

目录

一、建立产教融合平台.....	1
二、特聘企业人才担任兼职教师.....	18
三、校企共同开发课程资源.....	23

（一）建立产教融合平台

表 6-1 “政-校-企-村”合作情况一览表

序号	合作项目	时间
1	万讯创新创业学院	2017 年
2	数字电商产业学院	2022 年
3	与沙琅镇开展战略合作	2018 年
4	信宜校地共建实践育人基地	2018 年
5	与滨海新区开展战略合作	2018 年
6	池洞村校村合作基地	2018 年
7	阿里云粤西人才培养基地	2023 年
8	茂名市残疾人劳动就业服务中心	2025 年

1. 万讯创新创业学院



2. 数字电商产业学院

协议编号: MZY2022-153



茂名职业技术学院

茂名职业技术学院—广东华畅文化传媒有限公司

共建数字电商产业学院

1986

协议书

方在场地购置的可移动物品由其自行收回，非可移动物品需与甲方沟通同意后方可进行处置。超过十天后，该场地内未经甲方同意遗留的乙方物品可视为无主物，甲方有权自行处置。

十一、附则

1. 为保证校企合作协议的顺利开展，双方要有专人负责对口联系，加强信息沟通和交流。

2. 本协议在甲乙双方法人代表或其授权代表签字盖章后生效。

3. 本协议一式捌份，甲方保存陆份，乙方保存贰份。

4. 本协议及附件共计11页A4纸张，缺页之协议为无效协议。

5. 甲方银行账号信息

户名：茂名职业技术学院

账号：4400 1690 3110 5143 4400

开户行：中国建设银行茂名市分行文明北路分理处

行号：1055 9200 3119

甲方：茂名职业技术学院

乙方：广东华畅文化传媒有限公司

法人代表：

法人代表：

2022年7月21日

2022年7月21日

3. 与沙琅镇开展战略合作



茂名职业技术学院 茂名市电白区沙琅镇人 民政府战略合作协议

为进一步贯彻落实《国务院办公厅关于深化产教融合的若干意见》（国办发〔2017〕95号）文件精神，为推动茂名市电白区县城副中心的全面发展，提高沙琅镇城市建设和管理水平，提升高等职业教育为地方经济社会发展服务的功能，培养具有良好专业知识、实际操作技能和职业素质的高端技能型专门人才，茂名职业技术学院（以下简称甲方）与茂名市电白区沙琅镇人民政府（以下简称乙方）经友好协商，现就合作事项达成如下协议：

一、合作总则

以培养全国特色小镇建设、新农村建设、装配式建筑、旅游、物流、加工业等产业高端技能型专门人才为目标，遵循“立足产业、携手行业、服务企业、成就职业”的合作机制，按照“优势互补、资源共享、互惠双赢、共同发展”的原则，双方建立战略合作伙伴关系，通过政校间的交流与合作，优化人才培养质量，推动县城副中心经济社会发展。

二、合作内容

1. 共建电白区县城副中心研究中心

电白区县城副中心研究中心主要进行前期调研、规划、可行性报告等。双方根据茂名市电白区沙琅镇县城副中心发展需求，确定研究项目，充分利用双方资源，以科研项目转化和运用为努力方向，双方共同建立研究中心。通过定期互访、项目对接、成果推介等形式，双方共建信息交流平台，及时了解对方需求，开展项目合作。

主要研究方向课题：（1）全国特色小镇建设；（2）新农村建设；（3）县城副中心生态旅游建设；（4）县城副中心产业园建设；（5）一村一品项目建设。

2. 建立校外实训基地

甲方在乙方县城副中心产业园和新农村建设示范基地挂牌设立“茂名职业技术学院校外实训基地”，乙方在甲方挂牌设立“电白区县城副中心人才培养基地”。双方均同意在对外发布信息中使用共建基地的名称，并开展实习、培训、慈善义工活动合作。

3. 就业推荐与招聘

甲乙双方加强毕业生供求信息交流，乙方每年适时通报行业、企业发展状况，提供面向甲方的毕业生需求计划；甲方每年及时通报招聘活动的安排情况，邀请乙方组织电白区县城副中心企业参加甲方毕业生供需洽谈会。

4. 技术支持与社会服务

根据乙方经济社会发展对人才的需求和企事业单位人力资源现状，发挥甲方教育资源优势，为乙方培养生产、管理、服务一线的高技能、应用性专业人才。甲方根据乙方经济建设和社会发展，组织专家团队，开展不同形式、不同层次的专题调研，为乙方的决策提供咨询服务。

甲方每年为乙方定期组织专业技术人员培训班，主要培训内容有：（1）工程规划建设管理人员（2）金融管理人员培训（3）经济管理人员培训。其他视乙方具体需求双方议定。

5. 人才交流与培养

甲方聘请乙方高级专业人才为甲方客座教授或兼职教师，对甲方机关、事业单位、企业生的工作人员实践教学进行指导。乙方聘请甲方相关专业的教师为相关企事业单位的兼职研究人员、技术顾问或管理顾问。双方开展多体系、多方位、多元化培训等项目的合作。

6. 专业智库

根据区域经济发展需求，双方组建专业智库，为学院专业建设，县域副中心区域经济建设提供政策咨询。

三、合作期限

合作期限为3年，本协议未尽事宜双方协商解决，具体合作项目按照一项目一议的原则，双方根据具体情况协商并

签订补充协议。本次合作结束后，双方可共同商议开拓新的合作领域，建立新的合作意向。

四、附则

本协议正本一式捌份，双方各执肆份，自签字盖章之日起生效，协议期满后再根据双方合作情况进行修订。

甲方：（盖章）

茂名职业技术学院

代表（或授权）人：

2018年 11月 16日

乙方：（盖章）

茂名市电白区沙琅镇人民政府

代表（或授权）人：

2018年 11月 16日

4. 信宜校地共建实践育人基地

校地共建实践育人基地协议书

甲方：茂名职业技术学院

乙方：茂名市信宜市人民政府

为贯彻落实中央和省委有关实施乡村振兴战略的部署要求，推动我省区域协调发展，更好落实高校“四个服务”职责任务，不断强化实践育人，甲、乙双方本着共建共享、合作共赢的原则，经友好协商，就合作共建实践育人基地事宜，达成如下协议。

一、共建目标

发挥高校人才荟萃、智力资源密集的优势，为粤东西北县（市、区）经济社会发展提供智力支持和人才服务，助力广东实施乡村振兴战略，推动我省区域协调发展；利用粤东西北县（市、区）的广阔天地和丰富的教育资源，更好履行高校人才培养、科学研究、社会服务、文化传承与创新等职能使命，为强化实践育人、落实立德树人根本任务创造良好条件，建设优质平台。

二、共建内容

（一）项目名称：共建茂名旅游学院实践育人基地

2018年1月学院与茂名市旅游局共建“茂名旅游学院”。该学院的成立将有力推动茂名市旅游经济发展，为茂名旅游业的快速发展提供人才保障。依托茂名旅游学院，整合信宜市作为历史文化名城和水果大市等资源，建设一批大学生校外实践教育基

3. 本协议一式柒份：双方各持叁份，另有一份由省教育厅留存。



甲方（盖章）：茂名职业技术学院

负责人签字：

2018年7月20日



乙方（盖章）：茂名市信宜市人民政府

负责人签字：

2018年7月20日

5. 与滨海新区开展战略合作



茂名职业技术学院 茂名滨海新区管委会 战略合作协议书

为进一步贯彻落实《国务院办公厅关于深化产教融合的若干意见》（国办发〔2017〕95号）文件精神，为进一步推动茂名滨海新区的发展，提升高等职业教育为地方经济社会发展服务的功能，培养具有良好专业知识、实际操作技能和职业素质的高端技能型专门人才，茂名职业技术学院（以下简称甲方）与茂名滨海新区管委会（以下简称乙方）经友好协商，现就合作事项达成如下协议：

一、合作总则

以培养装配式建筑、石化、海洋、旅游、物流等产业高端技能型专门人才为目标，遵循“立足产业、携手行业、服务企业、成就职业”的合作机制，按照“优势互补、资源共享、互惠双赢、共同发展”的原则，双方建立战略合作伙伴关系，通过政校间的交流与合作，优化人才培养质量，推动区域经济社会发展。

二、合作内容

1. 共建研究中心

双方根据茂名滨海新区发展需求，确定研究项目，充分利用双方资源，以科研项目转化和运用为努力方向，双方共同建立研究中心。通过定期互访、项目对接、成果推介等形式，双方共建信息交流平台，及时了解对方需求，开展项目合作。

2. 就业推荐与招聘

甲乙双方加强毕业生供求信息交流，乙方每年适时通报行业、企业发展状况，提供面向甲方的毕业生需求计划；甲方每年及时通报招聘活动的安排情况，邀请乙方组织滨海新区企业参加甲方毕业生供需洽谈会。

3. 技术支持与社会服务

根据乙方经济社会发展对人才的需求和企事业单位人力资源现状，发挥甲方教育资源优势，为乙方培养（培训）生产、管理、服务一线的高技能、应用性专业人才。结合乙方经济建设和社会发展实际需求，甲方组织专家团队，开展不同形式、不同层次的专题调研，为乙方的决策提供咨询服务。

4. 人才交流与培养

甲方聘请乙方高级专业人才为甲方客座教授或兼职教师，对甲方相关专业学生的实践教学进行指导。甲方派出相关专业教师到乙方挂职锻炼，乙方提供相应条件。乙方聘请甲方相关专业的教师为相关企事业单位的兼职研究人员。

技术顾问或管理顾问。双方开展多体系、多方位、多元化培训等项目的合作。

5. 专业智库

根据区域经济发展需求，双方组建专业智库，为学院专业建设、区域经济建设提供政策咨询。

三、合作期限

合作期限为十年，本协议未尽事宜双方协商解决，具体合作项目按照一项目一议的原则，双方根据具体情况协商并签订补充协议。本次合作结束后，双方可共同商议开拓新的合作领域，建立新的合作意向。

四、附则

本协议正本一式捌份，双方各执肆份，自签字盖章之日起生效，协议期满后根据双方合作情况进行修订。

甲方：(盖章)

茂名职业技术学院

代表(或授权)人：

年 月 日

乙方：(盖章)

茂名滨海新区管委会

代表(或授权)人：

年 月 日

6. 池洞村校村合作基地



7. 阿里云粤西人才培养基地



8. 茂名市残疾人劳动就业服务中心

1077

建立大学生校外实践教学基地协议书

甲方：茂名职业技术学院

地址：广东省茂名市茂南区文明北 232 号大院

联系人：柯春媛

联系电话：13926705663

乙方：茂名市残疾人劳动就业服务中心

统一社会信用代码：12440900061525783Y

地址：广东省茂名市茂南区光华北路209号大院

联系人：李彬国

联系电话：15627565685

茂名职业技术学院（以下简称甲方）与茂名市残疾人劳动就业服务中心（以下简称乙方）经友好协商，就合作办学、建立大学生校外实践教学基地、培养高等职业技术专业人才达成协议；

一、双方同意就培养高等职业教育 经管类 专业人才方面加强合作；

二、甲方优先向乙方推荐优秀毕业生，每届学生毕业前夕，乙方人事部门可优先来校选聘毕业生。

十、如有一方希望本协议届满后继续履行，应在本协议届满前 2 个月通知另一方，并在该 2 个月内由双方进行协商续约。如不再续约，则协议到期后相关标识（含基地牌子）同时废止。

十一、本协议在双方代表签字并盖章后生效，双方应遵守协议。本协议如有未尽事宜，可通过订立补充协议约定，补充协议与本协议约定不一致的，以补充协议为准。本协议一式陆份，双方各执叁份，具有同等效力。

甲方（盖章）

代表：廖洋

2015年8月11日



乙方（盖章）

代表：李新国

2015年8月1日



茂名职业技术学院

茂名职业技术学院

茂名职业技术学院



（二）引聘企业人才担任兼职教师

表 6-2 兼职教师一览表

序号	姓名	工作单位	职务
1	王一	广东启功实业集团有限公司	董事长
2	谢积贵	广州万讯文化发展有限公司	总经理
3	陈浩	广东华畅传媒文化有限公司	总经理
4	尹智	广州倪科商贸有限公司	副总经理
5	徐鑫	广州置家实业集团有限公司	副总裁
6	周小峰	广州汇思诚科技有限公司	副总经理
7	张学平	深圳市中诺思科技股份有限公司	经理

1. 聘书











（三）校企共同开发课程资源

表 6-3 校企共同开发课程资源一览表

序号	课程名称	教学资源类型
1	智能仓储与配送	课程标准、授课计划
2	采购与供应链管理	课程标准、授课计划
3	运输管理实训（农产品方向）	课程标准、实训任务书
4	国际物流业务实训	课程标准、实训任务书
5	农产品销售（二选一）	课程标准、授课计划
6	市场调查实训（农产品方向）	课程标准、实训任务书
7	网络营销实训（农产品方向）	课程标准、实训任务书
8	销售与管理	课程标准、授课计划
9	网店运营	课程标准、授课计划
10	网络营销	课程标准、授课计划
11	网络推广岗位实践（农产品方向）	课程标准、实训任务书
12	网络运营岗位实践（农产品方向）	课程标准、实训任务书
13	电子商务基础实训（农产品方向）	课程标准、实训任务书
14	外贸跟单实务实训（农产品方向）	课程标准、实训任务书
15	直播电商	课程标准、授课计划
16	跨境电商实务	课程标准、授课计划



茂名职业技术学院

《采购与供应链管理》课程标准

编制人员：刘涛、范裕祥

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2024年7月23日

编制说明

一、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，全面贯彻习近平总书记关于教育的重要论述和指示批示精神，落实立德树人根本任务，助力制造业当家战略，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养“价值观+知识+技能+创新”型高素质劳动者和复合型技术技能人才。

二、编制依据

《采购与供应链管理》课程标准是以《国家职业教育改革实施方案》《关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》等文件为指导，依据教育部发布的《职业教育专业简介》（2022年修订）《高等职业学校物流管理专业教学标准》《高等职业学校物流管理专业实训教学设施建设标准》，按照《茂名职业技术学院现代物流管理专业人才培养方案》要求进行编制。

本课程标准适用于全日制三年制高职专业。

三、编委会成员

标准由茂名职业技术学院、江门职业技术学院和中山顺丰速运有限公司、广州汇思诚科技有限公司等企业合作制订，并组织专家进行审核。

《采购与供应链管理》课程标准

一、基本信息

课程名称：采购与供应链管理 学时：48 学分：3

适用专业：现代物流管理

先修课程：现代物流管理基础

后续课程：第三方物流项目运营

开课单位：经济管理系

合作企业：中山顺丰速运有限公司、广州汇思诚科技有限公司

制定人：刘涛 批准人：刘涛、周小锋

二、课程性质与任务

（一）课程性质

本课程主要适用于高职高专现代物流管理等相关专业，是一门专业核心课程。《采购与供应链管理》课程是一门用型专业课程，重点培养学生在农产品采购、仓储物流、供应链协同等方面的实务操作能力。本课程深度融合茂名荔枝、龙眼、罗非鱼等特色农产品的产销流通特点，系统讲解农产品季节性采购策略、冷链物流管理、供应商协同等核心内容。通过引入本地农业龙头企业真实案例，设计“荔枝季流通采购计划”“水产供应链优化”等实战项目，使学生掌握服务地方农产品流通与供应链管理的专业技能，为茂名农产品产业链的现代化流通升级培养既懂采购管理又熟悉区域产业特色的复合型人才。

（二）课程任务

《采购与供应链管理》课程以服务茂名农产品产业发展为导向，设计了系列实践任务：指导学生针对荔枝、龙眼等特色农产品制定季节性采购计划，掌握供应商开发与评估方法；重点训练冷链物流方案设计能力，解决农产品保鲜运输难题；通过库存管理优化实践，提升农产品周转效率；同时开展供应链风险识别与管控训练，增强供应链韧性。课程还组织学生走访本地农业企业，分析典型供应链案例，将理论知识与产业实践深度融合，培养适应茂名农产品供应链管理需求的专业技能。

三、课程核心素养与目标

（一）课程核心素养

《采购与供应链管理》课程以培养服务茂名农产品产业发展的复合型人才为目标，重点培育学生的产业认知、供应链规划、供应商管理、风险管控等核心素养。课程通过系统化的实践训练，使学生深入理解荔枝、龙眼等特色农产品的产业特性，掌握从采购计划制定、冷链物流设计到供应商关系维护的全流程管理能力。采购与供应链管理核心素养主要包括以下三个方面：

1. 熟悉采购与供应链管理相关岗位的工作流程与工作规范；
2. 掌握采购与供应链管理的基本知识与岗位技能；
3. 具备爱国情怀、职业自豪感和工匠精神，树立正确价值观。

（二）课程目标

知识目标：

1. 了解采购组织设计的相关知识；
2. 掌握采购市场环境分析的相关知识；
3. 掌握采购计划和预算编制的相关知识；
4. 掌握供应商管理的基本知识和方法；
5. 掌握采购业务操作的相关知识和方法；
6. 掌握采购控制与监管的相关知识；
7. 掌握采购绩效评估的相关知识。

能力目标：

1. 能编制采购计划及采购预算；
2. 能选用恰当的采购模式进行采购活动；
3. 能合理选择供应商，并进行绩效考核；
4. 会与供应商签订采购合同，并结合理论分析采购合同；
5. 能熟练根据采购流程进行ERP采购业务操作；
6. 能运用货物检验的基本方法对采购货物进行检验；
7. 能灵活运用ABC控制法进行库存控制；
8. 能识别供应链运营风险并采取适当措施控制风险。

素养目标：

1. 培育爱国主义情怀，增强爱国情感，坚定爱国信念，并将爱国付诸行动；
2. 坚定理想信念，树立中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信；
3. 践行社会主义核心价值观，做到敬业、诚信、友善；
4. 遵守法律法规和社会道德，能守法，懂用法；
5. 增强采购与供应链管理的职业自豪感和责任感；
6. 具备工匠精神，能爱岗敬业、吃苦耐劳、专注细节、精益求精、持续创新；
7. 具备安全意识、团队协作意识、成本效率意识、服务质量意识、环境保护意识等。

四、课程结构

（一）课程模块

本课程分为六大模块，分别为认知采购与供应链管理、采购市场环境分析、编制采购计划与预算、供应商选择与管理、采购合同管理与执行、供应链风险与绩效管理等。

（二）学时安排

模块	教学内容	建议学时
认知采购与供应链管理	采购与供应链的基本认知	6
	采购与供应链组织设计	2
采购市场环境分析	采购需求预测分析	8
	供应市场分析	2
采购计划与预算	编制采购计划	12

	编制采购预算	4
供应链选择与管理	供应商选择	2
	供应商管理	2
采购合同管理与执行	采购合同管理	2
	采购订单管理	2
供应链风险与绩效管理	供应链风险管理	2
	供应链绩效管理	4

五、课程内容

（一）认知采购与供应链管理

1. 采购与供应链的基本认知

【内容要求】：

- （1）掌握采购、采购管理、供应链管理的概念；
- （2）掌握采购的基本作业流程；
- （3）掌握供应链的特征；
- （4）知道采购的作用、分类。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，小组成员之间进行讨论，增强学生对采购与供应链的认知。

2. 采购与供应链组织设计

【内容要求】：

- （1）掌握分权式采购组织和集权式采购组织的特点和适用范围

；

- （2）掌握采购组织设计的流程；

- (3) 掌握供应链构建的方法;
- (4) 知道采购组织在企业中的隶属关系。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务（规划供应链结构），小组成员之间进行讨论，并进行结果展示。

（二）采购市场环境分析

1. 采购需求预测分析

【内容要求】：

- (1) 掌握采购需求预测的方法;
- (2) 知道采购需求的概念和特征。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织根据项目背景资料，运用多种定量预测方法预测采购需求，并进行结果展示。

2. 供应市场分析

【内容要求】：

- (1) 掌握供应市场的五种竞争力;
- (2) 知道供应市场的结构类型。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生通过网络搜集资料，就中国手机市场的五种竞争力进行分析，小组成员之间进行讨论，并进行结果展示。

（三）采购计划与预算

1. 编制采购计划

【内容要求】：

- （1）掌握经济订货批量法的基本模型；
- （2）掌握定量订货法和定期订货法的应用；
- （3）掌握MRP的应用；
- （4）知道制订采购计划的目的与基础。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生根据项目背景资料，运用经济批量订购，确定采购量，并进行成果展示。

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生根据项目背景资料，运用定量订货法、定期订货法确定采购计划（采购量、订货点、采购周期、采购费用），并进行成果展示。

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生根据项目背景资料，运用MRP，确定采购计划（采购时机和数量），并进行成果展示。

2. 编制采购预算

【内容要求】：

- （1）掌握编制采购预算的流程；

(2) 知道采购预算的种类、目的。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生根据项目背景资料，编制采购预算，并进行成果展示。

(四) 供应链选择与管理

1. 供应商选择

【内容要求】：

(1) 掌握供应商选择的标准；

(2) 掌握供应商选择的方法。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生通过网络搜集资料，就电脑批量采购进行供应商调查分析，小组成员之间进行讨论，选择合适供应商，并进行结果展示。

2. 供应商管理

【内容要求】：

(1) 掌握供应商绩效考核指标；

(2) 掌握供应商绩效考核方法；

(3) 知道供应商关系管理的概念、分类。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生根据项目背景资料，对供应商绩效进行考核分析，并进行成果展示。

（五）采购合同管理与执行

1. 采购合同管理

【内容要求】：

- （1）掌握采购合同的内容构成；
- （2）掌握采购合同纠纷的解决途径；
- （2）知道采购合同的特征、形式。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生根据项目背景资料，填制采购合同，小组成员之间进行讨论，并进行结果展示。

2. 采购订单管理

【内容要求】：

- （1）掌握物料跟催管理的有效办法；
- （2）掌握进货验收的方法和程序；
- （3）知道货款结算的形式。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生根据项目背景资料，模拟进料验收，针对验收不合格情况提出合理的解决措施，并进行成果展示。

（六）供应链风险与绩效管理

1. 供应链风险管理

【内容要求】：

- （1）掌握供应链风险的类型；
- （2）知道供应链风险的含义。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生根据项目背景资料，提出供应链风险规避或解决策略，小组成员之间进行讨论，并进行结果展示。

2. 供应链绩效管理

【内容要求】：

- （1）掌握供应链绩效评估指标；
- （2）掌握供应链绩效评估方法。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生根据项目背景资料，构建供应链绩效评估指标体系，应用科学方法进行评估，并进行成果展示。

六、学业质量

（一）学业质量内涵

学业质量是学生在完成本学科课程学习后的学业成就表现。学业质量标准是以本学科核心素养及其表现水平为主要维度，结合课程内容，对学生学业成就表现的总体刻画。依据不同水平学业成就表现的关键特征，学业质量标准明确将学业质量划分为不同水平，并描述了不同水平学习结果的具体表现。

（二）学业质量水平

水平等级	具体质量描述
一般要求	（1）理解各种不同类型的采购模式的特点； （2）基本掌握采购计划和预算的编制原则和编制方法，能通过定量计算进行简单的采购计划编制； （3）基本掌握企业采购成本分析与控制技术，能进行简单的综合采购成本分析等； （4）基本掌握企业供应商选择的过程和策略技巧，能根据供应商评价指标开展简单评估； （5）了解未来企业采购管理的发展趋势。
较高要求	（1）掌握各种不同类型的采购模式，能科学地进行不同条件、不同企业的采购模式选择决策； （2）掌握采购计划和预算的编制原则和编制方法，能通过定量计算进行采购计划编制； （3）掌握企业采购成本分析与控制技术，能进行综合采购成本分析等； （4）掌握企业供应商选择的过程和策略技巧，能自行进行供应商评价指标体系的制订； （5）理解未来企业采购管理的发展趋势。

七、课程实施

（一）教学要求

《采购与供应链管理》课程是现代物流管理专业核心课程。该课程灵活运用多种教学方法，重视发挥学生的主观能动性，强调学生自主学习能力和创新能力的培养，激发学生的创新意识和独立思考能力。

（1）情景教学法

教师创造适合的教学环境，让学生分组扮演不同的情景角色来模拟采购与供应链管理业务处理过程。

（2）案例分析法

此方法贯穿整个教学全过程，每一部分的知识都有相关案例与之配套，有的是通过案例分析引入所学知识，有的是教学过程中不断的有相对应案例引入，通过案例能够让学生更深的理解所学知识。

（3）主题讨论法

选择具有现实意义的主题内容组织学生进行讨论，通过教师引导，激发学生的学习欲望和热情，引导学生独立思考问题，学会搜集相关信息资料，在小组内讨论，并总结讨论结果在课堂上大胆发言。此过程中一定注意教师的身份，以学生为主，教师只是引导者。通过主题讨论法，可以增强学生对知识的记忆与理解，从而达到教学目的。

在教学过程采用的教学手段为以下三点：

（1）多媒体教学

课堂教学以多媒体电子课件（PPT电子教案）为主，配合使用黑板板书。充分利用多媒体的优势，用电子课件制作大量内容丰富的教案，在配以案例、习题等内容，以取得较好的教学效果。

（2）软件模拟教学

利用供应链管理软件，模拟供应链业务流程，增加学生对知识的掌握。

（3）网络教学

利用课程教学平台，通过网络提供丰富的教学资源。包括教学视频、PPT课件、习题及答案、案例等。学生可以利用课余时间自主学习，开阔视野。

（二）课程质量

本课程考核全面涵盖知识、技能、素养，考核方式采用过程性评价和结果性评价相结合，单项能力评价和综合素质评价相结合，学生评价、教师评价相结合的多维度、多主体评价形式。其中：结果性评价（期末综合测试）占60%；过程性评价占40%，包括：考勤（10%）、课后作业（15%）、课堂项目任务（15%）。

考核模块	考核项目	考核评价标准	权重 (%)
过程评价	考勤	缺勤一次扣1分，10分制，扣完为止	10
	课后作业	教师根据每次作业完成质量进行评分，最后以平均分作为该项成绩	15
	课堂项目任务	根据每次课堂项目任务完成质量，教师和学生共同进行评分（其中：教师评价占比70%，学生评价占比30%），最后以平均分作为该项成绩	15
结果评价	期末综合测试	笔试，采用百分制，重点考察学生对于重点知识的掌握和应用程度	60
合计			100

（三）教材编写要求与选用建议

教材编写与选用要落实课程思政要求并突出职业教育特点，教材内容要优先选择适应我国经济发展需要、技术先进、应用广泛、自主

可控的工具和项目案例。教材设计要与高等职业教育专科的教学组织形式及教学方法相适应，突出理实一体、项目导向、任务驱动等有利于学生综合能力培养的教学模式。教材形式要落实职业教育改革要求，倡导开发新型活页式、工作手册式教材和新形态立体化教材。

（四）课程资源开发与学习环境

课程资源主要是指支持课程教学的数字化教学资源，学习环境主要是指教学设备设施，以及支持学生开展数字化学习的条件。

在课程资源方面，依据本课程标准，充分运用各种信息技术手段，开发数字化教学资源库，实现优质数字化课程资源的共建共享，提升教学效果。教师应通过互联网等途径广泛搜集与课程相关的数字化教学资源，积极参与和课程教学相关的资源建设。

