务礼仪基本知识，熟练掌握个人形象塑造、日常事务，商务会面、商务谈判、商务宴请、涉外商务礼仪与技能，实现学生拥有商务礼仪基本知识的同时，更具有驾驭商业组织内外商务活动的能力，为今后从事电商领域的实际工作奠定基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 将使学生学习 and 了解商务涉外礼仪的基本原则内容、涉外活动中的着装要求及注意事项，熟知自己那些该做，那些不该做。掌握不同国家的礼仪习惯，帮助我们处理好与不同涉外对象的关系，促进相互之间的联系与沟通。掌握与不同国家人打交道的技能。	7-1 了解其他相关领域知识，形成文理交叉、融入哲学、文学、语言、数字化视觉设计与创作、面向数据可视化的计算机程序设计等课程，7-2 能够进行综合性的跨学科学习，达到知识的扩展和综合素质的提升。	7. 其他领域的知识

能力目标	目标 2: 通过完成“商务交往礼仪”项目的学习,学生能运用见面介绍、称呼、问候、握手、名片等商务交往过程中的礼仪知识,根据商务活动交往过程中的礼仪规范要求,使学生能知礼、懂礼和行礼,为学生今后创造良好人际关系奠定重要基础。 通过完成“商务活动礼仪”项目的学习,学生能运用商务接待、拜访、馈赠、谈判、会议、求职面试、办公室等礼仪知识,根据不同的商务活动开展过程中的礼仪规范要求,使学生能良好地展示个人的素养,为企业做好办公接待、商务谈判等工作。 通过商务谈判的学习,将使学生了解商务谈判策略的概念和特点,掌握商务谈判的开局、报价、讨价还价、让步、迫使对方让步、阻止对方进攻、促成签约等具体谈判策略的灵活应用。 通过完成“商务涉外礼仪”项目的学习,学生能运用不同国家的仪俗礼仪知识,同国际上不同国家的友好人士打交道,为塑造良好的国际形象做出应有的贡献。	10-1 初步具备基于多学科知识融合的创意、创新和互联网创业项目管理能力。 11-1 具有良好的与社会外界沟通交流技能,能洞察他人的行为和感受;11-2 能准确表述传达专业性知识信息;11-3 具有良好的团队意识;11-4 能积极主动承担分内职责,具有较强的责任意识 and 担当精神;11-5 与小组或团队成员之间基于互尊互助、平等协商等原则进行沟通,实现团队目标。	10. 创业项目管理的能力 11. 团队沟通与协作的能力
------	--	--	--

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 实践教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	指导要求	支撑课程目标
日常事务礼仪, 职场沟通礼仪	4	重点: 商务接待与拜访礼仪与技巧, 电话与电子邮件、微信 QQ 礼仪, 礼物馈赠技巧, 求职礼仪与艺术, 上司与下属沟通的礼仪与艺术, 同事间沟通的礼仪与艺术。 难点: 日常事务的接待与拜访, 礼物馈赠礼仪, 面试礼仪与艺术, 赢得下属爱戴及上司好感的沟通礼仪与艺术, 善结同事缘的礼仪与艺术 通过本项目的学习, 将使学生学习和掌握商务交往场合见面介绍及问候礼仪; 掌握商务交往场合	课前: 预习相关知识 课堂: 小组讨论, 案例分析, 情景模拟	目标 1 目标 2

		称呼、交谈及电话礼仪；掌握商务交往场合握手与交换名片礼仪。 思政元素：中华民族是传统的礼仪之邦，培养学生对礼仪的要求。 教学方法与策略：线下教学。理论讲授、案例启发、情境模拟、角色扮演、课堂讨论、图片展示	课后：实际运用，练习	
商务会面礼仪	4	重点：接待、拜访与馈赠礼仪知识；谈判座次安排及礼仪要求；行进间礼仪规范要求知识；求职礼仪知识。 难点：介绍礼仪要领 通过本项目的学习，将使学生掌握接待、拜访与馈赠礼仪知识并能运用其技能；掌握会议准备及位次排序的内容；掌握谈判座次安排及礼仪要求知识；熟练掌握办公室礼仪技能；掌握行进间礼仪规范要求知识；掌握求职礼仪及求职技能。 教学方法与策略：线下教学。理论讲授、案例启发、情境模拟、角色扮演、课堂讨论、图片展示	课前：预习相关知识 课堂：小组讨论，案例分析，情景模拟 课后：实际运用，练习	目标 1 目标 2
商务谈判	4	重点：谈判的各种策略和技巧 难点：如何在谈判中灵活运用各种谈判技巧和策略 通过本项目的学习，将使学生了解商务谈判策略的概念和特点，掌握商务谈判的开局、报价、讨价还价、让步、迫使对方让步、阻止对方进攻、促成签约等具体谈判策略的灵活应用。 思政元素：通过商务谈判的过程，培养学生维护国家和集体利益，对于原则性的问题不能让步。 教学方法与策略：线下教学。理论讲授、案例启发、情境模拟、角色扮演、课堂讨论、图片展示	课前：预习相关知识 课堂：小组讨论，案例分析，情景模拟 课后：实际运用，练习	目标 1 目标 2
涉外商务礼仪	4	重点：涉外活动中的着装要求及注意事项；不同国家的礼仪习惯知识。 难点：技能的掌握和运用 通过本项目的学习，将使学生学习 and 了解商务涉外礼仪的基本原则内容、涉外活动中的着装要求及注意事项，熟知自己那些该做，那些不该做。掌握不同国家的礼仪习惯，帮助我们处理好与不同涉外对象的关系，促进相互之间的联系与沟通。掌握与不同国家人打交道的技能。 思政元素：培养国际视野、跨文化沟通的平等、尊重意识。 教学方法与策略：线下教学。理论讲授、案例启发、	课前：预习相关知识 课堂：小组讨论，案例分析，情景模拟 课后：实际运用，练习：	目标 1 目标 2

		情境模拟、角色扮演、课堂讨论、图片展示		
--	--	---------------------	--	--

五、学生学习成效评估方式及标准

- 1.考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。
在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、小组汇报成绩、实训报告等三个部分组成。
- 2.综合成绩按五级记分制提交，即优秀（90-100）、良好（80-89）、中等（70-79）、及格（60-69）、不及格（59 分以下）。

等级	评 分 标 准
	1.实训任务；2.小组汇报 3.考勤 4.实训报告
优秀 (90~100 分)	1.完成 90%以上的实训任务。 2.小组汇报表现优秀。 3.无旷课记录。 4.实验报告书专业规范、正确、详尽。
良好 (80~89 分)	1.完成 80%以上的实训任务。 2.小组汇报表现良好。 3.无旷课记录。 4.实验报告书撰写规范、详尽，只出现不超过三处的错误。
中等 (70~79 分)	1.完成 70%以上的实训任务。 2.小组汇报表现中等。 3.旷课记录小于等于 1 次。 4.实验报告书撰写规范，但内容不够详尽，出现三到六处错误。
及格 (60~69 分)	1.完成 60%以上的实训任务。 2.小组汇报表现及格。 3.旷课记录小于等于 2 次。 4.实验报告书撰写规范，但内容不够详尽，出现六处以上错误。
不及格 (60 以下)	1.40%的实训任务没完成。 2.小组汇报表现不及格。 3.旷课记录大于等于 3 次。 4.无实训报告

二十三、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 其他： 学历（位）：硕士研究生
2	课程时间	周次：1-16 周 节次：4 次/周
3	授课地点	☐ 教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地

		□其他:
4	学生辅导	线上方式及时间安排: 企业微信 线下地点及时间安排: 办公室和教室/课后答疑

七、选用教材

[1]王玉苓·《商务礼仪》(附微课 第3版)·北京:人民邮电出版社,2021年11月

八、参考资料

[1]《商务沟通与谈判》(第3版)·张守刚·人民邮电出版社·2020年

[2]《商务礼仪实务》·孙金明·人民邮电出版社·2018年

[3]《人际关系与沟通技巧(第2版)》·龙璇·人民邮电出版社·2020年

[4]《国际商务谈判》·刘园·对外经济贸易大学出版社·2006年

网络资料

[1]中国慕课 MOOC, www.icourse163.org

[2]百度文库, wenku.baidu.com

[3]NLP 学院网 <http://www.nlp.cn/>

[4]TED_网易公开课 <https://open.163.com/ted/>

[5]中国公关网 <http://www.chinapr.com.cn/>

大纲执笔人: 冯辉

讨论参与人:张帆

系(教研室)主任: 张帆

学院(部)审核人: 赖忠孝

《跨境电商实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	实训
课程名称	跨境电商实训		课程英文名称	Trans-border E-commerce Practical Training	
课程编码	F03ZB21Z		适用专业	电子商务、国际贸易专业	
考核方式	考查		先修课程	电子商务概论、国际市场营销、网络营销、跨境电商实务	
总学时	32		学分	2	

二、课程简介

跨境电商实训是电子商务专业的专业必修实践教学课程，是电子商务专业综合技能的训练项目，也是电子商务专业综合职业能力及创新创业能力培养的重要组成部分。课程以跨境电子商务店铺运营操作过程为依托，指导学生在仿真工作环境下，进行分步骤全流程综合性操作。

跨境电商实训是电子商务专业在校期间必须完成的重要教学和实践环节，是学生专业知识、实践能力的综合体现。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 通关本课程的实训使学生掌握分析国际市场环境、预测需求、选品、定价、询盘还盘、促成交易的理论知识的深化及实际应用。熟悉跨境电商平台基本操作规则。	3-1 具有扎实的经济学理论基础和专业知识，掌握经济学、国际贸易、网络营销等学科门类的基本理论、分析方法和发展动态， 3-2 了解主要国家和地区的经济状况、 3-3 掌握电子商务类专业理论与专门方法	3. 专业素质能力
		9-1 具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识； 9-2 能够对国内外市场各	9. 运用知识的能力

