

东莞城市学院 数字经济学院

2023 版电子商务（本科）专业 教学大纲

2023 年 12 月 1 日

目 录

一、学科基础课程

《经济数学 1》教学大纲.....	1
《经济数学 2》教学大纲.....	7
《管理学原理》教学大纲.....	8
《微观经济学》教学大纲.....	14
《宏观经济学》教学大纲.....	20
《电子商务概论》教学大纲.....	26
《统计学》教学大纲.....	34
《会计学原理》教学大纲.....	41

二、专业课程

《电子商务专业导引》教学大纲.....	48
《网络营销》教学大纲.....	52
《数据库管理和应用》教学大纲.....	59
《电子商务法律与法规》教学大纲.....	60
《短视频策划与运营》教学大纲.....	66
《电子商务运营》教学大纲.....	72
《跨境电商实务》教学大纲.....	78
《电子商务物流与供应链管理》教学大纲.....	85
《网络金融与电子支付》教学大纲.....	93
《电子商务数据分析》教学大纲.....	99
《新媒体文案策划》教学大纲.....	105
《矢量图形设计及制作》教学大纲.....	111
《国际贸易实务》教学大纲.....	119

三、专业选修课程

《新媒体营销与运营》教学大纲.....	125
《直播电商基础》教学大纲.....	132
《直播营销与运营》教学大纲.....	140
《新媒体用户分析》教学大纲.....	148

《数字营销》教学大纲.....	154
《网店运营实务》教学大纲.....	159
《社群营销与运营》教学大纲.....	167
《搜索引擎营销与优化》教学大纲.....	174
《造型设计基础》教学大纲.....	175
《数码摄影艺术》教学大纲.....	176
《图形图像处理》教学大纲.....	177

四、独立设置的实验（实训）课程

《市场调查分析实训》教学大纲.....	178
《网络营销实训》教学大纲.....	183
《EXCEL 商务应用》教学大纲.....	187
《进出口单证实训》教学大纲.....	192
《商务礼仪与谈判实训》教学大纲.....	197
《ERP 沙盘》教学大纲.....	201
《新媒体营销应用工具》教学大纲.....	206
《直播电商实战》教学大纲.....	210
《电商数据化运营实战》教学大纲.....	216
《商科综合实训》教学大纲.....	217

五、集中性实践教学

《社会实践》教学大纲.....	223
《学年论文》教学大纲.....	224
《粤港澳大湾区专题调研》教学大纲.....	228
《创业综合训练》教学大纲.....	232
《电商综合技能训练》教学大纲.....	238
《毕业实习》教学大纲.....	242
《学年论文》教学大纲.....	246

《经济数学 1》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	学科基础课	课程性质	必修	课程属性	理论
课程名称	经济数学 1		课程英文名称	Economic Mathematics 1	
课程编码	H32B006F		适用专业	经管类各专业	
考核方式	考试		先修课程	初等数学	
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			通识教育学院		

二、课程简介

《经济数学 1》是高等学校经济管理学科门类必修的基础理论课，是提高学生科学素养和学习有关专业知识的重要基础。通过本课程的学习，要使学生获得：函数与极限、一元函数微分学，一元函数积分学等方面的基本概念、基本理论和基本运算技能，使学生在学经济数学的基础上进一步提高逻辑思维能力，为学习专业基础课和相关专业课程提供必需的数学基础知识和数学工具。

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: 学生需掌握经济数学的最基本概念和计算方法，对经济数学的基本内容有全面系统的了解。	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: 经济数学中涉及的计算题较多，要求学生有较高的数学计算能力，能够利用性质和计算法则以及计算公式等数学方法和数学思维解决实际经济应用问题。	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
素质目标	目标 3: 通过经济数学的学习，使学生较好地掌握所学知识的基本概念、运算和技巧。这些技巧以某些数学知识为载体，通过知识的学习，使学生循序渐进的学会应用数学思想和方法去分析、处理某些经济和管理类专业遇到的实际问题。	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

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
函数	4	重点： 函数概念、性质；复合函数及初等函数。 难点： 函数的有界性、反三角函数。 思政元素： 介绍函数在生活中的应用，尤其是在市场经济中的应用，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： 线下课堂教学。启发式教学法，通过实际问题抽象出其共性引出函数的概念。	课前： 预习 课堂： 回顾中学学过的概念，引出新知识 课后： 作业	目标 1 目标 2 目标 3
极限的概念	4	重点： 极限的概念；无穷小和无穷大； 难点： 无穷小和无穷大。 思政元素： 通过“割圆术”来引出极限的定义，从正面的角度来阐述“虽不能至，然心向往之。”的乐观主义精神；蜿蜒不断的万里长城就是生活中的一个连续现象，不仅加强了学生对连续概念的理解，也培养了学生的鉴美能力和家国情怀。 教学方法与策略： 线下课堂教学。通过举例使得学生掌握极限的定义，掌握无穷大与无穷小，并采用问答的方式巩固所学内容。	课前： 预习 课堂： 举例引出极限的概念，通过问答和练习使得学生掌握所学内容 课后： 作业	目标 1 目标 2
极限的运算	6	重点： 极限的运算法则；两个重要极限；无穷小的比较。 难点： 复合函数的极限；两个重要极限；无穷小的比较。 教学方法与策略： 线下课堂教学。复习极限的定义，引出极限的运算法则，并通过例题讲解和练习，使得学生掌握极限的计算方法。	课前： 预习 课堂： 复习极限的概念，引出极限的运算法则，通过大量例题的讲解和练习使学生掌握求极限的方法。 课后： 练习、作业	目标 1 目标 2 目标 3
函数的连续与间断	4	重点： 函数的连续性、间断。 难点： 分段函数连续性的讨论；间断点的分类。 教学方法与策略： 线下课堂教学，多媒体辅助，以讲授法为主，结合案例式、启发式、讨论式等多种教学方法，利用讲练结合锻炼学生的思维能力。	课前： 预习 课堂： 复习极限的概念，学习连续的定义，以及判断函数连续的方法，例题与练习相结合，使学生掌握所学内容 课后： 作业	目标 1 目标 2
导数	6	重点： 导数的概念、性质；导数的几何意义及函数的可导性与连续性之间的关系；导数的四则运算法则和复合函数的求导法；隐函数和参数式所确定的函数的导数；反函数的导数。 难点： 导数的概念、几何意义；复合函数求导，反函数求导；隐函数和参数式所确定的函数的导数。	课前： 预习 课堂： 复习极限的概念，学习连续的定义，以及判断函数连续的方法，例题与练习相结合，使学生掌握所学内容	目标 1 目标 2 目标 3

		思政元素：从数学应用的角度以学科前沿问题及实际生活案例，培养学生知识迁移与转化能力，提高实践能力。比如可以利用高铁显示屏的瞬时速度，引入导数。通过介绍高铁的成就，体会“大国工匠”精神，增强民族自豪感，同时培养学生勇于探究的科学精神和用所学知识解决实际问题的能力。 教学方法与策略：线下课堂教学。该模块计算题较多，因此例题讲解和练习必不可少，这样才能巩固所学内容。	课后：练习、作业	
微分	4	重点：微分的概念；求微分。 难点：求微分；微分中值定理。 教学方法与策略：线下课堂教学。对于概念、性质、公式在课堂上予以讲授，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：预习 课堂：参与课堂互动 课后：作业	目标 1 目标 2
导数与微分的应用	6	重点：洛必达法则与不定式的极限，判断函数单调性、凹凸性与求极值和最值；用导数和微分解决某些简单经济应用问题。 难点：洛必达法则与不定式的极限，经济应用问题。 教学方法与策略：线下课堂教学。对于概念、公式、性质在课堂上予以讲授，并通过例题讲解和练习使学生认识到数学在其他学科中的重要性。	课前：预习 课堂：例题讲解与练习 课后：作业	目标 1 目标 2 目标 3
不定积分的概念与基本积分公式	4	重点：原函数与不定积分的概念；不定积分的基本性质；积分基本公式。 难点：积分基本公式。 教学方法与策略：线下课堂教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授，并结合导数的基本公式推出积分公式，使学生更容易理解求导和求积分是互为逆运算的。	课前：预习 课堂：例题讲解与练习 课后：作业	目标 1 目标 2
换元积分法和分部积分法	4	重点：不定积分的换元法和分部积分法。 难点：不定积分的换元法和分部积分法。 思政元素：通过分部积分法和换元积分法的学习，使得学生懂得看似复杂的问题，可以通过一种置换关系，从另外的角度或方式，得到简单的解决方法，认识到事物可以由繁化简，由简思繁这一规律。 教学方法与策略：线下课堂教学。帮助学生理解换元的思想，并通过乘积的求导公式推导出分部积分公式，使学生更容易掌握该方法的使用。	课前：预习 课堂：回顾不定积分的基本公式，启发学生该公式的局限性，从而引出新的积分方法，并通过例题讲解和练习使学生掌握该方法。 课后：练习、作业	目标 1 目标 2 目标 3

定积分	6	重点：变限积分的导数；牛顿-莱布尼茨公式；定积分的换元积分法和分部积分法；利用定积分计算平面图形的面积并会求解一些简单的经济应用问题。 难点：变限积分的导数；利用定积分计算平面图形的面积。 思政元素：通过“曲边梯形的面积”和“变速直线运动的路程”引出定积分的定义，提出量变与质变哲学关系思考，确定定积分思想中量变与质变关系，体现基本形式 相互关系与转化过程，培养人文素养和科学素养同时，培养学生科学的价值观 实事求是科学精神和钻研精神。 教学方法与策略：线下课堂教学。对于概念、性质、定理在课堂上予以讲授，主要通过例题讲解和课堂练习，使学生掌握所学内容。	课前：预习 课堂：回顾不定积分的概念，引出定积分，通过例题讲解使学生明白其计算方法与不定积分类似。 课后：练习、作业	目标 1 目标 2 目标 3
-----	---	---	--	-------------------------------------

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩（包括平时上课出勤和作业成绩）、期末卷面考试两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的 30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占 20%）、考勤（占 5%）和课堂表现（占 5%）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无误。 2. 无缺勤 3. 能积极回答问题，并回答正确无误。
良好 (80~89 分)	1. 作业书写工整，书面整洁，80%以上的习题解答正确无误。 2. 无缺勤 3. 能积极回答问题，并回答正确率达 80%。
中等 (70~79 分)	1. 作业书写较为工整，书面较整洁，70%以上的习题解答正确无误。 2. 缺勤 1 次 3. 能积极回答问题，并回答正确率达 70%。
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无误 2. 缺勤 2 次 3.能积极回答问题，并回答正确率达 60%。
不及格 (60 以下)	1. 作业书写模糊，书面零乱，60%以下的习题解答不正确或者不交作业。 2. 缺勤 3 次或以上 3. 不回答或回答不会的。

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
函数	定义域；确定函数的两个要素	填空题 选择题	目标 1 目标 2	约 6 分
极限的概念	极限的定义；无穷小与无穷大；无穷小的比较	填空题 选择题	目标 1 目标 2	约 6 分
极限的运算	极限的四则运算；两个重要极限；洛必达法则	填空题 选择题 计算题	目标 1 目标 2 目标 3	约 15 分
函数的连续与间断	函数连续性与间断	填空题 选择题	目标 1 目标 2	约 6 分
导数	导数的定义；导数的几何意义；求导	填空题 选择题 计算题	目标 1 目标 2 目标 3	约 12 分
微分	求微分；可导与可微的关系、可导与连续的关系	填空题 选择题 计算题	目标 1 目标 2 目标 3	约 6 分
导数与微分的应用	函数的单调性、极值、凹凸性、拐点、边际函数；实际问题的最值	填空题 选择题 应用题	目标 2 目标 3	约 15 分
不定积分的概念与基本积分公式	原函数的定义；不定积分的性质；基本积分公式	填空题 选择题	目标 1 目标 2	约 6 分
换元积分法与分部积分法	换元积分法、分部积分法	填空题 选择题 计算题	目标 1 目标 2	约 9 分
定积分	积分上限函数及其导数；微积分基本公式；无穷区间上的反常积分	填空题 选择题	目标 1 目标 2	约 9 分
	定积分的换元法积分法、分部积分法；平面图形的面积	计算题 应用题	目标 2 目标 3	约 10 分

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士及以上 其他：
2	课程时间	周次：1-16周 节次：3节/周，单双周安排
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，正常上班时间 线下地点及时间安排：与学生沟通确定后再通知；教师办公室，正常上班时间；上课教室，课间时间。

七、选用教材

[1] 林伟初, 郭安学.《高等数学(经管类)上》[M].北京: 北京大学出版社, 2022 年 6 月。

[2] 杨慧卿.《经济数学-微积分》(第 3 版)[M].北京: 人民邮电出版社, 2020 年 9 月。

八、参考资料

[1] 黄立宏.《高等数学》上[M].北京: 北京大学出版社, 2019 年 7 月。

[2] 吴军.《数学之美》[M].北京: 人民邮电出版社, 2020 年 5 月。

[3] [美]史蒂夫·斯托加茨(Steven Strogatz).《微积分的力量》[M].北京: 中信出版集团, 2021 年 1 月。

网络资料

[1] 经济数学(微积分一)(韩华、何朗主讲), 中国大学 MOOC 网站,
<https://www.icourse163.org/course/WHUT-1001529001?from=searchPage>

[2] 经济数学(微积分上)(巍巍、余亚辉主讲), 中国大学 MOOC 网站,
<https://www.icourse163.org/course/LIT-1206688847?from=searchPage>

大纲执笔人: 马陵勇

讨论参与人: 丁志清、贺丽、孙志红、李惠

系(教研室)主任: 蒋伟

学院(部)审核人: 王锦锋

《经济数学 2》教学大纲

《管理学原理》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	管理学原理		课程英文名称	Management Principles	
课程编码	H38B004F		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		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			实践学时：0		
开课单位			商学院		

二、课程简介

《管理学原理》是电子商务专业的学科基础课程。管理学原理主要研究管理的客观规律和具有共性的基本理论,是学习其他专业管理课程的理论基础。课程在介绍管理的基本概念、管理活动背景与管理理论历史演变的基础上,系统阐述管理的决策、计划、组织、领导、控制和创新等职能的理论与方法。通过课程的学习,使学生系统掌握管理学的基本理论、基本方法与技术,了解管理学理论发展的前沿知识;使学生获得运用管理学的理论与方法,分析并解决管理实践问题的能力;培养学生管理意识和创新意识,让学生具备良好的管理素质,形成符合时代特征的价值观。

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: 学生掌握管理的内涵、了解管理学理论发展与前沿知识,掌握管理学五项基本职能(决策、组织、领导、控制、创新)的本质、程序、相关理论与实施方法。	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: 通过学习,学生能够形成一定的环境分析与决策及计划执行、组织管理、领导与管理沟通协调、控制与创新管理等能力;具备利用相关管理知识,思辨性地分析与解决当前经济管理中的一些理论与实践问题。	4-1 掌握学科基础知识研究方法,能灵活运用相关知识。 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。	4.研究 9.沟通
素质目标	目标 3: 通过课程学习,学生将具有国际视野与本土情怀、管理知识的应用分析素养,并形成相应的社会责任感;具有良好的人际沟通与商务交流、管理协	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	8.个人和团队

	调能力与素养，拥有团队合作意识与能力；具有与时俱进的价值观念、拥有直面压力、创新发展、积极、乐观、向上的生活态度，能理解并遵循相关职业道德与规范。	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。	
--	---	---	--

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
管理学本质与理论发展	6	重点： 管理的内涵与本质、管理的基本原理、中西方传统管理思想及其现代的前沿发展；管理的基本方法及现代管理背景。 难点： 管理的内涵与本质，新时代背景下的管理。 思政元素： 介绍管理学历史发展过程，我国的管理思想、西方管理理论贡献，培养学生科学探索精神及文化的自信。 教学方法与策略： 线上自主学习，线下教学。对于管理学发展历史、管理思想、原理在课堂上予以讲授，对于案例学习部分安排课堂讨论。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：预习管理理论发展。 课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。 课后：总结管理理论思想的发展。	目标 1 目标 3
决策	6	重点： 决策及其任务，决策的类型与特征，决策的过程，管理决策的影响因素，决策的方法，现代决策理论。 难点： 定量决策的分析和计算方法。 教学方法与策略： 线上自主学习决策方法与过程，线下教学。对于决策与决策理论，决策方法在课堂上予以讲授与练习，对于案例学习部分安排课堂讨论。课堂运用主要运用讲授法、案例分析法和课堂练习开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：了解企业决策过程。 课堂：针对决策内容进行学习及巩固，并参与互动。 课后：不确定性决策与风险型决策计算。	目标 1 目标 2
计划	6	重点： 环境分析方法，计划的概念和类型，计划的工作程序；现代计划方法；目标的性质、目标管理的概念、特点、目标管理的实施与评价，计划的制定与调整。 难点： 环境分析，包括宏观环境分析、行业环境分析、竞争对手分析、五力模型、SWOT 分析及战略选择，计划的实施与调整。 思政元素： 通过介绍我国宏观经济社会环境，增强学生对我国经济社会面临的问题和发展趋势进	课前：了解大湾区及国际的经营环境。 课堂：针对环境分析内容进行学习及巩固，并参与	目标 1 目标 2 目标 3

		行深入了解，激励学生做一个有家国情怀、有素质的有为青年。 教学方法与策略：线上自主学习，线下教学。对于计划的概念和性质、环境分析等相关理论、原理、方法在课堂上予以讲授，对于案例学习部分安排课堂讨论。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以分享交流拓宽学生学习思路。	互动。 课后：完成环境分析的习题，巩固课堂知识。	
组织	6	重点：组织的含义及类型，组织设计的原则、内容、组织结构类型，组织运行，组织整合；人员配备的任务、原则、程序和内容，组织文化。 难点：组织设计与整合内容，人员配备及考核；组织文化的功能与塑造。 思政元素：在讲授组织文化过程中融入中国传统文化，培养学生正直、积极向上的价值观，传承中华传统美德。 教学方法与策略：线上自主学习，线下教学。对于组织的概念和性质，组织设计、组织文化等相关原理、方法在课堂上予以讲授，对于案例学习部分安排课堂讨论、分享。课堂运用主要运用讲授法和案例讨论法开展教学，辅以启发式、互动交流拓宽学生学习思路。	课前：调查当前的组织模式及企业的人力资源管理。 课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。 课后：自主完成课后习题，巩固课堂知识。	目标 1 目标 2 目标 3
领导	6	重点：领导者的内涵与特征，领导者理论、领导与被领导者关系的理论、领导与情景的领导理论。 难点：经济全球化对企业领导提出的新要求，领导艺术的概念与实施，领导行为与领导权变理论。 思政元素：通过领导相关理论介绍，培养学生形成正确的公平观，客观看待投入产出的关系，形成积极向上、工作尽职尽责的职业态度。 教学方法与策略：线上自主学习，线下教学。对领导的原理部分在课堂上予以讲授，对于案例学习部分安排课堂讨论。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：调查领导的形成历程。 课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。 课后：了解我国企业的领导模式，完成课后习题。	目标 1 目标 2 目标 3
激励与沟通	6	重点：激励的理论，激励方式与手段，激励实务；组织沟通的定义与作用、类型，有效沟通的障碍与克服，冲突及其管控。 难点：激励的理论和实务，沟通的有效性及其冲突管控。 思政元素：介绍激励原理和事务，沟通与冲突，激发学生爱岗敬业的热情，辩证对待冲突，培养学生积极向上、勇于面对的态度。 教学方法与策略：线上自主学习，线下教学。对	课前：了解我国企业的激励模式等。 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 2 目标 3

		激励、沟通的原理部分在课堂上予以讲授，对于案例学习部分安排课堂讨论。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：评价激励成效，完成相关习题。	
控制	6	重点： 控制的概念及作用，控制的过程及要素，控制的类型和方法，控制的基本原理与要求，风险控制与危机管理。 难点： 控制的内涵与原则，层级控制、市场控制与团体控制三类方法不同的控制逻辑，风险控制。 思政元素： 通过讲解风险控制的方法和案例，培养学生应急管理思维，使学生具备居安思危思想，具备正确认识各项管控工作的素养。 教学方法与策略： 线上自主学习，线下教学。对控制的基本原理、控制方法在课堂上予以讲授，对于案例学习部分安排课堂讨论。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：了解当前企业的控制现状。 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
创新	4	重点： 组织管理的创新职能，管理创新的类型与基本内容，创新过程及其管理；组织变革与创新，组织结构创新，创新与学习型组织。 难点： 创新职能，创新动力来源，组织变革与创新。 思政元素： 介绍创新过程及其管理，培养学生创新创业、为国奋斗的责任感与使命感。 教学方法与策略： 线上自主学习，线下教学。对创新的职能、过程、管理，以及企业组织创新、技术创新相关理论在课堂上进行讲授，对于案例学习部分安排课堂讨论。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：了解企业的创新管理。 课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。 课后：知识的梳理与巩固。	目标 1 目标 2 目标 3
内容串讲	2	重点： 各模块重点内容复习 难点： 各模块难点内容复习	课后：全面复习，准备期末考试	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、考试成绩两个部分组成。

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：

分数	评 分 标 准
	1. 作业；2. 小组汇报等课堂表现；3. 考勤

90~100 分	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误，有新意。 2.小组汇报等课堂表现优秀，积极参与全部的课堂讨论。 3.无旷课、迟到、早退及因事请假情况。
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，较有新意。 2.小组汇报等课堂表现良好，积极参与85%以上的课堂讨论。 3.无旷课、迟到、早退情况，事假1-2次。
70~79 分	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.小组汇报等课堂表现较好，积极参与70-85%以上的课堂讨论。 3.旷课次数1次或迟到早退次数1-2次或事假3次。
60~69 分	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2.小组汇报等课堂表现一般，积极参与60%-70%以上的课堂讨论。 3.旷课次数2次或迟到早退次数3-4次或事假4-5次。
60 以下	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2.小组汇报等课堂表现差，超过40%的课堂讨论不积极参与。 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
管理学本质与理论发展	管理的本质与原理、中外早期管理思想、全球化管理	选择（判断）题、简答题、论述题	目标1 目标3	8
决策	决策与决策方法、决策过程、决策的影响因素、决策的原则思想	选择（判断）题、名词、简答题、论述题、计算题、案例题	目标1 目标2	14
计划	计划与计划工作、环境分析，计划的执行与调整	选择（判断）题、名词、简答题、论述题、案例题	目标1 目标2	13
组织	组织设计、人员配备、组织文化	选择（判断）题、名词、简答题、论述题、案例题	目标1 目标2	20
领导	领导的相关理论（领导者的内涵与特征，领导者理论、领导与被领导者关系的理论、领导与情景的领导理论）与应用	选择（判断）题、名词、简答题、论述题、案例题	目标1 目标2	12
激励与沟通	激励的理论与激励方法、沟通类型、沟通障碍与应对，冲突的管控	选择（判断）题、名词、简答题、论述题、案例题	目标1 目标2	13
控制	控制的内涵与原则、控制与控制过程、控制技术与方法	选择（判断）题、名词、简答题、论述题、案例题	目标1 目标2	10

创新	创新职能类型、过程及其管理、组织的变革与创新、组织结构创新等	选择（判断）题、名词、简答题、论述题、案例题	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（或其他中级）及以上 或 学历（位）：硕士及以上 其他：无
2	课程时间	周次：1-16 周 节次：单周二节，双周四节
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，正常上班时间 线下地点及时间安排：与学生沟通确定后再通知；教师办公室，正常上班时间；上课教室，课间时间。

七、选用教材

[1] 陈传明. 管理学[M]. 北京:高等教育出版社, 2019 年 1 月.

