新疆石河子职业技术学院

技工专业人才培养方案

新疆石河子职业技术学院 制

二零二四年六月

目录

**一、专业基本信息 3**

（一）专业名称 3

（二）专业编码 3

（三）学制 3

（四）就业方向 3

（五）职业资格/职业技能等级 3

**二、 培养目标和要求 3**

（一）培养目标 3

（二）培养要求 4

**三、 培养模式 6**

（一）培养体制 6

（二）运行机制 6

**四、课程设置 6**

**五、主要课程标准 8**

（一）网店运营课程标准 8

（二）网店客服课程标准 17

（三）图文短视频课程标准 34

（四）直播运营课程标准 41

（五）商务数据采集与处理课程标 50

**六、实施条件 56**

（一）师资队伍 56

（二）教学设施 57

（三）教学资源 59

（四）教学管理制度 60

**七、考核与评价 61**

（一）综合职业能力评价 61

（二）职业技能评价 61

（三）毕业条件 63

**八、教学安排 64**

（一）教学活动时间分配表 64

（二）具体教学安排 64

（三）学时与学分分配表 64

**电子商务专业人才培养方案（技工）**

# 一、专业基本信息

## **（一）专业名称**

## 电子商务

## **（二）专业编码**

0603-4

## **（三）学制**

三年

## **（四）就业方向**

面向电子商务行业进行就业，适合网店运营助理、仓管员、客服专员等工作岗位要求，胜任网店运营、仓储管理、网店客服等工作任务，具备规范意识、成本意识、营销意识、服务意识、效率意识、安全意识、数据保密意识、质量意识、环保意识、岗位责任意识等职业素养。

**（五）职业资格/职业技能等级**

1+X网店运营推广初级

# 培养目标和要求

## **（一）培养目标**

# **1.总体目标**

培养面向电子商务行业企业就业，适应网店运营助理、仓管员、客服专员、运营专员、直播销售员、文案编辑员、客服主管、运营主管/ 店长、培训师等工作岗位要求，胜任网店运营、仓储管理、网店客服、直播运营、网店商品优化、商务数据采集与处理、网店活动策划、电商用户管理、网店客服管理、网店商品规划、网店运营数据化决策、网店活动规划、电商用户运营规划、网店技术人员工作指导与技能培训等工作任务，掌握本行业新媒体平台、电商平台、仓储设备、图文、短视频、直播等最新技术标准及其发展趋势，具备沟通交流、团队合作、协调管理、组织管理、自主学习、信息处理、数字应用、独立分析、创新思维、解决问题、自我管理、时间管理、情绪控制、抗压能力，规范意识、成本意识、营销意识、服务意识、效率意识、安全意识、审美意识、迭代意识、全局意识、数据保密意识、质量意识、环保意识、商业敏感度、管理意识、风控意识、岗位责任意识，正确的品牌观、民族自豪感、爱岗敬业、文明有礼、互帮互助、正直善良、积极进取、甘于奉献、科学严谨、遵纪守法、诚实守信、客观公正、勤奋踏实、尽职尽责、耐心细致、精益求精等素养的技能人才。

# **2.技能层级**

培养面向电子商务行业企业就业，适应网店运营助理、网店推广专员、仓管员、客服专员等工作岗位要求，胜任网店运营、网店推广、仓储管理、网店客服等工作任务，掌握本行业新媒体平台、电商平台、仓储设备等最新技术标准及其发展趋势，具备沟通交流、团队合作、自主学习、信息处理、时间管理、情绪控制、抗压能力，规范意识、成本意识、营销意识、服务意识、效率意识、安全意识、数据保密意识、质量意识、环保意识、岗位责任意识，爱岗敬业、文明有礼、互帮互助、遵纪守法、诚实守信、客观公正、勤奋踏实、尽职尽责、耐心细致、精益求精等素养的技能人才。

## **（二）培养要求**

表2-1 电子商务专业技能人才培养要求表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养层级 | 典型工作任务 | 职业能力要求 |
| 中级技能 | 网店运营 | 能针对接受的运营任务类型，与主管领导有效沟通，明确商品、数据、活动或用户的运营要求。能与相关人员及时沟通，完成与运营相关的资料、图片、数据的收集与整理，协调人力、商品库存、营销资源等。能按照运营计划细致完成商品发布，严格按平台规则实施违禁词检查等日常运营维护。能根据数据收集指标及收集周期，收集并整理网店运营数据、竞品数据、客户数据、行业数据等不同类型数据。能根据网店活动规则及商品促销规则正确使用促销工具，完成活动报名、促销信息发布、活动动态跟进等工作。能根据网店运营目标，对现有用户和潜在用户适时推送活动信息，对圈定的竞争对手适时进行数据监控。 |
|  | 网店客服 | 能和主管领导有效沟通，明确网店客服工作的内容和要求。能使用在线聊天软件、电话、邮件等工具，仔细阅读、倾听客户需求，善于表达，可以与客户进行有效沟通。能根据客户提出的问题，判断客户真实需求，选择服务话术，向客户提供有效解决方案。能利用ERP（企业资源规划管理系统）正确、规范地进行方案后台录入。能主动对照网店客服质检标准，及时复盘，提高网店客服满意度。 |

# 培养模式

## **（一）培养体制**

本专业应依据职业教育有关法律法规和校企合作、产教融合相关政策要求，按照技能人才成长规律，紧扣本专业技能人才培养目标，结合学校办学实际情况，成立专业建设指导委员会。通过整合校企双方优质资源，制定校企合作管理办法，签订校企合作协议，推进校企共创培养模式、共同招生招工、共商专业规划、共议课程开发、共组师资队伍、共建实训基地、共搭管理平台、共评培养质量的“八个共同”，实现本专业高素质技能人才的有效培养。

## **（二）运行机制**

中级技能层级宜采用“学校为主、企业为辅”校企合作运行机制。

校企双方根据电子商务专业中级技能人才特征，建立适应中级技能层级的运行机制。一是结合中级技能层级工学一体化课程以执行定向任务为主的特点，研讨校企协同育人方法路径，共同制定和采用“学校为主、企业为辅”的培养方案，共创培养模式；二是发挥各自优势，按照人才培养目标要求，以初中生源为主，制订招生招工计划，通过开设企业订单班等措施，共同招生招工；三是对接本领域行业协会和标杆企业，紧跟本产业发展趋势、技术更新和生产方式变革，紧扣企业岗位能力最新要求，以学校为主推进专业优化调整，共商专业规划；四是围绕就业导向和职业特征，结合本地本校办学条件和学情，推进本专业国家技能人才培养工学一体化课程标准校本转化，进行学习任务二次设计等教学资源开发，共议课程开发；五是发挥学校教师专业教学能力和企业技术人员工作实践能力优势，通过推进教师开展企业工作实践、聘用企业技术人员开展实践教学等方式，以学校教师为主、企业兼职教师为辅，共组师资队伍；六是基于一体化学习工作站和校内实训基地建设，规划建设集校园文化与企业文化、学习过程与工作过程为一体的校内外学习环境，共建实训基地；七是基于一体化学习工作站、校内实训基地等学习环境，参照企业管理规范，突出企业在职业认知、企业文化、就业指导等职业素养养成层面的作用，共搭管理平台；八是根据本层级人才培养目标、国家职业标准和企业用人要求，制定评价标准，对学生职业能力、职业素养和职业技能等级实施评价，共评培养质量。

基于上述运行机制，校企双方共同推进本专业中级技能人才综合职业能力培养，并在培养目标、培养过程、培养评价中实施学生相应通用能力、职业素养和思政素养的培养。

# 四、课程设置

本专业开设公共基础课程、专业基础课程、工学一体化课程和选修课程。其中：公共基础课程依据人力资源社会保障部颁布的《技工院校公共基础课程方案》开设，工学一体化课程依据人力资源社会保障部颁布的《电子商务专业国家技能人才培养工学一体化课程设置方案》开设。

表4-1课程设置

|  |  |
| --- | --- |
| 课程类别 | 课程名称 |
| 公共基础课程 | 数学 |
| 语文1 |
| 语文2 |
| 英语 |
| 礼貌礼仪 |
| 心理健康 |
| 军训 |
| 计算机应用基础 |
| 体育与健康1 |
| 体育与健康2 |
| 体育与健康3 |
| 体育与健康4 |
| 历史 |
| 德育1 |
| 德育2 |
| 德育3 |
| 德育4 |
| 专业基础课程 |  电子商务基础 |
| 电子商务法 |
| 网络营销 |
| 管理学 |
| 市场调研与预测 |
| 图形图像处理Photoshop |
| 新媒体营销 |
| 商品学概论 |
| 专业核心课程 | 网店客服 |
| 客户关系管理 |
| 电子商务物流 |
| 供应链管理 |
| 网店运营 |
| 专业拓展课程 | 视觉营销 |
| 电子商务安全 |
| 商务数据采集与处理 |
| 图文短视频 |
| 实习实训课程 | 直播运营 |
| 电子商务理实一体 |
| 认识实习 |
| 岗位实习1 |
| 岗位实习2 |

# 五、主要课程标准

**（一）网店运营课程标准**

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 网店运营 |

 典型工作任描述

网店运营是指整个网店的一切经营活动，其涵盖的内容很广。本任务是指执行层面的网店运营工作，包括网店页面信息日常更新、网店流量数据监控、网店活动执行、目标用户数据收集、售后服务等，一般由网店运营助理来完成。

网店运营助理从主管领导处领取运营任务，明确运营工作内容及要求；按照运营要求进行网店运营资料的收集和资源准备；依据商品发布流程，完成商品的发布与网店维护；根据数据收集指标及周期，完成网店运营相关数据的收集与整理；按照网店活动规则，完成日常活动报名、跟进、资源筹备以及与仓库等相关岗位人员沟通协调等工作；通过网店后台导出活动方案中的人群包，将活动信息在规定的时间内推送给网店用户，对圈定的竞争对手进行适时数据监控；完成任务后，填写工作日志，并将相关数据提交给主管领导。

网店运营需严格遵守电子商务相关法律法规、平台活动规则、网店活动规则、商品发布规范、平台违禁信息管理规范、基础营销规范、企业管理制度等。

工作分析

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 工作对象：1. 网店运营任务的领取；
2. 网店运营资料的收集和资源准备；
3. 网店商品的发布与网店维护；
4. 网店运营数据的收集与整理；
5. 网店活动的报名与跟进；
6. 网店用户信息推送及竞争对手数据监控；
7. 查看、记录运营数据，填写工作日 志，文件存 档，

并进行工作汇报。 | 工具、设备、材料与资料：1. 工具：平台网站、网店后台、数据收集软件、办公软件等；
2. 设备：计算机、网络设备等；
3. 材料与资料：商品信息、活动信息、人员信息、数据运营指标、任务单等。

