



东莞城市学院
DONGGUAN CITY UNIVERSITY

2023版人才培养方案 电子商务专业（专升本） 课程教学大纲

数字经济学院 编

二〇二三年十二月

目录

一、理论教学

（一）学科基础课程

1. 《网店运营实务》教学大纲	1
2. 《电子商务数据分析》教学大纲	7
3. 《经济学》教学大纲	12
4. 《跨境电商实务》教学大纲	19
5. 《统计学》教学大纲	25

（二）专业课程

6. 《电子商务专业导引》教学大纲	31
7. 《国际贸易实务》教学大纲	35
8. 《电子商务物流与供应链管理》教学大纲	40
9. 《网络金融与电子支付》教学大纲	47
10. 《网络营销》教学大纲	52
11. 《电子商务法律与法规》教学大纲	57
12. 《短视频策划与运营》教学大纲	62

（三）专业选修课程

13. 《新媒体营销与运营》教学大纲	67
14. 《直播电商基础》教学大纲	72
15. 《新媒体用户分析》教学大纲	78
16. 《数字营销》教学大纲	83
17. 《新媒体文案策划》教学大纲	88
18. 《社群营销与运营》教学大纲	93

二、实践教学

（一）独立设置的实验（实训）课程

19. 《市场调查分析实训》	99
20. 《EXCEL 商务应用》教学大纲	103
21. 《电商数据化运营实战》	106
22. 《直播电商实战》教学大纲	111

（二）集中性实践教学环节

23. 《粤港澳大湾区专题调研》教学大纲	116
24. 《毕业实习》教学大纲	119
25. 《毕业论文》教学大纲	122

《网店运营实务》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	必修	课程属性	理论
课程名称	网店运营实务		课程英文名称	Online Store Operation Practice	
课程编码	J40X095D		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	24
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时：8		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《网店运营实务》是电子商务（专升本）专业的一门学科基础课程，是在调研跨境电商专员相关岗位工作任务和职业能力的基础上，以工作过程为导向，体现工学结合、任务驱动、活页式的编写模式，以真实项目为载体，整合“教、学、做、创”为一体，强调对跨境电商专员各操作环节能力训练的综合性课程。本课程基于跨境电商零售出口工作流程，系统地介绍 Shopee 等主流平台的运营规则、流程、技巧以及详细的实操指导，通过详细的操作讲解和深入的规则解读，使学生能够熟练参与平台的运营与管理。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1: 掌握 B2C 跨境电商平台的店铺注册、卖家中心设置、物流设置与管理、商品编辑与管理、订单管理、客户服务与评价、店铺运营、广告创建与管理、ERP 系统使用与管理九大知识目标。	1.2具有电子商务基础理论、新媒体电商、电子商务运营和直播电商等领域的专业知识。	1. 专业知识
能力目标	目标2: 使学生通过系统的跨境电商平台学习，对跨境电商平台的操作讲解和深入的规则解读，能够熟练参与平台的运营与管理，也为大学生创业提供了指导意义。	3.1掌握电子商务创意、创新、创业等方面基本知识，并灵活运用知识与工具设计合理的运营与营销方案。 6.1具有健强体魄和稳定心理素质、能够负担未来几十年的社会重任；能够评价电子商务专业相关问题解决方案对社会、健康、安全、法律以及文化的影响，并理解应承担的责任。	3.方案设计 6. 专业与社会
素质目标	目标3: 培养学员在网店运营领域具备全面的素质和实践能力，强调团队合作与沟通能力的培养；通过系统学习和实践训练，学生将能够在网店运营领域取得优异的业绩，并在这个快速发展的行业中迅速提升自身素质。	7.3具有可持续发展的价值观和社会责任感，坚守执业规范，遵守国家信息和互联网的相关法律法规，具有较高的网络文化素养和网络行为文明素质。 8.3具有共同的目标意识，以“团队为重、个人为次”，全力以赴完成任务；能够在团队中有效地进行决策与管理，为团队的发展提供保障。	7.职业规范 8. 个人和团队

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
店铺注册	2	重点: 熟知平台入驻要求与渠道, 熟知佣金及手续费计算方法灵活运用方案编辑进行注册相关文本信息录入 难点: 跨境电商不同平台的入驻要求及标准不同, 不同平台的特点。 思政元素: 各电商平台的开店政策规范, 各地区的法律法规不同, 开店要求有所差异。 教学方法与策略: <u>线下教学</u> 讲授店铺注册流程及注意事项, 案例法讲解店铺入驻流程及相关申请入驻表格的填写方法, 采用“先学、再做、再练”方式深入浅出让学生掌握店铺注册流程。	课前: 预习 课堂: 完成“想一想, 练一练”内容 课后: 完成课后作业	目标1 目标2
卖家中心设置	2	重点: 熟练掌握卖家中心各个模块的功能和作用 难点: 文案文本的信息编辑操作 思政元素: 文案文本内容要符合政策法规的要求, 根据平台规划进行相应的审核、校对。 教学方法与策略: <u>线下教学</u> 以案例法讲解 Shopee 平台卖家中心的各模块功能与作用, 课程中间穿插开放性问题的引导学生思考, 带着问题进行学习讲解, 在线展示虚拟账号后台, 加深对电商后台的认知。	课前: 预习 课堂: 练习、讨论 课后: 完成布置的“实施作业”	目标1 目标2
物流设置与管理	4	重点: 掌握常见跨境电商物流的时效, 掌握运费计算方法 难点: 不同国家地区的物流模式及物流成本 思政元素: 物流设置与管理需考虑进出口货物海关合规的问题, 需考虑周全, 避免造成商品的滞留或损失等问题 教学方法与策略: <u>线下教学</u> 以讲授法讲解跨境电商物流的选择与设置管理, 以案例法讲述 Shopee 的物流的运作方式; 中国卖家如何使用 SLS 发货、货物的打包规格、物流成本等。	课前: 预习 课堂: 练习、提问 课后: 完成布置的“实施作业”	目标1 目标2 目标3
商品编辑与管理	4	重点: 如何根据平台规则上架商品, 商品上架后的管理 难点: 商品信息的录入, 需对品类有较全面的认识, 在商品名称、描述、分类等, 商品图片、视频的美化及剪辑。 思政元素: 上传的商品必须是符合法律法规的, 同时商品信息的撰写及上传, 要符合平台的规则。 教学方法与策略: <u>线下教学</u> 讲授法讲解商品上架方法, 及商品编辑管理, 课堂中间辅以问题练习, 加深对该知识点的认识, 以案例法详解 Shopee 的商品上传、编辑规则与商品管理。	课前: 预习 课堂: 练习、提问 课后: 完成布置的“实施作业”	目标1 目标2 目标3
订单管理	2	重点: 掌握订单发货流程、识别订单的六种状态、退换货流程及操作处理、掌握恶意评价的处理方法 难点: 退换货流程及操作处理及恶意评价的回复处理 思政元素: 需及时跟进订单的进度, 避免客户投诉	课前: 预习 课堂: 练习、提问 课后: 完成布置的	目标1 目标2 目标3

		及差评,从而影响店铺的信誉等 教学方法与策略: 线下教学 讲授知识点内容的同时,进行知识点的练习巩固。	“实施作业”	
客户服务与评价	2	重点: 掌握在线交流工具的基本功能、回复率的分析 and 计算方法、店铺各项健康指标的含义、买家询盘回复技巧 难点: 分析商品低分评价原因并提出改进建议 思政元素: 在面对客户的咨询过程中,要注意言辞,避免造成不必要的纠纷或官司。 教学方法与策略: 线下教学 以 Shopee 的聊聊在线工具为案例,讲解在线交流工具的功能、通过“想一想,做一做”的提问方式巩固知识要点、以实施作业作为课后复习,让学生学一课会一课懂一课。	课前: 预习 课堂: 练习、提问 课后: 完成布置的“实施作业”	目标1 目标2 目标3
店铺运营	4	重点: 掌握店铺基础运营的主要思路、站内选品的技巧,提升选品效率、站内营销的主要方式、熟悉粉丝运营的主要手段、掌握店铺装修的要点,优化店铺布局 难点: 选品思路及方法、设计多样化的店铺优惠促销活动 思政元素: 品类选择需符合政策法规,使用真实有效的促销策略,避免虚假宣传 教学方法与策略: 线下教学 以 Shopee 的店铺为案例,讲解店铺运营的主要思路及方式方法、通过“想一想,做一做”的提问方式巩固知识要点、分组进行PK,制定店铺运营方案,评比最优方案	课前: 预习 课堂: 练习、分小组练习 课后: 完成布置的“实施作业”	目标1 目标2 目标3
广告创建与管理	2	重点: 掌握广告投放的种类及方式、广告展示逻辑、创建广告、关键词选择渠道及编辑方法、广告投放效果的分析及广告优化方法 难点: 关键词的选取及创建广告、分析广告投放效果并进行优化调整 思政元素: 创建的广告需符合广告投放政策及规则,避免广告被拒,进而影响店铺信誉及质量。 教学方法与策略: 线下教学 讲授广告投放的理论知识,采用线上后台展示的方式(Shopee),呈现广告创建的流程及注意事项,穿插“想一想,做一做”巩固知识要点,小组形式分工制订广告投放计划。	课前: 预习 课堂: 练习、分小组练习 课后: 完成布置的“实施作业”	目标1 目标2 目标3
ERP 系统使用与管理	2	重点: 掌握 ERP 系统界面信息设置要求,熟悉 ERP 系统使用规则,安装 ERP 插件,采集店铺数据 难点: ERP 系统使用规则 思政元素: 需要专人专管,及时跟进店铺的运营情况,及时处理订单、物流、发货等工作。 教学方法与策略: 以shopee和芒果店长ERP作为案例,进行 ERP 系统对店铺运营管理的设置讲解,采用线上展示方式,呈现 ERP 系统使用与管理的流程及注意事项	课前: 预习 课堂: 练习、提问 课后: 完成布置的“实施作业”	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
课堂实践	店铺装修	2	重点： 掌握产品图片处理技巧；懂得设计简洁、直观的页面布局 难点： 用视觉营销提高订单转化率 思政元素： 通过展示与环境、社群或公益相关的活动和倡议，传达品牌对社会责任的关注。这可以增强客户对品牌的好感度，并激发消费意愿。	训练	在任课教师的指导下，每组学生认真完成实践任务。	目标2 目标3
课堂实践	商品上架	2	重点： 通过良好形象彰显店铺专业度来提高商品上架效果 难点： 在展示商品时，确保店铺的形象和展示方式与产品相匹配，以传达专业度并吸引客户。	训练	在任课教师的指导下，每组学生认真完成实践任务。	目标2 目标3
课堂实践	活动营销	2	重点： 通过活动营销为店铺制造超高人气，吸引更多客户参与和购买。 难点： 设计和执行吸引人的活动，并确保它们能够成功地达到预期的人气效果。	训练	在任课教师的指导下，每组学生认真完成实践任务。	目标2 目标3
课堂实践	商品配送	2	重点： 优化商品配送流程，提供快速、可靠的配送服务以满足客户需求。 难点： 平衡配送速度和成本，确保高效配送同时控制运营成本，同时应对复杂的物流挑战。 思政元素： 关注社会责任，包括环境友好的配送方式、推广低碳配送等，以减少对环境的影响。	训练	在任课教师的指导下，每组学生认真完成实践任务。	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。平时成绩分考勤（10%）、课堂内练习（10%）、实践教学（10%）和课后作业（10%）。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.考勤；2.课堂内练习；3.实践教学；4.课后作业
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.从不迟到、早退、无故旷课。 3.实践报告论述合理、具有逻辑性、语句通顺、条理清晰、观点正确。 4.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.早退、无故旷课，迟到次数共少于2次。 3.实践报告论述较为合理、较有逻辑性、语句较通顺、条理较清晰、观点比较正确。 4.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.早退、无故旷课，迟到次数少于3次。 3.实践报告论述一般、逻辑性一般、语句一般通顺、条理一般、观点合理性

	一般。 4.课堂表现一般。
及格 (60~69分)	1.作业书写一般、书面较整洁一般；60%以上的习题解答正确 2.早退、无故旷课，迟到次数少于5次 3.实践报告论述较差、逻辑性较差、语句通顺度较差、条理较差、观点不具有合理性 4.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%习题解答不正确。 2.早退、无故旷课，迟到次数超过5次。 3.实践报告没有完成或者态度敷衍、抄袭、不按照要求的格式完成报告、实践报告完成质量差。 4.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
店铺注册	不同平台的入驻要求及标准不同，不同平台的特点	选择题、判断题、简答题、	目标1 目标2 目标3	约10
卖家中心设置	卖家中心各个模块的功能和作用，文案文本信息	选择题、判断题、简答题、论述题	目标1 目标2	约5
物流设置与管理	常见跨境电商物流的时效，掌握运费计算方法	选择题、判断题、简答题、计算题、名词解释题、案例分析题	目标1 目标2 目标3	约15
商品编辑与管理	商品信息的录入，需对品类有较全面的认识，在商品名称、描述、分类等，商品图片、视频的美化及剪辑	选择题、判断题、简答题、论述题	目标1 目标2 目标3	约15
订单管理	订单发货流程、识别订单的六种状态、退换货流程及操作处理、掌握恶意评价的处理方法	选择题、判断题、简答题、名词解释题	目标1 目标2 目标3	约10
客户服务与评价	在线交流工具的基本功能、回复率的分析 and 计算方法、店铺各项健康指标的含义、买家询盘回复技巧	选择题、判断题、简答题、案例分析题、名词解释题	目标1 目标2 目标3	约10
店铺运营	店铺基础运营的主要思路、站内选品的技巧，提升选品效率、站内营销的主要方式、熟悉粉丝运营的主要手段、掌握店铺装修的要点，优化店铺布局	选择题、判断题、简答题、案例分析题	目标1 目标2 目标3	约20
广告创建与管理	广告投放的种类及方式、广告展示逻辑、创建广告、关键词选择渠道及编辑方法、广告投放效果的分析及广告优化方法	选择题、判断题、简答题、案例分析题、名词解释题	目标1 目标2 目标3	约10
ERP 系统使用与管理	ERP 系统界面信息设置要求，熟悉 ERP 系统使用规则	选择题、判断题、简答题、名词解释题	目标1 目标2 目标3	约5

备注：每个考核模块的题型可以根据实际需要选择，不必全部题型都涵盖。

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）：本科及以上
2	课程时间	周次：1-16周 节次：每周2节课
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 线下地点及时间安排：上课教室或机房，课间或课后

七、选用教材

[1] 易传识网络科技.跨境电商多平台运营（第3版）：实战基础[M]北京：电子工业出版社,2020年4月

[2] 雷莉、黄睿. 网店运营与推广从入门到精通[M]北京：人民邮电出版社，2021年

[3] 严珩、张华.网店运营：流量优化 内容营销 直播运营（慕课版）[M]北京：人民邮电出版社,2022年

网络资料

[1] <https://shopee.com/index.html>

[2] <https://www.amazon.com/>

大纲执笔人：黎贺桃

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《电子商务数据分析》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	必修	课程属性	理论
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	J40B021F		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	经济学、统计学	
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			0		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《电子商务数据分析》是本科高等学校电子商务专业一门重要的专业课程，是电子商务专业课程的重要方向。该课程对培养金融人才数据分析能力和数据分析软件操作能力的提高具有重要作用。《电子商务数据分析》以电子商务数据分析为基础，通过统计学和计量经济学模型对金融数据的进行分析和应用。该课程以选择相应的数据分析软件进行教学，包括SPSS和Excel等，系统地介绍了电子商务数据分析的基本理论和方法，包括电子商务数据分析、电子商务数据指标体系搭建、电子商务数据采集、 电子商务数据处理、电子商务数据分析方法、电子商务数据可视化、 电子商务市场数据分析、电子商务运营数据分析、电子商务产品数据分析和电子商务数据分析报告等内容。电子商务数据分析是理论与实际紧密结合，以经济理论和电子商务数据为依据，运用数学、统计学和计量经济学的方法，通过数据分析软件建立模型来研究电子商务数量关系和规律。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1: 学生需了解电子商务数据分析的基本步骤；掌握电子商务数据的内容；学会包括大电子商务数据采集、 电子商务数据处理、电子商务数据分析方法、电子商务数据可视化、 电子商务市场数据分析、电子商务运营数据分析、电子商务产品数据分析和电子商务数据分析报告等内容。	4.3能够基于科学原理并采用科学方法对电子商务市场问题进行研究，包括实验、分析与解释数据、并通过信息综合得到合理有效的结论。	4.研究。
能力目标	目标2: 通过本课程的学习，学生能够针对电子商务数据分析的问题进行研究，通过收集和分析数据，对模型结果进行综合解释，得出有效结论。	4.3能够根据金融的相关问题构建分析模型，采用科学方法顺利获取模型数据和信息，并能对模型结构进行综合分析和解释，得出有效结论。	5.使用现代工具。
素质目标	目标3: 学生能够针对实际问题选用合适的模型，具备有效地与他人沟通交流、合作的能力；能够进行有效的沟通协调，使得团队目标达成。	8.2能够流利地沟通和表达自己的观点，能够使用正确的语言和术语编写报告和论文；具备有效地与他人沟通交流、合作	8.个人与团队。

		的能力；能够进行有效的沟通协调，使得团队目标达成。	
--	--	---------------------------	--

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
电子商务与数据分析	4	重点： 了解电商数据化基础认知和电商化运营认知。熟悉大数据的特点、大数据的应用、大数据的采集方法和大数据的分析过程。掌握 电子商务数据指标体系搭建。 难点： （1）了解电子商务数据分析维度； （2）搭建电子商务数据指标体系搭建 思政元素： 介绍数据分析科学家的巨大贡献，培养学生科学探索的精神、治学严谨的态度。 教学方法与策略： 线下教学。对于电子商务数据技术的发展历程、研究步骤在课堂上予以讲授，通过举例讲解数据类型及如何区分，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前： 熟悉该门课程的基本内容。 课堂： 记笔记，参与互动。 课后： 复习。	目标1
电子商务数据采集	4	重点： 认识电子商务数据采集概述，了解数据采集的原则和数据采集的流程，了解数据采集的渠道及工具，掌握Web Scraper数据采集。 难点： （1）理解数据采集方案制定 （2）掌握Web Scraper数据采集； 思政元素： 强调电商数据分析需要通过数据分析解决实际问题，培养要做到理论与实践相联系。 教学方法与策略： 线下教学。对于SPSS研究环境介绍，主要包括数据分析的使用在课堂上予以讲授，通过举例讲解数据库的应用，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前： 熟悉该门课程的基本内容。 课堂： 记笔记，参与互动。 课后： 复习。	目标2
电子商务数据处理	4	重点： 了解电子商务数据处理与预处理，掌握电子商务数据、缺失值、重复值和错误值处理，电子商务数据变换，认识电子商务数据规约规则。 难点： （1）掌握电子商务数据、缺失值、重复值和错误值处理； （2）掌握电子商务数据变换； 教学方法与策略： 线下教学。对于电子商务数据技术的发展历程、研究步骤在课堂上予以讲授，通过举例讲解数据类型及如何区分，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前： 熟悉该门课程的基本内容。 课堂： 记笔记，参与互动。 课后： 复习。	目标1 目标2
电子商务数据分析方法	6	重点： 了解电子商务数据思维和数据思维方法，掌握电子商务数据基础分析方法，电子商务数据描述性统计分析，包括集中趋势统计分析、离散程度和分布形态。 难点： （1）掌握对比分析法、公式分析法、漏斗分析法和矩阵分析法。 （2）掌握电子商务数据相关分析与回归分析； 教学方法与策略： 线下教学。对于线性回归和时间序列的发展历程、研究步骤在课堂上予以讲授，通	课前： 熟悉该门课程的基本内容。 课堂： 记笔记，参与互动。 课后：	目标1 目标2

		过举例讲解数据类型及如何区分，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	复习。	
电子商务数据可视化	6	重点：了解电子商务数据图表的构成、图表的类型、电子商务数据可视化定义和流程，掌握电子商务数据可视化应用，包括基本图形、高级图形和数据透视表和透视图。 难点： （1）掌握电子商务数据可视化定义和流程； （2）区分基本图形、高级图形和数据透视表和透视图； 教学方法与策略：线下教学。对于电子商务数据可视化分析研究步骤在课堂上予以讲授，通过举例讲解数据类型及如何区分，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：熟悉该课程的基本内容。 课堂：记笔记，参与互动。 课后：复习	目标1 目标2
电子商务市场和运营数据分析	4	重点：掌握市场数据分析模型，包括PEST分析模型和波特五力分析模型，根据模型对行业发展、市场需求分和目标用户分析；了解用户画像，学会对用户特征分析、用户细分分析和用户忠诚度分析。 难点： （1）利用PEST分析模型和波特五力分析模型进行实际分析； （2）掌握用户画像的应用； 教学方法与策略：线下教学。对于PEST分析和用户画像研究步骤在课堂上予以讲授，通过举例讲解数据类型，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：通过观看慕课视频进行预习。 课堂：记笔记，完成PEST分析和用户画像的练习。 课后：思考模型的应用。	目标1 目标2
电子商务报告的撰写	4	重点：电子商务数据分析理论与现实数据；实证分析的主要步骤；实证报告的结构。 难点： （1）实证分析的主要步骤； （2）实证论文的结构； 教学方法与策略：线下教学。对于电子商务数据分析理论与现实数据；实证分析的主要步骤；实证报告的结构。在课堂上予以讲授，通过举例讲解数据类型，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：通过观看慕课视频进行预习。 课堂：记笔记，完成实证报告的撰写。 课后：思考实证理论报告的应用。	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试等两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。考勤占10%，作业占10%，小组汇报或电子商务报告占20%。通过课堂教学，学生对金融大数据的步骤和原理都有所了解，在此基础上要求学生学完每一个案例设计和分析步骤后完成相应的方案报告或资料总结。

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.小组汇报或电子商务报告；3.考勤
优秀 (90~100分)	1.作业操作过程详细，数据结果解析清楚，并且代码注释清楚 2.表达思想清楚，文字连贯，连贯性较好，基本上无逻辑和格式错误，仅有个别小错。 3.全勤
良好 (80~89分)	1.作业操作过程详细，数据结果解析清楚，但是格式出现错误。 2.表达思想清楚，文字连贯，无逻辑性错误但有少量格式错误。 3.迟到2次或者旷课1次
中等 (70~79分)	1.作业操作过程交待清楚，数据结果解析并不太清楚，格式出现错误。 2.基本切题。有些地方表达思想不够清楚，逻辑勉强连贯；表述错误较多，其中有一些是严重错误。 3.旷课2次
及格 (60~69分)	1.作业操作过程交待不清，数据结果解析并不太清楚，格式出现错误。 2.较多地方表达思想不够清楚，逻辑不连贯；只有图表并无解析。 3.旷课3次
不及格 (60以下)	1.作业操作过程交待不清，没有数据结果解析，格式出现错误。 2.较多地方表达思想不够清楚，逻辑不连贯；图表格式不对。 3.旷课3次以上

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。闭卷考试，考试主要考察学生对线性模型、时间序列、向量自回归和误差修正模型、单变量GARCH模型和金融数据的论文撰写等内容的知识点的考察。

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
电子商务数据分析基础	电子商务数据分析的基础	选择题、判断题、填空题	目标1	10
	电子商务数据指标体系搭建	选择题、判断题、填空题	目标1	10
电子商务数据分析方法	电子商务数据分析方法，包括描述统计、相关与回归分析、时间序列分析	选择题、计算题	目标1 目标2	30
电子商务数据可视化	电子商务数据可视化	图表解析题	目标1 目标2	10
电子商务数据实务分析	电子商务市场数据分析、电子商务运营数据分析	选择题、判断题、填空题	目标1 目标2	30
电子商务数据报告撰写	电子商务报告撰写步骤和结构	选择题、简答题、分析题	目标3	10

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 其他： 有金融数据分析的经验
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]范刚龙，电子商务数据分析及应用[M]，北京：人民邮电大学出版社，2023.08