在学习环境方面，学校应根据实际情况建设满足教学需要的信息技术教学机房和综合实训室等设施，配备数量合理、配置适当的技术设备，提供相应的软件和互联网访问带宽。有效利用在线学习平台，支持传统教学模式向混合学习、移动学习等信息化教学模式转型升级，引导学生进行数字化学习环境创设，开展自主学习、协作学习和探究学习。

（五）教师团队建设

教师要牢固树立良好的师德师风，符合教师专业标准要求，不仅具有比较深厚的物流理论功底，善于学习和掌握采购和供应链管理部分的最新成果，充分了解当前的供应链运作现状，而且能够有针对性

地开展教育教学活动，具有强烈的结合社会教学的意识，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。

本课程的教学团队要求经常交流教学经验，探讨教学改革的有效方法。在教学团队建设中，要强化培训，尤其要加强对教师的职业教育教学能力培训。采取集中培训和个人钻研相结合，提高教师素质。不断完善教师科研和教学相促进的激励机制，形成有利于教师队伍良性发展的长效机制。学校应重视教师队伍建设，优化师资队伍年龄、性别、职称与学历结构，增强采购与供应链管理课程教师队伍的整体实力和竞争力。应建立课程负责人制度，组建教师创新团队，积极组织开展各类教研活动，促进青年教师成长。要注重教师的双师素质培养，建立教师定期到企事业单位实践的制度，与时俱进地提升教师的技术水平和实践经验。以专任教师为主，开展校企合作，组建双师结构教学团队。鼓励和支持教师进行采购与供应链管理课程教学改革创新，使课程教学更好地适应学生全面发展和个性化发展的需要，满足经济社会发展需求。

（六）对实施本课程的建议

1. 本课程在教学过程中，应立足于加强学生实际动手能力的培养，采用校企合作、工学结合项目教学，以任务驱动型项目提高学生学习兴趣。

2. 本课程教学采用现代多媒体教学与实训室实践教学相结合，注重“教”与“学”互动，做中学，学中做，强化学生实践能力和岗位职业能力的提高。

3. 在教学过程中，要创设工作情境，强化实际操作训练，要紧密结合职业技能证书的考核。

4. 在教学过程中，要尽可能采用仿真平台、实训软件。

附录

一、采购与供应链管理课程教学设备设施配备要求

序号	设备名称	数量
1	电脑	120台
2	供应链管理软件	1套

二、学习资源

1. 学校网络课程，

<https://mooc1.chaoxing.com/course/203583904.html>

2. 罗戈网（物流沙龙），<http://bbs.logclub.com>

三、相关标准

1. **【技术标准】** 本课程采用最新国家标准《物流术语》《智慧物流服务指南》等。

2. **【安全要求】** 本课程实训应严格按照《企业安全生产标准化基本规范》《高等职业学校物流管理专业实训教学设施建设标准》进行。



茂名职业技术学院

《农产品销售》课程标准

编制人员：罗颖、范裕祥

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2022年8月2日

《农产品销售》（二选一）学习领域课程标准

1. 学习领域课程定位

本课程是市场营销专业的一门专业选修课程，课程定位为服务茂名区域农业经济发展的实践型专业课程，聚焦荔枝、龙眼等特色农产品的市场化流通全过程技能培养。课程以“产业需求为导向、实战能力为核心”，通过构建“品牌建设-渠道拓展-数字营销”三位一体的教学内容体系，深度融合茂名农业产业特点，培养学生农产品电商运营、直播带货、品牌策划等现代销售技能。依托校地企合作平台，将茂名荔枝文化节、农产品电商产业园等真实项目引入教学，实现“课程内容与产业标准对接、教学过程与销售季节同步”，为茂名培养懂农业、通电商、会营销的复合型销售人才，助力地方特色农产品品牌提升与市场拓展。

本课程同时致力于将思政教学改革纳入课程教学，教学过程中推进德智体美劳的融合教育。

2. 课程学习目标

通过任务引领型的项目教学活动，使学生掌握农产品销售的理论知识，熟悉农产品销售活动的流程及岗位要求，重点培养服务茂名荔枝、龙眼等特色农产品销售的专业能力，能够承担从市场开拓到渠道管理的全流程工作任务。同时结合茂名农业产业需求，培养忠于职守、善于沟通的团队协作精神，塑造诚实守信、勇于开拓的职业品格，磨练适应农产品季节性销售特点的吃苦耐劳品质，为服务茂名地方农业产业发展奠定扎实的职业能力基础，助力乡村振兴战略实施。

第一，技能目标。具备能敏锐地发现农产品市场需求的能力；具备快速熟悉农产品及行业或企业背景的能力；具备对农产品的市场需求进行细分并有效选择目标市场的能力；具备针对目标市场根据具体的营销环境有针对性地策划、组织销售活动的的能力；具备有效地组织和控制农产品销售活动，并对活动进行客观地评估的能力。

第二，知识目标。熟悉农产品销售活动的主要流程；熟悉农产品销售活动的一般规律。

第三，素质目标。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。

3. 课程设计思想

本课程的设计思想：以培养学生职业素养与岗位技能为中心，坚持营销基础理论“必需、够用”，重视学生相应的职业岗位能力的培养，在整个教学过程中实施工学结合教学模式，以提高学生的市场分析能力、目标市场选择能力、营销组合规划与执行能力、营销控制与管理能力、基本的沟通协调能力以及较好的自我心态调适能力等，培养和提高学生正确分析和解决农产品营销相关问题的实践能力，以使能够较好地适应农产品市场营销职业岗位的技能需要，实现岗位就业零距离，更好地为“三农”服务。

本课程建议学时 56 学时，学分为 3 分。

4. 学习情景设计

序号	来源于企业的工作任务	学习情景	工作任务	学时
1	认识农产品销售	认识农产品销售	资料收集：近两年我国农产品营销的发展趋势	6
2	农产品营销环境分析	1、农产品宏观营销环境分析； 2、农产品微观营销环境分析；	1、掌握宏观环境指标体系及在市场分析中的运用； 2、掌握微观环境指标体系及在市场分析中的运用；	10
3	农产品购买者行为分析	1、农产品消费购买行为分析； 2、农产品组织购买行为分析。	1、掌握影响农产品市场购买行为的主要因素； 2、掌握农产品购买决策过程中各环节的特点； 3、农产品消费心理与行为调查。	10
4	农产品目标市场营销	1、农产品市场细分与定位； 2、农产品直接销售； 3、农产品间接销售； 4、农产品网络营销。	1、某一类农产品市场定位设计； 2、茂名地区农产品直接销售行为调查； 3、茂名地区农产品批发市场调查； 4、农产品网络营销模拟； 5、茂名地区农民网络销售使用情况。	12
5	农产品销售策略	1、农产品销售的其他方式； 2、农产品品牌、包装策略； 3、农产品定价策略	1、装修花卉拍卖市场报告； 2、茂名地区农业龙头企业和名牌产品调查； 3、茂名农贸市场交易价格调查。	12
6	农产品市场执行	农产品促销策略	校园家乡农产品推介会的策划。	6

5. 考核与评价方式

（1）考查形式：期末大作业。

（2）成绩评定：形成性考核和终结性考核相结合。形成性考核包括平时考勤、作业、回答问题，各占 10%，共占 30%，终结性考核指期末大作业，占 70%。

6. 编制说明

本标准由茂名职业技术学院营销教研室开发

执笔： 罗颖

审核：朱曼婷

时间：2022 年 8 月



茂名职业技术学院

《国际贸易实务实训（农产品方向）》 课程标准

编制人员：江静、范裕祥

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2024年8月8日

编制说明

一、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，全面贯彻习近平总书记关于教育的重要论述和指示批示精神，落实立德树人根本任务，助力“一带一路”战略，坚持面向国内和国际两个市场，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养“价值观+知识+技能+创新”型高素质劳动者和复合型技术技能人才。

二、编制依据

《国际贸易实务实训课程标准》是以《国家职业教育改革实施方案》《关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》等文件为指导，依据教育部发布的《职业教育专业简介》（2022年修订）《高等职业学校物流管理专业教学标准》《高等职业学校物流管理专业实训教学设施建设标准》，按照《茂名职业技术学院现代物流管理专业人才培养方案》要求进行编制。

本课程标准适用于全日制三年制高职现代物流管理。

三、编委会成员

标准由茂名职业技术学院、广州倪科商贸有限公司、茂名市跨境电商孵化园、广州市兴祁皮具有限公司等企业合作制订，并组织专家进行审核。

《国际贸易实务实训（农产品方向）》 课程标准

一、基本信息

课程名称：国际贸易实务实训（农产品方向） 学时：16 学分：1

适用专业：现代物流管理

先修课程：国际贸易实务

后续课程：跨境电商运营、跟单实务

开课单位：经济管理系

合作企业：广州倪科商贸有限公司、茂名市跨境电商孵化园、广州市兴祁皮具有限公司

制定人：江静、包兴祁 批准人：江静、黄晓燕

二、课程性质与任务

（一）课程性质

本《国际贸易实务实训（农产品方向）》是一门以实践为导向的专业技能课程，重点培养学生在农产品进出口业务中的实际操作能力。课程紧密结合“茂名墟”及荔枝、龙眼、罗非鱼等特色农产品的国际贸易与流通需求，通过仿真模拟与真实案例相结合的方式，系统训练国际贸易术语应用、跨境单证制作、报关报检、跨境结算等核心业务技能。课程重点围绕茂名农产品跨境流通的实践场景，着力培养既熟悉国际贸易规则又精通地方农产品流通特性的应用型外贸人才，为茂名农产品出口与国际供应链拓展提供专业人才支撑。

课程采取沉浸式教学的方法来培养学生方法能力、社会能力、综合能力和核心能力。本课程与前修课程《国际贸易实务》相衔接，培养学生将理论知识融到操作的能力；与后继课程《跨境电商运营》《跟单实务》相衔接，共同培养学生国际贸易操作能力。

（二）课程任务

《国际贸易实务实训（农产品方向）》课程围绕茂名特色农产品出口需求，设计了系列实践任务：指导学生完成荔枝、龙眼等农产品的进出口合同拟定与信用证审核；训练原产地证、植检证等单证缮制技能；开展农产品报关报检流程模拟；组织国际结算与外汇核销操作演练。通过对接茂名农产品出口企业真实业务案例，让学生分组完成从订单洽谈到货物出运的全流程实务操作，重点强化应对技术性贸易壁垒、冷链物流方案设计等专项能力，培养服务地方农产品外贸发展的实战型人才。

三、课程核心素养与目标

（一）课程核心素养

《国际贸易实务实训（农产品方向）》课程着力培养学生的国际贸易专业素养，重点包括：扎实的农产品进出口单证操作能力、敏锐的国际市场风险意识、规范的跨境贸易合规思维，以及服务茂名荔枝、龙眼等特色农产品出口的实践能力，使学生成为既懂国际贸易规则又熟悉地方产业特色的应用型人才。《国际贸易实务实训》核心素养主要包括以下六个方面：

（1）使学生熟悉国际贸易惯例的运用；

（2）掌握国际货物买卖合同的签订过程；

- (3) 掌握国际货物买卖合同的履行过程;
- (4) 了解多种国际贸易方式的灵活运用;
- (5) 能综合运用所学知识解决国际贸易实务的具体问题, 上岗后能直接从事外贸业务工作;
- (6) 培养对外贸企业的初步经营管理能力。

(二) 课程目标

知识目标:

- 1、通过本课程学习, 学生掌握国际贸易惯例;
- 2、通过本课程学习, 学生掌握国际货物买卖合同条款;
- 3、通过本课程学习, 学生掌握国际货物进出口业务流程;
- 4、通过本课程学习, 学生掌握国际贸易方式的灵活运用。

能力目标:

- 1、通过本课程学习, 能够灵活运用国际贸易惯例;
- 2、通过本课程学习, 能够签订国际贸易合同;
- 3、通过本课程学习, 能够熟悉国际贸易业务流程;

素养目标:

- 1、通过本课程学习, 提高诚实守信的良好品德;
- 2、通过本课程学习, 培养外事无小事的观念;
- 3、通过本课程学习, 训练面对外国客户不卑不亢的职业习惯,
- 4、通过本课程学习, 培养良好的商人品德。

四、课程结构

(一) 课程模块

本课程分为三大模块，分别为签订外贸合同、履行外贸合同、其他贸易方式。

(二) 学时安排

模块	教学内容	建议学时
1. 《国际贸易实务》出口业务实训案例	1.1建立业务联系 1.2出口报价核算 1.3卖方发盘 1.4买方还盘 1.5卖方接受 1.6出口合同的签订 1.7审核信用证 1.8修改信用证	8
2. “互联网+国际贸易系统”任务	3.1注册公司 3.2上架商品 3.3磋商 3.8签约	8

五、课程内容

(一) 《国际贸易实务》出口业务实训案例

1. 建立业务联系

【内容要求】：

- (1) 清楚英文信函的格式结构；
- (2) 体会商务函电的特点；
- (3) 掌握建立业务联系的信函要点。

【教学提示】：通过建立业务联系的操作训练，深刻理解国际贸易的基本程序，从而提高实际操作能力。

2. 出口报价核算

【内容要求】：

- (1) 掌握国内费用的计算方法；
- (2) 掌握FOB术语的价格构成；
- (3) 掌握CFR术语的价格构成；
- (4) 掌握CIF术语的价格构成；
- (5) 掌握单价条款的四项内容；

【教学提示】：通过出口报价核算的操作训练，深刻理解国际贸易的基本程序，从而提高实际操作能力。

3. 卖方发盘

【内容要求】：

- (1) 掌握实盘的构成条件；
- (2) 掌握发盘的内容；

(3) 领会关于发盘的有效期技巧；

【教学提示】：通过卖方发盘的操作训练，深刻理解国际贸易的基本程序，从而提高实际操作能力。

4. 买方还盘

【内容要求】：

(1) 掌握还盘的内容；

(2) 领会还盘的写作特点；

(3) 掌握再次还盘的技巧。

【教学提示】：通过买方还盘的操作训练，深刻理解国际贸易的基本程序，从而提高实际操作能力。

5. 卖方接受

【内容要求】：

(1) 掌握构成一个有效接受的条件；

(2) 了解订货信函的形式和各自特点；

【教学提示】：通过卖方接受的操作训练，深刻理解国际贸易的基本程序，从而提高实际操作能力。

6. 出口合同的签订

【内容要求】：

(1) 了解合同成立的条件；

(2) 了解书面合同的形式：合同、确认书；

(3) 掌握合同的签订程序;

(4) 掌握合同的订立和审核。

【教学提示】：通过出口合同的签订的操作训练，深刻理解国际贸易的基本程序，从而提高实际操作能力。

7. 审核信用证

【内容要求】：

(1) 体会信用证审核的重要性;

(2) 学习采用信用证分析单来分析信用证;

(3) 掌握信用证中经常出现的问题处理。

【教学提示】：通过审核信用证的操作训练，深刻理解国际贸易的基本程序，从而提高实际操作能力。

8. 修改信用证

【内容要求】：

(1) 理解书写改证函的必要性;

(2) 掌握改证函的内容。

【教学提示】：通过修改信用证的操作训练，深刻理解国际贸易的基本程序，从而提高实际操作能力。

(二) “互联网+国际贸易系统” 任务

1. 注册公司

【内容要求】：

(1) 学会注册公司;

(2) 尽量真实。

【教学提示】：通过学习注册公司的操作，接触真实公司的要求，为签订合同准备条件。

2. 上架商品

【内容要求】：

(1) 学会上架商品；

(2) 掌握管理商品。

【教学提示】：通过上架商品和管理商品的操作，模拟跨境电商平台的操作，为签订合同准备条件。

3. 磋商

【内容要求】：

(1) 掌握询盘、发盘、还盘和接受；

(2) 要求正确使用英文沟通。

【教学提示】：通过磋商的操作，模拟跨境电商平台的客户沟通，为签订合同准备条件。

4. 签约

【内容要求】：

(1) 掌握合同的主要交易条件；

(2) 掌握合同的关键点。

【教学提示】：通过学习签约的操作，掌握签订合同的关键点。

六、学业质量

(一) 学业质量内涵

- 1、签订合同能力：学生应具备签订合同的能力，包括询盘、发盘、还盘和接受的能力。
- 2、外贸合同履行能力：学生应能够根据外贸合同，制定合适的履行方式，完成外贸合同的履行。
- 3、初步经营管理能力：学生应培养初步管理思维，能够从不同角度思考外贸管理问题，处理初步的管理问题。
- 4、团队合作与沟通能力：学生应具备团队合作与沟通能力，能够与团队成员协作共同完成国际贸易合同履行岗位场景仿真表演。
- 5、良好的职业操守：学生应具备正确的职业操守和职业道德，具备外事无小事的观念；具备面对外国客户不卑不亢的职业习惯；具备良好的商人品德。

(二) 学业质量水平

水平等级	具体质量描述
一般要求	具备初步的签订合同能力、具备初步的外贸合同履行能力、具备初步的团队合作与沟通能力、具备良好的职业操守
较高要求	具备签订合同能力、具备外贸合同履行能力、具备外贸程序表演能力、具备团队合作与沟通能力、具备良

	好的职业操守
--	--------

七、课程实施

(一) 教学要求

《国际贸易实务实训》课程是现代物流管理专业的专业课程。

在教学过程采用的教学方法为以下4点：

- (1) 讲授法：通过教师的讲解和演示，融会贯通国际贸易实务业务主线，深刻理解概念和原理。
- (2) 讨论法：鼓励学生提出问题、表达观点和分享经验，进行课堂讨论，促进互动和思想碰撞。
- (3) 电脑操作法：引导学生上网操作，提高学生的动手能力。

在教学过程采用的教学手段为以下4点：

- (1) 幻灯片演示：借助幻灯片展示课程的重要内容和案例，辅助教师讲解，提供图文并茂的学习材料。
- (2) 小组讨论：将学生分为小组，让他们就特定话题进行讨论，分享彼此的见解和观点，激发思维和思考。
- (3) 互联网+国际贸易实训软件：Pocib软件分步完成国际贸易实务流程的各个环节，理顺国际贸易实务的业务顺序。

以上只是列举了一些常见的教学方法和教学手段，实际的教学过程中还可以根据具体情况选择合适的方法和手段，以确保有效的教学和学习效果。

《国际贸易实务实训》课程的质量评价综合考虑以下因素：

- 1、学生的学习成绩：通过考试、作业和实践项目等方式对学生的学习成绩进行评估，反映学生对课程内容的掌握程度。
- 2、学生的参与度和积极性：衡量学生在课堂讨论、实践活动中的积极程度，体现学生对课程的兴趣和投入。
- 3、教学反馈和评估：通过学生的反馈和评估，了解教学过程中存在的问题，及时调整教学策略和方法，提高教学质量。

(一) 教材编写要求与选用建议

教材编写应结合实际业务顺序案例，理论与实践相结合，重点突出国际贸易实务，并注重培养学生的实践能力和创新思维。

建议选用基于工作过程的教材，重点突出合同的内容、案例分析等内容，并结合多样化的教学资源，提供学生参考资料和实践案例。

建议选用近三年的国家十四五规划教材。

(二) 课程资源开发与学习环境

为了促进学生学习《国际贸易实务实训》课程，建议开发以下资源和创造良好的学习环境：

- 1、教学平台：搭建在线教学平台《国际贸易实务实训》，提供课程相关资料、学习视频和交流讨论的功能，方便学生学习和交流。

2、实践场所：与企业合作，提供实践场所，让学生亲身参与国际贸易活动，增强实践能力。

(三) 教师团队建设

为提高《国际贸易实务实训》课程的教学质量，建议进行以下教师团队建设：

- 1、教师培训：组织教师参加国际贸易领域的培训和研讨活动，提高教师的专业知识和教学能力。
- 2、教师交流：鼓励教师之间进行交流与合作，分享教学经验和教材资源，共同提高教学水平。
- 3、激励措施：建立教师激励机制，激励教师积极参与课程改革和教学研究，提高教学积极性。

现有教学团队情况：包括主讲教师6名，其中：具有硕士学位6名，高级职称1名，中级职称4名，初级职称1名，双师素质6名。建议提升教学团队的学历、职称。

(四) 对实施本课程的建议

为了更好地实施《国际贸易实务实训》课程，建议：

- 1、加强实践教学：结合实际案例和项目任务，增加学生的实践操作，提高学生的实际能力。
- 2、多样化教学手段：在教学过程中，采用多样化的教学手段和资源，激发学生的学习兴趣。

3、关注学生反馈：积极关注学生的反馈和建议，及时调整教学策略，不断改进教学质量。

4、拓展合作渠道：加强与企业的合作，提供更多实践机会和资源，促进学生就业和职业发展。

附录

一、《国际贸易实务实训》课程教学设备设施配备要求

序号	设备名称	数量
1	电子商务专业岗位实训室	实训计算机55台、电子商务沙盘系统
2	电子商务专业综合实训室	实训计算机55台、电子商务沙盘系统
3	自媒体实训室	实训计算机55台、电子商务沙盘系统、相关摄影设备
4	美工设计实训室	实训计算机55台、电子商务沙盘系统
5	创新创业实训室	实训计算机10台、电子商务沙盘系统、创新创业产品展厅
6	智慧物流实训室	智慧物流方案设计与实施平台、WMS系统、电商播种墙、电子标签拣货/播种系统、智能穿戴设备、电子标签智能拣货台车、RF手持终端、条码打印机、输送机、集装箱式模拟配载车、半电动堆高车、手动堆高车、手动液压托盘车、重型货架、轻型货架、流利货架、塑料托盘
7	物流管理综合实训室	国际货运代理训练软件、仓库布局设计与设备仿真软件、快递综合业务模拟实操系统、国际物流教学软件、智慧供应链管理软件、运输运营平台、第三方物流软件、仓储管理软件
8	ERP模拟实训室	实训计算机60台、用友ERP系统
9	沙盘对抗实训室	15组物理沙盘、1套电子沙盘
10	商务谈判实训室	多媒体平台，谈判桌椅40套
11	国贸实训室	实训计算机60台、配备跨境电商软件和“互联网+国际贸易”软件
12	商务职业形象塑造实训基地	配备1套电脑多媒体设备，120套桌椅
13	全数字化语言实训室	配备60台电脑，蓝鸽云语音系统

二、学习资源

1.教材图书资料要及时融入行业企业发展的新制度、新法规、新业务、新产品、新做法。可以以专业为单位建立专业教学资源库，利用数字化网络为专业教学提供各类学习资源，如专业人才培养方案、课程教学大纲、电子教材、教学课件、典型案例、行业行政法规资料、职业考证信息等。结合专业发展的新趋势、人才市场需求的新变化、企事业用人单位的特定需求及时进行教学资源与教学素材的调整、补充、更新，以满足培养专门人才的特定需求。

2.建立网络教学平台和各类精品在线开放课程，学校配有超星泛雅课程平台，直接联通手机端学习通APP，为教师通过现代信息技术手段开展教学提供必要的条件。网络教学资源内容包括课程介绍、教学大纲、教案或演示文稿、重点难点指导、作业、参考资料和微课程等教学活动资源，能够支持线上教学或线上线下混合教学，满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

《国际贸易实务实训》在线课程网址

<https://mooc1-1.chaoxing.com/mooc-ans/course/213084141.html>

三、相关标准

1. **【技术标准】**本课程采用最新国家标准教育部《现代物流管理专业标准》。
2. **【技术标准】**本课程实训应严格按照教育部《高等职业学校现代物流管理专业实训教学设施建设标准》进行。
3. **【技术标准】**本课程实训应严格按照茂名职业技术学院《茂名职业技术学院现代物流管理专业人才培养方案》进行。



茂名职业技术学院

《外贸跟单实务实训（农产品方向）》 课程标准

编制人员：刘峻兵、胡颖林

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2022年8月10日

《外贸跟单实务实训(农产品方向)》课程标准

1. 学习领域课程定位

《外贸跟单实务实训》是国际贸易实务专业的单独实践性课程。课程立足茂名特色农产品出口需求,聚焦荔枝、龙眼、罗非鱼等优势产品的外贸全流程操作。课程通过"企业真实订单+仿真工作情境"的实训模式,培养学生外贸单证制作、质量把控、物流协调等核心技能,并深度对接茂名农产品出口企业的实际业务需求。通过校企共建外贸跟单案例库、组织学生参与企业跟单实践,实现"教学-实操-就业"无缝衔接,为茂名农产品外贸输送懂产品、通规则、会操作的实用型跟单人才,助力"茂名农产品"扬帆出海。

本课程同时致力于将思政教学改革纳入课程教学,教学过程中推进德智体美劳的融合教育。

2. 课程学习目标

外贸跟单实务实训学习领域主要培养学生根据之前学习跟单理论知识进行实践练习的过程。根据茂名地方农产品特点,学生应该掌握农产品出口贸易跟单的合同签订、供应商选择、出口包装等的操作与方法;同时掌握货物进口贸易跟单的运输、保险、官方单据等的跟单操作与技巧。通过本课程的实训学习,学生能够将跟单的基本理论应用于实践,具备解决跟单过程中的各种基本问题的能力。具体的课程学习目标包括:

- (1) 掌握农产品进、出口贸易合同的填写与签订
- (2) 掌握农产品供应商跟单选择
- (3) 掌握农产品样品、材料跟单
- (4) 掌握出口加工、生产进度跟单
- (5) 掌握农产品进、出口包装跟单
- (6) 掌握农产品产品质量跟单
- (7) 掌握农产品进出口的保险、运输、官方等的跟单

3. 课程思政目标

《外贸跟单实务实训》课程将思想政治教育深度融入专业教学全过程,着力培养具有家国情怀和国际视野的外贸跟单人才。通过农产品出口跟单实务训练,引导学生深刻理解乡村振兴战略,增强服务"三农"的责任意识;在国际贸易单证操作中强化契约精神,培养严谨细致的工作作风;在跨境业务沟通环节注重跨文化理解,树立文化自信;通过外贸风险案例教学,筑牢合规经营和安全防范意识。课程特别结合茂名荔枝、罗非鱼等特色农产品出口实践,让学生在真实业务场景中感悟中国制造品质,培养爱岗敬业的职业操守,最终实现专业技能培养与价值观塑造的有机统一,为茂名外贸高质量发展输送德才兼备的跟单人才。教学中应该体现以下思政元素:

- (1) 通过农产品出口跟单实践,深化对国家"乡村振兴"战略的理解,增强服务"三农"、推动地方特色产业发展的责任感;
- (2) 结合茂名荔枝、罗非鱼等农产品出口案例,感悟农业外贸对区域经济的带动作用,培养扎根地方、建设家乡的使命感;
- (3) 在单证制作、质量把关等环节强调"零差错"标准,培养严谨细致、诚信守约的职业素养。
- (4) 通过国际贸易合同履行案例分析,强化法律意识与商业伦理,杜绝虚假单证、数据造假等行为。

4. 课程总体设计

课程总体设计以“服务地方产业、培育外贸人才”为宗旨，构建“基础技能-专项实训-综合实战”三阶递进式教学体系。课程紧密对接茂名荔枝、罗非鱼等特色农产品出口需求，系统设计国际贸易术语、单证制作、报检报关、跟单流程等核心模块，并创新融入数字化跟单工具应用等前沿内容。本课程倡导基于工作过程的教学模式，强调扎实够用的基础理论、解决问题和创新实践的能力。本着“以就业为导向，以能力为本位”的理念，将跟单工作分为二个项目：农产品出口贸易跟单技能、货物进口贸易跟单技能。从我国外贸跟单员职业岗位的实践技能需要出发，充分结合外贸企业与生产企业跟单的实际运作，依据通行的国际贸易惯例与国内相关的法律法规，以出口贸易和进口贸易的整个业务流程为主线，同时兼顾本专业其他专业课程的有机衔接。