工作方法：要点提炼法、资料查阅方法、团队沟通方法、信息记录法、市场调研法、活动推送法、分类筛选法、总结归纳法。劳动组织方式：以独立作业或小组作业的方式进行，从主管领导处领取工作任务，明确工作内容和要求，在完成任务过程中与相关人员有效沟通，获取运营相关信息，作业完成后交付主管领导进行质量检验。 | 工作要求：1. 需与主管领导有效沟通，明确运营内容与要求；
2. 应按运营要求与相关部门人员有效沟通；
3. 依据商品发布流程，完成商品发布，并按平台规则实施违禁词检查等日常运营维护；
4. 根据数据收集指标及收集周期，对网店运营数据、竞品数据、客户数据、行业数据等进行收集整理；
5. 需遵守平台活动规则、网店活动规则、商品促销方案，正确使用促销工具完成活动的报名与跟进；
6. 对现有用户和潜在用户适时推送活动信息，对圈定的竞争对手适时进行数据监控；
7. 应及时查看、记录运营数据，填写工作日志并规范存档，收集的数据及时提

交，运营状态适时向主管领导汇报。 |

课程目标

学习完本课程后，学生应当能胜任网店运营的日常工作任务，包括网店商品发布与维护、数据收集与整理、网店活动执行及网店用户推广等工作任务。

1. 能解读任务书，明确运营任务要求。
2. 能依据运营要求收集整理图片、数据等运营资料，协调人力、库存商品等营销资源。
3. 能按照商品发布流程完成商品发布，并按平台规则实施违禁词检查等日常运营维护。
4. 能根据数据收集指标及收集周期，收集、整理网店运营数据、竞品数据、客户数据、行业数据等不同类型数据。
5. 能根据网店活动规则正确使用促销工具，完成活动报名、促销信息发布、活动动态跟进等。
6. 能根据网店运营要求，对现有用户和潜在用户适时推送活动信息，对圈定的竞争对手适时进行数据监控。
7. 能根据运营要求对运营数据进行整理、归档，规范填写工作日志并汇报、提交。

学习内容

本课程学习内容：一、网店运营

实践知识：

任务书的解读，要点提炼方法。理论知识：

网店运营岗位职责，网店运营工作内容，企业管理制度，电商平台规则。二、网店运营资料的收集和资源准备

实践知识：

平台网站运营资料查阅，网店后台信息查看方法，网店商品信息、活动信息、人员信息等查询与收集，团队成员合理分工，资料查阅方法，团队沟通方法。

理论知识：

网店运营工作流程，商品发布规范、平台违禁信息管理规范、基础营销规范等，商品信息、活动信息、人员类别信息等。

三、网店商品的发布与网店维护实践知识：

运营工具（如生意参谋）的使用方法，商品发布页面的查看方法，信息记录方法，商品SKU（库存量单位）、属性、价格、库存、详情等信息的准备与正确填写，商品分类设置技巧，运费模板设置与正确选择，商品上下架的设置，违禁词检查工具的使用，促销工具的选择。

理论知识：

商品发布流程和要素，商品类目选择技巧，商品发布页面检查要点，商品上下架展示原理，促销的类型，设置促销时间和力度的要领，促销设置后跟踪及检查规范。

四、网店运营数据：

平台、网店数据的查阅方法，数据收集工具的选择与使用方法，数据分类筛选方法，数据指标的选择方法，抄录数据指标的要点，数据收集周期和时间段的确定方法。

理论知识：

网店数据的来源，数据运营指标、竞品指标、客户数据指标、行业数据指标的含义，数据收集的渠道。五、网店活动的报名与跟进

实践知识：

平台活动查阅方法，市场调研方法，平台活动报名流程，活动报名跟进要求，活动资源筹备要领，活动报名信息收集表的制定，报名结果跟进方法。

理论知识：

平台活动的类型，活动素材整理的要求，站外推广资源的获取渠道。六、网店用户信息推送及竞争对手数据监控。

实践知识：

网店后台用户信息查看方法，用户信息收集，网店用户活动方案的提取要点，推送工具的选择与使用，网店用户活动消息推送。

理论知识：

网店用户活动基础，营销系统及软件知识。

七、查看、记录运营数据，填写工作日志：

网店日常运营表填写，运营数据整理、归档及提交，工作日志填写。理论知识：

工作日志的填写要点，工作汇报要点。

八、通用能力、思政素养

沟通交流、团队合作、自主学习、信息处理等通用能力，规范意识、成本意识、营销意识、服务意识、效率意识、安全意识、数据保密意识、岗位责任意识等职业素养，遵纪守法、诚实守信、客观公正，尽职尽责的劳动精神等思政素养。

参考性学习任务

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 名称 | 学习任务描述 |
| 1 | 网店商品发布与维护 | 某网店计划上新一批秋冬季服装，运营助理接到主管领导布置的任务，根据要求完成商品上架，同时对网店进行日常维护管理，并完成店铺促销活动的设置等。学生接受教师分配的任务后，分析任务书和任务要求；领取商品资料，做好资源准备工作；按照商品发布流程，正确选择商品类目，进入商品发布页面，对标题、属性、价格等信息进行设置，完成商品发布；将商品发布成功页面交付教师验收；进入日常维护阶段后，对商品进行适时的维护；有促销活动时，对促销商品进行相应的设置，并负责跟踪检查促销活动的终止时间以及与其他活动的衔接情况；任务完成后，填写工作日志，文件存档及汇报。网店商品发布与维护需严格遵守电子商务相关法律法规、平台活动规则、网店活动规则、商品发布规范、平台违禁信息管理规范、基础营销规范、企业管理制度等。 |
| 2 | 数据收集与整理 | 某网店需要对近一周的运营数据进行分析，运营助理接到主管领导布置的任务，根据要求完成网店运营数据及竞品、客户和行业数据的收集与整理工作等。学生接受教师分配的任务后，明确任务要求，确定要收集数据的指标和周期，选择合适的数据收集工具；确定数据收集渠道，分类检索并进行数据提取；依据网店运营数据，竞品、客户和行业数据的标准，熟练使用办公软件对收集的数据进行汇总、整理和归档，并将数据表交付教师验收。数据收集与整理需严格遵守电子商务相关法律法规、平台活动规则、网店活动规则、商品发布规范、平台违禁信息管理规范、基础营销规范、企业管理制度等。 |
| 3 | 网店活动执行 | 某网店准备参加平台“双十一”活动，要求运营助理根据平台活动规则确定网店参加活动的主题，填写报名信息，跟进报名情况，并对活动资源进行筹备，确保“双十一”活动顺利进行。学生接受教师分配的任务后，明确任务要求，领取平台活动列表，做好活动相关资源准备；根据平台活动规则和活动报名要求，圈定竞争对手，找准报名入口，确定拟参加平台活动的范围和主题；根据活动要求整理素材并提交设计需求给美工；准确填写活动报名信息，将填写完成的报名信息页面交付教师验收；及时跟进报名情况，进行资源筹备，并和仓库等相关岗位人员沟通协调，确保报名成功；任务完成后填写工作日志，文件存档及汇报。网店活动执行需严格遵守电子商务相关法律法规、平台活动规则、网店活动规则、商品发布规范、平台违禁信息管理规范、基础营销规范、企业管理制度等。 |
| 4 | 网店用户推广 | 某网店正在开展“双十一”活动，要求运营助理根据网店用户活动方案，适时推送活动信息给现有用户和潜在用户，适时对圈定的竞争对手进行数据监控，并将活动相应时间段内数据导出后进行汇总。学生接受教师分配的任务后，明确任务要求，领取网店用户活动方案。做好用户推广资源准备；根据网店用户推广要求，选取推送方式，将拉新活动信息、复购活动信息在规定的时间内推送给平台用户；在活动结束后，将活动信息数据导出、汇总、整理及归档，并将数据表交付教师验收。网店用户推广需严格遵守电子商务相关法律法规、平台活动规则、网店活动规则、商品发布规范、平台违禁信息管理规范、基础营销规范、企业管理制度等。 |

 教学实施建议

1. 师资要求

任课教师需具有网店运营工作实践经验，具备网店运营工学一体化课程教学资源选择与应用、教学设计与实施等能力。

1. 教学组织方式方法建议

采用行动导向教学方法。为了提升学习效果，建议相关知识的教学采用学生课前自学、分组教学形式

（4～6 人/ 组），培养学生自主学习、沟通交流、团队合作能力；技能操作可通过模拟平台建立网店或在真实电商平台上建立网店，学生独立/ 小组合作完成任务，培养其网店日常运营的专业水平和执行力。在学生完成工作任务的过程中，教师需加强示范与指导，注重学生职业素养和规范操作意识的培养。

有条件的地区，建议通过引企入校或建立校外实训基地为学生提供网店运营真实工作环境，由企业导师与专业教师协同教学。

1. 教学资源配置建议

（1）教学场地

电商运营学习工作站需具备良好的安全性能及照明和通风条件，可分为集中教学区、分组实践区和成果汇报区，并配备相应的多媒体教学设备，面积以至少能同时容纳 35 人开展教学活动为宜。

（2）设备、工具、材料（每人均配置）

计算机、互联网、平台网站、网店后台、数据收集软件、办公软件等。

（3）教学资料

以工作页为主，配备教材、网络资源、相关素材等教学资料。

1. 教学管理制度

执行工学一体化教学场所的管理规定，如需要进行校外认识实习和岗位实习，应严格遵守企业实习等管理制度。

教学考核要求

采用过程性考核和终结性考核相结合的方式。课程考核成绩= 过程性考核成绩×70%+ 终结性考核成绩 ×30%。

1. 过程性考核（70%）

采用自我评价、小组评价和教师评价相结合的方式对学习任务进行考核，培养学生自我评价和自我管理能力。教师要善于观察学生的学习过程，及时给予指导并提出改进建议。

（1）课堂考核：考核出勤、学习态度、课堂纪律、小组合作与任务展示等情况；

（2）作业考核：考核工作页的完成、课后练习等情况；

（3）阶段考核：纸笔测试、实操测试、口述测试。

1. 终结性考核（30%）

学生根据任务情境的要求，查找行业相关标准和企业管理规范，明确网店运营流程，并按照规范，在规定时间内完成网店商品发布与维护、数据收集与整理、网店活动执行、网店用户推广等具体工作任务。

考核任务案例：某女装网店“双十二”活动运营

【情境描述】

秋季来临，网店准备新上架一批羽绒服，参加一个月以后平台举办的“双十二”活动，希望能通过该活动提升店铺产品的销量和精准流量。主管领导安排运营助理完成本次任务。

【任务要求】

（1）根据情境描述，提取运营关键信息，分析网店运营的要求；

（2）核对商品、数据、活动等运营资料，查收并填写资源准备单；

（3）完成一款羽绒服商品的正确发布并设置满减促销规则，将完成的页面截图保存；

（4）依据所给的一周商品网店数据表，收集羽绒服相关的运营数据并整理成数据表；

（5）依据所给定的活动信息，完成活动执行表的填写；

（6）根据所给定的用户推广方案，将拉新活动内容信息通过邮箱的形式发送给指定的用户，并将发送成功的页面截图保存。

【参考资料】

完成上述任务时，可以使用商品信息、一周商品运营数据、网店活动信息、用户推广方案，以及所有常见的教学资源，如工作页、专业教材、商品相关资料、数字化资源、个人笔记等。

