

目 录

2018 级电子商务专业人才培养方案	1
一、专业名称、专业类别、专业代码、专业方向	1
二、培养对象、学制和学习形式	1
三、人才培养定位与培养目标	1
四、人才培养规格	3
五、典型工作任务、职业能力分析、课程转换	4
六、人才培养模式与课程体系	5
七、教学进程安排	7
八、课程描述	15
九、考核与评价	32
十、毕业要求	33
十一、保障体系	33
十二、编制说明	41
《电子商务基础》课程标准	43
《计算机平面设计基础与应用》课程标准	60
《网页设计与制作》课程标准	79
《flash 动画制作》课程标准	100
《商务谈判》课程标准	113
《消费者心理学》课程标准	126
《国际贸易实务》课程标准	142
《电子商务法律法规》课程标准	157
《广告策划》课程标准-邓师玲	170
《IT 双创项目实践》课程标准	189
《网络营销》课程标准	204
《人像摄影》课程标准	218
《产品摄影》课程标准	230
《影视后期剪辑》课程标准	248
《影视后期特效》课程标准	265
《UED 运营》课程标准	286
《平台运营》课程标准	303

江西水利职业学院

电子商务专业人才培养方案
(三年制高职)

编制人：张奕炜

审核人：张红华

信息工程系计算机技术教研室

二〇一八年七月

第一部分 人才培养方案

一、专业名称、专业类别、专业代码、专业方向

专业名称：电子商务

专业大类：财经商贸大类

专业二类：电子商务类

专业代码：630801

专业方向：电子商务运营方向

二、培养对象、学制和学习形式

培养对象：高中毕业生或同等学力者

学 制：三年

学习形式：全日制

三、人才培养定位与培养目标

（一）社会人才需求分析

1、人才需求量分析

近年来,随着全球经济一体化和经济信息全球化的发展趋势,我国电子商务也急剧发展,使得电子商务人才严重短缺,互联网用户正以每年以 100%的速度递增,该行业的人才缺口相当惊人,预计我国在未来 10 年大约需要 200 万名电子商务专业人才。同时,国家政策也不断推动电子商务的发展,商务部已经对电子商务专业人才给予极大重视。从社会调查实践来看,绝大多数中小企业已陆续步入电子商务行列。根据电子商务研究中心和赢动教育联合发布的《2018 年度中国电子商务人才状况调查报告》中分析,运营、技术、推广销售、综合型高级管理成为现阶段企业最迫切需要的人才。

2、学历需求情况

根据有关调查结果显示,用人单位在人才的使用上逐步趋于理智,用人浪费的现象得到了很大的改善。中小企业对高职人才的需求成为了这类企业人才需求的主体,学历需求的比例构成是大专高职以上 55%,本科 35%,中专中职 5%,无所谓 5%。

3、岗位需求情况

企业对电子商务专业人才的岗位需求是我们确定专业方向的重要依据。被调查企业中,50%急需淘宝天猫等传统运营人才,54%的企业急需新媒体、社群方向人才,32%企业急需美工、视频制作等技术性人才,32%的企业急需推广销售人才,16%的企业急需供应链管理人才,33%的企业急需复合型高级人才,17%的企业急需产品策划与研发人才。流量来源逐步的分散与碎片化,淘宝、天猫等传统运营人才素质要求越来越高,需求下降比较明显,而社群、新媒体方向的人才需求非常强劲,成为第一需求。同时,复合型高级人才同比上升 11%。

4、就业岗位及能力分析

1) 电子商务专业就业方向分析

高职电子商务专业毕业生能够就业的行业主要有银行的后台运作(网络运作)、企事业单位网站的网页设计、网站建设和维护、或网络编辑、网站内容的维护和网络营销(含国际贸易)、企业商品和服务的营销策划等专业工作,或从事客户关系管理、电子商务项目管理、

电子商务活动的策划与运作、电子商务系统开发与维护工作以及在各级学校从事电子商务教学等工作。专科学生,还可以在呼叫中心从事电话营销、电子商务助理等文职的工作。

2) 电子商务专业对应的职业岗位群分析

电子商务人才分为技术型人才、商务型人才和综合管理型人才, 根据调查、综合结果, 在以上三类人才基础上对就业岗位进行进一步细分为:

技术类人才岗位方向:

1、电子商务平台设计(代表性岗位: 网站策划/编辑人员): 主要从事电子商务平台规划、网络编程、电子商务平台安全设计等工作。

2、电子商务网站设计(代表性岗位: 网站设计/开发人员): 主要从事电子商务网页设计、数据库建设、程序设计、站点管理与技术维护等工作;

3、电子商务平台美术设计(代表性岗位: 网站美工人员): 主要从事平台颜色处理、文字处理、图像处理、视频处理等工作。

商务类人才岗位方向:

1、企业网络营销业务(代表性岗位: 网络营销人员): 主要是利用网站为企业开拓网上业务、网络品牌管理、客户服务等工作。

2、网上国际贸易(代表性岗位: 外贸电子商务人员): 利用网络平台开发国际市场, 进行国际贸易。

3、新型网络服务商的内容服务(代表性岗位: 网站运营人员/主管): 频道规划、信息管理、频道推广、客户管理等。

4、电子商务支持系统的推广(代表性岗位: 网站推广人员): 负责销售电子商务系统和提供电子商务支持服务、客户管理等。

5、电子商务创业: 借助电子商务这个平台, 利用虚拟市场提供产品和服务, 又可以直接为虚拟市场提供服务。

综合管理人才岗位方向:

1、电子商务平台综合管理(代表性岗位: 电子商务项目经理): 这类人才要求既对计算机、网络和社会经济都有深刻的认识, 而且又具备项目管理能力。

2、企业电子商务综合管理(代表性岗位: 电子商务部门经理): 主要从事企业电子商务整体规划、建设、运营和管理等工作。

(二) 人才培养定位

本专业学生主要涉及电子商务产业群, 服务面向于电子商务相关工作岗位。具体从事的职业岗位(群)如下:

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域) 举例	职业资格(职业技能等级)证书 举例

财经商贸大类 (63)	电子商务类 (6308)	互联网零售(5294)、互联网信息服务(642)、互联网平台(643)、广告业(725)、其他商务服务业(729)	推销展销人员(4-01-12) 广播电影电视工程技术人员(1-01-48) 其他商业服务业人员(4-04-90)	电商客服、信息管理员、网店美工、网站运营与维护、网络营销员、电子商务运营	跨境电子商务师 助理电子商务师 中级电子商务师 企业人力资源 管理师等
----------------	-----------------	---	--	--------------------------------------	---

(三) 人才培养目标

本专业培养服务国家产业发展规划和区域经济建设的、理想信念坚定、德技并修、全面发展，具有一定的科学文化水平、良好的职业道德和工匠精神、较强的就业创业能力，掌握专业知识和技术技能，面向新媒体、移动商务和网跨境电商等行业，从事运营管理、销售推广和技术维护等工作。能完成网站网店运营、新媒体平台运营与网络营销等典型工作任务的高素质技术技能人才。

本专业的特色：依托电子商务专业中产、学、研、创于一体的育人平台，以人才培养为中心，以学科建设为龙头，以创新创业为动力，以能力培养为核心，以校企合作为手段，充分运用电子商务创业人才培养体系成果，培养有文化修养，有格局的电商人。

四、人才培养规格

根据电子商务专业人才培养目标与定位，让学生专业技能和综合职业素养协调发展，以理论教学和实践教学改革为基本内容，以校企合作、产学研结合为途径，建立适合专业特色人才培养模式和教学保证体系，完成技术技能型人才的培养根本任务。

(一) 综合职业素养

1.具有正确的世界观、人生观、价值观。坚定拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和社会参与意识。

2.具有良好的职业道德和职业素养。遵守、履行道德准则和行为规范；崇德向善、诚实守信、尊重劳动、爱岗敬业、知行合一；具有精益求精的工匠精神，具有质量意识、环保意识、安全意识、创新意识和信息素养；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够理解企业战略和适应企业文化，保守商业机密；具有职业生涯规划意识。

3.具有良好的身心素质和人文素养。达到《国家学生体质健康标准》，具有健康的体魄、心理和健全的人格，养成良好的健身与卫生习惯；具有良好的行为习惯和自我管理能力；对工作、学习、生活中出现的挫折和压力，能够进行心理调适和情绪管理；具有一定的审美和人文素养。

(二) 职业通用能力

1.知识要求

掌握接受职业技能教育和接受继续教育的文化基础知识，掌握阅读理解英文文档所必备的英语知识；

掌握网络营销、电子商务的基本理论和基本知识；

掌握资料查询的基本方法；

了解与电子商务有关的法律、法规；

掌握一定的学科背景知识和一定的人文社科知识；

掌握管理学、经济学等学科的基本理论和基本知识。

2.技能要求

掌握商品、营销、谈判、管理的基本理论和基本技术；

掌握计算机、网络技术、网页设计、网站建设维护和网络安全技术的基本理论和基本技术。

（三）职业特定能力

1.知识要求

具有良好的学习习惯，一定的抽象思维能力，较强的形象思维能力，逻辑思维能力，能够快速查阅专业的相关资料和文献，能够快速自学专业领域的一些前沿知识和技能；

能综合运用所学专业知识和及时、正确地处理工作中存在的各种问题，能积极主动地解决所在岗位的技术难题；

具有从事商品、营销、推销谈判、国际贸易、管理等商务业务活动的的能力；

具有从事基于电子信息的商务业务活动的的能力。

2.技能要求

能根据专业领域的需要，运用多种媒介、多种方式采集、提炼、加工、整理信息。掌握本专业所需的数据处理方法，并能根据数据对相关问题进行分析、预测和评价；

掌握网络技术、网页设计、网站建设维护和网络安全技术，具有商务网站设计、开发管理与维护的能力；

掌握网络营销、商务谈判与电子商务技能，具有商务管理和网络营销能力；

具有电子信息收集、整理和发布，实现资源共享能力；

具有市场营销和网络营销能力；

具有企业网站建设和网页制作能力；

具有电子商务、物流管理软件的操作与应用能力；

具有计算机网络维护和安全防范能力；

具有相关商务领域活动能力。

五、典型工作任务、职业能力分析、课程转换

序号	职业（岗位）	典型工作任务	职业能力	转换的课程
1	电子商务信息管理	网上市场调研 撰写网络营销计划书	理解和掌握市场调查原理； 灵活运用各种市场调查方法和技巧； 设计调查方案、实施方案、撰写调查报告。 整体把握企业营销战略； 具备网络营销整合于企业营销战略的意识； 通过调研分析企业所处的竞争态势； 根据企业需求、资源及外部环境确定网络营销	电子商务基础 IT 双创项目实践

			目标； 充分了解网络营销作用与相应的工具。	
2	电商客服	运用通讯工具 与客户沟通 网上导购	把握客户价值中心的原则； 熟练运用各种网上及传统通讯工具； 能够把握客户心理，冷静有效地处理各种沟通问题； 能够熟练运用通讯工具进行多媒体的传送。 能够熟悉企业产品； 能够敏锐感觉顾客心理，做出适当的沟通； 能够判断处于不同购买决策阶段的用户，并做出不同的导购对策； 熟悉销售平台操作，能解决用户应用平台的各种问题。	商务谈判 电子商务法律法规 国际贸易实务
3	网店美工	产品描述 图片处理	能够熟练地对产品各种指标进行详细地描述； 能熟练完成网店产品的宝贝描述文字的撰写， 配图字的撰写； 能通过产品拍摄和文本的结合，更好更确切地表达出产品的精致。 能根据网店需要对店铺进行视觉规划、设计； 能熟练使用软件对产品 & 模特后期图片进行处理和排版。	人像摄影 产品摄影 计算机平面设计基础与应用 网页设计与制作 Flash 动画制作
4	网络营销	推广方案制订 营销效果分析 营销优化	理解网站推广的作用； 熟悉各种网站推广工具的作用与特征； 根据企业网站的特点及网站推广工具制订方案。 能够对网络营销效果进行量化和非量化的评价； 熟悉掌握各种不同的网络营销效果分析工具； 能够根据网络营销效果分析查找存在问题并对网络营销计划和策略提出调整方案； 能够撰写网络营销分析报告。	网店美工 网络营销 UED 运营
5	新媒体维护与管理	新媒体后台管理 新媒体网站运营 新媒体信息撰写与发布	理解新媒体前后台的关系，了解新媒体内容实现机制； 能够对企业新媒体内容的调整、新媒体资源的整合、客户资源的管理等进行熟练操作； 能够和新媒体设计人员或技术人员进行良好的沟通。 具有熟练的计算机操作能力； 具有熟练地使用互联网收集信息的能力； 能快速准确加工信息、发布信息； 熟悉各种新媒体信息发布平台。	影视后期剪辑 影视后期特效 广告策划 平台运营

六、人才培养模式与课程体系

(一) 人才培养模式

- 1.构建理念：建立模拟教学环境，实施能力强化训练，加强校企合作教学。
- 2.模式类型：校企互联三双并行的教学模式

3.指导思想：根据企业工作任务要求确定岗位（群），以岗位（群）工作过程要求为导向，密切校企合作，职业能力与职业素质并重，实施基于工作过程化的人才培养模式。根据企业生产计划和行业特征以及教育部相关文件精神，采用顶岗实习和跟岗实习相结合的办法，实施柔性教学管理，在保证教学总体目标完成的条件下，相对灵活的安排各学年教学时间，课程学习和专业实训相结合，不断提升职业能力和职业素质，最终实现人才培养规格与用人单位岗位需求的最大限度符合。

4.总体框架设计

第一学年安排学生对相关企业进行认知实习，了解和体验各岗位工作流程，开设文化基础和部分专业基础课程，培养学生专业基础知识和良好的职业情感与职业态度。

第二学年注重学生校内专业课程的学习与企业实际工作的一致性，通过校内实训和校外实习等工学交融，提高学生岗位核心能力，使学生初步具有图形图像制作、网店销售推广和新媒体技术维护等专业基础能力。同时培养学生创新意识和良好的职业道德，提高学生社会适应能力、沟通协调能力及自我调节能力。

在第三学年进行毕业设计校外顶岗实习，对学生进行实际工作岗位能力训练，安排学生到企业进行为期半年的顶岗实习，重点培养学生移动商务运营、新媒体运营和网店运营等能力。培养学生良好的职业道德、科学创新精神和熟练的专业技能，提高学生认识问题、分析问题、解决问题的能力及岗位综合能力。

通过三个阶段的学习，使学生的专业技能层层递进，职业素质全面提升，在生产中逐步实现学生向生产者的转变，实现工学交替、强化生产育人。

（二）课程体系

在综合考虑电子商务专业特色情况下，在进行课程体系设计时，我们遵循了以下原则：

1.行业职业标准指导的能力本位原则

一是职业院校的课程要体现“职业性”，即把提高学生的职业能力放在突出的位置，围绕职业标准考虑满足企业生产一线反应的需求，并以此为原则来设计课程，培养企业迫切需要的高素质劳动者。

二是职业教育的课程要体现“人本性”，力求在全面掌握职业标准要求的知识、技能的情况下，教会学生掌握新知识、新技术、新方法的能力，为学生以后的发展积累“后劲”。所以，在构建以能力为本位的培养方案时，要从职业分析入手，对职业岗位（群）进行能力分解，并明确职业核心能力，并围绕核心能力的培养形成课程体系。

2.行业职业标准指导下的系统化原则

通过构建“培养方案”，实现专业课程内容与职业标准对接，教学过程与生产过程对接，同时兼顾学生的其他素质能力培养，实现学历证书与职业资格证书对接，职业教育与终身学习对接。

3.行业职业标准指导下的先进性原则

电子商务行业发展迅速，技术更新快，在制定培养方案的时候，关注相关技术的最新发展，通过校企合作等形式，及时调整课程内容和教学内容，突出本专业领域的新知识、新技术、新流程和新方法，克服专业教学存在的内容陈旧、更新缓慢，不能适应产业发展需要的弊端。

依据以上宗旨，电子商务专业的课程体系将紧紧围绕突显“育人为本,技能为重,实用为要,特色为魂”的办学理念，在编制教学安排时，将课程分为“公共基础课程”、“专业基础课程”、“专业核心课程”等三大模块，并以此为基础构建课程解决方案。公共基础课主要培养学生的人文科学素养；专业基础课主要是培养学生培养掌握电子商务的通识知识和技能；专业核心课让学生掌握电子商务的核心知识和专业技能。

4.课程体系构建的主要针对性目标

本专业致力于培养电子商务专业综合知识与能力，具有计算机网络技术、商务和企业经营管理基础理论，良好的专业操作技能，既懂信息技术，又懂现代商务的具有创新意识和创业能力的技术技能型人才。为了实现此目的专业中开设了公共关系学、供应链管理、网络营销策划和商务谈判等相关课程。

七、教学进程安排

(一) 教学总时间安排

	第一学年		第二学年		第三学年	
	上学期	下学期	上学期	下学期	上学期	下学期
军训	2周					
入学教育	1周					
课堂教学	16.5周	17周	17.5周	17周		
课程实训	1周	1周	1周	1周	8周	
毕业设计					10周	
顶岗实习						20周
考试	1周	1周	1周	1周	1周	
毕业教育					1周	
技能竞赛		1周		1周		
运动会	0.5周		0.5周			
合计	22周	20周	20周	20周	20周	20周

(二) 课程设置及学时、学分比例

1.理论教学与实践教学学时比例

项目	理论	实践教学			
	教学	实践实训	实习	岗前实训	毕业设计
学时	1192	852	560	176	220
小计	1192	1804			
所占比例	40%	60%			

说明：1.实践实训部分课时含普通课程中实验、实训课时。

2.实习部分课时包括社会实践、思政活动和顶岗实习。

3.毕业设计部分包括毕业设计环节全部过程。

2.课程学分比例

	公共基础课	专业基础课	专业核心课程	其它课程
总学分	67	26	56	20
所占比例	41%	16%	35%	8%
合计	100%			

总计学分 167

(三) 教学进程表

课程类别	课程				学分			学时数			教学周数及周学时						
	序号	课程代码	课程名称	课程性质	课程类型	考核方式	学分	学分替换	总学时	理论学时	实践学时	一	二	三	四	五	六
公共基础课	1	1100041	思想道德修养与法律基础 (I)	必修	B	考试	2	※	30	24	6	2					
	2	1100042	思想道德修养与法律基础 (II)	必修	B	考试	2	※	30	24	6		2				
	3	1501041	思修实践活动	必修	C	考查	1	※	16	0	16	0.5					
	4	1100051	毛泽东思想和中国特色社会主义体系概论(I)	必修	B	考试	2	※	44	32	12			2			
	6	1100052	毛泽东思想和中国特色社会主义体系概论(II)	必修	B	考试	2	※	44	32	12				2		
	5	1501042	毛概实践活动	必修	C	考查	1	※	16	0	16				0.5		
	7	1100091	体育与健康 (I)	必修	C	考查	2	○	36	4	32	2					
	8	1100092	体育与健康 (II)	必修	C	考查	2	○	36	4	32		2				
	9	1100093	体育与健康 (III)	必修	C	考查	2	○	36	4	32			2			
	10	1100094	体育与健康 (IV)	必修	C	考查	2	○	36	4	32				2		
	11	1100073	职业生涯规划与发展规划	必修	A	考查	2	○	32	16	16	2					
	12	1100074	就业指导	必修	B	考查	2	○	32	16	16				2		
	13	1100100	大学语文	必修	A	考查	2	○	32	28	4		2				
	14	1105022	应用文写作	必修	A	考查	2	○	32	24	8				2		
	15	1100111	高等数学 (I)	必修	A	考查	2	○	32	32	0	2					
	16	1100112	高等数学 (II)	必修	A	考查	2	○	32	32	0		2				
	17	1100081	大学英语 (I)	必修	A	考查	2	○	32	32	0	2					
	18	1100082	大学英语 (II)	必修	A	考查	2	○	32	32	0		2				
	19	1100030	计算机文化基础	必修	B	考查	4	○	64	32	32	4					
小计							38		644	372	272	14	10	4	8	5	
共 19 门课程																	

(后接下页)
(续上页)

序号	课程				学分		学时数			教学周数及周学时					
	课程代码	课程名称	课程性质	课程类型	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	一	二	三	四	五	六
1	1351050	电子商务基础	必修	B	考查	2	36	18	18	2					
2	1351910	计算机平面设计基础与应用	必修	B	考试	6	108	36	72	6					
3	1351610	网页设计与制作	必修	B	考试	4	72	36	36	4					
4	1351200	Flash 动画制作	必修	B	考试	4	72	36	36		4				
5	1351080	商务谈判	必修	A	考查	2	36	36	0		2				
6	1351840	消费心理学	必修	A	考查	4	72	72	0		4				
7	1351970	国际贸易实务	必修	A	考试	4	72	72	0		4				
小计	共 7 门课程					26	468	306	162	1	1	0	0	0	
1	1351830	电子商务法律法规	必修	A	考查	4	72	72	0			4			
2	1351100	广告策划	必修	B	考试	4	72	36	36			4			
3	1351870	IT 双创项目实践	必修	B	考查	4	72	36	36			4			
4	1351220	网络营销	必修	B	考查	4	72	36	36			4			
5	1351090	人像摄影	必修	B	考试	4	72	36	36			4			
6	1351110	产品摄影	必修	B	考试	4	72	36	36				4		
7	1351590	影视后期剪辑	必修	B	考查	4	72	36	36				4		
8	1351190	影视后期特效	必修	B	考查	4	72	36	36				4		
9	1351990	UED 运营	必修	B	考试	4	72	36	36				4		
10	1351960	平台运营	必修	B	考查	2	36	0	36				2		

序号	课程代码	课程类别	实训（实习名称）	内容	对应课程	学时	学期安排							
							一	二	三	四	五	六		
3	1361211	C	物流管理概论认知实习	通过实训，培养正确的学习目的和学习态度，养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于探索、不断进取的良好习惯；初步树立现代物流理念；培养良好的团队合作意识。	物流管理概论		0.5							
4	1551040	B	岗前实训	学生根据安排，在校内实训室开展电子商务岗前基本能力的实训练习	综合运营项目实训	66						3		
5	1551080	C	跟岗实习	学生根据安排，综合应用所学的各种理论知识 and 技能，进行全面、系统、严格的跟岗实操练习。	综合运营项目实训	110							5	
6	1561050	C	毕业设计	学生根据教师安排的选题，开展毕业设计和论文编写工作。	无	220							10	
7	1561010	C	顶岗实习	学生到专业对口的企业直接参与生产过程，完成一定的工作任务，并进一步获得专业认识，掌握专业技能，学习商务管理，培养社会经验。	无	560								20

(五) 选修课安排

学院公选课根据《江西水利职业学院公共选修课程安排汇总》，由学院统一安排，学生自选方式进行。学院选修课包括人文社科类、自然科学类等课程，分课堂类和网络类两种形式。选修课均设为考查科目，每位学生在第一学年里，必需选修《艺术鉴赏》课程并通过考核。选修课程学分上不封顶，最低不低于 12 学分（含艺术鉴赏）。

八、课程描述

(一) 电子商务基础课程描述

课程名称	电子商务基础				课程代码	1351050	
开设学期	一	总学时	36	理论学时	18	实践学时	18
先修课程	无						
教学目标	<p>理论知识目标： 掌握电子商务采购流程，掌握电子商务的基本概念与分类。</p> <p>专业能力目标： 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；掌握电子商务的主要模式及电子商务模式新发展。</p> <p>方法能力目标： 独立完成网上购物各环节的操作，会利用网络独立完成网上开店。</p> <p>社会能力目标： 培养学生善于整合资源、乐于团队协作的品质；培养不畏艰难、勇于探索的职业精神。</p>						
教学内容	电子商务基础知识 电子商务的模式 电子商务的构成 电子商务的发展 电子商务师岗位要求 网上商店开设流程						
教学重点与难点	电子商务安全、电子商务标准化流程，电子商务模式与供应链管理						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《电子商务基础》人民邮电出版社						
考核标准	理论+实操考试；利用网络独立完成网上开店或掌握初级电子商务师的理论知识并考试合格						

(二) 计算机平面设计基础与应用课程描述

课程名称	计算机平面设计基础与应用			课程代码	1351910		
开设学期	一	总学时	108	理论学时	36	实践学时	72
先修课程	无						
教学目标	<p>理论知识目标： 掌握基本制作操作流程和方法；掌握图层、通道、路径、蒙版、滤镜的使用方法以及图形合成效果图制作的技巧与方法</p> <p>专业能力目标： 具有做设计必须的图像制作基础知识；具有正确、系统理解 Photoshop 操作流程和方法的能力；具有图形合成、图形处理的能力；具有图形处理软件综合运用的能力</p> <p>方法能力目标： 语言及文字表达能力；通过自学获取新技术的能力；利用网络、文献等获取信息的能力；评估工作结果（自我、他人）的能力</p> <p>社会能力目标： 培养与他人的合作能力、交流与协商能力；具有良好的职业道德和科学的创新精神；具有决策能力和执行能力</p>						
教学内容	Photoshop 基本操作、选取和移动工具的应用、绘画和编辑工具的应用、路径和矢量图形工具的应用、文字和其他工具的应用、图层的应用、通道和蒙版的应用、图像编辑、图像颜色的调整、滤镜的应用						
教学重点与难点	路径和矢量图形工具的应用、文字和其他工具的应用、图层的应用、通道和蒙版的应用						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《计算机图形图像处理 Photoshop CS6 中文版》 人民邮电出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备图形图像处理的基本技能获得相应的资格证书，能独立设计一组商品主题海报。						

(三) 网页设计与制作课程描述

课程名称	网页设计与制作				课程代码	1351610	
开设学期	一	总学时	72	理论学时	36	实践学时	36
先修课程	平面设计、电子商务基础						
教学目标	<p>理论知识目标： 通过本课程的学习，了解 WEB 站点的工作原理；了解 WWW、HTTP、HTML、CSS 的定义，概念和作用；掌握各种 HTML 标签；了解各种 CSS 样式的定义和使用</p> <p>专业能力目标： 具有 HTML5 Web 前段基础知识；具有正确、系统理解 Dreamweaver 操作流程和方法的能力；具有手动快速完成各种页面编写的能力</p> <p>方法能力目标： 语言及文字表达能力；通过自学获取新技术的能力；利用网络、文献等获取信息的能力；评估工作结果（自我、他人）的能力</p> <p>社会能力目标： 作中的与他人的合作能力、交流与协商能力；具有良好的职业道德和科学的创新精神；具有决策能力和执行能力</p>						
教学内容	HTML5 基础、HTML5 基本页面元素、使用 CSS3 设置元素样式、CSS3 的盒模型及网页布局						
教学重点与难点	HTML 语言、页面布局，CSS 样式、CSS 滤镜						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《HTML5+CSS3 Web 前端开发技术》 人民邮电出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备信息技术服务人员岗位的基本技能，获得相应 Web 前端的资格证书。						

(四) 动画制作课程描述

课程名称	Flash 动画制作				课程代码	1351200	
开设学期	二	总学时	72	理论学时	36	实践学时	36
先修课程	平面设计						
教学目标	<p>理论知识目标： 通过任务引领型的项目活动，了解 FLASH 软件的基本概念、软件特性和历史演变，了解 FLASH 动画的艺术特征，学习各种命令的使用和 Actionscript 脚本语言，领会交互媒体在动画中的特殊作用，掌握 FLASH 作品创作的步骤与方法，同时具备良好的审美观点</p> <p>专业能力目标： 能熟悉各种平台上的 FLASH 作品的特性；能掌握 FLASH 软件的各种命令和 Actionscript 脚本语言</p> <p>方法能力目标： 能调 FLASH 视频和音频的同步；能根据不同的要求完成作品</p> <p>社会能力目标： 要求学生能够具备耐心、细心的工作态度、良好的审美能力、坚定的毅力</p>						
教学内容	Flash 动画制作基础、常用绘图工具、常用编辑功能、调制颜色、简单动画制作、图形的操作与应用、影片剪辑、按钮与场景						
教学重点与难点	界面、工具的属性及基础动画操作过程						
教学组织	多媒体教学+实际操作法						
教学手段和方法	讲授法、案例教学法、情景教学法、讨论法						
教材与参考书	《Flash 动画制作》 人民邮电大学出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备相关岗位的基本技能，能独立制作一组动画表情						

(五) 商务谈判课程描述

课程名称	商务谈判			课程代码	1351080		
开设学期	二	总学时	36	理论学时	36	实践学时	0
先修课程	电子商务基础						
教学目标	<p>理论知识目标：</p> <p>通过对本课程的学习，要求学生掌握国际商务谈判的定义、流程、类型、原则；熟悉国际商务谈判过程的几个阶段；掌握国际商务谈判的基本方法、技巧和策略。</p> <p>专业能力目标：</p> <p>掌握商务谈判开局的方法和策略；掌握商务谈判的策略和技巧；掌握打破僵局的策略和技巧；掌握合同签订的程序和注意事项；掌握商务谈判语言的技巧。</p> <p>方法能力目标：</p> <p>能根据谈判情况随机应变，灵活运用谈判的策略，具有一定的谈判能力和决策能力；能坚守谈判目标，及时调整心态，防止挫败感的危害，保持积极心态和顽强毅力，不受对方威逼利诱的干扰，促成谈判的成功。</p> <p>社会能力目标：</p> <p>锻炼提升学生的心理素质，树立正确的谈判观念，使学生能够冷静沉着面对谈判中的僵局、威胁、诱惑，并使学生能够树立保密、谨慎的职业素质，培养学生遵纪守法、不为私利损害国家、集体和他人利益的职业道德。</p>						
教学内容	商务谈判前期准备，商务谈判开局，商务谈判报价与磋商，商务谈判的成交与签约，商务谈判后续工作。						
教学重点与难点	商务谈判前期准备，商务谈判的成交与签约						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《商务谈判》 人民邮电出版社						
考核标准	理论+实操考试；能独立撰写一份谈判计划书，并拟定相应的商务合同。						

(六) 网店美工课程描述

课程名称	消费心理学			课程代码	1351840		
开设学期	二	总学时	72	理论学时	72	实践学时	0
先修课程	电子商务基础						
教学目标	<p>理论知识目标：</p> <p>该课程通过对企业管理、电子商务等相关职业工作岗位进行充分调研和分析，借鉴先进的课程开发理念和基于工作过程的课程开发理论，进行重点建设与实施的学习领域课程。目标是培养学生掌握营销活动中顾客的心理活动现象及规律，使学生能够具备从事营销或销售工作的职业技能。</p> <p>专业能力目标：</p> <p>掌握消费者的消费心理和行为的基本规律；掌握不同消费群体的消费心理，掌握影响消费者消费心理的因素；掌握如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为；提高学生在未来营销或销售岗位上职业化定位；结合市场调查课程所学的技能，能够进行消费者的某项消费心理调查；结合商店的季节销售实际，能够进行消费者购买心理活动分析。</p> <p>方法能力目标：</p> <p>培养学生善于总结与应用实践经验的能力；独立学习能力；决策能力。</p> <p>社会能力目标：</p> <p>具有良好的沟通能力与团队协作精神；具有提出问题、分析问题及解决问题的能力；具有吃苦耐劳和良好的抗压心理素质。</p>						
教学内容	走进消费者心理，把握消费者的感知觉，把握消费者的记忆与学习，把握消费者的情感与态度，分析消费者的个性与自我意识，唤醒消费者的需要与购买决策。						
教学重点与难点	分析消费者的个性与自我意识，消费者的记忆与学习						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《消费者心理学》 人民邮电出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备从事营销或销售工作的职业技能。						

(七) 国际贸易实务课程描述

课程名称	国际贸易实务			课程代码	1351970		
开设学期	二	总学时	72	理论学时	72	实践学时	0
先修课程	电子商务基础、文案策划						
教学目标	<p>理论知识目标： 掌握国际贸易中的基本概念和基本原理，能熟练掌握各种相关概念及国际贸易的分类</p> <p>专业能力目标： 学生能够熟练准确地完成品质、数量、包装条款的制订</p> <p>方法能力目标： 能够正确处理进出口业务的基本环节，掌握各环节的操作要点及步骤，正确完成进出口合同的履行</p> <p>社会能力目标： 开发学生的智力，培养学生敏锐的观察能力、丰富的想象能力、科学的思维能力。能灵活处理进出口业务中出现的贸易纠纷情况，具有良好的团队合作精神和协调能力，同时具有诚信开朗的性格，善于交流沟通</p>						
教学内容	根据进出口业务过程可以分三个学习项目，即项目一：交易磋商，项目二：进出口合同条款，项目三：进出口合同履行。						
教学重点与难点	能合理进行贸易谈判，运用往来函电解决合同的谈判，合理签订合同条款。						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《国际贸易实务》人民邮电出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备相关岗位的基本技能，能根据企业的战略目标和产品定位独立完成一份商务项目计划的拟定。						

(八) 电子商务法律法规课程描述

课程名称	电子商务法律法规				课程代码	1351830	
开设学期	三	总学时	36	理论学时	36	实践学时	0
先修课程	平面设计						
教学目标	<p>理论知识目标： 使学生了解电子商务法律相关知识，为以后从事电子商务活动提供法律保障，能掌握电子商务法的基本原理；能了解国内外电子商务立法概况</p> <p>专业能力目标： 具有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</p> <p>方法能力目标： 具有分辨法律问题归属的能力；具有依据法律问题的性质寻找相关工具书及案例的能力；具有独立分析和解决电子商务法律问题的能力；具有自主学习和终身学习的能力</p> <p>社会能力目标： 具有良好的社会责任感、工作责任心，能主动参与到工作中。具有诚实守信的职业道德和敬业精神</p>						
教学内容	认知电子商务法，电子商务立法概况，电子商务交易主体法律制度，数据电文、电子签名与电子认证法律制度，电子合同法律制度，知识产权保护法律制度，消费者权益及隐私权保护的法律制度，电子商务纠纷的解决						
教学重点与难点	电子合同的订立、成立、生效、电子商务中消费者索赔权的保护						
教学组织	多媒体教学+实际操作法						
教学手段和方法	讲授法、案例教学法、情景教学法、讨论法						
教材与参考书	《电子商务法律法规》 人民邮电大学出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备相关岗位的基本技能，能独立运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中遇到的相关法律问题。						

(九) 广告策划课程描述

课程名称	广告策划				课程代码	1351100	
开设学期	三	总学时	72	理论学时	36	实践学时	36
先修课程	电子商务基础、网络营销、市场营销						
教学目标	<p>理论知识目标： 通过本课程的学习，掌握其面向对象的程序设计的基本方法；提高学生商务文案写作的专业素质。电子商务营销活动整体策划的综合能力。创新能力和实践能力。</p> <p>专业能力目标： 通过本课程的学习使学生掌握商务文案写作的基本概念、理论。了解各类商务文案的用途。掌握各主要类型商务文案的基本写法。</p> <p>方法能力目标： 培养学生利用网络获取信息并合理使用信息的能力；独立的自我学习、自我更新的能力；独立思考、解决实际问题的能力等三种能力。</p> <p>社会能力目标： 要求学生能够具备良好的思想品德和政治素质。具有良好的职业道德和高度的敬业精神。遵纪守法，具有良好的文化素养。</p>						
教学内容	通过本课程的学习，使学生系统掌握常用的商务应用文章的实际用途和写作要领，从而在今后工作中能解决商务活动中的实际问题。						
教学重点 与难点	<p>教学重点：商务业务文案</p> <p>教学难点：商务创意策划文案</p>						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段 和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参 考书	《电子商务文案策划与写作》 人民邮电大学出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备文案策划人员岗位的基本技能，能独立完成一份活动策划。						

(十) IT 双创项目实践课程描述

课程名称	IT 双创项目实践			课程代码	1351870		
开设学期	三	总学时	72	理论学时	36	实践学时	36
先修课程	平面设计、电子商务基础						
教学目标	<p>理论知识目标： 通过本课程的学习，掌握合理利用创业资源的能力；掌握创业计划制定和创业项目设计的能力。</p> <p>专业能力目标： 了解开展创新、创业活动所需要的基本知识；理解创新、创业的基本内涵、创业活动的特殊性；掌握寻找、把握创新、创业机会的能力；</p> <p>方法能力目标： 培养必要的创新意识和创业能力，自主学习新知识的能力，通过各种渠道，获得需要的知识支撑的能力；培养学生收集资料、撰写创业计划书的能力；培养学生科学思维、协作，创新，以适应学生职业生涯发展需要的能力。</p> <p>社会能力目标： 与人沟通的能力；小组合作的能力；团队合作进行创业项目设计的能力。</p>						
教学内容	专业教育，认知文化创意，影视文化创意，设计文化创意，创意会展，创意应用，感知创业，创业者与创业团队认知，创业机会识别，创业机会开发，创业机会利用						
教学重点与难点	从音乐、电影、娱乐等领域选取典型案例分别讲解分析其创意；从艺术、设计领域选取典型案例分别讲解分析其创意						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《移动电商创业手册》 人民邮电出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备相关岗位的基本技能，使学生创新精神、创业意识和创新创业能力增强。						

(十一) 网络营销课程描述

课程名称	网络营销			课程代码	1351220		
开设学期	三	总学时	72	理论学时	36	实践学时	36
先修课程	市场营销、电子商务基础、平面设计、商业摄影						
教学目标	<p>理论知识目标：</p> <p>认识网络营销的发展演变规律及现阶段网络营销的特征；理解网络营销定义及内涵；理解网络营销的基本原理及核心思想；认识网络营销的内容体系及演变。</p> <p>专业能力目标：</p> <p>熟练应用网络营销常用工具和资源；熟悉主要的网络营销方法，重点掌握并熟练应用内容营销及社会化营销的常用方法；关注网络营销新发展，了解网络广告新模式、生态型网络营销及分享式营销的核心思想。</p> <p>方法能力目标：</p> <p>使学生能够根据企业的实习情况制定出相应的网络营销解决办法，并最终帮助企业解决网络营销中的实际问题，让企业在激烈的市场竞争上求得生存和发展。</p> <p>社会能力目标：</p> <p>培养学生适应网上贸易工作的好业务素质和身心素质，具备一定的网络营销基本素质，增强学生的现代市场竞争意识；培养学生分析问题、解决问题的实际运用的能力；学生应具有较强的政治素质，具有合作精神和创新精神。</p>						
教学内容	网络营销方法，网络营销工具，网络品牌的建设，网络推广，网络营销实战演练。						
教学重点与难点	网络营销工具的了解与应用，网络品牌的建设及网络营销实战演练						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《网络营销实务》 人民邮电出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备网络营销服务人员岗位的基本技能，获得相应的营销系列资格证书。						

(十二) 人像摄影课程描述

课程名称	人像摄影			课程代码	1351090		
开设学期	三	总学时	72	理论学时	36	实践学时	36
先修课程	文案策划、网络营销、平面设计、商业摄影						
教学目标	<p>理论知识目标：</p> <p>掌握各种灯光使用的基本知识；掌握人像摄影构图的基本知识；了解人像摄影的历史及现状</p> <p>专业能力目标：</p> <p>掌握时尚摄影拍摄的基本知识；掌握观念人像拍摄的基本知识</p> <p>方法能力目标：</p> <p>能熟练地使用各种灯具。；能有效的与拍摄团队进行沟通；能熟练掌握商业人像摄影中的各项流程；能进行后期制作；能进行创造性的人像拍摄</p> <p>社会能力目标：</p> <p>在“项目化”教学过程中，锻炼学生的团队合作能力、专业技术交流的表达能 力；制定拍摄计划的能力；获取新知识、新技能的学习能力；解决实际问题的 工作能力。</p>						
教学内容	摄影室设备的使用，摄影室灯光的各种光位练习，模拟商业项目练习，创作，公益人像，观念人像，人像后期						
教学重点与难点	人像前期布光，人像后期修饰						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《数码摄影后期处理秘笈》机械工业出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备相关岗位的基本技能，能熟练掌握人像摄影拍摄的技能 和流程。						

(十三) 产品摄影课程描述

课程名称	产品摄影			课程代码	1351110		
开设学期	四	总学时	72	理论学时	36	实践学时	36
先修课程	平面设计、商业摄影						
教学目标	<p>理论知识目标：</p> <p>运用多种方法检索信息、使用相机及辅助工具进行吸光类商品的拍摄、反光类商品的拍摄、透明类商品的拍摄等工作，并能对拍摄作品进行简单处理。</p> <p>专业能力目标：</p> <p>能读懂任务书，与客户和业务主管等相关人员进行专业沟通，记录关键内容，明确商品拍摄任务时间和要求，共同制定商品拍摄计划；收集、整理任务所需的资料和素材，准备拍摄所需设备、工具、样品和材料；</p> <p>方法能力目标：</p> <p>能够根据商品拍摄工作流程、产品知识，依据所拍摄产品的特性，选择拍摄主题，拍摄商品配饰搭配，选择物品构图方法，运用商品拍摄用光、布光等技巧，进行商品拍摄。</p> <p>社会能力目标：</p> <p>交付作品后，进行商品拍摄作品的评价分析，向客户提交拍摄的成果；能积累与职业相关的素材，总结拍摄技巧及图片简单处理方法；能遵守职业道德，形成良好的职业素养。</p>						
教学内容	接收吸光类商品的拍摄任务与拍摄方案确定；拍摄器材选择、拍摄环境搭建；商品的拍摄；图片后期处理；图片评价分析及总结						
教学重点与难点	掌握产品拍摄流程，产品效果设计、产品拍摄创意						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《产品摄影教程》 人民邮电出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备摄像师人员岗位的基本技能，能独立完成一组产品拍摄作品。						

(十四) 影视后期剪辑课程描述

课程名称	影视后期剪辑				课程代码	1351590	
开设学期	四	总学时	72	理论学时	0	实践学时	72
先修课程	文案策划、网络营销、平面设计、商业摄影						
教学目标	<p>理论知识目标： 领会客户意图，撰写文稿和分镜头稿本；熟练进行素材采集，并对素材进行处理；能为影片添加转场、特技、字幕和音乐；</p> <p>专业能力目标： 学会思考，要求学生不能一味模仿老师的制作效果，作品中要有自己的构思和创意；学会提问，教学中鼓励学生敢于提问，善于提问，培养学生的创造力和想象力，养成学生探究的习惯，不断提高独立解决问题的能力</p> <p>方法能力目标： 根据作品的使用要求输出适当的视频格式；能够根据要求制作出用户满意的各类作品。</p> <p>社会能力目标： 热爱影视制作艺术，对待工作精益求精，具有吃苦耐劳的精神；自学能力强，紧跟技术发展的最新动态，具有较好的团队合作精神，严于律己，宽以待人，善于交流沟通。</p>						
教学内容	入门知识，工作流程，编辑技巧，运动设置，转场效果，视频特效，字幕设置，音频编辑，渲染输出，综合项目训练						
教学重点与难点	能根据文稿编写出分镜头脚本；能够根据提供的素材撰写出符合题意的文稿						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《影视编辑剪辑制作实战从入门到精通》人民邮电出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备相关岗位的基本技能，能独立完成一部短片的剪辑制作。						