[2] 周三多. 管理学（第五版）[M]. 北京:高等教育出版社, 2018 年 3 月.

八、参考资料

[1] 周三多. 管理学：原理与方法（第七版）[M]. 上海:复旦大学出版社, 2021 年 3 月.

[2] 罗宾斯. 管理学（第 15 版）[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2022 年 3 月.

网络资料

[1] 经管之家: <https://bbs.pinggu.org/>

[2] 中国大学 MOOC(慕课)<https://www.icourse163.org/>

大纲执笔人：罗萧

讨论参与人:蒋明华、张敏强

系（教研室）主任：罗萧

学院（部）审核人：张洪

《微观经济学》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	学科基础	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	微观经济学		课程英文名称	Microeconomics	
课程编码	H40B011F		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		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			实验学时：0		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《微观经济学》是高等本科院校电子商务专业的一门学科基础必修课，是学习经济学理论的入门课程。《微观经济学》通过对个体经济单位的经济行为的研究，来说明现代西方经济社会市场机制的运行和作用，及其改善途径。研究内容包括供求与价格、消费者行为理论、企业的生产和成本、完全竞争市场、不完全竞争市场、生产要素市场和收入分配、一般均衡和效率、市场失灵和微观经济政策等。本课程在教学设计上强调专业基础知识的学习，要求学生能够理解与掌握微观经济学的基本概念、基本理论与基本分析方法，能够运用微观经济理论进行经济问题的思考和分析，并理解微观经济政策及其影响。

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、消费者行为理论、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。	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
微观经济学导论：稀缺性与微观经济学	4	重点： 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：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
供求均衡理论	10	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，完成课前自测题 课 堂： 听 讲，参与课堂活动 课 后： 练 习、课后拓展	目标 1 目标 2 目标 3
消费者行为理论	6	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：参与课堂活动 课后：复习练习、课后拓展	目标 1 目标 2
生产理论	4	重点： 生产函数；边际产量递减规律；最佳生产要素组合 难点： 边际产量递减规律；最佳生产要素组合 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
成本理论	4	重点： 成本函数；短期成本，长期成本，可变成本，机会成本 难点： 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	课前：预习 课堂：认真听讲，做好笔记	目标 1 目标 2

		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。	课后：练习、课后拓展	
完全竞争厂商行为与市场结构理论	4	重点： 市场结构类型；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： 完全竞争市场的长短期均衡 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 3
不完全竞争厂商行为与市场结构理论	6	重点： 完全垄断市场的价格和产量的决定；价格歧视；寡头市场特点；纳什均衡 难点： 完全垄断市场价格和产量的决定；价格歧视；纳什均衡。 思政元素： 通过囚徒困境说明个人理性与集体理性的关系，启迪学生培养合作精神与诚实守信的品格。 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
要素市场理论	4	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。	课前：预习 课堂：认真听讲，做好笔记 课后：练习、课后拓展	目标 1 目标 2
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 2
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	课前：预习 课堂：认真听讲，做好笔记 课后：复习	目标 1 目标 2

		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。	练习、课后 拓展	
--	--	---	-------------	--

（二）实践教学

无实践教学

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩和期末考试等 2 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%）、小组汇报（占 15%）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准确无误。 2.上课十分认真，非常积极参与小组讨论和举手发言，非常认真完成课堂任务。 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准确无误。 2.上课很认真，很积极参与小组讨论和举手发言，很认真完成课堂任务。 3.缺课不超过 4 节。
中等 (70~79 分)	1.作业书写工整、书面整洁；70%以上的习题解答正确准确无误。 2.上课较认真，较积极参与小组讨论和举手发言，较认真完成课堂任务。 3.缺课不超过 6 节。
及格 (60~69 分)	1.作业书写工整、书面整洁；60%以上的习题解答正确准确无误。 2.上课偶尔分心，会参与小组讨论和举手发言，能完成课堂任务。 3.缺课不超过 8 节。
不及格 (60 以下)	1.作业书写工整、书面整洁；40%以上的习题解答正确准确无误。 2.上课经常分心，几乎不参与小组讨论和举手发言，不能按时完成课堂任务。 3.缺课超过 8 节。

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
微观经济学导论：稀缺性与微观经济学	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；经济学的分析工具和方法；稀缺性与经济学的关系	单选 判断 名词解释	目标 1 目标 3	约 4
供求均衡理论	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 20

		简答 计算分析		
消费者行为理论	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	约 14
生产理论	生产函数、边际产量递减规律、最佳生产要素组合	单选 判断 名词解释 简答 计算分析	目标 1 目标 2	约 13
成本理论	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	约 13
完全竞争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	单选 判断 简答 计算分析	目标 1 目标 3	约 10
不完全竞争厂商行为与市场结构理论	完全垄断市场价格和产量的决定；价格歧视；纳什均衡	单选 判断 名词解释 简答 计算分析	目标 1 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、公共资源、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

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：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（上册），高等教育出版社，

2020 年。

[2]高鸿业, 微观经济学（第六版）, 中国人民大学出版社, 2018。

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.

网络资料

[1]微观经济学_武汉大学_中国大学 MOOC(慕课) (icourse163.org)

大纲执笔人: 徐艳兰

参与人:

系（教研室）主任: 谭芬

学院（部）审核人: 刑风云

《宏观经济学》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	学科基础课	课程性质	必修	课程属性	理论
课程名称	宏观经济学		课程英文名称	MacroEconomics	
课程编码	H40B077D		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	微观经济学	
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			实验学时：0		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《宏观经济学》是电子商务专业的基础必修课程。本课程以国民经济运行作为研究对象，考察总体经济的运行状况、发展趋势和各个组成部分之间相互关系的经济学基础理论学科。通过本课程的教学，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，揭示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: 理解宏观经济的基本指标及衡量、IS-LM 模型、AD-AS 等模型以及失业和通货膨胀问题。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。	1-1 具有较扎实的学科所需的基本理论知识。	1.基础知识
能力目标	目标 2: 通过模型分析和判断国民经济现实运行状态，预测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。对实际问题，利用理论知识进行分析与应用，为后期其它课程的学习奠定一个坚实的基础。	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: 利用宏观经济学理论对经济运行的整体进行分析, 最终实现在研究和学习思路上从微观分析方法向宏观分析方法的转变。形成自主学习和终身学习的意识, 具备不断学习和适应发展的能力, 并保持和提升身体、心理和道德等方面的综合素养。	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
宏观经济的基本指标及其衡量	6	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 目标 2
国民收入的决定: 收入-支出模型	6	重点: 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。 难点: 三部门、四部门均衡国民收入的决定、乘数效应及计算。 思政元素: 通过对宏观经济三部门、四部门均衡国民收入计算的讲解, 让学生体会“扩大内需, 实现双循环”的政策意义, 引导学生坚持独立自主和对外开放统一的必要性, 启发思考在全球化重构的时代, 我国经济发展在战略和政策上进行调整的方向和目的。 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 课后: 练习	目标 1 目标 2 目标 4

国民收入的决定： IS-LM 模型	6	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 课后：练习	目标 1 目标 2 目标 4
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。	课前：通过线上资源进行预习 课堂：分组进行案例分享 课后：作业	目标 1 目标 2 目标 4
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：分组讨论 课后：作业	目标 1 目标 2 目标 4
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：分组讨论 课后：作业	目标 1 目标 2 目标 4

经济增长	2	重点： 经济增长的描述及核算、新古典经济增长模型、内生增长理论、经济发展指标及要素。 难点： 经济发展指标及要素、促进经济增长的政策、经济发展的战略。 思政元素： 通过分析改革开放历程中，中国经济增长的速度与激情，激发学生爱国主义情怀，弘扬社会主义核心价值观，在潜移默化中坚定学生的“四个自信”。 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：分组进行案例分享 课后：作业	目标 1 目标 2 目标 4
------	---	--	---------------------------------------	----------------------

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩（包括平时上课出勤和作业成绩）、期末卷面考试两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占20%）、考勤（占10%）2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。 2.请假不超过 1 次。
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.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；70%以上的习题解答正确。 2.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；60%以上的习题解答正确。 2. 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；超过 40%的习题解答不正确。 2. 旷课 4 次或请假不超过 5 次。

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
宏观经济的	名义 GDP、实际 GDP、与 GDP 相关的其它指标	判断、名词解释	目标 1 目标 2	8

基本指标及其衡量	对基础知识的融会贯通	选择、问答	目标 2 目标 4	8
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	6
	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 4	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 1 目标 2	8
	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 4	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 1	6
	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 4	11
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	4
	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 4	6
宏观经济政策	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 2 目标 4	6
	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 4	11
经济增长	经济增长的描述及核算、新古典经济增长模型、内生增长理论、经济发展指标及要素。	选择、判断	目标 2	4
	经济发展指标及要素、促进经济增长的政策、经济发展的战略。	简答、判断、选择	目标 2	6

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：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] 《西方经济学》编写组：《西方经济学》（第二版，下册）[M]. 北京：高等教育出版社、人民出版社，2021.

八、参考资料

1. 曼昆：《经济学原理》（原书第 3 版下册）[M]. 北京：中国人民大学出版社，2020 年 1 月.
2. 斯蒂格利茨：《经济学》（下册）[M]. 北京：中国人民大学出版社，2013 年 1 月.
3. 高鸿业.《西方经济学：宏观部分》[M]. 北京：中国人民大学出版社，2018 年 1 月.

网络资料

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

[2] 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：杨亚娟

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《电子商务概论》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	电子商务概论		课程英文名称	Electronic Commerce	
课程编码	H40B002F		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	无	
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			8		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《电子商务概论》是电子商务专业核心的学科基础课程。电子商务是随着计算机网络发展而发展起来的一门新型学科，电子商务使传统意义上的服务、商品流通、国内贸易、国际贸易等概念的内涵发生了理念上的变化。本课程全面系统地介绍了电子商务领域各个方面的基本理论、基本知识和基本技能。包括电子商务概述、电子商务技术基础、网络零售、新零售、B2B 电子商务、网络营销、新媒体运营、电子商务安全、电子支付与互联网金融、电子商务物流与供应链管理、移动电商与跨境电商等。通过《电子商务概论》课程的学习，让学生掌握电子商务的基本理论、基本知识，了解电子商务的基本技术、基本应用等内容，从而对电子商务有一个整体的了解和认识，为学生提供全面的、进一步学习电子商务其他课程所需要的基本知识，为专业学习奠定坚实的理论基础。

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: 理解掌握电子商务的主要商业模式；熟悉电子商务的技术、金融、物流基础知识和电子商务交易安全风险；掌握网络营销的技术与方法；熟悉当前电子商务领域的挑战和热点问题；了解电子商务的发展趋势。	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: 培养学生把握互联网经济时代商务活动规律，提升学生有效运用互联网，解决经营活动中的实际问题并引领创新的能力和兴趣，运用电子商务理论和技术方法，正确处理电子商务领域的现实问题。	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。	6.专业与社会

		响,并理解应承担的责任。	
素质目标	目标 3: 学生应具有较高的信息技术素质、对网络环境能敏锐体察;能用心尊重他人、不断激励自己;乐于团队合作、善于整合资源;善于表达沟通、用于企业实践、注重学以致用;及时适应环境变化、不断开拓创新。	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。	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
电子商务概述	4	重点: 电子商务的概念;电子商务的一般框架。 难点: 电子商务的基本框架和组成。 思政元素: 通过我国电子商务发展成就和数字经济实力的展示,了解电子商务对中国经济的影响;了解中国电子商务的发展现状、地位及趋势,了解建设数字中国的意义。让学生感受中国在全球经济发展中的重要地位,将社会主义核心价值观教育融入其中。 教学方法与策略: 线下教学。课堂上通过分享视频、案例、报告等引导学生对电子商务概念的理解,结合现象讨论电子商务活动组成,理解电子商务活动开展的支撑要素。	课堂: 认真听讲,积极参与课堂讨论。 课后: 复习知识,完成课后布置任务,预习新课。	目标 1
电子商务技术基础	4	重点: 互联网技术的应用; Web 应用系统结构。 难点: 网络客户端技术和服务器端技术的相关知识。 思政元素: 将本章内容与党的十九大报告中明确提出的“要建设网络强国”相结合,让学生了解党中央对互联网发展内在规律的深刻把握,以及中国建设网络强国的战略目标。 教学方法与策略: 线下教学。采用理论讲授法、启发式、讨论式教学法,使用多媒体课件、网络信息技术等开展教学,了解互联网的基础知识、web 开发技术与互联网技术的应用等。	课前: 预习新课 课堂: 认真听讲,积极参与课堂讨论。 课后: 复习知识,完成课后布置任务,预习新课。	目标 1 目标 2
网络零售 B2C 与 C2C	4	重点: B2C 网站后台管理功能、C2C 网上开店的流程。 难点: C2C 拍卖平台的运作模式。 思政元素: 引导学生认识网络创业、培育创业理念。	课前: 预习新课 课堂: 认真听讲,积极参与课堂讨论。 课后: 复习知识,	目标 1 目标 2

		教学方法与策略: 线下教学。采用理论讲授法、启发式、讨论式、探究式及案例式教学法, 使用多媒体课件、网络信息技术等开展教学, 了解 BC2 和 C2C 电子商务模式。	完成课后布置任务, 预习新课。。	
新零售	2	重点: 新零售的系统框架; 新零售的概念。 难点: 新零售的变革模式。 教学方法与策略: 线下教学。采用理论讲授法、启发式、讨论式、探究式及案例式教学法, 使用多媒体课件、网络信息技术等开展教学, 了解新零售发展的因素、新零售的概念、新零售的系统框架及变革模式。	课前: 预习新课 课堂: 认真听讲, 积极参与课堂讨论。 课后: 复习知识, 完成课后布置任务, 预习新课。	目标 1 目标 2
B2B 电子商务	2	重点: B2B 的交易过程; 水平 B2B 和垂直 B2B 的比较。 难点: 基于企业自有网站的网络采购。 教学方法与策略: 线下教学。采用理论讲授法、启发式、讨论式、探究式及案例式教学法, 使用多媒体课件、网络信息技术等开展教学, 了解 B2B 的相关知识和基于第三方平台的 B2B 交易, 掌握水平 B2B 电商平台和垂直 B2B 电商平台的区别。	课前: 预习新课 课堂: 认真听讲, 积极参与课堂讨论。 课后: 复习知识, 完成课后布置任务, 预习新课	目标 1 目标 2
跨境电商	2	重点: 跨境电商的定义和分类; 跨境电商的物流模式。 难点: 跨境电商物流中的通关与报关。 教学方法与策略: 线下教学。采用理论讲授法、启发式、讨论式、探究式及案例式教学法, 使用多媒体课件、网络信息技术等开展教学, 掌握跨境电商的含义和分类; 了解跨境电商的物流模式和支付方式; 了解掌握跨境物流的通关流程; 了解主要的跨境电商平台。	课前: 预习新课 课堂: 认真听讲, 积极参与课堂讨论。 课后: 复习知识, 完成课后布置任务, 预习新课	目标 1 目标 2
网络营销	2	重点: 网络营销的含义及网络市场调研的方法; 网络营销的策略; 网络营销常用的方法与应用。 难点: 网络营销的方法与应用。 教学方法与策略: 线下教学。采用理论讲授法、启发式、讨论式、探究式及案例式教学法, 使用多媒体课件、网络信息技术等开展教学, 掌握网络营销的含义及职能、了解网络市场调研的方法、熟悉网络营销策略的应用与网络广告的形式、掌握常见的网络营销方法。	课前: 预习新课 课堂: 认真听讲, 积极参与课堂讨论。 课后: 复习知识, 完成课后布置任务, 预习新课	目标 1 目标 2 目标 3
新媒体运营	4	重点: 新媒体运营平台的类型; 新媒体营销的技巧; 新媒体营销数据分析工具。 难点: 新媒体营销数据分析工具。 思政元素: 加强新媒介方面相关法律、法规的教育, 强化学生媒介素养, 提高他们文明上网、	课前: 预习新课 课堂: 认真听讲, 积极参与课堂讨论。 课后: 复习知识,	目标 1 目标 2 目标 3

		健康上网的意识，帮助学生树立正确的网络文明意识。 教学方法与策略：线下教学。采用理论讲授法、启发式、讨论式、探究式及案例式教学法，使用多媒体课件、网络信息技术等开展教学，掌握新媒体和新媒体运营的含义；熟悉新媒体运营平台的类型和数据分析工具；掌握短视频营销、直播营销、微博营销和微信营销的技巧。	完成课后布置任务，预习新课	
电子商务安全	4	重点：电子商务安全性要求；电子商务安全的相关技术。 难点：电子商务安全的相关技术。 思政元素：通过开展理想信念教育，融入爱国情怀，结合电子商务面临的安全问题，阐述习近平谈网络安全的观点（没有网络安全就没有国家安全），融入《网络安全法》的相关内容，了解电子商务对安全的基本需求和攻防技术，进行法律意识教育。 教学方法与策略：线下教学。采用理论讲授法、启发式、讨论式、探究式及案例式教学法，使用多媒体课件、网络信息技术等开展教学，了解电子商务面临的安全威胁；熟悉电子商务安全性要求；掌握电子商务安全的相关技术。	课前：预习新课 课堂：认真听讲，积极参与课堂讨论。 课后：复习知识，完成课后布置任务，预习新课	目标 1 目标 2
电子商务支付与互联网金融	4	重点：常用的电子支付系统；第三方支付模式的交易流程。 难点：第三方支付模式的交易流程。 思政元素：通过学习电子支付与互联网金融的知识，结合当下复杂的金融环境讨论大学生如何进行网络交易安全风险的防控，培养学生的爱国主义情怀及民族自信心。 教学方法与策略：线下教学。采用理论讲授法、启发式、讨论式、探究式及案例式教学法，使用多媒体课件、网络信息技术等开展教学，了解电子支付与互联网金融的概念；熟悉常用的电子支付系统；掌握第三方支付模式的交易流程。	课前：预习新课 课堂：认真听讲，积极参与课堂讨论。 课后：复习知识，完成课后布置任务，预习新课	目标 1 目标 2 目标 3
电子商务物流及供应链管理	4	重点：电子商务物流的实现模式；电子商务配送流程；物流的功能。 难点：电子商务配送流程。 思政元素：了解中国物流业和快递业的发展，了解农村电商和供应链管理结构、特征及运行机理，为乡村振兴出力。 教学方法与策略：线下教学。采用理论讲授法、启发式、讨论式、探究式及案例式教学法，使用多媒体课件、网络信息技术等开展教学，熟	课前：预习新课 课堂：认真听讲，积极参与课堂讨论。 课后：复习知识，完成课后布置任务，预习新课	目标 1 目标 2

		悉电子商务配送流程；掌握电子商务物流的实现模式；了解电子商务环境下的供应链。		
客户关系管理总复习	4	重点： 电子商务客户关系管理系统；客户关系管理的理念和技术。 难点： 客户关系管理的数据管理与数据挖掘。 教学方法与策略： 线下教学。采用理论讲授法、启发式、讨论式、探究式及案例式教学法，使用多媒体课件、网络信息技术等开展教学，掌握客户关系管理的概念和内涵；掌握电子商务客户关系管理的内容与企业应用；掌握跨境物流的通关流程；了解客户关系管理系统的组成。	课前： 预习新课 课堂： 认真听讲，积极参与课堂讨论。 课后： 复习知识，完成课后布置任务，预习新课	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	认识电子商务模式	4	重点： 认识电子商务不同交易模式； 难点： 掌握电子商务模式的应用情况。	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	网络市场调研	4	重点： 掌握网络市场调查的步骤。 难点： 能够对调查结果进行简单的数据分析，了解和掌握 excel 等 office 工具的使用。 思政元素： 引导学生对调研过程及结果坚持实事求是、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：

分数	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；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.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；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.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；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.早退、无故旷课，迟到次数少于 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.认真按时完成实践任务；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.早退、无故旷课，迟到次数少于 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.实践教学内容没有完成或者态度敷衍、抄袭、不按照要求的格式完成报告、实践报告拖延且内容不符合要求。 4.早退、无故旷课，迟到次数超过 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
电子商务概述	电子商务的分类和功能、电子商务的概念、电子商务的法律和税收环境、电子商务的产生、发展和行业应用	选择题、判断题、简答题	目标 1	约 10 分
	电子商务的法律和税收环境、电子商务的产生、发展和行业应用	论述题、案例分析题	目标 2	
电子商务技术基础	互联网的基础知识、Web 开发技术的相关知识、互联网技术的应用、物联网等新兴技术	选择题、判断题、简答题、简答题	目标 1	约 8 分
	物联网等新兴技术	论述题、案例分析题	目标 3	
网络零售 B2C 与 C2C	B2C 电子商务的分类、B2C 后台管理和 B2C 网上购物流程、B2C 网站的主要赢利模式、B2C 电子商务成功的关键因素	选择题、判断题、简答题、案例分析题	目标 1 目标 2	约 10 分
	C2C 电子商务概述、拍卖平台的运作	选择题、判断	目标 1	