		种信息加以甄别、整理和加工； 9-3 能够熟练运营国际、国内 B2B、B2C 网络店铺；	
能力目标	目标 2：熟练掌握八大项基本业务技能，包括跨境店铺注册操作、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、订单处理操作、收款、售后服务及客户维护等业务操作能力。	8-1 能够掌握有效的自主学习方法； 8-2 能够应用现代科技手段获取新知识，进行自我学习、自我消化知识、自我更新知识、终身学习的能力， 8-4 具备综合分析和解决实际问题。	8.获取知识的能力
		12-1 养成独立思考的习惯，树立进取意识和探索精神；12-2 具有专业敏感性，拥有良好的创新、创业能力，在激烈的市场竞争和国际竞争中敢于创新、善于创新。	12. 思辨与创新思维的能力
		2-1 具有综合运用各种手段查阅文献、获取信息的能力； 2-2 运用外语工具进行沟通表达的能力； 2-3 具有健康体魄和良好的心理素质，面对环境压力时具有较强的自我调适能力。	2.综合素质能力
素质目标	目标 3： 培养学生理论联系实际的工作作风、严肃认真的科学态度和勇于探索的创新精神，养成理论联系实际的良好习惯。	1-1 热爱祖国，牢固树立正确的世界观、人生观和社会主义核心价值观。 1-2 具有良好的道德修养、高度的社会责任感、正确的劳动意识和敬业精神。	1.思想道德品质

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

实践类	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
-----	------	----	--------	------	------	--------

型						
调查	阿里巴巴国际站基础认知	6	指导内容： 国际站平台基础认识、国际站流量认知、国际站后台认知、认识平台排序规则、快速学习产品及分析行业的技巧、国际站禁限售及处罚规则。 重点： 认识平台排序规则 难点： 快速学习产品及分析行业的技巧。 思政元素： 培养学生严谨的学习态度，面对难题敢于挑战。	认知实训	熟悉国际站基本规则、能够快速提炼产品卖点以及分析产品所在行业的特点。思考引流策略。	目标1 目标3
实验	店铺建设（一）	4	指导内容： 国际站店铺开通、国际站产品发布、查找产品关键词、打造冠军标题。 重点： 选题的要求及原则；选题方向的把握。 难点： 如何从专业视角去发现具有实际问题的问题，拟定恰当的题目。 思政元素： 指导学生积极探索，培养善于发现并勇于创新的能力。	模拟操作训练	熟练操作国际站注册、开通店铺、产品上架。	目标1 目标2 目标3
实验	店铺建设（二）	4	指导内容： 产品详情页打造、图片的视觉营销。 重点： 图片选择的原则、呈现方式。 难点： 详情页卖点的提炼和排版。	训练	店铺模板应用、产品详情页编辑、排版。	目标2 目标3
实验	店铺和产品的营销（一）	4	指导内容： 透析全球旺铺装修、平台数据案例分析 重点： 平台数据案例分析 难点： 平台数据分析应用	模拟操作训练	根据产品特点个性化装饰店铺。熟练操作数据分析平台	目标1 目标2 目标3
实验	店铺和产品的营销（二）	4	指导内容： 外贸直通车 重点： 外贸直通车案例分析 难点： 外贸直通车应用	模拟操作训练	掌握外贸直通车的投放策略。	目标2 目标

						3
实验	商机获取及订单处理（一）	4	指导内容： 外贸邮件及询盘回复、RFQ 采购直达、多语言平台与在线批发 重点： 询盘回复 难点： RFQ 采购直达	模拟操作训练	熟练处理外贸询盘、换盘等环节的邮件回复。掌握 RFQ 采购直达、多语言平台与在线批发。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	商机获取及订单处理（二）	6	指导内容： 一达通服务介绍、信用保障服务。国际贸易风险、国际贸易欺诈类型、国际贸易投诉及纠纷处理 重点： 国际贸易欺诈类型 难点： 国际贸易投诉及纠纷处理	案例分析	了解一达通服务、信用保障服务。掌握贸易欺诈的类型及投诉渠道和纠纷处理。	目标 1 目标 3

五、学生学习成效评估方式及标准

1.跨境电商实训综合成绩由两部分构成：平时成绩占 30%；实训报告成绩占 70%。

2.百分制评分，综合成绩 90-100 为优秀，80-89 为良好，70-79 为中等，60-69 为合格，60 分以下为不合格。

等级	评 分 标 准
	1.平时成绩；2.指导教师论文成绩；
优秀 (90~100 分)	1.积极参加实践，勤学善问，能够熟练并提前完成指导教师布置的实操任务。 2.实训报告内容详实、格式规范，结构合理，语句通顺，逻辑清晰。
良好 (80~89 分)	1.积极参加实践，勤学善问，能够较熟练并按时完成指导教师布置的实操任务。 2.实训报告内容详实、格式规范，结构合理，语句通顺，逻辑清晰。
中等 (70~79 分)	1.积极参加实践，勤学善问，能够基本并按时完成指导教师布置的实操任务。 2.实训报告内容详实、格式规范，结构合理，语句通顺，逻辑清晰。
及格 (60~69 分)	1.按时参加实践，能够按时完成指导教师布置的大部分实操任务。 2.实训报告内容基本详实、格式规范，结构基本合理，语句基本通顺，逻辑基本清晰。
不及格 (60 以下)	1.未能按时参与实践，未完成指导教师布置的实操任务 2.实训报告内容与实操任务不相符，格式不规范，结构混乱，语句不通顺，逻辑欠清晰。

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要求
1	指导教师	职称：讲师及以上 其他：学历（位）：硕士研究生及以上
2	课程时间	周次： 4 节次： 4
3	指导地点	☐ 教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信一周 4 次 线下地点及时间安排：机房，学期第 10 周以后，任意两周集中实训

七、选用教材

无

八、参考资料

[1]国际站实训平台用户使用手册

[2]酷校教学平台用户使用手册

网络资料

[1]阿里巴巴国际站 www.alibaba.com

[2]雨果跨境 www.cifnews.com

大纲执笔人： 张帆

讨论参与人： 冯辉

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝

《电子商务网站建设与管理实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业必修课程	课程性质	必修	课程属性	实践
课程名称	电子商务网站建设与管理实训		课程英文名称	E-commerce website construction and management training	
课程编码	F03ZB110Z		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	电子商务网站建设与管理	
总学时	24	学分	1.5	理论学时	0
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：24		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《电子商务网站建设与管理实训》课程是以电子商务专业为对象的专业必修课程。学生通过第一学年的计算机网络知识,电子商务网页制作,数据库及相关专业的基础课学习,为该课程的学习奠定了一定的基础。通过电子商务网站建设与实践的学习,使学生能较好地了解商务网站开发与管理维护的部分知识与技术, 拓宽自己的专业知识面,为今后更好地从事电子商务与计算机技能的结合,在相关专业中提高对社会的适应性与应用性发挥更好的作用。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 学生需对电子商务有基本了解, 加强对电子商务的专业知识。	4-3: 掌握现代管理、经济学、信息技术的基础理论和专业知识, 具备面向未来电商行业的大数据思维意识; 4-4: 了解快速发展的电子商务新兴产业动态, 注重产业技术创新和商业模式创新。	3. 学科基础知识

能力目标	目标 2: 能够利用电子商务的专业知识, 对的市场行情、行业发展趋势等进行判断, 以及对商品量、浏览量、成交额等指标的评估。	4-6: 具备独立自主地获取本专业相关知识的学习能力; 具备将所获取的知识与实践融会贯通并灵活应用于电子商务实务的技能; 初步具备基于多学科知识融合的创意、创新和互联网创业项目经营与管理能力。	6.综合创新能力
素质目标	目标 3: 通过本课程的学习, 培养作为一个电子商务从业者的职业道德, 遵守宣传规范和理念。	8-1: 具备良好的职业道德素养和商业伦理观。 8-2: 具有分析和解决企事业单位财务管理实际问题的专业素质。	8.专业素质

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
上机	电子商务网站建设与管理总论/过程	6	重点: 网站建设与管理的内容, 商品上架, 内容更新 难点: Logo 设计, 商品发布, 商品拍摄, 新闻撰写。 思政元素: 互联网行业的道德问题。	综合	实验 3-5 人一组, 完成选题任务。	目标 1 目标 2
上机	电子商务网站运营营销	6	软文营销, 搜索引擎营销, 邮件营销, 付费广告, 社交媒体营销。 难点: 软文营销的四要素, 微信营销, 微博营销, 邮件营销。	综合	实验 3-5 人一组, 完成选题任务。	目标 1 目标 2
上机	电子商务网站客户关系管理	4	重点: 客户服务系统, 在线客服系统, 会员制管理 难点: 客户服务的职责, 客户服务质量管理, 在线客服服务礼仪, 客户服务系统功能模块。	综合	实验 3-5 人一组, 完成选题任务。	目标 1 目标 2
上机	电子商务网站运营管理维护	4	重点: 影响网络安全的因素及安全威胁的来源; 网站运营维护: 硬件、操作系统、数据库及内容的维护。 难点: 保护文件安全的方法和技巧; 防火墙的配置、路由器的包过滤技术; 访问控制列表的分类、特点及应用;	综合	实验 3-5 人一组, 完成选题任务。	目标 1 目标 2

上机	电子商务网站建设报告撰写	4	重点： 通过组织学生讨论、制订运营计划，使其深入理解、消化所学知识，形成系统的知识结构。同时，注意培养学生的认知和创新能力，提高教学效果。 思政元素： 调查数据处理环节需要严谨的学习态度和科学精神。	综合	实验 3-5 人一组，完成选题任务。	目标 2 目标 3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、小组汇报成绩、调查报告等三个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）、小组汇报成绩（占 10%）和考勤（占 10%）四个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.小组汇报 3.考勤
优秀 (90~100 分)	1.完成 90%以上的实训任务。 2.小组汇报表现优秀。 3.无旷课记录。
良好 (80~89 分)	1.完成 80%以上的实训任务。 2.小组汇报表现良好。 3. 旷课记录小于等于 1 次。
中等 (70~79 分)	1.完成 70%以上的实训任务。 2.小组汇报表现中等。 3.旷课记录小于等于 2 次。
及格 (60~69 分)	1.完成 60%以上的实训任务。 2.小组汇报表现及格。 3.旷课记录小于等于 3 次。
不及格 (60 以下)	1.40%的实训任务没完成。 2.小组汇报表现不及格。 3.旷课记录大于等于 4 次。