[2]李志芳等，电子商务数据分析[M]，北京：人民邮电大学出版社，2023.06

[2]徐文瑞等，电子商务数据分析[M]，北京：人民邮电大学出版社，2023.06

八、参考资料

[1] Mark Lutz 著，邹晓，翟乔，任发科等译，Python 编程 上下册[M]，北京：中国电力出版社， 2018-01

[2] David Beazley, Brian K. Jones著，陈舸译，Python Cookbook[M]，北京：人民邮电出版社，2015,07

[3] 卢西亚诺·拉马略（Luciano Ramalho），流畅的Python[M]，北京：人民邮电出版社，2017.4

网络资料

[1]微信公众号：Python中文社区

[2]专业开发者社区 <https://www.csdn.net/>

[3]大数据分析技术与应用一站式学习 http://c.biancheng.net/big_data/

其他资料

[1]聚宽：<https://www.joinquant.com/view/user/floor?type=mainFloor>

[2]kaggle：<https://www.kaggle.com/>

大纲执笔人：赖沛东

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《经济学》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	必修	课程属性	理论
课程名称	经济学		课程英文名称	Economics	
课程编码	J40B064H		适用专业	电子商务（专升本）	
考核方式	考试		先修课程	无	
总学时	64	学分	4	理论学时	56
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实验学时：8		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《经济学》是本科院校电子商务专业（专升本）的一门基础必修课程。本课程包括微观和宏观两部分，其主要任务是介绍经济学的基本概念、理论与分析方法。通过本课程的学习，学生能掌握经济学的基本理论、知识和技能，在学习、生活和工作中能用经济学的世界观和方法论进行科学决策，更好地为社会服务。本课程的研究内容包括供求与价格、消费者选择、企业的生产和成本、市场结构、生产要素市场和收入分配、市场失灵和微观经济政策，使学生理解国民收入的决定与变动，经济长期和短期的增长及波动，以及与之相关的通货膨胀、失业和国际收支等现象，并理解这些经济现象产生的原因、相互关系及其变动趋势，以便运用所学理论和方法解释和判断国民经济现实运行状态，预测和估计宏观经济短期波动和长期增长趋势，评价宏观经济政策可能带来的影响。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1: 学生需掌握供求均衡理论、需求理论、生产与成本理论、厂商行为与市场结构理论、要素市场理论、一般均衡理论与效率、市场失灵和微观经济政策。学生需掌握宏观经济学的最基本概念和分析方法，对当代宏观经济学的基本构架和分析逻辑及内容有全面系统的了解，并能结合实际分析与应用，为以后其它课程的学习奠定一个坚实的基础。	1-1具有较扎实的学科所需的基本理论知识。	1.专业知识
能力目标	目标2: 逐步培养对现实世界经济行为与经济现象的观察和分析能力，训练经济学直觉，学会经济学思维方式。	4-1掌握学科基础知识研究方法，能灵活运用相关知识。	4.研究
素质目标	目标3: 通过本课程的学习，使学生能够运用经济学的基本原理去观察、分析和解释现实生活中典型的经济现象和问题，并指导自己在工作、学习、生活和商业活动中做出最优决策。	10-2具备独立自主获取本专业相关知识的学习能力，能结合社会经济发展，运用法律法规及数据化思维提出合理化的对策，解决实际问题。	10.终身学习

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
稀缺性与经济学	2	重点： 经济学的研究对象；资源配置的含义；实证经济学与规范经济学的区别；经济学的分析工具和方法。 难点： 稀缺性与经济学的关系 思政元素： 以马克思主义经济学的立志、观点和方法来认识和对待微观经济学。 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问以提高学生学习兴趣并拓宽学生学习思路。	课前：通过线上资源进行预习 课堂：参与课堂互动 课后：作业	目标1 目标3
需求、供给和均衡价格	6	重点： 需求规律、供给规律和供求规律。 难点： 需求弹性及其运用；价格机制的运用。 思政元素： 运用马克思主义价值论正确对待均衡价格理论。 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问以提高学生学习兴趣并拓宽学生学习思路。	课前：预习 课堂：认真听讲，做好笔记 课后：复习巩固重点和难点问题	目标1 目标2 目标3
消费者选择	4	重点： 边际效用、无差异曲线、需求规律 难点： 边际效用递减规律 思政元素： 用马克思主义的劳动价值论正确对待效用价值论 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问以提高学生学习兴趣并拓宽学生学习思路。	课前：预习 课堂：认真听讲，做好笔记 课后：复习巩固重点和难点问题	目标1 目标2 目标3
企业的生产与成本	6	重点： 生产函数；边际产量递减规律；最佳生产要素组合、成本函数；短期成本，长期成本，可变成本，机会成本 难点： 边际产量递减规律；最佳生产要素组合、成本函数；短期成本，长期成本，可变成本，机会成本 思政元素： 用马克思主义的劳动价值论正确看待效用价值论 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问以提高学生学习兴趣并拓宽学生学习思路。	课前：预习 课堂：认真听讲，做好笔记 课后：复习巩固重点和难点问题	目标1 目标2 目标3
厂商行为与市场结构理论	6	重点： 完全竞争市场的特点；厂商收益及厂商利润最大化的条件；完全竞争市场价格和产量的决定；完全竞争的市场效率 难点： 完全垄断市场的特点；完全垄断市场价格和产量的决定。 思政元素： 由于完全竞争是有效率的，而垄断却是低效率的，所以要鼓励竞争。 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问以提高学生学习兴趣并拓宽学生学习思路。	课前：预习 课堂：认真听讲，做好笔记 课后：复习巩固重点和难点问题	目标1 目标2 目标3
要素市场理论	2	重点： 要素使用原则；要素供给原则；劳动供给均衡分析 难点： 工资的决定；土地的价格和地租概念；资本市场的均衡；利息的概念 思政元素： 用马克思主义的劳动价值论正确看待	课前：预习 课堂：认真听讲，做好笔记 课后：复习	目标1 目标2 目标3

		工资和利息 教学方法与策略：线下教学。在课堂上主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问以提高学生学习兴趣并拓宽学生学习思路。	巩固重点和难点问题	
一般均衡理论与效率	2	重点：局部均衡、一般均衡理论，帕累托最优标准、实现最优的条件 难点：交换、生产及生产与交换的一般均衡条件；帕累托效率的含义 思政元素：明白帕累托改进的道理后，要不断地把蛋糕做大，而不是损人利己。 教学方法与策略：线下教学。在课堂上主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问以提高学生学习兴趣并拓宽学生学习思路。	课前：预习 课堂：认真听讲，做好笔记 课后：复习巩固重点和难点问题	目标1 目标3
市场失灵和微观经济政策	4	重点：市场失灵、外部性、公共物品 难点：公共物品的特点、科斯定理，收入分配及其不平等 思政元素：通过调节收入分配，促进社会公平。 教学方法与策略：线下教学。在课堂上主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问以提高学生学习兴趣并拓宽学生学习思路。	课前：预习 课堂：认真听讲，做好笔记 课后：复习巩固重点和难点问题	目标1 目标3
宏观经济的基本指标及其衡量	4	重点：国民生产总值、国民收入的核算方法、名义GDP、实际GDP、与GDP相关的其它指标。 难点：CPI指数、GDP折算数、通货膨胀率的计算。 思政元素：介绍中国从新中国成立、改革开放至今，中国GDP增长、人均GDP的增长，培养学生正确的价值观和世界观，增强学生的民族自豪感及新时期服务我国经济发展的信心和动力。 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，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：通过线上资源进行预习 课堂：参与课堂互动 课后：作业	目标1
国民收入的决定：收入-支出模型	4	重点：产品市场的均衡：IS曲线、货币市场的均衡：LM曲线。 难点：产品市场和货币市场的共同均衡：IS—LM模型。 思政元素：分析我国产品市场、货币市场的创新发展现状，强化学生的价值认知、家国情怀和责任。 教学方法与策略：线下教学。主要运用讲授法，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：通过线上资源进行预习 课堂：参与课堂互动 课后：练习	目标1 目标3
国民收入的决定：IS-LM模型	4	重点：产品市场的均衡：IS曲线、货币市场的均衡：LM曲线。 难点：产品市场和货币市场的共同均衡：IS—LM模型。 思政元素：分析我国产品市场、货币市场的创新发展现状，强化学生的价值认知、家国情怀和责任。 教学方法与策略：线下教学。主要运用讲授法，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：通过线上资源进行预习 课堂：参与课堂互动 课后：练习	目标1 目标2 目标3
国民收入的决定：AD-AS模型	4	重点：总需求曲线及其变动、总供给曲线及其变动。 难点：总需求—总供给模型以及对外来冲击的反应。 思政元素：对比分析不同时期的经济危机、经济衰退产生的原因，使学生正确认识经济衰退的本	课前：通过线上资源进行预习 课堂：参与课堂互动 课后：练习	目标1 目标2 目标3

		质，培养学生正确的世界观和价值观。 教学方法与策略： 线下教学。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。		
失业、通货膨胀和经济周期	4	重点： 失业的确认、寻找工作、最低工资法、工会和提及谈判、效率工资理论。 难点： 古典通货膨胀理论、通货膨胀的成本、经济周期。 思政元素： 通过了解5种不同的通货膨胀类型，使学生认清不同学派对通货膨胀的认知。结合中国通货膨胀历程介绍，培养学生正确的世界观和价值观。 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，主要运用讲授法和案例法开展教学。	课前：通过线上资源进行预习 课堂：参与课堂互动 课后：练习	目标2 目标3
宏观经济政策	4	重点： 货币政策如何影响总需求、财政政策如何影响总需求。 难点： 货币乘数、美联储控制货币的工具、运用财政政策来稳定经济。 思政元素： 加强学生对当前我国实施财政政策与货币政策目的的认识，增强其运用专业知识分析经济运行的信心和能力。 教学方法与策略： 线下教学。主要运用讲授法和案例法开展教学，外加每个小组的资料收集与案例汇报，拓宽学生学习思路。	课前：通过线上资源进行预习 课堂：参与课堂互动 课后：练习	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
实训	均衡价格及弹性的应用	2	重点： 通过具体案例分析均衡价格及弹性在现实中的应用，以及政府价格管制的影响等。 难点： 弹性的应用。 思政元素： 理解政府政策制定的制约因素，通过弹性在现实生活中的应用实践深刻理解经济学的现实可行性，学以致用，提升学习兴趣。	综合	学生3-5人一组，积极参与案例分析讨论，并形成ppt报告。	目标1 目标2 目标3
实训	市场失灵与微观经济政策	2	重点： 掌握外部性和如何解决外部性，理解科斯定理；掌握如何运用产权分析公地悲剧问题，理解公共物品和公共资源的含义。 难点： 培养学生具备较强的批判思维与独立思考解决问题的能力。 思政元素： 通过实训，理解社会人角色和政府的公共政策推行的制约性，引导学生多角度理解政府政策的制定和实施效果，关注自身行为给他人及社会造成的影响，培养学生的社会责任感和主人翁意识。	综合	学生3-5人一组，积极参与案例分析讨论，并形成ppt报告。	目标1 目标2 目标3

实训	GDP指标的核算及评价	2	重点： 查阅文献收集数据，如近十年来我国的GDP总量和人均GDP；你家乡所在省（市）近十年来的GDP总量和人均GDP；近十年来我国的人均消费水平数据和CPI数据等，结合GDP概念及核算对该指标进行评价。 难点： 对GDP概念的理解及评价。	综合	学生3-5人一组，积极参与案例分析讨论，并形成ppt报告。	目标1 目标2 目标3
实训	政府宏观经济政策对市场的影响	2	重点： 选择近年来政府某一项宏观经济政策（财政、货币或税收），从目的、意义和实践效果分析其对市场的影响。 难点： 运用供求均衡理论，分析研究国家宏观经济政策对市场的影响。	综合	学生3-5人一组，积极参与案例分析讨论，并形成ppt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，学生的最终成绩是由平时成绩（包括平时上课出勤和作业成绩）、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。平时成绩分作业（占15%）、讨论报告（占15%）和考勤（占10%）3个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.讨论报告；3.考勤
优秀 (90~100分)	1. 作业书写工整、书面整洁； 2. 积极参与讨论，对小组贡献大；90%以上的习题解答正确。 3. 请假不超过1次。
良好 (80~89分)	1. 作业书写工整、书面整洁； 2. 参与讨论，对小组有贡献；80%以上的习题解答正确。 3. 旷课1次或请假不超过3次。
中等 (70~79分)	1. 作业书写较工整、书面较整洁； 2. 参与讨论，有一定贡献；70%以上的习题解答正确。 3. 旷课2次或请假不超过4次。
及格 (60~69分)	1. 作业书写一般、书面整洁度一般； 2. 参与讨论，但贡献较小；60%以上的习题解答正确。 3. 旷课3次或请假不超过5次。
不及格 (60以下)	1. 字迹模糊、卷面书写零乱； 2. 未参与讨论；超过40%的习题解答不正确。 3. 旷课4次或请假不超过5次。

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
稀缺性与微观经济	微观经济学的研究对象；资源配置的含义；实证经济学与规范经济学的区别；经济学的分析工具	单选判断	目标1 目标2	约2

学	和方法； 稀缺性与经济学的关系	名词解释	目标3	
需求、供给和均衡价格	需求规律、供给规律和供求规律、需求弹性及其运用；价格机制的运用	单选 判断 名词解释	目标1 目标2 目标3	约8
消费者选择	边际效用、无差异曲线、需求规律、边际效用递减规律	单选 判断 名词解释 简答 计算分析	目标1 目标2 目标3	约6
企业的生产与成本	生产函数、边际产量递减规律、最佳生产要素组合、机会成本；短期成本曲线形状及决定因素；长期成本曲线形状及决定因素	名词解释 简答 计算分析	目标1 目标2 目标3	约8
厂商行为与市场结构理论	完全竞争市场的特点；厂商收益及厂商利润最大化的条件；完全竞争市场价格和产量的决定；完全竞争的市场效率；完全垄断市场的特点；完全垄断市场价格和产量的决定。	单选 判断 名词解释 简答 计算分析	目标1 目标2 目标3	约10
要素市场理论	要素使用原则；要素供给原则；劳动供给均衡分析 工资的决定；土地的价格和地租概念；资本市场的均衡；利息的概念。	单选 判断 名词解释	目标1 目标2	约4
一般均衡理论与效率	局部均衡、一般均衡理论，帕累托最优标准、实现最优的条件、交换、生产及生产与交换的一般均衡条件、帕累托效率的含义	单选 判断 名词解释	目标1 目标2	约4
市场失灵和微观经济政策	市场失灵、外部性、公共物品、公共物品的特点、科斯定理、收入分配及其不平等。	单选 判断 名词解释	目标1 目标2	约8
宏观经济的基本指标及其衡量	名义GDP、实际GDP、与GDP相关的其它指标	判断、名词解释	目标1	约4
	对基础知识的融会贯通	选择、问答	目标2 目标3	约2
国民收入的决定：收入-支出模型	均衡国民收入的决定、短期国民收入的决定因素、消费需求和储蓄、收益递减和追赶效应。	选择、判断、计算	目标2	约2
	三部门、四部门均衡国民收入的决定、乘数效应及计算。	判断、计算	目标2 目标3	约8
国民收入的决定：IS-LM模型	均衡国民收入概念、产品市场的均衡：IS曲线；货币市场的均衡：LM曲线。	选择、判断、名词解释	目标2	约2
	产品市场和货币市场的共同均衡：IS—LM模型。	问答、计算	目标2 目标3	约8
国民收入的决定：AD-AS模型	总需求曲线及其变动、总供给曲线及其变动。	选择、判断、填空	目标2	约2
	总需求——总供给模型以及对外来冲击的反应。	问答、案例	目标2 目标3	约8
失业、通货膨胀和经济周期	失业的确认、寻找工作、最低工资法、工会和提及谈判、效率工资理论。	选择、判断	目标2	约2
	古典通货膨胀理论、通货膨胀的成本、通货膨胀率的计算及经济周期。	简单、计算	目标2 目标3	约2
宏观经济	货币政策如何影响总需求、财政政策如何影响总需求。	选择、判断	目标1 目标2	约2

政策				
	货币乘数、美联储控制货币的工具、运用财政政策来稳定经济。	简答、论述	目标2 目标3	约8

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： 4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]马克思主义理论研究和建设工程重点教材，西方经济学（（精要本，第二版），高等教育出版社，2020年。

八、参考资料

- [1]张维迎.经济学原理[M].西安：西北大学出版社，2018.
- [2]曼昆.经济学原理（第五版）[M].北京：北京大学出版社，2019.
- [3]保罗·海恩.经济学的思维方式[M].北京：世界图书出版公司，2015.
- [4]罗伯特·墨菲.第一本经济学[M].海口：海南出版社，2018.
- [5].曼昆：《经济学原理》（原书第3版上下册）[M].北京：中国人民大学出版社，2020年1月.

[6].斯蒂格利茨：《经济学》（上下册）[M].北京：中国人民大学出版社，2013年1月.

[7].高鸿业.《西方经济学：微宏观部分》[M].北京：中国人民大学出版社，2018年1月.

九、网络资料

[1][微观经济学 武汉大学 中国大学MOOC\(慕课\) \(icourse163.org\)](https://www.icourse163.org)

[2] 宏观经济学（文建东，周璞主讲）.中国大学MOOC网站<https://www.icourse163.org>

[3]宏观经济学(唐遥主讲).中国大学MOOC网站，<https://www.icourse163.org>

大纲执笔人：鄢小兵

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《跨境电商实务》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	理论	课程属性	必修
课程名称	跨境电商实务		课程英文名称	Cross-border E-commerce	
课程编码	J40B066D		适用专业	电子商务、国际经济与贸易	
考核方式	考试		先修课程	电子商务、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			上机学时：0		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《跨境电商实务》是电子商务（专升本）专业的一门学科基础必修课程，定位为跨境电子商务知识的启蒙者和导入者。通过本课程的学习，使学生掌握跨境电子商务基本理论、不同平台的运营规则、营销、物流、仓储、跨境支付、法律政策等，熟悉行业分布态势的不同发展和政府宏观政策的调整及未来的趋势，对跨境电子商务的理论体系的各个组成部分有一个系统框架的认识。将理论、系统、方法与实践相结合，引导学生通过案例，用新的理念、新的观点对传统贸易与跨境电子商务进行学习，培养学生的创新意识，培养学生独立思考、理论和实践相结合的动手能力，为今后从事跨境电商相关工作奠定坚实的基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1： 通过本课程的学习，掌握跨境电子商务的基本理论、发展趋势及前景；认识跨境电子商务的特点、跨境电子商务的模式；了解目前国内外常用的跨境电子商务平台及相关知识；熟悉跨境电商平台的规则及平台操作、业务推广和客户服务；掌握国际物流和国际支付知识；掌握外贸市场网络调研、选品、采购；掌握对外产品网上定价策略；掌握处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户维护；掌握跨境电商数据分析指标和分析方法；熟知跨境电子商务相关法律法规。	1.3掌握电子商务类专业相关知识，了解电子商务新兴产业相关动态，具备专业相关知识的学习能力。	1. 专业知识
能力目标	目标2： 通过本课程的学习，能运用跨境电商基本模式分析现有跨境电商运作模式；能运用跨境电商发展环境分析当前跨境电商发展优势和面临的障碍；能够顺利开通跨境电商店铺账号，独立完成跨境电商平台的操作；能够制定跨境产品和店铺优化方案、通过合适的方法和渠道在平台内外进行推广；能对跨境物流管理深入了解并能进行科学分析；能运用跨境电商支付知识，分析考虑汇率的跨境电商支付策略制定；能及时处理订单、提升客户体验感和满意度。	2.3具有分析跨境贸易等领域问题和解决实际问题的能力，具有较强的协调、组织能力。	2. 问题分析
素质目标	目标3： 具备跨境电商运营的基本职业道德，热爱本职工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规；养成细心耐心的习惯，对境外客	7.3具有可持续发展的价值观和社会责任感，坚守执业规范，	7. 职业规范

标	户有一定了解，并能包容、合理应对各种买方行为，培养良好的服务意识；树立正确的经济意识和全球一体化经济意识，塑造正确的社会主义市场经济价值观，培养社会主义市场经济下的商业和贸易的综合人才。	遵守国家信息和互联网的相关法律法规，具有较高的网络文化素养和网络行为文明素质。	
---	---	---	--

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
跨境电商认知	4	重点：掌握跨境电子商务的概念、分类；跨境电商与传统外贸的区别；掌握跨境电商的主要模式 难点：区分跨境电商与国内电商，跨境电子商务与传统外贸模式的不同。区分B2B、B2C、C2C不同跨境电商模式，结合实际选择合适的跨境电商模式 思政元素：通过视频《中国跨境电子商务的发展机遇》培养学生爱党、爱国和大国自信，通过案例《Lazada携手商家抗疫，全维度赋能助力卖家运营》，介绍各种电子商务商业模式的比较，培养学生的社会责任感，爱国、以国家利益为主 教学方法与策略：线下教学。利用PPT、多媒体工具，认知跨境电商，熟悉跨境电商的模式。课堂运用主要运用讲授法、案例分析、讨论开展教学，通过引入热点视频和案例，激发学生的学习热情，锻炼学生的思考能力。	课前：预习课本知识观看视频《中国跨境电子商务的发展机遇》 课堂：通讲授相关知识 课后：线上练习题	目标1 目标2 目标3
跨境电子商务交易流程	4	重点：掌握市场需求调研的内容和选品调研、价格调研的方法；跨境电商市场调研方法；掌握询价、发价、还价、接受四个磋商环节，掌握合同签订的要害。 难点：使用跨境电商选品方法与价格调研方法；磋商环节及合同签订与履行的要点 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授跨境电商进出口交易流程；国际市场调研与客户开发；网上交易磋商；询价、发价、还价、接受等流程磋商环节以及合同的签订和履行。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：思考跨境电商交易的流程 课堂：通过视频、课堂讨论教学 课后：线上练习题	目标1 目标2
跨境电商平台操作	4	重点：掌握阿里巴巴、亚马逊、敦煌网、eBay、Wish等主流的跨境电商平台功能和操作方法 难点：熟悉各个跨境电商平台的交易环节中的平台规则，结合实际具体应用。 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授阿里巴巴、亚马逊、敦煌网、兰亭集势、设备时代、eBay、Wish平台功能和操作方法，以及不同平台的交易规则。对课堂运用主要运用讲授法、案例法、分组实操开展教学，辅以启发式提	课前：熟悉阿里巴巴、亚马逊等主流跨境电商网站的业务 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：观看速卖通、wish的操作流程，仿	目标1 目标3

		问拓宽学生学习思路。	真平台上自学操作	
跨境电商产品定价	2	重点：掌握跨境电商产品定价基本概念；掌握价格的调整与计算；掌握产品定价方法和定价技巧。 难点：如何给产品合理定价，使用恰当的定金方法。 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具探讨跨境电子商务产品定价的基本概念、成本核算，以及价格调整与计算、定价方法与技巧。 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：跨境电商产品价格如何制定的？ 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：线上练习题	目标1 目标3
跨境电子商务物流	4	重点：掌握跨境电商物流内涵特点；掌握邮政物流、商业快递及专线物流的优缺点及计算方式。 难点：能够在实际场景下选择合适的物流方案；能够对跨境物流中可能产生的风险进行防范。 思政元素：通过案例《菜鸟联合全球物流：开通免费向武汉运输救援物资的绿色通道》、时讯：中欧纽带 照鉴未来、中俄合拍纪录片《物流的秘密》在“今日俄罗斯”电视台播出；时讯《邮政投递员吴波：山路上的绿色使者》，培养学生爱国，树立责任感、职业道德意识。 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授跨境电商物流内涵，跨境电商的主要物流模式，跨境电商通关与报关的基本流程以及阿里一达通外贸综合服务平台。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：习题总结归纳	目标1 目标2 目标3
跨境电子商务支付	4	重点：掌握国际货款计算方式，掌握PayPal和国际支付宝的支付与结算及二者区别。 难点：描述跨境支付的相关概念；总结各大跨境电商平台所使用的跨境支付方式；能够设置跨境平台速卖通支付账户 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授国际货款结算方式，PayPal和国际支付宝的内容，速卖通支付收款账户的绑定与支付设置。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：查找目前跨境电商主要的支付方式 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：跨境电商支付的安全性	目标1 目标2
跨境电子商务网络营销	4	重点：掌握不同的跨境电商网络营销的方法，掌握网络领域常用的网络社交工具的类型及区别 难点：学会运用网络社交工具，如领英、脸书、品趣思进行跨境电商推广。 教学方法与策略：线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授搜索引擎营销（SEM）、电子邮件营销（EDM）、社会化营销（SNS）。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：思考跨境电商网站如何影响 课堂：通过案例讲授相关知识 课后：我国跨境电商企业能否在国外跨境电商平台直接	目标1 目标2

