



广东职业技术学院
GUANGDONG POLYTECHNIC

广东职业技术学院 电子商务专业课程标准汇编

电子商务专业扩招项目组



目录

一、《电子商务基础》课程标准.....	3
二、《电子商务数据分析》课程标准.....	12
三、《商品图片拍摄与处理》课程标准.....	22
四、《网店客服》课程标准.....	32
五、《新媒体营销》课程标准.....	40

高职扩招管理制度汇编

广东职业技术学院

《电子商务基础》
课程标准

适用专业： 电子商务

编制单位： 广东职业技术学院

编制日期： 2021 年 4 月

广东职业技术学院商学院 制

《电子商务基础》课程标准

一、课程基本情况

课程名称：电子商务基础

学时：76

学分：4

适用专业：高职扩招电子商务专业

课程性质：专业核心技能课程

二、课程定位

本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。本课程主要研究和介绍电子商务的基本概念、模式、电子商务物流、网络营销、电子商务安全和移动电子商务等，通过学习使学生能够正确运用电子商务理论知识进行网上购物、网上支付、网上贸易、网上服务等活动，为今后学习各门专业课程打下良好的基础。

三、课程设计

本课程是电子商务专业入门性课程，从内容上选取的是电子商务基本概念、基本理论与开展电子商务活动有关最基本的实操技能，从教学模式上遵循行动导向教学理念，本着精讲理论、强化应用、培养技能的原则，在教学模式上，采用项目式教学法，使初入电子商务专业学习的学生在了解电子商务基本概念、掌握电子商务主要模式、网上支付、搭建网上商店、网络营销的常用方法、电子商务安全与电子商务物流模式等内容，激发学生学习电子商务专业的兴趣，加强学生对电子商务领域及工作岗位的认知，为后续的学习奠定基础。因此本课程设计为以电子商务专业的职业能力分析和中职生的就业发展为依据，以电子商务业务流程为主线，采用项目式教学法，通过知识讲解、多媒体演示、创设情境、网上创业等方法，使学生手脑并用，加深对基本理论知识的理解和运用，在学习中不断提升学生的实践能力。

四、课程目标

通过本课程的学习，使学生熟练掌握电子商务基本概念及理论，打造学生就业核心竞争力，以“注重综合素质、拓展专业视野、强化核心专业技能”的指导思想，从知识目标、技能目标和情感目标上培养学生的综合职业能力。

1. 素质目标

- (1) 培养学生善于整合资源、乐于团队协作的品质；
- (2) 培养有效沟通的能力和为客户服务的理念；
- (3) 培养勇于企业实践、不断开拓创新的能力；
- (4) 培养不畏艰难、勇于探索的职业精神；
- (5) 培养电子商务安全防范意识；
- (6) 培养遵守法律法规的职业意识。

2. 知识目标

通过学习，使学生掌握电子商务业务流程的基本操作，能利用现有的电子商务平台搜集网络信息，进行网络购物与消费；创建网店、发布产品信息；利用网络进行网站推广等活动，具备从事电子商务工作的基本能力。

- (1) 掌握电子商务采购流程，独立完成网上购物各环节的操作。
- (2) 会利用网络独立完成网上开店。
- (3) 会利用推广手段进行网站推广。
- (4) 能对目标顾客进行有效分析，开展有效的营销手段。
- (5) 养成吃苦耐劳、求真务实、勇于创新的工作风格。
- (6) 培养学生电子商务安全意识。

3、技能目标

- (1) 掌握电子商务的基本概念与分类，理解电子商务的特点、功能、优势及电子商务对社会产生的影响；
- (2) 掌握电子商务的主要模式及电子商务模式新发展；
- (3) 了解B2B，体验B2C，掌握C2C；
- (4) 能利用电子商务平台创建网上商店，能独立完成网店装修、发布商品信息等基础工作；
- (5) 理解网络营销，熟悉网络营销的常用方法；
- (6) 理解物流的含义和基本要素，了解网店物流与配送业务，熟练掌握网店货物打包和网上快递操作；
- (7) 了解物流模式并进行选择；
- (8) 了解电子商务法律法规。

五、课程内容与结构

1.课程内容

项目1走进电子商务世界

项目2初识电子商务平台

项目3体验电子商务支付

项目4熟悉电子商务物流

项目5体验网络营销

项目6 警惕电子商务安全

项目7专注移动电子商务

项目8培养电子商务职业道德

2、课程结构

表 1 课程整体内容

序号	教学项目名称	学时分配
----	--------	------

序号	教学项目名称	学时分配	
1	项目 1 走进电子商务世界	12	
2	项目 2 初识电子商务平台	8	
3	项目 3 体验电子商务支付	12	
4	项目 4 熟悉电子商务物流	8	
5	项目 5 体验网络营销	12	
6	项目 6 警惕电子商务安全	8	
7	项目 7 专注移动电子商务	8	
8	项目 8 培养电子商务职业道德	8	
学时合计：76 学时（其中实践教学学时比例为 50%）		理论学时	38
		实践学时	38

表 2 课程具体内容与教学要求

教学项目名称	工作任务（模块/单元） 划分	教学要求		参考学时
		知识内容及要求	技能内容及要求	
项目 1	任务 1 认识电子商务世界	1. 认识电子商务的含义与类型 2. 关注电子商务的发展及影响 3. 认知电子商务岗位	1. 理解电子商务的含义和基本组成要素，区分电子商务与传统商务； 2. 掌握电子商务的主要类型及其内容； 3. 熟练掌握网上购物； 4. 探寻电子商务的发展现状、趋势及对社会发展的影响； 5. 明确电子商务岗位要求，开展个人职业生涯规划。	2
	任务 2 创新电子商务模式	1. 了解 B2B 电子商务模式； 2. 体验 B2C 电子商务模式 3. 准备开展 C2C 电子商务实践； 4. 关注电子商务模式新发展。	1. 掌握利用网络从事商务活动的技巧 2. 掌握商务活动的有效沟通技巧 3. 掌握市场调查的操作技巧	4

项目 2	任务 1 了解电子商务平台	1. 了解不同领域电子商务平台的特点 2. 理解 IP 和域名的关系	1. 掌握互联网的基本功能 2. 掌握 HTML 语言的编写格式	2
	任务 2 创建网上购物平台	1. 了解常见的创建网店方式; 2. 了解淘宝店铺和微商店的开设流程	1. 掌握淘宝店铺的开设流程 2. 掌握微商店的开设流程	2
项目 3	任务 1 认识电子商务支付	1. 了解电子商务支付的基础知识 2. 理解网络购物的基本业务流程	1. 掌握快捷支付的相关操作 2. 掌握网络购物的基本流程	2
	任务 2 开通网上支付工具	1. 了解网上银行的基础知识 2. 了解第三方支付的概念以及第三方支付平台的机构	1. 掌握网上银行的开通使用 2. 掌握支付宝充值的方式	4
项目 4	任务 1 认识电子商务物流	1. 了解物流的基础知识 2. 学会比较物流与电子商务 3. 熟悉电子商务物流模式 4. 熟悉电子商务的一般流程	1. 能够分析电子商务物流活动; 2. 学会选择物流模式;	2
	任务 2 熟悉知名快递公司	1. 了解物流与快递的区别 2. 了解知名的快递公司	1. 学会选择物流快递公司 2. 掌握填写快递运单 3. 掌握网上查询运单的	2

			物流信息	
项目 5	任务 1 学习网络营销知识	1. 了解网络营销的基础知识 2. 理解网络营销的基本策略	1. 掌握网络营销常见方法 2. 掌握 12 种网络营销模式对应的经典案例	2
	任务 2 体验网络营销活动	1. 了解网络广告的知识 2. 了解搜索引擎的概念	1. 掌握网络广告营销的技巧 2. 掌握搜索引擎营销的技巧 3. 掌握自媒体营销活动的技巧	4
项目 6	任务 1 了解电子商务安全	1. 了解电子商务安全的内容与要求 2. 识别电子商务面临的安全威胁	1. 掌握电子商务安全交易要求，能正确地防范计算机病毒； 2. 了解电子商务安全技术，能正确安装和使用数字证书	2
	任务 2 识别网络交易风险	1. 熟悉网络交易风险的类别与特点	1. 掌握网络交易安全的基本技术手段 2. 提高网络交易风险的识别和防范能力	2
项目 7	任务 1 了解移动电子商务	1. 了解移动互联网的基础知识 2. 了解移动电子商务的概念、特点及相关技术	1. 掌握使用各种移动智能终端的基本技巧 2. 掌握使用移动电子商务 APP 的技巧	2
	任务 2 体验移动电子商务	1. 了解移动智能终端支付功能 2. 了解移动智能终端网购过程	1. 掌握使用移动网上支付的技巧 2. 掌握移动电子商务网购的技巧	2
项目 8	任务 1 了解电子商务法律法规	了解电子商务的基础法律法规	掌握国内外电子商务的立法情况	2
	任务 2 树立电子商务职业	1. 了解电子商务的	1. 提高学生运用法律	2

	道德	职业道德修养准则 2. 熟悉网络交易平台的运营规则	知识解决问题的能力 2. 培养学生电子商务从业的职业道德	
--	----	------------------------------	---------------------------------	--

表 3 实训项目

编号	能力训练项目名称	拟实现的能力目标	相关支撑知识	训练方式手段及步骤	学时分配
1	体验传统和新型电子商务模式	掌握传统与新型电子商务模式	电子商务模式	上机操作	6
2.	初试网页制作	学会制作一个简单的网页	Html 语言	上机操作	4
3.	开通网上支付工具	学会使用网上支付	电子商务支付	上机操作	6
4	熟悉知名快递公司	学会填写快递运单和查询快递运单的物流信息	电子商务物流	上机操作	4
5	体验网络营销活动	学会使用搜索引擎工具和开展自媒体营销活动	网络营销	上机操作	6
6	识别网络交易风险	学会防范网络交易风险	电子商务安全	上机操作	4
7	体验移动电子商务	掌握移动支付和体验移动网购过程	移动电子商务	上机操作	4
8	电子商务职业道德	培养学生电子商务从业的职业道德	电子商务职业道德	案例分析	4

