

专业核心课程标准目录

序号	课程名称	适用专业
1	AE视频制作	电子商务
2	电子商务基础	电子商务
3	电子商务实务	电子商务
4	图形图像处理	电子商务
5	网店建设与运营	电子商务
6	网络营销	电子商务
7	药品经营管理法律实务	电子商务、药品服务与管理、药品经营与管理、连锁经营管理、物流管理
8	客户服务实务	工商管理专业及相关专业学生
9	商品信息采编	工商管理专业及相关专业学生
10	连锁经营原理与实务	连锁经营管理
11	管理学基础	连锁经营管理、药品经营与管理
12	零售药店经营与管理	连锁经营管理、药品经营与管理
13	消费者心理及行为分析	连锁经营管理、药品经营与管理
14	ERP沙盘	物流管理
15	物流运输与包装	物流管理
16	药品仓储与配送	物流管理
17	医药市场营销实务	药品经营与管理、连锁经营管理
18	药学服务技术	药学、药品服务与管理、药品经营与管理、连锁经营管理
19	药理学	药学、药品经营与管理
20	实用医药综合知识	药学、医药营销、药品经营与管理、连锁经营管理专业
21	GSP实施技术	药学、中药学、药品经营与管理

山西药科职业学院

《AE 视频制作》课程标准

执笔人： 贾文雅

参与人： 温俊香

审核人：

日 期：2019 年 7 月 20 日

《AE 视频制作》课程标准

课程名称：AE 视频制作

课程性质：专业课、必修课

适用专业：电子商务专业

学时数：60 其中理论:30；实训:30

学分：3

一、课程定位

《AE 视频制作》是医药电子商务专业必修课程之一。近年来，电子商务在我国得到了快速的发展。它已成为数字化商业社会的核心，并将成为未来企业发展、生存的主流方式。针对目前市场上，游戏及影视特效专业制作人才相当缺乏，而且其中能进行场景特效设定到制作整个流程能完全运作下来的人员更是少之又少，所以掌握 AE 视频制作的方法与技术成为电子商务应用人才的必备技能。

该课程注重对学生的创造性思维方式和独立制作能力的培养，提高学生的实际操作能力，强调各模块的综合运用。以实例模拟操作为主线，将各模块的运用进行实战提升，能够建立学生们新的思维方式和造型观念，使其能够熟悉从制作到思考，从思考到设计，从设计到创作的一个过程，通过学习 AE 基础工具命令、抠像、运动跟踪、文字特效到表达式应用这一系列完整的开发流程，结合前期和中期的制作，完成影视动画后期的项目制作，从而使学生具备 AE 特效设计水平。

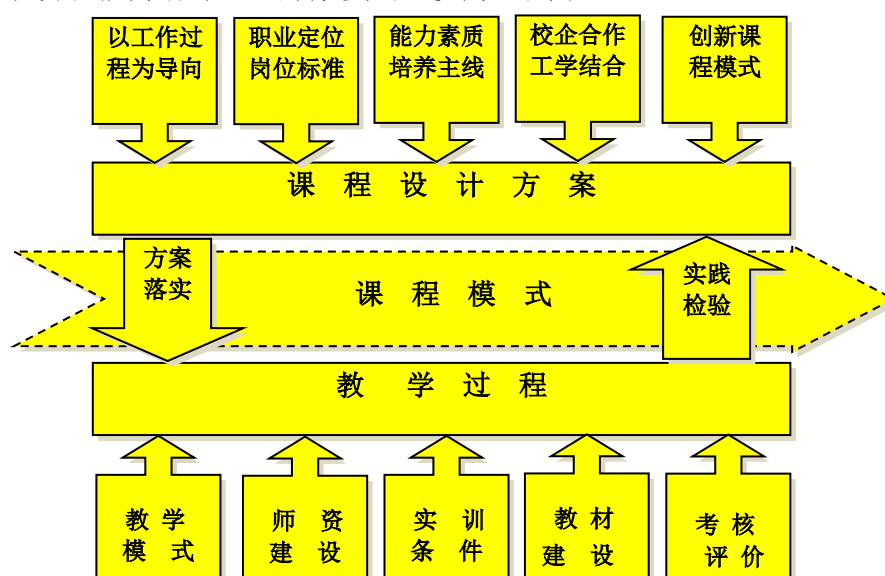
二、课程标准构建思路

根据《AE 视频制作》课程的性质及高职高专院校办学定位的指导思想，本课程基于工作过程，全面覆盖 AE 中的使用功能，培养学生完成影视动画后期的项目制作能力。总共设计 6 个学习情境，内容包括图层的操作及应用、蒙版与路径动画、常用效果滤镜、三维特效、图像的色彩调整、及模拟特效系统。

采用以行动为导向，工作过程为路线，按照工作任务进行课程设计，在教学实施过程中，以学生为主体，强调校企合作、工学结合，以考促学、认证上岗，具体教学设计采用“目标+案例+模具+实景”的方式（即“情景法”），即学生学习有目标、教师教学有案例、实战演练有模具、实际教学有情景的设计思想。

将课程目标作为出发点，以培养学生创新、创业能力为导向，职业、岗位标准为培养尺度，能力素质培养为主线，校企合作、工学结合为路径，创新课程模式为载体，按照工作流程分解出工作任务，构建课程的认识实习、模拟实践和企

业实践三个环节设计方案，将设计方案落实到具体教学过程，让学生精细，严谨的将每一步操作过程做到极致，反思反省，实务精进。带着“学习是一种修行”的工作观，享受通过努力获得的成长，取得的成绩，达成的结果。将工匠精神入脑入心，最终形成体验式、情景式、分组讨论式和案例式教学模式，进行“双师型”教师队伍建设，构建和完善支撑课程的实训和实习条件，经过几个阶段实施后，由讲义、实训（验）指导书等资料形成可以指导企业实战性教材，分形成性和结果性两种方式进行考核和评价，评价主体分学校和企业两元进行，以企业评价为主，按照国家设定职业资格标准检验课程教学的效果，是否达到课程涵盖职业岗位素质和能力标准。逻辑关系和思路见下图：



三、课程目标

本课程是在学生学习图形图形处理软件 photoshop 专业课程的基础上开设的另外一门重要的专业课。通过本课程的教学，要求学生系统学习 Adobe After Efferts 软件的影视特效制作方法，并采用一系列的实例来学习和掌握影视动画特效制作方法。

本课程的具体教学目标为：

知识目标：

- (1) 了解影视动画特效基础知识；
- (2) 了解影视特效软件基础；
- (3) 掌握图层的属性和设置方法；
- (4) 掌握影像合成技术；
- (5) 掌握 After Efferts 软件的影视片头动画制作方法；
- (6) 掌握 After Efferts 软件的动画特效制作方法。

能力目标：

- (1) 初步掌握影视动画制作技巧；
- (2) 掌握转场动画的操作方法；
- (3) 初步掌握影视动画合成技巧；
- (4) 能够运用 After Effects 制作片头动画特效；
- (5) 能够运用 After Effects 制作产品广告动画特效；
- (6) 培养影视动漫鉴赏能力和审美能力。

素质目标：

- (1) 具有人际交往及沟通的能力；
- (2) 具有互助互学、协作的精神。
- (3) 具有自学能力、获取信息的能力；
- (4) 具有爱岗敬业的职业意识和良好的职业道德意识。
- (5) 具有对匠心、AE 作品的坚持和追求，专业、专注、一丝不苟且孜孜不倦，追求极致的精神。

四、学时分配

章	内 容	理论	实践	合计
1	基础知识	2	0	2
2	After Effects CC 的基本操作	2	2	4
3	图层的操作及应用	4	4	8
4	蒙版与路径动画	4	4	8
5	创建文字与文字动画	2	2	4
6	常用效果滤镜	2	4	6
7	三维特效	2	2	4
8	图像的色彩调整	4	4	8
9	键控技术	4	4	8
10	镜头的稳定、跟踪和反求	4	4	8
总计	60 课时	30	30	60

五、课程内容及实施设计

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施 设计	
							教学方法	教学环境
1	第 1 章 基础知识	行业中的图像、影像的格式和特点	2	1. 视频基础知识。 2. 支持的文件格式	1. 掌握相关专业术语。 2. 了解 AE 所支持的文件类型。	会设置不同的文件格式	讲授提问引导	多媒体
2	第 2 章 After Effects CC 的基本操作	任务 1 After Effects CC 的启动方法、自定义工作界面、文件的基本操作及制作的流程	2	1. AE 的工作界面 2. 自定义工作界面 3. 文件的基本操作 4. 工作流程	1. 掌握工作界面的配置。 2. 掌握文件的操作以及视频的输	会设置制作流程	讲授提问	多媒体
		任务 2 After Effects CC 文件的基本操作及制作的流程	2	1. AE 的工作界面 2. 自定义工作界面 3. 文件的基本操作 4. 工作流程	1. 掌握工作界面的配置。 2. 掌握文件的操作以及视频的输	设置制作流程	引导实例操作	机房模拟软件
3	第 3 章 图层的操作及应用	任务 1 合成的操作、图层的混合模式	2	1. 确定项目文件的类型 2. 不同模式叠加后产生不同的效果	1. 掌握项目工作流的操作。 2. 掌握不同模式叠加后产生不同的效果	会对层进行基础操作	讲授提问引导	多媒体
		任务 2 转场动画的制作	2	1. 图层的概念 2. 图层的属性 3. 引导实例：勺子转场动画	掌握图层的属性和操作方法。	掌握转场动画的制作	讲授引导实例操作	机房模拟软件

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
3	第3章 图层的 操作及 应用	任务3 关键帧动画、合成的嵌套	2	1. 创建和编辑关键帧动画 2. 多个合成的结合使用	1. 掌握创建和编辑关键帧动画的方法。2. 掌握多个合成的结合使用	会对动画关键帧的方法进行设置、图表编辑器的操作方法进行操作	讲授提问引导	多媒体
		任务4 关键帧动画、合成的嵌套	2	1. 创建和编辑关键帧动画 2. 多个合成的结合使用	1. 掌握创建和编辑关键帧动画的方法。2. 掌握多个合成的结合使用	会对关键帧动画和多个合成进行操作	实例操作	机房模拟软件
4	第4章 蒙版与 路径动画	任务1 蒙版的基础操作、形状的应用	2	1. 使用关键帧制作动画 2. 制作特效动画	1. 掌握蒙版动画的操作方法。 2. 熟悉片头动画的操作。	会学习使用蒙版制作生长动画效果。	讲授提问引导	多媒体
		任务2 蒙版的基础操作、形状的应用	2	1. 使用关键帧制作动画 2. 制作特效动画	1. 掌握蒙版动画的操作方法。 2. 熟悉片头动画的操作。	会学习使用蒙版制作生长动画效果。	引导实例操作	机房模拟软件
		任务3 绘画工具与路径动画	2	1. 使用绘画工具 2. 路径动画的制作	1. 掌握绘画工具的使用方法 2. 熟悉路径动画的制作方法	会操作遮罩动画、人像阵列、手写字动画、克隆虾动画	讲授提问引导	多媒体
		任务3 绘画工具与路径动画	2	1. 使用绘画工具 2. 路径动画的制作	1. 掌握绘画工具的使用方法 2. 熟悉路径动画的制作方法	会操作遮罩动画、人像阵列、手写字动画、克隆虾动画	引导实例操作	机房模拟软件

序号	项目 (章)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
序号	(章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学方法	教学环境
5	第5章 创建文字与文字动画	任务1 创建与编辑文字、创建文字动画	2	1. 文本图层的属性、“动画制作工具”2. “摆动选择器”的综合应用。	掌握文本图层的属性、“动画制作工具”和“摆动选择器”在制作文字特效时的应用方法	会对文字动画进行操作	讲授提问引导	多媒体
		任务2 创建与编辑文字、创建文字动画	2	1. 文本图层的属性、“动画制作工具”2. “摆动选择器”的综合应用。	掌握文本图层的属性、“动画制作工具”和“摆动选择器”在制作文字特效时的应用方法	会对文字动画进行操作	引导实际操作	机房模拟软件
6	第6章 常用效果滤镜	任务1 过渡特效滤镜、模糊特效滤镜、常规特效滤镜和透视特效滤镜等的应用	2	四大类型特效滤镜：过渡特效滤镜、模糊特效滤镜、常规特效滤镜和透视特效滤镜等的应用	1. 掌握过渡滤镜制作画面切换时的特效 2. 掌握模糊滤镜用于制作模糊特效	会为效果平淡的图像、影像，增添炫目的画面效果。	讲授提问引导	多媒体
		任务2 过渡特效滤镜、模糊特效滤镜的应用	2	过渡特效滤镜、模糊特效滤镜的应用	1. 掌握过渡滤镜制作画面切换时的特效 2. 掌握模糊滤镜用于制作模糊特效	会为效果平淡的图像、影像，增添炫目的画面效果。	引导实例操作	机房模拟软件
		任务3 常规特效滤镜、透视特效滤镜等的应用	2	常规特效滤镜、透视特效滤镜等的应用	1. 掌握常规滤镜综合了很多类型的特效制作方法；2. 掌握特透视特效用于制作立体特效的方法	会为效果平淡的图像、影像，增添炫目的画面效果。	实例操作	机房模拟软件

							教学方法	教学环境
7	第 7 章 三维特效	任务 1 After Effects 的三维属性、灯光系统和摄像机系统	2	1. 开启与编辑三维效果 2. 创建与编辑灯光和摄像机	掌握 After Effects 三维系统综合应用	会在三维系统对三维图层、摄像机和灯光等进行三维特效合	讲授提问引导	多媒体
		任务 2 After Effects 的三维属性、灯光系统和摄像机系统	2	1. 开启与编辑三维效果 2. 创建与编辑灯光和摄像机	掌握 After Effects 三维系统综合应用	会在三维系统对三维图层、摄像机和灯光等进行三维特效合	引导实例操作	机房模拟软件
8	第 8 章 图像的 色彩调整	任务 1 色彩的基础、高效调色滤镜	2	“曲线”、“色相/饱和度”的组合应用	1. 了解色彩的基础知识 2. 掌握使用频率高的滤镜	会使用“色相/饱和度”和“色阶”效果完成制作	讲授提问引导	多媒体
		任务 2 色彩的基础、高效调色滤镜	2	“曲线”、“色相/饱和度”的组合应用	掌握使用频率高的滤镜	会使用“色相/饱和度”和“色阶”效果完成制作	引导实例操作	机房模拟软件
		任务 3 常用调色滤镜的应用	2	使用频率较高的滤镜	掌握“曲线”、“色相/饱和度”和“色阶”效果的组合应用。	掌握电影或电视剧风格校色的方法	讲授提问引导	多媒体
		任务 4 常用调色滤镜的应用	2	使用频率较高的滤镜	掌握“曲线”、“色相/饱和度”和“色阶”效果的组合应用。	掌握电影或电视剧风格校色的方法	引导实例操作	机房模拟软件
序号	项目 (章)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	

	节)						教学方法	教学环境
9	第9章 键控技术	任务1 键控滤镜组、遮罩滤镜组	2	1. 抠图、抠像的滤镜 2. 优化抠图、图像后的素材	掌握“颜色键”滤镜的用法	会轻松地扣取想要的图像、影像	讲授提问引导	多媒体
		任务2 键控滤镜组、遮罩滤镜组	2	1. 抠图、抠像的滤镜 2. 优化抠图、图像后的素材	掌握“颜色键”滤镜的用法	会轻松地扣取想要的图像、影像	引导实例操作	机房模拟软件
		任务3 Keylight (1.2)滤镜的基本用法	2	用于抠图、抠像的滤镜	掌握 Keylight (1.2)抠像的基础使用技法	会抠取图像、影像,结合遮罩滤镜组中的滤镜,大大提高最终效果	讲授提问引导	多媒体
		任务4 Keylight (1.2)滤镜的基本用法	2	用于抠图、抠像的滤镜	掌握 Keylight (1.2)抠像的基础使用技法	会抠取图像、影像,结合遮罩滤镜组中的滤镜,大大	引导实例操作	机房模拟软件
10	第10章 镜头的稳定、跟踪和反求	任务1 跟踪的基础知识、镜头稳定	2	1. 操作界面的恶参数 2. 镜头稳定的使用方法	1. 了解跟踪的概念以及操作面板的参数 2. 掌握镜头稳定的使用方法	会“运动跟踪”的应用操作。	讲授提问引导	多媒体
		任务2 跟踪的基础知识、镜头稳定	2	1. 操作界面的恶参数 2. 镜头稳定的使用方法	1. 了解跟踪的概念以及操作面板的参数 2. 掌握镜头稳定的使用方法	会“运动跟踪”的应用操作。	引导实例操作	机房模拟软件
		任务3 跟踪运动、镜头反求	2	1. 跟踪运动的使用方法 2. 镜头反求的使用方法	掌握跟踪运动和镜头反求的使用方法	会对素材进行运动跟踪和镜头反求等操作	讲授提问引导	多媒体
		任务4 跟踪运动、镜头反求	2	1. 跟踪运动的使用方法 2. 镜头反求的使用方法	掌握跟踪运动和镜头反求的使用方法	会对素材进行运动跟踪和镜头反求等操作	引导实例操作	机房模拟软件

六、课程考核评价

以考试作为基本考核方式，考试为闭卷笔试，结合平时作业考核成绩，形成最终的考核成绩。考评标准为：平时学习成绩 50%；期末考试成绩 50%，最终成绩采用百分制记分法。

七、课程教学组织

本课程的理论教学主要采用讲授法、案例教学法、讨论法、资源学习法等教学方法进行教学。实训教学主要采用任务驱动、案例分析、仿真模拟等方法进行教学。通过教学，使学生接受业务技能的基本训练，培养学生灵活制作动画特效的能力。

八、课程教学团队

共有 5 名教师承担本课程的教学。主讲教师具有较高的学历，拥有丰富的、较为完善的知识体系，拥有实际的工作经验和相应的技能，能全面了解课程的内容，熟悉相关实训活动实施的要求和方法，保障本课程教学的整体质量和效果。

九、教学资源

（一）教材

张高萍，王洪江主编，《After Effects CC 从入门到精通》（中文版）。人民邮电出版社 2016 年 8 月版。

（二）实训条件

为确保本课程实训教学环节的质量，应配备计算机及网络等相应的硬件设施。

本课程可通过共享网络教学资源，包括授课教案、多媒体课件、课程练习、阅读书目、视频教学资料等，加强师生之间的沟通，促进学生的主动学习，为学生个性化学习创造良好的教学空间，提升教学效果。

山西药科职业学院 电子商务基础课程标准

执笔人：张蓉

参与人：赵敏

审核人：赵 敏

日 期：2021 年 04 月

《电子商务基础》课程标准

适用专业：电子商务（药品方向）

学时数：48 其中理论：32；实训：16

学分：3

一、课程定位

《电子商务基础》是电子商务（药品方向）专业的一门专业核心课程，依据电子商务运营师、电子商务营销师等从业人员所需电子商务的核心知识设定。为学生将来从事医药商品经营与管理或自主创业提供电子商务方面的专业知识和技能。通过对学生进行电子商务基本理论的讲授和技能的训练，使学生具备利用各种电子工具和网络，高效率、低成本地独立从事电子商务活动的综合能力，为今后的职业生涯奠定良好的基础。

二、课程标准构建思路

本课程标准的理论教学主要解决“什么是电子商务”的问题，而实践教学主要解决“如何用电子商务和如何做电子商务”的问题。围绕个人和企业开展电子商务活动的具体内容，通过模拟实训和真实实训环境的相结合实现电子商务的操作和技能的一系列训练，使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，提高学生电子商务的实战能力。

充分发挥学生在教学中的主体地位，依托校内校外的实训环境，以各工作任务的特点为依据，结合学生的实际情况，科学合理设计、运用灵活多样的教学方法，既能激发学生学习兴趣又能提高学生实践能力。

三、课程目标

1. 知识目标

通过理论教学使学生了解快速发展的电子商务新兴产业动态。其中包括电子商务交易模式、新零售、网络营销、电子商务安全、电子支付、电子商务物流及配送、客户关系管理、移动电子商务等有关知识，为今后的职业生涯奠定良好的基础。

2. 能力目标

(1) 具有独立自主地获取电子商务相关知识的学习能力；

(2) 具有将获取的知识与实践技能融会贯通并灵活应用于电子商务实务操作的能力。

3. 课程思政

(1) 热爱祖国，激发学生的爱国情怀。

(2) 坚持党的核心领导，中国特色社会主义建设中只有坚定党的领导才能夺取伟大胜利，党是最高权威，党是领导一切的核心。

(3) 科学技术是第一生产力，只有不断学习新知识、新技术，努力适应社会，才能成为社会不可替代的人才。

(4) 两手抓、两手都要硬，也是马克思主义思想精髓和科学方法在我们党治国理政、管党治党实践中的具体体现。

(5) 工匠精神，在整个工作中要文明操作、要有质量意识。从项目中体验到实践是检验真理的唯一标准。

(6) 创新意识，使学生意识到创新的重要性。并由此扩展到社会、经济发展中的改革创新，使学生注重自己创新能力、创新意识的提高。

(7) 团结协作，引导并使学生意识到在团队工作中需要做到团结协作，互助共进，只有这样才能使团队合作更顺畅、更高效。

(8) 法治意识，人如果因受异端邪说的蛊惑而走上违法道路，必然给自身和社会带来不可挽回的损伤。只有遵守国家的法律法规，才能够过上有序的工作和生活。

(9) 诚实守信，每当给他人一个承诺就必须要以行动来履行承诺，做到诚实守信、一诺千金。

(10) 匠心精神，做人也需要如此往复、日复一日地专注于某一个领域，精益求精，不断雕琢自己的产品，不断改善自己的工艺，唯有如此才能成为真正的大国工匠。

(11) 集体意识，个人利益服从集体利益。

(12) 树立正确的人生观，应当珍惜当下的每时每刻，发奋图强、刻苦学习，必然会提升自己的人生高度。

(13) 内心监察，引导学生意识到在成长的过程自己也可能不自觉地犯错误，所以要时常内心监察，自我反省，要有勇于面对错误的勇气，并深究根源并及时改正。

(14) 规矩规则，法律是一个国家运行的保障，国有国法、家有家规。遵守国家的法律法规是人在社会上应该遵守的规矩规则。

(15) 珍惜时间，让学生感悟时间的重要性，懂得珍惜时间。

(16) 吃苦耐劳，通过组织学生到去企业体验生产实践，培养学生热爱劳动和吃苦耐劳的精神。

(17) 自信自立，锻炼了学生的语言表达能力，树立了学习的自信心。

四、学时分配

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
电子商务概述	电子商务的基本概念和分类	2	2	4
	电子商务的产生和行业的新应用			
	电子商务系统的组成及一般框架			
	电子商务的法律环境			
网络零售	B2C 电子商务	4	4	8
	C2C 电子商务			
新零售	新零售概述	4	0	4
	新零售的框架			
	新零售的商业模式			
B2B 与跨境电子商务	B2B 电子商务交易模式	6	2	8
	跨境电子商务			
网络营销	网络营销概述	4	4	8
	网络营销调研			
	网络营销策略与网络广告			
	常用的网络营销方法			
电子商务安全	电子商务安全的内涵	2	2	4
	电子商务安全技术			
	电子商务安全管理			

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
电子支付	电子支付概述	2	0	2
	电子支付工具、网上银行与手机银行			
	第三方支付与移动支付			
电子商务物流及配送	电子商务物流	2	0	2
	电子商务配送			
客户关系管理	客户关系管理概述	2	0	2
	电子商务客户关系管理			
	客户关系管理系统及应用			
移动电子商务	移动电子商务	4	2	6
合计		32	16	48

五、课程内容及实施设计

《电子商务基础》课程教学内容及实施设计一览表

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
1	电 子 商 务 概述	任务 1 电子商务的基本概念 和分类	2	商务与电子商务 电子商务的分类	掌握电子商务的概念及概念模型 理解电子商务的分类	会分析电子商务的分类及各类的应用情况	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 电子商务的系统和电子商务的法律环境	1	电子商务系统的组成 电子商务的一般框架 电子商务的法律环境	掌握电子商务的基本框架	会分析电子商务的系统及电子商务主体的法律关系	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 3 电子商务的产生和行业新应用	1	电子商务产生和发展 在线教育，互联网医疗，在线旅游	了解电子商务的产生和发展阶段及行业应用。	会描述电子商务在某一行业中的应用情况	讲授案例 分组实践	多媒体教室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
2	网络零售	任务 1 B2C 电子商务的分类、网上购物流程及后台管理 任务 2 B2C 网站的主要盈利模式和成功的关键	3	按不同的标准分类 B2C 网上购物流程和 B2C 后台管理 B2C 电子商务网站的主要盈利模式 B2C 电子商务成功的关键因素	熟悉 B2C 电子商务模式 熟悉 B2C 电子商务模式 掌握 B2C 网上购物流程和 B2C 后台管理功能 掌握 B2C 电子商务网站的主要盈利模式与成功的关键因素	会分析 B2C 电子商务模式 熟练进行网上购物，学会网上支付 会分析不同 B2C 网站的经营模式	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 1 C2C 电子商务概述 任务 2 拍卖平台及店铺平台运作模式	3	C2C 电子商务的特点 C2C 电子商务平台的分类 网络拍卖平台的形成、网络拍卖的方式 C2C 网上交易及开店的流程、资源的选择	熟悉 C2C 电子商务平台的分类 掌握拍卖的相关知识和网络拍卖的类型 C2C 网上商店的流程	会分析 C2C 电子商务平台 会将拍卖的相关知识应用于淘宝店铺的实际运营中	讲授案例 分组实践	多媒体教室
3	新零售	任务 1 新零售概述及框架 任务 2 新零售的商业模式	6	新零售的概念、特征与本质 推动新零售发展的因素 新零售的前台、中台、后台 传统实体企业的变革	了解推动新零售发展的因素 掌握新零售的概念 掌握新零售的系统	能够举例分析传统企业布局新零售和互联网企业布局新零售的优势和劣势。	讲授案例 分组实践	多媒体教室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
				线上企业布局线下实体店 线上线下一体化 新零售未来的发展方向	框架及变革的模式	能够清晰地描述典型的互联网企业新零售的模式。		
4	B2B 与跨境电子商务	任务 1 B2B 电子商务交易模式	4	B2B 电子商务的特点和优势 B2B 电子商务的类型 基于企业自由网站的 B2B 交易 基于第三方中介网站的 B2B 交易	了解 B2B 的相关知识、水平 B2B 和垂直 B2B 的区别掌握基于第三方中介网站 B2B 交易过程	学会在采购商网站上进行网上招投标 学会在一些中介网站上进行网络采购和网络销售，并进行沟通和交易	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 跨境电子商务	4	跨境电子商务概述 跨境电子商务的分类 跨境电子商务的主要平台 跨境物流和跨境支付	掌握跨境电子商务的组成和分类	会分析跨境电子商务	讲授案例 分组实践	多媒体教室
5	网络营销	任务 1 网络营销概述	1	网络营销的含义和职能 传统市场营销和网络营销	掌握网络营销的含义及网络营销的职能	会分析网络营销	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 网络市场调研	1	网络市场调研的含义、优势、步骤和方法	了解网络市场调研的方法	会写网络市场调研报告	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 3 网络营销策略与网络	3	网络营销策略：产品、价格、渠道、促销	熟悉网络营销策略的应用与网络广告	会运用网络营销策略为企业制定网络	讲授案例 分组实践	多媒体教室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
		广告		网络广告	的形式	营销方案		
		任务 4 常用的网络营销方法	3	搜索引擎营销、交换链接营销、病毒性营销、许可电子邮件营销、网络社群营销、微博营销、微信、软文营销	掌握常见的网络营销方法	会运用网络营销的方法为企业进行产品或网站推广	讲授案例 分组实践	多媒体教室
6	电 子 商 务 安 全	任务 1 电子商务安全的内涵	0.5	电子商务面临的安全威胁 电子商务的安全性要求	了解电子商务安全内涵	会注意生活中电子商务安全	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 电子商务安全技术	2	加密技术、认证技术 安全协议、防火墙技术	熟悉应用保障电子商务安全的方法与技术,以保障电子商务活动的顺利进行	会对日常文档加密,文件保护	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 3 电子商务安全管理	1.5	数字证书认证中心 法律制度管理 日常安全防范	熟知电子商务安全方面不断完善的管理政策与法规制度	学会应用计算机端和移动端的日常安全防范措施	讲授案例 分组实践	多媒体教室
7	电子支付	任务 1 电子支付概述	0.5	电子支付的特点和参与者 常用的电子支付系统	了解电子支付系统以及常用电子支付系统	会分析电子支付系统	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 电子支付工具、网上	1	银行卡 网上银行	熟悉银行卡和网上银行的功能	会使用网上银行完成在线支付	讲授案例 分组实践	多媒体教室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
		银行与手机银行						
		任务 3 第三方支付与移动支付	0.5	第三方支付特点、分类、交易流程、现状及发展	掌握使用网上银行及第三方支付平台完成电子支付流程	会使用支付宝进行计算机端和手机端的支付结算,并使用七增值服务	讲授案例 分组实践	多媒体教室
8	电子商务物流及配送	任务 1 电子商务物流	1	物流的含义、功能和分类 电子商务环境下物流的实现模式和特点	熟悉物流七个基本功能	会举例说明电子商务企业开展物流活动的方式	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 电子商务配送	1	电子商务的物流配送流程 电子商务物流配送中心	了解电子商务配送的基本流程	通过参观等方式了解电子商务配送的详细过程	讲授案例 分组实践	多媒体教室
9	客户关系管理	任务 1 客户管理概述	0.5	客户关系管理的概念 客户关系管理的内涵 客户关系管理解决的主要问题	掌握客户关系管理的概念和内涵	会分析客户关系管理	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 电子商务客户关系管理	1	电子商务客户信息管理 电子商务客户满意与忠诚度管理 电子商务客户服务管理	了解客户关系管理系统的组成	能够运用客户关系管理理念和技术解决企业管理问题	讲授案例 分组实践	多媒体教室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
		任务 3 客户关系管理系统及应用	0.5	客户关系管理系统的分类 呼叫中心 客户关系管理系统的主要应用	掌握电子商务客户关系管理的内容与企业应用	会分析企业客户关系管理的应用情况，能为该企业的客户关系管理提出合理化建议	讲授案例 分组实践	多媒体教室
10	移动电子商务	任务 1 移动电子商务的概述	2	移动电子商务的概念和特点 移动电子商务的相关技术	掌握移动电子商务的概念和特点 了解移动电子商务的关键技术	会使用工具生成二维码	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 移动电商应用	4	移动营销、移动金融等 移动网店的主要形式	熟悉移动电子商务应用领域	会移动购物，并利用微信等工具进行移动营销	讲授案例 分组实践	多媒体教室

六、课程考核评价

本课程的学习考核分为过程性考核、实训项目考核、期末考核。

1. 过程性考核说明

本课程过程性考核主要包括学习态度（出勤情况、课堂纪律等）、学习质量（课堂提问回答情况、课后作业）和协作能力（小组活动参与程度及贡献）等，主要考核学生在课程教学和训练过程中对知识和技能的掌握程度，通过线上平台考核完成表一的 1-3 项考核，通过日常实训完成表二的考核。

具体考核标准和成绩分配见表一。

表一 过程性考核标准

序号	考核项目	考核内容	成绩比例(%)
1	学习态度	考勤、课堂纪律	10
2	协作能力	小组活动活跃程度及贡献	10
3	学习质量 (一)	课堂提问、作业等	20
4	学习质量 (二)	上机实训（详细项目及考核见表二）	60
合 计			100

表二 实训考核项目表

序号	考核项目	考核内容及要求	成绩比例 (%)
1	实验 1 认识电子商务基本模式	1. 分类搜索旅游电子商务、保险电子商务、医药电子商务、证券电子商务、在线教育电子商务等行业，了解各行业电子商务的应用情况，至少选择一个行业来详细分析。 2. 分别进入京东（或当当）商城、阿里巴巴、淘宝网，浏览首页的主要内容和功能、所经营的产品、购物搜索引擎的使用及查询特点、支付方式、物流配送等等进行详细的分析比较，总结出相同点和不同点。	10
2	实验 2 BtoC 网上购物流程及网站功能分析	1. 当当网为例，说明 B2C 网上购物的具体操作方法 2. B2C 电子商务网站分析 根据 B2C 电子商务网站常见的分类模式，分别访问天猫、京东、亚马逊中国、苏宁易购、凡客网站，熟悉每种网站类型的经营模式。	10

序号	考核项目	考核内容及要求	成绩比例 (%)
3	实验 3 网上竞买、网上开店的流程和技巧	1. 以淘宝网 (www.taobao.com) 为例, 说明 C2C 网上竞买和网上开店的具体操作流程。 2. 卖方流程 (淘宝网开店的流程)	10
4	实验 4 阿里巴巴网站上信息的发布与管理	1. 1688 网络采购流程 2. 1688 网络销售流程	10
5	实验 5: 网络营销策略实训	1. 个性化定制网站: 卡当网 (www.kadang.com) 2. 在当当网和卓越亚马逊网站搜索同一本书如《网络营销基础与实践》或《电子商务概论》, 比较价格的差异和促销策略有何不同? 3. 利用搜索引擎查询“钢铁”、“石油”产品的销售渠道是什么? 互联网上玩具类、化妆品类产品的销售渠道有哪些?	40
6	实验 6 Office 加密方式及文件保护	1. 设置 Office 打开权限、修改权限密码 2. 以只读方式打开文档	5
7	实验 7 移动电子商务应用	1. 手机淘宝搜索、购买和交易管理 2. 二维码生成	15
合 计			100

2. 期末理论考核方式说明

期末考核采用线上平台考试, 具体分值分布标准见表三。

表三 期末理论考核分值分布标准

序号	考核内容	成绩比例 (%)
1	电子商务概述	10
2	网络零售	15
3	新零售	10
4	B2B 电子商务交易模式和跨境电子商务	15
5	网络营销	15
6	电子商务安全	5

序号	考核内容	成绩比例 (%)
7	电子支付	10
8	电子商务物流与配送	5
9	客户关系管理	5
10	移动电子商务	10
合 计		100

3. 课程成绩形成

本课程成绩形成包括过程性考核成绩和期末理论考核成绩。具体分配比例见表四。

表四 课程成绩形成标准及比例

序号	考核项目	考核内容	成绩比例 (%)
1	学习过程考核	根据学生的学习态度、学习质量及协作能力进行评分，详见表一及表二	50
2	期末理论考核	综合测试学生对本门课程理论知识掌握程度，详见表三	50
合 计			100

七、课程教学组织

1. 教学方法

根据课程内容和高职学生特点，灵活运用课堂理论讲授法、案例分析法、启发式、探究式、讨论式及任务驱动教学法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教学效果。

2. 教学手段

运用多媒体教学技术，网络信息技术等来开展教学，针对因特网上电子商务企业的业务流程和营运模式，直接进行分析点评和操作训练，向学生提供一个实际运行场景。

3. 线上和线下混合式教学模式的应用。

八、课程教学团队

1. 主讲教师

主讲教师应具有较高的学历，拥有丰富的、较为完善的知识体系，拥有实际的工作经验和相应的技能，能全面了解课程的内容，熟悉相关实训活动实施的要

求和方法，并能指导其他教师进行相应的教学工作，以保障本课程教学的整体质量和效果。

2. 教师团队

本课程要求配备一支结构合理、素质优良的教学队伍。具体要求如下：

(1) 职称和年龄结构合理，兼具不同等级职称和年龄的教师，保证教师队伍的教学水平和活力。

(2) 学历层次较高，应具备本科或硕士以上学历。

(3) 教师团队中，应具有来自企业的人才，合理安排课程内容和方式，提高课程实训的效果。

(4) 具备良好的专业素养和严肃认真的教学态度。

九、教学资源

1. 硬件设施：本课程需配备设施先进的多媒体教室，为学生学习理论知识和培养实践能力提供必要的条件。

2. 网络资源：本课程可通过共享网络教学资源，包括教学设计、多媒体课件、课程练习、阅读书目、微课、动画等，满足本课程的教学需要，为学生个性化学习创造良好的教学空间。

3. 实训条件：为确保本课程的实训教学环节的质量，应配备相应的实训室，配置足够数量的计算机等硬件设施，有多媒体的教学平台，可利用视频进行教学。

4. 参考资料：

《电子商务基础与实务》（双色版）白东蕊主编 人民邮电出版社

《电子商务基础与实务》许应楠主编 高等教育出版社

《电子商务基础与应用》（第十版）杨坚争著，（国家自然科学基金项目），西安电子科技大学出版

山西药科职业学院 电子商务实务课程标准

执笔人：张蓉

参与人：赵敏

审核人：赵 敏

日 期：2021 年 04 月

《电子商务实务》课程标准

适用专业：药品经营管理 物流管理（药品方向）

学时数：60 其中理论：32；实训：28

学分：3

一、课程定位

《电子商务实务》是药品经营管理、物流管理（药品方向）专业基础课程，依据电子商务运营师、电子商务营销师等从业人员所需电子商务的核心知识设定。为学生将来从事医药商品经营与管理或自主创业提供电子商务方面的专业知识和技能。通过对学生进行电子商务基本理论的讲授和技能的训练，使学生具备利用各种电子工具和网络，高效率、低成本地独立从事电子商务活动的综合能力，为今后的职业生涯奠定良好的基础。

二、课程标准构建思路

本课程标准的理论教学主要解决“什么是电子商务”的问题，而实践教学主要解决“如何用电子商务和如何做电子商务”的问题。围绕个人和企业开展电子商务活动的具体内容，通过模拟实训和真实实训环境的相结合实现电子商务的操作和技能的一系列训练，使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，提高学生电子商务的实战能力。

充分发挥学生在教学中的主体地位，依托校内校外的实训环境，以各工作任务的特点为依据，结合学生的实际情况，科学合理设计、运用灵活多样的教学方法，既能激发学生学习兴趣又能提高学生实践能力。

三、课程目标

1. 知识目标

通过理论教学使学生了解快速发展的电子商务新兴产业动态。其中包括电子商务交易模式、新零售、网络营销、电子商务安全、电子支付、电子商务物流及配送、客户关系管理、移动电子商务等有关知识，为今后的职业生涯奠定良好的基础。

2. 能力目标

(1) 具有独立自主地获取电子商务相关知识的学习能力；

(2) 具有将获取的知识与实践技能融会贯通并灵活应用于电子商务实务操作的能力。

3. 课程思政

(1) 热爱祖国，激发学生的爱国情怀。

(2) 坚持党的核心领导，中国特色社会主义建设中只有坚定党的领导才能夺取伟大胜利，党是最高权威，党是领导一切的核心。

(3) 科学技术是第一生产力，只有不断学习新知识、新技术，努力适应社会，才能成为社会不可替代的人才。

(4) 两手抓、两手都要硬，也是马克思主义思想精髓和科学方法在我们党治国理政、管党治党实践中的具体体现。

(5) 工匠精神，在整个工作中要文明操作、要有质量意识。从项目中体验到实践是检验真理的唯一标准。

(6) 创新意识，使学生意识到创新的重要性。并由此扩展到社会、经济发展中的改革创新，使学生注重自己创新能力、创新意识的提高。

(7) 团结协作，引导并使学生意识到在团队工作中需要做到团结协作，互助共进，只有这样才能使团队合作更顺畅、更高效。

(8) 法治意识，人如果因受异端邪说的蛊惑而走上违法道路，必然给自身和社会带来不可挽回的损伤。只有遵守国家的法律法规，才能够过上有序的工作和生活。

(9) 诚实守信，每当给他人一个承诺就必须要以行动来履行承诺，做到诚实守信、一诺千金。

(10) 匠心精神，做人也需要如此往复、日复一日地专注于某一个领域，精益求精，不断雕琢自己的产品，不断改善自己的工艺，唯有如此才能成为真正的大国工匠。

(11) 集体意识，个人利益服从集体利益。

(12) 树立正确的人生观，应当珍惜当下的每时每刻，发奋图强、刻苦学习，必然会提升自己的人生高度。

(13) 内心监察，引导学生意识到在成长的过程自己也可能不自觉地犯错误，所以要时常内心监察，自我反省，要有勇于面对错误的勇气，并深究根源并及时改正。

(14) 规矩规则，法律是一个国家运行的保障，国有国法、家有家规。遵守国家的法律法规是人在社会上应该遵守的规矩规则。

(15) 珍惜时间，让学生感悟时间的重要性，懂得珍惜时间。

(16) 吃苦耐劳，通过组织学生到去企业体验生产实践，培养学生热爱劳动和吃苦耐劳的精神。

(17) 自信自立，锻炼了学生的语言表达能力，树立了学习的自信心。

四、学时分配

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
电子商务概述	电子商务的基本概念和分类	2	2	4
	电子商务的产生和行业的新应用			
	电子商务系统的组成及一般框架			
	电子商务的法律环境			
网络零售	B2C 电子商务	4	4	8
	C2C 电子商务			
新零售	新零售概述	4	0	6
	新零售的框架			
	新零售的商业模式			
B2B 与跨境电子商务	B2B 电子商务交易模式	6	2	8
	跨境电子商务			
网络营销	网络营销概述	4	4	8
	网络营销调研			
	网络营销策略与网络广告			
	常用的网络营销方法			
电子商务安全	电子商务安全的内涵	2	2	4
	电子商务安全技术			
	电子商务安全管理			