本课程建议课时为 18 学时，学分为 1 分。

5. 学习情境具体设计

来源于企业的工作项目	学习情境	工作任务	学时
出口外贸跟单运作过程	农产品出口贸易合同跟单	1、农产品出口贸易合同及其跟单	2
	农产品供应商跟单	1、进行农产品供应商调查跟单	1
		2、进行供应商选择跟单	1
	农产品样品跟单	1、样品的定义、作用和种类	1
		2、样品管理与跟单	1
	农产品采购跟单	1、农产品采购跟单的流程	1
		2、物流采购跟单的方法	1
	农产品出口产品包装跟单	1、了解出口产品包装所使用的材料	1
		2、掌握出口产品纸箱包装跟单实务	1
	农产品出口产品认证与质量检验跟单	1、了解国际权威标准化认证机构和对产品销售的作用	1
		2、掌握如何进行标准化质量认证跟单	1
	农产品运输与保险跟单	1、掌握货物运输保险险种跟单实务	1
		2、掌握货物运输跟单实务	1
进口外贸跟单运作过程	进口贸易跟单	1、掌握一般进口贸易跟单实务	2
		2、掌握加工贸易方式进口跟单实务	2

6. 考核与评价方式

- (1) 考试形式：期末集中组织闭卷考试。
- (2) 成绩评定：平时出勤情况和实训表现共占 40%，实训作业成绩占 60%。

7. 编制说明

本标准由茂名职业技术学院国贸教研室开发

执笔：刘峻兵
审核：江静
时间：2022 年 8 月



茂名职业技术学院

《市场调查实训（农产品方向）》 课程标准

编制人员：朱曼婷、胡颖林

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2022年8月8日

《市场调查实训》（农产品方向）学习领域课程标准

1. 学习领域课程定位

《市场调查实训（农产品方向）》是一门以服务区域农业发展为导向的专业实践课程，聚焦茂名荔枝、龙眼、罗非鱼等特色农产品的流通需求。课程秉承“产教融合、数据驱动”的理念，通过“理论讲授+实地调研+数据分析”的三维教学模式，培养学生针对农产品市场的专业调研能力。重点围绕茂名农产品品牌建设、渠道拓展和消费趋势等实际问题，设计问卷设计、深度访谈、市场诊断等实训环节，使学生掌握农产品市场调查的核心技能。通过对接茂名农业部门和企业真实项目，实现“调研数据反哺产业、人才培养服务地方”的双向互动，为茂名农业市场化发展提供专业化的智力支持和人才储备。

2. 课程学习目标

《市场调查实训（农产品方向）》课程旨在培养学生三大核心能力：一是掌握农产品市场调查的专业方法，包括问卷设计、实地访谈、数据收集等实务技能，重点针对茂名荔枝、龙眼等特色农产品设计专项调研方案；二是提升市场数据分析与报告撰写能力，能够运用统计工具解读茂名农产品消费趋势和竞争格局；三是培养产业洞察力与服务意识，通过参与地方政府或企业的真实调研项目，形成“发现问题-分析问题-提出建议”的专业思维，为茂名农产品市场化决策提供数据支撑，最终培养既懂调研技术又熟悉地方农业产业的数据驱动型人才。

该课程主要培养学生对市场调查活动的实际操作与组织能力。实现从认识——到设计——到实施的一体化训练。突出实用性、可操作性与可评价性。并通过小组共同完成实训任务的形式，培养学生的团队意识及合作精神。

（1）知识目标

- 掌握市场调查的基本方法
- 学会一手资料的收集和分析
- 理解市场调查的内容
- 熟悉市场调查的基本流程
- 熟悉市场调查报告的基本内容

（2）技能目标

- 能够充分利用手头资源进行调查分析
- 能够发现问题、分析问题、解决问题
- 学会协同合作，共同处理问题

（3）素养目标

- 具备良好的团队协作精神，主动适应团队工作的职业素养
- 思维活跃，具有开创精神，进行市场调查的规划及实施
- 具备良好的与他人沟通的能力
- 具备良好的职业素养，敬业精神和合作态度

3. 课程总体设计

《市场调查实训(农产品方向)》课程总体设计采用"三阶递进、产教融合"的创新架构，系统培养服务茂名农业产业的市场调研人才。在内容体系上，构建"基础技能-专项调查-综合应用"三大模块，包含农产品市场特征分析、消费者行为研究、竞争对手调查等核心内容。教学方法上推行"政校企"三方协同的实战化教学，与茂名农业农村局、电商协会共建"农产品市场数据中心"，组织学生参与荔枝季消费趋势调研等真实项目。实施过程中采用"任务驱动+项目导向"的混合式教学，通过"问卷设计竞赛-田间地头访谈-企业诊断报告"等特色环节，培养学生解决茂名农产品"卖难"、"价低"等实际问题的专业能力。评价体系实行"过程性考核+企业评价"双轨制，重点考察调研成果对地方产业的实际贡献度，最终实现"培养一个调研员、服务一个农产品、助推一方产业"的教学目标。

本课程建议课时为 18 学时，学分为 1 分。

4. 课程具体内容

序号	项目名称	项目要求	项目内容	学时
1	设计农产品市场调研方案	在进行市场调查之前，首先要明确为什么要进行调查，要了解哪些信息，应该收集哪些方面的信息资料。只有明确了调查目标，接下来的调查活动才能做到有的放矢，保证效率。	能根据经济社会发展过程中的热点问题确定市场调研目标，列出设计市场调研方案的程序和要点根据活动所确定的调研目标设计撰写市场调研方案。	2
2	设计农产品市场调查问卷	问卷设计的步骤：规定所需信息——规定调查访问的类型——确定每个问答的内容——设计可制止答卷人不能答或不愿答的问题——决定问答的结构——选择问答题的措辞——确定问答的顺序——确定问卷的格式和板式——问卷的复制或印刷——测试问卷	进行市场调查的目的就是要收集相关的信息，因此要确定收集什么信息，收集的时间、地点和方式；是实地调查还是文案调查，是收集原始资料还是间接资料；准备调查的次数，是一次性调查还是多次调查，以及收集资	4

			料的方式。	
3	实施农产品市场调查	列出组织调查的程序和要点,根据调研目标,按照规定的程序进行目标市场环境因素分析、消费者行为分析、市场需求资料、问卷调查等的信息搜集。	通过文案调查法(查询间接资料、收集网络信息等)和实地调查法了解各商场的企业背景	4
4	整理和分析农产品市场信息资料	按照调查目的的要求,对收集到的资料加以筛选,甄别,进行去粗取精、由此及彼、由表及里的处理。将文字进行归纳、总结,数据进行计算和分析,如需要,可以用图表的形式呈现。	对收集的各类进行数据分析,包括对比分析、集中分析、离散趋势分析等	4
5	撰写市场调查报告	通过整理分析,完成一份市场调查报告。报告应做到语言简练、明确、易于理解;内容真实,表达清晰	市场调研问卷、问卷数据分析、调查报告(2000字)必须书面形式上交,同时将电子版以电子邮件形式上交。其中市场调研问卷、问卷数据分析以小组为单位,调查报告以个人为单位。	4

5. 考核与评价方式

- 1、考核内容:学生在实习期间的出勤情况,实习态度,与同组同学间的配合情况;各项资料的完成及上交情况。
- 2、考核方式:按学生完成实习任务,遵守实习纪律,以及提交资料的情况综合评定。
- 3、成绩评定:个人考勤 20%、市场调查报告 30%、调查问卷 20%、问卷数据分析 10%、个人实训总结 20%。

6. 编制说明

本标准由茂名职业技术学院营销教研室开发

执笔:朱曼婷

审核:朱曼婷

时间:2022年8月



茂名职业技术学院

《智能仓储与配送》课程标准

编制人员：刘涛、范裕祥

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2024年7月20日

编制说明

一、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，全面贯彻习近平总书记关于教育的重要论述和指示批示精神，落实立德树人根本任务，助力制造业当家战略，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养“价值观+知识+技能+创新”型高素质劳动者和复合型技术技能人才。

二、编制依据

《智能仓储与配送》课程标准是以《国家职业教育改革实施方案》《关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》等文件为指导，依据教育部发布的《职业教育专业简介》（2022年修订）《高等职业学校物流管理专业教学标准》《高等职业学校物流管理专业实训教学设施建设标准》，按照《茂名职业技术学院现代物流管理专业人才培养方案》要求进行编制。

本课程标准适用于全日制三年制高职专业。

三、编委会成员

标准由茂名职业技术学院、江门职业技术学院和广州汇思诚科技有限公司、中山顺丰速运有限公司等企业合作制订，并组织专家进行审核。

《智能仓储与配送》课程标准

一、基本信息

课程名称：智能仓储与配送 学时：96 学分：6

适用专业：现代物流管理

先修课程：现代物流管理基础

后续课程：物流系统规划与设计、第三方物流项目运营

开课单位：经济管理系

合作企业：中山顺丰速运有限公司、广州汇思诚科技有限公司

制定人：刘涛 批准人：刘涛、周小锋

二、课程性质与任务

（一）课程性质

本课程主要适用于高职高专现代物流管理等相关专业，是一门专业核心课程。重点培养学生在农产品智能仓储与精准配送领域的应用能力。课程紧密结合“茂名墟”及荔枝、龙眼、罗非鱼等特色农产品的流通与保鲜储运需求，系统讲解智能温控仓储系统操作、农产品品质监测技术、冷链配送路径优化等核心内容。通过引入电商产业园及冷链物流中心真实案例，设计“荔枝次日达配送”“水产冷链协同”等实战项目，使学生掌握从预冷入库、智能仓储到末端配送的全流程智能化流通管理技能，为茂名农产品现代流通体系培养既懂智能物流技术又熟悉本土产业特性的复合型人才，助力“茂名墟”农产品供应链数字化与时效性升级。本课程与前修课程《现代物

流管理基础》、《管理学基础》相衔接，培养学生将理论知识应用于仓储与配送实践的能力；与后继课程《物流系统规划与设计》、《第三方物流项目运营》相衔接，共同培养学生物流职业综合能力。

（二）课程任务

本课程秉持“专业培养和思政育人”相结合的原则，以立德树人作为根本任务，围绕知识目标、技能目标和素质目标三位一体，将爱国情怀、价值理念、职业素养等思政元素有机融入专业课程教学当中。课程围绕茂名荔枝、龙眼等特色农产品，开展智能仓储操作、冷链配送优化和质量追溯等实训，通过对接企业真实项目，培养学生农产品现代物流技能，服务地方农业发展。本课程直接面向智能仓储和配送类岗位群，培养学生具备智能仓库规划、智能仓储经营管理、智能仓储运营作业管理、智能配送作业管理、智能仓储设施设备使用与维护、仓储成本与绩效管理等多种岗位职业能力，以及强烈的爱国情怀、高度的责任意识和法治意识，遵守职业道德，具备吃苦耐劳、精益求精的品质，还需具备安全意识、成本效率意识、创新意识和团队合作能力等，为学生的顺利就业打下基础。

三、课程核心素养与目标

（一）课程核心素养

课程核心素养是课程育人价值的集中体现，是学生通过课程学习与实践所掌握的相关知识和技能，以及逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。智能仓储与配送核心素养主要包括以下三个方面：

1. 熟悉智能仓储、配送岗位的工作流程与工作规范；
2. 掌握智能仓储与配送的基本知识与岗位技能；
3. 具备爱国情怀、职业自豪感和工匠精神，树立正确价值观。

（二）课程目标

知识目标：

1. 通过本课程学习，学生掌握仓储的功能；
2. 通过本课程学习，学生掌握智能仓储基本设施设备的结构与用途；
3. 通过本课程学习，学生掌握智能仓库规划与布局；
4. 通过本课程学习，学生掌握智能入库、在库、出库、配送等整个作业流程，熟悉相关作业要求、管理方式，以及所需办理的手续；
5. 通过本课程学习，学生掌握库存控制的方法；
6. 通过本课程学习，学生掌握智慧仓储、智慧配送的主要技术及发展趋势。

能力目标：

1. 能够对智能仓储设备进行合理选择和应用；
2. 能够根据业务数据，对智能仓库进行规划布局；
3. 能够进行智能入库、在库、出库、配送作业操作，并进行管理与控制；
4. 能够熟练操作仓储管理信息系统及相关信息化设备；

5. 能够完成智能仓储和配送作业相关单证的填制工作；
6. 能够对智能仓库进行安全管理；
7. 能够根据智能仓储和配送作业各流程环节的任务需求，合理做好作业计划安排，有效处理作业过程中发生的异常问题。

素养目标：

1. 培育爱国主义情怀，增强爱国情感，坚定爱国信念，并将爱国付诸行动；
2. 坚定理想信念，树立中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信；
3. 践行社会主义核心价值观，做到敬业、诚信、友善；
4. 遵守法律法规和社会道德，能守法，懂用法；
5. 增强仓储和配送的职业自豪感和责任感；
6. 具备工匠精神，能爱岗敬业、吃苦耐劳、专注细节、精益求精、持续创新；
7. 具备安全意识、团队协作意识、成本效率意识、服务质量意识、环境保护意识等。

四、课程结构

（一）课程模块

本课程分为五大模块，分别为认知仓储和配送、仓库选址与布局规划、入库管理、在库管理、出库和配送管理等。

（二）学时安排

模块	教学内容	建议学时
认知仓储和配送	仓储和配送的基本认知	4
	仓储岗位设置	2
仓库选址与布局规划	仓库选址	4
	仓库设施和布局规划	6
	仓库设备选择和技术应用	4
入库管理	货物验收和理货	8
	货位分配和货物上架	10
在库管理	商品养护方案和仓库安全管理	6
	货物盘点	6
	7S管理	4
出库和配送管理	接收和审核订单	4
	货物拣选	14
	补货	4
	配货	4
	配送线路优化	8
	车辆调度和配载	8

五、课程内容

（一）认知仓储和配送

1. 仓储和配送的基本认知

【内容要求】：

- （1）掌握不同仓库的特点及储存物品的特点；
- （2）掌握仓储与配送领域的发展趋势和最新动态；
- （3）知道仓库和配送中心的区别；

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，小组成员之间进行讨论，并进行作业展示。

引入课程思政案例（顺丰航空调运大批防疫物资，紧急驰援武汉；中国古代仓储发展过程中体现出的物流智慧，如常平仓），培养学生的社会责任和文化自信。

2. 仓储岗位设置

【内容要求】：

- （1）掌握仓储和配送中心主要岗位的工作职责和任职要求；
- （2）知道仓储和配送中心的主要组织结构。

【教学提示】：

引入课程思政案例（优秀毕业生事迹：疫情期间坚守快递运营主管岗位、勇当“逆行者”的学长），培养学生的社会责任、职业担当意识。

（二）智能仓库选址与布局规划

1. 仓库选址

【内容要求】：

- （1）掌握综合加权分析法的应用；
- （2）掌握不同类型仓库的选址注意事项。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生就电商配送中心做选址规划，小组成员之间进行讨论，并进行作业展示。

引入课程思政案例（天津某化学危险品库爆炸造成大量人员伤亡），培养学生的安全意识。

2. 智能仓库设施和布局

【内容要求】：

- (1) 掌握智能仓库内各作业区域的面积计算和功能配置；
- (2) 掌握各区域功能特点和设备选型。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生就家电仓储做仓库设计，小组成员之间进行讨论，并进行作业展示。

引入课程思政案例（京东“无人仓”技术引领全球智慧物流），培养学生的成本效率意识和国家自豪感。

3. 智能仓库设备选择和技术应用

【内容要求】：

- (1) 掌握智能仓库与配送设备的特点和使用场合；
- (2) 掌握智慧仓储技术应用。

【教学提示】：

以视频、图片、实物等形式展示仓库中常见的装卸搬运设备和物流信息技术的使用和管理。

引入课程思政案例（我国“货到人”拣选技术输出海外），培养学生的创新意识和国家自豪感。

（三）入库管理

1. 货物验收和理货

【内容要求】：

- (1) 掌握货物的验收操作过程；
- (2) 掌握异常问题处理；
- (3) 掌握组托的操作方法和应用技巧。

【教学提示】：

学生运用仓储设备和仓储信息系统，分组完成货物验收和理货方案设计 and 实操。

引入合作企业SOP（验收岗位工作标准），培养学生的诚信意识、工匠精神。

2. 货位分配和货物上架

【内容要求】：

- (1) 掌握货位分配的原则和方法；
- (2) 掌握办理入库确认手续的操作规则。

【教学提示】：

学生运用智能仓储设备和仓储信息系统，分组完成货位分配和货物上架方案设计和实操。

引入课程思政案例（江西某企业成品仓库连续多年实现工作“零差错”），培养学生的工匠精神、服务质量意识。

（四）在库管理

1. 商品养护方案和仓库安全管理

【内容要求】：

- (1) 掌握商品的安全养护方案；
- (2) 掌握智能仓库安全防范与应急处理措施。

【教学提示】：

学生运用智能仓储设备和仓储信息系统，学生分组完成货物养护的方案设计和实操作业。

引入课程思政案例（仓库典型安全事故警示），培养学生的安全意识。

2. 货物盘点

【内容要求】：

- (1) 掌握盘点的业务流程及操作规范；
- (2) 掌握ABC分类计算的原理及步骤。

【教学提示】：

学生运用智能仓储设备和仓储信息系统，学生分组完成货物盘点的方案设计和实操作业。

引入合作企业SOP（盘点工作操作规范），培养学生的规则意识、工匠精神。

3. 7S管理

【内容要求】：

- (1) 掌握7S管理的组成；

(2) 掌握7S管理的实施策略。

【教学提示】：

学生分组完成7S管理的方案设计和实操作业。

引入合作企业SOP（7S工作操作规范），培养学生的规则意识、工匠精神。

（五）出库和配送管理

1. 接收和审核订单

【内容要求】：

(1) 掌握订单处理的原则；

(2) 掌握客户优先权分析。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生进行订单审核分析，小组成员之间进行讨论，并进行作业展示。

引入课程思政案例（出库凭证审核疏忽，百万货物非法提取），培养学生的法治意识、工匠精神。

2. 货物拣选

【内容要求】：

(1) 掌握“按订单拣取”和“按批量拣取”的特点和适用范围

；

(2) 掌握智能拣货作业流程；

(3) 掌握智能拣货策略应用。

【教学提示】：

学生运用智能仓储设备和仓储信息系统，学生分组完成货物拣选的方案设计和实操作业。

引入合作企业SOP（拣货员岗位工作标准），培养学生的规则意识、工匠精神。

3. 补货

【内容要求】：

(1) 掌握补货时机选择；

(2) 掌握补货作业流程。

【教学提示】：

学生运用智能仓储设备和仓储信息系统，学生分组完成补货的方案设计和实操作业。

引入合作企业SOP（理货员岗位工作标准），培养学生的规则意识、工匠精神。

4. 配货

【内容要求】：

(1) 掌握配货和拣货的关系；

(2) 掌握配货作业流程。

【教学提示】：

学生运用智能仓储设备和仓储信息系统，学生分组完成配货的方案设计和实操作业。

引入合作企业SOP（配货员岗位工作标准），培养学生的规则意识、工匠精神。

引入课程思政案例（京东、阿里等企业推出可回收纸箱、共享快递盒），培养学生的环保意识和成本效率意识。

5. 配送线路优化

【内容要求】：

- （1）掌握节约里程法的原理；
- （2）掌握节约里程法的计算应用。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生进行配送路线优化分析，小组成员之间进行讨论，并进行作业展示。

6. 车辆调度和配载

【内容要求】：

- （1）掌握车辆调度的方法和流程；
- （2）掌握车辆调度的计算应用。

【教学提示】：

将学生进行分组，导入项目任务，组织学生进行车辆配载分析，小组成员之间进行讨论，并进行作业展示。

引入合作企业SOP（调度员岗位工作标准），培养学生的规则意识、工匠精神、成本效率意识。

六、学业质量

（一）学业质量内涵

学业质量是学生在完成本学科课程学习后的学业成就表现。学业质量标准是以本学科核心素养及其表现水平为主要维度，结合课程内容，对学生学业成就表现的总体刻画。依据不同水平学业成就表现的关键特征，学业质量标准明确将学业质量划分为不同水平，并描述了不同水平学习结果的具体表现。

（二）学业质量水平

水平等级	具体质量描述
一般要求	（1）了解仓库的概念、作用和功能； （2）了解智能仓库的结构和布局； （3）理解智能仓储的入库、理货、堆存、保管、出库、装卸搬运等整个作业流程、作业要求、管理方式，以及所需办理的手续； （4）理解库存的含义、分类和库存控制的方法； （5）理解商品的养护方法与影响因素分析； （6）理解配送作业过程中的基本操作流程； （7）理解配送线路设计的方法、配送服务与配送成本的关系、配送线路的确定与配送车辆的安排等问题； （8）理解运用仓储与配送理论知识和经验分析解决问题的能力，能够选择基本正确的工作、学习方法及步骤。
较高要求	（1）掌握仓储的作用、仓储在物流中的地位； （2）掌握智能仓库的布局，理解仓库的基本设施、用途和适用原则； （3）掌握智能仓储的入库、理货、堆存、保管、出库、装卸搬运等整个作业流程，熟悉仓库保管的操作方法、作业要求、管理方式，以及所需办理的手续； （4）掌握库存的含义和分类，理解仓库的功能及库存合理化的内容，掌握库存控制的方法； （5）掌握商品的养护方法与影响因素分析； （6）掌握配送的基本概念及配送业务在物流管理中的重要作用； （7）掌握配送作业过程中的基本操作流程，重点掌握配送中的订单处

	理、拣选作业、补货作业、配货作业、送货作业等； （8）掌握配送线路设计的方法、配送服务与配送成本的关系、配送线路的确定与配送车辆的安排等问题； （9）掌握方法能力，包括具有收集仓储与配送信息、运用仓储与配送理论知识和经验分析解决问题的能力，能够选择正确的工作、学习方法及步骤。
--	---

七、课程实施

（一）教学要求

《智能仓储与配送》课程是现代物流管理专业核心课程。该课程灵活运用多种教学方法，重视发挥学生的主观能动性，强调学生自主学习能力和创新能力的培养，激发学生的创新意识和独立思考能力。

该课程运用了讲授法、案例讨论法、视频资料观摩法、体验式教学法和项目教学法等方法，比较特色的方法有项目教学法和体验式教学法。

（1）体验式教学法

在教学过程中，通过案例、模拟场景等将学生置身于各种相关仓储与配送情景之中，为学生创造了丰富的情感体验，进而有效激发学生自主学习。

（2）项目教学法

设计了多个项目来组织实践教学活活动，使学生在做中学，学中做，充分挖掘学生的创造潜能，提高了学生的职业方法能力和职业社会能力。促进学生的有效学习。教师的组织方式变为教师团队或专家工作室，教学场所融实践与理论学习于一体。

在教学过程采用的教学手段为以下五点：

（1）示范演示

在老师示范任务操作后，由学生再进行操作，从而掌握业务知识要点。这种方法比较适合于出入库流程操作阶段的技能教学。

（2）小组研讨

给出工作任务中可能出现的情形，由学生根据所学知识，研究讨论出解决的方法。

（3）竞赛演练

以竞赛的形式完成项目任务，如方案设计、方案实操等，以提高学生学习积极性。竞赛主要包括个人与团队、单项与多项的任务比赛。

（4）作业训练

对专业理论知识的阶段性测试，主要以APP形式，在每次项目完成后进行。

（5）网络教学

结合本课程的精品在线开放课程资源，向学生介绍行业有关知识。同时此教学法也适用于作业上交、辅导答疑等。

（二）课程质量

本课程考核全面涵盖知识、技能、素养，考核方式采用过程性评价和结果性评价相结合，理论评价和实践评价相结合，单项能力评价和综合素质评价相结合，学生评价、教师评价和行业企业专家评价相结合的多维度、多主体评价形式。其中：结果性评价占50%，包括：

期末综合测试（40%）、项目方案设计和实施（10%）；过程性评价占50%，包括：考勤（5%）、线上测验（5%）、课后作业（20%）、课堂项目任务（20%）。

考核模块	考核项目	考核评价标准	权重 (%)
过程评价	考勤	缺勤一次扣1分，5分制，扣完为止	5
	线上测验	缺交一次扣1分，5分制，扣完为止	5
	课后作业	教师根据每次作业完成质量进行评分，最后以平均分作为该项成绩	20
	课堂项目任务	根据每次课堂项目任务完成质量，教师和学生共同进行评分（其中：教师评价占比70%，学生评价占比30%），最后以平均分作为该项成绩	20
结果评价	期末综合测试	笔试，采用百分制，重点考察学生对于重点知识的掌握和应用程度	50
合计			100

具体考核内容与权重		
模块	考核评价要点	权重（%）
单元一： 仓储与配送的基础 业务知识	1. 仓储与配送的发展现状与趋势（10%） 2. 仓储基础理论知识（30%） 3. 配送基础理论知识（30%） 4. 仓储与配送中心的基础设备与操作（30%）	20
单元二： 仓储规划设计	1. 仓库区域布局规划（40%） 2. 仓库作业区域规划（40%） 3. 仓库建筑设施规划（20%）	20
单元三： 仓储运作管理	1. 入库作业（30%） 2. 库存控制（20%） 3. 库存商品的养护和保管（10%） 4. 拣货与补货（40%） 5. 出库作业（10%）	40
单元四： 配送运作管理	1. 配货作业（10%） 2. 配送线路优化设计（节约里程法）（40%） 3. 车辆调度与日常管理操作（20%） 4. 车辆配装（30%）	20
合计		100

（三）教材编写要求与选用建议

教材编写与选用要落实课程思政要求并突出职业教育特点，教材内容要优先选择适应我国经济发展需要、技术先进、应用广泛、自主可控的工具和项目案例。教材设计要与高等职业教育专科的教学组织形式及教学方法相适应，突出理实一体、项目导向、任务驱动等有利于学生综合能力培养的教学模式。教材形式要落实职业教育改革要求，倡导开发新型活页式、工作手册式教材和新形态立体化教材。

（四）课程资源开发与学习环境

课程资源主要是指支持课程教学的数字化教学资源，学习环境主要是指教学设备设施，以及支持学生开展数字化学习的条件。

在课程资源方面，依据本课程标准，充分运用各种信息技术手段，开发数字化教学资源库，实现优质数字化课程资源的共建共享，提升教学效果。教师应通过互联网等途径广泛搜集与课程相关的数字化教学资源，积极参与和课程教学相关的资源建设。

在学习环境方面，学校应根据实际情况建设满足教学需要的信息技术教学机房和综合实训室等设施，配备数量合理、配置适当的技术设备，提供相应的软件和互联网访问带宽。有效利用在线学习平台，支持传统教学模式向混合学习、移动学习等信息化教学模式转型升级，引导学生进行数字化学习环境创设，开展自主学习、协作学习和探究学习。

（五）教师团队建设

教师要牢固树立良好的师德师风，符合教师专业标准要求，不仅具有比较深厚的物流理论功底，善于学习和掌握物流仓储与配送部分的最新成果，充分了解当前的物流现状、仓储、配送现状，而且能够有针对性地开展教育教学活动，具有强烈的结合社会教学的意识，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。

