

2023年湖南省职业教育 专业（群）教学资源库建设方案

资源库名称 电子商务专业群教学资源库

适用的专业目录 职业教育专业目录(2021年)

所属专业大类 财经商贸大类

所属专业类 电子商务类

面向专业 电子商务、国际经济与贸易、现代物流管理、大
数据与会计、商务英语

访问地址 <https://qun.icve.com.cn/csmzdzsw> (2023版)

<https://www.icve.com.cn/csmzds> (2022版)

主持单位（盖章）长沙民政职业技术学院

联合主持单位（盖章）长沙商贸旅游职业技术学院

联合主持单位（盖章）湖南科技职业学院

联合主持单位（盖章）北京博导前程信息技术股份有限公司

联合主持单位（盖章）湖南省跨境电子商务协会

资源库主持人 黎晗

申请日期 2023年6月25日

湖南省教育厅

2023年5月

目 录

一、项目建设的背景与意义.....	1
(一) 项目建设背景.....	1
(二) 项目建设的意义.....	3
二、建设基础与优势.....	4
(一) 建设基础.....	4
(二) 建设优势.....	5
三、建设目标与思路.....	12
(一) 建设目标.....	12
(二) 建设思路.....	14
四、资源库建设内容.....	16
(一) 电子商务专业群资源库.....	17
(二) 电商数字化博物馆.....	56
(三) 电子商务专业群培训中心.....	58
五、资源库建设规划.....	59
(一) 建设规划.....	59
(二) 建设步骤.....	62
六、保障措施.....	64
(一) 组织保障.....	64
(二) 制度保障.....	64
(三) 资金保障.....	65
(四) 技术保障.....	65
七、预期成效.....	66
(一) 教学效益.....	66
(二) 社会效益.....	67
八、应用推广前景.....	67
九、特色与创新.....	68
(一) 创设 3D 虚拟仿真数字商业场景空间.....	68
(二) 构建满足智能推荐、个性化学习教学资源库平台.....	69
(三) 创设丰富全面多维度的课程思政案例库.....	69
(四) 建设岗课赛证融通的专业群教学资源.....	69
(五) 响应不同类型学员课程资源的学习要求.....	69

电子商务专业群教学资源库建设方案

一、项目建设的背景与意义

(一) 项目建设背景

1. 电子商务蓬勃发展催生新业态

据中国互联网络信息中心（CNNIC）第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2022 年 12 月，我国网民规模达 10.67 亿，较 2021 年 12 月增长 3549 万，互联网普及率达 75.6%。网络零售作为打通生产和消费、线上和线下、城市和乡村、国内和国际的关键环节，在构建新发展格局中不断发挥积极作用。一是助力外循环，跨境电商快速发展，为外贸发展提供支撑。2022 年全年跨境电商进出口额(含 B2B)2.11 万亿元，同比增长 9.8%。其中，出口 1.55 万亿元，同比增长 11.7%。二是推动内循环，2022 年，我国网络零售市场总体稳步增长。据国家统计局数据显示，2022 年全国网上零售额 13.79 万亿元，同比增长 4%。其中，实物商品网上零售额 11.96 万亿元，同比增长 6.2%，占社会消费品零售总额的比重为 27.2%。即时零售渗透的行业和品类持续扩大，覆盖更多应用场景，加速万物到家。

2. 各级政府大力发展电子商务，加快培育经济新动力

近年来，电子商务发展迅速，国家和地方政府对电子商务均大力支持。2019 年，国务院出台《国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见》，鼓励运用大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术，促进商旅文体等跨界融合，形成更多流通新平台、新业态、新模式。2021 年，政府工作报告指出新冠肺炎疫情席卷全球，电商网购、在线服务等新业态在抗疫中发挥了重要作用，国家将继续出台支持政策，全面推进“互联网+”，打造数字经济优势。2020 年 11 月 3 日，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五

《**年规划和二〇三五年远景目标的建议**》指出：“推动互联网、大数据、人工智能等同各产业深度融合，推动先进制造业集群发展，构建一批各具特色、优势互补、结构合理的战略性新兴产业增长引擎，培育新技术、新产品、新业态、新模式。促进平台经济、共享经济健康发展。”

2020年12月，**湖南省委十一届十二次全体会议**确定了“**三高四新**”**奋力建设现代化新湖南的战略思想**，电子商务与先进制造业呈现出深度融合发展态势、与科技创新呈现出互为促进关系，电子商务在湖南省乃至中部地区和长江经济带发展进程中焕发出勃勃生机，未来市场发展空间巨大。

3. 发展电子商务产业是我省现代服务业高质量发展的新抓手

《湖南省“十四五”服务业发展规划》指出：依托中国（湖南）自由贸易试验区岳阳片区开放平台，大力发展跨境电子商务。促进电商创新发展。加快发展跨境电商、农村电商、社区电商、工业电商、生鲜电商、直播电商等新业态。完善农村电商服务体系，开展“数商兴农”行动，壮大网销“一县一品”品牌，持续推动农产品上行，提升农村电商与快递物流协同发展水平。全面推进长沙、湘潭、岳阳、郴州等跨境电子商务综合试验区建设。

4. 电子商务企业对相关商贸类人才提出新需求

随着电子商务产业快速兴起，对专业人才需求也在急剧增长，**特别是湖南目前正在实施全面推进乡村振兴战略，深入推进电子商务进农村和“互联网+”农产品出村进城**。预计湖南电商人才需求量超20万，其中中高端岗位人才需求超过30%。从数量来看，电子商务人才需求已成井喷之势，市场缺口巨大；从质量来看，各行各业紧缺的中高端电子商务技能技术人才，如电子商务项目的设计与开发、电子商务项目的运营与管理、网络推广的策划与实施、商务数据的分析与挖掘等岗位，尤其可遇难求，这已经成为制约湖南经济转型升级及湖南电子商务提速提质的主要瓶颈。

(二) 项目建设的意义

1. 响应职业教育发展战略，提升教育现代化水平

《国家职业教育改革实施方案》及党的二十大之后党中央、国务院部署职业教育改革工作的首个指导性文件《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》要求建设专业教学资源库、扩大优质资源共享，建立共建共享平台的资源认证标准和交易机制，进一步扩大优质资源覆盖面，提升教育教学现代化水平。专业教学资源库的建设为全国高职院校提供了经验交流和资源分享的平台，实现了教学资源的有效整合，避免了重复建设，有效地推进全国高职院校相关专业的建设和发展，已成为实施国家教育战略的重要手段。建设电子商务专业群教学资源库，是响应国家教育发展战略，推进高职院校电子商务专业群教育现代化水平的重大举措规定的具体任务。

2. 搭建教学共享资源平台，丰富群资源库建设内涵

卓有成效的专业群教学资源库是高水平专业群建设的标志性工程，其重要性不言而喻，在推动优质资源共享、推进职业教育信息化进程、深化专业群教学改革、提升人才培养质量等方面作用重大。电子商务专业群 2022 年成功立项湖南省 A 类高水平专业群建设，建设好专业群教学资源库是其题中应有之义。电子商务专业群教学资源库可有效整合各专业教学资源，实现群内共享，避免重复建设。

3. 深化专业教育教学改革，培养电子商务复合人才

建设电子商务专业群教学资源库是促进优质教学资源开发共享、推动职业教育专业教学改革的重要手段，是提高职业教育人才培养质量、增强社会服务能力的重要举措。专业群资源库项目建设可进一步深化工学结合人才培养模式改革，促进课程顺利开发，为课程建设提供平台。同时利用信息技术整合各种教学资源，是实现优质教学资源共享，促进主动式、协作式、研究型、自主型学习，开展

行动导向教学模式的重要途径，是提高教学效率和教学质量的重要保障。

4. 解决实践教学环节难点，大幅提升实践教学效果

实践教学作为财经商贸类专业教学的重要环节，对于培养学生的动手能力、培养技术技能型人才尤为重要。而多数职业院校存在场地拥挤、时间紧张等时空矛盾，学生难于全面熟练掌握岗位工作的必需基本知识、基本理论和基本技能。电子商务专业群教学资源库建设及数字智能化的应用，一方面可以让每个学生反复的观摩学习，同时可以用实践案例代替空洞的说教，调动学生的学习兴趣，培养学生的自主意识，大幅提升实践教学效果。

5. 面向社会开放教学资源，助力行业人才质量提升

专业群教学资源库建设不仅要为校内学生提供学习服务，同时也需满足行业企业职工继续教育的需求。可面向电子商务类行业企业从业人员，提供在岗专业知识和技能培训，为其个人的多样化学习提供服务，有助于构建开放性终身学习教育体系，助力电子商务专业类人才质量的持续提升，助推行业、企业、产业的整体良性发展；为社会人员提供职业技能培训、提高劳动者素质，促进就业。搭建开放性的数字平台，使高职院校拓宽其社会服务的途径和渠道，有效提高高职院校社会服务能力，完成服务社会及当地经济发展的社会使命。

二、建设基础与优势

(一) 建设基础

电子商务专业群**服务于湖南省电子商务产业**，以电子商务专业为核心，带动国际经济与贸易、现代物流管理、大数据与会计及商务英语四个专业组成“单核引领”型专业群。其中**电子商务专业创立于2000年，是2006年国家首批示范校重点建设专业、2015年湖南省首批卓越校重点建设专业群核心专业、2018年湖南省一流特色**

专业群核心专业、2019年国家级骨干专业，2019年国家级“双师型”教师培训基地，2020年入选湖南省职业院校专业教学团队立项建设单位。电子商务专业群2022年成功立项湖南省A类高水平专业群建设。

电子商务专业群先后获得国家级教学成果奖二等奖2项、省级教学成果一等奖2项、二等奖1项、国家级精品在线开放课程1门（《高职公共英语》）、国家精品课程2门（《网络营销实务》、《电子商务基础与应用》）、国家精品资源共享课5门（《网络营销实务》、《电子商务基础与应用》、《企业纳税实务》、《会计循环综合实训》、《外贸函电英语》）、省级精品在线开放课程2门（《ERP财务业务一体化》、《电算会计》），入选“十三五”职业教育国家规划教材12部、入选“十四五”职业教育国家规划教材11部；专业团队先后参与电子商务、移动商务、商务数据分析与应用、大数据与会计4个专业国家级资源库建设项目，主持建设并验收国家商务数据分析与应用专业教学资源库《认识新商业》、《移动商务系统》两门课程；成功研发《老挝职业教育电子商务国家标准》1项；近五年教师参加全国职业院校技能大赛教学能力比赛获一等奖2项，参加湖南省职业院校教师职业能力竞赛获一等奖4项；电子商务、国际经济与贸易、商务英语三个专业人才培养方案获评省级优秀。电子商务专业群近五年在校学生参加全国职业院校技能大赛获一等奖4项、二等奖3项，参加湖南省职业院校技能竞赛获一等奖35项，参加湖南省黄炎培职业教育奖创业规划大赛获一等奖2项；电子商务专业群教学团队近五年主持省厅级以上课题24项，承担国家级职业院校教师素质提高计划国培项目10项，培训共5164人次，近五年社会服务到账金额428.5万元。

(二) 建设优势

1. 专业群建设有效引领全省电子商务职业教育发展

长沙民政职业技术学院电子商务（三年制大专）专业始建于2000年，经过二十多年的建设与发展，已在国内职业教育领域享有较高的声誉。该专业具有优质的教学条件，持续的人才需求和良好的社会声誉，生源充足、报到率高，毕业生就业质量好。该专业是2006年国家首批示范校重点建设专业（地方财政）、2015年湖南省首批卓越校重点建设专业群核心专业、2018年湖南省一流特色专业群核心专业，2019年教育部认定的国家级骨干专业和国家级“双师型”教师培养培训基地，2022年湖南省楚怡高水平高职学校和专业群建设单位A档核心专业。

近五年全国14个省市同行前来电子商务专业群交流50余次；省级及以上新闻媒体报道14次。成功组织召开了全国电子商务行指委2016年度工作会议、2016年全国行指委湖南片区会议，共有40多所同类学校来我校现代商务服务专业群进行学习交流。2017至2022年主持职业院校教师素质提高计划国家级培训项目4项，参培学校57所，学员194人次。主动践行“对口帮扶”，智力“赋能”乡村振兴，在湖南省安化县等地培训全国新农人、农创客等各类农村电商人才300余人次。积极落实“一带一路”战略，讲好“中国故事”，我校电子商务专业群教学团队开展援外服务，成功开发了《老挝电子商务职业教育标准》并获得老挝教体部职教中心的认证，从马来西亚、老挝等东南亚国家已经招收4届共计15名留学生来我校就读。

2. 申报学校办学实力雄厚，专业群建设特色鲜明

长沙民政职业技术学院是湖南省人民政府和民政部共建、省教育厅直属高校，是首批(28所)国家示范性高等职业院校、教育部认定国家优质专科高等职业院校。2019年成功入围中国特色高水平高职学校和专业建设计划（简称“双高计划”）第一轮建设单位，具体

成果如下表 1 所示。

商学院作为电子商务专业群建设的主要依托学院，秉承务实创新、追求卓越办学宗旨，创立了“政产校企”多元合作的专业建设机制，创新了“课程牵引、项目驱动、竞赛提升”的人才培养模式，打造了“教学+科研+服务”型省级优秀专业教学团队，创建了“校企双元、行企双标、线上线下”的课程开发模式，形成了学生培养质量高和就业质量高的发展态势，初步彰显了国际化办学成效，获得了良好的社会服务反响，形成了鲜明的专业群建设特色。

表 1 资源库主持单位近 5 年（2018-2022）建设成果一览表

成果类型	级别	数量
国家专业教学资源库	国家级	2
省级专业教学资源库	省级	3
教学成果	国家级	5
	省级	10
	校级	3
	国家级精品在线开放课程	8
	省级（含教指委）精品课程	6
	名师空间课堂	1
	课程诊改	18
	专创融合	8
团队建设	国家级创新教学团队	2
	省级教学团队	5
	校级	12
重点建设专业	国家级国家高水平专业群	2
	湖南省楚怡高水平专业群	2
基地建设	国家级	35
	省级	3
	厅级	1
技能标准	省级	17
	等级证书	7
精品课程	省级	57
教学标准体系建设	省级	2
出版教材	“十三五”“十四五”规划教材（国规）	34
	省级	4
论文	省级	2

成果类型	级别	数量
	北大核心及以上	76
	厅级	1
专利	国家	26
	实用新型专利	7
	软件著作权	26
竞赛获奖	国家（学生）	68
	省级（学生）	352
	行业级（学生）	137
	校级（学生）	199
	国家（老师）	189
	省级（老师）	113
	校级（老师）	843
行业级（老师）	7	
产教融合	校级	3
科研创新成果	专著	3

3. 资源库建设规划科学，内容覆盖全面，优质高效

电子商务群资源库整体架构精准对接专业人才培养需求，内在逻辑体系合理，资源丰富多样。截至2023年6月25日，已搭建有专业标准类资源20余项、职业标准类资源30余项、课程资源6700多个、实训资源400余项、培训资源400余项，及思政教育与创新创业资源20余项等其他特色资源，体系完整，呈现方式智慧高效。

资源全面覆盖专业核心课程、基本知识点和基本技能点，突出电子商务专业群职业教育特色。截至2023年6月25日，已上线21门学历化课程、15个大型训练项目等的基本资源，3个虚拟仿真实训资源；专业资源库素材数量>6700个，总容量（G）>180G；原创资源占本资源库总数83%以上。各类教学资源能支持学习者通过资源库学习获取跟专业相关的多类职业资格和职业技能等级证书，内容覆盖全面，功能均衡。