	模式、店铺平台的运作模式、我国网络零售市场的特点	题、简答题、案例分析题	目标 2	
新零售	新零售概述、新零售的框架、新零售的商业模式	选择题、判断题、简答题	目标 1	约 8 分
	新零售的框架、新零售的商业模式	案例分析题	目标 2 目标 3	
B2B 电子商务	B2B 电子商务的特点、类型及发展阶段，基于企业自有网站的 B2B 交易，基于第三方平台的 B2B 交易	选择题、判断题、简答题、案例分析题	目标 1	约 8 分
跨境电商	跨境电商的含义与分类、跨境电商物流与支付、主要的跨境电商平台	选择题、判断题、简答题	目标 1 目标 2	约 8 分
网络营销	网络营销的含义及特点、网络营销的职能、网络市场调研、网络营销策略与网络广告、常用的网络营销方法	选择题、判断题、简答题、案例分析题、论述题	目标 1 目标 2	约 10 分
新媒体运营	新媒体与新媒体运营的概念、新媒体运营的主要模块、新媒体平台的类型、新媒体运营数据分析工具	选择题、判断题、简答题、案例分析题	目标 1 目标 2	约 10 分
	短视频营销和直播营销、微信营销和微博营销	选择题、判断题、简答题、案例分析题	目标 1 目标 2	
电子商务安全	电子商务安全内涵、电子商务安全技术、电子商务安全防范与管理	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 8 分
电子商务支付与互联网金融	电子支付概述、电子支付工具、网上银行与手机银行、第三方支付与移动支付、互联网金融	选择题、判断题、简答题	目标 1 目标 2	约 8 分
电子商务物流及供应链管理	电子商务物流、电子商务配送、供应链管理	选择题、判断题、简答题、案例分析题	目标 1 目标 2 目标 3	约 8 分
客户关系管理	电子商务客户关系管理、客户关系管理技术及应用	选择题、判断题、简答题	目标 1 目标 2	约 4 分

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

八、参考资料

[1]邵兵家.电子商务概论(第4版)[M].北京:高等教育出版社,2019年3月

[2](美)特班等著、时启明等译.电子商务——管理与社交网络视角(原书第9版)[M].北京:机械工业出版社,2020年8月

[3]朱迪·斯特劳(Judy Strauss),雷蒙德·弗罗斯特(Raymond Frost).网络营销(第7版)[M].北京:中国人民大学出版社,2015年7月

[4][美]波特·埃里斯曼.全球电商进化史[M].杭州:浙江大学出版社,2018年8月

[5]万贇.电商进化史[M].北京:机械工业出版社,2015年8月

[6]黄若.我看电商3:零售的变革[M].北京:电子工业出版社,2018.4月

[7]大卫·贝尔.不可消失的门店:后电商时代的零售法则[M].杭州:浙江大学出版社,2017年

[8]铃木敏文(日).零售的哲学[M].南京:江苏凤凰文艺出版社,2013年4月

网络资料

[1]中国电子商务研究中心: <https://www.100ec.cn/>

[2]艾瑞网: <https://www.iresearch.cn/>

[3]亿邦动力网: <https://www.ebrun.com/>

[4]阿里研究院: <https://www.aliresearch.com/>

[5]企鹅智库: <https://www.199it.com>

[6]中国营销传播网: <https://www.emkt.com.cn/>

[7]中国大学MOOC(慕课): <https://www.icourse163.org/>

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

《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	H40B147F		适用专业	电子商务	
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	38
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：10		
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、概率分布、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、时间序列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	4	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	5	重点： 点估计和区间估计；一个总体参数的区间估计	课前： 通过预习了	目标 2

		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。	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 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
方差分析和时间序列预测	5	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；时间序列的成分；预测方法的选择与评估；平滑法预测。 难点：误差的分解。 教学方法与策略：线下教学。对方差分析、时间序列预测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对方差分析、时间序列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、卡方检验	4	重点：单个样本检验；独立样本检验；成对样本检验；卡方拟合优度检验。 难点：卡方独立性检验。 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
上机	方差分析	2	重点：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。	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因素方差分析方面的上机作业。	目标 1 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、简答题	目标1	约8分
	变量及数据的分类、概率抽样方法			
用图表展示数据	选用合适的图形展示数据	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12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13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	
方差分析和	方差分析表	计算题、填空题	目标3	约15分

时间序列预测	方差分析的基本思想和原理	选择题、判断题	目标 1	分
	时间序列的成分、预测方法的选择与评估、平滑法预测	选择题、判断题、简答题、填空题	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 其他： 学历（位）：硕士及以上
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

《会计学原理》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	会计学原理		课程英文名称	Accounting Principles	
课程编码	H38B005F		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	无	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时：0		
开课单位			商学院		

二、课程简介

《会计学原理》是电子商务本科专业一门重要的学科基础必修课。该课程系统介绍了会计科目和账户、复式记账等会计基础理论和基本概念，以及会计凭证、会计账簿、成本核算、财产清查、编制会计报表等会计核算方法。通过本课程的教学，使学生能够系统掌握会计的基本理论和方法，具备处理会计业务的能力，培养学生理论联系实践的学习习惯和良好的职业道德，为电子商务专业的学生进一步学习专业课打下良好的基础。

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
知识目标	目标 1: 了解会计的起源及发展历程；理解会计的对象、基本假设、会计要素、会计信息质量要求等基本概念；熟悉会计核算的基本流程。 目标 2: 系统掌握设置账户、复式记账、填制和审核会计凭证、登记账簿、财产清查、编制财务会计报告等会计核算方法。	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 3: 具备运用借贷记账法处理贸易企业常见经济业务的能力，以会计的角度解决实际问题； 目标 4: 具备填制会计凭证、登记会计账簿及编制财务会计报告的能力。	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
素质目标	目标 5: 培养学生专业基础理论知识联系实践的学习习惯以及认真负责、严谨细致的科学态度； 目标 6: 引导学生遵守职业道德和财经法规，培养学生敬岗爱业，坚守职业原则的精神。	7-3 理解专业相关的职业性质、职业道德，能够在具体实践中履行应有的责任。	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
会计基础概念	2	重点： 会计的涵义（包括定义、特点、会计对象、基本职能等）；2. 会计核算的基本前提；3. 权责发生制与收付实现制的含义；4. 会计信息质量要求。 难点： 对会计一般对象的理解，即社会再生产过程中的资金运动形式；2. 权责发生制记账基础及应用；3. 会计信息质量要求的理解 思政元素： 通过讲解中国古代会计的发展史，培养学生的民族自豪感；讲解会计信息质量要求时，向学生强调会计信息质量要求和会计人员的诚实守信原则紧密相关，没有诚信作为基石，会计信息的真实性和财务报表的公允性就难以获得保证。 教学方法与策略： 多媒体课堂教学，辅以启发式教学，结合“经济越发展，会计越重要”的观点组织课堂讨论。	课前：通过在线平台或班群发送预习任务。 课堂：复习加提问的方式回顾相关内容。 课后：提供参考文献和拓展资料课后阅读，预习新课。	目标 1 目标 6
记账方法	4	重点： 1. 会计要素的含义及内容；2. 会计等式的含义及应用；3. 会计科目的设置；4. 账户的分类及性质；5. 借贷记账法下的记账规则 and 不同类型账户的结构；6. 会计分录的编制步骤和规范格式；7. 试算平衡的公式及原理。 难点： 1. 经济业务发生对会计等式的影响；2. 借贷记账法的记账符号和账户结构；3. 对经济业务进行分析并用借贷记账法的规则编制会计分录；4. 编制试算平衡表。 思政元素： 讲解历史上孔子、孟子对会计的观点，融入我国传统文化的内容，帮助学生树立平衡的观念，理解会计恒等式，感受中国传统文化的魅力。 教学方法与策略： 多媒体课堂教学，同时多用启发式教学，让学生自行分析经济业务，选择账户并加以记录，对记录结果运用试算平衡原理进行检验。	课前：通过在线平台或班群推送课件、任务单等学习资料，老师与学生互动汇总学生的疑惑。 课堂：学生以听课为主，回答老师的提问，参与讨论。 课后：完成习题，预习新课。	目标 1 目标 2 目标 3 目标 5
筹资与供应业务的会计核算	4	重点： 1. 企业筹集资金的来源渠道，对会计等式的影响；2. 资金筹集过程中的相关账户的设置与运用；3. 采购成本的构成，采购费用的分配；4. 采购业务核算账户的设置及会	课前：通过在线平台或班群推送课件、任务单等学习资料，老	目标 2 目标 3 目标 5 目标 6

		计分录。 难点：1. 筹集资金基本经济业务的核算中相关账户的设置与运用；2. “在途物资”、“应交税费”账户的核算内容及其运用。 思政元素：讲解负债项目关于应交税费知识点时，结合明星偷漏税被巨额罚款事件，融入践行“社会主义核心价值观”中的法制理念。 教学方法与策略：多媒体课堂教学，同时结合案例法和启发式教学，让学生自行分析经济业务，选择账户并加以记录。	师与学生互动 汇总学生的疑惑。 课堂：学生以听课为主，回答老师的提问，参与讨论。 课后：完成习题，预习新课。	
生产与销售业务的会计核算	4	重点：1. 生产过程的核算内容；2. 生产业务核算账户的设置；3. 销售收入的核算；4. 销售成本的结转。 难点：“制造费用”、“生产成本”账户的核算内容及其运用；2. 销售税金的计算和处理。 思政元素：简介国家简并增值税税率结构等一系列减轻税负的举措，使学生实实在在地感受到国家考虑到企业方方面面的困难，体会到国家为百姓做实事，使学生在潜移默化中激发了爱国热忱。 教学方法与策略：多媒体课堂教学，同时结合案例法和启发式教学，让学生自行分析经济业务，选择账户并加以记录。	课前：通过在线平台或社群推送课件、任务单等学习资料，老师与学生互动汇总学生的疑惑。 课堂：学生以听课为主，回答老师的提问，参与讨论。 课后：完成习题，预习新课。	目标 2 目标 3 目标 5 目标 6
利润形成与分配的会计核算	4	重点：1. 利润的含义及构成（不同的利润指标内容）；2. 损益类账户的结转；3. 利润分配的程序；4. 利润分配的账务处理 难点：1. 利润的计算和结转；2. “本年利润”、“利润分配”账户的内容和应用。 思政元素：通过对经济业务的处理，引导学生树立严谨细致、客观公正的职业态度，记录每一笔经济业务时应合法合规合理。 教学方法与策略：多媒体课堂教学，同时结合案例法和启发式教学，让学生自行分析经济业务，选择账户并加以记录。	课前：通过在线平台或社群推送课件、任务单等学习资料，老师与学生互动汇总学生的疑惑。 课堂：学生以听课为主，回答老师的提问，参与讨论。 课后：完成习题，预习新课。	目标 2 目标 3 目标 5 目标 6
会计凭证	2	重点：会计凭证的作用和种类；2. 原始凭证的填制和审核；3. 记账凭证的填制和审核。 难点：1. 原始凭证的种类及填制方法；2. 记账凭证的填制方法。 思政元素：结合案例教学法向学生强调要抵制诱惑，遵纪守法，拒绝开具虚假发票和虚	课前：通过在线平台或社群推送课件、任务单等学习资料，老师与学生互动汇总学生的疑	目标 2 目标 4 目标 5 目标 6

		假凭证，不得伪造、变造会计凭证，坚守自己的职业底线。 教学方法与策略：多媒体课堂教学，同时结合案例法和实例教学法，讲述各类记账凭证填制的技术方法。	惑。 课堂：学生以听课为主，回答老师的提问，参与讨论。 课后：完成习题，预习新课。	
会计账簿	2	重点：1. 账簿的种类和用途；2. 特种日记账、总分类账、明细分类账的格式和登记方法；3. 结账和对账的方法；4. 错账查找和更正的方法。 难点：各类账簿的格式和登账方法；2. 错账更正的方法。 思政元素：讲解错账更正方法时告诉学生在日常生活和学习过程中也可能会犯错，但是一定要用正确的方法及时更正自己的错误，避免产生不可挽回的后果和损失。 教学方法与策略：多媒体课堂教学，同时结合实例教学法，讲述各类账簿填制的技术方法。	课前：通过在线平台或社群推送课件、任务单等学习资料，老师与学生互动汇总学生的疑惑。 课堂：学生以听课为主，回答老师的提问，参与讨论。 课后：完成习题，预习新课。	目标 2 目标 4 目标 5 目标 6
财产清查	2	重点：1. 财产清查的种类和盘存制度；2. 未达账项的含义及银行存款余额调节表的编制；3. 实物资产清查的方法；4. 实物资产清查结果的账务处理。 难点：1. 永续盘存制与实地盘存制的对比理解；2. 待处理财产损益的核算及结转。 思政元素：结合库存现金和银行存款清查的内容教育学生以严肃认真负责的态度监督每笔金钱业务的合法性、真实性和合理性，形成科学的健康的金钱观。 教学方法与策略：多媒体课堂教学，同时启发学生思考并讨论：财产清查与对账中的“账实相符”有什么必然联系。	课前：通过在线平台或社群推送课件、任务单等学习资料，老师与学生互动汇总学生的疑惑。 课堂：学生以听课为主，回答老师的提问，参与讨论。 课后：完成习题，预习新课。	目标 2 目标 3 目标 5 目标 6
账务处理程序	2	重点：1. 账务处理程序的概念；2. 各种账务处理程序的核算流程；3. 各种账务处理程序的优缺点。 难点：科目汇总表核算账务处理程序的应用方法 思政元素：养成细心、责任、担当等良好的职业素养和职业道德。 教学方法与策略：多媒体课堂教学，同时结合实例教学法，通过实例讲解科目汇总表账务处理程序。	课前：通过在线平台或社群推送课件、任务单等学习资料，老师与学生互动汇总学生的疑惑。 课堂：学生以听课为主，回答老师的提问，参与讨论。	目标 1 目标 5

			课后：完成习题，预习新课。	
财务会计报告	4	重点： 1.资产负债表的含义；2. 资产负债表的结构、内容和编制方法；3. 利润表的含义；4. 利润表的格式、内容和编制方法；5. 现金流量表的含义和编制方法。 难点： 1. 资产负债表的编制方法；2. 利润表的计算公式；3. 现金流量表的编制方法。 思政元素： 结合上市公司财务造假案例向学生强调财务报表应该公允反映公司的财务状况、经营成果和现金流量，会计人员要把自己的行为置于法律、法规的约束和规范之下，严守职业底线，不可粉饰报表、操纵利润。 教学方法与策略： 多媒体课堂教学，同时结合案例法和实例教学法，通过实例讲解资产负债表和利润表各项目的填列方法。	课前：通过在线平台或班群推送课件、任务单等学习资料，老师与学生互动汇总学生的疑惑。 课堂：学生以听课为主，回答老师的提问，参与讨论。 课后：完成习题，预习新课。	目标 2 目标 4 目标 5 目标 6
综合复习	2	重点： 各模块重点内容复习 难点： 各模块难点内容复习	课前：通知学生做好复习准备 课堂：以提问为主，解释为辅 课后：做好考前辅导和答疑	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：

成绩	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%以上的作业解答正确 2.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%以上的作业解答正确。 2.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%以上的作业解答正确。 2.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%以上的作业解答正确。 2.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.字迹模糊、卷面书写零乱；超过 40%的作业解答不正确。 2.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 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
会计基础概念	会计的特点、会计对象、会计的基本职能、会计核算的基本前提、权责发生制、会计信息质量要求特征	选择题 判断题	目标 1 目标 6	4-8
记账方法	会计要素、会计等式的含义及应用、会计科目、账户的分类及性质、借贷记账法的记账规则、会计分录的编制步骤和规范格式、试算平衡的公式及原理	选择题 判断题 填表题	目标 1 目标 2 目标 3 目标 5	8-10
筹资与供应业务的会计核算	筹资和供应过程中相关账户的设置与运用、采购成本的构成、采购费用的分配、筹资和供应业务的账务处理	选择题 判断题 账务处理题	目标 2 目标 3 目标 5 目标 6	10-15
生产与销售业务的会计核算	生产与销售过程中相关账户的设置与运用、生产成本的构成、销售税金的核算、生产与销售业务的账务处理	选择题 判断题 账务处理题	目标 2 目标 3 目标 5 目标 6	10-15
利润形成与分配的会计核算	利润的含义及构成、损益类账户的结转、利润分配的程序、利润分配的账务处理	选择题 判断题 账务处理题	目标 2 目标 3 目标 5 目标 6	8-12
会计凭证	会计凭证的作用和种类、原始凭证的填制方法、记账凭证的填制方法	选择题 判断题 填表题	目标 2 目标 4 目标 5 目标 6	6-10
会计账簿	账簿的种类和用途、各类账簿的格式和登记方法、结账和对账的方法、错账查找和更正的方法	选择题 判断题	目标 2 目标 4 目标 5 目标 6	6-10
财产清查	财产清查的种类和盘存制度、未达账项的含义及银行存款余额调节表的编制、实物资产清查的方法、实物资产清查结果的账务处理	选择题 判断题 填表题 综合创新题	目标 2 目标 3 目标 5 目标 6	8-12
账务处理程序	账务处理程序的概念、各种账务处理程序的核算流程、各种账务处理程序的优缺点	选择题 判断题	目标 1 目标 5	2-4
财务会计报告	资产负债表的含义、结构、内容和编制方法以及利润表的含义、格式、内容和编制方法	选择题 判断题 填表题 综合创新题	目标 2 目标 4 目标 5 目标 6	8-10

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（或其他中级）以上 或 学历（位）：本科以上 其他：会计学及相关专业学习背景
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，正常上班时间 线下地点及时间安排：教师办公室，正常上班时间；上课教室， 课间时间。

七、选用教材

[1]杨怀宏、焦争昌.会计学原理[M].北京:中国财政经济出版社,2021年4月.

[2]秦欣梅.基础会计（第3版）[M].大连:东北财经大学出版社,2020年1月.

八、参考资料

[1]企业会计准则编审委员会.企业会计准则详解与实务[M].北京：人民邮电出版社，
2021年2月.

[2]企业会计准则编审委员会.小企业会计准则解读[M].上海：立信会计出版社，2020年
11月.

[3]辛林.会计学原理[M].厦门：厦门大学出版社，2021年10月.

[4]徐晔.会计学原理（第七版）[M].上海：复旦大学出版社，2021年2月.

网络资料

[1]财政部会计准则委员会， <https://www.casc.org.cn>

[2]中国注册会计师协会， <https://www.cicpa.org.cn>

[3]网易云课堂，<https://studrgy.163.com>

[4]中国大学慕课，[https:// www.icourse163.org](https://www.icourse163.org)

[5]优课联盟，<http://www.uooc.net.cn/league/union>

大纲执笔人：李航

讨论参与人:韩静、张晨茜

系（教研室）主任：韩静

学院（部）审核人：张洪

《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	H40B003B		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		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、做好四年大学学习规划。

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四年需要达到的学分（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	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	目标 2 目标 3

		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。	此规划四年学习计划。	
--	--	--	------------	--

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）们大学四年的学习、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

《网络营销》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	专业必修课	课程属性	理论
课程名称	网络营销		课程英文名称	E-Marketing	
课程编码	H40B157F		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，可以使学生了解和掌握实践应用，跟踪网络营销理论与应用前沿，使学生既有系统化的网络营销理论知识，又能掌握够网络营销实用技能，从而全面提升学生的网络营销素质。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	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极	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

标	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	课前：预习课本知识	目标 1 目标 2 目标 3

		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。	课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	
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 教学方法与策略： 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2
网络产品与网络品牌	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	目标 1 目标 2

			课后: 习题总结归纳	
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
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	2	重点: 了解社区媒体的特点以及营销优势, 能够掌	课前: 预	目标 1

营销		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。	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 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附属网络营销等技能 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	网络口碑营销、搜索引擎营销、客户界面设计	选择题、	目标 1	15

工具		论述题	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 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

《数据库管理和应用》教学大纲

《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	H40B043F		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	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	6.专业与社会 7.职业规范

标	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。	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。	
---	--	---	--

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	目标 1 目标 2

			课堂知识	
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。 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

		源,清晰、准确传授相关基础知识,突出重点难点。		
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： 1 次/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：

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

七、选用教材

[1]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	H40B049D		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	32	学分	2	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时：16		
开课单位			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	1.3 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：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	5.3 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
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 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
短视频概述	2	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。 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。	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
短视频的策划	4	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	2	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	2	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	课前：预习 课堂：听课、参与课堂活动、实际操作练习	目标 1 目标 2

		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。	课后： 复习巩固、课后练习，剪辑短视频。	
短视频的发布	2	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
短视频的运营与商业变现	4	重点： 运营基本思维；用户运营；渠道推广及数据分析；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，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	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	短视频概念、短视频特征、类型、平台、制作流程及发展现状	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	内容定位、用户定位、选题维度与原则、选题渠道与方法、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、策划题	目标 1 目标2	20
短视频的拍摄	拍摄前的准备、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	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	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	短视频账号完善、标题与封面的创作、发布时间的优化	单选题、多选题、填空、判断题	目标 1 目标2	20
	短视频营销策划案大纲	策划题	目标3	
短视频的运营与商业变现	运营基本思维、用户运营、渠道推广及数据分析、广告变现、电商变现、用户付费变现、直播变现、短视频变现	单选题、多选题、简答题、策划题	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）：硕士或以上
2	课程时间	周次： 1-16 周 节次： 每周 2 节
3	授课地点	☒ 教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他： 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]程琨、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

《电子商务运营》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	电子商务运营		课程英文名称	E-commerce Operation	
课程编码	H40B048F		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	无	
总学时	48	学分	3	理论学时	36
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			12		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《电子商务运营》是电子商务专业的一门专业必修课程，旨在培养学生把握电子商务发展趋势、学以致用的前提下，突出电子商务运作、网络交易、数据分析和信任管理的地位。本课程全面介绍电子商务运营与管理的基本概念、基本流程、方式方法和相关工具的基础上，重点就网上开店、商品管理、数据分析、交易管理、安全管理、信任管理和支付管理等相关内容进行解读。课程既注重知识体系的完整性，又注重理论与实践的紧密结合，具有很强的指导性和操作性，进而提升实际分析与应用能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 掌握电子商务运营的基本知识、基础理论和基本技能，熟悉电子商务的运作流程。	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: 能够从事电子商务运营和管理，按照实际需求搜集数据和资料分析相关问题并提出解决方案。	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: 综合运用电子商务运营知识和能力，解决电子商务运营过程中的实际问题，不断学习和掌握新知识、新技能，并能够将其应用到工作中。	6.1 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。 7.3 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行为文明素质。	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
电子商务运营概述	4	重点： 电子商务商业模式；跨境电商模式。 难点： 商业模式的含义与商业模式的创新。 思政元素： 对比网络经济和电子商务发展过程，引导学生树立远大理想和爱国情怀。 教学方法与策略： 线下教学。课堂上予以讲授，同时采用在线视频展示，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	目标 1 目标 2 目标 3
市场分析与货源选择	4	重点： 市场分析、竞争分析；市场定位、店铺定位；货品规划、货源选择。 难点： 市场定位、店铺定位。 思政元素： 培养正确的市场观念和商业道德。 教学方法与策略： 线下教学。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：对班级进行分组 课后：小组查找主题案例	目标 1 目标 2
店铺开设	6	重点： 淘宝开店；商品设置；店铺管理。 难点： 店铺营销；店铺引流、推广。 思政元素： 培养学生的责任感、诚信意识和关注社会的能力。 教学方法与策略： 线下教学。下达任务书，课堂教学组织以开店过程为引导形成开店方案。	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	目标 1 目标 2 目标 3
商品管理	4	重点： 前台商品的管理；中后台商品的管理；商品推荐；库存管理。 难点： 商品推荐的方法；库存管理的方式与。 思政元素： 注重培养学生的责任感和诚信意识在商品管理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，同时结合具体课程思政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：作业	目标 1 目标 2
运营数据分析	6	重点： 数据分析概述；知识图谱；大数据分析。 难点： 机器学习算法；数据分析技术。 思政元素： 了解数据使用的合法性和道德性，避免滥用数据或对个人隐私进行侵犯。 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，同时结合具体运营数据分析案例进行关键点分析。	课前：作业评阅反馈 课堂：学生分享案例参与课堂讨论 课后：运营数据分析任务	目标 1 目标 2 目标 3