本课程的教学团队要求经常交流教学经验，探讨教学改革的有效方法。在教学团队建设中，要强化培训，尤其要加强对教师的职业教育教学能力培训。采取集中培训和个人钻研相结合，提高教师素质。不断完善教师科研和教学相促进的激励机制，形成有利于教师队伍良

性发展的长效机制。学校应重视教师队伍建设，优化师资队伍年龄、性别、职称与学历结构，增强智能仓储与配送课程教师队伍的整体实力和竞争力。应建立课程负责人制度，组建教师创新团队，积极开展各类教研活动，促进青年教师成长。要注重教师的双师素质培养，建立教师定期到企事业单位实践的制度，与时俱进地提升教师的技术水平和实践经验。以专任教师为主，开展校企合作，组建双师结构教学团队。鼓励和支持教师进行智能仓储与配送课程教学改革创新，使课程教学更好地适应学生全面发展和个性化发展的需要，满足经济社会发展需求。

（六）对实施本课程的建议

1. 本课程在教学过程中，应立足于加强学生实际动手能力的培养，采用校企合作、工学结合项目教学，以任务驱动型项目提高学生学习兴趣。

2. 本课程教学须充分利用学校和企业的两种资源，学校专职教师与企业兼职教师教学相结合，采用现代多媒体教学与企业现场实践教学相结合，注重学做结合，强化学生实践能力和岗位职业能力的提高。

3. 在教学过程中，要创设工作情境，强化实际操作训练，要紧密结合职业技能证书的考核，在操作训练中，使学生掌握仓储管理与作业的相关知识。

4. 在教学过程中，要尽可能采用多媒体教学、仿真平台、实训软件、实物教学、仓储企业现场教学模式。

5. 尽量采用小班化教学。

6. 学校专职教师应具有双师型工作能力，具有与课程内容相关的仓储作业与管理能力，从学生实际出发，因材施教，着力培养学生对本课程的学习兴趣，从而提高学生学习的主动性和积极性。

附录

一、智能仓储与配送课程教学设备设施配备要求

序号	设备名称	数量
1	电脑	120台
2	智能仓储与配送软件	1套
3	地牛	2台
4	RF手持设备	6台
5	电子标签	2套
6	货架	4组
7	托盘	若干

二、学习资源

1. 校级精品在线开放课程，

<https://www.xueyinonline.com/detail/200391972>。

2. 罗戈网（物流沙龙），<http://bbs.logclub.com>

3. 仓库社区，<https://www.iepgf.cn/forum.php>

三、相关标准

1. **【技术标准】** 本课程采用最新国家标准《数字化仓库基本要求》《仓储从业人员职业资质》《仓储服务质量要求》《物流设施设备的选用参数要求》《通用仓库及库区规划设计参数》。
2. **【安全要求】** 本课程实训应严格按照《企业安全生产管理规范》《高等职业学校物流管理专业实训教学设施建设标准》进行。



茂名职业技术学院

《电子商务基础实训（农产品方向）》 课程标准

编制人员：梁子成、胡颖林

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2022年8月3日

《电子商务基础实训（农产品方向）》课程标准

1. 学习领域课程定位

《电子商务基础实训（农产品方向）》是国际经济与贸易专业的实训课程。课程以茂名农产品流通为核心场景，依托“茂名墟”等线上线下平台，通过让学生实战操作农产品网店运营、社群推广、品牌内容创作及供应链协调等关键环节，深刻理解农产品电商化的业务流程与挑战。其目标是培养既懂数字营销技术又熟悉茂名农业产业现状的复合型人才，为学生未来投身农村电商创业或服务地方特色经济发展奠定坚实的实践基础。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，重点突出电子商务各种模式业务处理流程及电子商务安全的实战技能训练。使学生学习后，能够正确运用电子商务理论知识进行网上购物、网上支付、网上消费、网上贸易、网上服务等活动，明确电子商务应用中的安全。为今后学习相关专业课程打下良好的基础，同时更注重学生实际操作能力的培养和锻炼，为以后工作和网络创业做好准备。本课程同时致力于将思政教学改革纳入课程教学，教学过程中推进德智体美劳的融合教育。

本课程同时致力于将思政教学改革纳入课程教学，教学过程中推进德智体美劳的融合教育。

2. 课程学习目标

知识目标：掌握电子商务的基本模式：B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子商务以及这几种模式的代表性网络平台；懂得电子商务的标准、电子商务支付、网络营销等基础知识；理解电子商务的安全及风险；了解网络创业的相关知识。

能力目标：能够独立开设并管理农产品网店（淘宝、拼多多、抖音小店等），完成商品上架、详情页优化、关键词设置等基础操作；掌握茂名特色农产品（如荔枝、龙眼、三华李、罗非鱼等）的电商化包装策略，提升产品附加值；能够策划并执行农产品短视频营销（抖音、快手、视频号等），撰写符合茂名农产品特色的推广文案；具备农产品直播带货能力，包括话术设计、互动技巧、促单策略等，并能结合茂名荔枝节等地方活动开展直播助农；能够运用电商平台（如生意参谋、抖店后台）分析销售数据，优化运营策略；能结合茂名农产品市场特点，进行消费者画像分析，制定精准营销方案等。

素质目标：学生应具有较高的信息技术素质、对网络环境能敏锐体察；能用心尊重他人、不断激励自己；乐于团队合作、善于整合资源；善于表达沟通、用于企业实践、注重学以致用；及时适应环境变化、不断开拓创新。

根据《电子商务基础实训（农产品方向）》课程所面对的教学任务和职业能力要求，本课程的思政目标为：

1.制度自信：通过互联网的案例分享，学生能够理解电子商务的发展历程和巨大影响力，启发学生思考中国制度和环境下的经济发展原因和巨大潜力，思考其社会主义核心价值观和制度自信。

2.网络文明：通过反面案例分享，学生能够理解到互联网时代是一个信息爆炸的时代，诚然当代大学生利用互联网开拓了视野，获取了便利，但与此同时互联网也充斥着许多虚假信息，存在着泄露安全隐私等风险，通过相关案例的探讨有助于学生树立文明上网的意识，规范网络道德，在网上谨慎发言，注重个人隐私。

3.思辨能力：通过展示电子商务反向案例的对比分析，引发同学们思考为什么最初是为了让人们生活更加便利的互联网如今反倒给生活增添了诸多不便，引导学生去辩证地思考互联网精神背后的本质，有助于促进学生理性思考，勇于创新。

3. 课程总体设计

课程总体设计以服务茂名区域经济发展为宗旨，聚焦农产品电商全流程操作技能的培养。课程采用“基础模块+特色项目+实战演练”的三阶式架构，针对茂名荔枝、龙眼、罗非鱼等特色农产品设计专属实训内容，涵盖网店运营、视觉设计、营销推广、客户服务、物流管理等核心技能模块。本课程围绕个人和企业开展电子商务活动的具体内容，通过电子商务的操作和技能的一系列训练，使得学生能够做到理论联系实际，学以致用，加深对电子商务基础理论的认识，并深刻理解电子商务运作模式和交易流程，掌握电子商务应用的基本技术和技能。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。教学设计方便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。

本课程建议课时为 18 学时，学分为 1 分。

4. 学习情境具体设计

工作任务	学习情境	学习任务	参考课时
理解传统商务和电子商务，了解各种电子商务模式，了解电子商务标准，了解电子商务法律法规	学习情境一 电子商务概述	任务 1：理解传统商务与电子商务及各种电子商务模式	2
		任务 2：了解电子商务的优势和影响及电子商务相关法律法规	
		技能训练任务一：分析淘宝、阿里巴巴、慧聪、敦煌网、京东各属于那种模式的电子商务，利用搜索引擎等工具收集国内外关于电子商务的法律法规，并阅读	
了解电子货币、电子支付，掌握网上银行的使用，掌握网上第三方支付工具的使用	学习情境三 电子商务支付结算	任务 3：了解电子货币、电子支付	2
		任务 4：掌握网上银行的特点和优势	
		技能训练任务二：开通网上银行，并进行安全设置、网上银行查询、转账各种业务	
		任务 5：掌握第三方支付工具	
		技能训练任务三：申请支付宝或财付通账户，管理、查询支付宝，使用支付宝完成支付	
了解电子商务安全基本知识，理解信息加密技术、数字签名，掌握数字证书的使用方法	学习情境四 电子商务安全管理	任务 6：了解电子商务安全基本知识，理解信息加密、数字签名，掌握数字证书的使用	2
		技能训练任务四：申请电子邮件数字证书或银行数字证书，安装并使用数字证书	
了解网络营销	学习情境六	任务 7：掌握网络营销的特点和策略及网上市场	2

工作任务	学习情境	学习任务	参考课时
的特点,掌握网上市场调查的基本方法,掌握网络营销的工具,会对网络广告进行分析	网络营销实务	调查的基本方法	
		技能训练任务五: 设计一个茂名农产品消费状况的网络调查,利用中调网、百度、新浪博客等发布并开展调查	
		任务 8: 掌握网络广告的特点和类型	
		技能训练任务六: 分析搜狐、新浪等网站的各种网络广告,总结网络广告的类型、收费方式、广告效果	
了解网上开店的基本知识,掌握开通网上商店的方法和店铺装修,掌握网上交易的方法及网店管理的方法	学习情境七 建立个人网上商店	任务 9: 了解网上零售平台的基本知识,掌握淘宝网的经营模式	4
		技能训练任务七: 案例讨论: 柠檬清茶是怎样从夫妻网店成为员工上百人的网购公司	
		任务 10: 掌握网上交易和网店管理的方法	
		技能训练任务八: 在淘宝、拍拍等平台开通网店并对网店进行装饰,在淘宝网店开展一次网上购买和销售,对自己的网店商品进行上架、下架、价格修改、商品描述修改等操作	
了解工商企业电子商务、信息服务业等行业的电子商务	学习情境八 企业电子商务应用	任务 11: 掌握工商企业电子商务的运营模式	4
		技能训练任务九: 案例讨论: 海尔打造家电行业垂直门户网站	
		任务 12: 掌握网上商城的运营模式	
		技能训练任务十: 在京东商城进行一次网上购买,了解网上商城与淘宝的购物过程差异	
		任务 13: 了解信息服务企业电子商务	
了解移动商务基础知识,了解移动银行及移动办公,掌握移动网络银行的使用法	学习情境九 移动电子商务	任务 14: 了解移动电子商务基础知识,了解移动银行和移动办公	2
		技能训练任务十二: 案例分析: 工商银行的移动银行业务	
总学时			18

5. 考核与评价方式

- (1) 考试形式:期末由任课教师组织考核。
- (2) 成绩评定:形成性考核和终结性考核相结合。形成性考核包括平时上课情况和作业共占 40%,终结性考核指期末考核成绩占 60%。

6. 编制说明

本标准由茂名职业技术学院电商教研室开发
执笔:梁子成

审核：江静

时间：2022 年 8 月



茂名职业技术学院

《直播电商》课程标准

编制人员：陈伟霞、胡颖林

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2022年8月11日

《直播电商》课程标准

1. 学习领域课程定位

本课程深度融合“茂名墟”平台及荔枝、龙眼、三华李等特色农产品流通场景，通过“理论+实操+实战”一体化教学，系统培养学生直播策划、场景搭建、话术设计与流量运营等核心技能。课程与茂名农业龙头企业、电商产业园及“茂名墟”运营方紧密合作，组织学生分组入驻企业及产地直播间，深度参与“荔枝节线上墟”“龙眼丰收直播墟”等真实营销活动，实现“课堂即直播间、作业即销售业绩”的产教融合目标。通过孵化本土农产品直播团队、培育懂产品、通运营、知市场的“新农人”主播，有效赋能“茂名墟”农产品品牌推广与数字化渠道建设，为茂名农产品流通转型和数字经济发展提供人才支撑。

本课程同时致力于将思政教学改革纳入课程教学，教学过程中推进德智体美劳的融合教育。

2. 课程学习目标

通过本课程的学习，学生能在知识、能力和素质等各方面得到提升，具体达成目标如下：

（1）课程思政目标

课程在培养专业技能的同时，始终注重思政教育的有机融入，通过真实助农直播项目引导学生深刻理解乡村振兴战略的时代意义，在直播实践中培育服务三农的使命感和责任感。课程强调以诚信为本的职业操守，要求学生在直播营销中坚守产品质量底线，杜绝虚假宣传，用实际行动维护茂名农产品的品牌信誉。通过挖掘荔枝文化、农耕传统等地方特色资源，帮助学生树立文化自信，在直播中讲好茂名故事。同时鼓励学生发扬创新精神，探索“直播+文旅”等新模式，为地方经济发展贡献青春力量，实现专业技能培养与价值观塑造的同频共振。

（2）专业知识目标

使学生了解直播电商的相关基础理论知识；熟悉直播前期各环节准备工作；掌握直播前的引流技巧；掌握直播间操作基本技能；熟悉直播后的复盘方法。

（2）职业能力目标

培养学生具有较强的口头与书面表达能力；具有较强的人际沟通、公关协调能力；具有较强的团队协作能力；具有较强的抗压、自我调节能力；具有直播间脚本写作基础能力；具有新媒体内容运营能力；具有新媒体活动策划推广能力；具有主流新媒体工具推广及运营能力。

（3）职业素养目标

培养学生具有良好的思想品德、行为规范、遵纪守法和职业道德意识；具有勇于创新、吃苦耐劳、乐于奉献、爱岗敬业的精神和严谨的工作作风；具有良好的诚信品质、责任意识、公平竞争意识和健康的身心素质。

3. 课程总体设计

本课程主要用来培养掌握直播电商技巧的高级技能人才，培养具有丰富的视野和扎实的知识基础，掌握直播电商的相关技术，具有较强的实践能力和创新精神，具备较强的语言表达、文案写作能力、直播平台运营及直播间设备操作技能的直播电商人员。课程的整体设计紧密围绕茂名地方经济发展需求，以农产品电商直播为核心，构建理论与实践深度融合的教学体系。课程内容涵盖直播策划、场景搭建、话术设计、流量运营等关键技能模块，特别针对荔枝、龙眼、三华李等特色农产品设计专项实训单元，确保学生掌握符合地方产业特点的直播电商技能。

具体学习内容包括：直播电商的平台选择、团队构建、主播打造、策划与筹备、商品规划，直播前的引流预告，直播电商的话术设计、直播间的氛围管理方法、直播间的商品介绍、直播间的促销设计、直播间的用户管理，直播结束后的复盘方法。

在教学的组织中，充分考虑基于工作过程的教学方法，注重实践教学方法的运用，通过设定不同的工作任务，引导学生完成对知识的学习和掌握，提高管理直播电商的操作能力。

学习情境具体设计

教学项目	学习情境	工作任务	学时
直播电商概述	内容营销新时代	1、初识直播电商	2
		2、直播平台的主要类型	
直播电商方案策划	构建清晰的直播电商思路	1、直播电商活动的基本流程	4
		2、直播电商活动流程策划	
		3、直播活动脚本策划	
人员配置	组建高效直播团队	1、直播团队组织架构	4
		2、直播团队的组建	
		3、主播人设打造策略	
		4、商家直播选择主播的策略	
		5、主播助理的培养	
直播术语	提升直播间营销力	1、直播电商术语设计	4
		2、直播电商方法论	
		3、直播间商品讲解要点拆解	
		4、直播间商品“四步营销法”	
直播间设计	营造一流直播视觉效果	1、直播设备的配置	2
		2、直播间的布置	
		3、直播间的灯光布置	
商品选择与规划	提高订单转化率	1、直播选品的策略	6
		2、直播商品定价策略	
		3、直播商品结构策划	
		4、直播间商品陈列	
		5、直播间商品的精细化配置与管理	
引流互动	汇聚人气引爆直播间气氛	1、做好直播前预热	7
		2、设置夺人眼球的直播标题	

		3、打造优质直播封面图	
		4 调动直播间人气“五步法”	
		5、互动玩法提升直播 5 间氛围	
		6、开展平台内付费推广	
		7、做好粉丝运营	
数据分析	数据复盘，直播优化	1、直播间数据分析基本思路	2
		2、直播间数分析常用指标	
淘宝直播	引领直播带货爆发式增长	1、淘宝直播认知	4
		2、淘宝直播运营实操	
		3、淘宝直播案例深度解析	
抖音直播	内容种草，聚焦潮流生活	1、抖音直播认知	4
		2、抖音直播实操	
		3、抖音直播电商案例深度解析	
快手直播	强信任关系打造商业闭环	1、快手平台认知	4
		2、快手直播实操	
		3、快手直播电商案例深度解析	
腾讯直播	交圈扩散，打造私域流量池	1、腾讯直播认知	2
		2、腾讯直播实操	
		3、腾讯直播电商案例深度解析	
总学时			45

5. 考核与评价方式

（1）考核形式：期末考查（课程大作业）。

（2）成绩评定：形成性考核和终结性考核相结合。形成性考核占 40%（课堂出勤 15%，课堂参与 10%，课后作业 15%），终结性考核指期末考查占 60%（课程大作业）。

6. 编制说明

本标准由茂名职业技术学院电商教研室开发

执笔：陈伟霞

审核：张耿锋

时间：2022 年 8 月



茂名职业技术学院

《网店运营》课程标准

编制人员：谭凤雨、谢积贵

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2023年8月8日

编制说明

一、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，全面贯彻习近平总书记关于教育的重要论述和指示批示精神，落实立德树人根本任务，助力制造业当家战略，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养“价值观+知识+技能+创新”型高素质劳动者和复合型技术技能人才。

二、编制依据

网店运营课程标准是以《国家职业教育改革实施方案》《关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》等文件为指导，依据教育部发布的《职业教育专业简介》（2022年修订）《高等职业学校电子商务专业教学标准》《高等职业学校电子商务专业实训教学设施建设标准》，按照《茂名职业技术学院电子商务专业人才培养方案》要求进行编制。本课程标准适用于全日制二年制、三年制高职专业。

三、编委会成员

标准由茂名职业技术学院、广东华畅文化传媒有限公司、广州万讯文化有限公司等企业合作制订，并组织专家进行审核。

《网店运营》课程标准

一、基本信息

课程名称：网店运营 学时：60 学分：3.5

适用专业：电子商务

先修课程：《管理学基础》、《商品实务》等

后续课程：《商务数据分析与应用》、《图形美工设计》、《网络运营岗位实践（农产品方向）》等

合作企业：广东华畅文化传媒有限公司、广州万讯文化有限公司

制定人：谭凤雨 批准人：张耿锋、陈浩、谢积贵

二、课程性质与任务

（一）课程性质

本课程是一门以推动茂名农产品数字化流通为核心目标的实战运营课程。课程聚焦区域特色农业产业，要求学生以茂名荔枝、龙眼等特色农产品为运营对象，通过在真实电商平台完成网店搭建、产品上架、推广销售及客户服务全流程任务，掌握农产品电商运营的核心技能。其性质在于培养学生利用数字化工具解决农产品销售实际问题的能力，深刻理解茂名农业产业发展现状与电商化机遇，是一门衔接课堂知识与乡村振兴实践的重要实践课。本课程与前修课程《管理学基础》、《商品实务》等相衔接，培养学生将理论知识融到电子商务理论能力；与后继课

程《商务数据分析与应用》、《图形美工设计》、《网络运营岗位实践（农产品方向）》等相衔接，共同培养学生电子商务实操能力。

（二）课程任务

本课程的核心任务，是引导学生以茂名特色农产品（如荔枝、龙眼、三华李等）为运营对象，依托真实电商平台，完整实践网店申请与搭建、产品拍摄与上架、详情页策划、促销活动设计、社交媒体内容推广、订单处理与客户服务等全链路运营流程。学生需重点探索解决茂名农产品线上流通的实际问题，最终通过数据分析优化策略，并撰写运营实战报告，全面提升农产品电商运营的实战能力与创新思维。本课程同时致力于将思政教学改革纳入课程教学，教学过程中推进德智体美劳的融合教育。

三、课程核心素养与目标

（一）课程核心素养

课程核心素养是课程育人价值的集中体现，是学生通过课程学习与实践所掌握的相关知识和技能，以及逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。网店运营核心素养主要包括以下三个方面：

（1）沟通协调能力。作为电商从业人员，不仅需要做好自己的分内工作，还需要和公司其他人员及跨部门进行高效的沟通和协调，为企业打造质的电商解决方案。沟通协调能力是电子商务专业者必备的素养之一，需要能够清晰地表达自己的想法和意见，并能够听取他人的建议和意见，根据实际情况做出科学决策。

(2) 创新思维能力；在电商行业中，消费者非常注重体验，电公司需要不断迭代和优化自己的服务和产品才能满足消费者的需求。因此电商从业者需要更高的创新思维能力，才能迅速发现市场机会和问题，有针对性的提出适合的解决方案。

(3) 学习能力；电商行业更新换代异常快速，需要不断学习新知识和技能，才能紧跟时代发展，保持竞争力。电子商务从业者需要不断学习行业相关知识，掌握电商技巧和工具，不断提升自己，不停地探求和研究新的商业模式和运营方案，以优化自己的工作和服务。

(二) 课程目标

知识目标：

- 1、通过本课程学习，学生掌握电子商务的基本模式
- 2、通过本课程学习，学生掌握电子商务的标准、电子商务支付、网络营销等基础知识
- 3、通过本课程学习，学生掌握电子商务的安全及风险
- 4、通过本课程学习，学生掌握网络创业的相关知识

能力目标：

- 1、能够熟练使用互联网及一些常用工具
- 2、能够熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具
- 3、能够使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店管理运营

- 4、能够熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销

素养目标:

- 1、较高的信息技术素质、对网络环境能敏锐体察
- 2、用心尊重他人、不断激励自己
- 3、乐于团队合作、善于整合资源
- 4、善于表达沟通、勇于企业实践、注重学以致用
- 5、及时适应环境变化、不断开拓创新
- 6、创新思维能力
- 7、自主学习的能力

四、课程结构

(一)课程模块

本课程共一个“知识+技能”模块，分为网上开店前期筹划、网店开设与货源选择、网店商品发布、店铺装修、网店日常运营管理、网店客服管理、网店物流管理、网店推广与营销，以及网店运营数据分析九个项目。每个项目均提出了明确的知识目标和技能目标，同时配有电商

相关领域的拓展知识，以帮助学生明确学习目标、了解学习背景、提高学习效果。

学时安排

模块	教学内容	建议学时
“知识+技能”模块	网上开店前期筹划 1、知识储备 2、网店定位 3、筹备网店的软硬件	6
	网店开设与货源选择 1、知识储备 2、开设个人网店 3、寻找货源	6
	网店商品发布 1、知识储备 2、发布商品 3、设置商品标题、分类与运费模板	8
	店铺装修 1、知识储备 2、装修个人网店 3、制作店铺主要模块	6
	网店日常运营管理 1、知识储备 2、商品展示管理 3、设置千牛工作台 4、订单管理	6
	网店客服管理 1、知识储备 2、网店客服服务	6
	网店物流管理	

	1、知识储备 2、商品仓储管理 3、商品发货管理	6
	网店推广与营销 1、知识储备 2、站内推广 3、站外推广	8
	网店运营数据分析 1、知识储备 2、使用“生意参谋”进行数据分析 3、使用Excel进行数据分析	8

五、课程内容

（一）“知识+技能”模块

1. 网上开店前期筹划

【内容要求】：

- （1）了解网上开店的定义和优势
- （2）熟悉网上开店的模式
- （3）掌握网店运营流程
- （4）掌握网店的定位方法
- （5）熟知网上开店所需的软硬件

【教学提示】：应更多地运用情景模拟教学法，按照“学生主体、教师主导”的要求，让学生有更多的实践机会，使学生的主体地位得到充分体现。教师要成为学生学习活动的引导者，成为学生学习的参与者，师生合作学习，共同进步。

2. 网店开设与货源选择

【内容要求】：

- (1) 熟悉个人网店的开设流程
- (2) 了解网店线下进货的货源渠道
- (3) 了解网店线上进货的货源渠道
- (4) 掌握在批发市场选货的策略
- (5) 掌握在1688批发网选货的策略

【教学提示】：在教学中，教师应鼓励学生主动参与活动并获取积极的体验，主动提出解决问题的途径；鼓励学生进行自由讨论、交流，赞扬学生一些独特看法，使学生真切感受到学习的快乐，激发学生学习的自主性。

3. 网店商品发布

【内容要求】：

- (1) 掌握商品发布的具体操作
- (2) 掌握商品标题的设置技巧
- (3) 掌握商品的分类方法
- (4) 掌握运费模板的设置方法

【教学提示】：教学中，应要求学生多动手进行操作，让他们在练习中体会、理解，在练习中总结，反思，从而扎实掌握所学知识；教师应采用多种课堂教学组织形式，为学生创造提供了合作交流的空间，同时还必须给学生的自主学习提供充足的时间，让学生有宽松、和谐的学习环境。

4. 店铺装修

【内容要求】：

- (1) 了解店铺装修的基本流程
- (2) 了解店铺的风格管理
- (3) 了解店铺的布局设计
- (4) 掌握店铺装修的操作方法
- (5) 掌握店铺主要模块的制作方法

【教学提示】：教学中，应要求学生多动手进行操作，从而扎实掌握所学知识；鼓励学生进行自由讨论、交流，赞扬学生一些独特看法，使学生真切感受学习的快乐，激发学生学习的自主性。

5. 网店日常运营管理

【内容要求】：

- (1) 掌握商品的上下架、编辑和删除的方法
- (2) 掌握千牛工作台的基本设置方法
- (3) 掌握管理交易订单的方法

【教学提示】：教学中，应要求学生多动手进行操作，从而扎实掌握所学知识；在教学中，教师要将学生作为教学的主体，时刻关注学生各方面的变化，引导学生从被动学习转为自主学习和思考，从而提高学习的积极性和主动性。

6. 网店客服管理

【内容要求】：

- (1) 了解网店客服的含义与作用
- (2) 了解网店客服的分类与工作流程
- (3) 了解网店客服必备的操作技能
- (4) 掌握客服售前服务技能和工作技巧
- (5) 掌握客服售中服务技能和工作技巧
- (6) 掌握客服售后服务技能和工作技巧

【教学提示】：教学中，教师应多鼓励学生主动参与活动并获取积极的体验，并能主动提出解决问题的途径，教师要努力成为学生学习的组织者、参与者、帮助者、引导者和促进者。

7. 网店物流管理

【内容要求】：

- (1) 掌握常见商品的打包方法
- (2) 掌握网店商品的仓储管理方法
- (3) 掌握网店商品的发货管理方法

【教学提示】：教学中，教师应多设置一些学生动手操作的环节，鼓励学生多练，并引导学生在练习中体会、理解，在练习中总结、反思。

8. 网店推广与营销

【内容要求】：

- (1) 了解常用的淘宝营销工具，并掌握店铺优惠券的使用方法

- (2) 了解商品搜索排名的权重，并掌握淘宝SEO
- (3) 掌握淘宝客和直通车的使用方法
- (4) 了解常用的网络营销方法，并掌握利用微博、微信和QQ推广网店的方法

【教学提示】：教学中，采用个别学习，小组合作、全班交流等多种课堂教学组织形式，积极地为学生提供合作交流的空间与时间，鼓励学生自主学习。

9. 网店运营数据分析

【内容要求】：

- (1) 了解网店运营数据分析的流程
- (2) 熟悉网店运营需要分析的核心数据
- (3) 掌握分析各类数据的方法
- (4) 掌握使用“生意参谋”分析数据的方法
- (5) 掌握使用Excel分析数据的方法