(十五) 影视后期特效课程描述

课程名称	影视后期特效				课程代码	1351190	
开设学期	四	总学时	72	理论学时	0	实践学时	72
先修课程	文案策划、网络营销、平面设计、商业摄影						
教学目标	<p>理论知识目标： 了解 After Effects 的特点及界面；了解影视视频特效制作的原理；掌握逐粒子动画的制作方法和应用；AE 常见特效的制作方法和应用</p> <p>专业能力目标： 让学生能够了解现代动画设计与制作的发展趋势；让学生能够熟悉 After Effects 软件的操作应用；让学生能够掌握片头的设计及制作；让学生能够独立设计并制作简单特效；让学生能够独立设计并制作复杂特效</p> <p>方法能力目标： 让学生能够与客户进行沟通，制定满足客户需求策划方案；让学生能够在动漫企业动画片制作团队中承担基础性的工作</p> <p>社会能力目标： 具有良好的社会责任感、工作责任心，能主动参与到工作中；具有团队协作精神，能主动与人合作、与人交流和协商。</p>						
教学内容	After Effects 基本操作，色彩调整效果，风格化艺术效果，转场过渡效果，变形扭曲效果，光芒效果，抠像效果，模拟仿真效果，综合案例						
教学重点与难点	艺术类特效的制作方法和应用、关键帧动画的制作方法和应用						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《After Effects 影视创意特效 220 例》机械工业出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备相关岗位的基本技能，能独立完成一部短片的特效制作。						

(十六) UED 运营课程描述

课程名称	UED 运营				课程代码	1351990	
开设学期	四	总学时	72	理论学时	36	实践学时	36
先修课程	文案策划、网络营销、平面设计、商业摄影						
教学目标	<p>理论知识目标: 通过本课程学习,使学生了解根据 VI 设计的程序,进行市场调研与正确的设计定位,培养整体策划方案的能力;单独或参与小组完成项目的开发,从 VI 的基础系统到应用系统,完整、系统地进行 VI 设计与 VI 手册的编辑设计制作的能力</p> <p>专业能力目标: 能够进行有效的市场调查,能够完成策划方案,能够制作完整的 VI 手册</p> <p>方法能力目标: 培养学生的学习能力、工作能力、信息收集处理的能力、分析问题解决问题的能力、创新能力</p> <p>社会能力目标: 具有良好的社会责任感、工作责任心,能主动参与到工作中;具有团队协作精神,能主动与人合作、与人交流和协商。</p>						
教学内容	VI 设计,基础要素设计,应用系统设计,制作 VI 手册						
教学重点与难点	VI 设计的概念要素、应用系统设计,VI 系统、VI 展示						
教学组织	现场教学;分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《VI 设计》浙江人民美术出版社						
考核标准	理论+实操考试;具备品牌设计人员岗位的基本技能,能独立完成一本 VI 手册的设计制作。						

(十七) 平台运营课程描述

课程名称	平台运营				课程代码	1351960	
开设学期	四	总学时	36	理论学时	18	实践学时	18
先修课程	文案策划、网络营销、平面设计、商业摄影						
教学目标	<p>理论知识目标： 使学生牢固树立现代网络营销观念，掌握市场营销的基本理论和方法，了解企业网络营销活动的实际情况，积累电子商务和营销实践经验，提高学生从事网络营销活动所具备的职业素质和能力</p> <p>专业能力目标： 掌握有关网络营销的基本概念和基本理论，重点掌握搜索引擎营销、企业网站营销、社会化营销、微信营销等，培养学生全网整合营销的运作能力。</p> <p>方法能力目标： 提高学生分析解决问题的能力课堂讨论或辩论过对电子商务现实市场热点问题的讨论、辩论，充分调动学生学习积极性和参与性，提高学生获取知识能力、思维能力和分析解决问题的能力。</p> <p>社会能力目标： 具有良好的社会责任感、工作责任心，能主动参与到工作中；具有团队协作精神，能主动与人合作、与人交流和协商。</p>						
教学内容	微博写作、微博写作实践、微博营销、微博营销实践，微信朋友圈及公众号写作，微信公众号及朋友圈写作实践，淘宝商品写作、淘宝客写作实践，图片写作、图片写作实践，手机短信写作、手机短信写作实践，视频写作、视频写作实践						
教学重点与难点	软文的创意写作，软文的创意编辑，软文的创意排版						
教学组织	现场教学；分组教学						
教学手段和方法	信息化教学、案例教学法、讨论法						
教材与参考书	《软文写作与营销》清华大学出版社						
考核标准	理论+实操考试；具备品牌设计人员岗位的基本技能，能独立完成一篇软文的排版和写作编辑。						

九、考核与评价

根据《江西水利职业学院考试管理办法（试行）》和《江西水利职业学院学分制实施细则（试行）》等相关规定，学生课程考核和评价在执行主体和成绩组成方面要求如下：

（一）考核评价执行

公共基础课程、专业基础课程、专业核心课程等校内课程为校内考核；跟岗实习由学校和企业共同考核与认证，以学校为主。顶岗实习由学校和企业共同考核与认证，以企业为主。

（二）考核成绩组成

各门课程严格按照课程标准要求进行考核，考核主要以“过程考核+期末考试”相结合的方式进行。其中过程考核是指对学习过程的考核，主要从出勤情况、课堂表现、课程作业完成情况等三方面进行。

纯理论课程（A类）总评成绩应由学生平时成绩及期末考试成绩组成。其中学生平时成绩（含出勤率、作业完成率、平时测验成绩、课内提问及期中测验等）占总评成绩的50%，期末考试成绩占总评成绩的50%。

2. 理论含实践课程（B类）总评成绩

（1）该类课程无整周实训时，平时成绩占总评成绩的30%，课内实践成绩占总评成绩的40%，期末考试成绩占总评成绩的30%。

（2）该类课程有整周实训时，整周实训总成绩占总评成绩的40%，平时成绩（含课内实践）占总评成绩的30%，期末考试成绩占总评成绩的30%。

3. 纯实践课程（C类），平时训练等成绩占总评成绩的50%，实践考试（含期末成果）成绩占总评成绩的50%。

对于理论含实践课程（B类）的整周实训总成绩执行纯实践课程（C类）的成绩构成比例，并根据总成绩计算学分和绩点，记入学籍档案。

4. 毕业设计，按等级制计算成绩，平时成绩占总评成绩的20%，论文成果成绩占总评成绩的30%，答辩成绩占总评成绩的50%。

如学生参与毕业设计情况无法达到专业基本标准，毕业设计主带教师可以直接拒绝学生参加毕业答辩，毕业设计成绩直接认定为不合格。

（三）考核成绩的显示

纯理论课程（A类）、理论含实践课程（B类）总评成绩以百分制表示，纯实践课程（C类）总评成绩以等级制表示。

十、毕业要求

(一) 学分要求

	公共基础课	专业课程		专业拓展课程	校外实践	创新创业学分	公共选修课	操作学分	合计
		专业基础课	专业核心课程						
总学分	52	26	56		20	上不封顶	上不封顶	25	
必要学分	52	26	56		20	4	12	10	180

(二) 计算机和外语能力要求

表 10-1 计算机与外语能力要求表

序号	证书名称	等级	颁证机构	要求
1	全国计算机等级考试	二级	教育部考试中心	选考
2	高等学校英语应用能力考试	A、B 级	高等学校英语应用能力考试委员会	选考

(三) 证书要求

表 10-2 职业资格证书要求表

序号	证书名称	颁证机构	要求
1	电子商务应用员	劳动和社会保障部	必选 其中 一项
2	图形图像处理员	人力资源和社会保障部	
3	网页制作员	人力资源和社会保障部	
4	CECC 电子商务师	工业和信息化部和中国电子商务协会	
5	CECC 新媒体运营师	工业和信息化部和中国电子商务协会	
6	CECC 网络营销师	工业和信息化部和中国电子商务协会	
7	CECC 数据分析师	工业和信息化部和中国电子商务协会	
8	CECC 物流师	工业和信息化部和中国电子商务协会	
9	CEAC 电子商务运营师	国家信息产业部和中国电子商务协会	
10	CEAC 网店运营师	国家信息产业部和中国电子商务协会	
11	CEAC 电子商务营销师	国家信息产业部和中国电子商务协会	
12	CETC 电子商务能力认证	淘宝大学技术资格和水平考试	

十一、保障体系

(一) 师资配置保障

1、专业教学团队

(1) 年龄结构

电子商务专业现有专任教师 6 人，其中 40 周岁以下教师 5 人，占教师总人数的 83%，40 周岁以上专任教师 1 人，占教师总人数的 17%。

(2) 学历（学位）结构

计算机应用技术专业教学团队具有硕士以上学位人数 6 人,占总教师人数的 75%,所有教师学历均在本科以上。

(3) 职称结构

电子商务专业现有副教授以上高级职称 6 人，占教师总人数的 40%，讲师 6 人，占教师总人数的 40%。

表 11-1 电子商务专业教师信息表

序号	授课教师	职称	学历学位	任课课程	备注
1	张红华	副教授	本科	IT 双创项目实践	系主任
2	章慧云	副教授	硕士研究生	消费心理学	图文信息中心主任
3	戴智英	副教授	硕士研究生	电子商务法律法规	人事处处长
4	万春晖	副教授	硕士研究生	产品摄影	图文信息中心副主任
5	徐军	副教授	本科	计算机平面设计基础与应用	动漫教研室主任
6	闵道辉	讲师	硕士研究生	商务谈判	系副主任
7	夏德宏	副教授	硕士研究生	国际贸易实务	专任教师
8	余美华	讲师	硕士研究生	影视后期剪辑	主任助理
9	陈红艳	讲师	硕士研究生	网页设计与制作	专任教师
10	季红芳	讲师	硕士研究生	影视后期特效	专任教师
11	汤伟	讲师	硕士研究生	网页设计与制作	专任教师
12	张奕炜	助理讲师	硕士研究生	UED 运营、平台运营	电商专业带头人
13	章亦淼	助理讲师	硕士研究生	网页设计与制作	专任教师
14	涂莹霞	讲师	硕士研究生	广告策划	专任教师
15	刘婷	助理讲师	本科	计算机文化基础	兼职教师
16	邱翔	助理讲师	本科	计算机文化基础	兼职教师
17	周园园	助理讲师	硕士研究生	网络营销	兼职教师

2、教师知识、能力与素质要求

为保证教学质量，培养符合社会需求的技术技能型人才，建立了以专业带头人、课程负责人、骨干教师和兼职教师四级的师资配置保障体系。

（1）对专业带头人的基本要求

①知识要求

专业带头人应精通电子商务的理论知识，了解互联网 IT 行业发展动态，掌握国内同类专业的建设和发展状况。

②能力要求

专业带头人应有能力组织带领专业教学团队开展教学改革和生产科研等工作。

③素质要求

专业带头人应参加教育部培训基地组织的高职教育教改研讨及培训。参加高职高专电子商务专业指导委员会研讨会，了解国内电子商务发展动态，跟踪前沿技术。专业带头人应定期到本专业对口的科研和生产单位进行专业调研，了解生产一线的新技术、新设备应用情况；回访用人单位和毕业生，征求他们对专业教学的意见和建议，以便更好地指导专业建设，更新教学内容，提高毕业生的工作适应能力。

（2）对专业课程负责人的基本要求

①知识要求

课程负责人应系统的掌握所负责课程领域的理论知识和技能要求。

②能力要求

专业课程负责人应能够准确把握课程建设内涵，对课程建设有思路有目标。专业课程负责人应有能力胜任课程教学团队的组建与管理工作。

③素质要求

专业课程负责人应参加教育部培训基地组织的课程开发培训，参与专业课程的开发工作；定期到本专业对口的科研和生产单位进行实践锻炼，提高技术水平。专业课程负责人应组织教学团队多种形式的教学研讨活动。

（3）对专业骨干教师的基本要求

①知识要求

骨干教师应系统的掌握所承担课程领域的理论知识和技能要求。

②能力要求

骨干教师能够协助专业带头人制定专业标准、参与课程体系改革；能够主持或参与专业核心技能课程建设。

③素质要求

骨干教师应定期到本专业对口的科研和生产单位进行实践锻炼，提高技术水平。应协助专业带头人、课程负责人参与专业建设与课程建设，编制教学文件。

（4）对企业兼职教师的基本要求

为满足培养技术技能型人才的需要，电子商务专业在人才培养中应着重加强实践教学活

动，聘请企业的高级人才作为兼职教师。

①知识要求

兼职教师应系统的掌握电子商务专业相关理论知识,并在某一专业方向具有自己独到的见解。

②能力要求

兼职教师应长期在企业中从事相关工作。

③素质要求

兼职教师应热爱教学岗位,能够胜任在生产单位作为指导教师指导实习学生的实践教学工作,并能定期到校为学生讲解相关课程。兼职教师应参加专业相关的教学、专业建设等研讨会。

(二) 实验实训条件保障

1 校内实验实训条件

目前电子商务专业共有 1 个校内实训场所,实验实训开出率 100%,有完善的管理制度、经费保障、运行正常,可满足目前的需要。

表 11-2 校内实训场所表

序号	实训室名称	位置与面积	主要设备	主要开设实训项目
1	多媒体实训室	实训楼 224 (80m ²)	60 台电脑、一台投影仪、 空调、网络设备	电子商务类综合实训
2	电商实训室	实训楼 314	本实训室主要仪器设备 (软件)有网上商城系统、 网络营销教学实验系统、 电子商务教学实验系统、 计算机、投影机、交换机 等	电子商务类运营课程综合实训
3	IT 双创实训室	实训楼	计算机、HTC VIVE、电子 白板、笔记本、移动投影、 服务器、交换机、空气净 化器、彩色墨仓式一体打 印机等,	创新创业项目综合实训、IT 类专业竞赛培训、图像处理、 UI、VR、校企合作项目、制作 宣传片、录制微课、视频课程 编辑等
4	摄影实训室	实训楼 219	台式电脑、数码电子防潮 箱、相机镜头、尼康单反 相机、数码相机、摄影三 脚架、闪光灯、投影机、 数码照相机等	产品摄影、人像摄像等综合实训
5	公用机房	教学楼	65 台电脑、投影仪、空调、 网络设备	电子商务类软件课程综合实训

2. 校外实习条件

现有校外实习基地能涵盖当前本专业主流技术,可接纳一定规模的学生安排顶岗实习;能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理;能够承担

对“双师型”教师的培训。实习基地有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

目前本专业已经与3家企业签订协议，列表如下：

序号	名称	主要实习项目
1	重庆猪八戒网络有限公司	顶岗实习
2	杭州九旺网络科技有限公司	顶岗实习
3	南昌易推文化传媒有限公司	顶岗实习

（三）管理制度保证

1、常规教学管理制度

（1）教学管理机构

学院由院长主管学院教学工作，分管教学的副院长协助分管教学工作。

全院实行二级管理。教务处代表学校全面负责教学管理。

系（部）由系主任在分管教学副院长领导下完成系（部）的教学、行政管理及学生管理工作，并向学院分管教学副院长负责。

各系（部）下设专业教研室，教研室作为教学运行基础单位，负责组织教师开展教学工作，并对工作进行监督、指导、检查和反馈。

电子商务专业归属教研室管理

（2）教学质量评价体系

为保障学校教学质量，学校制定了一系列的规章制度和管理办法，具体如下：

为保障学校教学质量，学校制定了一系列的规章制度和管理办法，具体如下：

江西水利职业学院教师日常工作考核办法（试行）

江西水利职业学院学分制实施细则（赣水院字【2017】6号）

江西水利职业学院大学生创新创业教育实施方案（试行）

江西水利职业学院班级代码编制规范

江西水利职业学院课程代码编制规范

江西水利职业学院考试管理办法（试行）（赣水院字【2014】67号）

江西水利职业学院学生申请考试缓考暂行规定

江西水利职业学院课程考核工作规范

江西水利职业学院教师教学资料管理规范

江西水利职业学院大专毕业设计（论文）管理暂行规定

江西水利职业学院公共选修课程管理规定

专业带头人和课程负责人管理办法（赣水院字【2014】31号）

江西水利职业学院教研室主任管理办法（赣水院字【2014】35号）

江西水利职业学院外聘兼职教师管理暂行办法（赣水院字【2013】25号）

江西水利职业学院客座教授聘任管理暂行办法

新老教师结对帮教管理办法（试行）（赣水院字【2014】33号）

教师外出学习培训管理办法（赣水院字【2014】34号）

江西水利职业学院教师下企业实践锻炼管理办法

(3) 教学过程管理方式

学院各专业教学运行基本流程为：

各系（部）根据专业人才培养方案组织安排相关教学活动。

教务处根据系（部）提供数据编排课表。

教师根据课表组织教学。

教务处公布期末考试方案。

教务处和系（部）联合组织考试。

2、专业建设保证制度

(1) 实践教学保障措施

为保障实践教学环节的安全、教学质量和教学效果，学院对实践教学环节进行全面的過程监管，分别制定了《校内实训教学管理办法》和《校外实习教学管理办法》，相关工作概括如下：

在主管副院长领导下，教务处负责全院实习实训教学的组织管理工作。其主要任务是：审定实习实训课程标准；审查和协调全院的实习实训计划；配合有关系（部）规划、组织并推动实习实训前的各项准备工作；收集资料，组织经验交流，到实习实训现场检查了解工作情况，向主管副院长汇报全院的实习实训工作。

系（部）主任负责指导本系（部）的实习实训工作。其主要任务是：指导编制本系（部）的实训指导书、实训计划和经费预算，审定教研室指派的指导教师；督促、帮助教研室进行实习实训的各项准备工作；检查教研室对实习实训的指导工作质量及效果；总结本系的实习实训工作经验并组织经验交流。

教研室主任对相关学生实习指导工作质量及效果负责。其主要任务是：负责组织编制实习实训课程标准、实习实训计划和经费预算；指派实习实训指导教师并检查和指导其工作，实习实训结束后组织审定学生成绩，向系主任汇报实习实训工作情况。

实习实训过程要求注意抓好“讲、演、练、导、评”五个环节：

“讲”：即指导教师根据实习实训课程标准和实习计划，向学生讲解实习实训的内容、方法和要求。讲课要有讲稿。

“演”：即演示，指导教师向学生进行操作示范表演，应边演边教。

“练”：即学生自己动手操作，要求动作规范，掌握操作要领，通过自我练习把工艺技术、工作流程学到手。

“导”：即教师巡回指导，纠正学生错误的姿势和操作方法，解决学生实习过程中的具体问题。

“评”：即评议，每天或每阶段实习结束时要组织实习评议，可采取教师评议或学生互评等方式进行。评议结果可作为学生实习实训成绩的评定依据。

学生在实习实训期间违反纪律或犯有其他错误时，指导教师应及时给予批评教育。对情节严重、影响极坏者，带队教师有权及时处理直至停止其实习实训，

并向系（部）领导报告。

为保障实践教学环节的教学质量和教学效果计算机教研室专门制定实践教学环节的过程控制流程图：

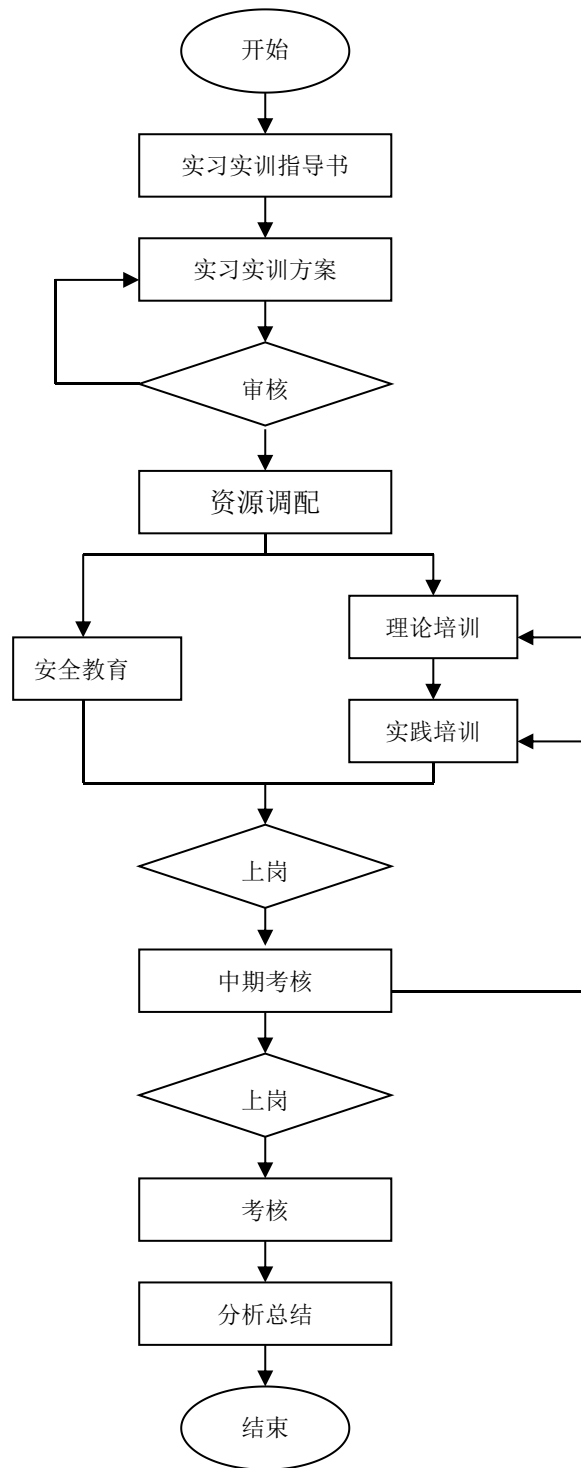


图 11.1 顶岗实习管理流程图

(2) 课程建设保障措施

课程是专业人才培养方案实现的具体体现,学院将精品课程建设作为推进专业建设的重要基础性工作,实行课程负责人制度,制定了精品课程立项、建设规划制度,并通过一系列文件与实施,对课程建设进行全面规划,明确建设标准。加大管理力度,做到既培育精品,又确保课程整体质量和水平。

学院设立专项经费对精品课程建设项目予以立项资助,并确保资金到位。对涉及精品课程建设的实验室建设项目,优先予以落实。

学院在师资队伍建设和人才引进方面,优先考虑精品课程教学与建设所需师资。

精品课程建设和相关教学改革建设成绩被纳入学校院系考核重点指标,着重考察系(部)负责人的领导、支持与保障责任。

学院关于课程建设管理文件(部分)如下:

专业带头人和课程负责人管理办法(赣水院字【2014】31号)

教师工作量计算办法(试行)(赣水院字【2014】32号)

院系两级教学管理办法(试行)(赣水院字【2014】69号)

江西水利职业学院校级精品课程建设规范

(3) 专业教学团队建设保障措施

师资队伍的建设是深化教学改革的关键。为有效开展教学工作,在教研室管理之下,成立了会计专业教师团队建设,制定了专业教学团队建设标准、建设措施,为建成一个优秀的教学团队提供了制度保障。

同时为了完善教学团队的师资结构和学缘结构,学院还制定了新老师结对帮教管理办法以此鼓励教师以老带新,形成良好的教学梯队。

(4) 校企合作保障措施

为深化教学改革,促进教学活动开展,学院大力推动校企合作。通过制定校企合作章程、以校企合作联席会议的方式推动校企合作的开展。

十二、编制说明

(一) 编制依据

1.本次人才培养方案的编制工作以教育部和江西省教育厅相关文件要求为指导,由各专业通过前一教学周期的教学经验总结、以及市场调研、专业人才需求分析、实践专家研讨会等形式,全面总结和巩固学院近年来教育教学改革成果,进一步推进校企合作、工学结合的人才培养模式,构建突出职业能力培养的课程体系,在2017年制(修)订的基础上进一步完善各专业人才培养方案。

2.人才培养方案要坚持以服务为宗旨,以就业为导向,以职业能力为本位,以职业活动为核心,以学生为主体,以提高质量为重点的职业教育思想,执行新颁布的课程标准,进一步规范教学管理行为,培养具有良好职业道德,较强实践动手能力,适应行业第一线需要的高素质劳动者和技能型人才。

3.以学生能力培养为主线,完善理论教学、实践教学相结合的教学模式,优化课堂教学,强化实践教学,鼓励自主学习,突出培养学生获取运用知识与创新实践能力。

4.根据经济、科技和社会发展对人才多样性的需要和我院学科专业的不同特点,坚持分类指导,积极推进多规格、多类型、个性化的人才培养模式,为进一步完善学分制为学生自主学习提供更大的选择空间。

(二) 实施说明

本专业人才培养方案做为专业人才培养的依据,是教师教学、学生学习的指导性文件。任课教师教学需依据本方案的要求,制定相应的课程标准以保证教学效果满足会计专业人才培养的要求;会计专业在校学生应依据本方案制定自己的学习目标和学习计划,以便系统的学习相关知识。

如专业内课程需要变更,需要经过教研室会议通过,系(部)批准并报教务处备案。如教学计划变更涉及到其它系(部),则还需要经过系(部)协商。人才培养方案课程安排整体变更不得超过总学分的20%,人才培养方案指导思想、基本架构、主要指标变更以及课程变更学分超过20%属于重大调整,需经过学术委员会审议。

《电子商务基础》课程标准

一、课程说明

课程名称	电子商务基础		标准简称	电子商务基础	
适用专业	电子商务	修读学期	第一学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351050	课程学时	36	课程学分	2
课程类型	C类	课程性质	必修课	课程类别	专业基础课
先修课程	计算机文化基础				
后续课程	网页设计, 内容运营, UED 运营				
对应职业资格证书或内容	CECC 电子商务运营师				
合作开发企业	无				
执笔人	邓师玲	合作者	无	审核人	
制(修)定日期	2018-08				

注: 1.课程类型(单一选项): A类(纯理论课)/B类(理论+实践)/C类(纯实践课)

2.课程性质(单一选项): 必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别(单一选项): 公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者: 须是行业企业人员, 如果没有, 则填无

二、课程定位

本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。本课程主要研究和介绍电子商务的基本概念、模式、基本原理、关键技术及其应用。

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、设计思路

从电子商务基础的实际问题出发, 精心准备各种典型案例, 构建课程的整体教学设计。以十多个任务和技能训练任务为载体, 形成循序渐进, 种类多样的项目群, 构建完整的教学设计布局。教学采用“四阶段教学法”, 将“教、学、练、做”融为一体。教学体现“教师为主导, 学生为主体, 训练为主线”的原则, 课堂上可以采用“四阶段教学法”, 即第一阶段为案例引入, 提出问题, 第二阶段为学生自主学习, 尝试解决问题, 第三阶段为归纳总结, 引申提高, 第四阶段为举一反三, 学以致用。

教学设计方面要充分利用现代化教学手段, 提高教学效果, 教学中根据实际需要可以采用电子演示文稿, 大屏幕多媒体联机演示、网络教学等各种先进的教学手段、使课堂教学生

动活泼，引人入胜，提高教学效果，同时提高教学效率。

四、课程培养目标

1. 专业能力

(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) 理解网络营销，熟悉网络营销的常用方法；

(5) 理解物流的含义和基本要素，了解物流模式并进行选择；

(6) 了解电子商务法律法规。

2. 方法能力

(1) 能利用网络收集与分析对学习和生活有用的信息；

(2) 会熟练使用网上支付工具；能利用网络进行应聘、订票等操作；

(3) 会利用网络对企业网站进行推广；

(4) 能够对给出的企业进行电子商务应用策划；

3. 社会能力

(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。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 36 节，每周 1 次课 2 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	电子商务概述	<p>1. 认识电子商务的含义与类型;</p> <p>2. 关注电子商务的发展及影响;</p> <p>3. 认知电子商务岗位。</p>	<p>1. 掌握电子商务的主要类型及其内容;</p> <p>2. 熟练掌握网上购物;</p> <p>3. 探寻电子商务的发展现状、趋势及对社会发展的影响;</p>	<p>1. 学习查找相关电子商务数据。</p> <p>2. 认识和对比不同电子商务网站</p>	<p>养成正确的专业思维,有全局观全局观念和全局精神。</p>	2
2	电子商务技术基础	<p>1. 计算机网络基本知识;</p> <p>2. 网站的规划与设计;</p> <p>3. 电子商务网站开发技术了解。</p>	<p>1. 电子商务网站接入技术;</p> <p>2. 网络商务信息收集与交换。</p>	<p>了解实现电子商务的网络基础,网站建设的技术与步骤等以及互联网接入的各种方案及其优缺点。</p>	<p>通过学习熟练掌握技术的应用,不断适应日新月异互联网大环境。</p>	2
3	B2C 电子商务交易模式	<p>1. 了解 B2C 电子商务模式;</p> <p>2. 了解 B2C 的基本流程和网站的基本功能。</p>	<p>1. 分析 B2C 电子商务的赢利模式;</p> <p>2. 剖析 B2C 电子商务成功的关键因素;</p> <p>3. 互联网+传统企业电商新模式了解。</p>	<p>能独立判断常用购物网站的分类,并且能够细分各类网站区别。</p>	<p>通过不断学习,寻找在互联网+环境下如何做电子商务的方法。</p>	4
4	C2C 电子商务交易模式	<p>1. 熟悉知名 C2C 电子商务运营模式;</p> <p>2. 掌握 C2C 电子商务业务流程与盈利模式;</p> <p>3. 拍卖平台运作模式了解。</p>	<p>1. 关注电子商务模式发展动态,熟悉 O2O 及团购经营模式;</p> <p>2. 掌握二维码生成与运用操作。</p>	<p>通过市场分析,了解网络消费者需求特点,设计出网络产品,洞悉我国网络零售业发展趋势。</p>	<p>4</p>	

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
5	B2B 和跨境电子商务	1. B2B 电子商务的特点及类型了解； 2. B2B 电子商务的主要优势分析； 3. B2B 电子商务的盈利模式了解。	1. 基于第三方中介网站的 B2B 模式了解 2. 基于供应商网站的 B2B 交易流程了解	1. 网络采购和网上招标 2. 利用一些中介网站发布供应和需求信息,并能沟通和交易。	通过关注跨境电商商的发展,了解行业动态。 能够根据其模式特点,制定出较完整的物流解决方案。	4
6	网络营销	1. 掌握网络营销的含义及职能； 2. 掌握常见的网络营销方法。	1. 熟练使用网络营销方法； 2. 能够书写网络营销调研报告；	1. 掌握网络市场调研的方法； 2. 灵活运用网络营销策略及网络广告形式	通过对各企业网络营销方法的解析,学会运用网络营销方法为产品或网络推广。	4

7	电子商务安全	1. 了解电子商务安全威胁； 2. 熟知电子商务安全不断完善的管理政策与法规制度。	熟练应用保障电子商务安全的方法与技术，实现电子商务交易活动的顺利进行。	1. 能够对 office 文档加密及实现文件保护； 2. 能够实现安全电子邮件发送与接收。	通过学习了解电子商务安全隐患，规避电子商务安全风险。	2
8	电子支付	1. 了解电子商务的支付系统； 2. 熟知现阶段电子工具支付种类与功能	掌握使用网上银行及第三方支付完成电子商务支付交易流程。	能够使用网上银行完成在线支付结算以及银行互联网金融基本操作。	通过学习，了解国内外支付环境，结算方式及增值服务。	2
9	订单履行、物流及电子商务配送	1. 熟悉订单履行过程； 2. 熟悉物流的七个基本功能； 3. 了解电子商务配送的基本流程。	1. 物流的分类； 2. 物流各基本功能的详细内容。	1. 结合自己的购物体验，熟悉网购之后的订单履行流程； 2. 通过参观等方式了解电子商务配送的详细内容	通过学习了解电子商务开展物流活动的方式，能够根据现代物流的特点，特色，制定物流计划。	4
10	客户关系管理	1. 掌握客户关系管理的概念和内涵； 2. 了解客户关系管理系统的组成；	1. 掌握电子商务客户关系管理的内容与企业应用； 2. 客户关系管理技术及应用。	1. 能够运用客户关系管理理念和技术解决企业管理问题； 2. 能够分析企业客户关系应用情况。	通过学习分析企业客户关系应用情况对该客户关系出合理化建议。	2
11	移动电子商务与物联网	1. 移动电子商务的概念及特点； 2. 物联网的概念及体系结构。	1. 了解移动电子商务的构成； 2. 熟悉移动电子商务和物联网的关键技术； 3. 掌握移动电子商务和物联网的应用领域。	1. 能够使用工具生成二维码； 2. 熟悉移动购物，并能利用微信等工具进行移动营销。	通过本节学习，了解更多未来技术，对新的电商科技能有更深刻的认识。	2

12	电子政务	1. 掌握电子政务的概念和发展; 2. 掌握电子政务的内容、分类和电子政务系统的基本结构。	1. 重点掌握政府网站评估的内容和方法; 2. 我国政府网站评估的指标体系。	1. 能够对电子政务的第一类型进行举例和分析; 2. 能够对省、地市级政府网站进行评估。	通过本节学习了解电子政务在社会发展中所起到的作用。	2
13	复习	电子商务模式, 网络营销, 电子商务物流, 移动电子商务等	重点掌握网络营销的方法及工具以及物流的基本功能及分类。	对整本书融会贯通。	通过综合复习, 对国内外电子商务发展形成一个大局观。	2
合计						
讲授 34 学时, 复习 2 学时, 共 36 学时						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		学时	2
单元名称	电子商务概述		
学习要求	掌握电子商务的概念及概念模型，理解电子商务的分类。		
任务分解	任务 1	网站发展历史与发展战略思路	
	任务 2	网站/电子商务模式分析	
	任务 3	打开网站天猫/ebay/淘宝/京东/阿里巴巴/政府网站了解各自之间区别	
学习单元情境设计			
单元名称	电子商务技术基础		学时
学习要求	了解网络客户端和服务器的相关知识，掌握互联网技术的应用。		
任务分解	任务 1	计算机网络基本知识	
	任务 2	网络商务信息收集与交换的上机实践	
	任务 3	使用文本建立简易 HTML 文档。	
学习单元情境设计			
单元名称	B2C 电子商务交易模式		学时
学习要求	熟悉 B2C 电子商务模式及这类网站经营模式		

任务分解	任务 1	熟悉知名 B2C 电子商务网站，分析 B2C 电子商务模式及业务流程
	任务 2	关注电子商务模式发展动态，了解 O2O 及团购经营模式；
	任务 3	体验 B2C 电子商务模式

学习单元情境设计		
单元名称	熟悉 C2C 电子商务模式及这类网站经营模式	学时 4
学习要求	熟悉 C2C 电子商务，掌握 C2C 网上开店的流程	
任务分解	任务 1	熟悉知名 C2C 电子商务运营模式，掌握 C2C 电子商务业务流程与盈利模式，做好淘宝开店前的准备
	任务 2	淘宝拍卖体验

学习单元情境设计		
单元名称	熟悉 B2B 和跨境电子商务	学时 4
学习要求	熟悉 B2B 电子化交易系统和交易过程。	
任务分解	任务 1	水平 B2B 和垂直 B2B
	任务 2	发布供应和需求信息
	任务 3	熟悉知名 B2B 电子商务交易平台；

学习单元情境设计		
----------	--	--

单元名称	网络营销		学时	4
学习要求	掌握网络营销的职能, 熟悉网络广告的形式			
任务分解	任务 1	收集网络商务信息的方法, 对网络商务信息分类整理		
	任务 2	确定网店目标市场定位, 制定相应的网络营销策略		
	任务 3	网络营销工具的使用		

学习单元情境设计				
单元名称	电子商务安全		学时	2
学习要求	了解电子商务的安全威胁与防范			
任务分解	任务 1	分析电子商务安全需要		
	任务 2	电子商务安全技术, 正确安装和使用数字证书		
	任务 3	邮件加密		

学习单元情境设计				
单元名称	电子支付		学时	2
学习要求	熟知电子支付工具种类与功能			
任务分解	任务 1	支付工具了解		

	任务 2	网上银行及第三方支付平台及产品了解
--	------	-------------------

学习单元情境设计		
单元名称	订单履行，物流及电子商务配送	学时 4
学习要求	熟悉物流的七个基本功能，了解物流配送基本流程	
任务分解	任务 1	自营物流及第三方物流典型案例分析
	任务 2	网店物流工具设置
	任务 3	订单履行流程设计

学习单元情境设计		
单元名称	移动电子商务与物联网	学时 2
学习要求	熟悉移动电子商务和物联网关键技术	
任务分解	任务 1	利用相关工具进行移动营销
	任务 2	使用工具生成二维码
	任务 3	典型案例分析

学习单元情境设计		
单元名称	电子政务	学时 2

学习要求	掌握电子政务的内容，分类和政府网站评估的内容和方法。	
任务分解	任务 1	对电子政务的第一类型进行案例总结
	任务 2	对指定政府网站进行评估

学习单元情境设计		
单元名称	复习	学时 2
学习要求	对学期内容进行总复习	
任务分解	任务 1	综合实训
	任务 2	综合实训

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

1. 《电子商务概论（第 3 版）》，编著者：白东蕊、岳云康，人民邮电出版社。
2. 长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀案例作品以备参考。
3. 信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量

取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 5 方面的基本能力：

- 1、具备大学本科以上学历；
- 2、具有职业教学的基本能力；
- 3、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 4、具有营销、传播等专业方面的知识储备；
- 5、具有策划、运营方面的企业实践经历。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：电商实训室

安装软件：Photoshop CC 软件

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部: 信息工程系

教师姓名: 邓师玲

专业	电子商务	课程	电子商务基础	班级		考核方式	考核形式
培养目标:	《电子商务基础》是电子商务专业职业启蒙及导入性课程。它把电子商务专业所具备的经济、管理、技术和法律等多种知识和技能,以及电子商务在国民经济的主要行业中的应用概况,给予提纲挈领的介绍,使学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识体系和电子商务的国内外应用情况有一个整体印象和初步认识,为今后分门别类详细学习各类、各专业课程打下良好的基础。						
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例	□ 考查 ☑ 考试	□ 纯理论 ☑ 纯实践 □ 理论+实践
计划学时	36	0	0	36	100%		
本课程实际学时	\	\	\	\	\		
教材及教学参考书:(名称、版本、主编、出版社) 《电子商务概论(第3版)》,编著者:白东蕊、岳云康,人民邮电出版社							
教研室主任审核意见:			系(部)主任审核意见:				
签名: 年 月 日			签名: 年 月 日 (公章)				

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	第一章电子商务概述	理解掌握电子商务的概念及分类		上机	
2	2	第二章电子商务技术基础	EDI 及互联网技术了解	作业一：域名的概念及互联网的主要服务	上机	
3	2	第三章 B2C 电子商务模式（一）	B2C 电子商务的主要环节与网站基本功能了解。		上机	
4	2	第三章 B2C 电子商务模式（二）	B2C 电子商务的赢利模式与成功关键		上机	
5	2	第四章 C2C 电子商务模式（一）	拍卖基础知识了解	作业二：拍卖的主要类型	上机	
6	2	第四章 C2C 电子商务模式（二）	在线零售顾客类型及购买行为分析		上机	
7	2	第五章 B2B 电子商务（一）	B2B 电子商务概述		上机	
8	2	第五章 B2B 电子商务（二）	基于第三方中介网站的 B2B 交易		上机	

9	2	第六章网络营销（一）	网络营销概述与网络市场调研	作业三 网络营销的概念及特点	上机	
10	2	第六章网络营销（二）	网络营销策略分析及网络广告		上机	
11	2	第七章电子商务安全	电子商务面临的安全威胁及解决方案研究	作业四 网络营销的一般方法	上机	
12	2	第八章电子支付	电子支付工具了解，网络银行及第三方支付		上机	
13	2	第九章订单履行，物流与电子商务配送（一）	掌握订单履行的流程及物流的基本概念	作业五 常见的电子支付工具	上机	
14	2	第九章订单履行，物流与电子商务配送（二）	物流工具及电子商务配送知识了解		上机	
15	2	第十章客户关系管理	客户关系管理及大数据技术	作业六 客户满意度与忠诚度	上机	
16	2	第十一章移动电子商务与物联网	移动电子商务的应用及物联网知识了解		上机	
17	2	第十二章电子政务	了解电子政务系统及其绩效评估		上机	

18	2	期末复习	总结复习		上机	
----	---	------	------	--	----	--

《计算机平面设计基础与应用》课程标准

一、课程说明

课程名称	计算机平面设计基础与应用		标准简称	计算机平面设计基础与应用	
适用专业	电子商务	修读学期	第一学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351910	课程学时	108	课程学分	6
课程类型	B类	课程性质	必修课	课程类别	专业基础课
先修课程	电子商务基础				
后续课程	网页设计、品牌运营				
对应职业资格证书或内容	图形图像处理员				
合作开发企业	无				
执笔人	章亦淼	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《计算机平面设计基础与应用》课程是电子商务专业的基础课程，在课程群中用于培养学生的审美能力、打下设计基础。与已开设或即将开设的其他专业课程有着紧密联系，有着启下的重要作用。本课程平行的专业课程主要有《电子商务基础》等，后续的专业课程主要有《网页设计》、《品牌运营》等。

本课程主要培养学生的设计意识、审美意识以及动手操作能力。对软件的系统学习，让学生熟练掌握图像处理与制作的基本技巧，同时让学生通过运用其所学知识与制作技巧完成其他专业课程的后期创意制作任务，为从事电子商务、平面广告设计、包装设计、产品造型设计、网页设计等行业打下坚实的基础。

三、设计思路

通过理论讲述使学生掌握平面设计与制作的基本原理和基本方法；通过项目学习与训练使学生进一步理解掌握平面制作的基本职能预测与决策、计划与组织、领导与激励、沟通与控制等的理解。以就业为导向，以能力为本位，以职业技能为主线，以情境单元课程为主题，

以夯实基础、适应岗位为目标，尽可能形成基于职业岗位、工作过程的课程体系。本课程是一门实践性很强的课程，所以要运用多媒体教学手段在多媒体教室进行教学，对软件的使用进行现场操作讲解，以便使学生及时掌握所学的内容。本课程的突出特征是理论教学与实际操作并重，要求理论必须与实践紧密结合，应认真组织学生进行上机练习，并将每节课的练习重点列出来，使学生能够明确学习目的，从而有效地提高学生的实验效率。

四、课程培养目标

1. 专业能力：

- (1) 掌握平面设计的基本方法和常用技巧。
- (2) 掌握计算机图像色彩搭配和图像色彩色调校正方法。
- (3) 掌握 Photoshop 位图编辑软件的功能，使用其进行图像处理、平面设计、网页图像设计与制作。

2. 方法能力

- (1) 能够从设计的角度出发，对 logo 设计、字体设计、海报设计、宣传册设计、包装设计有独到的见解。
- (2) 并能够利用 photoshop 软件表达设计思维。