六、教材开发与利用

1. 教材编写与使用

职业教育电子商务专业“十三五”规划系列教材 电子商务基础（第二版） 重庆大学出版社

2. 数字化资源开发与利用

（1）开发形象生动的多媒体课件，以调动学生学习的积极性和主动性，促进学生理解

和掌握电子商务基本知识、原理与操作。

(2) 利用网络教学环境,借助电子商务平台,构建电子商务网站或网店,通过网店业务实操,使学生认知电子商务的各工作岗位工作内容与工作流程,提高学生的岗位职业能力。

(3) 建立网络教学资源平台,使师生共享多媒体课件、电子教案、试题库、微课、教学视频等资源,为实现翻转课堂和远程教学做好准备。

七、教学建议

1. 教学方法

针对不同的教学内容,采用较为适合的教学方法。对实践性比较强的内容,以真实的项目、任务为载体,实现知行合一,提升学生的实践能力和专业技能;对理论性比较强的内容,可采用讲授法、案例教学等方法,实现较为理想的教学效果。

2. 教学条件

(1) 建立电子商务模拟实训室,配备模拟软件、物流软件。

(2) 教室配备多媒体教学设备。

(3) 建立电子商务综合实训室,配备货架、商品、摄像器材等设施设备,利用电子商务平台创建校园网店。

3. 教学团队

(1) 应具备“双师型”教师资格,具备电子商务实战经验的教学团队;

(2) 重视实践经验的学习,重视现代信息技术的应用,尽可能运用现代化、多样化手段实施理论教学和实践指导的教学团队

八、教学评价、考核要求

1、考核要求

闭卷考试

2、教学评价

(1) 突出过程评价与目标评价相结合,注重实践性引导,过程评价主要对学生的出勤情况、学习态度、上机操作、课堂讨论、课后作业等情况进行评价;目标评价是在课程结束后对血色还能够在知识和技能的整体掌握情况的评价。

(2) 改变传统的评价方式，注重学生动手能力和分析、解决问题的能力。

(3) 注重学生电子商务岗位职业能力的评价，既对学生的电子商务基本理论知识的掌握情况和实践操作能力进行评价，又要对学生的人文素养和学习态度以及团队合作、沟通能力进行评价。

(4) 对学生学习情况的评价，可以采用教师评价和学生自评、学生互评等方式进行。

九、其他说明

执 笔 人： 电子商务专业教师团队

审 核 人： 李集城、章洁

编写日期： 2021 年 4 月

广东职业技术学院

《电子商务数据分析》 课程标准

适用专业： 电子商务

编制单位： 广东职业技术学院

编制日期： 2021 年 4 月

广东职业技术学院商学院 制

《电子商务数据分析》

课程标准

1、课程作用

2019年4月，教育部等四部门印发了《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》的通知，部署启动1+X证书制度试点工作。1+X证书制度试点是“职教20条”的重要改革部署，也是重大创新。在电子商务领域，商务数据蕴藏着巨大的商机，通过对商务数据进行专业而深入的分析，可以挖掘其内在的商业价值，发现新的商机，电子商务数据分析已是电子商务从业人员不可或缺的一项重要技能。

本课程旨在通过构建电子商务数据分析的整体知识框架，包括电子商务数据化运营认知、数据采集与处理方案制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与报告撰写。让学员掌握电子商务领域数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析，培养能够胜任大数据时代电子商务数据化运营工作的技能人才。

先修课程：《计算机应用》、《电子商务数据分析基础》、《商务数据采集与处理》、《网店运营》等。

后续课程：《电子商务数据分析导论》、《电子商务运营与推广》、《跨境电子商务运营》。

2、课程设计思路

北京博导前程信息技术股份有限公司依据教育部《职业技能标准开发指南》的相关要求，以客观反映现阶段行业的水平和对从业人员的要求为目标，在遵循电子商务数据分析相关技术规程的基础上，以专业活动为导向，以专业技能为核心，组织企业专家、院校学术带头人等开发了《电子商务数据分析职业技能标准》，并在此基础上开发电子商务数据分析1+X证书制度系列教材。

本课程（培训）采用理论与实战相结合的设计体例，建设了在线开放课程，同步开发了微课、课件、实训专区源数据库、习题答案等类型丰富的数字化教学资源。

通过本课程（培训）的学习，学员能够对电子商务数据分析在实际运营过程

中的作用、价值、意义形成更系统、清晰的认识。

该门课程 8 个学分，总学时为 128 课时，其中实践学时 64 课时。

3、课程目标

3.1 总体目标

通过本课程（培训）的学习，帮助学员能够理解电子商务数据分析的内涵、意义、作用、思路、工具；认识电子商务数据化运营理念；掌握数据采集和处理方案撰写，通过数据分析目标，明确数据指标类型、数据获取渠道并对数据进行初步整理。掌握电子商务领域数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析，包括：市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析；能够根据市场、运营、产品等不同电子商务情境下数据分析目标，开展数据监控、分析，及时发现数据异常并进行运营优化，完成数据分析报告撰写。

3.2 知识目标

- （1）了解电子商务运营的概念及基本内容；
- （2）了解电子商务数据化运营的含义；
- （3）熟悉电子商务企业组织架构及各部门职责；
- （4）了解数据采集与处理方案；
- （5）熟悉电子商务数据指标体系；
- （6）熟悉电子商务数据采集渠道数据类型；
- （7）熟悉常用电子商务数据采集工具的使用范围及功能；
- （8）了解市场数据分析的内容；
- （9）明确市场数据分析的价值；
- （10）了解市场需求分析的重要性；
- （11）熟悉竞争对手的界定方法；
- （12）了解运营数据分析的必要条件及内容；
- （13）熟悉客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析、供应链数据分析的相关知识及指标；
- （14）熟悉产品数据分析的概念和内容；
- （15）了解产品搜索指数和产品交易指数分析的维度；
- （16）掌握产品搜索指数和产品交易指数分析的方法；

- (17) 掌握产品获客能力和产品盈利能力分析的方法；
- (18) 能熟悉电子商务常用数据指标及其含义；
- (19) 熟悉数据监控的一般流程；
- (19) 了解数据监控报表制作的设计要素；
- (20) 了解报告的主要类型及各类型的特点。

3.3 能力目标

- (1) 能够理解电子商务运营的业务流程；
- (2) 能够掌握电子商务数据化运营的工作流程；
- (3) 能够制定数据分析目标；
- (4) 能够合理选择数据采集工具及确定数据渠道；
- (5) 能够撰写数据采集与处理方案及数据采集表；
- (6) 能够根据获取的数据进行行业集中度分析；
- (7) 能够进行市场容量分析及预测；
- (8) 能够分析市场需求量变化趋势以及客户对品牌、价格、属性的偏好；
- (9) 掌握识别竞争对手的方法；
- (10) 能够进行竞店和竞品分析；
- (11) 能够进行客户数据分析，包括客户特征分析、客户忠诚度分析、客户行为分析；
- (12) 能够进行推广数据分析，包括推广渠道分析、关键词推广分析、活动推广效果分析、内容运营分析；
- (13) 能够进行销售数据分析，包括交易数据分析、服务数据分析；
- (14) 能够进行供应链数据分析，包括采购数据分析、物流数据分析、仓储数据分析；
- (15) 能独立完成产品搜索指数分析和产品交易指数分析；
- (16) 能独立完成产品获客能力分析和产品盈利能力分析；
- (17) 能使用生意参谋工具完成产品数据分析；
- (18) 能够完成数据监控报表的制作及异常数据的鉴别与分析；
- (19) 能设计数据分析报告框架，并完成数据分析报告的撰写。

3.4 思政目标

- (1) 熟悉电子商务企业在运营中应该遵循的相关法律法规；
- (2) 能够在电子商务数据化运营过程中坚持科学的价值观和道德观；
- (3) 熟悉计算机信息技术相关法律法规，合理合法的开展数据收集行为；
- (4) 遵守职业道德，在进行数据分析时不弄虚作假；
- (5) 具备数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德；
- (6) 具备良好的数据安全意识，以及较强的数据判断能力；
- (7) 具备较强的系统化思维和文字表达能力。

4、课程内容与实施计划

表 1： 课程（培训） 内容与实施计划

模块	单元	主要内容	重、难点	课时	实训任务	课时
模块一 电子商务数据化运营认知	单元一 电子商务运营认知	电子商务运营概念	重点： (1) 电子商务运营的业务流程 (2) 电子商务企业部门构成与职责	1		
		电子商务企业部门构成与职责				
	单元二 电子商务数据化运营认知	电子商务数据化运营的工作流程	难点： (1) 电子商务数据化运营的工作流程	1		
		电子商务数据化运营的价值				
模块二 数据采集与处理的方案制定	单元一 数据分析目标制定	电子商务数据分析需求分析	重点： (1) 常用电子商务数据采集工具的使用范围及功能 (2) 数据采集与处理的方案构成 (3) 撰写数据采集与处理方案及数据采集表 难点： (1) 撰写数据采集与处理方案及数据采集表	1	任务 1: 市场规模数据采集与处理方案撰写	3
		数据分析目标制定			任务 2: 竞争对手商品结构数据采集与处理方案撰写	2
	单元二 数据分析指标制定	数据分析指标选择		2	任务 3: 直通车推广数据采集与处理方案撰写	3
		数据分析指标分类			任务 4: 店铺销售数据采集与处理方案撰写	2
		数据分析指标优化				
	单元三 数据采集渠道及工具选择	数据来源渠道确认		4	任务 5: 产品指数数据采集与处理方案撰写	2
		数据采集工具选择				
	单元四 数	数据采集与处理方		1	任务 6: 产品复	2