交易管理	4	重点： 传统产品的定价；网络产品的定价；网上定价销售； 难点： 网络产品定价策略；一口价拍卖。 思政元素： 引导学生关注公正和诚信的原则。 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：交易管理设计	目标 1 目标 2 目标 3
安全与信任管理	4	重点： 安全与信任概述；安全与信任管理内容、方法与算法；区块链信任机制。 难点： 区块链作用、涉及技术和信任机制。 思政元素： 学习如何保护消费者的个人信息安全、防范网络欺诈。 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
电子支付	4	重点： 电子货币概述；电子支付系统；网上银行与第三方支付；移动支付。 难点： 电子货币原理、移动支付方式。 思政元素： 关注电子支付可持续发展的因素。 教学方法与策略： 线下教学。查阅相关政策文件，提供电子支付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：文献阅读	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	店铺开设与商品管理	4	重点： 任务一，店铺开设策划和实施，指导学生进行开店设计。 难点： 开店流程和选品。	设计	实训 5 人一组收集资料准备 PPT，小组分工查阅资料。	目标 1 目标 2 目标 3
课堂实践	运营数据分析	4	重点： 任务三，应用数据分析工具和技巧分析模拟运营数据； 难点： 各项指标和关键数据的含义与应用。	训练	分小组上台展示，老师课堂总结，学生修改方案。	目标 1 目标 2 目标 3
课堂实践	运营方案展示	4	重点： 任务三，分小组上台展示电子商务运营方案； 难点： 老师归纳总结，指出过小组的特点和存在问题。	综合	分小组上台展示，老师课堂总结，学生修改方案。	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

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
电子商务运营概述	电子商务及其商业模式、电子商务运营管理、跨境电子商务与境外网购、电子商务法	选择 判断 名词解释	目标 1 目标 2 目标 3	约 10
市场分析与货源选择	市场分析、竞争分析、市场定位、店铺定位、货品规划、货源选择、市场定位、店铺定位	选择 判断 名词解释 简答	目标 1 目标 2	约 15
店铺开设	淘宝开店、商品设置、店铺管理、店铺营销、店铺引流、推广。	选择 判断 名词解释 论述	目标 1 目标 2 目标 3	约 15

商品管理	前台商品的管理、中后台商品的管理、商品推荐、库存管理、商品推荐的方法、库存管理的方式与	选择 判断 论述 案例分析	目标 1 目标 2	约 20
运营数据分析	数据采集、数据清洗、数据转换、数据脱敏、机器学习算法、数据分析技术	选择 判断 名词解释 计算	目标 1 目标 2 目标 3	约 10
交易管理	传统产品的定价、网络产品的定价、网上定价销售、网络产品定价策略、一口价拍卖	选择 判断 名词解释 简答	目标 1 目标 2 目标 3	约 10
安全与信任管理	安全与信任概述、安全与信任管理内容、方法与算法、区块链信任机制	选择 判断 名词解释 简答	目标 1 目标 2	约 10
电子支付	电子货币概述、电子支付系统、网上银行与第三方支付、移动支付	选择 判断 名词解释 简答	目标 1 目标 2 目标 3	约 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：16 周 节次：3 节/周
3	授课地点	R 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] 张宝明，电子商务运营管理，北京：清华大学出版社，2022

八、参考资料

[1] 白东蕊，网店运营与管理（视频指导版），北京：清华大学出版社，人民邮电出版社，2019 年.

[2] 陈孟建，电子商务网站运营与管理（第 2 版），北京：中国人民大学出版社，2018 年.

网络资料

[1]中国慕课课程: www.icourse163.org

[2]智慧树课程: 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

《跨境电商实务》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	跨境电商实务		课程英文名称	Cross-border E-commerce	
课程编码	H40B103F		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	电子商务、经济学	
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

《跨境电商实务》是电子商务专业的一门专业必修课程，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、客户服务等，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、新的视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，能融合国际经济与贸易和电子商务的特点，按照跨境电商	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	2.问题分析

标	网店运营的完整思路将关键的操作步骤进行实操呈现，掌握市场研究与数据分析、数据分析与优化、社交媒体营销与广告投放等技术，以提高跨境电商运营效率和智能决策能力。	织能力。	
素质目标	目标 3: 培养学生具有国际化视野、跨境电商理念和跨文化交际意识，熟悉国际贸易和跨境电商交易基本流程，具备深入研究电商领域的能力，掌握相关模型、理论和框架为跨境电商、国际贸易等问题提供指导。	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
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《中国跨境电商商务的发展机遇》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《中国跨境电商商务的发展机遇》 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	6	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	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

		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。		
跨境电商交易	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，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	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，仿真平台上自学操作	目标 1 目标 3
跨境电商产品定价	4	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，使用恰当的定价方法。 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	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

		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。		
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复制网络营销方法，为什么？	目标 1 目标 2
跨境电商平台操作	8	重点： 掌握全球速卖通、亚马逊、阿里巴巴国际站平台功能以及操作 难点： 熟知各个交易环节中的平台规则及使用相应平台进行模拟操作 教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法、案例法和多媒体教学等方式开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路，另采用模拟软件辅助学生进行平台模拟操作。	课前：线上视频初步认识各大跨境电商平台。 课堂：通过案例、多媒体教学等方式对知识点进行讲授。 课后：掌握各平台操作方法，完成作业。	目标 1 目标 2
跨境电商数据分析	4	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	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

		学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。		
跨境电子商务法律法规	2	重点： 熟悉跨境电商监管相关法律法规，以及近期出台的跨境电商的相关政策 难点： 结合跨境电商实际情景采用合适的法律法规。 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的相关政策、法律制度。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：查询跨境电商相关的法律法规 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：跨境电商企业及消费者如何维权	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

备注：任课老师可根据实际教学内容进行教学模块的微调。

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。平时成绩分作业含平台操作（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	目标 1	约 12

		断题		
	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	R 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.跨境电商[M].人民邮电出版社，2022 年 1 月

八、参考资料

[1]易静,王兴,陈燕清.跨境电子商务实务.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

《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
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	H40B046F		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	经济学、电子商务概论、市场营销学等	
总学时	48	学分	3	理论学时	48
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：0		

二、课程简介

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

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	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；	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

	能运用采购管理相关理论,解决企业采购过程中遇到的难题;能运用库存管理方法,提出不同企业的库存控制策略;能运用配送中心规划的相关方法设计企业的配送方案;能运用物流管理成本的相关理论,核算企业的物流成本。		
素质目标	目标 3: 通关课程学习,使学生具有热爱所学专业、爱岗敬业的精神和强烈的法律意识;有协助完成物流与供应链相关工作的良好的业务素质和身心素质;具有基本的物流与供应链管理的感知能力;具有一定的分析物流与供应链管理对电子商务发展影响的逻辑思路;具有自学能力、获取信息的能力,组织、管理、团队协作能力等;关注行业发展,善于思考行业热点现象或问题。	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	6	重点: 掌握物流管理的原则、基本内容及主要学说; 难点: 掌握物流各个主要环节的相关信息 思政元素: 通过案例《中国古代丝绸之路与一带一路》培养学生爱党、爱国和大国自信,积极引导思考企业如何在党和国家实施的各类政策战略中做好企业物流的。 教学方法与策略: 线下教学。利用 PPT、多媒体工具,使学生学习物流及物流管理、电子商务的基本理论,物流管理的原则、基本内容及主要学说,物流系统的构成。初步形成基本的物流管理感知能力。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学,辅以启发式提问拓宽学生学习思路。课下采用分组调查法,巩固学习成果。	课前: 观看影片《中国古代丝绸之路》 课堂: 讲解相关知识 课后: 习题练习	目标 1 目标 3

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

		用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	台的物流模式	
供应链管理	4	重点： 掌握供应链管理的内容、供应链战略的原则、供应链管理的方法和模式 难点： 能够根据所学知识，选择恰当的供应链管理方法和模式。 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授供应链及其管理的概念；供应链的分类、特点及作用；供应链管理的原理、方法及模式。课堂运用主要运用讲授法、案例法及分组讨论法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：完成练习题	目标 1 目标 2
供应链采购管理	4	重点： 重点掌握供应链采购方式 难点： 能够概括采购、采购管理的基本理论；能够区分不同的供应链采购方式并进行恰当的选择。 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授采购及供应链采购的基本理论；供应链采购的作用及内容；供应链采购方式。课堂运用主要运用讲授法、案例法、分组讨论法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：思考采购是做什么的。 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：采购练习题	目标 1 目标 2
供应链关系管理	3	重点： 掌握供应链合作伙伴关系的选择原则及方法 难点： 能够理解供应链合作伙伴关系建立的制约因素；能够就如何选择供应链合作伙伴进行阐述。 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授供应链合作伙伴管理的概念、基本理论；供应链合作伙伴管理的意义及制约因素；供应链合作伙伴关系的选择原则及方法。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标 1 目标 2
供应链优化与整合	3	重点： 掌握供应链优化的方法 难点： 能够解释牛鞭效应产生的原因并根据不同的实际情况，提出相应的应对策略；能够对企业现有供应链提出优化策略 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授供应链失灵、牛鞭效应、供应链优化、供应链整合的基本概念；牛鞭效应产生的原因、表现，应对牛鞭效应的方法；供应链整合的目标；供应链优化的方法。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	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	4	重点： 掌握供应链成本控制、物流成本核算的方法。 难点： 能够区分不同类别的物流成本；能够根据企业实际运营现状，就物流成本控制、供应链成本控制提出有建设性的意见。 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授供应链成本、物流成本的概念、分类，供应链成本控制、物流成本核算的方法。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：思考物流成本包括哪些？与会计成本是否一致？ 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：物流成本的计算	目标 1 目标 2
------------	---	---	--	--------------

五、学生学习成效评估方式及标准

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

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

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

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

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

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士研究生 其他：
2	课程时间	周次：1-16 周 节次：3 次/周
3	授课地点	R 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].人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	H40B156F		适用专业	电商（专升本）	
考核方式	考试		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 学时		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

本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。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	6	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。 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
互联网金融支付	6	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	6	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	6	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	6	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	6	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	6	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	6	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，自由选择学习相关案例。	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	目标 1 目标 2	5

		简答题 计算题 案例分析		
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_pcsgjg_

[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	专业课程	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	H40B045F		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	48	学分	3	理论学时	36
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			12		
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，是为了让学生在深刻理解电子商务业务内涵的基础上，系统地介绍电子商务数据分析理论、工具和常用方法。该课程以选择相应的数据分析软件进行教学，系统地介绍了电子商务数据分析的基本理论和方法，包括数据采集与处理、市场数据分析、运营数据分析、客户画像、数据可视化和数据分析报告等内容。用数据思维洞察电商运营，发掘电商的内在价值，能针对不同应用场景进行相应的数据实例分析，逐步培养起电子商务数据分析能力，为将来成长为电子商务数据分析师打下的基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	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概念和步骤；掌握电子商务数据采集与处理、市场数据分析、运营数据分析、客户画像、数据可视化和数据分析报告等内容。	4.1 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。	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。	5.1 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和决策分析。	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	8.1 毕业生应该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.个人与团队

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
电子商务数据分析概述	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 市场数据分析	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。 课后：思考模型的应用。	目标 1 目标 2
电子商务 运营数据分析	4	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。 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 客户画像	4	重点：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）1. 能够运用 RFM 模型对客户进行分类，并绘制客户画像，进行精准营销。； （2）掌握用户画像的应用； 教学方法与策略：线下教学。对于 RFM 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：预习。 课堂：记笔记，完成客户画像分析。 课后：思考模型的应用。	目标 1 目标 2
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、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 报告	6	重点： 电子商务数据分析理论与现实数据结合；数据分析报告撰写步骤。 难点： （1）数据分析报告的可视化； （2）数据分析报告逻辑结构； 教学方法与策略： 线下教学。查阅相关政策文件，提供电子商务数据可视化最新发展报告和相关研报，课堂主要通过讨论、小组汇报开展教学。	课前： 预习。 课堂： 记笔记，完成报告的撰写。 课后： 思考报告的应用。	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	市场数据分析	4	重点： 熟悉对比分析及线性回归预测模型相关概念； 难点： 掌握对比分析法及线性回归预测模型的应用	综合	4 人一组完成既定情境下市场数据分析。	目标* 目标* 目标*
实训	商品数据分析	4	重点： 熟悉关联规则算法的理论知识与适用场景 难点： 运用关联规则完成案例的操作	综合	4 人一组完成既定情境下市场商品数据分析。	目标* 目标* 目标*
实训	客户画像	4	重点： 理解掌握 RFM 模型的基本概念； 难点： 掌握利用 FM 模型对客户进行分类，区分无价值客户、高价值客户。 思政元素： 注重培养学生的团队合作和社会责任感。在实践项目中，学生需要分组完成客户画像，这需要学生之间的紧密合作和协作，同时还需要学生对社会责任的认识和担当。	综合	4 人一组完成既定情境下市场客户画像	目标* 目标* 目标*
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。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，闭卷考试。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
电子商务数据分析概述	数据分析认知、电商数据分析模型、电商数据分析方法与工具	选择题、判断题、简答题	目标 1	10
电子商务数据采集	电子商务数据采集的概念和方法	选择题、判断题、简答题	目标 2	10
电子商务数据处理	电商数据的预处理、电商数据质量和清洗、电商数据集成与转换	选择题、判断题、简答题	目标 1 目标 2	10
电子商务市场数据分析	市场数据分析、竞争数据分析	选择题、判断题、简答题、分析题	目标 1 目标 2	10
电子商务运营数据分析	商品数据分析、流量与转换数据分析、采购与销售数据分析、库存数据分析	判断题、简答题、计算题、分析题	目标 1 目标 2	20
电子商务客户画像	客户画像概念、流程和指标、行为分析	选择题、简答题、分析题	目标 1 目标 2	15
电子商务数据可视化	电商数据可视化图表和报表	选择题、判断题、简答题、分析题	目标 1 目标 2	15

电子商务数据分析报告	电子商务报告撰写步骤和结构	选择题、判断题、简答题	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）： 硕士 其他： 无
2	课程时间	周次： 1-16 周 节次： 3 节/周
3	授课地点	R 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] 王丹丹、谢博.电子商务数据分析理论与实践[M].北京：电子工业出版社,2022.09
- [2] 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

八、参考资料

- [1] 隋东旭.电子商务数据分析与应用[M].北京：清华大学出版社,2023.05
- [2] 徐文瑞，文林莉.电子商务数据分析(微课版)[M].北京：人民邮电大学出版社，2023.06

网络资料

- [1] 智慧树在线课程《电子商务数据分析与应用》：
<https://coursehome.zhihuishu.com/courseHome/1000066983>
- [2] 慕课在线国家精品课程《商务数据分析与应用》
https://www.icourse163.org/course/JSETI-1001754246?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcsgjg_
- [2]洞见研报：<https://www.djyanbao.com/index>

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	专业课程	课程性质	必修	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	H40B162D		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	电子商务概论	
总学时	32	学分	2	理论学时	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的基本流程和基本方法。	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
能力目标	目标 2: 学生应该能够应对新媒体文案相关工作,具备分析问题和解决问题的能力;能有效地组织和管理文案策划项目,合理安排时间表、资源和团队协作,确保项目按时、高质量地完成。	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、合作的能力;能够进行有效的沟通协调,使得团队目标达成。	8.个人和团队

素质目标	目标 3: 能够用简练、有吸引力的语言表达品牌信息，将复杂的概念转化为易于理解的文案内容，并能在口头沟通中自信地传递清晰准确的信息。	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

（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	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	课前：预习 课堂：练习、提问	目标1 目标2

整体构思		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。	课后：完成课后作业	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、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	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
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	1.字迹模糊、卷面书写零乱; 超过40%习题解答不正确。

(60 以下)	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
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。

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，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

《矢量图形设计及制作》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	矢量图形设计及制作		课程英文名称	Vector Graphic Design and Production	
课程编码	H40B124D		适用专业	电子商务专业	
考核方式	考试		先修课程	数据结构、计算机组成原理	
总学时	32	学分	2	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：16		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《矢量图形设计及制作》课程是电子商务专业的一门专业课程，旨在培养电子商务专业学生对矢量图形设计的基本理解和实践技能。本课程以 Illustrator 蓝本，讲解 Illustrator 在平面设计中的基础应用。课程内容包括矢量图形软件的介绍与使用、图形的绘制与编辑、色彩的运用、图层管理等方面，通过课程学习培养学生创造性地运用这些技能进行设计创作，能够独立完成矢量图形设计项目，包括标志、海报、包装等，同时培养设计感和审美意识，提高对矢量图形设计的创造性思维。本课程理论结合案例的方式，注重学以致用，强调理论与实践相结合，鼓励学生在设计中发挥创意，培养独立思考和解决问题的能力。通过学习本课程，学生将在电子商务领域获得深厚的专业知识和实践经验，为未来的电商设计工作奠定坚实基础。

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: 学生掌握基本绘图工具的使用；掌握对象的基本操作方法；掌握路径的绘制与编辑；掌握符号与图表的运用；掌握图像常见效果与特殊想的使用；掌握海报、广告、包装等制作方法。	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
能力	目标 2: 能够独立完成矢量图形设计项目，如标	2-4: 具有综合分析能力，能结合理论知识与实践，解决	2.问题分析

目标	志、海报、包装等；能够在实践中灵活运用所学，解决实际电子商务领域的设计问题。	实际问题。	
素质目标	目标 3: 通过本课程的学习，培养设计感和审美意识，提高对矢量图形设计的创造性思维。强调鼓励学生在设计中发挥创意，培养独立思考和解决问题的能力。通过课程的学习，注重学以致用，学生将在电商设计领域展现广泛的素养，为未来的设计工作奠定坚实基础。	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

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
初 识 Illustrator CC	2	重点: Illustrator 的工作界面布局, 文件的置入、导出, 视图的常见模式, 缩放、移动和旋转视图 难点: Illustrator 的工作界面、视图模式。 思政元素: 介绍电商中设计的演变与发展, 培养学生科学探索精神。 教学方法与策略: 线下教学。课堂运用主要运用讲授法和演示法开展教学, 辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前: 学生了解矢量图形设计基本概念和在电子商务中的应用。学生安装配置 Illustrator CC 软件。 课堂: 介绍 Illustrator CC, 进行基础操作演练。分析电子商务领域设计案例, 引导学生运用 Illustrator CC 思考解决问题。 课后: 学生完成 Illustrator CC 基础设计练习。	目标 1 目标 3
初级绘图	2	重点: 学会手绘线性图形和基本图形, 熟练使用钢笔工具进行图形绘制, 掌握对象和路径的编辑技巧 难点: 掌握不同图形的绘制方法, 熟练运用对象的基本编辑和路径编辑技能 教学方法与策略: 线下教学。课堂通过理论带案例步骤的方式, 让学生加深理论知识理解的同时, 掌握其操作方法; 同时结合实训来让学生综合练习绘制图形	课前: 学生需在线上进行课程内容的预习, 以便更好地理解课堂所涉及的知识。 课堂: 通过多种教学方法, 包括讲授法、案例法、演示法等, 详细讲解学生如何手绘线性图形和基本图形。 重点指导学生如何熟练使用钢笔工具进行图形绘制, 强调对象和路径的	目标 1 目标 2

		的各种操作，以达到巩固本章所学的知识。	编辑技巧。 课后：制作网页折扣标签、制作手机锁屏界面	
色彩运用	2	重点： 熟悉 Illustrator 中常用的颜色模式，掌握渐变上色的方法，掌握单色的上色方法，掌握网格工具填充和用“图案”库填充的使用方法，掌握“描边”面板色的使用方法 难点： “图案”库、网格工具、“描边”面板 教学方法与策略： 线下教学。课堂通过理论带案例步骤的方式，让学生加深理论知识理解的同时，掌握其操作方法；同时结合实训操作来让学生综合练习绘制图形的各种操作，以达到巩固本章所学的知识。	课前：学生需在线上预习课程内容，包括单色填充、渐变填充、图案填充、网格填充以及编辑描边的相关知识。 课堂：通过讲授法、案例法、演示法等多种教学方法，详细介绍单色填充、渐变填充、图案填充、网格填充的应用方法。强调编辑描边的技巧和方法，确保学生掌握这些填充和描边的关键操作。 课后：绘制渐变手机壁纸效果	目标 1 目标 2
对象变换与管理	2	重点： 学习不同对象与分布对象的方法；编组、锁定与隐藏对象；使用图层面板和蒙版 难点： “对齐”面板、“图层”面板、蒙版 教学方法与策略： 线下教学。课堂通过理论带案例步骤的方式，让学生加深理论知识理解的同时，掌握其操作方法；同时结合实训操作来让学生综合练习绘制图形的各种操作，以达到巩固本章所学的知识。	课前：线上预习课程内容，提前了解“对齐”面板的功能，以及编组、锁定、隐藏对象等操作方法。 课堂：通过讲授法、案例法、演示法等多种教学方法，详细讲解“对齐”面板的应用，以及对象的编组、锁定、隐藏等操作技巧。 课后：制作直播美食促销海报	目标 1 目标 2
高级绘图	3	重点： 掌握钢笔绘制与编辑路径的方法；熟练应用路径查找器； 难点： 熟练应用变形工具组中的工具；掌握图表的创建与编辑方法 教学方法与策略： 线下教学。课堂通过理论带案例步骤的方式，让学生加深理论知识理解的同时，掌握其操作方法；同时结合实训操作来让学生综合练习绘制图形的各种操作，以达到巩固本章所学的知识。	课前：线上预习课程内容，提前了解“制作复杂图形的工具操作方法”。 课堂：通过讲授法、案例法、演示法等多种教学方法，详细讲解制作复杂图形的操作方法和原理。 课后：制作直播美食促销海报	目标 1 目标 2
文字与排版	3	重点： 创建点文字、区域文字、	课前：线上预习课程内容	目标 1