3. 社会能力

- (1) 培养学生具有良好的社会责任感、工作责任心，能主动参与到工作中。
- (2) 具有团队协作精神，能主动与人合作、与人交流和协商。
- (3) 具有良好的职业道德，能按照劳动保护与环境保护的要求开展工作。
- (4) 具有良好的语言表达能力，能有条理地表达自己的思想、态度和观点。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 72 节，每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	平面设计概论	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解什么是平面设计 2. 了解平面设计应用范围 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握广告设计概念 2. 掌握包装设计概念 3. 掌握字体设计概念 4. 掌握 Logo 设计、VI 设计概念 5. 掌握书籍设计概念 6. 掌握招贴设计概念 7. 掌握 UI 设计概念 	能够充分利用网络资源搜集素材，欣赏优秀案例	通过精美案例的欣赏，提升学生审美能力，培养设计意识	4
2	平面构成	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解点、线、面的概念 2. 了解形式原理与法则 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握基本形与骨骼的概念 2. 掌握重复、渐变、特异、聚散、节奏、对称、平衡的构图原则 3. 掌握黄金分割比例的概念及绘制方法 	能够准确把握各种不同的平面构成，能够利用构成的概念进行设计	培养学生搜集资料、阅读资料和利用资料的能力	4
3	色彩构成	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解色彩构成的基本原理 2. 认识色彩 3. 了解色彩的搭配 4. 认识色彩心理学 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握色相、饱和度、明度的概念 2. 掌握色轮、三原色、间色、补色、专色的概念 3. 掌握色彩的规则与标准 4. 掌握配色心理 	能够把握各种色彩的心理感受，能够综合性地运用色彩构成进行设计	学习养成积极思考问题、自主学习 and 解决问题的能力	4
4	初识 Photoshop	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解图像处理基本概念 2. 了解 Photoshop 基本操作方法 3. 了解图像编辑基本操作方法 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握像素与分辨率、位图与矢量图、图像色彩模式及文件格式 2. 掌握 Photoshop 基本操作 3. 掌握调整图像、填充颜色、编辑图像 	能够利用网络资源下载软件，巩固软件界面认识	培养学生理论联系实际的能力	8

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
5	创建选区与修饰图像	1. 了解创建选区的工具及使用的方法 2. 了解编辑选区的命令 3. 了解修饰图像的工具及使用的方法 4. 了解擦除图像的工具及使用的方法	1. 掌握矩形选框工具组、套索工具组、魔棒工具组 2. 掌握调整与编辑选区 3. 掌握污点修复画笔工具组、仿制图章工具组、模糊工具组、减淡工具组 4. 掌握橡皮擦工具组	能够利用多种工具创建不同效果的选区并对选区进行编辑,能够利用修饰图像工具处理相片	培养学生对待工作和学习一丝不苟、精益求精的精神	8
6	图层应用与图像色彩调整	1. 了解创建图层和管理图层的方法 2. 了解图层混合模式和图层样式 3. 了解图层样式 4. 了解图像色彩调整多个命令	1. 掌握普通图层、文字图层、形状图层、调整图层、填充图层的建立 2. 掌握图层的复制与删除、合并与盖印、对齐与分布、组的建立与删除 3. 掌握图层混合模式和图层样式设置 4. 掌握色阶、曲线、亮度对比度等命令	能够掌握各种图层的编辑方法,能够使用多种命令对图像色调等进行颜色调整	培养学生发现问题、分析问题和解决问题的能力	8
7	文字工具与矢量工具	1. 了解创建和编辑文本的方法 2. 了解创建和编辑路径的方法	1. 掌握点文本、段落文本、文字选区、路径文字的创建 2. 掌握钢笔工具及路径面板的使用	能够利用文本的创建及编辑制作特殊文字效果,能够利用钢笔工具进行绘制	培养学生勇于创新、吃苦耐劳的精神	10
8	蒙版与通道	1. 了解蒙版的分类 2. 了解通道抠图方法	1. 掌握快速蒙版、剪贴蒙版、矢量蒙版、图层蒙版 2. 掌握通道抠图	能够利用多种蒙版类型进行图像合成,能够利用通道对比等方法进行抠图	培养学生责任心和良好的团队合作精神	10
9	Logo 设计	1. 了解 Logo 2. 了解 logo 配色技巧 3. 了解 logo 设计手法	1. 掌握 logo 的概念及设计理念 2. 掌握 logo 配色技巧 3. 掌握 logo 创意手法	能够运用创意与构成表现设计并制作 logo	培养学生科学的思维方式和判断分析问题的能力	10

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
10	字体设计	1.了解字体的演变历史和字体设计的基本法则 2.了解汉字和拉丁字体的创意方法 3.了解字体在设计领域中的多种应用	1.掌握字体设计的形式美法则 2.掌握汉字和拉丁字体的基本设计原则 3.掌握字体的创意和应用	能够运用形式美法则设计创意字体	学习养成积极思考问题、自主学习和解决问题的能力	10
11	海报设计	1.了解海报的特点 2.了解海报设计的创意技巧	1.掌握海报设计创意手法 2.掌握海报设计的侧重点	能够运用海报设计的特点设计和制作不同类型的海报	创新、拼搏、吃苦耐劳的精神	10
12	宣传册设计	1.了解宣传册设计基本理论 2.理解基本创意思路和基本设计套路	1.掌握宣传册设计创意 2.掌握宣传册设计版面编排 3.掌握宣传册设计成品制作	能够完成宣传册设计相关资料的收集与整理	耐心、细致、认真的工作作风	10
13	包装设计	1.了解包装设计对产品销售的价值与功能 2.了解包装设计的分类 3.理解包装设计的形式特点	1.掌握包装盒平面设计制作 2.掌握包装设计色彩设计、图案设计、文字设计的方法	能够运用包装设计方法进行包装平面图、立体图设计制作	交流、沟通、团结、协作的能力	10
14	综合复习	1.综合复习本学期学习内容 2.重点内容及难点内容解答	1.掌握平面设计知识 2.掌握 Photoshop 主要功能的使用 3.掌握 Logo、字体、海报、宣传册、包装设计方法与技巧	独立阅读、学习文档,根据学习资料的指导,独立完成任务	培养学生举一反三、归纳总结的能力	6
讲授 20 学时、实践 48 学时、复习与习题课 4 学时,共 108 学时						
合计						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		学时
单元名称	平面设计概论	4
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握广告设计概念 2. 掌握包装设计概念 3. 掌握字体设计概念 4. 掌握 Logo 设计、VI 设计概念 5. 掌握书籍设计概念 6. 掌握招贴设计概念 7. 掌握 UI 设计概念 	
任务分解	任务 1 什么是平面设计 任务 2 平面设计应用范围	

学习单元情境设计		学时
单元名称	平面构成	4
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握基本形与骨骼的概念 2. 掌握重复、渐变、特异、聚散、节奏、对称、平衡的构图原则 	
任务分解	任务 1 点线面 任务 2 格式塔 任务 3 构图与骨骼 任务 4 比例与分割	

学习单元情境设计		学时
单元名称	色彩构成	4
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握色相、饱和度、明度的概念 2. 掌握色轮、三原色、间色、补色、专色的概念 3. 掌握色彩的规则与标准 4. 掌握配色心理 	
任务分解	任务 1 认识色彩	

	任务 2	色彩设计的对比理论
	任务 3	色彩调和的原理及应用
	任务 4	配色共同心理感应
	任务 5	配色的心理表现类型

学习单元情境设计		
单元名称	初识 Photoshop	学时
学习要求	1. 掌握像素与分辨率、位图与矢量图、图像色彩模式及文件格式 2. 掌握 Photoshop 基本操作 3. 掌握调整图像、填充颜色、编辑图像	8
任务分解	任务 1 图像处理基本概念 任务 2 Photoshop 基本操作 任务 3 图像编辑基本操作	

学习单元情境设计		
单元名称	创建选区与修饰图像	学时
学习要求	1. 掌握矩形选框工具组、套索工具组、魔棒工具组 2. 掌握调整与编辑选区 3. 掌握污点修复画笔工具组、仿制图章工具组、模糊工具组、减淡工具组 4. 掌握橡皮擦工具组	8
任务分解	任务 1 创建选区 任务 2 调整与编辑选区 任务 3 修饰图像 任务 4 擦除图像	

学习单元情境设计		
单元名称	图层应用与图像色彩调整	学时
学习要求	1. 掌握普通图层、文字图层、形状图层、调整图层、填充图层的建立 2. 掌握图层的复制与删除、合并与盖印、对齐与分布、组的建立与删除	8

	3.掌握图层混合模式和图层样式设置 4.掌握色阶、曲线、亮度对比度等命令
任务分解	任务 1 创建图层
	任务 2 管理图层
	任务 3 图层混合模式
	任务 4 图层样式
	任务 5 图像色彩调整

学习单元情境设计		
单元名称	文字工具与矢量工具	学时
学习要求	1.掌握点文本、段落文本、文字选区、路径文字的创建 2.掌握钢笔工具及路径面板的使用	10
任务分解	任务 1 创建和编辑文本	
	任务 2 创建和编辑路径	
	任务 3 形状工具	

学习单元情境设计		
单元名称	蒙版与通道	学时
学习要求	1.掌握快速蒙版、剪贴蒙版、矢量蒙版、图层蒙版 2.掌握通道抠图	10
任务分解	任务 1 蒙版	
	任务 2 通道	
	任务 3 使用通道抠图	

学习单元情境设计		
单元名称	Logo 设计	学时
学习要求	1.掌握 Logo 的概念及设计理念 2.掌握 Logo 配色技巧 3.掌握 Logo 创意手法	10

任务分解	任务 1	了解 logo	学时	10
	任务 2	logo 配色技巧		
	任务 3	logo 创意手法		

学习单元情境设计				
单元名称	字体设计			学时
学习要求	1. 掌握字体设计的形式美法则 2. 掌握汉字和拉丁字体的基本设计原则 3. 掌握字体的创意和应用			
任务分解	任务 1	了解字体	学时	10
	任务 2	字体设计实战技法		

学习单元情境设计				
单元名称	海报设计			学时
学习要求	1. 掌握海报设计创意手法 2. 掌握海报设计的侧重点			
任务分解	任务 1	电商专题海报制作	学时	10
	任务 2	其他各行业海报制作		

学习单元情境设计				
单元名称	宣传册设计			学时
学习要求	1. 掌握宣传册设计创意 2. 掌握宣传册设计版面编排 3. 掌握宣传册设计成品制作			
任务分解	任务 1	折页设计	学时	10
	任务 2	画册设计		

学习单元情境设计				
----------	--	--	--	--

单元名称	包装设计		学时	10
学习要求	1. 掌握包装盒平面设计图设计制作 2. 掌握包装设计色彩设计、图案设计、文字设计的方法			
任务分解	任务 1	包装材料、结构、视觉要素传达		
	任务 2	包装文字、版式、印刷工艺		
	任务 3	提高设计力		

单元名称	学习单元情境设计			学时	6
学习要求	综合复习				
任务分解	任务 1	掌握平面设计知识			
	任务 2	掌握 Photoshop 主要功能的使用			
	任务 3	掌握 logo、字体、海报、宣传册、包装设计方法与技巧			
任务分解	任务 1	综合复习			
任务分解	任务 2	重点内容及难点内容解答			

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

- 1.《二维设计》，编著者：铁钟、沈洁，清华大学出版社。
- 2.长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀作品以备参考。
- 3.信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书、专业软件。
- 4.符合教学大纲和课程要求的试题库、实训指导书，增加图书馆内学习参考书、专业期刊等馆藏。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 3 方面的基本能力：

- 1、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 2、掌握 Photoshop 软件的使用，具有平面设计方向的知识及能力，了解平面设计的发展状况、并且有一定的设计功底与审美能力等；
- 3、掌握职业教育教学方法，具有课程设计和教学实施的能力。

相关核心课程的实践教学中均应聘请具有丰富项目经验的行业人员参与课程建设和担任兼职教师。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：电商实训室

安装软件 Photoshop CC 软件。

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部： 信息工程系

教师姓名： 章亦淼

专业	电子商务	课程	计算机平面设计基础与应用			班级	考核方式	考核形式
培养目标：	通过本课程的学习，使学生掌握 Photoshop 软件的使用，掌握 Photoshop 中选择区域、通道、路径、图层等相关概念并能正确使用，掌握图像合成的基本方法与技巧。能够运用设计的思维方法进行 logo 设计、字体设计、海报设计等平面设计活动。							
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例			
计划学时	108	32	30%	76	70%	<input type="checkbox"/> 考查 <input checked="" type="checkbox"/> 考试		
本课程实际学时	\	\	\	\	\	在上方框中打√		
教材及教学参考书：（名称、版本、主编、出版社） 《二维设计》，铁钟、沈洁，清华大学出版社								
教研室主任审核意见：			系（部）主任审核意见：					
签名： _____ 年 月 日			签名： _____ 年 月 日 （公章）					

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	平面设计概论	掌握平面设计概念、了解平面设计应用范围		多媒体教室	
1	2	平面构成	掌握点线面的概念,掌握重复、渐变、特异、聚散		多媒体教室	
1	2	平面构成	掌握节奏、对称、平衡的构图原则以及黄金分割比例的概念		多媒体教室	
2	2	色彩构成	掌握色相、饱和度、明度的概念以及配色的心理表现类型	作业 1: 第三章 PPT 倒数两页	多媒体教室	
2	2	Photoshop 基本操作方法	掌握像素与分辨率、位图与矢量图、图像色彩模式		上机	
2	2	Photoshop 基本操作方法	掌握文件格式以及 Photoshop 基本操作		上机	
3	2	图像编辑基本操作方法	掌握调整图像、填充颜色、编辑图像		上机	

3	2	创建与编辑选区	掌握矩形选框工具组、套索工具组		上机	
3	2	创建与编辑选区	掌握魔棒工具组的使用以及编辑选区		上机	
4	2	修饰图像	掌握污点修复画笔工具组、仿制图章工具组、模糊工具组、减淡工具组、橡皮擦工具组的使用		上机	
4	2	图层应用	掌握创建图层和管理图层的方法		上机	
4	2	图层应用	掌握创建图层混合模式和图层样式		上机	
5	2	色彩调整	掌握色阶、曲线、亮度/对比度等命令	作业 2: 第六章 PPT 倒数两页	上机	
5	2	创建文本	掌握点文本、段落文本创建		上机	
5	2	创建文本	掌握文字选区、路径文字的创建		上机	
6	2	编辑文本	掌握图层样式制作特效字体		上机	

6	2	创建路径	掌握钢笔工具的使用		上机	
6	2	创建路径	掌握锚点工具的应用		上机	
7	2	编辑路径	掌握路径面板的使用		上机	
7	2	蒙版（一）	掌握快速蒙版、剪贴蒙版创建		上机	
7	2	蒙版（一）	掌握矢量蒙版、图层蒙版创建		上机	
8	2	蒙版（二）	完成图像合成案例		上机	
8	2	蒙版（二）	完成图像合成案例		上机	
8	2	通道（一）	掌握通道抠图		上机	
9	2	通道（二）	完成通道抠图案例		上机	

9	2	通道 (二)	完成通道抠图案例	作业 3: 第八章 PPT 倒数两页	上机	
9	2	Logo 设计创意手法 (一)	掌握具象手法、首字母创意手法、象征手法、抽象联想手法、全名组合创意手法		上机	
10	2	Logo 设计创意手法 (二)	掌握从经营内容捕捉创意手法、从文化地域捕捉创意手法		上机	
10	2	Logo 设计创意手法 (三)	掌握几何手法、正负形手法		上机	
10	2	Logo 设计创意手法 (四)	掌握徽章设计手法、立体手法		上机	
11	2	Logo 设计	完成 logo 项目设计	作业 4: 第九章 PPT 倒数两页	上机	
11	2	字体设计实战技法 (一)	掌握实战技法之笔画共用、笔画叠加、		上机	
11	2	字体设计实战技法 (一)	掌握实战技法之画笔截肢、上下拉长		上机	
12	2	字体设计实战技法 (二)	掌握实战技法之局部变异、锦上添花、横细竖粗、形象会意、表面装饰		上机	

12	2	字体设计实战技法（三）	掌握实战技法之立体字、矛盾空间、			上机	
12	2	字体设计实战技法（三）	掌握实战技法之正负形、中式中用、西式中用			上机	
13	2	电商专题海报制作（一）	掌握家电、茶叶类海报设计			上机	
13	2	电商专题海报制作（二）	掌握汽车、运动鞋海报设计			上机	
13	2	电商专题海报制作（二）	掌握母婴类海报设计			上机	
14	2	各类海报制作（一）	掌握茶道海报设计、食品宣传海报设计			上机	
14	2	各类海报制作（二）	掌握微动海报设计海报设计		作业5：第十一章 PPT 倒数两页	上机	
14	2	各类海报制作（二）	掌握耳机商业宣传海报设计			上机	
15	2	折页设计	掌握搬家公司宣传三折页设计			上机	

15	2	折页设计	掌握搬家公司宣传内页设计			上机	
15	2	画册设计（一）	掌握石油集团画册设计			上机	
16	2	画册设计（二）	整形医疗机构宣传画册设计			上机	
16	2	包装设计（一）	掌握包装材料、结构传达			上机	
16	2	包装设计（一）	掌握包装视觉要素传达			上机	
17	2	包装设计（二）	掌握包装文字、版式、工艺			上机	
17	2	包装设计（三）	掌握小清新水果礼盒包装设计包装设计	作业 6: 第十三章 PPT 倒数两页		上机	
17	2	包装设计（三）	掌握菠萝果酒包装设计			上机	
18	2	综合复习（一）	掌握平面设计知识及 Photoshop 主要功能的使用			上机	

18	2	综合复习（二）	掌握 Logo、字体、海报设计方法与技巧		上机	
18	2	综合复习（三）	掌握宣传册、包装设计方法与技巧		上机	

《网页设计与制作》课程标准

一、课程说明

课程名称	网页设计与制作		标准简称	网页设计与制作	
适用专业	电子商务	修读学期	第一学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351610	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	B类	课程性质	必修课	课程类别	专业基础课
先修课程	平面设计基础与应用				
后续课程	品牌运营、平台运营				
对应职业资格证书或内容	CEAC 网店运营师、网页制作员				
合作开发企业	无				
执笔人	章亦淼	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《网页设计与制作》是为满足行业企业对静态网页设计和制作人员的用人需求而开设的一门面向电子商务专业的必修课。涉及网页基础、HTML 标记、CSS 样式、网页布局等内容。本课程的前期课程主要有《平面设计》等，平行的专业课程主要有《市场营销》等，后续的专业课程主要有《网店设计》等。

通过本课程学习让学生在已掌握平面设计等基本技能的基础上，进一步掌握网页设计开发技能，同时培养了学生网站建设与运营能力，使其具备从事网站编辑相关岗位的职业能力。

三、设计思路

《网页设计与制作》课程设计的基本理念是遵循行动导向的教学理念，按照网站编辑的实际工作过程，设计教学的过程。充分发挥学生的主体性作用，使学生积极主动参与工作过程。在教学中体现学生主体、过程导向的理念，按照“项目教学法”设计和实际工作过程一致的学习任务单，分阶段实现不同任务，达到

“做中学”目的。

以电子商务专业学生的就业为导向,根据行业专家对电子商务专业所涵盖的岗位群进行的任务和职业能力分析,紧紧围绕完成工作任务的需要来选择课程内容,设定职业能力培养目标;以“工作项目”为主线,创设工作情景;以书本知识的传授变为动手能力的培养为重点,强化学生实践动手能力的培养,以实现职业能力的培养目标。

四、课程培养目标

1. 专业能力

- (1) 通过《网页设计与制作》课程的学习,掌握 Dreamweaver 软件的使用及网页设计思路。
- (2) 掌握 HTML5 与 CSS3 基础知识,提升网页制作实际应用能力。
- (3) 具备独立设计网页及美化网页的能力。
- (4) 具有较强的网页设计创意思维、艺术设计素质。

2. 方法能力

- (1) 能够运用科学的思维方法,对网站设计、建设、推广和运营等各方面问题进行整体策划,并提供完善的解决方案。
- (2) 能够使用 Div+CSS 技术布局网页,独立制作或修改项目。
- (3) 通过一个整体的项目,对某一网站作一个完整的设计和制作,以此达到建设中小型网站的能力。

3. 社会能力

- (1) 培养学生勤奋学习的态度,严谨求实、创新的工作作风。
- (2) 具有良好的心理素质和职业道德素质。
- (3) 具有高度责任心和良好的团队合作精神
- (4) 具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周,学时为 72 节,每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	网页设计基础知识	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解互联网基础知识 2. 了解网站建设基本流程 3. 了解网站建设基础 4. 了解网页设计基础 5. 认识网页制作标准技术 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握 Internet 与 Web 服务、URL 路径 2. 掌握网站建设前期工作、方案实施和后期工作 3. 掌握静态网页、动态网页概念、常见网站类型 4. 掌握网页版布局的原则和方法、网页配色基础 5. 认识 HTML 语言、CSS 样式 	能够在所学知识基础上, 结合以往学习和生活经历, 认识网页设计的广泛应用	通过精美网页的欣赏, 提升学生审美能力	2
2	初识 Dreamweaver CC	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识 Dreamweaver CC 工作界面 2. 了解网站框架创建方法 3. 了解站点文件和文件夹管理方法 4. 了解站点管理方法 5. 了解网页头文件设置 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握 Dreamweaver CC 的工作界面 2. 掌握站点管理器、创建文件夹、定义新站点、创建和保存网页 3. 掌握重命名、移动、删除文件和文件夹 4. 掌握站点的打开、编辑、复制、删除、导入和导出 5. 掌握关键字、版权信息等其他文件头的设置 	能够利用网络资源下载软件, 巩固软件界面认识	学习养成积极思考问题、自主学习 and 解决问题的能力	2
3	文本与文档	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解文本与文档操作基本方法 2. 认识项目符号和编号列表 3. 认识水平线、网格与标尺 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握文字的输入、连续空格的输入 2. 掌握页边距、网页的标题的设置 3. 掌握对文字的大小、颜色、字体、对齐方式和段落样式等的设置 4. 掌握项目符号或编号、文本缩进、插入日期、特殊字符和换行符的使用 5. 掌握水平线、显示/隐藏网格和标尺的应用 	能够识别网页中文本元素类型, 完成果蔬、休闲度假网页等案例	培养学生积极思考问题、自主学习 and 解决问题的能力	4

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
4	图像和多媒体	1. 了解图像的插入 2. 了解多媒体在网页中的应用	1. 掌握图像的格式 2. 掌握图像的插入、图像的属性、跟踪图像的应用 3. 掌握 Flash 动画、FLV、Shockwave 影片、ActiveX 控件的插入	能够利用图像及多媒体属性设置，完成房源、男士服饰网页等案例	培养学生对待工作和学习一丝不苟、精益求精的精神	2
5	超链接	1. 了解超链接的概念与路径知识 2. 了解文本超链接 3. 了解图像超链接 4. 了解命名锚记超链接 5. 了解热点链接	1. 掌握超链接的概念与路径知识 2. 掌握文本超链接、电子邮件超链接、下载文件链接的创建方法 3. 掌握图片链接、鼠标经过图像链接的创建方法 4. 掌握锚点链接、热点链接的创建方法	能够创建多种形式超链接，完成建筑模型、金融投资等案例	培养学生发现问题、分析问题和解决问题的能力	6
6	表格	1. 了解表格的简单操作 2. 认识数据表格 3. 了解复杂表格的排版	1. 掌握表格的组成和插入方法 2. 掌握表格、单元格的属性和列的属性设置 3. 掌握在单元格中输入文字、插入其他网页元素 4. 掌握选择整个表格、行或列、单元格的应用 5. 掌握复制、粘贴表格的应用 6. 掌握表格删除、缩放的应用 7. 掌握单元格的合并和单元格的拆分	能够使用表格对网页进行布局，完成博物馆、律师事务所网页等案例	培养学生对待工作和学习一丝不苟、精益求精的精神	8
7	CSS 样式	1. 了解 CSS 样式的概念 2. 了解 CSS 样式的类型与创建 3. 了解 CSS 的属性 4. 认识过滤器	1. 掌握 CSS 样式的概念 2. 掌握 CSS 样式面板的使用方法 3. 掌握 CSS 样式选择器的应用 4. 掌握样式的类型和创建方法 5. 掌握 CSS 样式的属性	能够使用 CSS 样式对网页进行美化处理，完成汽车配件、化妆品网页等案例	培养学生理论联系实际的能力	12

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
8	Spry 构件	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识 Spry 菜单栏 2. 认识 Spry 选项卡式面板 3. 认识 Spry 可折叠面板 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握创建 Spry 菜单栏的方法 2. 掌握创建 Spry 选项卡式面板的方法 3. 掌握创建 Spry 可折叠面板的方法 	<p>能够使用 Spry 构件, 完成菜单栏、选项卡式面板、可折叠面板等案例</p>	<p>培养学生勇于创新、吃苦耐劳的精神</p>	6
9	CSS+Div 盒子布局	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解 CSS+Div 的概念 2. 认识盒子模型 3. 了解定位与浮动 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握 CSS+Div 的优点 2. 掌握盒子结构及属性 3. 掌握盒子定位及浮动方式 	<p>能够利用 CSS+Div 技术对网页进行布局, 完成美食餐厅、果蔬超市网页等案例</p>	<p>培养学生团队协作能力, 诚实守信的优秀品质</p>	12
10	表单	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识表单 2. 认识复选框和单选按钮 3. 认识列表和菜单 4. 认识 H5 表单元素 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握表单的使用方法 2. 掌握单行、密码、多行和电子邮件文本域的创建方法 3. 掌握单选按钮、单选按钮组和复选框的创建方法 4. 掌握下拉菜单、滚动列表的创建方法 5. 掌握文件域、图像域和按钮的创建方法 6. Url、Tel、搜索、数字、范围文本域和颜色的插入方法 7. 掌握日期时间的插入方法和使用技巧 	<p>能够利用多种表单类型制作完整表单, 完成会员注册、健康测试网页等案例</p>	<p>培养学生责任心和良好的团队合作精神</p>	6
11	行为	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识行为面板 2. 认识动作 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握行为面板的使用 2. 掌握 JavaScript、打开浏览器窗口和转到 URL 的创建方法 3. 掌握检查插件、检查表单和交换图像的创建方法 4. 掌握显示隐藏层的方法 5. 掌握容器的文本、状态栏文本和文本域文字的设置方法 6. 跳转菜单和跳转菜单开始的方法 	<p>能够使用行为面板插入 js 形成动态交互效果, 完成婚戒、摄影网页等案例</p>	<p>培养学生科学的思维方式和分析问题的能力</p>	4

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
12	网页代码	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识网页代码 2. 认识常用 HTML 标签 3. 了解脚本语言 4. 认识 HTML 事件 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握新建标签库、标签、属性的方法 2. 掌握常用 HTML 标签的使用 3. 掌握响应 HTML 事件的方法 	能够编写简单的网页代码，完成商业公司网页等案例	培养学生主动求知 的精神	4
13	综合复习	<ol style="list-style-type: none"> 1. 综合复习本学期学习内容 2. 重点内容及难点内容解答 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握 CSS+Div 布局的应用方法和技巧 2. 掌握 CSS 样式命令的使用方法和应用 3. 掌握动画文件和图像文件的插入方法和应用 4. 掌握超链接的方法和创建 5. 掌握表单的创建方法和应用 	能够综合运用所学知识完成网页制作	培养学生举一反三、 归纳总结的能力	4
讲授 22 学时、实践 46 学时，复习 4 学时，共 72 学时						
合计						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		
单元名称	网页设计基础知识	学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握 Internet 与 Web 服务、URL 路径 2. 掌握网站建设前期工作、方案实施和后期工作 3. 掌握静态网页、动态网页概念、常见网站类型 4. 掌握网页版面布局的原则和方法、网页配色基础 5. 认识 HTML 语言、CSS 样式 	2
任务分解	任务 1	互联网基础知识
	任务 2	网站建设基本流程
	任务 3	网站建设基础
	任务 4	网页设计基础
	任务 5	网页制作标准技术
学习单元情境设计		
单元名称	初识 Dreamweaver CC	学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握 Dreamweaver CC 的工作界面 2. 掌握站点管理器、创建文件夹、定义新站点、创建和保存网页 3. 掌握重命名、移动、删除文件和文件夹 4. 掌握站点的打开、编辑、复制、删除、导入和导出 5. 掌握关键字、作者和版权信息、刷新时间、描述信息等其他文件头的设置 	2
任务分解	任务 1	Dreamweaver CC 工作界面
	任务 2	创建网站框架

	任务 3	管理站点文件和文件夹
	任务 4	管理站点
	任务 5	网页头文件设置

学习单元情境设计			
单元名称	文本与文档		
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握文字的输入、连续空格的输入 2. 掌握页边距、网页的标题的设置 3. 掌握对文字的大小、颜色、字体、对齐方式和段落样式等的设置 4. 掌握项目符号或编号、文本缩进、插入日期、特殊字符和换行符的使用 5. 掌握水平线、显示/隐藏网格和标尺的应用 		
任务分解	任务 1	文本与文档	
	任务 2	项目符号和编号列表	
	任务 3	水平线、网格与标尺	
		学时	4

学习单元情境设计			
单元名称	图像和多媒体		
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握图像的格式 2. 掌握图像的插入、图像的属性、跟踪图像的应用 3. 掌握 Flash 动画、FLV、Shockwave 影片、ActiveX 控件的插入 		
任务分解	任务 1	图像的插入	
	任务 2	多媒体在网页中的应用	
		学时	2

学习单元情境设计		学时	6
单元名称	超链接		
学习要求	1. 掌握超链接的概念与路径知识 2. 掌握文本超链接、电子邮件超链接、下载文件链接的创建方法 3. 掌握图片链接、鼠标经过图像链接的创建方法 4. 掌握锚点链接、热点链接的创建方法		
任务分解	任务 1	超链接的概念与路径知识	
	任务 2	文本超链接	
	任务 3	图像超链接	
	任务 4	命名锚记超链接	
	任务 5	热点链接	

学习单元情境设计		学时	8
单元名称	使用表格		
学习要求	1. 掌握表格的组成和插入方法 2. 掌握表格、单单元格和行或列的属性设置 3. 掌握在单单元格中输入文字、插入其他网页元素 4. 掌握选择整个表格、行或列、单单元格的应用 5. 掌握复制、粘贴表格的应用 6. 掌握表格删除、缩放的应用 7. 掌握单单元格的合并和单单元格的拆分		
任务分解	任务 1	表格的简单操作	
	任务 2	数据表格	
	任务 3	复杂表格的排版	

学习单元情境设计		
单元名称	CSS 样式	学时
学习要求	1. 掌握 CSS 样式的概念 2. 掌握 CSS 样式面板的使用方法 3. 掌握 CSS 样式选择器的应用 4. 掌握样式的类型和创建方法 5. 掌握 CSS 样式的属性	12
任务分解	任务 1	CSS 样式的概念
	任务 2	CSS 样式的类型与创建
	任务 3	CSS 的属性
	任务 4	过滤器

学习单元情境设计		
单元名称	Spry 构件	学时
学习要求	1. 掌握创建 Spry 菜单栏的方法 2. 掌握创建 Spry 选项卡式面板的方法 3. 掌握创建 Spry 可折叠面板的方法	6
任务分解	任务 1	Spry 菜单栏
	任务 2	Spry 选项卡式面板
	任务 3	Spry 可折叠面板

学习单元情境设计		
----------	--	--

单元名称	CSS+Div 盒子布局		学时	12
学习要求	1.掌握 CSS+Div 的优点 2.掌握盒子结构及属性 3.掌握盒子定位及浮动方式			
任务分解	任务 1	CSS+Div 的概念		
	任务 2	盒子模型		
	任务 3	定位与浮动		
学习单元情境设计				
单元名称	使用表单		学时	6
学习要求	1.掌握表单的使用方法 2.掌握单行、密码、多行和文本域的创建方法 3.掌握单选按钮、多选按钮组和复选框的创建方法 4.掌握下拉菜单、滚动列表的创建方法 5.掌握文件域、图像域和按钮的创建方法 6.Url、Tel、搜索、数字、范围文本域和颜色的插入方法 7.掌握日期时间的插入方法和使用技巧			
任务分解	任务 1	使用表单		
	任务 2	应用复选框和单选按钮		
	任务 3	应用列表和菜单		
	任务 4	创建 H5 表单元素		
学习单元情境设计				
单元名称	行为		学时	4

学习要求	1. 掌握行为面板的使用 2. 掌握 JavaScript、打开浏览器窗口和转到 URL 的创建方法 3. 掌握检查插件、检查表单和交换图像的创建方法 4. 掌握显示隐藏层的方法 5. 掌握容器的文本、状态栏文本和文本域文字的设置方法 6. 跳转菜单和跳转菜单开始的方法	
任务分解	任务 1	行为面板
	任务 2	动作

学习单元情境设计		
单元名称	网页代码	学时
学习要求	1. 掌握新建标签库、标签、属性的方法 2. 掌握常用 HTML 标签的使用 3. 掌握响应 HTML 事件的方法	
任务分解	任务 1	网页代码
	任务 2	常用 HTML 标签
	任务 3	脚本语言
	任务 4	HTML 事件

学习单元情境设计		
单元名称	综合复习	学时
学习要求	1. 掌握 CSS+Div 布局的应用方法和技巧 2. 掌握 CSS 样式命令的使用方法 3. 掌握动画文件和图像文件的插入方法和应用	

	4.掌握超链接的方法和创建 5.掌握表单的创建方法和应用	
任务分解	任务 1	综合复习
	任务 2	重点内容及难点内容解答

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

- 1.《DreamweaverCC 实例教程（第 4 版）》，编著者：王钧玉、南楠，人民邮电出版社。
- 2.长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀作品以备参考。
- 3.信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书、专业软件。
- 4.符合教学大纲和课程要求的试题库、实训指导书，增加图书馆内学习参考书、专业期刊等馆藏。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 3 方面的基本能力：

- 1、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 2、掌握 Photoshop 软件的使用，具有平面设计方向的知识及能力，了解平面设计的发展状况、并且有一定的设计功底与审美能力等；
- 3、掌握职业教育教学方法，具有课程设计和教学实施的能力。

相关核心课程的实践教学中均应聘请具有丰富项目经验的行业人员参与课程建设和担任兼职教师。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：电商实训室

安装软件 Dreamweaver CC、Photoshop CC 软件。

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部： 信息工程系

教师姓名： 章亦淼

专业	电子商务	课程	网页设计与制作	班级		
	通过本课程的学习，使学生掌握 Dreamweaver 软件的使用，掌握 HTML5 与 CSS3 基础知识，具备使用 Div+CSS 布局网页的能力，具备独立设计网页及美化网页的能力。能够运用科学的思维方法，对网站设计、建设、推广和运营等各方面问题进行整体策划，并提供完善的解决方案；通过一个整体的项目，对某一网站作一个完整的设计和制作，以此达到建设中小型网站的能力。				考核方式	考核形式
培养目标：					<input type="checkbox"/> 考查 <input checked="" type="checkbox"/> 考试	<input type="checkbox"/> 纯理论 <input type="checkbox"/> 纯实践 <input checked="" type="checkbox"/> 理论+实践
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例	
计划学时	72	22	30%	50	70%	
本课程实际学时	\	\	\	\	\	在上方框中打√
教材及教学参考书：(名称、版本、主编、出版社) 《DreamweaverCC 实例教程（第 4 版）》，王钧玉、南楠，人民邮电出版社						
教研室主任审核意见：			系（部）主任审核意见：			
签名： _____ 年 _____ 月 _____ 日			签名： _____ 年 _____ 月 _____ 日 (公章)			

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	网页设计基础知识	了解 Dreamweaver 背景、互联网基础、网页设计知识			
1	2	初识 Dreamweaver CC	初识 DW, 掌握创建站点、管理站点		上机	
2	2	文本与文档	掌握首选参数、页面属性及文本属性的设置			
2	2	文本案例练习	掌握输入和编辑文本、水平线、项目符号和编号列表	作业 1: 第三章 PPT 倒数两页	上机	
3	2	图像和多媒体	掌握插入图像及多媒体并设置图像属性		上机	
3	2	超链接	掌握超链接概念、文本超链接			
4	2	超链接案例练习 (一)	掌握图像超链接、热点链接、锚点链接		上机	
4	2	超链接案例练习 (二)	掌握超链接综合应用		上机	

5	2	表格简单操作	掌握插入表格的方法及对表格的简单操作			
5	2	表格案例练习（一）	掌握简单表格的排版		上机	
6	2	表格高级处理	掌握数据表格的导入和导出，了解复杂表格的排版			
6	2	表格案例练习（二）	掌握应用表格进行页面布局	作业 2：第六章 PPT 倒数两页	上机	
7	2	CSS 样式	掌握 CSS 样式的概念、掌握 CSS 样式面板的使用			
7	2	CSS 样式（二）	掌握 CSS 样式引入方法、掌握样式选择器种类			
8	2	CSS 样式案例练习（一）	掌握类型、背景 CSS 样式		上机	
8	2	CSS 样式案例练习（二）	掌握区块、方框、边框 CSS 样式		上机	
9	2	CSS 样式案例练习（三）	掌握列表 CSS 样式		上机	

9	2	CSS 样式案例练习（四）	掌握定位 CSS 样式	作业 3：第七章 PPT 倒数两页	上机	
10	2	Spry 菜单栏	掌握 Spry 菜单栏创建及编辑		上机	
10	2	Spry 选项卡式面板	掌握 Spr 选项卡式面板创建及编辑		上机	
11	2	Spry 可折叠面板	掌握 Spry 可折叠面板创建及编辑	作业 4：第八章 PPT 倒数两页	上机	
11	2	CSS+Div 盒子布局	掌握 Div 和盒模型概念			
12	2	relative 定位	掌握 relative 相对定位		上机	
12	2	absolute 定位	掌握 absolute 绝对定位		上机	
13	2	float 定位	掌握 float 浮动定位		上机	
13	2	CSS+Div 案例练习（一）	完成 CSS+Div 综合案例练习		上机	

14	2	CSS+Div 案例练习 (二)	完成 CSS+Div 综合案例练习	作业 5: 第九章 PPT 倒数两页	上机	
14	2	表单	掌握表单概念及种类区别			
15	2	表单案例练习 (一)	掌握单行、密码、多行、文本域、单选按钮、单选按钮组和复选框的创建		上机	
15	2	表单案例练习 (二)	掌握下拉菜单、滚动列表、文件域、图像域和按钮的创建	作业 6: 第十章 PPT 倒数两页	上机	
16	2	行为	掌握打开浏览器窗口和转到 URL 的创建方法、掌握检查插件表单和交换图像的创建			
16	2	行为案例练习	掌握显示隐藏层、掌握容器的文本和文本域文字的设置方法、掌握跳转菜单和跳转菜单开始			
17	2	网页代码 (一)	掌握常用 HTML 小标签的使用		上机	
17	2	网页代码 (二)	掌握常用 HTML 大标签的使用		上机	
18	2	综合复习 (一)	复习 CSS+Div 布局方法和技巧、CSS 样式命令的使用方法		上机	

18	2	综合复习（二）	复习图像文件的插入方法、超链接的创建、表单的创建方法和应用		上机	
----	---	---------	-------------------------------	--	----	--

《Flash 动画制作》课程标准

一、课程说明

课程名称	Flash 动画制作		标准简称	Flash 动画制作课标	
适用专业	电子商务	修读学期	第二学期	制订时间	2018.8
课程代码	1351200	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	B 类	课程性质	必修课	课程类别	专业基础课
先修课程	计算机平面设计基础与应用				
后续课程	影视后期剪辑、影视后期特效				
对应职业资格证书或内容	图形图像处理员				
合作开发企业					
执笔人	季红芳	合作者	无	审核人	张奕炜
制（修）定日期	2018 年 12 月				

二、课程定位

本课程是电子商务专业必修的核心课程。在本专业的职业能力培养中所起着承前启后的作用，既是前期理论课的延续，又是学习其他专业课的前提。本课程的前期课程主要有《计算机平面设计基础与应用》、《网页设计与制作》等，后续的专业课程主要有《影视后期剪辑》、《影视后期特效》等。

本课程培养学生具备使用 Flash 软件进行二维动画短片的制作技术能力，具备企业要求二维动画制作人员平面图形设计能力，具备动画基本设计能力，这些能力是构成本专业职业技术领域共性职业能力的重要部分。

三、设计思路

根据行业、企业发展需要和完成职业岗位实际工作任务所需要的知识、能力、素质要求，本课程坚持“教、学、做”一体化的课程设计理念，以培养学生的二维动画技术能力为目标，以具体的工作任务的学习为切入点，针对图形图像处理员的岗位能力进行分解，设计 9 个课程单元共 39 个学习任务，课程单元难度呈阶段性上升，每个任务完成后掌握相关知识点，采用任务驱动的教学模式和示范操作、模拟训练方法来实现这个教学过程，并为学生可持续发展奠定良好的基础。

在组织教学过程中，从二维动画制作的角度出发，坚持理论联系实际，以该软件技术应

用为主，着眼于提高学生使用 Flash 软件进行二维动画短片的制作技术能力的目的来实施教学。

四、课程培养目标

课程以工作过程为导向，工学结合，强化学生的操作技能，让学生熟练掌握二维动画制作技能，培养学生动画设计的思维和技巧，使学生具有较强的动画设计能力、良好的语言文字表达能力，并养成诚信、刻苦、善于沟通和团队合作的职业素质，成为符合二维动画设计与制作、广告制作、电子杂志制作、游戏动画制作等社会需要的动画制作职业技术人才。

1. 专业能力：

通过《Flash 动画制作》课程的学习，掌握二维动画的制作技巧，掌握使用 Flash 软件进行二维动画短片的制作技术能力，掌握动画关键帧的基本原理。

2. 方法能力：

(1) 能够在所学知识基础上，根据相关动画剧本和角色设计要求，使用 Flash 动画实现；

(2) 通过本课程的学习，掌握 Flash 软件设计动画的能力；

(3) 能够利用网络资源，收集整理 Flash 软件使用方面的知识，并会进行信息分析处理，形成总结报告。

3. 社会能力：

(1) 通过课程学习，培养学生严谨求实的工作态度，爱岗敬业，对待工作和学习一丝不苟、精益求精的精神。

(2) 具有较强的事业心和责任感，具有良好的心理素质和身体素质。具有理论联系实际的良好学风，具有发现问题、分析问题和解决问题的能力，以及理论联系实际的能力。

(3) 通过学习养成积极思考问题、自主学习和解决问题的习惯和能力；具备团队协作能力，吃苦耐劳、诚实守信的优秀品质。

(4) 通过学习学会收集、分析、整理参考资料的技能，培养对新技术信息的掌握能力；

(5) 通过学习能够设计一般工作计划，行动方案；

(6) 通过学习培养学生掌握安全生产、文明生产与环境保护的相关规定及内容。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 72 节，每周 2 次课 4 学时。；

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	Flash 基础	了解 Flash 的基础知识	掌握软件基础	独立学习能力，获取新知识的能力和信息安全搜索能力，决策能力。	具有与人沟通合作的团队协作能力； 具有很强的时间观念。	2
2	Flash 绘图功能	理解位图与矢量图；理解与色块的区别；掌握常用的三种绘图方式；了解位图图像在 Flash 中的应用。	掌握自由绘图方式、塑形方式和装饰画绘画三种 Flash 常用的绘图方式的特点和表现手法。	获取新知识的能力和信息安全搜索能力	具有爱岗敬业、诚信、务实、豁达、勤奋、谦虚好学的品质； 具有较强的现场管理和组织能力，能较好的处理公共关系。	6
3	Flash 分层动画技术	熟悉分层技术的由来、掌握 Flash 层的基本操作和使用。	掌握图层在动画中的应用。	独立学习能力； 获取新知识的能力和信息安全搜索能力。	具有良好的思想品德、法制观念和职业道德，具有吃苦耐劳的精神； 具有人际交往能力，能有效地进行人际沟通。	4
4	Flash 元件和库	三种元件的使用方法以及库的使用方法；熟练掌握动画中三种元件的应用；理解并掌握库的应用。	掌握图形元件、影片剪辑元件、按钮元件在动画中的应用。	分析问题和解决问题的能力； 获取新知识的能力和信息安全搜索能力。	具有爱岗敬业、诚信、务实、豁达、勤奋、谦虚好学的品质； 具有人际交往能力，能有效地进行人际沟通。	6
5	时间轴和动画	了解 Flash 中各种动画类型；掌握各种动画的制作和应用。	掌握各种类型的动画的制作方法 and 应用。	独立学习能力； 分析问题和解决问题的能力； 决策能力。	具有爱岗敬业、诚信、务实、豁达、勤奋、谦虚好学的品质； 具有很强的时间观念。	16
6	技能强化及实战演练	综合运用 Flash 中的库、图层、元件、时间轴、	使用 Flash 及其他软件结合制作 Flash 动画，	独立学习能力； 获取新知识的能力和信息安全搜索能力。	具有爱岗敬业、诚信、务实、豁达、勤奋、谦虚好学的品质；	8