【教学提示】：教学中，教师应抓准每一个学生的“困难点”，制定出科学合理的教学计划，并用足够的爱心和耐心，帮助学生树立自信心，培养学习兴趣。

六、学业质量

(一) 学业质量内涵

课程内容的选择是电子商务运营为依据，以工作任务为中心组织课程内容，并让学生在完成具体任务的过程中构建相关理论与实践知识，锻炼技能，发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，理论与实践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，并融合了相关职业技能证书对知识、技能和态度的要求。

（二）学业质量水平

高等职业教育专科网店运营课程学业质量水平分为一般要求和较高要求两级，具体表述见下表。

水平等级	具体质量描述
一般要求	掌握网店运营基本知识和基本技能，对新一代电子商务发展与应用有一定的了解，能使用相关工具软件完成简单的商务任务。
较高要求	在一般要求的基础上，进一步掌握技能模块的知识技能，能用电子商务技能较好地支持专业学习，对于电子商务在本专业领域的应用有比较深入的理解和熟练的操作。

七、课程实施

（一）教学要求

《网店运营》课程是电子商务专业的专业核心课程，在教学过程采用的教学方法为以下点：

（1）案例分析教学法

案例分析是电子商务教学的重要形式，主要的教学内容包括网上开店前期筹划、网店开设与货源选择、网店商品发布、店铺装修、网店日常运营管理、网店客服管理、网店物流管理等。在课堂上，要注重将理论结合实际，形成生动的讲解。可以通过实际案例的讲解，让学生更真实地感受到数据分析的魅力，培养学生的实践能力。

(2) 任务驱动教学法

所谓“任务驱动”就是在学习的过程中，学生在教师的帮助下，紧紧围绕一个共同的任务活动中心，在强烈的问题动机的驱动下，通过对学习资源的积极主动应用，进行自主探索和互动协作的学习，并在完成既定任务的同时，引导学生产生一种学习实践活动的兴趣。比如，“网店运营数据分析”这部分教学主要涉及数据采集与处理方案的内容、制定数据采集与处理方案的阶段与步骤等方面的内容。这些内容都是理论上的论述，虽然理解上不会有太大的障碍，但学生容易感觉枯燥乏味。对于这种理论性强，但学生容易理解的内容就非常适用于采用任务驱动教学法。

(3) 实践教学法

实践教学是培养学生电商实践能力的重要手段。实践教学可以分为线上实践和线下实践。线上实践主要是让学生实际操作一些常用的电商平台，例如淘宝、京东等，并且要求学生自己开设小店，提供一些具有竞争力的产品进行销售，从中学习商务数据分析技巧。线下实践主要是组织学生参加一些电商比赛或者活动，让学生在实际比赛中学习和掌握商务数据分析技巧，提高学生的组织协调能力和团队合作精神。

在教学过程采用的教学手段为以下几点：

(1) 多媒体教学设备。

(2) 专业教学案例。

(3) 专业实训室。

(二) 课程质量

本课程教学评价采用过程性评价与结果性评价相结合，理论考试与实践考核相结合，理论考试重点考核与实践能力紧密相关的知识，重点评价学生的职业能力。过程性考核包括平时上课情况和作业共占50%，结果性考核指期末考试成绩占50%。

考核形式：期末统一考试。

(三) 教材编写要求与选用建议

该课程教材应选用注重教材内容与培养目标相适应，并根据课程特色及教学目标，符合教学大纲要求和职业岗位群的要求，以职业活动为导向，以项目任务为载体，以毕业生的潜在就业群为对象，融“教、学、做、练”为一体，能紧密结合市场实际的创新教材。

(四) 课程资源开发与学习环境

多媒体的教学平台，可利用视频和教学PPT进行教学。并安装配备电子商务模拟实训软件，考证软件的计算机实训室。学生不仅可以利用模拟软件进行实训还可以直接访问互联网来查找资料 and 进行网上实战。

(五) 教师团队建设

任课教师应有本科以上学历，具有“双师”结构特点。教学团队应以中青年教师为骨干，知识结构、年龄结构合理，学术水平较高，学术思想活跃的专业师资队伍。

(六) 对实施本课程的建议

高等职业教育专科学校要落实国家关于教育电子商务技能的最新要求，加快实现电子商务应用水平和师生电子商务素养普遍提高的发展目

标。学校要重视落实本课程标准，关注学生电子商务素养的发展水平，开展学业质量水平测试，对课程教学效果开展监测，确保实现人才培养目标。

学校要为网店运营课程教学提供必要的设备设施，保障基本教学条件，满足本课程标准的实施要求，支持学生开展数字化学习。学校应结合本地区产业发展和专业教学的需要，立足学生实际，打造精品课程。学校可依据各专业的特点，将电子商务运营应用到专业实际教学，支持高水平、有特色的高素质技术技能人才培养。

附录

一、网店运营课程教学设备设施配备要求

序号	设备名称	数量
1	学生用计算机	每工位1台
2	教师用计算机	≥1 台（套）
3	教学投影显示设备	≥1 台（套）
4	软件配置	根据教学需要选用
5	网络连接	

二、学习资源

1. 超星学习平台。
2. 电子商务教学资源库。



茂名职业技术学院

《网络推广岗位实践（农产品方向）》 课程标准

编制人员：谢家灏、谢积贵

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2023年8月6日

编制说明

一、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，全面贯彻习近平总书记关于教育的重要论述和指示批示精神，落实立德树人根本任务，助力制造业当家战略，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养“价值观+知识+技能+创新”型高素质劳动者和复合型技术技能人才。

二、编制依据

《网络推广岗位实践（农产品方向）》课程标准是以《国家职业教育改革实施方案》《关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》等文件为指导，依据教育部发布的《职业教育专业简介》（2022年修订）《高等职业学校电子商务专业教学标准》《高等职业学校电子商务专业实训教学设施建设标准》，按照《茂名职业技术学院电子商务专业人才培养方案》要求进行编制。

本课程标准适用于全日制三年制高职专业。

三、编委会成员

标准由茂名职业技术学院、广东华畅文化传媒有限公司、广州万讯文化有限公司等企业合作制订，并组织专家进行审核。

《网络推广岗位实践（农产品方向）》 课程标准

一、基本信息

课程名称：网络推广岗位实践（农产品方向） 学时：16 学分：1

适用专业：电子商务

先修课程：网络推广技术

后续课程：网络营销策划

开课单位：经济管理系

合作企业：广东华畅文化传媒有限公司、广州万讯文化有限公司

制定人：谢家灏 批准人：张耿锋、陈浩、谢积贵

二、课程性质与任务

（一）课程性质

本课程主要适用于高职高专电子商务专业，是一门专业实训课程。本课程紧密对接农产品网络推广岗位的真实工作场景，深度融合“茂名墟”平台及荔枝、龙眼、化橘红等特色农产品的流通需求，将岗位技能训练与产业痛点解决有机结合——既系统训练短视频创作、直播带货、SEO/SEM优化、社群运营等核心技能，又聚焦茂名农产品“高新鲜度要求、地域品牌认知不足”等流通难点，设计突出“产地直发”“茂名墟品控”的内容策略和短保鲜期产品的预售推广实战。课程依托真实推广项目（如运营“茂名墟”合作社账号、策划线上丰收节直播），使学生掌握农产品电商推广全流程技能，同步助力“茂名

墟”区域品牌曝光与产销对接，是培养农产品电商推广专才、服务茂名农业数字化营销升级的一体化实战课程。

（二）课程任务

本课程针对茂名农产品网店的销售，介绍了如何使用各种工具宣传推广自己的网店及各种推广策略方法的使用。主要内容包括淘宝推广前的准备、店内优化推广留住顾客、利用淘宝免费资源来推广网店、制订网店促销策略让买家蜂拥而至、手机淘宝无线推广、用微淘轻松实现交易量翻番、玩微信也能推广淘宝店铺、直通车推广打造爆款带动全店营销、利用淘宝客为你推广店铺、吸引优质流量的神器淘金币、钻石展位引爆店铺销量狂潮、免费试用让店铺流量涨不停、聚划算引发团购狂潮、精选天天特价商品享疯狂促销、在淘宝店铺外进行推广的技巧、优化与买家沟通的过程，提高商品的销售率。

三、课程核心素养与目标

（一）课程核心素养

课程核心素养是课程育人价值的集中体现，是学生通过课程学习与实践所掌握的相关知识和技能，以及逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。网络推广岗位实践（农产品方向）核心素养主要包括以下三个方面：

- （1）文案写作能力；
- （2）活动策划能力；
- （3）创新创业能力。

（二）课程目标

知识目标：

1、通过本课程学习，学生了解各类电商平台的入驻条件，熟悉农产品上架规则，掌握网店流量的搜索引擎规律；

2、通过本课程学习，学生了解社交推广的基本要素，熟悉电商直播的基本流程，掌握网络综合推广的基本途径；

3、通过本课程学习，学生了解农产品商务数据基本指标，熟悉农产品客户的基本特质；掌握农产品促销的基本流程。

能力目标：

1、能规范完成电商平台的注册、入驻及农产品上架工作，利用电商乡村创业；

2、能有灵活利用各类推广途径，化解疫情期间农产品的滞销危机；

3、能有效运用各类网店经营技能，维持网店的日常运营，获得稳定收入。

素养目标：

1、培养学生获得“规范经营、诚实守信”的职业规则；

2、拓展他们“创新灵活、危机应变、系统规划”的职业思维；

3、培养他们“团结协作、精益求精、爱岗敬业”的职业精神。

四、课程结构

（一）课程模块

本课程分为三大模块，分别为SEO优化模块、SEM推广模块和信息流推广模块。

(二) 学时安排

模块	教学内容	建议学时
网络推广岗位实践	1. 淘宝店铺日常推广和维护	6
	2. 淘宝店铺基本活动策划与参加	4
	3. 内容营销	4
	4. 数据分析	2

五、课程内容

(一) 网络推广岗位实践

1. 淘宝店铺日常推广和维护

【内容要求】：

- (1) 提升自然搜索排名；
- (2) 新品快速破零；
- (3) 掌握直通车推广；
- (4) 掌握钻展推广。

【教学提示】：

通过店铺装修优化、店铺产品优化、提升客服服务质量来提升店铺自然搜索排名；通过付费的直通车、淘宝客、钻展来实现店铺的退关；通过微博微信等来实现产品的站外推广。

2. 淘宝店铺基本活动策划与参加

【内容要求】：

- (1) 掌握满减、优惠券的设置；
- (2) 掌握限时特价；
- (3) 掌握搭配套餐；
- (4) 掌握自定义活动设置。

【教学提示】：

针对店铺的商品设置适合的店铺基本活动，如满减、优惠券、限时特价、搭配套餐；对于店铺的购买者设置不用的会员优惠；在节日或者特殊时期针对店铺策划执行相应的活动，吸引顾客，达到推广目的。

3. 内容营销

【内容要求】：

- (1) 了解微淘使用技巧；
- (2) 掌握并实施淘宝直播；
- (3) 能够使用淘宝达人、淘宝群等工具方法进行推广；
- (4) 培养学生树立遵守平台规则、公平竞争的推广观念。

【教学提示】：

通过微淘、淘宝直播、淘宝达人、淘宝群、问大家等营销策略，发布和店铺相关的新品、促销或者其他信息，增加店铺粉丝的粘性，提升店铺的销量以及转化率。

4. 数据分析

【内容要求】：

- (1) 掌握生意参谋；
- (2) 掌握阿里指数；
- (3) 掌握百度指数；
- (4) 能根据数据分析，完成推广策略优化。

【教学提示】：

分析生意参谋中的客户行为、访问数据、市场动态，进行店铺问题诊断，分析曝光、点击、成交等数据，针对性的诊断并提出解决方案，帮助提升你的店铺效果，通过一些真实店铺的数据分析，指导学生掌握店铺数据分析的能力。

六、学业质量

(一) 学业质量内涵

网络推广岗位实践（农产品方向）主要培养学生进行农产品推广销售的能力，学习如何使用各种工具宣传推广网店农产品及各种推广策略方法的使用，并指导学生将所学知识和方法应用于企业的

实践活动中，使学生掌握企业推广岗位所需要的专业技能，提高学生日后走向工作岗位所需的综合性职业素质。

(二) 学业质量水平

水平等级	具体质量描述
一般要求	了解搜索引擎排序机制，能够提升自然搜索排名；掌握SEO和SEM推广优化方法；能够按照需求和预算完成站内和站外推广任务；能够搭建直播间并实施直播。
较高要求	具备根据需求进行推广活动策划的能力；能够根据数据分析，对推广策略进行优化调整；能够通过淘宝直播达到预期销售目标；具备从事网络推广岗位的能力。

七、课程实施

(一) 教学要求

《网络推广岗位实践（农产品方向）》课程是电子商务专业的核心课程，主要培养学生进行农产品推广销售的能力，学习如何使用各种工具宣传推广网店农产品及各种推广策略方法的使用。

在教学过程采用的教学方法主要为以下两点：

(1) 任务驱动教学法

以课程知识为核心，紧紧围绕一个共同的任务中心，在驱动任务进行的过程中，通过对课程学习资源的积极主动应用，进行自主探索实践和互动协作的学习，并在完成既定任务的同时，引导学生产生一种学习实践活动。

(2) 网络教学延伸教学法

通过学习通等平台提供教学课件、案例、视频等拓展学习资料，帮助学生课后巩固知识点。

在教学过程采用的教学手段主要为以下三点：

- (1) 实训任务书。
- (2) 电子演示文稿。
- (3) 学习通平台。

(二) 课程质量

课程质量是影响高校教育教学质量持续提升的首要因素，在课程质量保障、教学改革创新、教师能力发展与学生学习支持四个方面形成合力，是提升课程教学质量最关键的因素。

(1) 考试形式：实训报告。

(2) 成绩评定：形成性考核和终结性考核相结合。形成性考核指实训表现占30%，终结性考核指实训报告成绩占70%。

(三) 教材编写要求与选用建议

教材编写要落实课程思政要求并突出职业教育特点，教材内容要优先选择适应我国经济发展需要、技术先进、应用广泛、自主可控的软硬件平台、工具和项目案例。教材设计要与高等职业教育专科的教学组织形式及教学方法相适应，突出理实一体、项目导向、任务驱动等有利于学生综合能力培养的教学模式。教材形式要落实职业教育改革要求，倡导开发新型活页式、工作手册式教材和新形态立体化教材。教材应充分体现培养学生的职业能力，以“教、学、做”为一体组织课程内容，注重理论与实践相结合、教材内容与行业标准要求相结合，强调理论在实践过程中的应用。

(四) 课程资源开发与学习环境

课程资源主要是指支持课程教学的数字化教学资源，学习环境主要是指教学设备设施，以及支持学生开展数字化学习的条件。在课程资源方面，有条件的学校可依据本课程标准，充分运用各种技术手段，开发网络推广岗位实践课程数字化教学资源库，实现优质数字化课程资源的共建共享，提升高等职业教育专科网络推广岗位实践课程的教学效果。教师应通过互联网等途径广泛搜集与网络推广岗位实践课程相关的数字化教学资源，积极参与和课程教学相关的资源建设。

在学习环境方面，学校要根据实际情况建设满足教学需要的教学机房和综合实训室等设施，配备数量合理、配置适当的设备，提供相应的软件和互联网访问带宽。有条件的地区及学校应选配综合实训设备，为拓展模块的教学创造条件。学校要建设并有效利用在线学习平台，支持传统教学模式向混合学习、移动学习等信息化教学模式转型升级，引导学生进行数字化学习环境创设，开展自主学习、协作学习和探究学习。

(五) 教师团队建设

高等职业教育专科教师要牢固树立良好的师德师风，符合教师专业标准要求，具有一定的实践经验和良好的课程教学能力。教师的数量应按照国家有关标准配备。

学校应重视网络推广岗位实践课程教师队伍建设，优化师资队伍年龄、性别、职称与学历结构，增强网络推广岗位实践课程教师队伍的整体实力和竞争力。应建立课程负责人制度，组建教师创新团队，积极组织开展各类教研活动，促进青年教师成长。要注重网络推广岗位实践课程教师的双师素质培养，建立教师定期到企事业单位实践的制度，与时俱进地提升教师的技术水平和实践经验。以专任教师为主，开展校企合作，组建双师结构教学团队。鼓励和支持教师进行网络推广岗位实践课程教学改革创新，使课程教学更好地适应学生全面发展和个性化发展的需要，满足经济社会发展需求。

(六)对实施本课程的建议

高等职业教育专科学校要落实国家关于教育信息化的最新要求，加快实现信息化应用水平和师生信息素养普遍提高的发展目标。学校要重视落实本课程标准，开展学业质量水平测试，对课程教学效果开展监测，确保实现人才培养目标。

学校要为网络推广岗位实践课程教学提供必要的设备设施，保障基本教学条件，满足本课程标准的实施要求，支持学生开展数字化学习。学校应结合本地区产业发展和专业教学的需要，立足学生实际，精选拓展模块内容，打造网络推广岗位实践精品课程。学校可依据各专业的特点，将本门课程应用到专业实际教学，支持高水平、有特色的高素质技能人才培养。

附录

一、网络推广岗位实践（农产品方向）课程教学设备设施配备要求

序号	设备名称	数量
1	教师电脑	1
2	麦克风	1
3	投影仪	1
4	黑板	1
5	学生电脑	保证上课时每工位1台

二、学习资源

1. 实训任务书。
2. 电子演示文稿。
3. 学习通平台《网络推广岗位实践（农产品方向）》课程资源。



茂名职业技术学院

《网络营销实训（农产品方向）》 课程标准

编制人员：高翔、谢积贵

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2022年8月8日

《网络营销实训》课程标准

1. 学习领域课程定位

本课程是电子商务专业的主干课程，定位为服务区域数字经济与农业产业融合发展的实践型课程，聚焦“茂名墟”及荔枝、龙眼等特色农产品的数字化流通与营销需求。课程以“技能实战化、服务本土化”为理念，构建“平台运营+内容创作+数据分析”三位一体教学体系，重点培养农产品电商运营、新媒体推广、用户增长等数字化流通核心能力。通过对接茂名农业龙头企业，将“荔枝节线上推广”“区域流通品牌打造”等真实项目融入教学，实现“教学-企业直播间同步、作业-流通业绩挂钩”的深度融合，为茂名农产品电商流通转型培养既懂数字营销技术、又熟悉本土三农的复合型人才。

2. 课程学习目标

（一）总体目标

《网络营销实训》课程旨在培养学生掌握农产品数字化营销的全链路核心技能，重点提升三大专业能力：一是农产品电商平台运营能力，包括淘宝、拼多多等主流平台的店铺搭建与推广技巧；二是新媒体内容创作与传播能力，涵盖短视频制作、直播话术设计等数字营销技能；三是农产品用户增长与数据分析能力，能够运用数字化工具优化营销策略。通过参与茂名荔枝、龙眼等特色农产品的真实网络营销项目，使学生既掌握现代网络营销技术，又深入理解地方农业产业特性，最终培养出能胜任农产品品牌打造、电商运营、数字推广等岗位需求的复合型网络营销人才，为茂名农产品电商化发展提供专业人才支撑。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）理解网络营销的基本概念、分类、商业模式，掌握网络营销业务流程，了解网络营销在信息时代的重要地位、应用范围和发展前景、国内外网络营销的发展现状及趋势，以及网络营销的发展对企业经营和社会发展的影响。

（2）了解网上消费者的特点及购买行为，理解网络营销的概念、特点和分类，掌握网络营销手段、策略，了解网络广告的类型和特点，掌握网上市场调研的方法、步骤。

（3）理解物流概念、现代物流模式、供应链管理、网络营销与物流等内容，了解物流的发展

（4）理解并掌握目前网络营销支付与安全中存在的主要问题及相应的安全措施，了解电子支付工具种类、加密技术、数字证书、防火墙工作的原理。

（5）了解网络营销网站的基本架构、网络营销网站内容与功能设计、网络营销网站管理等相关知识。了解国内外典型网络营销网站，熟悉它们的经营状况、业务流程、商业模式，能

够对同类或不同类网站进行比较分析。

2、能力目标

（1）精准化市场调研能力：用问卷星、百度指数等工具，分析茂名荔枝、化橘红等农产品的消费者画像、竞品模式与需求，输出可落地的调研报告。

（2）产业适配型营销策划能力：结合茂名农业产业链特点，设计针对性方案（如荔枝冷链预售、化橘红健康营销），整合多方资源明确协同机制。

（3）多渠道推广执行能力：熟练用短视频、直播、SEO 等方式，运营平台账号、开展助农直播，扩大茂名农业品牌曝光。

（4）数据驱动的策略优化能力：收集电商、社交平台数据，用 Excel、Tableau 分析，针对性调整营销方案（如优化详情页、加大高流量内容投放）。

3、素质目标

（1）具有高度的责任感，有严谨、认真、细致和吃苦耐劳的工作作风；

（2）具有团队精神和合作意识，具有协调工作的能力和组织管理能力；

（3）具有改革创新精神；

（4）遵守行业规程，保守商业秘密；

3. 课程总体设计

本课程的设计思路是以培养应用型专业人才为指导思想。

1、按照“以能力为本位，以职业实践为主线，以项目课程为主体的模块化专业课程体系”的总体设计要求，以培养高素质技能型人才为目标，跟踪网络营销领域的发展，反映网络营销的实践及网络营销教学改革最新成果；

2、依据工作任务完成的需要、高等职业学校学生的学习特点和职业能力形成的规律，按照“学历证书与职业资格证书嵌入式”的设计要求确定课程的知识、技能等内容。

3、以就业为导向，强调基本知识和实用技能，以任务驱动、项目教学、分层指导、综合评价的方式组织和开展教学，以提升学生素养，满足就业需要；

4、以网络营销的实际业务为背景，以网络营销活动为主线，内容涉及网络营销网站建设、商务网站策划书、网站商务信息发布与管理、搜索引擎登录与优化、营销 E-mail 制作与管理、网络广告制作与发布、网络营销案例分析；

5、体现理论实践一体化的职业教育理念。

本课程建议课时为 20 学时，学分为 1 分。

4. 学习情境具体设计

来源于企业的工作项目	学习情境	工作任务	学时
编撰商务网站策划书	掌握商务网站策划书的撰写步骤及方法	设计撰写一份格式规范、内容完备、实际可行的商务网站策划书	4
网站商务信息发布与管理	了解网站信息管理的內容,掌握网站新闻管理的操作	发布商务网站广告和信息,网站新闻的添加、修改和删除;	2
		管理维护网站 BBS 论坛和新闻组等内容。	2
搜索引擎登录与优化	了解掌握各类搜索引擎登录优化的步骤与技术	分别针对技术型与分类目录型搜索引擎进行网站登录;	2
		根据搜索引擎排名结果,对商务网站内容进行优化。	2
营销 E-mail 制作与管理	了解掌握各类营销 E-mail 制作技术与管理方法。	创建维护内部邮件列表,制作发送营销电子邮件;	2
		创建维护外部邮件列表,制作发送营销电子邮件。	2
网络广告制作与发布	了解掌握网络广告制作与发布技术	根据企业营销活动特点及目的,设计制作网络广告;	2
		根据企业预算,选择网站发布网络广告	
网络调研的实施方案管理	了解掌握网络调研的设计步骤及实施方法	根据企业目的,设计网络调研方案;	2
		制作在线调研问卷,并进行后期数据整理分析,撰写网络调研报告。	

5. 考核与评价方式

(1) 考试形式: 期末集中组织闭卷考试。

(2) 成绩评定: 形成性考核和终结性考核相结合。形成性考核包括平时实训情况和作业共占 40%, 终结性考核指期末考试成绩占 60%

6. 编制说明

本标准由茂名职业技术学院营销教研室开发

执笔: 高翔

审核: 柯春媛

时间: 2022 年 8 月



茂名职业技术学院

《网络营销策划》课程标准

编制人员：柯春媛、谢积贵

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2023年8月10日

编制说明

一、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，全面贯彻习近平总书记关于教育的重要论述和指示批示精神，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养“价值观+知识+技能+创新”型高素质劳动者和复合型技术技能人才。

二、编制依据

《网络营销策划》课程标准是以《国家职业教育改革实施方案》《关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》等文件为指导，依据教育部发布的《职业教育专业简介》（2022年修订）《高等职业学校电子商务专业教学标准》《高等职业学校电子商务专业实训教学设施建设标准》，按照《茂名职业技术学院电子商务专业人才培养方案》要求进行编制。

本课程标准适用于全日制三年制高职专业。

三、编委会成员

标准由茂名职业技术学院、广东万讯网农业股份有限公司、深圳市乐有家控股集团有限公司等企业合作制订。

《网络营销策划》课程标准

一、基本信息

课程名称：网络营销策划 学时：64 学分：4

适用专业：电子商务专业

先修课程：电子商务运营管理，网络美工设计

后续课程：电子商务专业岗位实习

开课单位：经济管理系

合作企业：广东万讯网农业股份有限公司、深圳市乐有家控股集团有限公司

制定人：罗颖等

批准人：张耿锋、谢积贵

二、课程性质与任务

（一）课程性质

《网络营销策划》是一门深度践行产教融合理念的复合型应用课程。课程打破传统理论教学边界，以茂名荔枝、龙眼、化橘红等特色农产品营销痛点及茂名墟“本地农产品交易枢纽”的功能定位为双切入点，联合本地农业合作社、农产品电商企业及茂名墟运营方共同设计教学内容——既系统讲解网络营销策划的核心理论（如目标市场定位、营销策略组合、品牌传播逻辑），又依托真实产业

项目（如“茂名墟农产品线上线下联动推广方案设计”“高州荔枝借势茂名墟品牌溢价策划”）开展实践教学，让学生深入参与从市场调研、方案撰写到落地优化的全流程，同步对接企业导师指导与茂名墟的商贸资源支持。课程兼具理论系统性与实践落地性，既是培养学生网络营销策划专业能力的核心课程，也是通过“校地企+茂名墟”协同，将教学成果转化为茂名农业产业（含墟市经济）营销解决方案、助力农产品品牌升级与产销衔接的产教融合载体，实现“教学做一体化”与服务地方农业及墟市发展的双重目标。与先修课程《电子商务运营管理》、《网络美工设计》相衔接，与后继课程《电子商务专业岗位实习》相衔接，共同培养学生综合电子商务运营能力。

（二）课程任务

《网络营销策划》课程的核心任务的是：让学生先系统学习目标市场定位、营销策略组合等网络营销策划核心理论，打好理论基础；再聚焦茂名荔枝、化橘红等特色农产品，深度参与市场调研工作，并据此撰写适配的农产品推广或品牌策划方案；随后跟进“高州荔枝线上推广”等本地真实产业项目，在实践中不断打磨并完成方案优化；最终通过对接企业导师与本地农业资源，将成熟的策划方案转化为能切实服务茂名农业发展的营销成果，实现理论学习与产业实践的深度融合。

三、课程核心素养与目标

（一）课程核心素养

课程核心素养是课程育人价值的集中体现，是学生通过课程学习与实践所掌握的相关知识和技能，以及逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。课程核心素养主要包括以下五个方面：