	据采集与处理的方案撰写	案撰写			购率数据采集与处理方案撰写	
模块三 市场数据分析	单元一 市场数据分析认知	市场数据分析内容	重点： (1) 市场数据分析的内容 (2) 行业状况、发展分析的方法 (2) 竞争对手识别方法 (3) 竞店分析内容、方法 (4) 竞品分析内容、方法 难点： (1) 行业数据分析 (2) 竞品及竞店识别与分析	1		
		市场数据分析的价值				
	单元二 行业数据分析	行业发展分析		3	任务：目标行业发展分析	2
		市场需求分析			任务：市场需求分析及预测	2
		目标客户分析			任务：行业竞争对手识别	2
	单元三 竞争数据分析	竞争对手识别		1	任务：竞店数据分析	2
		竞店分析		2		
		竞品分析		3	任务：竞品数据分析	2
模块四 运营数据分析	单元一 运营数据分析认知	运营数据分析概念	重点： (1) 运营数据分析的内容 (2) 客户分类方法 (3) 客户忠诚度分析、客户分层与营销策略 难点： (1) 客户忠诚度分析、客户分层与营销策略 (2) 客户行为分析、指标优化办法	1		
		运营数据分析内容				
	单元二 客户数据分析	客户分类		1	任务：客户分类	1
		客户特征分析（客户画像形成）		1	任务：绘制客户画像	2
		客户忠诚度分析		1	任务：客户忠诚度分析	2
		客户行为分析		2	任务：客户行为分析	2
	单元三 推广数据分析	推广渠道分析（流量结构分析）		1	任务：流量结构分析	1
		关键词推广效果分析		4	任务：关键词推广效果分析	2

		广告位投放效果分析	分析、优化办法 (3)潜在消费者营销效果分析指标、监控方法、分析、优化办法	1		
		活动推广效果分析	(4) 活动生命周期、活动推广效果分析指标、监控方法、分析、优化办法	2	任务:活动推广效果分析	2
		内容运营分析	(5) 免费推广渠道、内容运营数据分析指标、监控方法、分析、优化办法 难点: (1) 关键词推广效果分析方法、效果提升办法 (2) 活动推广效果分析 (3) 内容运营数据分析、优化办法	2	任务:内容运营效果分析	2
	单元四 销售数据分析	交易数据分析	重点: (1) 客单价影响因素、提升办法	4	任务:交易数据分析	2
		服务数据分析	(2) 利润影响因素、利润预测方法 (3) DSR 动态评分计算公式 难点: (1) 客单价提升办法 (2) 利润预测方法 (3) DSR 动态评分提升办法 (4) 网店客服质量提升方法	4	任务:服务数据分析	2
	单元五 供应链数据分	采购数据分析	重点: (1) 采购数据分析指	1	任务:采购数据分析	2

	析	物流数据分析	标、分析方法 (2) 能够根据销量预判选择供应链	2	任务: 订单时效数据分析	2
		仓储数据分析	(3) 物流数据分析方法、运费模板优化 (4) 仓储数据分析方法 难点: (1) 能够根据销量预判选择供应链 (2) 能够合理设置运费模板	1	任务: 仓储数据分析	2
模块五 产品数据分析	单元一 产品数据分析认知	产品数据分析概念	重点: (1) 产品搜索指数分析的维度	1		
	单元二 产品行业数据分析	产品搜索指数分析	(2) 产品交易指数分析的维度	1	任务: 产品搜索指数分析	2
		产品交易指数分析	(3) 产品获客能力指标、分析方法、提升办法	1	任务: 产品交易指数分析	2
	单元三 产品能力数据分析	产品获客能力分析	(4) 产品结构分析	1	任务: 产品获客能力分析	2
		产品盈利能力分析	(5) SKU 分析 (6) 客单件分析 (7) 毛利率分析 难点: (1) 产品结构分析与优化 (2) SKU 分析	4	任务: 产品 SKU 分析	2
模块六 数据监控与报告撰写	单元一 数据监控	数据监控认知	重点: (1) 数据监控报表结构 (2) 数据监控报表设计要素 (3) 异常数据鉴别与分析	4	任务 1: 数据监控与报表制作 任务 2: 异常数据鉴别与分析	2
		数据监控报表制作				
		异常数据鉴别与分析				
	单元二 数据分析报告撰写	数据分析报告的主要类型	(4) 数据分析报告结构	4	任务 1: 店铺活动数据通报撰写 任务 2: 市场环境	6
		数据分析报告结构设计				

		撰写数据分析报告	构 难点： (1) 数据监控指标确定 (2) 异常指标鉴别与分析 (3) 数据分析报告撰写		境分析报告撰写	
--	--	----------	---	--	---------	--

表 2：课程（培训）学时分配

学习模块	总学时	理论学时	实践学时
电子商务数据化运营认知	2	2	0
数据采集与处理的方案制定	22	8	14
市场数据分析	20	10	10
运营数据分析	52	28	24
产品数据分析	16	8	8
数据监控与报告撰写	16	8	8
合计	128	64	64

5、课程（培训）考核评价

表 3 课程（培训）考核要求

序号	评价内容	考核方式	评价类型	占比
1	电子商务数据分析概论	上机考试：理论	☒ 理论	40%
2	电子商务数据分析实践（中级）	上机考试：实践	☒ 实践	60%

6、教材及学习资源

6.1 教材选用：

（1）教材应将本专业职业活动结合职业技能证书考证组织教材内容。要通过对电商数据分析的组织和实施等程序的分析 and 体验，引入必须的理论知识，增加实践实操内容，强调理论在实践过程中的应用。

(2) 教材应配备详实的案例，提高学生的学习兴趣，加深学生对这部分专业知识的认识和理解。教材表达必须精炼、准确、科学。

(3) 教材内容应体现先进性、通用性、实用性，要将营销最新动态和前沿知识及时地纳入教材，使教材更贴近本专业的发展和实际需要。

(4) 教材中的活动设计的内容要具体，并具有可操作性。

6.2 教材要求：

北京博导前程信息技术股份有限公司依据教育部《职业技能标准开发指南》的相关要求开发的电子商务数据分析 1+X 证书制度系列教材：《电子商务数据分析概论》和《电子商务数据分析实践（中级）》。

6.3 课程（培训）资源：

i 博导班级“1+X 电子商务数据分析进阶”：
https://www.ibodao.com/Classes/video_list/classes_id/36068.html

附件 1：《电子商务数据分析（中级）》课程（培训）配套资源列表

附件 2：《电子商务数据分析（中级）》课程（培训）配套线上资源使用说明

广东职业技术学院

《商品图片拍摄与处理》 课程标准

适用专业： 电子商务

编制单位： 广东职业技术学院

编制日期： 2021 年 4 月

广东职业技术学院商学院 制

一、课程名称

《商品图片拍摄与处理》

二、适用专业

电子商务专业

三、课程性质

高职扩招电子商务专业核心课程

四、课程设计

一个优秀的网店美工除了会使用 Photoshop、Coreldraw 等图片处理工具之外，还需要对消费者购物心理有一定了解，能用精美的图文表达产品的卖点；对网页布局有丰富经验，对色彩敏感，能处理各种视觉冲突，有良好的审美观；能够根据公司产品的上架情况和促销信息制作促销广告；能够通过网站后台数据，挖掘消费者的浏览习惯和点击需求。

本课程按照网店美工岗位从业人员的典型工作任务，总结细化再现出 5 个学习项目，从简单修图到商品主辅图制作，进阶到广告制作和店铺装修及商品描述，最后进行数据分析和网店装修诊断，通过实际案例讲解，充分体现了“做中学”的思想，在保证基本知识能力的基础上，重点培养学生分析问题、解决问题的能力，让学生毕业后能尽快进入美工岗位，顺利投入岗位工作。

五、课程教学目标

本课程的教学目标是以现代职业教育理念为指导，通过先进的教学手段，使学生充分掌握网店设计中平面构成、色彩搭配、字体设计、排版与布局多个方面的理论知识并结合实例进行设计，使学生具备开放的专业思维，树立牢固的专业信心，培养学生具备独立从事网店页面设计的能力。

素质目标

- (1) 培养学生的审美及色彩辨别能力；
- (2) 培养细致耐心的工作态度；

- (3) 培养基本审美意识和审美观；
- (4) 倡导网络文明，使学生自觉抵制低俗营销；
- (5) 培养诚信经营意识，做到商品如实描述，不欺骗消费者；
- (6) 培养法律意识，不用没有授权图片和资料，合法经营，不恶意攻击竞争对手；
- (7) 培养商业机密保密意识，防止网店经营数据泄露。

知识目标

- (1) 认识商品照片裁剪、抠图的方法；
- (2) 了解照片调色的方法；
- (3) 学习商品照片的修图方法；
- (4) 知道商品主副图的尺寸版面要求、商品照片背景的处理方法和步骤；
- (5) 知道商品图片美化的主要方法；
- (6) 学习不同网店装修配色、排版知识；
- (7) 了解买家购物认知规律；
- (8) 了解网店美工不同岗位工作内容；
- (9) 了解数据分析指标含义和基本原理；
- (10) 学习店铺装修诊断基础知识。

能力目标

- (1) 能够用不同的方法对照片进行裁剪、抠图；
- (2) 掌握几种不同的商品照片的调色方法；
- (3) 学会几种商品照片的修图方法；
- (4) 掌握商品图片主副图的挑选和图片背景优化方法；
- (5) 掌握美化商品图片的方法，能够调整商品色差；
- (6) 掌握主图模板制作方法，能有效突出商品卖点；
- (7) 能够根据店铺风格和商品制作店招、宝贝分类栏、自定义内容区、掌握推荐宝贝区、推广区；

- (8) 掌握网店视觉营销的基本方法；
- (9) 能够根据店铺风格和商品制作宝贝详情页；
- (10) 能够掌握生意参谋数据分析工具操作；
- (11) 能够查看装修分析数据，并作对比分析；
- (12) 能够撰写店铺装修诊断报告。