			复制网络营销方法，为什么？	
跨境电商数据分析	2	重点： 掌握数据分析指标；掌握跨境电商数据分析方法 难点： 掌握数据分析指标与跨境电商数据分析方法 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授数据分析的概念及作用、数据分析指标及跨境电商数据分析方法。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：论述数据分析在跨境电商的重要性 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：线上练习题	目标1 目标2
跨境电子商务客户服务及纠纷处理及总复习	4	重点： 掌握客户服务所需的技巧；掌握信用好评的技巧；掌握售后纠纷处理方法。 难点： 掌握客服的技巧，学会处理与顾客的各种纠纷。 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授跨境电商客服的职能及所需技能，客服服务的技巧，好信用评价的技巧，处理售后纠纷处理方法。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：线上练习题	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20%）、课堂表现（占10%）和考勤（占10%）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
跨境电商的认知	跨境电商的概念、分类及特点；跨境电商与国内电商的区别；跨境电商的主要模式的概念及特点	选择题、名词解释、判断题	目标1	约12
	跨境电商与对外贸易的区别；跨境电商主要模式的优缺点、跨境电商的发展历程	简答题、论述题	目标1	
跨境电子商务交易流程	跨境电商市场需求调研的内容；跨境电商市场调研方法；合同签订与履行的要点	选择题、名词解释、判断题	目标1	约15
	选品调研、价格调研的方法；询价、发价、还价、接受四个磋商环节的要点	简答题、案例分析	目标1	
跨境电商平台操作	阿里巴巴、亚马逊、敦煌网、eBay、Wish等主流的跨境电商平台功能和操作方法	选择题	目标1	约7
跨境电商产品定价	跨境电商产品定价基本概念；定价方法	名词解释、选择题、判断题	目标1	约8
	价格的调整与计算；定价技巧	简答题、案例分析题	目标1 目标2	
跨境电子商务物流	跨境电商物流的内涵特点；跨境电商主要物流模式；其他物流方式的优缺点；海外仓的定义、功能，亚马逊物流、速卖通海外仓的特点；跨境电商通关与报关的基本流程；	名词解释、选择题、判断题	目标1	约18
	EMS和ePacket的优缺点；e邮宝运费计算；中国邮政大包、小包的优缺点及运费计算；TNT、UPS、FedEx、DHL的优劣势及运费计算；special line-YW、Ruston、Aramex及中俄快递的优缺点及运费计算；第三方海外仓与FBA的相同点与异同点	简答题	目标1 目标2	
跨境电商支付	电汇的概念、当事人、程序及特点；西联汇款的流程及特点；money gram的特点；cashpay的特点；moneybookers的特点；信用卡支付的组织及网关	名词解释、选择题、判断题	目标1	约10
	PayPal的优势和劣势；跨境电商电子支付的选择	简答题、案例分析	目标1 目标2	
跨境电商网络营销	站内营销的方式及特点	名词解释、选择题、判断题	目标1	约12
	站外的各种营销方式的特点及技巧	简答题、案例分析题	目标1 目标2	
跨境电商数据分析	数据分析的作用；数据分析的各项指标	名词解释、选择题、判断题	目标1	约5
跨境电子商务客户服务及纠纷处理	客户关系管理的含义、跨境电商客服的职能；客户服务提升的技巧；	名词解释、选择题、判断题	目标1	约13
	跨境电商售后纠纷的处理技巧；跨境电子商务客户关系管理的技巧	简答题	目标1 目标2	

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：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 线下地点及时间安排：课堂

七、选用教材

[1]余以胜. 跨境电子商务[M]. 北京：人民邮电出版社，2022年1月

[2]李颖芬. 跨境电商实务（慕课版）M. 北京：人民邮电出版社，2021年11月

八、参考资料

[1]易静, 王兴, 陈燕清. 跨境电子商务实务[M]. 北京:清华大学出版社, 2020年

[2]鲜军, 王昂. 跨境电子商务[M]. 北京：人民邮电出版社，2020年

[3]伍蓓. 跨境电商理论与实务[M]. 北京：人民邮电出版社，2021年

九、网络资料

[1]中国慕课MOOC, www.icourse163.org

[2]速卖通大学: <https://daxue.aliexpress.com/>

[3]福步外贸论坛: <https://bbs.fobshanghai.com/>

执笔人：黎贺桃

参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《统计学》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	必修	课程属性	理论
课程名称	统计学		课程英文名称	Statistics	
课程编码	J40B088F		适用专业	电子商务（专升本）	
考核方式	考试		先修课程	经济数学、概率论与数理统计	
总学时	48	学分	3	理论学时	40
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：8		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《统计学》是本科高等学校电子商务专业的一门学科基础必修课程，是培养学生搜集、处理、分析数据能力的一个重要手段。《统计学》以SPSS、Excel软件为工具，介绍数据的搜集与分析方法，包括数据的搜集、用图表展示数据、用统计量描述数据、统计量及其抽样分布、参数估计、假设检验、类别变量的推断、方差分析、相关与回归分析、时间序列预测。通过该课程的学习，学生能系统地掌握各种数据收集的方法和统计分析方法，熟练使用SPSS或Excel等软件分析数据。统计学涉及大量的数学及其他学科的专业知识，其应用范围几乎覆盖了社会科学和自然科学的各个领域，是一门综合性科学。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1：熟练掌握统计软件SPSS或Excel的基本操作，并能够结合经济理论加以应用。	5-1：能够使用恰当的技术、资源和信息技术工具，根据需要为特定目的选择和应用适当的工具和技术，包括计算机、统计、数学等。	5.使用现代工具
能力目标	目标2：掌握包括描述统计和推断统计、参数估计、假设检验、卡方检验、方差分析等方面的基本内容和方法，运用合理的统计分析方法解决电子商务相关的实际问题。	2-2：掌握财务分析、金融支付与物流管理相关的理论与基本技能，能够理论与实践相结合，解决实际问题。	2.问题分析
	目标3：使用科学方法搜集一手数据和二手数据，并使用合适的统计分析方法进行数据处理，同时能够对软件输出结果进行有效分析。	4-1：掌握学科基础知识研究方法，能灵活运用相关知识。	4.研究

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
------	----	-----------	--------	--------

统计、数据和计算机	4	重点：统计方法；变量及数据的分类；概率抽样的方法（包括简单随机抽样、分层抽样、系统抽样、整群抽样）。 难点：区分描述统计与推断统计。 教学方法与策略：线下教学。对于统计方法、变量及数据的分类、搜集数据的方法在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：浏览本课程的目录，了解其基本内容。 课堂：积极参与课堂讨论，及时记笔记。 课后：区分概率抽样的四种方法。	目标2
用图表展示数据	6	重点：频数分布表；类别数据可视化；数值数据可视化；图表的构成。 难点：对于不同类型的数据，如何合理使用图表进行分析。 思政元素：搜集与分析我国经济社会数据，结合相关政策，了解时事政治，研究中国问题，认识国情，激发爱国热情。 教学方法与策略：线下教学。对于不同类型数据图表展示方法在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以案例教学法使学生对知识有进一步的理解。	课前：通过预习了解各个图形。 课堂：及时记笔记，完成数据分组的练习。 课后：要求学生自选一个主题，搜集宏观数据并选用合适的图表进行展示。	目标2 目标3
用统计量描述数据	6	重点：描述水平的统计量；描述差异的统计量；描述分布形状的统计量。 难点：描述水平、差异、分布形状各统计量的应用。 教学方法与策略：线下教学。对于描述水平、差异和分布形状的统计量特点在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，结合实际案例，辅以提问法使学生掌握数据描述统计方法并能加以运用。	课前：预习。 课堂：及时记笔记，完成标准分数应用的练习。 课后：思考不同分布情形时的众数、中位数、平均数的大小关系。	目标2 目标3
概率分布	4	重点：随机变量及其概括性度量；常见的离散型、连续型概率分布；样本统计量的概率分布。 难点：样本均值的抽样分布与总体分布及样本量的关系。 教学方法与策略：线下教学。对于不同统计量的概率分布在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，结合实际案例进行讲解，通过课堂练习帮助学生加深对知识点的理解。	课前：通过观看慕课视频进行预习。 课堂：认真记笔记，运用样本统计量的分布解决实际问题。 课后：完成课后习题。	目标2
参数估计	6	重点：点估计和区间估计；一个总体参数的区间估计；样本量的确定。 难点：总体均值的区间估计与总体方差、样本量的关系。 教学方法与策略：线下教学。对于点估计和区间估计的方法及原理在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，结合例题进行讲解，辅以提问法引导学生对实际问题进行探讨，同时通过课堂练习帮助学生加深对知识点的理解。	课前：通过预习了解参数估计的基本概念。 课堂：认真记笔记，完成样本均值和样本比例的置信区间计算。 课后：及时复习教材上的例题并弄懂。	目标2 目标3

假设检验	6	重点：显著性水平；原假设与备择假设；单侧检验与双侧检验；两类错误；假设检验的临界值判断与P值判断；一个总体参数的检验。 难点：总体均值的假设检验与总体方差、样本量的关系。 教学方法与策略：线下教学。对假设检验的方法及原理在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，结合实际案例，辅以提问法引导学生对问题进行探讨。	课前：通过观看慕课进行预习，了解假设检验的基本概念。 课堂：认真听讲和记笔记，完成样本均值和样本比例的假设检验计算。 课后：认真复习教材上的例题并弄懂。	目标2 目标3
类别变量的推断	4	重点：拟合优度检验；独立性检验；ϕ系数、克莱姆V系数、列联系数。 难点：卡方检验的要求。 思政元素：通过对“性别是否与逃课情况有关”这一问题的探讨，引导学生树立正确的人生观、价值观、世界观。 教学方法与策略：线下教学。对于拟合优度检验及独立性检验的方法及原理在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以案例教学法帮助学生理解拟合优度检验及独立性检验的应用有进一步的理解。	课前：要求学生探讨“性别是否与逃课情况有关”这一现象。 课堂：认真记笔记，完成卡方独立性检验的计算。 课后：区分卡方拟合优度检验与一致性检验。	目标2
方差分析	4	重点：方差分析的基本思想和原理；方差分析中的基本假定；总平方和、组间平方和、组内平方和、均方；单因素方差分析；方差分析表。 难点：误差的分解。 教学方法与策略：线下教学。对方差分析方法及原理在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以案例教学法帮助学生对方差分析的应用有进一步的理解。	课前：要求学生探讨“超市选址及其周边竞争者数量是否会对其销售额产生影响”这一问题。 课堂：认真记笔记，能看懂方差分析表并进行分析。 课后：复习。	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
上机	用图表展示数据、用统计量描述数据	4	重点：定性数据和定量数据的图形展示； 难点：定量数据分组。	训练	在任课教师的指导下，每位学生认真进行上机操作并完成图表绘制、描述统计分析方面的上机作业。	目标1 目标2
上机	参数估计、假设检验	2	重点：单个样本检验；独立样本检验；成对样本检验。 难点：区分独立样本检验与成对样本检验。 思政元素：引导学生对检验结果坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	在任课教师的指导下，每位学生认真进行上机操作并完成单个样本和独立样本的参数估计及假设检验、卡方拟合优度检验和一致性检验方面的上机作业。	目标1
上	卡方检验	2	重点：卡方拟合优度检验和独	训练	在任课教师的指导下	目标1

机	、方差分析	立性检验；单因素方差分析的SPSS和Excel操作。 难点：根据软件的方差分析输出结果进行分析。	，每位学生认真进行上机操作并完成单因素方差分析方面的上机作业。	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40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占10%）、课堂表现（占10%）、实践教学（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.课堂表现；3.实践教学；4.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.课堂上在探讨问题方面积极发言，善于提出问题，大胆尝试并表达自己的想法及观点。 3.认真按时完成实践教学内容；90%以上的软件操作及结果分析正确。 4.从不迟到、早退、无故旷课。
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.课堂上在探讨问题方面较为主动发言，有提出一定的问题，并能比较有条理地表达自己的想法及观点。 3.认真按时完成实践教学内容；80%以上的软件操作及结果分析正确。 4.早退、无故旷课、迟到次数共少于2次。
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.课堂上偶尔对问题的探讨进行发言，提出问题的次数较少，不太踊跃表达自己的想法及观点。 3.认真按时完成实践教学内容；70%以上的软件操作及结果分析正确。 4.早退、无故旷课、迟到次数共少于3次。
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.课堂上对问题的探讨发言不积极，极少参与问题的讨论，不敢尝试并表达自己的想法及观点。 3.认真按时完成上机作业；60%以上的软件操作及结果分析正确。 4.早退、无故旷课、迟到次数共少于5次
不及格 (60分以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过40%的习题解答不正确。 2.课堂上对问题的探讨发言消极，从不提出问题，不尝试并表达自己的想法及观点。 3.认真按时完成实践教学内容；超过40%的软件操作及结果分析不正确。 4.早退、无故旷课、迟到次数共超过5次。

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
统计、数据和计算机	统计分析方法	选择题、判断题、填空题	目标1	约8分
	变量及数据的分类、概率抽样方法	选择题、判断题、填空题、简答题	目标1	
用图表展示数据	选用合适的图展示数据	选择题、判断题、简答题	目标1	约16分
	定性数据、定量数据的分组及图示	制作图表题、图表分析题	目标3	

用统计量描述数据	描述水平的统计量、描述差异的统计量	选择题、判断题、简答题、分析题、计算题	目标1	约14分
概率分布	样本均值的分布与中心极限定理	选择题、判断题、填空题、简答题	目标1	约7分
参数估计	参数的区间估计	选择题、判断题、计算题	目标1 目标2	约12分
	评价估计量的标准、点估计	选择题、判断题、填空题	目标1	
假设检验	参数的假设检验	计算题	目标1	约14分
	两类错误、显著性水平、P值、原假设与备择假设、单侧检验与双侧检验	选择题、判断题、填空题、简答题	目标1	
类别变量的推断	卡方独立性检验	选择题、计算题、分析题	目标2 目标3	约17分
	卡方拟合优度检验、 ϕ 系数、克莱姆V系数、列联系数	选择题、判断题、填空题	目标1	
方差分析	方差分析表	计算题、填空题	目标3	约12分
	方差分析的基本思想和原理	选择题、判断题	目标1	

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 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，任意上班时间 线下地点及时间安排：上课教室或机房，课间或课后

七、选用教材

[1]贾俊平.统计学——SPSS和Excel实现（第8版）[M].北京：中国人民大学出版社,2022年3月.

[2]贾俊平,何晓群,金勇进.统计学（第8版）[M].北京：中国人民大学出版社,2021年10月.

八、参考资料

[1]贾俊平.统计学——SPSS和Excel实现（第8版）学习指导书[M].北京：中国人民大学出版社,2022年3月.

[2]贾俊平.统计学——基于SPSS（第4版）[M].北京：中国人民大学出版社,2022年3月.

[3]贾俊平.统计学——基于Excel（第3版）[M].北京：中国人民大学出版社,2022年6月.

[4]岳海燕,胡海滨等译.商务统计学（第7版）[M].北京：中国人民大学出版社,2017年10月.

[5]简明,金勇进,蒋妍,王维敏.市场调查方法与技术（第4版）[M].北京：中国人民大学出版社,2018年8月.

[6]刘红梅.金融统计学（第四版）[M].上海：上海财经大学出版社,2021年1月.

网络资料

[1]慕课网,

<https://www.icourse163.org/course/NJUE-1001752031?from=searchPage>

[2]网易公开课,

<https://open.163.com/newview/movie/free?pid=QFTMQ984B&mid=ZFTN8QDNO>

[3]Excel之家, <https://www.excelhome.net>

大纲执笔人: 陈孔艳

讨论参与人: 杨艳琪

系(教研室)主任: 毛新平

学院(部)审核人: 邢风云

《电子商务专业导引》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	电子商务专业导引		课程英文名称	Introduction to Electronic Commerce	
课程编码	J40B024B		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	8	学分	0.5	理论学时	8
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			0		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《电子商务专业导引》是电子商务专业的前导性课程，通过介绍电子商务专业的发展历史及现状、人才培养定位、课程设置、教学计划安排、毕业能力和素质要求、本专业就业基本形势、可资利用的学习资源、参观本校实训室和走访企业等，引导学生逐步了解电子商务专业并树立牢固的专业思想、明确自己应具备的能力和素质要求、确立自己的学习目标和努力方向、做好两年大学学习规划。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1: 熟悉本专业的专业建设与发展、知识体系、课程设置、培养目标。	1-3: 掌握电子商务类专业相关知识，了解电子商务新兴产业相关动态，具备专业相关知识的学习能力	1.专业知识
能力目标	目标2: 明确专业学习目标，能初步阅读专业相关资料，紧密联系国内外实际，对电子商务工作和电子商务工作实务的发展现状和未来趋势有一个初步认识。	4-2: 具备利用创造性思维方法开展科学研究以及基于多学科知识融合的创意、创新和创业的能力。	4.研究
素质目标	目标3: 了解电子商务行业的发展现状及前景、用人单位的岗位需求及对人才的素质及能力要求。同时，能比较准确地掌握专业课程设置，掌握大学阶段的学习方法和如何培养综合素质。	6-1: 具有健强体魄和稳定心理素质、能够负担未来几十年的社会重任；能够评价电子商务专业相关问题解决方案对社会、健康、安全、法律以及文化的影响，并理解应承担的责任。	6.专业与社会

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
------	----	-----------	--------	--------

行业发展历程及前景	2	重点： 行业发展前景。 难点： 学生对物联网、人工智能和机器学习、区块链、无人配送和无人零售、AR和VR、绿色电子商务、数字经济的理解。 教学方法与策略： 需收集与电子商务专业相关的行业发展现状与前景方面的资料，可视频、文字材料结合。或邀请业界专家分享行业发展现状及前景。	课堂： 认真听讲，积极参与互动。 课后： 思考自己的专业职业发展规划。	目标3
专业和人才培养方案	2	重点： 专业介绍；人才培养方案介绍；专业师资介绍。 难点： 解读《东莞城市学院综合素质养成教育计划》中的相关规定。 思政元素： 培养学生“干一行爱一行”的务实态度，引导学生对本专业的热爱。 教学方法与策略： 通过图表把人才培养方案的重要内容展示给学生，并反复强调学生在校两年需要达到的学分（包括学分构成）、需要掌握的专业技能等。或邀请高校电子商务专业专家分享其他学校的电子商务专业学生培养模式。	课前： 认真研读本专业人才培养方案。 课堂： 认真听讲，积极参与互动。	目标1 目标3
学科竞赛、学习资源与方法	2	重点： 相关学科竞赛名称、时间、重要性等介绍；国内国际图书资源介绍。 难点： 熟练使用各种学习资源和寻找适合自身的学习方法。 思政元素： 引导学生养成持续学习的意识，融入终身学习的理念。 教学方法与策略： 通过图表展示本专业学生可以参加的学科竞赛相关信息、专业学习资源。对一些数据库资源和软件资源进行适当演示和效果展示。	课堂： 学生可当堂进行某一学习资源的检索体验。 课后： 与同学讨论并思考自己计划参加哪个学科竞赛，同时操作浏览相关专业学习资源。	目标1 目标2
企业参观或校内实训室参观	2	重点： 介绍企业参观的意义、基本要求；参观企业的办公区域，了解工作人员的基本工作情况。或者参观校内实训，熟悉应培养的技能。 难点： 让学生对本专业所属行业有较为全面的认识，并在此基础上进行有针对性的继续学习。 教学方法与策略： 由企业工作人员讲解本企业的文化、规模、岗位、对员工素质的要求等，带领学生参观企业办公区。或由老师带领学生了解实训室的功能及组成。	课前： 通过网络了解参观企业的基本情况。或通过网络了解大学应实训的技能有哪些。 课后： 思考自己未来从事的岗位，据此规划两年学习计划。	目标2 目标3

备注：如果由于客观原因导致无法到企业参观交流，则改为校内教室上课，参观校内实训室，通过模拟仿真现场，了解实训技能的培养特色。

如果由于客观原因导致无法参观实训室，则邀请优秀在校生或校友分享他（她）们大学的学习、生活、考研考公、学科竞赛、班干部、志愿服务等经历。

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作业（占20%）、考勤（占10%）、课程报告（占70%）等三个部分组成。

最终成绩按五级制提交，即优秀（90-100）、良好（80-89）、中等（70-79）、及格（60-69）、不及格（60分以下）。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.考勤；3.课程报告
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.全勤。 3.课程报告格式规范，结构合理，内容准确，分析有理有据。
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.全勤。 3.课程报告格式较为规范，结构较为合理，内容较为准确，分析较为有理有据。
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.迟到或早退1次。 3.课程报告格式基本规范，结构基本合理，内容基本准确，分析基本有理有据。
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.旷课1次。 3.课程报告格式欠规范，结构欠合理，内容欠准确，分析不够有理有据。
不及格 (60分以下)	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过40%的习题解答不正确。 2.旷课2次及以上。 3.课程报告格式不规范，结构不合理，内容不准确，分析缺乏有理有据。

备注：

1、建议课程报告内容可以有：行业发展现状（要有图表的数据展示）、职业规划、参观心得（能参观的话）、专业书籍阅读心得等，从中选择一个主题布置课程报告；

2、建议本课程的一次作业内容可以有：客观题是关于人才培养方案的，主观题是谈专业认知。

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周中的4周 节次：2节/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☒ 其他：实习参观单位
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

无

八、参考资料

无

网络资料

无

其他资料

无

大纲执笔人：江黎

讨论参与人:黎贺桃

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《国际贸易实务》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	国际贸易实务		课程英文名称	International Trade	
课程编码	J40B035F		适用专业	电子商务（专升本）	
考核方式	考试		先修课程	国际贸易学、西方经济学	
总学时	48	学分	3	理论学时	42
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实验/实训学时：6学时		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《国际贸易实务》是电子商务（专升本）专业的重要专业课程，主要研究国际间商品交换的具体过程且具有涉外活动特点的实践性很强的综合性应用学科。涉及国际贸易理论与政策、国际贸易法律与惯例、国际金融、国际运输与国际保险等学科的基本原理与基本知识的综合运用。以进出口合同为主线，贯穿国际贸易业务的合同商订、贸易术语、合同相关条款、合同履行等相关知识，帮助学生理解进出口各环节的内容，初步具备分析国际贸易合同基本条款的工作能力。培养学生具备诚实、守信、善于沟通和合作的品质，为学生发展各专门化方向的职业能力奠定基础。《国际贸易实务》是一门实践性很强的课程，兼具时代性，对从事对外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		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1: 能进行进出口商品的成本核算及报价、交易磋商及合同的签订。	1.1具有较扎实的学科所需的基本理论知识。	1.专业知识
能力目标	目标2: 能运用专业知识，根据实际情况灵活处理履约过程中的突发状况。	2.3具有分析跨境贸易等领域问题和解决实际问题的能力，具有较强的协调、组织能力。	2.问题分析
素质目标	目标3: 保持对国内外经贸发展的敏感度，遵守职业道德规范、秉持诚信的职业操守。	7.3具有可持续发展的价值观和社会责任感，坚守执业规范，遵守国家信息和互联网的相关法律法规，具有较高的网络文化素养和网络行为文明素质。	7. 职业规范

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
1、国际贸易术语1	4	重点: 《2020通则》贸易术语的相关规定及其应用。 难点: 贸易术语FOB、CFR、CIF中买卖双方各自承担的风险、责任和费用，在国际贸易实务中使用的注意事项。	课前: 预习 课堂: 听课、参与课堂活动 课后: 复习巩固、课后练习	目标1 目标2

		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。 教学方法与策略：线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生理清不同术语使用的差异。课后布置相关练习题以巩固知识。	，自由选择学习其余贸易术语	
2、国际贸易术语2	4	重点：《2020通则》贸易术语的相关规定及其应用。 难点：贸易术语的变形FCA、CPT、CIP中买卖双方各自承担的风险、责任和费用，在国际贸易实务中使用的注意事项。 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。 教学方法与策略：线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生理清不同术语使用的差异。课后布置相关练习题以巩固知识。	课前：预习 课堂：听课、参与课堂活动 课后：复习巩固、课后练习，自由选择学习其余贸易术语	目标1 目标2
3、交易磋商与国际货物买卖合同的订立	6	重点：发盘、接受、合同应具备的条件。 难点：发盘、接受生效的条件及失效的时间；。 思政元素：介绍国际贸易程序和规则，树立诚信为本的经营理念。 教学方法与策略：线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前：预习 课堂：听课、参与课堂活动 课后：自行复习、课后拓展（联合国销售合同公约）	目标1 目标2 目标3
4、国际货物买卖合同的履行；进出口商品品名、品质、数量	4	重点：出口合同的履行、进口合同的履行。 难点：信用证的审核。 教学方法与策略：线上+线下。课前完成预习。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生理解合同履行的流程以及信用证审核的要点。	课前：预习 课堂：听课、参与课堂活动 课后：自行复习	目标1 目标2 目标3
5、进出口商品价格核算	6	重点：出口商品的价格构成、合同中的价格条款、佣金和折扣的运用方法。 难点：常用贸易术语之间的换算、出口成本核算。 思政元素：介绍中国对外贸易形式报告，培养学生爱国情怀。 教学方法与策略：线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂重点讲授价格的构成以及贸易术语间的换算、佣金和折扣的计算。课后布置相关练习分析以巩固知识。	课前：预习 课堂：听课、参与课堂活动 课后：课后练习	目标1 目标2 目标3
6、国际货物运输	4	重点：海洋运输、运输单据、合同中的装运条款。 难点：海运提单、海运单的填写及使用。 思政元素：介绍各种运输方式，培养学生的家国情怀。 教学方法与策略：线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂重点讲授海运方式以及海运提单。	课前：预习 课堂：听课、参与课堂活动 课后：自行复习	目标1 目标3
7、国际货物运输保险1	4	重点：海运货物保险中的风险和损失。 难点：共同海损与单独海损的区别、“仓至仓”条款的理解。 教学方法与策略：线上+线下。课前完成线上自学。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生梳理全损的情形、共同海损和单独海损以及不同险别的	课前：预习 课堂：听课、参与课堂活动 课后：自行复习	目标1 目标2