**（二）网店客服课程标准**

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 网店客服 |

典型工作任务描述

网店客服是指企业为了给予客户有效服务，提高客户满意度，围绕客户的需求所开展的一系列服务工作。网店客服包括售前网店客服、售中网店客服、售后网店客服等，网店客服工作一般由客服专员完成。客服专员是企业形象的第一窗口，对于塑造企业形象、提高商品成交率和客户回头率、提升客户满意度有着重要意义。

客服专员按工作要求进行工位硬件设施设备的连接与功能测试，查询并收集、整理与网店客服相关的标准、规范、商品等信息，做好工作准备；上线接收客户信息，及时响应，应用相关话术与客户进行沟通，判断网店客服类型及客户真实需求；针对客户问题提供有效解决方案；跟进处理问题，对于超出权限的问题，上报主管领导，确认客户问题得到有效解决；及时复盘，记录问题，提高网店客服质量；填写工作日志，文件归档，并向主管领导汇报工作情况。

网店客服需遵守电子商务相关法律法规、平台规则、网店活动规则、商品活动规则、网店客服规范、网店客服问题处理标准等。

工作内容分析

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 工作对象：1. 准备与网店客服相关的资源；
2. 与客户沟 通，判断客户真实需求，获取客户相关信息；
3. 与客户沟通协调，向客户提供有效解决方案；
4. 跟进处理并确认客户问题得到有效解决；
5. 及时复盘，记录并及时解决问题，提高服务质量；
6. 总结汇报，资料归档。
 | 工具、设备、材料与资料：1. 工具：CRM（客户关系管理系统）、 ERP（企业管理系统）、在线聊天软件等；
2. 设备：电话、计算机、打印机等；
3. 材料与资料：网店客服规范、网店客服问题处理标准、电子商务相关法律法规、平台规则、网店活动规则、商品活动规则、商品信息、促销信息、快递物流规则等。

工作方法：资料查阅方法、客户沟通方法、关键信息记录方法、复盘分析方法等。劳动组织方式：客服专员以独立作业方式解决权限内的问题，对于超出权限的问题，应上报主管领导；客服专员应与相关部门人员及时沟通，协作完成网店客服工作。 | 工作要求：1. 依据网店客服工作要求进行工位准备，查询与收集网店客服相关标准、规范、商品等信息；
2. 响应及时、态度热情、话术规范，获取信息准确、完整；
3. 依据网店客服问题处理标准（网店客服基础步骤标准、方案提供标准、质检标准、退换修货标准、赔付标准、异议处理标准等），向客户提供解决方案；
4. 及时与相关人员沟通并确认问题得到解决；
5. 主动对照网店客服质检标准进行复盘分析，规范汇报与交接当班次未处理问题；
6. 按网店客服工作要求和规范填写工作日志，进行文件归档，诚实客观

地向主管领导汇报工作情况。 |

课程目标

学习完本课程后，学生应当能够胜任售前网店客服、售中网店客服、售后网店客服等工作任务。

1. 能按网店客服工作要求做好网店客服前工位硬件设施设备的连接与功能测试，查阅与收集网店客服相关标准、规范及商品信息等资料。
2. 能依据平台规则、网店活动规则、商品活动规则使用在线聊天软件、电话、邮件等工具，仔细阅读、耐心倾听，使用标准话术交流，准确记录客户真实需求的关键信息。
3. 能依据网店客服问题处理标准分析客户提出的问题，判断客户真实需求，选择合适的服务话术，向客户提供有效解决方案。
4. 利用 ERP，正确、规范地在后台录入客户问题解决跟进信息，并及时确认客户问题得到有效解决。
5. 能对照网店客服质检标准，及时将聊天、电话、系统数据等信息复盘分析，记录存在的问题，不断提高网店客服质量。对当班次未处理问题，做到交接及时，准确汇报。
6. 能依据岗位要求及时填写工作日志，向主管领导汇报复盘情况，交接汇报当班次未处理问题，规范归档资料。

学习内容

本课程的主要学习内容包括：

 一、准备与网店客服相关的资源实践知识：

网店客服硬件设施设备（电话、计算机、打印机等）的连接与功能测试；网店客服相关标准及规范，商品信息，促销信息，快递、物流规则等资料的查阅与收集；资料查阅方法。

理论知识：

网店客服岗位职责，客服人员能力要求，网店客服工作价值，企业管理制度，服务礼仪及与客户沟通技巧，消费心理学基本知识，商品知识，物流知识，国家相关法律、政策（如消费者保护法、广告法等）。

二、与客户沟通，判断客户真实需求，获取客户相关信息实践知识：

ERP 工作原理与使用，CRM 使用，在线聊天软件、电话、邮件等工具的使用，话术的选择与应用，关键信息记录方法。

理论知识：网店客服话术，平台规则，网店活动规则，商品活动规则，商品订单信息所包含的内容、订单备注规范格式、订单规则等。

三、与客户沟通协调，向客户提供有效解决方案实践知识：

商品订单信息的快速填写与修改，与网店客服问题相关标准（退换修货标准、赔付标准、异议处理标准、质检标准等）的查找、比对与解读，网店客服问题解决方案的撰写。

理论知识：

网店客服问题处理标准（网店客服基础步骤标准、方案提供标准、退换修货标准、赔付标准、异议处理标准、质检标准等），网店客服问题解决方案的撰写要点与格式。

四、跟进处理并确认客户问题得到有效解决实践知识：

定时提醒工具的使用。理论知识：

定时提醒工具的种类。

五、及时复盘，记录并及时解决问题，提高服务质量实践知识：

聊天记录、电话录音、系统日常数据、网店客服问题解决方案等资料的整理与分析，复盘分析方法，

当班次未处理问题的交接与汇报。理论知识：

复盘分析问题记录要点，网店客服交接班内容要点。

六、总结汇报，资料归档

实践知识：

工作日志的填写，复盘情况的汇报，资料的归档。理论知识：

网店客服工作汇总内容要点。

七、通用能力、职业素养、思政素养

沟通交流、团队合作、自主学习、信息处理、时间管理、情绪控制、抗压能力等通用能力；规范意识、营销意识、成本意识、服务意识、岗位责任意识等职业素养；遵纪守法、爱岗敬业、文明有礼、诚实守信、客观公正，勤奋踏实、尽职尽责的劳动精神，耐心细致、精益求精的工匠精神等思政素养。

参考性学习任务

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 名称 | 学习任务描述 |
| 1 | 售前网店客服 | “双十一”将至，主管领导安排电商企业客服专员负责客户的答疑与引导、未付款订单的催付等售前工作，以提高客户进店购物的客单价及成交率。客服专员接受售前网店客服工作任务，领取商品、活动等相关资料；获取客户信息后，及时响应，态度热情，运用话术与客户沟通；遇到咨询类问题，专业、细致、诚实地解答并恰当地进行商品销售引导；对于未付款订单进行有效催付，促成交易，提高成交率；和客户沟通确认问题得到有效解决；完成工作后及时复盘总结，提高服务质量；总结汇报，资料归档。售前网店客服需遵守电子商务相关法律法规、平台规则、网店活动规则、商品活动规则、网店客服规范、网店客服问题处理标准等。 |
| 2 | 售中网店客服 | “双十一”将至，主管领导安排电商企业客服专员负责催派件处理和异常订单处理等售中工作，以提高企业服务质量。客服专员接受售中网店客服工作任务，领取商品、活动等相关资料；接收客户售中服务信息后，及时响应，态度热情，运用话术与客户沟通；及时查询客户订单信息，核实订单情况，提出处理方案；在征得客户同意后，利用订单管理系统完成订单处理；完成工作后及时复盘总结，提高服务质量；总结汇报，资料归档。售中网店客服需遵守电子商务相关法律法规、平台规则、网店活动规则、商品活动规则、网店客服规范、网店客服问题处理标准等。 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 3 | 售后网店客服 | “双十一”将至，主管领导安排电商企业客服专员负责退换修货、客户评价处理和异议处理等售后工作，以提高客户满意度。客服专员接受售后网店客服工作任务，领取商品、活动等相关资料；在接收客户售后服务信息后，及时响应，态度热情，运用话术与客户沟通；在规定时间内分析客户要求或异议，提出解决方案；在客户接受的情况下执行方案，并及时跟进确认问题得到有效解决，保证客户满意；及时复盘总结，提高服务质量；总结汇报，资料归档。售后网店客服需遵守电子商务相关法律法规、平台规则、网店活动规则、商品活动规则、网店客服规范、网店客服问题处理标准等。 |

教学实施建议

1. 师资要求

任课教师需具有网店客服工作实践经验，并具备网店客服工学一体化课程教学资源选择与应用、教学设计与实施等能力。

1. 教学组织方法建议

采用行动导向教学方法。为了提升教学效果，建议采用分组教学的形式（4～6 人/ 组），培养学生沟通交流、团队合作的能力，同时也可以使用模拟客服平台，让学生在模拟网店客服工作环境中独立完成任务。在学生完成工作任务的过程中，教师需加强示范与指导，注重学生职业素养和规范操作意识的培养。有条件的地区，建议通过引企入校或建立校外实训基地为学生提供网店客服真实工作环境，由企业导师与专业教师协同教学。

1. 教学资源配备建议

（1）教学场地

网店客服学习工作站需具备良好的安全性能及照明和通风条件，可分为集中教学区、分组实践区和成果汇报区，并配备相应的多媒体教学设备及空气调节器等设施，面积以至少能同时容纳 35 人开展教学活动为宜。

（2）设备、工具、材料（每人均配置）

在线客服系统、电话、计算机、打印机、知识库等。

1. 教学资料
2. 以工作页、信息页为主，配备教材、网店客服问题处理标准、电子商务相关法律法规、企业提供的教学案例素材、已脱敏数据等教学资料。
3. 教学管理制度

执行工学一体化教学场所管理规定，如需要进行校外认识实习和岗位实习，应严格遵守企业实习等管理制度。

教学考核要求

本课程采用过程性考核和终结性考核相结合的方式。课程考核成绩= 过程性考核成绩×70%+ 终结性考核成绩 ×30%。

1. 过程性考核（70%）

采用自我评价、小组评价和教师评价相结合的方式对学习任务进行考核，让学生学会自我评价。教师要善于观察学生的学习过程，参照学生的自我评价、小组评价进行总评并提出改进建议。

（1）课堂考核：考核出勤、学习态度、课堂纪律、小组合作与任务展示等情况；

（2）作业考核：考核工作页的完成、课后练习等情况；

（3）阶段考核：纸笔测试、实操测试、口述测试。

1. 终结性考核（30%）

学生根据任务情境的描述、任务要求及提供的信息资料，分析网店客服类型及客户真实需求，查阅网店客服相关标准，制定客户问题解决方案，并按照客户问题解决方案，对照网店客服相关标准及规范进行网店客服。

考核任务案例：客户问题处理

【情境描述】

某网上商城的商品在打折促销，客户王女士在对商品和平台不是很了解的情况下，直接下单在该商城买了一双鞋，可是一周后还没收到商品，王女士很生气地在线联系了客服人员，要求立即退款。假如你是该商城的在线客服，你将如何做好网店客服工作 ?