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
		帧以及绘图工具。	提高学生动画实战能力。	信息搜索能力； 决策能力。	具有与人沟通合作的团队协作能力。	
7	Flash 动画中声音的制作	介绍 Flash 声音的基本操作及声音的采集方法等基本技能。	掌握有关声音的基本操作及声音的简单采集方法。	获取新知识的能力和 信息搜索能力	具有爱岗敬业、诚信、务实、豁达、勤奋、谦虚好学的品质； 具有较强的现场管理和组织能力，能较好的处理公共关系。	3
8	Flash 交互和影片输出	介绍动画中简单的交互式动画、重复播放按钮动画、影片生成和输出、超链接等内容。	掌握动画交互原理和 ActionScript 脚本语言，掌握播放按钮动画制作方法等。	独立学习能力； 获取新知识的能力和 信息搜索能力。	具有良好的思想品德、法制观念和职业道德，具有吃苦耐劳的精神； 具有人际交流能力，能有效地进行人际沟通。	3
9	制作动画短片	制作动画短片	掌握 Flash 动画的制作流程。	分析问题和解决问题的能力； 获取新知识的能力和 信息搜索能力。	具有爱岗敬业、诚信、务实、豁达、勤奋、谦虚好学的品质； 具有人际交流能力，能有效地进行人际沟通。	20
合计 讲授 20 学时、实践 48 学时、复习与习题课 4 学时，共 72 学时						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计			
单元名称	Flash 基础		学时 2
学习要求	学习和了解 Flash 的基本知识, 包括其发展、应用现状、运行环境与传统二维动画的区别等。		
任务分解	任务 1	Flash 发展简况	
	任务 2	Flash 在各个领域的应用	
	任务 3	Flash 软件运行环境、基本操作界面	
	任务 4	Flash 动画与传统二维动画的区别	

学习单元情境设计			
单元名称	Flash 绘图功能		学时 6
学习要求	理解位图和矢量图的基本概念、特征和文件格式; 掌握 Flash 三种常用绘图方式的特点和表现手法。		
任务分解	任务 1	Flash 绘图基础知识	
	任务 2	动画角色临摹	
	任务 3	设计动画角色	
	任务 4	绘制动画角色三视图	

学习单元情境设计			
单元名称	Flash 元件和库		学时 4
学习要求	掌握图形元件、影片剪辑元件、按钮元件的使用方法以及库的使用方法。		
任务分解	任务 1	Flash 动画中元件和实例的应用	
	任务 2	案例制作: 树林	
	任务 3	实训案例制作: 航海图	

学习单元情境设计			
单元名称	Flash 分层动画技术		学时 6
学习要求	熟悉分层技术的由来、掌握 Flash 层的基本操作和使用。		
任务分解	任务 1	Flash 动画中层的概念	

	任务 2	案例制作：草地快乐一家人
	任务 3	实训案例制作：田园风光

学习单元情境设计			
单元名称	Flash 时间轴和动画		学时 16
学习要求	熟悉和理解 Flash 的动画功能，掌握 Flash 各种动画的制作方法。		
任务分解	任务 1	Flash 中各种类型的动画	
	任务 2	案例制作：形状补间动画——圆变方、1 变 2、数字儿歌	
	任务 3	案例制作：传统补间动画——小鱼游动、田园风光、皮球弹跳、万圣节贺卡	
	任务 4	案例制作：补间动画编辑器——文字入画、公益广告动画	
	任务 5	案例制作：补间动画三维动画——三棵松树盒子脸、翻书动画	
	任务 6	案例制作：补间动画反向动画——MM 减肥操、草、鱼、鹿摆手	
	任务 7	案例制作：逐帧动画——鸟飞、章鱼、女孩说话	
	任务 8	实训案例制作：飞机飞行、钟表指针、人侧面循环走	
	任务 9	综合实训：使用设计的角色制作一组 QQ 表情	

学习单元情境设计			
单元名称	技能强化及实战演练		学时 8
学习要求	运用 Flash 中的图层、元件、库、时间轴、帧以及与其他软件结合不同风格的 Flash 动画，提高学生 Flash 综合性应用能力。		
任务分解	任务 1	元件重复利用	
	任务 2	抖动线条风格的动画	
	任务 3	与真人实拍结合的动画	
	任务 4	细腻丰富的位图动画	
	任务 5	蜡笔抖动风格动画	
	任务 6	三维动画	
	任务 7	人物摆拍式风格动画	

学习单元情境设计			
----------	--	--	--

单元名称	Flash 动画中的声音制作		学时	3
学习要求	认识声音在动画中的重要性，学习和熟练掌握 Flash 声音的基本操作方法及声音的采集方法等基本技能。			
任务分解	任务 1	Flash 动画的声音操作		
	任务 2	声音的采集		

学习单元情境设计				
单元名称	Flash 交互和影片输出		学时	3
学习要求	掌握简单的交互式预载动画、重复播放按钮动画、影片生成和输出、超链接和文件生成的不同格式等。			
任务分解	任务 1	简单的交互功能		
	任务 2	预载动画		
	任务 3	制作“重复播放”按钮动画		
	任务 4	建立 Flash 超级链接		
	任务 5	输出影片		

学习单元情境设计				
单元名称	制作动画短片		学时	20
学习要求	深入了解和掌握 Flash 动画短片的制作流程和动画制作原理、方法和步骤。			
任务分解	任务 1	Flash 动画制作流程		
	任务 2	Flash 动画短片《童年》概况		
	任务 3	《童年》前期制作		
	任务 4	《童年》中期制作		
	任务 5	《童年》后期制作		

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩、实践成绩和期末成绩三个部分，分别占总评成绩的 30%、40%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩		实践成绩	期末成绩
	出勤	平时作业		
100%	10%	20%	40%	30%

小计	30%	40%	30%
----	-----	-----	-----

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、实践操作

出勤占总成绩 10%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 20%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

实践操作占总成绩 40%。独立完成为 A，在他人指导下完成为 B。

(2) 期末成绩考试方式为机考，试卷中含超纲题目分值不低于 3 分，不高于 10 分。

七、教材及相关资源

教材：

《Flash 动画制作》，孙立军主编，北京联合出版社，ISBN：9787550205383

参考资料：

《动画制作实践从入门到精通》，新视角文化行编著，人民邮电出版社，ISBN：9787115300928

《中文 Flash 基础与案例教程》，欧阳俊梅、叶蕾主编，高等教育出版社，ISBN：9787040354799

八、任课教师要求

学历：本科及以上；

学位：学士及以上；

授课经历：两年及以上相关专业课程教学经验。

技能水平：具备动画的基础知识能力，广告动画、电视媒体动画制作能力。

九、教学实训场所

本课程要求在理论实践一体化教室完成，以实现“教、学、做”三位合一，主讲教师可携带笔记本电脑和投影仪器，根据教学进度实际进展情况，在教室中灵活控制理论内容和实践内容结合的讲解，同时要求笔记本电脑安装 Flash 和 Photoshop 等相关工具软件。

十.其它说明

无。

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部： 信息工程系

专业	电子商务	课程	Flash 动画制作						
培养目标:	掌握二维动画的制作技巧, 掌握使用 Flash 软件进行二维动画短片的制作技术能力, 掌握动画关键帧的基本原理。								
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例	考核方式			考核形式
计划学时	72	25	35%	47	65%	<input checked="" type="checkbox"/> 考查 <input type="checkbox"/> 考试			<input type="checkbox"/> 纯理论 <input type="checkbox"/> 纯实践 <input checked="" type="checkbox"/> 理论+实践
本课程实际学时									
教材及教学参考书: (名称、版本、主编、出版社) 教材: 《Flash 动画制作》、孙立军主编、北京联合出版公司出版									
教研室主任审核意见:					系(部)主任审核意见:				
签名: _____ 年 _____ 月 _____ 日					签名: _____ 年 _____ 月 _____ 日 (公章)				

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	Flash 软件界面、绘图基础及常用绘图工具	了解 Flash 的基本知识;掌握 Flash 的常用绘图方法。		多媒体 / 理论教学	
1	2	实训 1: 绘制企业 LOGO、沙漠之旅	熟悉 Flash 软件工作界面	绘制“沙漠之旅”场景	多媒体 / 上机实训	
2	2	介绍自由绘图的方法及技巧	掌握 Flash 自由绘图的方法及技巧		多媒体 / 理论教学	
2	2	实训 3: 绘制男子头像、河马	掌握 Flash 自由绘图的方法及技巧	绘制河马	多媒体 / 上机实训	
3	2	自由创作设计角色造型	掌握使用 Flash 软件设计制作动画角色的方法和技巧		多媒体 / 理论教学	
3	2	实训 5: 创建设计制作一个卡通角色造型	掌握使用 Flash 软件设计制作动画角色的方法和技巧	设计制作动画角色	多媒体 / 上机实训	
4	2	Flash 中图层的应用,动画中元件和实例的应用。	掌握图层、元件、实例在 Flash 动画中的应用		多媒体 / 理论教学	
4	2	实训 7: 绘制“草地快乐一家人”、“树林”	掌握图层、元件、实例在 Flash 动画中的应用		多媒体 / 上机实训	
5	2	Flash 动画中的各种类型的动画	熟悉和了解 Flash 各种类型动画		多媒体 / 理论教学	
5	2	实训 9: 制作“数字儿歌”动画	掌握形状补间动画的制作方法和技巧		多媒体 / 上机实训	

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
6	2	实训 11: 制作“皮球弹跳”、“万圣节”贺卡动画	掌握传统运动引导动画的制作方法和技巧		多媒体 / 上机实训	
6	2	补间动画的原理、制作方法; 介绍三维特效动画的制作方法。	掌握补间动画、三维特效动画的制作方法和技巧		多媒体 / 理论教学	
7	2	实训 13: 制作三棵松树盒子脸、MM 减肥操、“草”动画、“鱼”动画、“鹿摆手”动画	掌握三维特效动画的制作方法和技巧		多媒体 / 上机实训	
7	2	实训 14: 制作“鸟飞动画”、“章鱼”动画	掌握逐帧动画的制作方法和技巧		多媒体 / 上机实训	
8	2	实训 16: 制作“飞机飞行”、“钟表指针”动画	掌握逐帧动画的制作方法和技巧		多媒体 / 上机实训	
8	2	实训 17: 制作“人侧面循环走”动画	掌握逐帧动画的制作方法和技巧	制作“人侧面循环走”动画	多媒体 / 上机实训	
9	2	运用 Flash 中的图层、元件、库、时间轴、帧以及其他软件结合制作不同 Flash 动画。	掌握综合应用 Flash 中图层、元件、库、时间轴、帧等内容制作 Flash 各种类型动画的方法。		多媒体 / 理论教学	
9	2	实训 19: 制作元件动画“群鸟飞翔”	掌握元件在动画中的应用		多媒体 / 上机实训	

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
10	2	真人实拍结合的动画制作方法	掌握真人实拍结合的动画制作方法		多媒体 / 理论教学	
10	2	实训 21: 制作真人合成动画“向锅中扔小怪物”	掌握真人实拍结合的动画制作方法	制作真人合成动画“向锅中扔小怪物”	多媒体 / 上机实训	
11	2	实训 22: 制作位图动画“蜻蜓嬉戏”	掌握位图动画的制作方法和技巧		多媒体 / 上机实训	
11	2	实训 23: 制作蜡笔抖动风格动画“咆哮狗跑”	掌握蜡笔抖动风格动画的制作方法和技巧		多媒体 / 上机实训	
12	2	实训 24: 三维动画“翻开的向日葵卡”	掌握三维动画的制作方法		多媒体 / 上机实训	
12	2	摆拍式风格动画的制作方法	掌握摆拍式风格动画的制作方法		多媒体 / 理论教学	
13	2	口型动画的制作方法	掌握口型动画的制作方法		多媒体 / 理论教学	
13	2	实训 26: 制作口型动画“拉拉讲笑话”	掌握口型动画的制作方法		多媒体 / 上机实训	

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
14	2	实训 27: 为口型动画“啦啦讲笑话”添加声音元素	掌握 Flash 动画中的声音制作方法		多媒体 / 上机实训	
14	2	Flash 动画制作流程	掌握 Flash 动画制作流程		多媒体 / 理论教学	
15	2	实训 29: 后期制作《童年》动画的后期制作	掌握动画后期制作的基本操作		多媒体 / 上机实训	
15	2	实训 30: 用 Premiere 剪辑“Flash 范例”、制作 Flash 公益广告《公共轻声细语》	掌握动画短片中期制作、后期制作的制作方法		多媒体 / 上机实训	
16	2	期末知识点回顾	掌握 Flash 动画制作流程及动画短片的制作方法		多媒体 / 上机实训	
16	2	期末复习	掌握 Flash 动画制作流程及动画短片的制作方法		多媒体 / 上机实训	
17	2	实训 35: 《关爱生命》	掌握 Flash 动画制作流程及动画短片的制作方法		多媒体 / 上机实训	
17	2	期末考核实训项目: 用自己设计制作的角色设计制作 Flash 公益广告	掌握 Flash 动画制作流程及动画短片的制作方法		多媒体 / 上机实训	

《商务谈判》课程标准

一、课程说明

课程名称	商务谈判		标准简称	商务谈判课标	
适用专业	电子商务	修读学期	第二学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351080	课程学时	36	课程学分	2
课程类型	B类	课程性质	必修课	课程类别	专业基础课
先修课程	电子商务基础				
后续课程	广告策划、平台运营、网络营销				
对应职业资格证书或内容	CEAC 网店运营师				
合作开发企业	无				
执笔人	张奕炜	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《商务谈判》是电子商务专业学生的必修专业核心课，本课程主要介绍商务谈判的有关知识、技巧和方法，具有知识面广、实用性强、实践性强、系统性强的特点，是市场营销专业的一门必修课，也是专业核心课程。对学生职业能力的培养和职业素养养成起着主要支撑作用。是电子商务专业的一门专业基础课程。

三、设计思路

本课程主要从教学计划、教学大纲、教案、参考书目以及教学内容进行了规划、整理和改进。整门课程实用性和可操作性非常强，为了体现上述原则，在编写上真正实现了体例上的创新，针对高职高专学生接受知识的特点，以模块的形式作为训练和学习单元，由“绪论”以及“商务谈判基本素质”、“商务谈判前的准备”、“商务谈判程序”、“国际商务谈判”以及“能力拓展训练”五个模块构成。每个模块由几个项目组成，以课业设计为主线，每个项目设计一个课业，然后围绕课业的解决提供知识帮助，让学生在学习了解、熟悉和掌握商务谈判需要具备的职业能力。课程充分发挥实例的作用，项目前有“案例导入”，项目中设计了大量的“案例阅读”，并一一进行点评。项目后有“模拟实践与应用练习”。最后一个模块

是实训实习的内容，由教师指导，系统而全面的实训学生的商务谈判能力。激发学生的学习兴趣，锻炼学生的动手能力。真正形成了“教、学、做一体化”的模式。

四、课程培养目标

1. 专业能力

- (1) 了解商务谈判理念、要素、方式、礼仪等基本内容；
- (2) 能进行商务谈判市场调研、信息收集、分析、整理，撰写商务谈判方案、进行模拟谈判；
- (3) 了解商务谈判原则、过程、开局、摸底、报价、还价、让步、僵局制造、处理策略与技巧；
- (4) 熟悉商务谈判结束技巧。

2. 方法能力

- (1) 掌握与客户沟通，进行相关需求分析，并收集相关素材；
- (2) 社交能力；
- (3) 沟通能力；
- (4) 谈判能力。

3. 社会能力

- (1) 培养学生良好的沟通能力；
- (2) 培养学生的团队协作能力；
- (3) 培养学生分析问题、解决问题的能力；
- (4) 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风；
- (5) 培养学生的质量意识；
- (6) 培养学生诚实、守信、坚韧不拔的性格；
- (7) 培养表述能力；
- (8) 培养学生与客户建立良好、持久的关系的能力。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 36 节，每周 1 次课 2 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	商务谈判的基本理论	<ol style="list-style-type: none"> 了解谈判与商务谈判的概念与特征 了解商务谈判的基本原则 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握商务谈判的基本要素 熟悉商务谈判的基本类型 学会正确分析生活中的谈判与商务谈判 	<ol style="list-style-type: none"> 谈判与商务谈判商务谈判的基本特征 商务谈判的种类 商务谈判的基本原则 谈判人员应具备的基本观念 谈判者的个体素质 气质性格方面 心理素质方面 礼仪在商务谈判中的作用 谈判人员的个人礼仪 谈判过程中的礼仪 有声语言 无声语言——态势语 	培养学生养成积极思考问题能力	4
2	商务谈判的基本素质	<ol style="list-style-type: none"> 了解商务谈判人员应具备的基本素质 了解商务谈判人员的礼仪对谈判活动的影响 掌握谈判人员的个人行为礼仪 了解商务谈判人员心理对谈判活动的影响 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握优秀谈判人员应具备的心理素质 了解商务谈判人员的口才对谈判活动的影响 掌握谈判口才的技巧 了解谈判人员态势语的作用 掌握态势语言的类型及表现 	<ol style="list-style-type: none"> 谈判人员应具备的基本观念 谈判者的个体素质 气质性格方面 心理素质方面 礼仪在商务谈判中的作用 谈判人员的个人礼仪 谈判过程中的礼仪 有声语言 无声语言——态势语 	提升学生审美能力, 培养审美意识	6

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
3	商务谈判前的准备	<ol style="list-style-type: none"> 了解谈判人员的配备层次以及各层次人员的职责 了解收集谈判信息的方面与收集谈判信息的途径 了解制定商务谈判方案的要求及其主要内容 了解模拟谈判的重要性 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握谈判班子的构成原则 掌握收集谈判信息的重要性 掌握商务谈判座次的排列 学会写作商务谈判计划书 	<ol style="list-style-type: none"> 谈判组织的构成原则 谈判班子的人员配备 谈判信息搜集的作用 谈判信息搜集的内容 信息情报搜集的方法和途径 信息的加工整理 制定谈判方案的要求 商务谈判方案的主要内容 商务谈判方案的写作格式 模拟谈判的必要性 模拟谈判的方式 模拟谈判的总结 	培养学生分析问题、解决问题的能力	6
4	商务谈判程序	<ol style="list-style-type: none"> 了解谈判开局气氛的类型 认识常见的几种谈判开局策略 了解恰当的让步方式 了解处理僵局策略 认识商务合同及其主要条款 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握开局陈述的常规表达方式 掌握选择报价的依据，合理运用报价策略 掌握价格磋商应遵循的基本原则 掌握商务合同签订程序和原则 掌握商务合同签订前的准备工作 	<ol style="list-style-type: none"> 谈判开局气氛的营造 摸底过程的开场陈述 报价阶段 交锋阶段 妥协让步阶段 最后的回顾与起草备忘录 合同的签订 	培养学生自主学习习惯和能力	8

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
5	能力拓展 训练	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学会使用无声语言表达意 2. 能够克服自卑心理、羞怯心理 恐惧心理 3. 培养良好个人礼仪 4. 培养自信心和自控力 5. 全面提升个人应对市场竞争能力 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握运用陈述、提问、答复、 拒绝、说服等语言表达 2. 掌握拟订商务谈判方案 3. 掌握起草简单的谈判合同文 本 4. 掌握商务谈判礼仪知识 5. 掌握谈判策略、兵法和战术 运用的操作要领 6. 能独立进行商务谈判 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 使用无声语言 2. 使用有声语言 3. 拟订商务谈判方案 4. 起草商务谈判合同 5. 克服自卑、羞怯、恐惧等 负面心理 6. 培养自信心 7. 培养自控力、韧性 8. 培养良好个人礼仪 9. 谈判过程的礼仪 10. 建立团队合作意识 11. 了解个体差异 12. 对谈判过程各阶段、谈判 策略与技巧有感性认识 	培养学生理论联 系实际的能力	12
合计 讲授 10 学时、实践 26 学时，共 36 学时						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		
单元名称	商务谈判的基本理论	
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握商务谈判的基本要素 2. 熟悉商务谈判的基本类型 3. 学会正确分析生活中的谈判与商务谈判 	
任务分解	任务 1	谈判与商务谈判
		学时
		4

	任务 2	商务谈判的基本特征
	任务 3	商务谈判的种类
	任务 4	商务谈判的基本原则

学习单元情境设计		
单元名称	商务谈判的基本素质	学时 6
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握优秀谈判人员应具备的心理素质 2. 了解商务谈判人员的口才对谈判活动的影响 3. 掌握谈判口才的技巧 4. 了解谈判人员态势语的作用 5. 掌握态势语言的类型及表现 	
任务分解	任务 1	商务谈判人员的素质
	任务 2	商务谈判中的心理
	任务 3	商务谈判中的礼仪
	任务 4	商务谈判中的语言沟通

学习单元情境设计		
单元名称	商务谈判前的准备	学时 6
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握谈判班子的构成原则 2. 掌握收集谈判信息的重要性 3. 掌握商务谈判座次的排列 4. 学会写作商务谈判计划书 	

任务分解	任务 1	组织谈判人员
	任务 2	搜集信息资料
	任务 3	制定谈判方案
	任务 4	模拟谈判

学习单元情境设计		
单元名称	商务谈判程序	学时 8
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握开局陈述的常规表达方式 2. 掌握选择报价的依据，合理运用报价策略 3. 掌握价格磋商应遵循的基本原则 4. 掌握商务合同签订程序和原则 5. 掌握商务合同签订前的准备工作 	
任务分解	任务 1	商务谈判的开局
	任务 2	商务谈判的磋商
	任务 3	商务谈判的签约

学习单元情境设计		
单元名称	能力拓展训练	学时 12
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握运用陈述、提问、答复、拒绝、说服等语言表达 2. 掌握拟订商务谈判方案 3. 掌握起草简单的谈判合同文本 	

	<p>4. 掌握商务谈判礼仪知识</p> <p>5. 掌握谈判策略、兵法和战术运用的操作要领</p> <p>6. 能独立进行商务谈判</p>
任务分解	任务 1 商务谈判人员语言表达能力实训
	任务 2 商务谈判人员应用写作能力实训
	任务 3 商务谈判人员礼仪实训

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

- 1.《商务谈判》，编著者：李爽，清华大学出版社。
- 2.长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀案例作品以备参考。
- 3.信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 5 方面的基本能力：

- 1、具备大学本科以上学历；
- 2、具有职业教学的基本能力；
- 3、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 4、具有营销、传播等专业方面的知识储备；
- 5、具有策划、运营方面的企业实践经历。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：电商实训室

安装软件：office、wps

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部： 信息工程系

教师姓名： 张奕炜

专业	电子商务	课程	商务谈判	班级	考核方式	考核形式
培养目标：	《商务谈判》是电子商务专业学生的必修专业基础课，通过本课程的学习使学生熟悉和了解商务沟通以及谈判的基本理论、基本程序、基本策略，同时使其树立正确的沟通理念和掌握基本的沟通方法、技巧及其沟通艺术，了解商务活动的相关礼仪，并尽可能依据自身的性格心理特征，初步形成自己的沟通与谈判风格，并将所学知识与实践结合，能够分析案例，解决现实问题，平衡处理沟通过程中遇到的错综复杂的风险、策略、利益关系等。					
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例	
计划学时	36	10	30%	26	70%	<input checked="" type="checkbox"/> 考查 <input type="checkbox"/> 考试
本课程实际学时	\	\	\	\	\	在上方框中打√
教材及教学参考书：（名称、版本、主编、出版社） 《商务谈判》，编著者：李爽，清华大学出版社						
教研室主任审核意见：			系（部）主任审核意见：			
签名： _____ 年 ____ 月 ____ 日			签名： _____ 年 ____ 月 ____ 日 （公章）			

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	谈判与商务谈判	掌握商务谈判的基本要素		多媒体教室	
2	2	商务谈判的基本特征	熟悉商务谈判的基本类型	作业 1 商务谈判的特征种类分析	多媒体教室	
3	2	商务谈判的种类	学会正确分析生活中的谈判与商务谈判		多媒体教室	
4	2	商务谈判的基本原则	熟悉商务谈判的基本原则		多媒体教室	
5	2	商务谈判人员的素质	掌握优秀谈判人员应具备的心理素质		多媒体教室	
6	2	商务谈判中的心理	了解商务谈判人员的口才对谈判活动的影响	作业 2: 商务谈判中的心理素质分析	电商实训室	
7	2	商务谈判中的礼仪	了解谈判人员态势语的作用		电商实训室	

8	2	商务谈判中的语言沟通	掌握态势语言的类型及表现	作业3：商务谈判中的心理素质分析	电商实训室	
9	2	组织谈判人员	掌握谈判班子的构成原则		电商实训室	
10	2	搜集信息资料	掌握收集谈判信息的重要性	作业4：根据客户的需求分析搜集信息资料策略	电商实训室	
11	2	制定谈判方案	掌握商务谈判座次的排列		电商实训室	
12	2	模拟谈判	学会写作商务谈判计划书		电商实训室	
13	2	商务谈判的开局	掌握开局陈述的常规表达方式	作业5：开局常规表达方式 优势劣势分析	电商实训室	
14	2	商务谈判的磋商	掌握价格磋商应遵循的基本原则		电商实训室	
15	2	商务谈判的签约	掌握商务合同签订程序和原则	作业6：合同签订程序和原则调研分析	电商实训室	
16	2	商务谈判人员语言表达能力实训	掌握谈判策略、兵法和战术运用的操作要领		电商实训室	

17	2	商务谈判人员应用写作能力实训	掌握起草简单的谈判合同文本		电商实训室	
18	2	商务谈判人员礼仪实训	掌握运用陈述、提问、答复、拒绝、说服等语言和肢体表达		电商实训室	

《消费者心理学》课程标准

一、课程说明

课程名称	消费者心理学		标准简称	消费者心理学	
适用专业	电子商务	修读学期	第二学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351840	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	A类	课程性质	必修课	课程类别	专业基础课
先修课程	电子商务基础				
后续课程	平台运营、UED运营				
对应职业资格证书或内容	CECC 电子商务师、CEAC 电子商务营销师				
合作开发企业	无				
执笔人	张奕炜	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《消费者心理学》课程是电子商务专业的基础课程之一，也是国家职业考试助理营销经理、商务策划师资格证、市场营销师资格证等证书考试的内容之一。该课程通过对企业管理、电子商务等相关职业工作岗位进行充分调研和分析，借鉴先进的课程开发理念和基于工作过程的课程开发理论，进行重点建设与实施的学习领域课程。目标是培养学生掌握营销活动中顾客的心理活动现象及规律，使学生能够具备从事营销或销售工作的职业技能。它以《电子商务基础》课程的学习为基础，也是进一步学习《平台运营》、《UED运营》课程的基础。

三、设计思路

本课程着重强调理论研究与实践操作的融合，从研究方法上融合大量成功的案例，对理论进行阐述和解释。我们根据教学内容的需要，精心挑选案例，通过分析案例或课件演示，从动态中把握消费者心理学的综合运用，注意培养学生从事市场营销的实际能力。同时具有较强的工作岗位适应能力、分析和解决实际问题的能力以及创新意识和职业道德意识。

本课程在课程开发思路，打破原来以知识传授为主要特征的教学模式，以营销或销售工作中对消费心理知识和技能的要求为基础，突出本课程为提高学生的营销或销售工作技巧

与技能服务,在各个教学模块中有效地讲消费者心理学中知识与营销活动联系起来,科学设计学习性工作任 务,教、学、做结合,理论与实践一体化。灵活运用多种先进的教学方法,有效调动学生的学习积极性,促进学生积极思考,发展学生的学习能力。充分发挥教师的指导作用与学生的主体作用,采用了“讨论式”、“研究式”、“问题式”等多种能够启发学生思维的教学方法。变“灌输”为“引导”,启发学生思考,培养学生“自主学习”、“协作学习”和“发现式学习”的能力。变“讲解”为“应用”,采用案例教学、实践教学等多种教学形式,理论联系实际。课堂上“精讲少讲”,课下要求“巧练多练”。变“教学”为“研究”,培养学生发现问题、解决问题的能力,使其养成勤动手、善思考、敢创新的良好习惯。教学效果评价采用过程评价与结果评价相结合,课堂参与和课前准备相结合,课内学习和课外时间相结合,重点评价学生的学习态度、学习效果和职业能力。

四、课程培养目标

1. 专业能力

- (1) 掌握消费者的消费心理和行为的基本规律;
- (2) 掌握不同消费群体的消费心理,掌握影响消费者消费心理的因素;
- (3) 掌握如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为;
- (4) 提高学生在未来营销或销售岗位上职业化定位;
- (5) 结合市场调查课程所学的技能,能够进行消费者的某项消费心理调查;
- (6) 结合商店的季节销售实际,能够进行消费者购买心理活动分析。

2. 方法能力

- (1) 提高学生在营销和销售实践中观察能力、判断能力、营销能力;
- (2) 学会如何辨识影响消费者消费的心理因素的方法;
- (3) 学会通过对消费者心理分析以提高营销技巧与技能的方法;
- (4) 具有分析某一具体选址案例的利弊的能力;
- (5) 具有一定的商标保护的意识;
- (6) 具有一定的商品命名的知识与能力;
- (7) 具有从心理角度来分析商品定价的依据的能力;
- (8) 具有运用所学的有关公共关系的理论来处理企业危机的能力。

3. 社会能力

- (1) 通过案例教学形式,激起学生学习兴趣;
- (2) 培养学生在市场营销活动过程中具有吃苦耐劳精神;
- (3) 培养一丝不苟的严谨工作作风;
- (4) 增强与人相处、与人沟通的综合素质;
- (5) 培养学生的现场观察能力、组织管理能力及协调能力。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 72 节，每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	走进消费者心理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识消费者心理学研究对象 2. 了解研究消费者心理的意义 3. 了解消费者心理学的研究原则与方法 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 清楚界定消费心理分析的基本内容 2. 了解学习消费者心理学对企业和个人在营销或销售中的意义 3. 能运用研究消费者心理的方法，制作相应表格 	<p>能通过问题设计、多媒体图片展示、案例剖析等理解心理学、消费及消费心理等重要概念</p>	<p>树立创意设计工作的职业观，具有良好的合作意识和协调能力。</p>	12
2	把握消费者的感知觉	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解消费者的感觉 2. 了解消费者的知觉 3. 消费者的感知觉和营销实践 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握消费者感觉的基本规律 2. 掌握消费者知觉的特性以及消费者的错觉倾向 3. 利用消费者的感知觉特点，学会如何提高营销工作效率 	<p>能分析企业广告中利用的消费者的感知觉规律</p>	<p>培养学生在校营销活动过程中具有吃苦耐劳精神</p>	10
3	把握消费者的记忆与学习	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解消费者的记忆 2. 了解消费者的学习 3. 消费者的记忆与学习和营销实践 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握消费者的记忆、遗忘规律及影响因素 2. 掌握消费者学习的特点及消费者学习特点 3. 利用消费者的记忆与学习特点，学会如何提高营销工作效率 	<p>能分析企业广告中利用的消费者的记忆与学习规律</p>	<p>培养学生的现场观察能力、组织管理能力及协调能力</p>	10
4	把握消费者的情感与态度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解消费者的情感 2. 了解消费者的态度 3. 消费者的情感与态度和营销实践 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握消费者情感的类型和表达方式 2. 掌握消费者的态度极其构成，以及影响消费者态度改变的因素 3. 利用消费者的情感与态度特点，学会如何提高营销工作效率 	<p>讨论一则企业广告，能分析在这广告中利用的消费者的情感与态度规律</p>	<p>培养健全的人格修养和行为规范</p>	10

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
5	分析消费者的个性与自我意识	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解消费者的个性 2. 了解消费者的自我意识 3. 消费者的个性与自我意识和营销实践 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握消费者个性心理特征与消费行为差异 2. 掌握消费者自我意识差异对消费行为影响 3. 利用消费者的个性与自我意识的特点，学会如何提高营销工作效率 	能考虑消费者的个性与自我意识，指出在企业营销过程中运用对消费者个性与自我意识的了解，提高企业营销绩效	培养艺术情操，养成良好的性格与兴趣爱好	10
6	唤醒消费者的需要与购买决策	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解消费者的消费需要 2. 了解消费者的购买动机 3. 了解消费者的购买决策 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握消费者的消费需要层次 2. 掌握消费者购买动机的类型以及对消费行为的影响 3. 掌握消费者购买决策过程以及购买决策类型，以及影响消费者购买决策的因素 	选出最有趣的一次购物决策过程，能分析在这次购物决策形成过程中影响了决策形成的因素	培养学生爱科学，用科学的创新精神，积极参与活动，活跃思维	10
7	分析社会群体与消费心理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解群体对个体行为的影响 2. 了解社会阶层与消费行为 3. 了解家庭与消费行为 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握群体对个体消费行为影响以及群体影响力大小的因素 2. 掌握社会阶层划分方法以及不同阶层的消费行为特征 3. 掌握家庭形态划分方法以及不同形态消费行为特征 	能根据不同年龄群体性别的群体职业群体心理特征，采取不同的营销方式	树立信心，克服困难，团结协作，体验成功的喜悦	10
合计						讲授 72 学时，共 72 学时

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		
单元名称	走进消费者心理	学时
学习要求	1. 消费者心理学的研究对象 2. 研究消费者心理学的意义 3. 研究消费者心理学的原则与方法	12
任务分解	任务 1 熟悉消费者心理学的研究对象	
	任务 2 研究消费者心理学的意义	
	任务 3 研究消费者心理学的原则与方法	

学习单元情境设计		
单元名称	把握消费者的感知觉	学时
学习要求	1. 消费者的感觉 2. 消费者的知觉 3. 消费者的感知觉和营销实践	10
任务分解	任务 1 消费者的感觉以及其基本规律	
	任务 2 消费者的知觉特性以及错觉的涵义及倾向	
	任务 3 消费者的感知觉与学会如何提高营销工作效率	

学习单元情境设计		
----------	--	--

单元名称	把握消费者的记忆与学习		学时	10
学习要求	1. 消费者的记忆 2. 消费者的学习 3. 消费者的记忆与学习和营销实践			
任务分解	任务 1	消费者的记忆规律		
	任务 2	消费者的学习规律		
	任务 3	消费者的记忆与学习		

学习单元情境设计					
单元名称	把握消费者的情感与态度			学时	10
学习要求	1. 消费者的情感 2. 消费者的态度 3. 消费者的情感与态度和营销实践				
任务分解	任务 1	消费者的情感类型及表达方式			
	任务 2	消费者的态度构成与影响消费者态度改变的因素			
	任务 3	消费者的情感与态度			

学习单元情境设计					
单元名称	分析消费者的个性与自我意识			学时	10
学习要求	1. 消费者的个性				

	2. 消费者的自我意识 3. 消费者的个性与自我意识和营销实践
任务分解	任务 1 消费者个性心理特征与消费行为差异
	任务 2 消费者自我意识差异对消费行为影响
	任务 3 消费者的个性与自我意识

学习单元情境设计		
单元名称	唤醒消费者的需要与购买决策	学时 10
学习要求	1. 唤醒消费者的消费需要 2. 刺激消费者的购买动机 3. 影响消费者的购买决策	
任务分解	任务 1 消费者的消费需要层次	
	任务 2 消费者购买动机的类型；对消费行为的影响	
	任务 3 消费者的需要与购买决策	

学习单元情境设计		
单元名称	分析社会群体与消费心理	学时 10
学习要求	1. 群体对个体行为的影响	

	2. 社会阶层与消费行为 3. 家庭与消费行为	
任务分解	任务 1	群体对个体消费行为影响以及群体影响力大小的因素
	任务 2	社会阶层划分方法以及不同阶层的消费行为特征
	任务 3	家庭形态划分方法以及不同形态消费行为特征

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

- 1.《消费者心理学》，编著者：白玉苓，人民邮电出版社。
- 2.长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀案例作品以备参考。
- 3.信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 5 方面的基本能力：

- 1、具备大学本科以上学历；
- 2、具有职业教学的基本能力；
- 3、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 4、具有营销、传播等专业方面的知识储备；
- 5、具有策划、运营方面的企业实践经历。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部: 信息工程系 教师姓名: 张奕炜

专业	电子商务	课程	消费者心理学			班级	考核方式	考核形式
培养目标:	《消费者心理学》课程通过对企业管理、电子商务等相关职业工作岗位进行充分调研和分析,借鉴先进的课程开发理念和基于工作过程的课程开发理论,进行重点建设与实施的学习领域课程。目标是培养学生掌握营销活动中顾客的心理活动现象及规律,使学生能够具备从事营销或销售工作的职业技能。							
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例			
计划学时	72	72	100%	0	0%			
本课程实际学时	\	\	\	\	\	在上方框中打√		
教材及教学参考书:(名称、版本、主编、出版社) 《消费者心理学》, 编著者: 白玉苓, 人民邮电出版社。								
教研室主任审核意见:			系(部)主任审核意见:					
签名: _____ 年 月 日			签名: _____ 年 月 日 (公章)					

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	心理的表现形式	掌握人类心理活动产生的基本规律		多媒体教学	
1	2	心理的相互关系	掌握人类心理活动产生的相互关系		多媒体教学	
2	2	消费者行为的基本模式	掌握影响消费者心理与行为的因素		多媒体教学	
2	2	消费者心理与行为的研究对象	掌握消费者心理与行为的研究内容		多媒体教学	
3	2	消费者心理与行为的形成与发展简史	掌握消费者心理与行为的研究历史	作业 1：消费者心理学 的学科发展过程	多媒体教学	
3	2	消费者心理与行为的研究方法	掌握消费者心理与行为的研究方法		多媒体教学	
4	2	消费者的注意	掌握注意在营销活动中的作用		多媒体教学	
4	2	消费者的感觉	掌握感觉对消费者的作用	作业 2：感觉在消费者 购物过程中的作用	多媒体教学	

5	2	消费者的知觉	掌握感觉、知觉的特性及知觉风险		多媒体教学	
5	2	消费者的学习与记忆	掌握学习与记忆在营销活动中的作用	作业3：影响消费者记忆的客观因素	多媒体教学	
6	2	消费者的联想	掌握遗忘对消费者的影响		多媒体教学	
6	2	消费者的情绪与情感	掌握情绪与情感对消费者的影响		多媒体教学	
7	2	个性的概述	掌握个性的含义及特征，消费者的气质、性格、能力等对营销的影响		多媒体教学	
7	2	消费者的气质	掌握气质的含义及特征，消费者的气质、性格、能力等对营销的影响		多媒体教学	
8	2	消费者的性格	掌握性格的含义及特征，消费者的气质、性格、能力等对营销的影响		多媒体教学	
8	2	消费者的能力	掌握能力的含义及特征，消费者的气质、性格、能力等对营销的影响	作业4：消费者惠顾心理动机	多媒体教学	
9	2	态度的概述	掌握态度的概念和基本理论		多媒体教学	

9	2	态度的改变	掌握态度的特征和功能		多媒体教学	
10	2	态度的测量	掌握态度形成过程与影响因素，消费者态度改变的条件		多媒体教学	
10	2	消费需要	掌握需要的定义及特征		多媒体教学	
11	2	消费动机	掌握消费者具体的购买动机		多媒体教学	
11	2	消费观	掌握消费观对消费行为的影响		多媒体教学	
12	2	消费习惯	掌握消费习惯对消费行为的影响		多媒体教学	
12	2	消费兴趣	掌握消费兴趣对消费行为的影响		多媒体教学	
13	2	消费者的购买行为	掌握消费者的购买行为模式	作业 5：消费文化心理层次与消费行为之间存在着怎样的关系	多媒体教学	
13	2	消费者的购买决策	掌握消费者购买决策的心理过程		多媒体教学	

14	2	对消费者决策的解释	掌握消费者的购买行为解释的相关理论		多媒体教学	
14	2	消费者群体的概念与分类	掌握决定消费者群体影响力的因素		多媒体教学	
15	2	决定消费者群体影响力的因素	掌握消费者群体对消费心理的一般影响		多媒体教学	
15	2	不同消费群体的消费心理与行为	掌握少年儿童群体、青年群体、女性消费群体心理与行为	作业 6: 对待选购商品速度快或慢的消费者的策略	多媒体教学	
16	2	消费群体对成员的影响	掌握消费流行对消费者心理与行为的影响		多媒体教学	
16	2	社会环境的概念	掌握社会环境和社会消费文化的内涵		多媒体教学	
17	2	社会环境对消费文化的影响	掌握社会环境对消费心理的主要影响		多媒体教学	
17	2	文明消费心理对购物行为的影响	掌握消费文明对购物行为转化的促进作用		多媒体教学	
18	2	消费者的权力	掌握消费者的权力内涵与内容		多媒体教学	

18	2	消费者的责任	掌握消费者的权力与责任的关系		多媒体教学	
----	---	--------	----------------	--	-------	--

《国际贸易实务》课程标准

一、课程说明

课程名称	国际贸易实务		标准简称	国际贸易实务	
适用专业	电子商务	修读学期	第二学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351970	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	A类	课程性质	必修课	课程类别	专业基础课
先修课程	品牌运营、产品运营、内容运营				
后续课程	毕业设计				
对应职业资格证书或内容	外贸跟单员				
合作开发企业	无				
执笔人	邓师玲	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《国际贸易实务》是电子商务专业的专业核心课程之一。本课程的任务是：使学生掌握国际贸易营运环节的操作、具备对外贸易交易磋商、签订合同的能力，对贸易往来过程中的贸易纠纷的处理能力，使学生初步学会利用外贸方法解决进出口业务中的实际问题。培养学生的抽象、推理、分析和综合的逻辑思维能力，使学生能有效地把知识转化为相应的工作能力。本课程在专业中起着承上启下的重要作用，为后续的专业课学习奠定必要的理论、技能基础。

三、设计思路

(1) “基于工作过程”的课程设计。依据外贸业务的工作过程,重新序化课程内容。本课程以交易磋商为起点,以一票完整的外贸业务为主线,以贸易合同为中心,系统介绍了国际贸易业务的主要内容和一般业务程序,并将国际贸易实务的基础知识融合到各个项目模块的学习中。

(2) “任务驱动、项目导向”的教学模式。本课程按照外贸业务的工作顺序将课程内容分为三个项目模块(交易磋商与书面合同、合同条款的拟定、进出口合同的履行),并在项目分

析的基础上进行任务分解,确定该项目的典型任务及学习目标。学习任务的完成通过项目实施来进行。每个学习任务结束后,再通过大量的综合训练巩固基础知识,提高操作技能。

四、课程培养目标

1. 专业能力:

掌握进出口贸易基本业务流程;
掌握外贸英语函电基础知识;
掌握价格术语的使用;
熟悉国际贸易相关法律、惯例;
掌握国际贸易的磋商过程;
掌握合同条款基础知识;
熟悉国际结算知识。
熟练掌握各种支付方式;
能够独立核算商品的价格成本;
能够审核信用证,改证;
能够独立签订外销合同。

2. 方法能力

国内外市场调查分析能力;
进出口成本核算能力;
进出口业务磋商谈判能力;
撰写基本外贸业务函电能力;
合同签订能力;
信用证审核能力;
外贸制单与结汇能力;
国际货运与保险办理能力;
报关报检能力;
商务争端与纠纷解决能力;

3. 社会能力

培养学生谦虚、好学的能力;
培养学生勤于思考、做事认真的良好作风;
培养学生良好的职业道德。
培养学生的团队合作能力、专业技术交流的表达能力;
培养学生分析问题、解决问题的能力;
培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风;
培养学生的获取新知识、新技能的学习能力。
培养学生树立正确的国际贸易观念、法制惯例观念;

培养遵纪守法、爱岗敬业、吃苦耐劳的良好职业道德,为提高学生的就业能力打下良好的基础;

(10) 培养学生团结协作、沟通组织的能力。

课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周, 学时为 72 节, 每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	绪论	1. 了解国际贸易基本概念 2. 认识掌握进出口业务基本流程	1. 掌握国际贸易的定义, 特点 2. 掌握出口业务的一般流程	通过学习学生能够了解国际贸易法律及惯例有个基本认识	通过学习提升对进出口业务的认识度	2
2	合同的标的	1. 了解品名品质条款 2. 了解重量的计量方法	1. 掌握表示商品品质的方法 2. 掌握数量及品质机动幅度 3. 掌握包装条款	通过学习学生能够熟悉合同的相关条款	提升学生对合同中常见的问题的认知	8
3	国际贸易术语	1. 了解贸易术语的形成 2. 掌握各种贸易术语的特点	1. 掌握各种贸易术语的买卖双方责任关系 2. 掌握贸易术语的选择方法	通过学习学生能够合理的选择贸易术语避免合同陷阱	提升学生对贸易术语在合同中的应用的认知	10
4	货物的交付	1. 了解国际货物的方式 2. 了解班轮运输 3. 了解相关的装运条款	1. 掌握班轮运费的计算方法 2. 熟悉国际贸易中的各种运输方式的选择 3. 掌握合同中的条款	通过学习学生能够掌握国际贸易运输中计算	提升学生在实际业务中对各种运输方式的灵活运用能力	10
5	国际贸易货物运输保险	1. 了解主要的海上风险 2. 了解主要的海上风险造成的损失及费用	1. 掌握我国进出口贸易保险的一般做法 2. 掌握国际贸易运输保险 2. 掌握保险费的种类及保险费的计算	通过学习学生能够区分不同保险的责任问题。	提升对保险业务流程及保险选择的业务能力	8
6	商品的作价及成本核算	1. 了解国际贸易商品的作价方法 2. 了解国际贸易商品的成本核算单位	1. 掌握国际贸易商品的价格构成 2. 掌握国际贸易商品价格的计算方法	通过学习学生能够了解掌握国际贸易商品的价格构成及价格计算	提升学生对国际贸易成本核算的能力	8
7	国际货款的支付	1. 了解常用的国际货款支付方式 2. 了解相关支付方式的流程	1. 掌握支付方式——汇付 2. 掌握支付方式——托收 3. 掌握支付方式——信用证	通过学习掌握国际贸易支付方式的选择方法。	提升学生对多种支付方式的认识。	8

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
8	合同的争议的预防与处理	1. 了解进出口商品的检验检疫制度 2. 了解检验检疫的一般方法	1. 掌握合同争议出现时的一般解决方案 2. 不可抗力事故的认定 3. 相关索赔及理赔	通过案例学习巩固学生对争议和纠纷的认定及处理能力	通过学习提升学生在今后业务中解决争议及纠纷的能力	6
9	国际货物买卖合同中的磋商与履行	合同的磋商和履行	1. 掌握贸易合同的磋商过程 2. 掌握主要进出口单证的制作	学习根据合同缮制外贸单证	提升学生国际贸易实务能力	6
10	国际贸易方式	对各种国际贸易方式有个基本了解。	1. 掌握经销，代理，寄售等贸易方式 2. 掌握加工贸易，租凭及易货贸易方式	通过学习掌握各种贸易方式的灵活应用。	加强学生对国际贸易各项方式的了解。	4
11	案例习题	1. 贸易术语相关案例 2. 国际运输保险 3. 国际货款的结算	1. 贸易术语相关案例 2. 国际运输保险 3. 国际货款的结算	对所学知识进行融会贯通。	提升学生国际贸易实务能力	8
12	复习	巩固学习	巩固学习	巩固学习		4
合计 讲授 60 学时、案例教学 8 学时、复习 4 学时，共 72 学时						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		学时	2
单元名称	绪论		
学习要求	1. 掌握国际贸易的定义, 特点 2. 掌握出口业务的一般流程		
任务分解	任务 1	国际贸易的法律与规范	
	任务 2	进出口业务一般流程	
学习单元情境设计			
单元名称	合同的标的		学时
学习要求	1. 掌握表示商品品质的方法 2. 掌握数量及品质机动幅度 3. 掌握包装条款		
	任务 1	表示品质的方法	
任务分解	任务 2	表示数量的方法	
	任务 3	品质条款及数量条款	
	任务 4	包装条款	
学习单元情境设计			
单元名称	国际贸易术语		学时
学习要求	1. 掌握各种贸易术语的买卖双方责任关系 2. 掌握贸易术语的选择方法		
	任务 1	FOB, CFR, CIF	
任务分解	任务 2	CPT, CIP, CFR	
	任务 3	其他贸易术语	
	任务 4	贸易术语的选择	
学习单元情境设计			
单元名称	货物的交付		学时
			10

学习要求	1.掌握班轮运费的计算方法 2.熟悉国际贸易中的各种运输方式的选择 3.掌握合同中的条款	
任务分解	任务 1	班轮运输
	任务 2	班轮运费
	任务 3	各种运输方式
	任务 4	运输方式的
	任务 5	装运条款

学习单元情境设计		
单元名称	国际贸易货物运输保险	学时 8
学习要求	1.掌握我国进出口贸易保险的一般做法 2.掌握国际贸易运输保险 2.掌握保险费的种类及保险费的计算	
任务分解	任务 1	海上风险
	任务 2	进出口贸易运输保险
	任务 3	保险费的计算
	任务 4	其他运输保险

学习单元情境设计		
单元名称	商品的作价及成本核算	学时 8
学习要求	1.掌握国际贸易商品的价格构成 2.掌握国际贸易商品价格的计算方法	
任务分解	任务 1	国际贸易商品的价格构成
	任务 2	出口盈亏率
	任务 3	国际贸易商品的计算方法

学习单元情境设计		
单元名称	国际货物贸易款的支付	学时
学习要求	1. 掌握支付方式——汇付 2. 掌握支付方式——托收 3. 掌握支付方式——信用证	8
任务分解	任务 1 汇付	
	任务 2 托收	
	任务 3 信用证	

学习单元情境设计		
单元名称	合同的争议预防与处理	学时
学习要求	1. 掌握合同争议出现时的一般解决方案 2. 不可抗力事故的认定 3. 相关索赔及理赔	6
任务分解	任务 1 争议	
	任务 2 仲裁	
	任务 3 索赔理赔	

学习单元情境设计		
单元名称	国际货物买卖合同的磋商与履行	学时
学习要求	1. 掌握贸易合同的磋商过程 2. 掌握主要进出口单证的制作	6
任务分解	任务 1 合同的磋商	
	任务 2 外贸单证的填制	
	任务 3	

学习单元情境设计		学时
单元名称	国际贸易方式	4
学习要求	1.掌握经销,代理,寄售等贸易方式 2.掌握加工贸易,租凭及易货贸易方式	
任务分解	任务 1	经销,代理,寄售
	任务 2	加工贸易,租凭贸易及易货贸易
	任务 3	其他:服务贸易

学习单元情境设计		学时
单元名称	案例练习	8
学习要求	进一步巩固掌握贸易术语,运输保险及货款支付等内容	
任务分解	任务 1	贸易术语案例
	任务 2	班轮运费
	任务 3	保险
	任务 4	货款的支付

学习单元情境设计		学时
单元名称	复习	4
学习要求	复习	
任务分解	任务 1	案例
	任务 2	计算

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩、和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	实践成绩	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、实践操作

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

实践操作占总成绩 40%（平时上机作业）。

(2) 期末成绩为上机考试成绩。考试方式为闭卷考试。试卷中含超纲题目分值不低于 5 分，不高于 10 分。

七、教材及相关资源

1. 《国际贸易实务第六版》，作者 黎孝先，对外经济贸易大学出版社。
2. 长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀作品以备参考。
3. 信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书、专业软件。
4. 符合教学大纲和课程要求的试题库、实训指导书，增加图书馆内学习参考书、专业期刊等馆藏。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 3 方面的基本能力：

- 1、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 2、掌握国际贸易理论与实务知识，具备整合教学资源引导学生梳理掌握国际贸易实务专业技能的能力；
- 3、掌握职业教育教学方法，具有课程设计和教学实施的能力。

相关核心课程的实践教学均应聘请具有丰富项目经验的行业人员参与课程建设和担任兼职教师。

九、教学场所

教学场所：多媒体教室

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部: 信息工程系

教师姓名: 邓师玲

学年

学期

专业	电子商务	课程	国际贸易实务			班级			
培养目标:	通过学习了解并掌握进出口贸易业务各个环节的内容, 特别是有关贸易术语方面的知识、商品作价的原则、成本核算的方法、贸易谈判的技巧以及操作中应该注意的问题等等, 初步掌握进行国际货物买卖的基本技能。								
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例				
本课程实际学时	72	72	100%	0	0%				
本学期计划学时	\	\	\	\	\	在上列方框中打√			
教材及教学参考书: (名称、版本、主编、出版社) 《国际贸易实务第六版》, 作者 黎孝先, 对外经济贸易大学出版社。									
教研室主任审核意见:						系(部)主任审核意见:			
签名: _____ 年 月 日						签名: _____ 年 月 日 (公章)			

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具、挂图、上机	备注
1	2	第一节绪论	了解国际贸易基本概念认识掌握进出口业务基本流程		多媒体教室	
1	2	第二节合同的标的(品名与品质)	掌握品名条款品质条款,学习品质的表示方法。		多媒体教室	
2	2	第二节合同的标的(商品的数量和包装)	掌握数量条款,包装条款,重量的计算方法,数量机动幅度,运输包装,唛头	作业一: 品质机动幅度和数量机动幅度	多媒体教室	
2	2	第三节国际贸易术语(象征性交货贸易术语)	贸易术语初步认识,掌握象征性交货术语特点		多媒体教室	
3	2	第三节国际贸易术语(出口地交货贸易术语)	掌握出口地交货贸易术语特点		多媒体教室	
3	2	第三节国际贸易术语(进口地交货贸易术语)	掌握进口地交货贸易术语特点	作业二: CIF与CIP的异同	多媒体教室	
4	2	第三节国际贸易术语(贸易术语的选用)	学习如何正确选用贸易术语		多媒体教室	
4	2	第四节货物的交付(班轮运输)	掌握班轮运输的特点及班轮运输运费的计算		多媒体教室	
5	2	第四节货物的交付(其他运输方式)	掌握国际贸易中各种运输方式	作业三: 班轮运输的特点	多媒体教室	

5	2	第四节货物的交付(合同中的装运条款及海运提单)	掌握合同中的装运条款		多媒体教室	
6	2	第五节国际货物运输保险(风险损失费用)	了解海上风险, 损失及可能产生的费用		多媒体教室	
6	2	第五节国际货物运输保险(我国海洋运输保险)	掌握我国进出口货物保险的基本做法	作业四: 国际货运保险的分类	多媒体教室	
7	2	第五节国际货物运输保险(我国海运保险实务)	掌握保险金额保险费率的计算		多媒体教室	
7	2	第五节国际货物运输保险(我国海运保险实务)	掌握保险金额保险费率的计算		多媒体教室	

8	2	第六节商品作价与成本核算	掌握作价方法，学习成本核算		多媒体教室	
8	2	第六节商品作价与成本核算	掌握国际贸易商品价格的计算		多媒体教室	
9	2	第七节国际货款的支付（支付工具一）	熟悉常用的国际货款的支付方式（汇付和托收）	作业五：国际货款的主要支付方式有哪些	多媒体教室	
9	2	第七节国际货款的支付（支付工具二）	熟悉常用的国际货款的支付方式（信用证支付）		多媒体教室	
10	2	第七节国际货款的支付（支付工具三）	熟悉常用的国际货款的支付方式（银行保函）		多媒体教室	
11	2	第八节合同争议的预防与处理（检验索赔及仲裁）	掌握进出口商品检验检疫制度了解争议出现时的解决方法		多媒体教室	
11	2	第八节合同争议的预防与处理（不可抗力）（习题）	熟悉不可抗力事故的认定		多媒体教室	
12	2	第九节国际货物买卖合同的磋商与履行	了解国际货物买卖合同的磋商过程		多媒体教室	
12	2	第九节国际货物买卖合同的磋商与履行	主要进出口单据制作	作业六：买卖合同的磋商过程	多媒体教室	
13	2	单据的填制	掌握一些常用单据的填制方法（如汇票）		多媒体教室	
13	2	第十节国际贸易方式	国际贸易方式了解（经销，代理，寄售）		多媒体教室	

14	2	第十节国际贸易方式	国际贸易方式了解（加工贸易， 租赁贸易）		多媒体教室	
14	2	习题课	小结要点		多媒体教室	
15	2	习题课	小结要点		多媒体教室	
16	2	习题讲解	知识概括		多媒体教室	
16	2	期末考试	期末考试		多媒体教室	

《电子商务法律法规》课程标准

一、课程说明

课程名称	电子商务法律法规		标准简称	电子商务法律法规课标	
适用专业	电子商务	修读学期	第三学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351830	课程学时	36	课程学分	2
课程类型	A类	课程性质	必修课	课程类别	专业核心课
先修课程	电子商务基础				
后续课程	平台运营、网络营销				
对应职业资格证书或内容	CEAC 网店运营师				
合作开发企业	无				
执笔人	张奕炜	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《电子商务法律法规》是电子商务专业学生的必修专业核心课，本课程为培养应用型人才进行有益的探索，培养学生分析问题与解决问题的能力、职业道德素养及可持续发展能力，为电子商务专业学生的顺利就业打下基础。对学生职业能力的培养和职业素养养成起着主要支撑作用。

三、设计思路

本课程包括电子商务法概述、电子商务主体认定的法律制度、数据电文电子签名与认证法律制度、电子合同法律制度、知识产权保护法律制度、消费者权益与隐私权保护法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度。每单元都配有引导性案例、学习目标、自测题、实训题与小组任务。教学过程中力求达到理论与实践相结合，教与学互动，引导学生主动思考，强化学生对电子商务法知识的掌握与运用。

本课程遵循就业导向的现代职业教育指导思想，根据电子商务职业岗位（群）的任职要求，结合课程培养目标开发本课程。教育学生树立终身学习理念，提高学习能力，学会交流沟通和团队协作，提高实践能力、创造能力、就业能力和创业能力。课程内容共8个模块，

电子商务法的基本原理、电子商务立法概况、电子商务主体法律制度、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、知识产权保护法律制度、消费者权益及隐私权保护、电子商务纠纷的解决。课程结构设置依据学生认知特点，职业发展规律。教学过程采用案例导入，教师讲授、学生讨论、分析案例、学生训练、总结评价的模式。

四、课程培养目标

1. 专业能力

- (1) 能掌握电子商务法的基本原理；
- (2) 能了解国内外电子商务立法概况；
- (3) 具有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。

2. 方法能力

- (1) 具有分辨法律问题归属的能力；
- (2) 具有依据法律问题的性质寻找相关工具书及案例的能力；
- (3) 具有独立分析和解决电子商务法律问题的能力；
- (4) 具有自主学习和终身学习的能力。

3. 社会能力

- (1) 具有诚实守信的职业道德和敬业精神；
- (2) 具有一定的创新能力和勇于实践的能力；
- (3) 具有组织协调能力；
- (4) 具有沟通与交流能力；
- (5) 具有团队意识和妥善处理人际关系的能力；
- (6) 具有良好的心理承受能力；
- (7) 具有适应环境变化的能力。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 36 节，每周 1 次课 2 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	认知电子商务法	<ol style="list-style-type: none"> 了解掌握电子商务法的概念 了解电子商务法的调整对象 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握法律基础知识 掌握电子商务法的特征 掌握物电子商务法的性质和地位 掌握电子商务法的体系 掌握电子商务法的基本原则 	<ol style="list-style-type: none"> 法律关系中的主体、客体 电子商务法的特征 电子商务法的调整对象 电子商务法的体系 	对电子商务中的法律问题具有一定的分析能力,显示出较高综合素质	6
2	电子商务立法概况	<ol style="list-style-type: none"> 了解电子商务法产生的必然性 了解国际组织及世界主要国家关于电子商务法的立法概况 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握电子商务对传统立法有哪些方面的挑战 掌握我国电子商务立法的现状及指导原则 	<ol style="list-style-type: none"> 电子商务法产生的必然性 国际组织对于电子商务的立法概况 我国电子商务立法的基本原则 	善于沟通、团结协作、与人为善的处事能力	4
3	电子商务交易主体法律制度	<ol style="list-style-type: none"> 了解电子商务交易主体的概念 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握电子商务直接交易主体和间接交易主体的概念及构成 掌握电子商务交易主体的权利和义务 	<ol style="list-style-type: none"> 数据电文发送与接收的时间地点 数据电文形式问题的解决方案 	培养有条理、细致的工作习惯	4
4	数据电文、电子签名与电子认证法律制度	<ol style="list-style-type: none"> 了解电子认证机构的法律地位 了解电子认证机构的设立条件和管理措施 能够利用数据电文法律知识分析案例 了解电子证书的法律意义 了解电子签名与传统签名的异同 了解电子签名立法模式 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握电子签名的概念和特征 掌握电子签名的法律效力的确定 掌握电子认证的意义和功能 掌握认证机构的义务与责任的法律规定 掌握认证机构与证书持有人的关系及基本行为规范 	<ol style="list-style-type: none"> 数据电文概念、法律效力 电子签名立法模式 电子签名的法律效力 电子认证案例分析 	培养学生自主学习习惯和解决问题的能力	6

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
5	电子合同法律制度	1. 了解电子合同与合同法的关系	1. 熟悉电子合同的订立过程 2. 掌握电子合同的成立和生效的法律规定	1. 电子合同的效力 2. 电子合同的订立、成立、生效	培养学生理论联系实际的能力	4
6	知识产权保护法律制度	6. 熟悉知识产权保护的法律制度	1. 掌握知识产权的概念 2. 掌握版权、商标、域名、专利权的概念	1. 知识产权的表现形式 2. 侵权方式的判定 3. 驰名商标的保护 4. 域名抢注的确定方法 5. 电子商务领域专利的保护措施	培养有条理、细致的工作习惯	4
7	消费者权益及隐私权保护的制度	1. 了解名誉权、知情权的法律保护 2. 了解垃圾邮件的法律问题	1. 掌握消费者权益的概念和特征 2. 掌握隐私权概念、隐私权保护的法律规定	1. 电子商务对消费者权益的威胁 2. 网络中侵犯消费者隐私权的形式 3. 电子商务中消费者索赔的相关法律问题 4. 名誉权相关法律问题 5. 垃圾邮件引发的相关法律问题	进行对消费者权益保护及隐私权保护法律问题进行适当的注意	4
8	电子商务纠纷的解决	1. 了解电子商务就管辖的国际协作内容 2. 了解电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践	1. 掌握我国对网络管辖权的法律规定	13. 电子商务纠纷管辖的国际协作 14. 电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践 15. 我国对网络管辖权的法律规定	能够利用相关知识进行案例分析	4
合计						
讲授 10 学时、实践 26 学时，共 36 学时						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		
单元名称	认知电子商务法	学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握电子商务法的概念 2. 掌握电子商务法的特征 3. 了解电子商务法的性质和地位 4. 掌握电子商务法的调整对象和体系 5. 熟悉电子商务法的基本原则 	6
任务分解	任务 1	电子商务法的概念及特征
	任务 2	电子商务法的性质和地位
	任务 3	电子商务法的调整对象和体系
学习单元情境设计		
单元名称	电子商务法立法概况	学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握电子商务对传统立法有哪些方面的挑战 2. 了解电子商务法产生的必然性 3. 了解国际组织及世界主要国家关于电子商务法的立法概况 4. 掌握我国电子商务立法的现状及指导原则 	4
任务分解	任务 1	电子商务法的产生
	任务 2	国际关于电子商务的立法概况

	任务 3	我国电子商务立法
--	------	----------

学习单元情境设计		
单元名称	电子商务主体的法律制度	学时
学习要求	1. 掌握电子商务交易主体的概念 2. 掌握电子商务直接交易主体和间接交易主体的概念及构成 3. 掌握电子商务交易主体的权利和义务	
任务分解	任务 1	电子商务交易主体概述
	任务 2	电子商务交易主体的法律制度

学习单元情境设计		
单元名称	数据电文 电子签名、电子认证法律制度	学时
学习要求	1. 能够利用数据电文法律知识分析案例 2. 掌握电子签名的概念和特征、了解电子签名与传统签名的异同、了解电子签名立法模式、掌握电子签名的法律效力的确定 3. 掌握电子认证的意义和功能、了解电子认证机构的法律地位、了解电子认证机构的设立条件和管理措施、掌握认证机构的义务与责任的法律规定、了解电子证书的法律意义、掌握认证机构与证书持有人和证书信赖人之间的法律关系及基本行为规范	
任务分解	任务 1	数据电文法律制度
	任务 2	电子签名法律制度
	任务 3	电子认证的法律制度

学习单元情境设计		
----------	--	--

单元名称	电子合同法律制度		学时	4
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解电子合同与合同法的关系 2. 熟悉电子合同的订立过程 3. 掌握电子合同的成立和生效的法律规定 			
任务分解	任务 1	合同与电子合同		
	任务 2	电子合同的订立、成立、生效		

学习单元情境设计					
单元名称	知识产权保护的法律制度			学时	4
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握知识产权的概念 2. 掌握版权、商标、域名、专利权的概念 3. 熟悉知识产权保护的法律规定 				
任务分解	任务 1	知识产权概述			
	任务 2	电子商务版权法律制度			
	任务 3	电子商务商标权法律制度			
	任务 4	电子商务域名保护的法律制度			
	任务 5	电子商务专利权的法律制度			

学习单元情境设计				
----------	--	--	--	--

单元名称	消费者权益及隐私权保护的法律制度	学时	4
学习要求	1.掌握消费者权益的概念和特征 2.掌握隐私权概念、隐私权保护的法律制度 3.了解名誉权、知情权的法律保护 4.了解垃圾邮件的法律问题		
任务分解	任务 1	电子商务与消费者权益保护的概述	
	任务 2	电子商务中消费者隐私权的保护	
	任务 3	电子商务中消费者的名誉权保护	
	任务 4	电子商务中消费者的知情权保护	
	任务 5	电子商务中消费者索赔权的保护	
	任务 6	垃圾邮件的法律问题	

学习单元情境设计			
单元名称	电子商务纠纷的解决	学时	4
学习要求	1.了解电子商务就管辖的国际协作内容 2.了解电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践 3.掌握我国对网络管辖权的法律规定		
任务分解	任务 1	电子商务纠纷管辖的国际协作	
	任务 2	电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践	
	任务 3	我国对网络管辖权的法律规定	

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

- 1.《商务谈判》，编著者：李爽，清华大学出版社。
- 2.长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀案例作品以备参考。
- 3.信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 5 方面的基本能力：

- 1、具备大学本科以上学历；
- 2、具有职业教学的基本能力；
- 3、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 4、具有营销、传播等专业方面的知识储备；
- 5、具有策划、运营方面的企业实践经历。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：电商实训室

安装软件：office、wps

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部： 信息工程系

教师姓名： 张奕炜

专业	电子商务	课程	电子商务法律法规		班级		
培养目标:	《电子商务法律法规》是电子商务专业学生的必修专业核心课, 通过本课程的学习, 学生能掌握电子商务法的基本原理、电子商务立法概况、数据电文法律制度、电子签名法律制度、电子认证法律制度、电子商务合同法律制度、知识产权保护法律制度、消费者权益与隐私权保护法律制度、电子商务纠纷解决等必备知识, 培养学生运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中遇到的相关法律问题的能力。						
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例	考核方式	
计划学时	36	10	30%	26	70%	<input checked="" type="checkbox"/> 考查 <input type="checkbox"/> 考试	
本课程实际学时	\	\	\	\	\	在上列方框中打√ <input type="checkbox"/> 纯理论 <input type="checkbox"/> 纯实践 <input checked="" type="checkbox"/> 理论+实践	
教材及教学参考书: (名称、版本、主编、出版社) 《电子商务法——法律法规与案例分析》, 编者: 温希波, 人民邮电出版社							
教研室主任审核意见:			系(部)主任审核意见:				
签名: _____ 年 月 日			签名: _____ 年 月 日 (公章)				

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	电子商务法的概念及特征	掌握法律基础知识,了解掌握电子商务法的概念,掌握电子商务法的特征		多媒体教室	
2	2	电子商务法的性质和地位	能够掌握物电子商务法的性质和地位	作业 1 电子商务法的特征分析	多媒体教室	
3	2	电子商务法的调整对象和体系	掌握电子商务法的基本原则		多媒体教室	
4	2	电子商务法的产生	了解电子商务对传统立法有哪些方面的挑战		多媒体教室	
5	2	国际关于电子商务的立法概况 我国电子商务立法	掌握我国电子商务立法指导原则及存在基本问题		多媒体教室	
6	2	电子商务交易主体概述 电子商务交易主体的法律制度	掌握电子商务直接交易主体和间接交易主体的概念及构成	作业 2: 电子商务交易主体分析	电商实训室	
7	2	数据电文法律制度 电子签名法律制度	掌握数据电文的基本含义能够理解并运用、掌握数据电文的法律效力		电商实训室	

8	2	电子认证的法律制度 电子认证的法律制度	掌握电子认证的意义和功能、了解电子认证机构的法律地位、了解认证机构的设立条件和措施	作业3：认证机构的设立条件和措施分析	电商实训室
9	2	合同与电子合同 电子合同的订立、成立、生效	熟悉电子合同的概念、形式、特征和效力		电商实训室
10	2	知识产权概述 电子商务版权法律制度	掌握商标权、驰名商标概念	作业4：商标权、驰名商标策略	电商实训室
11	2	电子商务商标权法律制度 电子商务域名保护的法律制度	掌握有关域名恶意抢注的法律界定		电商实训室
12	2	电子商务专利权的法律制度 电子商务与消费者权益保护的概述	掌握消费者权益的主要内容		电商实训室
13	2	电子商务中消费者隐私权的保护 电子商务中消费者的名誉权保护	掌握网络中侵犯消费者隐私权的形式	作业5：侵犯消费者隐私权的形式分析	电商实训室
14	2	电子商务中消费者的知情权保护 电子商务中消费者索赔权的保护	掌握电子商务中消费者索赔的相关法律问题		电商实训室
15	2	垃圾邮件的法律问题	掌握邮件引发的相关法律问题	作业6：垃圾邮件调研分析	电商实训室
16	2	电子商务纠纷管辖的国际协作	掌握电子商务纠纷管辖的国际协作内容		电商实训室

17	2	电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践	了解电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践		电商实训室	
18	2	我国对网络管辖权的法律规定	能够利用相关知识分析案例		电商实训室	

《广告策划》课程标准

一、课程说明

课程名称	广告策划		标准简称	广告策划	
适用专业	电子商务	修读学期	第三学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351100	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	B类	课程性质	必修课	课程类别	专业核心课
先修课程	电子商务基础，平面设计基础与应用				
后续课程	国际贸易实务				
对应职业资格证书或内容	CECC 电子商务运营师				
合作开发企业	无				
执笔人	邓师玲	合作者	无	审核人	张奕炜
制（修）定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《广告策划》课程是电子商务专业的一门专业基础课程。本课程主要研究和介绍电子商务广告策划的现状和特点，帮助学生熟悉并了解各内容电商平台。通过学习使学生掌握打造高质内容的方法，帮助学生了解并掌握如何借用内容实现快速引流，能够帮助企业实现内容收益最大化。

三、设计思路

内容电商运营是一门理论与实践相结合的专业核心课程，在学习过程中以电子商务网络运营的现状为起点，打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，内容电商崛起速度之快，形式之多样，使得我们将教学转变为以工作任务为中心组织课程内容。

教学中采用以实例为主的项目教学方法，通过大量的典型项目方案策划与设计实例，让学生从内容，并让学生在完成具体项目的过程中学会完成相应工作任务，并构建相关理论知识，发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要，通过案例分析，实训训练，重点培养学生的职业技能。

四、课程培养目标

1. 专业能力

- (1) 掌握内容电商的概念及类型；
- (2) 掌握各内容电商平台的使用；
- (3) 掌握优化内容的方法；
- (4) 掌握内容电商的营销技巧；
- (5) 内容电商的盈利模式研究。

2. 方法能力

- (1) 利用电商平台创造优质内容；
- (2) 借用优质内容实现快速引流；
- (3) 掌握内容变现的主要渠道；
- (4) 能够为企业制定出适合其自身的内容变现模式。
- (5) 学生的自学自主能力及创新能力。

3. 社会能力

- (1) 培养学生主动搜集素材、阅读资料和利用资源的能力；
- (2) 具有决策能力和执行能力
- (3) 具备良好的人文科学素养；
- (4) 具有决策能力和执行能力；
- (5) 具有决策能力和执行能力。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 72 节，每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	概念解读：内容电商你真的懂吗？	<ol style="list-style-type: none"> 了解内容电商的现状和趋势 了解创新型电商的分类 了解内容电商的类型 	<ol style="list-style-type: none"> 了解广告策划的实质； 掌握实现内容电商的理论基础； 了解各不同类型内容电商的特点。 	通过分析内容电商的创新要点，了解互联时代，草根创业的机遇和方法出路。	通过学习对创新型电商的发展有基本认识，对未来发展趋势有所展望。	6
2	内容平台：做运营必须用到的平台	<ol style="list-style-type: none"> 了解今日头条媒体平台； 易信公众平台； 腾讯公众号平台； UC+开放平台与UC头条 	<ol style="list-style-type: none"> 利用今日头条发表头条文章 微信公众号的创作及运营 	通过学习熟悉各内容平台的特点优势，了解内容平台的规则，运营优质内容。	通过学习提升学生对社会事件，各类新闻的敏感度，提升其方案写作能力。	10
3	电商内容入口：直接将用户引导到商品	<ol style="list-style-type: none"> 红人淘：淘宝+新浪微博 淘宝直播 促销信息聚合平台 购物搜索类平台 	<ol style="list-style-type: none"> 淘宝直播的开通及相关规则了解 利用社区分享类平台进行内容运作 微信小店的开通 	深度解析淘宝直播，购物搜索等平台的规则，将其应用到电商内容的运营当中	网红，超级IP在互联网中积淀的粉丝资源在电商平台中实现商业利润，完成最后的商业闭环。	8
4	打造内容：想有什么内容可以卖	<ol style="list-style-type: none"> 内容创业的主要形式了解 各类型内容的市场推广要点 	<ol style="list-style-type: none"> 游戏类内容的玩法及推广要点 动漫类内容的运营方法 摄影类内容的玩法及推广要点 文学类内容的玩法及推广要点 	掌握对新媒体、自媒体等项目、产品等得策划与创意能力理解不同新媒体类型的特点，传播方式、媒介。	学习打造符合用户需求的内容，做好广告策划，用高价传播内容来吸引用户，提高阅读量。	8

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
5	优化内容：提高电商转化率属性	<ol style="list-style-type: none"> 1. 年轻人追求的内容解析 2. 情感包装 3. 促销活动 4. 痛点把握 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学习唤起和激起粉丝情感需求的技巧 2. 用户痛点把握 3. 优化内容的技巧。 	掌握利用互联网，社交媒体，并通过关联并创造高质量的内容来吸引粉丝。	通过对优化内容的技巧学习，掌握提高电商转化率的一些基本属性。	8
6	推广内容：内容电商的营销技巧	<ol style="list-style-type: none"> 1. 内容包装 2. 粉丝积累 3. 互动参与 4. 内容攻心 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 口碑营销 2. 病毒传播 3. 事件营销 4. 精准营销 	学习运营和营销，提炼内容价值，将其推广出去。	通过营销方法的学习，提升学生整体运营运作的能力。	8

7	分享引流：粉丝为王时代的电商经	<ol style="list-style-type: none"> 1. 联合：多平台分享内容实现引流 2. 微博及个人微信 3. 论坛社区及贴吧 4. 企业官网引流。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 微博营销 2. 社会化媒体营销 3. 移动 app 引流。 	粉丝的质量和数量决定了一个内容平台的价值，掌握引流技巧是内容电商获得的关键。	通过多渠道导流，提升粉丝基数。	6
8	盈利方式：内容电商靠什么来变现	<ol style="list-style-type: none"> 1. 内容变现失败案例解析 2. 内容变现时机分析 3. 主要变现方式了解 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 内容变现需具备的三种价值及作用 2. 内容变现内容地点和时机把握 3. 将 IP 标签巧妙地融入产品 	通过学习抓住社群“凝聚力量”，多元平台广告策划	通过学习，能够更好地把握内容变现的节点。	6
9	运营趋势：内容电商如何做做大做强	<ol style="list-style-type: none"> 1. 如何借助粉丝扩大影响力 2. 如何降低运营成本 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 如何提升内容的质量及如何实现内容创新 2. 多平台运营计划 3. 广告策划的雷点 	学习通过良好的运营策略产生高质量的内容获取大量用户。	通过学习能够在以后的工作中为到适合传播的内容。	4
10	探析打造爆款内容的独家秘笈	Papi 酱，罗振宇，南派三叔案例解析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 内容变现形式 2. 媒体电商 3. 电竞产业链 	通过案例讲解，让学生对号入座，探讨内容电商之路	通过案例讲解，培养学生广告策划的大局观。	4

11	复习	内容平台, 导流, 内容优化, 内容电商营销技巧。	内容平台, 导流, 内容优化, 内容电商营销技巧。	对整本书融会贯通。	充分理解内容打造, 广告策划, 内容变现的新电商之路。	4
合计		讲授 72 学时, 复习 2 学时, 共 72 学时				

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		
单元名称	概念解读：内容电商你真的懂吗	学时 6
学习要求	了解内容电商的概念及类型	
任务分解	任务 1	传统电商的转型过程
	任务 2	创新型电商案例了解
	任务 3	UGC, PGC 内容电商
学习单元情境设计		
单元名称	内容平台：做运营必须用到的平台	学时 10
学习要求	了解各广告策划平台的特点及应用	
任务分解	任务 1	头条文章撰写
	任务 2	微信公众号的开通布局
	任务 3	微信公众号的运营
	任务 4	UC+开放平台与 UC 头条
学习单元情境设计		
单元名称	电商内容入口：直接将用户引导到商品	学时 8

学习要求	了解并掌握内容电商引流的方法。	
任务分解	任务 1	淘宝头条
	任务 2	微信电商平台
	任务 3	促销信息聚合平台
	任务 4	社区分享类平台

学习单元情境设计		
单元名称	打造内容：想想有什么内容可以卖	学时 8
学习要求	了解互联网内容创业的主要形式	
任务分解	任务 1	游戏：内容玩法和市场推广要点
	任务 2	经久不衰的二次元动漫文化
	任务 3	文案撰写训练

学习单元情境设计		
单元名称	优化内容：提高电商转化率属性	学时 8
学习要求	了解并掌握提高电商转化率的方法	
任务分解	任务 1	情感包装策划
	任务 2	把握痛点营销策划

	任务 3	活动策划
	任务 4	海报制作实训

学习单元情境设计		
单元名称	推广内容：内容电商的营销技巧	
学习要求	掌握内容电商运营的方法技巧	
任务分解	任务 1	内容包装策划
	任务 2	增粉计划
	任务 3	内容造势策划
	任务 4	口碑营销，病毒传播
	学时	8

学习单元情境设计		
单元名称	分享引流：粉丝为王时代的电商经	
学习要求	掌握多平台引流的方法	
任务分解	任务 1	多平台分享内容实现引流
	任务 2	论坛社区内容传播实训
	任务 3	移动 app 引流体验。
	学时	6

学习单元情境设计		
单元名称	盈利方式：内容电商靠什么来实现	学时 6
学习要求	掌握实现内容电商的方法和时机	
任务分解	任务 1	失败变现案例剖析
	任务 2	内容付费策划
	任务 3	社群经济案例集锦
学习单元情境设计		
单元名称	运营趋势：内容电商如何做大做强	学时 4
学习要求	掌握内容平台的运营思路及运营方向	
任务分解	任务 1	内容创新构想
	任务 2	多平台运营实训
	任务 3	广告策划的雷点小结
学习单元情境设计		
单元名称	探析打造爆款独家秘笈	学时 4
学习要求	案例探讨，摸索打爆款的方法	
任务分解	任务 1	爆款文案

	任务 2	爆款海报	
--	------	------	--

学习单元情境设计			
单元名称	复习		学时 4
学习要求	对学期内容进行总复习		
任务分解	任务 1	综合实训	
	任务 2	综合实训	

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩、和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	实践成绩	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、实践操作

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

实践操作占总成绩 40%（平时上机作业）。

(2) 期末成绩为上机考试成绩。考试方式为闭卷考试。试卷中含超纲题目分值不低于 5 分，不高于 10 分。

七、教材及相关资源

- 1.《内容电商运营实战》，编著者：张国文，人民邮电出版社。
- 2.长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀作品以备参考。
- 3.信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书、专业软件。
- 4.符合教学大纲和课程要求的试题库、实训指导书，增加图书馆内学习参考书、专业期刊等馆藏。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 3 方面的基本能力：

- 1、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 2、掌握网页设计的知识与方法，了解网页设计的发展状况、并且有一定的程序语言功底与审美能力等；
- 3、掌握职业教育教学方法，具有课程设计和教学实施的能力。

相关核心课程的实践教学中均应聘请具有丰富项目经验的行业人员参与课程建设和担任兼职教师。

九、教学实训场所

教学场所：机房

实训场所：电商实训室

安装软件：淘宝助手，Photoshop CC 软件。

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部： 信息工程系

教师姓名： 邓师玲

专业	电子商务	课程	广告策划			班级	考核方式	考核形式
培养目标：	《广告策划》课程主要研究和介绍电子商务广告策划的现状和特点，帮助学生熟悉并了解各内容电商平台。通过学习使学生掌握打造高质内容的方法，帮助学生了解并掌握如何借用内容实现快速引流，能够帮助企业实现内容收益最大化。							<input type="checkbox"/> 纯理论 <input type="checkbox"/> 纯实践 <input checked="" type="checkbox"/> 理论+实践
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例	<input type="checkbox"/> 考查 <input checked="" type="checkbox"/> 考试 在上方框中打√		
计划学时	72	36	50%	36	50%			
本课程实际学时	\	\	\	\	\			
教材及教学参考书：(名称、版本、主编、出版社) 《内容电商运营实战》，编著者：张国文，人民邮电出版社								
教研室主任审核意见：			系(部)主任审核意见：					
签名： _____ 年 ____ 月 ____ 日			签名： _____ 年 ____ 月 ____ 日 (公章)					

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	概念解读：内容电商你真的懂吗（一）	传统电商面临转型，内容电商崛起历程了解。		理论	
1	2	概念解读：内容电商你真的懂吗（二）	创新型电商的分类，内容电商类型一覽	作业一：内容电商的概念及分类	上机	
2	2	概念解读：内容电商你真的懂吗（三）	学习并了解互联网电商时代的内容产业		理论	
2	2	第二章内容平台：做运营必须用到的平台（一）	今日头条，百度百家自媒体平台了解		上机	
3	2	第二章内容平台：做运营必须用到的平台（二）	头条文章的撰写		理论	
3	2	第二章内容平台：做运营必须用到的平台（三）	微信公众号及易信公众平台了解	作业二：公众号运营技巧	上机	
4	2	第二章内容平台：做运营必须用到的平台（四）	微信公众号的注册及布局与运营		理论	
4	2	第二章内容平台：做运营必须用到的平台（五）	网易云阅读及UC平台了解。		上机	

5	2	第三章电商内容入口：直接将用户引导到商品（一）	红人淘及淘宝头条了解			理论	
5	2	第三章电商内容入口：直接将用户引导到商品（二）	淘宝直播流程体验及赛马规则	作业三：淘宝直播的分类及注意事项		上机	
6	2	第三章电商内容入口：直接将用户引导到商品（三）	促销信息聚合平台盈利模式了解			理论	
6	2	第三章电商内容入口：直接将用户引导到商品（四）	熟悉应用社会化媒体运营平台			上机	
7	2	第四章打造内容：想想有什么内容可以卖（一）	全面解读互联网内容创业的主要形式			理论	
7	2	第四章打造内容：想想有什么内容可以卖（二）	游戏内容玩法及市场推广	作业四：内容创业的主要形式		上机	
8	2	第四章打造内容：想想有什么内容可以卖（三）	动漫运营推广策划文案			理论	
8	2	第四章打造内容：想想有什么内容可以卖（四）	摄影作品运营策划			上机	
9	2	第五章优化内容：提高电商转化率属性（一）	学习挖掘贴近年轻人的内容需求和情感包装方法。			理论	

9	2	第五章优化内容:提高电商转化率属性(二)	情感包装实训			上机	
10	2	第五章优化内容:提高电商转化率属性(三)	学习讲故事,制造悬念的方法,	作业五:提高电商转化率的方 法。		理论	
10	2	第五章优化内容:提高电商转化率属性(四)	文案写作实训			上机	
11	2	第六章推广内容:内容电商营销技巧(一)	内容包装及粉丝积累技巧学习			理论	
11	2	第六章推广内容:内容电商营销技巧(二)	涨粉计划实训			上机	
12	2	第六章推广内容:内容电商营销技巧(三)	学习利用内容造势,用情景诱导打动 消费者群体。	作业六:情感包 装主的基本目标		理论	
12	2	第六章推广内容:内容电商营销技巧(四)	口碑营销实训策划			上机	
13	2	第七章分享引流:粉丝为王时代的电商经 (一)	学习利用多平台分享内容实现引流			理论	
13	2	第七章分享引流:粉丝为王时代的电商经 (二)	快速加粉引流技巧加实训			上机	

14	2	第七章分享引流：粉丝为王时代的电商经 (三)	社会化媒体运营方法及案例学习		理论	
14	2	第八章盈利方式：内容电商靠什么来变现 (一)	失败案例探讨		上机	
15	2	第八章盈利方式：内容电商靠什么来变现 (二)	内容变现案例策划		理论	
15	2	第八章盈利方式：内容电商靠什么来变现 (三)	文案写作实训		上机	
16	2	第九章运营趋势：内容电商如何做做大做强 (一)	品牌案例分享（花千骨，盗墓笔记）		理论	
16	2	第九章运营趋势：内容电商如何做做大做强 (二)	内容创意与微店运营策划。		上机	
17	2	第十章案例分析：爆款独家秘笈（一）	拓展：淘宝爆款，品牌变现之路		理论	
17	2	第十章案例分析：爆款独家秘笈（二）	玩转IP，故事撰写。		上机	
18	2	期末复习	内容打造+广告策划+内容变现知识 梳理		理论	