2. 调查报告（占总成绩的 60%）：采用百分制。调查报告的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
市场调查总论/过程	选题新颖、结合实际。	报告	目标 1 目标 2	10
调查方案设计	理论综述、文案研究、调查方案设计。	报告	目标 1 目标 2	10

问卷调查方法和问卷设计	调查方法的选择、问卷或其他技术设计。	报告	目标 1 目标 2	10
调查问卷测试与抽样设计	信度与效度分析、样本代表性、样本量的确定。	报告	目标 1 目标 2	10
调查实施和资料的整理	调查组织科学合理、调查过程执行完整、数据处理严谨。	报告	目标 2 目标 3	10
调查资料统计分析	调查质量控制严格、选择方法正确、数据运用充分、分析支持结论、结论实用性和适用性。	报告	目标 2 目标 3	20
定性研究	访谈大纲设计、访谈执行、撰写定性报告内容。	报告	目标 1 目标 3	10
市场调查报告撰写	完整性、格式规范性、观点表述清晰。	报告	目标 2 目标 3	20

二十四、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士研究生 其他：
2	课程时间	周次：8 节次：4 节连上
3	授课地点	☐ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☒ 其他：机房
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信/课后答疑 线下地点及时间安排：办公室和教室/课后答疑

七、选用教材

[1] 赵守香 丁辉 等. 网站运营与管理(第 2 版), 清华大学出版社, 2019 年 8 月

八、参考资料

大纲执笔人：张嘉毅

讨论参与人：

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝

《电子商务案例分析》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	选修	课程属性	理论
课程名称	电子商务案例分析		课程英文名称	E-commerce case analysis	
课程编码	F06ZB26G		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	电子商务概论	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：0		

二、课程简介

《电子商务案例分析》是电子商务专业的一门专业选修课。本课程通过案例分析的形式，总结和探讨了一些具有代表性的电子商务企业的成功经验或在发展中面临的问题，帮助学生更好地理解和掌握电子商务相关知识。同时，课程最终为培养拥有扎实知识基础，且具有对市场行情、行业发展趋势等分析判断的能力的新一代电子商务从业者。本课在巩固电子商务基础的同时，以各电商企业成功案例作为引导，为日后的学习提供更多的方向以及思考。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 学生需对电子商务有基本了解，加强对电子商务的专业知识。	4-3：掌握现代管理、经济学、信息技术的基础理论和专业知识，具备面向未来电商行业的大数据思维意识； 4-4：了解快速发展的电子商务新兴产业动态，注重产业技术创新和商业模式创新。	3. 学科基础知识
能力目标	目标 2: 能够利用电子商务的专业知识，对的市场行情、行业发展趋势等进行判断，以及对商品量、浏览量、成交额等指标的评估。	4-6：具备独立自主地获取本专业相关知识的学习能力；具备将所获取的知识与实践融会贯通并灵活应用于电子商务实务的技能；初步具备基于多学科知识融合的创意、创新和互联网创	6.综合创新能力

		业项目经营与管理能力。	
素质目标	目标 3: 通过本课程的学习,培养作为一个电子商务从业者的职业道德,遵守宣传规范和理念。	8-1: 具备良好的职业道德素养和商业伦理观。 8-2: 具有分析和解决企事业单位财务管理实际问题的专业素质。	8.专业素质

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
电子商务基础	4	重点: 认识电子商务的含义及构成、电子商务的应用领域及影响等方面的理论知识。 难点: 实现问题求解过程。 思政元素: 以中国电子商务的发展史,中国电商巨头的发展等案例分析电子商务与未来电商的关系 教学方法与策略: 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学,辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前:前沿案例导入课堂 课堂:根据情况讲解相关知识 课后:复习	目标 1 目标 2 目标 3
B2B 电子商务平台案例分析	4	重点: B2B 的特点、优势和 B2B 常见分类;认识综合型 B2B 和垂直型 B2B 这两种 B2B 电子商务模式。 难点: 认识综合型 B2B 和垂直型 B2B 这两种 B2B 电子商务模式 思政元素: 以天猫,京东等优秀例子展现我国电子商务的领先程度。 教学方法与策略: 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学,辅以启发式提问拓宽学生学习思路	课前:复习上节课知识点 课堂:根据情况讲解相关知识 课后:复习	目标 1 目标 2 目标 3
B2C 电子商务平台案例分析	4	重点: 掌握平台模式、入驻商家、目标用户群、物流模式等 难点: 目标用户群、物流模式等 教学方法与策略: 线下教学。对于思想、原理在课	课前:复习上节课知识点	目标 1 目标 2 目标 3

		堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路	课堂：根据情况讲解相关知识 课后：复习	
C2C 电子商务平台案例分析	4	重点：如何实现商品量、浏览量、成交额等指标 难点：B2B 与 C2C 的区别，如何实现商品量、浏览量、成交额等指标 思政元素：以淘宝等优秀例子与亚马逊，eBay 等国际企业进行对比，展现我国电子商务的领先程度。 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路	课前：复习上节课知识点 课堂：根据情况讲解相关知识 课后：复习	目标 1 目标 2 目标 3
O2O 电子商务平台案例分析	4	重点：企业如何突破传统营销模式，选择适合自己的电子商务模式 难点：如何通过各营销模式和完善的售后服务来树立企业品牌形象，吸引消费者消费 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路	课前：复习上节课知识点 课堂：根据情况讲解相关知识 课后：复习	目标 1 目标 2 目标 3
移动电子商务案例分析	4	重点：了解到什么中移动电子商务，移动电子商务的商业模式 教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路	课前：复习上节课知识点 课堂：根据情况讲解相关知识 课后：复习	目标 1 目标 2 目标 3

互联网金融案例分析	4	重点： 认识到什么是互联网金融的特点与业务模式。 难点： 互联网的种类以及优缺点。 教学方法与策略： 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路	课前：复习上节课知识点 课堂：根据情况讲解相关知识 课后：复习	目标 1 目标 2 目标 3
物流服务案例分析	4	重点： 认识各大电子商务平台的物流方式。 难点： 各物流商的发展与优缺点，如何选择适合的物流商。 思政元素： 以京东物流，顺丰快递，四通一达的新科技以及效率为例子，展现国内物流的优秀。 教学方法与策略： 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路	课前：复习上节课知识点 课堂：根据情况讲解相关知识 课后：复习	目标 1 目标 2 目标 3

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、小组汇报成绩、期末考试等三个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）、小组汇报成绩（占 10%）和考勤（占 10%）四个部分。评分标准如下表：

分数	评 分 标 准
	1.作业；2.考勤
90~100 分	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.全勤
80~89 分	1.作业书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.请假 1-2 次，无旷课。
70~79 分	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.超过 3 次请假或旷课
60~69 分	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.大于三次请假或旷课
60 以下	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。

	2. 大于三次请假或旷课
--	--------------

2. 2. 期末考查（占总成绩的 70%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配。期末考查采用撰写一篇电子商务案例分析报告，学生自选感兴趣的行业或产品。

等级	评 分 标 准
	1.字数；2.结构、层次、逻辑、结论； 3.排版
优秀 (90~100 分)	1.字数在 1500 字以上。 2.结构完整、层次清楚、逻辑合理、结论正确。 3.排版规范、无错别字。
良好 (80~89 分)	1.字数在 1500 字以上。 2.结构完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论正确。 3.排版规范、无错别字。
中等 (70~79 分)	1.字数在 1500 字以上。 2.结构基本完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论基本正确。 3.排版基本规范、错别字较少。
及格 (60~69 分)	1.字数在 1000—1500 字之间，未达 1500 字。 2.结构尚完整、层次尚清楚、逻辑尚合理、结论勉强正确。 3.排版尚规范、错别字较多。
不及格 (60 以下)	1.字数在 1000 字以下。 2.结构不完整、层次不清楚、逻辑不合理、结论不正确。 3.排版不规范、错别字较多。

二十五、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：张嘉毅，史姗姗 其他：学历（位）：硕士
2	课程时间	周次：1-8 周 节次：
3	授课地点	☐ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排： 线下地点及时间安排：

七、选用教材

[1] 陈德人、白东蕊、高功步、徐林海等. 电子商务案例分析（微课版）人民邮电出版社,2019 年.