六、参考学时与学分

教学课时：课时 72 学时 学分：4

七、课程结构

序号	学习任务（单元、模块）	职业能力		知识、技能、态度要求	教学活动设计	课时
1	Photoshop 基础操作	1-1	裁剪商品照片	1、认识商品照片裁剪、抠图的方法；	设置裁剪商品照片、抠图商品照片、商品照片调色、商品照片修图共四个教学活动。	6
		1-2	抠图商品照片	2、能够用不同的方法对照片进行裁剪、抠图； 3、培养学生处理商品图片的能力。		
		1-3	商品照片调色	1、了解照片调色的方法； 2、掌握几种不同的商品照片的调色方法； 3、培养基本审美意识和审美观；		

		1-4	商品照片修图	1、学习商品照片的修图方法； 2、学会几种商品照片的修图方法； 3、培养学生 Photoshop 的运用能力。		
2	商品照片处理	2-1	商品图片背景处理	1、知道商品主副图的尺寸版面要求、商品照片背景的处理方法和步骤； 2、知道商品图片美化的主要方法；	设置商品图片背景处理、精修与美化商品图片、制作宝贝主图、直通车广告图创意共四个教学活动。	10
		2-2	精修与美化商品图片			
		2-3	制作宝贝主图	1、掌握商品图片主副图的挑选和图片背景优化方法； 2、掌握美化商品图片的方法，能够调整商品色差；		
		2-4	直通车广告创意	1、掌握主图模板制作方法，能有效突出商品卖点； 2、培养基本审美意识和审美观；		
3	网上店铺装修	3-1	设计店招	1、能够根据店铺风格和商品制作店招、宝贝分类栏、自定义内容区、掌握推荐宝贝区、推广区；	设置设计店招、设计制作广告、设计促销模	24
		3-2	设计制作广告			

					板、通栏列表制作、制作拓展版全屏背景共五个教学活动。	
		3-3	设计促销模板	1、掌握网店视觉营销的基本方法；		
		3-4	通栏列表制作	2、学会图片的切割与优化；		
		3-5	制作拓展版全屏背景	3、培养基本审美意识和审美观；		
				4、倡导网络文明，使学生自觉抵制低俗营销；		
4	商品描述页面制作	4-1	制作宝贝详情页模板	1、了解买家购物认知规律； 2、了解网店美工不同岗位工作内容。	设置制作宝贝详情页模板、制作服装类商品描述、制作电子类商品描述、制作日用品类商品描述、CSS	24
		4-2	制作服装类商品描述	1、能够根据店铺风格和商品制作宝贝详情页； 2、培养诚信经营意识，做到商品如实描述，不欺骗消费者； 3、培养法律意识，不用没有授权图片和资料，合法经营，不恶意攻击竞争对手。	描述、制作电子类商品描述、制作日用品类商品描述、CSS	
		4-3	制作电子类商品描述		图文混排商品描述页共	
		4-4	制作日用品类商品描述		五个教学活	
		4-5	CSS 图文混排商品描述		动。	

			页			
5	店铺装修诊断	5-1	店铺装修数据分析	1、了解数据分析指标含义和基本原理； 2、能够掌握生意参谋数据分析工具操作； 3、能够查看装修分析数据，并作对比分析； 4、培养诚信经营意识，做到商品如实描述，不欺骗消费者；	设置店铺装修数据分析、店铺装修诊断共两个教学活动。	8
		5-2	店铺装修诊断	1、学习店铺装修诊断基础知识； 2、能够撰写店铺装修诊断报告； 3、培养商业机密保密意识，防止网店经营数据泄露。		
合计						72

八、资源开发与利用

（一）教材编写与适用

重庆大学出版社组织了具有丰富实践教学经验的双师型教师 and 丰富实战经验的企业专家，借鉴现代的教学和教材编写理念，策划出版这本专门面向职业学校的电子商务类教材。

本教材是在深入分析我国电子商务的实践和企业运营实际的基础上，针对电

子商务的岗位需求和能力知识需求而设计的。把知识的学习和能力的培养通过系统的模块设计来实现。重视以学生为中心，鼓励学生通过动手实践来探索，实现教与学的有机统一。在结构安排上，本教材设置了“项目综述”“项目目标”“项目任务”“任务情境”“任务分解”“合作实训”“项目总结”和“项目检测”等栏目，培养学生的动手应用能力。

（二）数字化资源开发与利用

人才培养中一个重要的方面就是教材，一本好的教材对授课教师和学生都十分有帮助。然而，电子商务的发展日新月异，新技术和新模式不断推出，给电子商务的教学带来了极大的挑战。作为基于互联网产生的电子商务，其教学方式也应借助互联网，通过网络来完善纸质教材的不足，为教师提供不断更新的教学资源，为学生提供随时出现的创新实践案例。因此，教材的范围会从纸质扩展到电子，从现实扩展到虚拟空间，组成一个立体的教学资源。学习者可从网站下载教学资源包，为“立体化”教学提供支持。

九、教学建议

本课程的实训内容安排在专业实训室内进行，要求能接入 Internet，方便访问各类美工设计网站。

计算机中要求安装 Windows 7 专业版操作系统，并安装好 Photoshop、Illustrator、CorelDRAW、Dreamweaver 等相应的教学软件，以及 office/PDF 等常用的系统软件。

本课程实施过程中，遵循以下原则：

（1）课堂以讲授和实操为主，教学辅助手段：通过课件、互联网、上机等手段建立学员的理性认识。

（2）通过章节相关内容的案例介绍与分析，进一步增强学员的感性认识。

（3）作业：学生通过完成预定的设计任务，达到对重点知识和技能的巩固。

十、教学评价

本课程为第四学期的专业核心课，主要采用提交设计作品的形式，以百分

制形式计分，具体考核形式与所占比重如下表：

考核方法	平时	闭卷考 试	案例设 计	操作考 试	以证代 考	其他方法： _____
选用“√”	☐	☐	☐	☐	☐	☐
所占期末总 成绩比例	30%		40%	30%		

具体评价体系及权重包括：

评价项目		评价内容	评价形式	权重(%)	分值
过程性评价	学习单元评价	知识理解、参与讨论、回答问题、出勤情况	工作效率 (课堂表现)	20	20
	学生自评	技能掌握程度	工作态度	10	10
结果性评价	学习单元评价	完成典型工作任务的效果和质量	工作熟练程度 工作效果	30	30
		知识的理解 方法的掌握	测试成绩	30	30
第三方评价	学生互评	团队合作 工作质量	工作成果	10	10
合计				100	100

广东职业技术学院

《网店客服》 课程标准

适用专业： 电子商务

编制单位： 广东职业技术学院

编制日期： 2021 年 4 月

广东职业技术学院商学院 制

《网店客服》课程标准

一、课程基本情况

课程名称：网店客服

学时：76

学分：3

适用专业：高职扩招电子商务专业

课程性质：专业核心技能课程

二、课程定位

本课程是电子商务专业的一门必修专业课。该课程对电子商务专业学生的职业能力培养与职业素质养成起到重要支撑作用。

前修课程：消费心理学

后续课程：校外顶岗实习

三、课程设计

课程设计了9个学习项目，对应具体学习性工作任务，灵活运用情境教学法、任务驱动法、讲授法、案例分析法、讨论法、角色扮演法等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教学效果。课程以淘宝网店的客户服务实际工作任务为载体设计学习项目。通过对客户服务岗位典型工作任务分析，对典型工作任务和工作要求进行描述，基于工作过程对工作任务进行序化，按照学生的认知规律，由简单到复杂设计学习项目和学习性工作任务，最终形成项目导向、任务驱动的教学模式。

四、课程目标

通过本课程学习，培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等工作，注重将“大庆精神、铁人精神”融入到教学过程中，培养学生的学习能力、实践能力、创新能力和吃苦精神，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础，更要为学生的职业生涯中有能力不断获得新的职业技能和职业资格，创造更广阔的发展空间。

（一）知识目标

1. 科学文化知识

- （1）入职培训；
- （2）售前的知识储备；
- （3）流程培训和准备工作；
- （4）客户接待与沟通；
- （5）有效订单的处理；

(6) 交易纠纷的处理;

(7) 客户关系管理;

2. 专业知识

(1) 售前、售中、售后的服务;

(2) 与客户的沟通技巧;

(3) 客户关系管理的相关内容;

(二) 能力目标

1. 专业能力

(1) 沟通能力;

(2) 信息管理能力;

(3) 分析判断能力;

(4) 客户关系管理能力;

(5) 客服团队管理能力;

2. 方法能力

(1) 具有较好的对新的技能与知识自我学习、自我提高的能力;

(2) 具有较好的解决问题的方法能力、制定完善工作计划的能力;

(3) 具有较好的逻辑性、合理性的科学思维方法能力;

3. 社会能力

(1) 具有良好的行为规范和的职业道德;

(2) 具有良好的心理素质和身体素质;

(3) 具有客户第一的服务理念, 养成主动服务客户的良好习惯;

(4) 养成自觉学习和良好的工作态度

(5) 具有较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力;

(三) 素质结构

1. 思想素质

热爱社会主义祖国, 拥护党的基本路线, 具有科学的世界观、人生观和价值观, 具有强烈的事业心和高度的社会责任感。

2. 职业素质

具有忠诚、守信、求实创新、服务奉献的敬业精神, 勤奋好学、热爱专业、吃苦耐劳、有事业心和责任感, 高尚的职业道德和团队意识, 良好的学习观念, 安全环保意识, 认同石油企业文化, 对工作精益求精的科学求实精神, “爱国、创业、求实、奉献”的大庆精神、铁人精神。