【任务要求】

（1）根据情境描述，提取客户问题关键信息，分析客户真实需求；

1. 查阅相关资料、商品促销信息、快递信息、物流信息及网店客服问题处理标准，写出客户问题解决方案（初稿）；
2. 依据客户问题解决方案（初稿），选用微信等即时通信工具，小组协作扮演客户和客服人员进行方案验证，直至确认方案；
3. 依据调整后的客户问题解决方案，按网店客服质检标准再次小组协作扮演客户和客服人员进行在线即时对话，并截屏保存对话记录；

（5）将客户问题解决方案、在线即时对话截屏文件分别以文档形式保存，提交至指定文件夹。

【参考资料】

完成上述任务时，可以使用商品促销信息、在线订单截图信息、在线订单快递信息，以及所有常见的教学资料，如工作页、教材、个人笔记、商品资料、网店客服问题处理标准、网店客服话术等。

**（三）图文短视频课程标准**

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 图文短视频 |

典型工作任务

图文短视频是指通过图文、短视频等形式，传达企业的相关内容，向用户传递有价值的信息，从而实现网络营销的目的。

图文短视频包括图文推广、短视频推广等，一般由推广专员完成。

推广专员接到工作任务后，解读任务单，查询行业企业标准规范，收集信息，做好工作准备；根据推广的目标和要求，明确推广的渠道，制订推广计划及执行方案；然后与相关人员沟通，做好图文推广的相关准备工作和内容的制作，完成短视频推广的相关准备工作和内容的制作；用制作的图文和短视频内容完成发布和推广；实时监测数据，对内容推广效果进行分析，并进行粉丝拓展与维护；最后撰写分析报告，上报主管领导。

图文短视频需严格遵守电子商务法律法规、平台规则、图文短视频内容审核标准、企业管理制度等。

工作内容分析

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 工作对象：1. 领取图文短视频任务；
2. 制定图文短视频推广方案；
3. 完成图文推广的资料准备及图文制作；
4. 完成短视频推广的脚本编写、资源准备、场景布置、拍摄及制作；
5. 图文短视频的发布与推广；
6. 分析内容推广效果，并进行粉丝拓展与维护；
7. 保存数据，文件规范存档，上报分析结果。
 | 工具、设备、材料与资料：1. 工具：推广工具（超级推荐、店铺日销互动等）、新媒体推广平台（微信、微淘、微博、抖音、快手等）、办公软件、平台推广与投流工具、第三方数据分析工具等；
2. 设备：计算机、网络设备、拍摄器材等；
3. 材料与资料：推广素材、推广规范、任务单、场景布置技巧、头部账号、文档撰写规范等。

工作方法：软文推送法、内容测试法、二维码推送法、任务分析法、关键信息提取法、客户指标拆解法、方案写作法、资料查阅法、多品联合推广法、对比分析法、多维度分析法、展陈法、脚本撰写法、推广工具操作法、社交营销推广法、数据分类筛选法、数据收集分析监控法、费用计算法、文档撰写法、汇报沟通操作法。劳动组织方式：以团队合作方式进行。推广专员从主管领导处领取任务，确定推广的渠道、目标和要求，制订推广计划和执行方案，与相关人员沟通，做好内容推广的资源准备，组织人员以团队合作形式完成图文短视频工作，并适时监控推广效果并进行效果分析，上报主管领导。 | 工作要求：1. 与主管领导有效沟通，确定推广的渠道、目标和要求；
2. 按照推广的渠道、目标和要求制定推广方案，方案要详细、具体、可实施；
3. 按照推广方案，与团队沟通合作做好资料准备及图文制作；
4. 按照推广方案，与团队沟通合作完成短视频脚本编写、资源准备、场景布置、拍摄及制作；
5. 根据平台规则发布图文短视频；
6. 依据推广目标及要求，对内容推广效果进行分析，并进行粉丝拓展与维护；
7. 遵守企业的管理标准、保密制度，对各类文件进行规范存档，向主管领导提交

评价结果。 |

课程目标

学习完本课程后，学生应当能够胜任图文推广、短视频推广的工作。

* 1. 能阅读任务，明确推广的渠道、目标与要求。
	2. 能按推广渠道、目标和要求制定图文短视频执行方案。
	3. 能按图文短视频执行方案，完成文案编写、图片处理与图文制作。
	4. 能按图文短视频执行方案，完成短视频脚本编写、资源准备、场景布置、拍摄及制作。
	5. 能按图文短视频执行方案及平台规则，完成图文短视频的发布和推广。
	6. 能使用第三方数据分析工具对图文短视频效果进行对比分析，实时监测数据，并进行粉丝拓展与维护，总结经验，分析不足，提出改进建议。
	7. 能按文档撰写规范撰写分析报告并上报主管领导，将推广数据、评价结果等文档按要求及时保存。

学习内容

本课程的主要学习内容包括：

一、领取图文短视频任务实践知识：

任务单的解读，行业企业标准规范查阅，关键信息提取法，沟通交流法。理论知识：

内容推广的概念及特征，图文短视频任务要求，电子商务法律法规，内容推广岗位职责。

二、制定图文短视频推广方案

实践知识：

商品资料提取、查阅，文案内容的制定，有效素材的判定，用户画像构建，方案的平台、用户、内容定位，选题的策划、标题的拟定，图文短视频推广方案制定，资料查阅法。

理论知识：

图文短视频渠道，图文短视频方案要素，图文短视频内容策划流程，素材收集的渠道分类，用户画像的概念，匹配内容形式的技巧，图文短视频方案的格式。

三、完成图文推广的资料准备及图文制作实践知识：

图文排版工具的使用，使用Photoshop 等工具处理商品图片（更换商品背景、美化人像、规划商品图片位置、处理商品照片色彩与瑕疵等），文案内容的制定，文案写作方法，图文编辑、排版。

理论知识：

图文三要素（吸引、认知和转化），文案的写作技巧，图文平台推广规则，图文内容审核标准，图文内容创意设计方法，图文内容优化整理方法。

四、完成短视频推广的脚本编写、资源准备、场景布置、拍摄及制作实践知识：

短视频拍摄设备的使用，短视频内容审核标准，短视频制作工具的使用，短视频脚本编写，短视频脚本检查，短视频拍摄前的准备，场景布置的技巧，拍摄角度和光线设计，短视频的拍摄与裁剪，短视频的制作，沟通协调法。

理论知识：

短视频平台种类，短视频分类，短视频脚本撰写流程，短视频脚本包含要素，脚本编写规范，短视频内容创意设计方法，短视频内容优化整理方法，短视频拍摄场景搭建技巧及注意事项，短视频剪辑基础知识，短视频验收要点、流程和标准，短视频执行方案规范。

五、图文短视频的发布与推广

实践知识：

图文短视频推广工具（超级推荐、店铺日销互动等）的操作，新媒体推广平台（微信、微淘、微博、抖音、快手等）的使用方法，图文短视频推广素材提取，图文推广平台选择，图文短视频发布与推广，图文短视频预算，软文推送法，沟通交流法。

理论知识：

图文短视频内容发布流程，图文短视频发布时间的选择技巧，图文短视频账号打造方法，免费、付费推广渠道及方法，图文推广文案的特征，图文短视频推广规范，图文推广平台运营规则与推流模式，推广文案写作误区，软文推送方法，二维码推送方法。

六、分析内容推广效果，并进行粉丝拓展与维护实践知识：

第三方数据分析工具，图文短视频数据收集及监控，图文短视频数据分析，图文短视频投流预算分配方法，图文短视频运营的粉丝拓展与维护，图文短视频投流，图文短视频优化，数据分析法。

理论知识：

图文短视频效果的数据分析指标（流量指标、人气指标、转化指标），图文短视频运营的粉丝拓展与维护技巧，图文短视频数据分析原则与要求，图文短视频内容优化方法，图文短视频数据复盘操作步骤，图文短视频效果分析思路（获取数据、处理数据、分析数据），投流优化原则与方法。

七、保存数据，文件规范存档，上报分析结果实践知识：

工作日志填写、资料归档，图文短视频分析报告撰写，总结归纳法，汇报沟通法。理论知识：

图文短视频分析报告撰写规范，图文短视频成果汇报的流程和要素。

八、通用能力、职业素养、思政素养

自主学习、沟通交流、数字应用、团队合作、解决常见问题等通用能力；岗位责任意识、规范意识、效率意识、成本意识、审美意识、数据保密意识等职业素养；爱岗敬业、诚信友爱、勤奋踏实、甘于奉献的劳动精神，遵纪守法、科学严谨、精益求精的工匠精神等思政素养。

参考性学习任务

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 名称 | 学习任务描述 |
| 1 | 推广方案策划 | 某服装网店为提升知名度，提高流量和转化率，计划将某款服装通过图文短视频形式在各大平台进行推广，要求推广专员结合当前热点策划推广方案。学生接受教师分配的任务后，分析任务单，领取商品、活动等相关资料；根据推广内容和要求，确认推广渠道，查找热点信息，挑选匹配的商品，定位消费人群，进行主题构思，制定图文短视频方案；最后将推广方案交付教师验收，根据教师建议对方案进行复盘和修改。推广方案策划需严格遵守电子商务法律法规，图文、短视频内容审核标准等。 |
| 2 | 图文制作与推广 | 某农产品网店为提升店铺知名度，提高流量和转化率，计划通过图文形式在各大平台进行推广，要求推广团队人员根据推广方案完成图文制作与推广。学生接受教师分配的任务后，分析任务书；根据推广方案，选择推广产品或主题；分析图文推广渠道、人群，进行图片素材收集和整理；设计与推广文案匹配的图片，完成图文编排；将图文编排页面交付教师验收；依据平台规则发布图文，进行推广并实时关注推广数据；最后将推广数据交付教师验收，对图文推广效果进行复盘和优化。图文制作与推广需严格遵守电子商务法律法规、图文内容审核标准等。 |
| 3 | 短视频制作与推广 | 某化妆品网店为提升店铺知名度，提高流量和转化率，将一款口红通过短视频形式在各大平台进行推广，要求推广团队人员根据推广方案完成短视频制作与推广。学生接受教师分配的任务后，分析任务书；根据推广方案，选择推广产品或主题；分析短视频推广渠道、人群，进行短视频策划、脚本编写、资源准备、场景布置、短视频拍摄与后期制作；将完成的短视频交付教师验收；依据平台规则发布短视频，进行推广并实时关注推广数据；最后将推广数据交付教师验收，对短视频内容推广效果进行复盘和优化。短视频制作与推广需严格遵守电子商务法律法规、短视频内容审核标准等。 |

教学实施建议

1.师资要求

任课教师需具有图文短视频工作实践经验，并具备图文短视频工学一体化课程教学资源开发与应用、教学设计与实施等能力。

1. 教学组织方式方法建议

采用行动导向的教学方法。为了提升教学效果，建议相关知识教学、任务分析采用分组教学形式（4～6 人/ 组），培养学生沟通交流、团队合作、表达观点的能力；推广平台可选择互联网、电商平台、新媒体平台等，方案编写由学生独立完成，培养其图文短视频的专业水平及分析策划能力；在学生完成工作任务的过程中，教师需给予适当的指导，注重培养学生独立分析与解决非常规性专业问题的能力。