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
电子支付	电子支付概述	2	0	2
	电子支付工具、网上银行与手机银行			
	第三方支付与移动支付			
电子商务物流及配送	电子商务物流	2	0	2
	电子商务配送			
客户关系管理	客户关系管理概述	2	0	2
	电子商务客户关系管理			
	客户关系管理系统及应用			
移动电子商务	移动电子商务	4	2	6
综合实训	网络营销能力实践资源准备 病毒性营销方案策划实践操作 网络推广策划方案操作指引——网站推广	0	12	12
合计		32	28	60

五、课程内容及实施设计

《电子商务实务》课程教学内容及实施设计一览表

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
1	电 子 商 务 概 述	任务 1 电子商务的基本概念 和分类	2	商务与电子商务 电子商务的分类	掌握电子商务的概念及概念模型 理解电子商务的分类	会分析电子商务的分类及各类的应用情况	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 电子商务的系统和电子商务的法律环境	1	电子商务系统的组成 电子商务的一般框架 电子商务的法律环境	掌握电子商务的基本框架	会分析电子商务的系统及电子商务主体的法律关系	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 3 电子商务的产生和行业新应用	1	电子商务产生和发展 在线教育，互联网医疗，在线旅游	了解电子商务的产生和发展阶段及行业应用。	会描述电子商务在某一行业中的应用情况	讲授案例 分组实践	多媒体教室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
2	网络零售	任务 1 B2C 电子商务的分类、网上购物流程及后台管理 任务 2 B2C 网站的主要盈利模式和成功的关键	3	按不同的标准分类 B2C 网上购物流程和 B2C 后台管理 B2C 电子商务网站的主要盈利模式 B2C 电子商务成功的关键因素	熟悉 B2C 电子商务模式 熟悉 B2C 电子商务模式 掌握 B2C 网上购物流程和 B2C 后台管理功能 掌握 B2C 电子商务网站的主要盈利模式与成功的关键因素	会分析 B2C 电子商务模式 熟练进行网上购物，学会网上支付 会分析不同 B2C 网站的经营模式	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 1 C2C 电子商务概述 任务 2 拍卖平台及店铺平台运作模式	3	C2C 电子商务的特点 C2C 电子商务平台的分类 网络拍卖平台的形成、网络拍卖的方式 C2C 网上交易及开店的流程、资源的选择	熟悉 C2C 电子商务平台的分类 掌握拍卖的相关知识和网络拍卖的类型 C2C 网上商店的流程	会分析 C2C 电子商务平台 会将拍卖的相关知识应用于淘宝店铺的实际运营中	讲授案例 分组实践	多媒体教室
3	新零售	任务 1 新零售概述及框架 任务 2 新零售的商业模式	6	新零售的概念、特征与本质 推动新零售发展的因素 新零售的前台、中台、后台 传统实体企业的变革	了解推动新零售发展的因素 掌握新零售的概念 掌握新零售的系统	能够举例分析传统企业布局新零售和互联网企业布局新零售的优势和劣势。	讲授案例 分组实践	多媒体教室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
				线上企业布局线下实体店 线上线下一体化 新零售未来的发展方向	框架及变革的模式	能够清晰地描述典型的互联网企业新零售的模式。		
4	B2B 与跨境电子商务	任务 1 B2B 电子商务交易模式	4	B2B 电子商务的特点和优势 B2B 电子商务的类型 基于企业自由网站的 B2B 交易 基于第三方中介网站的 B2B 交易	了解 B2B 的相关知识、水平 B2B 和垂直 B2B 的区别掌握基于第三方中介网站 B2B 交易过程	学会在采购商网站上进行网上招投标 学会在一些中介网站上进行网络采购和网络销售，并进行沟通和交易	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 跨境电子商务	4	跨境电子商务概述 跨境电子商务的分类 跨境电子商务的主要平台 跨境物流和跨境支付	掌握跨境电子商务的组成和分类	会分析跨境电子商务	讲授案例 分组实践	多媒体教室
5	网络营销	任务 1 网络营销概述	1	网络营销的含义和职能 传统市场营销和网络营销	掌握网络营销的含义及网络营销的职能	会分析网络营销	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 网络市场调研	1	网络市场调研的含义、优势、步骤和方法	了解网络市场调研的方法	会写网络市场调研报告	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 3 网络营销策略与网络	3	网络营销策略：产品、价格、渠道、促销	熟悉网络营销策略的应用与网络广告	会运用网络营销策略为企业制定网络	讲授案例 分组实践	多媒体教室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
		广告		网络广告	的形式	营销方案		
		任务 4 常用的网络营销方法	3	搜索引擎营销、交换链接营销、病毒性营销、许可电子邮件营销、网络社群营销、微博营销、微信、软文营销	掌握常见的网络营销方法	会运用网络营销的方法为企业进行产品或网站推广	讲授案例 分组实践	多媒体教室
6	电 子 商 务 安 全	任务 1 电子商务安全的内涵	0.5	电子商务面临的安全威胁 电子商务的安全性要求	了解电子商务安全内涵	会注意生活中电子商务安全	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 电子商务安全技术	2	加密技术、认证技术 安全协议、防火墙技术	熟悉应用保障电子商务安全的方法与技术,以保障电子商务活动的顺利进行	会对日常文档加密,文件保护	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 3 电子商务安全管理	1.5	数字证书认证中心 法律制度管理 日常安全防范	熟知电子商务安全方面不断完善的管理政策与法规制度	学会应用计算机端和移动端的日常安全防范措施	讲授案例 分组实践	多媒体教室
7	电子支付	任务 1 电子支付概述	0.5	电子支付的特点和参与者 常用的电子支付系统	了解电子支付系统以及常用电子支付系统	会分析电子支付系统	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 电子支付工具、网上	1	银行卡 网上银行	熟悉银行卡和网上银行的功能	会使用网上银行完成在线支付	讲授案例 分组实践	多媒体教室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
		银行与手机银行						
		任务3 第三方支付与移动支付	0.5	第三方支付特点、分类、交易流程、现状及发展	掌握使用网上银行及第三方支付平台完成电子支付流程	会使用支付宝进行计算机端和手机端的支付结算,并使用七增值服务	讲授案例 分组实践	多媒体教室
8	电子商务物流及配送	任务1 电子商务物流	1	物流的含义、功能和分类 电子商务环境下物流的实现模式和特点	熟悉物流七个基本功能	会举例说明电子商务企业开展物流活动的方式	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务2 电子商务配送	1	电子商务的物流配送流程 电子商务物流配送中心	了解电子商务配送的基本流程	通过参观等方式了解电子商务配送的详细过程	讲授案例 分组实践	多媒体教室
9	客户关系管理	任务1 客户管理概述	0.5	客户关系管理的概念 客户关系管理的内涵 客户关系管理解决的主要问题	掌握客户关系管理的概念和内涵	会分析客户关系管理	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务2 电子商务客户关系管理	1	电子商务客户信息管理 电子商务客户满意与忠诚度管理 电子商务客户服务管理	了解客户关系管理系统的组成	能够运用客户关系管理理念和技术解决企业管理问题	讲授案例 分组实践	多媒体教室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
		任务 3 客户关系管理系统及应用	0.5	客户关系管理系统的分类 呼叫中心 客户关系管理系统的主要应用	掌握电子商务客户关系管理的内容与企业应用	会分析企业客户关系管理的应用情况，能为该企业的客户关系管理提出合理化建议	讲授案例 分组实践	多媒体教室
10	移动电子商务	任务 1 移动电子商务的概述	2	移动电子商务的概念和特点 移动电子商务的相关技术	掌握移动电子商务的概念和特点 了解移动电子商务的关键技术	会使用工具生成二维码	讲授案例 分组实践	多媒体教室
		任务 2 移动电商应用	4	移动营销、移动金融等 移动网店的主要形式	熟悉移动电子商务应用领域	会移动购物，并利用微信等工具进行移动营销	讲授案例 分组实践	多媒体教室
11	综合实训	任务 1 网络营销实训	12	网络营销能力实践资源准备 病毒性营销方案策划实践操作 网络推广策划方案操作指引——网站推广	掌握如何定位产品、进行网络市场调研、网络营销策划、网络营销方法综合应用	完成一个产品的网络营销综合实训	综合实践	多媒体教室

六、课程考核评价

本课程的学习考核分为过程性考核、实训项目考核、期末考核。

1. 过程性考核说明

本课程过程性考核主要包括学习态度（出勤情况、课堂纪律等）、学习质量（课堂提问回答情况、课后作业）和协作能力（小组活动参与程度及贡献）等，主要考核学生在课程教学和训练过程中对知识和技能的掌握程度，通过线上平台考核完成表一的 1-3 项考核，通过日常实训完成表二的考核。

具体考核标准和成绩分配见表一。

表一 过程性考核标准

序号	考核项目	考核内容	成绩比例(%)
1	学习态度	考勤、课堂纪律	10
2	协作能力	小组活动活跃程度及贡献	10
3	学习质量 (一)	课堂提问、作业等	20
4	学习质量 (二)	上机实训（详细项目及考核见表二）	60
合 计			100

表二 实训考核项目表

序号	考核项目	考核内容及要求	成绩比例 (%)
1	实验 1 认识电子商务基本模式	1. 分类搜索旅游电子商务、保险电子商务、医药电子商务、证券电子商务、在线教育电子商务等行业，了解各行业电子商务的应用情况，至少选择一个行业来详细分析。 2. 分别进入京东（或当当）商城、阿里巴巴、淘宝网，浏览首页的主要内容和功能、所经营的产品、购物搜索引擎的使用及查询特点、支付方式、物流配送等等进行详细的分析比较，总结出相同点和不同点。	10
2	实验 2 BtoC 网上购物流程及网站功能分析	1. 当当网为例，说明 B2C 网上购物的具体操作方法 2. B2C 电子商务网站分析 根据 B2C 电子商务网站常见的分类模式，分别访问天猫、京东、亚马逊中国、苏宁易购、凡客网站，熟悉每种网站类型的经营模式。	10

序号	考核项目	考核内容及要求	成绩比例 (%)
3	实验 3 网上竞买、网上开店的流程和技巧	1. 以淘宝网 (www.taobao.com) 为例, 说明 C2C 网上竞买和网上开店的具体操作流程。 2. 卖方流程 (淘宝网开店的流程)	10
4	实验 4 阿里巴巴网站上信息的发布与管理	1. 1688 网络采购流程 2. 1688 网络销售流程	10
5	实验 5: 网络营销策略实训	1. 个性化定制网站: 卡当网 (www.kadang.com) 2. 在当当网和卓越亚马逊网站搜索同一本书如《网络营销基础与实践》或《电子商务概论》, 比较价格的差异和促销策略有何不同? 3. 利用搜索引擎查询“钢铁”、“石油”产品的销售渠道是什么? 互联网上玩具类、化妆品类产品的销售渠道有哪些?	20
6	实验 6 Office 加密方式及文件保护	1. 设置 Office 打开权限、修改权限密码 2. 以只读方式打开文档	5
7	实验 7 移动电子商务应用	1. 手机淘宝搜索、购买和交易管理 2. 二维码生成	5
8	网络营销实训	1. 网络营销能力实践资源准备 2. 病毒性营销方案策划实践操作 3. 网络推广策划方案操作指引——网站推广	30
合 计			100

2. 期末理论考核方式说明

期末考核采用线上平台考试, 具体分值分布标准见表三。

表三 期末理论考核分值分布标准

序号	考核内容	成绩比例 (%)
1	电子商务概述	10
2	网络零售	15

序号	考核内容	成绩比例 (%)
3	新零售	10
4	B2B 电子商务交易模式和跨境电子商务	15
5	网络营销	15
6	电子商务安全	5
7	电子支付	10
8	电子商务物流与配送	5
9	客户关系管理	5
10	移动电子商务	10
合 计		100

3. 课程成绩形成

本课程成绩形成包括过程性考核成绩和期末理论考核成绩。具体分配比例见表四。

表四 课程成绩形成标准及比例

序号	考核项目	考核内容	成绩比例 (%)
1	学习过程考核	根据学生的学习态度、学习质量及协作能力进行评分，详见表一及表二	50
2	期末理论考核	综合测试学生对本门课程理论知识掌握程度，详见表三	50
合 计			100

七、课程教学组织

1. 教学方法

根据课程内容和高职学生特点，灵活运用课堂理论讲授法、案例分析法、启发式、探究式、讨论式及任务驱动教学法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教学效果。

2. 教学手段

运用多媒体教学技术，网络信息技术等来开展教学，针对因特网上电子商务企业的业务流程和营运模式，直接进行分析点评和操作训练，向学生提供一个实际运行场景。

3. 线上和线下混合式教学模式的应用。

八、课程教学团队

1. 主讲教师

主讲教师应具有较高的学历，拥有丰富的、较为完善的知识体系，拥有实际的工作经验和相应的技能，能全面了解课程的内容，熟悉相关实训活动实施的要求和方法，并能指导其他教师进行相应的教学工作，以保障本课程教学的整体质量和效果。

2. 教师团队

本课程要求配备一支结构合理、素质优良的教学队伍。具体要求如下：

(1) 职称和年龄结构合理，兼具不同等级职称和年龄的教师，保证教师队伍的教学水平和活力。

(2) 学历层次较高，应具备本科或硕士以上学历。

(3) 教师团队中，应具有来自企业的人才，合理安排课程内容和方式，提高课程实训的效果。

(4) 具备良好的专业素养和严肃认真的教学态度。

九、教学资源

1. 硬件设施：本课程需配备设施先进的多媒体教室，为学生学习理论知识和培养实践能力提供必要的条件。

2. 网络资源：本课程可通过共享网络教学资源，包括教学设计、多媒体课件、课程练习、阅读书目、微课、动画等，满足本课程的教学需要，为学生个性化学习创造良好的教学空间。

3. 实训条件：为确保本课程的实训教学环节的质量，应配备相应的实训室，配置足够数量的计算机等硬件设施，有多媒体的教学平台，可利用视频进行教学。

4. 参考资料：

《电子商务基础与实务》（双色版）白东蕊主编 人民邮电出版社

《电子商务基础与实务》许应楠主编 高等教育出版社

《电子商务基础与应用》（第十版）杨坚争著，（国家自然科学基金项目），西安电子科技大学出版

山西药科职业学院 图形图像处理课程标准

执笔人：温俊香

参与人：贾文雅

审核人：赵 敏

日 期：2021 年 01 月

《图形图像处理》课程标准

适用专业：电子商务（药品方向）

学时数：60 其中理论：30；实训：30

学分：3

一、课程定位

本课程是我校电子商务（药品方向）专业的一门专业技术课程。

本课程的目的是通过对 Photoshop 软件的讲授与学习，让学生达到熟练处理图像与灵活创作设计的要求。学生应掌握平面绘图的方法；掌握图层、通路等在处理中的应用；掌握常用的滤镜效果并在创作中应用；掌握 Adobe ImageReady 制作动画；掌握图形图像的输入等知识点。使学生掌握图形图像处理的基本理论和基本操作，并具有一定的广告设计和综合创作能力，同时培养学生创新思维能力和健康的审美意识以及团结协作能力，为其成长为一名合格的平面设计与制作人员奠定良好的基础，帮助学生在制作图像的过程中，培养审美能力，形成创新意识。

该课程培养学生图形图像绘制、图像合成、特效制作、产品效果图处理、网页图像处理、VI 设计等技能，达到“会、熟、快、美”的岗位要求。学生毕业后工作岗位有平面设计师、插画设计师、网络美工、动画美术设计师等工作岗位要求，

先修课程：《电子商务基础与应用》

同步课程：《网店建设与运营》、《商务摄影》、《网络广告》

后续课程：《商务网页设计与制作》、《网络营销》、《移动营销》

二、课程标准构建思路

（一）课程设计理念

本课程针对高职高专教育教学的特点，以岗位需求为导向，以学生图形图像处理以及平面设计的职业能力培养为目标，以工作过程的系统化和可持续发展为出发点，与企业行业合作共同进行基于工作过程的课程设计开发。根据对学生所从事工作岗位职业能力、工作任务、工作过程的分析，以图形图像处理和平面设计领域的典型工作任务构建教学内容；以真实设计项目和典型案例为载体，采用理实一体化教学模式，基于平面设计实际工作流程设计教学实施过程，创作最佳的基于工作过程的学习环境；以学生为中心，采用项目导向、任务驱动、案例教学等行动导向教学法实施教学，充分调动学生的学习积极性；合理

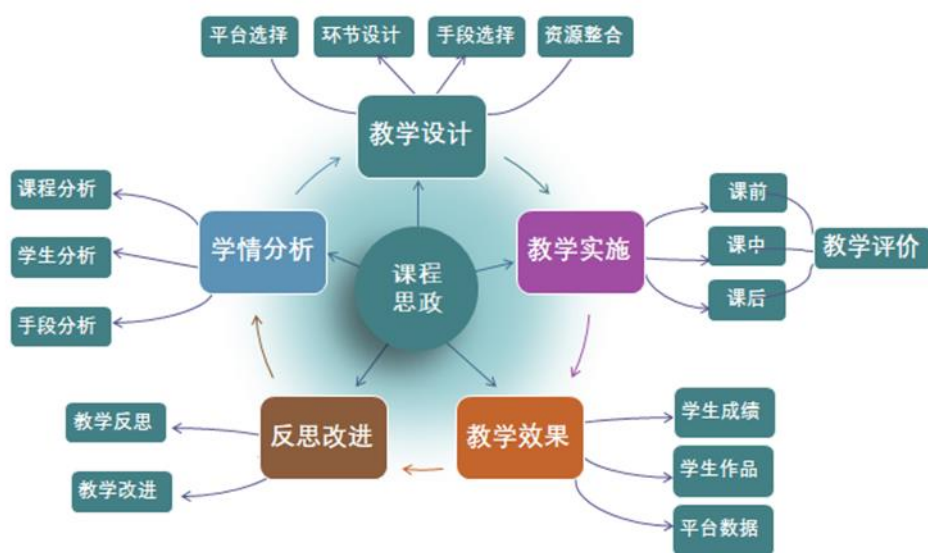
利用网络资源，多渠道拓展职业能力；充分体现课程职业性，实践性和开放性的特点。

Photoshop 教学过程中应注重培养学生的思考和动手能力，把知识点穿插在实例中进行教学，一方面启迪学生去思考实例是如何实现的，另一方面让学生通过操作完成实例的创作。使学生在轻松愉快的过程中完成学习任务，掌握 Photoshop 的使用。教师应重视实例的选择，要求实例能突出新知识点，同时也兼顾旧知识点操作的难度要适中，通过教学过程中的启迪和帮助能够完成教学任务。

（二）课程设计思路

在网络教学的普及化、信息化手段的多样化、教学平台的智能化等多种力量的推动下，我们不仅要重视知识水平的提升，更应看到“德”字的分量，所以教学过程中“课程思政”的融入是每位教师义不容辞的责任。

教学的整体安排采用“一个中心，五个基本点”的方式来进行，“一个中心”指“课程思政”即将思政教育融入到教学的每个环节，德育渗透贯穿于教学的始末，“五个基本点”分别为学情分析、教学设计、教学实施、教学效果和反思与改进。具体结构如下图所示：



《图形图像处理》将课程目标按照能力水平设为两个级别。该设计遵循了学生学习 Photoshop 的规律和不同专业学生发展方向的需求与特点，也适当考虑到学生的个体差异，旨在体现《图形图像处理》课程标准的整体性、灵活性和开放性。

1、以平面设计岗位职业能力培养为重点

(1) 基于电脑平面设计制作工作，学长教学内容，设计教学方法，符合高校教育理念。Photoshop 的主要教学点为：基础知识与基本操作、图像色彩处理、滤镜的使用、特效制作，以及综合实例，采取任务驱动、案例教学，研究性学习等方法，有效的调动起学生的积极性，激发学生的学习兴趣，培养学生的探索精神，提高学生的动手能力，发展学生的创新思维。根据教学内容合理安排教学案例的大小、顺序，使得案例任务之间是相互关联，循序渐进的，便于学生对所学想、知识有一个系统的理解和认识。

(2) 注重职业岗位能力培养

平面设计行业是一个相对独立的职业岗位，因此在教学过程中不以学习软件作为最终目标，而是注重让学生掌握各种平面设计的特点、主题、构思、创意，激发学生的积极性和创作热情，应用软件创作好平面作品为目的职业岗位能力培养，实现岗位就业零距离。

2、充分体现职业性、实践性和开放性的要求

(1) 职业性：体现为满足平面设计制作需要，选择当今计算机软件发展的最新成果，应用“Photoshop”软件为教学主要软件，以计算机平面设计制作能力为职业培养目标，避免进行单纯的软件教学。

(2) 开放性：表现在 Photoshop 具有强大的图形图像功能，能够图像编辑，图像合成，校色调色及特效制作，具有“繁、杂、灵活、多变”的知识特征，在有限的学时里必须对理论进行精选，“必需、够用”为度，选择常用的命令、功能、选项、参数进行整合。

(3) 实践性：体现专业需要和专业知识安排组织教学，理论部分少而精，用大量实例和练习来巩固掌握软件的操作和技能。教学不以求教、讲解为主，而是以实际操作训练为主要授课形式。

三、课程目标

Photoshop 图形图像课程的总体目标是：学生通过学校本课程，了解进行图形图像处理的一般思路 and 过程，掌握并利用 Photoshop 进行图形图像处理的基本方法和手段。通过整体教学过程，学生能够掌握 Photoshop 软件课程中的各个知识点，能够把所有的知识内容相融合，能独立的对图片进行简单的处理；能够进行平面的相关创意设计。

(一) 知识目标

1. 掌握掌握 Photoshop 的基本操作、基本概念；
2. 掌握初识图形图像的设计制作；

3. 掌握图像的选择和移动；
4. 掌握图像的绘制；
5. 掌握图像的修饰与编辑；
6. 掌握路径与文字的运用；
7. 掌握图层与通道的运用；
8. 掌握蒙版的使用；
9. 掌握滤镜的应用；
10. 掌握色彩与色彩调整；

（二）能力目标

- 1、具有熟练使用 Photoshop 中各主要工具、各主要菜单的能力；
- 2、具有对图形图像进行熟练制作和处理的能力；
- 3、能够进行数码图片处理、色彩修饰；
- 4、能根据自己的想象处理图片及根据本人的要求处理图片的能力；
- 5、具有使用 Photoshop 制作相关案例的能力。
- 6、通过全国计算机等级考试图形图像处理模块的一级考试

（三）态度目标

- 1、具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风；
- 2、具有良好的心理素质和职业道德素质；
- 3、具有高度责任心和良好的团队合作精神；
- 4、具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力；
- 5、具有较强的图像处理创意思维和健康的审美意识，以及较高的艺术设计鉴赏能力。

四、学时分配

序号	单元内容		课时分配				
	项目	任务	理论课	习题课	实训课	其它	共计
1	初识图形图像的设计制作	任务 1 制作工商银行 LOGO 图	2		2		4
2	图像的选择和移动	任务 1 制作苹果卡通图	1		1		2
		任务 2 制作蔬菜厨师图	1		1		2
		任务 3 制作 DIY 信纸	1		1		2
3	图像的绘制	任务 1 制作画册封面	1		1		2
		任务 2 制作圆锥体	1		1		2

		任务 3 制作高楼大厦效果图	1		1		2
4	图像的修饰与编辑	任务 1 去除照片污点	1		1		2
		任务 2 照片美肤	1		1		2
		任务 3 照片除杂	1		1		2
		任务 4 为图像中添加盘子和碗	1		1		2
5	路径与文字	任务 1 制作太极标志	1		1		2
		任务 2 制作邮戳	1		1		2
		任务 3 绘制书签	1		1		2
		任务 4 制作流星图	1		1		2
6	图层与通道	任务 1 制作精美书签	1		1		2
		任务 2 为图像人物美化双唇。	1		1		2
		任务 3 利用通道美白肌肤	1		1		2
7	蒙版	任务 1 制作关爱女性广告	1		1		2
		任务 2 制作房地产广告。	1		1		2
		任务 3 制作电影海报	1		1		2
8	滤镜	任务 1 制作“雪中女孩”图片	2		2		4
		任务 2 制作“飞毯”公益广告	1		1		2
9	色彩与色彩调整	任务 1 制作神秘蓝色效果图	2		2		4
		任务 2 制作柔美秋季图	2		2		4
		任务 3 制作异域花朵	1		1		2
合 计			30		30		60

五、课程内容及实施设计

《图形图像处理》课程教学内容及实施设计一览表

序号	项目	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
1	初识图形图像的设计制作	任务 1 制作工商银行 LOGO 图	4	认识图像 认识 photoshop 界面	1. Photoshop 的系统资源配置、软件功能划分以及新特性 2. 对 Photoshop CC 有更加深刻的全面认识	1. 学会新建图像文件， 2. 学会设置图像尺寸和分辨率； 3. 学会标尺、网格等工具的使用， 4. 完成工商银行 LOGO 图	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
2	图像的选择和移动	任务 1 制作苹果卡通图	2	1. 图像进行移动、缩放、旋转 2. 矩形选框工具和椭圆选框工具	1. 掌握选区工具的使用方法和操作技巧。 2. 选区的一系列编辑操作	1. 学会使用矩形选框工具和椭圆选框工具； 2 学会选取的属性设置； 3. 完成苹果卡通图	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务 2 制作蔬菜厨师图	2	1. 选取工具的属性设置 2. 套索工具、多边形套索工具和磁性套索工具；	1. 掌握选取工具的属性设置 2. 掌握套索工具、多边形套索工具和磁性套索工具；	1. 学会使用套索工具、多边形套索工具和磁性套索工具； 3. 完成蔬菜厨师图	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务 3 制作 DIY 信纸	2	1. 单行单列选选取工具 2. 魔棒工具	1. 掌握单行单列选取工具 2. 掌握魔棒工具 3. 学会选区的运算；	1. 学会选择工具的灵活应用。 2. 水平线的制作 3. 完成信纸制作	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室

序号	项目	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
3	图像的绘制	任务1 制作画册封面	2	1. 油漆桶工具 2. 定义图案 3. 描边	1. 学会油漆桶设置与使用 2. 掌握如何定义图案 3. 掌握描边方法	1. 学会油漆桶工具的设置与使用; 2. 通过定义图案制作画册背景线 3. 添加文字并排列图片	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务2 制作圆锥体	2	1. 渐变工具 2. 图片变形	1. 掌握渐变工具的设置与使用 4. 学会编辑渐变色带; 5. 学会渐变编辑器的设置	1. 渐变色带颜色过渡的设置 2. 渐变色带透明度过渡的设置 3. 渐变工具模式设置 4. 完成圆锥体的制作	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务3 制作高楼大厦效果图	2	1. 画笔预设 2. 画笔面板 3. 画笔模式 4. 画笔不透明和流量	1. 学会画笔工具的设置与使用 2. 掌握画笔预设 3. 掌握画笔面板的调节 4. 掌握画笔不透明和流量的设置	1. 学会画笔的设置、存储、载入 2. 学会画笔笔尖定义 3. 掌握画笔模式选择 4. 制作高楼大厦图	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
4	图像的修饰与编辑	任务1 去除照片污点	1	1. 污点修复画笔工具; 2. 红眼的使用;	1. 掌握污点修复、红眼的设置; 2. 理解参数值的含义	1. 学会红眼的去除 2. 学会污点修复工具设置 3. 去除面部污点	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务2 照片美肤	1	1. 修补工具	1. 理解修补工具的应用 2. 源和目标的区别	1. 学会修补工具的使用 2. 去除照片色斑 3. 掌握快捷键的使用	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室

序号	项目	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
		任务 3 照片除杂	1	1. 修复画笔工具; 2. 图章工具	1. 掌握仿制图章工具的应用; 2. 掌握修复画笔工具的应用 3. 明确修复画笔工具和图章工具的区别	1. 去除照片杂质 2. 为图片添加背景	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务 4 为图像中添加盘子和碗	1	1. 图像的复制粘贴 2. 图像变形	1. 利用修复工具实现图片复制 2. 图像的复制与变换以及图像裁切和大小设置。	1. 学会图像的复制与粘贴操作 2. 学会图像的变形 3 为图片添加盘子和碗.	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
5	路径与文字	任务 1 制作太极标志	2	1. 钢笔工具 2. 矩形工具	1. 理解路径和选取的区别 2. 理解像素、形状、路径的区别 3. 编辑路径方法 4. 矩形工具的计算	1 学会绘制路径区域。 2. 学会编辑路径。 3. 熟练矩形工具的计算 4. 制作太极图	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务 2 制作邮戳	2	1. 文字的创建与设置 2. 文字的变形 3. 文字的跟随路径	1. 掌握文字工具的使用 2. 掌握文字工具参数的设置	1. 学会文字的创建变形 2. 学会文字跟随路径 3. 制作邮戳	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务 3 绘制书签	2	1. 路径的灵活应用 2 图片的重复旋转 3 图片的组合	1. 掌握图片的组合 2. 理解图片重复旋转	1. 制作花瓶 2. 制作邮票 3 制作邮票图标 4. 制作书签	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室

序号	项目	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
		任务 4 制作流星图	2	1. 路径的描边 2. 画笔的设置	1. 掌握路径的描边 2. 掌握路径的填充	1. 学会使用路径的描边 2. 学会路径区域的填充 3. 制作流星图	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
6	图层与通道	任务 1 制作精美书签	2	1. 图层的基本操作 2 图层的样式的设计 3 图层的填充	1. 掌握图层样式 2. 掌握填充图层 3. 调整图层的创建和使用	1. 学会图层样式的基本操作; 2. 学会利用图层样式设计特殊效果; 3. 制作精美书签	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务 2 为图像人物美化双唇。	2	1. 图层的混合模式 2. 图层的类型	1 理解图层的混合模式 2. 掌握图层的类型 3. 掌握利用图层参数设计特殊效果	1. 学会使用填充或调整功能设计特殊效果; 2. 学会利用图层混合模式设计特殊效果 3. 为图像美化双唇	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务 3 利用通道美白肌肤	2	1. 通道的基本操作 2. 通道的应用	1. 掌握通道的基本操作 2. 掌握利用通道美白	1. 学会通道的基本操作; 2. 学会利用通道制作特殊效果; 3 利用通道美白肌肤	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
7	蒙版	任务 1 制作关爱女性广告	2	1. 蒙版的概念 2. 图层蒙版	1. 了解蒙版的概念 2. 了解蒙版的作用与分类 3. 掌握图层蒙版的使用	1. 学会图层蒙版的使用 2. 制作关爱女性广告	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务 2 制作房地产广告。	2	1. 矢量蒙版 2. 图层蒙版和矢量蒙版的区别	1. 掌握矢量蒙版的使用 2. 掌握图层蒙版和矢量蒙版的区别	1. 学会矢量蒙版的使用 2. 制作房地产广告。	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务 3 制作电影海报	2	1. 剪贴蒙版 2 图层蒙版、矢量蒙版和剪贴蒙版的区别	1. 掌握矢量蒙版的使用 2. 掌握图层蒙版、矢量蒙版和剪贴蒙版的区别	1. 学会剪贴蒙版的使用 2. 制作电影海报	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室

序号	项目	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
8	滤镜	任务1 制作“雪中女孩”图片	4	1. 滤镜的概念 2. 滤镜的种类	1. 了解滤镜的种类 2. 了解每个滤镜的参数和选项	1. 学会使用不同滤镜 2. 学会利用不同滤镜实现特殊效果 3 制作“雪中女孩”图片	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务2 制作“飞毯”公益广告	4	1. 常用滤镜的参数 2. 滤镜的使用	1. 了解每个滤镜的参数和选项 2. 掌握常用滤镜的参数设置 3. 掌握利用滤镜制作各种效果	1. 学会使用不同滤镜实现不同的特殊效果。 2. 制作“飞毯”公益广告	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
9	色彩与色彩调整	任务1 制作神秘蓝色效果图	4	1. 色彩的调整 2. 色调调整工具种类 3. 不同的色彩调整命令的特性和使用范围	1. 了解色彩调整的工具种类 2. 了解图像的色彩调整命令	1. 学会使用不同的色调调整工具调整色调，实现不同的图像效果 2 制作神秘蓝色效果图	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务2 制作柔美秋季图	4	1. 直方图、色阶、色彩反相、色调均化 2. 色相、色彩、对比度	1. 理解直方图、色阶、色彩反相、色调均化等的应用。 2. 熟练色相、色彩、对比度的应用	1. 学会不同的色彩调整命令的特性和使用范围 2. 制作柔美秋季图	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室
		任务3 制作异域花朵	4	1. 色阶、色彩反相 2. 色彩调整命令的特性和使用范围。	1. 掌握色阶、色彩反相的调整。 2. 掌握色彩调整命令的特性和使用范围	1. 灵活运用滤镜调整出预期的图像颜色效果。 2. 制作异域花朵	讲授、讨论、实例教学	多媒体教室

六、课程考核评价

《图形图像处理》课程考核内容、方式及分值比例一览表：

序号	考核方式	考核项目	考核标准
课程 成绩 (100 %)	课堂抽查 (20%)	知识、能力问答 (10%)	通过教学平台统计每个学生一学期课堂表现
		课堂考勤、学习态度 (10%)	通过教学平台统计学生的考勤
	单元测试 (30%)	以互联网相关为平台，根据工作任务需求，考核 ps 工具应用的熟练程度，提升图片鉴赏能力和设计水平。	
	期末综合 鉴定 (50%)	试卷测试理论性知识 (30%)	对所学的专业知识进行全面的考核
		试卷测试实践能力 (20%)	对相关的专业信息进行分析评价，考核学生对专业知识的综合运用能力

图形图像处理课程的考核大致包括过程性考核和总结性考核两种类型，分值分别占 50% 和 50%，过程性考核中的理论知识考核和实践能力的考核分值占 50%，总结性考核中理论知识考核和实践能力考核分值分别占 30% 和 20% 左右，基本能够实现对学生专业综合能力的鉴定，尤其是过程性考核分值的提高，大大提高了学生日常学习的积极性，有利于学生能力的培养。

七、课程教学组织

该课程总体设计理念是，关注每个学生的情感，激发他们学习 PS 的兴趣，帮助他们建立学习的成就感和自信心，使他们在 学习过程中提升图片鉴赏和设计能力，提高人文素养，增强实践能力，培养创新精神。

课程教学组织主要采用：

1. 课前要明确目标，设计问题，提供资源，传授知识，诊断学情，以学定教。

教师依据重点难点剖析，课前让学生通过移动平台观看课程视频和其他相关资源，教师根据课程知识重难点发布课前测试从而获得教学反馈，可以进行微课、MOOC 教学。

2. 课中首先要预习反馈，明确问题，教师引导，互助探究，协作学习，解决问题，巩固深化，总结评价。

教师会通过布置课程任务的形式，组织学生进行伙伴学习，然后教师进行答疑总结。课上，教师会根据教学目标设计若干问题供学生在智慧教室进行小组讨论，老师综合学生

的讨论进行答疑总结。PPT 投屏、签到、选人、抢答、问卷、投票、测验、分组任务、讨论、评分都可以设计到教学环节中。

3. 课后要反思分享，拓展提升，进行作业布置和拓展阅读。

本课程在目标设定、教学过程、课程评价和教学资源的开发等方面都突出以学生为主体的思想。课程实施应成为学生在教师指导下构建知识、提高技能、磨砺意志、活跃思维、展现个性、发展心智和拓展视野的过程。

八、课程教学团队

（一）主讲教师

主讲教师应具有较高的学历，拥有丰富的、较为完善的知识体系，拥有实际的工作经验和相应的技能，能全面了解课程的内容，并能指导其他教师进行相应的教学工作，以保障本课程教学的整体质量和效果。

（二）教师团队

本课程要求配备一支结构合理、素质优良的教学队伍。具体要求如下：

1. 职称和年龄结构合理，兼具不同等级职称和年龄的教师，保证教师队伍的教学水平和活力。
2. 学历层次较高，应具备本科或硕士以上学历。
3. 教师团队中，应具有来自企业的人才，合理安排课程内容和方式，提高课程实训的效果。
4. 具备良好的专业素养和严肃认真的教学态度。

九、教学资源

为保证教学需要，教学单位可根据具体情况，至少应具备下列教学条件：

1. 硬件设施：本课程需配备安装了计算机、多媒体制作播放设备等先进设施的多媒体教室，为学生学习理论知识和培养实践能力提供必要的条件。
2. 网络资源：本课程可通过共享网络教学资源，包括教学设计、多媒体课件、课程练习、阅读书目、微课、动画等，满足本课程的教学需要，为学生个性化学习创造良好的教学空间，加强师生之间的沟通，促进学生的主动学习，提升教学效果。
3. 实训条件：为确保本课程的实训教学环节的质量，应配备相应的实训室，配置足够

数量的计算机等硬件设施,有多媒体的教学平台,可利用视频进行教学,具有 phoneshopCCd 的安装环境,保证实践教学的正常进行。

(四) 参考资料

- [1] 陈维华主编《photoshop cc 图像设计与制作》，清华大学出版社
- [2] 秦毅主编《图形图像处理技术》，中国海洋大学出版社
- [3] 亿瑞设计编《photoshop 从入门到精髓》，清华大学出版社

山西药科职业学院
《网店建设与运营》课程标准

执笔人：赵 敏

参与人：张 蓉、候宏兵

日 期：2020 年 9 月 14 日

《网店建设与运营》课程标准

适用专业：电子商务（药品方向）

学时数：60 其中理论：0；实训：60

学分：3

一、课程定位

《网店建设与运营》是电子商务专业的一门专业技术课程，它是建立在淘宝平台应用的基础上而开设一门理论+实训的课程。淘宝平台的应用让学生了解整个电子商务交易的过程，买方、卖方、中间商等各种不同的角色，使整个电子商务过程得到完整的体现。通过网上开店的实训掌握淘宝开店的流程、运营工具的使用、店铺装修和店铺营销等活动，培养学生网上创业的实战能力和综合应用电商知识解决实际问题的能力。

二、课程标准构建思路

本课程标准是依据淘宝网运营专才认证标准制定，它是属双证融通情境教学工学结合类课程，由校内外专家和教师共同进行课程开发和设计。在网络店铺第三方平台——淘宝设置能够实际经营的网店，并在课程教学过程中一步步完成经营过程直到能够独立操作网络商业店铺并建立交易客户群。通过从网店的供应商选择开始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户/供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广的实战，培养学生从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的能力。

三、课程目标

1. 知识目标

- (1) 具备网上谈判与签约知识。
- (2) 具备销售与推广知识。
- (3) 具备网页设计与制作知识。
- (4) 具备订单履行知识。
- (5) 具备网络支付与结算知识。
- (6) 具备物流配送知识。
- (7) 具备客户服务与管理知识。