资源编写科学规范、风格统一、界面美观、内容清晰。视频画面清晰、声音宏亮、播放流畅、具互动性，方便回放或定点播放。

颗粒化资源单体结构完整，资源属性标识全面，方便用户检索、学习和组课。

(3) 平台运行成熟，能有效支撑专业群资源库建设的需求

平台界面视觉表现规范、美观，导航清晰，便于检索，交互性好资源库；支持线上教学或线上线下混合教学。专业群教学资源库使用高等教育出版社智慧职教系统——职业教育数字化学习中心平台、职教云平台（附云课堂手机 APP）、MOOC 学院作为运行平台。其中，智慧职教中心平台是“国家级职业教育专业教学资源库”项目建设成果社会共享的主流平台。

学生、教师、企业员工和社会学习者，均可方便注册资源库，自主选择进行系统化、个性化的学习；教师可以针对不同教授对象和教学要求，利用资源库灵活组织教学内容、辅助教学实施。此外，职教云平台是资源库以小班教学形式进行深度应用的平台；MOOC 学院是支持所有潜在学习者开放学习并获取课程结业证书的平台，支持联建院校学分互认制度的实施。三个平台的关联使用，使资源库既能实现开放共享，又能实现混合式深度教学，并通过数据分析及时掌握联盟学校共建共用情况、课程教学情况。

截至 2023 年 6 月 25 日，已上线学历化课程 21 门，颗粒化资源和素材 6715 条，素材总量 188.77G，其中视频、音频、动画类资源量占 52.99%，视频总时长 11424 分钟，单日日志总量最高达到 139934 条，已应用于日常教学，同时为下一步开展继续教育、资格证考证、电子商务行业培训教育奠定基础。本项目自启动以来，学生用户 9323 人、教师用户 650 人、企业用户与社会学习者所在单位 71 个，涉及到全国院校、行业企业单位 10 家。如图 1-图 6 所示。



图 1 资源库数据概览

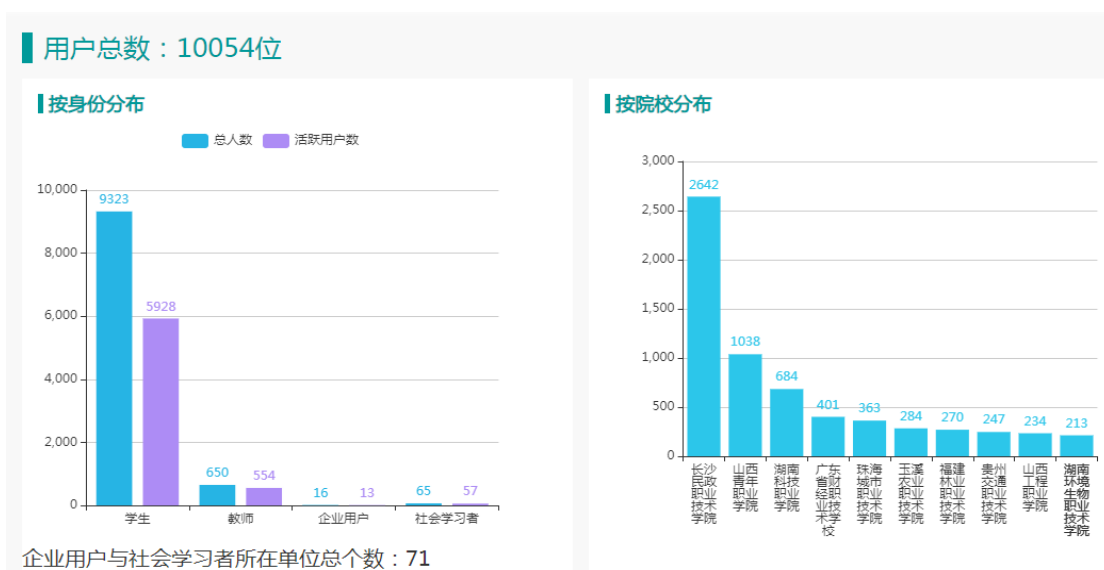


图 2 资源库现有用户总数及院校分布

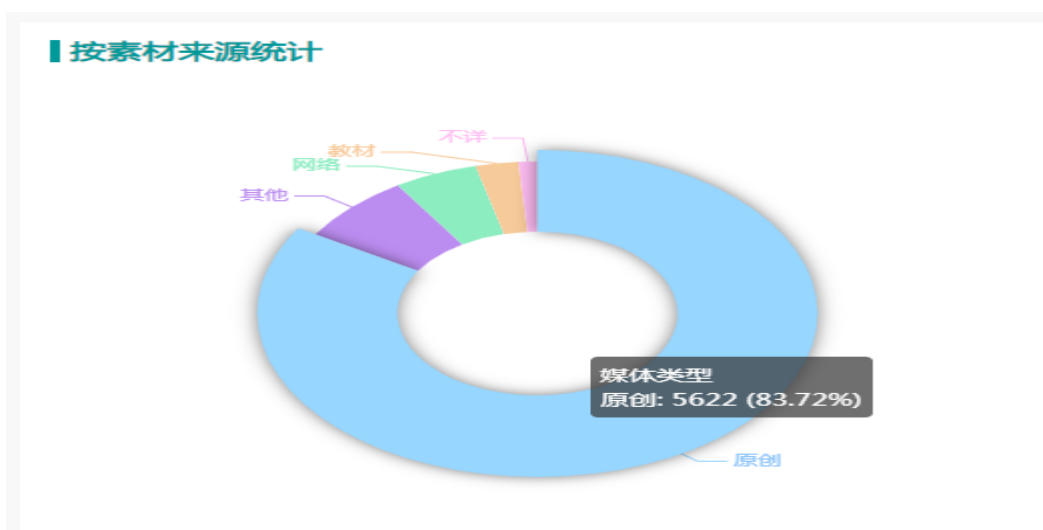


图 3 按素材来源统计

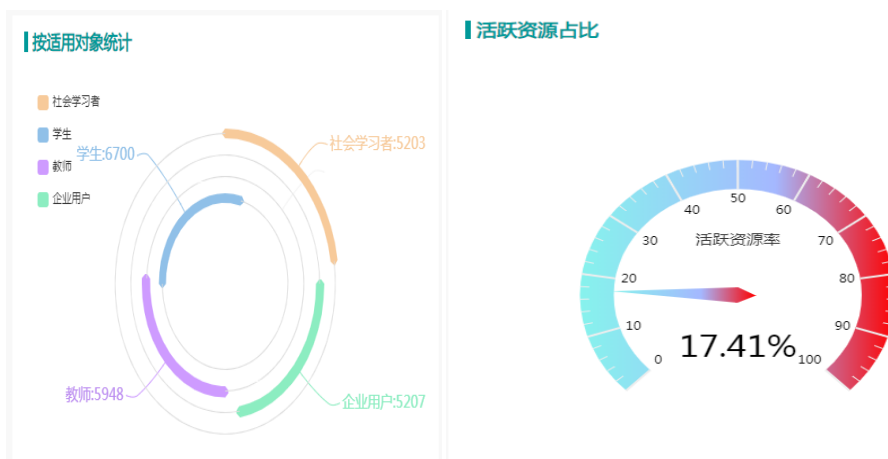


图 4 素材按使用对象统计

图 5 素材活跃资源占比

■ 被标准化课程引用的资源占比

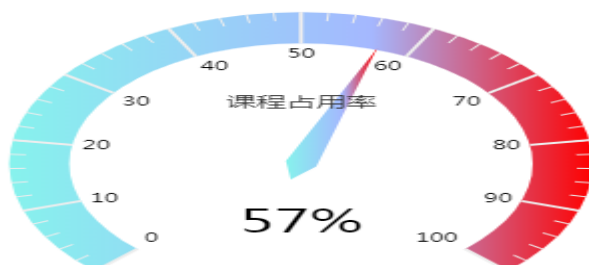


图 6 标准化课程引用的资源占比

(4) 建设团队结构合理，资源建设硕果累累

本专业群建成了专兼结构合理的“教学+科研+服务”型省级专业教学团队，电子商务专业教学团队获批 2020 年湖南省职业院校专业教学团队立项建设项目。专业群十分重视师资队伍团队建设，制订了《电子商务专业群 2022—2025 年师资队伍建设规划》。经过多年的建设，电子商务专业群已经形成了一支以专业带头人、专业负责人和教研室负责人“三驾马车”为首的结构合理、数量适中、业务精良的建设团队。

团队共有专任教师 60 人。其中教授 6 人，占 10%，副教授 26 人，占 43.33%，讲师 29 人，占 48.33%；双师型教师 53 人，占比 88.33%。从学历结构看，其中博士学位 3 人，占 5%，硕士学位教师 53 人，占 88.33%，硕士及以上学位教师 56 人，占 93.33%；青年教师具有硕士或以上学位比率为 100%。

(5) 政行企校鼎力支持，校企行合作基础牢固

联合申报行业组织湖南省跨境电子商务协会搭起企业与政府、企业与企业、企业与社会各界的桥梁，引导行业自律、自治，推进行业健康和有序发展。项目开展以来，协会与长沙民政职业技术学院精诚合作，在资源建设方面共建共享，为项目推进提供了支撑。

资源库建设同时还整合优质兄弟院校 2 所联合主持建设、电子商务行业企业 4 家，参建院校 5 家，在课程开发与建设、实务案例收集与整理、1+X 证书考评等方面参与建设并鼎力支持。校企联合开发国内首套校企二元教材、与全国优质电商平台合作建设了 30 多个优质校外实习实训基地和大学生创业实践平台；与阿里巴巴、杭州赛群集团合作创建阿里巴巴数字贸易学院，创新了“行业领军企业+国家高水平高职学校+顶级生态服务商”的合作机制，已成为培育商业精英的摇篮，走向卓越的“黄埔军校”。

三、建设目标与思路

（一）建设目标

1、总体目标

紧密对接数字经济产业发展，应对国家“国际国内双循环”新发展格局和湖南省“三高四新”发展战略，满足数字经济对高技能人才培养的社会需求，以先进的职业教育理念为指导，以学习者为中心，以提高电子商务专业群人才培养质量为本，以提升电子商务专业群服务电子商务产业能力为目的，整合省内外院校、行业协会及企业等合作单位的力量，遵循“系统设计、合作开发、开放共享、持续更新”的原则，利用互联网手段，建成国内具有较高水平的“共享、实用、前瞻、拓展、持续”的电子商务专业群教学资源库。

资源与素材：资源库覆盖电子商务专业群 5 个专业，开发主持 32 门标准化课程。制作 25000 分钟以上的视频资源、开发 5000 条测试题目、建设 10000 条资源（含虚拟仿真、动画资源）；在范围方面，涵盖省内外行业、企业、学校等利益相关单位的最新技术信息和特色资源；在质量方面，充分体现精品化、先进性与可用性。

资源库功能：资源库能够帮助使用者智能化导学、助学；方便资源提供者便捷提交资源。

资源库运行：资源库运行稳定可靠，能承受全国相关院校同时使用；保持资源持续更新，每年更新率不低于 10%。

2、具体目标

(1) 建成具有职业教育特色的“一群一馆一中心”

通过科学系统设计、合作开发管理、持续有序更新的方式，建设代表湖南省乃至国家水平、具有高等职业教育特色、实用开放的电子商务专业群教学资源库，包括面向“四个服务群体”“四类岗位群”由“六种资源形式”和 32 门在建课程组成的“**一群一馆一中心**”，即“电子商务专业群”、“电子商务数字化博物馆”、“培训中心”。“**一群**”在原有的基础上更新资源，增加专业群园地、一线案例实训库和课程思政案例库；增加“**一馆**”即电子商务数字化博物馆，包含职业技能竞赛、职业评价、行业资讯、标准规范、电子商务数字化展览 5 个分馆；“**一中心**”即培训中心，内容包含 1+X 证书培训、行业培训、社会服务等。

(2) 构建一个电子商务学习成果框架

以学习成果评价为核心，学历证书、资格证书、培训证书融通的电子商务学习成果框架。通过学分银行机制，建立以“注册入学制度+学习成果框架+认证标准”为核心的学习成果认证、积累与转化制度。

(3) 为资源库应用者提供知识学习和技能提升的网络服务平台

资源库应用者主要指国内高职院校同类专业的教师、专业学生、电子商务行业从业人员、政策制定者和电子商务科研工作者。知识学习和技能提升包括专业知识和技能的学习、培训。为教学资源库应用者互相学习、相互交流、了解和掌握电子商务行业信息，成为一个为电子商务行业从业人员共同进步的网络工具。

(二) 建设思路

1. 总体思路

电子商务专业群教学资源库的建设以《国家职业教育改革实施方案》为指导，遵循职业教育规律，依据“职业能力培养、职业能力实践、职业能力提升”的建构逻辑，聚焦立德树人，将工匠精神、湖湘文化及楚怡职教精神融入人才培养全过程，面向我省电子商务产业，培养精业务、会财务、通外语、擅分析、懂管理的电子商务产业中高端复合型高素质技术技能人才。能够胜任新媒体营销、直播电商运营、电商运营、电商客服、物流规划、商务数据分析等职业岗位的相关工作。搭建“岗课赛证”融通的一体化教学资源平台，遵循“混合教学、泛在学习、共建共享、持续更新”的建设思路，集合优质教育资源，建成代表省内优质水平、具有职业教育特色的电子商务专业群教学资源库，并在全省推广应用，实现共建共享。电子商务专业群教学资源库需要完成“岗课赛证”融通一体化课程的教育教学资源的优质供给、“随时可学”、“随地可教”的数字应用平台的共建共享、制定资源库建设应用持续更新的运行机制为主要建设内容的建设任务，实现人才培养体系的多方融合。

