

“校企协同”专业核心课程标准

随着教育不断深化，各级政府高度重视产教融合，协同育人的人才培养模式，如何更好的开展校企合作，实现校企双主体共同育人成为目前院校发展的重中之重。通过校企协同、产教协同、多平台协同等多种形式，积极探索全方位校企协同育人的有效模式，不断提高学生实践能力、职业能力和社会服务能力，培养适应区域经济建设需要的高素质工程技术人才。梅州农业学校基于多年的校企合作经验，不断探索、创新，提出基于企业真实生产环境下的校企协同育人模式并在实际中不断总结和完善。

校企协同育人模式在梅州农业学校的具体实践

梅州农业学校把“引企入校、共建专业；产教融合，协调育人”作为办学特色，其电子商务专业作为学校和梅州市的重点专业，积极推行工学结合、产教融合，为培育学校的办学特色添砖加瓦。近几年，针对学生未来的主要就业岗位，与京东电商、能良有限公司等多家企业合作，实施基于企业真实生产环境下的“三对接，五共同”校企合作育人模式。在制定(修订)专业人才培养方案前，组织教师深入企业开展专业人才需求调研，学校老师与合作企业一线工作人员共同研究人才培养目标定位、培养规格要求、课程体系构建等关键要素，把企业文化和电商行业最前沿最实用的技术技能要求列入课程体系。培养方案确定之后，校

内教师与企业工程师共同开展课程建设，共同制定专业核心课程和实训实习课程教学标准，共同编写教材，把行业最新的知识和技能引入课堂，部分课程采取“一课双师”授课(即学校专任教师与企业兼职教师共同授课)。根据专业人才市场需求调研，针对学生毕业后面向的主要就业岗位，在校内与企业合作建立多家工作岗位不同、工作内容不同，工作难度递进的校内生产性实训基地，把学生未来在电商企业可能要遇到的几个主要的工作岗位、工作流程引入校内，学生可以在实训基地内进行网络营销、渠道推广、售前售后客服、关键词优化、网络直播、SEO等与电子商务职业岗位相关的工作，为电子商务专业学生提供真实工作场景及工作任务，把所学专业理论知识和技能立即运用到实践中，真正实现做中学，学中做。并充分利用校内生产性实训基地，培养学生吃苦耐劳、爱岗敬业、精益求精的工匠精神，在此基础上，校企协同为学生搭建电商自主创业服务平台，指导学生创新创业。在提高人才培养质量的同时，企业得到了人才支撑和经济收益，学生得到实践锻炼和劳动报酬，实现校、企、生“三赢”。

《网店开设与运营实战》课程标准

一、 课程性质

《网店开设与运营实战》是中等职业学校电子商务专业的一门专业基础课程。本课程系统地介绍了网店运营的知识，包括开设网店、采编商品信息并发布商品信息、装修网店、开展营销活动、站内推广网店、站外推广网店、订单处理及发货、分析运营数据并管理网店等。整个教学过程要求使用内外部网络教学设施和模拟实训条件较为先进的实验室进行，部分操作项目要求进行岗位角色分工合作开展实训。本课程是电子商务专业的必修课程，也可以作为电子商务相关专业群的通识性基础课。

建议课时数 72 课时，其中实训课时数不少于 30 课时，课程共计 4 学分。

二、 课程目标

（一） 知识目标

1. 了解网店开设前的准备工作、开设流程和操作；
2. 了解商品文案的组成和发布操作，掌握编写商品标题和设计详情页的方法；
3. 了解网店首页的组成，掌握店铺招牌、轮播海报和促销专区等模块的制作和装修方法；
4. 了解网店常用的营销工具和常参与的平台活动；
5. 掌握站内推广和站外推广网店的方法，了解直播的开展流程；