		路径文字；设置字符格式、段落格式；创建串接文字、分栏、文字绕排 难点：创建区域文字、创建路径文字、“字符”面板、“段落”面板、串接文字 思政元素：通过分析运用文字表达社会关切的设计案例，探讨如何通过文本设计表达创意观点，同时考虑社会责任。 教学方法与策略：线下教学。课堂通过理论带案例步骤的方式，让学生加深理论知识理解的同时，掌握其操作方法；同时结合实训操作来让学生综合练习绘制图形的各种操作，以达到巩固本章所学的知识。	课堂：通过讲授法、案例法、演示法，讲解创建文字，设置字符格式与段落格式，解编辑区域文字。 课后：制作开学通知公众号推文封面图、排版书籍内页	目标 2 目标 3
图形效果运用	2	重点：掌握图形常用效果，包括创建混合对象、封套扭曲对象以及图像描摹；掌握图形特殊效果使用，包括混合对象、创建封套扭曲对象以及图像描摹 难点：设置混合选项、设置封套选项、“图像描摹”面板、效果组的使用 思政元素：分析图形效果在广告和媒体中的运用，引导学生思考伦理和道德层面的问题。鼓励学生在设计中体现积极的伦理观。 教学方法与策略：线下教学。课堂通过理论带案例步骤的方式，让学生加深理论知识理解的同时，掌握其操作方法；同时结合实训操作来让学生综合练习绘制图形的各种操作，以达到巩固本章所学的知识。	课前：线上预习课程内容，了解图形常用效果和特殊效果的使用方法。 课堂：通过讲授法、案例法、演示法等多种教学方法，详细讲解图形常用效果和特殊效果的应用技巧。着重强调学生掌握这些效果的使用，使其能够灵活运用于图形设计中。 课后：制作混合渐变 Logo、制作炫酷立体魔方海报	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	Illustrator 基本操作	2	重点：掌握 Illustrator CC 的工作界面；掌握文件的基本操作和图像的显示效果 难点：正确使用标尺、参考线和网格命令。	训练	安装配置 Illustrator CC 软件，每个人需	目标 2 目标 3

			思政元素： 通过设计项目引导学生表达自己的文化认同。学习如何尊重和借鉴不同文化的设计元素。		要熟悉与掌握软件的基本操作页面	
上机	图形的绘制与编辑--绘制简单风景画	2	重点： 使用简单图形与复杂图形绘制的方法与编辑技巧完成课堂实训 难点： 熟练使用不同的图形绘制方法、编辑技巧完成实训任务。 思政元素： 引导学生在比赛中体现社会价值观和个人责任。	综合	分组 PK，将不同分组的作品进行比较，以评判哪组最符合要求的效果。。	目标 1 目标 2 目标 3
上机	颜色设置--宣传海报	3	重点： 掌握色彩与对象管理的方法与技巧，设计布置的主题海报 难点： 在保持吸引力的同时确保色彩与对象的协调，避免视觉上的混乱。 思政元素： 引导学时利用巧妙的色彩搭配和对象设计，传递对本土文化的尊重，同时展现创新的设计理念。	验证	海报设计投票，利用学习通等软件选出最为合适的作品。	目标 1 目标 2 目标 3
上机	对象变化与管理--宣传广告	3	重点： 掌握对象变化与管理，设计宣传主题海报 难点： 在保持吸引力的同时确保色彩与对象的协调，避免视觉上的混乱。 思政元素： 引导学时利用巧妙的色彩搭配和对象设计，传递对本土文化的尊重，同时展现创新的设计理念。	验证	海报设计投票，利用学习通等软件选出最为合适的作品。	目标 1 目标 2 目标 3
上机	文字与排版--促销海报	3	重点： 掌握文字、符号的运用方法与技巧，设计符合主题的主题店招与杂志封面 难点： 在设计中平衡文字和符号的使用，避免信息过载或不足。确保符号与文字的组合形成统一、有趣的整体。	验证	每个人按照要求保质保量完成实训任务。	目标 1 目标 2
上机	高级绘图--电商促销海报	3	重点： 掌握 3D 效果、立体文字等图形效果设计产品包装 难点： 确保这些视觉元素既能够吸引目光，同时又不影响产品信息的清晰传达。平衡创意与功能性，以及技术应用的准确性是设计中的挑战。 思政元素： 强调小组分工完成，体现合作与团队协作的重要性，培养学生的团队精神。	综合	小组分工完成，不同小组进行 PK，评选最符合要求的包装设计	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、实训成绩、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。平时成绩分作业（或者线上课程作业）（占 15%）、实训成绩（占 25%）、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（或者线上课程作业成绩）；2.实训成绩 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者线上课程作业积极完成，及时提交，90%以上的习题解答正确。 2.实训任务完成积极、准时，任务完成质量高，符合要求。 3.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或实验习题结果准确无误。 2.实训任务完成较为积极、准时，任务完成质量良好，符合要求。 3.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或实验习题结果准确无误。 2.实训任务完成较为按时，虽然任务完成质量一般，仍符合基本要求，但创意、技术应用存在一定局限。 3.早退、无故旷课，迟到次数少于 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或实验习题结果准确无误。 2.任务基本按时完成，但存在创意不足、技术应用需要改进的问题，整体设计效果一般。 3.早退、无故旷课，迟到次数少于 5 次。
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.实训任务未按时完成，且设计与主题明显不符，技术应用混乱，整体呈现出较差的完成水平。 3.早退、无故旷课，迟到次数超过 5 次。

2.期末考试（占总成绩的 50%）：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
初识 Illustrator CC	工作界面、熟悉工具箱、命令菜单与面板；新建、置入、存储、打开、关闭、导出的方法；“画板工具”的使用方法	选择题、判断题、填空题	目标 1 目标 2	10
初级绘图	绘制几何图形；绘制简单线条；使用 Shaper 工具；使用符号工具；图像描摹	选择题、判断题、填空题、简答题	目标 1 目标 2	10
颜色设置	填充色与描边；使用软件内置的色彩与图案；渐变；网格工具；实时上色；不透明度与混合模式	选择题、判断题、填空题、简答题、操作题	目标 1 目标 2 目标 3	15

对象变换与管理	选择对象的多种方式；变换；封套扭曲；对象管理	选择题、判断题、填空题、简答题、操作题	目标 1 目标 2 目标 3	15
高级绘图	钢笔绘图；学习其他绘图工具；变形；图表；切片	选择题、判断题、填空题、简答题、操作题	目标 1 目标 2 目标 3	20
文字与排版	认识文字工具；创建文字；编辑文字；运用辅助工具	选择题、判断题、填空题、简答题、操作题	目标 1 目标 2 目标 3	20
效果的运用	什么是“效果”；认识 Illustrator 效果；认识 Photoshop 效果	选择题、判断题、填空题、简答题、操作题	目标 1 目标 2 目标 3	10

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 学历（位）：本科及以上 其他：
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]瞿颖健、李炎卉、尚展垒.Illustrator 2022 平面设计案例教程（全彩慕课版）[M].北京：人民邮电出版社,2023 年 12 月.

[2]陈明明、彭光荣.Photoshop+Illustrator 平面设计实例教程（第 2 版）（电子活页微课版）[M].北京:人民邮电出版社,2023 年 6 月.

八、参考资料

[1]张小玲.UI 界面设计(第 3 版)[M].北京:电子工业出版社,2022 年 1 月.

[2]瞿颖健.中文版 Illustrator2022 从入门到精通[M].北京:中国水利水电出版社,2023 年 1 月.

[3]相世强.Illustrator 平面创意设计完全实训手册[M].北京:清华大学出版社,2021 年 5 月.

[4]敬伟.Illustrator 2022 从入门到精通[M].北京:清华大学出版社,2022 年 11 月.

[5]布莱恩·伍德（Brian Wood）.Adobe Illustrator 2022 经典教程（彩色版）北京:人民邮

电出版社,2023 年 8 月.

网络资料

[1] 中国大学 MOOC.<https://www.icourse163.org/vemooc>

[2] 学堂在线.<https://www.xuetangx.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

《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	Practices on International Trade	
课程编码	H40B063F		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	国际贸易学、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			实践学时：6		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《国际贸易实务》是电子商务的重要专业必修课程，该课程主要讲授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 了解从事国内外经济与贸易活动的法律法规和惯例。	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。	2.1 学生能够运用多学科知识，包括经济学、国际贸易、统计、数据分析等理论和方法分析问题。	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，能运用数据分析工具进行分析得出相关结论。	4.1 能够基于科学原理并采用科学方法对经济、贸易相关领域的问题进行研究。	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
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： 两组贸易术语（FOB、CFR、CIF 与 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
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	4	重点：海运货物保险中的风险和损失；平安险、水渍险、一切险。 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
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	2	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
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（含实践教学作业）（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	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。

(70~79 分)	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。	判断题 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。	判断题 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。	判断题 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。	判断题 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	判断题 选择题 简答题 案例分析	目标 1 目标 2	15
6、国际货物运输保险	海运货物保险中的风险和损失, 我国海洋运输保险险别、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。	判断题 选择题 简答题 计算题 案例分析	目标 1 目标 2	15
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。	判断题 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]逮宇铎,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]超星教学平台《国际货物贸易实务》<http://csxy.fanya.chaoxing.com/portal>

[2]智慧树教学平台《国际货物贸易实务》

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

[3] 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>

[4]中华人民共和国商务部网站

[5]中国国际商会网站

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

《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	H40X164F		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；	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	4.研究

标	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。	新和创业的能力。	
---	--------------------------------------	----------	--

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）理论教学

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

		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。	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	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
（二）实践教学 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

实践	项目名称	学	主要教学内容	项目	项目	支撑课
----	------	---	--------	----	----	-----

类型		时		类型	要求	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、图文排版原则、使用 135 编辑器排版、使用 MAKKA 制作 H5 海报 难点： 使用 135 编辑器排版、使用 MAKKA 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。	设计	利用 135 编辑器，排板上题撰写的文案。 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 1 目标 2 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，	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	目标 1 目标 2 目标 3

			引导学生做到诚信为本。		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。	
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	R 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	H40X179D		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，	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

标	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	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
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建设。	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;	课前:利用线上资料预习;	目标 1 目标 2 目标 3

		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。	课堂：翻转课堂 课后：作业	
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。		目标 1 目标 2

		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。		
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，理论与应用相结合，培养并提升学生的直播能力。		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	10
			目标 2	
			目标 3	
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	目标 1	10
		简答题	目标 2	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	15
			目标 2	
			目标 3	
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	目标 1	10
			目标 2	

		分析		
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	R 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]黎军.直播电商基础与实务（微课版）[M].北京：人民邮电出版社，2022 年 6 月。
[2]张盈.直播电商基础与实务（慕课版）[M].北京：人民邮电出版社，2023 年 7 月。

八、参考资料

- [1]邹益民.直播营销与运营.[M].北京：人民邮电出版社，2022 年 8 月。
[2]马骁骁,孔原.直播电商：理论、运营与实操[M].北京：电子工业出版社，2022 年 10 月。

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

《直播营销与运营》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	选修	课程属性	理论
课程名称	直播营销与运营		课程英文名称	Live e-commerce marketing and operations	
课程编码	H40X181D		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

《直播营销与运营》是电子商务专业的一门专业选修课程，集直播营销与运营理论与实践教学于一体。本课程主要内容包含直播营销的形式、直播平台的类型，到直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品与规划、引流互动、数据分析等，全方位、多角度地介绍了直播营销与运营从业人员必须掌握的各种知识和实战技能，将淘宝直播、抖音、快手和腾讯看点四大平台进行比较分析，帮助学生了解并掌握四大直播平台的特点及实操过程，培养学生直播运营能力及团队协作能力。

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: 掌握直播营销的知识，了解直播营销方案策划、人员配置、直播话术、设计直播间、直播选品、引流互动、数据分析等；	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: 要求学生能够熟练使用淘宝、京东、拼多多等电商平台, 抖音、快手等短视频平台, 微博、微信公众号等社交媒体平台进行直播; 能熟练操作手机、相机、灯光设备等直播工具; 针对直播营销的现状分析存在的问题, 根据数据分析的结果提出改善对策;	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
素质目标	目标 3: 能够时刻了解、并主动学习直播相关的法律法规, 具有良好的思想品德、行为规范、遵纪守法和职业道德意识; 培养良好的诚信品质、责任意识、公平竞争意识和健康的身心素质;	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
直播营销: 开启内容营销新时代	2	重点: 初识直播营销; 掌握直播平台的主要类型 难点: 掌握直播营销的产业链与收益分配模式; 教学方法与策略: 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授, 课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学, 辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前: 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
直播营销方案策划: 构建清晰的直播营销思路	2	重点: 掌握直播营销活动的基本流程; 直播营销活动流程规划; 难点: 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
人员配	4	重点: 熟悉直播团队组织架构; 掌握团队的组建;	课前: 利	目标 1

置：组建 高效能直播团队		掌握主播人设打造策略 难点：掌握商家直播选择主播的策略 掌握主播助理的培养； 思政元素：主播具有良好的思想品德、行为规范、遵纪守法和职业道德意识，培养学生职业道德和法制观念。 教学方法与策略：线下教学。翻转课堂，要求学生 对当下网红主播偷税漏税、带假货等行为进行分析， 提出相关的建议。	用线上 资料预 习； 课堂：翻 转课堂 课后：作 业	目标 2 目标 3
直播话 术：提升 直播间营 销力的关 键	2	重点：熟悉直播营销话术设计要点、原则和常用话 术。 难点：掌握直播营销“三点”方法论；直播间商品 讲解要点；直播间商品“四步营销法” 教学方法与策略：线下教学。观看东方甄选、交个 朋友等优秀直播间，总结主播营销话术及方法；	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
直播间设 计：营造 一流的直 播视觉效 果	2	重点：掌握直播设备的配置，包括室内直播设备和 室外直播设备；直播间的布置，场地要求、场景布 置及辅助道具的使用； 难点：掌握直播间的灯光布置，包括灯光的选择， 灯光的摆设、常用的布光法及拍摄角度的选取； 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。	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
商品选择 与规划： 提高订单 转化率的 制胜点	2	重点：熟悉直播间选品的策略；掌握直播间商品定 价策略； 难点：掌握直播间商品结构规划；直播间商品的精 细化配置与管理；直播间商品陈列方法。 思政要素：网络主播不得对商品进行虚假或者引 人误解的商业宣传，需积极营造网络直播公平竞争 环境。	课前：利 用线上 资料预 习； 课堂：案 例分析， 积极互 动 课后：作	目标 1 目标 2 目标 3

		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。	业	
“引流” 互动：汇聚人气引爆直播间气氛	2	重点： 熟悉直播营销话术设计要点、原则和常用话术。 难点： 掌握直播营销“三点”方法论；直播间商品讲解要点；直播间商品“四步营销法” 教学方法与策略： 线下教学。观看东方甄选、交个朋友等优秀直播间，总结主播营销话术及方法；		目标 1 目标 2
数 据 分 析：数据复盘，做好直播优化	2	重点： 确定数据分析的目标，获取数据，数据处理与分析； 难点： 了解直播间数据分析常用指标，包括粉丝数据指标、流量、互动、转化数据指标； 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，理论与应用相结合，培养并提升学生的直播能力。		目标 1 目标 2 目标 3
四大平台直播模式探究	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，熟悉腾讯直播平台的特点。 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，熟悉腾讯直播平台的运营。 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，理论与应用相结合，培养并提升学生的直播能力。		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
实践	直播电	4	重点： 做好直播前预热；设置夺人眼球	实践	小组分组	目标 1

	商的筹备		的直播标题；打造优质直播封面图； 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； 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。		名单；直播间名称及观看网址；	目标2 目标3
实践	直播数据分析	4	重点：确定数据分析的目标，获取数据，数据处理与分析； 难点：直播间数据分析常用指标，包括粉丝数据指标、流量、互动、转化数据指标；	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
直播营销：开启内容营销新时代	直播营销的产业链与收益分配模式；直播平台的主要类型	选择题	目标 1 目标 2 目标 3	10
直播营销方案策划：构建清晰的直播营销思路	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 5
人员配置：组建高效能直播团队	直播团队组织架构；直播团队的组建；主播人设打造策略；商家直播选择主播的策略；	选择题、简答题	目标 1 目标 2 目标 3	10
直播话术：提升直播间营销力的关键	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。	名词解释、案例分析	目标 1 目标 2	10
直播间设计：营造一流的直播视觉效果	直播设备的配置；直播间的布置；直播间的灯光布置；	材料分析题	目标 1 目标 2	10
商品选择与规划：提高订单转化率的制胜点	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。	案例分析题	目标 1 目标 2 目标 3	10
“引流”互动：汇聚人气引爆直播间气氛	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。	简答题	目标 1 目标 2	15
数据分析：数据复盘，做好直播优化	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、选择题	目标 1 目标 2 目标 3	10
四大平台直播模式探究	淘宝、快手、抖音、腾讯直播平台的特点及运营；	材料分析题	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	R 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]徐骏骅, 赵建伟.直播营销与运营(微课版 第2版)[M].北京: 人民邮电出版社出版, 2023 年 12 月.

[2]邹益民.直播营销与运营.[M].北京: 人民邮电出版社, 2022 年 8 月.

八、参考资料

[1]全权.抖音电商: 精准定位+通晓算法+引流运营+直播带货+橱窗卖货(第2版)[M].北京: 清华大学出版社, 2023 年 8 月.

[2]邱枫.直播营销与推广[M].北京: 电子工业出版社, 2022 年 9 月.

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	H40X165D		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，自由选择学习相关案例。	目标1 目标2
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、	综合	4人一组，完成访谈。	目标1 目标2 目标3

			严谨的科学态度。			
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/考查等两部分组成。

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%）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。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	新媒体产品的生命周期与用户需求	名词解释	目标 1	15

需求分析		选择题 简答题 案例分析	目标 2 目标 3	
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

(2) 期末考查：建议采用大作业、课程论文及分析报告的形式，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]IMS（天下秀）新媒体商业集团.新媒体用户分析与运营[M].清华大学出版社,2022.

八、参考资料

[1]苏杰.人人都是产品经理[M].电子工业出版社,2012.

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

[3]古斯塔夫·勒庞,王浩宇.乌合之众:大众心理研究[M].北京联合出版公司,2016.

网络资料

[1]中国大学 MOOC--华中科技大学.新媒体用户分析:<https://www.icourse163.org>

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	H40X141F		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：16 周 节次：3 节/周
3	授课地点	R 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

《网店运营实务》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	选修	课程属性	理论
课程名称	网店运营实务		课程英文名称	Cross-border E-commerce Platform Operation	
课程编码	H40X155D		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

《网店运营实务》是电子商务专业的一门专业选修课程，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的训练。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	3.方案设计 6.专业与社会

		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。	
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
网店规划及注册	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	2	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，避免客户投诉及差评，从而影响店铺的信誉等 教学方法与策略：<u>线下教学</u> 讲授知识点内容的同时，进行知识点的练习巩固。	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

客户服务与评价	2	重点： 掌握在线交流工具的基本功能、回复率的分析和计算方法、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

（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	4	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	4	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	客户服务与管理	2	重点：快速识别和解决客户问题；处理客户投诉和纠纷 难点：快速识别和解决客户问题；处理客户投诉和纠纷 思政元素：秉持诚实、正直、守信的原则，注重社会责任，树立正确的导向。	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。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
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5
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	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、	选择题、判断题、简答题、案例分析	目标1 目标2	约20

	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	题	目标 3	
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
客户服务与管理	识别和解决客户问题；处理客户投诉和纠纷	选择题、判断题、简答题、案例分析题	目标 1 目标 2 目标 3	约 10

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：建议采用大作业、课程论文等形式，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]白秀艳.跨境电商 B2C 运营实战[M]北京：电子工业出版社,2023 年 2 月 1 日

八、参考资料

[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

《社群营销与运营》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	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	H40X123D		适用专业	电子商务（本科）	
考核方式	考查		先修课程		
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。

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知识 and 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。	3.1 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
	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	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	8、个人和团队

	的专业优势和协调能力。	织和实施电子商务相关领域的项目。	
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。	9.1 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
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兴趣和实操能力。	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	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

		总结概括、分析问题的能力。		
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学生学习思路，并通过案例法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，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
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，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	课前：预习 课堂：听课、参与课堂活动、实际操作练	目标 1 目标 2

		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兴趣和实操能力。	习 课后：复习巩固、课后练习，案例拆解。	
--	--	---	---	--

（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	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方法。	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

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

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
社群营销概述	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
构建优质社群	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
社群用户运营	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
社群活动运营	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
社群品牌化运营	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
社群营销推广	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”设	名词解释、单选题、多选题、简答题、填	目标1	10

与社群计 团队管 理		空、判断题	目标2	
社群商 业变现	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	R 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

《搜索引擎营销与优化》教学大纲

《造型设计基础》教学大纲

《数码摄影艺术》教学大纲

《图形图像处理》教学大纲

《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	H40B125Y		适用专业	电子商务	
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；根据调查主题，分工合作完成调查方案设计。	目标 3
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	4	重点： 预调查数据的清洗；信度和效度分析。	训练	4-6 人一组，从问卷星里导出预调查数据，进	目标 1 目标 2

	效度分析、问卷修改及完善		难点： 问卷的修改及完善。		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 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：

分数	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	7
	二手资料的搜集与整理	目标 2	8
调查方案设计	调查方案设计	目标 3	10
	问卷设计、抽样设计		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	25
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，2020 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

《网络营销实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	实训
课程名称	网络营销实训		课程英文名称	E-Marketing Experiment	
课程编码	H40B158Y		适用专业	电子商务、国际贸易	
考核方式	考查		先修课程	《电子商务概论》、《网络营销》等	
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

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

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标 1: 网络营销实训要求学生在操作中复习以前学过的基本知识。因此，模拟实训教学将是对学生们所学网络营销知识的综合检验和全面回顾。	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: 能够真正掌握网络营销方法的利用、营销信息的收集与分析、网络营销网站建设、营销网站推广、营销客户管理等，从而为学生今后从事电子商务工作打下坚实的基础，成为理论与实际相结合的电子商务专业人才。	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: 通过与课程内容紧密配合的课堂活动, 丰富教学内容, 培养学生的主体意识、问题意识、交流意识; 让学生在实践操作、小组分工等活动中领悟并认识到敬业耐劳、恪守信用、讲究效率、尊重规则、团队协作、崇尚卓越等职业道德与素质在个人职业发展和事业成功中的重要性, 使学生能树立起自我培养良好的职业道德与注重日常职业素质养成的意培养学生的综合职业能力和全面素养能力。	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
------	---	---	-----------------

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	支撑毕 业目标
实训	网 络 营 销 工 具 应用、网 络 营 销 信 息 的 收 集 与分析	4	重点: 商务营销博客基本操作、阿里旺旺营销工具操作。搜索引擎的使用、营销网站信息优化分析。 难点: 营销网站信息优化分析。	上机	完成系统 内作业	目标 1 目标 2 目标 3
实训	网 络 营 销 网 店 开设	4	重点: 在淘宝网开设个人网店、在阿里巴巴中文站创建企业网店。 难点: 在阿里巴巴中文站创建企业网店。	上机	完成系统 内作业	目标 1 目标 2 目标 3
实训	营 销 网 站推广	4	重点: 搜索引擎登陆, 搜索引擎广告的投放, 邮件列表操作, 网络广告。 难点: 搜索引擎广告的投放。	上机	完成系统 内作业	目标 1 目标 2 目标 3
实训	营 销 客 户 管 理 及 询 盘 管理	2	重点: 客户跟踪与产品管理, 客户资源分配与业务开展。查看与搜索询盘, 询盘生成客户。 难点: 客户资源分配与业务开展。 询盘生成客户。	上机	完成系统 内作业	目标 1 目标 2 目标 3
实训	网 络 采 购 及 网 络 贸 易 风 险 防 范	2	重点: 营销商机查找, 发布采购信息。网络贸易骗术识别。 难点: 买卖速配的使用。网络贸易骗局案例剖析。	上机	完成系统 内作业	目标 1 目标 2 目标 3

实训	视 频 营 销	4	重点：了解长视频及短视频媒体的特点以及制作方法，能够掌握视频媒体营销的策略。 难点：小组进行短视频制作。	上机	制作短视 频	目标 1 目标 2 目标 3
实训	微 信 营 销	4	重点：了解微信的特点以及营销优势，能够掌握微信营销的策略。 难点：小组进行公众号推文撰写	上机	公众号推 文撰写	目标 1 目标 2 目标 3

五、学生学习成效评估方式及标准

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

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

六、教学安排及要求

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

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

七、选用教材

无

八、参考资料

[1]袁野.网络营销实训教程[M].西南财经大学出版社，2018年8月.