整体建设规划路径及资源库架构如图7示。

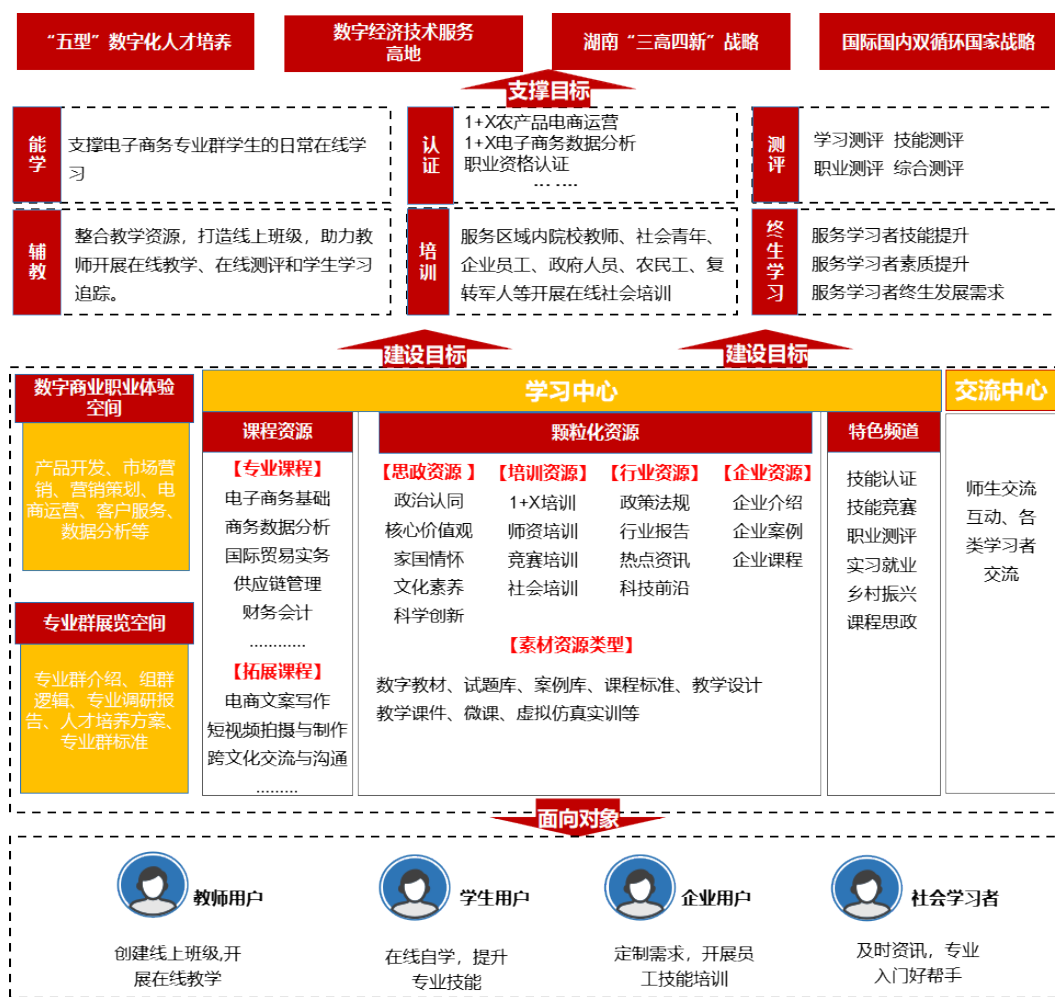


图 7 电子商务专业群教学资源库整体架构

2. 具体思路

(1) 以共建共享为目标，与行业企业、开设电商专业的院校组建建设团队

按照校企合作、产教融合、院校与培训机构合作的方式，联合长沙商贸旅游职业技术学院、湖南科技职业学院、北京博导前程信息技术股份有限公司及湖南省跨境电子商务协会，**建立政行企校研与社会团体机构深度融合的机制，打造政、行、企、校多方参与的建设团队**；紧跟产业发展变革，引入产业新技术、新知识、新工艺等，结合协作共同体成员单位合作企业真实项目，沿着资源库“**设计—建设—运作—管理—评价—更新**”的系统化运作路径，创建资源库平台运行管理和更新维护机制，确保电子商务政策法规、行业动态、

人才需求、岗位标准等教学资源实时更新满足教学需求、自主学习需求及技术发展需求。

(2) 以用户需求为核心，专业群、课程及资源标准建设为重点，科学建设专业群教学资源库

根据行业、企业和社会等用户需求，建立电子商务专业群建设的各类标准体系，开发好各类教育教学及培训资源。基于电子商务对应岗位工作流的要求，依据工作规范、场景、过程等，科学设计基础课程、核心课程、拓展课程有机结合的专业群资源库及相关一体化的教学素材库。

(3) 以优质服务为导向，对资源库进行有效管理、维护与持续更新

通过不断完善资源库的上传、审核、使用、激励等成套管理机制保障体系，逐步将资源建设向全社会开放，保证访问量和下载率，并不断更新，**每年更新比例不低于10%**，形成一个共享共建与边建边用相结合、通用性与个性化相结合、先进性与实用性相结合、开放性与动态性相结合的电子商务专业教学资源库，同时结合电子商务行业以及商贸流通领域的变化，结合用户的需求与建议，确保资源库建设应用效果好，用户评价高，在高职教育领域以及电子商务行业产生良好的社会影响力和示范效应。

(4) 以平台和专业群教学资源建设促进教学、培训和社会服务，形成系列教学成果

通过专业群教学资源库的建设带动**新型教材开发、在线开放课程建设、混合式教学改革、实训体系建设**等，并取得成效与成果，充分满足和服务信息化及电商行业教学改革与发展需求，促进教育教学资源的提升，社会培训的普及，现代学徒制的推行及**1+X**证书的书证融通推广，为实施“一带一路”与国际化服务和交流做出积极贡献。

四、资源库建设内容

遵循“共建共享，优化整合、能学辅教、服务社会、提升行业”的原则，按照“一体化设计、结构化课程、颗粒化资源”的建构逻辑，在原有电子商务专业教学资源库的基础上，搭建电子商务专业群教学资源库。建设内容可概括为“一群（库）一馆一中心”（如图8）。

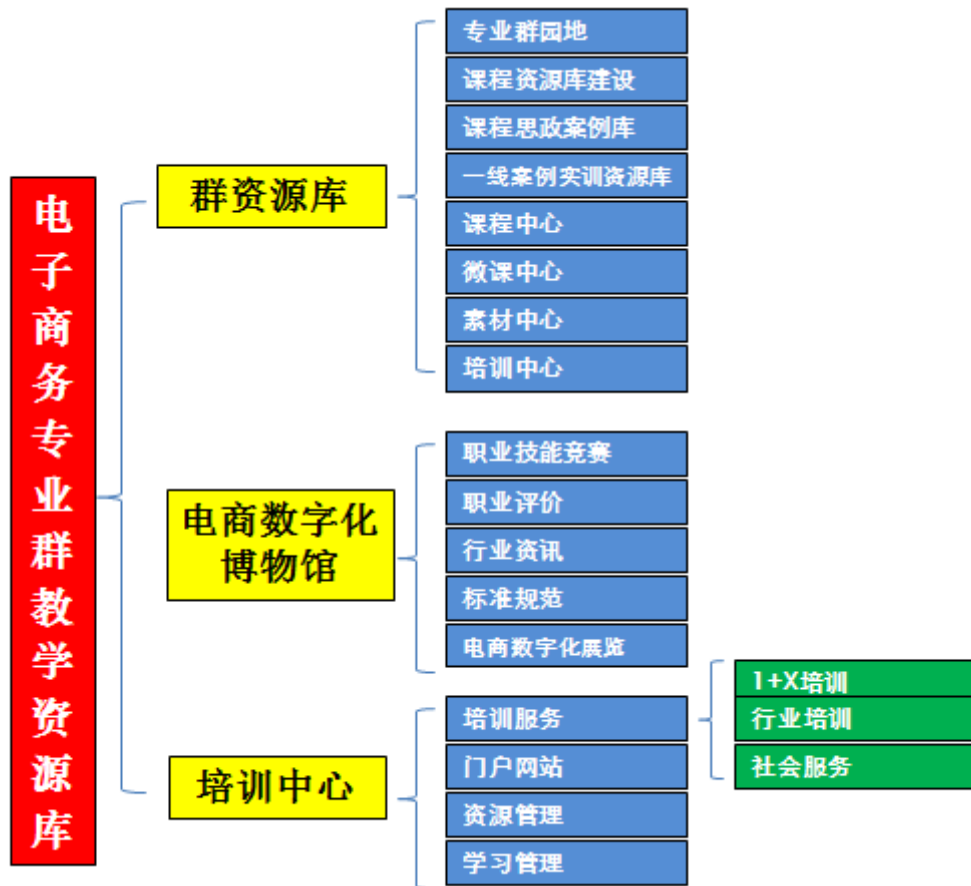


图8 电子商务专业群教学资源库建设内容

（一）电子商务专业群资源库

电子商务专业群资源库包括专业群园地、课程资源库、课程思政案例库、一线案例实训资源库4个分库。

1. 专业群园地

专业群园地包含专业群基础设置及专业群标准库建设，专业群基础设置包括专业群介绍、专业介绍以及群内各专业的人才培养方案等。专业群标准库建设包括：专业教学标准、课程标准、专业学生

技能考核标准、行业技术标准、职业技能标准等，用来指导本专业进行专业群建设优化，引导企业技术标准变革。

表 2 电子商务专业群园地建设内容

序号	模块	内容
1	专业群基础设置	专业群介绍：专业群简介、组建逻辑、专业群建设成果
		专业介绍：群内 5 个专业的就业面向、培养目标与规格、课程体系
		专业群调研报告
		人才培养方案：专业人才培养方案、专业群人才培养方案
2	专业群标准库	专业教学标准：各专业的专业教学标准
		课程标准：各专业的专业课程标准
		专业学生技能考核标准：职业技能标准
		行业技术标准：电子商务行业标准、规范
		职业技能标准：专业群下 5 个专业对应的职业技能标准

2. 课程资源库

课程资源库一共包括 32 门课程，分两期进行建设，第一期重点建设上线 21 门标准化课程，具体如表 3、表 4 系列课程建设表格。

表 3 电子商务专业群课程资源库建设内容

共享程度	序号	课程名称	建设基础
底层共享	1	经济学基础	2022 年认定，校级精品在线开放课程
	2	客户服务与管理	2022 年认定，校级精品在线开放课程
	3	商务谈判	2021 年认定，校级课程思政示范课程
	4	商务礼仪	待建
	5	电子商务基础与应用	在建，国家级精品在线课程
	6	电子商务法律法规	校级智慧职教资源库课程
	7	创业实务	在建，国家级资源库课程
中层核心	8	网页设计与制作	在建，国家级资源库课程
	9	办公软件高级应用	2021 年认定，校级智慧职教资源库课程
	10	商品信息采集与处理	2021 年认定，校级智慧职教资源库课程
	11	短视频制作与后期处理	2021 年认定，校级智慧职教资源库课程
	12	仓储与配送管理实务	2021 年认定，校级智慧职教资源库课程
	13	物流数据分析与应用	2022 年认定，校级精品在线开放课程
	14	国际贸易实务	2020 年认定，校级精品在线开放课程
	15	外贸跟单实务	2021 年认定，校级精品在线开放课程
	16	跨境电子商务实务	2022 年认定，校级精品在线开放课程
	17	跨境电商英语	2021 年认定，校级智慧职教资源库课程
	18	管理会计	2021 年认定，校级精品在线开放课程
	19	电商文案写作	2021 年认定，校级精品在线开放课程
	20	报关实务	2020 年认定，校级课程思政示范课程
	21	认识新商业	在建，国家级资源库课程
	22	网络营销实务	在建，国家级精品在线课程
	23	直播电商运营	待建
	24	网店运营与管理	待建

	25	商务数据分析	待建
高层互选	26	新媒体营销	待建
	27	跨文化交际与沟通	2022年认定, 校级课程思政示范课程
	28	视觉设计	待建
	29	供应链管理	待建
	30	Python语言	待建
	31	跨境电商产品开发	2021年省级精品在线开放课程
	32	会计信息系统应用	2021年省级精品在线开放课程

表 4.1 《经济学基础》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量	
经济学基础	课程信息	课程定位	《经济学基础》是电子商务专业群基础课, 授课对象为电子商务专业、国际经济与贸易专业、市场营销专业、商务数据分析与应用专业大一或大二学生, 同时可供专业群内其他专业使用, 共 54 学时 (理论 28 实践 26), 3 学分	文本	1	
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1	
		课程简介	本课程是教育部规定的财经管理类专业十门基础必修课程之一, 是高职电子商务专业群的底层共享基础课程, 在教学中占有重要的地位。目的是培养学生经济思维习惯, 建立起经济学的基本思维框架, 使学生能够正确理解经济运行的基本规律, 能够对经济问题和经济现象进行简单分析, 具备初步分析问题的能力。	文本	2	
		教师队伍	课程主讲教师 2 人, 教龄分别为 32 年 (副教授) 和 8 年 (讲师)。课程团队 4 人, 副教授 3 人, 讲师 1 人, 均为双师型教师。	文本	1	
		说课视频		视频	1	
		教学文件	1. 授课计划与进度 2. 实训教学大纲	文本	1	
		教学方法	案例教学、角色扮演、课堂讨论、翻转课堂	文本	1	
		实训条件	校内实训室、校外实训基地	图片	9	
		考核评价	1. 课程考核标准 2. 课程试题库 3. 智慧职教在线考试	文本	2	
		课程设计	步入经济学殿堂	认识经济学	文本	8
				经济学的研究方法		4

				视频	
	正确把握 价格脉搏	需求与供给分析		文本 视频	13
		均衡价格的形成及变动			3
		价格理论的运用			2
		价格弹性的分析及应用			11
	学会理性 消费	基数效用论		文本 视频	8
		序数效用论			4
		效用理论的应用			7
	探知企业 经营	短期生产分析与决策		文本 视频	6
		长期生产分析与决策			5
		企业成本决策			8
	市场竞争 策略	完全竞争厂商决策		文本 视频	6
		垄断竞争厂商决策			2
		寡头垄断厂商决策			2
		完全垄断厂商决策			8
	市场中政 府的作用	垄断的低效率与反垄断		文本 视频	5
		公共物品与政府作用			2
		外部性与政府管制			2
		信息不对称与政府政策			7
	开启宏观 经济之门	国民收入的核算		文本 视频	7
		国民收入的决定			5
		国民收入的分配			8
失业与通 货膨胀	失业的影响及对策		文本 视频	7	
	通货膨胀的成因及治理			10	
经济增长 与经济周 期	经济增长分析		文本 视频	6	
	经济周期分析			9	
宏观经济 政策	财政政策		文本 视频	6	
	货币政策			7	
综合实训	项目 1-项目 9		文本 视频	19	
	合计			219	

表 4.2 《客户服务与管理》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
客户服务与管理	课程信息	课程定位	客户服务与管理是现代商务服务专业群电子商务专业必修课，授课对象为电子商务专业大二学生，同时可供专业群内其他专业使用，共 56 学时(理论：28 实践：28),3 学分。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
		课程简介	本课程为电子商务专业学生建立现代商务服务专业群的基本认知，使电商专业学生对客服岗位特别是网络客服岗位的知识、技能、素质有全面、清晰的认知，激发电商专业学生强烈的社会责任感、良好的服务意识，做好持续职业生涯规划，为客户服务对象的售前服务咨询与售后问题处理贡献力量。	文本	1
		教师队伍	课程主讲教师院校工龄 16 年，讲师。课程团队 7 人，教授 1 人、副教授 3 人、讲师 3 人，均为双师型教师。	文本	5
		说课视频	针对课程的说课视频	视频	1
		教学文件	授课计划、授课教案	文本	2
		教学方法	任务驱动、角色扮演、企业顶岗		
		实训条件	电商双十一客服顶岗、实训机房	图片	10
		考核评价	1. 课程考核标准 2. 课程试题库 3. 智慧职教在线考试	文本	1
	课程设计	课程介绍	本课程的地位与作用	文本	4
			主要教学内容		1
			本课程的教学安排		1
			本课程的考核方式		44
		本课程的其他说明	1		
		走近客户服务	认识客户服务	文本	5
	了解优质的客户服务		7		

		分析目标客户	扫描市场环境	文本	5
			分析产品和服务		1
			寻找目标客户		3
			评估客户价值		1
		沟通客户需求	理解客户需求	文本音频	3
			选择沟通方式		221
			满足客户期望		2
		处理客户投诉	处理客户异议	文本	5
			解决客户投诉		5
		培育忠诚客户	识别客户忠诚	文本	2
			建立客户关系		2
			提升客户满意		3
		管理客户关系	全面了解客户关系管理	文本	2
			CMR 系统的开发与实施		3
			CRM 系统在典型行业中的应用		3
		合计			

表 4.3 《商务谈判》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块		主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
商务谈判	课程信息		课程定位	《商务谈判》课程是国际贸易专业所属的电子商务专业群的群共享课，共 54 个课时，3 个学分。它是依据专业人才培养目标和相关职业岗位（群）的能力要求而设置的，对本专业所面向的商务谈判、商务合作、团队沟通的技能和素质目标的达	文本	1