6. 掌握处理订单和分析网店数据的方法，了解网店客服的工作和相关操作。

(二) 能力目标

1. 能够查看各平台的开店要求，执行网上开店的基本操作；
2. 能够写作商品标题和详情页文案。
3. 能够设计网店首页图片和商品详情页。
4. 能够完成商品的上传、发布、发货和订单信息的修改；
5. 能够使用营销工具开展活动，并策划营销活动方案；
6. 能够使用站内推广工具推广网店，能在微信、微博、抖音等平台推广网店；
7. 能够做好客户服务，能使用生意参谋分析网店运营数据。

(三) 素养目标

1. 具有商品素材收集、分类整理的能力。
2. 具有思维创新能力、审美能力和数据分析能力。
3. 具有爱岗敬业、诚信友善、诚实守信、克己奉公的职业道德精神。
4. 遵纪守法、不虚假宣传，遵守营销活动、市场和平台规则。

三、课程内容与要求

序号	工作任务 (学习项目)	知识要求	能力要求	建议课时
----	----------------	------	------	------

序号	工作任务 (学习项目)	知识要求	能力要求	建议课时
1	开设网店	<ul style="list-style-type: none"> ● 了解主流电商平台及其特点。 ● 掌握开通网店的流程。 ● 了解淘宝网的主要后台操作工具。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够根据开店需求选择合适的开店平台。 ● 能够自主开通网店。 ● 能够熟练使用千牛卖家中心、千牛工作台。 	10
2	采编商品信息并发布商品	<ul style="list-style-type: none"> ● 了解商品文案写作的相关知识。 ● 了解拍摄和美化商品图片的相关知识。 ● 了解商品详情页的相关知识。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够提炼商品的卖点并编写与之相符的文案。 ● 能够拍摄和美化商品图片。 ● 能够设计详情页焦点图和商品卖点图。 ● 能够使用千牛卖家中心发布商品。 	16
3	装修网店	<ul style="list-style-type: none"> ● 了解网店首页的组成模块。 ● 了解网店首页的装修方法。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 掌握不同模块的设计与装修方法。 ● 能够根据网店的需要，完成首页的设计与装修。 	8
4	开展营销活动	<ul style="list-style-type: none"> ● 了解常用的营销工具。 ● 了解常见的营销活动。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够熟练使用掌握常用的营销工具。 ● 能够根据网店的经营需要，策划相应的营销活动方案。 	8
5	站内推广网店	<ul style="list-style-type: none"> ● 了解直通车、超级钻展、淘宝客的相关知识。 ● 了解直播的相关知识。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够新建直通车、超级钻展、淘宝客推广计划。 ● 能够根据网店的经营需要开展直播。 	10
6	站外推广网店	<ul style="list-style-type: none"> ● 了解微信公众号、微信朋友圈和微信群的相关知识。 ● 了解微博的相关知识。 ● 了解抖音短视频。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够发布微信公众号，并在微信朋友圈和微信群中推广网店。 ● 能够使用微博发布网店信息，并运营好网店官方微博账号。 ● 能够为网店制作短视频，并运营好网店的抖音账号。 	8
7	订单处理及发货	<ul style="list-style-type: none"> ● 了解处理订单的操作方法。 ● 了解使用千牛接待中心接待客户的操作。 ● 了解打包商品和发货的相关知识。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够按照客户需求灵活处理订单。 ● 能够独立开通阿里店小蜜。 ● 能够独立完成发货操作。 	6

序号	工作任务 (学习项目)	知识要求	能力要求	建议课时
8	分析运营数据并管理网店	<ul style="list-style-type: none"> ● 了解生意参谋的作用。 ● 了解网店运营团队的组成。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够使用生意参谋分析自己网店的运营数据。 ● 能够有效管理自己的网店运营团队。 	6