(1) 敏锐发现市场需求的能力，使其能够准确捕捉市场趋势和消费者心理，为企业的网络营销活动提供有力的支持。

(2) 快速熟悉所经营产品、行业或企业背景的能力，使其能够深入理解所处环境，为网络营销决策提供全面的背景知识。

(3) 对市场需求的细分和目标市场选择的能力，使其能够精准定位潜在客户群体，为营销策划提供有针对性的方案。

(4) 根据具体营销环境有针对性地策划和组织营销活动的的能力，确保活动设计与目标市场紧密契合，为企业营销增添价值。

(5) 有效组织、执行并客观评估营销活动的的能力，使其能够及时调整策略，持续改进营销方案，确保最佳营销效果的实现。

(二) 课程目标

知识目标：

- 1、通过本课程学习，学生掌握网络营销活动的主要流程；
- 2、通过本课程学习，学生掌握网络营销活动的一般规律。

能力目标：

- 1、培养学生熟练地运用网络营销工具，并能在实际工作中得到应用。
- 2、能够快速熟悉所经营的产品及行业或企业背景；
- 3、能够对具体的市场需求进行细分并有效选择目标市场；

4、能够针对目标市场根据具体的营销环境有针对性地策划、组织营销活动；

5、能够组织和控制营销活动，并对营销活动进行客观地评估

素养目标：

1、培养学生爱岗敬业的精神；

2、诚实守信的良好品德；

3、坚忍不拔的毅力。

四、课程结构

(一) 课程模块

本课程分为九大模块，分别为“网络营销概述”、“网络营销的特点”、“网络营销的环境”、“网络营销目标市场选择”、“网络营销战略分析”、“网络营销产品策略”、“网络营销价格策略”、“网络营销渠道策略”、“网络营销促销策略”。

(二) 学时安排

模块	教学内容	建议学时
网络营销概述	广义的网络营销； 狭义的网络营销； 整合网络营销； 网络营销核心标准	6
网络营销的特点	网络营销的定义； 网络营销的特点和优势；	6

	网络营销与传统营销的比较	
网络营销的环境	网络营销的发展背景； 网络营销的外部环境因素； 网络营销的内部环境因素	6
网络营销目标市场选择	目标市场的定义和重要性； 网络营销的市场细分和定位； 目标市场选择的策略和方法	7
网络营销战略分析	竞争环境分析； SWOT分析在网络营销中的应用； 网络营销战略的制定与调整	6
网络营销产品策略	产品在网络营销中的角色； 网络营销中的产品决策； 产品创新与品牌建设	4
网络营销价格策略	定价策略与目标； 网络定价的因素和策略； 价格与价值在网络营销中的关系	3
网络营销渠道策略	渠道选择与管理； 线上渠道与线下渠道的结合；	6

	渠道绩效评估与优化	
网络营销促销策略	促销在网络营销中的作用； 网络营销促销策略的类型与实施； 促销效果的评估与调整	4

五、课程内容

（一） 网络营销概述

1.广义的网络营销

【内容要求】：

- (1)掌握广义网络营销的基本定义和含义；
- (2)理解广义网络营销的发展背景和演变过程；
- (3)探讨广义网络营销在不同行业中的应用案例；
- (4)分析广义网络营销对企业市场拓展的意义；
- (5)掌握广义网络营销的核心标准和成功因素。

【教学提示】：通过案例分析和实际例子，帮助学生理解广义网络营销的含义和重要性。

2.狭义的网络营销

【内容要求】：

- (1)了解狭义网络营销的概念和范畴；
- (2)掌握狭义网络营销在实际业务中的应用；

(3)探讨狭义网络营销与其他营销形式的差异和联系;

(4)分析成功案例, 阐述狭义网络营销的价值和意义;

(5)掌握在狭义网络营销中常用的策略和方法。

【教学提示】: 通过案例分析和实际例子, 让学生理解狭义网络营销的含义和重要性。

3. 整合网络营销

【内容要求】:

(1)理解整合网络营销的概念和原则;

(2)掌握整合网络营销的关键步骤和方法;

(3)分析在不同行业中成功整合网络营销的案例;

(4)探讨整合网络营销的优势和难点;

(5)通过实际案例, 深入了解如何有效地实施整合网络营销。

【教学提示】: 通过案例和实际操作, 让学生了解如何在不同情境下实现整合网络营销, 培养综合应用能力。

4. 网络营销核心标准

【内容要求】:

(1)掌握网络营销核心标准的定义和重要性;

(2)分析网络营销核心标准在不同业务模式中的适应性;

(3)探讨网络营销核心标准对品牌建设和消费者关系的影响;

(4)强调如何根据核心标准制定切实可行的网络营销策略;

(5)通过实际案例，深入理解网络营销核心标准的实际应用。

【教学提示】：通过实际案例，让学生理解网络营销核心标准在不同企业中的重要性和应用方法。

(二) 网络营销的特点

1. 网络营销的定义

【内容要求】：

(1)理解网络营销的基本概念和内涵；

(2)掌握网络营销在数字化时代的重要地位和地位；

(3)解释网络营销与传统营销的区别和联系；

(4)分析网络营销的主要目标和意义；

(5)通过实际案例，说明网络营销在现代商业中的应用价值。

【教学提示】：通过引入典型案例，强调网络营销作为数字化时代营销的核心概念和基本任务。

2. 网络营销的特点和优势

【内容要求】：

(1)阐述网络营销的主要特点，如全球性、互动性、实时性等；

(2)探讨网络营销相对于传统营销的优势，如成本效益、精准定位、数据分析等；

(3)分析网络营销特点对企业战略决策的影响；

(4)通过行业案例，说明网络营销特点和优势的实际应用。

【教学提示】：引导学生深入思考网络营销的独特之处以及它对企业营销策略的塑造。

3.网络营销与传统营销的比较

【内容要求】：

- (1)对比网络营销和传统营销的主要区别，如传播方式、互动性、受众覆盖等；
- (2)分析数字化时代传统营销面临的挑战和机遇；
- (3)探讨网络营销与传统营销的融合趋势和可能性；
- (4)通过成功和失败案例，总结网络营销与传统营销的有效整合方法。

【教学提示】：以对比为主线，帮助学生深刻理解网络营销和传统营销的异同，并引导他们思考如何在实际业务中做出合适选择。

(三) 网络营销的环境

1. 网络营销的发展背景

【内容要求】：

- (1)探讨网络营销的起源和发展历程；
- (2)分析数字化时代对网络营销的推动作用；
- (3)理解技术进步如何影响网络营销的变革；
- (4)通过案例分析，探索网络营销的成功因素。

【教学提示】：结合历史背景，帮助学生理解网络营销的发展脉络。

2. 网络营销的外部环境因素

【内容要求】：

- (1)分析政治、经济、社会、技术等宏观因素对网络营销的影响；
- (2)探讨市场竞争、消费者行为、法律法规等微观因素的作用；
- (3)通过实际案例，理解外部环境如何塑造网络营销策略。

【教学提示】：引导学生从宏观和微观角度分析网络营销的外部环境。

3. 网络营销的内部环境因素

【内容要求】：

- (1)探讨企业文化、组织结构、资源配置等内部因素对网络营销的影响；
- (2)分析企业核心竞争力如何支撑网络营销活动；
- (3)通过案例分析，探索企业如何优化内部环境以适应网络营销。

【教学提示】：帮助学生理解企业内部环境如何影响网络营销策略的制定和执行。

(四) 网络营销目标市场选择

1. 目标市场的定义和重要性

【内容要求】：

- (1)理解目标市场的基本概念和分类；
- (2)分析目标市场选择对网络营销成功的重要性；
- (3)通过案例分析，探讨如何准确选择目标市场。

【教学提示】：引导学生深入思考如何根据市场特点选择合适的网络营销目标市场。

2.网络营销的市场细分和定位

【内容要求】：

- (1)掌握市场细分的方法和步骤；
- (2)理解如何根据市场细分结果进行产品定位；
- (3)通过实际案例，分析成功的市场细分和定位策略。

【教学提示】：结合实际案例，帮助学生掌握市场细分和定位的核心技能。

3.目标市场选择的策略和方法

【内容要求】：

- (1)分析不同的市场选择策略及其适用场景；
- (2)掌握市场选择的方法和工具；
- (3)通过案例分析，理解如何根据市场情况调整选择策略。

【教学提示】：结合实际情况，引导学生选择合适的市场选择策略。

(五) 网络营销战略分析

1.竞争环境分析

【内容要求】：

- (1)理解竞争环境的概念和分类；
- (2)掌握竞争环境分析的方法和工具；

(3)通过实际案例，分析如何应对复杂的竞争环境。

【教学提示】：引导学生深入分析竞争环境，制定有效的网络营销策略。

2. SWOT分析在网络营销中的应用

【内容要求】：

(1)掌握SWOT分析的基本概念和步骤；

(2)理解如何根据SWOT分析结果制定网络营销策略；

(3)通过案例分析，探讨SWOT分析在网络营销中的实际应用。

【教学提示】：结合实际案例，帮助学生掌握SWOT分析的核心技能。

3. 网络营销战略的制定与调整

【内容要求】：

(1)理解网络营销战略的概念和重要性；

(2)掌握网络营销战略制定的方法和步骤；

(3)通过实际案例，分析如何根据市场变化调整网络营销战略。

【教学提示】：引导学生深入思考如何制定和调整网络营销战略，以适应市场变化。

(六) 网络营销产品策略

1. 产品在网络营销中的角色

【内容要求】：

- (1)理解产品在网络营销中的核心地位;
- (2)掌握如何根据产品特性制定网络营销策略;
- (3)通过实际案例,分析不同产品如何在网络中进行营销。

【教学提示】: 结合实际产品案例,引导学生理解产品在网络营销中的关键作用。

2.网络营销中的产品决策

【内容要求】:

- (1)掌握网络营销中的产品决策过程;
- (2)理解如何根据市场需求进行产品调整;
- (3)通过案例分析,探讨如何做出有效的产品决策。

【教学提示】: 引导学生深入思考如何在网络环境下做出正确的产品决策。

3.产品创新与品牌建设

【内容要求】:

- (1)理解网络营销中产品创新的重要性;
- (2)掌握品牌在网络营销中的作用;
- (3)通过实际案例,分析如何进行产品创新和品牌建设。

【教学提示】: 结合实际案例,帮助学生掌握产品创新和品牌建设的方法。

(七) 网络营销价格策略

1.定价策略与目标

【内容要求】：

- (1)理解网络营销中的定价策略；
- (2)掌握如何根据市场和成本进行定价；
- (3)通过实际案例，分析如何制定有效的定价策略。

【教学提示】：引导学生深入分析网络营销中的定价策略，以实现盈利目标。

2.网络定价的因素和策略

【内容要求】：

- (1)掌握影响网络定价的各种因素；
- (2)理解如何根据这些因素制定定价策略；
- (3)通过案例分析，探讨如何在网络环境下进行有效的定价。

【教学提示】：结合实际案例，帮助学生理解网络定价的复杂性。

3.价格与价值在网络营销中的关系

【内容要求】：

- (1)理解价格与价值的关系；
- (2)掌握如何通过定价策略创造价值；
- (3)通过实际案例，分析如何平衡价格和价值。

【教学提示】：引导学生深入思考如何在网络营销中实现价格 and 价值的平衡。

(八) 网络营销渠道策略

1.渠道选择与管理

【内容要求】：

- (1)理解网络营销中的渠道选择；
- (2)掌握如何管理和优化网络营销渠道；
- (3)通过实际案例，分析如何选择和管理有效的网络营销渠道。

【教学提示】：结合实际案例，引导学生理解网络营销渠道的选择和管理。

2.线上渠道与线下渠道的结合

【内容要求】：

- (1)理解线上和线下渠道的差异；
- (2)掌握如何结合线上和线下渠道进行网络营销；
- (3)通过实际案例，分析如何有效地结合线上和线下渠道。

【教学提示】：引导学生深入思考如何结合线上和线下渠道进行有效的网络营销。

3.渠道绩效评估与优化

【内容要求】：

- (1)理解渠道绩效的评估方法；
- (2)掌握如何根据绩效评估结果优化渠道策略；
- (3)通过实际案例，分析如何进行渠道绩效评估和优化。

【教学提示】：结合实际案例，帮助学生掌握渠道绩效评估和优化的方法。

(九) 网络营销促销策略

1. 促销在网络营销中的作用

【内容要求】：

- (1)理解网络营销中促销的重要性；
- (2)掌握如何制定有效的网络营销促销策略；
- (3)通过实际案例，分析如何进行有效的网络营销促销。

【教学提示】：结合实际案例，引导学生理解网络营销中促销的关键作用。

2. 网络营销促销策略的类型与实施

【内容要求】：

- (1)掌握网络营销中的各种促销策略；
- (2)理解如何根据市场需求选择和实施促销策略；
- (3)通过案例分析，探讨如何在网络环境下进行有效的促销。

【教学提示】：引导学生深入思考如何选择和实施网络营销促销策略。

3. 促销效果的评估与调整

【内容要求】：

- (1)理解如何评估网络营销促销的效果；

(2)掌握如何根据评估结果调整促销策略；

(3)通过实际案例，分析如何评估和调整促销策略。

【教学提示】：引导学生通过实例深入思考并推演如何选择和实施网络营销促销策略。

六、学业质量

(一) 学业质量内涵

- 1、理论知识掌握：学生应掌握网络营销的基本理论知识。
- 2、市场分析能力：学生应具备分析网络营销市场的能力，包括对目标受众的需求、竞争格局、消费者行为和市场趋势进行准确评估和判断的能力。
- 3、目标受众选择：学生应能够根据市场分析结果，选择合适的目标受众，并明确网络营销的目标和策略。
- 4、营销策略制定：学生应能够制定针对目标受众的具体网络营销策略，包括产品定位、定价策略、促销活动和渠道选择等。
- 5、实际应用能力：学生应具备将网络营销理论与实际营销活动相结合的能力，能够在实际市场中应用网络营销策略，并不断优化和调整策略以适应市场变化。
- 6、创新思维：学生应培养创新思维，能够从不同角度思考网络营销问题，并提出新颖的营销策略。
- 7、团队合作与沟通能力：学生应具备团队合作与沟通能力，能够与

团队成员协作共同完成网络营销任务。

8、职业操守：学生应具备正确的职业操守和职业道德，遵守网络营销规则和法律法规，诚信经营。

(二) 学业质量水平

水平等级	具体质量描述
一般要求	学生能够基本理解网络营销的概念和重要性，知道网络营销的基本原则和方法。在实际营销活动中，能够简单地选择适合产品或服务的网络营销策略，但可能缺乏深入的市场分析和创新思维。在团队合作和沟通方面有一定能力，但对于复杂的网络营销情况可能需要更多的指导和支持。职业操守方面表现较好，能够遵守职业道德和法律法规。
较高要求	学生能够深入理解网络营销的理论和方法，并能够灵活运用在实际营销环境中。具备独立进行市场分析和决策的能力，能够准确判断目标受众需求和竞争状况，为产品或服务选择切实可行的网络营销策略。在创新思维方面表现出色，能够提出新颖的网络营销策略，并具备推动营销创新的能力。在团队合作和沟通方面表现较强，能够有效协调团队成员共同完成网络营销任务。在职业操守方面，展现出高度的职业道德和诚信经营意识。

七、课程实施

(一) 教学要求

《网络营销策划》课程是电子商务专业三二分段的一门专业必修课程，旨在指导学生从互联网技术，市场营销和信息管理等多学科的角度，了解和掌握网络营销策划的基本理论和核心内容。

本课程在教学过程采用的教学方法为以下三点：

(1) 任务引领型项目教学法

通过实际案例和项目任务，引导学生主动参与学习，增强实践操作能力。

(2) 案例分析法

通过分析实际市场案例，让学生了解网络营销策划活动的实际应用，培养学生分析和解决问题的能力。

(3) 探究式学习法

鼓励学生主动探索网络营销策划领域的知识和规律，培养学生的创新思维和学习兴趣。

在教学过程采用的教学手段为以下三点：

(1) 教学多媒体：利用多媒体技术展示网络营销理论、案例和实践，提高教学效果。

(2) 实地考察和调研：组织学生实地考察企业、市场等，加深对网络营销实际情况的了解。

（3）小组讨论与展示：鼓励学生分组进行讨论，共同解决问题，并展示自己的研究成果。

（二）课程质量

《网络营销策划》课程的质量评价综合考虑以下因素：

（1）学生的学习成绩：通过考试、作业和实践项目等方式对学生的学习成绩进行评估，反映学生对课程内容的掌握程度。

（2）学生的参与度和积极性：衡量学生在课堂讨论、实践活动中的积极程度，体现学生对课程的兴趣和投入。

（3）教学反馈和评估：通过学生的反馈和评估，了解教学过程中存在的问题，及时调整教学策略和方法，提高教学质量。

考核方法：

第一，考核项目包括平时考核和期末考核。平时考核：包括常规考核（出勤、上课纪律、回答问题等）、大作业。期末考试指学期末学校统一考试。

第二，评价标准及比例。形成式考核共40%，期末考试占60%。
形成式考核的构成：出勤、上课纪律、项目情况。

（三）教材编写要求与选用建议

教材编写应结合实际市场案例，理论与实践相结合，重点突出网络营销策划的基本理论和方法，并注重培养学生的实践能力和创新思维。

建议选用结合国内外实际市场案例的教材，重点突出市场细分、目标市场选择和市场定位等内容，并结合多样化的教学资源，提供学生参考资料和实践案例。

建议选用近三年的国家十四五规划教材。

（四）课程资源开发与学习环境

为了促进学生学习《网络营销策划》课程，建议开发以下资源和创造良好的学习环境：

（1）教学平台：搭建在线教学平台，提供课程相关资料、学习视频和交流讨论的功能，方便学生学习和交流。

（2）实践场所：与企业合作，提供实践场所，让学生亲身参与市场调查和营销活动，增强实践能力。

（3）学习空间：为学生提供良好的学习空间，包括图书馆、实验室等，以便学生进行自主学习和研究。

（五）教师团队建设

（1）教师培训：组织教师参加网络营销领域的培训和研讨活动，提高教师的专业知识和教学能力。

（2）教师交流：鼓励教师之间进行交流和合作，分享教学经验和教材资源，共同提高教学水平。

（3）激励措施：建立教师激励机制，激励教师积极参与课程改革和教学研究，提高教学积极性。

（六）对实施本课程的建议

为了更好地实施《网络营销策划》课程，建议：

- （1）加强实践教学：结合实际案例和项目任务，增加学生的实践操作，提高学生的实际能力。
- （2）多样化教学手段：在教学过程中，采用多样化的教学手段和资源，激发学生的学习兴趣。
- （3）关注学生反馈：积极关注学生的反馈和建议，及时调整教学策略，不断改进教学质量。
- （4）拓展合作渠道：加强与企业的合作，提供更多实践机会和资源，促进学生就业和职业发展。

附 录

一、《网络营销策划》课程教学设备设施配备要求

序号	设备名称	数量
1	多媒体教学设备（投影仪、电脑等）	1
2	实践场所（市场调研场地、企业实习基地等）	根据学生人数和课程需求

二、学习资源

1. 实际市场案例：收集各类实际市场案例，供学生学习和分析。
2. 超星学习通平台本课程。
3. 相关网络营销策划的网站。

三、相关标准

1. **【技术标准】** 本课程采用最新的国家教育部颁布的《网络营销策划》课程标准和电子商务专业相关标准。教学内容将结合网络营销领域的最新理论和实践，确保学生掌握的知识和技能与市场需求紧密契合，具有实际应用价值。
2. **【安全要求】** 本课程实训应严格按照学校和实习场所的安全规定进行。在实地市场调研和企业实习等实践活动中，学生必须遵守安全操作规程，戴好相关防护装备（如安全帽、手套等），并遵守场地安全规定。教师和指导人员要对实践活动进行安全培训，确保学生了解潜

在风险和应急处理措施，确保实践活动的安全性和顺利进行。同时，学校将建立健全实习实训管理机制，定期检查实习场所的安全条件，保障学生的身体健康和人身安全。



茂名职业技术学院

《网络运营岗位实践（农产品方向）》 课程标准

编制人员：谭风雨、谢积贵

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2023年8月8日

编制说明

一、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，全面贯彻习近平总书记关于教育的重要论述和指示批示精神，落实立德树人根本任务，助力制造业当家战略，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养“价值观+知识+技能+创新”型高素质劳动者和复合型技术技能人才。

二、编制依据

网络运营岗位实践（农产品方向）课程标准是以《国家职业教育改革实施方案》《关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》等文件为指导，依据教育部发布的《职业教育专业简介》（2022年修订）《高等职业学校电子商务专业教学标准》《高等职业学校电子商务专业实训教学设施建设标准》，按照《茂名职业技术学院电子商务专业人才培养方案》要求进行编制。

本课程标准适用于全日制三年制高职专业。

三、编委会成员

标准由茂名职业技术学院、等企业合作制订。

《电子商务基础》课程标准

一、基本信息

课程名称：网络运营岗位实践（农产品方向） 学时：18 学分：1

适用专业：电子商务

先修课程：《电子商务运营基础》、《商务数据分析与应用》等

后续课程：《电子商务专业岗位综合实践》、《电子商务专业岗位实习》等

合作企业：

制定人：谭凤雨、 批准人：张耿锋

二、课程性质与任务

（一）课程性质

本课程主要适用于高职高专电子商务专业群相关专业，是一门专业实践课程。本课程是一门以茂名墟及茂名农产品现代化流通为真实项目背景的综合性岗位实践课。其核心性质在于实战应用，要求学生将电商运营、内容创作、数据分析等理论技能，直接应用于荔枝、龙眼等特色农产品的线上推广、销售转化及品牌塑造中。课程旨在培养学生解决农产品“出村进城”实际问题的能力，强化其职业素养，是一门连接课堂与市场、理论与产业的关键实践桥梁。本课程与前修课程《电子商务运营基础》、《商务数据分析与应用》等相衔接，培养学

生将理论知识融到电子商务理论能力；与后继课程《电子商务专业岗位综合实践》、《电子商务专业岗位实习》等相衔接，共同培养学生电子商务实操能力。

（二）课程任务

本课程的核心任务是引导学生深度参与“茂名墟”品牌农产品从生产端到消费端的数字化运营全流程。学生将以小组形式，分工协作，完成包括对茂名荔枝、龙眼等特色产品的线上店铺搭建与维护、视觉设计、营销活动策划（如直播、节日促销）、内容创作（短视频、推文）、数据监控与分析等一系列真实岗位任务。最终目标是提升产品销量与品牌影响力，并提交一份具有可行性的运营实践报告，切实提升解决农产品流通实际问题的综合职业能力。本课程同时致力于将思政教学改革纳入课程教学，教学过程中推进德智体美劳的融合教育。

三、课程核心素养与目标

（一）课程核心素养

课程核心素养是课程育人价值的集中体现，是学生通过课程学习与实践所掌握的相关知识和技能，以及逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。网络运营岗位实践（农产品方向）核心素养主要包括以下三个方面：

（1）沟通协调能力。作为电商从业人员，不仅需要做好自己的分内工作，还需要和公司其他人员及跨部门进行高效的沟通和协调，为企业打造质的电商解决方案。沟通协调能力是电子商务专业者必

备的素养之一，需要能够清晰地表达自己的想法和意见，并能够听取他人的建议和意见，根据实际情况做出科学决策。

(2) 创新思维能力：在电商行业中，消费者非常注重体验，电公司需要不断迭代和优化自己的服务和产品才能满足消费者的需求。因此电商从业者需要更高的创新思维能力，才能迅速发现市场机会和问题，有针对性的提出适合的解决方案。

(3) 学习能力：电商行业更新换代异常快速，需要不断学习新知识和技能，才能紧跟时代发展，保持竞争力。电子商务从业者需要不断学习行业相关知识，掌握电商技巧和工具，不断提升自己，不停地探求和研究新的商业模式和运营方案，以优化自己的工作和服务。

(二) 课程目标

知识目标：

- 1、通过本课程学习，学生掌握电子商务的基本模式
- 2、通过本课程学习，学生掌握电子商务的标准、电子商务支付、网络营销等基础知识
- 3、通过本课程学习，学生掌握电子商务的安全及风险
- 4、通过本课程学习，学生掌握网络创业的相关知识

能力目标：

- 1、能够熟练使用互联网及一些常用工具
- 2、能够熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具

3、能够使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店管理运营

4、能够熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销

素养目标：

1、较高的信息技术素质、对网络环境能敏锐体察

2、用心尊重他人、不断激励自己

3、乐于团队合作、善于整合资源

4、善于表达沟通、勇于企业实践、注重学以致用

5、及时适应环境变化、不断开拓创新

6、创新思维能力

7、自主学习的能力

四、课程结构

(一)课程模块

本课程共一个“技能”模块，分为开店准备（市场调研）、网店开设、网店商品发布、网店日常运营管理、网店推广五个项目。每个项目

均提出了明确的技能目标，同时配有电商相关领域的拓展知识，以帮助学生明确学习目标、了解学习背景、提高学习效果。

学时安排

模块	教学内容	建议学时
“技能”模块	开店准备（市场调研） 1、网络消费者的消费习惯调查 2、网店定位 3、货源选择	4
	网店开设 1、开设个人网店 2、装修个人网店 3、制作店铺主要模块	4
	网店商品发布 1、发布商品 2、设置商品标题、分类与运费模板	4
	网店日常运营管理 1、商品展示管理 2、订单管理 3、设置千牛工作台 4、客服服务 5、发货管理	2
	网店推广与营销 1、站内推广 2、站外推广	2

五、课程内容

（一）“技能”模块

1. 开店准备（市场调研）

【内容要求】：

- （1）熟悉网络消费者的消费习惯调查的方法和内容
- （2）掌握网店的定位方法
- （3）掌握网店运营流程
- （4）掌握在1688批发网选货的策略

【教学提示】：应更多地运用情景模拟教学法，按照“学生主体、教师主导”的要求，让学生有更多的实践机会，使学生的主体地位得到充分体现。教师要成为学生学习活动的引导者，成为学生学习的参与者，师生合作学习，共同进步。

2. 网店开设

【内容要求】：

- （1）熟悉个人网店的开设流程
- （2）掌握店铺装修的操作方法
- （3）掌握店铺主要模块的制作方法

【教学提示】：在教学中，教师应鼓励学生主动参与活动并获取积极的体验，主动提出解决问题的途径；鼓励学生进行自由讨论、交流，赞扬学生一些独特看法，使学生真切感受到学习的快乐，激发学生学习的自主性。

3. 网店商品发布

【内容要求】：

- (1) 掌握商品发布的具体操作
- (2) 掌握商品标题的设置技巧
- (3) 掌握商品的分类方法
- (4) 掌握运费模板的设置方法

【教学提示】：教学中，应要求学生多动手进行操作，让他们在练习中体会、理解，在练习中总结，反思，从而扎实掌握所学知识；教师应采用多种课堂教学组织形式，为学生创造提供了合作交流的空间，同时还必须给学生的自主学习提供充足的时间，让学生有宽松、和谐的学习环境。

4. 网店日常运营管理

【内容要求】：

- (1) 掌握商品的上下架、编辑和删除的方法
- (2) 掌握千牛工作台的基本设置方法
- (3) 掌握管理交易订单的方法
- (4) 掌握网店商品的发货管理方法
- (5) 掌握客服售前、售中、售后服务技能和工作技巧

【教学提示】：教学中，应要求学生多动手进行操作，从而扎实掌握所学知识；在教学中，教师要将学生作为教学的主体，时刻关注学生各方面的变化，引导学生从被动学习转为自主学习和思考，从而提高学习的积极性和主动性。