		承保范围等知识点。		
8、国际货物运输保险2	4	重点： 平安险、水渍险、一切险。 难点： 三个险别的承保范围及运用。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生梳理全损的情形、共同海损和单独海损以及不同险别的承保范围等知识点。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 自行复习	目标1 目标2
9、国际结算方式	6	重点： 三种支付工具、三种支付方式及跟单信用证统一惯例。托收的种类、使用流程、涉及的各当事人承担的责任和风险，在进出口业务中的使用时的的注意事项及融资运用；《UCP600》中关于信用证特点、使用流程、当事人的责任等，各种信用证适用的特殊情况等。 难点： 跟单信用证统一惯例中关于信用证的使用 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生理解不同支付方式的使用流程。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 练习	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
实验	交易磋商	2	重点： 报价的原则和方法。 难点： 不同术语报价的换算。 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	4人一组，完成既定情境下的交易磋商。	目标1 目标2 目标3
实验	国际货物买卖合同的订立	2	重点： 订立合同的程序和步骤。 难点： 合同成立的时间和生效的要件。 思政元素： 要求学生订立合同条款必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	综合	4人一组，完成既定情境下国际货物买卖合同的订立。	目标1 目标2 目标3
实验	进出口合同的履行	1	重点： 进、出口合同的履行。 难点： 主要进出口单据。 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	4人一组，完成既定情境下进出口合同的履行。	目标1 目标2 目标3
实验	违约及其法律救济方法	1	重点： 一般原则。 难点： 对卖方、买方的救济方法。 思政元素： 培养学生遵纪守法的精神。	综合	4人一组，完成既定情境下进出口合同违约及其法律救济方法。	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、期末考试等两部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩含线上自主学习（15%）、作业（占10%）、课堂表现（占5%）和考勤（占10%）三个部分。自主学习指自主参加线上教学平台课程学习，按照线上课程学习要求观看视频、回答问题、做练习题、参加线上考试、取得线上学习成绩。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%以上的知识理论运用准确无误。 2.上课认真，积极参与课堂互动和小组讨论，认真完成相关学习任务。 3.无旷课、迟到、早退及因事请假情况
良好 (80~89分)	1.作业书写工整、书面整洁；80%以上的知识理论运用准确无误。 2.上课认真，积极参与大部分课堂互动和小组讨论，较认真完成相关学习任务。 3.无旷课、迟到、早退情况，事假1-2次。
中等 (70~79分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的知识理论运用准确无误。 2.基本能认真听课，积极参与部分课堂互动和小组讨论，完成相关学习任务。 3.旷课次数1次或迟到早退次数1-2次或事假3次。
及格 (60~69分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的知识理论运用准确无误。 2.上课不够认真，参与小组讨论和举手发言不够积极主动。 3.旷课次数2次或迟到早退次数3-4次或事假4-5次。
不及格 (60以下)	1. 作业书写潦草，书面凌乱；知识理论运用错误率高于40%。 2. 上课经常分心，不参与小组讨论和举手发言，不能按时完成课堂任务。 3.旷课次数>2次或迟到早退次数>4次或事假次数>5次

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
1、国际贸易术语	国际惯例、贸易术语的理解及使用，不同术语买卖双方各自承担的风险、责任和费用。	名词解释 选择题 简答题 案例分析	目标1 目标2	20
2、交易磋商与国际货物买卖合同的订立	合同的商定，询盘，发盘，还盘，接受的含义及生效的条件。	名词解释 选择题 简答题 案例分析	目标1 目标2 目标3	15
3、国际货物买卖合同的履行；进出口商品品名、品质、数量	出口合同的履行、进口合同的履行流程；商品品名、数量条款。	名词解释 选择题 简答题 案例分析	目标1 目标3	10
4、进出口商品价格核算	成本核算，佣金、折扣的计算，贸易术语的换算。	名词解释 选择题 简答题 计算题	目标1 目标2	15
5、国际货物运输	装运期、分批装运和转船、装卸时间、运输单据	名词解释 选择题 简答题 案例分析	目标1 目标2	15
6、国际货物	海运货物保险中的风险和损失，我国海洋运输保	名词解释	目标1	15

运输保险	险别、伦敦保险协会海洋货物保险条款，保险单据，共同海损与单独海损的区别。	选择题 简答题 计算题 案例分析	目标2	
7、国际结算方式	三种支付工具、三种支付方式，以及涉及的各项当事人承担的责任和风险，《UCP600》中关于信用证特点、使用流程、当事人的责任等，各种信用证适用的特殊情况等。	名词解释 选择题 简答题 案例分析	目标1 目标2	10

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：讲师或以上职称 学历（位）：硕士或以上 其他：双师教师
2	授课地点	√教室 □实验室 □室外场地 □其他：
3	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]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]吴百福,徐小微.进出口贸易实务教程(第8版)[M].上海:格致出版社,2020年7月

八、参考资料

[1]逯宇铎,辛转,陈璇.新编国际贸易实务教程[M].北京:清华大学出版社,2021年7月.

[2]吕红军,赖忠孝.国际货物贸易实务[M].北京:中国商务出版社,2020年8月.

[3]刘秀玲.国际贸易实务(第3版)[M].北京:对外经济贸易大学出版社,2021年8月.

[4]马俊,杨云勾,郑汉金.国际贸易实务与案例分析[M].北京:清华大学出版社,2021年8月.

[5]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.

九、网络资料

[1]智慧树教学平台《国际货物贸易实务》

<https://coursehome.zhihuishu.com/courseHome/1000062376#teachTeam>

[2]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>

[3]中华人民共和国商务部网站

[4]中国国际商会网站

[5]超星教学平台《国际货物贸易实务》<http://csxy.fanya.chaoxing.com/portal>

大纲执笔人：陈慧

讨论参与人：赖忠孝，蒋义文

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《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	专业课程	课程性质	必修	课程属性	理论
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	J40B022F		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	经济学、电子商务概论等	
总学时	48	学分	3	理论学时	40
实验学时/实训学时/实践学时/上机学时			上机学时：8		
开课单位			数字经济学院		

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		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求规格
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。	1.2具有电子商务基础理论、新媒体电商、电子商务运营和直播电商等领域的专业知识。	1. 专业知识
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。	2.2掌握财务分析、金融支付与物流管理相关的理论与基本技能，能够理论与实践相结合，解决实际问题。 4.1掌握学科基础知识研究方法，能灵活运用相关知识。 5.2掌握电子商务数据分析与运营的现代工具和软件，为电子商务决策服务。	2. 问题分析 4. 研究 5. 使用现代工具

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。	9.1 具有良好的团队交流和一定的领导能力, 能够在电子商务实践中进行有效的沟通; 具备组织协调、团队合作的能力。	9. 沟通
------	--	--	--------------

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	4	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 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	4	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》、《什么是地理信息系统》、《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	4	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：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台的物流模式	目标1 目标2
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	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

		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。		
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学习思路。	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
供应链与物流成本管理	2	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

(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	供应链企业调研	4	重点： 供应链行业企业的运行环境 难点： ISCM系统的操作方法和流程 思政元素： 要求学生实训过程必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	验证	通过学习ISCM系统的操作方法和流程，然后进行模仿练习	目标 1 目标 2 目标 3
上机	供应链运营优化管理	4	重点： 掌握供应链预测的意义和方法；供应链合作伙伴关系的要点；规避供应链风险的方法。 难点： 达成供应链管理系统给出的运营目标。 思政元素： 树立严谨认真的工作态度；培养吃苦耐劳的工作精神。	训练	按制造、分销、物流、零售分组对抗进行，须完成实训报告。	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%）、实训报告（10%）和考勤（占10%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.实训报告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.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表现；牛鞭效应的原因、表现及解决方法；供应链优化的方案	简答题	目标1 目标2	5
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

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：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、超星、雨课堂 线下地点及时间安排：课堂

七、 选用教材

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

[2] 范丽君、郭淑红. 物流与供应链管理[M]. 北京：清华大学出版社，2021年6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://b2b.toocle.com/>
- [9] 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：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《网络金融与电子支付》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	理论
课程名称	网络金融与电子支付		课程英文名称	Online Finance And Electronic Payment	
课程编码	J40B096D		适用专业	电商（专升本）	
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			0		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《网络金融与电子支付》是电子商务专业的一门专业核心课程，包括互联网金融概述、互联网金融支付、互联网保险、互联网基金、P2P网络借贷、互联网金融信息门户、互联网金融监管及发展的机遇挑战等。可分为学习性项目和巩固拓展性项目，学习性项目以真实互联网金融企业的作品为案例，让学生先体验感知，后引出相关互联网金融的知识体系进行设计，巩固拓展项目中注重培养学生自主分析能力和创新能力。通过本课程，培养学生正确看待互联网支付的运营模式和准入机制，学会选择合适的互联网保险和基金产品，看清各类P2P平台的资质，会判断P2P平台的类型，看懂看待平民风投的股权众筹和计算众筹的实际收益，成为理性消费者。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1: 能够了解电子货币及其对货币流通、中央银行货币政策的影响，掌握网络金融风险控制的办法和监管制度。	2-1 掌握网络银行、网络基金、网络保险、网络金融市场的运作原理、发展规律和操作规程。	2.专业知识
能力目标	目标2: 能运用专业知识，根据实际情况灵活选择互联网产品并分析投资前景。	6-1 能够发现实践中的问题，提出解决方案，解决实际问题，并考虑社会、健康、安全、法律、文化及环境等因素。	6.问题分析
素质目标	目标3: 保持对国内外互联网平台的敏感度，能运用数据分析工具进行分析并得出相关结论。	7-1 能够正确采集和整理相关数据，运用数据分析等技能，综合分析多方信息而得出合理有效的结论。	7.讨论研究

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

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
走进互联网金融	4	重点: 了解互联网金融的生态及业态。 难点: 解析互联网金融的主要阵营及各自特征。 思政元素: 使学生产生较强的自学能力及开拓创新精神。	课前: 预习 课堂: 听课、参与课堂活动 课后: 复习巩固、课后练习，自由选	目标1 目标2

		教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学。课后布置相关练习题以巩固知识。	择学习相关案例。	
互联网金融支付	4	重点： 第三方支付的运营模式和盈利模式。 难点： 解析第三方支付的准入机制。 思政元素： 使学生产生具有较好的诚信品质和较强的责任意识。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，课后布置相关练习题以巩固知识。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	目标1 目标2
互联网保险	4	重点： 互联网保险的基本内容和分类。 难点： 解析互联网保险的运营模式和发展方向。 思政元素： 介绍互联网保险的运营机制，树立诚信为本的经营理念。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	目标1 目标2 目标3
互联网基金	4	重点： 互联网基金的特点及操作流程。 难点： 互联网基金的销售渠道和交易模式。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成预习。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生理解互联网基金的销售渠道及审核的要点。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	目标1 目标2 目标3
P2P网络借贷	4	重点： 解析P2P网络借贷运作模式。 难点： P2P投资的资金安全。 思政元素： 培养学生网络借贷的安全意识。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂重点防范P2P网络借贷风险的相应措施。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	目标1 目标2 目标3
股权众筹融资	4	重点： 投资梦想的产品众筹。 难点： 股权众筹风险及案例分析。 思政元素： 培养学生具有团队意识和良好的团队合作精神。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂重点讲授平民风投的股权众筹。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	目标1 目标3
互联网金融信息门户	4	重点： 认识金融垂直搜索门户。 难点： 检索在线金融超市和第三方资讯平台。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生梳理检索的基本操作流程。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	目标1 目标2
互联网金融监管	4	重点： 熟知P2P网络借贷监管模式和方法。 难点： P2P网络借贷监管的实际运用。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生梳理P2P网络借贷典型方式和流程。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自	目标1 目标2

			由选择学习相关案例。	
--	--	--	------------	--

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部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩含作业（占20%）、课堂表现（占10%）和考勤（占10%）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%以上的知识理论运用准确无误。 2.上课认真，积极参与课堂互动和小组讨论，认真完成相关学习任务。 3.无旷课、迟到、早退及因事请假情况
良好 (80~89分)	1.作业书写工整、书面整洁；80%以上的知识理论运用准确无误。 2.上课认真，积极参与大部分课堂互动和小组讨论，较认真完成相关学习任务。 3.无旷课、迟到、早退情况，事假1-2次。
中等 (70~79分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的知识理论运用准确无误。 2.基本能认真听课，积极参与部分课堂互动和小组讨论，完成相关学习任务。 3.旷课次数1次或迟到早退次数1-2次或事假3次。
及格 (60~69分)	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的知识理论运用准确无误。 2.上课不够认真，参与小组讨论和举手发言不够积极主动。 3.旷课次数2次或迟到早退次数3-4次或事假4-5次。
不及格 (60以下)	1. 作业书写潦草，书面凌乱；知识理论运用错误率高于40%。 2. 上课经常分心，不参与小组讨论和举手发言，不能按时完成课堂任务。 3.旷课次数>2次或迟到早退次数>4次或事假次数>5次

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
走进互联网金融	互联网金融的生态及业态	名词解释/选择题/简答题/案例分析	目标1 目标2	20
互联网金融支付	第三方支付的运营模式和盈利模式	名词解释/选择题/简答题/案例分析	目标1 目标2 目标3	15
互联网保险	互联网保险的运营模式和方向	名词解释/选择题/简答题/案例分析	目标1 目标3	10
互联网基金	互联网基金销售的基本流程	名词解释/选择题/简答题/计算题	目标1 目标2	15
P2P网络借贷	P2P投资的资金安全和网络借贷运作模式。	名词解释/选择题/简答题/案例分析	目标1 目标2	15
股权众筹融资	投资梦想的产品众筹、平民风投的股权众筹、股权众筹风险及案例分析。	名词解释/选择题/简答题/计算题/案例分析	目标1 目标2	5
互联网金融信息门户	检索在线金融超市和第三方资讯平台的实际运用。	名词解释/选择题/简答题/案例分析	目标1 目标2	10
互联网金融监管	P2P网络借贷监管模式及流程。	名词解释/选择题/简答题/案例分析	目标1 目标2	10

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：助教或以上职称 学历（位）：硕士或以上 其他：双师教师
2	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
3	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]《互联网金融理论与应用》（微课版第2版），周雷主编，人民邮电出版社，2019.
- [2]《互联网金融概论》（第二版），郭福春 陶再平 吴金旺 主编，中国金融出版社，2018.

八、参考资料

- [1]徐利敏.《网络金融与电子支付》课程问题导向的研究型教学应用[J].福建电脑, 2017, 33(10):61-62. DOI:10.16707/j.cnki.fjpc.2017.10.030.
- [2]高华.网络实时动态教学模式在互联网金融课程中的应用分析——以《电子支付与网络金融》课程为例[J].经贸实践, 2017(06):100.
- [3]毛金芬.网络实时动态教学模式在互联网金融课程中的应用——以《电子支付与网络金融》课程为例[J].中国教育信息化, 2016(08):45-47.
- [4]赵媛媛.网络金融与电子支付的机遇与挑战[J].经贸实践, 2016(01):207.
- [5]杨琦峰,沈鑫,宋平.论《电子支付与网络金融》精品课程建设——基于研究型教学模式[J].当代经济, 2012(07):102-106.
- [6]孙琴.网络金融与电子支付问题探讨[J].中国商界(下半月), 2009(06):68.

九、网络资料

- [1]大学慕课国家精品课程《网络金融》https://www.icourse163.org/course/NBCC-1460421161?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcsvg_
- [3]中华人民共和国商务部网站
- [4]中国国际商会网站

大纲执笔人：刘沁园

讨论参与者：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《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	必修	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	J40B097F		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	电子商务专业引导	
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			0		
开课单位			数字经济学院		

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，可以使了解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		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
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。	1.2具有电子商务基础理论、新媒体电商、电子商务运营和直播电商等领域的专业知识。	1. 专业知识
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。	2.1掌握营销理论与基本技能，能够理论与实践紧密结合，解决实际问题。 3.1掌握电子商务创意、创新、创业等方面基本知识，并灵活运用知识与工具设计合理的运营与营销方案。	2. 问题分析 3. 方案设计
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	4.1掌握学科基础知识研究方法，能灵活运用相关知识。	4. 研究

	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。		
--	--	--	--

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
网络营销概述	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。 难点： web1.0时代和web2.0时代的特点 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。 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
网络营销战略规划	2	重点： 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： 战略决策选择 思政元素： 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 目标3
网络消费者市场	4	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	4	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	4	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	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

		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。	课后：习题 总结归纳	
网络产品与网络品牌	4	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	4	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	4	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
社会化媒体营销基础体系	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 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。	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
微博营销	2	重点： 了解微博的由来，特别是中国式微博的发展态势，学会进行微博的建设与运营。 难点： 微博运营 思政元素： 优秀企业官方微博的特点 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：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

		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。	课后：习题 总结归纳	
微信营销	2	重点： 深入认识微信营销的特点，特别是微信公众号的运营与管理。 难点： 微信公众号的运营与管理 思政元素： 优秀企业官方微信的特点 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：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
SNS社区营销	2	重点： 了解社区媒体的特点以及营销优势，能够掌握SNS媒体营销的策略。 难点： SNS社区营销的过程 思政元素： 在SNS社区注意言论， 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
视频营销	2	重点： 了解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： 视频营销策略 思政元素： 设计本校视频宣传片，培养爱校思想 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
网络口碑营销	2	重点： 了解网络口碑营销的特点以及营销优势，能够掌握网络口碑营销的策略。 难点： 网络口碑营销的推广策略 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
搜索引擎营销及客户界面设计	4	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： 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

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.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
网络营销概述 网络营销战略计划	网络营销的基础概念、网络营销战略计划	名词解释题、选择题、判断题	目标1 目标2 目标3	15
网络消费者市场	网络消费者市场、客户关系管理、客户体验管理	名词解释题、选择题、判断题	目标1 目标2	25
网络产品与品牌、网络渠道、网络价格、网络营销传播	网络产品与品牌、网络渠道、网络价格、网络营销传播	选择题、简答题、案例分析题	目标1 目标2 目标3	25
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 目标2	20
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

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] 郦瞻.《网络营销》（第3版）[M]北京：清华大学出版社，2023 年 9 月。

八、参考资料

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

[2] 王永东、荆浩、安玉新.《网络营销》[M]北京：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：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《电子商务法律与法规》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	理论
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	J40B020F		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	48
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			0		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

本课程系电子商务专业的一门专业必修课，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		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求规格
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、电子商务纠纷解决等必备知识	4.1掌握学科基础知识研究方法，能灵活运用相关知识。	4. 研究
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。	10.2具备独立自主获取本专业相关知识的学习能力，能结合社会经济发展，运用法律法规及数据化思维提出合理化的对策，解决实际问题。	10. 终身学习
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。	6.1具有健强体魄和稳定心理素质、能够负担未来几十年的社会重任；能够评价电子商务专业相关问题解决方案对社会、健康、安全、法律以及文化的影响，并理解应承担的责任。 7.2具有人文社会科学素养、社会责任感，具备电子商务领域相关的诚信与信用素养、信息安全与保密素养。	6. 专业与社会 7. 职业规范

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	6	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。 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
电子合同法律制度	8	重点： 电子合同的概念、形式、特征和法律效力。 难点： 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
电子签名和电子认证法律制度	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
电子支付法律认证制度	6	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； 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 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	目标1 目标3

		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。	课后：完成习题，巩固课堂知识	
电子商务税收法律制度	4	重点： 电子商务对我国现行税法的影响、我国电子商务税收的法律对策； 难点： 我国电子商务税收的法律对策； 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制度	6	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 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
电子商务市场秩序的法律法规	4	重点： 电子商务主体的市场准入、电子商务反不正当竞争的法律规定 难点： 电子商务反不正当竞争的法律规定、电商领域的消费者权益保护 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
电子商务争议解决机制	4	重点： 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： 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和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15%）、考勤（占10%）和课堂讨论及表现成绩（占15%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业；2. 考勤；3. 课堂讨论

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/问答/名词解释	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
电子合同法律制度	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/案例	目标1 目标2	15
电子签名和电子认证法律制度	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/案例	目标1 目标2	10
电子支付法律制度	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	选择/判断/案例	目标1 目标2	15
电子商务税收法律制度	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	问答/选择/判断	目标1 目标2	10
电子商务中的知识产权法律制度	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。	选择/判断/案例/名词解释	目标1 目标2 目标3	10
电子商务市场秩序的法律规定	电商主体的市场准入、反不正当竞争、消费者权益	选择/判断/案例/名词解释	目标1 目标2 目标3	10
电子商务争议解决机制	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/名词解释	目标2 目标3	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 其他： 学历（位）：硕士研究生
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 线下地点及时间安排：课堂或办公室

七、选用教材

[1]罗佩华、魏彦珩.《电子商务法律法规》（第三版）[M].北京：清华大学出版社，2019年10月

八、参考资料

[1]欧志敏.《电子商务法律法规》[M].北京：中国人民大学出版社，2022年1月

[2]赵莉 林海.《电子商务法律法规》[M].北京：高等教育出版社，2021年7月

[3] 苏滨.《电子商务法律法规》[M].北京：北京工业大学出版社，2023年8月

网络资料

[1]中国政府法制信息网（www.chinalaw.gov.cn）

[2]中国电子商务协会（www.ec.com.cn）

[3]国际电子商务法律研究所（International Institute of Electronic Commerce Law）

大纲执笔人：陈莉莉

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《短视频策划与运营》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	理论
课程名称	短视频策划与运营		课程英文名称	Short Video Planning And Operation	
课程编码	J40B025F		适用专业	电子商务（专升本）	
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	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			数字经济学院		

二、课程简介

《短视频策划与运营》是本科高等学校电子商务专业的一门学科基础必修课程，短视频策划、拍摄、剪辑是电子商务专业学生的必修技能之一。《短视频策划与运营》课程将结合具体实例对短视频制作过程进行讲解，包括短视频基础知识、短视频策划、运营、制作、剪辑、发布、变现等全流程，旨在培养学生在短视频拍摄与剪辑工作岗位中，能够熟练掌握短视频策划、脚本撰写、拍摄、剪辑等岗位技能，能够策划、拍摄和剪辑出具有一定营销水平和价值的短视频作品，以便于在各类电商平台和短视频平台上展示和传播。

三、课程教学目

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1：掌握短视频策划、拍摄、剪辑、发布、运营的相关知识	1.1从短视频的基础知识入手，掌握短视频制作方法。同时，针对短视频编辑制作的流程，对各个环节的内容熟练掌握，加强对知识的理解与运用。	1、专业知识
能力目标	目标2：熟悉视频拍摄工具、视频剪辑工具，能运用相关工具完成视频拍摄、剪辑	5.2学会使用剪映、Premiere等工具剪辑制作视频	5、使用现代工具
素质目标	目标3：严格遵守行业的职业规范和法律法规。	7.3能够了解行业的职业规范和法律法规并严格遵守，秉持诚实守信的职业操守。	7、职业规范

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
短视频概述	4	重点： 短视频的概念；常见的短视频类型；常见的短视频平台；短视频的制作流程 难点： 特征与优势、发展现状、趋势、类型、平台、制作流程 思政元素： 以助农短视频为例，讲述短视频对于新农村建设、扶贫工作的重要意义。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	目标1 目标3

		教学方法与策略： 理论讲授+案例法。 课前完成预习。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。		
短视频的策划	6	重点： 短视频的定位；短视频的选题；短视频内容创作；短视频的展现形式；短视频脚本策划 难点： 内容定位、用户定位、垂直细分、内容框架、文学脚本、分镜头脚本 思政元素： 拆解《逃出大英博物馆》短视频脚本、学习会短视频传播爱国主义精神。 教学方法与策略： 理论讲授+案例法+小组讨论+课堂练习。课前完成预习。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，进行短视频脚本策划。	目标1 目标3
短视频的拍摄	6	重点： 拍摄前的准备；拍摄技巧的运用；使用手机或单反相机/微单相机拍摄短视频 难点： 构图、景别景深、拍摄角度、光位、运镜方式 教学方法与策略： 理论讲授+案例法+实践操作。课前完成预习。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动、实际操作练习 课后： 复习巩固、课后练习，拍摄短视频。	目标1 目标2
短视频剪辑基础	8	重点： 短视频剪辑的基本流程；短视频剪辑的原则与注意事项；短视频剪辑的手法与技巧；剪映的剪辑技巧；剪辑辅助工具介绍 难点： 剪辑流程、剪辑原则、剪辑手法、剪映、Premiere Pro 剪辑 教学方法与策略： 理论讲授+案例法+实践操作。课前完成预习。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动、实际操作练习 课后： 复习巩固、课后练习，剪辑短视频。	目标1 目标2
短视频的发布	4	重点： 完善短视频账号；短视频标题的创作；短视频封面的制作；短视频发布时间的优化；影响发布效果的其他因素 难点： 账号、标题、封面、发布时间 思政元素： 学习李子柒短视频账号与内容设计，了解高质量账号对于宣传传统文化、推动行业发展的重要意义。 教学方法与策略： 理论讲授+案例法+实践操作。课前完成预习。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动、实际操作练习 课后： 复习巩固、课后练习，规划短视频内容、注册短视频账号。	目标1 目标2 目标3
短视频的商业变现	4	重点： 广告变现；电商变现；用户付费变现；直播变现 难点： 广告、佣金、知识付费、打赏、带货 教学方法与策略： 理论讲授+案例法+实践操作。课前完成预习。课中，线下课	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动、实际操作练习 课后： 复习巩固、课后练习，案例拆	目标1 目标2

		堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	解。	
--	--	---------------------------------	----	--

(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	搭建一个短视频账号，并完成短视频创建策划案	4	重点： 掌握完善短视频账号名称、账号头像、账号背景图、账号认证和简介的方法。 难点： 掌握标题创作的三大准则、八大秘诀、短视频封面的形式和要求、掌握适合发布短视频的时间段、参考因素和注意事项 思政元素： 以四川桃子姐账号为例，介绍短视频及直播产品发展对于乡村振兴的重要作用。	设计	(1) 掌握完善短视频账号的方法 (2) 掌握创作短视频标题的技巧 (3) 掌握制作短视频封面的技巧 (4) 掌握短视频发布时间的优化方法 (5) 掌握短视频发布的小技巧	目标1 目标2
实训	综合实战——拍摄Vlog	6	重点： Vlog 的策划；Vlog 的拍摄；Vlog 的剪辑（剪映）；Vlog 的发布 难点： Vlog的策划、拍摄、剪辑、发布	训练	(1) 掌握Vlog的策划方法 (2) 掌握Vlog的拍摄方法 (3) 掌握Vlog的剪辑方法 (4) 掌握Vlog发布与运营的方法	目标1 目标2
实训	综合实战——拍摄与制作商品宣传片	6	重点： 商品宣传片的策划；商品宣传片的拍摄；商品宣传片的剪辑；商品宣传片的发布 难点： 突出产品亮点、具有创意性	训练	(1) 掌握商品宣传片的策划方法 (2) 掌握商品宣传片的拍摄方法 (3) 掌握商品宣传片的剪辑方法 (4) 掌握商品宣传片发布与运营的方法	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。平时成绩分实训作业（占20%）、小组汇报成绩（占10%）和考勤（占10%）三个部分。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.考勤全勤。 2.作业格式正确，结构合理，内容准确，数据全面。 3.汇报人熟悉汇报内容，回答问题流利。 4.小组展示活动积极、有创意，团队合作意识强
良好 (80~89分)	1.有1次旷课或2次迟到。 2.作业较正确，结构较合理，内容较准确，数据较全面。 3.汇报人较熟悉汇报内容，回答问题较流利。

	4.小组展示活动较积极、较有创意，团队合作意识较强
中等 (70~79分)	1.有2次旷课或3次迟到。 2.作业基本正确，结构基本合理，内容基本准确，数据基本齐全。 3.汇报人较熟悉汇报内容，回答问题欠流利。 4.小组展示活动积极性一般、创意一般，团队合作意识一般
及格 (60~69分)	1.有3次旷课或4次迟到。 2.作业格式欠正确，结构欠合理，内容欠准确，数据欠全面。 3.汇报人欠熟悉汇报内容，回答问题不流利。 4.小组展示活动较不积极、创意较差，团队合作意识较差
不及格 (60分以下)	1.有4次旷课或5次迟到。 2.作业格式不正确，结构不合理，内容不准确，数据不全面。 3.汇报人不熟悉汇报内容，回答问题不对。 4.小组展示活动不积极、没有创意，团队合作意识不强

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
短视频概述	短视频概述 短视频类型	单选题、多选题、 简答题、填空、判 断题	目标 1 目标2	10
短视频的策划	短视频策划:内容定位、用户定位、 垂直细分、内容框架、文学脚本、 分镜头脚本	单选题、多选题、 简答题、填空、判 断题	目标 1 目标2	20
短视频的拍摄	短视频拍摄:构图、景别景深、拍摄 角度、光位、运镜方式	单选题、多选题、 简答题、填空、判 断题	目标 1 目标2	20
短视频剪辑基础	短视频剪辑:剪辑的基本流程 短视频剪辑的原则与注意事项	单选题、多选题、 简答题、填空、判 断题	目标 1 目标2	20
短视频的发布	短视频营销策划案大纲	策划题	目标 1 目标2 目标3	20
短视频的商业变现	短视频变现	简答题 策划题	目标 1 目标2 目标3	10

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 学历（位）：硕士或以上
2	课程时间	周次： 1-16周 节次：每周3节
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]郭子辉、施颖钰. 视频编辑制作实战教程（微课版）[M]. 背景：人民邮电出版社出版教材, 2023.

[2]吴峰. 短视频策划、制作与运营[M]. 背景：人民邮电出版社出版教材, 2023.

八、参考资料

[1]潘霁、周海晏、徐笛、李薇. 跳动空间 抖音城市的生成与传播[M]. 背景：复旦大学出版社, 2020.

[2]郭楠. 中视频之战——B站运营指南[M]. 背景：中国铁道出版社, 2022.

[3]杨新波、刘丽、靳文雅、王彤霞、冯婷婷、武卫卫. 融媒体视频编辑教程[M]. 背景：北京师范大学出版社, 2021.

[4]官振中、文静柯. 基于短视频平台的社交电商发展研究[J]. 管理现代化, 2021

[5]张冰倩、彭国超、梁欣婷、吴思远. 智慧城市App用户适应性信息行为过程研究[J]. 情报理论与实践, 2021

[3]程晔、邵逸涵. 移动短视频用户参与内容生产的影响因素探析——基于计划行为理论模型[J]. 新闻研究导刊, 2020

[7]. 唐博移动新媒体时代短视频存在的问题及对策[J]. 西部广播电视, 2020

九、网络资料

[1]中国大学慕课, <https://www.icourse163.org/>

[2]抖音直播行业自律平台, https://live.douyin.com/live_communication

大纲执笔人：陈啸

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《新媒体营销与运营》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	选修	课程属性	理论
课程名称	新媒体营销与运营		课程英文名称	The Actual Operation Of NEW Midea	
课程编码	J40X099F		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程		
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			数字经济学院		

二、课程简介

《新媒体营销与运营》课程是电子商务（专升本）专业的一门选修课程。本课程主要讲授新媒体运营、新媒体平台操作、新媒体内容制作和新媒体营销传播等知识。包括新媒体运营的基础知识、新媒体文案、运营必备技能、微博运营、微信运营、自媒体运营、短视频运营、数据分析、活动策划、整合营销等内容。通过对本课程的学习，使学生能掌握、了解新媒体相关的概念、运营方法和实战技巧，熟悉微博、微信、抖音等平台的运营，掌握文案、短视频、自媒体、数据分析、内容制作等新媒体技能，通过系统性对新媒体的学习和提升，以及新媒体相关各项技能的掌握，为未来参加工作、增加就业竞争力打下良好的基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求规格
知识目标	目标1: 学生需掌握新媒体的基本概念；新媒体运营、新媒体平台操作、新媒体内容制作和新媒体营销传播等知识	2.1掌握营销理论与基本技能，能够理论与实践紧密结合，解决实际问题。	2. 问题分析
能力目标	目标2: 能够对新媒体运营有一个系统全面的认识，能够具备各新媒体平台的运营能力，掌握新媒体相关的运营及内容制作等能力。	3.1掌握电子商务创意、创新、创业等方面基本知识，并灵活运用知识与工具设计合理的运营与营销方案。	3. 方案设计
素质目标	目标3: 丰富互联网运营相关知识，掌握新媒体运营的科学方法，建立新媒体传播观；能够采用合适的知识和方法对新媒体运营进行研究，包括规划、执行和分析优化；	4.2具备利用创造性思维方法开展科学研究以及基于多学科知识融合的创意、创新和创业的能力。	4. 研究

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
新媒体运营导论	2	重点: 新媒体运营的内涵，新媒体的特点。 难点: 新媒体的特点。 思政元素: 介绍新媒体的演变过程，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	课前：预习 课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题	目标1 目标2

		和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	总结归纳	
新媒体文案	4	重点： 一句话文案的撰写，自媒体文章的撰写技巧 难点： 一句话文案的撰写，个人故事型软文的撰写 思政元素： 结合疫情防控，倡导群众戴口罩，撰写宣传标语，培养社会责任感 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 目标3
新媒体运营必备技能	2	重点： H5制作 难点： 动图制作、H5制作 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
新媒体平台运营	14	重点： 微信运营、微博运营、自媒体运营、短视频运营 难点： 短视频运营 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
新媒体运营提升	10	重点： 新媒体数据分析、新媒体活动策划、整合营销活动运营 难点： 新媒体活动策划 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
上机	图片处理	4	重点： 制作封面图、制作信息长图、制作icon图标、制作GIF动图制作表情包 难点： 制作GIF动图制作、表情包 思政元素： 通过介绍宝马借助微信朋友圈营销的案例，培养学生诚信经营，把握好核心价值	训练	某女装品牌预计举办上新促销活动，请为该品牌撰写一篇新媒体营销文案。（为这篇公众号推广文章制作封面图、GIF动图。提示：可以上新商品的模特图为背景，搭配简单的文字说明即可，切忌出现营销性质的词汇	目标 1 目标 2 目标 3
上机	图文排版	4	重点： 常见的图文排版工具、图文排版原	设计	利用135编辑器，排版上题撰写的文案	目标 1 目标 2

			则、使用135编辑器排版、使用MAKA制作H5海报 难点：使用135编辑器排版、使用MAKA制作H5海报 思政元素： 《致敬国家丰碑——全国红色故事讲解员大赛》充分利用了新媒体的优势，把丰富多彩、感人肺腑的红色故事传递给千家万户。		提示：微信公众号文章的排版，以方便移动端用户阅读为宜。	目标 3
上机	视频制作	4	重点：拍摄抖音短视频、剪辑抖音短视频、推广抖音短视频 难点：剪辑抖音短视频 思政元素：通过介绍抖音“新农人计划”，鼓励学生利用所学知识，助力家乡，为家乡擦亮一张张地域“金名片”。	训练	一家以“一切为了舒适”为宣传标语的纸巾企业——“安心”，计划开展抖音短视频营销，请为“安心”设计营销方案。 提示：首先需要为企业进行账号定位，再根据账号定位打造短视频内容。	目标 1 目标 2 目标 3
上机	直播营销	4	重点：开通快手直播、筹备并开展快手直播活动、宣传快手直播活动 难点：筹备并开展快手直播活动 思政元素：直播营销发展迅猛，在直播营销过程中，引导学生做到诚信为本。	综合	“安心”打算在快手平台进行直播营销，请为其设置快手账号。 提示：从名称、头像、个人介绍三个方面设计。 “安心”预计在国庆节当天开展一场快手直播，以营销新系列便携式纸巾，请为其撰写直播脚本。 提示：需要展示出直播主题、直播人员、直播时间等信息，并有清晰的直播活动流程。	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15%）、实训报告成绩（占15%）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.实训报告；3.考勤
优秀 (90~100分)	1.作业、实训报告书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或习题结果准确无误。 2.考勤全勤

	3.课堂表现优秀
良好 (80~89分)	1.作业、实训报告书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或习题结果准确无误。 2.缺勤1次 3.课堂表现良好
中等 (70~79分)	1.作业、实训报告书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或习题结果准确无误。 2.缺勤2次 3.课堂表现一般
及格 (60~69分)	1.作业、实训报告书写一般、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. 期末考查（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。

（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 3000 字以上的课程论文，需列明参考资料；题目由任课老师给定范围，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
90~100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；
80~89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；
70~79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；
60~69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；
60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；

(2) 小组展示要求小组展示占总成绩的30%，以小组为基础评分。学生自由组合成学习小组，要求按课程中的授课主题进行情景模拟，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。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

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 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]严志华. 新媒体营销与运营实战 [M]. 北京：人民邮电出版社，2023年2月

八、参考资料

[1]新媒体运营实战技能·秋叶等·人民邮电出版社·2019年

[2] 新媒体运营与推广（微课版）·高功步·人民邮电出版社·2020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：朱文娟

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《直播电商基础》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	直播电商基础		课程英文名称	Fundamentals of Live E-commerce	
课程编码	J40X094D		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	24
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时：8		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《直播电商基础》是电子商务（专升本）专业的一门专业选修课程，集直播电商基础理论与实践教学于一体。全流程地介绍了直播电商的各种技能，共分为8个项目，包括直播电商的基础知识、直播电商的策划与准备、直播电商商品的选择与规划、直播电商引流推广、直播电商话术、直播电商物流与客户关系管理，以及直播电商数据分析等，还讲解了淘宝、快手、抖音等主流直播电商平台的运营实战内容，为学生提供一站式直播电商运营解决方案，真正帮助学生解决直播过程中的痛点与难点。本课程以理论讲授为主，配合案例分析、案例教学、小组演示等教学手段和方法，培养学生的团队合作能力、创造力及独立思考能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1: 解直播电商的基本知识，掌握直播电商的流程，掌握直播电商的基本技能，掌握直播电商引流推广和数据分析；	1.2具有电子商务基础理论、新媒体电商、电子商务运营和直播电商等领域的专业知识。	1、专业知识
能力目标	目标2: 要求学生能够找到直播电商中存在的问题，重新设计其直播间和主播话术等，做好直播电商筹备与策划和直播电商的复盘与数据分析,使得直播过程中更吸引用户；了解直播电商的新趋势，不断提高直播电商尤其是主播的实操能力；不断提高个人审美能力和审美思维	2.1掌握营销理论与基本技能，能够理论与实践紧密结合，解决实际问题。	2、问题分析
		5.3掌握多媒体和信息技术的工具与软件。	5、使用现代工具
		9.1具有良好的团队交流和一定的领导能力，能够在电子商务实践中进行有效的沟通；具备组织协调、团队合作的能力	8、个人和团队的

素质目标	目标3: 通过对直播电商基础理论的学习,帮助学生组建直播团队,培养学生认真、谨慎的职业精神和团队协作能力;提升主播的职业素养;优质的直播电商短视频属于文化产品,有利于社会主义精神文明建设;	6.1具有健强体魄和稳定心理素质、能够负担未来几十年的社会重任;能够评价电子商务专业相关问题解决方案对社会、健康、安全、法律以及文化的影响,并理解应承担的责任。	6、专业与社会
		7.2具有可持续发展的价值观和社会责任感,坚守执业规范,遵守国家信息和互联网的相关法律法规,具有较高的网络文化素养和网络行为文明素质。	7、职业规范

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
直播电商概述	2	重点: 掌握直播电商的流程。掌握直播电商的岗位职责与职业能力要求。 难点: 掌握直播电商团队的人员配置。 思政元素: 优质的直播电商短视频可以追退商业活动有序展开,有利于社会主义精神文明建设; 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: 设置问题,提前预习 课堂: 案例分析,积极互动 课后: 作业	目标1 目标2 目标3
直播电商的策划与准备	2	重点: 熟悉直播电商的定位;熟悉直播电商的三要素;直播场地的搭建准备。 难点: 掌握直播内容策划;掌握直播脚本策划;掌握直播活动方案策划。 教学方法与策略: 线下教学。运用多媒体和网络资源,提前设定预习任务,鼓励学生根据要求主动学习,培养学生课前预习的习惯。	课前: 利用线上资料预习; 课堂: 案例分析,积极互动 课后: 作业	目标1 目标2
直播电商商品的选择与规划	4	重点: 熟悉选品的定义;熟悉选品的原则;掌握商品定价的要素。 难点: 掌握选品的渠道;掌握选品的策略、依据;掌握商品定价策略。 思政元素: 强调主播选品管理规范,严禁选择假冒伪劣等不合格产品,加强学生法制观念。 教学方法与策略: 线下教学。翻转课堂,要求学生根据当下电商直播带货中频繁出现假冒伪劣产品这一现象进行分析,提出相关的建议。	课前: 利用线上资料预习; 课堂: 翻转课堂 课后: 作业	目标1 目标2 目标3

直播电商 引流推广	4	重点：熟悉直播引流的定义；熟悉直播引流的优势；熟悉直播预热引流时机；熟悉直播后的引流。 难点：掌握直播预热引流渠道；掌握直播中的引流策略；掌握不同直播平台的付费引流方法。 教学方法与策略：线下教学。利用雨课堂设置问题，引导学生参与课堂讨论，使学生积极主动参与课堂活动。	课前：利用线上资料预习； 课堂：案例分析，积极互动 课后：作业	目标1 目标2
直播电商 话术	2	重点：熟悉直播电商话术设计要点；熟悉直播电商话术设计原则；熟悉直播电商销售话术框架。 难点：掌握直播电商的场控技巧；掌握直播电商带货话术。 教学方法与策略：线下教学。从各大直播平台观看优秀的直播间，分析其直播的优势，组织学生自主直播模拟实战。	用线上资料预习； 课堂：案例分析，积极互动 课后：作业	目标1 目标2
直播电商 物流与客户关系管理	4	重点：熟悉直播电商物流的定义；掌握直播电商物流方式；熟悉直播电商物流模式；熟悉商品的包装。 难点：掌握直播电商物流纠纷处理；掌握物流信息化的具体管理；掌握客户关系管理技巧。 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：利用线上资料预习； 课堂：案例分析，积极互动 课后：作业	目标1 目标2 目标3
直播电商 数据分析	4	重点：熟悉数据分析概述的内容；熟悉数据分析的效果评估指标。 难点：掌握直播电商的评估分析；掌握直播电商复盘及改进。 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
主流直播 电商平台的运营实战	2	重点：熟悉淘宝直播平台的特点；熟悉快手直播平台的特点；熟悉抖音直播平台的特点。 难点：掌握淘宝直播平台的运营；掌握快手直播平台的运营；掌握抖音直播平台的运营。 教学方法与策略：线下教学。组织学生在抖音平台上直播，在抖音平台上与粉丝互动，理论与应用相		目标1 目标2 目标3

		结合，培养并提升学生的直播能力。		
--	--	------------------	--	--

（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
实践	直播电商的筹备与策划	2	重点：直播内容策划；脚本、单场脚本、整场脚本的撰写和发布； 难点：直播团队的构建；主播人选和人设打造；直播间的装修和布置；	实践	小组分组名单；直播间名称及观看网址；	目标1 目标2 目标3
实践	直播选品	2	重点：商品规划；热销品、引流款、印象款、活动款、利润款的确定； 难点：粉丝画像；定价策略及设计； 思政元素：强调主播选品管理规范，严禁选择假冒伪劣等不合格产品，加强学生法制观念。	实践	实训报告	目标1 目标2 目标3
实践	直播实战	4	重点：熟悉抖音直播平台的特点； 难点：视频直播和销售商品；	实践	销售报告	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10%）、小组汇报成绩（占10%）、考勤（占10%）和课堂表现（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；4.课堂表现
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.小组分工合理，PPT制作精美，内容充实，案例丰富，演讲者准备充分，内容熟练，表达流畅，重点突出。 3.全勤 3.课堂表现积极，回答问题或参与互动次数达5次或以上。
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.小组分工较合理，PPT排版美观，案例恰当，演讲者准备充分，表达流畅，重点突出。 3.旷课1次 4.课堂表现较好，回答问题或参与互动次数达3次或以上。
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.小组分工相对合理，PPT制作规范，案例恰当，演讲者准备相对充足，表达欠流畅，重点不够突出。 3.旷课2次 4.课堂表现较积极，回答问题或参与互动次数达2次或以上。

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.小组分工相对合理，PPT制作规范，案例恰当，演讲者准备不够充分，表达欠流畅，重点不够突出。 3.旷课3次 4.课堂表现一般，基本未参与互动。
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.小组分工不合理，PPT制作不规范，缺乏案例，演讲者准备不够充分，表达欠流畅，重点不够突出。 3.旷课4次 4.课堂表现不积极，未参与互动。

2. 期末考试（占总成绩的60%）：期末考核以课程论文或考试形式进行，基本要求如下：

（1）课程论文：评分标准采用百分制和评语相结合的办法。

分数	评 分 标 准
优秀 (90~100分)	观点新颖，分析正确，论证有力，必须理论联系实际，对论及问题能作出全面深入的探讨；文笔流畅，层次分明，构架严谨，言之有据。具体要求是：在开题报告中，必须要有结构合理，逻辑清晰的大纲；开题报告中文献综述部分所引用的他人观点和资料必须一一注明出处，且有文献的总结和评价。
良好 (80~89分)	观点明确，分析正确，结论无错，能理论联系实际，根据所学理论知识对论及问题作较为全面地阐述。文笔通顺，层次分明，构架合理。具体要求是：在开题报告中，必须要有结构相对合理，逻辑基本清晰的大纲；开题报告中文献综述部分所引用的他人观点和资料大部分注明出处，且有文献的总结和评价。
中等 (70~79分)	观点明确，对论及问题能通过分析得出结论，且言之有理。文章层次分明、构架合理。具体要求是：在开题报告中，有完整的大纲；开题报告中文献综述部分有文献的总结。
及格 (60~69分)	能在导师指导下独立完成论文写作，能正确描述论及问题，并有自己的看法，分析无大错。具体要求是：在开题报告中，大纲基本完整；开题报告中文献综述部分有文献的总结。
不及格 (60以下)	论文达不到及格标准的判为不及格。具体规则是：论文达不到上述及格标准的，不给任何分数，以不及格记分。

（2）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
直播电商概述	直播电商的流程。直播电商的岗位职责与职业能力要求；直播电商团队的人员配置。	选择题	目标1 目标2 目标3	10
直播电商的策划与准备	直播电商的定位；直播电商的三要素；直播场地的搭建准备；直播内容策划；直播脚本策划；直播活动方案策划。	名词解释 简答题	目标1 目标2	10 10

直播电商商品的选择与规划	选品的定义和原则；商品定价的要素；选品的渠道和策略、依据；商品定价策略。	选择题、简答题	目标1 目标2 目标3	15
直播电商引流推广	直播引流的定义和优势；直播预热引流时机和渠道；直播中的引流策略；不同直播平台的付费引流方法。	名词解释、案例分析	目标1 目标2	10
直播电商话术	直播电商话术设计要点和原则；直播电商销售话术框架。直播电商的场控技巧；直播电商带货话术。	材料分析题	目标1 目标2	10
直播电商物流与客户关系管理	直播电商物流的定义和方式；直播电商物流模式；熟悉商品的包装。直播电商物流纠纷处理；物流信息化的具体管理；客户关系管理技巧。	案例分析题	目标1 目标2 目标3	10
直播电商数据分析	数据分析概述的内容；数据分析的效果评估指标；直播电商的评估分析；直播电商复盘及改进。	简答题	目标1 目标2	15
主流直播电商平台的运营实战	淘宝、快手、抖音直播平台的特点及运营；	材料分析题	目标1 目标2 目标3	10

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：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、雨课堂，一周1次 线下地点及时间安排：授课教师，上课前后

七、选用教材

[1]《直播电商基础与实务（微课版）》，黎军，人民邮电出版社，2022年6月。

八、参考资料

[1]《直播营销与运营（微课版）》，邹益民主编，2022年；人民邮电出版社出版。

[2]《直播电商基础》，张盈主编，2023年；人民邮电出版社出版。

网络资料

[1]艾瑞网, <https://www.iresearch.cn/mindex.shtml>

[2]网经社, <https://www.100ec.cn/Index/Wjsproviders.html>

[3]全国电子商务公共服务网, <https://dzswgf.mofcom.gov.cn/>

大纲执笔人：史姗姗

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《新媒体用户分析》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	选修	课程属性	理论
课程名称	新媒体用户分析		课程英文名称	New Media User Analysis	
课程编码	J40X100D		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	20
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时12		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《新媒体用户分析》是电子商务（专升本）专业的一门专业选修课程，本课程基于以用户为中心的设计理念，详细介绍新媒体产品生命周期之中用户研究面临的主要问题，系统介绍新媒体用户分析常用研究方法，结合实例介绍如何使用具体的用户研究方法来定性或定量地得出新媒体产品用户体验的问题。课程内容按照新媒体用户分析的逻辑来组织，即宏观层面的理论方法概述（研究设计）-中观层面的方法操作（方法选择）-微观层面的实际操作（方法使用和评估）。通过本课程学习，培养学生的软件应用能力和实践能力，使学生产生较强的自学能力及开拓创新精神，具有较好的诚信品质和较强的责任意识，同时坚持实事求是、严谨的科学态度。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1：能够掌握新媒体产品生命周期之中用户研究面临的主要问题，了解新媒体用户分析常用研究方法。	1-1 掌握新媒体产品的运作原理、发展规律和操作规程。	1.专业知识
能力目标	目标2：能运用新媒体的用户研究方法来定性或定量地得出新媒体产品用户体验的问题。	4-1 能够发现实践中的问题，提出解决方案，解决实际问题，并考虑社会、健康、安全、法律、文化及环境等因素。	4.研究
素质目标	目标3：保持对国内外新媒体平台的敏感度，能运用数据分析工具进行分析并得出相关结论。	5-1 能够正确采集和整理相关数据，运用数据分析等技能，综合分析多方信息而得出合理有效的结论。	5.使用现代工具
	目标4：应当具备终身学习的意识和能力，适应行业发展与变化。	10-1 能够不断更新相关知识和技能	10.终身学习