有条件的地区，建议通过校企合作，由企业提供真实项目，在真实工作环境中完成图文短视频任务，由企业导师与专业教师协同指导。

图片处理、视频拍摄与制作两项学习内容也可根据教学实际需要，单独作为基本技能课程提前开设。

1. 教学资源配置建议

（1）教学场地

营销推广学习工作站需具备良好的安全性能及照明和通风条件，可分为集中教学区、分组教学区、分组实践区、短视频拍摄区、成果汇报区，并配备相应的多媒体教学设备、空气调节器等设施，面积以至少能同时容纳 35 人开展教学活动为宜。

（2）设备、工具、材料（按人数配置）

计算机、短视频拍摄用的设备、办公软件、图片处理工具、短视频制作工具、推广工具、新媒体推广平台、商品、任务单等。

（3）教学资料

以工作页为主，配备教材、任务书、商品资料、平台使用说明书和行业企业标准规范等教学资料。

1. 教学管理制度

执行工学一体化教学场所的管理规定，如需要进行校外认识实习和岗位实习，应严格遵守企业实习等管理制度。

教学考核要求

采用过程性考核和终结性考核相结合的方式。课程考核成绩= 过程性考核成绩×70%+ 终结性考核成绩 ×30%。

1. 过程性考核（70%）

采用自我评价、小组评价和教师评价相结合的方式对学习任务进行考核，让学生学会自我评价。教师要善于观察学生的学习过程，参照学生的自我评价、小组评价进行总评并提出改进建议。

（1）课堂考核：出勤、学习态度、课堂纪律、小组合作与任务展示等情况；

（2）作业考核：工作页的完成、课后练习等情况；

（3）阶段考核：纸笔测试、实操测试、口述测试。

1. 终结性考核（30%）

学生根据任务情境的要求，查找行业相关标准和企业管理规范，明确图文短视频流程，准备图文、短视频资源，按照图文短视频流程和要求，在规定时间内完成图文短视频任务。

考核任务案例：短视频内容推广

【情境描述】

随着短视频App 用户的不断增加，不少企业都开始借助短视频开展营销活动，推广专员接到主管领导

布置的任务，按照要求依据主管领导提供的商品短视频推广文案，在 3 天内完成指定商品短视频的拍摄策划、拍摄、制作与推广。

【任务要求】

（1）根据情境描述，提取短视频内容推广关键信息，填写任务单；

（2）按给定的格式要求撰写短视频推广方案；

（3）挑选合适的拍摄设备和道具、拍摄场景，完成 30 秒短视频拍摄与后期剪辑；

（4）为发布的短视频选择合适的推广渠道进行推广，分析数据，形成分析报告；

（5）将短视频作品一并提交至指定文件夹。

**（四）直播运营课程标准**

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 直播运营 |

典型工作任务描述

直播运营是指以直播平台为载体，以企业获得品牌提升或销售增长为目的，通过直播的形式向用户传递有价值信息的一种营销方式。直播运营包括直播活动策划和直播活动执行，一般由推广专员来完成。

推广专员领取直播运营任务后，根据直播运营的目标和要求，分析用户，明确直播运营的渠道、内容；制订直播运营计划及执行方案；与直播工作人员协作完成直播选品、脚本编写、资源准备、场景布置、直播预告等；然后进行直播活动实施及管控，完成直播运营；直播活动结束后，及时分析直播运营效果及复盘，撰写分析报告；最后将数据进行保存，规范存档，并将分析结果上报主管领导。

直播运营需严格遵守电子商务法律法规、互联网直播服务管理规定、平台活动规则、企业管理制度等。

工作内容分析

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 工作对象：1.领取直播运营任务；2.制订直播运营计划及执行方案；3.完成直播脚本编写、资源准备、场景布置及直播预告；4.完成直播 | 工具、设备、材料与资料：1. 工具：直播运营平台（淘宝、抖音、快手等）、办公软件、直播订单处理工具等；设备：计算机、网络设备、直播设备等；
2. 材料与资料：商品、直播素材、任务单、《视频直播购物运营和服务基本规范》、直播产业链资料、《主播职业规范》、直播用语规范、《电子商务产品质量信息规范》（GB/T 33992-2017）、《网络直播营销行为规范》、企业管理制度、岗位保密职责等。

工作方法：逻辑推导法、PEST 行业分析法、预算分析法、软文 | 工作要求：1. 与主管领导有效沟通，确定推广的渠道、目标和要求；
2. 按照推广的渠道、目标和要求制订推广计划，设计的执行方案要详细、具体、可实施；
3. 按照直播运营执行方案，

完成直播脚本编写、资源准备、场景布置及直播预告； |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 推广与现场管理；1. 分析直播运营效果及复盘，撰写分析 报告；
2. 保存数据，文件规范存档，上报分析结果。
 | 推送法、内容测试法、二维码推送法、舆论引导及控制法、分类汇总法、对比分析法、资料整理法、工作汇报法等。劳动组织方式：以团队合作方式进行。推广专员从主管领导处领取任务，确定推广的渠道、目标和要求，制订直播运营计划和执行方案，与相关人员沟通做好直播运营的资源准备，组织人员以团队合作形式完成直播运营工作，并适时监控推广效果并进行效果分析，上报主管领导。 | 1. 按照直播运营执行方案，完成直播运营、现场管理及复盘；
2. 依据推广目标及要求，对直播效果进行分析与复盘，按规范格式撰写分析报告；
3. 遵守企业的管理标准、保密制度，对各类文件进行规范存档，上报分析结果给主管

领导。 |

课程目标

学习完本课程后，学生应能够胜任直播活动策划和直播活动执行工作任务。

1.  能与主管领导进行有效沟通，确定推广的渠道、目标和要求。

2.  能根据推广目标和要求，分析用户，制订直播计划、相应的推广执行方案。

3.  能根据直播执行方案，团队协作完成直播选品、脚本编写、资源准备、场景布置、直播预告等准备工作。

4.  能通过团队协作按照直播运营执行方案，完成直播运营、现场管理及活动复盘执行工作。

5.  能依据直播运营执行方案对直播运营效果进行分析，撰写分析报告，将直播销售数据、评价结果等文档按要求及时保存。

6.  能对比往期直播运营效果，总结经验，分析不足，提出改进建议。

学习内容

本课程的主要学习内容包括：

一、领取直播运营任务

实践知识：

任务书的解读，逻辑推导法，关键信息提取法，沟通交流法。理论知识：

直播电商的概念、特征和模式，电商直播发展，直播的岗位职责，《视频直播购物运营和服务基本规范》，主播职业规范，直播运营任务和要求。

二、制订直播运营计划及执行方案实践知识：

直播规范、直播开播条件准备，直播运营执行方案策划，直播团队配置方案，直播运营计划的制订， PEST 行业分析法。

理论知识：

直播用语规范，直播运营基本流程，“人”“货”“场”三要素，直播运营的渠道，直播运营的基本方式，直播执行方案要素，直播运营执行方案的格式。

三、完成直播脚本编写、资源准备、场景布置及直播预告实践知识：

直播间设备的使用方法，直播素材的收集与整理，直播脚本的编写，直播资源的准备，直播话术设计，封面图与标题的设计，直播选品方法，直播场景的布置，直播预告短视频的制作与推送，直播活动设计技巧，预算分析法，软文推送法，内容测试法。

理论知识：

直播脚本策划方法，直播脚本的编写流程，直播话术设计要点，直播封面图设计原则，直播标题设计方法，直播间场景布置技巧，直播用语规范，《电子商务产品质量信息规范》（GB/T 33992-2017）。

四、完成直播运营与现场管理实践知识：

直播硬件设备调试方法，网络的调试与维护方法，直播商品的整理与清点，直播经费预算的评估与测算，直播运营与引流，直播话术的运用，直播现场管理方法，直播间突发情况的处理，直播节奏的把控与调整，直播间粉丝的管理，二维码推送法，舆论引导及控制法。

理论知识：

《网络直播营销行为规范》，直播运营引流策略，直播订单处理流程，常见直播促销策略。五、分析直播运营效果及复盘，撰写分析报告

实践知识：

直播订单处理工具的使用方法，直播数据的获取与分析，直播运营复盘，直播分析报告的撰写，直播订单的售后处理，分类汇总法，对比分析法。

理论知识：

直播效果分析指标（推广展现量指标、推广点击率指标、推广质量得分指标、推广平均点击单价指标、推广投入产出比指标等），直播运营复盘方法，直播运营效果分析报告撰写方法。

六、保存数据，文件规范存档，上报分析结果

实践知识：

工作日志填写、资料归档，直播运营效果分析报告撰写，文件的归档、上报，资料整理法，工作汇报法。

理论知识：

直播运营效果分析报告撰写规范，工作汇报技巧，文件资料的存档方法。七、通用能力、职业素养、思政素养

自主学习、沟通交流、数字应用、团队合作、创新思维、解决常见问题等通用能力；岗位责任意识、全局意识、成本意识、效率意识、规范意识、质量意识等职业素养；爱岗敬业、诚信友爱、勤奋踏实、积极进取、甘于奉献的劳动精神，遵纪守法、客观公正，耐心细致、科学严谨、精益求精的工匠精神等思政素养。

参考性学习任务

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 名称 | 学习任务描述 |
| 1 | 直播活动策划 | 某童装网店为了提高店铺商品销量，需要在主管给定的推广预算范围内，结合某社交平台或电商平台，为店铺进行直播活动策划。学生接受教师分配的任务后，分析任务书；根据直播活动策划内容和要求，确认直播运营活动的目的，分析目标用户，确定活动主题，明确推广渠道；组建直播团队，分析直播产品，规划产品结构，选定直播设备，规划直播场地，编写直播脚本，设计直播话术，确定直播流程；设计直播运营活动的宣传方案；将直播运营执行方案交付教师验收。直播活动策划需严格遵守电子商务法律法规、互联网直播服务管理规定、平台活动规则、企业管理制度等。 |
| 2 | 直播活动执行 | 某童装网店为了提高店铺商品销量，推广专员需要在主管给定的直播运营预算范围内，结合某社交平台或电商平台，根据直播活动策划方案，开展直播运营活动。学生接受教师分配的任务后，分析任务书；依据直播运营内容和要求及直播运营执行方案，明确直播运营渠道，确定主播人选，设定选品组合，搭建直播场地，确定直播形式，进行直播活动预热，设计直播标题与封面；依据直播脚本，实施直播活动；进行促单转化，管理直播活动；复盘直播活动；分析直播运营效果，撰写分析报告并交付教师验收。直播活动执行需严格遵守电子商务法律法规、互联网直播服务管理规定、平台活动规则、企业管理制度等。 |

教学实施建议

1. 师资要求

任课教师需具有直播运营工作实践经验，并具备直播运营工学一体化课程教学资源开发与应用、教学设计与实施等能力。

1. 教学组织方式方法建议

采用行动导向的教学方法。为了提升教学效果，建议相关知识教学、任务分析结合直播运营团队配置，采用分组教学形式（4～6 人/ 组），培养学生沟通交流、团队合作能力，同时便于角色轮换；直播平台可选择电商平台、新媒体平台等，方案编写由学生独立完成，培养其直播运营的专业水平及分析策划能力；在学生完成工作任务的过程中，教师需给予适当的指导，注重培养学生独立分析与解决非常规性专业问题的能力。