18	2	期末复习	内容打造+广告策划+内容变现知识 梳理		上机	
----	---	------	------------------------	--	----	--

《IT 双创项目实践》课程标准

一、课程说明

课程名称	IT 双创项目实践		标准简称	IT 双创项目实践	
适用专业	电子商务	修读学期	第三学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351870	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	B 类	课程性质	必修课	课程类别	专业核心课
先修课程	电子商务基础，平面设计基础与应用				
后续课程	国际贸易				
对应职业资格证书或内容	CECC 电子商务运营师				
合作开发企业	无				
执笔人	涂莹霞	合作者	无	审核人	张奕炜
制（修）定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A 类（纯理论课）/B 类（理论+实践）/C 类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《IT 双创项目实践》课程是电子商务专业的一门核心课程。电子商务是互联网经济发展的产物，并伴随着互联网经济的发展而发展。然而随着竞争的日渐激烈，互联网产品的技术构成或功能模式已经到了同质化的阶段，仅仅卖独立的产品实体已经不能满足用户的需求，那些能够把握用户需求并能围绕需求提供更多增值服务，解决用户问题的企业越来越受到青睐。决定互联网产品能否在竞争中脱颖而出的核心越来越依赖于运营，互联网产品的发展已经转向主要由运营驱动。因此本课程的目的主要是让学生建立互联网 IT 双创项目实践的内容和方法的基本框架，培养学生创新创业实践所必需的用户经营思维和 IT 双创项目实践能力。

三、设计思路

采用“总括概论—方法工具—实践例举—总分渐进”的学习课程模式。体现理论指导实践的学习行动逻辑，采用具体与抽象相融合的方式，既用概念定义阐释具体实例，又用具体实例例证概念定义。遵循当前高职院校的职业教育理念，确定本课程学习目标和情境设计。让学生在学习情境中学习并掌握基本的职业技能，培养学生专业能力、社会能力、方法

能力。

四、课程培养目标

完成本课程学习后能够获得的理论知识、专业能力、方法能力、社会能力。

1. 理论知识和专业能力

- (1) 能够将用户心理效应的原理应用在日常工作或生活中；
- (2) 能够运用相关知识分析运营实践案例；
- (3) 掌握并会应用内容运营的基本工具和方法；
- (4) 掌握并会应用活动运营的基本工具和方法；
- (5) 掌握并会应用用户运营的基本工具和方法；
- (6) 掌握并会应用数据运营的基本工具和方法；
- (7) 能够将新媒体运营的基本策略应用到运营实践中。

2. 方法能力

- (1) 有自学能力、获取新工艺、新技术的能力；
- (2) 利用网络、各种资料获取信息的能力；
- (3) 自我约束、身心健康与管理能力；
- (4) 制定工作计划、评价工作结果的能力。

3. 社会能力

- (1) 工作中与职员、技术人员和领导交流、合作能力；
- (2) 决策和执行能力；
- (3) 社会责任心和环境保护意识；
- (4) 语言、文字表达能力；
- (5) 遵纪守法、良好职业道德和敬业精神。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 72 节，每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	互联网 IT 双创项目实践概述	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解互联网 IT 双创项目实践的产生过程及分类、特点; 2. 了解互联网 IT 双创项目实践岗位及其职业发展的路径; 3. 理解互联网 IT 双创项目实践的定义及核心诉求。 4. 理解互联网 IT 双创项目实践的主要内容。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够解释互联网 IT 双创项目实践概念的内涵; 2. 能够熟练阐述互联网 IT 双创项目实践的主要内容。 	<p>熟练掌握互联网相关知识,并能有效运用于实践中。</p>	<p>培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力。</p>	4
2	互联网 IT 双创项目实践的先导基础知识	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解用户心理学知识,以及与运营的关联; 2. 了解设计及美学知识,以及与运营的关联; 3. 了解策划学知识,以及与运营的关联; 4. 理解以用户为中心理念的内涵; 5. 理解马斯洛需求层次理论的基本模型; 6. 理解色彩、构图、设计的基本概念。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够将用户心理效应的原理应用在日常工作或生活中; 2. 能够应用构图的基本原则评判构图好坏; 3. 能够应用平面设计的基本原则布局内容版面; 4. 能够熟练掌握策划的基本模型和技巧。 	<p>能够运用互联网思维分析和解决问题。</p>	<p>培养学生勇于创新、吃苦耐劳的精神。</p>	6
3	互联网 IT 双创项目实践的基本逻辑	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解互联网 IT 双创项目实践的根本价值; 2. 理解互联网 IT 双创项目实践的过程本质。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够熟练应用 AARRR 模型搭建运营体系; 2. 能够熟练应用漏斗模型分析运营实践案例。 	<p>能够将所学到的 IT 双创项目实践的操作方法运用于实践。</p>	<p>培养学生责任心和良好的团队合作的精神。</p>	4

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
4	内容运营的基本方法和工具	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解内容运营的意义和定义； 2. 了解内容生产的方式及流程； 3. 理解内容呈现的原则； 4. 了解内容传播的常见渠道。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握并会应用内容生产的基本方法和工具； 2. 掌握并会应用内容包装与呈现的基本工具和方法； 3. 掌握并会应用内容传播扩散的基本工具和方法。 	能够将所学到的内容运营的操作方法运用于实践。	培养学生科学的思维方式和判断分析问题的能力。	4
5	活动运营的基本方法和工具	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解活动运营的定义和作用； 2. 了解活动策划的流程和步骤； 3. 理解活动策划的要素和原则； 4. 了解互联网活动常见形式。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握并会应用活动发布的工具和方法； 2. 掌握并会应用活动流程的绘制工具和方法； 3. 掌握并会应用活动进程管理的工具和方法。 	能够将所学到的活动运营的操作方法运用于实践。	学习养成积极思考问题、自主学习 and 解决问题的能力。	4
6	用户运营的基本方法和工具	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解用户运营的定义和任务； 2. 理解用户运营的基本方式； 3. 了解搭建用户成长体系的原则； 4. 了解用户成长体系的表现形式； 5. 理解并掌握用户成长体系的任务设置方法和用户利益兑现形式。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握并会应用用户信息管理的工具和方法； 2. 掌握并会应用用户在线客服的工具和方法； 3. 掌握并会应用用户间通信工具和方法； 4. 掌握并会应用积分商城服务工具和方法。 	能够将所学到的用户运营的操作方法运用于实践。	创新、拼搏、吃苦耐劳的精神。	4

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
7	数据运营的基本方法和工具	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解数据运营的定义； 2. 理解常见的运营数据指标； 3. 掌握运营数据获取的基本方法； 4. 掌握运营数据分析与应用的方法。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够熟练掌握运营数据分析的方法步骤； 2. 能够应用流量分析工具分析流量情况； 3. 能够应用行业数据查询工具获取所需数据。 	能够将所学到的数据运营的操作方法运用于实践。	耐心、细致、认真的作风。	4
8	新媒体运营综述	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解新媒体的定义、特征及发展趋势； 2. 理解新媒体运营的定义及本质。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够熟练应用各类新媒体平台的基本操作方法； 2. 能够将新媒体运营的基本策略应用到运营实践中。 	能够将所学到的各类新媒体平台操作方法运用于实践。	交流、沟通、团结、协作的能力。	4
9	综合复习	综合复习本学期重点及难点内容。	运营的概述、种类、方法及应用	能够在实践中综合运用所学知识。	培养学生举一反三、归纳总结的能力	2
合计 讲授 34 学时、实践 36 学时、复习 2 学时，共 72 学时						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		
单元名称	互联网 IT 双创项目实践概述	学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解互联网 IT 双创项目实践的产生过程及分类、特点； 2. 了解互联网 IT 双创项目实践岗位及其职业发展的路径； 3. 理解互联网 IT 双创项目实践的定义及核心诉求。 4. 理解互联网 IT 双创项目实践的主要内容。 	4
任务分解	任务 1	运营的诞生
	任务 2	运营的概念
	任务 3	运营的角色
学习单元情境设计		
单元名称	互联网 IT 双创项目实践的先导基础知识	学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解用户心理学知识，以及与运营的关联； 2. 了解设计及美学知识，以及与运营的关联； 3. 了解策划学知识，以及与运营的关联； 4. 理解以用户为中心理念的内涵； 5. 理解马斯洛需求层次理论的基本模型； 6. 理解色彩、构图、设计的基本概念。 	6
任务分解	任务 1	用户心理学基本知识

	任务 2	设计及美学基本知识
	任务 3	策划学基本知识

学习单元情境设计		
单元名称	互联网 IT 双创项目实践的基本逻辑	
学习要求	1. 理解互联网 IT 双创项目实践的根本价值; 2. 理解互联网 IT 双创项目实践的过程本质。	
任务分解	任务 1	运营的根本价值
	任务 2	运营的过程本质
	任务 3	运营的思维模型
	学时	4

学习单元情境设计		
单元名称	内容运营的基本方法和工具	
学习要求	1. 理解内容运营的意义和定义; 2. 了解内容生产的方式及流程; 3. 理解内容呈现的原则; 4. 了解内容传播的常见渠道。	
任务分解	任务 1	内容运营的定义及范围
	任务 2	内容的策划与生产
	任务 3	内容的包装与呈现
	学时	4

任务 4	内容的传播与扩散
------	----------

学习单元情境设计		学时	4
单元名称	活动运营的基本方法和工具		
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解活动运营的定义和作用； 2. 了解活动策划的流程和步骤； 3. 理解活动策划的要素和原则； 4. 了解互联网活动常见形式。 		
任务分解	任务 1	活动运营的定义及范围	
	任务 2	活动的策划	
	任务 3	互联网运营活动的形式	
	任务 4	活动运营的常用工具和方法	

学习单元情境设计		学时	4
单元名称	用户运营的基本方法和工具		
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解用户运营的定义和任务； 2. 理解用户运营的基本方式； 3. 了解搭建用户成长体系的原则； 4. 了解用户成长体系的表现形式； 5. 理解并掌握用户成长体系的任务设置方法和用户利益兑现形式。 		

任务分解	任务 1	用户运营的定义及任务
	任务 2	用户运营的基本方式
	任务 3	用户成长体系的搭建方法
	任务 4	用户运营的常用工具

学习单元情境设计		
单元名称	数据运营的基本方法和工具	学时 4
学习要求	1. 理解数据运营的定义; 2. 理解常见的运营数据指标; 3. 掌握运营数据获取的基本方法; 4. 掌握运营数据分析与应用的方法。	
任务分解	任务 1	数据运营的定义及范围
	任务 2	常见的运营数据指标
	任务 3	运营数据的获取
	任务 4	运营数据的分析及应用
	任务 5	数据运营的常用工具

学习单元情境设计		
单元名称	新媒体运营实践综述	学时 4

学习要求	1.理解新媒体的定义、特征及发展趋势; 2.理解新媒体运营的定义及本质。		
任务分解	任务 1	新媒体运营的基本概念	
	任务 2	新媒体运营的载体	
	任务 3	新媒体运营的现状与对策	

学习单元情境设计			
单元名称	综合复习		学时
学习要求	1.了解运营的发展、概念、特点; 2.了解用户心理学、设计及美学、策划学的基本知识; 3.掌握内容、活动、用户、数据运营的基本方法和工具; 4.了解新媒体运营的基本概念。		
任务分解	任务 1	重点及难点内容	

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	实践成绩	
100%	10%	10%	50%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 10%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C 三类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C。

实践成绩占总成绩 50%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

1. 职业教育“十三五”大学生创新创业规划教材，《互联网 IT 双创项目实践教程》，编著者：苏海海，中国铁道出版社。

2. 长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀案例作品以备参考。

3. 信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 5 方面的基本能力：

- 1、具备大学本科以上学历；
- 2、具有职业教学的基本能力；
- 3、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 4、具有营销、传播等专业方面的知识储备；
- 5、具有策划、运营方面的企业实践经历。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：电商实训室

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部: 信息工程系

教师姓名: 涂莹霞

专业	电子商务	课程	IT 双创项目实践		班级	考核方式	考核形式
培养目标:	通过《IT 双创项目实践》课程的学习,使学生掌握运营的基本知识体系,培养学生创新创业实践所必需的用户经营思维和 IT 双创项目实践能力。使学生能够将所学的知识运用在日常实践中。学生通过学习过程,锻炼和培养策略能力、发现问题、分析问题 and 解决问题的能力 and 创新能力。使学生具备良好的职业意识,具有正确的世界观、人生观、价值观、政治观及其思想行为等方面的思想政治素质。						
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例	<input checked="" type="checkbox"/> 考查 <input type="checkbox"/> 考试	<input type="checkbox"/> 纯理论 <input type="checkbox"/> 纯实践 <input checked="" type="checkbox"/> 理论+实践
计划学时	72	34	40%	36	60%		
本课程实际学时	\	\	\	\	\		
教材及教学参考书:(名称、版本、主编、出版社) 《互联网 IT 双创项目实践教程》, 编著者: 苏海海, 中国铁道出版社。							
教研室主任审核意见:			系(部)主任审核意见:				
签名: _____ 年 ____ 月 ____ 日			签名: _____ (公章) 年 ____ 月 ____ 日				

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	4	运营的诞生、运营的角色	了解互联网 IT 双创项目实践岗位及其职业发展的路径。		多媒体教学	
2	4	运营的概念	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解互联网 IT 双创项目实践的产 生过程及分类、特点； 2. 理解互联网 IT 双创项目实践的定 义及核心诉求； 3. 理解互联网 IT 双创项目实践的 主要内容。 		多媒体教学	
3	4	用户心理学基本知识	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解用户心理学知识，以及与运营 的关联； 2. 理解以用户为中心理念的内涵； 3. 理解马斯洛需求层次理论的基本 模型。 	作业 1：请举一个身边体现以用户为中心理念的实例	多媒体教学	
4	4	设计及美学基本知识	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解设计及美学知识，以及与运营 的关联； 2. 理解色彩、构图、设计的基本概念。 		多媒体教学	
5	4	策划学基本知识	了解策划学知识，以及与运营的关联。		多媒体教学	

6	4	运营的根本价值、运营的思维模型	理解互联网 IT 双创项目实践的根本价值。			多媒体教学	
7	4	运营的过程本质	理解互联网 IT 双创项目实践的过程本质。	作业 2：请阐述实现产品价值最大化的三个层次		多媒体教学	
8	4	内容运营的定义及范围、内容的策划与生产	1. 理解内容运营的意义和定义； 2. 了解内容生产的方式及流程。			多媒体教学	
9	4	内容的包装与呈现、内容的传播与扩散	1. 理解内容呈现的原则； 2. 了解内容传播的常见渠道。	作业 3：利用二维码制作一个简单的作品		多媒体教学	
10	4	活动运营的定义及范围、活动策划	1. 理解活动运营的定义和作用； 2. 了解活动策划的流程和步骤； 3. 理解活动策划的要素和原则。			多媒体教学	
11	4	互联网运营活动的形式、活动运营的常用工具和方法	了解互联网活动常见形式。	作业 4：请通过互联网查找互动游戏运营活动的实例		多媒体教学	
12	4	用户运营的定义及任务、用户运营的基本方式、用户成长体系的搭建方法	1. 理解用户运营的定义和任务； 2. 理解用户运营的基本方式； 3. 了解搭建用户成长体系的原则； 4. 了解用户成长体系的表现形式； 5. 理解并掌握用户成长体系的任务设置方法和用户利益兑现形式。			多媒体教学	
13	4	用户运营的常用工具	了解用户运营的形式。	作业 5：简述常见的用户成长体系的用户		多媒体教学	

				户利益兑现形式,举出身边实例		
14	4	数据运营的定义及范围、常见的运营数据指标、运营数据的获取	1. 理解数据运营的定义; 2. 理解常见的运营数据指标; 3. 掌握运营数据获取的基本方法。		多媒体教学	
15	4	运营数据的分析及应用、数据运营的常用工具	掌握运营数据分析与应用的方法。	作业 6: 常见的分析应用方式有哪些	多媒体教学	
16	4	新媒体运营的基本概念、新媒体运营的现状 及对策	1. 理解新媒体的定义、特征及发展趋势; 2. 理解新媒体运营的定义及本质。		多媒体教学	
17	4	新媒体运营的载体	了解新媒体的常见工具。		多媒体教学	
18	4	综合复习	运营的概述、种类、方法及应用。		多媒体教学	

《网络营销》课程标准

一、课程说明

课程名称	网络营销		标准简称	网络营销	
适用专业	电子商务	修读学期	第三学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351220	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	B类	课程性质	必修课	课程类别	专业核心课
先修课程	计算机文化基础				
后续课程	内容运营、产品运营				
对应职业资格证书或内容	CEAC 电子商务营销师				
合作开发企业	无				
执笔人	邓师玲	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

本课程是电子商务专业的一门专业核心课程，其目标是使学生初步了解网络营销的基本理论和方法，为后续的专业课程中涉及营销方面能力的培养（、电子商务运营、客户关系管理等等）和将来实际工作提供支持和帮助。通过本课程的学习，使学生掌握网络营销的基本概念和规律，并培养学生在实践活动中具有合理运用营销手段、组织和实施营销活动进而达到营销目的的能力。

三、设计思路

运用现代多媒体技术，改变原来单向的、注入式地从概念、原理出发讲授教学内容的传统做法，采用专题研讨教学、案例教学、情景模拟教学、实践教学等多形式开展互动式教学。探索教学与实一体化，拓展实教学，注查在课程教学中的职业道德教育渗透。通过案例分析、开放式研讨、角色模拟帮助学生建立感性认识，提高学生学习兴趣，培养学生团队协作能力、沟通表达能力和分析解决问题的能力。

四、课程培养目标

1. 专业能力：

通过任务驱动型的项目教学活动，了解市场与网络营销的涵义，掌握网络营销的相关理论知识，熟悉网络营销活动的基本过程以达到营销职业的岗位要求，并能够承担营销调研、营销策划和产品销售等环节的工作任务。

2. 方法能力

通过本课程的学习，掌握市场分析技术（包括市场调研、市场环境分析、消费者行为分析等）、掌握产品销售技巧、掌握渠道管理技巧和方法、掌握销售管理技巧和销售促进的方式和方法、熟悉营销策划流程和方法。

3. 社会能力

在教学过程中，不断培养学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德、坚忍不拔的毅力、积极乐观的心态、良好的人际关系、健全的人格品质等优良素质，为培养一名高素质的从业者奠定基础。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 72 节，每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	网络营销基础	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络营销的含义 2. 了解网络营销的功能及作用 3. 了解网络营销的哲学演进 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握网络营销的核心概念 2. 掌握网络营销的功能 3. 网络营销观念的了解 	<p>通过学习让学生对网络营销的发展有清晰的脉络</p>	<p>通过学习提升学生对网络营销的基本认知。</p>	4
2	网络营销环境分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络营销的宏观环境基础 2. 了解网络营销的微观环境基础 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握影响网络营销的主要环境因素 2. 掌握环境分析及营销对策的选择 	<p>通过学习掌握网络营销信息相关的环境因素, 给出合理的环境分析报告</p>	<p>通过学习提升学生市场环境分析能力, 适应市场环境给出合理营销方案</p>	8
3	消费者市场与购买行为分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解消费者市场的概念 2. 了解消费者的一般行为模式 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握影响消费者行为的主要因素 2. 掌握消费者购买决策类型与过程 3. 掌握顾客满意度及顾客忠诚等内容 	<p>通过学习培养学生分析消费者行为, 制定对应营销策略的能力</p>	<p>通过学习培养学生消费者心理分析能力, 加强人际关系维护及管理能力</p>	8
4	网络营销调查与市场需求预测	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解市场调查的概念及意义 2. 了解市场调查的基本方法 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握市场调查的一般方法 2. 掌握市场调查计划的制定方法。 	<p>通过学习培养学生制定市场调查计划, 撰写市场调查报告的能力</p>	<p>通过学习培养学生与人协作, 统筹规划, 完成网络营销任务的能力</p>	6
5	目标网络营销	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解目标市场的基本概念 2. 了解市场细分的意义 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握市场细分的依据 2. 掌握市场的选择方法 3. 掌握市场细分的一般方法 	<p>通过学习培养学生分析市场环境, 剖析不同消费群体, 制定市场细分计划的能力</p>	<p>通过学习提升学生适应市场角色, 适应市场变化的能力</p>	6
6	网络营销战略	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络营销战略的意义 2. 了解网络营销战略的制定办法 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握网络营销战略的要素 2. 掌握网络营销战略的制定方法 	<p>通过学习培养学生制定企业网络营销整体战略的能力</p>	<p>通过学习提高学生的团队协作能力</p>	6

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
7	产品策略	1.了解产品策略的意义 2.了解产品的五个层次 3.了解产品的生命周期	1.掌握产品及产品组合理念 2.掌握新产品及常用的新产品策略 3.掌握品牌与包装决策	通过学习学生能够将产品的层次理念及生命周期的理念应用到营销中	通过学习培养学生对产品策略的整体把握能力。	8
8	定价策略	1.了解产品的价格构成 2.了解常见的定价方法	1.掌握影响商品定价的主要因素 2.掌握产品的定价技巧	通过学习培养学生基于产品策略的商品定价能力	通过学习培养学生对产品价格策略的规划及把控能力。	6
9	促销策略	1.了解促销的概念及意义 2.掌握一般的促销方法 3.了解整合营销传播方法	1.掌握广告策略 2.掌握人员推销 3.掌握公共关系 3.掌握销售促进的方法	通过学习培养学生针对产品属性特点制定促销策略的能力	通过学习提升学生应用现有手段扩大品牌影响力的能力	6
10	分销策略	1.了解分销的概念及意义 2.了解分销的种类	1.掌握分销渠道的分类 2.掌握分销的不同特点 3.制定分销策略	通过学习培养学生针对产品属性特点制定渠道策略的能力	通过学习提升学生对品牌渠道策略的整体把控能力。	6
11	网络营销新展	1.了解网络营销的新领域 2.了解网络营销的新概念	掌握网络营销发展的新动向	通过学习培养学生对未来发展网络营销的方向认知	通过学习培养学生根据产品属性进行对应网络营销策划的能力	4
12	复习	复习巩固	复习巩固	复习巩固	复习巩固	4
合计 讲授 34 学时、实训教学 34 学时、复习 4 学时，共 72 学时						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		学时	4
单元名称	网络营销基础		
学习要求	1. 掌握网络营销的核心概念 2. 掌握网络营销的功能 3. 网络营销观念的了解		
任务分解	任务 1	网络营销概述	
	任务 2	网络营销基本理论	
学习单元情境设计			
单元名称	网络营销环境分析		8
学习要求	1. 掌握影响网络营销的主要环境因素 2. 掌握环境分析及营销对策的选择		
任务分解	任务 1	网络营销宏观环境	
	任务 2	网络营销微观环境	
	任务 3	市场营乐环境分析	
学习单元情境设计			
单元名称	消费者市场与购买行为分析		8
学习要求	1. 掌握影响消费者行为的主要因素 2. 掌握消费者购买决策类型与过程 3. 掌握顾客满意度及顾客忠诚等内容		
任务分解	任务 1	消费者行为分析	
	任务 2	顾客满意和忠诚	
	任务 3	顾客让渡价值	
学习单元情境设计			
单元名称	网络营销调查与市场需求预测		6

学习要求	1.掌握市场调查的一般方法 2.掌握市场调查计划的制定方法。	
任务分解	任务 1	网络营销信息系统
	任务 2	网络营销调研
	任务 3	市场预测

学习单元情境设计		
单元名称	目标网络营销	学时
学习要求	1.掌握市场细分的依据 2.掌握市场的选择方法 3.掌握市场细分的一般方法	
任务分解	任务 1	市场细分
	任务 2	市场选择
	任务 3	市场定位

学习单元情境设计		
单元名称	网络营销战略	学时
学习要求	1.掌握网络营销战略的要素 2.掌握网络营销战略的制定方法	
任务分解	任务 1	网络营销战略概述
	任务 2	网络营销战略的制定
	任务 3	网络营销战略管理流程

学习单元情境设计		
单元名称	产品策略	学时
学习要求	1.掌握产品及产品组合理念	

	2.掌握新产品及常用的新产品策略 3.掌握品牌与包装决策	
任务分解	任务 1	产品及产品组合
	任务 2	产品生命周期
	任务 3	品牌与包装决策

学习单元情境设计		
单元名称	定价策略	学时
学习要求	1.掌握影响商品定价的主要因素	
	2.掌握产品的定价技巧	
任务分解	任务 1	影响定价的因素
	任务 2	定价方法
	任务 3	定价策略

学习单元情境设计		
单元名称	促销策略	学时
学习要求	1.掌握广告策略	
	2.掌握人员推销	
	3.掌握公共关系	
	3.掌握销售促进的方法	
任务分解	任务 1	促销与促销步骤
	任务 2	广告策略
	任务 3	人员推销
	任务 4	整合营销传播

学习单元情境设计		
单元名称	分销策略	学时
学习要求	1.掌握分销渠道的分类	

	2.掌握分销的不同特点 3.制定分销策略	
任务分解	任务1	分销渠道概述
	任务2	中间商
	任务3	分销渠道策略

学习单元情境设计		
单元名称	网络营销新方法	学时 4
学习要求	1.了解网络营销的新领域	
	2.了解网络营销的新概念	
任务分解	任务1	服务营销
	任务2	绿色营销
	任务3	整合营销

学习单元情境设计		
单元名称	复习	学时 4
学习要求	巩固复习	
	任务1	巩固复习
任务分解	任务2	巩固复习

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

5. 《网络营销学》四川大学出版社 作者：张黎明
6. 长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀作品以备参考。
7. 信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书、专业软件。
8. 符合教学大纲和课程要求的试题库、实训指导书，增加图书馆内学习参考书、专业期刊等馆藏。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 3 方面的基本能力：

- 1、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 2、掌握网络营销理论与实务知识，具备整合教学资源引导学生梳理掌握网络营销专业技能的能力；
- 3、掌握职业教育教学方法，具有课程设计和教学实施的能力。

相关核心课程的实践教学中均应聘请具有丰富项目经验的行业人员参与课程建设和担任兼职教师。

九、教学场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：电子商务实训室

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部: 信息工程系 教师姓名: 邓师玲

学年 学期

专业	电子商务	课程	网络营销	班级	考核方式	考核形式
培养目标:	在课程教学中要向学生完整地介绍网络营销的知识体系与应用方法, 更重要的 是要使学生牢固树立以消费者为中心的网络营销观念, 在实践中能以市场为导 向, 进行产品开发、定价、分销、促销等营销活动, 提高企业经营管理水平, 从而实现把开发新技术、新产品同开发新市场结合起来, 使社会生产适应市场 需求的变化, 培养学生从事营销相关职业的能力和营销职业素质的养成。					
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例	
本课程实际学时	72	34	47%	32	44%	<input checked="" type="checkbox"/> 考查 <input type="checkbox"/> 考试
本学期计划学时	\	\	\	\	\	在上列方框中打√
教材及教学参考书: (名称、版本、主编、出版社)						
1. 《网络营销学》四川大学出版社 作者: 张黎明						
教研室主任审核意见: 同意		系(部)主任审核意见: 同意				
签名: _____ 年 月 日		签名: _____ 年 月 日 (公章)				
教务处审核意见:		院领导审批意见:				
负责人: _____		院领导: _____				

年 月 日 | 年 月 日

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具、挂图、上机	备注
1	2	网络营销相关概念	掌握网络营销的基本理论		教具	
1	2	实训一网络营销的演进	了解市场与需求的关系网络营销的演进		上机	
2	2	网络营销观念了解	掌握网络营销观念的演变	作业一 网络营销的基本功能	教具	
2	2	实训二环境对营销的影响案例解析	通过案例了解宏观环境对营销的影响		上机	
3	2	网络营销环境分析（微观环境）	了解微观环境对营销的影响		教具	
3	2	实训三 行业分析	研究企业 购买行为	作业二 消费者的购买决策过程	上机	
4	2	市场购买行为分析	了解消费者黑箱概念掌握消费者购买行为特点		教具	
4	2	实训四 消费者购买行为分析实例	了解并掌握消费者购买决策过程		上机	
5	2	市场调研	了解市场调研的概念及常见方法	作业三 市场调研的方法有哪些	教具	
5	2	实训五 市场调查问卷书写	市场调查问卷的设计		上机	
6	2	企业战略及规划	掌握市场调研的实施方法		教具	

6	2	实训六 确定目标市场战略	掌握市场进入策略			上机	
7	2	市场细分（一）	掌握市场细分的概念和意义	作业四 市场细分的依据有哪些	教具		
7	2	实训七 拟定案例完成对企业市场的细分	掌握市场细分的依据及方法		上机		
8	2	市场细分（三）	市场细分相关案例		教具		
9	2	实训八 奔驰的产品策略分析	掌握网络营销组合		上机		
9	2	4C营销组合理念	4C营销组合理念了解	作业五 简单说说4C的营销组合理念	教具		
10	2	实训九 案例说明4P至4C的演进	了解4P至4C的演进		上机		
10	2	市场产品策略分析（一）	掌握产品的层次理论		教具		
11	2	实训十 了解企业的品牌策略	各品牌品牌策略一览		上机		
12	2	价格策略（一）	企业的定价策略		教具		
13	2	实训十一 常见定价策略与网络定价策略了解	企业的定价策略分析	作业六 常见的定价策略有哪些？	上机		
13	2	销售渠道策略（一）	了解市场销售渠道		教具		
14	2	实训十二 了解渠道的种类	了解分销渠道管理		上机		
14	2	促销策略（一）	掌握市场促销策略		教具		

15	2	实训十三 公共关系成功案例赏析	公共关系对企业的重大意义了解		上机	
15	2	网络营销学的新发展（一）	整合营销		教具	
16	2	实训十四 整合营销案例赏析	整合营销关系营销案例评析		上机	
16	2	案例了解	案例了解		教具	
17	2	实训十五 综合习题练习	练习课		上机	
17	2	案例了解	案例了解		教具	
18	2	实训十六 期末复习	期末复习		上机	
18	2	期末复习	期末考试		教具	

《人像摄影》课程标准

一、课程说明

课程名称	人像摄影		标准简称	人像摄影课标	
适用专业	电子商务	修读学期	第三学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351090	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	B类	课程性质	必修课	课程类别	专业核心课
先修课程	平面设计基础与应用				
后续课程	内容运营、品牌运营、产品运营				
对应职业资格证书或内容	CEAC 网店运营师、CECC 新媒体运营师				
合作开发企业	无				
执笔人	张奕炜	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《人像摄影》是电子商务专业学生的必修专业核心课，本课程以摄影技术及审美学习为出发点，本课程主要学习图片特别是数码图片的后期处理常识与基本操作技能。通过学习，要求学生了解数码图片的后期处理流程，掌握数码照片的基本处理技巧，掌握数码图片的色彩调整、人像的美化与修饰、边框处理等方法，了解数码图片的输出及应用常识，掌握制作商业设计图像的基本技巧。

三、设计思路

本课程的设计思路以职业需求为导向，按照基于工作过程的职业能力来进行课程开发，这不是简单的教学顺序调整，而是从审美与应用切入，产生强烈的学习欲望，变“要我学”为“我要学”。学生在一入门就明确学习目标和任务，树立好学习该课程的信心。

该课程是以职业能力培养为目标，以工作过程为主线，以工作项目为载体，用任务进行驱动，建立以工作过程为框架的现代职业教育课程结构。教学内容的取舍和排序依照岗位工作的实际需要进行构建，在项目任务设计方面将专业能力、方法能力和社会能力统筹安排，以学生为主体，培养自主学习的精神，突出课程的职业性、实践性和开放性。

通过对图片后期制作理论的讲解,并能够在一定程度上加以应用,使学生具备数字技术、合成技术的基本技能,具备人像后期制作的基础能力,能够对图片素材进行有目的的裁切、剪辑、特效处理。

四、课程培养目标

1. 专业能力

- (1) 了解图形后期处理的基本步骤,图形的多种风格效果;
- (2) 理解图形处理的多种方法,通过围绕具体例子讲解、实做实现;
- (3) 掌握图片校正、修饰、绘画、特殊效果等软件处理方法;
- (4) 掌握制作商业设计作品如海报、DM单、包装、工业设计等的基本技巧。

2. 方法能力

- (1) 引导学生通过镜头注意观察自然、感受生活,捕捉触动人心的一瞬,培养学生养成正确的观察和理解客观物象的能力;
- (2) 通过欣赏与讲评,培养学生的审美意识、提高审美水平,体会作品深层的思想与情感内涵,锻炼学生进行艺术评价和传达自我感受的能力;
- (3) 能够准确的利用曝光技术对拍摄对象进行表现。能够利用技术表现画面的视觉层次;
- (4) 能够较好的处理好色调与韵律等视觉要素的关系,进行合理的对画面进行构图处理;
- (5) 能够熟练的使用拍摄设备,应对特殊环境;
- (6) 能够进行艺术摄影创作的构思和表现。

3. 社会能力

- (1) 树立创意设计工作的职业观,具有良好的合作意识和协调组织能力;
- (2) 了解摄影的学习方法和任务,能够正确的理解工作任务,并且克服困难去完成工作任务;
- (3) 具有健全的人格修养和行为规范,培养艺术情操,养成良好的性格与兴趣爱好;
- (4) 培养学生动手操作能力,自立能力和耐心细致的高度责任感;
- (5) 培养学生爱科学,用科学的创新精神,积极参与活动,活跃思维,树立信心,克服困难,团结协作,体验成功的喜悦。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周,学时为 72 节,每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	人像摄影概述	<ol style="list-style-type: none"> 了解数码图片处理流程 数码图片的生成、加工和应用流程 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握传统摄影与数码摄影流程 掌握常用的几种图片应用渠道典型流程 掌握数码照片的基本操作 	<ol style="list-style-type: none"> 通过欣赏与讲评,培养学生的审美意识 提高审美水平,体会作品深层的思想与情感内涵 锻炼学生进行艺术评价和传达自我感受的能力 	<p>培养创意设计工作的职业观,具有良好的合作意识和协调组织能力</p>	14
2	数码图片的基本处理与色彩调整	<ol style="list-style-type: none"> 了解曝光控制、摄影构图、抓拍、数码摄影灯技术和要求 	<ol style="list-style-type: none"> 数码照片的质量 数码照片的文件管理 数码照片的基本处理 数码照片的色彩调整 	<ol style="list-style-type: none"> 引导学生通过镜头注意观察自然、感受生活 培养学生养成正确的观察和理解静物摄影的能力 	<p>了解摄影的学习方法和任务,能够正确的理解工作任务,并且克服困难去完成工作任务</p>	18
3	数码照片的人像处理	<ol style="list-style-type: none"> 掌握数码人像图片的常见问题与处理方法 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握人像的美化与修饰 掌握人像五官的修饰 	<ol style="list-style-type: none"> 能够较好的处理好人像摄影色调,进行合理的对画面进行构图处理 能够熟练的使用照相机,应对特殊环境 	<p>培养艺术情操,养成良好的性格与兴趣爱好</p>	20

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
4	人像综合处理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解人像摄影与街头实拍 2. 了解人像摄影与拍摄技法 3. 了解人像摄影商业后期类型 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 图片处理在海报设计与制作中的应用 2. 图片处理在DM单设计与制作中的应用 3. 图片处理在包装设计中的应用 4. 图片处理在工业产品设计中的应用 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够较好的处理好色调与韵律等视觉要素的关系, 2. 进行合理的对画面进行构图处理 3. 能够熟练的使用照相机,应对特殊环境 	培养学生动手操作能力,自立能力和耐心细致的责任感	20
合计		讲授 36 学时、实践 36 学时,共 72 学时				

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		学时
单元名称	人像摄影概述	
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握传统摄影与数码摄影流程 2. 掌握常用的几种图片应用渠道典型流程 3. 掌握数码照片的基本操作 	
任务分解	任务 1	掌握曝光、环境相关人像技术
	任务 2	掌握拍摄、照片尺寸相关人像技术
	任务 3	掌握 RAW 文件裁剪和去瑕疵功能的使用技术
	任务 4	掌握图像处理理论知识

任务 5	掌握人像照片处理软件常用工具和插件
------	-------------------

学习单元情境设计		学时
单元名称	数码图片的基本处理与色彩调整	18
学习要求	1. 数码照片的质量 2. 数码照片的文件管理 3. 数码照片的基本处理 4. 数码图片的色彩调整	
任务分解	任务 1	掌握对曝光控制的相关技术
	任务 2	掌握对影调控制的相关技术
	任务 3	曝光补偿与 HDR
	任务 4	主题的策划
	任务 5	灯光设计
	任务 6	光圈与景深的技巧
	任务 7	图片的保存

学习单元情境设计		学时
单元名称	数码照片的人像处理	20
学习要求	1. 掌握人像的美化与修饰 2. 掌握人像五官的修饰	

任务分解	任务 1	掌握对眼睛进行修饰的相关技术
	任务 2	掌握对鼻梁部位进行修饰的相关技术
	任务 3	掌握对唇型进行修饰的相关技术
	任务 4	掌握对发色进行修饰的相关技术
	任务 5	掌握对面部进行美化处理的相关技术

学习单元情境设计		
单元名称	人像综合处理	学时
学习要求	1. 图片处理在海报设计与制作中的应用	20
	2. 图片处理在 DM 单设计与制作中的应用	
	3. 图片处理在包装设计中的应用	
	4. 图片处理在工业产品设计与制作中的应用	
任务分解	任务 1	掌握儿童艺术写真照片的后期修饰技巧
	任务 2	掌握糖水写真照片的后期修饰技巧
	任务 3	掌握胶片写真照片的后期修饰技巧
	任务 4	掌握婚礼写真照片的后期修饰技巧
	任务 5	掌握中国风写真照片的后期修饰技巧

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

- 1.《数码图片后期处理流程》，编者：谢雨玫，中国摄影出版社。
- 2.长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀案例作品以备参考。
- 3.信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 5 方面的基本能力：

- 1、具备大学本科以上学历；
- 2、具有职业教学的基本能力；
- 3、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 4、具有营销、传播等专业方面的知识储备；
- 5、具有策划、运营方面的企业实践经历。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：摄影实训室

安装软件：Photoshop CC 软件

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部： 信息工程系

教师姓名： 张奕炜

专业	电子商务	课程	人像摄影	班级	考核方式	考核形式
培养目标:	通《人像摄影》是电商类专业开设的一门专业核心课，是一门理论与实践相结合的应 用型课程。通过本课程的学习，使学生掌握人像拍摄的基本知识和拍摄本技巧，并应 用所学知识拍摄出风格鲜明、效果精美、符合网店特色的商业图片，为后期的电子商 务运营类课程奠定基础。					
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例	
计划学时	72	36	50%	36	50%	<input checked="" type="checkbox"/> 考查 <input type="checkbox"/> 考试
本课程实际学时	\	\	\	\	\	在上列方框中打√
教材及教学参考书：(名称、版本、主编、出版社) 《数码图片后期处理流程》，编者：谢雨玫，中国摄影出版社。						
教研室主任审核意见:			系(部)主任审核意见:			
签名： _____ 年 _____ 月 _____ 日			签名： _____ 年 _____ 月 _____ 日 (公章)			

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	人像摄影一	掌握曝光、环境相关人像技术		多媒体、上机	
1	2	人像摄影二	掌握拍摄、照片尺寸相关人像技术		多媒体、上机	
2	2	人像软件一	掌握图像处理理论知识		多媒体、上机	
2	2	人像软件二	掌握人像照片处理软件常用工具和插件		多媒体、上机	
3	2	CameraRaw 修图一	掌握 RAW 文件裁剪和去瑕疵功能的使用技术		多媒体、上机	
3	2	CameraRaw 修图二	掌握 RAW 文件校色和色调转换功能的使用技术		多媒体、上机	
4	2	眼部后期一	掌握对眼睛进行修饰的相关技术		多媒体、上机	
4	2	眼部后期二	掌握对睫毛进行修饰的相关技术	作业 1: 眼睛后期技术应用要点及工具使用	多媒体、上机	

5	2	鼻子后期一	掌握对鼻梁部位进行修饰的相关技术			
5	2	鼻子后期二	掌握对鼻影和曲线部位进行调整的相关技术	作业 2：鼻子后期技术应用要点及工具使用	多媒体、上机	
6	2	唇部后期一	掌握对唇色进行调整的相关技术		多媒体、上机	
6	2	唇部后期二	掌握对唇型进行修饰的相关技术	作业 3：唇部后期技术应用要点及工具使用	多媒体、上机	
7	2	发型后期一	掌握对发色进行修饰的相关技术		多媒体、上机	
7	2	发型后期二	掌握对发型进行修饰的相关技术	作业 4：发型后期技术应用要点及工具使用	多媒体、上机	
8	2	面部后期一	掌握对面部进行磨皮的相关技术		多媒体、上机	
8	2	面部后期二	掌握对面部进行美化处理的相关技术	作业 5：面部后期技术应用要点及工具使用	多媒体、上机	
9	2	服饰后期一	掌握对服饰进行图案处理的相关技术		多媒体、上机	

9	2	服饰后期二	掌握对矫正衣服的相关技术		多媒体、上机	
10	2	形体后期一	掌握对四肢修整的相关技术		多媒体、上机	职业教育活动大赛1周
10	2	形体后期二	掌握对身形修整的相关技术	作业6: 形体后期技术应用要点及工具使用	多媒体、上机	职业教育活动大赛1周
12	2	人像调色一	掌握对曝光控制的相关技术		多媒体、上机	
12	2	人像调色二	掌握对影调控制的相关技术		多媒体、上机	
13	2	儿童写真一	掌握儿童艺术写真照片的后期修饰技巧		多媒体、上机	
13	2	儿童写真二	掌握儿童艺术写真照片的后期调色技巧		多媒体、上机	
14	2	糖水写真一	掌握糖水写真照片的后期修饰技巧		多媒体、上机	
14	2	糖水写真二	掌握糖水写真照片的后期调色技巧		多媒体、上机	

15	2	胶片写真一	掌握胶片写真照片的后期修饰技巧		多媒体、上机	端午节未冲课
15	2	胶片写真二	掌握胶片写真照片的后期调色技巧		多媒体、上机	
16	2	婚纱写真一	掌握婚礼写真照片的后期修饰技巧		多媒体、上机	
16	2	婚纱写真二	掌握婚礼写真照片的后期调色技巧		多媒体、上机	
17	2	中国风写真一	掌握中国风写真照片的后期修饰技巧		多媒体、上机	
17	2	中国风写真二	掌握中国风写真照片的后期调色技巧		多媒体、上机	