5. 网店推广与营销

【内容要求】：

- (1) 了解常用的淘宝营销工具，并掌握店铺优惠券的使用方法
- (2) 了解商品搜索排名的权重，并掌握淘宝SEO
- (3) 掌握淘宝客和直通车的使用方法
- (4) 了解常用的网络营销方法，并掌握利用微博、微信和QQ推广网店的方法

【教学提示】：教学中，采用个别学习，小组合作、全班交流等多种课堂教学组织形式，积极地为学生提供合作交流的空间与时间，鼓励学生自主学习。

六、学业质量

(一) 学业质量内涵

课程内容的选择是电子商务运营为依据，以工作任务为中心组织课程内容，并让学生在完成具体任务的过程中构建相关理论与实践知识，锻炼技能，发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，理论与实践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，并融合了相关职业技能证书对知识、技能和态度的要求。

(二) 学业质量水平

高等职业教育专科网络运营岗位实践（农产品方向）课程学业质量水平分为一般要求和较高要求两级，具体表述见下表。

水平等级	具体质量描述
一般要求	掌握网店运营基本知识和基本技能，对新一代电子商务发展与应用有一定的了解，能使用相关工具软件完成简单的商务任务。
较高要求	在一般要求的基础上，进一步掌握技能模块的知识技能，能用电子商务技能较好地支持专业学习，对于电子商务在本专业领域的应用有比较深入的理解和熟练的操作。

七、课程实施

（一）教学要求

《网络运营岗位实践（农产品方向）》课程是电子商务专业的专业实践课程，在教学过程采用的教学方法为以下点：

（1）任务驱动教学法

所谓“任务驱动”就是在学习的过程中，学生在教师的帮助下，紧紧围绕一个共同的任务活动中心，在强烈的问题动机的驱动下，通过对学习资源的积极主动应用，进行自主探索和互动协作的学习，并在完成既定任务的同时，引导学生产生一种学习实践活动的兴趣。比如，“网店运营数据分析”这部分教学主要涉及数据采集与处理方案的内容、制定数据采集与处理方案的阶段与步骤等方面的内容。这些内容都是理论上的论述，虽然理解上不会有太大的障碍，但学生容易感觉枯燥乏味。对于这种理论性强，但学生容易理解的内容就非常适用于采用任务驱动教学法。

（2）实践教学法

实践教学是培养学生电商实践能力的重要手段。实践教学可以分为线上实践和线下实践。线上实践主要是让学生实际操作一些常用的电商

平台，例如淘宝、京东等，并且要求学生自己开设小店，提供一些具有竞争力的产品进行销售，从中学习商务数据分析技巧。线下实践主要是组织学生参加一些电商比赛或者活动，让学生在实际比赛中学习和掌握商务数据分析技巧，提高学生的组织协调能力和团队合作精神。

在教学过程采用的教学手段为以下几点：

- (1) 多媒体教学设备。
- (2) 专业教学案例。
- (3) 专业实训室。

(二) 课程质量

本课程教学评价采用过程性评价与结果性评价相结合，进行实践考核，过程性考核包括平时上课情况和作业共占50%，结果性考核指课程结束提交的大作业成绩占50%。

考核形式：大作业。

(三) 教材编写要求与选用建议

该课程教材应选用注重教材内容与培养目标相适应，并根据课程特色及教学目标，符合教学大纲要求和职业岗位群的要求，以职业活动为导向，以项目任务为载体，以毕业生的潜在就业群为对象，融“教、学、做、练”为一体，能紧密结合市场实际的创新教材。

(四) 课程资源开发与学习环境

多媒体的教学平台，可利用视频和教学PPT进行教学。并安装配备电子商务模拟实训软件，考证软件的计算机实训室。学生不仅可以利用模拟软件进行实训还可以直接访问互联网来查找资料 and 进行网上实战。

(五) 教师团队建设

任课教师应有本科以上学历，具有“双师”结构特点。教学团队应以中青年教师为骨干，知识结构、年龄结构合理，学术水平较高，学术思想活跃的专业师资队伍。

(六) 对实施本课程的建议

高等职业教育专科学校要落实国家关于教育电子商务技能的最新要求，加快实现电子商务应用水平和师生电子商务素养普遍提高的发展目标。学校要重视落实本课程标准，关注学生电子商务素养的发展水平，开展学业质量水平测试，对课程教学效果开展监测，确保实现人才培养目标。

学校要为网络运营岗位实践（农产品方向）课程教学提供必要的设备设施，保障基本教学条件，满足本课程标准的实施要求，支持学生开展数字化学习。学校应结合本地区产业发展和专业教学的需要，立足学生实际，打造精品课程。学校可依据各专业的特点，将电子商务应用到专业实践教学，支持高水平、有特色的高素质技术技能人才培养。

附录

一、网络运营岗位实践（农产品方向）课程教学设备设施配备要求

序号	设备名称	数量
1	学生用计算机	每工位1台
2	教师用计算机	≥1 台（套）
3	教学投影显示设备	≥1 台（套）
4	软件配置	根据教学需要选用
5	网络连接	

二、学习资源

1. 超星学习平台。
2. 电子商务教学资源库。



茂名职业技术学院

《跨境电商实务》课程标准

编制人员：刘峻兵、胡颖林

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2022年8月1日

《跨境电商实务》课程标准

1. 学习领域课程定位

本课程是国际贸易实务专业的核心课程与必修课程,也是该专业的实战操作技能类课程之。本课程聚焦跨境电商全流程技能培养,深度融合茂名特色产业(荔枝、龙眼、罗非鱼、化橘红等)及农产品流通体系,依托“茂名墟”等本地化载体,通过“理论+平台实操+企业项目”教学模式,助力地方企业拓展国际市场。课程内容涵盖亚马逊、阿里国际站等平台运营、跨境物流方案设计、海外品牌营销等环节,并重点引入茂名农产品跨境流通典型案例。通过校企共建跨境电商实训基地,组织学生参与企业真实项目(如荔枝海外推广、化橘红国际品牌策划),系统培养既懂跨境电商运营又熟悉茂名农产品流通的复合型人才,推动“茂名制造”走向全球,实现教育链、人才链与产业链的深度协同。

本课程同时致力于将思政教学改革纳入课程教学,教学过程中推进德智体美劳的融合教育。

2. 课程学习目标

课程旨在培养掌握农产品跨境电商全流程运营能力的复合型人才。通过本课程学习,学生将系统掌握亚马逊、速卖通等主流跨境电商平台的操作技能,包括店铺开设、产品上架、国际物流方案设计等实务操作;重点培养针对茂名荔枝、龙眼、罗非鱼等特色农产品的跨境选品、定价策略制定及海外市场开拓能力;同时强化跨境电商风险防控意识,熟悉国际贸易规则和知识产权保护要求。课程注重将理论知识与实践操作相结合,通过校企合作项目实战,使学生具备独立运营农产品跨境电商店铺的能力,并培养其服务茂名地方产业发展的责任意识,助力“茂名制造”走向全球市场。

具体的课程学习目标包括:

- (1) 注册速卖通网店并激活国际支付宝
- (2) 了解国际物流知识,能进行包邮和不包邮设置,掌握跨境电子零售的出货流程
- (3) 掌握平台规则(以速卖通为例),能准确选择产品类目,并合理拟定产品英文标题和选定关键词
- (4) 能准确填写产品属性,和产品详细说明,会拟定附加说明条款
- (5) 能进行产品的价格和利润核算
- (6) 能利用平台的营销模块进行营销设置
- (7) 了解平台促销活动,能选择产品参加平台活动
- (8) 能对业务进行中的客户进行分类、跟踪并会处理相关事宜,并有步骤地处理客户投诉、索赔或处理客户投诉、理赔

3. 课程思政目标

《跨境电商实务》课程将结合茂名跨境企业真实案例(如荔枝出口东南亚、罗非鱼欧美市场开拓),通过校企联合项目实战,实现“学为所用、产教共赢”。同时,在教学各个阶段中应该体现学生思想教育的过程与内容,缔造为祖国、为民族、为社会主义建设的爱国专门人才。教学中应该体现以下思政元素:

- (1) 进行社会主义思想教育,激发学生对祖国的热爱;
- (2) 树立正确的三观,塑造良好人格,培养学生民族自豪感和自尊心;
- (3) 结合专业特点培养学生提升职业素养。
- (4) 培养学生尊师重道、德行合一的思想。

4. 课程总体设计

课程总体设计以"服务地方产业、培养实战人才"为导向,构建"平台操作+市场分析+项目实战"三位一体的教学体系。课程以茂名特色农产品跨境出口为切入点,系统设计亚马逊、阿里巴巴国际站等主流平台运营实训模块,融入农产品国际物流、跨境支付、海外品牌营销等核心内容。创新采用"校内仿真+企业实战"双轨教学模式,与茂名跨境电商产业园、农产品出口龙头企业共建实训基地,通过真实店铺运营、海外市场推广等实战项目,实现教学过程与企业需求无缝对接。课程特别设置"农产品跨境出口全流程模拟"综合实训项目,结合茂名荔枝季、水产出口旺季等产业节点开展实战教学,同步融入国际贸易法规、知识产权保护等职业素养教育,着力培养既懂跨境电商运营又熟悉茂名产业特色的高素质技术技能人才,为茂名农产品跨境贸易发展提供人才支撑。

教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合、课堂参与课程项目模拟作业相结合,重点评价学生态度和职业能力。本课程建议课时为 60 学时,学分为 3.5 分。

5. 学习情境具体设计

来源于企业的工作项目	学习情境	工作任务	学时
跨境店铺注册	速卖通等平台注册	第三方跨境电商平台注册规定、要求	1
		为注册准备相应材料和基本信息	1
		跟踪注册资料审核，未通过后的修改	2
跨境物流与海外仓操作	跨境物流	跨境小包物流及运费计算	1
		国际商业快递物流与运费计算	1
		其他跨境电商第三方平台物流及运费计算	2
		中国邮政航空小包、大包	2
		四大国际商业快递公司	2
	海外仓	海外仓的建设条件	2
		海外仓及海外当地物流费用计算	2
海外市场调研	海外市场电商调研	中美跨境电商发展情况	2
		海外市场消费者电商产品消费习惯	2
		市场调查报告的书写要求	2
跨境选品和产品信息化	产品定位及竞品分析	对速卖通平台产品品类分析	2
		速卖通某一类商品进行分析	2
	产品信息化处理	摄影器材的认识	2
		产品摄影方法的学习	2
		产品详细描述方法	4
产品定价、刊登和发布	产品定价	产品成本、费用、利润核算	2
		定价策略	2
	产品发布	审核产品标题描述和详情描述并在速卖通平台进行产品发布	2
		Wish 平台产品发布	4
店铺优化及推	标题、详	速卖通产品标题、产品详细信息优化	2

来源于企业的工作项目	学习情境	工作任务	学时
广	情、店面等的优化	速卖通店铺优化	2
	营销方案推广	制定营销方案推广商品	2
		制定营销方案推广店铺	4
订单发货、出境操作	不同国家的报检报关工作	选择物流与包装、物流单据填写	2
		不同国家的报检与报关税收	2
收款与售后服务	收款	速卖通平台收款方式	2
	售后服务	售后评价处理与退款处理、争议处理	2
	客户维护	维护老客户与开发新客户	2

6. 考核与评价方式

- (1) 考核形式：课程考勤与课程作业成绩相结合考核。
- (2) 成绩评定：形成性考核和终结性考核相结合。形成性考核指平时成绩占 40%，终结性考核指期末考试成绩占 60%。

7. 编制说明

本课程标准由茂名职业技术学院国贸教研室开发

执笔：刘峻兵

审核：江静

时间：2022 年 8 月



茂名职业技术学院

《运输管理实训（农产品方向）》 课程标准

编制人员：刘涛、范裕祥

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2024年7月22日

编制说明

一、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，全面贯彻习近平总书记关于教育的重要论述和指示批示精神，落实立德树人根本任务，助力制造业当家战略，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养“价值观+知识+技能+创新”型高素质劳动者和复合型技术技能人才。

二、编制依据

《运输管理实训（农产品方向）》课程标准是以《国家职业教育改革实施方案》《关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》等文件为指导，依据教育部发布的《职业教育专业简介》（2022年修订）《高等职业学校物流管理专业教学标准》《高等职业学校物流管理专业实训教学设施建设标准》，按照《茂名职业技术学院现代物流管理专业人才培养方案》要求进行编制。

本课程标准适用于全日制三年制高职专业。

三、编委会成员

标准由茂名职业技术学院、江门职业技术学院和广州汇思诚科技有限公司、中山顺丰速运有限公司等企业合作制订，并组织专家进行审核。

《运输管理实训（农产品方向）》课程 标准

一、基本信息

课程名称：运输管理实训（农产品方向） 学时：16 学分：1

适用专业：现代物流管理

先修课程：运输管理实务

后续课程：国际货运代理实务、物流系统规划与设计

开课单位：经济管理系

合作企业：中山顺丰速运有限公司、广州汇思诚科技有限公司

制定人：刘涛 批准人：刘涛、周小锋

二、课程性质与任务

（一）课程性质

《运输管理实训（农产品方向）》是一门以实践应用为导向的专业技能课程，重点培养学生在农产品物流运输领域的实操能力。课程紧密围绕茂名荔枝、龙眼、罗非鱼等特色农产品流通的运输需求，通过冷链物流管理、运输方案优化、配送路径设计等实训内容，使学生掌握农产品保鲜运输的核心技术。结合茂名农产品产销特点，课程将组织学生参与“荔枝季”等季节性运输调度实战，培养既懂运输管理又熟悉地方产业特性的专业人才，为茂名农产品高效流通提供物流保障。本课程与前修课程《运输管理实务》相衔接，培养学生将理论知识

应用于运输管理实践的能力；与后继课程《物流系统规划与设计》《国际货运代理实务》相衔接，共同培养学生物流职业综合能力。

（二）课程任务

本课程秉持“专业培养和思政育人”相结合的原则，以立德树人作为根本任务，围绕知识目标、技能目标和素质目标三位一体，将爱国情怀、价值理念、职业素养等思政元素有机融入专业课程教学当中。课程围绕茂名特色农产品的物流需求，设计了系列实践任务：指导学生针对荔枝、龙眼等易腐农产品制定冷链运输方案，掌握温控技术与设备操作规范；开展农产品运输路径优化训练，结合茂名产区分布设计高效配送网络；组织运输成本核算与风险评估实战，重点解决农产品季节性运输难题。通过对接茂名农业企业真实案例，让学生参与从田间预冷到终端配送的全流程模拟操作，培养其应对农产品运输特殊要求的专业能力，为茂名农产品供应链提供物流人才支撑。

三、课程核心素养与目标

（一）课程核心素养

课程着力培养学生的专业核心素养：一是扎实的冷链运输技术应用能力，掌握农产品保鲜运输的温控标准与设备操作规范；二是敏锐的运输风险评估意识，能够识别并应对农产品物流各环节潜在问题；三是科学的运输成本管控思维，在保障品质前提下优化物流方案；四是创新的运输技术应用能力，探索适合茂名荔枝、龙眼等特色农产品的新型运输模式。通过系统训练，使学生成为既精通运输管理专业技

能，又深刻理解茂名农产品产业特性的复合型物流人才，为提升地方农产品流通效率提供专业支撑。

运输管理核心素养主要包括以下三个方面：

1. 熟悉运输相关岗位的工作流程与工作规范；
2. 掌握运输管理实务的岗位技能应用；
3. 具备爱国情怀、职业自豪感和工匠精神，树立正确价值观。

（二）课程目标

知识目标：

1. 掌握不同运输方式的货运组织工作原理、方法和技术；
2. 掌握物流运输费用的基本构成和计算方法；
3. 掌握各种运输单证的填制要求与原则。

能力目标：

1. 能熟练描述出运输系统的构成要素，各种运输方式的技术经济特征；
2. 能按合理的运输组织流程，处理两种及以上运输方式的货运组织工作；
3. 会两种以上货运方式费用的计算；
4. 至少掌握两种及以上运输方式的主要运输单证的缮制方法，会填制这些票证。
5. 具备货物运输基础管理岗位所需的决策、管理能力。。

素养目标：

1. 培育爱国主义情怀，增强爱国情感，坚定爱国信念，并将爱国付诸行动；
2. 坚定理想信念，树立中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信；
3. 践行社会主义核心价值观，做到敬业、诚信、友善；
4. 遵守法律法规和社会道德，能守法，懂用法；
5. 运用货物运输组织管理技术解决实际问题；
6. 具备工匠精神，能爱岗敬业、吃苦耐劳、专注细节、精益求精、持续创新；
7. 具备安全意识、团队协作意识、成本效率意识、服务质量意识、环境保护意识等。

四、课程结构

（一）课程模块

本课程分为两大模块，分别为公路运输演练、其他运输演练等。

（二）学时安排

模块	教学内容	建议学时
公路运输演练	公路整车运输	6
	公路零担运输	4
其他运输演练	水路运输	2
	铁路运输	2
	航空运输	2

五、课程内容

（一）公路运输演练

1. 公路整车运输

【内容要求】：

- （1）掌握公路货物运输的基本条件；
- （2）掌握公路整车货运流程，熟悉各环节的工作规范和相关运输单证填制；
- （3）掌握公路整车运输费用的构成与计算方法。

【教学提示】：

- （1）学生根据背景资料，在运输管理信息系统中模拟整车货物运输的流程；
- （2）学生根据背景资料填制公路整车货运相关票证；
- （3）学生根据背景资料进行公路整车货物运输费用的计算，进行费用构成分析。

2. 公路零担运输

【内容要求】：

- （1）掌握公路零担货运流程，熟悉各环节的工作规范和相关运输单证填制；
- （2）掌握公路零担运输费用的构成与计算方法。

【教学提示】：

(1) 学生根据背景资料，在运输管理信息系统中模拟零担货物运输的流程；

(2) 学生根据背景资料填制公路零担货运相关票证；

(3) 学生根据背景资料进行公路零担货物运输费用的计算，进行费用构成分析。

(二) 其他运输演练

1. 铁路运输

【内容要求】：

(1) 掌握铁路货物运输的基本条件；

(2) 掌握铁路货物运输的流程及各环节的工作内容；

(3) 掌握铁路运输费用的构成与计算方法。

【教学提示】：

(1) 学生根据背景资料填制铁路货运单证；

(2) 学生根据背景资料计算铁路货运运费。

2. 水路运输

【内容要求】：

(1) 掌握水路货物运输的基本条件；

(2) 掌握水路进出口货物运输的流程和主要环节的工作内容；

(3) 掌握水路运输主要单证的作用和内容；

(4) 掌握水路运输费用的构成与计算方法。

【教学提示】：

- (1) 学生根据背景资料缮制水路货运单证；
- (2) 学生根据背景资料分析水路货运费用构成，进行相应运输费用的计算。

3. 航空运输

【内容要求】：

- (1) 掌握航空货物运输的基本条件；
- (2) 掌握航空进出口货物运输流程及各环节的内容；
- (3) 掌握航空运输费用的构成与计算方法。

【教学提示】：

- (1) 学生根据背景资料填制航空货运单证；
- (2) 学生根据背景资料计算航空货运运费。

六、学业质量

(一) 学业质量内涵

学业质量是学生在完成本学科课程学习后的学业成就表现。学业质量标准是以本学科核心素养及其表现水平为主要维度，结合课程内容，对学生学业成就表现的总体刻画。依据不同水平学业成就表现的关键特征，学业质量标准明确将学业质量划分为不同水平，并描述了不同水平学习结果的具体表现。

（二）学业质量水平

水平等级	具体质量描述
一般要求	(1) 基本理解公路、铁路、水路、航空等运输组织流程。 (2) 基本理解运输费用的基本构成和计算方法，会计算货物运输费用。 (3) 基本理解公路运输的主要运输单证的缮制方法，会填制这些票证。
较高要求	(1) 能按合理的运输组织流程，处理两种及以上运输方式的货运组织工作。 (2) 掌握运输费用的基本构成和计算方法，会熟练计算货物运输费用。 (3) 掌握各种运输方式的主要运输单证的缮制方法，会熟练填制这些票证。

七、课程实施

（一）教学要求

《运输管理实训（农产品方向）》课程是现代物流管理专业实践课程。该课程灵活运用多种教学方法，重视发挥学生的主观能动性，强调学生自主学习能力和创新能力的培养，激发学生的创新意识和独立思考能力。

（1）体验式教学法

在教学过程中，通过案例、模拟场景等将学生置身于各种相关运输管理情景之中，为学生创造了丰富的情感体验，进而有效激发学生自主学习。

（2）项目教学法

设计了多个项目来组织实践教学活动，使学生在做中学，学中做，充分挖掘学生的创造潜能，提高了学生的职业方法能力和职业社会

能力。促进学生的有效学习。教师的组织方式变为教师团队或专家工作室，教学场所融实践与理论学习于一体。

在教学过程采用的教学手段为以下三点：

（1）示范演示

在老师示范任务操作后，由学生再进行操作，从而掌握业务知识要点。

（2）软件模拟教学

利用企业级运输管理软件，模拟运输业务流程，增加学生对知识的掌握。

（3）网络教学

利用课程教学平台，通过网络提供丰富的教学资源。包括教学视频、PPT课件、习题及答案、案例等。学生可以利用课余时间自主学习，开阔视野。

（二）课程质量

1. 成绩组成：

（1）实训表现：40分

（2）实训纪律：10分

（3）实训报告：50分

2. 成绩评定标准

（1）优秀(90~100分)

能认真完成实训计划所规定的要求。在实训过程中积极主动，虚心好学，严格要求自己。服从实训指导教师安排。实训过程中能充分地运用所学的知识、技能，实训报告能够运用所学知识解决实际问题。具有较强的独立工作能力。

(2) 良好(80~89分)

达到实训计划中规定的全部要求，具有一定的独立工作能力；实训报告质量较高；实训中无违纪行为。

(3) 中等(70~79分)

达到实训计划中规定的主要要求，实训期间表现尚好，实训报告有一定质量，实训中违纪行为情节较轻，经教育能够改正。

(4) 及格(60~69分)

达到实训计划中所规定的基本要求，但不够圆满，能完成实训报告，内容基本正确，但不够完整；实训中有违纪行为，经教育能够改正。

(5) 不及格(相当于60分以下)

未达到实训计划所规定的基本要求，实训报告马马虎虎或有明显错误、实训中有较严重的违纪现象。

实训过程成绩评定：实训指导教师将根据考勤记录及过程表现给予成绩。

(三) 教材编写要求与选用建议

教材编写与选用要落实课程思政要求并突出职业教育特点，教材内容要优先选择适应我国经济发展需要、技术先进、应用广泛、自主可控的工具和项目案例。教材设计要与高等职业教育专科的教学组织形式及教学方法相适应，突出理实一体、项目导向、任务驱动等有利于学生综合能力培养的教学模式。教材形式要落实职业教育改革要求，倡导开发新型活页式、工作手册式教材和新形态立体化教材。

（四）课程资源开发与学习环境

课程资源主要是指支持课程教学的数字化教学资源，学习环境主要是指教学设备设施，以及支持学生开展数字化学习的条件。

在课程资源方面，依据本课程标准，充分运用各种信息技术手段，开发数字化教学资源库，实现优质数字化课程资源的共建共享，提升教学效果。教师应通过互联网等途径广泛搜集与课程相关的数字化教学资源，积极参与和课程教学相关的资源建设。

在学习环境方面，学校应根据实际情况建设满足教学需要的信息技术教学机房和综合实训室等设施，配备数量合理、配置适当的技术设备，提供相应的软件和互联网访问带宽。有效利用在线学习平台，支持传统教学模式向混合学习、移动学习等信息化教学模式转型升级，引导学生进行数字化学习环境创设，开展自主学习、协作学习和探究学习。

（五）教师团队建设

教师要牢固树立良好的师德师风，符合教师专业标准要求，不仅具有比较深厚的物流理论功底，善于学习和掌握物流运输部分的最新

成果，充分了解当前的物流现状、运输现状，而且能够有针对性地开展教育教学活动，具有强烈的结合社会教学的意识，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。

本课程的教学团队要求经常交流教学经验，探讨教学改革的有效方法。在教学团队建设中，要强化培训，尤其要加强对教师的职业教育教学能力培训。采取集中培训和个人钻研相结合，提高教师素质。不断完善教师科研和教学相促进的激励机制，形成有利于教师队伍良性发展的长效机制。学校应重视教师队伍建设，优化师资队伍年龄、性别、职称与学历结构，增强运输管理实训（农产品方向）课程教师队伍的整体实力和竞争力。应建立课程负责人制度，组建教师创新团队，积极组织开展各类教研活动，促进青年教师成长。要注重教师的双师素质培养，建立教师定期到企事业单位实践的制度，与时俱进地提升教师的技术水平和实践经验。以专任教师为主，开展校企合作，组建双师结构教学团队。鼓励和支持教师进行运输管理实训（农产品方向）课程教学改革创新，使课程教学更好地适应学生全面发展和个性化发展的需要，满足经济社会发展需求。

（六）对实施本课程的建议

1. 按照“以能力为本位，以职业实践为主线，以项目课程为主体的模块化专业课程体系”的总体设计要求，以培养高素质技能型人才为目标，跟踪运输领域的发展，反映运输管理的实践及教学改革的最新成果；

2. 以就业为导向，强调基本知识和实用技能，以任务驱动、项目教学、分层指导、综合评价的方式组织和开展教学，以提升学生素养，满足就业需要；

3. 以农产品运输的实际业务为背景，以相关工作任务为主线，内容涉及发货人填单，承运人受理、办理托运、进行调度协调、收货人签收、结算、付款、统计分析、经营决策等运输过程等；

4. 体现理论实践一体化的职业教育理念。

附录

一、运输管理实训（农产品方向）课程教学设备设施配备要求

序号	设备名称	数量
1	电脑	120台
2	运输管理软件	1套

二、学习资源

1. 学校网络课程，

<https://mooc1.chaoxing.com/course/204603171.html>

2. 罗戈网（物流沙龙），<http://bbs.logclub.com>

三、相关标准

1. **【技术标准】** 本课程采用最新国家标准《物流术语》《中华人民共和国交通运输行业标准》《物流设施设备的选用参数要求》等。

2. **【安全要求】** 本课程实训应严格按照《企业安全生产标准化基本规范》《高等职业学校物流管理专业实训教学设施建设标准》进行。



茂名职业技术学院

《销售与管理》课程标准

编制人员：高翔、谢积贵

所在部门：经济管理系

合作企业：广州万讯文化发展有限公司



2024年8月18日

编制说明

一、指导思想

指导思想：坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，全面贯彻习近平总书记关于教育的重要论述和指示批示精神，落实立德树人根本任务，助力制造业当家销售，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向。

1. 立德树人，培养社会主义建设者和接班人：以立德树人为根本任务，注重培养学生的思想道德素质和社会责任感，培养一代代优秀的社会主义建设者和接班人，践行社会主义核心价值观。

2. 德技并修，工学结合育人：构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，注重培养学生的综合素质，使其具备道德情操、学术能力、创新思维、实践能力和实用技能等综合能力。