有条件的地区，建议通过校企合作方式，由企业提供真实项目，使学生在真实工作环境中完成直播运营任务，由企业导师与专业教师协同指导。

1. 教学资源配置建议

（1）教学场地

营销推广学习工作站需具备良好的安全性能及照明和通风条件，可分为集中教学区、分组教学区、分组实践区、直播区、成果汇报区，并配备相应的多媒体教学设备及空气调节器等设施，面积以至少能同时容纳 35 人开展教学活动为宜。

（2）设备、工具、材料（按人数配置）

计算机、网络设备、网络直播用的音视频、服务器、办公软件、直播运营平台（淘宝直播、抖音、快手等）、商品、任务单等。

（3）教学资料

以工作页为主，配备教材、任务书、商品资料、平台使用说明书和行业企业标准规范等教学资料。

1. 教学管理制度

执行工学一体化教学场所的管理规定，如需要进行校外认识实习和岗位实习，应严格遵守企业实习等管理制度。

教学考核要求

采用过程性考核和终结性考核相结合的方式。课程考核成绩= 过程性考核成绩×70%+ 终结性考核成绩 ×30%。

1. 过程性考核（70%）

采用自我评价、小组评价和教师评价相结合的方式对学习任务进行考核，让学生学会自我评价。教师要善于观察学生的学习过程，参照学生的自我评价、小组评价进行总评并提出改进建议。

（1）课堂考核：出勤、学习态度、课堂纪律、小组合作与任务展示等情况；

（2）作业考核：工作页的完成、课后练习等情况；

（3）阶段考核：纸笔测试、实操测试、口述测试。

1. 终结性考核（30%）

学生根据任务情境中的要求，查找行业相关标准和企业管理规范，明确直播运营流程，准备直播资源，按照直播运营要求，在规定时间内完成直播运营任务。

考核任务案例：某农产品直播运营

【情境描述】

某农产品企业将在“6·18”期间开展直播运营，主管领导要求推广专员在预算范围内组建 4～6 人团队，在 2 天内完成直播运营方案策划，并于“6·18”当天顺利完成直播运营任务。

【任务要求】

（1）根据情境描述，提取直播运营关键信息，填写任务单；

（2）根据直播运营的渠道和要求，制定“6·18”直播运营执行方案；

（3）依据直播运营执行方案，确定直播选品、资源准备、场景规划等内容，正确填写直播准备确认单。

（4）撰写脚本，设计直播封面，并提交到指定的文件夹；

（5）根据直播运营执行方案，按照直播流程，完成一场 10 min 的直播；

（6）填写直播活动实施记录表，并将直播片段视频上传至指定文件夹；

（7）分析直播数据，撰写直播运营效果分析报告。

**（五）商务数据采集与处理课程标准**

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 商务数据采集与处理 |

典型工作任务

商务数据采集与处理是指通过对网店运营数据进行整理、汇总、分类，并对不同周期范围内的数据进行对比分析，来促进网店运营优化，提高运营效果的过程。商务数据采集与处理主要包括网店商品数据分析、网店竞争对手数据分析和网店客户人群数据分析等，一般由网店运营专员来完成。

网店运营专员接到数据分析任务后，需明确数据分析内容和要求，制订工作计划，收集、整理各类指标数据，分析运营及竞争对手数据，找出目标商品（热销商品或滞销商品）和主要竞争对手，确定客户人群画像，提出针对性经营策略及解决方案，完成分析报告并提交主管领导。

商务数据采集与处理需遵守数据收集规范和存档规范，注意数据信息采集的针对性、有效性、准确性和时效性，严格遵守企业的管理标准、保密制度等。

 工作内容分析

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 工作对象：1. 接受数据分析任务，制订工作计划并合理分工；
2. 提取收 集、 整理后的商品数据、竞争对手数据和客户数据；
3. 确定目标商品及目标商品群，进行运营分析；
4. 确定竞争对手，判断其威胁程度，提出解决方案；
5. 确定目标客户，完成客户人群画像；
6. 撰写商务数据采集与处理报告，并提交主

管领导。 | 工具、设备、材料与资料：1. 工具：数据分析软件（生意参谋等）、办公软件、第三方行业报表等；
2. 设备：计算机、网络设备等；
3. 材料：店铺运营数据、打印耗材等；
4. 资料：任务单、数据表等。

工作方法：要点提炼法、信息检索法、资料分类整理法、制订计划的方法、讨论法、SWOT分析法、生命周期分析法、5W2H 分析法、对比细分法、4P 理论、用户画像法、数据分析展示法。劳动组织方式：以团队合作方式进行。运营专员从主管领导处领取数据分析任务，明确工作要求，安排运营助理进行数据收集并及时回收，对收集到的数据进行分析，整理数据并制作分析报告，向主管领导提交并汇报分析结果。 | 工作要求：1. 与主管领导有效沟通，确定网店运营分析目标，明确数据分析内容和要求，制订具体数据分析计划；
2. 数据收集的指标、提交时间遵循准确性和及时性原则；
3. 通过单项数据对比和组合数据对比找出目标商品（热销商品或滞销商品）；
4. 对网店竞争对手整体运营、单品运营情况进行数据分析，确认其与自身差异，判断竞争对手威胁程度；
5. 依据网店客户人群的地域、性别、年龄、购买频率、购买力层级、消费习惯等数据进行分析；
6. 按照报告格式标准完成数据分析报告并提交主管领导，数据及方案文档应遵守企业保密制度，规范存档。
 |

课程目标

学习完本课程后，学生应当能够胜任网店商品数据分析、网店竞争对手数据分析和客户人群数据分析的工作任务。

1. 能阅读任务书，明确数据分析的内容和要求，制订具体数据分析计划及撰写分析方案。
2. 能理解工作任务，可以从任务资料中提取各类指标数据。
3. 能通过网店运营数据分析及数据对比找出目标商品（热销商品或滞销商品），完成运营数据分析。
4. 能确认竞店及竞品，通过分析竞争对手的数据提出针对性经营策略及解决方案。
5. 能对收集的客户数据进行合并整理，筛选出有效信息进行分析，确定客户人群画像。
6. 能按规范撰写商务数据采集与处理报告，遵守企业保密制度，对各类数据分析报告进行规范存档；能分享数据分析方法与技巧，总结工作经验，分析不足，提出改进措施。

学习内容

本课程的主要学习内容包括：

一、接受数据分析任务，制订工作计划并合理分工实践知识：

任务书的阅读分析、小组成员的分工、分析计划的撰写。理论知识：

商务数据采集与处理的流程和步骤，制订计划的方法，数据分析的内容和类型。

二、提取收集、整理后的商品数据、竞争对手数据和客户数据

实践知识：

各类数据指标资料的查阅与信息的整理方法，商品数据、竞争对手数据、客户数据的提取。理论知识：

商品数据指标的含义及用法、竞争对手数据指标的含义及用法、客户数据指标的含义及用法、数据收集的原则、无效数据的剔除原则。

三、确定目标商品及目标商品群，进行运营分析实践知识：

商品数据分析工具的使用，热销商品的确定、滞销商品的确定，商品数据分析方法，SWOT 分析法、生命周期分析法、5W2H 分析法。

理论知识：

商品单项数据指标，商品组合数据指标，热销商品、滞销商品的含义。

四、确定竞争对手，判断其威胁程度，提出解决方案

实践知识：

网店竞争对手（竞店及竞品）确定，网店竞争对手（竞店及竞品）分析，网店竞争对手威胁程度判断，竞争对手分析工具的使用，对比细分法，4P 理论。

理论知识：

替代性和相似性的判断标准，威胁级别的划分规则，常用的经营策略的调整方案，竞争对手单品和整体运营数据指标。

五、确定目标客户，完成客户人群画像

实践知识：

网店客户人群画像工具的使用。

理论知识：

常见的客户分类标准，数据可视化技巧，网店客户人群分析指标。

六、撰写商务数据采集与处理报告，并提交主管领导

实践知识：

商务数据采集与处理报告的撰写，汇报PPT 的制作，数据分析报告的优化及存档，报告撰写技巧，数据分析展示法。

理论知识：

数据分析报告的格式，数据分析报告的撰写要求，企业数据保密制度，敏感数据存档要求。七、通用能力、职业素养、思政素养

自主学习、沟通交流、自我管理、数字应用、创新思维、组织管理等通用能力；岗位责任意识、数据保密意识、规范意识、逻辑思维、营销意识、效率意识、成本意识、迭代意识等职业素养；爱岗敬业、正直善良、勤奋踏实、甘于奉献的劳动精神，科学严谨、精益求精的工匠精神等思政素养。

参考性学习任务

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 名称 | 学习任务描述 |
| 1 | 网店商品数据分析 | 某日用品网店想要了解本季度A 品牌商品的销售情况，需对几款商品的销售数据进行相关数据分析，找出问题商品，并提出相应的营销对策。学生接受教师分配的任务后，分析任务书，根据商品数据分析内容和要求及网店整体运营数据，确定分析对象；根据提取的商品流量数据，分析流量的问题；根据收集的商品访问质量数据，分析访问质量；根据收集的商品转化效果数据，分析商品存在的问题；综合分析以上数据，找出异常数据，发现问题商品或最具有竞争力的商品；主推竞争力强的商品，调整转化率过低的商品，并下架滞销商品；完成数据分析报告，将数据分析报告交付教师验收。网店商品数据分析需遵守数据收集规范、存档规范，注意数据信息采集的针对性、有效性、准确性和时效性，严格遵守企业的管理标准、保密制度等。 |
| 2 | 网店竞争对手数据分析 | “六一”儿童节将近，某童装网店需要了解几家竞争对手网店的经营情况，并对其产品的竞争数据进行相关数据分析，明确竞争对手与自身各项数据的差异，判断竞争对手对自身的威胁程度，并提出解决方案。学生接受教师分配的任务后，分析任务书，根据竞争对手数据分析内容和要求，先进行行业信息中替代性和相似性的判断，明确自身竞争对手，挑出几家竞争对手网店；针对竞争对手整体运营状况进行分析；对竞争对手和自身的单品运营数据进行对比分析；将竞争对手与自身网店各项数据进行对比分析，计算竞争对手与自身各项数据的差异，判断对手的威胁级别，确定竞争对手；根据不同的竞争对手，从网店调整方案预选方案中选择对应的解决方案；完成竞争对手数据分析报告，将报告交付教师验收。网店竞争对手数据分析需遵守数据收集规范、存档规范，注意数据信息采集的针对性、有效性、准确性和时效性，严格遵守企业的管理标准、保密制度等。 |
| 3 | 网店客户人群数据分析 | 某品牌女装网店积累了一定的客户资源，店主希望对老客户进行一次数据分析，找出本店的主要消费群体，为即将到来的店庆活动做目标定位。学生接受教师分配的任务后，分析任务书，根据客户人群数据分析内容和要求，先将客户数据进行合并整理，剔除无效数据信息；对客户数据进行分类；分析确定客户地域构成、性别比例、年龄结构、购买频率、购买力层级、消费习惯等群体特性；对老客户进行分类筛选，给出分析结果，为后期营销活动提供数据参考；将形成的客户分析报告交付教师验收。网店客户人群数据分析需遵守数据收集规范、存档规范，注意数据信息采集的针对性、有效性、准确性和时效性，严格遵守企业的管理标准、保密制度等。 |