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
------	----	-----------	--------	--------

新媒体概述和用户体验	2	重点： 了解 新媒体的未来发展趋势。 难点： 解析新媒体媒介形态的进化。 思政元素： 使学生产生较强的自学能力及开拓创新精神。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学。课后布置相关练习题以巩固知识。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	目标 1 目标 2
新媒体用户需求分析	2	重点： 新媒体产品的生命周期与用户需求。 难点： 解析用户需求与用户体验设计。 思政元素： 使学生产生具有较好的诚信品质和较强的责任意识。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，课后布置相关练习题以巩固知识。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	目标 1 目标 2
新媒体用户行为分析	2	重点： 掌握新媒体用户行为分析方法。 难点： 建构用户行为模型步骤与方法。 思政元素： 介绍新媒体用户行为，树立实事求是的研究理念。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。同时引导学生进行实践活动，完成用户行为分析。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂实践活动 课后： 复习巩固，自由选择学习案例。	目标 1 目标 2 目标 3
新媒体用户心理分析	2	重点： 掌握新媒体用户心理研究方法。 难点： 构建用户心理模型步骤和方法。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成预习。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生理解新媒体用户心理分析的要点。同时引导学生进行实践活动，完成用户心理模型的构建。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂实践活动。 课后： 复习巩固	目标 1 目标 2 目标 3
新媒体用户分析之定性研究方法	2	重点： 掌握多种定性研究方法。 难点： 掌握文献法、访谈法的基本流程。 思政元素： 培养学生定性研究的能力。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂重点各种方法的基本操作流程。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	目标 1 目标 2 目标 3
新媒体用户分析之定量研究方法	2	重点： 掌握多种定量研究方法。 难点： 掌握抽样问卷调查法、控制实验法的基本操作流程。 思政元素： 培养学生具有团队意识和良好的团队合作精神。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂重点讲授常见注意事项。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	目标 1 目标 3
新媒体用户分析之混合研究方法	4	重点： 掌握多种混合研究方法。 难点： 掌握用户分析方法的选择 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生梳理混合研究的基本操作流程。引导学生用混合研究方法针对具体案例进行实践操作，并完成相应的分析报告。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂实践活动。 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相	目标 1 目标 2

			关案例。	
数据分析与数据可视化	4	重点： 掌握常用数据分析方法。 难点： 熟悉因子分析和聚类分析的基本流程。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生提高信度和效度。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	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
实验	用户心理及行为分析	4	重点： 用户心理及用户行为分析。 难点： 建构用户心理及行为模型步骤与方法。 思政元素： 具备较好的诚信品质和较强的责任意识。	综合	4人一组，完成既定情境下的用户分析。	目标1 目标2 目标3
实验	用户定性研究分析	4	重点： 掌握多种定性研究分析方法。 难点： 访谈法相关步骤。 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	4人一组，完成访谈。	目标1 目标2 目标3
实验	用户定量研究分析	4	重点： 掌握多种定量分析方法。 难点： 抽样问卷调查步骤。 思政元素： 要求学生完成调查必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	综合	4人一组，完成抽样问卷调查。	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和期末考试等两部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩含平时作业（占10%）、实验作业（10%）、课堂表现（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.课堂表现；3.考勤
优秀 (90~100分)	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的知识理论运用准确无误。 2.上课认真，积极参与课堂互动和小组讨论，认真完成相关学习任务。 3.无旷课、迟到、早退及因事请假情况
良好 (80~89分)	1.作业书写工整、书面整洁；80%以上的知识理论运用准确无误。 2.上课认真，积极参与大部分课堂互动和小组讨论，较认真完成相关学习任务。 3.无旷课、迟到、早退情况，事假1-2次。
中等 (70~79分)	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的知识理论运用准确无误。 2.基本能认真听课，积极参与部分课堂互动和小组讨论，完成相关学习任务。 3.旷课次数1次或迟到早退次数1-2次或事假3次。
及格	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的知识理论运用准确无误。 2.上课不够认真，参与小组讨论和举手发言不够积极主动。

(60~69分)	3.旷课次数2次或迟到早退次数3-4次或事假4-5次。
不及格 (60以下)	2. 作业书写潦草, 书面凌乱; 知识理论运用错误率高于40%。 3. 上课经常分心, 不参与小组讨论和举手发言, 不能按时完成课堂任务。 3.旷课次数>2次或迟到早退次数>4次或事假次数>5次

2. 期末考试(占总成绩的60%): 采用百分制。有两套考核方案可共任课老师选择。

(1) 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
新媒体概述和用户体验	新媒体媒介形态的进化、新媒体的未来发展趋势	名词解释 选择题 简答题 案例分析	目标1 目标2	20
新媒体用户需求分析	新媒体产品的生命周期与用户需求	名词解释 选择题 简答题 案例分析	目标1 目标2 目标3	15
新媒体用户行为分析	用户行为分析方法、建构用户行为模型步骤方法	名词解释 选择题 简答题 案例分析	目标1 目标3	10
新媒体用户心理分析	新媒体用户心理研究方法	名词解释 选择题 简答题 计算题	目标1 目标2	15
新媒体用户分析之定性研究方法	文献法、观察法、访谈法、人种志	名词解释 选择题 简答题 案例分析	目标1 目标2	15
新媒体用户分析之定量研究方法	抽样问卷调查法、内容分析法、控制实验法	名词解释 选择题 简答题 计算题 案例分析	目标1 目标2	5
新媒体用户分析之混合研究方法	卡片分类法、AB测试法合意性研究、可用性测试、数据挖掘	名词解释 选择题 简答题 案例分析	目标1 目标2	10
数据分析与数据可视化	数据分析过程和工具、因子分析、聚类分析	名词解释 选择题 简答题 案例分析	目标1 目标2	10

3. 期末考查: 建议采用大作业、课程论文或分析报告的形式, 具体形式由任课老师依据实际情况选择。

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3000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3000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3000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2000-3000字之间，未达3000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2000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。

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：助教或以上职称 学历（位）：硕士或以上 其他：双师教师
2	授课地点	√教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
3	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]余红,张雯.新媒体用户分析[M].高等教育出版社,2019.2.

[2]JesseJamesGarrett.用户体验要素[M].机械工业出版社,2011.

八、参考资料

[1]贺晴怡.抖音短视频App青年用户使用行为研究——基于满足与使用理论[J].中国报业,2023(10):248-249.DOI:10.13854/j.cnki.cni.2023.10.097.

[2]余红,孟亚.联通主义视域下翻转课堂教学模式探索——以《新媒体用户分析》为例[J].新闻论坛,2022,36(05):107-109.DOI:10.19425/j.cnki.cn15-1019/g2.2022.05.030.

[3]王琪.新媒体系统中用户行为分析与系统设计[D].复旦大学,2014.

九、网络资料

[1]大学慕课国家精品课程《新媒体用户分析》https://www.icourse163.org/course/HUST-1003174001?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcsgjg_

大纲执笔人：刘沁园

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《数字营销》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	数字营销		课程英文名称	Digital Marketing	
课程编码	J40X085F		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	无	
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			0		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《数字营销》是电子商务专业的一门专业选修课程，作为数字经济时代新营销的重要形式，数字营销已经成为“互联网+”变革的重要方向，也是企业竞争的热点选择。本课程紧跟时代发展的潮流，采用项目任务式的教学方式，深度诠释了数字营销的常见渠道和策略。本课程内容包括：数字营销概述、App营销、小程序营销、新媒体营销、社交营销、搜索引擎营销和推荐引擎营销，引领学生全面了解数字营销，提升数字营销的能力，将学生培养成为真正的应用型数字营销人才。

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： 了解数字营销的基本知识，掌握App营销、小程序营销、新媒体营销、社交营销、搜索引擎营销、推荐引擎营销的基本知识和相关的营销方法。	1.1毕业生应该掌握电子商务基础理论、新媒体电商、电子商务运营和直播电商等领域的专业知识。	1.专业知识
能力目标	目标2： 完善对各个数字营销渠道的认识，做好客户画像和客户分析，提高对数据化运营的重视，提升数据分析技能。	2.1能够深入分析电商市场和电商运营中的问题，并提出解决方案。	2.问题分析
素质目标	目标3： 不断精进大数据分析能力，学习各种知识；有好奇心和动力学习各种新的数字营销平台，以适应数字营销工作中的变化。	10.1能够不断学习和更新电子商务等相关的知识和技能，适应电商行业的快速发展和变化。	10.终身学习

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
------	----	-----------	--------	--------

数字营销概述	6	重点：初识数字营销、规划数字营销渠道、开发数字化客户、认知数字营销岗位。 难点：数字营销的构成要素和模型、规划数字营销渠道、开发数字化客户。 思政元素：树立合规意识，合理合法地进行数字营销。 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，相关案例分析并讨论。	课前：发布学习资料 课堂：要求学生积极参与课堂讨论 课后：作业任务	目标1 目标2
App营销	6	重点：App营销的策略和活动形式、应用商店推广App、投放广告推广App。 难点：投放广告推广App、实施App用户营销。 思政元素：培养与提升市场洞察能力，坚持以用户为中心，培养大局意识和目标意识。 教学方法与策略：线下教学。寻找相关App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：布置小组作业查找主题案例	目标1 目标2 目标3
小程序营销	6	重点：初识小程序营销、实施小程序推广、投放小程序广告。 难点：小程序推广的优化方法、投放小程序广告。 思政元素：坚持社会主义核心价值观，创作具有正能量的营销内容。 教学方法与策略：线下教学。课前下达任务书，陈述性知识由学生自主学习获得，课堂教学组织以工作过程为引导，并最终形成营销成果。	课前：预习学习材料 课堂：要求学生积极参与课堂讨论 课后：作业任务	目标1 目标2
短视频营销	6	重点：短视频账号设置、短视频内容策划、短视频营销推广。 难点：短视频内容策划、短视频营销推广。 思政元素：培育在短视频营销中兼顾社会效益的价值取向。 教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法、讨论开展教学，同时结合具体短视频案例进行关键点分析。	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：营销短视频制作	目标1 目标2 目标3
直播营销	6	重点：直播营销定位、开通直播的方法、开展直播营销互动活动。 难点：直播营销定位、直播营销实施。 思政元素：培养接受挑战、树立革新的观念。 教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法与讨论开展教学，同时结合热门直播带货进行关键点分析。	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：直播营销设计	目标1 目标2 目标3

社交营销	6	重点： 社交营销的概念、优势、条件和策略、社群的方法和社群成员留存技巧。 难点： 社群创建与运营、口碑营销实施与推广。 思政元素： 坚守职业道德，培养媒介素养，不发布虚假、低俗信息。 教学方法与策略： 线下教学。寻找视频、图片、各种最新素材，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：小组作业任务	目标1 目标2
搜索引擎营销	6	重点： 搜索引擎营销的概念、搜索引擎营销的基本流程、搜索引擎竞价推广。 难点： 网页分析、关键词优化、网页SEO及网站SEO的实施、竞价推广营销的实施。 思政元素： 培养良好的职业道德，树立公平竞争意识，不搞恶性竞争。 教学方法与策略： 线下教学。查阅相关政策文件，提供搜索引擎营销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：收集竞价推广案例	目标1 目标2
推荐引擎营销	6	重点： 内容推荐的原理、过程和规则、内容优化实施方法。 难点： 推荐内容优化、推荐引擎广告营销。 思政元素： 激发在主动思考中开拓思维，提升触类旁通、辩证思考的能力。 教学方法与策略： 线下教学。寻找真实的案例素材，课堂主要运用讲授法、案例分析与小组讨论开展教学。	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：课程报告	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. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。采取课程报告的形式，要求学生完成一份数字营销策划报告，评分标准如下：

等级	评 分 标 准
	1.数字营销方式的应用；2.报告结构和内容；3.报告语言表达。
优秀 (90 ~ 100 分)	1.对数字营销方式有全面的掌握 2.观点正确，思路清晰，结构完整 3.语言表达流畅，格式美观工整
良好 (80~89分)	1.对数字营销方式有较为全面地掌握 2.观点较为正确，思路较为清晰，结构较为完整 3.语言表达较为流畅，格式较为美观工整
中等 (70~79分)	1.对数字营销方式有一定的了解但不全面 2.观点基本正确，思路的清晰程度和结构的完整程度一般 3.语言表达一般，格式尚可
及格 (60~69分)	1.对数字营销方式说明不够全面 2.观点不够准确，思路不够清晰，结构不够完整 3.语言表达不够流畅，格式不够工整
不及格 (60以下)	1.对数字营销方式的描述基本没有 2.观点不明确，思路不清晰，结构不完整 3.语言表达差，格式不工整

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：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] 韩红梅、王佳. 数字营销基础与实务（微课版）[M]. 北京：人民邮电出版社，2023年4月.

八、参考资料

[1] 李永平等. 数字营销[M]. 北京：清华大学出版社，2021年.

[2] 阳翼. 数字营销（第3版）[M]. 北京：中国人民大学出版社，2022年.

网络资料

[1]中国慕课课程：数字营销：走进智慧的品牌 www.icourse163.org

[2]智慧树课程：电子商务与数字营销 www.zhihuishu.com

大纲执笔人：熊炬成

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《新媒体文案策划》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	新媒体文案策划		课程英文名称	New Media Copy Planning	
课程编码	J40X023D		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	24
实验学时/实训学时/实践学时/上机学时			实践学时：8		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

新媒体对人们的生活不断产生影响，越来越多的企业将自己的营销重心转移到新媒体领域。人们随手打开一个社交媒体，就能在其中看到各式各样、层出不穷的新媒体文案。文案的覆盖面之广、推广能力之强，使新媒体文案写作成为新媒体从业人员需要重点掌握的技能。

《新媒体文案策划》旨在讲解新媒体文案创作与传播的相关知识，对新媒体文案概述、新媒体文案的创作、不同新媒体文案的传播方法、不同行业的新媒体文案案例的相关内容进行了详细的介绍，以提高学生的对于新媒体营销传播的理解，以及新媒体营销传播的操作能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1: 学生能掌握新媒体文案创作与传播的基础知识和基本理论，熟悉新媒体文案的创作的基本流程和基本方法。	1.2 具有电子商务基础理论、新媒体电商、电子商务运营和直播电商等领域的专业知识。	1. 专业知识
能力目标	目标2: 学生应该能够应对新媒体文案相关工作，并能够针对遇到的问题做出一定的应对措施，具备分析问题和解决问题的能力，能有效的开展新媒体文案相关活动。	3.1 掌握电子商务创意、创新、创业等方面基本知识，并灵活运用知识与工具设计合理的运营与营销方案。	3. 方案设计
素质目标	目标3: 学生有意识的关注新媒体相关动态，激发对文案营销等探索意识，培养学生的探索及创新精神。	8.2 能够流利地沟通和表达自己的观点，能够使用正确的语言和术语编写报告和论文；具备有效地与他人沟通交流、合作的能力；能够进行有效的沟通协调，使得团队目标达。	8. 个人和团队

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
------	----	-----------	--------	--------

新媒体文案概述	2	重点： 认识新媒体文案的概念、了解新媒体文案岗位、新媒体文案的主要分类。 难点： 新媒体文案的构成要素。 思政元素： 正确的舆论导向，引导学生传递积极价值观和社会责任感。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前：思考“哪些文案属于新媒体文案，哪些不是？” 课堂：掌握相关知识点 课后：完成课后作业	目标1 目标2
新媒体文案的典型写作方法	2	重点： 五种新媒体文案的经典写作方法的概念、特点。 难点： 五种新媒体文案的经典写作手法的写作技巧。 思政元素： 通过情感共鸣、正面引导和社会关怀等方式，传递正确的舆论导向和积极的社会价值观。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前：思考“如何判断标题容易吸引注意？内容有代入感？有信任感？” 课堂：掌握相关知识点，练习、讨论 课后：完成课后作业	目标1 目标2
新媒体文案的前期准备	4	重点： 掌握为产品定位的其中方法；掌握为消费者画像的两种角度。 难点： 确定竞争策略 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前：思考“如何判断一个文案是销售文案？” 课堂：掌握相关知识点，练习、讨论 课后：完成课后作业	目标1 目标2 目标3
新媒体文案写作的整体构思	4	重点： 掌握新媒体文案写作的整体构思的主要内容，掌握如何确定新媒体文案的诉求方式，掌握新媒体文章的七种风格。 难点： 为新媒体文案设计切入点。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前：预习 课堂：练习、提问 课后：完成课后作业	目标1 目标2 目标3
新媒体文案写作策略	4	重点： 四种新媒体文案的正文写作策略、四种新媒体文案的结尾写作策略。 难点： 八种新媒体文案的开头写作策略、三种新媒体文案的正文写作策略。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前：预习 课堂：练习、提问 课后：完成课后作业	目标1 目标2 目标3
文字类新媒体文案写作	4	重点： 文字类新媒体文案的主要类型；微博文案、微信文案的特点与写作技巧 难点： 电商文案的特点与写作技巧。 思政元素： 文案撰写中应注重情感共鸣，弘扬正能量，引导社会关注社会正义、家国情怀等积极向上的价值观。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、	课前：思考“热点借势文案在怎样的情况下药跟进，怎样的情况下不要跟进？” 课堂：练习、提问 课后：完成课后作业	目标1 目标2 目标3

		案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。		
视音频类 新媒体文案写作	4	重点： 新媒体视频文案的分类，新媒体音频文案的写作特点和技巧 难点： 新媒体视频文案的写作特点和技巧，录播视频文案的技巧 思政元素： 文案撰写中应强调情感共鸣，倡导社会正能量，传递正面价值观，引导关注社会公益与民生问题。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前：预习 课堂：练习、分小组练习 课后：完成课后作业	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
课堂实践	文字类文案撰写训练	4	重点： 清晰、简洁地传达信息，构思富有创新和吸引力的内容 难点： 巧妙引导消费者接受观点或态度，文案具有一定影响力 思政元素： 引导正确舆论导向，传递社会责任感，弘扬家国情怀，传递正能量。	训练	在任课教师的指导下，4-6人一组完成实践任务。	目标2 目标3
课堂实践	视音频类文案撰写训练	4	重点： 打造具有创新性和感染力的内容，能通过吸引人的故事叙述方式传递信息 难点： 文字与视听表达完美融合，找到合适的情感共鸣点	训练	在任课教师的指导下，4-6人一组完成实践任务。	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。平时成绩分考勤（10%）、实践教学（10%）和作业（20%）。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.考勤；2.实践教学；3.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.从不迟到、早退、无故旷课。 3.实践报告论述合理、具有逻辑性、语句通顺、条理清晰、观点正确。 4.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.早退、无故旷课，迟到次数共少于2次。 3.实践报告论述较为合理、较有逻辑性、语句较通顺、条理较清晰、观点比较正确。 4.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.早退、无故旷课，迟到次数少于3次。 3.实践报告论述一般、逻辑性一般、语句一般通顺、条理一般、观点合理性一般。

	4.课堂表现一般。
及格 (60~69分)	1.作业书写一般、书面较整洁一般；60%以上的习题解答正确 2.早退、无故旷课，迟到次数少于5次 3.实践报告论述较差、逻辑性较差、语句通顺度较差、条理较差、观点不具有合理性 4.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%习题解答不正确。 2.早退、无故旷课，迟到次数超过5次。 3.实践报告没有完成或者态度敷衍、抄袭、不按照要求的格式完成报告、实践报告完成质量差。 4.扰乱课堂秩序。

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。有两套考核方案可共任课老师选择。

（1）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
新媒体文案概述	新媒体及新媒体文案的概念；新媒体文案的特点；新媒体文案的类型	选择题、判断题、简答题、名称解释题	目标1 目标2 目标3	约10
新媒体文案的典型写作方法	新媒体文案的五种经典写作方法	选择题、判断题、简答题、论述题	目标1 目标2	约10
新媒体文案的前期准备	新媒体文案前期准备的主要内容；市场调查和策划的主要内容和基本方法；优秀新媒体文案的特征	选择题、判断题、简答题、名词解释题、	目标1 目标2 目标3	约15
新媒体文案写作的整体构思	新媒体文案写作整体构思的主要内容；新媒体文案常用的四个诉求点；新媒体文案的七种风格	选择题、判断题、简答题、案例分析题、论述题	目标1 目标2 目标3	约15
新媒体文案写作策略	四种新媒体文案标题的写作策略；八种新媒体文案的开头写作策略；三种新媒体文案的正文写作策略；新媒体文案的四种结尾写作策略	选择题、判断题、简答题、论述题、案例分析题	目标1 目标2 目标3	约10
文字类新媒体文案写作	微信、微博、电商文案的特点及写作技巧	选择题、判断题、简答题、案例分析题	目标1 目标2 目标3	约20
视音频类新媒体文案写作	视频、音频文案的特点及写作技巧	选择题、判断题、简答题、案例分析题	目标1 目标2 目标3	约20

备注：每个考核模块的题型可以根据实际需要选择，不必全部题型都涵盖。

（2）期末考查采用撰写一份文案并拍摄成视频，以4-6人为组，以小组为单位完成一份指定主题的文案撰写及视频拍摄、剪辑。

等级	评 分 标 准
	1.创意构思；2.文案语言；3.视频制作；4.技术运用
优秀 (90~100分)	1. 创意独特，能吸引目标受众的注意力，并通过故事情节和视觉效果传递有效信息； 2. 文字表达准确、生动，用词恰当，能引发情感共鸣，并与视频内容相协调； 3. 剪辑流畅，配乐和音效合理运用，画面美观，与文案内容紧密结合； 4. 熟练掌握拍摄、剪辑和后期制作等技术工具，运用恰当，能有效增效视频效果。
良好	1.创意较为独特，基本能吸引目标受众的注意力，有一定故事情节和视觉

(80~89分)	效果; 2.文字表达基本准确、生动,用词相对恰当,基本能引发情感共鸣,并与视频内容基本协调; 3.剪辑较流畅,基本能运用配乐和音效,画面较美观,与文案内容能结合; 4.拍摄、剪辑和后期制作等技术工具掌握得当,有一定增效视频效果。
中等 (70~79分)	1.创意一般,有一定吸引力,但缺乏独特性或创新元素; 2.文字表达基本恰当,但可能存在不够引人入胜的问题; 3.剪辑基本流畅,配乐和音效运用一般,画面质量尚可,与文案内容关联度一般; 4.基本掌握相关技术工具,存在一些技术上的不足。
及格 (60~69分)	1.创意一般,吸引力不足,但缺乏创新元素; 2.文字表达一般,但可能存在表达不够生动或不当的问题; 3.剪辑不太流畅,有配乐和音效,画面质量一般,与文案内容关联度低; 4.不太熟悉相关技术工具,存在一些技术上的不足或运用不当。
不及格 (60以下)	1.创意不足,缺乏吸引力和独特性,无法引起目标受众的兴趣; 2.文字表达含混不清,难以理解或使用错误的语言表达方式; 3.剪辑不流畅,配乐和音效运用不当,画面质量较差,与文案内容不协调; 4.技术运用不熟练,无法有效利用相关技术工具,影响视频质量和效果。

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:助教及以上 其他: 学历(位):硕士及以上
2	课程时间	周次:1-16周 节次:每周2节课
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,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]《新媒体文案写作与传播》·宋红梅·人民邮电出版社·2021年9月

八、参考资料

- [1]《新媒体文案策划与写作》.骆芳、秦云霞主编.人民邮电出版社,2019年
[2]《新媒体文案创作与传播》.叶小鱼、勾俊伟.人民邮电出版社,2017年
[3]《广告文案习作教程》,郭有献,中国人民大学出版社,2019年

网络资料

- [1] <https://shopee.com/index.html>
[2] <https://www.amazon.com/>

大纲执笔人:黎贺桃

讨论参与人:

系(教研室)主任:谭芬

学院(部)审核人:邢风云

《社群营销与运营》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	选修	课程属性	理论
课程名称	社群营销与运营		课程英文名称	Community Marketing And Operations	
课程编码	J40X079D		适用专业	电子商务（专升本）	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	32	学分	2	理论学时	24
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时：8		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《社群营销与运营》是电子商务（专升本）专业的一门专业选修课程，社群的营销与运营方法是电子商务学生必修技能之一。《社群营销与运营》系统地介绍了社群营销与运营的基本知识，并从实际出发，详细介绍了当前常用的社群营销与运营方法、技巧和策略，包括社群营销概述，社群构建的步骤、社群活动运营、社群品牌化运营、社群营销推广、社群团队管理等内容。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。