2. 能力目标

- (1) 商业经营运作能力。
- (2) 获取新知识和技能的能力。
- (3) 培养学生善于总结与应用实践经验的能力。
- (4) 独立学习能力。
- (5) 决策能力。

3. 素质目标

- (1) 培养学生的沟通能力及团队协作精神。
- (2) 培养学生分析问题、解决问题的能力。
- (3) 培养学生劳动组织能力。
- (4) 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风。
- (5) 培养学生吃苦耐劳和强烈的社会责任感和正义感。
- (6) 培养学生初步的管理能力和信息处理能力。

四、学时分配

项目（章节）	学时分配		
	理论学时	实践学时	合计
第 1 章 网上开店概述	0	4	4
第 2 章 商品发布	0	4	4
第 3 章 网店管理	0	4	4
第 4 章 网店图片的拍摄与处理	0	8	8
第 5 章 网店装修	0	8	8
第 6 章 网店搜索引擎优化	0	6	6
第 7 章 网店推广与营销	0	8	8
第 8 章 网店客服与客户关系管理	0	8	8
第 9 章 网店运营数据分析	0	6	6
第 10 章 移动网店运营	0	4	4
合 计	0	60	60

五、课程内容及实施设计

《网店建设与运营》课程教学内容及实施设计一览表

序号	项目 章节	主要内容	学习目标	重点难点	教学实施设计	
					教学方法	教学环境

序号	项目 章节	主要内容	学习目标	重点难点	教学实施设计	
					教学方法	教学环境
1	网上开店概述	1.1 网店基础知识 1.1.1 常见的网店平台 1.1.2 淘宝平台简介 1.2 开通淘宝店铺 1.2.1 登录/注册淘宝账户 1.2.2 支付宝实名认证 1.2.3 淘宝开店认证 1.3 千牛卖家中心操作 1.4 货源的选择 1.4.1 商品的选择 1.4.2 货源渠道的选择	1. 了解常见的网店平台及其特点。 2. 了解开通淘宝网店的流程。 3. 学会卖家中心主要栏目的使用及网店的基本设置。 4. 了解常见的货源渠道及其特点，掌握选择货源的注意事项。	教学重点 1. 开通淘宝网店 2. 淘宝平台的规则 教学难点 1. 支付宝的实名认证 2. 货源的选择	情境教学法	多媒体教室
2	商品发布	2.1 上传和发布商品 2.1.1 商品发布的流程 2.1.2 发布商品的关键要素 2.2 运费模板和运单模板的设置 2.2.1 运费模板的设置 2.2.2 运单模板的设置 2.3 淘宝助理的使用 2.3.1 批量上传商品 2.3.2 批量编辑商品 2.3.3 批量导出或导入商品	1. 学会在淘宝网店铺中发布商品。 2. 学会合理使用关键词设置商品标题、优化商品主图、撰写商品描述。	教学重点 1. 商品的发布技巧 2. 设置商品标题、优化商品主图、撰写商品描述。 教学难点 1. 设置商品标题 2. 撰写商品描述。	情境教学法	多媒体教室
3	网店管理	3.1 网店基本管理 3.1.1 网店的基本设置 3.1.2 商品分类管理 3.1.3 子账号管理 3.2 商品交易管理 3.2.1 订单管理 3.2.2 评价管理 3.3 客户服务管理 3.3.1 违规管理 3.3.2 举报管理 3.3.3 投诉管理 3.3.4 申诉管理	1. 学会淘宝网店铺的基本设置、商品的分类管理、子账号管理。 2. 熟练掌握商品交易管理。 3. 了解客户服务管理。	教学重点 1. 网店的基本设置 2. 订单管理 教学难点 1. 评价管理	情境教学法	多媒体教室

序号	项目 章节	主要内容	学习目标	重点难点	教学实施设计	
					教学方法	教学环境
4	网店图片的拍摄与处理	4.1 商品图片拍摄 4.1.1 拍摄器材 4.1.2 拍摄基本知识 4.1.3 网店商品的拍摄 4.2 图片处理基础操作 4.2.1 调整图片的大小和方向 4.2.2 美化图片 4.2.3 抠图 4.3 制作商品展示图片 4.3.1 制作商品主图 4.3.2 制作商品详情描述图 4.4 制作海报图 4.4.1 海报图制作要求 4.4.2 海报图制作技巧	1. 学会网店商品拍摄的基本方法 2. 了解网店图片的常见格式。 3. 掌握网店商品图片的基本处理方法。 4. 掌握网店商品主图、详情图及海报图的构成要素及制作方法。	教学重点 1.网店商品图片的基本处理方法 2. 网店商品主图、详情图及海报图的构成要素及制作方法 教学难点 1.对商品图片进行抠图	情境教学法	多媒体教室
5	网店装修	5.1 网店装修基础 5.1.1 网店装修的目标 5.1.2 网店装修的内容 5.1.3 网店装修的方法 5.2 手机端页面装修 5.2.1 页面基础设置 5.2.2 页面装修 5.2.3 模块管理 5.3 电脑端首页装修 5.3.1 首页的风格和布局设计 5.3.2 主要模块区域设计 5.4 商品详情装修 5.4.1 单个商品详情装修 5.4.2 商品详情批量投放 5.4.3 智能详情装修	1. 了解网店装修的主要内容。 2. 学会手机端网店页面和电脑端网店页面的装修。 3. 学会商品详情的装修。	教学重点 1.网店装修的布局设计。 2.优化宝贝图片和店招的美化 教学难点 1. 商品详情的装修	情境教学法	多媒体教室

序号	项目 章节	主要内容	学习目标	重点难点	教学实施设计	
					教学方法	教学环境
6	网店 搜索引擎 优化	6.1 淘宝网的自然搜索规律 6.1.1 淘宝网自然搜索的原理与搜索引擎的工作步骤 6.1.2 影响商品排名的因素 6.2 优化商品标题 6.2.1 关键词的类型 6.2.2 关键词的来源 6.2.3 商品标题的优化 6.3 其他类型的优化 6.3.1 类目优化 6.3.2 商品属性优化 6.3.3 商品上下架时间优化 1. 影响商品排名的因素 2. 商品标题的设置与优化	1. 掌握影响商品排名的因素。 2. 学会商品标题的设置与优化。 3. 学会淘宝网的类目优化、商品属性优化和商品上下架时间优化。	教学难点 1.商品标题的设置与优化	情境教学法	多媒体教室
7	网店 推广和营 销	7.1 店内推广 7.1.1 店内活动及营销工具 7.1.2 各种营销工具的应用 7.2 站内推广 7.2.1 站内流量来源 7.2.2 淘宝活动 7.2.3 常见的站内营销推广方式 7.3 站外推广 7.3.1 淘宝客推广 7.3.2 抖音短视频推广 7.3.3 “头条号”推广 7.3.4 其他站外推广	1. 了解网店客服的沟通技巧。 2. 熟悉售前客服和售后客服的工作内容。 3. 熟悉阿里店小蜜的基本功能。 4. 掌握客户列表的操作、客户群组工具的使用及VIP设置。	教学重点 1.店内推广、站外推广工具的应用 2.站内推广方法的应用 教学难点 1. 外部推广与营销	情境教学法	多媒体教室

序号	项目 章节	主要内容	学习目标	重点难点	教学实施设计	
					教学方法	教学环境
8	网店物流与户关系管理	8.1 网店客服 8.1.1 网店客服的沟通技巧 8.1.2 售前客服 8.1.3 售后客服 8.1.4 智能客服阿里店小蜜 8.2 客户关系管理 8.2.1 千牛接待中心客户管理 8.2.2 客户分类管理 8.2.3 客户忠诚度管理	1. 学会在淘宝网店内设置运费模板和运单模板。 2. 了解网店客服的沟通技巧。 3. 熟悉售前客服和售后客服的工作内容。 4. 掌握淘宝网会员等级的设置、客户群组工具的使用及VIP设置。	教学重点 1. 智能客服阿里店小蜜。 2. 使用客户群组工具。 3. 店内VIP设置。 教学难点 1. 网店客服沟通技巧	情境教学法	多媒体教室
9	网店运营数据分析	9.1 网店运营数据分析的意义和流程 9.1.1 网店运营数据分析的意义 9.1.2 网店运营数据分析的流程 9.2 网店运营数据分析的核心数据 9.2.1 流量数据 9.2.2 网店主要页面数据 9.2.3 客服数据 9.2.4 店铺动态评分数据 9.2.5 转化率数据 9.3 使用生意参谋分析网店数据 9.3.1 实时直播 9.3.2 流量分析 9.3.3 品类分析 9.3.4 交易分析 9.3.5 营销分析	1. 了解网店运营数据分析的意义和流程。 2. 学会对网店运营中的核心数据进行分析。 3. 能灵活使用数据分析工具生意参谋对网店运营数据进行分析。	教学重点 1. 店铺运营数据分析的核心数据 2. 生意参谋分析店铺 教学难点 1. 生意参谋分析店铺	情境教学法	多媒体教室

序号	项目 章节	主要内容	学习目标	重点难点	教学实施设计	
					教学方法	教学环境
10	移动 网店 运营	10.1 移动网店的主要形式 10.1.1 传统企业自建移动商城 App 10.1.2 零售电子商务平台的手机端 App 10.1.3 第三方移动网店 App 平台 10.2 移动网店运营与管理 10.2.1 注册开通移动网店 10.2.2 微店后台功能 10.2.3 微店装修与商品管理	1. 了解移动网店的主要形式。 2. 学会用电脑端与手机端注册开通微店的方法。 3. 掌握微店的设置、装修与商品管理。 4. 熟练掌握微店官方营销工具的应用。	教学重点 1. 第三方移动网店 APP 平台 2. 微店的设置、装修与商品管理 教学难点 1. 微店官方营销工具的应用	情境 教学 法	多媒体 教室

六、课程考核评价

《网店建设与运营》课程考核内容、方式及分值比例一览表：

课程考核不仅注重对学生进行专业知识，还注重对学生的岗位技能、职业素质及学习能力的考核。课程考核主要由“平时考核+操作技能+创新方案”三部分构成，平时考核主要以过程性成绩形式进行，操作技能以学生为完成某一岗位工作任务的形式进行，创新方案考核主要以提交文案考核方式，重视实践能力考核，注重考核对职业能力培养的引导。

考核项目	考核要点及标准	考核方法	考核比例
职业能力定位	理论掌握情况	平时考核	10%
职业操作技能	实践掌握情况	能力测试	50%
职业创新方案	知识与技能应用情况	提交文案	40%

七、课程教学组织

《网店建设与运营》是一门专业必修课程，课程教学组织主要采用：

1. 教学内容安排：分情境组织教学。
2. 教学方法、手段的设计：采用多媒体、情境教室教学。
3. 教学途径的设计：在网上进行实际操作。
4. 需要选择当前点击率比较高的网店作为案例进行分析，课程情境全部需

要用电子课件。

5. 按照项目导向工学结合情境教学组织设计。

八、课程教学团队

本课程要求配备一支结构合理、素质优良的教学队伍。

九、教学资源

为保证教学需要，教学单位可根据具体情况，至少应具备下列教学条件：

（一）网络资源

本课程可通过共享网络教学资源，包括授课教案、多媒体课件、课程练习、阅读书目、视频教学资料等，满足本课程的教学需要。

（二）实训条件

为确保本课程的实训教学环节的质量，应配备相应的实训室，配置足够数量的计算机等硬件设施，有多媒体的教学平台，可利用视频进行教学。并安装配备省劳动厅的助理电子商务师考证软件的计算机实验室。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。

（三）使用教材

《网店运营与管理》（第2版），白东蕊，人民邮电出版社，2021年7月

山西药科职业学院

《网络营销》课程标准

执笔人： 许惠惠

审核人： 赵 敏

日 期： 2020 年 9 月 3 日

《网络营销》课程标准

【课程名称】：网络营销

【适用专业】：电子商务专业

【课程性质】：专业课、必修课

【课程类型】：理论课+实践课

【开设学期】：第一学期

【学时数】：60 其中理论:30；实训:30

【课程学分】：3 学分

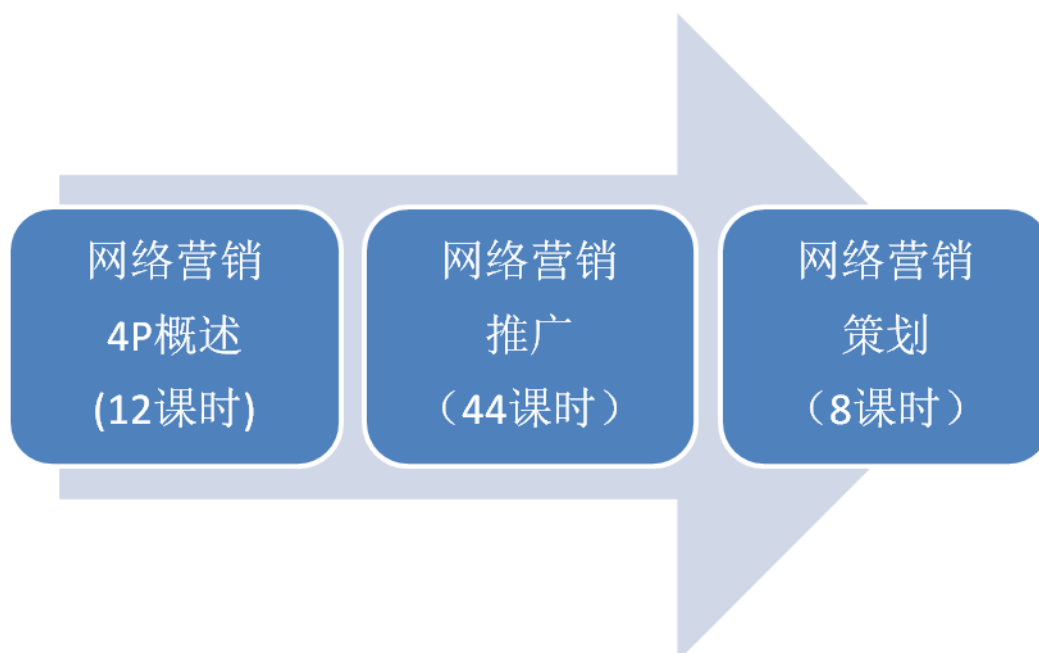
一、课程性质

《网络营销》是电子商务学生的一门专业核心课。该课程从企业网络营销岗位的需求出发，结合营销的基础知识，以及当今新型互动营销内容营销模式，涵盖市场营销理论、网络营销理论、工具、策略、方案等内容。该课程以中小微企业从零开始实施网络营销过程为主线，以各项工作任务为载体，培养学生掌握必备的网络营销理论知识、主流网络营销工具操作要领、各类文案写作方法、网络营销策划案框架结构，从而为学生从事网店运营、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。

二、课程设计

一般来说，网络营销分为三个层面：战略层、战术层、执行层：营销战略层是由老板或营销总监制定；营销策略是由营销总监或营销经理来制定；营销战术是由部门主管或专员级人员来制定并实施。

本课程侧重于网络营销战术层的设计：即培养学生作为一个网络推广（策划）主管或专员，他既需要了解网络营销策略懂得为什么这样做，也需要熟悉网络营销战术（如视频、微博、微信、广告等）的各种打法知道如何去做，更需要掌握网络营销执行层面（如广告语、关键词、标题、宝贝详情页、硬广文案、软文、新闻稿、H5）的实战作法并提交实训成果，并能根据企业目标撰写出网络营销推广策划案。主要规划了三个模块的知识：



本课程的总体设计思路是按照“工学结合”人才培养模式的要求，采用“基于工作过程的系统化课程”的设计方法，以小微企业从零开始做网络营销的实施过程为主线，以企业网络推广（策划）专员的岗位职责、任职要求为出发点，训练一个从业者作为网络营销专员或主管所应具备的岗位知识和能力。

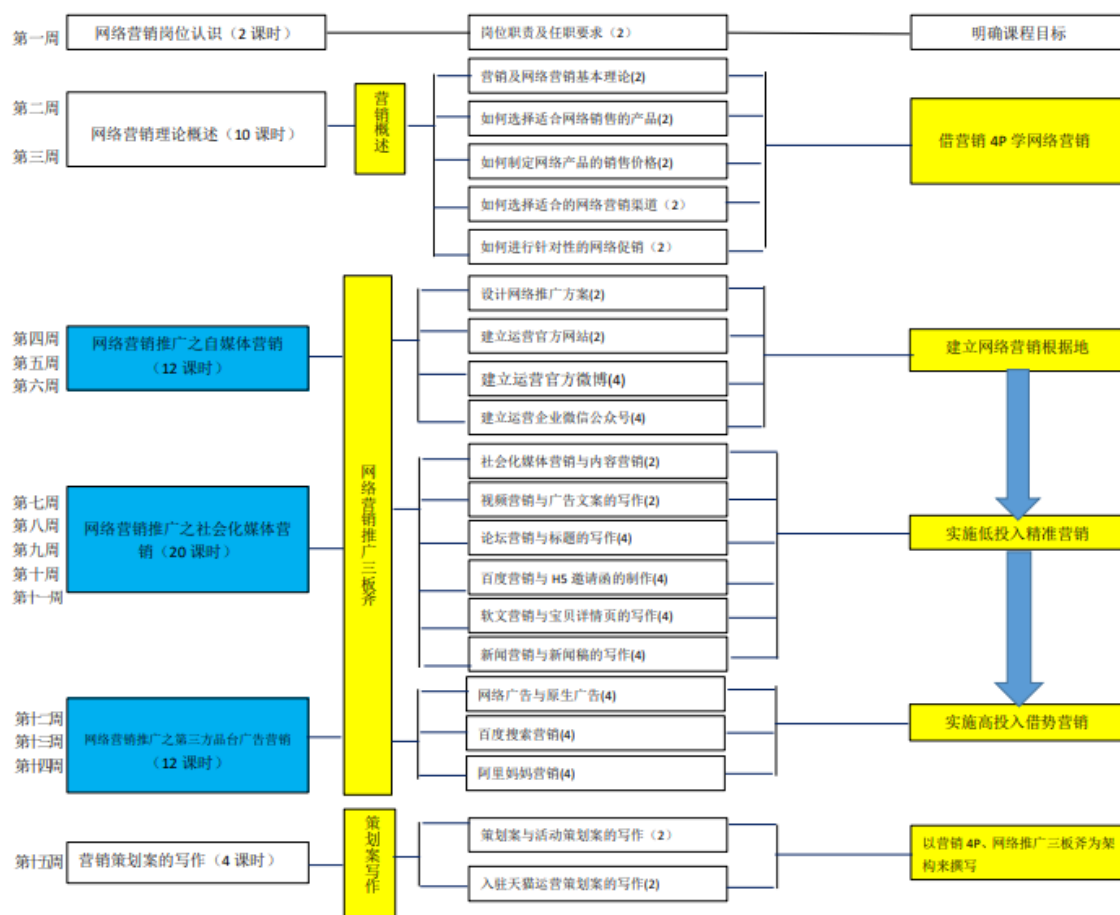


图 1 《网络营销》课程授课架构图

网络营销推广是本课程重点学习的内容,按小微企业实施网络营销过程,提炼出“网络营销推广三板斧”:第一板斧是建立网络营销根据地的自媒体营销,第二板斧是实施低投入精准营销的社会化媒体营销,第三板斧是高投入借势营销即第三方平台广告营销。同时针对内容营销是未来发展方向,在社会化媒体营销的学习过程中,又注重从字词句段篇文训练学生写作能力。

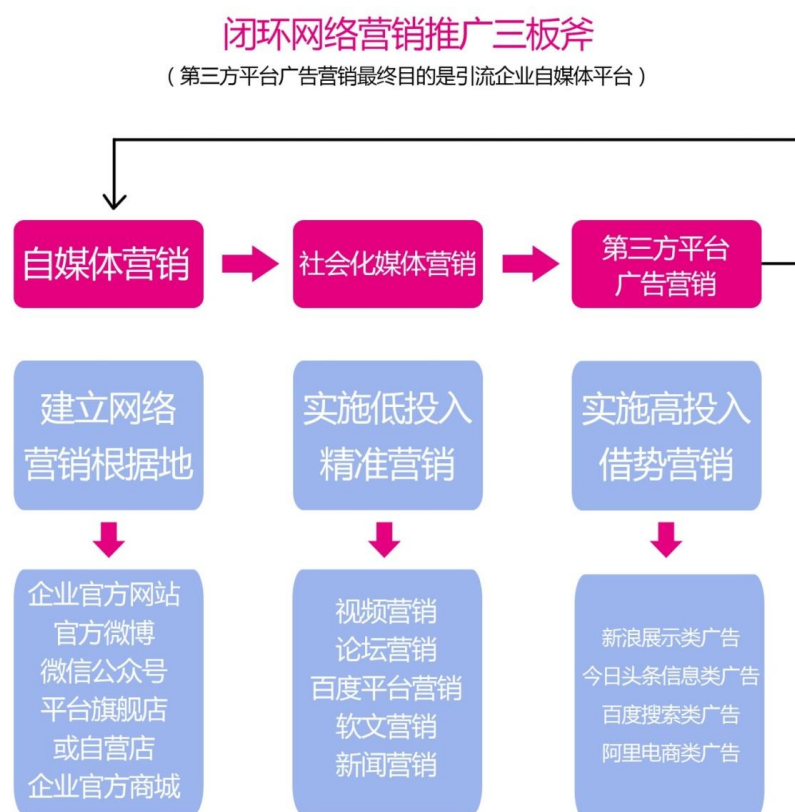


图2 网络营销推广三板斧

三、课程目标设计

1、知识目标:

通过学习使电子商务专业的学生掌握较全面、系统的网络营销理论知识,熟练掌握网络营销策略、战术、执行各层面的工具和方法,在网络销售、网络推广、网络营销策划等领域具有较强的基本理论知识。

- (1) 掌握网络营销 4P 和 4C 的知识
- (2) 掌握媒体、自媒体、社会化媒体、内容营销的知识
- (3) 掌握主要的网络营销工具和方法的使用
- (4) 掌握网络营销策划案写作的知识

2、能力目标:

- (1) 具备从营销 4P 角度考虑网店产品、价格、渠道、推广的布局能力

- (2) 具备网络推广整体规划的能力
- (3) 会使用常用的网络营销工具（微博、微信、论坛、贴吧、百度平台等）
- (4) 会写作各类型文案（广告文案、宝贝详情页、软文、新闻稿、推文等）
- (5) 能够撰写活动策划案、运营策划案并组织实施

3、素质目标:

- (1) 学会学习，学会总结，学会运用；
- (2) 学会策划，策划方案具有可实施和操作性；
- (3) 学会表达，能够清晰描述项目的构思设想让团队成员愿意积极配合；
- (4) 学以协调，组织团队成员实现企业目标。

四、课程教学设计：

课程教学 学习领域	项 目 编号	项目名称	知识目标	能力目标	课 时	教学方法 手段	教学环境 说明	备 注
网络营销 岗位认知 (2 课时)	项目 一	岗位职责 及任职要 求	1、了解十四五规划三大发展目标； 2、认识电子商务企业分类及人才需求情况 3、掌握与网络营销相关的岗位职责与任职要求	1、能够分析营销相关的三类职业的区别 2、能辨别电商企业营销相关的三类人才的岗位职责与任职要求 3、能根据市场需求和自己兴趣爱好，制定出未来职场发展规划	2	课堂教学 案例分析	教室 网络机房	
网络营销 理论概述 (10 课时)	项目 二	认识网络 营销	1、了解营销、网络营销、电子商务的区别和联系 2、熟悉产品五层次和生命周期原理、新产品上市两种策略 3、掌握定价的五种策略及网店定价规则 4、了解线上和线下渠道进行区隔的 10 种办法 5、掌握促销组合及其优缺点	1、能够分辨出产品的五个层次 2、学会选择适合自己经营的产品 3、能够对网店产品进行合理定价 4、能够制定出合理的网店产品价格 5、能够选择出最适合的销售渠道 6、能够根据产品类别不同制定适合的促销组合	10	课堂教学 项目教学 分组讨论	教室 网络机房	从营 销 4P 学 网 络 营 销
网络营销 推广之 自媒体 营销 (12 课时)	项目 三	设计网络 推广方案	1、了解网络营销三个层面的内容 2、认识电子商务、网络营销、网络推广三者之间的关系 3、理解媒体、社会化媒体、自媒体之间的区别联系	1、能够说出 10 种以上网络推广方法 2、能够利用网络推广三板斧的方法，做出各类型产品的网络推广方案	2	课堂教学 案例教学 任务教学	教室 网络机房	
	项目	建立运营	1、熟悉网站的域名、主机购	1、能够策划一个营销	2	课堂教学	教室	

	四	官方网站	买以及网站备案许可 2、熟悉选用建站公司建立官方网站流程 3、掌握如何策划一个企业网站 4、了解企业网站主要的推广途径及方法	导向型企业网站 2、能够选择合适的建站公司建设企业网站 3、能够运营和维护企业网站 4、学会用凡科自助建站系统搭建网站		案例教学	网络机房	
	项目五	建立运营官方微博	1、认识个人微博与官方微博的异同 2、熟悉粉丝通和粉丝头条 3、掌握微博文案撰写基本要求 4、了解新浪官方微博开通及活动申请流程	1、能够开通装修好企业官方微博 2、能够独立运营企业官方微博 3、能够按照微博写作五要点撰写微博博文	4	课堂教学 案例分析	教室 网络机房	
	项目六	建立运营微信公众账号	1、掌握微信营销与微博营销的区别 2、熟悉微信内置的四种商业模式 3、熟悉微信引流的八种方法 4、了解微信公众平台的运营规则	1、能够开通微信公众号 2、能够完成微信公众号的基础设置 3、能够利用排版工具制作微信推文	4	课堂教学 案例分析	教室 网络机房	
网络营销推广之社会化媒体营销（20课时）	项目七	社会化媒体营销与内容营销	1、了解社会化媒体的概念和特征 2、了解内容营销的概念、特征、三个方向 3、掌握 UGC、PGC、BGC 的含义	1、能够说出 5 个以上手机淘宝内容营销的工具 2、能够辨识社会化媒体营销与内容营销的异同 3、能够在微淘发布动态	2	课堂教学 案例分析	教室 网络机房	
	项目八	视频营销与广告文案的写作	1、认识视频、网络视频、短视频之间的关系 2、了解网络视频营销的概念及模式 3、了解网红直播的概念与关系 4、掌握广告文案的构成 5、认识广告语撰写的五大原则	1、能够辨别各种广告类型及广告文案构成 2、能够从广告语的五大原则去分析广告语 3、能撰写网络广告语（广告口号）	2	课堂教学 案例分析	教室 网络机房	
	项目九	论坛营销与标题的写作	1、了解什么是论坛营销及贴子的分类 2、了解论坛营销实施的 8 个步骤 3、了解论坛贴标题的 13 种写法，正文的 3 种写法 4、掌握新闻价值 5 要素	1、能够在目标论坛发广告贴而不被删除 2、能写分辨出标题运用了写作 5 法则 12 式中的哪类 3、能用 5 法则 12 式撰写标题	4	课堂教学 案例分析	教室 网络机房	

			5、掌握标题写作 5 法则 12 式					
	项目十	百度平台营销与H5邀请函的制作	1、了解百度产品的分类 熟悉百度社区产品的类型及实施要点 2、了解 H5 在各行业的运用及专题页的四大类型 3、掌握各类商务邀请函内容写作的要点	1、能够为企业创建百度词条、百度问答、百度贴吧、百度文库 2、能够在百度地图上增加企业地点 3、能够制作 H5 邀请函	4	课堂教学案例分析	教室网络机房	
	项目十一	软文营销与宝贝详情页的写作	1、了解软文的概念、特点和分类 2、掌握软文标题和开头撰写基本要求 3、了解宝贝详情页的模块构成 4、掌握宝贝详情页的“3-5-15”构思法	1、能够按照宝贝详情页制作要求设计宝贝详情页 2、能够按照软文的标题写作规则拟定软文标题 3、能够按照软文的开头写作规则拟定软文开头	4	课堂教学案例分析	教室网络机房	
	项目十二	新闻营销与新闻稿的写作	1、熟悉新闻营销的概念和作用 2、了解企业新闻营销的分类 3、剖析一个新闻稿成功案例 4、掌握新闻稿撰写基本要求	1、能够按照要求撰写一则新闻稿 2、能够对新闻稿进行 SEO 优化	4	课堂教学案例分析	教室网络机房	
网络营销推广之第三方平台广告营销（12 课时）	项目十三	网络广告与原生广告	1、熟悉网络广告的五要素 2、熟悉网络广告计费的方式 3、了解网络广告的七种主要形式 4、掌握原生广告的类型与特点	1、能够撰写有吸引力的原生信息流广告文案 2、能够在平台上投放信息流广告 3、了解信息流广告运营推广流程，完成信息流广告实施过程	4	课堂教学任务教学	教室网络机房	
	项目十四	百度搜索营销	1、掌握 SEO 与 SEM 的区别和联系 2、了解搜索推广展现位置 3、认识搜索推广排名靠前的两个决定因素 4、熟悉百度推广的具体流程	1、能够写作网站 meta 标签 2、能够计算出搜索推广实际点击价格 3、能够创建企业推广帐户 4、能够制作搜索推广创意	4	课堂教学案例分析	教室网络机房	
	项目十五	阿里妈妈营销	1、了解阿里妈妈三大平台概况 2、熟悉阿里妈妈的营销平台服务和媒体流量平台服务 3、熟悉直通车的原理、优势及主要产品 4、熟悉淘宝客的原理、淘宝	1、了解直通车的开车步骤 2、了解淘宝客商家的推广步骤 3、熟悉淘客各推广方式的备案、淘客的推广步骤	4	课堂教学案例分析	教室网络机房	

			客商家和淘客所涉及的各项知识					
营销策划案的写作 (4 课时)	项目十六	策划案与活动策划案的写作	1、了解策划案的概念及四个要点 2、了解策划案 5 种主要类型 3、了解策划案两种格式的不同作用 4、掌握策划案写作思路六步法 5、了解活动策划案构成 11 项	1、能够用策划案写作思路六步法来构思策划案 2、能够独立撰写活动策划案的申请报告 3、能够用策划案写作流程 11 步来做活动策划案的各项规划	2	课堂教学 案例分析	教室 网络机房	
	项目十七	入驻天猫平台运营策划案的写作	1、熟悉天猫店铺的三种类型 2、了解天猫资费收取的三种方式 3、了解入驻天猫商城的流程	1、能够独立开通天猫店铺 2、能够按销售目标制订店铺年度运营计划 3、能够撰写入驻天猫的申请报告	2	课堂教学 案例分析	教室 网络机房	

五、考核方案设计

采取传统考核方式，其考核方案设计如下：

1、考核目标

- (1) 网络营销基本知识理解程度；
- (2) 各类型文案写作能力；
- (3) 营销推广策划案制定能力；

2、考核方式

考核方式是平时过程考核与期末考试评分相结合。平时过程考核主要包括出勤、课堂表现、能力训练项目验收三大方面，以随堂考查、作业批改等形式进行。期末考试以闭卷笔试形式进行，主要包括选择、填空、判断、案例诊断分析、网络营销方案设计等题型。

3、成绩构成内容及各自比例（百分制）

课程考核总评成绩满分为 100 分，由平时过程考核与期末考试两部分构成，将平时课程考核与期末考试分别用百分制计分，课程考核成绩构成如表 1 所示：

序号	考核形式与比例	考核内容	配分	备注
1	平时过程考核 占课程总评 60%	考勤	25	
2		课堂表现	25	
3		能力训练项目验收	50	
4	期末考试 占课程总评 40%	知识	40	

六、教材、资料

1、教材:

网络营销，江礼坤，电子工业出版社，2020

2、参考资料:

(1) 营销管理 (第 11 版), {美} 菲律普·科特勒, 上海人民出版社, 2005

(2) 营销管理 (第 15 版), {美} 菲律普·科特勒, 上海人民出版社, 2016

(3) 网络营销推广实战宝典, 江礼坤, 电子工业出版社, 2016

(4) 百度推广搜索营销新视角, 百度营销研究院, 电子工业出版社, 2014 (6)

(5) 网络营销实务, 方玲玉, 电子工业出版社, 2016

(6) 营销管理, 李业, 华南理工大学出版社, 2003

《药品经营管理法律实务》课程标准

适用专业：电子商务、药品经营与管理（药品营销）、连锁经营管理、物流管理

学时数：60 其中理论：40；实训：20

学分：3

本课程标准依据医药营销职业岗位能力和《医药商品购销员国家职业标准》制定。

一、课程定位

《药品经营管理法律实务》是电子商务（药品营销）专业的一门重要的专业基础课。为学生将来从事医药商品购销工作或自主创业，做到依法经营、依法管理提供法律知识和技能。通过对学生进行药品经营管理法律法规基本理论的讲授和法律应用的训练，使学生熟悉了解药品经营管理的基本法律知识，具备了必需的药品经营管理技能，为今后学习后续课程和从事医药营销工作奠定坚实的基础。

先修课程：《思想道德修养和法律基础》、《消费者心理及行为分析》；

同步课程：《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》、《药理学》、《电子商务实务》、《GSP 实施技术》、《医药市场营销实务》；

后续课程：《公共关系实务》、《推销与谈判》《药店经营与管理》、《药品购销技术》。

二、课程标准构建思路

根据《药品经营管理法律实务》课程的性质及高职高专院校的办学定位的指导思想，结合劳动和社会保障部审定的相关职业培训与鉴定内容，以培养具有法律素养的医药营销类、医药管理类高素质技能型人才为目标，同时考虑理实一体、任务驱动教学模式的实施，对教材的理论结构体例和部分教学内容做了更新和调整。该课程标准的制定从医药企业对营销人才职业能力的需要出发，以“自主创业”为切入点，以“学生毕业后依法设立医药企业→依法经营管理医药企业→处理医药企业日常经营管理中的法律事务和经济纠纷”为主线，以“学生具备以上能力”为落脚点，设计出能满足学生将来工作需求和职业发展需求的，基于“工

作过程导向”的由若干学习项目和任务组成模块式的教学内容。

充分发挥学生在教学中的主体地位,依托校内校外的实训设施和条件,以各工作任务的特点为依据,结合学生的实际情况,科学合理地设计、运用灵活多样的教学方法,形成既能激发学生学习兴趣,又能培养、提高学生实践能力的教学氛围,实现学中做,做中学。

本课程作为一门实践性很强的学科,实训教学显得尤为重要。在明确实训目标的基础上,结合课程基本知识,充分发挥学生在教学中的主体地位。根据校内校外的实训设施和条件,结合学生的实际情况,科学合理地设计、运用灵活多样的教学方法,设定实训项目和实训内容。充分利用线上线下混合式教学,综合运用情景模拟、案例分析、模拟法庭、小组攻关、网络交流、综合技能培养等实训法,将学生理论学习与实践、动脑与动手、知识与技能有机结合起来,从中激发学生学习法律知识的兴趣。通过研讨、实践、示范、交流构成了一个师生共同参与、理论与实践并举、教育和实践相结合的教学板块。同时,结合现实医药企业的规范设立、生产、经营过程为导向,以提高学生的实践操作能力和职业能力为目的,力求使学生毕业后,结合自身的营销专业知识和法律知识,能自主创业,或在工作中做到合法经营、依法管理;同时将思政教育内容融入到课程教学中,使思想政治理论教育与专业教育协调同步、相德益彰,真正实现在课堂教学主渠道中全方位、全过程、全员立体化育人。

三、课程目标

通过本课程的学习,在于培养学生有关药品经营管理法律知识方面的基本技能,接受法学思维和业务技能的基本训练,培养学生应用法律知识分析问题和解决问题的实际能力与创新意识,熟悉与药品经营管理相关的法律,并具有较强的自学能力,适应社会岗位需要。通过思政元素的融入,激发学生对社会主义法治思想、社会主义核心价值观与优秀传统文化的认同感,培养学生诚信、德法兼备、依法办事的品质,提高学生的语言表达、沟通协调、随机应变和团队协作能力,同时提升学生的职业法律素养。

1. 专业知识目标

通过本课程的学习,应掌握的理论知识有:

(1) 药品经营管理活动过程中常用的经济法律法规的内容。

(2) 我国药品监督、经营质量管理及《药品管理法》等法律、法规的基本内容。

(3) 与学生生活工作紧密联系的民法、行政法、劳动法等部分内容。

2. 专业能力目标

- (1) 各类型企业的设立；
- (2) 起草公司章程；
- (3) 撰写合伙协议；
- (4) 普通诉状、答辩状、仲裁协议等常见法律文书的撰写；
- (5) 常用合同的订立、审核；
- (6) 劳动合同的订立、审核；
- (7) 正确识别假药、劣药；
- (8) 正确进行药品销售和发布药品广告；
- (9) 正确填写药品批发、零售企业的记录单；
- (10) 运用法律知识解决实际问题的能力。

3. 专业素质目标

(1) 营造自主学习氛围，引导、培养学生运用现代网络和资料室资料，查阅典型案例与法律知识的学习能力；

(2) 激发学生积极主动探索学习法律知识的兴趣，运用所学知识解决简单经济纠纷的迫切愿望；

(3) 培养学生的法律素养，充分认识守法的重要性，树立以法律约束自己行为的世界观，今后在工作中做到合法经营、依法管理；

(4) 增强法制观念，提高法律意识，树立利用法律维护自己合法权益的法律观念，学会用法律的武器保护企业和自身的合法权益；

(5) 培养学生团结协作精神。

4. 思政育人目标

(1) 以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领、以法治思想、社会主义核心价值观、中华优秀传统文化与药者仁心作为本课程的根本目标，融入多个思政元素，将课程思政落实到每节课中。

(2) 通过优秀传统文化典型故事与药事法律典型案例分析与学习法律制度，

激发学生对社会主义核心价值观、法治思想的认同感，培养学生诚实守信、德法兼备的品质，提高学生的沟通表达能力、团结协作与自我学习的能力。

(3) 树立正确、合法的技能观，努力提高自己的技能，服务人民，奉献社会，绝不利用自己的专业优势从事违法犯罪活动，树立“做药就是做良心”崇高的职业理想，引导学生利用所学知识为人民的健康事业做出应有的贡献。

四、学时分配

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
项目一 法律基础知识	任务1 正确认知法律	2	0	2
	任务2 正确认知法律关系	2	0	2
项目二 企业法律制度	任务1 依法设立个人独资企业	1	1	2
	任务2 依法设立合伙企业	2	2	4
	任务3 依法设立公司	4	2	6
项目三 合同法律制度	任务1 订立、审核合同	1	1	2
	任务2 辨认合同的效力	2	0	2
	任务3 按合同约定履行合同	2	0	2
	任务4 运用合同法知识，分析、解决实际问题	0	2	2
项目四 工业产权法律制度	任务1 运用所学商标法知识分析、解决具体法律问题	1	1	2
	任务2 运用所学专利法知识分析、解决具体法律问题	1	1	2
项目五 市场管理法律制度	任务1 分析不正当竞争行为的性质，并依法进行处理	1	1	2
	任务2 熟悉产品质量法的规定，运用法律条文解决实际问题	1	1	2
	任务3 熟悉消费者的权利和经营者的义务，运用法律条文解决实际问题	1	1	2
	任务4 熟悉反垄断法的规定，运用法律条文解决实际问题	1	1	2
项目六 税收法律制度	任务1 运用税法知识，处理、解决实际问题	2	0	2