3. 职业教育的类型特点：突出职业教育的特点，注重融汇产业发展需求，培养适应市场需求、具备职业素养和实践能力的高素质劳动者和复合型技术技能人才。

4. 深化产教融合、校企合作：促进产业界和教育界的紧密结合，深化产教融合、校企合作，打破传统的教育与实践分离，使学生能够更好地适应和贡献于产业发展。

5. 教师、教材、教法改革：推进教师专业素养的提高和培训，优化教材体系，创新教育教学方法和手段，以适应时代的需求和学生

的多样化学习方式。

6. 规范人才培养全过程：确立规范的人才培养全过程管理机制，注重学生培养的全方位指导和评价，促使学生在思想、学业和实践等各方面全面发展。

7. 创新与创业教育：注重培养学生的创新精神、创业意识和创业能力，激发学生创造力和创新潜能，为未来的制造业发展培养创新型人才。

通过以上指导思想，销售管理课程将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧密围绕党的二十大精神，致力于培养德智体美劳全面发展的优秀青年，为制造业发展提供人才支撑，与时俱进地满足市场需求和社会发展的要求，助力社会主义现代化建设。

二、编制依据

销售管理课程的编制依据如下：

1. 教育部相关文件：课程标准以《国家职业教育改革实施方案》和《关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》等教育部发布的文件为指导，确保课程符合国家职业教育改革方向和要求。

2. 职业教育专业简介：根据教育部发布的《职业教育专业简介》（2022年修订），了解销售管理专业的基本背景和定位，为课程编制提供相关依据。

3. 专业教学标准：按照教育部发布的《高等职业学校销售管理

专业教学标准》，确保课程在教学内容、教学目标、教学方法和评价方式等方面符合高等职业学校销售管理专业的教学标准。

4. 专业实训教学设施建设标准：根据教育部发布的《高等职业学校销售管理专业实训教学设施建设标准》，确定课程所需实训设施和实践环境的要求，以确保学生能够获得充分的实践培训。

5. 学校要求：参考所在学校制定的《茂名职业技术学院市场营销专业人才培养方案》，了解学校对销售管理专业教育的要求和目标。此方案可提供对本课程目标、内容和要求的参考依据。

综上所述，编制销售管理课程时需要结合国家、教育部和学校的相关政策文件、教学标准和人才培养方案，确保课程的教学质量和符合行业需求，使学生能够获得有效的销售管理专业知识和实践能力。

本课程标准适用于全日制三年制高职专业。

三、编委会成员

标准由茂名职业技术学院、广东华畅文化传媒有限公司合作制订，并组织茂名职业技术学院市场营销专业建设指导委员会专家进行审核。

《销售与管理》课程标准

一、基本信息

课程名称：销售与管理 学时：64 学分：4

适用专业：市场营销

先修课程：市场营销与实务

后续课程：创新创业基础

开课单位：经济管理系

合作企业：广东华畅文化传媒有限公司

制定人：高翔、陈浩

批准人：朱曼婷、陈浩

二、课程性质与任务

(一)课程性质

本课程是一门融合理论与实践的应用型课程。其性质定位为：以茂名荔枝、龙眼、化橘红等特色农产品的市场流通与产业运营为核心场景，衔接农业产业特性与现代销售管理逻辑，既涵盖农产品销售渠道搭建（如电商平台运营、线下经销商合作）、客户关系维护、品牌营销推广等销售模块，也包含农业合作社运营管理、农产品库存与供应链协调、销售团队（农户 / 助农专员）管理等管理内容。课程兼具产业针对性与实践指导性，旨在通过剖析茂名农业“产销衔接难、

品牌溢价低、管理效率弱”等痛点，帮助学习者掌握适配本地农业产业的营销策略与管理方法，既是提升农业销售管理专业能力的核心课程，也是助力茂名农产品市场化推广、推动农业产业规模化发展的实践赋能课程。

本课程与前修课程《组织行为学》、《市场营销原理》、《财务管理》、《运营管理》和《企业经济学》相衔接，培养学生将销售管理理论知识融入实际管理环境以提升决策效果的能力；与后继课程《国际商务管理》、《创业管理》相衔接，共同培养学生拓展国际市场及创新创业的能力。

(二)课程任务

课程任务：销售管理

任务一：销售分析和环境评估（结合茂名农业产业）

1. 选择组织与销售分析：选茂名某荔枝种植合作社，目标设定为“年线上销量提升 30%、打响‘高州荔枝’区域品牌”；核心竞争力是“30 年种植经验 + 本地冷链网点”；价值主张为“现摘现发，48 小时直达餐桌”。

2. 竞争地位评估：外部环境有“电商助农政策支持、消费者对新鲜农产品需求增长”；内部资源含“稳定种植基地、合作农户 50+”，综合处于区域内中上游，略逊于大型农产品加工企业，但在“新鲜度”上有优势。

3. 机会与挑战分析：机会是“短视频直播带货风口、茂名荔枝

地理标志加持”；挑战为“荔枝保鲜期短（仅 5-7 天）、同类产区（如海南）低价竞争”。

4. 关键发现与建议：发现“线上渠道布局不足、冷链成本高”；建议“加强抖音直播团队搭建，与本地物流企业谈批量冷链折扣，突出‘地理标志 + 新鲜溯源’差异化策略”。

任务二：销售制定和实施计划

在本任务中，学员将学习如何制定和实施茂名农产品销售计划。任务的步骤包括：

1. 基于销售分析的结果，制定明确的销售目标和阶段性目标。
2. 确定实施销售所需的资源和能力，并评估组织的资源缺口。
3. 设计和规划关键的销售举措，包括组织结构调整、市场营销策略和投资决策等。
4. 制定销售执行计划，包括目标分解、时间表和责任分配。
5. 构建绩效评估和监控机制，以确保销售实施的有效性和持续改进。

任务三：销售评估和调整

在本任务中，学员将学习如何评估和调整销售。任务的步骤包括：

1. 审查销售实施的进度和结果，并分析达成目标的差距。
2. 使用各种销售评估工具和指标，评估组织的绩效和销售效果。
3. 针对评估结果，识别销售调整的需求和机会。

4. 研究市场和行业的动态变化，重新评估销售的有效性和适应性。

5. 撰写一份有关调整销售方向和实施方法的建议报告，并描述预期的结果和风险。

任务四：销售领导和沟通

在本任务中，学员将学习如何有效地进行销售领导和沟通。任务的步骤包括：

1. 分析组织的领导风格和文化，评估其对销售的影响力和适应性。

2. 确定关键的销售利益相关者，并制定与之有效沟通的策略。

3. 培养有效的沟通技巧，包括口头、书面和非言语沟通方式。

4. 设计和实施一项沟通计划，以传达销售目标、进展和调整信息。

5. 开展团队建设和领导力发展活动，以提高销售管理的整体能力。

三、课程核心素养与目标

(一)课程核心素养

课程核心素养是销售管理课程育人价值的集中体现，是学生通过课程学习与实践所掌握的相关知识和技能，以及逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。以下是销售管理课程的核心素养：

(1) 销售思维与分析能力：培养学生具备销售思考的能力，包括对组织内外环境进行深入分析和判断，并将其转化为销售决策和行动计划的能力。学生应该能够有效地运用销售工具和模型，分析行业竞争力、销售定位、资源配置等问题，以实现组织的长期成功。

(2) 创新与创业精神：培养学生具备创新思维和创业精神，能够主动寻找新的商业机会和解决方案。学生应该能够发现并利用市场变化中的机遇，创造新的竞争优势，并在不确定和风险的环境中做出决策。

(3) 团队合作与领导能力：培养学生具备良好的团队合作和领导能力，能够在国际化、多元化的组织环境中建立和领导高效的团队。学生应该了解并运用各种团队建设和领导技能，包括有效的沟通、协调、激励和冲突解决能力，以实现共同目标。

(4) 跨文化管理能力：培养学生具备跨文化管理的能力，能够理解和应对不同文化背景下的管理挑战。学生应该掌握跨文化沟通、谈判、决策和冲突管理等技巧，能够有效地与多元文化的团队成员和全球业务伙伴合作。

(5) 道德伦理与社会责任意识：培养学生具备道德伦理和社会责任意识，能够在销售决策中考虑组织的长远利益和社会的可持续发展。学生应该具备良好的商业道德和行为规范，并在管理实践中遵循社会和法律的要求，推动可持续发展和共享价值的实现。

这些核心素养将帮助学生在销售管理领域获得有效的学习和实

践经验，并为未来的职业生涯奠定坚实的基础。

(二) 课程目标

知识目标：

1. 通过本课程学习，学生将掌握销售管理的基本概念、原理和重要理论，包括市场分析、竞争优势、组织设计等方面的知识。
2. 通过本课程学习，学生将了解销售管理在不同行业和文化背景下的应用案例，掌握销售制定和实施的关键要素。
3. 通过本课程学习，学生将熟悉数字化和信息化对销售管理的影响，掌握运用技术工具和数据分析进行销售决策的能力。
4. 通过本课程学习，学生将了解国际销售管理的趋势和挑战，掌握跨国公司和全球化销售的核心概念和策略方法。

能力目标：

1. 能够分析和评估外部环境因素对组织销售的影响，例如市场趋势、竞争对手、政策法规等，并制定相应的应对策略。
2. 能够运用销售工具和技术，例如 SWOT 分析、价值链分析、五力模型等，进行组织内部资源和能力的评估，形成可持续竞争优势的销售计划。
3. 能够进行销售决策，并制定相应的销售执行计划，包括目标设定、资源配置、绩效评估等，以实现组织的长期发展目标。
4. 能够借助信息技术和数据分析工具，对市场趋势、竞争态势

进行监测和预测，并在决策中运用这些信息进行风险评估和销售调整。

素养目标：

1. 培养学生全局意识和销售思维，使其能够从宏观角度理解和分析组织发展中的各种问题和挑战。
2. 培养学生的团队合作能力和沟通能力，使其能够在销售管理中与不同背景和职能的人员有效协作。
3. 培养学生的创新精神和问题解决能力，使其能够在不确定和变化的环境中灵活应对，并提出创新的销售方案。
4. 培养学生的道德责任感和社会责任意识，使其在销售制定和实施中考虑到组织对利益相关者的责任。

以上是一些销售管理课程的目标。

四、课程结构

(一)课程模块

本课程分为三大模块，分别为销售管理概论、总体层（公司层）销售决策、竞争层（业务层）销售决策。

(二) 学时安排

模块	教学内容	建议学时
销售管理概论	掌握销售是什么、销售与管理等基本概念、理解销售管理的基本问题及其重要性、销售管理的基本原则、公司哲学与盈利模式。	20 学时
总体层（公司层）销售决策	掌握企业宏观环境分析的内	22 学时

	容、掌握行业竞争结构分析的内容、掌握企业经营资源的类型、掌握企业销售能力分析、掌握企业核心能力分析	
竞争层（业务层）销售决策	掌握成本领先销售、差异化销售的优势、风险及主要途径、掌握合作销售、掌握各种发展型销售、了解稳定型销售和紧缩型销售	22 学时

五、课程内容

（一）销售管理概论

1. 销售的本质及其基本逻辑

【内容要求】:

- (1) 掌握销售是什么；
- (2) 掌握销售管理的终极追求；
- (3) 掌握销售选择的基本准则；
- (4) 知道销售的层次及销售管理基本问题；
- (5) 知道销售管理的阶段与程序。

【教学提示】: 让学生分析案例乐视的汽车梦还能走多远？

2. 公司哲学与盈利模式

【内容要求】:

- (1) 掌握商业的本质；
- (2) 掌握任务陈述；

(3) 掌握盈利模式;

(4) 知道商业模式;

【教学提示】: 让学生分析案例阿里的生态系统。

(二) 总体层（公司层）销售决策

1. 销售环境分析

【内容要求】:

(1) 掌握外部环境分析的逻辑;

(2) 掌握产业需求分析;

(3) 掌握获利能力分析;

(4) 知道外部关键因素评价矩阵;

【教学提示】: 让学生分析案例实体书店——一路在何方?

2. 企业能力与资源的销售分析

【内容要求】:

(1) 掌握内部分析的逻辑;

(2) 掌握财务状况分析;

(3) 掌握管理水平分析;

(4) 知道技术优势分析;

【教学提示】: 让学生分析案例明基——在贫瘠的土地上丰收。

3. 销售制定——工具与逻辑

【内容要求】:

- (1) 掌握 SWOT 矩阵;
- (2) 掌握销售地位与行动评价 SPACE 矩阵;
- (3) 掌握业务增长与市场份额 BCG 矩阵;
- (4) 知道内部外部 (I-E) 矩阵;
- (5) 知道大销售矩阵

【教学提示】: 让学生分析案例阳光计划。

(三) 竞争层（业务层）销售决策

1. 竞争销售决策

【内容要求】:

- (1) 掌握竞争销售的根本目的;
- (2) 掌握产业分析;
- (3) 掌握业务获利能力分析;
- (4) 知道竞争对手分析;
- (5) 掌握竞争销售决策。

【教学提示】: 让学生分析案例神车的神话。

2. 竞争优势的培育

【内容要求】:

- (1) 掌握价值链与竞争优势;

(2) 掌握竞争优势的影响因素；

(3) 掌握构造成本优势；

(4) 掌握构造歧异优势；

【教学提示】：让学生分析案例恒瑞医药——坚定的行者。

六、学业质量

(一) 学业质量内涵

销售管理课程的学业质量内涵包括以下几个方面：

1. 知识传授和理解：销售管理课程应该提供广泛而深入的知识体系，帮助学生了解销售管理的基本原理、概念和模型。学生应该掌握各种销售工具和分析方法，以便能够准确理解和解读实际业务环境中的挑战和机遇。

2. 综合思考和创新能力：销售管理课程的学业质量应该培养学生的综合思考 and 创新能力。学生需要学会分析不同层面的信息、数据和因素，综合考虑销售决策的多个方面。他们应该具备发现新机会、解决问题和制定可行销售的能力。

3. 销售执行和实践能力：销售管理课程需要培养学生的销售执行和实践能力。学生应该学习如何将销售规划转化为实际行动，并能够应对实施过程中的挑战和变化。他们应该了解组织的运作机制，能够有效地管理资源、人员和利益相关方。

4. 团队合作和领导能力：销售管理课程应该鼓励学生发展团队合作和领导能力。学生应该学会与他人合作，共同解决销售问题，以

及在团队中发挥领导作用。他们需要学习如何有效沟通、协调和激励团队成员，以实现共同的目标。

5. 反思和学习能力：销售管理课程应该培养学生的反思和学习能力。学生应该能够不断反思实践经验，吸取教训并不断改进自己的销售思维和决策能力。他们应该具备持续学习和适应变化的积极心态。

综上所述，销售管理课程的学业质量内涵包括知识传授和理解、综合思考和创新能力和销售执行和实践能力、团队合作和领导能力，以及反思和学习能力。这些方面的培养将帮助学生在实际业务环境中更好地理解、制定和执行销售，从而取得良好的学业成果。

(二) 学业质量水平

学业质量水平是衡量学生在销售管理课程中的学术表现和能力的评估指标。下面是一般要求和较高要求的学业质量水平的描述：

水平等级	具体质量描述
一般要求	1. 知识掌握：具备对销售管理领域的基本知识，并能够解释和理解相关概念、原理和理论。 2. 分析能力：能够识别和分析组织内外部环境中的关键问题，并应用适当的分析工具和框架进行分析。 3. 销售规划：能够制定销售目标、选择适宜的销售方向，并提出实施计划。 4. 沟通能力：能够清晰地表达销售管理领域的观点和见解，并以逻辑连贯的方式呈现分析结果和解决方案。 5. 团队合作：能够有效地参与团队合作项目，在小组环境下共同制定销售计划并合作解决问题。
较高要求	1. 深度理解：对销售管理领域的理论和框架具有深入理解，并能够运用这些知识来分析和解决复杂的销售管理问题。 2. 创新思维：能够独立思考和提出创新的销售观点、方法和解决方案，能够突破传统思维框架，提供新的洞察和见解。

	3. 继续学习：展示出对于销售管理领域持续学习和专业发展的兴趣和能力，积极参与相关研究和实践活动。 4. 批判性思维：具备批判性思考的能力，能够对不同的销售方案和决策进行综合评估和逻辑推理。 5. 领导力：展现出在团队中扮演领导角色的潜力，能够引导并激励团队成员，实现共同的销售目标。
--	---

这些学业质量水平的描述有助于评估学生在销售管理课程中的学术水平。

七、课程实施

(一) 教学要求

《销售管理》课程是管理专业的核心课程，旨在培养学生的销售思维和管理能力，使他们能够在复杂的商业环境中制定和执行有效的销售。为了实现这一目标，教学过程中采用以下教学方法：

(1) 案例研究法：通过分析真实或模拟的案例，学生将面对各种销售管理问题和决策挑战。他们需要运用销售分析工具和理论，提出解决方案，并进行有效的销售实施。

(2) 小组讨论：学生被组成小组，讨论特定的销售问题，共同制定销售计划，并通过合作解决销售执行中的挑战。这种合作性的学习可以促进学生之间的信息交流和互动。

(3) 模拟实验：通过销售模拟游戏或商业模拟软件，学生可以模拟实践在不同情境下的销售决策和管理。他们将面对各种变化和挑战，理解销售决策的后果，并从错误中学习改进。

在教学过程中采用的教学手段有以下要点：

(1) 课堂讲解和讨论：教师对销售管理的理论和实践进行系统的讲解，并引导学生进行深入交流和讨论，以加深对理论知识的理解 and 应用。

(2) 实践案例分析：通过分析真实的销售管理案例，让学生将理论知识应用到实际问题中，培养他们的问题分析和解决能力。

(3) 小组项目：学生被要求在小组内完成实践项目，例如制定一个组织的销售计划或分析一个行业的销售竞争格局。通过团队合作，学生可以从实践中学习，培养协作和沟通的能力。

(4) 演讲和展示：学生需要根据特定主题或案例，进行演讲或展示，以提高他们的口头表达和展示能力，并且通过互动和反馈加强学习效果。

(5) 课外阅读和研讨：教师可以指定相关的阅读材料，并组织学生进行研讨，深入探讨特定的销售管理问题，扩展学生的知识广度。

通过采用多种教学方法和手段，销售管理课程可以帮助学生全面理解 and 应用销售管理的概念和原理，提高他们的销售思维和决策能力。

(二) 课程质量

本销售管理课程旨在为学生提供全面的理论和实践知识，帮助他们理解并应用销售管理的核心概念和技能。通过充实的教学和学习体验，学生将获得以下的课程质量：

1. 知识深度：课程将探讨销售管理的各个方面，包括销售规划、

竞争分析、资源配置、组织设计和实施等。学生将深入了解销售管理理论和模型，并能够运用这些知识来分析和解决实际销售问题。

2. 实践应用：除了理论学习，课程将强调实践与案例分析。学生将有机会参与实际项目、模拟游戏和案例研究，以提高他们在销售管理中的实际技能。通过这些实践活动，他们将学会应对销售挑战、做出决策并实施有效的销售计划。

3. 创新思维：课程将鼓励学生培养创造性思维和销售思考能力。学生将被要求思考未来的趋势、变化和机会，并提出创新性的解决方案。他们将学会挖掘潜在的机遇，并在动态和不确定的环境中进行销售规划和调整。

4. 团队合作：销售管理强调团队合作和领导能力。课程将组织学生进行小组项目，并鼓励他们相互合作、分享资源和共同解决问题。通过团队合作，学生将学会有效地协调人际关系、领导团队并实现协同效应。

课程考核要求：

为了评估学生对销售管理课程的掌握程度，以下是一些可能的考核要求：

1. 个人论文：学生需要撰写一篇个人论文，分析和评估一个实际组织的销售管理实践。论文应该结合课程中学到的理论和概念，并提出创新的建议和解决方案。

2. 小组项目报告：学生将分组完成一个销售管理项目，并准备

一份综合报告。报告应该包含对项目背景、目标、策略和实施计划的详细描述，以及团队在项目中的贡献和合作。

3. 案例分析：学生将针对一些实际案例进行分析和讨论。他们需要识别关键问题、提出销售选择，并对其后果和可能的实施进行评估。案例分析将考察学生在现实情境中应用销售管理概念的能力。

4. 学生演示：学生将受邀在课堂上展示和解释他们在销售管理领域的观点和分析。演示可以是个人演讲、小组讨论或模拟游戏等形式，以检验学生的口头表达能力和批判思维能力。

以上考核要求的具体细节将在课程开始前由教师明确告知学生，并根据教学目标和课程内容进行适当调整。考核将综合评估学生的知识理解、分析能力、创新性思维、团队合作以及沟通表达等方面的能力。

(三)教材编写要求与选用建议

销售管理课程的教材编写要求与选用建议如下：

编写要求：

1. 内容全面：教材应涵盖销售管理的核心概念、理论模型和实践案例，确保学生能够全面理解和应用销售管理的知识。

2. 结构清晰：教材应有清晰的章节划分和条理，使学生能够更好地理解和掌握知识，有助于知识的整合与应用。

3. 实践导向：教材应注重将理论与实践相结合，提供实际案例、模拟练习、角色扮演等教学活动，帮助学生将所学知识运用到实际销

售管理问题中。

4. 更新及时：销售管理领域不断发展，教材应保持更新，反映最新的理论研究、企业案例和市场动态，使学生了解最新趋势和挑战。

5. 可操作性强：教材应具备指导学生分析和解决实际销售管理问题的能力，提供实用工具和框架，让学生能够制定和执行有效的销售计划。

选用建议：

1. 核心教材：选择一本经典的销售管理教材作为核心教材，确保学生获得系统和深入的销售管理知识。

2. 实践案例：选择丰富的实际案例，覆盖不同行业和公司规模，包括成功和失败的案例，以便学生能够在实践中学习和应用销售管理理论。

3. 补充阅读：引入一些相关的学术文章、研究报告或专业书籍，以扩展学生的知识面和深度，帮助他们理解销售管理的不同维度和前沿话题。

4. 多媒体资源：选择适合的多媒体资源，如视频讲座、在线模拟游戏等，增强学生的学习体验和互动性。

5. 学生参与：鼓励学生积极参与讨论、小组项目等实践性学习活动，以培养他们的批判性思维、解决问题的能力 and 团队合作精神。

教材编写要求和选用建议的目标是提供一套综合、实践导向的销售管理教材，帮助学生理解和应用销售管理的原理和工具，提高他们

在实际业务环境中制定和执行销售的能力。

(四) 课程资源开发与学习环境

销售管理课程的课程资源开发与学习环境可以涉及以下要求：

课程资源开发要求：

1. 目标明确：确保课程资源的开发目标明确，与课程的学习目标和学生需求相一致。
2. 多元化资源：开发多样化的教学资源，包括教材、案例研究、模拟游戏、实地考察等，以满足不同学习风格和兴趣的学生需求。
3. 实践性和应用性：课程资源应强调实践性和应用性，使学生能够将所学理论知识与实际情境相结合，培养解决实际销售问题的能力。
4. 更新性与时效性：确保课程资源的时效性，反映当前销售管理领域的最新发展和趋势，以帮助学生保持与行业保持同步。
5. 互动与参与：开发互动性强的资源，促进学生之间的合作与交流，如在线讨论论坛、小组项目等，激发学生的学习兴趣和参与度。

学习环境要求：

1. 资源访问性：学习环境应提供便利的资源访问渠道，如在线学习平台、图书馆资源、电子期刊等，以便学生能够随时随地获取所需的学习资料。
2. 技术支持：学习环境应提供必要的技术支持，确保学生能够

顺利使用在线学习平台、电子教材等技术工具，并能与教师和同学进行有效的交流和互动。

3. 互动与合作：学习环境应提供互动与合作的机会，包括在线讨论、小组合作项目、实时在线辅导等，以促进学生之间的合作学习和知识共享。

4. 反馈与评估：学习环境应提供及时的反馈与评估机制，包括在线作业提交与评分、学生答疑等，以帮助学生了解自己的学习进度和提高空间。

5. 学习支持：学习环境应提供学习支持服务，包括学习辅导、学术指导、个性化学习计划等，以满足学生的学习需求和解决学习困难。

综上所述，销售管理课程的课程资源开发和学习环境的要求应注重目标明确、多元化资源、实践性与应用性、时效性、互动与参与等方面，同时学习环境应提供资源访问性、技术支持、互动与合作、反馈与评估、学习支持等支持学生的学习和成长。

(五) 教师团队建设

销售管理课程的教师团队建设是确保该课程的有效教学和学生满意度的关键因素。以下是关于销售管理课程教师团队建设：

为了构建一个卓越的销售管理课程教师团队，我们致力于筛选和培养具有以下特点和能力的教师：

1. 学科专业知识和经验：招募教师需要具备丰富的学科专业知

识和经验，包括销售管理领域的前沿理论和实践。他们应该能够把复杂的概念和原理转化为易于理解和实践的教学内容。

2. 教学才能：我们寻找具有出色教学能力的教师，他们能够激发学生的学习兴趣，使用多种教学方法和工具来推动学生参与，并能够针对学生的不同需求和学习风格进行个性化教学。

3. 团队合作和协作能力：在销售管理课程的教师团队中，合作和协作是至关重要的。我们寻找具备团队合作和沟通能力的教师，他们愿意分享经验和资源，相互支持和借鉴教学方法，共同提升教学质量。

4. 学生关怀和指导：优秀的销售管理教师关心学生的学业进展和发展，倾听他们的问题和挑战，并提供必要的指导和支持。我们寻找那些能够建立良好师生关系的教师，关心学生的整体发展和成长。

5. 持续学习和专业发展：销售管理领域不断发展演变，因此，我们希望我们的教师团队能够保持学习的姿态，积极参与学术研究和实践，不断提升自己的专业能力和知识储备。

通过拥有上述能力和特质的教师团队，我们能够提供一门高质量、富有挑战性和实践导向的销售管理课程，确保学生获得综合的知识和实践技能，为他们的职业发展奠定坚实的基础。。

(六)对实施本课程的建议

销售管理是一门重要的课程，能够帮助组织制定并实施销售计划，以实现长期目标和成功。以下是作者对实施销售管理课程的建议：

1. 关注理论与实践结合：确保课程内容既包含销售管理的理论知识，又注重实践案例和实际应用。通过研究真实的案例，学员能更好地理解和应用销售管理的概念和工具。

2. 强调销售思维能力：销售管理不仅仅是策划和执行计划，还需要培养学员的销售思维能力。课程应当注重培养学员的系统思考、未来预测和创新能力，以及对变革和不确定性的适应能力。

3. 提供实用工具和方法：为了帮助学员在实践中运用所学知识，课程应该介绍一系列实用的销售管理工具和方法。这些工具可以包括SWOT分析、竞争分析、业务模型设计等，可以帮助学员有效地分析环境、制定销售并进行评估。

4. 强调团队合作和领导力：销售管理需要团队合作和领导力的支持。在课程中，鼓励学员参与小组讨论、团队项目和角色扮演。通过这些活动，学员能够培养团队合作的能力，理解不同角色在销售制定中的作用，并发展领导力技能。

5. 提供案例研究和实地考察机会：为了使学员更好地理解销售管理的实践，课程可以安排案例研究和实地考察。通过实地参观成功的企业和组织，学员可以亲身感受到销售管理的应用，并与业界专家进行交流和讨论。

6. 鼓励学员参与实践项目：为了加强学员的实践能力，课程可以要求学员参与销售管理的实践项目。这样可以锻炼学员的分析和解决问题的能力，并激发创新思维。

不断更新课程内容，销售管理领域发展迅速，因此课程内容需要不断更新以反映最新的趋势和实践。定期评估和更新课程，结合行业动态和学员反馈，确保课程内容与时俱进。通过以上建议，实施销售管理课程将能够为学员提供全面而实用的知识和技能，以应对组织面临的销售挑战和机遇。