			成起支撑作用。		
		课程教学标准	课程教学指导性文件。	文本	1
		课程简介	本课程是国际贸易专业教学计划中的一门商务知识与实践的必修课程，是一门理论和实践紧密结合的应用性专业课程。本课程主要介绍商务谈判的商务谈判的原则、评价标准等有关知识，以及商务谈判前的准备，开局、磋商、达成交易、商务礼仪等谈判技巧和方法，具有知识面广、法律性强、实践性强、系统性强的特点。课程对商务谈判相关知识的进行浅显易懂得讲解，并适当采用案例教学、谈判模拟、课堂讨论及辩论等形式，激发学生兴趣，帮助他们了解和掌握商务谈判的基本过程和要旨。	文本	1
		教师队伍	课程主讲教师教龄9年，讲师。课程团队3人，副教授1人，均为双师型教师。	文本	1
		说课视频	针对课程的说课视频	视频	1
		教学文件	1. 授课计划 2. 实训教学大纲	文本	2
		教学方法	案例教学、角色扮演、翻转课堂		

			实训条件	校内实训室	图片	5
			考核评价	1. 课程标准考核 2. 课程试题库 3. 智慧职教在线考试	文本	1
课程设计			商务谈判概论	商务谈判的概念	文本+视频+音频	7
				商务谈判的类型和内容		7
				商务谈判的基本原则和评判标准		11
			商务谈判心理	商务谈判心理概述	文本+视频+音频	15
				商务谈判的需求和动机		10
				商务谈判中的个性		10
				商务谈判心理的运用		15
			商务谈判礼仪	会面的礼仪	文本+视频+音频	10
				过程的礼仪		20
				宴请的礼仪		10
				馈赠的礼仪		5
			商务谈判的准备	商务谈判的组织准备	文本+视频+音频	7
				商务谈判的信息准备		10
				商务谈判的物质准备		5
				模拟商务谈判		10
			商务谈判的开局	商务谈判的开局目标		10
	商务谈判的开局气氛	5				
	商务谈判的开局策略	5				
	商务谈判的报价	商务谈判报价的内容构成		10		
		商务谈判的报价方法		15		
		商务谈判的报价技巧		15		
	商务谈判的磋商	商务谈判的讨价和还价		10		
		商务谈判的让步		10		
		商务谈判的僵局		15		

			商务谈判的 结束	商务谈判结束的 判定		7
				商务谈判结束的 策略		10
			国际商务谈 判	商务谈判中的文 化差异		13
				不同国家的商务 人员的谈判风格		30
			合计			320

表 4.4 《电子商务法律法规》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
电子商务 法律法规	课程信息	课程定位	本课程是电子商务专业的专业基础课程，也可供专业群内其他专业使用，共 28 学时(理论:14 实践:14),1.5 学分。它是依据专业人才培养目标和相关职业岗位(群)的能力要求而设置的，对本专业所面向的电商运营管理等岗位所需要的知识、技能和素质目标的达成起支撑作用。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件。	文本	1
		课程简介	本课程是电子商务专业的基础必修课程。前面以《思想道德修养与法律基础》为基础，后续与《电子商务实务》课程相结合，通过本课程的学习，学生获得电商运营和管理的风险防控能力，具备电商职业懂法用法素养，能适用电商法律技能预防和应对相关纠纷，能胜任电子商务运营和管理岗位。	文本	1
		教师队伍	课程主讲教师教龄 13 年，课程团队 7 人，教授 1 人，副教授 2 人、讲师 3 人，1 人为校外导师，均为双师型教师。	文本	1
		说课视频	针对学生的课程介绍	文本	1
		教学文件	1、授课计划与进度教学文件 2、实训教学大纲(实训指导书)	文本	2
		教学方法	案例教学、角色扮演、分组讨论、翻转课堂。	文本	1
		实训条件	校内模拟法庭实训室、长沙市雨花区人民法院	图片	2
		考核评价	1、课程考核标准考核评价	文本	1

			2、课程试题库 3、智慧职教在线考试		
课程设计		电商人的法律素养	法律知识	文本视频	3
			法律意识		1
			用法能力		1
		电商法律体系	联合国电子商务立法	文本视频	1
			国际电子商务立法		1
			国内电子商务立法		1
			我国电子商务法调整范围		1
			电子商务法地位		1
			电子商务法作用		2
		电子商务经营者基本认知	电子商务经营者内涵	文本视频	2
			市场准入与资格审核		2
			安全保障义务		1
			依法纳税义务		1
		电子商务平台经营者责任	电商交易平台法律关系类型	文本视频	2
			责任规则类型与免责事由		1
			社会责任类型		1
		电子合同的订立	电子数据信息的法律效力	文本视频	3
			电子合同成立		2
			电子合同变更与撤销		1
		电商交易平台服务协议	电商交易平台服务协议的法律特征	文本视频	2
			格式合同的法律效力		3
			电商交易平台服务协议的变更与履行		1
			运营用户协议		2
			电商交易平台服务协议的撤销与责任承担		1
		虚拟财产	虚拟财产的性质及其保护	文本视频	3
			网络游戏运营商对虚拟财产的安全保障义务		2
			违反网络运营用户协议的法律后果		1
		网络拍卖	拍卖平台用户注册协议	文本视频	1
			拍卖过程的合同关系		2
		电子签名	电子签名的特点及功能	文本视频	2
			电子签名法的基本内容		3
电子签名的法律效力	2				
电子认证	电子认证的特点	文本视频	2		
	认证类型与程序		1		
	认证中的三方关系		1		
网上银行及责任划分	网上银行风险及控制	文本视频	2		
	储户和银行的责任		1		
	银行的储户保密义务		1		
互联网金融	互联网金融的优势与模式	文本视频	1		
	第三方支付的优点与风险		1		
	银行错误支付指令规制		1		
互联网贷款	互联网贷款的特点、意义		2		

			互联网贷款证据的认定	文本视频	2
			借贷关系审查		1
			套路贷的防范		2
		电子证据的审查及认定	数据电文的概念与特征	文本视频	2
			数据电文的证据标准		1
			电子证据“关联性”认定		2
		电子证据的固定	保全	文本视频	2
			公证		1
			存证		1
			刑事案件中的电子数据搜集		2
		线上纠纷处理程序	线上纠纷解决机制的重要性	文本视频	1
			电子商务争议解决的法律规定		3
			电子商务平台的纠纷解决模式		2
		电子商务民事诉讼管辖权	电子商务平台的纠纷解决模式	文本视频	2
			涉外网络交易管辖权规则		1
			网络交易管辖新规则		2
		网上纠纷解决平台	网上法庭	文本视频	2
			互联网法院		2
			在线矛盾纠纷多元化解平台		2
		综合实训任务模拟庭审	案情分析	文本	1
			法律文书写作		1
庭审脚本撰写	1				
					113

表 4.5 《创业实务》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
创业实务	课程信息	课程定位	《创业实务》是学校长期实施的“三阶三层”创新创业教育体系的一门公共基础必修课，也是一门“双创教育”通识课，面向电子商务专业群所有专业以及全校其他专业学生开设，共 32 学时，2 学分。是创新创业教育的核心课程之一，纳入学校“双高计划”建设。2018 年，课程纳入全国创新创业教育教学资源库核心课程；2019 年认定为湖南省精品在线开放课程。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
		课程简介	《创业实务》坚持“在创新创业中增长智慧才干，在艰苦奋斗中锤炼意志品质”的理念，课程设计以“双创知识”为框架，以“跟党学创业思政元素”为灵魂，贯彻“敢	文本	1

		<p>闯会创，爱国敬业”的主线，潜移默化地实现价值引领，助力为国家培养高素质创新创业型技术技能人才。</p> <p>课程结合学校“双高计划”建设，以现代商贸服务业中小企业为对象，打破传统学科课程体系，紧密对接中小企业创业与经营者岗位、人才培养方案、创新创业大赛、《创业培训(SYB)》证书，以创新创业工作任务为引领，以创业工作流程为依托，进行创新创业工作情境设计，创建了掌握一种创新技法、组建一支创业团队、创建一个创业项目、设计一种商业模式、制定一个商业计划、推进一场商业路演、践行一次创业实践等七个项目，采取项目化的形式对创新创业知识、技能重新建构，模拟企业创新创业真实教学环境，渗透企业文化，重点强调学生创新创业思维、技能、能力的养成。</p>			
	教师队伍	课程主讲教师教龄 15 年，副教授。课程团队 8 人，其中教授 2 人，副教授 4 人，讲师 2 人，均为双师型教师。	文本	1	
	说课视频	针对课程的说课 PPT	文本	1	
	教学文件	1. 授课计划与进度 2. 实训教学大纲	文本	2	
	教学方法	项目式教学、案例教学、分组讨论、翻转课堂	文本	1	
	实训条件	创新创业孵化基地、创业学院校内创新创业实训中心	图片	8	
	考核评价	1. 课程考核标准 2. 课程试题库 3. 智慧职教在线考试	文本	1	
课程 设计	争当一位善思能做的创业者	勾勒有胆有识的创业者画像	创业者的含义	文本	1
			创业者的基本素质与能力	文本	2
		创业者的特质	文本、视频	3	
	制定步步为营的创业者成长计划	启迪创新思维	文本、视频	8	
		掌握创新技法	文本、视频	12	
	组建一支敢闯会创的创业团队	甄选志同道合的创业伙伴	创业团队的含义和类型	文本、视频	2
			创业团队的基本要素	文本	1
团队领头人的必备素质			文本、视频	2	

			优化精简高效的创业团队	创业团队组建的原则	文本	2
				创业团队组建的基本策略	文本	1
				创业团队的管理技巧	文本、视频	2
		创建一个脚踏实地的创业项目	识别利国利民的创业机会	创业机会的基本概念与特征	文本	2
				创业机会的基本类型	文本	2
				创业机会的主要来源	文本、视频	3
				影响创业机会识别的因素	文本、视频	4
				创业机会识别的方法	文本、视频	2
				创业机会识别的过程	文本	2
				创业机会的评价的方法	文本	4
				选择创业项目的原则与注意事项	文本、视频	4
			整合企人合一的创业资源	创业资源的类型	文本	2
				创业资源获取的途径	文本、视频	2
				创业资源整合的步骤与方法	文本	3
			应对风云变幻的创业风险	创业风险的定义与分类	文本、视频	2
创业风险的来源	文本	2				
识别创业风险的步骤、方法	文本	2				
防范与应对创业风险的方法	文本	2				
		设计一个推陈出新的商业模式	识别良性循环的商业模式	商业模式的定义与价值	文本	2
				商业模式的类型与特点	文本	2
				商业模式的构成要素	文本	1
			设计盈利创新的商业模式	商业模式画布工具的结构	文本、视频	2
				商业模式设计的意义	文本、视频	2
				商业模式设计的方法	文本	2
				商业模式设计的步骤、视频	文本	2
		制定一份有为有味的商业计划	分析有为的商业计划	商业计划书的作用	文本、视频	2
				商业计划书的基本结构	文本、视频	3
				商业计划书的编写过程	文本	4
			制作有味的商业计划	商业计划书的撰写方法与技巧	文本、视频	3
				商业计划书撰写的注意事项	文本、视频	3
				商业计划书撰写的注意事项	文本、视频	3
		推进一场形神兼备的商业路演	设计直击人心的路演稿	创业路演准备的技巧与方法	文本、视频	4
				路演稿路演 PPT 的制作技巧	文本、视频	4
			模拟形神兼备的路演	商业路演展示的方法	文本、视频	12

				商业路演答辩的技巧	文本	4	
		开展一场赛创相融的初创实战	征战专创融合的双创大赛	创新创业大赛规程和要求	文本、视频	5	
					创新创业大赛举例	文本、视频	5
		筹办生机盎然的新创企业		企业组织形式与特点	文本	1	
					创办新企业的法律与政策	文本	1
					企业注册登记程序	文本、视频	1
					企业名称确定原则	文本、视频	1
					企业选址基本流程	文本	1
					企业选址的重要性与影响因素	文本	2
			合计				160

表 4.6 《办公软件高级应用》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量	
办公软件高级应用	课程信息	课程定位	本课程是电子商务专业必修的专业基础强化课程，在学生即将踏入社会、走向工作岗位之前，通过强化办公软件的学习，使学生能够熟练操作办公软件。共 32 学时。			
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1	
		课程简介	本课程在第三学期开设，是强化提高课程。它要以《信息素养》等课程的学习为基础。课程任务：通过精选工作、学习中经常遇到的实际案例，进行案例教学，使学生能熟练地掌握 OFFICE 办公软件的使用，并且提高独立分析问题，解决问题的能力，并将所学应用到以后的工作中去。	文本	1	
		教师队伍	课程主讲教师院校工龄 17 年，副教授。课程团队 3 人，副教授 1 人、讲师 2 人，均为双师型教师。	文本	1	
		说课视频	针对课程的说课视频	视频	1	
		教学文件	授课计划、授课教案	文本	2	
		教学方法	任务驱动、角色扮演、企业顶岗			
		实训条件	Office 办公软件、实训机房			
	考核评价	1. 课程考核标准 2. 课程试题库 3. 智慧职教在线考试	文本	1		
	课程设计	任务 1: Word 常用高级应用	多级列表的应用			
			页面设置			
邮件合并						
任务 2:	表格中单元格的合并与拆分					

		制作商品 订购单	表格边框与底纹的制作	文本 视频 PPT 音频 图像	47
			表格中公式和函数的使用		34
		任务 3: 制作流程 图	自选图形的绘制与编辑		54
			连接符的绘制		112
			流程图主体框架的绘制		36
		任务 4: 长文档的 编辑与排 版	样式的修改与应用		
			交叉引用		
			参考文献的插入		
		任务 5: 认识 EXCEL 基 础函数	SUM, AVERAGE, MIN, MAX		
			F 函数		
			基础函数-AND/OR 函数		
			COUNTIF/COUNTIFS 函数		
			VLOOKUP/HLOOKUP 函数		
			SUMPRODUCT 函数		
			Left/RIGHT/MID 函数		
			DATE/TODAY/YEAR/MONTH/DAY/NOW 函数		
			MOD 函数		
			SUMIF/SUMIFS 函数		
		任务 6: 认识 EXCEL 数 据透视表	数据透视表的各种使用		
		任务 7: EXCEL 数据有效 性	下拉选项的制作		
动态图表的制作					
任务 8: 母版应用	制作母版				
任务 9: 动画制作	制作片头				
任务 10: 演播 控制:	自定义放映				
任务 11: 输出 控制	输出 PDF				
合计					290

表 4.7 《短视频制作与后期处理》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量	
短视频制作与后期处理	课程信息	课程定位	《短视频制作与后期处理》是市场营销专业开设的一门专业方向课，也可供专业群内其他专业使用，共 60 学时（理论:30 实践:30），3 学分。	文本	1	
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1	
		课程简介	本课程是依据专业人才培养目标和相关职业岗位（群）的能力要求而设置的，目的是使学生建立短视频制作分析的框架，提高使学生掌握短视频制作的技能，为从事短视频营销奠定基础。	文本	1	
		教师队伍	课程团队讲师 4 名，3 人为双师型教师	文本	1	
		说课视频	针对课程的说课视频	视频	1	
		教学文件	授课计划	文本	1	
		教学方法	讲解法、演示示范			
		实训条件	新媒体实训中心			
		考核评价	1. 课程考核标准 2. 课程试题库	文本	1	
		课程设计	短视频概论	短视频特点	短视频特点	文本、视频
	短视频的类型			短视频的类型	文本	2
	短视频的变现			短视频的变现	文本、视频	3
	短视频制作流程		选品及卖点提炼	选品及卖点提炼	文本、视频	5
			内容策划	内容策划	文本、视频	9
			拍摄准备	拍摄准备	文本、视频	7
			拍摄技巧	拍摄技巧	文本、视频	11
	书单类短视频		短视频后期处理	短视频后期处理	文本、视频	60
			选品及内容策划	选品及内容策划	文本、视频	2
			素材收集及整理	素材收集及整理	文本	1
	零食开箱	混剪技巧	混剪技巧	文本	1	
选品及内容策划		选品及内容策划	文本	1		