项目七 劳动法律制度	任务1 依法签订劳动合同	1	0	1
	任务2 运用所学的劳动法知识分析和解决具体法律问题	0	1	1
项目八 药品监督管理法律制度	任务1 了解药品管理法	1	0	1
	任务2 了解国家基本药物制度	1	0	1
	任务3 了解药品分类管理,	1	1	2
	任务4 熟悉药品的标识管理	1		1
	任务5 了解药品电子监管的操作步骤	1		1
	任务6 了解特殊药品的管理	1	1	2
项目九 药品经营管理和使用管理规定	任务1 熟悉药品经营管理和使用管理规范以及流通监督管理办法	1	0	1
	任务2 熟悉药品经营质量管理规范	1	0	1
	任务3 熟悉药品流通监督管理办法	1	0	1
	任务4 熟悉基本医疗保险用药管理相关的法律规定	1	1	2
	任务5 药品不良反应报告和监测管理办法	1	0	1
	任务6 药品价格管理的相关法律规定	1	0	1
	任务7 药品广告方面的相关法律制度	2	1	3
	任务8 熟悉药品电子商务经营规定	1	0	1
项目十 经济纠纷的解决	任务1 运用诉讼、仲裁的方式解决经济纠纷	1	0	1
	任务2 模拟诉讼或仲裁程序	0	1	1
合计		40	20	60

五、课程内容及实施设计

《药品经营管理法律实务》课程教学内容及实施设计一览表

序号	项目 (章节)	任务	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
						教学方法	教学环境
1	项目一 法基础	任务1 正确认知法律	法律的概念及调整	了解法的产生和发展、法律渊源,掌握法的概念和	能够理解法的特征及法律效力	案例教学	多媒体教

	知识		对象	调整对象			室
		任务2 认知 法律关系	法律关系的 构成要素	掌握法律关系的 构成要素，了解民 事法律行为的相 关概念	能用运用法律关 系的方法分析案 件	分 组 讨 论	多媒 体教 室
2	项目二 企业法律 制度	任务1 依法设立 个人独资 企业	个人独资 企业法及 相关规定	理解个人独资企 业的概念，掌握个 人独资企业的设 立条件、设立程序	能熟练运用所学 知识，依据个人 独资企业法规定 的条件、程序设 立个人独资企业	案 例 教 学	多媒 体教 室
		任务2 依法设立 合伙企业	合伙企业 法及相关 规定	识记普通合伙企 业和有限合伙企 业的概念，掌握其 设立条件、设立程 序、合伙协议的 内容，熟悉入伙退 伙的法律规定	能依法设立合伙 企业，会审查、 修改、起草合伙 协议	案 例 教 学	多 媒 体 教 室
		任务3 依法设立 公司	公司法及 相关规定	熟悉有限责任公 司和股份有限责 任公司的设立条 件和设立程序、了 解它们的组织机 构及其职权范围， 掌握两者间异同 点	能运用所学知识 依法设立公司， 在现实中能正确 选择适合自己创 业的公司形态	项 目 教 学	多 媒 体 教 室
		任务4 用所学企 业法知识 分析、解 决具体法 律问题	个人独资 企业法、 合伙企业 法、公司 法及相关 规定	掌握投资人的权 利与义务、企业 设立的条件和程 序，熟悉企业解 散和清算的有关 规定	能熟练运用所学 知识，分析和解 决有关个人独资 企业、合伙企业、 公司的具体法律 问题	小 组 讨 论 案 例 教 学	多媒 体教 室
3	项目三 合同法律 制度	任务1 订 立、审核 合同	合同订立的 程序、合 同的主要 条款	理解合同订立的 程序，掌握合同 的主要条款	运用合同法知 识，学会订立、 审核、修改合 同	案 例 教 学 项 目 教 学	多媒 体教 室
		任务2 辨 认合同的 效力	合同的效 力	掌握合同的生效 要件，理解和掌 握效力待定的合 同、	会运用合同法知 识辨析合同的效 力	案 例 教 学	多媒 体教 室

				把握无效合同、可撤销合同的种类			
		任务3 依合同约定履行合同	合同的履行、违约责任等	理解抗辩权、违约责任、代位权、撤销权的概念,掌握违约责任及承担方式	讲诚信,能按合同约定履行合同	案例教学	多媒体教室
		任务4 运用合同法知识,分析、解决实际问题	合同法的有关规定		运用合同法知识,分析、解决实际问题	小组讨论 案例教学	多媒体教室
4	项目四 工业产权法律制度	任务1 运用所学商标法知识分析、解决具体法律问题	商标法及相关规定	了解商标和商标法的概念,掌握商标注册的原则、条件及商标权的保护	能够运用商标法知识,分析、解决实际问题	小组讨论 案例教学	多媒体教室
		任务1 运用所学专利法知识分析、解决具体法律问题	专利法及相关规定	了解专利和专利法的概念,掌握专利申请的原则、条件及专利权的保护	能够运用专利法知识,分析、解决实际问题	小组讨论 案例教学	多媒体教室
5	项目五 市场监督管理法律制度	任务1 分析不正当竞争行为的性质,并依法进行处理	反不正当竞争法及相关规定	熟悉反不正当竞争法的基本原则,掌握不正当竞争行为的种类及表现形式	能运用所学知识分析和解决具体法律问题	情景模拟 案例教学	多媒体教室
		任务2 熟悉产品质量法的规定,运用法律条文解决实际问题	产品质量法及相关规定	熟悉产品质量法的适用范围,了解我国产品质量监督与管理的制度,掌握生产者、销售者的产品质量责任和义务。	能运用所学知识分析和解决产品质量纠纷及有关法律问题	案例教学	多媒体教室

		任务3熟悉消费者的权利和经营者的义务,运用法律条文解决实际问题	消费者权益保护法及相关规定	理解消费者的概念,掌握消费者的权利和经营者的义务及消费争议的解决途径等内容	会运用消法知识分析、解决实际问题;能够依法维护自己作为消费者享有的合法权益,并积极同侵犯消费者合法权益的行为作斗争	情景模拟 案例教学	多媒体教室
		任务4熟悉反垄断法的规定,运用法律解决实际问题	反垄断法及相关规定	掌握垄断的概念、表现形式及相应的法律责任	能运用所学知识和分析和解决垄断及相关的法律问题	案例教学	多媒体教室
6	项目六 税收法律制度	任务1运用税法知识,处理、解决实际问题	税法的构成要素、我国的主要税种	了解税法的构成要素,掌握现行各税种的征税对象、税率、计税依据、纳税环节等相关内容	能运用所学知识和分析和解决有关税收征收的具体法律问题	案例教学	多媒体教室
7	项目七 劳动法法律制度	任务1依法签订劳动合同	劳动合同的内容、解除、和终止等。	了解劳动合同的种类、形式,掌握劳动合同的基本内容,熟悉劳动合同撰写的注意事项	会签订和审核劳动合同	案例教学 项目教学	多媒体教室
		任务2运用所学的劳动法知识分析和解决具体法律问题	劳动基准制度和劳动争议的解决	熟悉劳动基准制度和劳动着社会保险等内容,掌握劳动争议的解决方式	能运用所学法律知识分析、解决各种劳动纠纷案件	案例教学	多媒体教室
8	项目八 药品监督管理法律制度	任务1熟悉药品管理法的有关规定	药品管理法	掌握药品生产、经营、使用、广告、价格、监督管理的规定和法律责任	正确识别假药、劣药	案例教学	普通教室
		任务2熟悉国家的基本药物制	药品经营许可证管理办法	掌握药品经营许可证的管理要求和法律责任	能按程序领取药品经营许可证	讲授法	普通教室

		度					
		任务3 熟悉药品的分类管理和标识管理	药品分类管理	掌握处方药和非处方药的生产、销售、包装、广告等管理要求	能正确进行药品销售和发布药品广告	现场教学 案例教学	模拟药店 或店
		任务4 熟悉药品经营质量管理规范的有关规定	药品经营质量管理规范	掌握药品批发、零售的管理规定	能正确填写药品批发、零售企业的记录单	现场教学 案例教学	模拟药店 或店
		任务5 熟悉电子药品的监管要求以及操作步骤	药品流通监督管理办法	掌握药品购销及监督管理规定和法律责任	能判断药品生产、经营企业在药品购销中行为的合法性	讲授法、 案例教学	普通教室
		任务6 熟悉药品的管理制度	特殊药品经营管理的规定	掌握特殊管理药品的种类和销售管理规定	能判断特殊管理药品销售过程的合法性	讲授法、 案例教学	多媒体教室
		任务10 熟悉药品电子商务经营规定的有关规定	药品电子商务经营规定	了解药品电子商务经营管理规定	能根据合法药品的信息判断电子商务经营药品的合格、合法性	讲授法	普通教室
9	项目九 药品经营管理和使用管理规定	任务1 熟悉药品经营管理和使用管理规范以及流通监督管理规范	药品管理法	掌握药品管理法主要内容	熟练运用药品相关的法律法规	讲授法	普通教室
		任务2 熟悉基本医疗保险用药管理与定点药店管理的有关	基本医疗保险用药管理与定点药店管理	掌握基本医疗保险药品目录的管理规定和定点药店的条件	能对定点药店中基本医疗保险药品的销售管理行为进行分析	讲授法	普通教室

		规定					
		任务3 了解药品不良反应报告和监测管理办法	药品经营企业药品不良反应的报告与处置			讲授法	
		任务4 熟悉药品价格管理的相关法律规定					
		任务5 熟悉药品广告方面的相关法律规定					
10	项目十 经济纠纷的解决	任务1 运用仲裁、诉讼的方式解决纠纷	审判 仲裁	熟悉经济审判的受案范围，经济审判的案件管辖；熟悉经济审判的程序；了解仲裁的特点、仲裁法适用范围，掌握仲裁程序及审理方式	能按照法律程序解决纠纷	案例教学	普通教室
		任务2 模拟诉讼程序	经济审判的程序	熟悉经济审判的程序	能按照审判的程序解决纠纷	模拟情景	模拟法庭

六、课程考核评价

《药品经营管理法律实务》课程考核内容及分值比例一览表

序号	教学模块	考核方式	考核项目	考核标准	比例
课程成绩	课堂提问	课堂抽查	知识、能力问答	每生每学期课堂回答2次及以上，要求思维清晰、表达流畅、回答观点基本正确	5%
			课堂考勤、学习态度	遵守课堂纪律、无迟到早退、听课反应积极	5%

			法治意识、药者仁心等职业素养		
	案例分析	案例实战	案例分析演练	能够综合运用所学的理论知识对案例进行深入剖析，寻求解决方案，要求能明确提出自己的看法，有独到的见解	20%
			法治意识、药者仁心等职业素养		
	实验实训	仿真实训	仿真模拟	按照给定的情景，通过小组讨论和分析，各自扮演不同角色，模拟出依照法律程序，处理法定事宜，并给出分析案例问题观点及答案的全过程。要求基本观点正确、条例清晰，模拟操作切合法律实际，论据充分、表达清楚以及体现团队合作精神。法治意识、药者仁心等职业素养	20%
	期末综合评价	期末综合鉴定	试卷测试理论知识	对所学的专业知识进行全面的考核	20%
			试卷测试实践能力	对相关的专业信息进行分析评价，考核学生对专业知识的综合运用能力	30%

药品经营管理法律法规课程的考核包括形成性考核和总结性考核两种类型，分值分别占 70%和 30%，每类考核中都包括了理论知识的考核和实践能力的考核，形成性考核中的理论知识考核和实践能力的考核分值分别占 20%和 20%，总结性考核中理论知识考核和实践能力考核分值分别占 20%和 30%左右，基本能够实现对专业综合能力的鉴定，尤其是形成性考核分值的提高，大大提高了学生日常学习的积极性，有利于学生综合能力的培养。

七、课程教学组织

本课程的理论教学主要运用讲授法、案例教学法、讨论法等教学方法进行教学。通过教学，使学生掌握药品经营管理的相关法律法规。

实训教学主要采用任务驱动、案例分析、仿真模拟等方法进行教学。通过教

学,使学生接受法学思维和业务技能的基本训练,提高学生的法律意识,培养学生运用法律知识防范和解决、处理经济活动中的实际问题的能力。

八、课程教学团队

共有 3 名教师承担本课程的教学。主讲教师应具有较高的学历,拥有丰富的、较为完善的知识体系,拥有实际的工作经验和相应的技能,能全面了解课程的内容,熟悉相关实训活动实施的要求和方法,并能指导其他教师进行相应的教学工作,以保障本课程教学的整体质量和效果。教学团队应兼具不同等级职称和年龄的教师,应有来自行业、企业的兼职教师,以提高课程实训的效果。

九、教学资源

为保证实际教学需要,教学单位可根据具体情况,应具备下列教学条件:

(一) 教材

李朝霞主编,《药品经营管理法律实务(第三版)》(全国高职高专药品类专业卫生部“十三五”规划教材) 人民卫生出版社 2018 年 08 月版。

(二) 实训条件

为确保本课程实训教学环节的质量,应配备模拟法庭、法律咨询模拟平台、计算机及网络等相应的硬件设施。

本课程可通过共享网络教学资源,包括授课教案、多媒体课件、课程练习、阅读书目、视频教学资料等,加强师生之间的沟通,促进学生的主动学习,为学生个性化学习创造良好的教学空间,提升教学效果。

(三) 参考资料

曾建飞 何玉龙 刘锋编,《经济法》(第四版)(高职高专规划教材) 厦门大学出版社 2015 年 01 月版。

张琳琳 沈力主编,《药事管理与法规》(全国高职高专药学类专业规划教材) 中国医药科技出版社 2015 年 08 月版。

王瑜主编《经济法(第二版)》(全国职业教育规划教材) 高等教育出版社 2016 年 02 月版;

马凤余、侯飞燕、张琳琳主编《药事管理与法规》(高职高专药学类专业十三五规划教材) 化学工业出版社 2018.02 月版

张楚、李晓慧主编《电子商务法》首都经济贸易大学出版社 2017 年 10 月版

十、课程建设等级说明

《药品经营管理法律实务》是一门专业基础课，于 2010 年确定为省级精品课程，建有技能训练营、知识检验库、教学课件、教学方案等教学资源。

山西药科职业学院 客户服务实务课程标准

执笔人：尹雪婷

参与人：白艳明

审核人：赵 敏

日 期：2020 年 11 月

客户服务实务课程标准

适用专业：工商管理专业及相关专业学生

学时数：30； 其中理论：15 实训：15

学分：2

一、课程定位

《客户服务实务》是一门实践性课程，课程的设计突出客户服务岗位需要，着力于客户服务能力的培养，基于客户服务岗位中的客户服务这一典型工作任务的工作过程选取教学项目内容，从而将工作过程转化为学习过程，使学生的理论学习和能力培养融为一体，体现教学过程的实践性、开放性和职业性。

二、课程标准构建思路

该课程是依据客户服务岗位中完成客户服务工作任务所需的职业能力设置的。以客户服务岗位典型工作任务为中心组织课程内容，项目设计以完成客户服务工作过程为线索序化工作任务来进行。让学生在完成具体项目的过程中学会完成相应工作任务，并构建相关理论知识，发展职业能力。课程内容突出对学生沟通能力、人际交往能力、分析力、执行力、应变力、忍耐力等职业能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要，并融合了客户服务职业资格证书对知识、技能和态度的要求。

三、课程目标

培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等工作，并能够在工作中自我

调节工作情绪和压力,为学生毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础,更要为学生的职业生涯中有能力不断获得新的职业技能和职业资格,创造更广阔的发展空间。

(一) 知识目标

- 1、沟通能力;
- 2、信息管理能力;
- 3、分析判断能力;
- 4、客户关系管理能力;
- 5、客服团队管理能力。;

(二) 能力目标

- 1、具有较好的对新的技能与知识自我学习、自我提高的能力;
- 2、具有较好的解决问题的方法能力、制定完善工作计划的能力;
- 3.具有较好的逻辑性、合理性的科学思维方法能力。

(三) 素质目标

- 1、具有良好的行为规范的和的职业道德;
- 2、具有良好的心理素质和身体素质;
- 3、具有客户第一的服务理念,养成主动服务客户的良好习惯;
- 4、养成自觉学习和良好的工作态度
- 5、具有较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力。

四、学时分配

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
项目一：了解淘宝客服	任务一：电商时代的新产物	2	0	2
项目二：了解客户心理，并拉近拉近距离	掌握客户十大心理	2	0	2
	如何拉近客户距离	2	0	2
项目三：学会介绍与应对	产品介绍的艺术	2	0	2
	产品介绍，把握交易关键步骤	2	0	2
	应对客户讲价的十大对策	2	0	2
项目四：学会提升效率与满意度	如何提升成交率	2	0	2
	如何提升客户满意度	2	0	2
项目五：紧跟物流，多与顾客沟通	物流的时效性	2	0	2
	电话沟通技巧	2	0	2
	让顾客主动 100%好评策略	2	0	2
项目六：处理售后问题	处理中差评问题	2	0	2
	合理处理退换货问题	2	0	2
	合理处理客户投诉	2	0	2
项目七：考试	考试	2	0	2
合计				

五、课程内容及实施设计

计算机应用基础课程教学内容及实施设计一览表

序号	项目 (章节)	任务	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
						教学方法	教学环境
1	项目一：了解淘宝客服	电商时代的新产物	了解淘宝客服定义、提供增值服务	了解淘宝客服工作流程、影响店铺成交量因素	掌握淘宝客服工作流程、影响店铺成交量因素	讲授、讨论、启发引导	网络机房
2	项目二：了解客户心理，并拉近拉近距离	任务一：掌握客户十大心理	客户十大心理	了解客户十大心理	掌握客户十大心理	讲授、讨论、启发引导	网络机房
		任务二：如何拉近客户距离	与客户交流的十大经典开场白	了解与客户交流的十大经典开场白	掌握与客户交流的十大经典开场白	讲授、讨论、启发引导	网络机房
3	项目三：学会介绍与应对	任务一：产品介绍的艺术	获取顾客信任，找到问题所在，提出解决方案	可以找到问题所在，提出解决方案	可以找到问题所在，提出解决方案	讲授、讨论、启发引导	网络机房
		任务二：产品介绍，把握交易关键步骤	摸清客户需求，介绍客户产品，使顾客信服	学会摸清客户需求，发现产品卖点，给顾客介绍产品	摸清客户需求，发现产品卖点，给顾客介绍产品	讲授、讨论、启发引导	网络机房
		任务三：应对客户讲价的十大对策	应对客户讲价的十大对策	应对客户讲价的十大对策	掌握客户讲价方法并掌握对策	讲授、讨论、启发引导	网络机房

序号	项目 (章节)	任务	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
						教学方法	教学环境
4	项目四：学会提升效率与满意度	任务一：提升成交率	快速采取行动，学会提高成交率	学会提高成交率	掌握提高成交率的方法	讲授、讨论、启发引导	网络机房
		任务二：提升客户满意度	学会赠送礼物，提升顾客满意度	学会提升顾客满意度	掌握提高顾客满意度的方法	讲授、讨论、启发引导	网络机房
5	项目五：紧跟物流，多与顾客沟通	任务一：物流的时效性	选择一个优秀的物流公司，并注意顾客下单后的七点事项	学会选择物流公司，掌握发货后会出现的问题	掌握产品发货后物流问题处理方法	讲授、讨论、启发引导	网络机房
		任务二：电话沟通技巧	基本电话沟通技巧	基本电话沟通技巧	掌握基本电话沟通技巧	讲授、讨论、启发引导	网络机房
		任务三：让顾客主动 100% 好评策略	让顾客好评的策略	让顾客好评的策略	掌握让顾客好评的策略方法	讲授、讨论、启发引导	网络机房
6	项目六：处理售后问题	任务一：处理中差评问题	处理中差评问题	学会处理客户中差评	掌握处理客户中差评问题的方法	讲授、讨论、启发引导	网络机房
		任务二：合理处理退换货问题	处理退换货问题降低损失	学会处理顾客退换货问题	掌握处理顾客退换货问题，最大程度降低损失	讲授、讨论、启发引导	网络机房
		任务三：合理处理客户投诉	处理顾客投诉问题	学会处理客户投诉	掌握学会处理客户投诉问题，挽回顾客的心	讲授、讨论、启发引导	网络机房

六、课程考核评价

客户服务实务课程考核内容、方式及分值比例一览表

序号	考核方式	考核项目	考核标准
课程 成绩 (100%)	上机作业与 课堂抽查 (50%)	上机作业及知 识、能力问答 (40%)	每个学生要在指定时间内完成统一要求的上机作业，一学期课堂回答2次以上，要求回答内容基本正确、口齿清楚、思维敏捷。
		课堂考勤、 学习态度(10%)	遵守课堂纪律、无迟到早退、听课反应积极
	期末综合 鉴定(50%)	理论性知识 (10%)	对所学的知识进行全面的考核
		实践能力(40%)	考核学生对所学知识的综合运用能力

客户服务实务课程的考核包括过程性考核和总结性考核两种类型，分值分别占 50%和 50%，过程性考核中的理论知识考核和实践能力的考核分值占 50%，总结性考核中理论知识考核和实践能力考核分值分别占 10%和 40%左右，基本能够实现对学生的综合能力的鉴定，尤其是过程性考核分值的提高，大大提高了学生日常学习的积极性，有利于学生能力的培养。

七、课程教学组织

客户服务实务是一门公共必修课程，课程教学组织主要采用以下方法：

1. 理论引导：本课程的“理论引导”主要是针对“实训项目”的内容所需要的知识点，引入理论知识。教学时应注意：废止单向灌输式的教学方式。引入适合培养职业技能

和职业素养的案例教学法，边讲授理论，边启发学生思维，以调动学生学习的积极性，提高教学效果，促进学生学习能力的发展。

2. 本课程实训环节的“项目驱动”即采用任务驱动、项目导向、课堂与实习地点一体化等行动导向的教学模式进行教学。

3. 教学总结，即从实训环节中的“项目或任务”内容中提炼出的“问题”引发学生积极“思考”，继而进行教学总结，引入和扩充知识点。

八、课程教学团队

（一）主讲教师

主讲教师应具有较高的学历，拥有丰富的、较为完善的知识体系，拥有实际的工作经验和相应的技能，能全面了解课程的内容，熟悉相关实训活动实施的要求和方法，并能指导其他教师进行相应的教学工作，以保障本课程教学的整体质量和效果。

（二）教师团队

本课程要求配备一支结构合理、素质优良的教学队伍。具体要求如下：

1. 职称和年龄结构合理，兼具不同等级职称和年龄的教师，保证教师队伍的教学水平和活力。

2. 学历层次较高，应具备本科或硕士以上学历。

3. 教师团队中应具有来自企业的人才，合理安排课程内容和方式，提高课程实训的效果。

4. 具备良好的专业素养和严肃认真的教学态度。

九、教学资源

为保证教学需要，教学单位可根据具体情况，至少应具备下列教学条件：

（一）教材

新突破电商编著《淘宝客服：把任何东西卖给任何人》
电子工业出版社 2017 年 3 月第 1 版。

（二）教学与实训条件

为确保本课程理论教学与实训教学环节的质量，为学生学习理论知识和培养实践能力提供必要的条件，应配备安装了足够数量的计算机、多媒体制作播放设备等先进设施的局域网机房作为教室，该教室能够连接 Internet 网络，每台计算机安装 Windows 7、Microsoft Office 2010 软件包、国家计算机一级等级考试模拟软件包。学生可以利用模拟软件进行实训。

本课程可通过共享网络教学资源，包括授课教案、多媒体课件、课程实例、阅读书目、视频教学资料等，加强师生之间的沟通，促进学生的主动学习，为学生个性化学习创造良好的教学空间，提升教学效果。

（三）参考资料

1. 李先国，曹献存主编 《客户服务实务》清华大学出版社 2011 年 06 月。
2. 廖文硕主编 《网络客户服务实务》重庆大学出版社 2016 年 1 月。

山西药科职业学院 商品信息采集课程标准

执笔人：尹雪婷

参与人：赵 敏

审核人：赵 敏

日 期：2020 年 11 月

适用专业：工商管理系学生

学时数：60（实践学时）

学分：3

一、 课程定位

《电子商务数据分析》课程定位于电子商务数据分析师，通过本课程的学习，使学生掌握调查方案设计、数据资料的收集、整理、分析和数据分析报告的撰写方法和思路，及运用相关数据处理工具进行数据分析的基本方法。该课程主要是培养学生完整数据分析的理念与运用相关数据处理工具进行数据分析的能力，为学生从事大数据应用技术相关岗位工作打下良好的基础，为将来进入电商企业从事数据分析打下基础。

二、 课程标准构建思路

在课程设计上根据数据分析就业岗位群任职要求，改革传统的课程体系和教学方法，形成以就业为导向，立足于学生职业能力培养和职业素养养成，突出课程的应用性和操作性。数据分析工作是一个有序开展的工作，顺序性和过程性很强，课程设计的思路正是依据工作任务的顺序和过程开展的，数据分析工作过程主要分为三个步骤，数据收集、数据分析、撰写数据分析报告，这三个项目构成了本课程学习内容的框架。通过任务驱动充分发挥学生的主体作用，让学生在完成具体任务的过程中来构建相关理论知识，发展职业能力，并提升职业素养。

三、 课程目标

课程设计遵循“以学生为主体”教育思想，依据“任务引领”为课程内容设计原则，以提高学生整体素质为基础，以培养学生市场调查与数据分析工具的使用能力、特别是创新能力和实际操作能力为主线，兼顾学生后续发展需要，选取符合数据分析职场所要求的知识、素质和能力为教学内容；在基本理论和基础知识的选择上以应用为目的，以“必需、够用”为度，服从培养能力的需要，突出针对性和实用性。注重培养学生在工作中对数据资料的收集、整理和分析处理能力，训练学生的专业能力、社会能力和方法能力。课程设计以能力为核心，围绕

能力的形成学习相关知识。

（一）能力目标

1. 能够进行调查方案的设计；具有独立完成其他社会调查工作任务的能力；
2. 具有搜集、处理、使用调查信息的能力；
3. 能使用专业知识分析企业市场营销活动中存在的问题；
4. 能应用现代计算工具和软件分析数据资料。

（二）知识目标

1. 了解和掌握市场调查的内容、程序及调查方案的设计方法；
2. 掌握数据资料收集方法；
3. 掌握数据信息处理和分析的方法，并能初步进行市场预测；
4. 掌握运用相关数据处理工具进行数据处理和分析的基本方法；
5. 具有撰写数据分析报告的能力。

（三）素质目标：

1. 具有良好的职业道德和敬业精神；
2. 具有组织协调能力；
3. 具有沟通与交流能力；
4. 具有团队意识和妥善处理人际关系的能力；
5. 具有理论联系实际的素质和创新能力

四、学时分配

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
项目一：电子商务数据分析概述	任务一：认识电子商务数据及数据分析	0	4	4
	任务二：电子商务数据分析的指标和流程	0	4	4
项目二：基础数据采集	任务一：数据采集的认知和渠道及工具	0	4	4
	任务二：市场、运营、产品数据采集	0	4	4

项目三：数据分类与处理	任务一：认识数据分类与处理	0	4	4
	任务二：分类统计	0	4	4
	任务三：数据处理	0	4	4
	任务四：数据计算	0	4	4
项目四：数据描述性分析	任务一：描述性统计分析	0	4	4
	任务二：趋势分析和对比分析	0	4	4
项目五：基础数据监控	任务一：流量监控	0	4	4
	任务二：销售及转化指标	0	4	4
	任务三：商品指标	0	4	4
	任务四：供应链指标	0	4	4
项目六：报表制作	了解数据报表的制作流程	0	4	4
合计		0	60	60

五、课程内容及实施设计

电商创业实训课程教学内容及实施设计一览表

序号	项目 (章节)	任务	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
						教学方法	教学环境
1	项目一：电 子 商 务 数 据 分 析 概 述	任务一：电子商务数据分 析的作用	电子商务数据的含义与 作用	熟悉电子商务数据的含义及分类。	能够熟练使用指标计算 公式对相应指标进行计算。	讲授、讨论、实 例演示、启发引 导、上机实践	网络机房
		任务二：电子商务数据分 析的应用	电子商务数据分析的分 类与应用	熟悉电子商务数据分析的含义、作 用和应用。	掌握电子商务的作用。	讲授、讨论、实 例演示、启发引 导、上机实践	网络机房
2	项目二：基 础 数 据 采 集	任务一：掌握运营指标	客户指标	了解电子商务数据分析的各类指标	能够熟练使用指标计算公式	讲授、讨论、实 例演示、启发引 导、上机实践	网络机房
		任务二：了解产品指标	掌握产品指标统计与分 析	熟悉产品分析	学会毛利率计算	讲授、讨论、实 例演示、启发引 导、上机实践	网络机房

序号	项目 (章节)	任务	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
						教学方法	教学环境
3	项目三：数 据 分 类 与 处理	任务一：认识数据分类与 处理	数据采集的概念和原则	了解数据采集的概念	熟悉数据采集的原则	讲授、讨论、实 例演示、启发引 导、上机实践	网络机房
		任务二：分类统计	分类汇总	掌握分类统计的方法	了解数据分类统计	讲授、讨论、实 例演示、启发引 导、上机实践	网络机房
		任务三：数据处理	数据的清洗及转化	掌握数据清洗的方法	了解数据转化	讲授、讨论、实 例演示、启发引 导、上机实践	网络机房
		任务四：数据计算	常规计算方法的对比	掌握常规计算的方法	了解加权计算	讲授、讨论、实 例演示、启发引 导、上机实践	网络机房
4	项目四：数 据 描 述 性 分析	任务一：描述性统计分析	认识描述性统计量	熟悉描述性统计量的类型	能够用 EXCEL 进行数据描述 性统计分析	讲授、讨论、实 例演示、启发引 导、上机实践	网络机房
		任务二：趋势分析与对比 分析				讲授、讨论、实 例演示、启发引 导、上机实践	网络机房

序号	项目 (章节)	任务	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
						教学方法	教学环境
5	项目五：基础数据监控	任务一：基础数据监控	掌握电子商务数据指标的监控方式	熟悉电子商务日常运营重点监控的数据指标	掌握数据异常原因分析与解决办法	讲授、讨论、实例演示、启发引导、上机实践	网络机房
		任务二：基础数据报表制作	了解日常及专项数据报表的制作	熟悉日常数据的报表制作	掌握专项数据的报表制作	讲授、讨论、实例演示、启发引导、上机实践	网络机房
		任务三：基础数据图表制作	掌握常见图表的制作和美化	了解常见图表类型	图表选择的原则与方法	讲授、讨论、实例演示、启发引导、上机实践	网络机房

六、课程考核评价

(一)、考核内容:电子商务数据分析基础

(二)、考核时间: 90 分钟

(三)、考核场地:机房

(四)、考核要求: 通过数据分析基础的学习,把网络平台数据分析理论知识、基本技能知识融入,根据电子商务数据分析知识结构,完成相应知识点考核。

(五)、评分标准:

满分为 100 分;

试卷样卷(附件)

笔 试

《电子商务数据分析基础》考试试卷

得分	
----	--

一、 单项选择题(共 10 题, 每小题 2 分, 共 20 分)

1. () 是转化漏斗模型的最后一个环节,它能够准确反映出店铺的整个成交转化情况。

- A. 有效入店率
- B. 咨询转化率
- C. 订单支付率
- D. 成交转化率

2. 函数 AVERAGE(A1:B5) 相当于 ()。

- A. 求(A1:B5)区域的最小值
- B. 求(A1:B5)区域的平均值
- C. 求(A1: B5)区域的最大值
- D. 求(A1:B5)区域的总和

3. 工作表被保护后,该工作表中的单元格的内容、格式 ()。

- A. 可以修改
- B. 不可修改、删除

C. 可以被复制、填充

D. 可移动

4. 产生图表的数据发生变化后，图表（ ）。

A. 会发生相应的变化

B. 会发生变化，但与数据无关

C. 不会发生变化

D. 必须进行编辑后才会发生变化

5. Excel 提供的的数据透视表，（ ）进行汇总。

A. 只能对多字

B. 只能对一个字段

C. 既能对多字段也能对一个字段

D. 不是用来汇总的

6. 在对数字格式进行修改时，如出现“#####”，其原因为（ ）。

A. 格式语法错误

B. 单元格长度不够

C. 系统出现错误

D. 以上答案都不正确

7. 设单元格 A1:A4 的内容为 8、3、83、9，则公式“=MIN(A1:A4, 2)”的返回值为（ ）。

A. 2

B. 3

C. 4

D. 83

8. 在 Excel 操作中，在“记录单”对话框右上角显示“4/20”，则可看出该数据表共有（ ）条记录。

A. 4

B. 20

C. 16

D. 24

9. 常用工具栏上“ Σ ”按钮的作用是（ ）。

A. 自动求和

B. 求均值

C. 升序

D. 降序

10. 在 Excel 中，在打印学生成绩单时，对不及格的成绩用醒目的方式表示（如用红色表示等），当要处理大量的学生成绩时，利用（ ）命令最为方便。

- A. 查找
- C. 数据筛选

- B. 条件格式
- D. 定位

得分	
----	--

一、 多项选择题（共 10 题，每小题 3 分，共 30 分）

1. 免费流量主要来自等（ ）途径。

- A. 已买到的商品
- B. 直通车
- C. 直接访问
- D. 商品收藏

2. 在 Excel 工作簿的单元格中可输入（ ）。

- A. 字符
- B. 中文
- C. 数字
- D. 公式

3. 关于“表格自动套用格式”命令，说法错误的是（ ）。

- A. 光标必须在表格中“表格自动套用格式”命令才有效
- B. “表格自动套用格式”命令在“格式”菜单中
- C. “表格自动套用格式”命令在“表格”菜单中
- D. 一旦应用了“表格自动套用格式”命令，表格的格式就不能被其他命令修改

4. 商品定价策略主要包括（ ）。

- A. 基于成本的定价
- B. 基于竞争对手的定价
- C. 基于商品价值的定价
- D. 基于商品利润的定价

5. 电商数据分析的常用方法主要有（ ）。

- A. 直接观察法
- B. AB 测试法
- C. 对比分析法
- D. 转化漏斗法

6. 波士顿矩阵是针对企业商品进行分析的工具，四个象限具有不同的定义和相应的战略对策，其中四个象限包括（ ）

- A. 明星产品
- B. 现金牛产品
- C. 问题产品

D. 瘦狗产品

7. Excel 的自动填充功能，可以自动填充（ ）

- A. 数字
- B. 公式
- C. 日期
- D. 文本

8. Excel 中可以导入数据的类型有（ ）

- A. ACCESS
- B. WEB
- C. Excel
- D. 文本文件

9. 以下选项中属于数据分析的工具的有（ ）

- A. Word
- B. PowerBI
- C. Excel
- D. Python

10. 关于 Excel 中的图表，说法正确的是（ ）

- A. 图表与生成的工作表数据相独立，不自动更新
- B. 图表类型一旦确定，生成后不能再更新
- C. 图表选项可以创建时设定，也可以创建后修改
- D. 图表可以作为对象插入，也可以作为新工作表插入

得分	
----	--

三、 填空题（共 5 题，每小题 2 分，共 10 分）

1. _____是企业进行电子商务活动时产生的行为数据和商业数据。
2. 数据采集是_____。
3. _____是对整个数据分析过程的总结与呈现。
4. 数据采集的原则有 _____。
5. 采集产品行业数据的核心目的是_____。

得分	
----	--

四、 判断题（共 10 题，每小题 1 分，共 10 分）

1. 在 Excel 软件中，表示一个数据区域时，例如：表示 A3 单元格到 E6 单元格，其表示方法为“A3:E6”。（ ）
2. 数据出现“#####”的形式是因为列宽不够，只需增加其列宽即可。（ ）
3. 在 Excel 中，如果要在工作表的第 D 列和第 E 列中间插入一列，先选中第 D 列的某个单元格，然后再进行相关操作。（ ）
4. 利用 Excel 提供的排序功能可以根据一行或多列的内容按升序、降序或用户自

定义的方式对数据进行排序。()

5. 工作表标签栏中的工作表位是固定的，不能移动。()

6. 变化趋势的分析方法包括定比和环比两种，其中定比是以某一时期为基数，其他各期均与该期的基数进行比较。()

7. 在某个单元格中输入公式“=SUM(\$A\$1:\$A\$10)”或“=SUM(A1:A10)”，最后计算出的值是一样的。()

8. 清除单元格是指删除该单元格。()

9. 统计分析需要 Excel 加载“分析工具库”，加载后便可以提供丰富的统计分析功能，如描述统计、假设检验、方差分析和回归分析等。()

10. 清除单元格是指将单元格及其中的内容删除，单元格本身不存在了。()

得分	
----	--

五、 问答题（共 5 题，每小题 6 分，共 30 分）

1. 举例说明市场类指标有哪些？（至少 8 个）

2. 运营数据采集分为哪几种？

3. 供应链数据采集有哪些？

4. 数据分析可以为企业带来哪些好处？

5. 数据分析是如何指导企业制定运营决策的？

七、教学建议

以学生职业发展为根本，重视培养学生的综合素质和职业能力，在教学过程中，从学生实际出发，因材施教，充分调动学生对本课程的学习兴趣，采用项目教学法，案例教学法等，创设工作情境，充分利用实物和多媒体等手段辅助教学。融入对学生职业道德和职业意识的培养，使学生掌握专业学习方法，提高自主学习能力。

（一）项目教学法

在项目教学的过程中以学生、项目和实践过程为中心，与传统教学法相比，更能激发学生的积极性，发掘学生的创新潜能，提高学生的综合能力。

（二）案例教学法

通过案例教学法，可以发展学生的综合分析能力和创新能力。案例来源于实现实际，需要学生综合运用理论知识及经验剖析案例，把握案例的关键，创造性地评价案例。发表自己的看法和见解。解决实际问题。比如电子支付中的诚信问题上。可以利用第三方支付工具的案例（如支付宝）来提出解决途径。

八、课程教学团队

（一）主讲教师

主讲教师应具有较高的学历，拥有丰富的、较为完善的知识体系，拥有实际的工作经验和相应的技能，能全面了解课程的内容，熟悉相关实训活动实施的要求和方法，并能指导其他教师进行相应的教学工作，以保障本课程教学的整体质量和效果。

（二）教师团队

本课程要求配备一支结构合理、素质优良的教学队伍。具体要求如下：

1. 职称和年龄结构合理，兼具不同等级职称和年龄的教师，保证教师队伍的教学水平和活力。
2. 学历层次较高，应具备本科或硕士以上学历。
3. 教师团队中应具有来自企业的人才，合理安排课程内容和方式，提高课程实训的效果。
4. 具备良好的专业素养和严肃认真的教学态度。

（三）参考资料

1. 《网络商务信息采集》是 2008 年中国经济出版社出版的图书，作者谭云明。
2. 《电子商务基础与应用》作者杨坚争。

《连锁经营原理与实务》 课 程 标 准

工商管理系
二〇二〇年

《连锁经营原理与实务》课程标准

课程代码：031215

适用专业：连锁经营管理（药品方向）

学时数：48 其中理论:36 实训：12

一、课程定位

《连锁经营原理与实务》课程是连锁经营管理（药品方向）专业必修的一门专业基础课程。通过学习该门课程，让学生对连锁经营有一个基本的认识，又为连锁经营管理（药品方向）专业后续的各个职能管理课程奠定基础，是培养连锁经营管理（药品方向）专业医药连锁管理人才的一个基础必备环节。其功能在于使学生明确连锁经营管理的基本特征，连锁门店设计与开发基本内容，连锁经营管理的基本环节，树立科学的管理思想，从而提高分析问题与解决问题的能力，形成连锁门店基层管理岗位所需要的基础管理技能与素质。

先修课程：《消费心理学》、《医药市场营销》

后续课程：《采购管理与品类管理》、《零售药店经营与管理》

二、课程标准构建思路

本课程依据《关于加快发展现代职业教育的决定》，以及《现代职业教育体系建设规划(2014-2029年)》相关文件规定，以“就业为导向”，进行“产教融合”，注重系统培养和学生的全面发展。针对连锁经营管理（药品方向）专业任务与职业能力分析表中完成连锁经营管理（药品方向）具体工作任务所需要的职业能力与素质，组织校内专业教师和校企合作的企业教师联合设计。其内容确定以完成连锁经营管理（药品方向）具体工作项目为出发点，根据高等职业院校学生的认知特点、工作任务的性质、工作流程等要求安排选取，同时考虑理实一体、任务驱动教学模式的实施。整体工作项目编排具有典型性、可操作性。课时安排48学时。其目的在于强化学生实践动手能力，实现教学活动、教学内容与职业要求相一致，使学生具有胜任连锁门店营业员基本职能岗位的必备知识与技能。