教学实施建议

1. 师资要求

任课教师需具有商务数据采集与处理工作实践经验，并具备商务数据采集与处理工学一体化课程教学资源开发与应用、教学设计与实施等能力。

1. 教学组织方式方法建议
2. 采用行动导向的教学方法。为了提升教学效果，建议相关知识教学、任务分析采用分组教学形式（4～6 人/ 组），培养学生沟通交流、团队合作、表达观点能力；技能操作可通过使用模拟平台中网店的数据信息、企业提供的已脱敏数据等方式，让学生独立完成任务，培养其数据分析等通用能力。在学生完成工作任务的过程中，教师给予适当的指导，注重培养学生独立分析与解决非常规性专业问题的能力。有条件的地区，建议通过引企入校或建立校外实训基地为学生提供网店运营真实工作环境，由企业导师与专业教师协同教学。
3. 教学资源配置建议

（1）教学场地

电商运营学习工作站需具备良好的安全性能及照明和通风条件，可分为集中教学区、分组实践区和成果汇报区，并配备相应的多媒体教学设备及空气调节器等设施，面积以至少能同时容纳 35 人开展教学活动为宜。

（2）设备、工具、材料（按人数配置）

互联网、计算机、多媒体投影机等设备，数据分析工具软件（生意参谋、情报通、微镜数据等）。

（3）教学资料

以工作页为主，配备教材、网络资源、相关素材等教学资料。

教学管理制度

执行一体化教学场所的管理规定，如需要进行校外认识实习和岗位实习，应严格遵守生产性实训基地、企业实习等管理制度。

教学考核要求

本课程采用过程性考核和终结性考核相结合的方式。课程考核成绩= 过程性考核成绩×70%+ 终结性考核成绩 ×30%。

1. 过程性考核（70%）

采用自我评价、小组评价和教师评价相结合的方式对学习任务进行考核，让学生学会自我评价。教师要善于观察学生的学习过程，参照学生的自我评价、小组评价进行总评并提出改进建议。

（1）课堂考核：出勤、学习态度、课堂纪律、小组合作与任务展示等情况；

（2）作业考核：工作页的完成、课后练习等情况；

（3）阶段考核：纸笔测试、实操测试、口述测试。

1. 终结性考核（30%）

学生根据任务情境的要求，制定任务方案，并按照方案流程，在规定时间内完成数据分析任务，数据分析的结果要求全面、及时、有效。

考核任务案例：竞品数据分析

【情境描述】

一家销售手机的网店想要对店内某款价格为 4 000 元左右的手机进行竞品数据分析，要求其运营专员在

2 天内完成同价位、不同品牌、功能相似、消费人群类似的竞品的数据分析报告。

【任务要求】

（1）收集不同型号竞品手机的数据，进行品牌筛选，分析竞品型号；

（2）对比竞品数据与自身商品各项数据的差异，进行威胁级别的判断，从而确认威胁竞品；

1. 根据威胁竞品的数据，做出 SWOT 分析表；

（4）撰写销售建议；

（5）撰写竞品数据分析报告。

【参考资料】

完成上述任务时，可以使用所有常见的教学资料，如工作页、教材、个人笔记、店铺运营数据、数据分析案例等。

# 六、实施条件

## **（一）师资队伍**

按照“四有好老师”、“四个相统一”、“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

**1.队伍结构**

本专业现有专任教师8人，学生数与本专业专任教师数比例不高于18:1，“双师型”教师占专业课教师数比例100%，高级职称教师1人，中级职称教师3人，梯队合理。整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任企业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，兼职教师3人，建立定期开展专业（学科）教研机制。

1. **专业带头人**

本专业副高及以上职称教师1名，专业带头人1名，具有较强的实践能力，能够较好地把握国内外互联网及相关服务、批发业、零售业、商务服务业等行业发展新趋势，能广泛联系行业企业,了解行业企业对电子商务专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在电子商务专业改革发展中起引领作用。

1. **专任教师**

本专业现有专任教师8人，均具有高校教师资格，具有电子商务、工商管理、国际贸易等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

**4.兼职教师**

本专业聘请行业企业的技术专家3名参与专业建设与课程改革，聘请具有中级专业技术职称和实践经验丰富的企业兼职教师，担任或参与对职业技能要求较高的实践课程教学工作以及岗位实习。聘请的兼职教师均具备扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

## **（二）教学设施**

1. **专业教室基本条件**

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备(白)板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境，及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、安防标志明显，保持逃生通道畅通无。

实训场所符合面积、安全、环境等方面的要求，实验、实训设施对接真实职业场景或工作情境，能够满足实验、实训教学需求，实训指导教师确定，能够满足开展零售财务规划与零售营销组合、电子商务视觉设计、社群营销与整合营销、数据化运营、智能客服话术设计、O2O运营、电子商务产品开发及原型设计、智能营销等实验、实训活动的要求，实验、实训管理及实施规章制度齐全，配备实训室管理人员。

1. 电子商务综合实训室

配备计算机、服务器、多媒体中控台、投影仪、课桌椅、交换机、机柜、电子商务实训、网络营销、电子商务支付、跨境电商、TB电子商务推广系统等实训软件设备，用于电子商务平台、运营流程、支付手段、跨境电商、1+X等的实训教学。

（2）商务数据分析与应用实训室

配备计算机、服务器、多媒体功放设备、数据管理子系统、数据建模子系统、数据分析子系统和教师控制分析子系统，结合基础指标计算、评测对比方法、数据逻辑分析，培养学生的数据敏感意识、掌握分析方法，旨在让学生洞悉数据背后的逻辑、规律、趋势，深刻理解企业商务数据分析及运营的本质。

（3）直播电商实训室

配备环形灯、直播支架、无线领夹麦、移动电源、话筒、音箱、笔记本电脑等设备，用于直播电商技能训练、1+X考证、新媒体运营、视频制作等的实训教学。

（4）企业经营管理沙盘实训室ERP沙盘模拟

借助沙盘模具，基本再现了企业经营管理的过程，将企业的主要部门和工作对象制作成类似的实物或电子虚拟模型，将企业运行过程设计为动作规则，进而模拟企业的经营过程，让学生担任企业总经理、财务总监、市场总监、生产总监、产品总监、会计总监等职务，团队合作，模拟企业如何在资源有限的情况下，合理组织生产，力求做到利润最大，成本最低。让学生体验企业的基本经营情况，对企业各部门、各人员的职能和工作内容有一个概括性的了解。

（5）VBSE综合实训室

VBSE综合实训室通过该实习实训使受训者感知企业内外部组织管理流程、业务流程及各组织间的关系；认知理论与实践结合重要性，能够根据组织岗位任务要求完成相应的工作；认知企业各岗位工作对其他岗位业务的影响；在此基础之上，提升学生的实践操作能力、协调沟通能力、综合决策能力。

表6-1 实验实训室设置一览表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实训室名称 | 主要功能 | 开设项目 |
| 1 | 电子商务综合实训室 | 用于电子商务平台、运营流程、支付手段、跨境电商、1+X等的实训教学 | 电子商务实训、网络营销、电子商务支付、跨境电商、TB电子商务推广系统、直播电商等实训软件设备 |
| 2 | 商务数据分析与应用实训室 | 结合基础指标计算、评测对比方法、数据逻辑分析，培养学生的数据敏感意识、掌握分析方法，旨在让学生洞悉数据背后的逻辑、规律、趋势，深刻理解企业商务数据分析及运营的本质。 | 数据管理子系统、数据建模子系统、数据分析子系统和教师控制分析子系统等设备 |
| 3 | 直播电商实训室 | 用于直播电商技能训练、1+X考证、新媒体运营、视频制作等的实训教学 | 脚本撰写、直播电商技能、短视频制作 |
| 4 | 企业经营管理沙盘实训室ERP沙盘模拟 | 借助沙盘模具，基本再现了企业经营管理的过程，将企业的主要部门和工作对象制作成类似的实物或电子虚拟模型，将企业运行过程设计为动作规则，进而模拟企业的经营过程，让学生担任企业总经理、财务总监、市场总监、生产总监、产品总监、会计总监等职务，团队合作，模拟企业如何在资源有限的情况下，合理组织生产，力求做到利润最大，成本最低。 | ERP沙盘运营模拟实训 |
| 5 | VBSE综合实训室 | VBSE综合实训室通过该实习实训使受训者感知企业内外部组织管理流程、业务流程及各组织间的关系，认知理论与实践结合重要性，能够根据组织岗位任务要求完成相应的工作，认知企业各岗位工作对其他岗位业务的影响。 | VBSE虚拟仿真实训 |

## **（三）教学资源**

1. **教材选用基本要求**

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过活页式教材等多种方式进行动态更新。

1. **图书文献配备基本要求**

学院配有图书室和阅览室，能满足专业人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。共有专业图书资料35.27万册，中文纸质专业期刊177种，电子专业期刊204种。本专业类图书主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理和文化类文献等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

1. **数字资源配备基本要求**

建设、配备与电子商务专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 课程名称 | 平台 | 网址 |
| 电子商务基础 | 超星 | https://mooc1-1.chaoxing.com/course/206312671.html |
| 网店运营 | 超星 | https://mooc1-1.chaoxing.com/course/206292550.html |
| 跨境电子商务 | 超星 | https://mooc1-1.chaoxing.com/course/227880858.html |
| 大学生创新创业教育 | 超星 | https://mooc1-1.chaoxing.com/course-ans/courseportal/233865101.html |
| 管理学 | 超星 | https://mooc1-2.chaoxing.com/course/203013812.html |
| 经济学 | 超星 | https://mooc1-1.chaoxing.com/course/205469288.html |
| 商务数据分析与应用 | 泛雅 | https://mooc1-1.chaoxing.com/course-ans/courseportal/228006296.html |
| 基础会计 | 超星 | http://mooc1.chaoxing.com/course/201445478.html |
| 组织行为学 | 超星 | http://mooc1.chaoxing.com/course/201445484.html |
| 市场调研与预测 | 超星 | https://mooc1-1.chaoxing.com/course/206704261.html |
| 网络营销 | 超星 | https://mooc1-1.chaoxing.com/course/206704043.html |
| 商务礼仪 | 超星 | http://mooc1.chaoxing.com/course/203422356.html |
| 有效沟通技巧 | 超星 | https://mooc1-2.chaoxing.com/course/203697815.html |
| 管理心理学 | 超星 | https://mooc1-2.chaoxing.com/course/204275819.html |

1. **课程对应教材选用原则**

课程对应教材选用必须按照教材选用和管理实施办法进行选择。

## **（四）教学管理制度**

1.学校和二级院系应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2.学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3.专业教研组织应建立集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4.学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

# 七、考核与评价

**（一）综合职业能力评价**

1.坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2.具有本专业所适用的电子商务实践能力，具有一定的创新创业能力、职业迁移的能力、文化修养。具备电子商务视觉营销设计、客服、网店运营、全渠道运营、社群运营等环节基本知识和技能。

3.具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习一门外语并结合专业加以运用，具有一定的国际视野和跨文化交流能力；