四、课程教学目

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1：掌握社群运营基础理论，了解社群行业最新发展趋势和技术变革。	1. 1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。	1. 专业知识
能力目标	目标2：具备方案设计的能力，能够根据市场需求和企业战略，制定合理的社群运营方案。	3. 2通过本课程的教学，学生能够制作完整的社群营销活动策划案、并具有可落地执行性。	3. 方案设计
	目标3：具备良好的个人素质和团队协作能力，能够在团队合作中发挥自己的专业优势和协调能力。	8. 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. 个人和团队
素质目标	目标4：具备良好的沟通能力，能够与不同层次、不同领域的人进行沟通交流、协调合作，并有效解决问题。	9. 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。	9. 沟通

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	2	重点： 熟悉社群的定义、熟悉社群的类型、社群的商业价值、社群营销的定义与特点、社群营销的策略 难点： 掌握社群的构成要素、社群的生命周期、主流的社群营销平台 思政元素： 了解“学习强国”APP为内容主题的社群运行模式、了解知识分享型社群对党政工作的积极意义。 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路，并通过案例法提高学生学习和实操能力。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，自由选择学习相关案例。	目标1 目标3
构建优质社群	2	重点： 熟悉合理的社群结构的搭建、打造社群成员荣誉感与归属感的方法 难点： 掌握社群构建、制定社群规则的方法、社群聚拢目标用户的方法 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以小组讨论，引导学生自主分析案例，并总结模式，以此提高学生总结概括、分析问题的能力。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习，组件小组、自由选择学习相关案例。	目标1 目标2 目标3 目标4
社群用户运营	4	重点： 用户运营概述、熟悉用户入群动机、种子用户的概念 难点： 掌握社群用户运营的流程、激发用户主动性的方法、培养种子用户的方法 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以小组讨论，引导学生自主分析案例，并总结模式，以此提高学生总结概括、分析问题的能力。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 复习巩固、课后练习。	目标1 目标2
社群活动运营	4	重点： 熟悉社群活动运营概述、社群积分定义、熟悉社群红包类型 难点： 掌握社群活动运营流程、社群积分活动操作方法、社群分享活动操作方法、社群红包操作方法、线下活动操作方法 教学方法与策略： 线下教学+实训练习。课堂主要运用讲授法开展教学，并以小组为单位撰写方案，以此提供学生团队合作能力和实际操作能力。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动、实际操作练习 课后： 复习巩固、课后练习，撰写社群运营活动方案。	目标1 目标2 目标3 目标4
社群品牌化运营	4	重点： 熟悉社群品牌化运营概述、社群裂变、品牌社群运营的注意事项 难点： 掌握搭建品牌社群的步骤、掌握扩大社群规模的方法、掌握社群品牌输出推广矩阵。 思政元素： 学习“有书”社群运营案例、扩展至读书以及终身学习的重要性。 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以启发式提问拓宽	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动、实际操作练习 课后： 复习巩固、课后练习，规划短视频内容、拆解品牌社群运营模式。	目标1 目标2 目标3

		学生学习思路，并通过案例法提高学生学习和实操能力。		
社群营销推广	4	重点： 熟悉如何利用群主个人品牌魅力做宣传、如何让群内成员帮助宣传 难点： 掌握社群的引流途径、社群的裂变“涨粉”设计广告、佣金、知识付费、打赏、带货 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路，并通过案例法提高学生学习和实操能力。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动、实际操作练习 课后： 复习巩固、课后练习，案例拆解。	目标1 目标2
社群团队管理	2	重点： 建立社群运营团队的方法、熟悉社群运营团队的基本要求、KPI的定义 难点： 掌握完善团队的管理沟通机制的方法、留住社群运营成员的方法、制定合理KPI的方法、社群运营KPI的设置 教学方法与策略： 线下教学+实训练习。课堂主要运用讲授法开展教学，并让学生自行设计KPI考核模板，以此提高学生学习兴趣和实操能力。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动、实际操作练习 课后： 复习巩固、课后练习，小组设计KPI考核。	目标1 目标2 目标3 目标4
社群商业变现	2	重点： 熟悉社群变现率低的原因、其他社群变现方式 难点： 掌握社群销售商品变现的方法、社群知识付费变现的方法、社群人脉变现的方法、社群分销变现的方法 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路，并通过案例法提高学生学习和实操能力。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动、实际操作练习 课后： 复习巩固、课后练习，案例拆解。	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	撰写社群运营策划案	4	重点： 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 难点： 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。	训练	（1）掌握搭建品牌社群的步骤 （2）掌握扩大社群规模的方法 （3）掌握社群品牌输出推广矩阵	目标1 目标2 目标3 目标4
实训	策划社群线下活动	4	重点： 社群线下活动筹备期、宣传期的工作内容和方法。 难点： 社群线下活动策划期的工作内容和方法。	训练	（1）社群线下活动策划期的工作内容和方法。 （2）社群线下活动筹备期的工作内容和方法。 （3）社群线下活动宣传期的工作内容和	目标1 目标2 目标3 目标4

					方法。	
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%）三个部分。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。有两套考核方案可共任课老师选择。

(1) 期末考查课考试的考核内容、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
模块1	熟悉社群的定义、熟悉社群的类型、社群的商业价值、社群营销的定义与特点、社群营销的策略	名词解释、单选题、多选题、简答题、填空、判断题	目标1 目标2	10
模块2	社群构建、制定社群规则的方法、社群聚拢目标用户的方法	单选题、多选题、简答题、填空、判断题	目标1 目标2	10
模块3	用户入群动机、种子用户的概念	名词解释、单选题、多选题、简答题、填空、判断题	目标1 目标2	10
模块4	社群活动运营概述、社群积分定义	名词解释、单选题、多选题、简答题、填空、判断题	目标1 目标2	10
模块5	搭建品牌社群的步骤、扩大社群规模的方法、社群品牌输出推广矩阵。	单选题、多选题、简答题、填空、判断题、	目标1 目标2	20
模块6-7	社群运营团队的基本要求、KPI的定义、社群的引流途径、社群的裂变“涨粉	名词解释、单选题、多选题、简答题、填空、判断题	目标1	10

	”设计		目标2	
模块 1-8	社群运营策划案	名词解释、单选题、多选题、简答题、填空、判断题、案例分析题、材料题	目标1 目标2 目标3	30

(2) 期末考查：学生自选一个品牌，对该品牌的社群运营方式进行分析评价，探讨该品牌社群运营的优势与不足，并提出优化建议，并形成一份分析评价报告。

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3000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3000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3000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2000-3000字之间，未达3000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2000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。

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：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]李兰青. 社群营销与运营[M].背景：人民邮电出版社出版教材,2023.

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

八、参考资料

[1] 从流量变现到关系变现：社群经济及其商业模式研究. 程明;周亚齐. 当代传播, 2018

[2] 社群经济背景下的品牌传播与营销策略研究. 王战;冯帆. 湖南师范大学社会科学学报, 2017

[3] 价值共创研究的演进与展望——从“顾客体验”到“服务生态系统”视角. 简兆权; 令狐克睿; 李雷. 外国经济与管理, 2016

九、网络资料

[1] 中国大学慕课, <https://www.icourse163.org/>

[2] 营销传播网 <http://www.emkt.com.cn/>

大纲执笔人: 陈啸

讨论参与人:

系(教研室)主任: 谭芬

学院(部)审核人: 邢风云

《市场调查分析实训》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	市场调查分析实训		课程英文名称	Market Investigation and Analysis Experiment	
课程编码	J40B080Y		适用专业	电子商务（专升本）	
考核方式	考查		先修课程	经济数学、统计学	
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		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《市场调查分析实训》是本科高等学校电子商务专业的一门基本技能训练课程，是培养学生解决问题能力的一个重要手段。该课程以SPSS软件为工具，介绍一手数据的搜集与分析方法，包括调查主题的确定、调查方案的设计、问卷设计、调查方法、抽样设计、问卷回收与整理、数据处理与分析、调查报告的撰写等相关市场调查分析的各环节。通过学生自己动手操作，将市场调查分析的理论知识与实际操作有机结合在一起，从而提高学生实际搜集数据和处理数据的能力，为其今后所从事的工作打下坚实的基础，使学生成为理论与实际相结合的专业人才。该课程是一门实践性很强的课程，将市场营销、消费者行为、统计分析方法等综合运用于实践中。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1：通过本课程的学习，学生能够熟练掌握统计分析软件SPSS各种数据分析功能的操作。	5-1：能够使用恰当的技术、资源和信息技术工具，根据需要为特定目的选择和运用适当的工具和技术，包括计算机、统计、数学等。	5.使用现代工具
能力目标	目标2：掌握一手和二手数据的搜集与分析方法，并能够运用所学知识解决实际问题。	2-4：具有综合分析能力，能结合理论知识与实践，解决实际问题。	2.问题分析
	目标3：运用科学方法搜集数据和信息，并使用合适的统计分析方法进行数据处理，同时能够对软件输出结果进行有效分析。	4-3：能够基于科学原理并采用科学方法对电子商务市场问题进行研究，包括实验、分析与解释数据、并通过信息综合得到合理有效的结论。	4.研究

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
上机	调查主题确定和调查方案设计	4	重点： 调查方案设计内容及注意事项。 难点： 可行且有实际调查意义的调研主题确定。	设计	4-6人一组，通过充分查阅相关二手资料来确定调查主题，并由任课老师进行把关；根据调查	目标3

					主题，分工合作完成调查方案设计。	
上机	调查方法	4	重点： 问卷调查方法（搜集定量数据，包括电话调查、面访调查等）；定性调查方法（搜集定性数据，包括小组座谈、深层访谈、德尔菲法等）。 难点： 根据确定的调查主题选择合适的调查方法。	训练	4-6人一组，针对本组的调查主题，通过充分的讨论后确定合适的调查方法。	目标2
上机	问卷设计	4	重点： 问卷的类型、结构；问题的形式、排序；问句的措辞。 难点： 问卷的问句内容设计。	设计	4-6人一组，根据本组调查主题，通过充分查阅相关二手资料来设计调查问卷。	目标2
上机	抽样方法	4	重点： 概率抽样方法（包括简单随机抽样、分层抽样、系统抽样、整群抽样、多阶段抽样）；抽样框；非概率抽样方法（包括方便抽样、判断抽样、配额抽样）。 难点： 针对具体的调查主题，如何选择合适的抽样方法。 思政元素： 通过“《文学摘要》厄运”案例的讲解，要求学生在进行抽样设计时坚持严谨的科学态度。	设计	4-6人一组，根据本组的调查对象及可行性，确定合适的抽样方法。	目标2
上机	预调查数据的信度效度分析、问卷修改及完善	4	重点： 预调查数据的清洗；信度和效度分析。 难点： 问卷的修改及完善。	训练	4-6人一组，从问卷星里导出预调查数据，进行数据清洗得到有效数据，再进行信度和效度分析。根据信度效度分析结果来修改问卷。	目标1 目标2 目标3
上机	描述性统计分析方法	4	重点： 数据的可视化；集中趋势分析；离散趋势分析；偏度和峰度分析。 难点： 交叉列联分析。 思政元素： 以奥运会奖牌数目的数据为例讲解数据的可视化及分析，增强学生的爱国主义情怀。	训练	每组成员根据本组的正式调查数据完成描述性统计分析。	目标1 目标2 目标3
上机	模型分析方法	4	重点： 线性回归分析、卡方检验。 难点： logistic回归分析。	训练	每组成员根据本组的调查目的选择合适的模型进行分析。	目标1 目标2 目标3
实训	调查报告撰写	4	重点： 调查报告的类型；调查报告的内容。 难点： 调查报告每部分内容的要点。 思政元素： 通过介绍统计职业道德规范，培养学生实事求是、不出假数据的态度。	综合	每组成员分工合作完成调查报告必要部分的撰写。	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、期末实训报告成绩两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。平时成绩由小组汇报成绩（占15%）和考勤（占15%）两个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.小组汇报；2.考勤
优秀 (90~100分)	1.汇报材料格式规范，汇报内容完整、清晰，90%以上准确。 2.全勤。
良好 (80~89分)	1.汇报材料格式规范，汇报内容完整、清晰，80%以上准确。 2.旷课1次。
中等 (70~79分)	1.汇报材料格式较规范，汇报内容较完整、清晰，70%以上准确。 2.旷课2次。
及格 (60~69分)	1.汇报材料格式一般规范，汇报内容一般完整、清晰，60%以上准确。 2.旷课3次。
不及格 (60分以下)	1.汇报材料格式不规范，汇报内容不完整、清晰，40%以上不准确。 2.旷课4次及以上。

2. 期末实训报告（占总成绩的70%）：采用百分制。期末实训报告组成及分值分配情况详见下表：

考核模块	考核内容	支撑目标	分值
调查背景及意义	调查主题的确定	目标3	10
	二手资料的搜集与整理	目标2	10
调查方案设计	调查方案的完整性、可行性	目标3	10
	问卷设计及抽样设计的合理性、可行性		10
	调查方法的选择	目标2	5
调查数据预处理	预调查及正式调查数据的清洗	目标1	5
	预调查及正式调查数据的信度、效度分析		10
调查数据分析	数据的图表展示及分析、模型分析	目标1 目标3	20
结论与建议	根据调查数据分析总结出调查结论	目标3	10
	根据调查结论给出切实可行的建议		10

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：9-16周 节次：4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：授课实验室，上课中

七、选用教材

[1]简明,金勇进,蒋妍,王维敏. 市场调查方法与技术(第四版)[M]. 北京:中国人民大学出版社,2018年8月.

[2]周俊. 问卷数据分析——破解SPSS的六类分析思路(第2版)[M]. 北京:电子工业出版社,2020年1月.

八、参考资料

[1]徐映梅. 市场调查理论与方法[M]. 北京:高等教育出版社,2018年9月.

[2]薛薇. 统计分析与SPSS的应用[M]. 北京:中国人民大学出版社,2021年1月.

[3]吴明隆. 问卷统计分析实务[M]. 重庆:重庆大学出版社,2018年1月.

网络资料

[1]市场调查与研究. 中国大学慕课网站, <https://www.icourse163.org>.

[2]SPSS数据分析基础. 中国大学慕课网站, <https://www.icourse163.org>.

[3]国家统计局, stats.gov.cn.

[4]广东统计信息网, gd.gov.cn.

大纲执笔人: 陈孔艳

讨论参与人: 刘飞雨

系(教研室)主任: 毛新平

学院(部)审核人: 邢风云

EXCEL商务应用》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	EXCEL商务应用		课程英文名称	EXCEL Business Application	
课程编码	J40B002Y		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	大学计算机、统计学等	
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			数字经济学院		

二、课程简介

《EXCEL商务应用》是本科电子商务专业的一门学科基础必修课程,是后续专业拓展课程的重要基础。该课程对培养电子商务人才数据分析能力和数据分析软件操作能力的提高具有重要作用。《EXCEL商务应用》以Excel在电子商务实际应用中实操模拟演练为主,系统介绍商务数据分析基础、数据的输入与编辑、数据的突出与可视化、数据排序和筛选、市场环境分析、产品销售数据分析、订单与库存分析、销售费用分析、财务数据分析和营销决策分析等。通过本课程的学习,使学生掌握Excel的基本应用,从而能够理论联系实际,利用Excel分析和解决实际商务问题,使学生成为理论与实际相结合的专业人才。EXCEL商务应用实训是一门理论与应用紧密结合的课程,它以大学计算机、商务数据分析、统计学等经济学相关专业课程为基础,通过Excel功能解决商务问题。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1: 了解电商数据的获取和预整理、描述性分析方法和流程;熟练掌握Excel的基本公式;会运用Excel进行市场环境、产品销售数据、订单与库存、销售费用、财务数据和营销决策分析和计算。	2. 问题分析: 毕业生应该具备问题分析的能力,能够深入分析电商市场和电商运营中的问题,并提出解决方案。	2. 问题分析。
能力目标	目标2: 培养作为一个电商类专业人员必须具备的搜集、整理和分析信息的能力,同时能够运用所学知识解决实际问题。	4. 研究: 毕业生应该具备独立研究的能力,能够开展电子商务相关领域的研究工作,探索电子商务领域的新技术、新模式、新趋势。	4. 研究。

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
上机	商务数据分析基础	4	重点: 商务数据的定义和作用, 商务数据分析的指标。 难点: 商务数据的分类和来源, 商务数据的分析的流程。 思政元素: 介绍商务数据分析中应用的重要性, 培养学	训练	课前: 预习课程大纲。 课堂: 通过介绍Excel与其它分析工具的关系及Excel在电商等实际部门应用的范围, 用实例解析对EXCEL的商务应用等, 任课老师进行把关和进一	目标1 目标2

			生科学探索精神。		步的修正和补充。	
上机	使用EXCEL表格管理店铺信息商品销售情	4	重点： 使用电子表格管理供货信息、客户信息和商品信息 难点： 利用电子表格进行实际操作，并学会打印设置。	训练	课前：预习课程大纲。 课堂：通过介绍Excel与其它分析工具的关系及Excel在商务方面实际部门应用的范围，用实例解析对EXCEL的商务应用等，任课老师进行把关和进一步的修正和补充。	目标1 目标2
上机	产品购买销售数据分析和订单与库存分析	4	重点： 产品销售数据分析包括：产品销售数据分析、产品畅滞销分析，多点店铺销售数据分析。订单分析包括订单和库存分析、计算产品的出入库金额。 难点： 学习产品出入库金额计算和产品库龄计算。客户情况分析，客户总体情况分析。	训练	课前：复习单变量求解，数据透视表和规划求解相关内容 课堂：演示例子，然后练习	目标1 目标2
上机	销售费用分析和财务数据分析	4	重点： 销售收入与销售成本分析，产品费用结构表分析。财务数据分析。 难点： 学习销售收入、销售成本、销售费用的计算，销售收入与销售成本回归分析，计算利润预测和利润表比率分析，理解两者的意义和操作	训练	课前：复习回归分析相关内容 课堂：演示例子，然后练习	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、期末实训报告成绩两个部分组成。

1. **平时成绩（占总成绩的40%）：**采用百分制。平时成绩由小组汇报成绩和个人作业（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. 小组汇报；2. 考勤
优秀 (90~100分)	1. 汇报材料格式规范，汇报内容完整、清晰，90%以上准确。 2. 全勤。
良好 (80~89分)	1. 汇报材料格式规范，汇报内容完整、清晰，80%以上准确。 2. 全勤。
中等 (70~79分)	1. 汇报材料格式较规范，汇报内容较完整、清晰，70%以上准确。 2. 全勤。
及格 (60~69分)	1. 汇报材料格式一般规范，汇报内容一般完整、清晰，60%以上准确。 2. 旷课1次。
不及格 (60分以下)	1. 汇报材料格式不规范，汇报内容不完整、清晰，40%以上不准确。 2. 旷课2次及以上。

2. **期末考查（占总成绩的60%）：**采用百分制。期末实训报告的内容、类型和分值分配情况请见下表：

考核	期末报告考核内容	主要	支撑	分
----	----------	----	----	---

模块		题型	目标	值
Excel基本数据处理能力	考察Excel基础功能和Excel 数据应用，主要包括主要公式和函数的理解与应用，单变量求解；会依据数据作基本图形（折线、散点、柱状等）。	实训报告	目标1 目标2	30
Excel在电商中的实际应用	会处理原始数据，并应用于目标任务计算和简单电商问题Excel解决办法，能较好的依据实际问题设计excel合理的表格。		目标1 目标2	40
报告格式要求	整个报告排版美观，结构合理，任务按照步骤全部完成、结果正确。		目标1 目标2	30

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周的4周 节次：4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：授课实验室，上课中

七、选用教材

徐书魁等. WPS Office商务数据分析与应用. [M]. 北京:人民邮电出版社, 2022年7月

王薇等. Excel商务数据处理与分析(第2版) [M]. 北京:人民邮电出版社, 2023年7月

八、参考资料

[1]王汉生. Excel商务数据分析与应用[M]. 北京:人民邮电出版社, 2016. 12

[2]西蒙·本尼卡. 基于Excel的电商学原理(第二版) [M]. 北京:中国人民大学出版社, 2014. 8

[3]格莱葛. W. 霍顿. 投资学——以Excel为分析工具(第三版) [M]. 北京:机械工业出版社, 2010年5月

网络资料

[1]Excel实务技能与电商应用. B站,

https://www.bilibili.com/video/BV1Ly4y1q7Tt?from=search&seid=972863816816010610&spm_id_from=333.337.0.0

[2] Excel函数与公式教程. B站,

https://www.bilibili.com/video/BV1sJ41ld7x8/?spm_id_from=333.788.recommend_more_video.11

[3] Excel VBA从入门到进阶

https://www.bilibili.com/video/BV1wW411L78R?from=search&seid=16408065269683136825&spm_id_from=333.337.0.0

大纲执笔人：赖沛东

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《电商数据化运营实战》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	电商数据化运营实战		课程英文名称	Practical Implementation of E-commerce Data Operation	
课程编码	J40B018Y		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	经济学、统计学	
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			实训学时：24		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《电商数据化运营实战》是本科高等学校电子商务专业一门重要的专业课程，是电子商务数据分析课程的实训课。该课程对培养金融人才数据分析能力和数据分析软件操作能力的提高具有重要作用。《电商数据化运营实战》以电子商务数据分析为基础，通过统计学和计量经济学模型对金融数据的进行分析和应用。该课程以选择相应的数据分析软件进行教学，包括SPSS和Excel等，系统地介绍了电子商务数据分析的实训和操作内容，包括电子商务数据采集、 电子商务数据处理、电子商务数据分析方法、电子商务数据可视化、 电子商务市场数据分析、电子商务运营数据分析、电子商务产品数据分析和电子商务数据分析报告等内容。电商数据化运营实战是理论与实际紧密结合，以经济理论和电子商务数据为依据，运用数学、统计学和计量经济学的方法，通过数据分析软件建立模型来研究电子商务数量关系和规律。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1: 学生需根据电子商务数据进行电子商务方案设计，能够根据市场需求和企业战略，制定合理的电子商务运营方案。	3. 方案设计：毕业生应该具备方案设计的能力，能够根据市场需求和企业战略，制定合理的电子商务运营方案。	3. 方案设计
	目标2: 学生需了解电子商务数据分析的基本步骤；掌握电子商务数据的内容；学会包括电子商务数据采集、 电子商务数据处理、电子商务数据分析方法、电子商务数据可视化、 电子商务市场数据分析、电子商务运营数据分析、电子商务产品数据分析和电子商务数据分析报告等内容。	4. 研究：毕业生应该具备独立研究的能力，能够开展电子商务等相关领域的研究工作，探索电子商务领域的新技术、新模式、新趋势等。	4. 研究。
能力目标	目标3: 通过本课程的学习，学生能够针对电子商务数据分析的问题进行研究，通过收集和分析数据，对模型结果进行综合解释，得出有效结论。	5. 使用现代工具：毕业生应该熟练掌握电子商务等相关的现代工具和软件，能够运用电商平台、网络营销、数据分析等工具进行电商运营	5. 使用现代工具。

		和决策分析。	
素质目标	目标4: 通过本课程的学习,学生能够针对电子商务数据分析的方法和数据分析工具进行不断的学习,进一步提升自身的数据分析能力。	10.终身学习: 毕业生应该具备终身学习的意识和能力,能够不断学习和更新电子商务等相关的知识和技能,适应电商行业的快速发展和变化。	10.终身学习

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
上机	电子商务数据采集和预处理	4	重点: 使用八爪鱼采集器采集数据,体验数据的分析过程。 难点: 掌握电子商务数据处理与预处理,掌握电子商务数据、缺失值、重复值和错误值处理,电子商务数据变换 思政元素: 通过介绍电子商务数据分析职业道德规范,要求学生处理数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	在任课教师的指导下,每位学生认真进行上机操作并完成线性回归相关上机作业。	目标2 目标3
上机	电子商务数据分析方法	6	重点: 通过本部分的学习,要求学生对数据进行描述统计、相关分析和回归分析。 难点: (1) 电子商务数据文件的读取,数据的网络获取,数据库的访问和数据处理的常用的函数的掌握; (2) 掌握常见电子商务图表的绘制。 (3) 掌握相关分析和回归分析。	训练	在任课教师的指导下,每位学生认真进行上机操作并完成描述统计、相关分析和回归分析。	目标2 目标3
上机	电子商务数据可视化	4	重点: 通过本部分的学习,要求学生对SPSS和Excel整体介绍和处理 难点: (1) 电子商务数据文件的读取,数据的网络获取,数据库的访问和数据处理的常用的函数的掌握; (2) 掌握常见电子商务图表的绘制。 (3) 掌握时间序列图形的绘制。	训练	在任课教师的指导下,每位学生认真进行上机操作并完成直方图、散点图等金融学图表方面的上机作业。	目标2 目标3
上机	时间序列分析	6	重点: 掌握时间序列平稳性检验、ARMA模型的定阶、ARMA模型的预测等方法的基本原理和应用。 难点: (1) 利用信息准则进行RMA模型的定阶。 (2) 结合论文讲解ARMA模型的应用。	训练	在任课教师的指导下,每位学生认真进行上机操作并完成时间序列平稳性检验、	目标2 目标3