3. 身心素质

具有良好的体育锻炼和卫生习惯, 达到国家规定的大学生体质健康标准和军事训练标准, 具有健康的体魄; 对不断变化的技术与社会环境, 具有良好的心理适应能力。

五、课程内容与结构

1.课程内容

项目1应聘网店客服

项目2网店客服入职培训

项目3使用电子商务平台及客服工具

项目4储备专业知识

项目5掌握沟通技能

项目6售前客服

项目7售中客服

项目8售后客服

项目9客户关系管理

2、课程结构

表1 课程整体内容

序号	教学项目名称	学时分配	
1	项目 1 应聘网店客服	4	
2	项目 2 网店客服入职培训	4	
3	项目 3 使用电子商务平台及客服工具	12	
4	项目4储备专业知识	6	
5	项目5掌握沟通技能	10	
6	项目 6 售前客服	12	
7	项目 7 售中客服	12	
8	项目 8 售后客服	12	
9	项目9客户关系管理	4	
学时合计：76 学时（其中实践教学学时比例为 50%）		理论学时	38
		实践学时	38

表2 课程具体内容与教学要求

教学项目名称	工作任务（模块/单元） 划分	教学要求		参考学时
		知识内容及要求	技能内容及要求	
项目 1	任务 1 了解网店客服	1. 了解网店客服的含义 2. 理解网店客服的价值	1. 能正确认识网店客服的价值展的影响； 2. 了解网店客服工作职责	2
	任务 2 应聘网店客服	1. 了解网店客服的需求现状 2. 了解网店客服所需要	1. 能通过相关渠道了解网店客服的需求现状	

		的知识和技能	2. 通过学习明确网店客服所需要的知识和技能	2
项目 2	任务 1 认同企业文化	了解企业文化的含义	能正确认识企业文化	1
	任务 2 了解组织架构	了解企业的组织机构	能了解企业的组织架构并明确客服的职责	1
	任务 3 形成客服的基本素质	掌握网店客服所需要的知识和技能	具备一名网店客服应具备的各种素质	2
项目 3	任务 1 了解电子商务平台（淘宝规则）	了解电子商务平台	熟悉常见的电子商务平台	2
	任务 2 学习电子商务平台交易规则	了解电商平台交易规则	理解电子商务平台交易规则，尤其是淘宝网的交易规则。	2
	任务 3 使用客服沟通工具	掌握千牛软件的使用，工作台模式和旺旺模式	熟练使用千牛软件进行客服工作	4
	任务 4 提高录入水平	掌握文字录入的方法	多练习，提高录入水平	4
项目 4	任务 1 了解网店服务流程	了解网店服务流程	1. 能熟知淘宝网购物流程 2. 能正确掌握网店服务流程	2
	任务 2 了解客服工作流程	了解客服工作流程	能够接手客服工作，解答客户咨询，处理客户问题	1
	任务 3 熟悉商品知识	熟悉商品知识范畴	能制作商品手册模板	1
	任务 4 参与店铺推广	了解店铺推广	能参与店铺推广	1
	任务 5 了解物流流程	了解物流流程	能正确认识物流流程	1
项目 5	任务 1 运用沟通技巧	1. 掌握网店客服的规范用语 2. 掌握有效的沟通技巧	1. 熟练掌握网店客服的接待流程 2. 培养足够的耐心与热情	2
	任务 2 掌握买家心理	1. 学会分析网店客户类型 2. 学会相应的接待策略	1. 学会揣摩客户的心理 2. 掌握与不同客户的沟通策略	2

	任务 3 应对讨价还价	1. 掌握讨价还价的技巧 2. 掌握应对不同买家讨价还价的策略	能够在与客户讨价还价的过程中灵活运用应对技巧	4
	任务 4 排除客户异议	1. 了解客户异议的分类 2. 了解产生异议的原因	掌握应对客户异议的策略	4
项目 6	任务 1 了解售前客服	1. 了解网店售前客服的含义 2. 了解网店售前客服的价值 3. 了解网店售前客服的重要性	1. 能正确理解网店售前客服的定义 2. 理解网店售前客服的重要性	2
	任务 2 商品/促销咨询	了解进行商品 / 促销咨询的过程	能顺利完成商品/促销咨询工作	2
	任务 3 推荐销售	了解进行销售建议/推荐销售的过程	掌握进行销售建议/推荐销售的技巧	4
	任务四 大宗批发	了解进行大宗购买/批发的过程	掌握大宗购买/批发的售前服务技巧	4
项目 7	任务 1 了解售中客服	1. 了解售中服务的定义 2. 了解售中服务的目标 3. 了解售中服务的中心内容	正确认识售中服务的价值	4
	任务 2 催单技巧	1. 了解未付款的原因 2. 了解催单技巧	掌握行之有效的催单技巧	2
	任务 3 修改订单	熟悉修改订单的操作流程	掌握修改订单的技能	2
	任务 4 查询订单	熟悉查询订单的操作流程	掌握查询订单的技能	2
	任务 5 发送通知	熟悉发送通知的操作流程	掌握发送通知技能	2
项目 8	任务 1 了解售后服务	1. 了解售后服务的概念 2. 了解售后服务的重要	能正确认识售后客服的价值	4

		性及主要工作内容		
	任务 2 纠纷处理	1. 了解产生纠纷的原因和客服售后处理原则 2. 掌握处理中差评的基本方法	能够应对客户的纠纷, 尤其是对差评的处理	4
	任务 3 回访客户	1. 了解客户回访的意义 2. 了解客户回访常用方法	能合理地处理纠纷并做好客户回访	4
项目 9	任务 1 了解客户关系管理	1. 了解客户关系管理的概念 2. 比较传统与电子商务下的客户关系管理 3. 客户类型的分类	能够理解电子商务行业所涉及的客户关系管理的范畴	1
	任务 2 使用客户关系管理工具	掌握客户关系管理体系的模块及其作用	能够运用客户关系管理的指导思想分析企业电子商务	1
	任务 3 实施客户关系管理	掌握客户关系管理的实施步骤	能够运用相关知识分析企业电子商务应用 CRM 的发展趋势	2

表 3 实训项目

编号	能力训练项目名称	拟实现的能力目标	相关支撑知识	训练方式手段及步骤	学时分配
1	使用电子商务平台及客服工具	掌握淘宝网交易规则及提高录入水平	电子商务平台规则及客服沟通工具的使用	上机操作	8
2.	售前客服	掌握售前客服沟通技巧	售前客服相关知识	上机操作	10
3.	售中客服	掌握中客服沟通技巧	售中客服相关知识	上机操作	10
4	售后客服	掌握售后客服沟通技巧	售后客服相关知	上机操作	10

			识		
--	--	--	---	--	--

六、教材开发与利用

1. 教材编写与使用

教育部中等职业教育专业技能课立项教材 网店客服 中国人民大学出版社

2. 数字化资源开发与利用

(1) 开发形象生动的多媒体课件，以调动学生学习的积极性和主动性，促进学生理解和掌握网店客服基本知识和操作。

(2) 利用网络教学环境，借助电子商务平台，构建电子商务网站或网店，通过网店业务实操，使学生认知网店客服岗位工作内容与工作流程，提高学生的岗位职业能力。

(3) 建立网络教学资源平台，使师生共享多媒体课件、电子教案、试题库、微课、教学视频等资源，为实现翻转课堂和远程教学做好准备。

七、教学建议

1. 教学方法

针对不同的教学内容，采用较为适合的教学方法。对实践性比较强的内容，以真实的项目、任务为载体，实现知行合一，提升学生的实践能力和专业技能；对理论性比较强的内容，可采用讲授法、案例教学等方法，实现较为理想的教学效果。

2. 教学条件

(1) 建立电子商务模拟实训室，配备客服模拟软件，完成网店客服模拟实训。

(2) 教室配备多媒体教学设备。

3. 教学团队

(1) 应具备“双师型”教师资格，具备相关网店客服经验的教学团队；

(2) 重视实践经验的学习，重视现代信息技术的应用，尽可能运用现代化、多样化手段实施理论教学和实践指导的教学团队

八、教学评价、考核要求

1、考核要求

闭卷考试

2、教学评价

（1）突出过程评价与目标评价相结合，注重实践性引导，过程评价主要对学生的出勤情况、学习态度、上机操作、课堂讨论、课后作业等情况进行评价；目标评价是在课程结束后对血色还能够在知识和技能的整体掌握情况的评价。

（2）改变传统的评价方式，注重学生动手能力和分析、解决问题的能力。

（3）注重学生网店客服岗位职业能力的评价，既对学生的网店客服基本理论知识的掌握情况和实践操作能力进行评价，又要对学生的人文素养和学习态度以及团队合作、沟通能力进行评价。

（4）对学生学习情况的评价，可以采用教师评价和学生自评、学生互评等方式进行。

九、其他说明

执 笔 人： 电子商务专业教师团队

审 核 人： 李集城、章洁

编写日期： 2021 年 4 月

广东职业技术学院

《新媒体营销》 课程标准

适用专业： 电子商务

编制单位： 广东职业技术学院

编制日期： 2021 年 4 月

广东职业技术学院商学院 制

市场营销专业

《新媒体营销》课程标准

使用专业	新媒体营销	修读学期	第 4 学期	制订时间	2021 年 7 月
课程代码	148401	课程学时	72	课程学分	3
课程类型	理论+实践	课程性质	专业必修课	课程类别	专业核心课
对应职业资格证或内容		新媒体营销职业技能等级证书			
合作开发企业		深圳市筑梦时代文化传媒有限公司			
执笔人	赖路燕	合作者	刘林海	审核人	李集城、章洁

一、 课程定位

本课程是新媒体营销专业的一门专业核心课程，该课程是依照高职教育培养目标与新媒体行业实际需求设置的专业必修课。主要面向市场营销类、电子商务类、新闻传播类、传播与策划类相关专业学生、电商从业者，以及社会学员，以实现技能提升和知识更新。

本课程既着眼于新媒体营销的前沿领域，强调对新媒体营销基本理论、策略的掌握，更强调对新媒体营销技术、方法的实际运用，培养学生的新媒体营销思维、新媒体平台应用、新媒体推广工具运用、新媒体营销策划、内容策划与传播、信息流广告运作、社交媒体互动、营销效果评测等技能。