大纲执笔人： 张嘉毅

讨论参与人：史姗姗

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝

《网络营销实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	实践	课程属性	实训
课程名称	网络营销实训		课程英文名称	E-Marketing Experiment	
课程编码	F03ZB137Z		适用专业	电子商务、国际贸易	
考核方式	上级操作		先修课程	《电子商务》、《网络营销》、《国际市场营销》等	
总学时	16	学分	1	理论学时	0
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时 16		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

《网络营销实训》是全面落实电子商务专业教学计划的重要实践性教学环节之一，是培养学生实际工作技能和技巧的一个重要手段。借助网络实验室环境的仿真性和实验资料的真实性，通过所给的实验资料，将网络营销专业知识和网络营销实务有机的结合在一起。本实训课必须在专门的电子商务实验室中完成，实训时要求学生先认真思考然后再动手操作，操作过程中要严格按照操作规范去做，实训结束后要对实训结果进行考核、验收。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 网络营销实训要求学生在操作中复习以前学过的基本知识。因此，模拟实训教学将是对学生们所学网络营销知识的综合检验和全面回顾。	5.专业性知识	5.专业性知识
能力目标	目标 2: 能够真正掌握网络营销方法的利用、营销信息的收集与分析、网络营销网站建设、营销网站推广、营销客户管理等，从而为学生今后从事电子商务工作打下	2.综合素质能力 3.专业素质能力能力 9.运用知识的能力	2.综合素质能力 3.专业素质能力能力 9.运用知识的能

	坚实的基础，成为理论与实际相结合的电子商务专业人才。		力
素质目标	目标 3: 通过与课程内容紧密配合的课堂活动，丰富教学内容，培养学生的主体意识、问题意识、交流意识；让学生在实践操作、小组分工等活动中领悟并认识到敬业耐劳、恪守信用、讲究效率、尊重规则、团队协作、崇尚卓越等职业道德与素质在个人职业发展和事业成功中的重要性，使学生能树立起自我培养良好的职业道德与注重日常职业素质养成的意识培养学生的综合职业能力和全面素养能力。	11.创业项目管理的能力 12.团队沟通与协作能力	11. 创业项目管理的 能力 12. 团队沟通与 协作能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	网络营销工具应用	4	重点：商务营销博客基本操作、阿里旺旺营销工具操作。搜索引擎的使用、营销网站信息优化分析。 难点：营销网站信息优化分析。	上机	完成系统内作业	目标 1 目标 2 目标 3
实训	网络营销网站建设	4	重点：在淘宝网开设个人网店、在阿里巴巴中文站创建企业网店。 难点：在阿里巴巴中文站创建企业网店。	上机	完成系统内作业	目标 1 目标 2 目标 3
实训	营销网站推广	4	重点：搜索引擎登陆，搜索引擎广告的投放，邮件列表操作，网络广告。 难点：搜索引擎广告的投放。	上机	完成系统内作业	目标 1 目标 2 目标 3
实训	营销客户管理及询盘管理	2	重点：客户跟踪与产品管理，客户资源分配与业务开展。查看与搜索询盘，询盘生成客户。 难点：客户资源分配与业务开展。询盘生成客户。	上机	完成系统内作业	目标 1 目标 2 目标 3

实训	网络采购及网络贸易风险防范	2	重点：营销商机查找，发布采购信息。 网络贸易骗术识别。 难点：买卖速配的使用。网络贸易骗局案例剖析。	上机	完成系统内作业	目标 1 目标 2 目标 3
----	---------------	---	--	----	---------	----------------------

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是以优秀、良好、中等、及格、不及格五个等级来确定的。

等级	评 分 标 准
	1.作业 2.考勤 3.课堂表现
优秀 (90~100 分)	1.作业：90%以上的实验习题结果准确无误。 2.考勤全勤 3.课堂表现优秀
良好 (80~89 分)	1.作业：80%以上的实验习题结果准确无误。 2.缺勤 1 次 3.课堂表现良好
中等 (70~79 分)	1.作业：70%以上的实验习题结果准确无误。 2.缺勤 2 次 3.课堂表现一般
及格 (60~69 分)	1.作业：60%以上的实验习题结果准确无误。 2.缺勤 2 次 3.课堂表现不积极
不及格 (60 以下)	1.作业：超过 40%的实验习题结果错误。 2.缺勤 3 次 3.扰乱课堂秩序

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 其他：学历（位）：硕士研究生
2	课程时间	周次：1-16 周任意时间段完成 节次：4 次/周

3	授课地点	☐ 教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：课堂

七、选用教材

无

八、参考资料

[1]袁野主编：《互联网营销实训教程》，西南财经大学出版社，2018 年 8 月。

[2]雷颖晖主编：《网络营销实训》，经济管理出版社，2014 年 6 月。

大纲执笔人： 李欣原

讨论参与人：

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：

《国贸实务综合实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	实践
课程名称	国贸实务综合实训		课程英文名称	International Trade Practice Training	
课程编码	F03ZB11Z		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	国际贸易实务	
总学时	32	学分	2	理论学时	0
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			32		
开课单位			金贸学院		

二、课程简介

《国贸实务综合实训》是电子商务专业的重要实践环节。该实训课是以进出口合同为主线的外贸履约过程模拟操作训练。通过计算机模拟为学生提供一个理论联系实际的有效渠道，通过模拟操作，使学生置身于仿真的国际市场环境下从事进出口业务操作，增强学生对进出口业务感性认识，了解国际贸易的实际操作过程以及各环节的衔接关系，巩固课堂学习的理论知识，提高学习兴趣。通过老师后台对市场信息、商品价格、汇率、风险概率等数据的调整，结合综合性、创新性实践项目，强化学生在动态中发现问题、分析问题和解决实际问题的能力。《国贸综合实训》是一门实践性很强的课程，对从事进出口贸易活动有较强的实践意义。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 能用外贸函电进行沟通交流，完成外贸合同的签订、单据的制作。	5-2 掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理。	5.专业性知识
能力目标	目标 2: 能运用所学知识在平台上完成交易磋商的全过程。	9-4 能够利用网络商务平台进行国际贸易相关业务。	9.运用知识的能力
素质目标	目标 3: 能灵活处理进出口合同履行过程中出现的突发情况。	3-4 能够理论与实践紧密结合，解决实际问题。 12-1 养成独立思考的习惯，树立进取意识和探索精神；	3.专业素质能力 12.思辨与创新思维的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	1、进出口合同的签订、工厂订货合同(CIF+L/C)	4	重点： 发盘内容的确定及合同的内容的填制。 难点： 进出口预算表的各项细节。 思政元素： 具备多元文化的沟通能力、树立全球文化观。能够准确、流利地表达中国思想和中国文化。	综合	每人分别以进口商、出口商、银行角色完成角色基本信息的填写；发布商品信息；出口方与工厂签约；进出口双方邮件磋商商品价格及其他交易条件。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	2、催证、开证、审证	4	重点： 开证申请书的填制；Available.....with.....的理解等；信用证的审核原则和标准 难点： 信用证内容的审核，谨防信用证中的软条款 思政元素： 介绍国际贸易惯例，使学生产生遵照惯例、相关法律办事的义务感和责任感。	综合	进口方申请开立符合进出口合同的信用证。若信用证未按时送到卖方，卖方催促进口方开立信用证；进口方向所在地银行提交开证申请书，申请开立信用证，收到信用证后按照合同及出口条件审核信用证的内容。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	3、查验货物、租船订单、保险	4	重点： 托运单的填制以及配仓单内容的分析。保险险种的选择 难点： 按照进出口合同内容确定托运时间、舱位，预算运费等等。 思政元素： 介绍各种运输方式，培养学生的家国情怀。	综合	以 CIF 为例，出口方应尽早向货运公司或船公司完成租船或订舱。并完成投保。	目标 1 目标 2 目标 3

实训	4、按照信用证和合同的要求填制单据	4	重点： 缮制 L/C 要求的文件 难点： 填制商业发票。 思政元素： 要求学生缮制单据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	综合	制备基本文件，及工厂提供的装箱资料，制作出口合同，出口商业发票，装箱单等文件。	目标 1 目标 2
实训	5、审单、结算、验货、报关	4	重点： 进口方按照信用证开立的条件审核出口商提交的全套单据。 难点： 单据填写的准确度。 思政元素： 培养学生坚持实事求是、严谨的科学态度。	综合	采用 L/C 收汇的，应在规定的交单时间内，备齐全部单证，并严格审单，交银行议付；	目标 1 目标 2 目标 3
实训	6、签订第二笔合同（FOB+D/P）	6	重点： D/P 与 L/C 的区别。 难点： 进出口预算表的各项细节。 思政元素： 坚持实事求是、严谨的科学态度。	综合	按照第一笔合同的流程完成第二笔合同	目标 1 目标 2 目标 3
实训	7、签订第三笔合同（CFR+T/T）（根据学生进度选做）、实训报告	6	重点： 实训报告。 难点： 进出口预算表的各项细节。 思政元素： 坚持实事求是、严谨的科学态度。	综合	按照前两笔合同的流程完成第三笔合同（根据学生进度选做）、按要求完成实训报告	目标 1 目标 2 目标 3
备注： 项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是上机操作系统成绩 70%（系统自动评分）；出勤情况+实习报告考核成绩 30%。

1. 上机操作系统成绩 70%（系统自动评分）

2. 出勤情况+实习报告考核成绩 30%。

等级	评 分 标 准
	1.考勤 2.实习报告
优秀 (90~100 分)	1.考勤: 全勤, 无迟到、早退、旷课, 无请假。 2.实习报告: 严格按照要求认真完成。
良好	1.考勤: 全勤, 无迟到、早退、旷课。 2.实习报告: 能按要求认真完成。

(80~89 分)	
中等 (70~79 分)	1.考勤: 有迟到、早退, 无旷课。 2.实习报告:能按要求完成。
及格 (60~69 分)	1.考勤: 经常借故请假逃课。有迟到、早退, 偶尔旷课。 2.实习报告:基本按要求完成。
不及格 (60 以下)	1.考勤: 经常借故请假逃课。经常有迟到、早退、旷课。 2.实习报告:未能按要求完成。

二十六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称: 助教及以上 学历(位): 本科及以上 其他:
2	课程时间	周次: 4 节次: 8 节/周
3	授课地点	☐ 教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他:
4	学生辅导	线上方式及时间安排: 企业微信群或学习通平台, 课前或课后。 线下地点及时间安排: 教室, 课前或课中或课后。

七、选用教材

[1] simtrade 实习指导书

[2] 竺杏月, 华树春, 陈健. 国际贸易实务实训教程-基于 POCIB 平台的模拟操作 [M]. 北京:中国商务出版社, 2017 年 10 月.

八、参考资料

[1]黎孝先, 石玉川. 国际贸易实务 (第 7 版) [M]. 北京:对外经济贸易大学出版社, 2020 年 8 月.

[2]陈平. 国际贸易实务 (第 3 版) [M]. 北京:中国人民大学出版社, 2020 年 7 月.