[2]雷颖晖.网络营销实训[M].经济管理出版社，2014年6月.

大纲执笔人： 李欣原

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

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	H40B015Y		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	24	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：24		
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、营销决策分析、竞争对手与行业分析和销售情况的市场预测等。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 分析和解决实际的商务问题,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: 收集数据,运用数据分析方法,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。

素质目标	目标 3: 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, 培养学生科学探索精神。	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步的修正和补充。	目标 1 目标 2
上机	使用 WPS 表格管理店铺信息	4	重点: 使用电子表格管理供货信息、客户信息和商品信息, 利用电子表格进行实际操作, 并学会打印设置。 难点: 店铺运营情况分析, 月度销售情况分析	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	商品购买情况分析 与评估	4	重点: 客户情况分析, 客户总体情况分析。 难点: 客户购买行为分析	训练	课前: 预习 Excel 基本知识。 课堂: 讲解 Excel 函数, 并在班级学习群内展示运行结果。 课后: 用具体数据对公式, 函数做进一步的掌握巩固。	目标 1 目标 2
上机	产品销售数据分析和 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、产品畅销滞销分析, 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存计算。	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：复习产品销售数据分析的内容。 课堂：演示例子，然后练习	目标 1 目标 2
上机	竞争对手与行业分析及销售情况的预测	4	重点：竞争对手与行业状况分析，销售市场预测分析。 难点：学习利用图表趋势预测法分析，利用时间序列预测法分析	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：

考核模块	期末报告考核内容	主要题型	支撑目标	分值
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 3	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 3	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 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：授课实验室，上课中

七、选用教材

[1]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

[2]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/BV1sJ411d7x8/?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

《进出口单证实训》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	进出口单证实训		课程英文名称	Practical Training in Import and Export Documentation	
课程编码	H40B095Y		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	网络营销、国际贸易实务	
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

《进出口单证实训》是电子商务专业的实验教学课程，是培养经贸复合人才实验教学的必经环节之一。在国际贸易业务中，买卖双方处于不同的国家或地区，对销售货物的生产、加工、储运等情况不能完全直接控制，于是单证便成了贸易双方交接货物的依据。本课程要求学生填写各种进出口单证，包括内外销合同、信用证、保险单、货运单据、报关单、商业票据等。通过实训使学生明确进出口业务环节，了解进出口业务全貌，进一步加深对国际贸易实务的认识和理解，能胜任电子商务和外贸具体业务工作，知道如何做一个优秀外贸业务员，为将来走上工作岗位尽快适应业务需求打下基础。

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: 掌握与出口商相关的交易磋商、出口合同、形式发票、信用证、出口订舱流程、报检报关、投保、装船出运、一般产地证和普惠制产地证、议付流程、核销退税的基本内容；以及作为进口商涉及到的进出口业务基本内容。	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
能力目标	目标 2: 理解和熟悉进出口单证的种类、要求和操作流程；掌握各类进出口单证的编制、填写和审核技巧；能够准确处理进出口单证中的信息，确保合规性和减少错误。	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
素质目标	目标 3: 通过本课程的学习，明确进出口业务环节，了解进出口业务全貌，能胜任外贸具体业务工作，知道如何做一个优秀外贸业务员。掌握具体业务操作	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	7.职业规范

	中应该注意的问题，进一步加深对国际贸易实务的认识和理解，为将来走上工作岗位尽快适应业务需求打下基础。	养。	
--	--	----	--

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

实 践 类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目 类型	项目 要求	支撑课 程目标
上机	交 易 磋 商	4	重点：交易磋商的流程、书写格式和注意事项。 难点：用英文准确表达磋商内容。 思政元素：具备多元文化的沟通能力，能够准确、流利地表达中国思想和文化。	训练	根据所给情景完成询盘、发盘、还盘等交易磋商任务。	目标 1 目标 3
上机	签 订 出 口 合 同 与 信 用 证 业 务	4	重点：签订出口合同的程序和注意事项。 难点：开证申请书的填写方式。 思政元素：签订合同过程中必须具备严谨细心的态度，坚持实事求是，不容许在出口合同中出现任何与货物、协商事宜不符合的现象。	训练	根据所给资料填制出口合同；制开证申请书、审核信用证。	目标 1 目标 2
上机	租 船 订 舱 与 出 口 关 检	4	重点：出口货物订舱、货物托运流程；掌握报关流程及单据样式。 难点：在不同贸易术语下，区分租船订舱的负责方；关检合一。 思政元素：坚持学以致用，把《国际贸易实务》中学习到的关于贸易术语的理论知识应用到实训中来。	训练	根据要求填写出口货物订舱委托书、报关单；根据商业发票制作国际货物托运书；	目标 1 目标 2 目标 3
上机	出 口 货 物 投 保、 装 船 出 运、一般 产 地 证 和 普 惠 制 产 地 证	4	重点：货物运输投保、装船出运程序；一般产地证与普惠制产地证的区别 难点：在不同贸易术语下，区分负责投保的是进口商还是出口商。 思政元素：学习不仅仅在于书本知识的学习，要多关注时事热点，积累与国内外相关的法律法规和惯例。	训练	根据既定情景填写货物运输投保单、海洋运输保险单、装船通知、一般原产地证和普惠制产地证。	目标 1 目标 2 目标 3

上机	制 作 议 付 单 据	4	重点：掌握商业发票、装箱单、海运提单。 难点：汇票的作用和内容。 思政元素：议付单据在进出口业务中充当着重要的作用，在制单过程中要坚持认真、负责、严谨、细心的态度。	训练	根据要求和说明填写商业发票、装箱单、海运提单和汇票。	目标 1 目标 2
上机	审 核 单 据、填写 进 口 单 据	4	重点：掌握进口业务流程及所需单据。 难点：从出口商角色向进口商角色转变。 思政元素：树立独立思考的习惯，把进口业务单据与出口业务单据相比，找出两者的区别，有助于树立专业敏感性。	训练	审核单据且根据要求完成进口货物许可证、进口付汇核销单等进口单据。	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、期末报告两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的 70%）：采用五级制。实训作业（占 50%）、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.实训作业；2.课堂表现；3.考勤
优秀 (90~100 分)	1.实验过程认真，按时完成当天的实验任务，上机操作符合规范化要求，各项单证填写完整且 90%以上内容正确。 2.课堂讲解过程中十分认真，非常积极回答问题和参与到讨论中。 3.全勤。
良好 (80~89 分)	1.实验过程认真，按时完成当天的实验任务，上机操作较规范，各项单证填写完整且 80%以上内容正确。 2.课堂讲解过程中很认真，很积极回答问题和参与到讨论中。 3.缺勤不超过 2 节。
中等 (70~79 分)	1. 实验过程基本认真，基本按时能完成当天的实验任务，上机操作基本符合要求，各项单证填写完整且 70%以上内容正确。 2.课堂讲解过程中较认真，较积极回答问题和参与到讨论中。 3.缺勤不超过 4 节。
及格 (60~69 分)	1.实验过程基本认真，有时不能按时完成当天的实验任务，上机操作基本符合要求，各项单证填写基本完整且 60%以上内容正确。 2.课堂讲解过程中偶尔分心，偶尔回答问题和参与到讨论中。 3.缺勤不超过 6 节。
不及格 (60 以下)	1.实验过程不够认真，经常不能按时完成当天的实验任务，上机操作基本符合要求，各项单证填写基本完整且 40%以上内容正确。 2.课堂讲解过程中经常分心，几乎不回答问题和参与到讨论中。

	3.缺勤超过 6 节。
--	-------------

2.期末考试（占总成绩的 30%）：采用等级制。期末报告的内容和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
交易磋商	能够熟练运用英语完成询盘、还盘、接受等交易磋商业务；	实训报告	目标 1 目标 3	10
签订出口合同与信用证业务	降低填写合同和信用证业务的错误率，提高对进出口单证业务的严谨性；	实训报告	目标 1 目标 2	20
租船订舱与出口关检	理解主要国家或地区的经贸政策，能够完成租船订舱和出口关检业务；	实训报告	目标 1 目标 2 目标 3	10
出口货物投保、装船出运、一般产地证和普惠制产地证	理解主要国家或地区的经贸政策，能够完成与出口业务有关的货物投保、装船储运单证，制作一般产地证和普惠制产地证；	实训报告	目标 1 目标 2 目标 3	20
制作议付单据	完成商业发票、装箱单、海运提单等单据。	实训报告	目标 1 目标 2	20
审核单据、填写进口单据	在审核单据过程中具有严谨性；填写相对应的进口单据。	实训报告	目标 1 目标 2	20

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教/讲师、副教授/教授 学历（位）：本科以上 其他：无
2	课程时间	周次：6 周 节次：4 次
3	授课地点	☐ 教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排： 线下地点及时间安排：实验室

七、选用教材

[1]《simtrade 实习指导书》

八、参考资料

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

[2]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.

[3]吴百福,徐小微. 进出口贸易实务教程[J].上海:上海人民出版社, 2011 年.

网络资料

- [1] 进出口单证实训 _ 玉林师范学院 _ 中国大学 MOOC(慕课) :
<https://www.icourse163.org/spoc/course/YLSF-1451290170?tid=1451729457>
- [2] 外贸单证教学系统, <http://10.20.251.250/doc/default.aspx>

大纲执笔人: 罗冰

讨论参与人:

系(教研室)主任: 谭芬

学院(部)审核人: 邢风云

《商务礼仪与谈判实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	实践
课程名称	商务礼仪与谈判实训		课程英文名称	Business Etiquette and Negotiation Practice	
课程编码	H40B116Y		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	16	学分	1	理论学时	
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：16		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

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

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标 1: 掌握商务交往礼仪和商务活动礼仪的基本知识，如见面介绍、称呼、问候、握手、名片等，以及商务接待、拜访、馈赠、谈判、会议、求职面试、办公室等礼仪知识。此外，学习商务谈判的基本概念和特点，掌握具体的谈判策略；同时，了解不同国家的仪俗礼仪知识，掌握跨文化交流中的礼仪规范和文化差异。	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
能力目标	目标 2: 掌握商务礼仪和谈判技巧，在不同的商务活动中展现出良好的个人素养，为企	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	8.个人和团队

标	业的办公接待和商务谈判等工作做好准备。同时，能够灵活应用谈判策略，达成谈判目标，并且具备跨文化交流的能力，能够与来自不同国家的友好人士进行交流，为营造良好的国际形象做出贡献。	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。	
素质目标	目标 3: 培养学生的团队合作和社会责任感，通过实践项目中的分组完成客户画像和商务谈判模拟等活动，提高学生的团队协作能力和沟通能力，培养学生的团队意识和合作精神。培养学生的商务交往礼仪和跨文化交流能力，使学生具备良好的人际交往能力和跨文化交流能力，为学生今后的职业发展打下坚实的基础。	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）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	日常事务礼仪，职场沟通礼仪	4	重点：商务接待与拜访礼仪与技巧，电话与电子邮件、微信、QQ、礼仪，礼物馈赠技巧，求职礼仪与艺术，上司与下属沟通的礼仪与艺术，同事间沟通的礼仪与艺术。 难点：日常事务的接待与拜访，礼物馈赠礼仪，面试礼仪与艺术，赢得下属爱戴及上司好感的沟通礼仪与艺术，善结同事缘的礼仪与艺术 思政元素：中华民族是传统的礼仪之邦，培养学生对礼仪的要求。	训练	4-6 人一组，根据情景任务进行小组讨论，案例分析，情景模拟	目标 1 目标 2
实训	商务会面礼仪	4	重点：接待、拜访与馈赠礼仪知识；谈判座次安排及礼仪要求；行进间礼仪规范要求知识；求职礼仪知识。 难点：难点：介绍礼仪要领	训练	4-6 人一组，根据情景任务进行小组讨论，案例分析，情景模拟	目标* 目标* 目标*
实训	商务谈判	4	重点：谈判的各种策略和技巧 难点：如何在谈判中灵活运用各种谈判技巧和策略	训练	4-6 人一组，根据情景任务进行小组讨论，案例分析，情景模拟	目标* 目标* 目标*

			思政元素：通过商务谈判的过程，培养学生维护 国家 和集体利益，对于原则性的问题不能让步			
实训	涉外商务礼仪	4	重点：涉外活动中的着装要求及注意事项：不同国家的礼仪习惯知识。 难点：了解不同国家的仪俗礼仪知识，掌握不同文化背景下的交际方式和礼仪规范；了解不同国家的文化背景、价值观念和行为准则 思政元素：培养国际视野、跨文化沟通的平等、尊重意识	训练	4-6 人一组，根据情景任务进行小组讨论，案例分析，情景模拟	目标 * 目标*
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

1.考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由实训任务（30%）、考勤（20%）、实训报告（50%）三个部分组成。

2.最终成绩综合成绩按五级记分制提交，即优秀（90-100）、良好（80-89）、中等（70-79）、及格（60-69）、不及格（59 分以下）。：

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

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：4 周 节次：4 次/周
3	授课地点	☐ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：办公室和教室/课后答疑

七、选用教材

无

八、参考资料

- [1]田晖.商务谈判与礼仪[M].北京：清华大学出版社，2021 年 3 月
- [2]张守刚.商务沟通与谈判（第 3 版）[M].北京：人民邮电出版社，2020 年
- [3]孙金明.商务礼仪实务 [M].北京：人民邮电出版社，2018 年
- [4]龙璇.人际关系与沟通技巧（第 2 版）[M].北京：人民邮电出版社，2020 年
- [5]刘园.国际商务谈判[M].北京：对外经济贸易大学出版社，2006 年

网络资料

- [1]中国慕课 MOOC，www.icourse163.org
- [2]TED_网易公开课 <https://open.163.com/ted/>
- [3]中国公关网 <http://www.chinapr.com.cn/>

大纲执笔人： 湛兵

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《ERP 沙盘》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	基本技能训练	课程性质	必修	课程属性	实践
课程名称	ERP 沙盘		课程英文名称	ERP Sand Table Training	
课程编码	H40B012Y		适用专业	电子商务专业	
考核方式	考查		先修课程	管理学、会计学、电子商务运营	
总学时	32		学分	2	
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机课时：32		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《ERP 沙盘》是电子商务专业的一门基本技能训练专业实践课程。本课程的学习旨在使学生全面掌握 ERP 的基本原理，了解其发展过程，把握其阶段性的特点，掌握企业资源计划中有关生产计划的制定、销售及预测的管理、生产制造的管理、财务管理、采购管理等活动的基本原理和信息化的实现方法。通过沙盘模拟对抗演练，模拟企业的主要动作过程，让学生了解、认识企业复杂多变的生存环境，熟悉企业的业务流程，为将来在实际工作中发挥作用打下一定的基础。

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：学生需掌握企业资源计划中有关生产计划的制定、销售及预测的管理、生产制造的管理、账务管理、采购管理等的基本原理。通过沙盘模拟对抗演练，让学生体会并模拟企业的团队建设、经营管理、经营决策、营销策略和企业之间的竞争与协作等。培养学生科学评测与决策的意识和技能。	2-2 掌握财务分析、金融支付与物流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
能力目标	目标 2：指导学生以团队为单位，通过合作完成模拟企业运营规划，培养学生沟通协调能力和团队精神，掌握沟通的技巧与基本社交能力。	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
素质目标	目标 3：培养学生理论联系实际的工作作风、严肃认真的科学态度和勇于探索的创新精神，利用所学知识为社会做贡献的责任感。	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

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	ERP 概念及基本原理	4	重点：ERP 演变溯源；ERP 软件的主要功能及应用。 难点：ERP 的基本原理；ERP 运行的数据环境和基础数据设置的方法； 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。	验证	每组 4—5 个学生为一个模拟企业，学生分担不同的企业角色。每个团队要制订出运营规划，运行结束后要提交模拟运营报表及分析报告。	目标 1 目标 2 目标 3
上机	公司经营管理要点	4	重点：理解量本利原理；战略与计划；计划图表工具；运营规则； 难点：ERP 主要管理功能 思政元素：锻炼学生沟通交流能力，培养团队协作能力，有效推进团队进程，实现共同目标。	验证	每组 4—5 个学生为一个模拟企业，学生分担不同的企业角色。每个团队要制订出运营规划，运行结束后要提交模拟运营报表及分析报告。	目标 1 目标 2 目标 3
上机	模拟企业运营（一）	4	重点：企业运营的过程； 难点：企业运营过程与沙盘盘面操作的对应。 思政元素：培养学生分析问题并解决问题的能力的基本能力，能够对知识进行系统整合与重构。	训练	每组 4—5 个学生为一个模拟企业，学生分担不同的企业角色。每个团队要制订出运营规划，运行结束后要提交模拟运营报表及分析报告。	目标 1 目标 2 目标 3
上机	模拟企业运营（二）	4	重点：市场部门计划；竞争规则；广告策略；广告方案； 难点：年度会议内容；财务报表的编制 思政元素：培养学生分析问题并解决问题的能力的基本能力，能够对知识进行系统整合与重构。	训练	每组 4—5 个学生为一个模拟企业，学生分担不同的企业角色。每个团队要制订出运营规划，运行结束后要提交模拟运营报表及分析报告。	目标 1 目标 2 目标 3

上机	模拟企业运营（三）	4	重点：生产部门计划；产品生产的排程；产能的计算； 难点：产能的计算 思政元素：培养学生分析问题并解决问题的能力基本能力，能够对知识进行系统整合与重构。	训练	每组4—5个学生为一个模拟企业，学生分担不同的企业角色。每个团队要制订出运营规划，运行结束后要提交模拟运营报表及分析报告。	目标1 目标2 目标3
上机	模拟企业运营（四）	4	重点：采购部门计划内容；原材料采购数量及订购时间 难点：BOM清单及提前期的概念 思政元素：培养学生分析问题并解决问题的能力基本能力，能够对知识进行系统整合与重构。	训练	每组4—5个学生为一个模拟企业，学生分担不同的企业角色。每个团队要制订出运营规划，运行结束后要提交模拟运营报表及分析报告。	目标1 目标2 目标3
上机	模拟企业运营（五）	4	重点：财务部分计划内容；融资方案的制定 难点：融资方式；融资规则的应用； 思政元素：培养学生分析问题并解决问题的能力基本能力，能够对知识进行系统整合与重构。	训练	每组4—5个学生为一个模拟企业，学生分担不同的企业角色。每个团队要制订出运营规划，运行结束后要提交模拟运营报表及分析报告。	目标1 目标2 目标3
上机	模拟企业运营（六）	4	重点：战略规划优化 难点：规划的优化 思政元素：培养学生分析问题并解决问题的能力基本能力，能够对知识进行系统整合与重构。	训练	每组4—5个学生为一个模拟企业，学生分担不同的企业角色。每个团队要制订出运营规划，运行结束后要提交模拟运营报表及分析报告。	目标1 目标2 目标3

五、学生学习成效评估方式及标准

1. 《ERP沙盘》综合成绩由两部分构成：平时成绩占60%；其中考勤：10%；运营活动

记录：50%。模拟企业运营分析报告成绩占 40%。

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

等级	评 分 标 准
	1.考勤；2.运营活动记录；3.分析报告
优秀 (90~100 分)	1.考勤：全勤，无迟到、早退、旷课、无请假。 2.企业模拟经营结束时评分较初始运营评分有大幅度提升，连续 4 年以上获得利润增长，权益增加较多。 3.运营分析报告结构完整，布局合理，格式规范，成员分工合理，职责分明，建议合理。
良好 (80~89 分)	1.考勤：全勤，无迟到、早退、旷课。 2.企业模拟经营结束时评分较初始运营评分有较大幅度提升，获得较大利润增长，权益增加较多。 3.运营分析报告结构完整，布局合理，格式规范，成员分工较合理，职责较分明，建议较合理。
中等 (70~79 分)	1.考勤：有迟到、早退，无旷课。 2.企业模拟经营结束时评分较初始运营评分有一定幅度提升，获得一定利润增长，权益增加。 3.运营分析报告结构完整，布局合理，格式规范，有成员分工及职责，建议一般符合实际要求。
及格 (60~69 分)	1.考勤：经常借故请假逃课。有迟到、早退，偶尔旷课。 2.企业模拟经营结束时评分与初始运营评分持平，资金链没有断裂，权益为正。 3.运营分析报告结构完整，有成员分工及职责，有运营改进建议。
不及格 (60 以下)	1.考勤：经常借故请假逃课。有迟到、早退、旷课。 2.企业模拟经营结束时资金链断裂，权益为负，企业破产。 3.运营分析报告未能按时按要求完成。

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：助教及以上 学历（位）：硕士及以上 其他：
2	课程时间	周次：每周 4 节课 节次：4 节课连排
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：企业微信班级群，课前。 线下地点及时间安排：集中

七、选用教材

[1]陈智崧，王峰.《ERP 沙盘推演指导教程》（第 2 版）[M].北京:清华大学出版社,2022

年 4 月.