三、课程目标

1. 知识目标

(1) 掌握连锁企业运营与管理基础知识与先进理念

(2) 熟悉连锁企业经营与管理在现实经济中的运用

2. 能力目标

(1) 培养学生门店选址与商圈分析的能力

(2) 培养学生门店开发与设计的能力

(3) 培养学生采购管理的能力

(4) 培养学生门店运营中商品价格管理的能力

(5) 培养学生门店运营中促销应用能力

3. 素质目标

(1) 树立连锁经营管理的新思想、新观念

(2) 培养学生的创新意识和团结协作精神

(3) 培养科学、严谨、实事求是的工作作风和积极向上的工作态度

4. 课程思政

(1) 积极培育学生践行自由、平等、公正、法治、爱国、敬业、诚信、友善的社会主义核心价值观。

(2) 培养学生诚信经营，遵守社会主义市场秩序的信念。

四、课时分配表

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
项目一 什么是连锁经营与管理	任务1 初步认识连锁企业	1	0	1
	任务2 连锁经营与管理的特点	1	0	1
项目二 连锁经营的基本形式	任务1 连锁经营的三种基本形式	1	0	1
	任务2 三种形式的优缺点比较	1	0	1
项目三 连锁经营的主要业态	零售业、餐饮业、服务业的连锁经营业态	2	0	2
项目四 连锁门店的开发	任务1 初步掌握连锁门店商圈分析、如何选址	1	0	1
	任务2 不同业态连锁店的商圈分析及选址注意事项	1	0	1
	任务3 创新连锁企业门店开发	0	2	2
项目五 连锁门店的设计	任务1 连锁门店设计的主要方面	2	0	2

	任务 2 如何进行主要方面的设计	2	0	2
	任务 3 自创连锁企业门店进行设计	0	2	2
项目六 连锁企业的采购管理	任务 1 初步掌握连锁企业采购管理的主要内容和采购制度	2	0	2
	任务 2 初步掌握连锁企业品相管理	2	0	2
	任务 3 采购计划的编制	0	2	2
项目七 连锁企业的配送管理	任务 1 连锁企业配送管理的基本流程	1	0	1
	任务 2 连锁企业配送管理的主要内容	1	0	1
	任务 3 企业参观	0	2	2
项目八 连锁企业的商品策略	任务 1 正确地认识商品组合和分类	2	0	2
	任务 2 掌握品类管理	2	0	2
	任务 3 案例分析	0	1	1
项目九 连锁企业的价格策略	任务 1 初步掌握连锁企业定价内外因素分析	3	0	3
	任务 2 初步掌握连锁企业定价常用定价策略	3	0	3
	任务 3 案例分析	0	1	1
项目十 连锁企业的促销策略	任务 1 初步掌握连锁企业促销方法	2	0	2
	任务 2 促销方案设计主要内容	2	0	2
	任务 3 就某一主题设计促销方案	0	2	2
项目十一 连锁企业的主要职能管理	任务 1 初步掌握连锁企业智能管理	2	0	2
	任务 2 连锁企业智能管理主要内容	2	0	2
合 计		36	12	48

五、课程内容及要求

根据专业课程目标和涵盖的工作任务要求，确定课程内容和要求，说明学生应获得的知识、技能与态度。职业能力课程要尽量按照课程目标和涵盖的工作任务要求，确定课程内容和要求，基本素质课程可以按照教学单元或知识模块等来确定课程内容。

项目 (章节)	教学内容	知识要求	技能要求	素质要求	教学方法	教学环境
------------	------	------	------	------	------	------

连锁经营概述	什么是连锁经营管理;连锁经营管理的主要内容;特征	熟悉概念;掌握基本知识点	能对连锁经营管理有一个大概了解。	专心、持之以恒的学习精神	课堂讨论、案例分析	多媒体、云课堂
连锁经营基本形式	特许经营;直营连锁;加盟连锁	掌握每一种连锁方式的概念;特征;不同点	能区分三种不同连锁方式。	专心、持之以恒的学习精神	任务驱动;问题导向	多媒体、云课堂
连锁门店开发	商圈分析;选址分析;不同业态门店选址的注意事项。	熟悉概念;掌握基本知识点	能对连锁经营商圈、选址有一个大概了解。	良好的分析、判断能力	实地调研;任务驱动	多媒体、企业门店
连锁门店设计	招牌的设计、橱窗的设计;店面的设计;店面布局的原则和类型;卖场磁石理论;商品陈列的原则;商品陈列的方法;	掌了解店面美化与装饰的基本手段;掌握门店布局形式与合理的通道设计要求。掌握商品陈列的原则、方法;掌握卖场商品配置表。	能够说出门店的设计定位,独到之处。能够根据经营定位合理布局店面。初步具备对商品陈列进行选择、安排、评价的能力;	良好的审美能力;门店设计认知、判断能力;	动手操作、设计	多媒体、企业门店
连锁门店的采购管理	商品采购的方式、原则、基本流程;采购管理的基本内容;	了解采购的方式、原则;掌握采购的基本流程以及采购管理的基本内容;	熟悉采购流程;主要采购方式	团队意识;廉洁服务意识;	运用多媒体场景再现	多媒体、云课堂
连锁门店的配送管理	配送的流程;库存管理的方法;	了解采购验收的流程;掌握库存管理的方法;熟悉盘点的流程;	能描述出门店的配送流程;并提出自己的见解。	质量管理意识;以顾客为中心的服务意识	参观企业	多媒体、企业

连锁门店的商品策略	商品分类和组合;品类管理;	理解商品分类和商品组合的定义;掌握商品组合的优化;理解品类管理的关键步骤;	能依据门店需求,进行简单商品组合规划;会对不同品类角色的商品进行不同的管理	爱岗敬业、团队合作和创新的精神	任务驱动;实际操作	多媒体、云课堂
连锁门店的定价策略	价格的作用;连锁门店定价策略;连锁门店定价方法	了解企业定价原则和方法;理解商品价格带分析;掌握连锁企业定价方法;	能够对门店某类商品进行价格带分析;掌握连锁门店定价方法;能够依据门店需要选择合适的定价策略	爱岗敬业、团队合作和创新的精神	任务驱动;小组讨论	多媒体、云课堂
连锁门店的促销策略	促销策划的程序;促销策略。	了解门店促销的作用;掌握促销策划的程序	能判断门店运用的各种促销策略;对各种促销方案进行分析。	团队合作精神;良好的沟通与倾听能力;引导与判断能力。	任务驱动;实际操作	多媒体、云课堂
连锁门店的职能管理	人力资源管理;财务管理;信息管理	了解连锁企业的人力资源管理、财务管理、信息管理;	简单掌握连锁企业人力资源、财务管理、信息管理;管理部门的主要职能	团队合作精神;良好的沟通与倾听能力;引导与判断能力	理实一体	多媒体、云课堂

六、教学方法的使用

1、案例教学,主要包括文字案例7个,这些案例提供学生阅读和讨论主要内容。在课堂上,通过讨论案例,分析案例,教师和学生共同提问题,学生答辩的方式,获得案例启示。

2、企业参观学习,了解连锁门店的店铺外观,内部商品陈列,商品的品类、仓储状况、人员的零售服务等基本情况;从更直观的角度去了解一个连锁企业门店的运营状况。

3、角色扮演,通过学生活动,分小组进行不同角色的扮演。明确连锁门店中主要几种角色,及其主要职责;从而直观的了解一个连锁门店的人员组成情况。

4、多媒体前沿信息共享。通过电视网络,微信、行业企业网站等信息媒体,

针对行业现状、企业门店的实际问题，组织学生进行研讨。通过研讨，增强学生的分析解决问题的能力。

七、教学考核要求

《连锁经营原理与实务》课程考核内容及分值比例一览表

序号	教学模块	考核方式	考核项目	考核标准	比例
课程成绩	平时考核	1. 教学参与考核、课堂知识完成质量考核	1. 出勤、课堂主动发言情况、分组讨论表现情况等 2. 学生对教学主体内容的掌握与理解程度、对基本原理的灵活运用和分析能力以及学生的自主学习能力和信息收集与处理的能力	遵守课堂纪律、无迟到早退、听课积极主动，回答问题完整准确；课堂活动热情参与，积极准备；能认真、按时、较高质量完成作业，得满分 20 分。不符合要求者酌情扣分。	50%
		2. 实践活动完成质量考核	学生在实践中运用所学知识、原理解决实际问题的技能和创新能力	能够综合运用所学的理论知识对案例进行深入剖析，通过小组讨论和决策，寻求解决的方案，要求能明确提出自己的看法，有独到的见解，而且条理清晰，论据充分、表达清楚以及体现团队合作精神，得满分 30 分。不符合要求者酌情扣分。	
	期末考核	试卷	理论知识考核、实践能力考核	卷面以百分制制卷，按学生的实际卷面成绩*50%计分	50%

八、课程教学组织

课程教学要以调动学生的积极性为核心，要有利于发挥学生的主体作用，有利于培养学生学会学习，有利于培养学生的创新精神，有利于学生个性和潜能的发展。除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，适应高职的要求，探索并完善下列方法：头脑风暴法、案例分析、角色扮演等方法。理论教学可借助多媒体、云课堂、微课、视频动画等教学手段进行。实践环节可以在课内，也可以在企业完成。作业每节理论课后布置，量适度。

九、教材、教学资源的开发利用

选用教材时，参考高职院校的学生的接受能力，符合职业教育的本色要求，选取适合自己专业，适合自己学生的教材。

1. 参考书目：

- 【1】陈葆华主编.《连锁经营管理与实务》[M]. 北京：北京大学出版社，2014
- 【2】寇长华主编.《大数据与连锁经营管理》[M] .科学出版社，2016
- 【3】周三多等主编.《管理学-原理与方法》[M] . 上海：复旦大学出版社，2018
- 【4】魏国平主编.《连锁经营管理与实务》[M] .华南理工大学出版社，2011
- 【5】马凤棋、时应峰主编.《连锁经营管理与实务》[M] .大连：大连理工大学出版社，2012

2. 运用学习通、蓝墨云等云课堂，微课、视频、动画、文本等多种多媒体教学资源辅助教学，为学生学习理论知识和实践能力培养提供更丰富的资源。

《管理学基础》 课程标准

工商管理系
二〇二一年

《管理学基础》课程标准

课程代码：

适用专业：药品经营与管理、连锁经营与管理

学时数：48 其中理论：32；实训：16

学分：2

一、课程定位

《管理学基础》是药品经营与管理、连锁经营与管理专业的一门重要的专业基础课程。为学生将来从事医药商品经营与管理或自主创业提供专业知识和技能。通过对学生进行管理学基本理论的讲授和技能的训练，直接为培养学生的管理能力服务，同时，又为药品经营与管理、连锁经营与管理专业后续的各个职能管理课程奠定基础，是培养药品经营与管理、连锁经营与管理专业人才的一个必备环节。其功能在于使学生明确管理的各项职能、管理的任务、程序和方法，树立科学的管理思想，从而提高分析问题与解决问题的能力，形成基层管理岗位所需要的综合管理技能与素质。

后续课程：《连锁经营原理与实务》、《医药市场营销》等

二、课程标准构建思路

本课程是依照药品经营与管理、连锁经营与管理专业任务与职业能力分析，组织校内专业教师、行业专家和教育专家设计的。其内容确定以完成药品经营与管理、连锁经营与管理具体工作项目为出发点，根据高等职业院校学生的认知特点、工作任务的性质、工作流程等要求安排选取，同时考虑理实一体、任务驱动教学模式的实施。整体工作项目编排具有典型性、可操作性。课时安排 48 学时。其目的在于强化学生实践动手能力，实现教学活动、教学内容与职业要求相一致，使学生具有胜任药品经营与管理、连锁经营与管理岗位的必备知识与技能，充分发挥学生在学习中的主体地位，依托校内校外的实训设施和条件，以各工作任务的特点为依据，结合学生的实际情况，科学合理设计、运用灵活多样的教学方法，形成既能激发学生学习兴趣，又能培养、提高学生实践能力的教学氛围，实

现学中做，做中学。

三、课程目标

1. 知识目标

- (1) 掌握管理基础知识与先进理念
- (2) 熟悉管理基础知识在医药连锁中的运用

2. 能力目标

- (1) 培养学生计划与决策的能力
- (2) 培养学生组织与人事的能力
- (3) 培养学生领导与沟通的能力
- (4) 培养学生控制与信息处理的能力

3. 素质目标

- (1) 树立管理的新思想、新观念
- (2) 培养学生的创新意识和团结协作精神
- (3) 培养科学、严谨、实事求是的工作作风和积极向上的工作态度

4. 课程思政

- (1) 培养学生的工匠精神
- (2) 弘扬社会公平正义，促进社会和谐稳定

四、学时分配

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
项目一 管理活动与管理者	任务 1 初步认识管理活动	2	0	2
	任务 2 准确理解管理者是做什么的	2	0	2
	任务 3 了解管理的对象与管理环境	2	0	2
	任务 4 案例分析	0	2	2
项目二管理理论的发展演进	任务 1 运用中外早期管理思想、古典管理理论分析和处理实际管理问题	1	0	1
	任务 2 运用行为管理理论、现代	2	0	2

	管理理论分析和处理实际问题			
	任务 3 案例分析	0	1	1
项目三 决策	任务 1 正确区分组织中不同类型的决策；正确分析影响决策的因素	2	0	2
	任务 2 运用恰当决策方法进行实际问题决策	2	0	2
	任务 3 案例分析	0	2	2
项目四 计划	任务 1 初步掌握计划职能在日常工作和生活中的重要意义；掌握计划编制的过程及方法	1	0	1
	任务 2 初步掌握如何制定目标。学习目标管理的实践性。	1	0	1
	任务 3 案例分析	0	2	2
项目五 组织	任务 1 初步认识和理解组织	2	0	2
	任务 2 具备组织结构设计的必备理论知识与初步能力	2	0	2
	任务 3 正确地进行人力资源管理	2	0	2
	任务 4 案例分析	0	2	2
项目六 领导	任务 1 初步掌握领导职能的内涵；掌握领导权力的构成，懂得领导权力的来源和使用	1	0	1
	任务 2 初步掌握领导职能的内涵；掌握领导权力的构成，懂得领导权力的来源和使用	1	0	1
项目七 激励	任务 1 正确地认识激励；运用恰当激励理论分析和从事激励活动	2	0	2
	任务 2 运用恰当的激励方法进行激励活动	2	0	2
	任务 3 案例分析	0	2	2
项目八 沟通	任务 1 正确地认识沟通活动；运用恰当的沟通形式进行沟通活动；正确地处理沟通中的障碍	2	0	2

	任务 2 案例分析	0	2	2
项目九 控制	任务 1 初步认识控制；掌握控制过程以及有效控制的实现方式	2	0	2
	任务 2 熟悉各种控制方法	1	0	1
	任务 3 案例分析	0	3	3
合 计		32	16	48

五、课程内容及实施设计

《管理学基础》课程教学内容及实施设计一览表

序号	项目 (章节)	任务	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
						教学方法	教学环境
1	项目一 管理活动与管理者	任务 1 初步认识管理活动	管理的定义、性质、基本职能	了解管理活动的产生；掌握管理的定义、理解管理基本职能；了解管理的属性	培养学生对管理活动的正确认知能力	讨论、启发式	多媒体教室
		任务 2 准确理解管理者是做什么的	管理者的角色、管理者的素质与技能	理解和掌握不同层次管理者的角色与技能；掌握管理者的素质要求	培养学生对管理者职责与技能的分析能力；能有意识地培养自己的管理素质	讨论、启发式	多媒体教室
		任务 3 了解管理的对象与管理环境	管理客体、管理对象	了解管理对象的构成与环境分类		讨论、启发式	多媒体教室
		任务 4 案例分析			能够运用所学知识，分析相关的案例，培养学生对管理活动的正确认知能力和培养学生对管理者职责与技能的分析能力	案例分析	多媒体教室
2	项目二 管理理论的发展	任务 1 运用中外早期管理	中外早期管理思想、古典	了解中外早期管理思想的主要观点；掌握	培养对管理思想的认知和理解能力	讨论、启发式	多媒体教室

	展演进	思想、古典管理理论分析和处理实际问题	管理理论	古典管理理论与的主要思想			室
		任务 2 运用行为管理理论、现代管理理论分析和处理实际问题	行为管理理论、现代管理理论	掌握行为管理理论的主要思想；掌握现代管理理论的要及最新发展趋势	培养对管理思想的认知和理解能力	讨论、启发式	多媒体教室
		任务 3 案例分析			培养对管理思想的认知和理解能力；培养运用所学理论分析和处理实际问题的能力	案例分析	多媒体教室
3	项目三 决策	任务 1 正确区分组织中不同类型的决策；正确分析影响决策的因素	决策的原则、决策的类型、决策过程、决策的影响因素	了解决策在管理中的地位，掌握决策的基本内涵；掌握决策的不同分类、决策时应遵循的基本原则；掌握决策的程序、关键步骤		讨论、启发式	多媒体教室
		任务 2 运用恰当决策方法进行实际问题决策	定型决策方法、定量决策方法	掌握决策的主要方法		讨论、启发式	多媒体教室
		任务 3 案例分析			培养正确地分析界定问题和进行科学决策的能力	案例分析	模拟公司
4	项目四 计划	任务 1 初步掌握计划职能在日常工作和生活	计划的概念、特征、重要性、计划工作的程序、编制方	理解和掌握计划的概念、性质、类型及编制过程	培养学生的计划性和编制计划书得能力	讨论、启发式	多媒体教室

		中的重要意义；掌握计划编制的过程及方法	法、编制计划的要领				
		任务2 初步掌握如何制定目标。学习目标管理的实践性	目标管理的概念、目标管理的特点、目标管理的过程	掌握目标管理的概念及特点	培养学生的目标性	讨论、启发式	多媒体教室
		任务3 案例分析			能够运用所学知识，分析相关的案例，培养学生的计划性、目标性	案例分析	模拟公司
5	项目五 组织	任务1 初步认识和理解组织	组织的涵义、组织设计的任务、组织结构设计的原则	掌握组织的涵义；掌握组织结构设计的原则；理解组织职能的重要性		讨论、启发式	多媒体教室
		任务2 具备组织结构设计的基本理论知识与初步能力	常见的组织结构的典型形式	掌握组织结构形式的基本类型	具有初步设计企业组织结构形式的能力	讨论、启发式	多媒体教室
		任务3 正确地进行人力资源管理	人力资源的管理的含义、程序、人力资源规划、员工招聘、人员培训、人员考核、职业计划与职业生涯发展	理解人力资源管理的内容；掌握人员配备的原则	培养聘任、考核的能力	讨论、启发式	多媒体教室
		任务4 案例分析			能够运用所学知识，分析相关的案例，培养学生简单的组织	案例分析	模拟公司

					结构设计的能力；培养对管理问题分析、归纳与表达的能力。		
6	项目六 领导	任务 1 初步掌握领导职能的内涵；掌握领导权力的构成，懂得领导权力的来源和使用	领导的概念、领导权力	了解领导的概念、作用；掌握领导权力形成机制与运用要领	培养学生有效运用领导者权力的能力	讨论、启发式	多媒体教室
		任务 2 初步掌握领导职能的内涵；掌握领导权力的构成，懂得领导权力的来源和使用	人性假设、领导品质理论、领导行为理论、权变领导理论	理解人性假设理论的实践意义。学习运用领导品质理论、领导行为理论及领导权变理论		讨论、启发式	多媒体教室
		任务 3 案例分析			能够运用所学知识，分析相关的案例，培养学生有效运用领导者权力的能力，使学生懂得领导在工作中所采取的权变领导方式；培养对管理问题分析、归纳与表达的能力	案例分析	多媒体教室
7	项目七 激励	任务 1 正确地认识激励；运用恰当激励理论分析和从事激励活动	激励的概念、激励的过程、作用、内容型激励理论、过程型激励理论、行为改造型激励理论	了解激励的含义与激励的过程，了解激励在管理中的作用；掌握主要的激励理论与应用特点	培养对激励职能的认知和理解能力；运用所学激励理论分析激励活动的能力	讨论、启发式	多媒体教室

		任务 2 运用恰当的激励方法进行激励活动	激励的原则、激励的方法、激励设计	掌握激励时应遵循的原则及激励方法	培养运用所学激励原则及方法从事激励活动的能力	讨论、启发式	多媒体教室
		任务 3 案例分析			能够运用所学知识，分析相关的案例，培养学生培养对激励职能的认知和理解能力；培养运用所学激励理论、原则及方法分析和从事激励活动的能力；培养对管理问题分析、归纳与表达的能力	案例分析	模拟公司
8	项目八 沟通	任务 1 正确地认识沟通活动；运用恰当的沟通形式进行沟通活动；正确地处理沟通中的障碍	沟通的定义、作用、过程、沟通的形式、有效沟通的障碍及实现	掌握沟通的含义与沟通的过程，掌握有效沟通以及沟通障碍消除的方法；理解沟通在管理中的重要性；了解沟通的主要形式	培养有效沟通的能力	讨论、启发式	多媒体教室
9	项目九 控制	任务 1 初步认识控制；掌握控制过程以及有效控制的实现方式	控制的含义、类型、控制要领、控制过程	理解控制的含义、类型；掌握控制的基本过程	能够科学的实施控制过程解决实际生活中出现的问题	讨论、启发式	多媒体教室
		任务 2 熟悉各种控制方法	预算控制法、非预算控制法、控制的现代化方法	熟悉控制方法	能够用适当的控制方法解决实际生活中出现的问题	讨论、启发式	多媒体教室
		任务 3 案例分析			能够运用所学知识，分析相关的案例，培养学生有效运用控制的能力；培养对管理问题分	案例分析	多媒体教室

					析、归纳与表达的能力		
--	--	--	--	--	------------	--	--

六、课程考核评价

《管理学基础》课程考核内容及分值比例一览表

序号	教学模块	考核方式	考核项目	考核标准	比例
课程成绩	平时考核	1. 课堂参与考核、作业完成质量考核	1. 出席情况、课堂主动发言情况、分组讨论表现情况等 2. 学生对教学主体内容的掌握与理解程度、对基本原理的灵活运用和分析能力以及学生的自主学习能力和信息收集与处理的能力	遵守课堂纪律、无迟到早退、听课反应积极，每个学生一学期课堂回答 2 次以上，要求回答内容基本正确、口齿清楚、思维敏捷，能认真、按时、较高质量完成作业，得满分 10 分。不符合要求者酌情扣分。	50%
		2. 实践活动完成质量考核	学生在实践中运用所学知识、原理解决实际问题的技能 and 创新能力	能够综合运用所学的理论知识对案例进行深入剖析，通过小组讨论和决策，寻求解决的方案，要求能明确提出自己的看法，有独到的见解，而且条理清晰，论据充分、表达清楚以及体现团队合作精神，得满分 40 分。不符合要求者酌情扣分。	
	期末考核	试卷	理论知识考核、实践能力考核	卷面以百分制制卷，按学生的实际卷面成绩*50%计分	50%

七、课程教学组织

课程教学要以调动学生的积极性为核心，要有利于发挥学生的主体作用，有利于培养学生学会学习，有利于培养学生的创新精神，有利于学生个性和潜能的发展。以模拟实践教学为主线，建立参与式、交互式、模拟教学和实训为一体的教学方法体系。除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，适应高职的要求，探索并完善下列方法：头脑风暴法、案例分析、角色扮演

等方法。理论教学可借助多媒体教室教学手段。实践环节可以在课内，也可以在课外完成。作业每节理论课后布置，量适度。

八、课程教学团队

目前，承担该课程教学的教师敬业精神强，教学态度好，大部分教师有 10 多年的教学积累，教学经验丰富，团队合作精神和改革意识强。

该课程拥有一支专兼结合，内外一体的教学与科研团队，为培养高素质技能型人才打下基础。具体要求如下：

1. 职称结构合理。
2. 年龄结构应合理。
3. 学历层次较高，应具备本科或者硕士以上学历。

4. 在师资队伍建设中，建立稳定的兼职教师队伍。通过从企业、行业聘请专家的途径和安排专业教师到企业顶岗实践，鼓励专业教师在业余时间到企业兼任会计工作，积累实际工作经历，不断提高实践教学能力。

九、教学资源

1. 参考书目：《管理学》 周三多主编 高等教育出版社

《管理学原理》 王利平主编 人民大学出版社

《管理学基础》 单凤儒主编 高等教育出版社

《管理学》 孔茨，等主编 贵州人民出版社

《竞争战略》 迈克尔·波特（美）夏忠华等译 中国财政经济出版社

2. 教学场所配备多媒体教室教学设备，课程组教师根据课程标准的要求和各教学环节，运用多媒体教室教学课件辅助教学，也为学生学习理论知识和培养实践能力提供必要的条件。

零售药店管理实务课程标准

（2021 版）

目 录

一、课程性质与任务.....	3
二、学科的核心素养与目标.....	3
（一）学科素养.....	3
（二）课程目标.....	4
三、课程结构.....	5
四、课程内容.....	5
（一）开办药店前的准备工作.....	5
（二）申办药店及药品销售.....	6
（三）药店日常经营管理.....	7
五、课程实施.....	9
（一）教学方法.....	9
（二）教学手段.....	10
（三）课程评价.....	10
（四）课程教学组织.....	10
（五）课程教学团队.....	11

一、课程性质与任务

《零售药店经营与管理》课程是高职高专院校药学类、食品药品类专业一门重要的职业能力核心课程，是有关于药品零售环节中社会药房运营管理的课程。作为药品经营与管理专业（营销方向）、连锁经营管理（药品方向）专业的核心课程，它涵盖了本专业关键性的知识技能点。

本课程的主要内容是让学生了解申报药店、设计药店营业场所，熟悉商圈调查与分析技术、药店选址的方法、药店售后服务，掌握陈列药品、销售药品、药品盘点和补货以及药店促销管理等药店工作的基本内容，同时课程内容与国家医药商品购销员职业资格标准接轨，并直接服务于学生的毕业实习，使学生在获得药店工作所必需的岗位技能和职业能力。

二、学科的核心素养与目标

（一）学科素养

学科素养是学科运营价值的集中体现，是学生通过课程学习与实践而逐步形成了正确的价值观，必备品格和关键能力。零售药店实务课程的核心素养主要包括：职业通用能力的素养、团结协作能力的素养、实践创新能力的素养。

1.职业通用能力素养

通过本课程的学习，能让学生对零售药店工作流程有一个整体的认识。熟悉药店选址原则，了解药店的外部设计及内部陈列布局设计原则，掌握药品推荐销售能力以及药店的收银、药品的盘点补货，促销等日常管理。

2.团结协作能力素养

在熟悉药店的基本经营管理活动的基础上，明白团结合作的重要性，学会与人沟通，与人合作共同完成工作。药店的日常经营管理是在“店长”的带领下，每一位员工通力合作得以实现。

3.实践创新能力素养

通过头脑风暴、课堂讨论、模拟演示、企业实践，培养学生的实践创新能力。面对日新月异的经济的发展，零售药店需要创新管理理念，掌握先进的科学方法，

解决经营管理中的实际问题。课程设计中有很多创新任务,需要同学们打开思路,多想多看多实践以培养大家的实践创新能力。

（二）课程目标

1.知识目标

- （1）让学生了解申报药店、设计药店营业场所；
- （2）掌握药店的选址因素与市场定位；
- （3）掌握设计药店场所的技巧与方法；
- （4）掌握陈列药品的原则与技巧；
- （5）掌握药店销售技巧；
- （6）掌握药品盘点注意事项及防损管理技巧；
- （7）掌握药店信息管理原则及方法。

2.能力目标

- （1）根据岗位职业要求，能熟练规范地陈列药品；
- （2）学会接待顾客、推介药品；
- （3）能进行药店营业场所的简单设计与开办申报工作；
- （4）能进行中药材的来料加工，接待顾客退换货及投诉处理；
- （5）能根据不同情况完成药品收验货、养护、盘点、防损等日常营运工；
- （6）能使用医药管理软件完成对药店经营全过程的管理。

3.素质目标

- （1）培养学生爱国、诚信、守法；为实现中国梦，做力所能及的事情。
- （2）培养学生热爱自己的工作岗位，具有良好职业道德，科学工作态度，严谨细致的专业学风。在门店的日常工作中具有较强的执行能力、团队合作能力和心理耐挫力。

4. 课程思政

- （1）积极培育学生践行自由、平等、公正、法治、爱国、敬业、诚信、友善的社会主义核心价值观。
- （2）培养学生诚信经营，遵守社会主义市场经济秩序的信念。
- （3）培育学生爱国守法 明礼诚信 团结友善 勤俭自强的基本道德规范。

三、课程结构

零售药店实务以现代学徒制建设为契机，本着“校企合作、产教融合”，以职业需求为出发点，以学生职业能力和职业素质养成为主线，以药店筹备、设计、申报、经营管理工作过程为导向，设计了三大教学模块。第一大模块是开办药店前的准备工作；包含认识药店、药店选址、设计药店经营场所三个模块；第二大模块是申办药店及药品销售；包含开办药店、药品陈列、销售药品三个模块；第三大模块是药店的日常经营管理：包含日常管理、售后服务、数据分析、信息管理四个模块。

这十个模块按药店开办前准备工作、药店开办、药店的运营管理工作流程设计，使各种理论知识、操作技能的传授与工作过程有机结合起来，突破传统的教学模式，建立突出职业能力和岗位技能培养的教学内容，对接学生的就业岗位。同时，注重学生的思想政治教育，将爱国、做人的道理融入平时的技能训练中，从思想政治素质、专业素质、综合素质多方面培养，促进学生的全面发展。

四、课程内容

（一）开办药店前的准备工作

序号	项目 (章节)	任务	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
						教学方法	教学环境
1	项目一 认识药店	认识药店的现状及发展趋势； 认识药店的人员配备和组织机构；	药店的基本职能、药店的组织机构和岗位职责、门店营运管理要求；	掌握药店的基本职能、药店的组织机构和岗位职责及运营管理要求；	认识药店	实地参观、人物访谈	连锁实训室、云课堂

2	项目二 药店的 选址及 市场定 位	药店的商 圈、选址分 析；经营策 略分析；	影响药店选 址的因素分 析、药店的 SWOT分析、 药品门店的 市场定位、确 定药店经营 策略的原则 和方法；	熟悉影响药 店选址的因 素分析、药 店的SWOT分 析，了解药 店经营策略 的原则和方 法；	学会药店选 址分析，能 进行很好的 市场定位	案例 分析、 小组 讨论	连锁 实训 室、 云课 堂
3	项目三 设计药 店营业 场所	药店店面 设计；药店 内部布局	药店招牌的 设计、药店 出入口的设 计、药店橱 窗的设计； 药店的分 区管理、药 店设施与设 备的管理、 药店环境管 理；	了解药店招 牌、橱窗设 计，掌握药 店出入口设 计技巧；熟 悉药店设备 管理，掌握 药店分区管 理，了解药 店环境管 理；	学会药店出 入口设计； 学会药店 分区管理	任务 驱动	模拟 药 店、 视频

(二) 申办药店及药品销售

序号	项目 (章节)	任务	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
						教学方法	教学环境
4	项目四 药店开 办	药店的开 办及基本 医疗保险 定点零售 药店的管理	申请开办药 店的条件、 开办药店的 程序、药店 的筹建与验 收、GSP认 证、申报医 保定点药店 的条件、程 序及管理；	熟悉并掌握 开办药店的 程序、药店的 筹建与验收、 GSP认证；	能够准备开 办药店需要 的资料；	小组 讨论、 实际 操作	连锁 实训 室、 微知 库云 课堂
5	项目五 陈列药 品	药品陈列 的基本知 识；药品 陈列技术	药品陈列的 基本知识、 药品的GSP 陈列；药品 陈列的基本 原则及常用 技巧、陈列 药品的标调 价管理、制 作手绘POP 海报；	熟悉药品陈 列的基本知 识、掌握药 品的GSP陈 列；熟悉陈 列药品的标 调价管理， 掌握药品 陈列的基本 原则及常用 技巧及制作 手绘POP海 报；	学会药品陈 列；学会手 绘POP海报；	实地 操 练 小 组 讨 论	连锁 实训 室、 微知 库云 课堂

6	项目六 销售药品	接待顾客、 推介药品； 处理异议、 达成交易	药店员工接 待礼仪、接 近顾客的技巧、 常用药品知 识介绍、药品 推介的常用 方法和技巧、 药品连带销 售的技巧、药 品推介中注 意事项；处 理异议的基 本原则、处 理异议常用 的方法和技 巧、典型异 议处理的信 号、常用成 交的方法和 技巧；	熟悉并掌握 药店员工接 待礼仪、接 近顾客的技巧、 常用药品知 识介绍、药品 推介的常用 方法和技巧、 药品连带销 售的技巧、药 品推介中注 意事项；掌 握处理异议 的基本原则、 处理异议常 用的方法和 技巧、典型 异议处理的 信号、常用 成交的方法 和技巧；	学会接待顾 客，学会推 介药品；学 会处理顾客 异议、促成 交易；	情景 模拟、 小组 讨论	连锁 实训 室、 模拟 药店
---	-------------	---------------------------------	---	--	--	-----------------------	----------------------------

（三）药店日常经营管理

序号	项目 (章节)	任务	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
						教学方法	教学环境
7	项目七 药店日常管理	收银工作 常用知识 和技巧、药 店收银工 作流程、	商品条形码 知识、识别 货币真伪的 方法、收银 工作技巧、 收银工作 流程及交 接班管理；	熟悉掌握识 别货币真伪 的方法、收 银工作技巧；	学会识别真 假钞；	情景 模拟	连锁 实训 室
		药品盘点、 补上货管 理	药品盘点的 常用方法、 流程及近效 期及滞销药 品的处理； 药品补货 管理、药品 的上货与 理货；	熟悉掌握药 品盘点的常 用方法、流 程及近效期 及滞销药品 的处理；熟 悉掌握药品 补货管理、 药品的上 货与理货；	学会药品盘 点；学会药 品上货与理 货；	情景 模拟 法、小 组讨 论	模拟 药店、 连锁 实训 室、 微知 库云 课堂
		药店日常 防损管理	易发生损 失的常见情 况分类、药 店日常防损 的方法；	熟悉掌握易 发生损失的 常见情况分 类、药店日 常防损的方 法；	学会日常防 损管理		

8	项目八 售后服务	基本信息及各项管理	采购管理、库存管理、销售管理	掌握销售管理	学会药品销售	案例分析法	连锁实训室、微知库课堂
		送货上门、顾客退换货管理、顾客投诉处理	药店送货上门的条件、流程及特殊处理，药品退换货原则及程序、处理顾客投诉的原则及方法；	熟悉掌握药店送货上门流程及特殊处理，药品退换货原则及程序、处理顾客投诉的原则及方法；	学会处理药品送货上门及退换货，处理顾客投诉；	情景模拟、角色扮演、小组讨论	
9	项目九 药店数据分析	员工的数据分析；门店的各项数据分析	员工的成交量分析；员工的客单价分析；门店的毛利率分析；门店的净利润分析	掌握员工的客单价分析原则；掌握门店的净利润分析方法；	学会分析员工的销售记录单；依据门店的利润分析结果，制定相关的门店销售计划。	试题演练；实际门店数据分析	连锁实训室、微知库课堂
10	项目十 信息管理	药店的信息化系统操作	药店的人员信息管理系统；商品进销存信息信息管理系统；供应商信息管理；顾客、会员的信息管理	熟悉药店的计算机信息管理系统；掌握信息系统的操作方法	学会录入、查询、使用药店的信息化系统	任务驱动	模拟药店

五、课程实施

（一）教学方法

1、小组讨论法

小组讨论法属于社会化教学法，它是达到情感领域教学目标的重要教学方法，具体的实施程序如下：按互补原则自愿组队→选择合适的题目→分配工作→进行讨论→综合报告。小组讨论教学能为每一位成员提供平等学习的机会，让大家平等地参与其中，发表观点，树立自信，训练胆识和口才，可有效地促进学生的理解能力、表达能力和知识的迁移运用能力，同时还有效地培养起了一种难得的轻松愉快和民主的学习氛围。

2、角色扮演

角色扮演法是一种制造或模拟一定的现实生活片段，由学习者扮演其中的角色，将角色的言语、行为、表情及内心世界表现出来，以学习新的行为或解决问题的方法。采用“角色扮演法”让学生制造或模拟一定的现实生活片段，并扮演其中的角色，将角色的言语，行为、表情及内心世界表现出来，具体的实施程序如下：分组→每组编写剧本→分配角色并排练→表演→总结。这种用演出的方法来组织开展教学的方法，使教学过程生动化、艺术化，从而更好地激发起了学生的学习兴趣，有利于唤起学生对他人的同情和共鸣，并在角色的不断转换中学会换位思考。

3、案例分析法

案例教学法是教师将所需要掌握的理论知识融汇到一个典型生动的案例中，即把学生置于复杂、有意义、相对真实的问题情境中，学生通过对案例进行分析、推理、判断、提出问题，以自主学习、小组讨论的方式解决问题，从而获得隐含于问题背后的相关科学知识，是一种启发式的教学方法。通过案例分析既能使理论浅显易懂，又能使学生在分析案例的过程中增长判断能力、分析能力、观察能力及自主学习的能力，同时，学生自己采集案例的方法也能让同学们在“旁观者清”的角色中对正确的沟通技巧有了更主动、切实的感受和掌握。

4、任务驱动法

通过从易到难的各项任务来考查大家综合运用各项沟通技巧解决问题的能力，以达到“在做中练，在做中想，在做中收获”的学习效果。

（二）教学手段

根据课程特点，应用先进的现代信息化技术，本课程在微知库教学平台有成熟完善的电子课程内容，涵盖每一章的视频、文本、任务、习题。同时，我们还应用学校的模拟药店，校外实训基地，使学生深入到药店等工作的实际环境进行参观、观摩和实践。

（三）课程评价

课程考核方法分为实践考核、理论考核和过程性考核。实践考核是实训课上进行的操作项目考核，如药品盘点考核；理论考核为期末考试，为闭卷考试；过程性考核包括考勤、作业、课堂参与、实践报告、见习反思日记等学习过程中的记录考核，然后按一定比例得出学生的成绩，达到对学生学习情况进行全面评价的目的。

（1）平时考核 平时考核是在学生学习完每个项目后随堂进行，采取现场考核。满分 50 分。通过加强平时考核，不仅能及时发现和解决教学中存在的问题，而且，提高学生的实际操作能力，使学生掌握扎实的专业技能。

（2）期末综合考核是对学生所学理论知识和实训技能进行全面综合测评。测试题满分 100 分，由案例分析和技能演练两部分做成。

（四）课程教学组织

在教学过程中，尽力发挥学生在教学中的主体作用，充分利用校内实训场所和校外实训基地，开展模拟教学和实战教学，使“教、学、做”为一体。以项目为载体让学生“做中学、学中做”，教师课内布置工作任务，学生课外讨论、策划、练习，课内进行成果展示，小组、教师点评总结。

（五）课程教学团队

1. 主讲教师

主讲教师应具备高尚的师德，热爱教育事业，具有强烈的事业心和高度的责任感。应具有较高的学历，拥有丰富的、较为完善的知识体系，拥有实际的工作经验和相应的技能，能全面了解课程的内容，熟悉相关实训活动实施的要求和方法，并能指导其他教师进行相应的教学工作，以保障本课程教学的整体质量和效果。

2. 教师团队

本课程要求配备一支结构合理、素质优良的教学队伍。具体要求如下：

1. 职称和年龄结构合理，兼具不同等级职称和年龄的教师，保证教师队伍的教学水平和活力。
2. 学历层次较高，应具备本科或硕士以上学历。
3. 具备良好的专业素养和严肃认真的教学态度