网络资料

[1] 大学慕课国家精品课程《国际贸易实务》
<https://www.icourse163.org/course/SUIBE-1003461001?from=searchPage>

大纲执笔人: 陈慧

讨论参与人:

系(教研室)主任: 谭芬

学院(部)审核人:

《电子商务创业实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	实践
课程名称	电子商务创业实训		课程英文名称	E-commerce entrepreneurship training	
课程编码	F03ZB07G		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	数据结构、计算机组成原理	
总学时	32	学分	2	理论学时	0
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：32		

二、课程简介

《电子商务创业实训》是电子商务专业学生的一门必修实践类课程。

通过让学生掌握从网店的供应商选择开始,学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格,并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行店铺风格设计装修,对所发布商品进行美化,就网店交易进行商品上架与订单处理,订单发货,会员管理和评价管理,售后服务以及如何进行店铺和商品推广。最终目的是让学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 让学生掌握网络店铺开设定位的一般原理,网络开店的基本流程。	4-3: 掌握现代管理、经济学、信息技术的基础理论和专业知识,具备面向未来电商行业的大数据思维意识; 4-4: 掌握电子商务类专业理论与专门方法,能够理论与实践紧密结合,解决实际问题;了解快速发展的电子商务新兴产业动态,注重产业技术创新和商业模式创新。	3. 学科基础知识 4. 专业知识
能力目标	目标 2: 使学生能掌握网店开设的原则、步骤与方法;能掌握商铺的装修方法、商品图片处理方法。	4-5: 能够熟练运营国际、国内 B2B、B2C 网络店铺;能够利用网络商务平台进	5. 专业能力 6. 综合创新能力

标		行国际贸易相关业务；能够规划、实施、维护各类电子商务网站，并且运用网络营销、商务数据分析等技能推广电子商务网站； 4-6: 具备独立自主地获取本专业相关知识的学习能力；具备将所获取的知识与实践融会贯通并灵活应用于电子商务实务的技能；初步具备基于多学科知识融合的创意、创新和互联网创业项目经营与管理能力。	
素质目标	目标 3: 了解平台上管理网络店铺的功能流程，掌握网络营销推广、促销的各种方法，提高学生动手能力和综合思考问题的能力，增强学生的创业意识、交流沟通能力，从而提高学生的基本素质。	8-1: 具备良好的职业道德素养和商业伦理观。 8-2: 具有分析和解决企事业单位财务管理实际问题的专业素质。	8.专业素质

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	电子商务平台介绍	4	重点: 电子商务运营模式、B2C2C 模式涵义 难点: 电子商务交易环节、电商角色划分 思政元素: 要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	网商平台简介	4	重点: 资讯列表页、商品分类页、商铺列表页/商铺浏览页 难点: 商家入驻页、平台帮助页 思政元素: 要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须	目标 1 目标 2 目标 3

					有详细的实验记录。	
实训	网店前期准备	6	重点：网店注册流程，平台会员注册，主要经营类目、基础信息设置，商铺导航、轮转广告，弹窗广告，商铺美化等。 难点：商家申请认证，消费者保障制度，物流工具设置、客服信息设置，物流工具设置、客服信息设置，主站广告位设置（附广告位文档）、banner 店招设计。 思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	网店运营	6	重点：商品分类管理，商品上架下架，商品信息属性，订单管理，资金交易管理，会员管理，主站广告位，商品促销，社交渠道推广分享，主站资讯发布。 难点：常规商品管理，促销商品管理，商品标签管理，积分管理，评价管理，站内广告位设置，商品 SEO 关键词设置、网店商品咨询问答。 思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	商铺数据分析	6	重点：商铺流量分析，商铺消费分析，网商买家版&卖家版 app 操作。 难点：商品销售分析，网商创业 app 移动端购物交易。 思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	创业实战运营	6	重点：pc 端+app 端创业实战运营 难点：app 店铺运营管理	训练	各自完成实验，须完成实验	目标 1 目标 2 目标 3

			思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。		报告。实验报告须有详细的实验记录。	
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、小组汇报成绩、期末考试等三个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）、小组汇报成绩（占 10%）和考勤（占 10%）四个部分。评分标准如下表：

分数	评 分 标 准
	1.作业；2.小组汇报 3.考勤
90~100 分	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.PPT 美观，结构合理，表达思路清晰，能明确说出计划。 3.全勤
80~89 分	1.作业书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.PPT 美观，表达合理，计划存在些许小问题。 3.请假 1-2 次，无旷课。
70~79 分	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.PPT 一般，表达不够清晰，计划存在问题。 3.超过 3 次请假或旷课
60~69 分	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.PPT 一般，表达一般，计划有大问题。 3.大于三次请假或旷课
60 以下	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2.PPT 凌乱，对计划不熟悉，表达思路混乱。 3. 大于三次请假或旷课

2. 期末考查采用小组汇报形式，2-6 人一组做一个创业项目企划，学生自选感兴趣的企业或产品。

等级	评 分 标 准
	1.可行性；2.结构、层次、逻辑、结论； 3.排版
优秀 (90~100 分)	1.可行度高。 2.结构完整、层次清楚、逻辑合理、结论正确。

	3.排版规范、无错别字。
良好 (80~89 分)	1.可行度略高。 2.结构完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论正确。 3.排版规范、无错别字。
中等 (70~79 分)	1.可行度普通。 2.结构基本完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论基本正确。 3.排版基本规范、错别字较少。
及格 (60~69 分)	1.可行度一般。 2.结构尚完整、层次尚清楚、逻辑尚合理、结论勉强正确。 3.排版尚规范、错别字较多。
不及格 (60 以下)	1.可行度低。 2.结构不完整、层次不清楚、逻辑不合理、结论不正确。 3.排版不规范、错别字较多。

二十七、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：陈语时 熊炬成 学历（位）：硕士 其他：
2	课程时间	周次： 1-8 周 节次：
3	授课地点	☐ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排： 线下地点及时间安排：

七、选用教材

[1] 杨坚争. 电子商务实务（第1版）[M]. 中国人民大学出版社，2008年6月.

八、参考资料

[1] 陈科鹤. 电子商务实务教程（第2版）[M]. 清华大学出版社，2006.4 出版

大纲执笔人： 陈语时

讨论参与人： 张嘉毅

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝

《商科综合实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	独立设置的实验（实训）	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	商科综合实训		课程英文名称	Financial Management Training	
课程编码	F01ZB36Z		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	人才培养方案规定的所有课程	
总学时	40	学分	2	理论学时	0
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：40		
开课单位			商学院		

二、课程简介

《商科综合实训》是经管类专业一门必修课，是全面落实经管类专业教学计划的重要实践性教学环节之一，是培养学生实际工作技能和技巧的一个重要手段。本课程结合 VBSE-跨专业综合实践教学平台，全方位模拟现代真实商业社会环境，构建以制造业企业为核心的各类社会组织。利用该平台开展虚拟仿真实践教学，可让学生在校内就能体验到虚拟商业社会环境下多类社会组织协同办公的工作方式，认知核心制造业企业及各类社会组织协同工作的业务流程及管理流程；可训练学生在现代商业社会环境中，从事经营管理工作所需的综合执行能力、综合决策能力和创新创业能力，让学生学会工作、学会思考，从而培养学生在协同工作中的全局意识和综合职业素养，实现“把企业搬进校园”的教学理念。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 让学生在模拟经营中学习供应链上不同类型企业运营管理知识，熟悉企业的业务流程，掌握虚拟商业社会环境下多类社会组织协同办公的工作方式，认知核心制造业企业及各类社会组织协同工作的业务流程及管理流程。	7-2: 能够进行综合性的跨学科学习，达到知识的扩展和综合素质的提升。	7.其他领域的知识
能力目标	目标 2: 培养学生主动了解市场规则获取市场信息的能力，对市场信息的变化能及时调整公司运营战略。	8-4: 具备综合分析和解决实际问题。 9-1 具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在电子商务实	8.获取知识的能力 9.运用知识的能力 10.创业项目管理的能力

	目标 3: 培养学生学以致用能力，把本专业的知识应用到公司运营和岗位实操中，能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识。 目标 4: 培养学生在虚拟的市场环境中，结合现实岗位的内容、管理流程、业务单据，以及教学、行业的业务规则，将经营模拟与现实工作接轨，掌握创业项目管理的能力。 目标 5: 培养学生在企业经营和业务交流的过程中提升沟通能力，有团队意识并注重团队相互协助。 目标 6: 培养学生在公司运营中学会思考，明辨市场信息的真伪，能创新企业运营管理模式，在激烈的市场竞争中敢于创新和善于创新。	践活动中灵活运用所掌握的专业知识。 10-1: 初步具备基于多学科知识融合的创意、创新和互联网创业项目管理能力。 11-3: 具有良好的团队意识 12-2: 具有专业敏感性，拥有良好的创新、创业能力，在激烈的市场竞争和国际竞争中敢于创新、善于创新。	11.团队沟通与协作的能力 12.思辨与创新思维的能力
素质目标	目标 7: 培养学生在协同工作中的全局意识和综合职业素养，有良好的心态应对激烈的市场竞争，面对环境压力时具有较强的自我调适能力。 目标 8: 培养学生具有良好的专业素质能力，能结合所学的专业知识应用到公司实际运营中，能够运用专业理论知识和现代经济学研究方法分析实际问题。	2-3: 具有健康体魄和良好的心理素质，面对环境压力时具有较强的自我调适能力。 3-4: 能够理论与实践紧密结合，解决实际问题。	2.综合素质能力 3.专业素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	课程介绍、组建及固定经营前准备	4	重点: 实训课程的目的、内容、时间安排、组织形式、实训要求、实训考核方式；团队组建、团队内部会议、企业文化建设。 难点: CEO 竞聘，确定 CEO 候选人；团队组建，CEO 现场招聘，根据岗位设置组建团队；企业文化建设，主要包括制度建设，标语口号 LOGO，着装，文体活动等。	实训	完成 CEO 竞聘、团队组建和企业文化建设。	目标 1 目标 2 目标 3