		类短视频	测评流程	文本	1
			拍摄技巧	文本、视频	14
		玩具类短视频	选品及内容策划	文本	1
			关键帧动画	文本	1
			特效动画	文本、视频	10
		穿搭类短视频	选品及内容策划	文本	1
			转场	文本	1
			分屏特效	文本	1
			卡点变装	文本、视频	3
		文创礼品类短视频	选品及内容策划	文本、视频	2
			商品拍摄技巧	文本	1
			商品展示话术	文本	1
			曲线变速技巧	文本、视频	36
			商品展示类案例分析	文本	1
		合计			

表 4.8 《仓储与配送管理实务》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
货物配送作业管理 仓储与配送管理实务	课程信息	课程定位	本课程是现代物流管理专业的核心课程，一共 60 个课时（理论与实践各 30 课时）。该课程主要根据专业人才培养目标，针对仓储与配送运营管理岗位开设的一门核心业务课程。对仓管员、配送员岗位所需的知识、技能和素质目标的达成起着支撑作用。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
		课程简介	本课程是针对企业仓储配送管理岗位开设的一门核心业务课程，课程是在解构企业仓储配送管理相关岗位的工作任务，分析归纳岗位工作所需的专业理论知识、核心职业能力和基本职业素养的基础上，再根据职业人才成长规律和知识学习规律，按照实际工作过程重构教学内容单元和课程教学	文本	1

			内容体系。		
		教师队伍	课程主讲教师教龄 16 年，副教授。课程团队 7 人，教授 1 人，副教授 4 人、讲师 2 人，均为双师型教师。	文本	1
		说课视频	针对课程的说课视频	视频	1
		教学文件	1. 授课计划 2. 实训教学大纲 3. 授课教案	文本	20
		教学方法	案例教学法、项目教学法、讨论式教学法、小组合作法		
		实训条件	校内实训室，校外实习基地	图片	4
		考核评价	1. 课程考核标准 2. 智慧职教在线考试	文本	1
	课程设计	仓储配送行业认知	仓储配送活动认知	文本	5
			仓储配送行业认知	视频	2
			仓储配送管理认知	音频	3
		仓储配送系统规划	仓储系统	文本	20
			仓库及配送中心选址	微课	5
			仓库的功能平面布局	视频	5
			仓储生产作业区规划	图片	20
			仓储配送设备配置	音频	20
		仓储配送作业管理	货物入库作业管理	文本	10
			货物在库作业管理	微课	10
			货物出库作业管理	视频	10
			货物配送作业管理	图片 音频	20 20
		仓配一体化项目运营	仓储配送服务合同签订	文本	10
仓储配送项目运作流程管理	微课		5		
仓储配送项目运营绩效评价	音频		5		
拓展资源	仓储配送相关名词术语	文本	20		
	实训练习题	文本	100		
	拓展案例	视频 图片 音频	10		
合计					320

表 4.9 《物流数据统计与分析》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
物流数据分析与应用	课程信息	课程定位	“物流数据统计与分析”课程是本专业的一门必修课，对物流数据分析与应用能力的培养起着导入和引导的作用。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
		课程简介	通过学习本课程的教	文本	1

			学，学生能够了解物流数据分析和应用的基本知识体系构成，掌握物流数据分析和应用的主要流程和基本方法，运用基础的数据采集、清洗、分析和呈现工具完成指定分析和应用任务，并能撰写物流业务运营等数据分析报告。		
		教师队伍	专任教师和兼职教师共同组建“双师型”课程教学团队	文本	1
		说课视频	针对课程的说课视频	视频	
		教学文件	授课计划	文本	1
		教学方法	以学生为中心采用小组研讨，班级展示的方式，将案例教学、项目教学等方法有机结合		1
		实训条件	校内实训室和校外实习基地，1个物流供应链实训室、1个物流实训中心和多个校外实习基地，校内实训室安装 excel、SPSS、Power-BI 等数据统计分析软件，以及 SQL Server、MySQL、Oracle 等数据库系统，仓储模拟规划软件，并具备本课程相对应的数据源资料。	图片	5
		考核评价	1. 平时课堂综合表现 2. 课程综合实训 3. 期末考核	文本	1
课程设计	物流数据分析认知	认识物流数据及数据分析		文本 视频	11
		物流数据分析指标			20
		物流数据分析流程			1
	物流数据采集与处理	基础数据采集		文本 视频	5
		数据分类与处理			1
		数据分析			4
		数据展现			1
	物流数据分析与应用	供应链数据分析		文本 视频	72
		运输数据分析			23
		仓储数据分析			82
		配送数据分析			41
		门店数据分析			2
		其他业务数据分析			42
	合计			317	

表 4.10 《国际贸易实务》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
国际贸易实务	课程信息	课程定位	本课程是国际经济与贸易专业的专业必修课，也可供专业群内其他专业使用，共 72 学时（理论：36，实践：36），它是依据专业人才培养目标和相关职业岗位（群）的能力要求而设置的，对本专业面向的外贸业务、外贸跟单及跨境电商等岗位所需要的知识、技能和素养的达成起支撑作用。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
		课程简介	本课程作为国际经济与贸易专业的核心课程，根据外贸业务岗位的工作过程设计了认识国际贸易、外贸业务准备、对外交易磋商、合同的拟定与签订及履行进出口合同 5 个典型学习项目。培养学生丝路精神和爱国情怀，塑造敬业、精进、守法、诚信的职业品质，让学生逐步了解相关的国际贸易惯例和进出口业务流程，掌握交易磋商的基本技巧，能根据具体的交易背景对外进行出口报价，并能在团队合作下完成合同条款的拟定及解决简单的贸易纠纷，初步具备外贸业务员应有的业务工作能力。	文本	1
		教师队伍	主讲教室院校工龄 20 年，讲师。课程团队 4 人，副教室 1 人，讲师 3 人，均为双师型教师。	文本	1
		说课视频	针对课程的说课视频	视频	1
		教学文件	1、授课计划与进度 2、实训教学大纲	文本	2
		教学方法	项目教学、双语教学、案例教学、课堂讨论	文本	1
		实训条件	校内实训室	图片	1
		考核评价	1、课程考核标准 2、课程试题库 3、智慧职教在线考试	文本	1
	课程设计	认识国际贸易	国际贸易课程素质、知识、能力目标认知	文本 视频	24
		外贸业务准备	熟悉产品	文本	4
			了解市场	视频	5
			开发客户	音频	5
			贸易术语		27
		对外交易磋商	认识交易磋商		5
			询盘	文本	6
			发盘	视频	10
还盘	音频		5		

			接受		6		
			出口报价核算		13		
			出口盈亏核算		3		
		合同的拟定与签订			认识外贸合同	文本 视频 音频	4
					拟定品名条款		4
					拟定品质条款		8
					拟定数量条款		5
					拟定包装条款		10
					拟定价格条款		4
					拟定装运条款		22
					拟定保险条款		16
					拟定支付条款		16
					拟定一般条款		8
		进出口合同的履行			出口合同的履行	文本 视频 音频	16
					进口合同的履行		16
合计					247		

表 4.11 《外贸跟单实务》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
外贸跟单实务	课程信息	课程定位	本课程是国际经济与贸易专业的专业必修课，也可供专业群内其他专业使用，共 54 学时（理论：28；实践 26），3 学分。它是依据专业人才培养目标和相关职业岗位（群）的能力要求而设置的，培养外贸跟单岗位所需的素质、知识和技能。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
		课程简介	本课程是以职业岗位典型工作任务出发，基于工作过程开发课程体系和设计教学内容。课程以外贸合同或订单为基础，以我国对外贸易法律法规和国际贸易惯例为指导，培养学生在外贸合同履行跟进过程中相关素质、知识和技能。课程内容包括走进外贸跟单、接单与审单、生产企业选择、样品与原材料选购、生产进度与产品质量跟进、产品包装、出境与结算、外贸跟单业务综合实训等 8 个大项目。	文本	1
		教师队伍	课程主讲教师老龄 25 年，副	文本	1

			教授。课程团队 2 人，讲师，均为双师型教师。		
		说课课件	针对课程的说课 PPT	文本	1
		教学文件	1. 授课计划 2. 实训教学大纲；	文本	2
		教学方法	演示法、项目驱动法、工作场景仿真、翻转课堂		
		实训条件	校内实训室	图片	1
		考核评价	1. 课程考核标准； 2. 课程理论测试题库； 3. 课程技能测试题库	文本	3
课程设计	项目一走进外贸跟单		外贸跟单岗位认知	文本； 微课； 视频； 音频	16
			外贸跟单岗位要求		11
			小结		2
	项目二外贸合同分析		出口接单	文本； 微课； 视频； 音频	16
			外贸合同条款审查		22
			信用证审核		10
			小结		2
	项目三选厂与验厂		生产企业选择	文本； 微课； 视频； 音频	16
			验厂		19
			小结		2
	项目四样品与原材料跟单		样品跟单	文本； 微课； 视频； 音频	16
			原材料跟单		9
			小结		2
	项目五生产跟单		生产进度跟单	文本； 微课； 视频； 音频	11
			产品质量跟单		13
			小结		2
	项目六包装跟单		产品销售包装跟单	文本； 微课； 视频； 音频	8
			产品运输包装跟单		23
			小结		2
	项目七出境与结算跟单		出境清关跟单	文本； 微课； 视频； 音频	17
			出境运输跟单		38
			结算退税跟单		14
			小结		2
	项目八综合实训		纺织品跟单实训	文本	1
		机电产品跟单实训	1		
合计					286

表 4.12 《跨境电子商务实务》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
跨境电子商务实务	课程信息	课程定位	本课程是国际经济与贸易专业的专业核心课程，共 54 个学时（理论：30，实践：24），3 个学分。它是依据专业人才培养目标和相关职业岗位（群）的能力要求而设置，培养跨境电商专员、跨境电商运营、产品开发等岗位所需要的知识、技能和素质目标。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
		课程简介	本课程以跨境电商专员岗位的工作内容为核心、以业务流程为主线、以真实跨境电商平台项目为载体，培养具有诚信守法、爱岗敬业、团队合作等素质。具备国际市场分析与开发、跨境店铺营销与推广、大数据处理等能力；掌握跨境电商物流与支付、市场分析、产品发布、店铺运营与推广等知识。主要包括跨境店铺的注册与认证、跨境物流与海外仓、海外市场分析与选品、产品定价发布与刊登、跨境店铺的优化与推广、订单处理与收款六个项目。	文本	1
		教师队伍	课程主讲教师教龄 16 年，副教授。课程团队 5 人，副教授 1 人、讲师 4 人，均为双师型教师。	文本	1
		说课视频	针对课程的说课视频	视频	1
		教学文件	1. 授课计划 2. 实训教学大纲	文本	2
		教学方法	演示法、项目驱动法、工作场景仿真、翻转课堂		
		实训条件	校内实训室、生产性实训基地	图片	2
		考核评价	1. 课程考核标准 2. 智慧职教在线考试 3. 课程技能测试题库	文本	3
	课程设计	项目 1 跨境平台的认知与入驻	跨境电子商务概述	文本	8
			跨境电子商务平台	视频	8
			开通跨境店铺	动画	10
		项目 2 跨境物流与海外仓	跨境物流	文本 视频 动画	8
			海外仓储		6
			跨境物流模式的选择		6
			跨境物流风险与防范		4
		项目 3 海外市场分析与选品	行业分析	文本 视频	10
			竞品分析		12
			选品原则		6
选品方法	6				
项目 4 产品信	选品工具		4		
	产品定价	文本	6		

	息化与发布	产品图片	视频	4
		产品关键词与标题		4
		产品详情页		10
		运费模板		3
	项目 5 跨境店铺的优化与推广	店铺诊断	文本	10
		产品优化	视频	8
		营销推广		12
	项目 6 订单处理与收款	订单发货	文本	8
		评价管理	视频	4
		跨境收款		3
合计				172

表 4.13 《跨境电商英语》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
跨境电商英语	课程信息	课程定位	本课程是商务英语专业的专业核心课程，共 32 个学时（理论：12，实践：20），2 个学分。它是依据专业人才培养目标和相关职业岗位（群）的能力要求而设置的，对本专业所面向的跨境电商业务员、跨境电商网络客服人员等岗位所需要的知识、技能和素质目标的达成起支撑作用。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
		课程简介	本课程旨在帮助学生培养良好的多元文化交流素养和可持续学习素养；培养沟通协调、团队合作的精神，良好的沟通意识，和主动服务、严谨细致、诚信守约的职业素质；了解跨境电商基础知识和基本业务流程；熟悉跨境电商业务各个环节所需英语专业术语和表达法；掌握跨境电商服务沟通的相关技巧；能胜任各环节的客户交流工作；能在跨境电商英语学习中提高自己的跨境电商服务技能并以此得到自我价值的实现。	文本	1
		教师队伍	课程主讲教师教龄 21 年，副教授。课程团队 7 人，副教授 3 人、讲师 4 人，均为双师型教师。	文本	1
		说课视频	针对课程的说课视频	视频	1
		教学文件	1. 授课计划 2. 实训教学大纲 3. 授课教案	文本	18
		教学方法	案例教学法、项目教学法、讨论式教学法		
		实训条件	校内实训室，校外实习基地	图片	4
		考核评价	1. 课程考核标准 2. 智慧职教在线考试	文本	1
		课程设计	Unit 1: Introduction to Cross-	1.1 Brief introduction to Cross-border E-commerce	文本
1.2 Amazon	微课视频			4	

	border E-commerce Websites	1.3 eBay	图片 音频	3
		1.4 AliExpress		3
		1.5 DHgate		4
		1.6 Wish		3
	Unit 2: Product and Store Description	2.1 Title Description	文本 微课 图片 音频	5
		2.2 Item Specifics		3
		2.3 Product Description		8
		2.4 Logistics Description		3
		2.5 Payment Description		3
		2.6 After-sale Service Description		3
		2.7 Shop Introduction		6
	Unit 3: Net-shop Marketing	3.1 Promotions Activities	文本 微课 视频 图片 音频	8
		3.2 Logo and Banner Design		8
		3.3 EDM		10
		3.4 SNS Marketing		5
		3.5 Video Marketing		5
	Unit 4: Pre-sale Communication	4.1 Product Information Inquiry	文本 微课 图片 音频	7
		4.2 Price Inquiry		7
		4.3 Bargaining		7
	Unit 5: On-sale Communication	5.1 Placing an Order	文本 微课 图片 音频	8
		5.2 Making Payment		8
		5.3 Urging the Payment		8
		5.4 Managing Shipments		7
		5.5 Package Tracking		8
		5.6 Recommending the Related Products		8
		5.7 Special Cases Communication		8
	Unit 6: After-sale Communication	6.1 Inviting Feedback	文本 微课 图片 音频	7
		6.2 Settling Complaints		7
		6.3 Customer Maintenance		7
		6.4 Promotion and Advertisement		7
	拓展资源	跨境电商相关知识	文本	18
跨境电商常用英语		文本	22	
拓展案例		视频 图片 音频	48	
合计				310