《消费者心理及行为分析》 课 程 标 准

工商管理系
二〇二一年

《消费者心理及行为分析》课程标准

课程代码：

适用专业：连锁经营管理（药品方向）

学时数：60 其中理论:30 实训：30

学分：3

一、课程定位

消费者心理及行为分析课程是连锁经营管理专业必修的一门专业课程。通过学习该门课程，为学生熟练完成连锁经营管理岗位（群）所承担的具体工作任务起支撑作用，是培养连锁经营管理专业人才的一个必备环节。其功能在于使学生学会研究消费者心理及行为特点，为企业更好地制订和调整自己的营销策略提供依据，以便取得最佳营销效果，从而提高学生分析问题和解决问题的能力。

二、课程标准构建思路

本课程是依照连锁经营管理专业任务与职业能力分析表中完成连锁经营管理具体工作任务所需要的职业能力与素质，组织校内专业教师、行业企业专家和教育专家设计的。其内容确定以完成连锁经营管理具体工作项目为出发点，根据高等职业院校学生的认知特点、工作任务的性质、工作流程和药品购销员等职业要求安排选取，同时考虑理实一体、任务驱动教学模式的实施。整体工作项目编排具有典型性、可操作性。课时安排 60 学时。其目的在于强化学生实践动手能力，实现教学活动、教学内容与职业要求相一致，使学生具有胜任连锁经营管理岗位（群）的必备知识与技能，达到药品购销员等职业的要求。

三、课程目标

1. 知识目标

- （1）掌握消费者心理及行为分析的基本理论、基本知识和基本方法
- （2）掌握消费者在购买行为中产生的各种心理现象
- （3）掌握消费者购买决策
- （4）掌握消费者群体的消费心理及行为
- （5）掌握消费者心理行为与市场营销的双向关系

2. 能力目标

- (1) 能依据消费心理及行为进行商品设计
- (2) 能依据消费心理及行为制定商品定价策略
- (3) 能依据消费心理及行为制定广告策略
- (4) 能依据消费心理及行为进行服务营销，营销沟通
- (5) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力

3. 素质目标

(1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感

(2) 具备敬畏生命、诚实守信、严谨认真、精益求精的医药道德和社会责任感

(3) 具有工匠精神、创新思维，有较强的集体意识和团队合作精神，勇于奋斗、乐观向上

四、课时分配表

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
项目一 消费者心理及行为分析 认知	正确认知消费者心理及行为分析	2	2	4
项目二 消费者心理活动过程分析	任务1 消费者的认识过程分析	1	1	2
	任务2 消费者的情感过程、意志过程分析	1	1	2
项目三 消费者个性心理分析	任务1 消费者的个性心理特征分析	2	4	6
	任务2 消费者的需要与动机分析	4	2	6
项目四 消费者购买决策分析	消费者购买决策分析	2	4	6
项目五 社会因素与消费心理分析	社会因素与消费心理分析	2	2	4
项目六 消费者群体心理分析	不同群体消费心理及行为分析	2	2	4
项目七 商品因素与消费心理分析	任务1 商品命名心理分析	1	0	1
	任务2 品牌与消费心理分析	3	1	4
	任务3 包装与消费心理分析	2	1	3
项目八 价格与消费心理分析	任务1 价格心理分析	1	2	3
	任务2 商品价格的心理策略分析	1	2	3
项目九 广告与消费心理分析	广告心理分析	4	4	8

机 动	2	2	4
合 计	30	30	60

五、课程内容及实施设计

《消费者心理及行为分析》课程教学内容及实施设计一览表

序号	项目 (章 节)	任务	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
						教学方法	教学环境
1	项目一 消费者心理及行为分析认知	正确认知消费者心理及行为分析	心理学概述、消费心理学的研究对象和内容、消费心理学的研究方法	了解消费者心理及行为分析的产生与发展过程,熟悉消费者心理及行为分析的研究对象和内容,掌握消费者心理及行为分析的研究方法	能够在市场活动中运用消费心理与行为分析的方法分析消费者行为	讨论、发 启式、案 析例	多媒体
2	项目二 消费者心理活动过程分析	任务 1 消费者的认识过程分析	感觉、知觉、记忆、思维、想象、注意	了解消费者的认识过程;重点掌握消费者对商品的感觉和知觉心理	能够运用感觉、知觉规律指导商品的销售活动	讨论、发 启式、案 析例	多媒体
		任务 2 消费者的情感过程、意志过程分析	消费者的情感过程、消费者的意志过程	了解消费者情感过程和意志过程;重点掌握情绪与情感的含义、意志的含义;影响消费者情绪与情感的主要因素以及消费者的意志品质	能分析消费者心理活动的情感过程和意志过程,进而预见消费者的购买行为和消费倾向	讨论、发 启式、案 析例	多媒体
3	项目三 消费者个性心理分析	任务 1 消费者的个性心理特征分析	消费者的气质、消费者的性格、消费者的能力	掌握消费者气质、性格和能力的含义;掌握气质的类型特征对消费行为的影响;了解性格的类型特征对消费行为的影响	会分析不同能力、气质、性格消费者的购买特点;能根据消费者的气质、性格特征开展销售服务	讨论、发 启式、案 析例、情 景模拟	多媒体
		任务 2 消费者的需要与动机	消费者的需要;消费者的购买动机	了解消费者需要的内容、分类;掌握消费者需要的特性、马斯洛的需要层次理论;掌握消费者购买	会分析消费者购买动机的各种类型,并能运用消费者购买动	讨论、发 启式、案 析例、情	多媒体

		分析		动机的含义、特点、类型	机进行诱导	景模拟	
4	项目四 消费者购买决策分析	消费者购买决策分析	消费者购买决策的内容和类型、消费者购买决策的过程	掌握消费者购买决策的基本含义及原则；掌握消费者购买决策的过程；了解消费者购买决策内容	会正确分析消费者在购各环节中的心理，并能采取相应的营销策略	讨论、发 启式、案 例分析	多媒体
5	项目五 社会因素与消费心理分析	社会因素与消费心理分析	政治法律、经济与消费者心理；文化、亚文化与消费心理；消费习俗与消费者心理；消费流行与消费心理	了解政治与经济对消费者心理产生的影响；掌握文化及亚文化对消费者心理的影响；掌握消费习俗、消费流行对消费心理的影响	会分析影响消费者心理的主要因素	讨论、发 启式、案 例分析	多媒体
6	项目六 消费者群体心理分析	不同群体消费心理及行为分析	群体与消费心理、社会阶层与消费心理、家庭与消费心理、不同年龄消费者群体的消费心理与行为、不同性别群体的消费心理与行为	了解群体、阶层的含义、家庭购买决策类型及有关家庭生命周期理论；掌握群体、阶层、家庭对消费心理的影响；掌握不同年龄段、不同性别消费者的购买心理与行为特征	会分析不同群体消费心理及行为，并能够针对不同群体的消费者提出营销心理策略	讨论、发 启式、案 例分析	多媒体
7	项目七 商品因素与消费心理分析	任务1 商品命名心理分析	商品命名的心理策略	理解商品命名的心理策略	能够运用心理策略使商品的名字吸引消费者	讨论、发 启式、案 例分析	多媒体
		任务2 品牌与消费心理分析	品牌概述、品牌与消费心理	理解品牌的含义，掌握消费者的三种主要品牌消费心理	能够运用心理策略培养消费者的品牌认知、品牌联想和品牌忠诚心理	讨论、发 启式、案 例分析	多媒体
		任务3 包装与消费心理分析	包装与消费心理	了解商品包装对消费者心理及行为产生的影响；掌握包装的消费心理要求与功能，掌握包装的消费心理策略	灵活运用包装的消费心理策略，使包装更能吸引消费者	讨论、发 启式、案 例分析	多媒体
8	项目八 价格与消费心理分析	任务1 价格心理分析	价格的影响因素与心理功能、消费者的价格心理与价格判断	了解商品价格的影响因素及心理功能；掌握消费者的价格心理	能从消费者心理角度的价格来分析商品的价格	讨论、发 启式、案 例分析	多媒体

		任务 2 商品价格的心理策略分析	商品定价的心理策略、商品调价的心理策略	掌握商品定价的消费心理策略及商品调价的消费心理策略。	能分析商品的定价、调价的心理策略,并进行初步运用	讨论、发案分地析、调查	多媒体
9	项目九 广告与消费心理分析	广告心理分析	广告概述、广告的心理策略	了解广告心理效应模式、广告的心理功能、主要广告媒体的特点;掌握广告的心理策略	会分析增强广告效果的心理策略,并进行初步运用。	讨论、发案分地析、景模拟	多媒体

六、课程考核评价

《消费者心理及行为分析》课程考核内容及分值比例一览表

序号	教学模块	考核方式	考核项目	考核标准	比例
课程成绩	平时考核	通过线上和线下相结合方式考核学生课堂参与、作业完成质量、实践活动完成质量	1. 出席、课堂互动、课程资源学习、章节测验、作业完成、分组任务、平台讨论等情况 2. 学生对教学主体内容的掌握与理解程度、对基本原理的灵活运用和分析能力以及学生的自主学习能力和信息收集与处理的能力 3. 学生在实践中运用所学知识、原理解决实际问题的技能和创新能力	作业 15%+课堂互动 20%+签到 5%+课程资源学习 20%+ 章节测验 10%+ 分组任务 10%+ 平台讨论 10%+其他 10%	50%
	期末考核	试卷	理论知识考核、实践能力考核	卷面以百分制制卷,按学生的实际卷面成绩*50%计分	50%

七、课程教学组织

以营销或销售工作中对消费心理及行为知识和技能要求为基础,突出本课程为提高学生的营销或销售工作技巧与技能服务,在各个教学模块中有效地将消费心理及行为理论知识与营销活动联系起来,科学设计工作任务,教、学、做相结合,理论与实践一体化。

依托《消费者心理及行为分析》在超星平台所建的在线课程,开展学生为中心,能力为本位,教学做一体的任务驱动项目教学和线上线下教学模式,实现线

上线下结合和课内外联动。学生课外利用平台进行自主学习，充分利用了平台多元化的教学资源，将枯燥的书面文字转化成形象立体的数字化资源，丰富了课前和课后学习内容，在提高学生学习主动性、提升学习参与度、增加知识理解深度、培养逻辑思维能力、养成独立思考习惯等方面进一步发挥作用，充分展现教学过程中以学生为中心的教学方针。教师利用平台的 PPT 课件、微课、视频、课堂互动、课前课后测试等进行教学，在整个授课过程中真正成为引导者、促进者、帮助者。

课程教学要以调动学生的积极性为核心，要有利于发挥学生的主体作用，有利于培养学生探究学习、学会学习，有利于培养学生的工匠精神、创新思维和团队合作精神，有利于学生个性和潜能的发展。课堂教学除讲授、启发式教学、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，适应高职的要求，灵活运用案例分析、情景模拟、实战演练等各种方法，提高学生分析问题和解决问题的能力，充分发挥教师的指导作用与学生的主体作用。

八、课程教学团队

本课程教学团队应由“懂连锁、善教学”的专任教师和“懂业务、能教学”的企业兼职教师构成。

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有医药、企业管理等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本课程相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究。

兼职教师应具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，能承担本课程教学任务。

九、教学资源

为保证实际教学需要，教学单位可根据具体情况，应具备下列教学条件：

（一）教材

徐传庚，张中社主编，《药品消费心理学》化学工业出版社 2018 年 9 月

（二）实训条件

为确保本课程实训教学环节的质量，应配备模拟实训室、计算机及网络等相应的硬件设施。

本课程可通过共享网络教学资源，包括授课教案、多媒体课件、课程练习、视频教学资料等，加强师生之间的沟通，促进学生的主动学习，为学生个性化学习创造良好的教学空间，提升教学效果。

（三）参考资料

《消费心理与行为分析》 徐盈群主编，东北财经大学出版社

《消费者心理学》 张亚平，于江学主编，清华大学出版社

《消费心理学》 崔平主编，高等教育出版社

《消费心理学》 黄希庭主编，华东师范大学出版社

《消费心理学》（美）所罗门，（美）拉博尔特著，王广新，王艳芝 等译 /

中国人民大学出版社

《医药营销心理学》徐传庚、刘婕主编，中国医药科技出版社

《ERP 沙盘》课程标准

适用专业：物流管理（药品方向）

学时数：48 （理论：8；实训：40）

一、课程定位

《ERP 沙盘》通过沙盘模拟对抗演练、ERP 理论学习、情景教学等多种形式，将学生置身于企业的虚拟环境之中，模拟企业的主要运作过程，让学生了解、认识企业复杂多变的生存环境，熟悉企业的业务流程，亲身体会并模拟企业的团队建设、经营管理、经营决策、营销策略和企业之间的竞争与协作等。通过对企业全方位的认识、参与，从而达到激发学生的学习兴趣，变被动学习为主动学习、自助学习的目的。更重要的是培养学生怎样将理论知识与企业实际运作紧密联系、学以致用的能力和分析问题、解决问题、进行科学决策的能力。

二、课程标准构建思路

本课程通过直观的企业经营沙盘，来模拟企业运行状况。让学生在分析市场、制定战略、组织生产、整体营销和财务结算等一系列活动中体会企业经营运作的全过程，认识到企业资源的有限性，从而深刻理解 ERP 的管理思想，领悟科学的管理规律，提升管理能力。

该训练融角色扮演、案例分析、和专家诊断于一体，最大的特点是在“参与中学习”，学员的学习过程接近企业现状，在短短几天的训练中，会遇到企业经营中经常出现的各种典型问题。学生必须和同学们一起去寻找市场机会，分析规律，制定策略，实施全面管理。在各种决策的成功和失败的体验中，学习管理知识，掌握管理技巧，提高管理素质。

三、课程目标

1. 知识目标

通过理论教学使学生了解 ERP 的相关知识,通过实训理解企业成功运营的关键因素,掌握战略决策、营销管理、财务管理、物流管理以及团队管理相关知识,掌握沙盘运营的规则及竞单规则。

2. 能力目标

- (1) 培养学生经营意识与规划能力;
- (2) 培养学生具体问题具体分析、灵活决策的能力;
- (3) 培养学生团队协作能力;
- (4) 培养学生商务沟通能力,商务运作能力,商务谈判能力;
- (5) 培养学生经营管理能力;

3. 素质目标

- (1) 培养锻炼学生的沟通能力及团队协作精神;
- (2) 培养学生分析问题、解决实际问题的工作能力;
- (3) 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风;
- (4) 培养学生的质量意识、安全意识;
- (5) 培养学生获取新知识、新技能的学习能力。

4. 课程思政

运用习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容、中国共产党建党 100 年来的党史资料,通过思想、理论、事件、案例等形式,培育学生践行社会主义核心价值观;培养学生强烈的爱国主义意识,激发学生热爱祖国、热爱人民的民

族精神；培养学生集体主义思想；培养学生爱岗敬业的精神；培养学生严于律己，遵纪守法的职业习惯。

四、学时分配

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
1	ERP 沙盘模拟简介	2		
2	模拟竞争规则	2		
3	模拟企业概况	4		
4	企业运营规则		4	
5	模拟企业成立及实训起始年		4	
6	模拟企业的运作（第一年）		2	
7	模拟企业的运作（第二年）		2	
8	模拟企业的运作（第三年）		2	
9	模拟企业的运作（第四年）		2	
10	模拟企业的运作（第五年）		2	
11	模拟企业的运作（第六年）		2	

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
12	企业运营评价		2	
13	企业经营分析报告		2	
14	ERP 竞争模拟实战（一）		4	
15	ERP 竞争模拟实战（二）		4	
16	ERP 竞争模拟实战（三）		4	
17	企业经营分析及评价		4	
合计		8	40	48

五、课程内容及实施设计

《ERP 沙盘》课程教学内容及实施设计一览表

序 号	项目 (章节)	任务	学 时	主要内容	知识目 标	技能目 标	教学实施设计	
							教学 方法	教学环 境

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
1	ERP 沙盘模拟简介	任务 1 ERP 相关概念 以及沙盘模拟简介	2	1. 沙盘的起源与意义 2. ERP 的相关概念 3. 沙盘培训道具	了解 ERP 相关概念、认识沙盘模拟培训道具	会获取最新的相关知识	讲授 提问 引导	多媒体
2	模拟竞争规则	任务 1 熟悉模拟沙盘竞争规则	2	1. 销售会议与订单争取 2. 市场开拓规则 3. 市场开拓、产品研发、品牌建设操作规则示例 4. 制定广告方案 5. 市场竞单实际操作	掌握沙盘模拟竞争规则	会正确运用沙盘模拟竞争规则	讲授 提问 引导	多媒体

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
				6. 订单卡片说明				
3	模拟企业概况	任务 1 熟悉模拟企业概况	4	1. 介绍模拟企业中的各部门、各角色及角色职能情况。 2. 学生担任沙盘中的角色，可以进行岗位轮换，体验多个岗位的业务流程和操作要领。 3. 企业简介、经营状况以及经营	了解企业的初始设定，掌握企业内部职能部门的划分以及各部门职员的责任；同时熟悉相关专	会通过了解模拟企业概况进行分析预测	演示引导	沙盘实训室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
				建议 4. 初始状态的设定	业名词的含义			
4	企业运营规则	任务1 熟悉企业运营规则	4	1. 厂房购买、出售与租赁 2. 生产线购买、调整与维护 3. 产品技术投资与资格认证 4. 产品加工 5. 原材料订购与入库操作 6. 筹资方式	掌握企业运营规则	会正确运用企业运营规则	演示引导	沙盘实训室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
5	模拟企业经营及实训起始年	任务 1 企业经营及点评（起始年）	4	1. 工作流程安排 2. 正式经营	了解企业经营流程	了解订单登记表、产品核算统计表、综合管理费用明细表、损益表以及资产负债表的编制	演示 引导	沙盘实训室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
6	企业经营及点评(第一年)	任务1 实训 第一年 (感性经营)	2	1、虚拟企业的经营流程 2、填写订单登记表 3、编制资产负债表 4、编制损益表 5、编制产品核算统计表 6、分析本公司产品的市场占有率，本年度公司的市场投入与收益比重。	了解企业经营流程	根据自己在团队中担任的角色,尽可能的掌握流程当中所涉及的业务操作,能够独立完成相关流程	情景模拟引导	沙盘实训室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
7	企业经营及点评(第二年)	任务 1 实训第 二 年 (理性经营)	2	1、虚拟企业的经营流程 2、填写订单登记表 3、编制资产负债表 4、编制损益表 5、编制成品核算统计表 6、现金流量的控制	了解企业经营流程	根据自己在团队中担任的角色 ,尽可能的掌握流程当中所涉及的业务操作 ,能够独立完成相关流程	情景模拟引导	沙盘实训室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
8	企业经营及点评(第三年)	任务 1 实训第三年 (科学经营)	2	1、控制现金流 2、避免采购的盲目性 3、制定生产计划 4、控制直接成本 5、企业经营的本质	了解企业经营流程	根据自己在团队中担任的角色 ,尽可能的掌握流程当中所涉及的业务操作 ,能够独立完成相关流程	情景模拟引导	沙盘实训室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
9	企业经营及点评(第四年)	任务 1 实训第四年 (科学经营)	2	1、控制现金流 2、避免采购的盲目性 3、制定生产计划 4、控制直接成本 5、企业经营的本 质	了解企业经营 流程	根据自己在团队中担任的角色 ,尽可能的掌握流程当中所涉及的业务操作 ,能够独立完成相关流程	情景模拟引导	沙盘实训室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
10	企业经营及点评(第五年)	任务1 实训第五年 (经营感悟)	2	1、战略目标分析 2、资产回报率 3、教师点评	了解企业经营流程	根据自己在团队中担任的角色,尽可能的掌握流程当中所涉及的业务操作,能够独立完成相关流程	情景模拟引导	沙盘实训室
11	企业经营及点评(第六年)	任务1 实训第六年 (经营	2	1、战略目标分析 2、资产回报率 3、教师点评	了解企业经营流程	根据自己在团队中担任的角	情景模拟引导	沙盘实训室

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
		感悟)				色,尽可能的掌握流程当中所涉及的业务操作,能够独立完成相关流程		
12	企业运营评价及企业经营分析报告	任务1 企业运营评价及企业经营分析报告	8	1、完善企业经营过程记录表 2、企业运营自我评价 3、各小组互评	熟练掌握企业经营过程记录表的填写	理解企业系统运营流程,增强管理者全局意识	小组讨论 案例教学	沙盘实训室
13	综合实	ERP 竞	12	全真体会企业数	复习	团队精	情景	沙盘实

序号	项目 (章节)	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
	训	争模拟 实战		年的经营管理过程, 运筹帷幄, 决战商场		神和沟通能力、理论知识在模拟企业实际运作中的运用能力	模拟	训室

六、课程考核评价

《ERP 沙盘》课程考核内容、方式及分值比例一览表：

序号	考核方式	考核项目	考核标准
课程成绩 (100%)	实训表现 (20%)	知识、能力问答 (10%)	每个学生一学期课堂回答2次以上, 要求回答内容基本正确、口齿清楚、思维敏捷
		课堂考勤、学习态度 (10%)	遵守课堂纪律、无迟到早退、听课反应积极
	实训心得 体(40%)	实训报告(20%)	以模拟沙盘为平台, 根据自己在团队中担任的角色, 独立完成相关的岗位职责
		实训心得体会 (20%)	根据模拟沙盘实训的过程及结果, 总结经验与教训

	实训经营 效果 (40 %)	企业模拟经营 综 合 能 力 (40 %)	对所学的专业知识进行全面的考核对相关的专业信息进行分析评价,考核学生对专业知识的综合运用能力
--	------------------------	-------------------------------	--

七、课程教学组织

《ERP 沙盘》是一门专业必修课程,课程教学组织主要采用:

1. 理论引导:本课程的“理论引导”主要是针对“实训项目”的内容所需要的知识点,引入理论知识。教学时应注意:废止单向灌输式的教学方式。引入适合培养职业技能和职业素养的案例教学法,边讲授理论,边启发学生思维。以调动学生学习的积极性,以提高教学效果,促进学习能力的发展。

2. 本课程实训环节的“项目驱动”即采用任务驱动、项目导向、课堂与实习地点一体化等行动导向的教学模式,借助 ERP 沙盘独特直观的教具,融入市场变数,结合角色扮演、情景模拟、讲师点评,使参训人员在虚拟的市场竞争环境中,全真体会企业数年的经营管理过程,运筹帷幄,决战商场。

3. 教学总结,学生在实训中学到的知识、得到的锻炼,继而进行总结。

八、课程教学团队

(一)主讲教师

主讲教师应具有较高的学历,拥有丰富的、较为完善的知识体系,拥有实际的工作经验和相应的技能,能全面了解课程的内容,熟悉相关实训活动实施的要求和方法,并能指导其他教师进行相应的教学工作,以保障本课程教学的整体质量和效果。

(二)教师团队

本课程要求配备一支结构合理、素质优良的教学队伍。具体要求如下:

1. 职称和年龄结构合理，兼具不同等级职称和年龄的教师，保证教师队伍的教学水平和活力。

2. 学历层次较高，应具备本科或硕士以上学历。

3. 教师团队中，应具有来自企业的人才，合理安排课程内容和方式，提高课程实训的效果。

4. 具备良好的专业素养和严肃认真的教学态度。

九、教学资源

为保证教学需要，教学单位可根据具体情况，至少应具备下列教学条件：

（一）硬件设施

本课程需配备安装了计算机、多媒体制作播放设备等先进设施的多媒体教室，为学生学习理论知识和培养实践能力提供必要的条件。

（二）实训条件

为确保本课程的实训教学环节的质量，应配备相应的沙盘实训室，配置足够数量的 ERP 沙盘教具，有多媒体的教学平台，可进行多媒体教学。

（三）参考资料

1、《ERP 沙盘模拟学习指导书》 王新玲、柯明、耿锡润编著 电子工业出版社

2、《ERP 沙盘模拟分析工具说明》用友公司培训部编

3、《ERP 原理与应用教程》，陈庄，电子工业出版社，2006

十、课程建设等级说明

《ERP 沙盘》是一门专业技术课，建有 ERP 沙盘实训室、教学课件、教学方案、教学视频等教学资源。

山西药科职业学院

《物流运输与包装》课程标准

执笔人：姜云莉

参与人：王鉴（山西碧锦纳川医药有限公司）

张丽

●《物流运输与包装》课程标准

适用专业：物流管理（药品方向）

学时数：48 其中理论：24 ； 实训：24

学分：2

一、课程定位

《物流运输与包装》是物流管理（药品方向）专业的一门专业课程。运输是物流管理（药品方向）中最重要的一环之一，通常企业物流成本的大部分属于运输管理成本。通过运输可以使货物在物流据点之间流动，从而产生场所效应，解决货物空间间隔问题，具有扩大市场、稳定价格、促进社会分工、扩大流通范围等社会经济功效。因此，运输对发展经济，提高国民生活水平有着重要的意义，现代的生产和消费，就是靠运输事业的发展来实现的。主要教学任务是学习各种运输方式及其运输流程的运作，使学生理解有关运输基本原理；掌握海上运输流程；掌握航空运输流程；掌握公路运输；掌握国际多式联运；按照用户的需要，有效、合理地开展物流配送活动，不断提高物流服务水平与物流配送效率，降低物流配送成本，掌握配送的基本运作模式与方法，并且能够运用所学到的理论熟练操作运输事务。让学生掌握物流包装的基本理论和设计方法，通过教学使学生了解物流包装在整个物流领域的地位与作用，能用科学的方法把复杂的包装设计现象还原为基本要素。利用包装在空间上的量与质的可变性，按一定的包装设计和构成各要素之间的互相关系。从而使学生能扎实的掌握包装设计理论知识，物流包装的基本方法、设计创意和制作技术，从而适应岗位需求。

先修课程：《管理学原理》、《物流基础》

后续课程：《物流采购管理》、《物流仓储管理实务》、《供应链管理》

二、课程标准构建思路

《物流运输与包装》课程设计服务于高职教育的培养目标和定位，坚持技能培养为根本，理论讲授力求以实用性为主，遵循“必须、够用”的方针，实训项目以一线运营管理人的实际管理技能培养为主线、以理论知识的运用为途径、以关键能力培养为核心，培养学生物流运输管理业务综合运用能力和职业素质。

三、课程目标

1. 知识目标

了解运输与物流的关系；熟悉交通运输政策与法规体系。

掌握运输的概念和作用，熟练掌握铁路货物运输、公路货物运输、管道货物运输、水路货物运输、航空货物运输、集装箱运输等运输方式的发展历史、现状、特点和管理实务、业务流程，以及特殊货物运输实务、运输合同、运输质量与管理等内容。

掌握包装件的流通环境，了解脆值理论；

掌握缓冲包装与防震包装设计的方法；

掌握纸质品包装设计、塑料制品包装设计；

掌握集合包装设计的种类、装柜方案的确定。

了解包装系统的优化设计。

2. 能力目标

本课程通过采取理论讲授、案例分析、企业参观和企业兼职教师的企业现场授课等形式，使学生掌握不同类别的产品的物流包装开发和应用的基本知识和试验技能，能够在不同产品行业的包装和物流企业中具备为企业提供物流包装方案的策划能力和给定产品，能分析产品特点，正确设计包装的能力。能给出产品运输包装系统解决方案的能力。

3. 素质目标

- (1) 培养学生的沟通能力及团队协作精神；
- (2) 培养学生分析问题、解决问题的能力；
- (3) 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风；
- (4) 培养学生的质量意识、安全意识。

四、学时分配

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
项目一 运输、配送概述	任务 1 运输概述及运输系统、配送中心认知	2	2	4

项目二 运输实务	任务 1 铁路货物运输;水路货物运输; 航空货物运输; 特殊运输方式; 公路货物运输与管道运输	2	2	4
项目三 运输管理	任务 1 运输决策; 运输企业经营与管理; 运输代理; 信息系统	2	2	4
项目四 配送作业	任务 1 进货管理; 出货管理; 库存管理; 流通加工技术与管理; 包装技术与管理	2	2	4
项目五 配送管理	任务 1 配送中心选址于设施规划; 配送中心组织结构设计; 配送模式; 配送作业计划; 配送路线选择; 配送合理化; 配送中心运工作绩效评价; 信息系统	4	4	8
项目六	包装的组成部分	2	2	4
项目七	物流包装的要素	2	2	4
项目八	物流包装运用	2	2	4
项目九	物流包装软件介绍	2	2	4
项目十	物流包装法	2	2	4
项目十一	物流包装流程	2	2	4
合计		24	24	48

五、课程内容及实施设计

《物流运输与包装》课程教学内容及实施设计一览表

序号	任务	学时	主要内容	教学实施设计	
				教学方法	教学环境
1	项目一 运输、配送概述	4	1、运输功能 2、运输的构成要素 3、运输未来发展	讲授法、案例教学	多媒体教室
2	项目二 运输实务	4	1、铁路运输系统的构成、国内外铁路运输发展、国际铁路货物联运、港澳地区铁路运输 2、班轮运输、租船运输、内河运输、提单、海运进出口运输 3、航空运输方式、国际航空组织、航空运单的填制、航空运输业务流程 4、成组运输、集装箱运输、国际多式联运、大陆桥运输 5、公路运输流程、零担货物运输、管道运输	讲授法、案例教学法、分组讨论	多媒体教室
3	项目三 运输管理	4	1、运输方式的选择、运输路线的选择、承运人的选择 2、运输管理的内容、原则及运输合理化问题 3、运输代理的种类、国际货运代理 4、现代运输信息技术	讲授法、案例教学法、分组讨论	多媒体教室

4	项目四 配送作业	4	1、进出货所需的单证、人员、记录以及信息单证和实物的流转过程 2、仓储管理作业环节及其特点难点：库存控制的原理和方法	讲授法、案例教学法、分组讨论	多媒体教室
5	项目五 配送管理	8	1、配送中心战略管理的主要内容，过程和方法 2、配送中心组织结构类型的优缺点 3、配送合理化的常见方法；4、绩效评价的要素；5、配送中心信息及其管理含义、分类、内容 6、配送作业的一般流程； 7、配送计划制定及其决策因素	讲授法、案例教学法、分组讨论	多媒体教室
6	项目六 包装的组	4	物流包装的组成部分	讲授	多媒体
7	项目七 物流包装	4	物流包装的主要要素	讲授	多媒体
8	项目八 物流包装	4	包装运用方面	讲授	多媒体
9	项目九 物流包装	4	包装软件	讲授	多媒体
10	项目十 物流包装	4	各种物流包装法规	讲授	多媒体
11	项目十一 物流包	4	物流包装的具体流程	讲授	多媒体
	合计	48			

六、课程考核评价

《物流运输与包装》课程考核内容及分值比例一览表

序号	教学模块	考核方式	考核项目	考核标准	比例
课程	课堂提问	课堂抽查	知识、能力问答	每生每学期课堂回答	10%

成绩				2次及以上，要求思维清晰、表达流畅、回答观点基本正确	
			课堂考勤、学习态度	遵守课堂纪律、无迟到早退、听课反应积极	10%
	案例分析	案例实战	案例分析演练	能够综合运用所学的理论知识对案例进行深入剖析，寻求解决方案，要求能明确提出自己的看法，有独到的见解	20%
	实验实训	仿真实训	仿真模拟	按照给定的情景，通过小组讨论和分析，给出分析观点及答案的全过程。要求条例清晰，体现团队合作精神。	30%
	期末综合评定	期末综合鉴定	试卷测试理论知识	对所学的专业知识进行全面的考核	20%
			试卷测试实践能力	对相关的专业信息进行分析评价，考核学生对专业知识的综合运用能力	10%

《物流运输与包装》课程的考核包括形成性考核和总结性考核两种类型，分值分别占 70% 和 30%，每类考核中都包括了理论知识的考核和实践能力的考核，形成性考核中的理论知识考核和实践能力的考核分值分别占 20% 和 50%，总结性考核中理论知识考核和实践能力考核分值分别占 20% 和 10% 左右，基本能够实现对专业综合能力的鉴定，尤其是形成性考核分值的提高，大大提高了学生日常学习的积极性，有利于学生综合能力的培养。

七、课程教学组织

本课程根据岗位能力要求，设计教学内容，并配合相应的实训教学，让学生在学中做、做中学，在边学边做中掌握技能并巩固知识。灵活运用多媒体教学，配合大量的生产场景图片、设施设备照片以避免枯燥理论讲授，增加学生的感性认识；开展多种形式的互动式教学，如讨论式教学、情景教学、案例教学等，鼓

励学生独立思考，激发学生的学习兴趣和自主学习的潜能，以培养学生的专业核心能力和终身学习能力。

八、课程教学团队

本课程的主讲教师应具有较高的学历，拥有丰富的、较为完善的知识体系，拥有实际的工作经验和相应的技能，能全面了解课程的内容，熟悉相关实训活动实施的要求和方法，并能指导其他教师进行相应的教学工作，以保障本课程教学的整体质量和效果。教学团队应兼具不同等级职称和年龄的教师，应有来自行业、企业的兼职教师，以提高课程实训的效果。

九、教学资源

为保证实际教学需要，教学单位可根据具体情况，应具备下列教学条件：

（一）教材

《物流运输与包装》，汪传雷主编，合肥工业大学出版社。

（二）实训条件

本门课程的实训条件要求有教学做一体化的综合实训室，融教学与实训为一体，以及与课程相应的软件作支持。校外要求有与学校长期合作的企业做实训基地，满足学生顶岗实习的需要。

（三）参考资料

《运输与运输管理》，韩景丰主编，重庆大学出版社；

《运输与运输管理》，张旭凤主编，北京大学出版社；

《国际物流运作流程与单证实务》，孙家庆等，大连海事大学出版社；

《物流包装与实务》系列教材)，张如云，胡红春主编，清华大学出版社。

十、课程建设等级说明

《物流运输与包装》是一门专业技术课，建有教学课件、教学方案、教学视频等教学资源。

山西药科职业学院

《药品仓储与配送》课程标准

●《药品仓储与配送》课程标准

适用专业：物流管理（药品方向）

学时数：48 其中理论：24；实训：24

学分：3

一、课程定位

本课程是在物流基础课程以后讲授的一门专业课。仓储与配送作为物流的重要节点，其发展对一个国家和地区经济的综合配套能力与社会化服务的作用日益重要。本课程既讲授仓储管理的基本理论、基本技术方法，概述仓储管理的实务，又讲授物流配送基础和物流配送过程中的提货、订货、发货、转库和结算等有关知识，在物流管理中应用与综合性较强。通过教学，使学生掌握仓储与配送的基本知识、基本理论和基本技术方法。通过课堂讲授与实践操作，培养学生分析、解决物流实际问题能力，同时使学生得到一定实践技能的训练。

先修课程：《物流基础》、《物流运输与包装》、《管理学基础》、《医药市场营销》

同步课程：《供应链管理》、《物流采购管理》

二、课程标准构建思路

1、理论：通过组织现场课堂教学，学习理论知识，力求具有科学性、先进性和系统性。其目的是使学生扎实地掌握仓储配送方面基本概念和基本理论，广泛了解相关的知识和理论，并学会运用所学理论分析、计算和解决实际工作中的问题。

2.实践教学：通过实训操作、项目设计等实践课教学，增加学生对仓储配送企业的感性认识，增强岗位意识，其目的是将前面所学知识、理论、操作在实践中落实，并通过一定强度、一定学时量的训练，使学生的熟练程度和技能水平达到相关仓储配送企业基本技能水平。其目的是使学生掌握在仓库和配送中心作业时规范的操作步骤、要点和技巧，掌握实际操作中应注意的问题，并做初步的模拟学习。

三、课程目标

1、知识目标

- （1）学生能正确叙述仓储、仓储设施设备的基本概念和功能；
- （2）学生能够叙述仓储合同的主要内容；

(3) 学生能说明仓储作业的基本流程及流程中各项工作任务的特点与相互之间的关系；

(4) 学生能阐述仓储作业所遵循的基本原则及安全管理的内容；

(5) 学生能说明仓储作业考核的内容和考核指标；

(6) 通过本课程的学习，了解配送的基本概念，掌握配送的作用，配送在物流中的地位，理解配送的功能；

(7) 了解商品养护的方法，了解仓储配送的安全问题，掌握仓储配送中商品的养护方法与影响因素分析；

(8) 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和地位，了解配送的要素和配送作业组织模式，能够对配送业务有一个基本的认识；

(9) 了解配送作业环节，熟悉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；

(10) 了解配送组织工作的内容、方法与模式，重点掌握配送线路设计的方法，配送服务于配送成本的关系，配送线路的确定于配送车辆的安排等问题。

2、能力目标

学生会结合具体工作任务要求选择和使用各种仓储、配送设施设备，高效完成任务；

学生会签订仓储配送合同，签、填仓储配送作业中的各种单证；

学生会与他人合作完成商品入库作业、在库作业、库存管理与控制、出库作业、拣货与补货、流通加工、配送作业、退货作业；

学生会通过对工作效果的评价与分析，提出改进策略以提高仓储配送效率、降低物流成本、提高物流服务质量。

3、素质目标

通过本课程的学习，逐步提高学生走向社会需要的适应能力、实际操作能力，仓储配送相关规划设计能力，切实结合实际，以社会需求作为教学出发点，更好的实现学生的就业需求。

4、思政目标

(1) 结合课程内容与企业实际逐步使学生树立：成本意识、安全意识、质量意识、责任意识、效率意识、服务意识、环保意识。

(2) 培养学生吃苦耐劳、爱岗敬业等良好的职业道德，使学生树立主人翁意识，践行为人民服务的理念。

(3) 结合物流仓储与配送方式的发展变化和历史沿革，使学生熟悉了解我国经济社会改革的艰辛历程，用奋斗践行“两个一百年”奋斗目标，实现中华民族伟大复兴的中国梦，用汗水与智慧为我国的经济社会发展添砖加瓦。

四、学时分配

项目（章节）	任务（内容）	学时分配		
		理论学时	实践学时	合计
项目一 走进仓储配送企业	仓储与配送设施设备认知	2	2	4
	仓储合同管理	2	2	4
	仓储与配送发展前沿	2	2	4
项目二 仓储与配送业务操作	入库、在库及出库作业	2	2	4
	流通加工作业	2	2	4
	配送及退货作业	2	2	4
项目三 特殊货物的仓储与配送	保税仓库下的仓储与配送	2	2	4
	冷藏和危险货物的仓储与配送	2	2	4
项目四 仓储与配送成本绩效管理	仓储与配送成本管理	2	2	4
	仓储与配送绩效管理	2	2	4
项目五 库存管理与配送规划设计	仓库配送中心的选址规划	2	2	4
	配送路径规划与设计	2	2	4
合计		24	24	48

五、课程内容及实施设计

《药品仓储与配送》课程教学内容及实施设计一览表

序号	项目（章节）	任务	学时	主要内容	知识目标	技能目标	教学实施设计	
							教学方法	教学环境
1	项目一 走进仓储配送企业	任务 1	4	仓储与配送设施设备认知	了解分类	能够熟练操作仓储配送中心各种设备，具备基础认知	讲授	多媒体、实训室
		任务 2	4	仓储合同管理	掌握职能		讲授	多媒体、实训室

		任务 3	4	仓储与配送 发展前沿	熟悉概念		讲授	多媒体、实训室
2	项目二 仓储与配送业务操作	任务 1	4	入库、在库 及出库作业	熟悉流程和职能	会运作基本的作业流程	讲授	多媒体、实训室
		任务 2	4	流通加工作业	掌握流通加工方法		讲授	多媒体、实训室
		任务 3	4	配送及退货作业	掌握流程和方法		讲授	多媒体、实训室
3	项目三 特殊货物的仓储与配送	任务 1	4	保税仓库下的仓储与配送	掌握定义和作业方法	会特殊货物的流程管理	讲授	多媒体、实训室
		任务 2	4	冷藏和危险货物的仓储与配送	掌握冷藏和危险品的管理方法		讲授	多媒体、实训室
4	项目四 仓储与配送成本绩效管理	任务 1	4	仓储与配送成本管理	掌握管理模式	会进行成本管理分析	讲授	多媒体、实训室
		任务 2	4	仓储与配送绩效管理	掌握管理模式	会进行绩效管理分析	讲授	多媒体、实训室
5	项目五 库存管理与配送规划设计	任务 1	4	仓库配送中心的选址规划	熟悉选址和规划规则	会进行选址的分析、布局的规划	讲授	多媒体、实训室
		任务 2	4	配送路径规划与设计	熟悉配送的要求和方法	会对配送路径进行规划设计	讲授	多媒体、实训室