			思政元素： 在“实习动员”环节融入爱国意识、爱岗敬业意识，“CEO 竞聘”环节融入自信意识，在“团队组建”环节融入团队合作精神。			
实训	固定经营——经营前准备	4	重点： 了解企业运转模式及工作流程；让学生们掌握如何期初建账；熟悉组织生产经营管理规则。 难点： 期初建账以及薪酬发放、个人所得税及企业所得税的申报。 思政元素： 培养学生诚信经营，诚实申报税务义务，激发大学生对诚信道德的情感体验,提高明辨是非的能力,自觉地践行诚信道德。	实训	完成企业期初建账和薪酬发放、个人所得税和企业所得税。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	固定经营——月初经营	8	重点： 商贸企业进行市场开拓；制造业企业市场开拓、ISO9000 生产认证；工贸企业向虚拟商采购材料；工贸企业采购原料并办理出库；商贸企业市场竞单；制造业生产领料派工并与商贸企业、工贸企业洽谈业务；外围单位服务支持。 难点： 制造企业“材料入库——领料生产——完工入库——销售出库”的基本流程，以及在这一流程中工贸企业、制造企业和商贸企业之间的购销关系。 思政元素： 培养学生在实训中初识市场环境、职业环境的同时，提升对国家发展方向与个人职业使命的认知水平，筑牢作为一名中国人应具备的家国情怀，理解作为一名中国企业家应当坚持的企业家精神。	实训	完成制造业、工贸、商贸、外围单位各项月初业务操作。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	固定经营——月末经营	4	重点： 半成品完工入；产成品完工入库；派工领料、到货入库；报送支付车间电费、核算薪酬、计提折旧；销售成本核算、存货核算、成本核算；期末账务处理、第二次阶段考核。 难点： 各企业期末结账并编制报表。 思政元素： 培养学生诚信为本、操守为重、遵循准则、不做假账的基本职业道德和行为准则。	实训	完成制造业、工贸、商贸、外围单位各项月末业务操作。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	自主经营——经营前准备	4	重点： 讲解自主经营规则；规范本次课程市场行为；讲解本阶段教学组织、心态转换、单据操作三个方面；组织全体 CEO 讲解业务操作与生产经营等逻辑；各企业制定经营计划并按照各企业经营计划开始自主经营。	实训	完成制造业、工贸、商贸、外围单位各项自主经营准备工	目标 1 目标 2 目标 3

			难点：熟悉自主经营规则；制定各企业经营计划。 思政元素：培养学生在实训中学会与团队伙伴精诚合作，使团队协作精神在实训中发挥重要的作用，进而创造良好的业绩，使自己所在的企业长期向好发展。		作。	
实训	自主经营——1月至3月业务经营	12	重点：各企业团队自主完成3个月的自主经营活动，自主选择并发起供、产、销各环节的业务并完成任务；各企业自主制定企业战略并完成相应的战略目标。 难点：市场开拓与市场竞单；业务合同洽谈与签订；企业经营计划的制定与执行。 思政元素：让学生正确看待个人利益与企业利益之间的关系，在合理维护个人利益的同时，以企业利益为重。让学生领悟到企业员工只有积极、奉献、敬业，才能获得良好的经营业绩，良好的经营业绩才能带来好的工作品质，好的工作品质才能获得较高的生活品质。	实训	完成制造业、工贸、商贸、外围单位各项自主经营1月至3月自主经营业务。	目标1 目标2 目标3
实训	实训总结汇报	4	重点：CEO代表企业做发言，分享企业团队在实训过程中的收获、体验、经验和教训，剖析自身存在的问题，确定今后团队成员的努力方向。 难点：各企业总结实训收获，展示经营成果。 思政元素：让学生明白实训演练的是企业经营，但人生没有彩排，各位同学在面临坎坷和困难时不应气馁，要努力提高自身素质，担负起时代赋予的使命，为中华民族的伟大复兴做出自己的贡献。	实训	完成实训总结汇报。	目标1 目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由30%的平时成绩和70%的实训成绩二个部分组成，总评成绩采用五级制。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。平时成绩分第二次阶段考核（10%）、考勤（40%）、团队互评（50%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.实训课堂表现；2.考勤；3.综合测评
优秀 (90~100分)	1.第二次阶段考核 90~100 分； 2.无缺勤、迟到、早退。 3.团队互评 90~100 分。
良好 (80~89分)	1.第二次阶段考核 80~89 分； 2.无旷课、迟到、早退。 3.团队互评 80~89 分。
中等 (70~79分)	1.第二次阶段考核 70~79 分； 2.旷课次数<2 节，或迟到早退次数<2 次。 3.团队互评 70~79 分。
及格 (60~69分)	1.第二次阶段考核 60~69 分； 2.旷课次数<2 节，或迟到早退次数<2 次。 3.团队互评 60~69 分。
不及格 (60 以下)	1.第二次阶段考核 60 分以下； 2.旷课次数>2 节，或迟到早退次数>2 次 3.团队互评 60 分以下。

2. 实训成绩（占总成绩的 70%）：采用百分制。实训任务考核情况请见下表：

考核模块	考核内容	考核方式	支撑目标	分值
企业文化评比	企业 Logo 设计（25%）、企业文化氛围（25%）、制度规范（20%）、海报呈现效果（30%）。	线下评比	目标 1 目标 2 目标 3	10
团队总结汇报	呈现形式与效果（20%）、呈现内容（20%）、课程收获（25%）、演说表现（25%）。	线下评比	目标 1 目标 2 目标 3	20
实训报告手册	实训手册结构内容完整度（30%）、业务单据黏贴完整度（50%）、手册打印装订美观度（20%）。	线下评审	目标 1 目标 2 目标 3	20
企业经营业绩	制造业、工贸、商贸各类型企业按照银行存款总金额*70%+销售订单总金额*30%的经营业绩进行评比。	线上评比	目标 1 目标 2 目标 3	50

注：学生实训成绩根据学生完成各模块任务数量、正确率及学习时间综合评定。

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：讲师（或其他中级）以上 或学位：硕士以上 其他：财务管理及相关专业学习背景
2	课程时间	周次：集中2周 节次：每天4节连排
3	授课地点	☐ 教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，实训周全天在线

		线下地点及时间安排：教师办公室，实训周正常上班时间
--	--	---------------------------

七、参考资料

[1]田宏、马春艳 .VBSE 跨专业综合实训[M]. 北京:北京理工大学出版社, 2021 年 08 月.

[2]李爱红、杨松柏.VBSE 跨专业综合实训教程：基于新道 V 综 3.X 平台[M]. 北京:机械工业出版社, 2019 年 07 月.

[3]林国超 .企业运营仿真综合实验——新道 VBSE（综合版）配套教程[M]. 北京:清华大学出版社, 2019 年 08 月 .

八、网络资料

[1]VBSE 跨专业综合实训平台, <http://10.20.238.235:8080/rt/>

[1]新道科技股份有限公司网站, <https://www.seentao.com/>

[2]用友公司网站, <https://www.yonyou.com/>

大纲执笔人： 黄庆泉

讨论参与人:张海勇、杨文正

系（教研室）主任：黄庆泉

学院（部）审核人：郑阿泰

《粤港澳大湾区专题调研》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	学科基础课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	粤港澳大湾区专题调研		课程英文名称	Special research on Guangdong, Hong Kong and Macao Great Bay Area	
课程编码	F03ZB141Z		适用专业	电子商务专业	
考核方式	考查		先修课程	经济学、统计学	
总学时	1 周		学分	1	
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时：1 周		
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

粤港澳大湾区专题调研是本专业的学科基础实践课程，是学生深入了解粤港澳大湾区如何高质量发展的重要途径。本课程通过指导学生从产业布局、体制机制、人才引进、高质量发展等方面展开深入调研，培养学生综合运用所学基础理论、专业知识和基本技能独立分析和解决实际问题的能力，增强学生的创新意识和实践能力，帮助学生毕业后能更好更快地适应粤港澳大湾区发展，找准自己将来发展方向。

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1：学生需掌握经济学的基本原理及分析方法，对粤港澳大湾区发展思路有一个明确的理解；并能运用统计学原理及分析模型对粤港澳大湾区发展热点问题作深入调查分析；掌握调研项目的基本方法、技巧与规范。	6-1 具备从事本专业学术研究和实务操作所必须的数学、外语、统计、金融等相关知识。	6. 工具性知识
能力目标	目标 2：指导学生以团队为单位，通过合作完成调研项目，培养学生沟通协调能力和团队协作能力，领悟团队精神，掌握沟通的技巧与基本社交能力。	11-1 具有良好的与社会外界沟通交流技能，能洞察他人的行为和感受； 11-2 能准确表述传达专业性知识信息； 11-3 具有良好的团队意识； 11-4 能积极主动承担分内职责，具有较强的责任意识和担当精神；	11. 团队沟通与协作能力

		11-5 与小组或团队成员之间基于互尊互助、平等协商等原则进行沟通，实现团队目标。	
	目标 3: 培养学生了解科学研究的基本方法与思路，培养学生发现问题，分析问题并解决问题的能力，以科学严谨的态度展开调研，锻炼学生科研能力。。	2-1 具有综合运用各种手段查阅文献、获取信息的能力	2.综合素质能力
	目标 4: 通过调查研究，培养学生发现问题，分析问题并解决问题的能力，最终得出调研报告，为粤港澳大湾区高质量发展提供自己的见解	9-1 具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识；9-2 能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加工；	9.运用知识的能力
素质目标	目标 5: 培养学生理论联系实际的工作作风、严肃认真的科学态度和勇于探索的创新精神，利用所学知识为社会作贡献的责任感。	3-4 能够理论与实践紧密结合，解决问题；	2.专业素质能力

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 学生需掌握经济学的基本原理及分析方法，对粤港澳大湾区发展思路有一个明确的理解；并能运用统计学原理及分析模型对粤港澳大湾区发展热点问题作深入调查分析；掌握调研项目的基本方法、技巧与规范。	6-1 具备从事本专业学术研究和实务操作所必须的数学、外语、统计、金融等相关知识。	6. 工具性知识
能力目标	目标 2: 指导学生以团队为单位，通过合作完成调研项目，培养学生沟通协调能力，领悟团队精神，掌握沟通的技巧与基本社交能力。	11-1 具有良好的与社会外界沟通交流技能，能洞察他人的行为和感受； 11-2 能准确表述传达专业性知识信息； 11-3 具有良好的团队意识； 11-4 能积极主动承担分内职责，具有较强的责任意识和担当精神； 11-5 与小组或团队成员之	11. 团队沟通与协作能力