[2]杜益虹,施郁文.《ERP 系统应用与实践（基于金蝶 K3 平台）》[M].北京：北京理工大学出版社，2019 年 5 月

八、参考资料

[1]罗鸿.《ERP 原理. 设计. 实施》第 4 版[M].北京:电子工业出版社,2016 年 3 月.

[2]何晓岚,钟小燕.ERP 沙盘模拟指导教程：实物+电子+人机对抗[M].北京:清华大学出版社,2016.

[3]ERP 实验课题组.《ERP 实验实用教程》[M].北京:科学出版社,2014 年 2 月

九、网络资料

[1]新道科技：<https://www.seentao.com/>

[2]金蝶软件：<https://www.kingdee.com/>

[3] 智慧树，《ERP 原理及应用》，哈尔滨理工大学
<https://coursehome.zhihuishu.com/courseHome/1000007299#teachTeam>

大纲执笔人：彭军

讨论参与人：

系（教研室）主任：谭芬

学院（部）审核人：刑风云

《新媒体营销应用工具》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	新媒体营销应用工具		课程英文名称	New Media Marketing Tools	
课程编码	H40B163Y		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	电子商务概论、网络营销等	
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

随着新媒体产业化的到来，大量新媒体平台的涌入，冲击着传统行业的经营模式，如何利用目前的新媒体工具和营销思维对营销进行提振，成为摆在企业面前的一道待解的难题，基于此，从实操角度出发，对新媒体营销进行基于实战的培训是本课程要解决的主要问题。本课程教学综合了国内外数字新媒体营销的精髓原理，依托中国本土数字新媒体营销状况、公开和企业合作的案例来设计，使学生对数字新媒体营销内容有更好地理解、把握和运用。

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。	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: 在产品设计、包装、品牌等方面掌握相关营销专业能力，能够掌握网络营销实用技能、学会使用各种新媒体营销工具。	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。 5.3 掌握多媒体和信息技术的相关工具与软件。	2、问题分析 5.使用现代工具
素质目标	目标 3: 在网络营销战略方面通过优秀的企业文化确立正确的企业经营观，在营销活动中渗透积极的民族文化和社会责任思想，并在社会化媒体的营销方面，注重传播中华民族传统道德和西方积极正向	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

	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）实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
调查	基础和理论	4	重点： 掌握新媒体营销发轫的基本历史及相关概念，了解网络营销不同阶段的发展特点。 难点： 新媒体营销策划和设计 思政元素： 介绍新媒体营销的演变过程，培养学生科学探索精神。	综合	4-6 人一组，调查新媒体发展的演变过程。	目标 1 目标 2
实训	新媒体平台介绍	4	重点： 数字媒体营销、社交媒体营销、移动媒体和户外媒体营销 难点： 新媒体营销模型 思政元素： 介绍各种新媒体营销平台、了解我国互联网发展进程。	综合	4-6 人一组，查下各种新媒体平台，总结他们的异同处。	目标 1 目标 2
实训	新媒体运营工具	4	重点： 搜索引擎营销、网络视频、Email 营销。 难点： 微博营销、微信营销及各种社会化新媒体营销 思政元素： 介绍社会化媒体的演变过程，培养学生科学探索精神。	综合	4-6 人一组，调查各种新媒体工具运用的方法	目标 1 目标 2 目标 3
实训	制作技术（一）	4	重点： 图片与音视频制作 难点： 结合社会实践设计 思政元素： 引导学生进行正确的内容设计，在网络上传递新时代青年人的正能量。	训练	4-6 人一组，完成图片、音频等任务。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	制作技术（二）	4	重点： 软文制作、公众号内容设计。 难点： 用户画像制作 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。	训练	4-6 人一组，完成软文及公众号内容设计。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	运营实战	4	重点： 微信公众号运营、新媒体平台运营 难点： 直播运营 思政元素： 引导学生进行正确的直播内容设计，在网络上传递新时代青年人的正能量。	训练	4-6 人一组，按要求完成运营任务。	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核等两个部分组成。

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

2.综合成绩按五级记分制提交，即优秀（90-100）、良好（80-89）、中等（70-79）、及格（60-69）、不及格（59 分以下）。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

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： 4 次/周
3	授课地点	R 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地

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

七、选用教材

[1]陈钦兰等.《新媒体营销：数字、工具与运营》[M]北京：机械工业出版社，2023 年 3 月。

八、参考资料

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

《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	H40B180Y		适用专业	电子商务、国际经济与贸易专业	
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》是国际经济与贸易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。该课程通过仿真实训，涵盖了直播营销方案策划、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。学生将学习直播营销的基本概念和政策，遵守直播平台规则，并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，课程注重培养学生的团队合作意识和创新思维，通过真实场景的训练，提升学生的应变能力和沟通技巧。学生通过学习该课程，将初步掌握电商直播的运营与管理能力，为将来在跨境电商企业、国际贸易公司等从事直播电商相关工作打下坚实基础。这门课程将帮助学生全面了解直播电商的运作机制，培养他们在直播营销领域的实践能力，为未来职业发展提供有力支持。

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	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

	巧，包括引流互动和效果评估等。通过达到这些目标，引导学生掌握直播电商的核心概念、技巧和实践经验，。		
能力目标	目标 2: 培养学生在直播电商实战中主动承担责任的能力，包括对行业的了解、直播技巧、产品选品与策划、销售与推广、数据分析与营销优化、客户关系管理、团队协作与问题解决，以及遵守法律法规和职业道德等方面的能力。学生通过实践和培训，能够在直播电商领域中主动承担责任，提供优质的直播电商服务。	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
素质目标	目标 3: 培养学生遵守职业规范，自我管理和具备良好的职业素养、学习和创新能力，以及沟通和协作能力等个人素质，同时发展团队合作与领导能力，目标导向与执行能力，问题解决与决策能力等团队素质。	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

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。	4	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。	综合	直播小组根据不同的产	目标 1 目标 2

			难点：学会直播间的场景和灯光布置。		品配置直播间设备，搭建直播间。	
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	直播开播阶段的运营	6	重点：运用 FBA 原则设计直播带货话术。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。	综合	每个人按照要求设计直播话术、练习直播话术，熟悉直播各种互动的方法。	目标 1 目标 2 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，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

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

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：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]刘旻.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:无

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

《商科综合实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	实践
课程名称	商科综合实训		课程英文名称	Financial Management Training	
课程编码	H38B117Y		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	人才培养方案规定的所有课程	
总学时	40	学分	2	理论学时	0
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：40		
开课单位			商学院		

二、课程简介

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

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标 1: 让学生在模拟经营中学习供应链上不同类型企业运营管理知识，熟悉企业的业务流程，掌握虚拟商业社会环境下多类社会组织协同办公的工作方式，认知核心制造业企业各类社会组织协同工作的业务流程及管理流程。	2.1 能够对复杂的政务、经济及其他问题的关键环节进行识别和抽象建模。	2.问题分析
能力目标	目标 2: 培养学生在虚拟的市场环境中，结合现实岗位的内容、管理流程、业务单据，以及教学、行业的业务规则，将经营模拟与现实工作接轨，进行仿真经营和业务的运作，提高学生的沟通	3.2 能在方案设计中综合考虑社会、健康、安全、法律、文化以及环境等因素。 4.3 能够根据数字政务、数字化转型服务、数字贸易和数字金融问题构建分析模	3.方案设计 4.研究

	能力、团队协作能力和创新创业能力。	型，采用科学方法顺利获取模型数据和信息，并能对模型结果进行综合分析和解释，得出有效结论。	
素质目标	目标 3: 培养学生在协同工作中的全局意识和综合职业素养，培养学生成为拥有爱国情怀、熟悉党和国家政策，具备创新意识、品德高尚的应用型人才。	8.2 具有团队意识，能够组织、协调和指挥团队开展工作，提高团队协作能力。	8.个人和团队

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	课程介绍、组建及固定经营前准备	4	重点：实训课程的目的、内容、时间安排、组织形式、实训要求、实训考核方式；团队组建、团队内部会议、企业文化建设。 难点：CEO 竞聘，确定 CEO 候选人；团队组建，CEO 现场招聘，根据岗位设置组建团队；企业文化建设，主要包括制度建设，标语口号 LOGO，着装，文体活动等。 思政元素：在“实习动员”环节融入爱国意识、爱岗敬业意识，“CEO 竞聘”环节融入自信意识，在“团队组建”环节融入团队合作精神。	实训	完成 CEO 竞聘、团队组建和企业文化建设。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	固定经营——经营前准备	4	重点：了解企业运转模式及工作流程；让学生们掌握如何期初建账；熟悉组织生产经营管理规则。 难点：期初建账以及薪酬发放、个人所得税及企业所得税的申报。 思政元素：培养学生诚信经营，诚实申报税务义务，激发大学生对诚信道德的情感体验,提高明辨是非的能力,自觉地践行诚信道德。	实训	完成企业期初建账和薪酬发放、个人所得税和企业所得税。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	固定经营——月初经营	8	重点：商贸企业进行市场开拓；制造业企业市场开拓、ISO9000 生产认证；工贸企业向虚拟商采购材料；工贸企业采购原料并办理出库；商贸企业市场竞标；制造业生产领料派工并与商贸企业、工贸企业洽谈业务；外围单位服务支持。 难点：制造企业“材料入库——领料生产——完工入库——销售出库”的基本流程，以及在这一流程中工贸企业、制	实训	完成制造业、工贸、商贸、外围单位各项月初业务操作。	目标 1 目标 2 目标 3

			造企业和商贸企业之间的购销关系。 思政元素：培养学生在实训中初识市场环境、职业环境的同时，提升对国家发展方向与个人职业使命的认知水平，筑牢作为一名中国人应具备的家国情怀，理解作为一名中国企业家应当坚持的企业家精神。			
实训	固定经营——月末经营	4	重点：半成品完工入；产成品完工入库；派工领料、到货入库；报送支付车间电费、核算薪酬、计提折旧；销售成本核算、存货核算、成本核算；期末账务处理、第二次阶段考核。 难点：各企业期末结账并编制报表。 思政元素：培养学生诚信为本、操守为重、遵循准则、不做假账的基本职业道德和行为准则。	实训	完成制造业、工贸、商贸、外围单位各项月末业务操作。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	自主经营——经营前准备	4	重点：讲解自主经营规则；规范本次课程市场行为；讲解本阶段教学组织、心态转换、单据操作三个方面；组织全体 CEO 讲解业务操作与生产经营等逻辑；各企业制定经营计划并按照各企业经营计划开始自主经营。 难点：熟悉自主经营规则；制定各企业经营计划。 思政元素：培养学生在实训中学会与团队伙伴精诚合作，使团队协作精神在实训中发挥重要的作用，进而创造良好的业绩，使自己所在的企业长期向好发展。	实训	完成制造业、工贸、商贸、外围单位各项自主经营准备工作。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	自主经营——1 月至 3 月业务经营	12	重点：各企业团队自主完成 3 个月的自主经营活动，自主选择并发起供、产、销各环节的业务并完成任务；各企业自主制定企业战略并完成相应的战略目标。 难点：市场开拓与市场竞单；业务合同洽谈与签订；企业经营计划的制定与执行。 思政元素：让学生正确看待个人利益与企业利益之间的关系，在合理维护个人利益的同时，以企业利益为重。让学生领悟到企业员工只有积极、奉献、敬业，才能获得良好的经营业绩，良好的经营业绩才能带来好的工作品质，好的工作品质才能获得较高的生活品质。	实训	完成制造业、工贸、商贸、外围单位各项自主经营 1 月至 3 月自主经营业务。	目标 1 目标 2 目标 3
实	实训总结	4	重点：CEO 代表企业做发言，分享企业	实训	完成实训	目标 1

训	汇报	团队在实训过程中的收获、体验、经验和教训，剖析自身存在的问题，确定今后团队成员的努力方向。 难点：各企业总结实训收获，展示经营成果。 思政元素：让学生明白实训演练的是企业经营，但人生没有彩排，各位同学在面临坎坷和困难时不应气馁，要努力提高自身素质，担负起时代赋予的使命，为中华民族的伟大复兴做出自己的贡献。	总结汇报。	目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。				

五、学生学习成效评估方式及标准

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

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

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

2. 实训成绩（占总成绩的70%）：采用百分制。实训任务考核情况请见下表：

考核模块	考核内容	考核方式	支撑目标	分值
企业文化评比	企业Logo设计（25%）、企业文化氛围（25%）、制度规范（20%）、海报呈现效果（30%）。	线下评比	目标1 目标2	10

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

注：学生实训成绩根据学生完成各模块任务数量、正确率及学习时间综合评定。

六、教学安排及要求

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

七、选用教材

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

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

八、参考资料

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

[2]苗雨君 .VBSE跨专业综合实训教程[M].黑龙江:哈尔滨工程大学出版社, 2020年07月 .

网络资料

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

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

[3]用友公司网站, <https://www.yonyou.com/>

大纲执笔人： 黄庆泉

讨论参与人:吕竹、王银玲

系（教研室）主任：韩静

学院（部）审核人：罗卫国

《社会实践》教学大纲

《学年论文》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	学年论文		课程英文名称	Annual Thesis	
课程编码	H40B167Z		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 1-6 学期课程	
总学时	1W		学分	1	
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《学年论文》是本院各专人才培养计划的重要组成部分,在教学计划规定的学期内,在教师指导下针对自己选定的课题独立进行研究所写出的小论文。其撰写旨在培养学生综合运用已学课程的理论和知识对选定的研究课题进行分析并提出相应对策的能力,使学生接受查阅、评述文献,制定研究方案及计算、论证、撰写论文等科学研究的进一步训练。论文题目由学生自己选定,应是学生在掌握已学课程内容的基础上对实际问题的较深入分析和研究。撰写期间,教师须及时检查、了解学生的工作情况,并给予必要的启发和指导。学年论文是对学生运用所学专业理论知识,发现问题、分析问题、研究和解决实际问题能力的综合检验。

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: 培养学生了解科学研究的基本方法,掌握论文写作的基本思路、技巧与规范,能对资料、数据、模型进行综合分析和解释,从收集整理的资料中发现问题、分析问题的能力,并根据所学知识对问题的解决提出建议,完成论文的基本写作。	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 2: 培养学生能够基于本专业的相关知识背景,评价专业社会实践和复杂专业问题对社会、安全、法律、道德的	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	6.专业与社会

	影响，理解应承担的社会责任。	劳动意识和敬业精神。	
	目标 3： 培养学生查阅文献，对文献观点进行分类梳理的基础能力，对过往研究成果的总结和概括的能力，使其具备不断学习和适应职业发展的能力。	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

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
学年论文 动员	2	指导内容： 介绍学年论文的写作的意义、梳理其与毕业论文之间的关系；明确选题应严谨、新颖。具有针对性；要求学生课上以及课后查阅文献资料，并准备备用选题，为下次课做准备。 重点： 强调学年论文与毕业论文之间的关系，及其重要性。 难点： 让学生对学年论文有较为全面的认识，并能引起足够的重视。 思政元素： 培养学生严谨的学习态度，面对难题敢于挑战。	以行政班为单位进行，在下次课前提交备用选题及选题依据	目标 1 目标 2
指导学生 选题	2	指导内容： 再次强调选题的意义、要求和基本原则以及选题应注意的事项；在课堂上对学生选题进行评价，指导学生对选题进行修改和完善。 重点： 选题方向的把握，突出专业性；学生选题时应提供相应资料或佐证作为选题依据。 难点： 如何从专业视角深入分析社会实际案例，拟定更具象化且具有前瞻性的题目。 思政元素： 指导学生积极探索，从小现象中深挖存在的大问题，培养善于发现并勇于创新的能力。	以行政班为单位进行，要求学生在下次课前提交论文写作提纲初稿	目标 1 目标 2
指导学生 编写提纲 及布置任 务	2	指导内容： 要求学生对其他同学的提纲进行评价，分析提纲中标题设计是否符合基本逻辑；对标题下支撑观点的内容进行评价，并要求学生对提纲进行现场修改和完善；布置论文撰写及提交的要求与时间节点。	以行政班为单位进行，要求学生课后提交完善后的论文写	目标 1 目标 3

		重点： 对文章结构的基本逻辑进行合理分析。 难点： 论据能够更全面的佐证论点；二级标题的设计简洁明了	作提纲	
论文撰写和提交	最后一次课后六周内完成提交	指导内容： 核对学生提交的学年论文结构是否与学生所提交的写作提纲一致，不一致的学生需备注理由；对学生提交的学年论文进行评分，并在评语中指出文章中的优点、存在的问题、改进的方向等；细心解答学生可能提出的关于学年论文的问题。 重点： 在论文评语中要指明文章的优缺点。	以学生个人为单位进行	目标 1 目标 2 目标 3

五、学生学习成效评估方式及标准

1.学年论文的综合成绩由两部分构成：平时成绩占 40%，包括考勤（占比 10%），选题质量（占比 15%），提纲质量（占比 15%）；学年论文成绩占 60%。

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

等级	评 分 标 准
	1.考勤；2.选题质量；3.提纲质量；4.学年论文成绩；
优秀 (90~100 分)	1.三次课全勤，积极研究与实践，勤学善问，能够提前完成指导教师布置的任务。 2.定题新颖，紧跟当前行业热点，选题依据充分，选题符合专业方向，研究范围适当，满足针对性、具体性要求。 3.论文写作提纲提交及时，且提纲结构逻辑性强，二级标题对一级标题的支撑作用显著，与选题相符。 4.文章整体内容丰富、流畅，文字、图表结合恰当，格式正确，能够清晰地表达论点，并提供足够的证据和论证来支持观点。
良好 (80~89 分)	1. 三次课全勤，研究与实践较为积极，能够按时完成指导教师布置的任务 2. 定题涉及近两年行业发展热点，选题依据较为充分，选题符合专业方向，研究范围适当，不过大。 3.论文写作提纲提交及时，且提纲结构逻辑性较强，二级标题对一级标题的支撑作用较为显著，与选题相符。 4.文章整体内容较为丰富、流畅，文字、图表结合较为恰当；格式较为正确。能够较清晰地表达论点，并提供较充分的证据和论证来支持观点。
中等 (70~79 分)	1. 三次课全勤，研究与实践的积极性一般，能够较为按时完成指导教师布置的任务 2. 定题与往届有重复，选题依据不够充分，选题符合专业方向，研究范围适当，不过大。 3.论文写作提纲提交及时，且提纲结构具有一定逻辑性，二级标题能对一级标题的起到支撑作用，与选题相符。 4.文章整体内容形式较为单一，文字、图表结合存在一定问题，部分内容的

	表述不够清晰；个别格式存在一定错误。能够较完整的表达论点，并提供一定的证据和论证来支持观点。
及格 (60~69分)	1. 请假一次，研究与实践积极性一般，能够完成指导教师布置的任务，但有点拖沓 2. 定题老旧，选题依据不够充分，选题符合专业方向，研究范围过大。 3. 论文写作提纲提交有点拖延，提纲结构逻辑性有所欠缺，二级标题对一级标题的支撑作用较差，需要较大幅度修改，与选题基本相符。 4. 文章整体内容较简单，文字、图表结合不恰当；格式有一定错误。能够简单表达论点，但提供的证据和论证不足。
不及格 (60以下)	1. 请假2次或2次以上，不能按时完成指导教师布置的任务，拖沓严重 2. 定题老旧，选题依据不足，与专业方向不符，研究范围过大。 3. 论文写作提纲提交拖延或欠交，提纲逻辑混乱，与选题不相符。 4. 文章整体内容文笔较差；格式多处不正确。不能够清晰地表达论点，并无法提供相关的证据和论证来支持观点。

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：助教及以上 学历（位）：硕士 其他：
2	课程时间	周次：三次集中指导环节安排在一周内完成 节次：每个集中指导环节安排2节课
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：授课教室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1]自编学年论文写作规范的 PPT 或讲义。

八、参考资料

[1]金融、保险、投资、国际经济与贸易、电子商务等相关领域学术论文。

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：刘飞雨

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	学科基础课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	粤港澳大湾区专题调研		课程英文名称	Special research on Guangdong, Hong Kong and Macao Great Bay Area	
课程编码	H40B172Z		适用专业	金融学、保险学、互联网金融、投资学、电子商务	
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践、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。	2.3 能够综合应用学科基础知识及基本原理，借助文献研究，能够获取相关金融投资信息用于分析解决财富管理和基金管理问题的能力。	2.问题分析
素质目标	目标 2: 通过本课程的学习，培养金融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	6.2 能够分析、评价金融投资社会实践和复杂财富管理、基金管理问题解决方案对社会、健康、安全、法律以及文化的影响。 10.1 具有自主学习和终身学习的意识和素质，掌握自主学习的方法，了解拓展知识和能力的途径。	专业与社会 10.终身学习

	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。		
--	---	--	--

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 要求每位学生学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。	要求每位学生学会问卷设计	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。	分 组 分 工 完 成 实 训 报 告, 要 有 团 队 协 作 精 神, 人 人	目标 1 目标 2 目标 3

		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。	参与，指导教师对每组表现现场点评并打分	
--	--	---	---------------------	--

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记分制提交，即优秀（90-100）、良好（80-89）、中等（70-79）、及格（60-69）、不及格（59 分以下）。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 学历（位）：硕士及以上 其他：
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