六、课程考核评价

《药品仓储与配送》课程考核内容及分值比例一览表

序号	教学模块	考核方式	考核项目	考核标准	比例
1	期末成绩	笔试	对教学内容的掌握和运用，对信息的收集处理，对实践问题的解决创新	卷面以百分制制卷，按学生的实际卷面成绩*50%计分	50%
2	平时成绩	课堂参与、作业完成	学生出席、发言、讨论的情况	遵守课堂纪律，积极互动，表达清晰，想法创新，有团队精神	50%

				得满分 50 分,不符合 要求者酌情扣分	
--	--	--	--	-------------------------	--

七、课程教学组织

教学目标以仓储配送作业所应具备的工作能力为导向;教学过程以仓储配送作业的工作过程为导向;教学行动以仓储配送作业的工作情境为导向。在教学过程中,强调以学生为中心,教师作为学习过程的组织者与协调者,按照“资讯、决策、计划、实施、检查、评估”这样一个完整的“行动”过程,通过在教学过程中与学生的互动,让学生通过“独立地获取信息、独立地制定计划、独立地实施计划、独立地评估计划”等一系列行动,使学生在自己“做”的实践中,掌握职业技能、学习专业知识,从而构建属于自己的经验和知识体系。《药品仓储与配送》课程的教学,教师尽可能用最少课时讲解重点的知识、案例,用尽可能多的课时安排学生的实践和“项目”作业。使学生能够理论联系实际,在“做中学”中掌握知识要点的应用。

八、课程教学团队

(一) 主讲教师

主讲教师应具有较高的学历,拥有丰富的、较为完善的知识体系,拥有实际的工作经验和相应的技能,能全面了解课程的内容,熟悉相关实训活动实施的要求和方法,并能指导其他教师进行相应的教学工作,以保障本课程教学的整体质量和效果。

(二) 教师团队

本课程要求配备一支结构合理、素质优良的教学队伍。具体要求如下:

1. 职称和年龄结构合理,兼具不同等级职称和年龄的教师,保证教师队伍的教学水平和活力。
2. 学历层次较高,应具备本科或硕士以上学历。
3. 教师团队中,应具有来自企业的人才,合理安排课程内容和方式,提高课程实训的效果。
4. 具备良好的专业素养和严肃认真的教学态度。

九、教学资源

为保证教学需要,教学单位可根据具体情况,至少应具备教学条件包括:配备安装了计算机、多媒体播放设备等先进设施的多媒体教室,为学生学习理论知

识和培养实践能力提供必要的条件。并结合有一定设施设备的实训室进行现场教学。

《医药市场营销实务》 课程标准

工商管理系
二〇二一年

目 录

一、课程性质与任务	1
(一) 课程性质	1
(二) 课程任务	1
二、学科核心素养与课程目标	1
(一) 学科核心素养	1
(二) 课程目标	2
三、课程结构	3
(一) 课程模块	3
(二) 学时安排	3
四、课程内容	3
(一) 教学提示	3
(二) 教学内容要求	4
五、学业质量	9
(一) 学业质量内涵	9
(二) 学业质量水平	10
六、课程实施	10
(一) 教学要求	10
(二) 学业水平评价	11
(三) 教材要求	12
(四) 课程资源开发与学习环境创设	12
(五) 教师团队建设	12
(六) 实施课程要求	12
附录 教学设备设施配备要求	13

一、课程性质与任务

（一）课程性质

《医药市场营销实务》是高职药品经营与管理专业的专业核心课程。通过本课程的学习，使学生掌握市场营销观念及运用、市场营销环境分析、医药市场调研、目标市场营销战略制定、市场购买行为分析以及市场营销组合策略等基本理论知识；使学生具备医药营销案例分析、医药市场调研、医药营销方案策划和实施等基本技能，同时培养学生的职业道德和素养，为学生后续学习和企业实践，增强适应职业岗位工作的能力打下一定的基础。本课程的教学需要以《管理学基础》、《中医药基础》等课程的学习为基础，是药品购销 1+X 证书及“药品购销员”职业资格证书的主要支撑课程。

本课程内容与医药企业经营管理实际及各岗位的工作任务密切相关，通过案例讨论、角色扮演等课堂学习和项目设计、方案制定、任务实施等实践教学，引导学生养成良好的职业意识和职业习惯，具备严谨的工作态度和吃苦耐劳的精神，培养学生的专业实践能力、协调沟通能力、处理问题能力、自我学习能力、团队协作能力等。

（二）课程任务

全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，满足国家对医药企业经营管人才培养的要求，围绕高等职业教育各专业对经营管理核心素养的培养需求，吸纳医药市场营销领域的前沿技术，通过理实一体化教学，提升学生应用市场营销解决问题的综合能力，使学生成为德智体美劳全面发展的高素质技术技能人才。

二、学科核心素养与课程目标

（一）学科核心素养

企业想要在竞争中获胜，就必须针对复杂的营销环境，不断调整自身业务，发现并满足目标顾客的需求，传递价值，从而实现持续稳定的增长。学科核心素养主要包括沟通与团队合作的能力、医药市场分析洞察能力、营销策划与实施能力及诚信经营、依法合规经营、生命健康至上等意识，同时为后续专业课程的学习打牢基础。

1.沟通与团队合作能力

首先，要培养学生学会沟通，能清晰表达自己的观点，能有效地收集信息，做出逻辑的分析和判断，并有效的表达出自己的思维过程和结果。其次，要培养学生的团队精神，能与团队其他成员团结协作、互补互助，以达到团队最大、最高工作效率的目的。

2.医药市场分析及洞察能力

培养学生分析市场的能力，要求学生熟练掌握医药市场营销的理论知识，能够运用具体的方法和工具解决市场营销中的实际问题。引导学生研究不同顾客的消费心理和消费行为，分析影响消费心理和消费行为的各种因素，发现消费行为的变化及发展规律，激发商业洞察力和敏锐力，提高学生对营销问题的探究兴趣与动力，增强综合素质。

3.医药产品营销策划能力

培养学生从事医药产品营销策划的职业动手能力，提高学生的整体素质。使学生具有系统思维能力，能用综合知识解决复杂问题，要有强烈的动机和兴趣把营销策划做到极致，激发学生创业的激情，提高创新能力。

4.医药企业社会责任观念

遵守诚信营销、依法经营、质量第一等基本商业道德，是医药企业履行社会责任的根本。培养学生积极、主动履行医药企业社会责任，医药企业在创造利益最大化的同时，还要承担其对员工、消费者、社区和环境的社会责任。培养学生体察社会、体谅患者、振兴中医药、建设国家的担当意识，为实现健康中国梦不断贡献自己的力量。

（二）课程目标

通过本课程的学习，学生应具备胜任医药产品营销岗位的必备知识与基本技能，能熟练完成营销岗位所承担的具体工作任务，熟悉医药产品营销工作的过程与方法。在熟悉和掌握市场营销核心概念、市场营销观念、市场营销环境、市场营销战略、市场营销策略等相关理论知识的基础上，能熟练应用医药市场调查和分析的方法，分析医药市场营销环境、分析购买者行为及购买过程，具备发现问题、分析问题、解决问题的能力；具有一定的医药市场营销策划的能力；具有实施医药市场营销活动管理的能力。同时，具有良好的职业道德品质，树立做药就是做良心、质量第一、依法经营的职业观念，具备团结协作、勇于创新的精神和积极向上、不畏困难的工

作态度。

三、课程结构

（一）课程模块

依据人才培养方案、课程标准，以及岗位需求调研，将教学内容整合为“认识医药市场营销”、“调研分析医药市场”、“明确医药市场营销战略”、“制定医药市场营销策略”和“医药市场营销综合实训”五大模块，共计 60 学时。

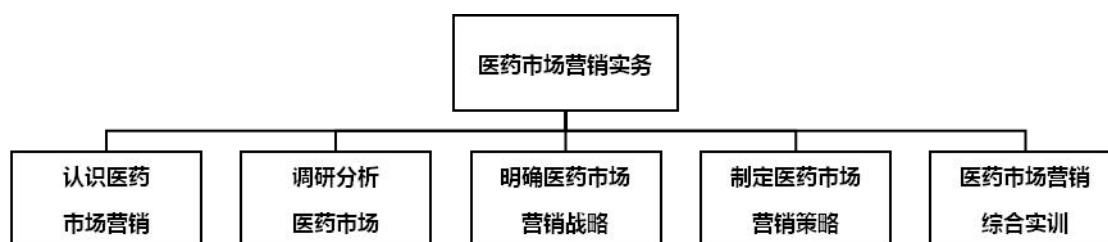


图 1 《医药市场营销实务》教学内容

（二）学时安排

表 1 《医药市场营销实务》学时安排

模块	项目	学时
模块一 认识医药市场营销	项目一 医药市场营销认知	4
模块二 调研分析医药市场	项目二 医药市场调研	12
	项目三 医药市场营销环境分析	
	项目四 医药市场购买行为分析	
模块三 明确医药市场营销战略	项目五 制定医药目标市场营销战略	4
模块四 制定医药市场营销策略	项目六 制定医药产品策略	32
	项目七 制定医药产品价格策略	
	项目八 制定医药产品分销渠道策略	
	项目九 制定医药产品促销策略	
模块五 医药市场营销综合实训	项目十 医药营销管理	8
合计		60

四、课程内容

（一）教学提示

根据应用型人才能力的培养目标，本课程的教学将遵循“理论认知+实践认知+理论应用”的模式，通过分组探究、讨论、设计、演示，锻炼学生动脑动手能力，提高其语言表达能力和对知识的理解能力。把学习设置于真实的、有意义的问题情境中，通过小组合作的形式，让学生共同解决实际的或真实性的问题，来学习隐含于问题背后的营销及管理类科学知识，形成解决问题的技能，并发展学生自主学习和终生学习的能力。

（二）教学内容要求

课程各模块具体教学内容要求见表 2。

表 2 《医药市场营销实务》教学内容要求

模块	项目	任务	教学内容	要求
模块一 认识医药 市场营销	项目一 医药市 场营销 认知	1.1 认识医药市场	1. 市场 2. 市场三要素 3. 顾客需求 4. 顾客价值与满意 5. 医药市场 6. 市场营销	1. 掌握市场的概念及构成要素 2. 会分析市场的大小 3. 理解顾客需要、欲望和需求的概念 4. 理解顾客价值与满意 5. 掌握医药市场、市场营销的概念 6. 理解处方药市场、非处方药市场
		1.2 认识医药市场营销	1. 医药市场营销的概念 2. 医药市场营销的特点 3. 医药市场营销的影响因素 4. 医药市场营销的研究内容	1. 掌握医药市场营销的概念 2. 掌握医药市场营销的特点 3. 理解医药市场营销的影响因素
		1.3 树立现代市场营销观念	1. 市场营销观念内涵 2. 市场营销观念发展 3. 医药市场营销观念的应用 4. 医药市场营销管理任务和过程	1. 掌握5种市场营销观念的沿革和特点 2. 会分析市场营销观念 3. 熟悉市场营销新思想的发展 4. 了解信息技术发展对市场营销观念的革新与创造 5. 树立现代医药市场营销观念
模块二 调研分析 医药市场	项目二 医药市 场调研	2.1 确定医药市场调查项目	1. 医药市场调查含义 2. 医药市场营销调查的特点 3. 医药市场调查程序 4. 医药市场营销调查的类型 5. 医药市场调查的方法	1. 掌握医药市场调查含义 2. 理解医药市场调查的意义、特点 3. 熟悉医药市场调查的内容和分类 4. 掌握各种市场调查方法的步骤及运用各种市场调查方

				法进行调查时应注意的问题 5. 会结合调查实际确定市场调查目的
		2.2 制定医药市场调查方案	1. 医药营销调查方案设计的含义与意义 2. 医药营销调查方案设计的原则 3. 医药营销调查方案设计的流程	1. 掌握医药营销调查方案设计的流程 2. 熟悉医药市场调查问卷的构成、注意事项 3. 掌握医药营销调查方案的基本结构与主要内容 4. 熟悉医药营销调查方案设计注意事项 5. 会设计医药市场调研方案和调查问卷
		2.3 组织实施医药市场调研	1. 实地调研的准备工作 2. 调研实施中的质量、成本、进度控制 3. 调研后的问卷回收工作 4. 实地调研的技巧	1. 能做好实地调演的准备工作 2. 会制定调研提纲 3. 会合理安排实地调研的时间、地点、路线 4. 会运用实地调查的技巧
		2.4 撰写医药市场调研报告	1. 医药市场调研报告的含义 2. 医药市场调研报告的结构与内容 3. 医药市场调研报告的内容 4. 医药市场调研报告编写的原则 5. 医药市场调研报告编写的步骤	1. 掌握医药市场调研报告的结构与内容 2. 熟悉医药市场调研报告编写的原则 3. 熟悉医药市场调研报告编写的步骤、撰写要求 4. 会撰写医药市场调研报告
	项目三 医药市场营销环境分析	3.1 医药市场营销宏观环境分析	1. 医药市场宏观环境 2. 人口环境 3. 经济环境 4. 社会文化环境 5. 科技环境 6. 自然环境 7. 政治法律环境	理解并分析影响医药市场的宏观环境因素：人口环境、经济环境、社会文化环境、科技环境、自然环境、政治法律环境
		3.2 医药市场营销微观环境分析	1. 医药企业市场微观环境 2. 企业内部微观环境 3. 供应商 4. 营销中介机构 5. 顾客 6. 竞争者 7. 社会公众	理解并分析影响医药市场的宏观环境因素：. 企业内部微观环境、供应商、营销中介机构、顾客、竞争者、社会公众
		3.3 分析医药市场营销环境	1. 医药营销环境分析 2. 机会分析矩阵 3. 威胁分析矩阵 4. SWOT分析方法 5. PEST分析方法	1. 掌握医药营销环境分析方法 2. 熟悉机会分析矩阵 3. 熟悉威胁分析矩阵 4. 会运用SWOT分析方法对某医药企业或产品进行分析 5. 掌握PEST分析方法
	项目四	4.1 医药消	1. 医药消费者市场购买行	1. 理解医药消费者市场的概

	医药市场购买行为分析	费者购买行为分析	为的含义 2. 医药消费者市场购买行为特点 3. 医药消费者购买行为的类型 4. 影响医药消费者市场购买行为的因素 5. 处方药和非处方药购买行为的特点 6. 医药消费者购买行为模式 7. 医药消费者市场购买决策	念、特点 2. 了解医药消费者的一般需求特点及其形成规律 3. 熟悉消费者购买行为动机 4. 熟悉医药消费者购买行为的类型 5. 掌握处方药和非处方药购买行为的特点 6. 掌握医药消费者购买行为模式 7. 掌握医药消费者购买决策过程及其影响因素 8. 会分析消费者的购买动机和购买行为类型
		4.2 医药营销组织购买行为分析	1. 医药组织市场购买行为的含义 2. 医药组织市场购买行为特点 3. 影响医药组织市场购买行为的因素 4. 医疗机构购买行为分析 5. 医药生产者市场的购买行为分析 6. 医药中间商市场购买行为分析 7. 医药组织市场购买决策	1. 理解医药组织市场购买行为的含义、特点 2. 掌握影响医药组织市场购买行为的因素 3. 掌握医药组织市场购买决策过程及其影响因素 4. 会分析医疗机构购买行为 5. 会分析医药生产者市场的购买行为 6. 会分析医药中间商市场购买行为
模块三 明确医药市场营销战略	项目五 制定医药目标市场营销战略	5.1 医药市场细分	1. 医药市场细分的内涵 2. 医药市场细分的标准 3. 医药市场细分的原则 4. 医药市场细分的方法	1. 掌握医药市场细分的含义 2. 掌握医药市场细分的原则、标准 3. 了解医药企业进行市场细分的依据、要求和意义 4. 掌握医药市场细分的方法 5. 会运用多元细分法对医药市场进行细分
		5.2 医药目标市场选择	1. 医药目标市场的内涵 2. 医药目标市场选择标准 3. 医药目标市场选择战略 4. 影响医药目标市场战略选择的因素	1. 掌握医药目标市场的内涵； 2. 熟悉医药目标市场选择标准、主要方法 3. 掌握医药目标市场选择战略 4. 掌握影响医药目标市场战略选择的因素 5. 会依据背景资料对目标市场进行选择
		5.3 医药市场定位	1. 医药市场定位的内涵 2. 医药市场定位的方法 3. 医药市场定位的战略 4. 医药市场定位的步骤	1. 熟悉医药市场定位的内涵 2. 掌握医药市场定位的方法、步骤 3. 掌握医药市场定位的战略 4. 掌握目标市场定位策略 5. 会对某医药产品进行定位
模块四	项目六	6.1 正确认	1. 产品整体概念	1. 理解产品整体概念

制定医药市场营销策略	制定医药产品策略	知医药产品整体概念	2. 产品整体概念的三个层次 3. 产品整体概念五个层次 4. 医药产品整体概念	2. 掌握产品整体概念的三个层次 3. 熟悉产品的各种形态 4. 掌握医药产品整体概念 5. 会分析医药产品的整体概念
		6.2 制定医药产品组合策略	1. 医药产品组合概念 2. 医药产品组合内涵 3. 医药产品组合策略	1. 理解产品组合的相关概念 2. 掌握医药产品组合策略
		6.3 制定医药产品生命周期策略	1. 医药产品生命周期内涵 2. 医药产品生命周期各阶段特点 3. 医药产品生命周期各阶段营销策略	1. 了解医药产品生命周期的含义 2. 掌握医药产品生命周期不同阶段的特点 3. 掌握医药产品生命周期不同阶段的营销策略
		6.4 制定医药产品品牌策略	1. 医药产品品牌内涵 2. 医药产品品牌策略 3. 医药产品品牌资产 4. 医药新产品	1. 理解品牌和商标的概念 2. 理解品牌的作用 3. 掌握品牌设计的原则 4. 掌握医药产品品牌策略 5. 会根据医药产品的特点选择品牌策略 6. 了解医药新产品的含义、新药研发的模式与程序
		6.5 制定医药产品包装策略	1. 医药产品包装内涵 2. 医药产品包装的分类 3. 医药产品包装法规规定 4. 医药包装策略	1. 理解医药产品包装内涵 2. 熟悉医药产品包装的分类 3. 理解医药产品包装法规规定 4. 掌握医药包装策略 5. 会设计、选择医药产品的包装策略
	项目七制定医药产品价格策略	7.1 正确理解医药产品价格构成	1. 医药产品价格内涵 2. 影响医药产品价格的因素	1. 理解医药产品价格内涵 2. 掌握医药价格的构成要素 3. 熟悉影响医药产品价格制定的因素 4. 了解医药产品价格管理的法律规定
		7.2 选择医药产品定价方法	1. 成本导向定价法 2. 需求导向定价法 3. 竞争导向定价法	1. 掌握医药产品定价方法和策略 2. 会制定医药产品的价格
		7.3 运用医药产品定价策略	1. 心理定价 2. 折扣定价 3. 需求差别定价 4. 产品组合定价 5. 地理区域定价	1. 掌握医药产品定价技巧 2. 会结合医药产品的特点选取适宜的价格策略
		7.4 运用新产品定价策略与适时调价策略	1. 新产品定价策略 2. 适时调整价格策略	1. 掌握新产品定价策略 2. 熟悉价格调整策略 3. 会适时调整医药产品价格
	项目八制定医药产品	8.1 设计药品分销渠道	1. 医药分销渠道模式 2. 医药分销渠道策略	1. 了解影响分销渠道选择的因素 2. 理解中间商含义和类型

	分销渠道策略			3. 了解医药批发商和零售商的类型、功能、作用 4. 熟悉医药分销渠道策略 5. 会设计医药产品的分销渠道
		8.2 开启药品线上营销新方式	1. 医药电子商务的内涵 2. 互联网药品信息服务 3. 互联网药品交易服务	1. 熟悉医药电子商务的内涵 2. 了解医药电子商务等新型分销渠道 3. 熟悉互联网药品信息服务 4. 熟悉互联网药品交易服务 5. 会在网上销售非处方药品
	项目九制定医药产品促销策略	9.1 善用人员推销拓展药品市场	1. 医药产品人员推销内涵 2. 医药产品人员推销特点 3. 医药产品人员推销技巧 4. 客户拜访的流程及注意事项 5. 举办科室会的流程及注意事项	1. 了解医药产品人员推销的定位 2. 熟悉医药产品人员推销内涵及特点 3. 具备分析产品、介绍产品能力 4. 会有效拜访客户 5. 会组织和举办科室会
		9.2 借力广告效应推广OTC药品	1. 医药产品广告内涵 2. 医药产品广告的特点、作用 3. 医药产品广告法律法规 4. 医药产品广告策略 5. 医药产品广告设计 6. 医药产品广告效果评估	1. 理解医药产品广告内涵; 2. 熟悉医药产品广告的特点、作用 3. 掌握医药产品广告的法律规定 4. 掌握医药产品广告策略, 会制定医药产品广告策略 5. 熟悉医药产品广告设计原则 6. 会设计药品POP广告
		9.3 创新营业推广方式激发顾客购买欲望	1. 医药产品营业推广内涵 2. 医药产品营业推广方式 3. 医药产品营业推广策略	1. 理解营业推广的概念和特点 2. 掌握医药产品营业推广方式 3. 掌握医药产品营业推广策略 4. 会制定、实施药品或门店营业推广方案
		9.4 运用公关手段实现药品销售新突破	1. 公共关系的内涵 2. 医药公共关系的特点、作用 3. 公共关系策略 4. 医药企业公共关系危机 5. 医药企业公共关系危机的处理	1. 熟悉公共关系内涵 2. 掌握公共关系策略 3. 会策划、实施公共关系活动 4. 熟悉医药公共关系危机的概念、处理程序 5. 会妥善处理医药企业的公共关系危机
模块五医药市场营销综合实训	项目十医药营销管理	综合实训	医药营销方案设计与实施	1. 掌握医药营销方案设计的要点 2. 掌握医药营销方案的实施要点及注意事项 3. 会制定医药企业或产品的营销活动方案

五、学业质量

（一）学业质量内涵

结合课程内容，学生学业质量标准核心素养及具体表现（见表3）。

表3 《医药市场营销实务》核心素养及表现

核心素养	内涵	具体表现
沟通与团队合作能力	首先，要学会沟通，能清晰表达自己的观点，学会有效地收集信息，并做出逻辑的分析和判断，能有效的表达出自己的思维过程和结果。其次，要培养学生的团队精神，能与其他成员协调合作、各尽所能、互补互助，以达到团队最大、最高的工作效率。	●具有遇事沉稳，灵活应变的心理素质，能流畅地表达自己的观点和看法； ●具有吃苦耐劳的精神和不畏困难的工作态度； ●具有团队协作精神和全局意识。
医药市场分析洞察能力	会分析市场，掌握医药市场营销的理论知识，能够运用具体的方法和工具解决市场营销中的实际问题。主动探究不同顾客的消费心理和消费行为，分析影响消费心理和消费行为的各种因素，发现消费行为的变化及发展规律，焕发商业洞察力和敏锐力，具有对营销问题的探究兴趣与动力，不断增强综合素质。	●具有运用市场营销知识分析、解决实际问题的意识。 ●会设计调查方案，能熟练运用问卷法、访谈法、文献法等市场调查方法开展和实施调查，撰写调查报告； ●能运用机会—威胁矩阵、SWOT、PEST 等方法进行医药市场营销环境分析； ●能确认购买决策行为的类型，会分析医药消费者决策过程； ●会利用市场细分的因素对市场进行细分； ●会分析医药产品的生命周期、包装策略和品牌策略。
医药产品营销策划能力	培养学生从事医药产品营销策划的职业动手能力，提高学生的整体素质。使学生具有敏锐的洞察能力，系统思维能力，能用营销知识去解决复杂的问题，要有强烈的动机和兴趣把营销策划做到极致。	●能够运用定价方法和定价策略对药品进行合理定价； ●能够对医药产品分销渠道进行设计、管理和调整； ●能设计药店海报和 POP 广告； ●具有一定的医药市场营销策划能力和实施医药营销活动计划的能力； ●会妥善处理公共关系危机。 ●具备严谨认真、做事细心踏实的工作态度； ●具有积极向上、勇于创新的精神。

医药企业社会责任观念	培养学生积极履行企业社会责任，企业在创造利益最大化的同时，还要承担其对员工、消费者、社区和环境的社会责任。遵守基本商业道德，是医药企业履行社会责任的根本。时刻谨记回馈社会、回馈自然的责任与使命，不忘初心，为实现健康中国梦不断贡献自己的力量。	●具有良好的职业道德品质，树立做药就是做良心、质量第一的职业观念； ●具有较强的责任心和责任感； ●了解相关法律法规并自觉遵守； ●了解伦理道德准则，规范日常信息行为。
------------	--	---

（二）学业质量水平

学业质量水平分为两级，水平一为掌握医药市场营销的基本知识和基本技能，对近年来快速发展的医药商业模式、营销模式相关理论发展与应用有一定的了解，能完成简单的医药企业案例分析。水平二在水平一的基础上，进一步运用医药市场营销思维，掌握商务数据分析能力、文案写作能力、市场推广能力和营销策划能力。

六、课程实施

（一）教学要求

医药市场营销实务课程主要培养学生的医药市场调研、医药营销方案的策划与实施等基本技能，引导学生树立依法合规经营、生命健康至上的职业意识，具备团队协作、吃苦耐劳的精神，增强适应职业岗位工作的能力。

1.立德树人，加强对学生的社会责任教育

《医药市场营销实务》课程教学要落实立德树人根本任务，贯彻课程思政要求，使学生在纷繁复杂的商业社会环境中能站稳立场、明辨是非、行为自律、知晓责任，树立大局意识、生命健康至上意识、法律意识及家国情怀。

教学要有意识地引导学生关注营销，发现营销的价值，提高对营销的敏感度，教师在教学过程中要通过真实案例培养学生的营销意识、依法营销意识，了解营销对社会经济发展的作用。

教师要引导学生直面问题，在思考、辨析、解决问题的过程中逐渐形成良好的企业社会责任意识。教师可在教学过程中通过引入医药行业典型事件，使学生认识到医药行业法律法规的重要性和必要性，能基于相关法律法规和伦理道德准则，做出理性的判断和负责的行动。

2.突出技能，提升学生的营销技能和综合应用能力

在课堂教学中，教师要采用理论与实践相结合的教学方式，让学生在“做中学、学中做”，提升学生的营销技能和综合应用能力。将学习任务置于真实情境中，通过创新教学模式的运用，学生的依法依规经营、生命健康至上的理念及家国情怀进入学生灵魂深处，形成思想烙印，能真正理解国家医疗卫生改革政策；同时，学生的团结协作、勤于思考、不畏艰苦等职业素养在不断地渗透中得以养成，营销活动策划与实施等专业技能也得到极大的提升。

3.创新发展，培养学生的数字化学习能力和创新意识

在教学过程中，教师要根据学生的学习基础，创设适合学生的数字化教学环境与活动，引导学生开展自主学习、协作学习、探究学习，并进行分享和合作；使学生能够利用营销数字化资源与工具，完成学习任务。教师要引导学生学会根据自身需要，自主选择学习平台，创设学习环境，形成自主开展数字化学习的能力和习惯。教师要培养学生的创新意识，使学生能将营销技术创新应用于日常生活、学习和工作中。

（二）学业水平评价

根据学情分析，采用“做中学、学中做”的方式培养学生的自学能力、知识拓展能力和创新能力，达到以学生为中心，以培养学生综合素质的教学目的。

1.本课程强调目标评价与理论和实践一体化评价的有机结合，注重引导学生自主学习、自我实践、自我管理、自我评价。

2.本课程的考核采取理论考核与实训考核相结合的方式，积极引导重视营销职业能力的培养。

3.本课程要求把学生的职业道德、职业情感、职业责任纳入考核范围，以引导学生注重综合职业素质、特别是思想道德品质素质的培养。

4.本课程突出过程考核与阶段评价，结合学生的课堂表现、业务操作、课后作业、社会实践等环节的表现与成果进行评价。

5.本课程重视教学的总结、创新和教学效果的反馈信息，及时调整教学内容、教学手段、教学形式和教学方法，以便更好地实现教学目标。

（三）教材要求

1.所使用的教材应体现医药行业的特点，教材内容要与行业标准和职业资格标准相结合。

2.所使用的教材要以学生为本，充分体现学生的主体作用和教师的组织、引导作用，提高学生学习的主动性和积极性。

3.在教材使用时，教师要根据学生现有水平，结合实际教学需要，灵活使用教材，对教材的内容、编排顺序、教学方法等方面进行适当的取舍和调整，鼓励紧跟医药行业发展及时补充新知识、新技术。

表 4 参考教材

序号	教材名称	作者	出版社	教材简介
1	医药市场营销实务	***	中国医药科技出版社	与企业专家共同编写，以真实项目为载体，基于工作过程导向的工学结合教材，突出培养职业能力。
2	药品市场营销学	***	人民卫生出版社	教材简化基础理论，侧重知识的应用，突出培养职业能力，具有较强的实践操作性

（四）课程资源开发与学习环境创设

优质硬件和软件资源作为教学环境有效支撑：智慧教室帮助实现教与学的强交互，“药剂、药品经营与管理专业”国家教学资源库、**省精品在线开放课程《医药市场营销实务》、《营销之道》、《经营之道》、《创业之星》等平台软件助力线上线下混合式学习，自主设计仿真软件“医药营销仿真软件”、“医药包装仿真软件”帮助突破教学难点。

（五）教师团队建设

主讲教师应具有较高的学历，拥有丰富的、较为完善的知识体系，拥有实际的工作经验和相应的技能，能全面了解课程的内容，熟悉相关实训活动实施的要求和方法，并能指导其他教师进行相应的教学工作，以保障本课程教学的整体质量和效果。教学团队应兼具不同等级职称和年龄的教师，应有来自行业、企业的兼职教师，以提高课程实训的效果。

（六）实施课程要求

《医药市场营销实务》是一门应用性极强的学科，相关的教学需要在理论层面训练学生的分析和创造力，然后再培养学生用理论演化成日常市场营销的技巧。实施课程要结合虚拟现实技术和互联网络通讯技术构造一个真实完整有效的医药营销环境，让参与练习的学生通过模拟竞争的方式演练市场分析、营销战略发展和营销决策制定的持续的营销管理过程，体验完整的营销方法体系。通过这种模拟实践的方式，有效提高学生的学习兴趣、提升教学效果、保证教学质量，同时对课程教学效果开展监测，确保实现人才培养目标。

附录 教学设备设施配备要求

信息技术教学机房设备设施配备要求

项目	技术参数与要求	数量
学生用计算机	计算机配置满足安装主流教学软件要求支持网络同传和硬盘保护 可选配多媒体教学支持系统	保证上课时每组 1 台（套）
教师用计算机	配置优于学生用计算机配置	≥1 台（套）
教学投影显示设备	投影机或电子白板教学一体机	≥1 台（套）
软件配置	《医药营销仿真软件》、《医药包装仿真软件》、《营销之道》、《经营之道》、《创业之星》等应用软件	根据教学需要选用

2020-2021-2 学期 xxx 授课计划表

课程名称：医药市场营销实务

学 时：60

授课教师：XXX

授课班级：2020 级药品经营与管理 2 班

序号	授课日期	模 块	项 目	任 务	学时	授课地点
1	2021. 3. 9	模块一 认识医药市场营销	项目一 医药市场营销认知	1. 1 认识医药市场 1. 2 认识医药市场营销	2	多功能商务教室
2	2021. 3. 12			1. 3 树立现代市场营销观念	2	多功能商务教室
3	2021. 3. 16	模块二 调研分析医药市场	项目二 医药市场调研	2. 1 确定医药市场调查项目 2. 2 制定医药市场调查方案	2	多功能商务教室
4	2021. 3. 19			2. 3 组织实施医药市场调研 2. 4 撰写医药市场调研报告	2	多功能商务教室
5	2021. 3. 23		项目三 医药市场营销环境分析	3. 1 医药市场营销宏观环境分析 3. 2 医药市场营销微观环境分析	2	多功能商务教室
6	2021. 3. 26			3. 3 分析医药市场营销环境	2	多功能商务教室
7	2021. 3. 30		项目四 医药市场购买行为分析	4. 1 医药消费者购买行为分析	2	模拟药店
8	2021. 4. 2			4. 2 医药营销组织购买行为分析	2	多功能商务教室
9	2021. 4. 6	模块三 明确医药市场营销战略	项目五 制定医药目标市场营销战略	5. 1 医药市场细分 5. 2 医药目标市场选择	2	多功能商务教室
10	2021. 4. 9			5. 3 医药市场定位	2	多功能商务教室

11	2021. 4. 13	模块四 制定医药市场营销策略	项目六 制定医药产品策略	6.1 正确认知医药产品整体概念 6.2 制定医药产品组合策略	2	多功能商务教室
12	2021. 4. 16			6.3 制定医药产品生命周期策略	2	多功能商务教室
13	2021. 4. 20			6.4 制定医药产品品牌策略	2	多功能商务教室
14	2021. 4. 23			6.5 制定医药产品包装策略	2	多功能商务教室
15	2021. 4. 27		项目七 制定医药产品价格策略	7.1 正确理解医药产品价格构成	2	多功能商务教室
16	2021. 5. 7			7.2 选择医药产品定价方法	2	多功能商务教室
17	2021. 5. 11			7.3 运用医药产品定价策略	2	多功能商务教室
18	2021. 5. 14			7.4 运用新产品定价策略与适时调价策略	2	多功能商务教室
19	2021. 5. 18		项目八 制定医药产品分销渠道策略	8.1 设计药品分销渠道	2	多功能商务教室
20	2021. 5. 21			8.2 开启药品线上营销新方式	2	多功能商务教室
21	2021. 5. 25		项目九 制定医药产品促销策略	9.1.1 善用人员推销拓展药品市场 1	2	模拟药店
22	2021. 5. 28			9.1.2 善用人员推销拓展药品市场 2	2	多功能商务教室
23	2021. 6. 1			9.2.1 借力广告效应推广 OTC 药品 1	2	多功能商务教室

24	2021. 6. 4			9. 2. 2 借力广告效应推广 OTC 药品 2	2	模拟药店
25	2021. 6. 8			9. 3 创新营业推广方式激发顾客购买欲望	2	多功能商务教室
26	2021. 6. 11			9. 4 运用公关手段实现药品销售新突破	2	多功能商务教室
27	2021. 6. 15	模块五 医药市场营销综合实训	项目十 医药营销管理	医药市场营销综合实训 1	2	药品经营管理综合实训室
28	2021. 6. 18			医药市场营销综合实训 2	2	药品经营管理综合实训室
29	2021. 6. 22			医药市场营销综合实训 3	2	药品经营管理综合实训室
30	2021. 6. 25			医药市场营销综合实训 4	2	药品经营管理综合实训室

山西药科职业学院

《药学服务技术》课程标准

执笔人：刘文娟

参与人：张 虹、王增仙、杨德花、李艳丽、
武敏霞、陈湘玲、郝晶晶

审核人：

日 期：2017 年 8 月 23 日

《药学服务技术》课程标准

课程代码：

适用专业：药学、医药营销、药品经营与管理、连锁经营管理专业

学时数：60h 其中理论：30；实训：30

学分：2

一、课程定位

《药学服务技术》是药学专业的一门专业技术课程。其功能在于培养学生熟练掌握各种常见疾病的药物选择推荐、正确分析处方、准确调配药品、合理的用药指导、及时报告药品不良反应事件等药学专业服务的必备知识和专业技能，树立安全用药观念，直接为学生顶岗实习及零距离就业奠定基础。

先修课程：《医药商品基础》、《医学基础知识》、《人体解剖生理学》、《药理学》、《药物化学》、《药剂学》

二、课程标准构建思路

根据专业培养目标，以职业能力培养为重点，与企业合作进行课程开发与设计，以工作任务引领知识、技能和态度，让学生在完成工作任务的过程中学习相关知识，发展学生的综合职业能力。

本课程在设计过程中，根据专业培养计划以及专业岗位群技能要求确定教学内容。内容的选取既突出职业教育对理论知识学习的需要，同时融合相关职业资格证书对知识、技能和态度的要求。课程内容分三块：①理论教学；②校内实践教学，主要在模拟药店完成；③校外实习，主要在社会药店实习。按“必需、够用”的原则，设计教学内容，以工作任务为中心组织教学内容，共包括9个学习项目。重点培养学生的职业能力，充分体现职业性、实践性和开放性的要求。

1. 校企密切合作开发课程。成立由药房、药品生产企业技术人员和我院管理人员和专业教师参加的课程开发与建设小组，通过问卷、座谈等方式调查分析医药行业药学人才市场需求状况和药学专业面向的职业岗位(群)的任职要求，结合国家职业技能鉴定“医药商品营业员”等高级工的考核标准，明确药学专业人员的知识、能力、素质要求，确定本课程培养目标、课程体系结构和课程教学内容。

2. 选择典型案例作为载体,设计学习情景。根据药品调配和药学服务的工作过程、企业工作实际和学校教学的具体情况,按照药学职业岗位群的知识、能力、素质要求,打破传统的药理学、临床医学、药品养护、医药管理法规等课程界线,重新整合教学内容。选择典型的案例作为载体,设计学习情景。

3. 设计“任务趋动-分项目训练模式”。按照学习和训练的内容不同,分别采用“角色扮演”、“分组讨论”、“实际演练”等相结合的教学方法,从药学服务的各方面均能得到全面训练。

4. 将素质教育、职业道德教育与专业技能教育融为一体。在课程体系设计和课程教学实施过程中,要求学生严格按照国家有关规定进行用药指导、处方分析等训练。让学生在每次实训过程中均能翔实填写原始记录,并将工作态度、合作能力、操作规范程度纳入到考核内容中。在培养学生职业能力的同时,培养学生严谨细致、诚实守信、认真负责的工作作风和工作态度。

5. 按照 GSP 的要求建立模拟药店,建立真实职场环境,开发实训实习项目、编写《药学服务技术》教材。开展教师、企业员工互相培训工作。开展职业技能鉴定、应用技术开发等工作。

6. 配备“双师”结构的师资队伍。在现有校内专任教师的基础上,建立企业兼职教师资源库,每年根据课程要求和企业兼职教师的工作情况,聘任 3-4 名药房、药厂的专业技术人员作为实训指导老师,共同组成本课程教学团队。同时选派专任教师去企业挂职锻炼、业务培训,提高教师的实践指导能力。

7. 加强本课程网络教学资源建设和专业资料建设,丰富教学资源,并为学生课后查阅资料和自主学习提供使得条件。

建设课程网站,课程标准、教案、课件、习题、考核标准等均已上网;开发了电子自测题、医药网站链接等栏目;购置了《中华人民共和国药典》、《临床用药须知》、《非处方药店员手册》等专业手册和大量专业杂志。建立多媒体教室、电子阅览室、计算机房,与万方数据库对立合作关系,购买仪器使用虚拟训练软件,使学生在课前、课后能根据教学要求和自己的兴趣爱好查阅资料、自主学习。

三、课程目标

1. 知识目标

(1) 药品名称(商品名、通用名),理想的使用方法和疗效,给药途径、剂

型、剂量，给药时间等。

(2) 服药期间的注意事项，不良反应及其预防，药物治疗的自我监测方法，潜在的药物与药物、药物与食物之间的相互作用或其他治疗禁忌症，当服药剂量发生错误应采取的补救方法等。