		间基于互尊互助、平等协商等原则进行沟通，实现团队目标。	
	目标 3: 培养学生了解科学研究的基本方法与思路，培养学生发现问题，分析问题并解决问题的能力，以科学严谨的态度展开调研，锻炼学生科研能力。。	2-1 具有综合运用各种手段查阅文献、获取信息的能力	2.综合素质能力
	目标 4: 通过调查研究，培养学生发现问题，分析问题并解决问题的能力，最终得出调研报告，为粤港澳大湾区高质量发展提供自己的见解	9-1 具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识；9-2 能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加工；	9.运用知识的能力
素质目标	目标 5: 培养学生理论联系实际的工作作风、严肃认真的科学态度和勇于探索的创新精神，利用所学知识为社会作贡献的责任感。	3-4 能够理论与实践紧密结合，解决实际问题；	2.专业素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

指导环节	时间 安排	主要教学内容	指导 要求	支撑课 程目标
调研动员 及研究题 目设计	第 1 天	指导内容: 介绍粤港澳大湾区专题调研的现实意义、基本要求与原则、调研应注意的事项。介绍调查研究项目一般流程，指导学生如何确定研究题目，如何进行研究设计及问卷设计。 重点: 问卷设计。 难点: 研究设计要详细、周密、切合实际，充分考虑可能出现的问题，对人、财、物、信息应有足够的估计，要善于根据调查课题的要求和调查目的需要，不断修改、完善调查研究计划。 思政元素: 指导学生积极探索，培养善于发现并勇于创新的能力。	以行政班为单位进行	目标 2 目标 3 目标 4 目标 5
实 施 调 查、搜集 资料	第 2 天 —4 天	指导内容: 根据研究设计中的调查计划付诸实施，获得调查资料，包括：抽取样本、选择被调查对象、分发问卷、开展访谈、收回问卷、汇总资料。 重点: 开展访谈调查。 难点: 对资料进行审核、整理与统计, 区分真假,	以行政班为单位进行	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4

		消除资料中的假、错、缺、冗现象,以保证资料的真实、标准、准确和完整。 思政元素: 锻炼学生沟通交流能力,培养团队协作能力,有效推进团队进程,实现共同目标。		
资料统计分析 与撰写调研报告	第5天	指导内容: 应用统计学原理和方法,对审核、整理后资料进行数量关系的研究分析,从而揭示调查对象的发展规模、水平及与其他事物之间的内在关系,撰写调研报告。 重点: 资料统计分析。 难点: 把经过调查研究以后取得的某种理论或观点乃至结论,用文字形式较完整地表达出来,形成调研报告。 思政元素: 培养学生分析问题并解决问题的能力,能够对知识进行系统整合与重构,形成调研报告,为粤港澳大湾区高质量发展提供自己的见解。	以行政班为单位进行	目标3 目标4 目标5

五、学生学习成效评估方式及标准

- 1.粤港澳大湾区专题调研综合成绩由两部分构成:平时成绩占 40%; 调研报告成绩占 60%。
- 2.五级制评分,综合成绩 90-100 为优秀,80-89 为良好,70-79 为中等,60-69 为合格,60 分以下为不合格。

等级	评 分 标 准
	1.平时成绩; 2.调研报告成绩
优秀 (90~100 分)	1.制定明确的调查计划,积极研究与实践,勤学善问,能够按照要求提前完成调研任务。 2.调查报告结构完整,格式规范,主题突出,逻辑性强,文笔流畅。
良好 (80~89 分)	1. 制定明确的调查计划,能够按时完成调研任务。 2. 调查报告结构完整,格式规范,主题突出,层次清晰,文笔流畅。
中等 (70~79 分)	1. 能够按时完成调研任务。 2. 调查报告结构完整,格式规范,主题突出,文笔流畅。
及格 (60~69 分)	1. 能够按时完成调研任务。 2. 调查报告结构完整,格式规范文笔流畅。
不及格 (60 以下)	1. 未按时完成调研任务。 2. 调查报告结构不完整,格式不规范,主题不突出,文笔不流畅。

七、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要求
----	--------	----

《毕业实习》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	毕业实习		课程英文名称	Graduation practice	
课程编码	F03ZB106Z		适用专业	保险学、互联网金融、金融学、投资学、电子商务	
考核方式	考查		先修课程	人才培养方案规定的所有课程	
总学时	4W		学分	2	
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

毕业实习是本专业教学过程中最后一个实践教学环节,是学生检验所学专业知识的一个重要过程,是教学计划的重要部分。毕业实习是学生在毕业之前,即在学完全部课程之后到实习现场参与一定实际工作,通过综合运用全部专业知识及有关基础知识解决专业技术问题,获取独立工作能力,在思想上、业务上得到全面锻炼,并进一步掌握专业技术的实践教学形式,它往往是与毕业论文(设计)相联系的一个准备性教学环节。毕业实习是学生正式走向社会工作前的最后一次专业知识和技能的学习、运用与实践。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
能力目标	目标 1: 学生在毕业实习的过程中,从工作内容到工作方式,能将理论联系实际,并在实践中保持学习。	8-1: 能够掌握有效的自主学习方法; 8-2: 能够应用现代科技手段获取新知识,进行自我学习、自我消化知识、自我更新知识、终身学习的能力, 8-3: 适应电子商务行业快速发展的客观情况;	8.获取知识的能力
	目标 2: 学生通过理论联系实际,将书本知识融会贯通,形成个人在某一领域或某一方面的知识体系;具备能在具体项	9-1 具备洞察问题、提炼问题的能力,能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握	9.运用知识能力

	目实践中发现问题、分析问题的能力。	的专业知识；	
	目标 3: 学生在毕业实习的过程中，能将多学科进行融合，在理论联系实际的基础上进行合理创新。	10-1 初步具备基于多学科知识融合的创意、创新和互联网创业项目管理能力	10.创业项目管理能力
	目标 4: 学生了解本专业相关职业和所处行业的生产、设计、研发的实践要求，并通过从事本专业相关工作，锻炼实践能力，培养分析问题和解决问题的独立工作能力。	12-1 养成独立思考的习惯，树立进取意识和探索精神；	12.思辨与创新思维的能力
素质目标	目标 5: 学生通过本课程能更直观的了解本专业就业情况和压力，学会进行心态调整。	2-3: 具有健康体魄和良好的心理素质，面对环境压力时具有较强的自我调适能力。	2.综合素质能力
	目标 6: 学生通过本课程更深刻体会本专业从业人员的专业要求，培养作为一个合格电商从业人员必须具备的职业道德和职业精神。	3-4: 能够理论与实践紧密结合，解决实际问题；	3.专业素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

指导环节	时间 安排	主要教学内容	指导 要求	支撑课 程目标
准备阶段 实习动员	第七 学期 末或 正式 实习 前一 周	指导内容: 介绍毕业实习的意义、基本要求；向学生发放实习要求材料和实习指导书，并要求其认真阅读和掌握；向学生明确实习单位要求，由学生自行联系或教师代为联系实习单位；签订分散实习任务书。 重点: 强调毕业实习的重要性和要求。 难点: 帮助学生找到符合毕业实习要求的实习单位，并明确具体实习内容。 思政元素: 培养学生对职业的敬畏，重视理论与实践的结合，养成严谨的学习和工作态度。	以教师个人负责指导的学生为单位，统一进行	目标 5 目标 6
正式实习 阶段	第 1-4 周	指导内容: 教师不定期向学生了解实习内容及实习状态，对学生实习过程中出现的问题及时给予解答或帮助；与实习单位保持联系，及时掌握实习单位对实习学生的评价，并予以反馈，实现校	以个人为单位，以实习单位主导、指导教师辅	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4

		企合作的最终目的。 重点： 与实习单位、实习学生保持联系，掌握整个实习情况。 难点： 对实习学生在实习过程中出现的问题，要及时、尽力解决或协调，帮助学生缓解就业焦虑。	助的形式， 分别进行	目标 5 目标 6
总结考核阶段	第四周周末	指导内容： 根据实习情况撰写实习周记，结合自身的感受与认知，写一份不少于 3000 字的毕业实习报告，最后完成实习鉴定表。 重点： 注意毕业实习材料的书写格式。 难点： 强调结合自身的感受与认知。	以个人为单位，分别进行	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4

五、学生学习成效评估方式及标准

1.毕业实习综合成绩由两部分构成：实习表现成绩占 50%（其中，平时考核情况占 20%；实习单位意见占 30%），实习报告成绩占 50%。

2.五级制评分，综合成绩 90-100 为优秀，80-89 为良好，70-79 为中等，60-69 为合格，60 分以下为不合格。

等级	评 分 标 准
	1.平时考核情况；2.实习单位意见；3.实习报告成绩；
优秀 (90~100 分)	1.实习期间积极与老师交流（4 次及以上），反馈实习情况。 2.实习单位评价优秀。 3.实习周记、实习报告书写格式正确，明确表述自身感受与认知。
良好 (80~89 分)	1.实习期间较为积极与老师交流（3 次），反馈实习情况。 2.实习单位评价良好。 3.实习周记、实习报告书写格式较为正确，较为明确表述自身感受与认知。
中等 (70~79 分)	1.实习期间一般积极与老师交流（2 次），反馈实习情况。 2.实习单位评价中等。 3.实习周记、实习报告书写格式一般正确，部分表述结合自身感受与认知。
及格 (60~69 分)	1.实习期间有与老师交流（1 次），反馈实习情况。 2.实习单位评价及格。 3.实习周记、实习报告书写格式有一定问题，少部分表述结合自身感受与认知。
不及格 (60 以下)	1.实习期间未与老师交流（0 次），反馈实习情况。 2.实习单位评价不及格。 3.实习周记、实习报告书写格式问题较大，没有结合自身感受与认知。