课程具有一定的前瞻性、实用性和操作性特点，重点让学生在掌握新媒体传播基本理论、方法基础上，进一步掌握实际操作能力的训练与培养上。本课程纵向与《市场营销》、《电子商务》相衔接，横向与《数据分析》、《营销策划》有机结合。

二、 课程设计思路

新媒体营销活动是网络营销的延伸、扩展与创新，是移动互联网、电子商务未来的发展趋势。本课程的知识体系是在《市场营销》、《网络营销》课程内容的基础上进行相应扩展，涵盖了新媒体内容策划传播与新媒体平台推广两大层面的知识与实践内容。

（一）注重内容优化、坚持能力导向。

新媒体营销是网络营销的创新发展，针对各类新媒体蓬勃发展、移动互联网营销方法推陈出新、新媒体内容营销知识快速更新、直播与短视频等新业务不断

涌现等特点,根据互联网企业营销需要和传统企业向互联网转型的业务需求,分析了专业学生对新媒体领域技术和知识的学习需求,而进行了创新设计。旨在提高学生新媒体营销策划、新媒体营销执行、新媒体平台推广、新媒体营销效果评估能力。

(二) 遵循学生认知规律、开展模块化教学。

加强校企合作和产教融合,联合相关企业合作研讨,同时参考新媒体营销职业资格标准,设计开发了4个教学模块:新媒体营销认知篇、新媒体营销平台篇、新媒体营销技能篇、新媒体营销提升篇,从认知新媒体营销开始,经过介绍主流新媒体平台,到新媒体的运营策略、数据分析、负面效应及网络舆情管理、文案创作技能、图文排版技能、音频与视频处理技能,再到设置新媒体营销综合技能应用进行设计,教学内容编排以新媒体营销中常用的平台为载体,结合新媒体营销新技能,从易到难,单一到综合,系统性的介绍新媒体营销相关知识和技能,符合技术技能人才成长规律和学生认知特点。

(三) 做到与时俱进、实现拓展学习

本课程设计与与时俱进,大量吸收行业新内容、新发展、新模式、新案例,让学生紧跟行业发展,课程实施过程中引导学生访问和使用国内外知名新媒体平台,包括微博、微信公众号、头条、直播网站、知乎问答等,引导学生分析行业优秀案例,推荐学生阅读新媒体营销精华案例素材,适应企业需求和行业竞争需要,打造新媒体营销职业新人。

(四) 丰富教学方法,培养综合素养

根据学生特点和爱好,每个任务开篇配有学习导图,引导学生成倍提高学习效率,各任务详细介绍了知识目标和技能目标,以案例导入开展任务驱动学习,图文并茂,同时植入了大量的课堂讨论、实操任务等教学资源,激发了学习者的学习热情,拓宽了学生学习的维度,每个任务均设置了课堂讨论内容,最后用实训任务检验学习者的学习效果,促进学生学中做、做中学、学做合一。

在课程教学中融入思政元素,以弘扬科学精神、倡导文化自信为主线,每个任务的开篇案例均为中国传统文化与新媒体结合的相关案例,将思政元素与课程教学元素融合,融入课堂教学,起到“润物无声”、潜移默化的效果。

三、 课程学习目标

(一) 本课程学习应具备的专业能力

通过本课程的学习,学生应掌握新媒体营销基本概念、新媒体营销方法,熟悉微博、微信公众号、头条、直播网站、知识社区、微店等各类新媒体平台,掌握二维码、短链接、H5等关键技术,能够开展内容策划、微信营销、微博营销、

粉丝推广、网络直播营销等新媒体营销活动，以及微信公众号、微店等平台的推广与引流，掌握信息流广告的类型和投放策略，熟悉新媒体营销在各行业的应用，能够运用专业知识和技能截至新媒体平台开展产品的宣传、分享、销售、服务，并具备一定的网络创新、创业意识。

（二）本课程学习应具备的方法能力

通过本课程的学习，使学生具备开放的专业思维，树立牢固的专业信心，并通过基础实训内容培养学生，具备独立从事新媒体内容策划、新媒体营销和新媒体平台引流的能力。通过本课程的学习，学生还应熟悉各行业企业新媒体营销实施和发展情况，以及典型的案例，具备新媒体领域创新创业的基本条件；具备一定的自学能力，专业拓展能力和专业思维方式。

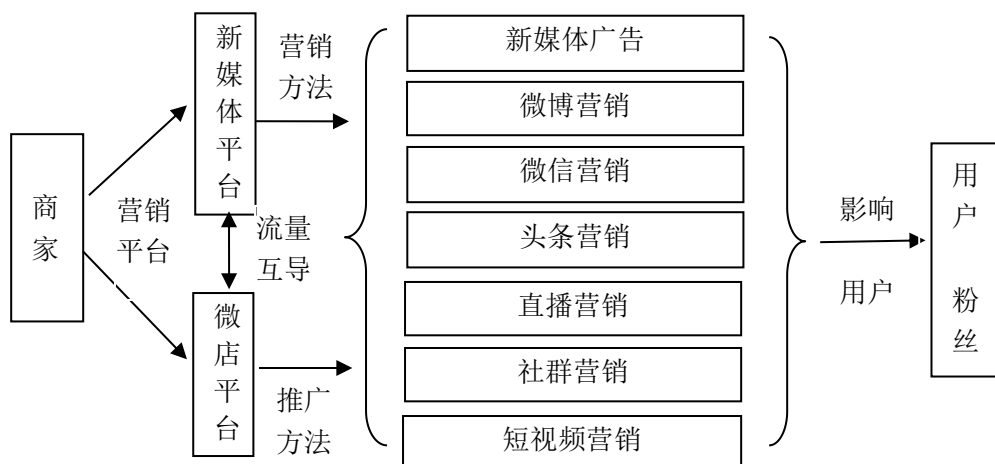
（三）本课程学习应具备的社会能力

通过本课程的学习，向学生传播新媒体营销文化和移动互联网创业意识，让学生热爱专业，树立远大理想，恪守新闻传播道德与规范，锻炼和培养学生踏实认真、求实奋进等基本素质；让学生保持对新媒体行业的兴趣和敏感性，提高学生们的内容创意与策划、网络传播、沟通协调、网络服务能力，让学生具备自学能力、岗位迁移能力和自我发展能力。

四、 典型工作任务

本课程基于新媒体营销知识学习需要和企业新媒体营销实际工作过程，设计开发了4个教学模块：新媒体营销认知篇、新媒体营销平台篇、新媒体营销技能篇、新媒体营销提升篇，从认知新媒体营销开始，经过介绍主流新媒体平台，到新媒体的运营策略、数据分析、负面效应及网络舆情管理、文案创作技能、图文排版技能、音频与视频处理技能，再到设置新媒体营销综合技能应用进行设计，让学生在真实的工作任务中学习，通过多环节的技能训练，全面掌握新媒体营销基础知识和技能，能够对新媒体营销流程、新媒体内容传播、微信公众号推广、新媒体领域的创新创业有全面的了解和认识。

新媒体营销平台：微信、微博、头条、抖音、知乎、映客、淘宝直播、B 站、移动社群等。



新媒体传播方法：口碑传播、病毒性传播、KOL 传播、事件传播、互动传播、IP 打造等。

五、课程整体设计

新媒体营销	模块一： 新媒体营销入门篇	任务 1.1 什么是新媒体 任务 1.2 什么是新媒体营销 任务 1.3 新媒体岗位及能力要求	建议 4 学时
	模块二： 新媒体运营平台篇	任务 2.1 微博营销 任务 2.2 微信营销 任务 2.3 社群营销 任务 2.4 自媒体平台营销 任务 2.5 短视频与直播营销	建议 20 学时
	模块三： 新媒体营销技能篇	任务 3.1 新媒体运营策略 任务 3.2 新媒体数据分析 任务 3.3 新媒体负面效应及网络舆情管理 任务 3.4 新媒体文案创作技能 任务 3.5 新媒体图文排版技能 任务 3.6 新媒体音频、视频处理技能	建议 30 学时
	模块四： 新媒体营销提升篇	实训周：新媒体营销综合实训	建议：实训 1 周 18 学时
	合计		72 学时

六、课程学习单元内容与要求

模块一：新媒体入门篇

学习性工作任务或项目	1. 目标：掌握新媒体营销思维和各常用方法。 2. 具体任务：掌握粉丝思维、流量思维、	载体或活动
		以“故宫”为例

	社群思维、产品思维等；以及微信营销、头条营销、抖音营销、直播营销等方法。		
	3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评		
学习方法建议	讲授法+实践法		
学习重点与难点	重点：新媒体营销方法 难点：新媒体营销思维		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	网络机房环境、能够访问各新媒体网站		
学生学习知识与技能准备	粉丝、社群、流量等理论，头条、抖音、直播等新型媒介。		
学习考核与评价	新媒体营销 20%，新媒体思维 40%，新媒体营销方法 40%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
新媒体营销概述	掌握新媒体营销的特点、优势、前景、发展趋势	新媒体营销的目标、作用、特点、趋势	1
新媒体营销方法	掌握微信营销、头条营销、抖音营销、直播营销等方法	新媒体营销方法的特点、用户偏好、内容需求等	1
新媒体营销创新思维	掌握粉丝思维、流量思维、社群思维、产品思维等理论	粉丝思维、流量思维、社群思维、产品思维	2
本学习单元学时小计			4

模块二：新媒体营销平台篇

任务 2.1：微博营销

学习性工作任务或项目	1. 目标：掌握微博营销的实施	载体或活动	
	2. 具体任务：熟悉微博营销方法、话题策划和粉丝互动，学掌握企业官微营销策略。	以春节微博话题为例	
3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评			
学习方法建议	实践法		
学习重点与难点	重点：话题策划、粉丝互动、官微营销策略 难点：官微营销策略		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	网络机房环境、能够访问各类新媒体网站		
学生学习知识与技能准备	微博粉丝、微博话题、长微博、微博互动、企业官微		
学习考核与评价	微博营销 40%，微博话题营销 30%，长微博营销 30%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
微博营销	掌握微博营销方法、开展企业官微营销、开展微博互动。	微博、粉丝、企业官微、微博互动	2
微博话题营销	熟悉微博话题策划和营销互动。	微博话题、话题策划、微博互动、微博活动	2
长微博营销	掌握长微博策划和营销实施	长微博、长微博策划	2