表 4.14 《管理会计》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
管理会计	课程信息	课程定位	《管理会计》作为大数据与会计所属电子商务专业群专业必修课程。授课对象为大数据管理会计大二的学生，同时可供专业群内其他专业使用，共36学时，2学分。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
		课程简介	本课程为大数据专业学生建立电子商务专业群的基本认识，使学生能够构建合理的管理会计专业知识结构，培养学生运用管理会计工具方法，参与单位规划、决策、控制、评价活动并提供有用信息，推动战略规划实现的“数字化”职业技能和职业素养。	文本	1
		教师队伍	课程主讲教师教龄7年，讲师。团队成员6人，副教授2人，讲师3人，中级企业兼职教师1人，均为双师型教师	文本	1
		说课视频		视频	1
		教学文件	授课计划	文本	1

			实训教学大纲		
		教学方法	案例教学、项目教学、课堂讨论	文本	1
		实训条件	校内实训室	图片	1
		考核评价	1. 课程考核标准 2. 课程测试题库 3. 智慧职教在线考试	文本	1
	课程设计	管理会计概述	管理会计定义	文本视频	6
			管理会计与财务会计的区别与联系		5
		战略管理	战略管理会计	文本视频	5
			外部环境分析		8
			内部环境分析		16
			战略地图		5
		成本管理	成本性态分析	文本视频	15
			变动成本法		19
			标准成本法		18
			作业成本法		9
		营运管理	本量利分析	文本视频	15
			敏感性分析		5
			短期经营决策		22
		投融资管理	货币的时间价值	文本视频	15
			资本成本		21
			项目投资资本预算		35
		绩效管理	绩效管理的概述	文本视频	6
			关键绩效指标		5
			经济增加值		10

			平衡记分卡		5
		预算管理	预算管理的概述	文本视频	5
			全面预算		46
		企业管理会计报告	管理会计报告的概念及分类	文本视频	7
合计					312

表 4.15 《电商文案写作》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
电商文案写作	课程信息	课程定位	《电商文案写作》系统阐述电商文案写作的理论与方法，在细述电商文案写作理念与规则的基础上，结合实例，深入探讨电商文案写作的具体策略与方法，全面涵盖电商文案写作的主要领域：软文写作、广告写作、着陆页写作、广告文案、电子邮件文案、微博文案、微信文案以及网店文案等电子商务中涉及的几种文案写作形式和平台。《电商文案写作》课程亦可用作电商从业者培训参考。32 学时（理论:16 实践: 16 ），2 学分。	文本	1
		课程教学标准	一、课程概述 （一）课程地位和任务 （二）课程设计思路 二、培养目标与要求 （一）总体目标与要求 （二）具体目标与要求 三、教学内容 四、课程实施保障 （一）教材的选用及编写建议 （三）主要教学方法建议 （四）其他教学资源配置 （五）课程教学团队建议 五、考核评价标准 （一）考核目标 （二）考核方式 （三）成绩构成内容及各自比例（百分制）	文本	1
		课程简介	《电商文案写作》是电子商务的专业选修课程，为学生就业提供技能支撑。该课程主要针对网络推广、文案策划、新媒体运营、编辑等岗位及相关岗位的任职要求所设置的专业课程，主要培养学生撰写创意类、编辑类和策划类文案的技术技	文本	1

		<p>能。学生通过对卖点提炼、文案构思、字词语段篇文、软文、新闻稿、广告文案、宝贝详情页、微博推文、微信公众号文章、短视频剧本、活动类策划案等的学习，了解并掌握电子商务企业实际工作中各类型文案写作特点及要求，具备策划文案编辑岗位的职业能力和职业素养，能够运用所学的写作知识、工具和技能独立完成企业营销推广工作。从而为学生从事网络推广、网站策划、网站编辑、新媒体运营、微博专员、微信专员等岗位工作打下良好基础。</p> <p>一般来说，电子商务企业文案的写作，分类三种类型：创意类文案、编辑类文案和策划类文案。</p> <p>本课程在了解企业电子商务文案职责及能力需求基础上，用字词语段篇文循序渐进的方式，对学生进行电商文案写作基础训练，然后分类介绍训练三种类型文案写作特点及要求。本课程共分为5大项目16个任务。项目一介绍电子商务文案概况；项目二从文案用字、用词、组句、修辞技巧入手，重点训练广告1语、标题、开头结尾的写法；项目三是创意类文案撰写技巧（含互联网广告、信息流广告、软文、新闻稿）；项目四是编辑类文案的内容规划与写作（含宝贝详情页、微博、微信、短视频文案）；项目五是策划类文案的写作与运用（含活动策划案与运营策划案）。</p>		
	教师队伍	主持人李念： 参与人：禹银艳、张鸽、杨洁、谭晓、叶明欢		0
	说课视频	针对课程的说课视频	视频	1
	教学文件	授课计划、授课教案	文本	2
	教学方法	任务驱动、角色扮演		0
	实训条件	实训机房		0
	考核评价	1. 课程考核标准 2. 课程试题库 3. 智慧职教在线考试		0
课程设计	电子商务文案 ji'chu	1.1 什么是文案	文本、视频、音频	9
		1.2 文案构思三七法	文本、视频、音频	17
	文案撰写基本技巧与应用	2.1 用字技巧与广告语的写作	文本、视频、音频	17
		2.2 用词技巧与标题的写作	文本、视频、音频	22
		2.3 组句技巧与推文的写作	文本、视频、音频	24

			2.4 修辞技巧与开头结尾的写作	文本、视频、音频	25
	创意类文案撰写技巧		3.1 软文写作技巧-禹银艳	文本、视频、音频	22
			3.2 新闻稿与对话访谈类写作技巧	文本、视频、音频	19
			3.3 广告文案与裂变海报的写作	文本、视频、音频	23
			3.4 信息流广告文案创意撰写	文本、视频、音频	20
			4.1 宝贝详情页的编写	文本、视频、音频	30
	编辑类文案内容规划与写作		4.2 微博文案的策划与写作	文本、视频、音频	9
			4.3 微信公众号的策划与写作-杨洁	文本、视频、音频	13
			4.4 短视频剧本的写作-钟璇	文本、视频、音频	17
			5.1 策划案概述	文本、视频、音频	25
	活动策划案的写作		5.2 策划案写作四原则	文本、视频、音频	2
			5.3 策划案写作思路六步法	文本、视频、音频	2
			5.4 策划案写作具体格式要求	文本、视频、音频	2
		合计			

表 4.16 《报关实务》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
报关实务	课程信息	课程定位	《报关实务》课程是高职国际经济与贸易专业的专业必修课，开设在大二第一学期。共 60 课时（理论 30，实践 30），3 学分。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
		课程简介	本课程对接全国职业院校技能大赛关务技能赛项，目标是培养了解我国对外贸易管制政策，熟悉海关法律法规，掌握不同类型进出口货物报关报	文本	1

			检流程，完成进出口货物报关、报检、关务咨询等工作的高素质技术技能人才。		
		教师队伍	课程团队2人，副教授1人，讲师1人，均为双师型教师以及关务技能赛项指导老师。	文本	1
		说课视频	针对课程的说课视频	视频	1
		教学文件	授课计划	文本	1
		教学方法	任务驱动法、角色扮演法、案例教学法等	文本	1
		实训条件	校内实训室	图片	1
		考核评价	1. 课程考核标准 2. 课程试题库 3. 智慧职教在线考试	文本	1
	课程设计	报关与海关管理	认识海关	文本 视频 音频	11
			认识报关单位	文本 动画 音频	12
			认识报关	文本 音频 图片	7
		对外贸易管制	对外贸易管制的含义	文本 视频 图片	5
			对外贸易管制的基本框架	文本 音频 图片	16
			许可证件或检验检疫资质许可核实	文本 音频 图片	16
		进出口商品归类	我国的商品归类管理	文本 音频	8
			归类总规则	文本 音频	20
			归类的依据和方法	文本 音频	5
			食品类商品归类	文本 音频	20
		进出口税费	审定完税价格	文本 音频	6

			确定进出口货物原产地	文本 音频	6
			确定税率	文本 音频	6
			计算进出口税费	文本 音频	6
		报关单填制	认识报关单	文本 音频 视频	15
			填制报关单	文本 音频 视频	20
		海关监管货物 报关程序	一般进口货物报关	文本 音频 视频	10
			保税加工货物报关	文本 音频 视频	10
			跨境电商货物报关	文本 音频 视频	10
		海关影像	海关影像	视频	100
		合计			

表 4.17 《认识新商业》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
认识新商业	课程信息	课程定位	本课程是电子商务专业的专业拓展课程，也可以作为商科专业的专业群通识类课程。	文档	1
		课程教学标准	课程标准文件	文档	1
		课程简介	通过本课程的学习，学生能够对商业行为的发展历程、现状、时下热点和未来趋势有系统地认知，能够将自身职业发展规划与商业发展潮流相契合，树立正确地商业行为价值观念。	文档	1
		教师队伍	师资队伍简介	文档	1
		说课视频	课程微课	视频	1
		教学文件	包含在教学标准中	文档	1

		教学方法	包含在教学标准中	文档	1	
		实训条件	包含在教学标准中	文档	1	
		考核评价	包含在教学标准中	文档	1	
	课程设计	从平凡到卓越	1. 商业概念的基本认知 2. 商业理论介绍 3. 新商业的新逻辑	文档、动画、视频、音频	96	
		打造个人 IP	1. 新商业中为什么要打造 IP 2. 个人 IP 打造的要点	文档、动画、视频、音频	73	
		用产品代言	1. 用产品解决痛点 2. 用产品推广理念 3. 用产品改变世界	文档、动画、视频、音频	54	
		与用户谈恋爱	1. 用户关系建立 2. 用户维护	文档、动画、视频、音频	61	
		价值的实现	1. 商业价值的实现 2. 个人价值的实现 3. 社会价值的实现	文档、动画、视频、音频	20	
	合计					313

表 4.18 《会计信息系统应用》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
会计信息系统应用	课程信息	课程定位	本课程主要面向高职财务会计类（大数据与会计、大数与审计、大数据与财务管理、会计信息管理）专业的核心技能课，也可以为主职职财务商务大类专业学生专业拓展课。授课对象为大数据与会计大二学生，共 72 学时（理论：27 实践 45），2 学分。	文本	1
		课程教学标准	会计信息系统应用课程标准	文本	1
		课程简介	《会计信息系统应用》课程，是随着信息技术的深入应用，由《会计电算化》、《会计信息化》演进而来，担负着培养高职大数据与会计专业学生信息化思维与软件系统应用的知识与技能。课程主要包括会计信息系统应用基础知识、账套管理、系统初始化、账务处理、报表管理、工资管理、固定资产管理、综合实训八方面。教学活动以项目为载体，以任务为驱动，将课程知识点、技能点、思政点碎片化、颗粒化，借助 8 个项目、若干个任务点，117 个视频及丰富的拓展资源，通过用友 ERP-	文本	1

			U8 系统及柠檬云记账“双系统”，学习会计信息系统的应用知识与技能。		
	教师队伍		课程主讲教师院校工龄 32 年，教授。课程团队 4 人，副教授 1 人、讲师 3 人，均为双师型教师。	图片	5
	说课视频		针对课程的说课视频	视频	1
	教学文件		授课计划	文本	1
	教学方法		线上+线下	文本	1
	考核评价		1. 课程考核标准 2. 课程试题库 3. 智慧职教在线考试	文本	1
课程设 计	走进会计 信息系统 应用		会计信息系统的前世今生	文本 视频	2
			《会计信息系统应用》课程内容		6
			如何学习《会计信息系统应用》		8
			会计名家		1
	账套管理		会计信息系统安装	文本 视频	10
			搭建会计核算体系		9
			操作员设置及权限分工		4
			系统维护		3
			先进技术		5
	系统初始 化		万丈高楼平地起，基础设置提前做	文本 视频	1
			基础数据的标准化处理		5
			基础档案设置		23
			会计科目设置及余额录入		5
			法规准则		4
	总账系统 业务处理		总账系统凭证处理	文本 视频	20
			总账系统出纳管理		5
			总账系统账表管理		3
			总账系统期末处理		9
			工作场景		1
	UFO 会计 报表编制		报表模板的应用	文本 视频	8
			自定义报表		3
			公式编辑与图表处理		6
			现金流量表的编制		5
			舞弊案例		1
	薪资管理		薪资管理系统初始化	文本 视频	17
			薪资管理系统本期业务处理		7
			薪资管理系统期末业务		6
		税政解读	4		
固定资 产管理		固定资产管理系统初始化	文本 视频	3	
		固定资产系统本期业务处理		3	
		固定资产系统期末业务		2	

			时事政策		8
		会计信息 系统综合 实训	基于U8 系统综合实训案例	文本 视频	2
			基于柠檬云综合实训案例（停课不停学）		1
			合计		212

表 4.19 《跨境电商产品开发》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
跨境电商产品开发	课程信息	课程定位	《跨境电商产品开发》为轻工商贸专业群的一门群内共享专业课程，也是电子商务、移动商务、跨境电商等专业的核心课程，共计 48 学时，3 学分。本课程主要包括亚马逊、速卖通、wish 选品平台方法及站内的选品工具等十个模块。从跨境电商产品开发的原则、方法及价值逻辑、到亚马逊、wish、速卖通等站内选品方法、培养学生根据跨境电商数据分析工具对市场用户、竞争对手、成本等进行科学分析并对产品进行成功转化的能力，也培养学生团队合作、诚信经营和不断创新的职业素质。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
		课程简介	《跨境电商产品开发》是电子商务专业课程中的一门核心课程。产品开发决定了一个商家在未来一个销售周期内所能获得的销量及产生的利润，选对一款正确的商品，并对其进行包装和上架，是运营好跨境电商平台的第一步。通过学习本门课程将学会如何根据把握产品敏感度，了解市场动向，通过对市场用户、竞争对手、成本等进行科学分析，合理制定且及时优化产品的营销策略并对产品进行成功转化。本课程面向高职电子商务类专业学生以及电子商务相关岗位人员等有继续教育需求的各类社会学习者开设，对于基本知识和基本技能的培	文本	1

			养起着重要作用，为学习其他跨境电子商务专业课程和从事跨境电商相关工作打好基础。			
		教师队伍	课程主讲老师院校工龄 25 年，教授。课程团队 5 人，副教授 2 人，讲师 3 人，均为双师型教师。			
		说课视频	针对课程的说课视频	视频	1	
		教学文件	授课计划	文本	1	
		教学方法	任务驱动、课堂讨论、线上线下混合式教学			
		实训条件	校内实训室			
		考核评价	1、课程考核标准 2、课程试题库 3、智慧职教在线考试	文本 视频		
	课程设计	走进产品开发	1 认知产品开发	文本 视频	4	
			2 掌握产品的价值逻辑		4	
			3 掌握产品的原则和方法		3	
		第三方选品工具		1 运用 Google Trends 进行产品分析	文本 视频	6
				2 运用 Jungle Scout 进行产品分析		3
				3 运用 Amaze Owl 进行产品分析		2
				4 运用 Keepa 进行产品分析		3
				5 运用 Cash Cow Pro 进行产品分析		2
				6 运用 Fba wizard 进行产品分析		2
				7 运用 Pexda 进行产品分析		2
				8 运用 Terapeak 进行产品分析		2
				9 运用 Merchantwords 进行产品分析		5
				10 运用 Unicorn Smasher 进行产品分析		2
				11 运用米库进行产品分析		2
				12 运用卖家网进行产品分析		2
				13 运用海鹰数据进行产品分析		2