《产品摄影》课程标准

一、课程说明

课程名称	产品摄影		标准简称	产品摄影课标	
适用专业	电子商务	修读学期	第四学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351110	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	B类	课程性质	必修课	课程类别	专业基础课
先修课程	平面设计基础与应用				
后续课程	内容运营、品牌运营、产品运营				
对应职业资格证书或内容	CEAC 网店运营师、CECC 新媒体运营师				
合作开发企业	无				
执笔人	张奕炜	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《产品摄影》是电子商务专业学生的必修专业核心课，本课程以摄影技术及审美学习为出发点，培养以培养与摄影及相关职业岗位相适应的技能、摄影创作服务于电子商务的技能为总体目标。摄影技术是电商类专业收集资料素材、创作网店原形图片的重要手段，是艺术创作核心课程的基础，也是审美修养的延伸。本课程的主要内容包括网店照片的基本特征和要求、网店摄影的基本知识、摄影的基本技巧和网拍实战等内容，通过学习，使学生具备网店商品拍摄基本技能，培养学生的职业能力，拍摄出符合网店需要的商品照片，有效提升网店访问量、浏览量和销售量。

对于电商专业而言，信息搜集、图像创作是必备的基础能力，摄影课程就是为了让了解摄影的基础知识，常用技巧，并通过实践掌握资料拍摄技术和商业及艺术图片的拍摄方法，布光方法，构图原理，数码照片的处理等。使学生能按照创意的要求独立创作出具有一定美感的视觉图片，为专业发展奠定良好的基础。同时注重培养学生的摄影艺术能力及良好的职业道德，同时也为具备摄影岗位技术能力的学生就业提供一条新的途径。

三、设计思路

本课程的设计思路以职业需求为导向，按照基于工作过程的职业能力来进行课程开发，这不是简单的教学顺序调整，而是从审美与应用切入，产生强烈的学习欲望，变“要我学”为“我要学”。学生在一入门就明确学习目标和任务，树立好学习该课程的信心。

该课程是以职业能力培养为目标，以工作过程为主线，以工作项目为载体，用任务进行驱动，建立以工作过程为框架的现代职业教育课程结构。教学内容的取舍和排序依照岗位工作的实际需要进行构建，在项目任务设计方面将专业能力、方法能力和社会能力统筹安排，以学生为主体，培养自主学习的精神，突出课程的职业性、实践性和开放性。

在传统摄影教学大纲中经常将教学内容分割成章节进行理论讲授，涉及思维活动的内容与实践训练分离。本课程设计中把全部内容分为摄影基础、室内静物摄影、室外静物摄影、人物摄影、风景摄影和新闻与纪实摄影等六个模块，将摄影理论、技术与实践相结合，将艺术构想贯穿于每个项目的始终，强调了创新思维在摄影中的地位和作用。

四、课程培养目标

1. 专业能力

- (1) 使学生知道数码相机的选购、基本操作，能正确使用数码相机进行摄影；
- (2) 使学生学会室内静物拍摄、室内灯光产品拍摄、室外静物拍摄、室外花卉拍摄、人物肖像拍摄、艺术肖像拍摄、新闻与纪实拍摄、风光的拍摄等摄影技术；
- (3) 学生通过摄影实践，掌握一些基本的摄影技巧，针对三个专业特点和要求，使学生能够拍摄出符合专业要求的作品；
- (4) 当代摄影的新技术、新技巧，具备摄影的观察能力、思维能力、表现能力及与摄影相关岗位的摄影综合能力。

2. 方法能力

- (1) 引导学生通过镜头注意观察自然、感受生活，捕捉触动人心的一瞬，培养学生养成正确的观察和理解客观物象的能力；
- (2) 通过欣赏与讲评，培养学生的审美意识、提高审美水平，体会作品深层的思想与情感内涵，锻炼学生进行艺术评价和传达自我感受的能力；
- (3) 能够准确的利用曝光技术对拍摄对象进行表现。能够利用技术表现画面的视觉层次；
- (4) 能够较好的处理好色调与韵律等视觉要素的关系，进行合理的对画面进行构图处理；
- (5) 能够熟练的使用照相机，应对特殊环境；
- (6) 能够进行艺术摄影创作的构思和表现；
- (7) 使学生掌握一些简单的摄影方法，不断提高学生对摄影的知识水平，增强学生的创新意识、技术意识、审美意识，培养良好的艺术情操；
- (8) 发挥主动获得知识和信息的能力，养成主动地获得信息的学习习惯和主动探究的

态度发展信息素养、探究能力和创造精神。

3. 社会能力

- (1) 树立创意设计工作的职业观，具有良好的合作意识和协调组织能力；
- (2) 了解摄影的学习方法和任务，能够正确的理解工作任务，并且克服困难去完成工作任务；
- (3) 具有健全的人格修养和行为规范，培养艺术情操，养成良好的性格与兴趣爱好；
- (4) 培养学生动手操作能力，自立能力和耐心细致的高度责任感；
- (5) 培养学生爱科学，用科学的创新精神，积极参与活动，活跃思维，树立信心，克服困难，团结协作，体验成功的喜悦。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 72 节，每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	摄影基础	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解相机、镜头的基本性质、性能、结构和原理等知识 2. 了解和掌握摄影图片的特性、要素和规律 3. 掌握曝光控制、摄影构图、抓拍、数码摄影灯光技术和要求 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 摄影作品欣赏 2. 掌握相机结构与基本操作 3. 掌握曝光要素与曝光模式 4. 掌握对焦技巧与测光方法 	<p>通过欣赏与讲评, 培养学生的审美意识、提高审美水平, 体会作品深层的思想与情感内涵, 锻炼学生进行艺术评价和传达自我感受的能力</p>	<p>培养创意设计工作的职业观, 具有良好的合作意识和协调组织能力</p>	15
2	静物摄影	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握曝光控制、摄影构图、抓拍、数码摄影灯光技术和要求 2. 运用多种拍摄手段和摄影专业法则及摄影技能如何拍摄出优秀风光摄影、人像摄影、新闻(纪实)图片 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握静物摄影与摄影光线 2. 掌握产品摄影与布光技巧 3. 掌握创意摄影与摄影构思 4. 掌握花卉摄影与景深控制 	<p>引导学生通过镜头注意观察自然、感受生活, 捕捉触动人心的一瞬, 培养学生养成正确的观察和理解静物摄影的能力</p>	<p>了解摄影的学习方法和任务, 能够正确的理解工作任务, 并且克服困难去完成工作任务</p>	10
3	人物摄影	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握曝光控制、摄影构图、抓拍、数码摄影灯光技术和要求 2. 运用多种拍摄手段和摄影专业法则及摄影技能如何拍摄出优秀风光摄影、人像摄影、新闻(纪实)图片 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握人物摄影与构图方式 2. 掌握人像摄影与艺术处理 	<p>能够准确的利用曝光技术对人物摄影对象进行表现 能够利用技术表现画面的视觉层次 能够熟练的使用照相机, 应对特殊环境</p>	<p>培养具有健全的人格修养和行为规范</p>	10

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
4	风光摄影	<p>1. 掌握曝光控制、摄影构图、抓拍、数码摄影技术和要求</p> <p>2. 运用多种拍摄手段和摄影专业法则及摄影技能如何拍摄出优秀风光摄影、人像摄影、新闻（纪实）图片</p>	<p>1. 掌握风光摄影与构图要素</p> <p>2. 掌握风光实拍与摄影色彩</p>	<p>能够较好的处理好风光摄影色调，进行合理的对画面进行构图处理</p> <p>能够熟练的使用照相机，应对特殊环境</p>	<p>培养艺术情操，养成良好的性格与兴趣爱好</p>	10
5	新闻与纪实摄影	<p>1. 掌握曝光控制、摄影构图、抓拍、数码摄影技术和要求</p> <p>2. 运用多种拍摄手段和摄影专业法则及摄影技能如何拍摄出优秀风光摄影、人像摄影、新闻（纪实）图片</p>	<p>1. 掌握纪实摄影与街头实拍</p> <p>2. 掌握新闻摄影与拍摄技法</p>	<p>能够较好的处理好色调与韵律等视觉要素的关系，进行合理的对画面进行构图处理</p> <p>能够熟练的使用照相机，应对特殊环境</p>	<p>培养学生动手操作能力，自立能力和耐心细致的责任感</p>	10
6	摄影后期	<p>1. 利用 Photoshop 图像处理软件</p> <p>2. 了解基本调色、修片、裁剪等常用的常识和要领</p>	<p>1. 掌握摄影的后期特点</p> <p>2. 掌握摄影的后期流程</p> <p>3. 掌握摄影各种风格拍摄的基本方法和后期工具</p>	<p>不断提高学生对摄影的知识水平，增强学生的创新意识、技术意识、审美意识，培养良好的艺术情操</p> <p>发挥主动获得知识和信息的能力，养成主动地获得信息的学习习惯和主动探究的态度</p> <p>发展信息素养、探究能力和创造精神</p>	<p>培养学生爱科学，用科学的创新精神，积极参与活动，活跃思维，树立信心，克服困难，团结协作，体验成功的喜悦</p>	15

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
7	综合复习	综合复习本学期重点及难点内容	掌握摄影的概述、种类、方法及应用	能够在实践中综合运用所学知识	培养学生举一反三、临场应变的能力	2
	合计		讲授 22 学时、实践 48 学时、复习与习题课 2 学时，共 72 学时			

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		
单元名称	摄影基础	学时
学习要求	1. 摄影作品欣赏 2. 相机结构与基本操作 3. 曝光要素与曝光模式 4. 对焦技巧与测光方法	15
任务分解	任务 1	摄影作品欣赏
	任务 2	学摄影需做的准备
	任务 3	数码相机基本构造
	任务 4	数码相机分类
	任务 5	数码相机基本操作
	任务 6	曝光概念与方法
	任务 7	对焦概念与方法
	任务 8	测光概念与方法
学习单元情境设计		
单元名称	静物摄影	学时
学习要求	1. 静物摄影与摄影光线	10

	2. 产品摄影与布光技巧 3. 创意摄影与摄影构思 4. 花卉摄影与景深控制
任务分解	任务 1 全自动曝光的使用
	任务 2 摄影光线及作用
	任务 3 曝光补偿与 HDR
	任务 4 主题的策划
	任务 5 灯光设计
	任务 6 光圈与景深的技巧
	任务 7 图片的保存

学习单元情境设计		
单元名称	人物摄影	学时 10
学习要求	1. 人物摄影与构图方式 2. 人像摄影与艺术处理	
任务分解	任务 1	拍摄环境与色彩平衡
	任务 2	合影拍照的基本礼仪和方法
	任务 3	儿童摄影
	任务 4	模特拍摄

	任务 5	婚纱摄影	
--	------	------	--

学习单元情境设计			
单元名称	风光摄影		学时
学习要求	1. 风光摄影与构图要素 2. 风光实拍与摄影色彩		
任务分解	任务 1	风光摄影特点、技法	
	任务 2	不同天气的拍摄	
	任务 3	不同时段的拍摄	
	任务 4	不同季节的拍摄	
	任务 5	摄影构图与规则	
	任务 6	静态与动态水体的表现	
	任务 7	人物与风光的关系	

学习单元情境设计			
单元名称	新闻与纪实摄影		学时
学习要求	1. 纪实摄影与街头实拍 2. 新闻摄影与拍摄技法		
任务分解	任务 1	生活留影	

	任务 2	新闻摄影
	任务 3	纪实摄影
	任务 4	街头拍摄

学习单元情境设计		
单元名称	摄影后期	学时
学习要求	1. 后期处理与照片打印 2. 摄影作品分析	
任务分解	任务 1	静物后期
	任务 2	人物后期
	任务 3	风光后期
	任务 4	新闻与纪实后期
	任务 5	照片打印
	任务 6	摄影作品点评
		15

学习单元情境设计

单元名称	综合复习		学时	2
学习要求	1. 了解摄影的发展、概念、特点； 2. 了解摄影的基本类型； 3. 掌握摄影各种风格拍摄的基本方法和工具； 4. 了解摄影后期的基本方法。			
任务分解	任务 1	重点内容复习		
	任务 2	难点内容复习		

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

- 1.《摄影基础教程》，编著者：孟敬，人民邮电出版社。
- 2.长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀案例作品以备参考。
- 3.信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 5 方面的基本能力：

- 1、具备大学本科以上学历；
- 2、具有职业教学的基本能力；
- 3、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 4、具有营销、传播等专业方面的知识储备；
- 5、具有策划、运营方面的企业实践经历。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：摄影实训室

安装软件：Photoshop CC 软件

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部： 信息工程系

教师姓名： 张奕炜

专业	电子商务	课程	产品摄影	班级	考核方式	考核形式
培养目标：	通《产品摄影》是电商类专业开设的一门专业核心课，是一门理论与实践相结合的应用型课程。通过本课程的学习，使学生掌握网店商品拍摄的基本知识和拍摄本技巧，并应用所学知识拍摄出风格鲜明、效果精美、符合网店特色的高品质图片，为后期的电子商务运营类课程奠定基础。					
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例	
计划学时	72	24	30%	48	70%	<input checked="" type="checkbox"/> 考查 <input type="checkbox"/> 考试
本课程实际学时	\	\	\	\	\	在上方框中打√
教材及教学参考书：（名称、版本、主编、出版社） 《摄影基础教程》，编著者：孟敬，人民邮电出版社。						
教研室主任审核意见：			系（部）主任审核意见：			
签名： _____ 年 ____ 月 ____ 日			签名： _____ 年 ____ 月 ____ 日 （公章）			

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	摄影作品欣赏	从审美入手讲述摄影的应用		多媒体教室	
1	2	相机结构	摄影器材的基本构造	作业 1: 摄影的定义、数码相机分类	摄影实训室	
2	2	摄影基本操作	摄影的基本操作流程		多媒体教室	
2	2	数码相机的操作	摄影器材的基本使用方法		摄影实训室	
3	2	曝光要素	掌握快门的概念、掌握各种曝光要素		多媒体教室	
3	2	曝光模式	掌握快门的概念、掌握各种曝光模式	作业 2: 简述光圈优先的曝光模式应用方法	摄影实训室	
4	2	对焦技巧	掌握对焦的概念、掌握各种对焦模式		多媒体教室	
4	2	测光方法	掌握测光的概念、掌握各种测光模式		摄影实训室	

5	2	静物摄影构图	利用摄影的构图法则进行静物拍摄练习		多媒体教室	
5	2	摄影光线	掌握光线的概念、掌握各种不同光线拍摄方法		摄影实训室	
6	2	摄影用光	掌握布光的概念、拍摄曝光合理的照片		多媒体教室	
6	2	产品摄影	掌握产品摄影的步骤和方法		摄影实训室	
7	2	布光技巧	掌握各种布光类型和作用		多媒体教室	
7	2	创意摄影	掌握创意摄影的步骤和方法		摄影实训室	
8	2	摄影构思	掌握摄影前期准备工作和注意事项	作业3：摄影构图的方法有哪些	多媒体教室	
8	2	花卉摄影	掌握花卉摄影的步骤和方法		摄影实训室	
9	2	景深控制	掌握景深的概念、掌握各种景深技巧		多媒体教室	

9	2	人物摄影	掌握人物摄影的步骤和方法		摄影实训室	
10	2	人物摄影构图	利用摄影的构图法则进行人像拍摄练习		多媒体教室	
10	2	人像摄影	掌握人像摄影的步骤和方法		摄影实训室	
11	2	人像艺术处理	掌握常用的人像艺术滤镜处理方法	作业 4: 常见的艺术处理方式由哪些	多媒体教室	
11	2	风光摄影	掌握风光摄影的步骤和方法		摄影实训室	
12	2	风光摄影构图	利用摄影的构图法则进行风光拍摄练习	作业 5: 如何在风光摄影中进行构图	摄影实训室	
12	2	摄影色彩	掌握常用的不同色彩风格拍摄方法		摄影实训室	
13	2	纪实摄影	掌握纪实摄影的步骤和方法		摄影实训室	
13	2	街头实拍	利用摄影的构图法则进行街头拍摄练习		摄影实训室	

14	2	新闻摄影	掌握新闻摄影的步骤和方法			摄影实训室	
14	2	新闻拍摄技法	利用摄影的构图法则进行新闻拍摄练习			摄影实训室	
15	2	静物后期处理	掌握修正静物白平衡、色温、纠正镜头畸变、补正曝光的方法			摄影实训室	
15	2	人像后期处理	掌握修正人像白平衡、色温、纠正镜头畸变、补正曝光的方法			摄影实训室	
16	2	风光后期处理	掌握修正风光白平衡、色温、纠正镜头畸变、补正曝光的方法			摄影实训室	
16	2	新闻纪实后期处理	掌握修正纪实白平衡、色温、纠正镜头畸变、补正曝光的方法	作业 6: 如何在风光摄影中进行构图		摄影实训室	
17	2	摄影作品点评一	掌握从主题、主体、构图、画面等方面分析照片的方法			摄影实训室	
17	2	摄影作品点评二	掌握从主题、主体、构图、画面等方面分析照片的方法			摄影实训室	
18	2	照片打印	掌握照片印前参数的设置方法			摄影实训室	

18	2	考试复习	掌握摄影的概述、种类、方法及应用，能够在实践中综合运用所学知识		多媒体教室	
----	---	------	---------------------------------	--	-------	--

《影视后期剪辑》课程标准

一、课程说明

课程名称	影视后期剪辑		标准简称	影视后期剪辑	
适用专业	电子商务	修读学期	第四学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351590	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	B类	课程性质	必修课	课程类别	专业核心课
先修课程	商业摄影、内容运营、品牌运营				
后续课程	影视后期剪辑、毕业设计				
对应职业资格证书或内容	CEAC 电子商务运营师、CECC 新媒体运营师				
合作开发企业	无				
执笔人	张奕炜	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《影视后期剪辑》是电子商务专业学生的必修专业核心课，是广告宣传、影视节目制作的主要技术手段，本课程的包容性强，可兼容美术基础、图像处理、动画制作等前期课程制作的多种格式的素材文件，极大的带动了学生对其他专业课程的学习兴趣。通过工学结合的教学方式，培养学生精益求精、吃苦耐劳的工作态度和良好的沟通协作能力，形成较高的职业素养，为学生就业奠定坚实的基础。

通过学习该课程，学生可策划、制作广告片、企业宣传片、专题片、娱乐短片等视频作品，能使用摄影摄像器材，完成素材采集，熟练使用编辑软件完成视频作品的编辑制作。教学内容涉及策划师、摄像师、编辑师等多个工作岗位，对电子商务专业知识的学习和岗位能力的提高起着重要的促进作用。

三、设计思路

本课程主要以“电子商务短视频制作”工作岗位所需要的能力为主线，充分考虑到职业所需的知识、技能和素质，由此来确定课程教学的能力目标、知识目标和素质目标。能

够利用非线性编辑软件提供的编辑技术对素材进行加工处理，制作宣传片、电子相册、MTV等有动感的适合在网络传播、展示的各类电子商务短视频作品。本课程按照影视视频制作的不同类型，将课程划分为六个学习情境。把电视台精彩的节目片头、广告公司的视频广告作为课堂教学项目引入课程，加强岗位综合技能和技巧的训练，使学生能够操作熟练、举一反三。

四、课程培养目标

1. 专业能力

- (1) 能够运用调查、搜集资料的方法组织各类素材；
- (2) 会下载、安装非线性编辑软件 Adobe Premiere；
- (3) 能够运用视频编辑的基本知识完成各类视频格式项目的建立；
- (4) 能在非线性编辑软件中完成不同格式素材的导入；
- (5) 能够运用视频编辑的一般工作流程完成视频片断的基本编辑操作；
- (6) 能根据要求完成在视频画面中的字幕添加；
- (7) 能够运用非线性编辑的艺术指导原则在进行特殊编辑；
- (8) 能够运用非线性编辑的艺术指导原则在作品中添加音频效果；
- (9) 能根据要求完成不同格式的视频压缩与输出。

2. 方法能力

- (1) 了解视频非线性编辑的概念、特点、发展历程及一般工作流程；
- (2) 了解 Premiere 的用途、特点及安装要求；
- (3) 了解视频非线性编辑的常用术语；
- (4) 了解视频非线性编辑的艺术指导原则；
- (5) 了解 Premiere 中可以编辑的素材格式及特点；
- (6) 掌握素材组织的方法；
- (7) 掌握 Premiere 的下载和安装方法；
- (8) 掌握 Premiere 的工作界面、菜单、工具面板以及各种控制面板的布局方式和使用方法；
- (9) 掌握在 Premiere 中导入素材的方法；
- (10) 掌握在 Premiere 中创建蒙板的方法；
- (11) 掌握 Premiere 字幕设计器的使用；
- (12) 掌握视频基本编辑方法；
- (13) 掌握向素材片断添加转场效果、在效果控制面板中转场参数设置的方法；
- (14) 掌握视频运动的设置方法；
- (15) 掌握向视频片断添加特效的方法；
- (16) 掌握视频叠加和抠像的方法；

(17) 掌握在 Premiere 中音频的处理方法；

(18) 掌握 DVD 光盘的制作方法；

(19) 掌握视频压缩与视频输出方法。

3. 社会能力

(1) 培养学生良好的沟通能力；

(2) 培养学生的团队协作能力；

(3) 培养学生分析问题、解决问题的能力；

(4) 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风；

(5) 培养学生的质量意识；

(6) 培养学生诚实、守信、坚韧不拔的性格；

(7) 培养表述能力；

(8) 培养学生与客户建立良好、持久的关系的能力。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 72 节，每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	制作旅游 宣传片	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过旅游片和 MTV 两种视频的制 作，初步体会一个视频编辑者的快 乐，增加学习兴趣 2. 学习作品构思创意、撰写文稿和 分镜头脚本 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握电影电视帧速率、扫描格 式、电视制作 2. 掌握视频制作的一般工作流程 3. 掌握文稿、分镜头脚本的作用、 撰写格式 4. 掌握视频编辑软件的安装、项 目创建和常用窗口的操作功能 5. 掌握视频文件的输出 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够知道视频编辑相关的 理论知识和专业术语 2. 能够根据客户要求撰写文 稿和分镜头脚本 3. 能够正确准备视频编辑环 境 4. 能根据要求建立对应的项 目文件，将所有素材导入编辑 软件，按分镜头脚本要求对素 材进行编辑 	提升学生审美能 力，培养构思创 意意识	12
2	制作 MTV	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握旅游宣传片和 MTV 制作的关 键要领 2. 掌握视频编辑相关的理论知识和 专业术语 3. 初步掌握视频编辑的一般工程流 程、基本编辑技术 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握视频节目的制作流程 2. 掌握影视制作的人员分工 3. 掌握工具栏中各种工具的使用 方法 4. 掌握字幕设计器的使用 5. 掌握转场效果的添加方法 6. 掌握视频文件的输出 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能按照视频作品的制作流 程制作视频作品 2. 能根据脚本要求完成字幕 添加 3. 能根据脚本要求完成转场 效果的设置 4. 初步体会一个视频编辑者 的快乐，增加学习兴趣 	培养学生分析问 题、解决问题的 能力	12

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
3	制作儿童生日相册	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提高项目，能熟练使用摄影、摄像器材采集素材 2. 学习作品构思创意、撰写文稿和分镜头脚本 3. 掌握儿童生日相册制作的关键要领 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握视频节目的制作流程 2. 掌握文稿和分镜头脚本的撰写方法 3. 掌握摄影摄像器材的使用方法和拍摄技巧 4. 掌握三点和四点编辑方法 5. 掌握运动效果和转场效果的使用 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够根据主题进行构思创意 2. 通过推、拉、摇、移等拍摄技巧实现脚本中不同景别的拍摄 3. 能通过 PS 软件完成素材的前期处理 4. 能使用三点和四点编辑方法剪辑素材 	<p>学习养成积极思考问题、自主学习解决问题的能力</p>	12
4	制作结婚纪念光盘	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握视频编辑的一般工程流程、基本编辑技术 2. 初步综合应用视频编辑高级技术（转场、特效、字幕、运动、叠加和抠像）等。 3. 掌握结婚纪念光盘制作的关键要领 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握文稿和分镜头脚本的撰写方法 2. 掌握 Photoshop 和 Premiere 中联合进行素材处理和编辑制作 3. 掌握运动参数设置方法 4. 掌握视频文件的输出 	<ol style="list-style-type: none"> 1、能通过 PS 软件完成素材的前期处理 2、能使用三点和四点编辑方法剪辑素材 3、能添加画面运动效果 	<p>培养学生理论联系实际的能力</p>	12
5	制作节目片头	<ol style="list-style-type: none"> 1. 拓展项目，通过电视节目片头和栏目包装的制作 2. 加强视频编辑的创意设计 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握转场特效的添加和设置方法 2. 掌握编辑软件的所有转场特效 3. 根据素材的特点设置适当的转场特效 4. 掌握视频特效的使用 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 会为影片添加转场效果 2. 能根据脚本要求设置转场效果的参数 3. 为不同的素材应用适当的视频特效 	<p>培养学生对待工作和学习一丝不苟、精益求精的精神</p>	12

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
6	包装电视 栏目	1. 学习电视节目制作的一般方法，掌握节目头和栏目包装的关键技术 2. 熟练综合应用视频编辑的各种技术（基本编辑技术、高级编辑技术）	1. 掌握转场特效的添加和设置方法 2. 掌握视频运动的添加和设置方法 3. 掌握视频抠像和调色的使用 4. 掌握外部视频特效的使用	1. 能所有素材导入编辑软件 2. 能按分镜头脚本要求对素材进行排序 3. 能根据素材的特点添加适当的转场和特技效果	培养良好的语言表达和文字应用能力 培养分析、判断和解决问题的能力	12
讲授 24 学时、实践 48 学时，共 72 学时						
合计						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		
单元名称	制作旅游宣传片	学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握电影电视帧速率、扫描格式、电视制作 2. 掌握视频制作的一般工作流程 3. 掌握文稿、分镜头脚本的作用、撰写格式 4. 掌握视频编辑软件的安装、项目创建和常用窗口的操作功能 5. 掌握视频文件的输出 	12
任务分解	任务 1	根据提供的 7 个视频片断，编辑一个符合逻辑的旅游宣传片，写出对应的文稿和分镜头脚本
	任务 2	能够根据要求准备好相关的视频编辑环境（视频编辑软件的安装、相关视频压缩软件、播放软件的安装）
	任务 3	能够根据要求建立对应的项目文件，将所有素材导入编辑软件，按分镜头脚本要求对素材进行编辑
	任务 4	能够根据镜头脚本的描述添加相应的字幕效果
	任务 5	能够根据画面添加相应的转场效果（开始和结束处）
	任务 6	选择合适的背景音乐，并对其进行简单编辑
	任务 7	符合制作要求后，输出为 AVI 格式的视频文件。
学习单元情境设计		
单元名称	制作 MTV	学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握视频节目的制作流程 2. 掌握影视制作的人员分工 	12

	<p>3. 掌握工具栏中各种工具的使用方法</p> <p>4. 掌握字幕设计器的使用</p> <p>5. 掌握转场效果的添加方法</p> <p>6. 掌握视频文件的输出</p>
	<p>任务 1 根据提供的视频片断，写出宣传文稿和分镜头脚本，说明每个素材片段的使用顺序和时间，标明景别的种类</p> <p>任务 2 将所有素材按照使用的顺序导入编辑软件，按分镜头脚本要求，使用工具栏中的编辑工具对素材进行剪辑</p> <p>任务 3 根据影片内容为影片添加背景音乐和音效</p> <p>任务 4 能根据镜头脚本的描述添加相应的字幕效果</p> <p>任务 5 能根据画面添加相应的转场效果</p> <p>任务 6 符合制作要求后，输出为 WMV 格式的影片</p>
任务分解	

学习单元情境设计		
单元名称	制作儿童生日相册	学时 12
学习要求	<p>1. 掌握视频节目的制作流程</p> <p>2. 掌握文稿和分镜头脚本的撰写方法</p> <p>3. 掌握摄影摄像器材的使用方法和拍摄技巧</p> <p>4. 掌握三点和四点编辑方法</p> <p>5. 掌握运动效果和转场效果的使用</p>	
任务分解	<p>任务 1 根据提供的图片素材片断，写出宣传文稿和分镜头脚本，说明每个素材片段的使用顺序和时间，标明景别的种类</p> <p>任务 2 使用图像处理软件 Photoshop，根据脚本要求对素材进行前期处理</p>	

任务 3	将所有素材按照使用的顺序导入编辑软件，按分镜头脚本要求，使用三点或四点编辑方法对素材进行剪辑
任务 4	根据脚本要求添加相应的转场效果
任务 5	根据脚本要求添加画面运动效果
任务 6	能根据镜头脚本的描述添加相应的字幕效果
任务 7	根据影片内容为影片添加背景音乐
任务 8	输出为 WMV 格式的影片

学习单元情境设计		
单元名称	制作结婚纪念光盘	
学习要求	1. 掌握文稿和分镜头脚本的撰写方法 2. 掌握 Photoshop 和 Premiere 中联合进行素材处理和编辑制作 3. 掌握运动参数设置方法 4. 掌握视频文件的输出	
任务分解	任务 1	根据制作要求写出分镜头脚本，描述运动效果和时间分配
	任务 2	根据需要在 Photoshop 中进行素材处理
	任务 3	将所有素材导入编辑软件，按分镜头脚本要求对素材进行运动参数设置，并添加背景音乐
	任务 4	符合制作要求后，输出为 MPG 格式的视频文件
学习单元情境设计		

单元名称	制作节目片头		学时	12
学习要求	1. 掌握转场特效的添加和设置方法 2. 掌握编辑软件的所有转场特效 3. 根据素材的特点设置适当的转场特效 4. 掌握视频特效的使用			
任务分解	任务 1	五人一组，选出组长，即导演，采用“头脑风暴法”构思创意，查阅资料，确定文稿提纲，撰写文稿和分镜头脚本		
	任务 2	使用摄影摄像器材采集素材，根据脚本要求对素材进行前期处理		
	任务 3	将所有素材导入编辑软件，按分镜头脚本要求对素材进行排序，并根据素材的特点添加适当的转场和特技效果		
	任务 4	根据影片内容添加配音、背景音乐和字幕介绍		
	任务 5	导演、教师审查合格后，输出为.wmv 格式的视频文件。		

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

- 1.《中文版 Premiere Pro CC 入门教程》，编著者：尹小港，人民邮电出版社。
- 2.长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀案例作品以备参考。
- 3.信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 5 方面的基本能力：

- 1、具备大学本科以上学历；
- 2、具有职业教学的基本能力；
- 3、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 4、具有营销、传播等专业方面的知识储备；
- 5、具有策划、运营方面的企业实践经历。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：电商实训室

安装软件：Premiere CC 软件

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部： 信息工程系

教师姓名： 张奕炜

专业	电子商务	课程	影视后期剪辑	班级	考核方式	考核形式
培养目标：	《影视后期剪辑》是电子商务专业学生的必修专业核心课，通过学习该课程，学生可策划、制作广告片、企业宣传片、专题片、娱乐短片等视频作品，能使用摄影摄像器材，完成素材采集，熟练使用编辑软件完成视频作品的编辑制作。教学内容涉及策划师、摄像师、剪辑师等多个工作岗位，对电子商务专业知识和岗位能力的提高起着重要的促进作用。					
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例	
计划学时	72	24	30%	48	70%	<input checked="" type="checkbox"/> 考查 <input type="checkbox"/> 考试
本课程实际学时	\	\	\	\	\	在上列方框中打√
教材及教学参考书：(名称、版本、主编、出版社) 《中文版 Premiere Pro CC 入门教程》，编著者：尹小港，人民邮电出版社。						
教研室主任审核意见：			系(部)主任审核意见：			
签名： _____ 年 ____ 月 ____ 日			签名： _____ 年 ____ 月 ____ 日 (公章)			

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	视频非线性编辑概论一	掌握视频制作的一般工作流程		多媒体教室	
1	2	视频非线性编辑概论二	掌握文稿、分镜头脚本的作用、撰写格式		电商实训室	
2	2	视频非线性编辑概论三	掌握电影电视帧速率、扫描格式、电视制作	作业 1: 非线性编辑系统的特点	多媒体教室	
2	2	Premiere 安装与项目建立	掌握 Premiere 的基本操作内容		电商实训室	
3	2	Premiere Pro 界面操作一	掌握 Premiere 基本软件的安装、项目创建		多媒体教室	
3	2	Premiere Pro 界面操作二	掌握 Premiere 常用窗口的操作功能		电商实训室	
4	2	素材处理一	掌握 Premiere 的素材收集方式		多媒体教室	

4	2	素材处理二	掌握 Premiere 的素材导入导出方式	作业 2: 简述分离关联素材的目的	电商实训室	
5	2	视频基本剪辑技术一	掌握电影电视帧速率、扫描格式、电视制		多媒体教室	
5	2	视频基本剪辑技术二	掌握分镜头脚本的作用、撰写格式		电商实训室	
6	2	视频基本剪辑技术三	掌握视频文件的输出		多媒体教室	
6	2	转场特效技术一	掌握工具栏中各种工具的使用方法		电商实训室	
7	2	转场特效技术二	掌握字幕设计器的使用		多媒体教室	
7	2	转场特效技术三	掌握转场效果的添加方法	作业 3: 如何将转场应用到时间线窗口的素材上	电商实训室	
8	2	视频运动技术一	掌握文稿和分镜头脚本的撰写方法		多媒体教室	
8	2	视频运动技术二	掌握三点和四点编辑方法		电商实训室	

9	2	视频运动技术三	掌握运动参数设置方法		多媒体教室	
9	2	视频特效技术一	掌握运动效果的使用		电商实训室	
10	2	视频特效技术二	掌握转场特效的使用	作业 4: 简述字幕的制作方法	多媒体教室	
10	2	视频特效技术三	掌握转场特效的添加和设置方法		电商实训室	
11	2	视频透明技术一	掌握调整视频透明度的参数设置		多媒体教室	
11	2	视频透明技术二	掌握调整视频透明度的基本程序		电商实训室	
12	2	视频透明技术三	掌握调整视频透明度的技术方法		多媒体教室	
12	2	视频叠加技术一	掌握调整视频叠加的参数设置		电商实训室	
13	2	视频叠加技术二	掌握调整视频叠加的基本程序	作业 5: 简述说明创建运动动画的方法	电商实训室	

13	2	视频叠加技术三	掌握调整视频叠加的技术方法		电商实训室	
14	2	音频处理技术一	掌握调整音频的参数设置		电商实训室	
14	2	音频处理技术二	掌握调整音频的基本程序		电商实训室	
15	2	音频处理技术三	掌握调整音频的技术方法	作业 6: 简述在时间线窗口中设置音频素材淡入淡出的方法	电商实训室	
15	2	视频输出技术一	掌握视频输出的参数设置		电商实训室	
16	2	视频输出技术二	掌握视频输出的基本程序		电商实训室	
16	2	视频输出技术三	掌握视频输出的技术方法		电商实训室	
17	2	视频压缩技术一	掌握视频压缩的参数设置		电商实训室	
17	2	视频压缩技术二	掌握视频压缩的基本程序		电商实训室	

18	2	视频压缩技术三	掌握视频压缩的技术方法	电商实训室	
18	2	DVD 光盘制作	掌握游戏应用 UI 的基本程序	电商实训室	

《影视后期特效》课程标准

一、课程说明

课程名称	影视后期特效		标准简称	影视后期特效	
适用专业	电子商务	修读学期	第四学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351190	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	B类	课程性质	必修课	课程类别	专业核心课
先修课程	商业摄影、影视后期剪辑、品牌运营				
后续课程	毕业设计				
对应职业资格证书或内容	CEAC 电子商务运营师、CECC 新媒体运营师				
合作开发企业	无				
执笔人	张奕炜	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《影视后期特效》是电子商务专业学生的必修专业核心课，适用于从事设计和视频特技的机构，包括电视台、短视频制作公司、个人后期制作工作室以及多媒体工作室。而在新兴的用户群，如网页设计师和图形设计师中，也开始有越来越多的人在使用 After Effects 制作各种效果，是一个功能性非常强大的后期合成软件。after effects 课程的开设，可以极大的提高学生的就业竞争力，为今后毕业做下坚实的铺垫。

三、设计思路

根据电子商务职业岗位能力分析，学习使用 after effects 能真正的掌握计算机应用能力，熟练的操作影视后期合成软件，提高学生专业技能和专业实力，能在相关行业领域从事影视制作、电子商务短视频包装等工作的高素质、高技能人才。

本课程以职业能力培养为主要目标，坚持以能力为本位的设计原则，以岗位需求为依据，以工作过程为导向，以产学结合为基本途径、以培养一线技术应用人才为目的，制定了本课程的课程目标、课程内容、学习情境等课程要素。本课程是以二维设计与制作岗位群为导向，以真实的商业项目为主要教学载体，以设计、制作岗位的“工作需求”和“岗位需求”为主

线，按高职学生的认知特点，以工作过程和工作任务为依据来设计活动项目，以真实的项目案例分析组织教学，倡导学生在项目活动中学会影视制作的相关知识。本课程从实用的角度出发，由浅入深，对学生进行系统的视频后期制作能力的教育。

四、课程培养目标

1. 专业能力

- (1) 了解影视视频特效制作的原理，能够运用 AE 进行影视特效编辑；
- (1) 能够将 AE 与其他计算机绘图及短视频制作软件结合应用；
- (1) 理解短视频的后期合成流程，能够为短视频创作的完成做出贡献。

2. 方法能力

- (1) 能够熟练运用抠像技巧；
- (1) 能够熟练运用滤镜等系列功能；
- (1) 掌握调色技巧；
- (1) 掌握 AE 三维特效；
- (1) 掌握 AE 的合成与输出；
- (1) 能够熟练制作栏目包装作品；
- (1) 能够熟练制作婚纱类片头；
- (1) 能够通过所学专业制作商业级影视片头。

3. 社会能力

- (1) 培养学生良好的沟通能力；
- (2) 培养学生的团队协作能力；
- (3) 培养学生分析问题、解决问题的能力；
- (4) 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风；
- (5) 培养学生的质量意识；
- (6) 培养学生诚实、守信、坚韧不拔的性格；
- (7) 培养表述能力；
- (8) 培养学生与客户建立良好、持久的关系的能力。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 72 节，每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	图层与遮罩	<ol style="list-style-type: none"> 1. 层的多种编辑方式讲解 2. 层的类型分类及编辑方式 3. 建立层的多种方法 4. 了解遮罩的基本概念 5. 层标记的用法及其意义 6. 了解层的分布对齐方法和作用 7. 复制层和替换层的作用, 替换层在今后合成中的重要作用 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握图层类型及创建 2. 掌握图层的模式 3. 掌握遮罩运算及操作 4. 掌握建立图层遮罩 5. 掌握改变层的上下顺序 6. 掌握复制层和替换层 7. 掌握给层添加标记 8. 掌握层的自动分布与对齐 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练掌握图层与遮罩的正确运用 2. 能够熟练安装软件及其相关插件 3. 掌握软件界面的环境设置 4. 对于AE特效系统有一个较为全面的认识 	提升学生审美能力	4
2	蒙版特效	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握蒙版的使用方法和应用技巧, 并通过蒙版功能制作出绚丽的视屏效果 2. 粒子文字的制作步骤及其最终效果 3. 掌握粒子系统的特效界面, 掌握其编辑系统的操作 4. 了解粒子系统的多范围应用方式 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握蒙版设计图形, 调整蒙版图形形状, 蒙版的变换应用多个蒙版 2. 掌握粒子文字的特有效果制作 3. 掌握粒子破碎效果 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握蒙版 (MASK) 2. 熟练蒙版的设置方法 3. 熟练蒙版的基本操作 4. 粒子文字的制作方法 5. 粒子文字的应用范围 6. 粒子文字的多种编辑方式 	培养学生分析问题、解决问题的能力	4

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
3	时间特效	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握时间轴及关键帧的使用 2. 了解时间轴特效的设置方式 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握素材的快慢调节、倒放、定格及无极变速 2. 掌握特效曲线编辑器使用 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 应具有较好的时间观念设置 2. 具有较好的节奏感 	学习养成积极思考问题	8
4	文字特效	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解文字动画的制作方法 2. 了解文字的预制动画使用 3. 了解预制动画的保存 4. 了解文字特效的多种编辑方式 5. 掌握手写文字动画效果 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握文字的创建和设置 2. 掌握文字动画模块 3. 掌握文字预置的使用 4. 掌握文字特效的制作 5. 掌握 Paint 动画绘制 6. 掌握飞舞的文字数字流 7. 掌握运动模糊文字 8. 掌握中秋宣传海报动画制作 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 文字动画制作的正确步骤 2. 掌握文字特效的应用范围 3. 掌握三大案例的制作方法及其应用形式 4. 掌握 Paint 绘画的制作及其效果 	培养学生理论联系实际的能力	8
5	滤镜动画	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解模糊和锐化滤镜 2. 了解颜色修正滤镜组 3. 了解生成滤镜组 4. 了解扭曲滤镜组，噪波和颗粒 5. 了解仿真滤镜，风格化滤镜等效果的制作 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解滤镜控制面板及其应用方式和参数设置；制作案例水墨效果 2. 掌握颜色修正滤镜组效果制作 3. 掌握生成滤镜组效果制作 4. 掌握扭曲滤镜组效果制作 5. 掌握噪波与颗粒滤镜组效果制作 6. 掌握仿真滤镜组效果制作 7. 掌握风格化滤镜组效果制作 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握各种滤镜的使用方法,并能够活学活用,举一反三 2. 掌握六大课堂案例的制作方法及其应用 3. 掌握广告级商业效果的制作 4. 掌握仿真滤镜组中的常用特效制作 5. 掌握常用广告宣传片的模板套用 	培养学生对待工作和学习一丝不苟、精益求精的精神	8

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
6	跟踪动画	<ol style="list-style-type: none"> 了解跟踪控制面板 了解运动跟踪的操作流程 了解运动草图面板 了解关键帧平滑器 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握运动跟踪的基本操作流程以及表达式的操作和语法 对三大案例的流程掌握及应用形式 对于动态跟踪的应用范围了解以及掌握跟踪技术的电影制作技巧 掌握每个案例的制作流程，并了解每个步骤的实际意义及应用 案例中设计的特效界面和相关命令掌握 	<ol style="list-style-type: none"> 正确的跟踪与表达式 掌握跟踪技术的电影制作技巧及其应用范围 电影级跟踪技术的质量要求 跟踪技术对于素材的基本要求 国际电影大片的跟踪技术展示 	培养良好的语言表达和文字应用能力	8
7	抠像动画	<ol style="list-style-type: none"> 了解颜色差异抠像 了解颜色抠像 了解颜色范围抠像 了解不光滑差异 了解吸取抠像 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握优秀的抠像效果 掌握能够将变形金刚中的角色人物完美抠像 掌握新的背景制作效果 	<ol style="list-style-type: none"> 抠像效果的完美实现 各种抠像效果的用法 	自主学习和解问题的习惯和能力	8
8	灯光与材质	<ol style="list-style-type: none"> 了解灯光的使用 了解材质的运用 了解三维灯光和阴影 了解空间与舞台效果 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握AE舞台的设计 掌握灯光的基本使用方法 掌握灯光及阴影的设计 	<ol style="list-style-type: none"> 优秀的三维空间想象力 扎实的AE软件操作技能 良好的舞台设计能力 	培养分析、判断和解问题的能力	8