					ARMA模型的定阶、ARMA模型的预测的上机作业。	
上机	电子商务数据报告撰写	4	重点： 电子商务数据分析理论与现实数据；实证分析的主要步骤；实证报告的结构。 难点： （1）实证分析的主要步骤； （2）实证论文的结构；	训练	在任课教师的指导下，完成电子商务报告撰写	目标1 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闭卷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。考勤占10%，作业占10%，小组汇报或电子商务报告占20%。通过课堂教学，学生对金融大数据的步骤和原理都有所了解，在此基础上要求学生学完每一个案例设计和分析步骤后完成相应的方案报告或资料总结。

等级	评 分 标 准
	1.作业；2.小组汇报或电子商务报告；3.考勤
优秀 (90~100分)	1.作业操作过程详细，数据结果解析清楚，并且代码注释清楚 2.表达思想清楚，文字连贯，连贯性较好，基本上无逻辑和格式错误，仅有个别小错。 3.全勤
良好 (80~89分)	1.作业操作过程详细，数据结果解析清楚，但是格式出现错误。 2.表达思想清楚，文字连贯，无逻辑性错误但有少量格式错误。 3.迟到2次或者旷课1次
中等 (70~79分)	1.作业操作过程交待清楚，数据结果解析并不太清楚，格式出现错误。 2.基本切题。有些地方表达思想不够清楚，逻辑勉强连贯；表述错误较多，其中有一些是严重错误。 3.旷课2次
及格 (60~69分)	1.作业操作过程交待不清，数据结果解析并不太清楚，格式出现错误。 2.较多地方表达思想不够清楚，逻辑不连贯；只有图表并无解析。 3.旷课3次
不及格 (60以下)	1.作业操作过程交待不清，没有数据结果解析，格式出现错误。 2.较多地方表达思想不够清楚，逻辑不连贯；图表格式不对。 3.旷课3次以上

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。采用撰写课程报告的形式，主要考察学生对电子商务数据分析基础、电子商务数据分析方法、电子商务数据可视化、电子商务数据实务分析和电子商务数据报告撰写的考察。期末实训报告的内容、类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
------	------	------	------	----

电子商务数据分析基础	电子商务数据收集	选择题、判断题、填空题	目标2	10
	电子商务数据预处理	选择题、判断题、填空题	目标3	10
电子商务数据分析方法	电子商务数据分析方法, 包括描述统计、相关与回归分析、时间序列分析	选择题、计算题	目标2 目标3	30
电子商务数据可视化	电子商务数据可视化	图表解析题	目标2 目标3	10
电子商务数据实务分析	电子商务市场数据分析、电子商务运营数据分析	选择题、判断题、填空题	目标2 目标3	30
电子商务数据报告撰写	电子商务报告撰写步骤和结构	选择题、简答题、分析题	目标1 目标4	10

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 其他: 有金融数据分析的经验
2	课程时间	周次: 1-16周中的6周 节次: 4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]孙德刚, Excel电子商务数据分析与应用[M], 北京: 人民邮电大学出版社, 2023. 08

[1]范刚龙, 电子商务数据分析及应用[M], 北京: 人民邮电大学出版社, 2023. 08

[2]李志芳等, 电子商务数据分析[M], 北京: 人民邮电大学出版社, 2023. 06

[2]徐文瑞等, 电子商务数据分析[M], 北京: 人民邮电大学出版社, 2023. 06

八、参考资料

[1] Mark Lutz 著, 邹晓, 翟乔, 任发科等译, Python 编程 上下册[M], 北京: 中国电力出版社, 2018-01

[2] David Beazley, Brian K. Jones著, 陈舸译, Python Cookbook[M], 北京: 人民邮电出版社, 2015, 07

[3] 卢西亚诺·拉马略 (Luciano Ramalho), 流畅的Python[M], 北京: 人民邮电出版社, 2017. 4

网络资料

[1]微信公众号: Python中文社区

[2]专业开发者社区 <https://www.csdn.net/>

[3]大数据分析技术与应用一站式学习 http://c.biancheng.net/big_data/

其他资料

[1]聚宽: <https://www.joinquant.com/view/user/floor?type=mainFloor>

[2]kaggle: <https://www.kaggle.com/>

大纲执笔人: 赖沛东

讨论参与人:

系(教研室)主任: 谭芬

学院(部)审核人: 邢风云

《直播电商实战》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	直播电商实战		课程英文名称	Live-streaming E-commerce Practical Operation	
课程编码	J40B065Y		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	直播电商基础	
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			数字经济学院		

二、课程简介

《直播电商实战》是电子商务专业的专业实践课程，旨在培养学生掌握直播营销与运营实战技能。课程从直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品与规划等各个方面的内容进行仿真实训，使学生能够熟知直播营销的基本概念和政策，遵守直播平台规则，进行直播营销与运营工作，具备直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品与规划、直播引流互动、直播数据分析等业务能力。此外，课程还注重培养学生的团队合作意识和创新思维，在真实场景中提升学生的应变能力和沟通技巧。总之，本课程旨在培养学生成为具有直播电商实践能力的专业人才，为其未来从事电子商务相关岗位打下坚实基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标1: 掌握直播的常见类型和运营流程；熟悉直播设备的选择技巧以及直播间的场景搭建与布置技巧；具备直播策划与运营的能力；掌握直播商品的选择和上架技巧，包括选品策略和促销手段；掌握直播话术；掌握直播运营与数据分析的技巧，包括引流互动和效果评估等。通过达到这些目标，学员将能够全面应用直播电商的知识和技能。	2-1掌握营销理论与基本技能，能够理论与实践紧密结合，解决实际问题	2. 问题分析
能力目标	目标2: 能够独立策划直播活动脚本；具备组建直播团队的能力，并能够打造各类主播人设；能够熟练运用“四步营销法”推广直播间商品，吸引观众关注和购买；具备布置直播间设备、环境与灯光的技巧，以营造良好的直播氛围；能够选择、陈列和管理直播间商品，提升商品展示效果与销售转化率；掌握利用各种手段提升直播间氛围的技巧，如互动游戏、抽奖等，增强观众参与度；具备对直播间数据进行分析与复盘的能力，从而优化运营策略并提升直播效果。	5-3掌握多媒体和信息技术的相关工具与软件	5. 使用现代工具能力

素质目标	目标3: 通过实训任务锻炼学生的沟通协作能力、创新思维、问题解决能力,同时,通过任务合作、团队讨论和直播实战等形式,培养学生的团队合作精神,包括有效沟通、互相支持、协调合作以及积极参与集体决策等能力。培养具备直播行业的基本职业道德,热爱直播工作,虚心学习,勤奋工作,遵守行业法律、法规的应用型人才。	7-1具备职业道德、职业操守、职业形象等方面的素质,能够遵守职业道德准则,保持职业的专业态度和形象。	7. 职业规范。
		8-3具有共同的目标意识,以“团队为重、个人为次”,全力以赴完成任务;能够在团队中有效地进行决策与管理,为团队的发展提供保障。	8. 个人和团队。
		9-1具有良好的团队交流和一定的领导能力,能够在电子商务实践中进行有效的沟通;具备组织协调、团队合作的能力。	9. 沟通。

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	打造高效的直播团队	4	重点: 在直播团队岗位设置的基础上构建直播团队、根据主播自身的条件策划并打造主播的人设。 难点: 主播的人设打造。 思政元素: 通过构建直播团队和打造主播人设的实战训练,培养学生的团队合作意识和创新能力,并注重将社会主义核心价值观融入主播人设的塑造中,培养学生的社会责任感和良好的职业道德。	综合	小组破冰,根据班级人数合理分组,打造直播团队。确定组员岗位职责与分工,确定主播人设。	目标1 目标2 目标3
实训	直播活动与脚本策划	6	重点: 熟悉直播活动的基本流程、直播营销活动流程规划。 难点: 直播活动脚本策划。 思政元素: 注重培养学生的团队合作能力,鼓励他们在分工协作、意见沟通和共同目标下共同完成整场直播脚本的编写。	综合	每个人根据分配的任务要求编写直播活动脚本并展示小组优秀的直播脚本。	目标1 目标2 目标3
实训	直播间装修布置	2	重点: 根据直播需求选用直播设备、学会直播间的场景和灯光布置。 难点: 学会直播间的场景和灯光布置。	综合	直播小组根据不同的产品配置直播间设备,搭建直播间。	目标1 目标2
实训	直播间的预热引流	2	重点: 掌握短视频拍摄与剪辑。: 直播前预热,设置直播标题,提升直播间氛围,开展平台内付费推广。掌握短视频拍摄与剪辑,利用短视频预热。 难点: 掌握利用各种途径和工具扩散直播预热信息的方法。	综合	每个人按照小组接到的任务要求拍摄引流短视频并投放,同时展示小组优秀的预热短视频。	目标1 目标2
实训	直播开播阶段的运	6	重点: 运用FBA原则设计直播带货话术。	综合	每个人按照要求设计直	目标1 目标2

	营		熟练运用开场、引关注、促转化、保留存的方式设计话术。学会各种直播互动方式的运用方法。掌握“四步法”设计直播营销。 难点：设计单品营销话术 思政元素：注重培养学生的创新思维和社会责任感，培养学生的职业道德和社会主义核心价值观，使其在直播带货过程中能够坚持诚实守信、关注消费者需求，并通过合理的话术设计来提升产品的销售效果，同时传递积极的社会价值观。		播话术、练习直播话术，熟悉直播各种互动的方法。	目标3
实训	直播演练与考核	4	重点：熟练运用直播技巧，如口才表达、情感传递和互动引导等，提高直播的吸引力和效果；培养团队合作与协调能力，完成直播任务；策划与组织能力，制定流程和安排资源。 难点：实时问题处理能力和快速反应和解决突发情况和观众提问；自我评估与改进意识，客观评估表现并及时总结经验教训进行改进。 思政元素：激发学生解决问题的能力、加强自我评估与反思，培养其积极向上的职业道德和责任意识，使其成为具备良好沟通表达能力、实时问题处理能力和持续学习进取意识的优秀直播人才。	综合	直播小组根据设计的脚本和话术进行直播演练并进行考核。	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、期末考试等三个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的50%）：采用百分制。平时成绩由作业（占10%）、直播演练考核成绩（占25%）、课堂表现（占5%）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；3.课堂表现；4.直播演练考核成绩
优秀 (90~100分)	1.作业书写或者排版工整、整洁；90%以上的习题解答正确或实训结果准确无误。 2.考勤全勤； 3.课堂表现优秀； 4.播演练考核成绩90分以上。
良好 (80~89分)	1.作业书写或者排版工整、整洁；80%以上的习题解答正确或实训结果准确无误。 2.缺勤1次 3.课堂表现良好 4.播演练考核成绩80-89分。
中等 (70~79分)	1.作业书写或者排版较工整、较整洁；70%以上的习题解答正确或实训结果准确无误。 2.缺勤2次。 3.课堂表现一般。 4.播演练考核成绩70-79分。

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训结果准确无误。 2.缺勤3次。 3.课堂表现不积极。 4.播演练考核成绩60-69分。
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训结果错误。 2.缺勤4次 3.扰乱课堂秩序 4.播演练考核成绩60分以下。

2. 期末考试（占总成绩的50%）：采用百分制。期末考试提交一份实训报告，全面总结课程所学知识和实训过程，归纳总结经验教训及实训体会。具体要求其考核内容、考核方式和分值分配情况请见下表：

分数	评 分 标 准
	1.实训内容 2.实训报告格式 3.实训体会
优秀 (90~100分)	1.实训内容能够全面理解和熟练运用直播电商实战的核心概念和技能，具备较高水平的实际操作能力。 2.报告结构完整、清晰，并符合学术写作规范，包括封面、目录、引言、主体部分、结论和参考文献等。 3.对实训过程有深刻的体会和思考，能提出具有创新性的观点和解决方案。
良好 (80~89分)	1.能够基本理解和应用直播电商实战的核心概念和技能，具备一定的实际操作能力。 2.报告结构基本完整、清晰，符合学术写作规范，包括大部分必要的组成部分。 3.对实训过程有一定的体会和思考，能提出合理的观点和解决方案。
中等 (70~79分)	1.对直播电商实战的核心概念和技能有一定了解，并能进行部分实际操作。 2.报告结构基本完整，但存在一些缺失或不够清晰，未能完全符合学术写作规范。 3.对实训过程有一些体会和思考，能提出部分合理的观点和解决方案。
及格 (60~69分)	1.对直播电商实战的核心概念和技能有初步了解，但在实际操作中存在一些困难。 2.报告结构存在较多缺失或不清晰，未能完全符合学术写作规范。 3.对实训过程的体会和思考较少，观点和解决方案表达不清晰。
不及格 (60以下)	1.对直播电商实战的核心概念和技能理解不足，无法独立进行实际操作 2.报告结构严重缺失或混乱，未能满足学术写作规范要求。 3.对实训过程的体会和思考缺乏，未能提出有效的观点和解决方案

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：助教及以上 学历（位）：本科及以上 其他：
2	课程时间	周次：6周 节次：4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

无

八、参考资料

- [1]黄守峰, 黄兰, 张瀛. 直播电商实战(微课版)[M]. 北京:人民邮电出版社, 2022年5月.
- [2]徐骏骅, 陈郁青, 宋文正. 直播营销与运营[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2020年11月.
- [3]刘旸. 直播营销话术[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2022年9月.

九、网络资料

- [1]中国慕课: MOOC, www.icourse163.org
- [2]巨量学官网, <https://school.oceanengine.com/>
- [3]学堂在线, <https://www.xuetangx.com/>
- [4]智慧树, <https://www.zhihuishu.com/>

大纲执笔人: 江黎

讨论参与人:

系(教研室)主任: 谭芬

学院(部)审核人: 邢风云

《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	专业课程	课程性质	必修	课程属性	实践
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	J40B010Z		适用专业	金融学、保险学、互联网金融、投资学、电子商务、国际经济与贸易	
考核方式	考查		先修课程	经济学、金融学、统计学	
总学时	1W		学分	1	
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《粤港澳大湾区专题调研》是经济类专业的集中性实训课程。本课程的主要内容包括粤港澳大湾区全貌、粤港澳大湾区金融专题调研、粤港澳大湾区外贸专题调研、粤港澳大湾区文化专题调研等。本课程旨在提高学生理论联系实际、分析问题以及解决问题的能力，提升学生对粤港澳大湾区的认知度与专题调研能力，为学生将来从事相关研究工作打下基础。《粤港澳大湾区专题调研》在教学过程中重视理论与实践的结合，注重培养学生运用相关经济学原理与研究方法分析和解决粤港澳大湾区专题调研问题，提升科研调研能力。

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
能力目标	目标1: 培养学生从收集整理的资料中发现问题、分析问题的能力，根据所学理论知识对相关专题问题的解决提出独立见解。	8.1能够在多学科背景下的团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色，具有良好的团队交流和一定的领导能力，能够组织和实施电子商务相关领域的项目。	8. 个人和团队
素质目标	目标2: 通过本课程的学习，培养经贸人才必须具备的搜集、整理和分析信息的能力，同时能够运用所学知识解决实际问题。 目标3: 通过近距离对粤港澳大湾区进行专题调研，提升学生的社会责任感与爱国热情，学生分组协同完成粤港澳大湾区专题报告并选派组员上台进行汇报，锻炼学生们的文字组织能力与PPT制作水平，提升学生们的表达能力与综合素养。	6.2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。 7.2具有人文社会科学素养、社会责任感，具备电子商务领域相关的诚信与信用素养、信息安全与保密素养。	6. 专业与社会 7. 职业规范

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 实践教学

指导环节	时间安排	主要教学内容	指导要求	支撑课程目标
------	------	--------	------	--------

课程准备 任务布置	0.5 天	指导内容： 介绍本课程教学大纲与主要内容，布置课程任务，完成分组分工，下载粤港澳大湾区发展规划纲要并解读，介绍调研报告的主要内容。 重点： 课程教学大纲与任务布置。 难点： 粤港澳大湾区发展规划纲要的解读与理解。	要求分委完成小组分工并上交名单 要求每位学生会使用互联网下载粤港澳大湾区发展规划纲要并解读	目标1
确定专题 调研方向 与选题	0.5 天	指导内容： 各小组完成粤港澳大湾区专题调研方向并确定具体选题；讲解调查问卷的设计和调查对象的选择。 重点： 运用网络资源与相关数据软件查找粤港澳大湾区的相关数据，确定调研方向与选题。 难点： 搜集与整理粤港澳大湾区金融数据并进行统计分析，找到有研究价值的选题，设计好问卷。 思政元素： 粤港澳大湾区的建设是国家战略，与每个人息息相关，人人都要参与，通过对粤港澳大湾区的专题调研，提升大学生的爱国热情，用实际行动支持粤港澳大湾区的发展。	要求每位学生会问卷设计	目标1 目标2 目标3
正式调研	4天	指导内容： 各小组完成对粤港澳大湾区专题的调研数据搜集、整理并进行分析。 重点： 运用网络资源、相关数据软件以及问卷调查，整理粤港澳大湾区专题调研报告的资料数据。 难点： 搜集与整理粤港澳大湾区外贸数据并进行统计分析，形成专题调研报告初稿，学生能从收集整理的资料中发现问题、分析问题，并能提出自己的观点。	分组进行	目标2 目标3
调查报告 的撰写与 提交	课程 结束后4 周内 完成	指导内容： 掌握撰写调研报告的内容与方法，分组完成课程任务，由组长负责本组实训课程报告全面工作，并选派小组成员上台进行汇报。 重点： 组长完成任务分工，团队成员分工协作共同完成一份课程实训调研报告。 难点： 对学生提交的调查报告进行评分，并在评语中指出报告的优点、存在的问题、改进的方向等；细心解答学生可能提出的关于调查报告的问题。	分组分工完成实训报告，要有团队协作精神，人人参与，指导教师对每组表现现场点评并打分	目标1 目标2 目标3

五、学生学习成效评估方式及标准

本课程的综合成绩按五级制提交，即优秀（90-100）、良好（80-89）、中等（70-79）、及格（60-69）、不及格（59分以下）。综合成绩由考勤（占10%）、实训报告（占70%）、小组汇报（20%）三部分组成。

等级	评 分 标 准
	1.考勤；2.实训报告；3.小组汇报。
优秀 (90~100分)	1.考勤全勤。 2.实训报告格式正确，结构合理，内容准确，数据全面。 3.PPT制作精美，汇报人熟悉汇报内容，回答问题流利。
良好 (80~89分)	1.有1次旷课或2次迟到。 2.实训报告格式较正确，结构较合理，内容较准确，数据较全面。

	3.PPT制作较精美，汇报人较熟悉汇报内容，回答问题较流利。
中等 (70~79分)	1.有2次旷课或3次迟到。 2.实训报告格式基本正确，结构基本合理，内容基本准确，数据基本齐全。 3.PPT制作一般，汇报人较熟悉汇报内容，回答问题欠流利。
及格 (60~69分)	1.有3次旷课或4次迟到。 2.实训报告格式欠正确，结构欠合理，内容欠准确，数据欠全面。 3.PPT制作较差，汇报人欠熟悉汇报内容，回答问题不流利。
不及格 (60分以下)	1.有4次旷课或5次迟到。 2.实训报告格式不正确，结构不合理，内容不准确，数据不全面。 3.PPT制作差，汇报人不熟悉汇报内容，回答问题不对。

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）：硕士及以上
2	课程时间	周次：1-8周 节次：每周2节
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（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实训室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1]《粤港澳大湾区建设研究》[M]. 人民出版社, 2021年10月.

八、参考资料

[1]《粤港澳大湾区发展规划纲要》,中共中央国务院, 2019年2月印发.

九、网络资料

[1]粤港澳大湾区门户网, <http://www.cnbayarea.org.cn/>.

[2]中华人民共和国统计局网, <http://www.stats.gov.cn/>.

[3]中国知网, <https://www.cnki.net/>.

[4]东方财富Choice数据库.

执笔人：毛新平

参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《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	必修	课程属性	实践
课程名称	毕业实习		课程英文名称	Graduation Practice	
课程编码	J40B012Z		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	14W		学分	2	
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《毕业实习》是数字经济学院各专业（专升本）学生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		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
能力目标	目标1: 培养学生在电子商务领域中独立思考和解决问题的能力，提升他们分析、评估和解决复杂业务问题的能力。鼓励学生运用逻辑和批判性思维，在实践中应用相关理论和工具进行问题分析和方案制定。	2.1掌握营销理论与基本技能，能够理论与实践紧密结合，解决实际问题。	2. 问题分析
	目标2: 培养学生熟练运用电子商务平台、数据分析工具和在线营销工具的能力，提升他们在电商领域中利用现代工具进行市场推广、销售分析和用户行为跟踪的能力。	5.2掌握电子商务数据分析与运营的现代工具和软件，为电子商务决策服务。	5. 使用现代工具
	目标3: 通过实习培养学生在团队合作、沟通技巧和跨文化交流方面的能力，提升他们在电商行业中有效地与客户、同事和合作伙伴进行沟通和协作的能力。	9.2具备将知识与实践融会贯通并灵活应用于电子商务实践活动的技能，包括撰写报告和设计文稿、陈述发言、清晰表达或回应指令。	9. 沟通

素质目标	目标4: 在实践中能够运用所学到的专业知识对实习中出现的专业问题进行判断与分析，并提出解决对策，体现良好的职业道德和职业精神。	7.1具备职业道德、职业操守、职业形象等方面的素质，能够遵守职业道德准则，保持职业的专业态度和形象。	7. 职业规范
------	---	--	---------

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4
正式实习阶段	正式实习的第1-14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。	以个人为单位，以实习单位主导、指导教师辅助的形式，分别进行	目标1 目标2 目标3 目标4
总结考核阶段	正式实习的第14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。

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 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：按人才培养方案要求，在规定的时间内进行即可 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、陈孔艳、谭芬

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《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	必修	课程属性	实践
课程名称	毕业论文（设计）		课程英文名称	Graduation Thesis	
课程编码	H40B027Z		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	8W		学分	6	
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《毕业论文（设计）》是数字经济学院各专业（专升本）学生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		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
能力目标	目标1: 学生通过毕业论文的写作，对专业知识的认识更加具体，通过对本行业动态的分析研究，培养学生在已具备的专业知识基础上，快速拓展新知识的能力。	1.3掌握电子商务类专业相关知识，了解电子商务新兴产业相关动态，具备专业相关知识的学习能力。	1. 专业知识
	目标2: 培养学生独立进行问题分析和解决问题的能力，提升他们对电子商务领域关键问题的深入理解和批判性思考能力。鼓励学生运用适当的研究方法和数据分析技巧，为实际问题提供有价值的洞察和解决方案，具备运用各种数据库、搜索引擎查阅文献，收集资料的能力，并综合考虑文献及资料所反映的社会需求，提出可行方案。	4.2具备利用创造性思维方法开展科学研究以及基于多学科知识融合的创意、创新和创业的能力。	4. 研究
	目标4: 学生在论文写作的过程中，通过阅读和分析中外书刊和文献，从论文选题到对策建议的提出，能够对其他学者的研究成果进行归纳总结，确定自己的研究方向，并能以书面形式正确、全面的表达自己的观点。	9.2具备将知识与实践融会贯通并灵活应用于电子商务实践活动的技能，包括撰写报告和设计文稿、陈述发言、清晰表达或回应指令。	9. 沟通

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；布置学生选题准备工作。	以行政班为单位进行	目标2 目标3

		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。		
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。对选题审批表进行审核。 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。	每位指导教师分别指导，指导学生不超过学校规定的人数	目标1 目标2 目标3
指导学生完成任务书和开题报告	第2-3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。	每位指导教师分别指导，指导学生不超过学校规定的人数	目标1 目标2 目标3
指导学生完成毕业论文写作	第3-7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。	每位指导教师分别指导，指导学生不超过学校规定的人数	目标1 目标2 目标3 目标4
指导学生进行答辩准备	第8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。 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。	每位指导教师分别指导，指导学生不超过学校规定的人数	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.毕业论文（设计）综合成绩由四部分构成：平时成绩占10%；答辩成绩占30%；指导老师成绩占40%，评阅老师成绩构成占20%。

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。

七、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 其他：拥有其他中级以上职称
2	课程时间	周次：第七学期结束前安排一次课，集中进行毕业论文动员， 其他指导环节的具体时间由老师自行安排 节次：2节
3	指导地点	☐教室 ☐实验室 ☐室外场地 ☒其他：线上或线下，开课后由老师自行安排
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：办公室（开课后时间另行安排）

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] 2024届毕业论文范例及格式规范（数字经济学院）

- [2]2024届本科毕业论文工作安排
- [3]2024届关于规范本科毕业班论文答辩有关规定
- [4]2024届文献综述的参考写法
- [5]2024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

九、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]中国银行保险监督管理委员会广东监管局,
<http://www.cbirc.gov.cn/branch/guangdong/view/pages/index/index.html>
- [5]中国保险行业协会, <http://www.iachina.cn/>

大纲执笔人：杨丽君

讨论参与人：刘飞雨、毛新平、谭芬

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云