			14 运用卖家精灵进行产品分析		2
			15 运用紫鸟数据进行产品分析		2
			16 运用超级店长进行产品分析		2
			数据化选品方法		1 运用多平台比较进行产品开发
2 运用数据抓取进行产品开发	2				
3 运用市场分析进行产品开发	2				
		国外创新选品方法	1 运用社区选品寻找新产品	文本 视频	3
			2 运用网站选品寻找新产品		2
3 运用产品趋势寻找新产品	2				
		亚马逊选品	1 掌握亚马逊开发新品的原则	文本 视频	3
			2 学会亚马逊新品开发的主要方法		3
			3 运用亚马逊站内数据进行选品		3
		速卖通选品	1 运用数据纵横栏目进行选品	文本 视频	3
			2 运用速卖通直通车进行选品		3
			3 运用产品分析及类目挖掘选品		2
			4 运用站内关键字选品		2
		wish 选品	1 探究 wish 的选品之道	文本 视频	2
			2 运用 wish 站内数据选品		2
		差异化选品分析	1 运用 Merchantwords 进行季节选品	文本 视频	5
			2 运用 Unicorn Smasher 进行节日选品		2
		对产品进行全面评估	1 分析产品细化市场		3
			2 分析产品市场需求		4
			3 分析产品竞争对手		3
			4 判断产品趋势		4
			5 全面评估产品		3
		获得产品的渠道	1 选择产品渠道	文本 视频	4
			2 选择供应商		2
合计					123

表 4.20 《商品信息采集与处理》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
商品信息采集与处理	课程信息	课程定位	《商品信息采集与处理》课程定位于网店美工岗位，通过本课程的学习，使学生掌握网店常用商品的拍摄、商品海报和详情页的一般制作方法，为学生从事网店美工相关岗位工作打下良好的基础。	文本	1
		课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
		课程简介	本程以商品的拍摄及处理过程为主线，首先介绍了商品信息采集的基本知识、色彩和构图的基本理论以及数码相机的基本操作，然后选取日用品、箱包皮具、金属与玻璃制品、服装等典型商品详解其拍摄过程和拍摄技巧，最后完成商品的图片处理、主图和促销广告图的设计	文本	1

			与制作。从拍摄、处理及应用三个方面对电商专业的学生进行深入培养。		
		教师队伍	课程主讲教师教龄 29 年，副教授。课程团队 3 人，均为副教授及双师型教师。	文本	1
		说课视频	针对课程的说课视频	视频	1
		教学文件	1. 授课计划 2. 实训教学大纲 3. 授课教案	文本	3
		教学方法	案例教学法、项目教学法、讨论式教学法	文本	1
		实训条件	校内实训室，校外实习基地	文本	1
		考核评价	1. 课程考核标准 2. 智慧职教在线考试	文本	1
	课程 设计	商品信息概述	1.1 商品信息采集要点	文本	9
			1.2 室内商品信息采集环境的搭建	微课	0
				图片	0
		色彩设计与构图	2.1 色彩设计与应用	文本	13
			2.2 构图设计与应用	微课	6
				图片	0
		数码相机的基本 操作	3.1 数码相机选择与基本操作	文本	14
			3.2 正确的曝光控制	微课	44
			3.3 白平衡的调整	图片	0
		日用品的拍摄	4.1 定字笔的拍摄	文本	7
			4.2 文具盒的拍摄	微课	0
				图片	0
		皮具的拍摄	5.1 皮带的拍摄	文本	8
			5.2 皮包的拍摄	微课	0
				图片	0
		服装的拍摄	6.1 牛仔裤的拍摄	文本	5
			6.2 女卫衣的拍摄	微课	0
				图片	0
		商品图片基本处 理	7.1 调整图片尺寸	文本	16
			7.2 图片抠图技巧	微课	16
			图片	22	
	商品图片特效处 理及应用	8.1 颜色校正及色调调节		15	
		8.2 图片美化操作		7	
		8.3 促销广告图的设计与制作		53	
		合计			265

表 4.21 《商务网页设计与制作》课程基本资源类型构建表

课程名称	构建模块	主要内容	建设内容描述	素材类型	数量
商务网页设计与制作	课程信息	课程定位	《商务网页设计与制作》课程是电子商务专业的核心课程，本课程旨在培养学生具有良好的网站规划、设计、编辑与维护能力。要求学生设计制作出具有实用价值的商务网站，同时也为本专业后续课程的学习、为学生核心职业能力的进一步提升奠定基础。	文本	1

	课程教学标准	课程教学指导性文件	文本	1
	课程简介	本课程以商务网页设计与制作业务流程为主线，通过网站栏目规划、网页版面布局、色彩搭配、文字图片样式设置、网页效果图处理、静态页面制作等典型工作任务的剖析，对商务网页设计与制作的基本原理及实现方法进行了系统的介绍及完整的展示。	文本	1
	教师队伍	课程主讲教师教龄 29 年，副教授。课程团队 3 人，均为副教授及双师型教师。	文本	1
	说课视频	针对课程的说课视频	视频	1
	教学文件	1. 授课计划 2. 实训教学大纲 3. 授课教案	文本	3
	教学方法	案例教学法、项目教学法、讨论式教学法	文本	1
	实训条件	校内实训室，校外实习基地	文本	1
	考核评价	1. 课程考核标准 2. 智慧职教在线考试	文本	1
课程 设计	网页设计导引	1.1 商务网站概述	文本	10
		1.2 客户需求分析	微课	10
		1.3 网站栏目规划	图片	0
	商务网页布局与设计	2.1 任务 1：网页风格设计	文本	4
		2.2 任务 2：草图绘制	微课 图片	0 16
	网页效果图制作	3.1 任务 1：网页素材的选取	文本 微课 图片	12
		3.2 任务 2：图层组的管理		99
		3.3 任务 3：网页元素的编辑		0
		3.4 任务 4：效果图切片		
		3.5 Video Marketing		
	静态页面制作	4.1 任务 1：本地站点配置	文本	5
		4.2 任务 2：使用表格布局制作网页	微课 图片	43 0
	Div+css 网页布局	5.1 任务 1：首页 DIV 框架制作	文本	4
		5.2 任务 2：内容制作	微课	4
		5.3 任务 3：CSS 特效制作	图片	0
合计				292

3. 课程思政案例库

依托联建单位从政治认同、社会主义核心价值观、家国情怀、文化素养、法制规范、道德修养、哲学思辨、科学创新等方面进行“思政元素”提炼挖掘，确定专业课程思政教学目标，运用大量教学案例，深入浅出，培养学生正确理想信念、价值取向、政治信仰以及社会责任感，从“融入目标、融入载体、融入手段、融入任务”多个角度，全面提高学生缘事析理、明辨是非的能力；实现学生德、智、体、美、劳全面发展与职业可持续发展。

4. 一线案例实训资源库

发挥联合申报企业资源优势，引入相关企业的真实案例，设置一线案例实训资源库。依据人才培养职业面向岗位群，对接 1+X 技能等级证书，针对企业工作岗位中的真实工作任务，依据典型代表性、技术先进性、任务综合度、任务实用性、任务可操作性、流程完整性、任务管理与评价机制完善等维度进行删选与适当“裁剪”，动态化引入一批适合开展实践教学的实战项目，打造高质量、可持续发展的实训项目库。

将引入的企业真实项目进行学习领域的实践项目转化，按照项目描述、项目训练目标、项目分析、项目组织、技术实施、项目评价与验收、项目拓展的思路开发综合实训项目，锻炼学生综合项目运营能力。

表 5 一线案例实训资源库建设内容

序号	模块	内容
1	企业介绍	与学校合作的相关企业的经营范围、企业文化、企业团队等内容介绍
2	企业案例	企业经营管理案例、商业活动案例等
3	企业课程	企业内部员工培训的相关课程及资料
4	企业项目库	企业典型项目介绍，对应项目工作开展说明、开展任务步骤、任务实施标准、任务评价标准等。

(二) 电商数字化博物馆

电商数字化博物馆包括包含职业技能竞赛、职业评价、行业资讯、标准规范、电子商务数字化展览 5 个分馆。

1. 职业技能竞赛

包括电子商务技能、国际经济与贸易技能竞赛等赛项的省赛及国赛规程、题库、标准等相关资源。

2. 职业评价

包括电子商务师的技能等级评定、评价标准、流程等相关资讯。

3. 行业资讯

汇集数字经济、电子商务、跨境电商等相关行业政策法规、行业报告、热点资讯、科技前沿，包含国家、地方政府发布的商业相关政策；数字经济、电子商务行业发展报告；商业新闻、行业发展动态及电子商务教育的前沿资讯；行业新技术、科研成果、科技创新资讯等。助力电子商务专业群人才培养目标定位，开阔学生及相关行业人员的视野。

4. 标准规范

涵盖技术标准、技能抽查标准及题库、职业标准、课程标准、行业标准、师德标准以及行业规范等，另外涵盖行业企业阿里巴巴、京东商城、拼多多等商城的入驻条件、规则及电子商务行业的法律法规等各类标准。面向商务活动的业务标准和面向支撑体系的支撑体系标准，监督管理类标准，还包括电子商务服务质量、发展评价和标准符合性测试等方面的内容。

5. 电商数字化展馆

立足数字技术下消费升级、场景升级、服务升级、体验升级等数字商业产业新形态，创新性采用人工智能、人机交互、大数据等领先技术，搭建包含生活区、商业区、行政区、贸易区、展示区等丰富多元的虚拟数字商业场景，采用 3D 渲染、AI、大数据、NLP 等技术，真实再现企业生产经营流程，还原数字化岗位工作内容，构建数字化生活情景，使学生在高沉浸感的虚拟空间中进行多样化的学习，推动构建自主学习、探究学习、协作学习的新形态生动课堂，助力院校实现数字商业教育变革。帮助学生在虚拟生动的学习体验中轻松掌握数字商业技能，全面提升数字素养，主动适应未来数字商业岗位需求。

表 6 电商数字化展馆建设内容

序号	模块	内容
1	数据分析与应用企业虚拟仿真任务	提供相关实训任务，包含数据分析助理、数据分析专员、数据分析经理等三个阶段岗位实训，以不同阶段的岗位角色技能提升为主线，综合设计不同的工作任务，支持学生自主练

		习，系统根据实训结果自动生成任务数据，最终实现岗位能力的全面获得和提升，有效提高学生综合学习能力。
2	数字素养企业虚拟仿真任务	提供信息与媒介素养、交流与协作素养、数字内容创作、数字安全、问题解决、数字伦理道德等相关任务，包含制作、使用、评价、交互、分享、创新、安全保障、伦理道德等一系列素质与能力，如职场交往、人际沟通等技能提升任务，共计3个独立职业素养任务、20个带有职业素养评价内容的工作任务。
3	社群运营企业虚拟仿真任务	提供社群构建、社群裂变、社群维护、社群转化、数据分析等虚拟仿真任务。
4	电商运营企业虚拟仿真实训任务	包含店铺装修、订单管理、网店营销、客户服务、数据分析等虚拟仿真任务。
5	市场营销企业虚拟仿真任务	提供调研组卷、选品分析、人群画像、视觉营销、SWOT分析、网络广告分析等虚拟仿真任务。
6	场景开发	系统内置多种实训内容，支持通过即时通讯工具在线对话、NPC面对面对话、NPC问答、邮件发送、邮件接收、文档撰写、个人文档管理、数据展示工具、问卷调研等流程和方式开展工作，并且在工作过程中提供丰富交互细节、如进门前敲门、对话过程中打招呼等职场礼仪的操作。供应商须提供产品页面截图或实物操作演示证明。
7	个人角色创建	系统支持自定义换装及捏脸功能，学生可自主创建角色形象，系统内置男女角色体型、面孔（发型、脸型、鼻子、眼睛等）和预制服装，支持根据自己的照片生成人物形象。供应商须提供产品页面截图或实物操作演示证明。

（三）电子商务专业群培训中心

电子商务专业群培训中心面向教师、学生、企业和社会学员，将资源载体组合成若干能力模块、岗位技术课程和个性化的课程体系，针对不同类型用户定制化首页设计，服务于他们的专业学习、职业成长与终身学习。

教师或学员可通过课程、技能认证、技能竞赛、职业测评、实习就业、乡村振兴、课程思政等特色频道快速进入对应模块开展学习。同时系统支持学员数据分析，根据学员学习数据，进行自动化学习任务推送。整合开发基于云技术、具有社区化模式的多终端数字化教学空间，支持碎片化、个性化学习、移动学习与协作学习。培训中心设置了1+X技能培训、师资培训、竞赛培训、社会培训栏目，具体如下表7：

表 7 电子商务专业群培训中心建设内容

序号	内容分类	建设内容
1	1+X 培训	面向专业群中 5 个专业必考 1+X 证书对应的培训资源，包含培训课程、培训试题、1+X 考证指南等。
		面向专业群中 5 个专业可选的 1+X 证书对应的培训资源，包含培训课程、培训试题、1+X 考证指南等。
2	师资培训	依托平台学习中心功能，定期发布培训内容，包含人才培养模式改革、教材开发、信息化教学改革、行业应用技能提升、产业发展前沿认知等，包含培训课程、培训方案、培训试题。
3	竞赛培训	面向专业群中 5 个专业所参与的竞赛相关主题和内容进行培训资源开发，包含对应规程、题库、标准等相关资源。
4	社会培训	面向社会人员开展相关的非学历职业技能培训，包含培训项目任务书、培训课件、培训微课、资源等。

五、资源库建设规划

(一) 建设规划

电子商务专业是国家首批示范校重点建设专业、国家级骨干专业、国家级“双师型”教师培训基地，电子商务专业群 2022 年成功立项湖南省 A 类高水平专业群建设，建设好专业群教学资源库是其题中应有之义。

科学分类、有效整合、集成创新国内外行业发展前沿技术和最新生产实践资源以及高职院校优质教学资源，建成“一群一馆一中心”为特色的资源库。加强资源库宣传力度，使更多有需要的用户了解、使用资源库。建立资源库管理机制、资源库评审鉴定办法，保证电子商务专业群教学资源库的可持续发展。按照共建共享、边建边用的原则，创建资源库平台运行管理和更新维护机制，确保每年更新比例不低于 10%。

电子商务专业群教学资源库共建设 32 门课程，包括底层共享课程、中层核心课程和高层互选课程。**底层共享课程 7 门：**《经济学基础》、《客户服务与管理》、《商务谈判》、《商务礼仪》、

《电子商务基础与应用》《电子商务法律法规》、《创业实务》。

中层核心课程 18 门：《网页设计与制作》、《办公软件高级应用》、

《商品信息采集与处理》、《短视频制作与后期处理》、《智慧仓储运作管理实务》、《物流数据分析与应用》、《国际贸易实务》、《外贸跟单实务》、《跨境电子商务实务》、《跨境电商英语》、《管理会计》《电商文案写作》、《报关实务》、《认识新商业》、《网络营销实务》、《直播电商运营》、《网店运营与管理》、《商务数据分析》。**高层互选课程 7 门：**《新媒体营销》、《跨文化交际与沟通》、《视觉设计》、《供应链管理》、《Python 语言》《跨境电商产品开发》、《会计信息系统应用》。