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
9	三维合成	<ol style="list-style-type: none"> 了解三维空间效果 掌握彩色光芒效果制作 了解三维合成的概念 了解三维空间的应用及 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握摄像机灯光的使用 掌握二三维空间的结合方法 掌握三维空间案例三维立体盒子的翻动制作过程 	<ol style="list-style-type: none"> 较好的三维空间理解 熟练操作三维空间摄像机命令 掌握摄像机的使用方法 掌握三维空间阴影的使用方法 	培养构思创新意识	8
10	渲染输出	<ol style="list-style-type: none"> 了解有关预览的设置操作 了解将合成添加到渲染队列窗口 了解综合类影视片头制作 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握渲染设置以及输出方式 掌握渲染的各类经验和技巧 掌握综合影视片头作品制作 	<ol style="list-style-type: none"> 正确的渲染设置 多种后期渲染方式表现 通道渲染模式 带命令的渲染效果 影视作品制作 	培养敬业乐业的工作作风	8
合计						
讲授 24 学时、实践 48 学时，共 72 学时						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		
单元名称	图层与遮罩	学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握图层与遮罩的应用 2. 图层的概念 3. 掌握遮罩的多种运用方式 4. 掌握图层的多种编辑方式 5. 掌握层的类型分类及编辑方式 6. 掌握建立层的多种方法 7. 遮罩的基本概念 8. 掌握层标记的用法及其意义 9. 掌握层的分布对齐方法和作用 10. 复制层和替换层的作用，替换层在今后合成中的重要作用 	4
任务分解	任务 1	图层类型及创建
	任务 2	图层选择
	任务 3	图层的模式
	任务 4	建立图层遮罩
	任务 5	遮罩运算及操作
	任务 6	改变层的上下顺序
	任务 7	复制层和替换层

	任务 8	给层添加标记	
	任务 9	层的自动分布与对齐	

学习单元情境设计			
单元名称	蒙版动画		学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握蒙版设计图形 2. 掌握调整蒙版图形形状 3. 掌握蒙版的变换, 应用多个蒙版 4. 掌握粒子文字的动画效果制作 5. 掌握粒子破碎效果制作 		
任务分解	任务 1	蒙版的使用方法	
	任务 2	蒙版应用技巧,	
	任务 3	通过蒙版功能制作出绚丽的视屏效果	

学习单元情境设计			
单元名称	时间动画		学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握素材的快慢调节、倒放、定格及无极变速 2. 掌握图层的出点入点调节 3. 掌握关键帧的编辑 4. 掌握动画曲线编辑器 		

任务分解	任务 1	时间轴及关键帧的使用
	任务 2	时间轴动画的设置方式
	任务 3	常用时间轴动画的基本流程

学习单元情境设计		
单元名称	文字动画	学时 8
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握文字的创建和设置 2. 掌握文字动画模块 3. 掌握文字预设的使用 4. 掌握文字特效的制作 5. 掌握 Paint 动画绘制 6. 掌握飞舞的文字数字流 7. 掌握运动模糊文字 	
任务分解	任务 1	文字动画的制作方法
	任务 2	文字的预制动画使用
	任务 3	预制动画的保存

学习单元情境设计		
单元名称	滤镜动画	学时 8
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解滤镜控制面板及其应用方式和参数设置 2. 掌握颜色修正滤镜组效果制作 	

任务分解	3. 掌握生成滤镜组效果制作	
	4. 掌握扭曲滤镜组效果制作	
	5. 掌握噪波与颗粒滤镜组效果制作	
	6. 掌握仿真滤镜组效果制作	
	7. 掌握风格化滤镜组效果制作	
	任务 1	模糊和锐化滤镜
	任务 2	颜色修正滤镜组
	任务 3	生成滤镜组
任务 4	扭曲滤镜组	
任务 5	噪波和颗粒	
任务 6	仿真滤镜	
任务 7	风格化滤镜	

学习单元情境设计		
单元名称	跟踪动画	学时
学习要求	1. 掌握跟踪控制面板 2. 掌握运动跟踪的操作流程 3. 掌握运动稳定 4. 掌握运动草图面板 5. 掌握关键帧平滑器	
任务分解	任务 1 运动跟踪的基本操作流程	
8		

	任务 2	运动跟踪表达式的操作和语法
	任务 3	动态跟踪的应用范围
	任务 4	掌握跟踪技术的电影制作技巧
	任务 5	特效界面和相关命令掌握

学习单元情境设计		
单元名称	抠像动画	学时 8
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握颜色差异抠像 2. 掌握颜色抠像 3. 掌握颜色范围抠像 4. 掌握不光滑差异 5. 掌握吸取抠像 	
任务分解	任务 1	实现优秀的抠像效果
	任务 2	将变形金刚中的角色人物完美抠像
	任务 3	添加新的背景制作效果

学习单元情境设计		
单元名称	灯光与材质	学时 8
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握灯光的使用 2. 掌握材质的运用 	

	3. 掌握三维灯光和阴影 4. 掌握空间与舞台效果
任务分解	任务 1 AE 舞台的设计
	任务 2 灯光的基本使用方法
	任务 3 灯光及阴影的设计

学习单元情境设计	
单元名称	三维合成 学时 8
学习要求	1. 掌握摄像机和灯光 2. 掌握三维图层属性 3. 掌握彩色光芒效果 4. 掌握三维空间效果
	任务 1 三维合成的概念
	任务 2 摄像机灯光的使用
	任务 3 三维空间的应用
任务分解	任务 4 二三维空间的结合方法
	任务 5 三维空间案例-三维立体盒子的翻动制作过程

学习单元情境设计	
单元名称	渲染输出 学时 8

学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握预览的设置操作 2. 掌握合成添加到渲染队列窗口 3. 掌握自定义渲染设置 4. 掌握自定义渲染模块 5. 掌握不同的输出方式 	
任务分解	任务 1	渲染设置以及输出方式
	任务 2	渲染的各类经验和技巧
	任务 3	通栏模式渲染
	任务 4	颜色模式渲染

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

- 1.《After Effects CC 2017 影视后期特效实战》，编著者：刘力溯，清华大学出版社。
- 2.长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀案例作品以备参考。
- 3.信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 5 方面的基本能力：

- 1、具备大学本科以上学历；
- 2、具有职业教学的基本能力；
- 3、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 4、具有营销、传播等专业方面的知识储备；
- 5、具有策划、运营方面的企业实践经历。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：电商实训室

安装软件：After Effects CC 软件

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部: 信息工程系 教师姓名: 张奕炜

专业	电子商务	课程	影视后期特效		班级	考核方式	考核形式
培养目标:	《影视后期特效》是电子商务专业学生的必修专业核心课,适用于从事设计和视频特技的机构,包括电视台、短视频制作公司、个人后期制作工作室以及多媒体工作室。而在新兴的用户群,如网页设计师和图形设计师中,也开始有越来越多的人在使用 After Effects 制作各种效果,是一个功能性非常强大的后期合成软件。after effects 课程的开设,可以极大的提高学生的就业竞争力,为今后毕业做下坚实的铺垫。						
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例	<input checked="" type="checkbox"/> 考查 <input type="checkbox"/> 考试	<input type="checkbox"/> 纯理论 <input type="checkbox"/> 纯实践 <input checked="" type="checkbox"/> 理论+实践
计划学时	72	24	30%	48	70%		
本课程实际学时	\	\	\	\	\		
教材及教学参考书:(名称、版本、主编、出版社) 《中文版 Premiere Pro CC 入门教程》, 编著者: 尹小港, 人民邮电出版社。							
教研室主任审核意见:			系(部)主任审核意见:				
签名: _____ 年 月 日			签名: _____ 年 月 日 (公章)				

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	现代数字合成	掌握数字视频的一般工作内容		多媒体教室	
1	2	数字视频基础	掌握数字视频基础知识		电商实训室	
2	2	After Effects CC 界面	掌握 AE 基本操作界面		多媒体教室	
2	2	After Effects CC 相关参数	掌握 AE 的新特征概述, 工作流程, 支持文件格式, 输出参数	作业 1: AE 支持文件的格式	电商实训室	
3	2	创建合成	掌握 AE 软件的安装、项目创建		多媒体教室	
3	2	导入素材	掌握 AE 的素材收集方式		电商实训室	
4	2	分离场	掌握 AE 的分离场技术		多媒体教室	

4	2	图层类型	掌握 AE 的图层菜单基本操作		电商实训室	
5	2	图层属性	掌握 AE 的图层菜单使用技巧		多媒体教室	
5	2	关键帧动画	掌握视图菜单编辑菜单使用	作业 2: 关键帧的应用	电商实训室	
6	2	图层应用	掌握 AE 的图层的高级操作		多媒体教室	
6	2	图层叠加	掌握 AE 的图层叠加的使用技巧		电商实训室	
7	2	应用特效的方法	掌握 AE 关键帧的应用		多媒体教室	
7	2	抠像特效	掌握 AE 颜色差异抠像	作业 3: 色彩校正滤镜的使用	电商实训室	
8	2	颜色调整特效	掌握颜色调整参数设置方法		多媒体教室	
8	2	模拟仿真特效	掌握模拟仿真参数设置方法		电商实训室	

9	2	认识特效插件	掌握文字特效参数设置方法		多媒体教室	
9	2	文字工具的使用	掌握文字工具的使用		电商实训室	
10	2	特效文字	掌握文字特效的使用	作业 4: 文字特效的应用	多媒体教室	
10	2	蒙版（遮罩）应用	掌握 AE 的遮罩的绘图应用		电商实训室	
11	2	蒙版（遮罩）应用	掌握 AE 的遮罩的选区应用		多媒体教室	
11	2	蒙版加减	掌握蒙版特效基本内容		电商实训室	
12	2	蒙版动画	掌握蒙版特效参数设置方法		多媒体教室	
12	2	跟踪的概念	掌握跟踪特效基本内容		电商实训室	
13	2	跟踪的设置	掌握跟踪特效参数设置方法	作业 5: 动态跟踪特效原理	电商实训室	

13	2	变换跟踪	掌握变换跟踪参数设置方法		电商实训室	
14	2	平行边角跟踪	掌握平行跟踪参数设置方法		电商实训室	
14	2	透视边角跟踪	掌握透视跟踪参数设置方法		电商实训室	
15	2	运动稳定器	掌握稳定器控制面板参数设置方法	作业 6: 镜头的运动方式	电商实训室	
15	2	平滑器	掌握平滑器参数设置方法		电商实训室	
16	2	快速制作影片一	掌握组合文字特效应用		电商实训室	
16	2	快速制作影片二	掌握各种实例的效果运用		电商实训室	
17	2	渲染队列参数设置一	掌握渲染设置以及输出方式		电商实训室	
17	2	渲染队列参数设置二	掌握渲染的各类参数和渲染技巧		电商实训室	

18	2	任务渲染为多类型文件一	掌握合成添加到渲染队列窗口		电商实训室	
18	2	任务渲染为多类型文件二	掌握不同的渲染输出方式		电商实训室	

《UED 运营》课程标准

一、课程说明

课程名称	UED 运营		标准简称	UED 运营	
适用专业	电子商务	修读学期	第四学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351990	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	B 类	课程性质	必修课	课程类别	专业核心课
先修课程	平面设计基础与应用、营销推广基础与应用				
后续课程	视频后期制作、毕业设计				
对应职业资格证书或内容	图形图像处理员、CECC 新媒体运营师				
合作开发企业	无				
执笔人	张奕炜	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A 类（纯理论课）/B 类（理论+实践）/C 类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《UED 运营》是电子商务专业学生的必修专业核心课，本课程在电子商务专业课程体系中占有重要地位，培养学生从事视觉营销所必备的市场调研、VI 设计流程、创意表现和运用的能力，为学生顶岗实习、毕业后能胜任岗位工作起到支撑作用。在课程中强调学生必须充分掌握 UED 运营的思路与延展性和品牌形象基本要素设计 and 应用要素设计的内容和要点，充分认识 UED 运营的发展方向、趋势及现状，通过对导入过程中存在问题的研究，找到相应的解决措施，使运营具有可操作性，这将对于品牌发展战略具有实际意义。

三、设计思路

本课程主要从教学计划、教学大纲、教案、参考书目以及教学内容进行了规划、整理和改进。比以往的教学增加了针对品牌需求，塑造品牌形象的个性化。并且引导学生将设计拿到实践中去检验，并在实践中去总结发展理论的内容。本课程进行了大量的资料收集和市场调查工作，在整个的实践过程中，使学生了解到 UED 运营是有着科学的、逻辑的思维方式，以及规范的市场要求。在本课程的教学活动中，注重新教学内容的补充，注重分析研究美国的视觉型 ued，日本的实战型 ued 与中国的文化型 ued 之间的区别。以保证该课程应具有

时效性和丰富性。在实践环节中，学生以小组为单位进行学习和讨论，这对于学生步入社会后的团队精神和与人合作能力的培养有着很明显的实践意义。同时引导学生对某项专题有更深入的了解，让学生有更多的机会去真正意义上的了解企业的经营理念、企业精神、企业文化特征等，以便使创意、表现能力更有针对性和准确性。激发学生的潜在能力和创新能力，培养和发展学生的形象思维能力，使学生将各种相关学科的知识有效的融合再转化为一个完整的视觉形象体现出来。

四、课程培养目标

1. 专业能力

- (1) 通过市场调查，了解品牌现状和需求背景；
- (2) 熟悉掌握品牌形象设计的内容与过程；
- (3) 鼓励概念创新、塑造品牌形象的个性化；
- (4) 学生必须充分掌握设计的思路与过程和品牌形象基本要素设计 and 应用要素设计的内容和要点；
- (5) 培养专业软件的应用规范能力；
- (6) 培养学生投标会的组织能力。

2. 方法能力

- (1) 能依据设计题目完成市场调查和分析研究；
- (2) 能在调研基础上进行创意开发和设计定位；
- (3) 能完成设计题材和设计形象的选择；
- (4) 能选择合适的设计形式和设计技法完成设计；
- (5) 能完成设计的正稿制作与视觉修正；
- (6) 能利用相关软件进行辅助设计。

3. 社会能力

- (1) 培养学生良好的沟通能力；
- (2) 培养学生的团队协作能力；
- (3) 培养学生分析问题、解决问题的能力；
- (4) 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风；
- (5) 培养学生的质量意识、安全意识；
- (6) 培养学生诚实、守信、坚韧不拔的性格；
- (7) 培养表述能力；
- (8) 培养学生与客户建立良好、持久的关系的能力。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 72 节，每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	品牌形象 规划设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解品牌形象在企业在发展中所处的地位 2. 了解品牌形象在企业市场营销中优势面临的市场机会 3. 了解现代品牌的重要作用 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握国际、国内品牌设计现状及发展趋势 2. 有能力说服客户对品牌的需求 	能依据设计题目完成市场调查和分析研究	培养学生分析问题、解决问题的能力 培养学生的质量意识、安全意识	10
2	品牌时态 调研	<ol style="list-style-type: none"> 1. 对学生的市场调查报告进行专业性辅导,帮助找出品牌的问题点和设计的重点问题 2. 了解品牌整体形象创造的策略思想 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握市场调查与分析的要点和一般方法 2. 掌握营销环境分析基本能力 3. 掌握消费者分析基本能力 4. 掌握产品分析的基本能力 5. 掌握竞争状况分析基本能力 6. 掌握企业与竞争对手形象差别 	能在调研基础上进行创意开发和设计定位	培养学生良好的沟通能力 培养学生的团队协作能力	10
3	品牌形象 计划执行	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解品牌形象计划的项目 2. 了解品牌竞争战略 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握并确立设计项目品牌管理哲学、企业发展战略与计划、企业竞争战略 2. 掌握并确立设计项目活动识别对外、对内 3. 掌握并确立设计项目视觉识别基本要素、应用项目 	能完成设计题材和设计形象的选择	培养学生的质量意识 培养学生诚实守信、坚韧不拔的性格	10

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
4	品牌标志设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生通过讲解与辅导实际案例的作业了解标志的设计过程 2. 了解标志构思、概念的确立及构成表现方式 3. 了解设计的基本要素设计及标志的设计规范 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握品牌形象标准标志创意的思维方式 2. 掌握品牌形象标准标志设计的方法 3. 掌握软件设计标志操作能力的训练 4. 掌握标志设计细节的处理能力 	能完成设计的正稿制作与视觉修正	培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风 培养学生的质量意识	10
5	品牌形象基本要素设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解标志的设计规范 2. 了解标准字体的设计规范 3. 了解标准色的设计规范 4. 了解品牌吉祥物的设计规范 5. 了解品牌的象征图形与辅助图形的设计规范 6. 了解标准组合的设计规范 7. 了解品牌常用公文字体的设计规范 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据设计项目企业品牌形象战掌握品牌形象基本要素设计 2. 掌握软件的制作能力 3. 色彩搭配的能力 4. 项目标准制定基本要素规范使用的能力 	能利用相关软件进行辅助设计	培养学生科学思维方式和判断分析问题的能力	10
6	品牌形象应用要素设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解包装的设计 2. 了解建筑外观的设计 3. 了解展示陈列的设计 4. 了解品牌制服的设计完善成熟 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握品牌形象基本要素设计 2. 掌握软件的制作能力 3. 掌握项目各项任务的设计能力 4. 掌握制定基本要素规范使用的能力 	能选择合适的设计技法完成设计	培养学生主动求知精神	10

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
7	品牌VI手册的制定及品牌推广	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够制作品牌手册 2. 能够打印装裱品牌手册 3. 能够制作部分应用项目实物 4. 观摩讲解 5. 能够制作PPT和其他演示文件 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握将企业视觉情报传达的每个要素用图标来表达 2. 掌握所有品牌设计的企图与概念, 依规格、材质、色彩的条件, 规范设计作业 3. 掌握使用品牌手册作为日后形象管理的工具, 能依VI手册为参考, 进行形象统一的评估 4. 掌握品牌手册在形式上, 以活页装, 以便日后随时增减内容 5. 制作PPT演示文稿及讲解能力 	能选择合适的设计排版形式完成设计	培养学生举一反三、归纳总结的能力, 培养表述能力	12
讲授 24 学时、实践 48 学时, 共 72 学时						
合计						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		
单元名称	品牌形象规划设计	学时
学习要求	1.掌握国际、国内品牌设计现状及发展趋势 2.有能力说服客户对品牌的需求	10
任务分解	任务 1	品牌形象规划设计的作用
	任务 2	品牌形象规划设计的意义
	任务 3	品牌形象规划设计的功能
	任务 4	品牌形象规划设计的基本特征和内容
	任务 5	欧美型
	任务 6	日本型
	任务 7	韩国与台湾的实践
	任务 8	中国型

学习单元情境设计		
单元名称	品牌时态调研	学时
学习要求	1.掌握市场调查与分析的要点和一般方法 2.掌握营销环境分析基本能力 3.掌握消费者分析基本能力	10

任务分解	4. 掌握产品分析的基本能力	企业现有目标市场的现状，市场结构与企业产品的分析	
	5. 掌握竞争状况分析基本能力		
	6. 掌握企业与竞争对手形象差别		
	任务 1		企业目标市场的心态、心理结构，消费水平的研究，对应策略的拟定
	任务 2		企业地域特点与人文社会条件
	任务 3		市场同业竞争局势和综合调查分析
	任务 4		企业近期与中远程发展趋向的分析测算
任务 5	品牌形象的市场定位		
任务 6	企业表现战略的设定		
任务 7			

学习单元情境设计		
单元名称	品牌形象计划执行	学时
学习要求	1. 掌握并确立设计项目企业管理哲学、企业发展战略与计划、企业竞争战略 2. 掌握并确立设计项目活动识别对外、对内 3. 掌握并确立设计项目视觉识别基本要素、应用项目	10
任务分解	任务 1	企业理念识别
	任务 2	企业管理哲学、企业发展战略与计划、企业竞争战略
	任务 3	企业活动识别对外、对内

	任务 4	企业视觉识别基本要素、应用项目
--	------	-----------------

学习单元情境设计		
单元名称	品牌标志设计	学时 10
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握品牌形象标准标志创意的思维方式 2. 掌握品牌形象标准标志设计的方法 3. 掌握软件设计标志操作能力的训练 4. 掌握标志设计细节的处理能力 5. 讲解与沟通能力的训练 	
任务分解	任务 1	标志的定义
	任务 2	标志的构成方式
	任务 3	标志的构思、概念的确立

学习单元情境设计		
单元名称	品牌形象基本要素设计	学时 10
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握品牌形象基本要素设计 2. 掌握软件的制作能力 3. 掌握色彩搭配的能力 4. 掌握项目标准制定基本要素规范使用的能力 	
任务分解	任务 1	标志的设计规范
	任务 2	标准字体的设计规范

	任务 3	标准色的设计规范
	任务 4	企业吉祥物的设计规范
	任务 5	企业的象征图形与辅助图形的设计规范
	任务 6	标准组合的设计规范
	任务 7	企业常用公文字体的设计规范

学习单元情境设计		
单元名称	品牌形象应用要素设计	学时
学习要求	1. 掌握品牌形象应用要素设计 2. 掌握软件的制作能力 3. 掌握项目各项任务的设计能力 4. 掌握制定基本要素规范使用的能力	10
任务分解	任务 1	办公用品的设计
	任务 2	旗帜、徽章、证件的设计
	任务 3	公共标识的设计
	任务 4	运输工具的设计
	任务 5	包装的设计
	任务 6	建筑外观的设计

	任务 7	展示陈列的设计
	任务 8	企业制服的设计

学习单元情境设计		
单元名称	品牌 VI 手册的制定及品牌战略的推广	学时
学习要求	1. 掌握将企业视觉情报传达的每个要素用图标来表达 2. 掌握所有 VI 设计的企图与概念, 依规格、材质、色彩的条件, 规范设计作业 3. 掌握使用 VI 手册作为日后形象管理的工具, 能依 VI 手册为参考, 进行形象统一的评估 4. 掌握 VI 手册在形式上, 以活页装, 以便日后随时增减内容 5. 制作 PPT 演示文稿及讲解能力	12
任务分解	任务 1	制作品牌 VI 手册
	任务 2	打印装裱 VI 手册
	任务 3	制作部分品牌应用项目实物

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

- 1.《品牌形象设计手册》，编著者：孙芳，清华大学出版社。
- 2.长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀案例作品以备参考。
- 3.信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 5 方面的基本能力：

- 1、具备大学本科以上学历；
- 2、具有职业教学的基本能力；
- 3、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 4、具有营销、传播等专业方面的知识储备；
- 5、具有策划、运营方面的企业实践经历。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：电商实训室

安装软件：Photoshop CC 软件

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部： 信息工程系

教师姓名： 张奕炜

专业	电子商务	课程	UED 运营			班级	考核方式	考核形式
培养目标：	《UED 运营》是电子商务专业学生的必修专业核心课，本课程在电子商务专业课程体系中占有重要地位，培养学生从事视觉营销所必备的市场调研、VI 设计流程、创意表现和应用的能力，为学生顶岗实习、毕业后能胜任岗位工作起到支撑作用。							
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例			
计划学时	72	24	30%	48	70%	<input checked="" type="checkbox"/> 考查 <input type="checkbox"/> 考试		
本课程实际学时	\	\	\	\	\	在上列方框中打√		
教材及教学参考书：（名称、版本、主编、出版社） 《品牌形象设计手册》，编著者：孙芳，清华大学出版社。								
教研室主任审核意见：			系（部）主任审核意见：					
签名： _____ 年 月 日			签名： _____ 年 月 日 （公章）					

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	认知品牌设计一	掌握 MI/BI/VI 三者关系		多媒体教室	
1	2	认知品牌设计二	掌握 MI/BI/VI 视觉识别系统内容		电商实训室	
2	2	ED 系统的构成一	掌握品牌基础部分的相关内容		多媒体教室	
2	2	ED 系统的构成二	掌握品牌应用部分的相关内容		电商实训室	
3	2	品牌系统的设计原则一	掌握品牌设计的管理原则		多媒体教室	
3	2	品牌系统的设计原则二	掌握品牌设计的管理原则		电商实训室	
4	2	品牌系统的历史沿革一	掌握品牌设计的发展历程		多媒体教室	
4	2	品牌系统的历史沿革二	掌握品牌设计的发展历程		电商实训室	

5	2	品牌设计的流程一	掌握品牌设计的整体流程			多媒体教室	
5	2	品牌设计的流程二	掌握品牌设计的整体流程	作业 1: 品牌系统设计对于电子商务的调研分析及策略	电商实训室		
6	2	标志设计一	掌握标志设计的元素提炼		多媒体教室		
6	2	标志设计二	掌握标志设计的构形方法		电商实训室		
7	2	标志设计三	掌握标志设计的基本程序与设计方法	作业 2: 现代企业标志设计调研分析及策略	多媒体教室		
7	2	标准色设计一	掌握标准色设计的知觉刺激与心理反应		电商实训室		
8	2	标准色设计二	掌握标准色设计的基本程序与设计方法		多媒体教室		
8	2	标准字体设计一	掌握标准字设计的调查要点与设计原则		电商实训室		
9	2	标准字体设计二	掌握标准字设计的基本程序与设计方法	作业 3: 标准字与标准色设计调研分析及策略	多媒体教室		

9	2	辅助图形设计一	掌握辅助图形设计的功能特点与衍生开发		电商实训室	
10	2	辅助图形设计二	掌握辅助图形设计的功能特点与衍生开发		多媒体教室	
10	2	吉祥物设计一	掌握传统吉祥物设计的演变与发展		电商实训室	
11	2	吉祥物设计二	掌握现代吉祥物设计的基本程序与设计方法	作业 4: 吉祥物设计调研分析及策略	多媒体教室	
11	2	办公用品设计一	掌握办公用品设计的作用与功能		电商实训室	
12	2	办公用品设计二	掌握办公用品设计的作用与功能		多媒体教室	
12	2	产品包装设计一	掌握包装设计的基本程序与方法		电商实训室	
13	2	产品包装设计二	掌握包装设计的基本程序与方法	作业 5: 产品包装设计调研分析及策略	电商实训室	
13	2	交通工具外观设计	掌握交通工具外观设计的基本程序与设计方法		电商实训室	

14	2	企业环境设计一	掌握企业环境设计的基本程序与设计方法		电商实训室	
14	2	企业环境设计二	掌握企业环境设计的基本程序与设计方法		电商实训室	
15	2	识别服饰设计	掌握展示陈列服饰的基本程序与设计方法		电商实训室	
15	2	展示陈列品设计	掌握展示陈列品设计的基本程序与设计方法		电商实训室	
16	2	网络传播设计一	掌握网络传播设计的分类与作用		电商实训室	
16	2	网络传播设计二	掌握网络传播设计的基本程序与设计方法	作业 6: 网络传播设计调研分析及策略	电商实训室	
17	2	应用手册设计一	掌握应用手册设计的布局方式		电商实训室	
17	2	应用手册设计二	掌握应用手册设计的基本程序与设计方法		电商实训室	
18	2	品牌整合设计一	掌握印刷前的基本要求		电商实训室	

18	2	品牌整合设计二	掌握印刷后的工艺流程	电商实训室	
----	---	---------	------------	-------	--

《平台运营》课程标准

一、课程说明

课程名称	平台运营		标准简称	平台运营	
适用专业	电子商务	修读学期	第四学期	制订时间	2018.08
课程代码	1351960	课程学时	72	课程学分	4
课程类型	B类	课程性质	必修课	课程类别	专业核心课
先修课程	平面设计基础与应用、网页设计基础与应用				
后续课程	视频后期制作、毕业设计				
对应职业资格证书或内容	图形图像处理员、CEAC 网店运营师				
合作开发企业	无				
执笔人	张奕炜	合作者	无	审核人	张奕炜
制(修)定日期	2018-08				

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/B类（理论+实践）/C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：公共基础课/专业基础课/专业核心课

4.合作者：须是行业企业人员，如果没有，则填无

二、课程定位

《平台运营》是电子商务专业学生的必修专业核心课，本课程在电子商务专业课程体系中占有重要地位，本课程学习需要具备平面制作基本能力，具备页面的整体布局、配色的基本能力，进一步地实现设计及制作精美界面的能力。学生通过本课程的学习，能够达到职业岗位的能力要求，能够根据用户的需要进行平面设计及制作，完成精美的 UI 设计制作。

三、设计思路

本课程主要从教学计划、教学大纲、教案、参考书目以及教学内容进行了规划、整理和改进。整门课程围绕讲授 UI 设计的原则、设计方向和方法，让学生掌握 UI 设计的特点和设计上的一些规律。以课件、电子相册、游戏软件、手机屏幕等实例为主，在课堂上分步进行制作过程演示。收集众多的课外素材，并以此为背景，让学生进行改进或二次开发，制作出新的 UI 成品。在课堂上播放 UI 设计作品和一些产品实例，并进行点评分析。让学生收集身边的 UI 素材，在课堂上分组探讨。该课程既可以巩固前期所学的设计知识和设计软件应用知识，还重在给学生开拓新的专业知识面，认知一个新的设计领域，从而拓展职业能力和就业选择面。

四、课程培养目标

1. 专业能力

- (1) 利用工具软件 Photoshop 实现手机图标和界面的设计和制作；
- (2) 学生能够根据需要进行作品定位及设计；
- (3) 根据需要随心所欲进行作品形象或图标的设计及制作；
- (4) 能够设计出较好的用户体验；
- (5) 能够利用软件进行矢量图绘制、修改及上色，进行图形的色彩处理；
- (6) 能够了解 UI 设计的规范和制作流程。

2. 方法能力

- (1) 掌握与客户沟通，进行相关需求分析，生成 UI 设计需求分析书，并收集相关素材；
- (2) 根据手机 UI 设计的定位，掌握对界面进行风格设计和用户体验设计；
- (3) 根据风格或用户体验得到的设计方案，掌握对手机 UI 设计进行具体的制作；
- (4) 掌握对 UI 设计作品进行优化、上传发布、推广及更新维护。

3. 社会能力

- (1) 培养学生良好的沟通能力；
- (2) 培养学生的团队协作能力；
- (3) 培养学生分析问题、解决问题的能力；
- (4) 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风；
- (5) 培养学生的质量意识意识；
- (6) 培养学生诚实、守信、坚韧不拔的性格；
- (7) 培养表述能力；
- (8) 培养学生与客户建立良好、持久的关系的能力。

五、课程内容、要求及教学设计

标准教学周为 18 周，学时为 72 节，每周 2 次课 4 学时。

(一) 课程整体设计

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
1	认知UI设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认知UI设计 2. 了解手机UI行业现状及未来发展趋势 3. 了解UI设计常用软件 4. 学习软件的使用技巧并进一步对作品进行初步设计。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握UI设计的相关单位和色彩搭配,了解图形元素的格式和大小,简单了解UI设计的软件 2. 掌握苹果系统,安卓系统和Windows Phone系统这三大系统的发展史以及基本组件和各自特色 3. 欣赏大量手机UI图标和界面作品,掌握不同领域手机UI设计的主流趋势和特点 4. 掌握同领域不同功能的设计作品进行类型定位 	<p>欣赏多种类型的UI设计作品(广告平面设计的,手机图标,手机界面等),熟悉各种作品的分类及特点,熟悉各种作品的分类及特点,能针对需求分析,对作品类型进行定位及初步设计</p>	<p>提升学生审美能力,培养设计意识</p>	10
2	认知UI设计规范和制作流程	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认知UI设计规范和制作流程 2. 学习UI的设计概念,了解图标的国际规范 3. 了解安卓屏幕知识,认知APP界面设计流程 4. 认知UI界面色彩 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握需求分析与产品的类型定位 2. 掌握整体规划,包括版面设计和风格的确定 3. 掌握色彩搭配和效果的制作 4. 掌握平面图与效果图的制作 	<p>根据客户需求设计一个APP,尝试遵循设计流程和设计规范,在稿纸上画出草稿图。小组内部进行讨论,对草图进行设计优化,并制作出APP界面</p>	<p>培养学生分析问题、解决问题的能力</p>	10

序号	学习情境	知识目标	专业能力	方法能力	社会能力	学时
3	设计手机APP图标	<ol style="list-style-type: none"> 了解不同风格图标设计特点，并针对客户的需求，对图标进行草图设计 了解Photoshop中的各种工具的使用。包括矢量绘制工具、通道与蒙版滤镜工具及图象色彩色调的调整工具等等 了解扁平化风格设计的要素 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握根据客户的要求，对图标进行设计 掌握搜集资料生成客户需求分析 掌握图标的风格和配色方案，画出草图 掌握与客户沟通后进行修改，最后用软件制作并优化 	<p>与客户交流，根据客户所要设计的APP的功能，风格与特点，对APP图标进行设计，熟悉Photoshop中自带的绘图工具、色彩填充工具、滤镜等工具，制作出精美的APP图标</p>	<p>学习养成积极思考问题、自主学习习惯和解决问题的能力</p>	12
4	制作手机UI中的主要元素	<ol style="list-style-type: none"> 了解客户所需要的APP UI风格与特点，对APP进行整体设计 了解各种自带工具对手机UI界面中的元素进行设计 制作出适合的色彩构成；对布局进行优化 了解良好的创意和用户体验 	<ol style="list-style-type: none"> 掌握APP控件的制作 掌握进行相关素材的选取 掌握界面中图片，字体排版进行特殊效果的制作 	<p>熟悉不同界面设计特点，并针对客户的需求，对界面各个要素进行整体设计，熟悉色彩的构成</p>	<p>培养学生理论联系实际的能力</p>	20
5	设计并制作手机APP UI	<ol style="list-style-type: none"> 了解客户所要建设的APP风格与特点，对从图标到用户界面进行整体设计 了解风格和配色方案，画出草图 和客户沟通后进行修改，最后用软件制作并优化 	<ol style="list-style-type: none"> 根据设计项目企业品牌视觉形象战掌握品牌形象基本要素设计 掌握软件的制作能力 色彩搭配的能力 项目标准制定基本要素规范使用的能力 	<p>熟悉手机UI交互界面设计制作流程，能够根据具体APP功能要求，对手机交互界面进行设计，使用户体验更舒适</p>	<p>培养学生对待工作和学习一丝不苟、精益求精的精神</p>	20
讲授 24 学时、实践 48 学时，共 72 学时						
合计						

(二) 课程学习单元内容与要求

学习单元情境设计		
单元名称	认知 UI 设计	学时
学习要求	1. 通过欣赏大量的手机 UI 图标和界面作品, 能对图标进行风格定位并培养一定的审美观 2. 根据用户要求, 对一些给定作品进行需求分析 3. 确定作品类型定位, 并尝试进一步对作品进行初步设计	10
任务分解	任务 1 认知 UI 设计	
	任务 2 手机 UI 行业现状及未来发展趋势	
	任务 3 UI 设计常用软件	
	任务 4 学习 UI 软件的使用技巧	

学习单元情境设计		
单元名称	认知 UI 设计规范和制作流程	学时
学习要求	1. 掌握 ui 需求分析与产品的类型定位 2. 掌握 ui 整体规划, 包括版面设计和风格的确定 3. 掌握 ui 色彩搭配和效果图的制作 4. 掌握 ui 平面图与效果图的制作	10
任务分解	任务 1 UI 设计规范和制作流程	
	任务 2 UI 的设计概念	
	任务 3 图标的国际规范	

任务 4	安卓屏幕知识
任务 5	APP 界面设计流程
任务 6	界面色彩训练

学习单元情境设计		
单元名称	设计手机 APP 图标	学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据要求搜集资料生成客户需求分析 2. 确定图标的风格和配色方案, 画出草图 3. 和客户沟通后进行修改, 最后用软件制作并优化 	12
任务分解	任务 1	分析客户所要设计的 APP 的功能, 风格与
	任务 2	分析客户所要设计的 APP 的风格
	任务 3	分析客户所要设计的 APP 的特点
	任务 4	设计 APP 图标初稿
	任务 5	使用工具制作出 APP 图标

学习单元情境设计		
单元名称	制作手机 UI 中的主要元素	学时
学习要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 进行 APP 控件的制作 2. 进行相关素材的选取 3. 进行界面中图片, 字体排版进行特殊效果的制作 	20

任务分解	任务 1	UI 界面中的元素设计
	任务 2	制作适合的色彩构成
	任务 3	优化 UI 布局设计
	任务 4	创意和用户体验设计

学习单元情境设计		
单元名称	设计并制作手机 APP UI	学时 20
学习要求	1. 熟悉手机 UI 交互界面设计制作流程 2. 根据具体 APP 功能要求, 对手机交互界面进行设计	
任务分解	任务 1	生成 APP 功能以及交互界面的需求分析报告
	任务 2	使用 Axure 对 APP 交互界面进行原型设计
	任务 3	使用 PS 或者 AI 制作完整的 APP 交互界面

六、课程考核与评价

本课程考核分为平时成绩和期末成绩两个部分，分别占总评成绩的 70%、30%。

列表如下：

总评成绩	平时成绩			期末成绩
	出勤	平时作业	课堂表现	
100%	20%	10%	40%	30%
小计	70%			30%

(1) 平时成绩包括：出勤、平时作业、课堂表现

出勤占总成绩 20%。迟到、早退一次扣 1 分，缺勤一次扣 5 分。正常请假不扣分。

平时作业占总成绩 10%，共计 6 次。

作业成绩等级分 A、B、C、D 四类。独立完成、书写工整，结论正确为 A；独立完成、书写工整，结论有少量错误为 B；书写笔记难以辨认，结论有较多错误为 C；作业不完整为 D。

课堂表现占总成绩 40%。

(2) 期末成绩为考查成绩。考试方式为闭卷考试。

七、教材及相关资源

- 1.《ps 移动 UI 设计完全实例教程》，编著者：华天印象，人民邮电出版社。
- 2.长期有效的网络资料平台，储备大量的优秀案例作品以备参考。
- 3.信息化教学资源库，储备多媒体课件、多媒体素材、电子图书。

八、任课教师要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 5 方面的基本能力：

- 1、具备大学本科以上学历；
- 2、具有职业教学的基本能力；
- 3、具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
- 4、具有营销、传播等专业方面的知识储备；
- 5、具有策划、运营方面的企业实践经历。

九、教学实训场所

教学场所：多媒体教室

实训场所：电商实训室

安装软件：Photoshop CC 软件

十、其它说明

无

附件 1:

江西水利职业学院授课计划审批表

系部： 信息工程系

教师姓名： 张奕炜

专业	电子商务	课程	平台运营			班级	考核方式	考核形式
培养目标：	《平台运营》是电子商务专业学生的必修专业核心课，本课程学习需要具备平面制作基本能力，具备页面的整体布局、配色的基本能力，进一步地实现设计及制作精美界面的能力。学生通过本课程的学习，能够达到职业岗位的能力要求，能够根据用户的需要进行平面设计及制作，完成精美的 UI 设计制作。							
学时/项目	总学时	理论学时	比例	实践学时	比例			
计划学时	72	24	30%	48	70%	<input checked="" type="checkbox"/> 考查 <input type="checkbox"/> 考试		
本课程实际学时	\	\	\	\	\	在上方框中打√		
教材及教学参考书：（名称、版本、主编、出版社） 《ps 移动 UI 设计完全实例教程》，编著者：华天印象，人民邮电出版社								
教研室主任审核意见：			系（部）主任审核意见：					
签名： _____ 年 ____ 月 ____ 日			签名： _____ 年 ____ 月 ____ 日 （公章）					

江西水利职业学院授课计划表

周次	学时	授课内容	目的要求	作业	教具	备注
1	2	移动 UI 设计入门一	掌握 UI 设计的基本内容		多媒体教室	
1	2	移动 UI 设计入门二	掌握 UI 设计的基本内容	作业 1: 对不同领域不同功能的设计作品进行类型定位, 并进一步对作品进行初步设计	电商实训室	
2	2	移动 UI 设计的布局原则一	掌握 UI 设计的布局的相关内容		多媒体教室	
2	2	移动 UI 设计的布局原则二	掌握 UI 设计的布局的相关内容		电商实训室	
3	2	移动 UI 视觉交互设计法则一	掌握 UI 视觉交互的设计原则		多媒体教室	
3	2	移动 UI 视觉交互设计法则二	掌握 UI 视觉交互的设计原则		电商实训室	
4	2	移动 UI 中的基本元素一	掌握 UI 中基本元素的风格和类型		多媒体教室	

4	2	移动 UI 中的基本元素二	掌握 UI 中基本元素的风格和类型	作业 2: 遵循设计流程和设计规范, 画出 APP 界面草稿图	电商实训室
5	2	Photoshop 移动 UI 设计入门	掌握 PS 设计 UI 的整体流程		多媒体教室
5	2	移动 UI 设计的文件操作	掌握 PS 设计 UI 的文件操作流程		电商实训室
6	2	移动 UI 图像的编辑与修复	掌握 PS 设计 UI 的文件编辑与修复流程		多媒体教室
6	2	移动 UI 的色彩设计	掌握 PS 设计 UI 的色彩搭配	作业 3: 根据客户的需求分析, 对图标的风格进行定位, 确定界面色彩方案	电商实训室
7	2	移动 UI 的图形图像设计	掌握 PS 设计 UI 的图形设计技术		多媒体教室
7	2	移动 UI 的文字编排设计	掌握 PS 设计 UI 的文字编排技术		电商实训室
8	2	移动 UI 的特效质感设计	掌握 PS 设计 UI 的特效技术		多媒体教室
8	2	移动 UI 图像抠取与合成	掌握 PS 设计 UI 的抠像合成技术		电商实训室

9	2	移动 UI 图标图形设计	掌握 PS 设计 UI 的图标技术		多媒体教室	
9	2	移动 UI 按钮控件设计	掌握 PS 设计 UI 的按钮控件技术		电商实训室	
10	2	移动 UI 功能界面设计	掌握 PS 设计 UI 的界面设计技术	作业 4: 根据客户的需求分析,对图标的风格进行定位,确定界面布局方案	多媒体教室	
10	2	手机登录 UI 设计一	掌握手机登录 UI 的基本程序		电商实训室	
11	2	手机登录 UI 设计二	掌握手机登录 UI 的设计方法		多媒体教室	
11	2	安卓系统 UI 设计一	掌握安卓系统 UI 的基本程序		电商实训室	
12	2	安卓系统 UI 设计二	掌握安卓系统 UI 的设计方法		多媒体教室	
12	2	安卓系统 UI 设计三	掌握安卓系统 UI 的特效制作		电商实训室	
13	2	iOS 系统 UI 设计一	掌握 iOS 系统 UI 的基本程序	作业 5: 扁平化风格设计的主要调研分析及策略	电商实训室	

13	2	iOS 系统 UI 设计二	掌握 iOS 系统 UI 的设计方法		电商实训室	
14	2	iOS 系统 UI 设计三	掌握 iOS 系统 UI 的特效制作		电商实训室	
14	2	微软系统 UI 设计一	掌握微软系统 UI 的基本程序		电商实训室	
15	2	微软系统 UI 设计二	掌握微软系统 UI 的设计方法		电商实训室	
15	2	微软系统 UI 设计三	掌握微软系统 UI 的特效制作		电商实训室	
16	2	程序软件 UI 设计一	掌握程序软件 UI 的基本程序		电商实训室	
16	2	程序软件 UI 设计二	掌握程序软件 UI 的设计方法		电商实训室	
17	2	程序软件 UI 设计三	掌握程序软件 UI 的特效制作	作业 6: 手机 APP 交互界面 设计分析报告	电商实训室	
17	2	游戏应用 UI 设计一	掌握游戏应用 UI 的基本程序		电商实训室	

18	2	游戏应用 UI 设计二	掌握游戏应用 UI 的设计方法		电商实训室	
18	2	游戏应用 UI 设计三	掌握游戏应用 UI 的特效制作		电商实训室	