四、课程评价

本课程评价原则是坚持评价主体、评价过程的多元化，定量与定性评价相结合，数据化呈现学习效果，关注对学生的增值性评价。

评价内容	评价类型	评价方式	评价主体	权重
网店工具的使用 清楚淘系网店的基础工具，能够熟练地使用千牛卖家中心、千牛工作台、阿里店小蜜、生意参谋等工具执行相应的操作。	过程性评价为主，终结性评价为辅	以学生平时成绩，如课堂测试、提问、作业、考勤和表现等为过程性评价；以课业成果为终结性评价。	教师评价为主，学生个人、小组评价为辅	40%
商品信息的采编与设计 熟悉商品文案的编写方法，根据商品的卖点编写商品标题和详情页文案，并完成网店首页和详情页图片的设计。	过程性评价为主，终结性评价为辅	以学生日常课堂表现、学习任务完成度、角色表现进行过程性评价；以分析报告进行终结性评价。	教师评价为主，学生个人、小组评价为辅	20%

评价内容	评价类型	评价方式	评价主体	权重
站内推广与站外推广 熟悉推广工具和推广方法，能根据网店运营需求熟练使用店铺营销工具和付费推广工具，并选择合适的站外推广平台发布推广信息。	过程性评价为主，终结性评价为辅	以学生平时成绩，如课堂测试、提问、作业、考勤和表现等为过程性评价；以课业成果为终结性评价。	教师评价为主，学生个人、小组评价为辅	30%
直播带货 熟悉直播带货的流程，能根据运营需要策划直播脚本，完成直播的预热、筹备、推广工作。	过程性评价为主，终结性评价为辅	以学生日常课堂表现、学习任务完成度、角色表现进行过程性评价；以分析报告进行终结性评价。	教师评价为主，学生个人、小组评价为辅	10%

五、实施建议

（一）教材的选择与编写

1. 教材应依据电子商务行业发展、网店运营需要确定编写内容，学习层次递进符合中职学生学习能力特点和培养目标，充分体现实践导向、能力本位的课程设计思想，以淘系网店的基本运营流程为主线设计教材结构。

2. 教材内容符合本专业教学标准要求，广泛关注行业新知识、新技术、新方法的发展动向，融入课程思政内容，强化职业道德和电子商务法律法规，加强思维训练及方法引导，帮助学生在学习专业知识与技能的同时，掌握学习方法，培养创新意识。

3. 教材应以学生为本，图文并茂可读性强，实训内容可操作性，案例真实且具有学习价值。提供配套学习资源，如融媒体资源，便于学生自主探究学习。

（二） 教学建议

1. 在教学过程中，应注意培养学生实际操作能力，包括网店实训、网络营销推广，特别是在网络营销推广方面，应注重培养学生操作当下流行的网络营销工具（如直播、短视频营销）。

2. 注意改革考核手段和方法，可通过课堂提问、作业、平时测验、实习报告、考试等多种方法综合评价学生的学习成绩。

（三） 教学条件

1. 校内电子商务实训基地。根据课程教学需要建立电子商务专业教室，以满足专业教学中的应用为出发点，硬件配置要适度，软件配置要专业化。理论课教学应配备多媒体教室，实训教学应配备网络机房，机房应网络化并与互联网连接，应配置网店运营模拟实训软件，软件应具有模拟网店运营活动的功能，开展开通网店、发布商品、装修网店、设置营销活动、客户服务等相关操作的功能，提供真实互动的教学与实践环境。电子商务专业教室还应配备一定数量的辅助教学设施，便于教师的示范教学，如多媒体投影机、视频展示台、打印机等，以便保证教学质量、提高教学效率、降低教师的劳动强度。

2. 拓展校外实训基地，积极与业务齐全、管理规范、技术先进的行业领先企业联系合作，为学生的实训提供长期又稳定的

实训基地。

（四） 课程资源

课程资源包括教学 PPT 课件、数字化学习资源、微课（或慕课）资源、考核评价资源等学习资源，校企合作开发虚拟仿真实训系统、电子商务相关实训软件等实训资源。

六、其他说明

本课程教学标准适用于梅州农业学校电子商务专业（群）。