《创业综合训练》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	创业综合训练		课程英文名称	Comprehensive Entrepreneurship Training	
课程编码	H40B035Z		适用专业	电子商务、国际经济与贸易等专业	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	2 周		学分	2	
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《创业综合训练》是为国际经济与贸易专业学生开设的一门集中性实践课程，是推动大众创业万众创新的基础课程。本课程将帮助学生规划创业行动，实现创业梦想，主要围绕“创办你的企业（Start Your Business）”开展教学，通过创业意识培训和创业计划培训，帮助学生形成自己的商业逻辑、系统化的创业思维，能够判断自己是否适合创办企业、适合创办什么样的企业，衡量自己的创业想法是否现实可行，进而最终完成自己的创业计划书。本课程采用高度创新的参与性互动培训方法，完全模拟创业实际过程，学生在不断丰富和完善自己的创业计划书的同时演绎自己的创业计划，为以后的创新创业打下基础。

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：使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识。认知创业的基本内涵和创业活动的特殊性，辩证地认识和分析创业者、创业意识与机会、创业资源和创业计划。	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
能力目标	目标 2：使学生具备必要的创业能力。掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法，熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质和能力，具备主动承担责任的意识和能力，为将来	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

	的创业或创新型企业工作打下坚实基础。		
素质目标	目标 3：使学生树立科学的创业观。主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，正确理解创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。	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。	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
课程介绍、破冰及建立一个好的企业构思	1 天	指导内容：介绍我国的就业形势与特点、课程内容和特点等；什么是企业、创办企业面临的挑战、从创业者的角度分析自己、增强你的创业能力、评估你的财务状况。 重点：理性认识到企业创办的挑战和失败的原因；学会将自己作为创业者来评价。选择合适的企业构思 难点：课程内容、特点与收获；让学生了解创办企业的好处和可能遇到的问题；从哪些方面进行自我评价，如何增强创业能力。 思政元素：培育学生创新精神、提高学生创业能力、实现个人发展和创造自身价值。	建议小班教学，教学过程中以教师的安排完成破冰组队任务。采用互动的授课形式，安排完成各项练习，评价自己是否适合创业。	目标 1 目标 2 目标 3
企业的人员组织、企业法律形态和企业的法律环境和责任	1 天	指导内容：企业人员组成、确定岗位职责、设计组织结构、企业员工招聘；理解小微企业常见法律形态的特点、选择合适的企业法律形态；了解企业的法律环境、明确你要承担的企业责任、选择企业的商业保险。 重点：设计企业组织结构、不同企业法律形态的特点。 难点：为自己的企业选择合适的法律形态。	通过案例分析、头脑风暴法、练习的教学方法完成企业构思的筛选任务。教学过程中分组以游戏的形式完成练习。	目标 1 目标 2 目标 3
预测你的启动资金、制订你的利润计划	1 天	指导内容：启动资金的分类、投资预测、流动资金预测。 重点：启动资金的类型包括哪些。 难点：预测创业企业的投资资金和流动资金。	通过讲授、案例、分析、互动的授课形式，安排完成市场评估任务和 4p	目标 1 目标 2

			的策略的制定和人员组织架构的设计任务。	
制订你的利润计划、判断你的企业能否生存并开办你的企业	1 天	指导内容：制定销售价格、预测销售收入、制定销售与成本计划、制定现金流计划、资金来源；开始完成你的创业计划书、创办企业的决定、制定开办企业的行动计划；企业日常活动、下一步做什么。 重点：确定企业单位产品成本、确定产品价格的方法；制订出自己企业的销售与成本计划和现金流量计划。 难点：预测创业企业的投资资金和流动资金；预测销售与制定现金流量计划。 思政元素：创业需要坚定信心，不仅要有好的创意和商业模式，创业者应该持续自我增值，不断学习强化自身创新创业能力。	通过讲授、案例、分析、互动的授课形式，以分组游戏的形式完成本组创建企业的销售与成本计划、现金流量计划的任务。	目标 1 目标 2
指导学生编制《创业计划书》	5 天	指导内容：编制计划书内容，主要包括：企业概况、创业者个人情况、市场评估、市场营销计划、企业组织结构、资、流动资金（月）、销售收入预测、销售与成本计划、现金流计划。 重点：目标顾客描述、市场容量或变化趋势、预计市场占有率；产品或服务、价格、地点。 难点：竞争对手分析、促销（成本预测）、股份合作协议。	每个同学独立完成创业计划书，指导老师指导和修改	目标 1 目标 2 目标 3
创业计划书答辩	1 天	指导内容：评价计划书的完成情况和存在的问题。 重点：理解老师的指导意见并修改和完善计划书。 难点：理解老师的指导意见并修改和完善计划书。	每个同学 5 分钟左右的答辩。	目标 1 目标 2 目标 3

五、学生学习成效评估方式及标准

1.《创业综合训练》课程的综合成绩由平时成绩（占 50%）、期末考核（占 50%）两部分组成。平时成绩由考勤（占 20%）、作业（占 20%）、课堂表现（占 10%）三个部分所组成。期末考核由创业计划书（占 70%）与答辩（占 30%）组成，占总成绩 50%。

2.本课程综合成绩按五级记分制提交，即优秀（90-100）、良好（80-89）、中等（70-79）、

及格（60-69）、不及格（59 分以下）。

等级	评 分 标 准
	1.平时成绩；2.指导教师审阅成绩；3.评阅教师评阅成绩；4.答辩成绩。
优秀 (90~100 分)	1.小组分工明确，积极参与课堂讨论。在小组中承担重要角色，积极参与并贡献有价值的观点，有效地与小组成员合作，推动小组工作的进展。 2.作业完成优秀。按时提交高质量的作业，内容充实、准确无误，展现出对学习内容的深入理解和独立思考。 3.考勤全勤。 4.创业计划书成绩 90 分以上，创业计划书内容完整、逻辑清晰，包括市场分析、竞争分析、产品定位、运营策略等方面的详细阐述。创业理念独特、创新性强，商业模式合理且可行。计划书语言表达准确、流畅，结构严谨，有较高的专业水平。。 5.答辩成绩 90 分以上，答辩过程中能够清晰、准确地回答问题，展示对创业计划书内容的深入理解。表达流畅自信，能够有效沟通和传递创业理念。展示出较高的专业知识和创业能力。
良好 (80~89 分)	1.小组分工较明确，较积极参课堂讨论。在小组中发挥积极作用，参与课堂讨论，提供有意义的观点和建议，与小组成员合作较好。 2.作业完成良好。按时提交作业，内容基本准确，有一定的独立思考和理解。 3.缺勤 0.5 天。 4.创业计划书成绩 80-89 分。创业计划书内容较为完整，包含了市场分析、竞争分析、产品定位、运营策略等方面的基本要素。创业理念有一定的独特性和创新性，商业模式基本可行。计划书语言表达清晰，结构较为合理，具备一定的专业水平。 5.答辩成绩 80-89 分。答辩过程中能够基本回答问题，展示对创业计划书内容的理解。表达相对流畅，能够较好地传递创业理念。展示出基本的专业知识和创业能力。
中等 (70~79 分)	1.小组分工一般，参与课堂讨论一般。在小组中参与讨论，但贡献相对较少，或者在合作方面有一定的改进空间。 2.作业完成中等。按时提交作业，但内容存在一些错误或不完整，表现出对学习内容的一般理解。 3.缺勤 1 天。 4.创业计划书成绩 70-79 分。创业计划书内容基本完整，但可能有一些缺失或不够详细。创业理念较为常规，商业模式一般可行。计划书语言表达基本清晰，结构基本合理，具备一定的专业水平。 5.答辩表现成绩 70-79 分。答辩过程中能够回答部分问题，但可能有一些回答不够准确或不够全面。表达基本清晰，但可能存在一些表达上的不足。展示出一定的专业知识和创业能力。
及格 (60~69 分)	1.小组分工不明确，参与问题讨论少。在小组中参与讨论，但贡献有限，或者在合作方面存在明显的不足。 2.作业完成及格。作业存在明显的错误或不完整，但基本满足了要求。 3.缺勤 2 天。 4.创业计划书成绩 60-69 分。创业计划书内容不够完整，缺失较多关键要素，或者各部分内容表述不够清晰。创业理念较为普通，商业模式可行性有限。计划书语言表达存在较多问题，结构不够合理，专业水平较低。 5.答辩成绩 60-69 分。答辩过程中回答问题不够准确或不够全面，表达存在较

	多困难,难以传递创业理念。展示出较低的专业知识和创业能力。
不及格 (60 以下)	1.小组分工不明确,不积极参与课堂讨论,扰乱课堂秩序。缺乏积极参与小组讨论,对小组工作没有任何贡献,或者对小组合作存在严重问题。 2.作业未完成。未按时提交作业,或者作业内容质量极低,无法满足要求。 3.缺勤 3 天。 4.创业计划书成绩 0-59 分。创业计划书内容严重缺失,关键要素基本缺失或表述混乱,无法理解创业理念和商业模式的可行性。计划书语言表达存在严重问题,结构混乱,专业水平极低。 5.答辩成绩 0-59 分。答辩过程中无法回答问题或回答内容严重不准确,表达困难,无法传递创业理念。展示出极低的专业知识和创业能力。

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:助教及以上 学历(位):硕士研究生及以上 其他:
2	课程时间	周次:2 周 节次:20 课时/周
3	指导地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他:建议小班教学
4	学生辅导	线上方式及时间安排:企业微信,课后 线下地点及时间安排:课堂教室,课前

七、选用教材

[1]人力资源和社会保障部职业能力建设司,中国就业培训技术指导中心.创办您的企业——创业意识培训册(第二版)[M].北京:中国劳动社会保障出版社,2017 年 3 月.

[2]人力资源和社会保障部职业能力建设司,中国就业培训技术指导中心.创办您的企业——创业计划培训册(第二版)[M].北京:中国劳动社会保障出版社,2017 年 3 月.

[3]人力资源和社会保障部职业能力建设司,中国就业培训技术指导中心.创办您的企业——创业计划书(第二版)[M].北京:中国劳动社会保障出版社,2017 年 3 月.

八、参考资料

[1] 赵波、焦永纪.创业管理理论与实践[M].北京:高等教育出版社,2018 年.

[2] 布鲁斯.巴林杰.创业计划书:从创意到方案[M].北京:机械工业出版社,2010 年.

[3] 张玉利.创业管理(行动版)[M].北京:机械工业出版社,2017 年.

网络资料

虎嗅网: www.huxiu.com

创业家杂志网站: <https://www.chuangyejia.com/>

创业邦杂志网站: <https://www.cyzone.cn/>

优米网:<https://www.umiwi.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

《电商综合技能训练》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	电商综合技能训练		课程英文名称	E-commerce comprehensive skills training	
课程编码	H40B042Z		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	电子商务概论	
总学时	1W		学分	1	
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《电商综合技能训练》是电子商务(本科)专业的一门基本技能训练课程，是本专业学生的必修课之一。电子商务作为现代服务业中的重要产业，在生活中处处可见，小到网上购物，大到跨国公司的网上商务洽谈等。为了更好地帮助学生认识和了解电子商务实际运作方式，为从事电商相关工作打下基础。《电商综合技能训练》课程从电商创业准备入手，以淘宝创业为例详细介绍网上开店准备、网上开店步骤、客户沟通、商品管理、流量引进、活动推广等知识，帮助学生从网店运营的角度出发，了解电子商务运作流程、帮助学生积累电商市占经验。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
能力目标	目标 1: 能熟练运用电子商务相关知识、信息技术与电子商务服务综合技能进行电子商务市场调研、用户需求分析等问题的研究，进而提出解决方案，并能够有效推动实施。	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

	目标 2: 具备一定的营销策划能力,掌握互联网经济和商务管理等相关的知识与技能,能够通过社交媒体、内容营销等方式来有效推广产品或服务,并能够对市场反馈进行分析和调整,提升产品或服务的市场竞争力。	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: 具有数字经济背景下基于多学科知识融合创新精神,能够灵活应对变化、寻求新的商业机会和发展方向,不断推动电子商务行业的发展,同时在工作中正确运用专业知识,为企业的商业决策提供有效的支持。	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

指导环节	时间 安排	主要教学内容	指导 要求	支撑课 程目标
团队组建 与商业计 划书	0.5 天	指导内容: 团队组建、团队内部会议、企业文化建设等、商业计划书的基本内容。 重点: 选出 CEO,设置组员岗位、共同完成商业计划书。 难点: 商业计划书内容完整、具有创新性和可落地执行性。 思政元素: 介绍爱彼迎融资计划案例,讲述作为一个电子商务从业人员,如何用专业能力和团队合作精神打动客户。	以小组为单位,组成创业小组,并撰写计划书。	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4 目标 5
网店开店 全流程	0.5 天	指导内容: 掌握开设装修店铺流程、掌握商品的发布、学会挑选优秀的商品、学会选择进货渠道,了解视觉营销、掌握文案撰写 重点: 选品的方法、店铺装修的技巧与工具、文案撰写的技巧。 难点: 如何在市场调研的基础上,选择合适的商品、做出符合产品调性的第阿奴装修。	以小组为单位,在淘宝注册店铺,并完成店铺首页装修和产品上架。	目标 1 目标 2
流量之争, 电商运营 的核心竞 争力	0.5 天	指导内容: 掌握淘宝活动推广、淘宝付费推广;掌握常见新媒体营销渠道和方式,如社群组建、小红书引流等。 重点: 选品的方法、店铺装修的技巧与工具、文案撰写的技巧。	以小组为单位,以双十一为主题撰写活动策划案。	目标 1 目标 2 目标 4

		难点： 如何在市场调研的基础上，选择合适的商品、做出符合产品调性的第阿奴装修。 思政元素： 学习东方甄选的案例，了解巨大流量背后需承担的社会责任。		
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

1.本课程的综合成绩由考勤（占 10%）、小组汇报（占 30%）、实训报告（60%）三部分组成。

2.综合成绩按五级记分制提交，即优秀（90-100）、良好（80-89）、中等（70-79）、及格（60-69）、不及格（59 分以下）。

等级	评 分 标 准
	1.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。 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.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。 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.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。 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.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。 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	1.有 4 次旷课或 5 次迟到。

(60 分以下)	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。 4.小组展示活动不积极、没有创意，团队合作意识不强
----------	---

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）：硕士或以上
2	课程时间	周次：1 周 节次：一周 6 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]陈德人、方美玉、白东蕊.电子商务案例分析（第 2 版） [M].人民邮电出版社出版教材，2022.

[2]陈月波.电子商务实务（第 6 版） [[M].中国人民大学出版社，2021.

八、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

《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	H40B028Z		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	9W		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 2: 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 3: 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 3
正式实习阶段	正式实习的第 1-9 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
总结考核阶段	正式实习的第九周周末	指导内容: 根据实习情况撰写实习周记, 结合自身的感受与认知, 写一份不少于 3000 字的毕业实习报告, 最后完成实习鉴定表。 重点: 注意毕业实习材料的书写格式。 难点: 强调结合自身的感受与认知。	以个人为单位, 分别进行	目标 2 目标 3

五、学生学习成效评估方式及标准

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

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

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

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：第八学期开学后即可进行 节次：
3	指导地点	☐ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 √其他：教师可以通过下现场、企业微信、电话等方式对在实习单位的学生进行指导
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实习单位或学校（开课后时间另行安排）

七、选用教材

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

[2] 东莞城市学院本科毕业实习手册

八、参考资料

[1] 东莞城市学院毕业生校外实习安全责任书

[2] 东莞城市学院本科毕业实习情况记录表

[3] 东莞城市学院本科毕业实习分散实习申请表

[4] 东莞城市学院本科毕业实习鉴定表

大纲执笔人： 杨丽君

讨论参与人：刘飞雨、陈孔艳、谭芬

系（教研室）主任： 谭芬

学院（部）审核人：邢风云

《学年论文》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	学年论文		课程英文名称	Annual Thesis	
课程编码	H40B167Z		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 1-6 学期课程	
总学时	1W		学分	1	
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《学年论文》是本院各专业人才培养计划的重要组成部分,在教学计划规定的学期内,在教师指导下针对自己选定的课题独立进行研究所写出的小论文。其撰写旨在培养学生综合运用已学课程的理论和知识对选定的研究课题进行分析并提出相应对策的能力,使学生接受查阅、评述文献,制定研究方案及计算、论证、撰写论文等科学研究的进一步训练。论文题目由学生自己选定,应是学生在掌握已学课程内容的基础上对实际问题的较深入分析和研究。撰写期间,教师须及时检查、了解学生的工作情况,并给予必要的启发和指导。学年论文是对学生运用所学专业理论知识,发现问题、分析问题、研究和解决实际问题能力的综合检验。

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: 培养学生了解科学研究的基本方法,掌握论文写作的基本思路、技巧与规范,能对资料、数据、模型进行综合分析和解释,从收集整理的资料中发现问题、分析问题的能力,并根据所学知识对问题的解决提出建议,完成论文的基本写作。	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 2: 培养学生能够基于本专业的相关知	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	6.专业与社会

目标	识背景,评价专业社会实践和复杂专业问题对社会、安全、法律、道德的影响,理解应承担的社会责任。	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。	
	目标 3: 培养学生查阅文献,对文献观点进行分类梳理的基础能力,对过往研究成果的总结和概括的能力,使其具备不断学习和适应职业发展的能力。	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

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
学年论文 动员	2	指导内容: 介绍学年论文的写作的意义、梳理其与毕业论文之间的关系;明确选题应严谨、新颖。具有针对性;要求学生课上以及课后查阅文献资料,并准备备用选题,为下次课做准备。 重点: 强调学年论文与毕业论文之间的关系,及其重要性。 难点: 让学生对学年论文有较为全面的认识,并能引起足够的重视。 思政元素: 培养学生严谨的学习态度,面对难题敢于挑战。	以行政班为单位进行,在下次课前提交备用选题及选题依据	目标 1 目标 2
指导学生 选题	2	指导内容: 再次强调选题的意义、要求和基本原则以及选题应注意的事项;在课堂上对学生选题进行评价,指导学生对选题进行修改和完善。 重点: 选题方向的把握,突出专业性;学生选题时应提供相应资料或佐证作为选题依据。 难点: 如何从专业视角深入分析社会实际案例,拟定更具象化且具有前瞻性的题目。 思政元素: 指导学生积极探索,从小现象中深挖存在的大问题,培养善于发现并勇于创新的能力。	以行政班为单位进行,要求学生在下次课前提交论文写作提纲初稿	目标 1 目标 2
指导学生 编写提纲 及布置任务	2	指导内容: 要求学生对其他同学的提纲进行评价,分析提纲中标题设计是否符合基本逻辑;对标题下支撑观点的内容进行评价,并要求学生对提纲进行现场修改和完善;布置论文撰写	以行政班为单位进行,要求学生课后提交完善	目标 1 目标 3

		及提交的要求与时间节点。 重点： 对文章结构的基本逻辑进行合理分析。 难点： 论据能够更全面的佐证论点；二级标题的设计简洁明了	后的论文写作提纲	
论文撰写和提交	最后一次课后六周内完成提交	指导内容： 核对学生提交的学年论文结构是否与学生所提交的写作提纲一致，不一致的学生需备注理由；对学生提交的学年论文进行评分，并在评语中指出文章中的优点、存在的问题、改进的方向等；细心解答学生可能提出的关于学年论文的问题。 重点： 在论文评语中要指明文章的优缺点。	以学生个人为单位进行	目标 1 目标 2 目标 3

五、学生学习成效评估方式及标准

1.学年论文的综合成绩由两部分构成：平时成绩占 40%，包括考勤（占比 10%），选题质量（占比 15%），提纲质量（占比 15%）；学年论文成绩占 60%。

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

等级	评 分 标 准
	1.考勤；2.选题质量；3.提纲质量；4.学年论文成绩；
优秀 (90~100 分)	1.三次课全勤，积极研究与实践，勤学善问，能够提前完成指导教师布置的任务。 2.定题新颖，紧跟当前行业热点，选题依据充分，选题符合专业方向，研究范围适当，满足针对性、具体性要求。 3.论文写作提纲提交及时，且提纲结构逻辑性强，二级标题对一级标题的支撑作用显著，与选题相符。 4.文章整体内容丰富、流畅，文字、图表结合恰当，格式正确，能够清晰地表达论点，并提供足够的证据和论证来支持观点。
良好 (80~89 分)	1. 三次课全勤，研究与实践较为积极，能够按时完成指导教师布置的任务 2. 定题涉及近两年行业发展热点，选题依据较为充分，选题符合专业方向，研究范围适当，不过大。 3.论文写作提纲提交及时，且提纲结构逻辑性较强，二级标题对一级标题的支撑作用较为显著，与选题相符。 4.文章整体内容较为丰富、流畅，文字、图表结合较为恰当；格式较为正确。能够较清晰地表达论点，并提供较充分的证据和论证来支持观点。
中等 (70~79 分)	1. 三次课全勤，研究与实践的积极性一般，能够较为按时完成指导教师布置的任务 2. 定题与往届有重复，选题依据不够充分，选题符合专业方向，研究范围适当，不过大。 3.论文写作提纲提交及时，且提纲结构具有一定逻辑性，二级标题能对一级

	标题的起到支撑作用，与选题相符。 4.文章整体内容形式较为单一，文字、图表结合存在一定问题，部分内容的表述不够清晰；个别格式存在一定错误。能够较完整的表达论点，并提供一定的证据和论证来支持观点。
及格 (60~69分)	1. 请假一次，研究与实践积极性一般，能够完成指导教师布置的任务，但有点拖沓 2. 定题老旧，选题依据不够充分，选题符合专业方向，研究范围过大。 3.论文写作提纲提交有点拖延，提纲结构逻辑性有所欠缺，二级标题对一级标题的支撑作用较差，需要较大幅度修改，与选题基本相符。 4.文章整体内容较简单，文字、图表结合不恰当；格式有一定错误。能够简单表达论点，但提供的证据和论证不足。
不及格 (60以下)	1. 请假2次或2次以上，不能按时完成指导教师布置的任务，拖沓严重 2. 定题老旧，选题依据不足，与专业方向不符，研究范围过大。 3.论文写作提纲提交拖延或欠交，提纲逻辑混乱，与选题不相符。 4.文章整体内容文笔较差；格式多处不正确。不能够清晰地表达论点，并无法提供相关的证据和论证来支持观点。

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：助教及以上 学历（位）：硕士 其他：
2	课程时间	周次：三次集中指导环节安排在一周内完成 节次：每个集中指导环节安排2节课
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：授课教室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1]自编学年论文写作规范的PPT或讲义。

八、参考资料

[1]金融、保险、投资、国际经济与贸易、电子商务等相关领域学术论文。

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：刘飞雨

学院（部）审核人：邢风云