本学习单元学时小计	6
-----------	---

任务 2.2：微信营销

学习性工作任务或项目	1. 目标：掌握微信营销方法 2. 具体任务：掌握微信营销方法、分析微信营销策略、微信群营销、借助多个渠道开展微信营销。 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评		载体或活动
			以公众号“两块砖墨讯”为例
学习方法建议	案例法、实践法		
学习重点与难点	重点：微信营销策略、朋友圈营销、朋友圈广告、微信群营销、微信公众号推广。 难点：微信公众号推广		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	网络机房环境、能够访问各类互联网站，使用各类网络应用		
学生学习知识与技能准备	微信营销策略、朋友圈营销、朋友圈广告、微信群营销、微信公众号。		
学习考核与评价	朋友圈营销 30%，微信群营销 30%，微信公众号推广 40%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
朋友圈营销	能够根据企业需要，准备营销素材。发布朋友圈、开展朋友圈内容推广。	微信营销策略、微信营销方法、朋友圈内容定位、朋友圈图文设计	1
朋友圈广告	熟悉朋友圈广告类别、能根据企业需求投放朋友圈广告	朋友圈广告、朋友圈广告类别、朋友圈广告投放	1
微信群营销	能够建设微信群，发展微信粉丝，开展社群营销。	微信群、社群特点、内容策划、微信群营销	1
微信公众平台推广	熟悉公众号后台功能，能编辑微信图文页，能策划活动，开展公众号内容营销。	微信公众号、公众号推广方法、微信编辑器、公众号推广案例	3
本学习单元学时小计			6

任务 2.3：社群营销

学习性工作任务或项目	1. 目标：能够利用社群工具进行社群营销转化。	载体或活动
	2. 具体任务：了解社群的概念与特点。了解社群营销与私域流量。掌握社群搭建与运营。掌握社群营销转化。掌握社群营销工具。	以中华优秀传统文化社群经济研究中心为例
学习方法建议	3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评	
	案例法、实践法	

学习重点与难点	重点：社群搭建与运营、私域流量、社群营销工具、社群营销转化 难点：社群营销转化		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	网络机房环境、能够访问各行业类网站和交易平台		
学生学习知识与技能准备	社群的概念及特点、社群营销、私域流量、社群的搭建、社群营销工具		
学习考核与评价	社群产生与构成 20%，私域流量 20%，社群搭建 20%、社群运营活动 20%，社群营销工具 20%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
社群产生与构成			1
私域流量	可以针对私域流量池里面的目标用户进行内容推送和深入互动	私域流量的优势、商家自有 App、小程序乃至公众号、微信群、QQ 群等非公共大流量平台的特点	
社群搭建	掌握社群的搭建与运营的方法	社群框架搭建、社群规则制定、聚集社群成员、社群日常运营、促进社群活跃等	
社群营销转化	掌握社群营销转化的技巧	背书转化、优惠团购转化、裂变转化等	1
社群营销工具	掌握几款社群营销中常用的运营工具	小 U 管家、一起学堂、创客贴、建群宝、知识圈、鲸打卡、小打卡、群接龙的使用方法	
本学习单元学时小计			2

任务 2.4：自媒体平台——头条营销

学习性工作任务或项目	1. 目标：掌握今日头条营销方法 2. 具体任务：熟悉头条号的功能，能够策划头条图文、微头条、头条问答、头条图集等内容，并开展营销推广。 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评	载体或活动
		以自媒体承载传统文化“复兴梦”为例
学习方法建议	案例法、实践法	
学习重点与难点	重点：头条图文、微头条、头条问答、头条图集等内容推广 难点：头条图文策划与推广	
组织实施建议	理实一体项目化教学	
学习场地与设施建议	网络机房环境、能够访问各行业类网站和交易平台	
学生学习知识与技能准备	头条图文、微头条、头条问答、头条图集、西瓜视频	

学习考核与评价	头条图文营销 40%，微头条营销 20%，头条图集营销 20%、西瓜视频营销 20%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
头条图文营销	熟悉头条图文的策划，微头条的内容策划，能开展头条图文营销。	头条号的功能，能够策划头条图文、微头条、头条问答。	1
头条图集营销	熟悉图集策划与推广策略，开展图集营销。	头条图集、图集的要求、图集的编辑与发布。	0.5
西瓜视频营销	掌握西瓜视频的功能、能发布与推广短视频。	西瓜视频的功能、短视频发布与推广。	0.5
本学习单元学时小计			2

任务 2.4：自媒体平台——知乎营销

学习性工作任务或项目	1. 目标：熟悉知乎的营销功能，能创作知乎问答内容，开展问答推广 2. 具体任务：开展知乎的问答营销 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评	载体或活动	
		以西门子公司为例	
学习方法建议	实践法		
学习重点与难点	重点：知乎营销的功能、问答内容创作、问答推广 难点：问答推广		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	网络机房环境、能够访问各类互联网网站		
学生学习知识与技能准备	知乎营销的功能、问答、LIVE、问答内容创作、问答推广		
学习考核与评价	问答内容创作 50%，问答推广 50%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
头条内容建设	熟悉知乎的功能、发布知乎问答、开展知乎内容策划。	知乎的功能、知乎问答、知乎内容策划。	0.5
问答推广	掌握问答推广方法、能开展问答推广。	问答推广方法、问答推广、广告投放。	0.5
本学习单元学时小计			1

任务 2.5：短视频与直播营销

学习性工作任务或项目	1. 目标：具备互联网思维，养成移动互联网创新创业意识	载体或活动
	2. 具体任务：分析移动互联网思维，培养创新创业意识 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评	以“80 后”闽剧传承人成网红为例
学习方法建议	实践法	
学习重点与难点	重点：移动互联网思维、项目创意、技术创新 难点： 技术创新	
组织实施建议	理实一体项目化教学	

学习场地与设施建议	网络机房环境、能够访问各类互联网站		
学生学习知识与技能准备	抖音号建设、内容策划、短视频推广、直播营销		
学习考核与评价	抖音号建设 10%、内容策划 30%、短视频推广 20%、直播营销 40%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
抖音号建设	熟悉抖音平台功能、抖音号的定位与规划、短视频建设规划。	抖音功能、抖音号、抖音短视频策划、短视频	1
内容策划	掌握短视频创意、策划、脚本撰写、拍摄与剪辑的全流程。	短视频创意、短视频策划、短视频脚本、短视频拍摄与剪辑。	2
短视频推广	熟悉短视频发布流程、实施短视频推广、能开展基于内容的网络互动。	短视频发布、短视频推广、网络互动。	1
直播营销	了解直播营销的优势和主要代表平台。掌握直播营销的流程。掌握直播营销的策略	直播代表平台、如何发起一场直播、直播营销策略	3
本学习单元学时小计			7

模块三：新媒体营销技能篇

任务 3.1：新媒体运营策略

学习性工作任务或项目	1. 目标：掌握新媒体营销的目标定位和方案策划	载体或活动	
	2. 具体任务：新媒体营销策划的流程，并做典型案例分析。 3. 活动设计：案例分析-学生实操-讲评	以“李子柒的新媒体运营之道”为例	
学习方法建议	讨论法、实践法		
学习重点与难点	重点：营销目标、企业定位、策划内容、策划流程等 难点：策划内容		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	网络机房环境、能够访问国内外典型的新媒体网站		
学生学习知识与技能准备	用户定位、内容定位、平台定位、策划方案、活动策划		
学习考核与评价	目标定位 30%，策划方案 50%，活动策划 20%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
用户定位	掌握用户画像的方法，能开展典型客户分析，能抽取目标用户。	用户类型、用户需求、用户画像、典型客户分析。	1
内容定位	能根据用户特点分析用户的内容需求和访问趋势。	内容、内容类型、内容需求、内容生产方式。	1
平台定位	能根据用户画像和企业营销目标分析和选择合适的新媒体平台。	新媒体平台、平台特点、用户群体特点、平台功能。	1
营销策划与方案撰写	能根据企业营销目标制定合	企业营销目标、营销行	1

	理的营销方案，包括营销过程、活动策划、用户互动、产品宣传等。	为、营销活动、用户互动、信息传播等。	
本学习单元学时小计			4

任务 3.2：新媒体营销数据分析

学习性工作任务或项目	1. 目标：熟悉新媒体营销效果评价指标，能开展营销效果评价分析。		载体或活动
	2. 具体任务：根据典型案例，设置新媒体营销效果评价指标，开展营销效果评价分析。		以大数据解读“武亦姝现象”为例
	3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评		
学习方法建议	案例法、实践法		
学习重点与难点	重点：营销效果评价指标、访问量、播放量、转发量、点赞量 难点：营销效果评价分析		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	网络机房环境、能够访问各类互联网网站		
学生学习知识与技能准备	评价指标、访问量、播放量、转发量、点赞量、评论量		
学习考核与评价	营销效果评价指标 40%，营销效果评价分析 60%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
新媒体营销效果评价指标	熟悉营销效果评价指标，包括访问量、播放量、转发量、点赞量等。	营销效果评价指标、访问量、播放量、转发量、点赞量等。	2
新媒体营销效果评价方法	掌握新媒体营销效果评价分析方法，能撰写分析报告。	营销效果评价分析方法与分析报告的结构。	2
本学习单元学时小计			4