4.具有支撑本专业学习和可持续发展必备的思想与政治、语文、数学、新一代信息技术等文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养，具备信息技术应用能力、活动策划与执行能力、逻辑思维能力、职业生涯规划能力；

5.遵守互联网公德、电商行业的法律法规、职业道德准则和行为规范。关注社会发展，遵纪守法，诚实守信，具有强烈的创新创业精神、社会责任感和担当精神、社会参与意识；具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养。勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识。

6.培育劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民，珍惜劳动成果，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

7.掌握基本数字技能，具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具备全局意识、创新意识，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力，能更好地适应电子商务行业的发展变化；

8.达到国家大学生体质测试合格标准，具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和1-2项运动技能，养成良好养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯，具备一定的心理调适能力。

9.掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少1项艺术特长或爱好。

**（二）职业技能评价**

1.具备信息技术应用能力、活动策划与执行能力、逻辑思维能力、职业生涯规划能力；

2.具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

3.具有良好的语言、文字表达能力和沟通合作能力，能够熟练掌握国家通用语言，学习一门外语并结合本专业加以运用，具有一定的国际视野和跨文化交流能力；

4.能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等；

6.具有行业产品分析、市场细分的能力，能根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成O2O运营目标；

7.具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析，通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；

8.具有市场调查与分析、活动策划的能力，能够使用各类平台营销推广方法与营销工具，完成活动文案设计、资源整合、营销活动、广告投放、效果评估和媒体公关；

9.具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的能力，能撰写和优化销售方案，跟进订单确认、供应链管理、账单管理等业务流程，完成销售分析并提出优化户体验建议；

10.具有运用网店客服系统和智能客服训练系统的能力，能进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控，完成客服中心运营数据报表的制作及数据分析报告；

11.具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；

12.具有用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，能够建立产品需求模型及应用场景、设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动；

13.能够根据摄影色彩、构图策略，进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片，能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度；

14.具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作；

15.具备网店设计与装修的能力，能够根据产品页面需求，进行页面设计、布局、美化和制作；

16.能够根据网站(店)推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化；

17.能够根据不同商品类型进行产品策划、社交电商运营；

18.能够根据运营目标，采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测；

19.能够正确进行直播电商服务与短视频营销，能够应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务等。

**（三）毕业条件**

毕业要求是学生通过规定年限的学习，须修满的专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求并具备以下条件：

1．修满145学分；

2．获得以下发证机关颁发的至少一项证书：

1+X网店运营推广初级；

1+X直播电商初级；

电子商务师；

或者其他电商相关证书。

鼓励将学生取得的行业企业认可度高的有关职业技能等级证书或已掌握的有关技术技能，按一定规则折算为学历教育相应学分。

表7-1 其他情况学习成果认定及学分（上限）转换表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 名称 | 课程认定及学分转换要求 | 学分 | 备注 |
| 1 | 职业资格证书 | 学生考取本专业规定的职业资格证书可由分院根据证书相关内容确定免修课程并认定学分，标准（上限）为高级工4学分，中级工3学分，初级工2学分。 | 根据具体免修课程确定 | 同一项不同级别证书的，只计其中最高级别，不叠加 |
| 2 | “1+X”职业技能证书 | 学生考取“1+X”职业技能证书，可由分院根据证书相关内容确定免修课程并认定学分，标准（上限）为中级4学分，初级2学分。 | 根据具体免修课程确定 | 最高抵扣4学分 |

# 八、教学安排

（一）教学活动时间分配表

表8-1 教学活动时间分配表

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 学期 | 学期周数 | 课堂教学周数 | 实践教学周数 | 入学教育与军事课周数 | 机动周数 | 复习与考试周数 |
| 一 | 20 | 17 |  | 1 | 1 | 1 |
| 二 | 20 | 18 |  |  | 1 | 1 |
| 三 | 20 | 18 |  |  | 1 | 1 |
| 四 | 20 | 18 |  |  | 1 | 1 |
| 五 | 20 |  | 18 |  | 1 | 1 |
| 六 | 20 |  | 18 |  | 2 |  |
| 合计 | 120 | 71 | 36 | 1 | 7 | 5 |

（二）具体教学安排

见附表1

（三）学时与学分分配表

表8-2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程类别 | 总学时 | 实践学时 | 实践学时占比 | 课程总学时占比 |
| 公共基础课程（必修） | 874 | 351 | 40.16% | 28.49% |
| 公共基础课程（选修） | 54 | 30 | 55.56% | 1.76% |
| 专业基础课程（必修 | 368 | 230 | 62.50% | 11.99% |
| 专业核心课程（必修 | 240 | 130 | 54.17% | 7.82% |
| 专业拓展课程（必修） | 272 | 164 | 60.29% | 8.87% |
| 实习实训课程（必修） | 1260 | 1260 | 100.00% | 41.07% |
| 总计 | 3068 | 2165 | 70.57% | 100.00% |

附表：

表1 电子商务专业教学计划进程表

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程类别 | 序号 | 课程名称 | 学分 | 总学时 | 实践学时 | 考核方式 | 学期与学时分配 |
| 第一学年 | 第二学年 | 第三学年 |
| 一 | 二 | 三 | 四 | 五 | 六 |
| 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 |
| 公共基础课程（必修） | 1 | 数学 | 4 | 72 | 0 | 考试 |  | 4 |  |  |  |  |
| 2 | 语文1 | 4 | 72 | 30 | 考试 | 4 |  |  |  |  |  |
| 3 | 语文2 | 4 | 72 | 30 | 考试 |  | 4 |  |  |  |  |
| 4 | 英语 | 4 | 72 | 0 | 考试 | 4 |  |  |  |  |  |
| 5 | 美育1 | 1 | 10 | 0 | 考查 | 2M5 |  |  |  |  |  |
| 6 | 美育2 | 1 | 10 | 0 | 考查 |  | 2M5 |  |  |  |  |
| 7 | 劳育1 | 0.5 | 10 | 5 | 考查 | 2F5 |  |  |  |  |  |
| 8 | 劳育2 | 0.5 | 10 | 5 | 考查 |  | 2F5 |  |  |  |  |
| 9 | 劳育3 | 0.5 | 10 | 5 | 考查 |  |  | 2M5 |  |  |  |
| 10 | 劳育4 | 0.5 | 10 | 5 | 考查 |  |  |  | 2M5 |  |  |
| 11 | 军训 | 2 | 98 | 71 | 考查 | 49 |  |  |  |  |  |
| 12 | 数字技术应用 | 4 | 72 | 36 | 考试 | 4 |  |  |  |  |  |
| 13 | 体育与健康1 | 2 | 32 | 32 | 考查 | 2 |  |  |  |  |  |
| 14 | 体育与健康2 | 2 | 36 | 36 | 考查 |  | 2 |  |  |  |  |
| 15 | 体育与健康3 | 2 | 36 | 36 | 考查 |  |  | 2 |  |  |  |
| 16 | 体育与健康4 | 2 | 36 | 36 | 考查 |  |  |  | 2 |  |  |
| 17 | 历史1 | 2 | 36 | 0 | 考试 | 2 |  |  |  |  |  |
| 18 | 历史2 | 2 | 36 | 0 | 考试 |  | 2 |  |  |  |  |
| 19 | 中国特色社会主义 | 2 | 36 | 6 | 考试 | 2 |  |  |  |  |  |
| 20 | 心理健康与职业生涯 | 2 | 36 | 6 | 考查 |  | 2 |  |  |  |  |
| 21 | 哲学与人生 | 2 | 36 | 6 | 考查 |  |  | 2 |  |  |  |
| 22 | 职业道德与法治 | 2 | 36 | 6 | 考试 |  |  |  | 2 |  |  |
| 合计 | 46 | 874 | 351 |  | 438 | 272 | 82 | 82 | 0 | 0 |
| 公共基础课程（选修） | 1 | 语文职业模块 | 3 | 54 | 30 | 考试 |  |  | 3 |  |  |  |
| 合计 | 3 | 54 | 30 |  | 0 | 0 | 54 | 0 | 0 | 0 |
| 专业基础课程（必修） | 1 |  电子商务基础 | 2 | 32 | 20 | 考试 | 2 |  |  |  |  |  |
| 2 | 电子商务法 | 3 | 48 | 18 | 考试 |  | 3F16 |  |  |  |  |
| 3 | 网络营销 | 2 | 32 | 22 | 考试 |  | 2 |  |  |  |  |
| 4 | 管理学 | 2 | 32 | 22 | 考试 |  |  | 2 |  |  |  |
| 5 | 市场调研与预测 | 3 | 48 | 36 | 考试 |  |  | 3F16 |  |  |  |
| 6 | 图形图像处理Photoshop | 4 | 64 | 46 | 考试 |  |  | 4F16 |  |  |  |
| 7 | 新媒体营销 | 4 | 64 | 46 | 考试 |  |  |  | 4 |  |  |
| 8 | 商品学概论 | 3 | 48 | 20 | 考试 |  |  |  | 3F16 |  |  |
| 合计 | 23 | 368 | 230 |  | 32 | 80 | 144 | 112 |  |  |
| 专业核心课程（必修） | 1 | 网店客服 | 3 | 48 | 32 | 考试 | 3F16 |  |  |  |  |  |
| 2 | 客户关系管理 | 3 | 48 | 16 | 考试 |  | 3F16 |  |  |  |  |
| 3 | 电子商务物流 | 2 | 32 | 20 | 考试 |  | 2 |  |  |  |  |
| 4 | 供应链管理 | 3 | 48 | 16 | 考试 |  |  | 3F16 |  |  |  |
| 5 | 网店运营 | 4 | 64 | 46 | 考试 |  |  |  | 4 |  |  |
| 合计 | 15 | 240 | 130 |  | 48 | 80 | 48 | 64 |  |  |
| 专业拓展课程（必修） | 1 | 视觉营销 | 4 | 64 | 40 | 考查 |  |  | 4 |  |  |  |
| 2 | 电子商务安全 | 4 | 64 | 24 | 考查 |  |  | 4 |  |  |  |
| 3 | 商务数据采集与处理 | 4 | 72 | 40 | 考查 |  |  |  | 4 |  |  |
| 4 | 图文短视频 | 4 | 72 | 60 | 考查 |  |  |  | 4 |  |  |
| 合计 | 16 | 272 | 164 |  | 0 | 0 | 128 | 144 |  |  |
| 实习实训课程（必修） | 直播运营 | 2 | 60 | 60 | 考试 |  | 30M2 |  |  |  |  |
| 电子商务理实一体 | 2 | 60 | 60 | 考试 |  |  | 30M2 |  |  |  |
| 认识实习 | 2 | 60 | 60 | 考查 |  |  |  | 30M2 |  |  |
| 岗位实习1 | 18 | 540 | 540 | 考查 |  |  |  |  | 30 |  |
| 岗位实习2 | 18 | 540 | 540 | 考查 |  |  |  |  |  | 30 |
| 合计 | 42 | 1260 | 1260 |  |  | 60 | 60 | 60 | 540 | 540 |
| 周学时 |  |  |  |  | 29  | 27  | 29  | 26  | 30  | 30  |
| 合计 | 145 | 3068 | 2165 |  | 518 | 492 | 516 | 462 | 540 | 540 |