八、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要求
1	指导教师	职称：讲师及以上 学历（位）：硕士及以上 其他：具有保险公司任职经历
2	课程时间	周次：第八学期开学后即可进行 节次：
3	指导地点	☐ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☒ 其他：教师可以通过下现场、企业微信、电话等方式对在实习单位的学生进行指导
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实习单位或学校（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1] 本科学生毕业实习管理规定，东莞城市学院教务处，2021 年 12 月

[2] 东莞城市学院本科毕业实习手册

八、参考资料

[1] 东莞城市学院毕业生校外实习安全责任书

[2] 东莞城市学院本科毕业实习情况记录表

[3] 东莞城市学院本科毕业实习分散实习申请表

[4] 东莞城市学院本科毕业实习鉴定表

大纲执笔人： 杨丽君

讨论参与人：刘飞雨、赖沛东、陈孔艳、张帆

系（教研室）主任：

学院（部）审核人：赖忠孝

《毕业论文（设计）》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	毕业论文（设计）		课程英文名称	Graduation Thesis	
课程编码	F03ZB105Z		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	学年论文	
总学时	8W		学分	6	
开课单位			金融与贸易学院		

二、课程简介

毕业论文（设计）是本科专业人才培养方案中最后一个教学环节，是整个教学计划的重要组成部分，是衡量教学水平、学生毕业与学位资格审查的重要依据。毕业论文（设计）目的在于培养学生综合运用所学基础理论、专业知识和基本技能独立分析和解决实际问题的能力，培养学生的创新意识和实践能力，使学生获得科学研究的系统基础性训练。毕业论文（设计）是学生从在校学习向社会工作过渡的一次专业知识、技能的综合性运用与实践。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
	目标 1: 培养学生运用各种数据库、搜索引擎查阅文献，收集资料的能力，了解所学专业发展方向，为未来的学习、工作奠定良好的基础。	8-1 能够掌握有效的自主学习方法； 8-2 能够应用现代科技手段获取新知识，进行自我学习、自我消化知识、自我更新知识、终身学习的能力； 8-3 适应外经贸行业快速发展的客观情况，综合分析和解决实际问题。	8.获取知识的能力
	目标 3: 培养学生了解科学研究的基本方法，掌握论文写作的基本思路、技巧与规范，培养学生发现问题，分析问题并解决问题的能力。	9-1 具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在经贸实践活动中灵活运用所掌握的专业知识； 9-2 能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加工；	9.运用知识的能力
	目标 4: 学生通过分析地方经济、社会发展、外经贸发展等情况开展毕业论文（设计），灵活运用所学专业理论及知识，	12-1 养成独立思考的习惯； 12-2 树立进取意识和探索精神；	12.思辨与创新思维的能力

	对实际问题进行研究分析,探讨解决方案。	
--	---------------------	--

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

指导环节	时间安排	主要教学内容	指导要求	支撑课程目标
毕业论文动员	第1周	指导内容: 介绍毕业论文的写作的意义、基本要求、对该课程的考核以及未完成引起的后果。 重点: 强调毕业论文的重要性。 难点: 让学生对毕业论文有较为全面的认识,并能引起足够的重视。 思政元素: 培养学生严谨的学习态度,面对难题敢于挑战。	以行政班为单位进行	目标1 目标2
指导学生选题	第1-2周	指导内容: 选题的目的、作用和意义;选题的要求;选题的基本原则;选题应注意的事项。 重点: 选题的要求及原则;选题方向的把握。 难点: 如何从专业视角去发现具有实际问题,拟定恰当的题目。 思政元素: 指导学生积极探索,培养善于发现并勇于创新的能力。	每位指导教师指导学生不超过10人。	目标1 目标2
指导学生完成任务书和开题报告	第3-4周	指导内容: 任务书和开题报告的作用和意义;论文提纲的撰写;明确论文写作的重点及难点章节;文献综述的撰写;明确论文进度安排。 重点: 论文提纲的撰写;明确论文写作的重点及难点章节;文献综述的撰写; 难点: 论文提纲的前后逻辑合理,且能够满足对所拟定选题的论证需求;能够实际获得提纲中所列资料、数据信息。	每位指导教师指导学生不超过10人。	目标1 目标2 目标3 目标4
指导学生完成毕业论文写作	第5-11周	指导内容: 对学生提交的论文初稿、修改稿进行审阅,从格式、语句表达、参考文献的引用、正文内容对标题的支撑程度、文中数据及分析方法的合理性等多方面提出修改意见和建议,直至学生论文能够达到参加毕业答辩要求。 重点: 依据合格毕业论文的要求,及时对学生初稿、修改稿进行审阅,并提出相应的修改意见和建议。 难点: 对正文内容对标题的支撑程度、文中数据及分析方法的合理性等方面提出明确、可操作的修改意见和建议。 思政元素: 指导学生在写作过程中养成实事求是、坚持学习、不怕困难、刻苦钻研的精神。	每位指导教师指导学生不超过10人。	目标1 目标2 目标3 目标4
指导学生进行答辩准备	第12周	指导内容: 强调论文答辩的重要性;明确论文答辩的具体要求;解答对学生在答辩准备过程中遇到的问题。	每位指导教师指导学生不超	目标1 目标2 目标3

	重点： 要求学生熟悉自己写作的论文内容及所在页码；了解与自己论文有关问题的最新动态。 难点： 尽可能增加与论文相关的知识储备以应对答辩时遇到的各种问题。	过 10 人。	目标 4
--	---	---------	------

五、学生学习成效评估方式及标准

1.毕业论文（设计）综合成绩由三部分构成：平时成绩占 20%；答辩成绩占 30%；论文成绩占 50%，其中指导老师成绩占 60%，评阅老师成绩占 40%。

2.五级制评分，综合成绩 90-100 为优秀，80-89 为良好，70-79 为中等，60-69 为合格，60 分以下为不合格。

等级	评 分 标 准
	1.平时成绩；2.答辩成绩；3.指导教师论文成绩；4.评阅老师论文成绩
优秀 (90~100 分)	1.积极研究与实践，勤学善问，能够提前完成指导教师布置的论文写作任务。 2.选题新颖，学术水平高，研究能力强，写作逻辑结构、语言表达合理，答辩语言及内容回答优秀。 3.选题意义好、新颖，对问题有独到见解，论点论据清晰，逻辑严密，结构严谨，撰写论文期间学生态度、组织纪律性优秀。 4.选题有价值，对问题进行深入分析，写作层次分明，重点突出，文献综述完善，对策建议合理恰当。
良好 (80~89 分)	1.研究与实践较为积极，能主动回答老师问题，能够按时完成指导教师布置的论文写作任务。 2.选题较为新颖，学术水平较高，写作逻辑结构、语言表达较为合理，答辩语言及内容回答良好。 3.选题意义较好，对问题有一定见解，论点论据较为清晰，逻辑较为严密，结构较为严谨，撰写论文期间学生态度、组织纪律性良好。 4.选题有较高价值，对问题进行较深入分析，写作层次较分明，重点较为突出，文献综述较为完善，对策建议合理恰当。
中等 (70~79 分)	1.研究与实践中规中矩，能够按时完成指导教师布置的论文写作任务。 2.选题不是很突出，但有一定价值，有一定的学术水平和研究能力，写作逻辑结构、语言表达较为合理，答辩语言及内容回答中等。 3.选题意义较一般，对问题有一定见解，论据较为不足，逻辑不够严密，结构较为严谨，撰写论文期间学生态度、组织纪律性中等。 4.选题有一定价值，对问题的分析不够深入，写作层次较分明，重点不够突出，文献综述较为完善，对策建议较为合理恰当。
及格 (60~69 分)	1.研究与实践不够积极，能够在最后期限前完成指导教师布置的论文写作任务。 2.选题一般，学术水平较低，写作逻辑结构、语言表达存在一定问题，答辩语言及内容回答基本正确。 3.选题有一定意义，对问题缺乏独到见解，论点论据存在一定逻辑关系，结构不够严谨，撰写论文期间学生态度、组织纪律性能达到最低要求。 4.选题存在一定价值，对问题进行没有深入分析，写作层次较为分明，重点不够突出，文献综述达到基本要求，对策建议稍显宏观，不够具体。
不及格 (60 分以下)	1.研究与实践很不积极，不能按时完成指导教师布置的论文写作任务。 2.选题老旧，学术水平低，研究能力差强人意，写作逻辑结构、语言表达较差，

	答辩语言及内容回答不准确。 3.选题意义不大，对问题缺乏独到见解，论点论据逻辑不清，结构不够严谨，撰写论文期间学生态度、组织纪律性较差。 4.选题没有太多价值，对问题没有进行深入分析，浮于表面，写作层次混乱，重点不突出，文献综述有所欠缺，对策建议过于陈旧。
--	---

九、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要求
1	指导教师	职称：讲师及以上 学历（位）：硕士研究生及以上 其他：拥有其他中级以上职称
2	课程时间	周次： 节次：
3	指导地点	☐ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☒ 其他：线上或线下，由老师和学生自行安排
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信直播或会议方式 线下地点及时间安排：由老师和学生自行安排

七、选用教材

[1]东莞城市学院本科毕业论文（设计）规范化要求

[2]东莞城市学院毕业论文（设计）评审标准

八、参考资料

[1]2022 届毕业论文范例及格式规范（金贸）

[2]2022 届本科毕业论文工作安排

[3]2022 届关于规范本科毕业班论文答辩有关规定

[4]2022 届文献综述的参考写法

[5]2022 届本科毕业生和论文指导老师上交材料一览表

[6]维普毕业论文（设计）管理系统流程图

网络资料

[1]中国知网，<https://www.cnki.net/>

[2]东莞市统计调查信息网，<http://tjj.dg.gov.cn/>

[3]广东统计信息网，<http://stats.gd.gov.cn/>

[4]中华人民共和国商务部数据中心，<http://data.mofcom.gov.cn/>

大纲执笔人：

讨论参与人：

系（教研室）主任：

学院（部）审核人：赖忠孝