任务 3.3：新媒体负面效应及网络舆情管理

学习性工作任务或项目	1. 目标：能够辩证看待新媒体营销，并学会如何进行网络舆情管理。	载体或活动
	2. 具体任务：了解和思考新媒体的负面效应。2. 掌握网络舆情的概念。掌握网络舆情管理的主要内容。掌握如何进行网络舆情管理。	以中国传统佳品之尊的相关舆情事件-“糖水燕窝”为例
	3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评	
学习方法建议	阅读法、实践法	
学习重点与难点	重点：网络舆情管理的主要内容、如何进行网络舆情管理。 难点：如何进行网络舆情管理	
组织实施建议	理实一体项目化教学	
学习场地与设施建议	网络机房环境、能访问国内外典型的新媒体网站	
学生学习知识与技能准备	新媒体的负面效应、网络舆情的概念及特点、网络舆情管理的	

	主要内容、网络舆情管理的策略		
学习考核与评价	新媒体的负面效应 20%，网络舆情管理 20%，网络舆情管理的策略 60%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
新媒体的负面效应	掌握新媒体的负面效应对企业产生的影响	新媒体的四个负面效应	0.5
网络舆情管理	掌握网络舆情管理的主要内容	网络舆情的概念。网络舆情管理的主要内容	0.5
网络舆情管理的策略	掌握网络舆情管理的策略	树立积极的网络舆情应对观念。建立健全突发网络舆情应对机制。学会换位思考进行舆情回应。必须将实体处置放在首位。善待新闻媒体。	1
本学习单元学时小计			2

任务 3.4：新媒体营销文案创作技能

学习性工作任务或项目	1. 目标：掌握新媒体营销文案创作方法 2. 具体任务：介绍常见的新媒体营销文案创作方法，并做针对性练习。 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评	载体或活动	
		以第一届文物戏精大会——有趣的文案技巧使国宝们在放飞自我为例	
学习方法建议	阅读法、实践法		
学习重点与难点	重点：新媒体营销文案创作方法 难点：新媒体营销文案创意		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	网络机房环境、能访问国内外典型的新媒体网站、文案类站点		
学生学习知识与技能准备	新媒体文案特点与需求、文案结构、文案创作方法		
学习考核与评价	新媒体文案特点与需求 20%，文案结构 20%，文案创作方法 60%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
新媒体营销文案的特点与类型	掌握典型的新媒体营销文案的特点。	新媒体营销文案的特点、类型、企业需求。	2
新媒体营销文案创作思维	掌握新媒体营销文案创作思维，并加以运用。	制造对比、去抽象化、可视化、故事化等。	2
新媒体营销文案创作方法	掌握产品文案、品牌文案、推广文案、导购文案、节日文案等写作方法。	产品文案、品牌文案、推广文案、导购文案、节日文案等。	2
本学习单元学时小计			6

任务 3.5：新媒体图文排版技能

学习性工作任务或项目	1. 目标：掌握新媒体图文排版技能 2. 具体任务：了解新媒体图片及文案使用的	载体或活动
		以中国风“撞”奶

	重要性。了解新媒体图文排版设计的基本原则。掌握图文排版技巧。了解并掌握相关文字排版工具。 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评	茶：喜茶的新媒体为例	
学习方法建议	实践法		
学习重点与难点	重点：图文排版技巧、相关文字排版工具 难点：相关文字排版工具		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	网络机房环境、能访问国内外典型的新媒体网站		
学生学习知识与技能准备	新媒体图片及文案使用的重要性、新媒体图文排版设计的基本原则、图文排版技巧、相关文字排版工具。		
学习考核与评价	新媒体图文排版设计的基本原则 20%，图文排版技巧 20%，相关文字排版工具 60%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
新媒体图文排版设计的基本原则	掌握新媒体图文排版设计的基本原则	文案排版的重要性 文案排版设计基本原则	2
相关文字排版工具	掌握公众号、H5 平台的图文排版方法。	秀米、i 排版编辑器、135 编辑器、易企秀等图文排版工具及相关图片素材库的使用方法	4
本学习单元学时小计			6

任务 3.6：新媒体音频、视频处理技能

学习性工作任务或项目	1. 目标：能够利用视频处理软件，进行音视频处理。 2. 具体任务：了解录视频、收音常用设备。了解视频处理软件。掌握常用音频处理技巧。掌握常用视频处理技巧。 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评		载体或活动
			以“中国风彩妆”TOP1：国潮最前沿花西子的逆袭为例
学习方法建议	实践法		
学习重点与难点	重点：常用音频处理技巧、常用视频处理软件及视频处理技巧 难点：常用视频处理软件及视频处理技巧		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	网络机房环境、能访问国内外典型的新媒体网站		
学生学习知识与技能准备	常见音视频设备、常用视频处理软件、常用音频处理技巧常用视频处理技巧		
学习考核与评价	常见音视频设备 10%、常用视频处理软件 30%、常用音频处理技巧 30%、常用视频处理技巧 30%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
常见音视频设备	掌握常见音视频设备的特点。	音频设备的种类、视频设备的种类	1
常用视频处理软件	掌握常用视频处理软件的使用	剪映、巧影、必剪、会声会影、PR、AE	4
常用音频处理技巧	掌握常用音频处理技巧。	降噪、匹配响度	1

常用视频处理技巧	掌握常用视频处理技巧	PR 的使用技巧	2
本学习单元学时小计			8

模块四：新媒体营销提升篇

综合实训		1 周
实训目标	本周实训为用微信公众号和短视频两种工具推广传播佛山非遗文化，并对相关运营数据进行分析。通过前面学习的微信营销和短视频营销相关知识，结合佛山非遗文化特点，运用人们喜闻乐见的萌、趣、情、识营造共情体验和艺术共鸣的方式传播佛山非遗文化。学生一方面能够熟练掌握微信公众号定位、设置、写作内容风格及排版，短视频推广的流程与技巧，掌握微信公众号和短视频数据分析的技能，另一方面也能增强学生文化自信。	
实训内容	项目一：选取一项熟悉的佛山非物质文化遗产，写作一篇公众号推送文章，从而助力佛山非遗文化传播。 项目二：选取一项熟悉的佛山非物质文化遗产，制作一条短视频，从而助力佛山非遗文化传播。 项目三：学会对微信公众号和抖音短视频运营数据进行分析，从而优化项目一和项目二内容。	
本学习单元学时小计		18

七、课程考核与评价

创新课程学习考核评价方法，采取教师评价和学生互评相结合、线上线下综合评价的方式。

综合采取教师评价和学习者互评相结合、过程评价和结果评价相结合、课内评价和课外评价相结合、理论评价和实践评价相结合、校内评价和校外评价相结合的方式。改革考核手段和方法，加强实践性教学环节的考核，可采用形成性评价和终结性评价相结合的考核方法，并合理设置各部分成绩的权重。

本课程为第二学期的考查课，主要采用课程表现+营销作品+成果展示+书面报告的形式，以百分制形式计分，具体考核形式与所占比重如下表：

考核方法	平时	闭卷考试	开卷考试	口试	设计作品	论文	报告方案	实物作品	操作考试	上机考试	以证代考	其他方法： 推广效果 _____
选用“√”	☒	☐	☐	☐	☒	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☒
所占期末总成绩比例	30%				20%		30%					20%

具体评价体系及权重包括：

评价项目	评价内容	评价形式	权重（%）	分值
------	------	------	-------	----

过程性评价	基础评价	知识理解、参与讨论、回答问题、出勤情况	学习效率 (课堂表现)	20	20
	学生自评	知识掌握与态度	工作态度 学习成效	10	10
结果性评价	学习单元评价	营销方案	工作熟练程度 方案合理性	30	30
		典型工作任务的效果和质量：作品	作品质量	20	20
第三方评价	学生互评 企业教师评价	团队合作情况、工作效果	工作成果	20	20
合计				100	100

八、教材及相关资源

根据课程目标、学生实际以及本课程的理论性和实践性等特点，本课程的教学应该建设由新形态教材、多媒体课件、微课、视频、案例等素材等多种媒体教学资源为一体的配套资源库，以新形态教材为中心，微课、视频、多媒体教学课件、案例素材等为辅助，共同完成教学任务，达成教学目标。

积极开发和利用在线课程资源。充分利用诸如微课、文本、音视频、网络文章、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和网络学习论坛等数字化资源，使教学媒体从单一媒体向多种媒体转变；使教学活动从信息的单向传递向双向交互转变；使学生从单独的学习向合作学习转变。

1. 建议本课程选用的教材：

《新媒体营销》，主编：赖路燕，李集城，北京出版社，2021年

主要参考书：

《新媒体营销与运营》，主编：刘望海，人民邮电出版社，2020年

《新媒体营销概论》，主编：秋叶，人民邮电出版社，2018年

《新媒体营销》，主编：林海，高等教育出版社，2019年

《直播营销》，主编：秋叶，人民邮电出版社，2018年

《新媒体营销案例分析》，主编：秋叶，人民邮电出版社，2018年

2. 建议本课程选用的在线资源：

在线课程学习资源：学习通平台，新媒体营销，赖路燕

<https://mooc1.chaoxing.com/course/219540755.html>

在线课程学习资源：I 博导学习平台，新媒体营销相关内容

<http://www.ibodao.com>

在线课程学习资源：新媒体营销，林海，爱课程网

<https://www.icourse163.org/course/GDIT-1206311831>

在线课程学习资源：移动营销，魏振锋，爱课程网、浙江省精品在线开放课程平台

<https://www.icourse163.org/course/ZJITC-1205983815>

<http://www.zjooc.cn/course/2c9180856faa4845016ff949833e4b42>

九、 其他说明

本课程的实训内容安排在专业新媒体营销实训室内进行，要求能接入 Internet，并提供免费的高速无线网络，以便师生使用。

计算机中要求安装 Windows 7 专业版操作系统、photoshop、图片浏览器，并安装好相应的新媒体营销工具软件（H5 工具、微信电脑端、新媒体管家、西瓜助手等），以及高版本浏览器、office 办公软件、PDF 阅读器、视频播放器等常用的系统软件。