电子商务专业群教学资源库由长沙民政职业技术学院、长沙商贸旅游职业技术学院、湖南科技职业学院和行业企业牵头主持建设，5 所同类院校参与建设，4 家行业知名企业参与建设。长沙商贸旅游职业技术学院负责建设《电子商务法律法规》、《创业实务》2 门，湖南科技职业学院负责建设《跨境电商产品开发》、《会计信息系统应用》2 门。长沙民政职业技术学院负责 28 门课程。各主持与参建单位任务如表 8 所示。

表 8 各主持与参建单位任务一览表

序号	建设单位	任务规划	具体内容	参与单位
1	长沙民政职业技术学院	主持 28 门标准化课程	<p>一期完成 17 门标准化课程： 《经济学基础》、《客户服务与管理》、《商务谈判》、《网页设计与制作》、《办公软件高级应用》、《商品信息采集与处理》、《短视频制作与后期处理》、《智慧仓储运作管理实务》、《物流数据分析与应用》、《国际贸易实务》、《外贸跟单实务》、《跨境电子商务实务》、《跨境电商英语》、《管理会计》《电商文案写作》、《报关实务》、《认识新商业》。</p> <p>二期完成 11 门标准化课程： 《商务礼仪》、《电子商务基础与应用》、《网络营销实务》、《直播电商运营》、《网店运营与管理》、</p>	<p>北京博导前程信息技术股份有限公司</p> <p>湖南省跨境电子商务协会</p> <p>湖南电气职业技术学院</p> <p>湖南化工职业技术学院</p> <p>湖南大众传媒职业技术学院</p> <p>湖南工业职业技术学院</p> <p>广州科技贸易职业学院</p>

			《商务数据分析》、《新媒体营销》、《跨文化交际与沟通》、《视觉设计》、《供应链管理》、《Python 语言》。	
2	长沙商贸旅游职业技术学院	主持 2 门课程建设 参建电商数字化展览	《电子商务法律法规》、《创业实务》	
3	湖南科技职业学院	主持 2 门课程建设 参建标准规范	《跨境电商产品开发》、《会计信息系统应用》	
4	北京博导前程信息技术股份有限公司	主持 5 馆建设	职业技能技能竞赛、职业评价、行业资讯、标准规范、电商数字化展览	长沙民政职业技术学院
5	湖南省跨境电子商务协会	主持 1 个中心	1+X 证书培训、行业培训、社会服务	长沙民政职业技术学院
6	湖南电气职业技术学院	参建 1 门课程建设 参建职业技能竞赛	《短视频营销》	
7	湖南化工职业技术学院	参建 1 门课程建设 参建标准规范	《供应链管理》	
8	湖南大众传媒职业技术学院	参建 1 门课程建设 参建标准规范	《视觉设计》	
9	湖南工业职业技术学院	参建 1 门课程建设 参建标准规范	《网络营销实务》	
10	广州科技贸易职业学院	参建 1 门课程建设 参建电商数字化展览	《电子商务基础与应用》	
11	湖南至名	参建 2 个	行业资讯、电商数字化展览	湖南省跨境电子

	品牌管理有限公司	分馆		商务协会
12	湖南中榜集团有限公司	参建 2 个分馆	职业技能竞赛、标准规范	北京博导前程信息技术股份有限公司
13	湖南西子电商品牌管理有限公司	参建 2 个分馆	职业技能竞赛、电商数字化展览	长沙民政职业技术学院

(二) 建设步骤

1. 制定指导性文件，完善建设标准

为了高效集成与整合各联合院校、行业企业资源，需要在充分调研，根据电子商务类行业企业对人才需求以及现代职业教育对信息化教学资源需求，形成电子商务专业群教学资源库调研报告。在此基础上，根据**统筹兼顾、规范管理、满足需要、保障服务的指导原则**，规范化建设电子商务专业建设标准、课程体系及课程开发标准、课程资源开发标准、素材采集与分类标准等标准与模板指导性文件，强调实现资源的可重用性、互通性满足资源使用者的共性与个性化需求。

2. 丰富资源内容，完善专业群资源库结构

借鉴国际职教先进经验、国内电子商务类课程开发最新研究成果，以及兄弟学校建设经验，系统分析电子商务类专业就业岗位(群)及职业能力能力,面向不同的学习对象，整体规划电子商务专业群特色资源库框架，确定“一群一馆一中心”，即“电子商务专业群”、“电商数字化博物馆”、“培训中心”。“一群”在原有的基础上更新资源，增加专业群园地、一线案例实训库和课程思政案例库;增加一馆即电商数字化博物馆，包含职业技能竞赛、职业评价、行业资讯、标准规范、电商数字化展览 5 个分馆;“一中心”即培训中心，内容包含 1+X 证书培训、行业培训、社会服务等。

3. 多渠道推广及信息反馈机制，确保资源库资源的及时更新，切合社会及企业使用需求。

通过资料发放、宣讲、媒体、微信等方式和渠道，加强资源库宣传力度，使更多有需要的用户了解、使用资源库。建立资源库管理机制、资源库评审鉴定办法，保证电子商务专业群教学资源库的可持续发展，按照共建共享、边建边用的原则，创建资源库平台运行管理和更新维护机制，确保教学资源持续更新，满足教学需求和技能发展的需要，每年更新比例不低于 10%。

电子商务专业群资源库资源建设按照以下四阶段实施方案，如表 9 所示：

表 9 电子商务专业群资源库建设四阶段实施方案

序号	建设阶段	时期	主要建设任务
一期工作准备	1	2022 年 7 月	在原有建设基础上进行项目分析、梳理及调研。
	2		组建项目建设团队及确定联建单位名单
	3		对专业群资源库整体构架、建设内容、功能设计进行构
	4	2022 年 8 月	对专业群整体构架、建设内容、功能设计进行构思，根据高职专业目录的调整,将原有的各专业教学资源库的课程体系框架匹配电子商务专业群进行整体升级。
	5		组织专家进行建设方案撰写。
一期进度安排	1	2022 年 9 月	1.制订项目建设方案与实施计划； 2.设计项目总体框架； 3.制定项目相关标准； 4.根据联合单位的特长进行建设任务分工。
	2	2022 年 9 月-12 月	1.制定资源标准； 2.梳理归类合作院校、企业及培训机构优质资源； 3.对资源进行针对性二次开发； 4.资源整合优化。
	3	2023 年 2 月	1.对收集与建设的新资源进行审核； 2.对问题资源作出修改意见； 3.对旧资源进行更新。
	4	2023 年 4 月-6 月	审核通过的资源组织及时上传。
	5	2023 年 3 月	1.按照软件质量标准，进行总体测试；

		试运行	月-12月	2.面向不同用户进行广泛宣传试用; 3.全面开放资源库,广泛试用; 4.聘请专家对项目一期成果进行评审、鉴定,进行一期结题。
二期 进度 安排	1	资源库完善	2024年1月-12月	收集用户反馈信息,完善改进。
	2	项目推广	2024年1月-12月	1.采取多方式多渠道进行项目应用推广; 2.采用新技术实现自动化学习导向、智能联想检索、虚拟仿真实训、实现网络远程教育等新功能。
持续 更新	1	项目运营维护	2022年7月-项目持续期	1.成立运营管理小组,制定运营方案; 2.确立第三方运营公司; 3.运营实施及改进; 4.全方位收集用户反馈信息,不断完善提高。

六、保障措施

(一) 组织保障

1. 成立项目建设工作组

由校领导牵头,成立项目领导小组,下设建设执行项目组和课程建设项目组。实行项目负责人制度,明确项目负责人所承担的职责,确保教学资源库建设的顺利进行。

2. 成立项目建设监控小组和审计小组

成立项目建设监控小组和审计小组。由学校相关领导任组长,学院财务部门负责人、学院审计部门成员等组成监控小组与审计小组。以任务书为依据,以“经济性、效率性、效果性”为出发点,对每个建设项目进行全过程多方位的参与式绩效审计。

(二) 制度保障

1. 落实项目建设绩效考评,规范项目建设经费管理

申报前即对项目内容和建设成效进行有效论证,一经项目建设领导组审批,即严格执行,原则上不做无故调整。并本着“统一规

划，分年实施；单独核算，专款专用；专项管理，绩效考评”的原则严格考评。

2. 贯彻实施监控和审计制度，全程多方位监管

项目监审小组以项目任务书为依据，对每个建设项目进行全过程、多方位的参与式全程监管，对出现的违规、违纪现象的子项目及时叫停整顿，甚至终止相关建设，并追究具体项目负责人的相应责任。

3. 强化资源库内容持续更新制度，加强运行管理的制度化建设

制定信息采集制度，定期开展专业调研和资源更新讨论会，根据需求及时调整、更新教学理念与内容，实现资源库资源与时俱进，确保资源库内容的更新与知识、技能的更新同步，并逐步建立一系列切实有效的规章制度。

(三) 资金保障

1. 资金投入

前期项目建设已经投入 39.95 万元，为了确保本项目建设的正常开展和运行，保证为本项目的建设继续投入 363.7 万元的预算金额（从双高校建设经费支出）。

2. 资金管理

依照财务法规，成立专项资金使用监管小组，保障项目建设经费专款专用。严格按照项目投资计划支出，合理有效使用各项建设经费，实行全过程监管，确保专项资金使用的规范性、合理性。严格按照《职业教育专业教学资源库建设资金管理办法》执行。

(四) 技术保障

1. 源头检查，确保自主产权

对已有资源保证其原创性，对未提交的资源加强原创性审查和知识产权的监控，保证其自主性；对于共享资源库加强对知识产权

的保护意识，必要时对部分资源进行使用许可权限上的限制。

2. 全面审核，进行分级管理

建立教学资源收录审核机制，对资源内容进行严格地审核，确保上传资源的质量，避免知识产权纠纷；必要的时候引入专业审查人员进行审查。

3. 推崇原创，借助法律维权

及时申报“专利”和“软件著作权”，形成知识产权保护机制，通过法律形式保护知识产权；在发生产权纠纷时，要通过相关法律部门来调解解决。坚持资源库教学资源的原创性，确保资源库教学资源都拥有自主知识产权。

七、预期成效

通过政、行、企、校的密切合作，建成具有先进、实用、开放、共享和可持续等特点的湖南省电子商务专业群教学资源库。项目的建设及推广应用，将引领专业（群）的改革与建设，提高人才培养的质量，同时为企业、行业发展和社会培训服务，为继续教育和终身教育提供学习平台，提升服务区域经济与社会发展的能力。

（一）教学效益

1. 建设满足电子商务类专业人才培养需求的资源库

以职业岗位典型工作任务所需的知识点、技能点为资源载体，顶层设计专业教学资源库建设内容。科学分类、有效整合、集成创新国内外行业发展前沿技术和最新生产实践资源以及高职院校优质教学资源，建成“一群一馆一中心”为特色的资源库。

2. 建立资源建设与产业发展联动机制，实现资源库可持续发展

资源库项目建成后，探索校企共建、共享开放运营机制，采取有效激励措施，保障资源建设合作单位能够紧跟产业发展需求和现代商业服务与管理的发展，持续更新资源库内容，保证资源的先进

性；通过科学管理形成“自我造血”功能，实现共建、共享、共管、共赢，保障教学资源库的可持续发展。

3. 引领专业教学改革，提高人才培养质量，为我省乃至全国电子商务行业企业的发展提供智力支持

通过校校联动、校行合作、校社对接，依托网络信息技术、远程教育手段和数据库技术，科学构建电子商务资源应用平台、电子商务仿真实训平台、电子商务交流与培训平台以及标准库、实训库、素材库、课程库为核心的电子商务专业群教学资源库，解决高职院校专业共性需求，实现优质资源共享，推动教学模式改革，提高人才培养质量，增强社会服务能力，为我省乃至全国电子商务行业企业的发展提供智力支持。

(二) 社会效益

资源库能针对教师、学生、企业员工、社会学习者等不同人群的不同需求，将资源载体组合成若干能力模块、岗位技术课程和个性化的课程体系，服务于他们的专业学习、职业成长与终身学习。整合开发基于云技术、具有社区化模式的多终端数字化教学空间，支持碎片化、个性化学习、移动学习与协作学习。使行业企业员工和社会学习者受益，保证教学资源的更新跟上电子商务行业企业的发展，且年更新量不少于 10%。

八、应用推广前景

电子商务专业群是湖南省 2022 年立项的 A 类高水平专业群。在建设完成代表省级乃至国家级水平的电子商务专业群教学资源库之后，分五步同时或依次进行推广。

第一步在校内广泛推广应用：进行专业群教学示范，在校内相关专业进行推广使用。

第二步在湖南省兄弟院校单位进行推广：通过共同体平台、资

料发放、宣讲、媒体、微信等方式和渠道，加强资源库宣传力度，使兄弟院校了解、使用资源库。

第三步在全国开设电子商务相关专业学校进行推广：通过各类平台或自媒体等，向全国开设电子商务专业的学生、教师、社会机构、培训机构推广应用。

第四步在电子商务行业、企业广泛推广应用：将专业群资源库推广至电子商务知名企业等。

第五步推广至国外：联合已经开展合作的老挝国家职业教育部门以及国内外知名专家举办国际论坛，进一步优化资源库，同时依托此平台将资源进行国外推广。

电子商务专业群教学资源库的早期用户主要为参建高职院校的教师和学生，建成后的资源库将使我省高职院校的电子商务专业数百名教师受益，数千名学生受益，上千个社会组织的数千名行业企业人员受益。

综上所述，电子商务专业群资源库具有广阔的应用前景，适应电子商务类高端技术技能人才培养需求。

九、特色与创新

（一）创设 3D 虚拟仿真数字商业场景空间

集成数字商业场景下电子商务产业链典型工作任务，构建数字商业虚拟仿真沉浸系统，领先采用扩展现实、数据技术、虚拟成像、3D 渲染、ChatGPT 等技术，真实再现企业经营生产流程，真实还原数字化岗位工作内容，真实构建数字化生活情景，开启自主探究学习、协作学习的沉浸式全新课堂，使学生在虚拟生动的学习体验中轻松掌握数字化职业技能，全面提升数字素养。

（二）构建满足智能推荐、个性化学习教学资源库平台

充分利用 AI、大数据、信息化技术，基于职业发展和学生学习

路径，搭建教学资源库平台和课程，支持线上线下混合式教学，实现学生自主泛在化个性学习。

（三）创设丰富全面多维度的课程思政案例库

建设课程思政示范课程。将知识传授和价值引领高度融合，推进素质教育和职业能力培养协同并进，校企联合规划建设课程思政示范课程。将思政教育中三观教育、社会主义核心价值观等与专业群核心课程中的职业价值观、职业道德、敬业精神、集体利益等相关联，在潜移默化中让学生接受主流价值观的熏陶，努力实现电子商务专业群具有“全球视野、家国情怀、创新精神、专业素养”的人才培养目标。

（四）建设岗课赛证融通的专业群教学资源

基于工作过程导向的课程体系、融合素质、知识、能力目标体系的课程标准和项目化教学设计的工学结合课程资源都融入了1+X电子商务数据分析、农产品电商运营、跨境电商B2B数据分析等职业技能等级证书标准，强化学生职业技能培养。

（五）响应不同类型学员课程资源的学习要求

响应职业教育百万扩招政策的实施，建设适应四类人员(下岗失业人员、农民工、农民、在岗职工)学习要求的课程资源。根据四类人员的特点，制定相应的人才培养方案、课程标准、建设课程资源满足他们的学习要求。