(3) 能够正确调配处方，包括审核处方、正确配药、发药复核等。同时会分析处方合理性，以避免不合理用药事件的发生。

(4) 在为患者进行正确的用药指导的同时，必要时提出去医院就诊的建议。

(5) 收集并记录药品不良反应，并按规定上报。

(6) 告知患者药品的贮藏和保管的基本方法。

(7) 为医师、护士、患者提供即时药学专业情报服务。

2. 能力目标

(1) 能正确分析处方。

(2) 能对常见疾病选择推荐药物、准确调配药品。

(3) 及时报告药品不良反应事件的能力

3. 素质目标

树立“以人为本、质量第一”的观念，培养严谨细致的工作作风和诚实守信、认真负责的工作态度。

养成提升服务水平，保障人民群众用药安全有效的职业习惯。

培养自主学习、团结协作、创新工作的能力。

四、教学时间分配

教学内容	学时分配		
	理论学时	实践学时	合计
第一章药学服务概述	2		
第二章用药教育与指导	4	2	
第三章药学服务基本技能训练	2	4	
第四章药学信息服务	0		
第五章常见病症的用药指导	8	8	
第六章常见慢性疾病的用药指导	10	10	

第七章联合用药和关联销售	4	4	
第八章售后服务及药品质量缺陷处理	0	2	
第九章医疗机构药学服务	0		
合计	30	30	60

五、教学内容及实施设计

《药学服务技术》课程教学内容及实施设计一览表

(章节)	教学内容	教学要求	教学实施设计	
			教学方法	教学环境
第一章药学服务概述	药学服务的定义及发展现状	了解	多媒体教学	教室
	药学服务的对象及内容	掌握		
	药学人员的素质要求	熟悉		
	药学职业道德	熟悉		
第二章用药教育与指导	用药教育与指导的方法及内容	熟悉	多媒体教学	教室 模拟药店
	药品说明书的指导作用	掌握		
	特殊人群用药教育与指导	掌握		
	健康教育与慢病管理	了解		
第三章药学服务基本技能训练	药学服务的礼仪	了解	多媒体教学 模拟训练	教室 模拟药店
	顾客接待技能	了解		
	体重、体温、血压、血糖的测量技能	掌握		
	药历书写技能	熟悉		
	药学计算技能	熟悉		
	处方调配和审核技能	掌握		
	用药交待与用药指导	掌握		
	药物警戒及不良反应管理技能	掌握		
	药品质量鉴别技能	熟悉		
	药品陈列技能	熟悉		
第四章药学信息服务	药学信息服务概述	了解	多媒体教学	教室
	药学信息服务的常用资料	了解		
	药学信息服务实施案例	了解		
五章常见病	发热、咳嗽	掌握	多媒体教学	教室

症的用药指导	疼痛	掌握	模拟训练	模拟药店
	感冒与流行性感冒	掌握		
	消化不良	掌握		
	腹泻与便秘	掌握		
	眼科疾病	掌握		
	贫血	掌握		
	皮肤疾病	掌握		
第六章常见慢性疾病的用药指导	高血压	掌握	多媒体教学 模拟训练	教室 模拟药店
	心绞痛	掌握		
	高脂血症	掌握		
	糖尿病	掌握		
	消化性溃疡	掌握		
	支气管哮喘	掌握		
	前列腺增生	掌握		
	骨质疏松症	掌握		
	痛风	掌握		
	尿路感染	掌握		
第七章联合用药和关联销售	联合用药	掌握	多媒体教学 模拟训练	教室 模拟药店
	关联销售	熟悉		
	关联组合销售技巧案例	掌握		
第八章售后服务及药品质量缺陷处理	售后服务及顾客回访	了解	多媒体教学 模拟训练	教室 模拟药店
	药品质量缺陷处理	熟悉		
	顾客投诉处理	熟悉		
	药店会员管理的实施	了解		
第九章医疗机构药学服务	医院药学部的组织架构、部门职责	了解	多媒体教学	教室
	医疗机构的特色药学服务	了解		

六、课程考核评价

《药学服务技术》课程考核内容及分值比例一览表

序号	教学模块	考核方式	考核项目	考核标准	比例
课程 成绩	课堂提问	随堂	所有项目	正确答案	20%
	技能考核	口试	1. 药学服务基本技能	①能正确体重体温、血压、血糖的测量； ②能正确用药交代； ③会药学计算； ④能合理药品陈列。	20%
			2. 合理用药指导	①能根据所给病例判断患者疾病类型； ②能根据患者的病情推荐合适的药物； ③能准确、耐心、全面地指导患者用药，包括：用法用量、不良反应、注意事项；	20%
			3. 处方分析	①能正确分析处方是否合理； ②能正确说出合理或不合理的理由。	15%
			4. 正确阅读说明书	①能正确说出说明书的格式，包括：说明书名称、警示语、标识、核准日期； ②正确说出说明书的项目及各项的主要内容。	15%
			5. 关联销售	①熟悉不良反应的收集方法及内容； ②能规范填写药品不良反应报告表； ③能根据不良反应分析的五项内容作出关联性评价。	10%

七、课程教学组织

教学中突出学生主体，在讲授知识的基础上，尽量采取“互动式”、“引导式”如小组讨论、典型案例分析、PBL 等形式，拓宽学生的思路，深化对知识的理解和掌握，促进他们积极主动参与教学过程，增强知识的运用能力、自学能力和社会能力，启迪学生的科学思维。

八、课程教学团队

本课程教学团队共 5 人。

九、教学资源

1. 教学资料

采用多媒体课件，激发学生的学习兴趣；建立常见疾病用药处方案例库，促进学生对知识的理解和掌握。

2. 网络资源

积极开发网络课程资源，充分利用数据库、数字图书馆等网上信息资源，注重对学生自学能力的培养。

3. 实训条件

我院现有模拟药店。同时，我们充分利用社会药店资源，进行产学结合。

《药理学》课程标准

课程代码:

学时学分数: 60 学时 (其中理论: 48; 实训: 12), 3 学分

适用专业: 药品经营与管理 (药品营销方向)

一、课程性质及定位

本课程是我院药学专业必修的一门职业基本技能课程。通过本课程的学习,使学生掌握从事药学工作必需的药理学基本知识和基本技能,为进一步学习相关岗位知识和技能、增强适应职业变化的能力和继续学习的能力奠定基础。

药理学作为一门职业基本技能课程,其教学根据高职教育人才培养目标,面向学生就业岗位群,通过理论学习、实验实训和顶岗实习,使学生掌握常用药物的药理作用、临床应用及不良反应等知识,基本具备介绍药品能力、合理应用药物能力和用药咨询服务能力,同时具有与人沟通、协作、协调的能力。

先修课程:《人体解剖生理学》、《生物化学》、《医学基础知识》

同步课程:《微生物学基础》、《药物化学》、《药事管理与法规》

后续课程:《药物检测技术》、《药物制剂技术》、《药学服务技术》、《GSP 实施技术》

二、课程设计思路

根据专业培养目标,以职业能力培养为重点,与企业合作进行课

程开发与设计，以工作任务引领知识、技能和态度，让学生在完成工作任务的过程中学习相关知识，发展学生的综合职业能力。

本课程在设计过程中，根据专业培养计划以及专业岗位群技能要求确定教学内容。内容的选取既突出职业教育对理论知识学习的需要，同时根据行业、企业发展需要和完成职业岗位实际工作任务所需要的知识、能力、素质要求，融合相关职业资格证书对知识、技能和态度的要求。课程内容分三块：①理论教学；②校内实践教学，包括药理学实验和实训，主要在药理学实验室和模拟药店完成；③校外实习，主要在社会药店实习；其中理论与实践的比例为 48:12。按“必需、够用”的原则，设计教学内容，以工作任务为中心组织教学内容，共包括 8 个学习项目。重点培养学生的职业能力，充分体现职业性、实践性和开放性的要求。

三、课程目标

通过药理学的理论讲授和实验实训，使学生掌握各类药物的药理学作用、作用机制、临床应用、不良反应，熟悉药物分类及药物间的相互作用，了解药物药代动力学特点，为合理用药提供坚实的理论依据；也为学习药物分析、药物化学及药学岗位知识和执业药师考试以及增强继续学习和适应职业变化的能力奠定基础。

1. 知识目标

（1）说出药物与机体的相互作用，作用规律及其影响因素。

（2）说出常用药物的基本作用、用途、不良反应、常用制剂使用注意事项。

(3) 指出常见疾病的用药原则。

2. 能力目标（指应具有的职业能力）

(1) 能准确说出药品说明书的基本内容。

(2) 能正确介绍常用药品的作用、应用及用药注意事项。

(3) 能根据疾病正确推荐药品。

3. 素质目标

(1) 加强职业道德观念，全心全意为人民、为社会服务。

(2) 树立辩证唯物主义世界观、人生观。

(3) 具有热爱科学、实事求是的作风和创新意识、创新精神。

四、课程项目设计

序号	项目 (章节)	任务	教学内容	学时	
				理论	实践
1	药理学概论	药理学基本理论和概念	药效学、药动学及其规律； 影响药物作用的因素	7	4
2	传出神经系统药物	传出神经系统药物基本知识和代表药物	拟胆碱药、抗胆碱药、拟肾上腺素药、抗肾上腺素药	9	
3	中枢神经系统药物	中枢神经系统药物基本知识和代表药物	镇静催眠药、抗癫痫药、抗精神失常药、镇痛药、解热镇痛抗炎药	6	2
4	心血管系统药物	心血管系统药物基本知识和代表药物	抗高血压药、抗心绞痛药、降脂药	4	2
5	内脏系统药物	内脏系统药物基本知识和代表药物	利尿药和脱水药、呼吸系统药、抗过敏药、作用于消化系统的药物、血液及造血系统药	8	3

6	内分泌系统药物	内分泌系统药物基本知识和代表药物	肾上腺皮质激素类药、甲状腺激素及抗甲状腺药、抗糖尿病药	4	
7	抗感染药物	抗感染药物基本知识和代表药物	抗生素、合成抗菌药、抗结核病药、抗病毒药、抗真菌药	10	1
合计				48	12

五、课程内容及要求

项目 (章节)	教学内容	知识要求	技能要求	素质要求	教学方法	教学环境
药理学 概论	绪论	1. 理解药理学的内容，任务及学习目的。 2. 知道药理学的发展简史。	能证明药物剂量对药物作用的影响。	树立辩证唯物主义世界观、人生观，全面认识影响药物作用的各种因素	讲授法、引导教学法	多媒体教学
	认识药效学规律	领会药物的效应及作用机制。				
	认识药动学规律	领会药物的代谢过程。				
	了解影响药物作用的因素	领会药物作用的影响因素。				
传出神经系统 药物	重症肌无力的用药	1. 领会新斯的明治疗重症肌无力的机制、用药注意事项。 2. 理解有机磷中毒的抢救措施。	能对胃肠绞痛进行用药指导；对重症肌无力、心脏骤停等疾病的处方进行分析	加强职业道德观念，全心全意为人民、为社会服务的意识，能准确指出常见传出神经系统药物的不	讲授法、引导教学法	多媒体教学
	胃肠绞痛的用药	1. 领会阿托品治疗胃肠绞痛的机制、用药注意事项。 2. 理解抗胆碱药的临床应用。			案例教学法	

	心脏骤停的用药	1. 领会肾上腺素治疗心脏骤停的机制、用药注意事项。 2. 理解拟肾上腺素药的临床应用。		不良反应、注意事项、禁忌症	引导教学法	
	嗜铬细胞瘤的用药	1. 领会酚妥拉明治疗嗜铬细胞瘤的机制、用药注意事项。 2. 理解抗肾上腺素药的临床应用。			讲授法	
中枢神经系统药物	失眠的用药	1. 领会地西泮治疗失眠的机制、用药注意事项。 2. 理解镇静催眠药的临床应用。	能对失眠、慢性疼痛、感冒引起的发烧进行用药指导和相关处方分析	加强职业道德观念，全心全意为人民、为社会服务的意识，严格执行精神药品、麻醉药品的管理规定	角色扮演法	多媒体教学
	癫痫的用药	1. 领会苯妥英钠治疗癫痫的机制、用药注意事项。 2. 理解抗癫痫药的临床应用。			案例教学法	
	精神失常的用药	1. 领会氯丙嗪治疗精神分裂症的机制、用药注意事项。 2. 理解抗精神失常药的临床应用。			讲授法	
	疼痛的用药	1. 领会吗啡治疗疼痛的机制、用药注意事项。 2. 理解镇痛药的临床应用。			角色扮演法	
	感冒的用药	1. 领会解热镇痛药治疗感冒的机制、用药注意事项。 2. 理解解热镇痛药的临床应用。			角色扮演法	
心血管系统药物	高血压的用药	领会钙拮抗药、ACEI、AT拮抗药、肾上腺素受体拮抗药、利尿药治疗高血压的机制、用药注意事项。	能对高血压、心绞痛、高脂血症患者处方进行合理分析	加强职业道德观念，全心全意为人民、为社会服务的意识，注意老龄化社会心血管疾病用	任务驱动法	多媒体教学
	心绞痛的用药	1. 领会硝酸甘油治疗心绞痛的机制、用药注意事项。 2. 理解抗心绞痛药的临床应用			案例教学法	

	降脂药	高脂血症的分类及其药物应用		药需求的变化及用药注意事项	案例教学法	
内脏系统药物	水肿的用药	1. 领会利尿药治疗水肿的机制、用药注意事项。 2. 理解利尿药和脱水药的临床应用。	能对过敏、消化不良、贫血患者进行用药指导；会分析水肿、支气管哮喘、消化性溃疡患者的处方	加强职业道德观念，全心全意为人民、为社会服务的意识，能正确按照疾病类型选择相关药物	引导教学法	多媒体教学
	哮喘的用药	1. 领会哮喘的用药注意事项。 2. 理解咳嗽、祛痰的治疗。			情境教学法	
	过敏性皮炎的用药	理解 H1 受体拮抗药的临床应用。			讲授法	
	溃疡的用药	1. 领会抗溃疡药治疗溃疡的机制、用药注意事项。 2. 理解抗溃疡药的临床应用。			项目教学法	
	贫血及血栓的用药	1. 领会肝素、阿司匹林防治血栓的机制、用药注意事项。 2. 理解抗贫血药的临床应用。			案例教学法、引导教学法	
内分泌系统药物	炎症的用药	1. 领会糖皮质激素治疗炎症的机制、用药注意事项。 2. 理解糖皮质激素的临床应用。	能说明、糖皮质激素、抗甲亢药、抗糖尿病药的使用方法及注意事项。	加强职业道德观念，全心全意为人民、为社会服务的意识，严格激素类药物的用药指征；做好糖尿病患者个体化用药方案、非药物治疗的指导	案例教学法	多媒体教学
	甲亢的用药	1. 领会甲亢的发病机制、用药注意事项。 2. 理解甲减的治疗。			案例教学法	
	糖尿病的用药	1. 领会胰岛素治疗糖尿病的机制、用药注意事项。 2. 理解降血糖药的临床应用。			案例教学法	
抗感染药物	肺炎的用药	1. 领会肺炎的治疗药物、用药注意事项。 2. 领会抗菌药物的临床应用。	能针对常见疾病和典型症状正确推荐	加强职业道德观念，全心全意为人民、为	案例教学法	多媒体教学

	结核病的用药	领会结核病的发病机制、注意事项。	抗菌药物，并说明其使用方法及注意事项。	社会服务的意识，严格执行抗生素销售规定，避免抗生素滥用		
实验实训	剂量对药物作用的影响	了解药物剂量与效应之间的规律。	学习小鼠的捉拿和腹腔注射法。能证实剂量对药物作用的影响。	分析药物作用与剂量的关系	任务驱动法	实验室
	地西泮的抗惊厥作用	领会地西泮的抗惊厥作用。	学习家兔的捉拿和耳静脉注射能证明地西泮的抗惊厥作用。	指出惊厥的治疗药物与原则	任务驱动法	实验室
	硝酸甘油的扩血管作用、	领会硝酸酯类药物治疗心绞痛的机制。	能证明硝酸甘油的扩血管作用。	硝酸甘油的方法及储存	任务驱动法	实验室
	药物对凝血时间的影响	领会肝素防治血栓的机制。	能证明肝素的抗凝血作用和维生素K的促凝血作用。	区分不同抗凝血药的应用	任务驱动法	实验室
	药品包装、标签和说明书简介	领会药品包装、标签、说明书的主要内容及格式要求。 准确说明药品说明书中各项目的含义及要求。	能根据药品说明书向患者交代药品的用法用量及注意事项。	能根据药品包装、标签、说明书，初步判别药品的真伪。	实训作业法	多媒体教学

	处方分析及用药指导	了解处方的含义、组成及格式。 领会处方调配的程序。	对处方药：能初步判断处方是否合理。 对非处方药：能根据常见疾病患者的症状正确推荐药品，并进行用药指导和药物信息咨询服务。	能按处方正确调配药品，并进行用药指导。	实训作业法	多媒体教学
--	-----------	------------------------------	---	---------------------	-------	-------

六、教学方法设计

在教学过程中，为了提高学生在教学过程中的参与程度，激发学生学习的积极性和主动性，应针对具体的教学内容和教学过程需要，采用项目教学法、任务驱动法、讲授法、引导教学法、角色扮演法、案例教学法、情境教学法、实训作业法等形式丰富多样的融“教、学、做”为一体的教学方法。

七、教学考核要求

本门课程采用终结性评价和阶段性评价相结合的方式，以更好地反映学生对所学知识的掌握程度和实际操作能力。

1. 出勤考核（占总成绩的 5%） 每次上课检查学生出勤情况，满勤 5 分，旷一次扣 0.5 分，迟到、早退、请假一次扣 0.2 分，缺勤率达总课时 1/3 时，不得参加期末考试。

2. 阶段性评价（占总成绩的 45%） 其中作业占 10%，实训操作及报告占 30%，随堂考核占 5%。

作业方面主要根据完成作业的及时性、数量的多少、答案的准确

率来评价。

实训考核的依据是是否有动手能力、实训操作的规范性、数据记录的及时准确性、处理突发情况的能力和根据数据分析问题书写报告的能力。每次实训以 10 分计，各次考核成绩之和的平均值乘以 3 即构成该生的实训操作及报告考核成绩。

随堂考核是学生在完成每一个任务的过程中随时进行，采取提问、讨论后总结发言、分析案例、点评等相结合的方法，每次考核成绩以 10 分计，各次考核成绩之和的平均值乘以 50%即构成该生的随堂考核成绩。

2. 终结性评价（占总成绩的 50%）终结性评价在该门课程结业时进行，对学生该学期所学的理论知识和基本技能进行全面综合测评，其中理论知识占 60%，基本技能占 40%。总成绩的 50%即为终结性评价结果。终结性评价要求命题覆盖面广，试题难度适中，题量适当，采用笔试闭卷方式，重点考核学生运用知识解决实际问题的综合能力，允许和鼓励发表独到见解。

八、教材、教学资源的开发利用

1. 教材选用：选用中国医药科技出版社出版的由张虹、秦红兵主编的全国高职高专院校药学类与食品药品类专业“十三五”规划教材《药理学》（第 3 版）。

参考教材：中国医药科技出版社出版的由邱丽颖、张轩萍主编的全国普通高等医学院校 5 年制临床医学专业“十三五”规划教材《药理学》；

中国医药科技出版社出版的由孙建宁主编的全国中医药行业高等教育“十三五”规划教材《药理学》（新世纪第四版）；

化学工业出版社出版的由沈祥春、陈晓红主编的普通高等教育“十三五”规划教材《药理学》

2. 课程资源开发与利用：开发相关练习题库、实训指导手册、教学课件、校企合作的企业、常用药学网络资源、主要教学参考书。

九、教学条件建议

序号	实验实训场所 名称 (含校外)	基本配置要求	功能说明
1	模拟药店	各类疾病常用药	按 GSP 要求陈列
2	社会实习药店	荣华大药房、益源大药房等	企业人员有针对性的做专题讲座

十、师资条件建议（有特殊要求须写明）

任课教师应具有相关药学专业学历及有企业实践经历的“双师”结构的要求。

《实用医药综合知识》课程标准

课程代码：

适用专业：药学、医药营销、药品经营与管理、连锁经营管理专业

学时数：60h 其中理论：30；实训：30

学分：3

一、课程定位

《实用医药综合知识》是药学专业的一门专业技术课程。其功能在于培养学生熟练掌握各种常见疾病的药物选择推荐、正确分析处方、准确调配药品、合理的用药指导、及时报告药品不良反应事件等药学专业服务的必备知识和专业技能，树立安全用药观念，直接为学生顶岗实习及零距离就业奠定基础。

先修课程：《医药商品学》、《临床医学概论》、《人体解剖生理学》

后续课程：无

二、课程标准构建思路

根据专业培养目标，以职业能力培养为重点，与企业合作进行课程开发与设计，以工作任务引领知识、技能和态度，让学生在完成工作任务的过程中学习相关知识，发展学生的综合职业能力。

本课程在设计过程中，根据专业培养计划以及专业岗位群技能要求确定教学内容。内容的选取既突出职业教育对理论知识学习的需要，同时融合相关职业资格证书对知识、技能和态度的要求。课程内容分三块：①理论教学；②校内实践教学，主要在模拟药店完成；③校外实习，主要在社会药店实习。按“必需、够用”的原则，设计教学内容，以工作任务为中心组织教学内容，共包括9个学习项目。重点培养学生的职业能力，充分体现职业性、实践性和开放性的要求。

1. 校企密切合作开发课程。成立由药房、药品生产企业专业技术人员和我院管理人员和专业教师参加的课程开发与建设小组，通过问卷、座谈等方式调查分析医药行业药学人才市场需求状况和药学专业面向的职业岗位(群)的任职要求，结合国家职业技能鉴定“医药商品营业员”等高级工的考核标准，明确药学专业人员的知识、能力、素质要求，确定本课程培养目标、课程体系结构和课程教学内容。

2. 选择典型案例作为载体，设计学习情景。根据药品调配和药学服务的工作过程、企业工作实际和学校教学的具体情况，按照药学职业岗位群的知识、能力、素质要求，打破传统的药理学、临床医学、药品养护、医药管理法规等课程界线，重新整合教学内容。选择典型的案例作为载体，设计学习情景。

3. 设计“任务驱动-分项目训练模式”。按照学习和训练的内容不同，分别采用“角色扮演”、“分组讨论”、“实际演练”等相结合的教学方法，从药学服务的各方面均能得到全面训练。

4. 将素质教育、职业道德教育与专业技能教育融为一体。在课程体系设计和课程教学实施过程中，要求学生严格按照国家有关规定进行用药指导、处方分析等训练。让学生在每次实训过程中均能翔实填写原始记录，并将工作态度、合作能力、操作规范程度纳入到考核内容中。在培养学生职业能力的同时，培养学生严谨细致、诚实守信、认真负责的工作作风和工作态度。

5. 按照 GSP 的要求建立模拟药店，建立真实职场环境，开发实训实习项目、编写《药学服务技术》教材。开展教师、企业员工互相培训工作。开展职业技能鉴定、应用技术开发等工作。

6. 配备“双师”结构的师资队伍。在现有校内专任教师的基础上，建立企业兼职教师资源库，每年根据课程要求和企业兼职教师的工作情况，聘任 3-4 名药房、药厂的专业技术人员作为实训指导老师，共同组成本课程教学团队。同时选派专任教师去企业挂职锻炼、业务培训，提高教师的实践指导能力。

7. 加强本课程网络教学资源建设和专业资料建设，丰富教学资源，并为学生课后查阅资料和自主学习提供使得条件。

建设课程网站，课程标准、教案、课件、习题、考核标准等均已上网；开发了电子自测题、医药网站链接等栏目；购置了《中华人民共和国药典》、《临床用药须知》、《非处方药店员手册》等专业手册和大量专业杂志。建立多媒体教室、电子阅览室、计算机房，与万方数据库对立合作关系，购买仪器使用虚拟训练软件，使学生在课前、课后能根据教学要求和自己的兴趣爱好查阅资料、自主学习。

三、课程目标

1. 知识目标

(1) 药品名称（商品名、通用名），理想的使用方法和疗效，给药途径、剂

型、剂量，给药时间等。

(2) 服药期间的注意事项，不良反应及其预防，药物治疗的自我监测方法，潜在的药物与药物、药物与食物之间的相互作用或其他治疗禁忌症，当服药剂量发生错误时应采取的补救方法等。

(3) 能够正确调配处方，包括审核处方、正确配药、发药复核等。同时会分析处方合理性，以避免不合理用药事件的发生。

(4) 在为患者进行正确的用药指导的同时，必要时提出去医院就诊的建议。

(5) 收集并记录药品不良反应，并按规定上报。

(6) 告知患者药品的贮藏和保管的基本方法。

(7) 为医师、护士、患者提供即时药学专业情报服务。

2. 能力目标

(1) 能正确分析处方。

(2) 能对常见疾病选择推荐药物、准确调配药品。

(3) 及时报告药品不良反应事件的能力

3. 素质目标

(1) 树立“以人为本、安全第一”的观念，培养严谨细致的工作作风和诚实守信、认真负责的工作态度。

(2) 养成提升服务水平，保障人民群众用药安全有效的职业习惯。

(3) 培养自主学习、团结协作、创新工作的能力。

四、教学时间分配

教学内容	学时分配		
	理论学时	实践学时	合计
第一章药学服务概述	2		
第二章用药教育与指导	4	2	
第三章药学服务基本技能训练	2	4	
第四章药学信息服务	0		
第五章常见病症的用药指导	8	8	
第六章常见慢性疾病的用药指导	10	10	
第七章联合用药和关联销售	4	4	
第八章售后服务及药品质量缺陷处理	0	2	

第九章医疗机构药学服务	0		
合计	30	30	60

五、教学内容及实施设计

《实用医药综合知识》课程教学内容及实施设计一览表

(章节)	教学内容	教学要求	教学实施设计	
			教学方法	教学环境
第一章药学服务概述	药学服务的定义及发展现状	了解	多媒体教学	教室
	药学服务的对象及内容	掌握		
	药学人员的素质要求	熟悉		
	药学职业道德	熟悉		
第二章用药教育与指导	用药教育与指导的方法及内容	熟悉	多媒体教学	教室 模拟药店
	药品说明书的指导作用	掌握		
	特殊人群用药教育与指导	掌握		
	健康教育与慢病管理	了解		
第三章药学服务基本技能训练	药学服务的礼仪	了解	多媒体教学 模拟训练	教室 模拟药店
	顾客接待技能	了解		
	体重、体温、血压、血糖的测量技能	掌握		
	药历书写技能	熟悉		
	药学计算技能	熟悉		
	处方调配和审核技能	掌握		
	用药交待与用药指导	掌握		
	药物警戒及不良反应管理技能	掌握		
	药品质量鉴别技能	熟悉		
	药品陈列技能	熟悉		
第四章药学信息服务	药学信息服务概述	了解	多媒体教学	教室
	药学信息服务的常用资料	了解		
	药学信息服务实施案例	了解		
第五章常见病症的用药指导	发热、咳嗽	掌握	多媒体教学 模拟训练	教室 模拟药店
	疼痛	掌握		
	感冒与流行性感	掌握		
	消化不良	掌握		
	腹泻与便秘	掌握		
	眼科疾病	掌握		
	贫血	掌握		
	皮肤疾病	掌握		
第六章常	高血压	掌握	多媒体教	教室

见慢性疾病的用药指导	心绞痛	掌握	学 模拟训练	模拟药店
	高脂血症	掌握		
	糖尿病	掌握		
	消化性溃疡	掌握		
	支气管哮喘	掌握		
	前列腺增生	掌握		
	骨质疏松症	掌握		
	痛风	掌握		
	尿路感染	掌握		
第七章联合用药和关联销售	联合用药	掌握	多媒体教学 模拟训练	教室 模拟药店
	关联销售	熟悉		
	关联组合销售技巧案例	掌握		
第八章售后服务及药品质量缺陷处理	售后服务及顾客回访	了解	多媒体教学 模拟训练	教室 模拟药店
	药品质量缺陷处理	熟悉		
	顾客投诉处理	熟悉		
	药店会员管理的实施	了解		
第九章医疗机构药学服务	医院药学部的组织构架、部门职责	了解	多媒体教学	教室
	医疗机构的特色药学服务	了解		

六、课程考核评价

《实用医药综合知识》课程考核内容及分值比例一览表

序号	教学模块	考核方式	考核项目	考核标准	比例
课程成绩	课堂提问	随堂	所有项目	正确答案	20%
	技能考核	口试	1. 药学服务基本技能	①能正确体重体温、血压、血糖的测量； ②能正确用药交代； ③会药学计算； ④能合理药品陈列。 由。	20%
			2. 合理用药指导	①能根据所给病例判断患者疾病类型； ②能根据患者的病情推荐合适的药物； ③能准确、耐心、全面地指导患者用药，包括：用法用量、不良反应、注意事项；	20%
			3. 处方分析	①能正确分析处方是否合理； ②能正确说出合理或不合理的理	15%
			4. 正确阅读说明书	①能正确说出说明书的格式，包括：说明书名称、警示语、标识、核准日期； ②正确说出说明书的项目及各项的主要内容。	15%
			5. 关联销售	①熟悉不良反应的收集方法及内容； ②能规范填写药品不良反应报告表；	10%

				③能根据不良反应分析的五项内容作出关联性评价。	
--	--	--	--	-------------------------	--

七、课程教学组织

教学中突出学生主体，在讲授知识的基础上，尽量采取“互动式”、“引导式”如小组讨论、典型案例分析、PBL 等形式，拓宽学生的思路，深化对知识的理解和掌握，促进他们积极主动参与教学过程，增强知识的运用能力、自学能力和社会能力，启迪学生的科学思维。

八、课程教学团队

本课程教学团队共 5 人。

九、教学资源

1. 教学资料

采用多媒体课件，激发学生的学习兴趣；建立常见疾病用药处方案例库，促进学生对知识的理解和掌握。

2. 网络资源

利用已开发的慕课资源，积极开发拓展网络课程资源，充分利用数据库、数字图书馆等网上信息资源，注重对学生自学能力的培养。

3. 实训条件

我院现有模拟药店。同时，我们充分利用社会药店资源，进行产学结合。

《GSP 实施技术》课程标准

课程代码：041324

适用专业：药学、中药学、药品经营与管理、物流管理（药品方向）

学时数：48 其中理论：28；实训：20

学分：2

一、课程定位

该课程是药学、中药学等专业一门重要专业技术课程，本主要内容是介绍国家药品法律法规对药品经营企业的开办、认证检查，以及企业运营过程的质量管理规范要求。本课程的任务是使学生掌握药品经营质量管理规范要求，明确药品经营企业工作流程、岗位职责，学会岗位规范操作，培养质量管理意识，为后续的企业实践打下坚实的基础。

先修课程：《临床医学概论》

同步课程：《药品经营管理法律实务》

后续课程：《实用医药综合知识》

二、课程标准构建思路

本课程“基于工作课程”来设计，以职业能力培养为核心设计学习情境作为教学内容。内容涉及到购进管理、储存养护、销售与售后服务等环节的具体要求和操作方法，从而使企业达到通过严格的管理制度来约束企业的行为，对药品经营全过程进行质量控制，保证向用户提供优质药品的目的。

根据课程要求和企业兼职教师的工作情况，聘任 3-4 名药房、社

会药店的专业技术人员作为实训指导老师，共同组成本课程教学团队，并参与制定课程标准。

在教学实施过程中，本课程采用以学生为中心的教学方式，具有较强的针对性，突出应用能力培养。培养学生实事求是的科学态度，具有一定的自学能力和动手能力。

三、课程目标

1. 知识目标

（1）正确进行 GSP 认证申请和认证表格的填写；掌握药品品种结构、采购流程、采购合同签订要求、首营索取的材料、药品收货环节要求、验收项目和验收标准；掌握药品储存、出库复核、运输配送要求；掌握药品养护内容、养护档案的建立方法。

（2）熟悉药品经营企业组织机构和职能设置、药品质量管理内容、药品的质量管理制度；熟悉特殊药品的储存管理，熟悉退货药品的管理。

（3）了解药品批发企业开办、现场验收和认证、证照申办流程、药品经营企业应配备的设施设备。

2. 能力目标

（1）能根据药品经营企业开办验收标准要求，完成企业筹建准备工作、通过现场验收及申领执照；

（2）能根据采购操作程序，制定药品采购计划、与合格供货方签订采购合同，采购药品；

（3）能根据收货程序，对采购到货和销售退回药品收货，按照验收程序和验收标准要求，进行药品质量验收；

（4）能根据药品储存管理要求，完成药品入库、在库储存、出库复核、药品运输配送及药品账货管理，保证账货相符 100%；

(6) 对库存药品进行常规和重点养护,对出现不符合储存温湿度要求时采取措施,对发现的不合格药品进行标识与处理;

3. 素质目标

树立质量第一、全心全意为人民服务的观念;培养科学严谨、实事求是的工作作风和创新精神;增强分析问题、解决问题的能力;培养良好的职业道德意识;培养具有较强的责任心和责任感;培养有计划性、前瞻性、善于询问或查询相关资料的工作习惯。

四、课时分配

项目 (章节)	主要内容	学时			
		理论 课时	实践 课时	合 计	
1. 绪论	GSP 认知	2	0	2	
2. 筹建准备	机构与人员	4	0	4	
	设施与设备等	2	2	4	
3. 证照申领	证照申领的程序、验收	2	2	4	
4. 药品采购	药品采购要求、程序	4	6	10	
5. 药品收货与验收	药品收货验收流程、要求	4	4	8	
6. 储存与养护	药品的储存、药品养护	4	2	6	
7. 出库与运输管理	出库、运输管理	4	2	6	
8. 销售及售后服务	药品销售的计划与管理、售后服务	2	2	4	
合计		28	20	48	

五、课程内容及实施设计

《GSP 实施技术》课程教学内容及实施设计一览表

项目	教 学 内 容	教学要求	教学实施设计	
			教学方法	教学环境

一、GSP 认知	(一) GSP 概况 1. 2012 版修订 2. 现行版 2016 年修订 (二) GSP 的适用范围 (三) GSP 的主要结构 (四) GSP 的附录 1. 冷藏、冷冻药品的储存与运输管理 2. 药品经营企业计算机系统 3. 温湿度自动监测 4. 药品收货与验收 5. 验证管理	熟悉 掌握 掌握 了解 熟悉 熟悉 了解 熟悉 了解	讲授、 案例教学	多媒体教学
	(一) 组织机构设置 1. 组织机构概念 2. 组织机构设置原则 3. 组织机构设置要求 4. 部门与岗位职责 (二) 人员配置与培训 1. 从业禁止的规定 2. 关键岗位人员任职要求 3. 人员培训 4. 健康检查与卫生管理	了解 熟悉 掌握 掌握 熟悉	讲授、 案例教学	多媒体
二、筹建准备	(三) 设施设备配备 1. 药品零售企业的设施设备 2. 药品批发企业的设施设备 3. 储存、运输设备的管理	了解 掌握 了解		
	实践 1 仓库布局设计	学会		模拟软件
	(四) 建立质量管理体系文件 1. 质量管理体系文件的作用 2. 建立质量管理体系文件原则 3. 质量管理体系文件的类型 4. 质量管理体系文件主要内容 5. 质量管理体系文件管理 6. 文件格式编号管理基本要求	了解 掌握 熟悉 了解 熟悉 了解		
三、证照申领	(一) 申请验收 1. 药品经营企业申办条件 2. 药品经营企业申办程序 3. 药品经营企业申请材料 (二) 核查现场	了解 掌握 熟悉	讲授 案例教学	

四、药品采购	1. 现场验收准备 2. 现场验收程序 (三) 办理证照 1. 领取《药品经营许可证》 2. 《营业执照》的办理程序	熟悉 掌握 熟悉 了解		
	(一) 首营企业审核 1. 质量审核的作用 2. 首营企业审核内容 3. 首营企业审核程序	熟悉 掌握 熟悉	讲授	
	(二) 首营品种审核 1. 质量审核的作用 2. 首营品种审核内容 3. 首营品种审核程序	熟悉 掌握 熟悉	案例教学	
	实践 2: 审核审批首营企业、首营品种	学会		模拟软件
	(三) 药品购进管理 1. 药品购进的原则 2. 药品购进品种类型 3. 药品采购类型 4. 影响药品采购的因素 5. 药品购进的程序	熟悉 了解 熟悉 了解 掌握		
五、药品收货与验收	(一) 药品收货 1. 收货的定义 2. 收货的类型 3. 药品收货的一般流程 4. 冷链药品的收货 5. 销后退回药品的收货	了解 熟悉 掌握 熟悉 熟悉	讲授、 案例教学	多媒体
	实践 3: 采购到货收货	学会		实训
	(二) 药品验收 1. 验收流程 2. 验收不合格药品的处理 3. 直调药品的验收	熟悉 熟悉 了解		
	实践 4: 来货验收	学会		实训
六、药品储存与养护	(一) 药品储存管理 1. 药品入库 2. 药品在库储存 3. 药品出库	熟悉 熟悉 熟悉		
	实践 5: 药品入库	学会		
	(二) 药品账货管理 1. 药品账货相符的含义 2. 库存盘点内容 3. 库存盘点方法 4. 报损报溢处理	掌握 熟悉 了解 熟悉	讲授、 案例教学	多媒体
	(三) 药品养护管理			

	1. 药品养护工作内容 2. 药品养护工作的实施 3. 质量疑问药品的控制 4. 药品的效期管理 5. 药品的养护措施	熟悉 掌握 熟悉 掌握 熟悉	讲授、案例教学	多媒体
七、药品销售与售后管理	（一）药品批发销售管理 1. 药品销售人员职责与要求 2. 购货单位的审核 3. 药品销售流程 4. 销售特殊管理药品要求	了解 掌握 熟悉 熟悉	讲授、案例教学	多媒体
	（二）药品零售销售管理 1. 药品销售基本要求 2. 销售原则 3. 销售凭证 （三）药品售后管理 1. 接待客户质量查询 2. 处理质量投诉 3. 处理退货药品 4. 执行药品召回 5. 执行药品不良反应报告制度	熟悉 熟悉 了解 了解 熟悉 熟悉 了解 了解	讲授、案例教学	多媒体
八、药品运输与配送	（一）一般药品运输配送 1. 药品运输方式 2. 药品配送的基本形式 3. 药品运输及配送过程 4. 一般药品运输及配送的注意事项 5. 危险药品运输及配送的注意事项 6. 特殊管理药品运输 （二）冷链药品运输配送 1. 冷链运输和配送的药品类别 2. 冷链药品运输工具的选择 3. 冷链药品运输配送流程 4. 冷链药品运输和配送的注意事项	熟悉 了解 熟悉 熟悉 了解 熟悉 熟悉 熟悉 熟悉 熟悉 熟悉	讲授、案例教学	多媒体

六、课程考核评价

《GSP 实施技术》课程考核内容及分值比例一览表

序号	教学模块	考核方式	考核项目	考核标准	比例
----	------	------	------	------	----

课程成绩	课堂提问	口头提问	1-6	教材	10%
	出勤情况	随堂点名			
	作业情况	章节练习	1-6	教材	
	实验实训	随堂实验	1-6	教材	40%
	期末考试	闭卷	1-6	教材	50%

七、课程教学组织

由教师讲述或演示基本基本结构和功能，然后提出工作任务，采用讲授、讨论、自学辅导、实验等多种形式培养学生实事求是的科学态度，具有一定的自学能力和动手能力。完成任务后，先由学生进行自评，再由教师给予纠正或肯定。在教学过程中，每一个学习情境都要以人体为载体，教师要引导学生践行“资讯、决策、计划、实施、检查、评价”的实施过程。在教学组织中，教师应积极培养学生参与社会实践的创新精神和职业能力。

八、课程教学团队

本课程具有院级专业教学团队共 4 人，由高萧枫、杨德花教师主讲。

九、教学资源

本课程的实施要求具有下列资源：

(一) 参考书

1. 国家药品监督管理局执业药师培训组织编写. 药事管理与法规. 中国中医药出版社, 2016
2. 杨世民主编. 药事管理学. 中国医药科技出版社, 2016
3. 《中华人民共和国药品管理法》
4. 《药品经营质量管理规范》

（二）网络资源

积极开发网络课程资源，充分利用数据库、数字图书馆等网上信息资源

（三）教学资料

开发案例库、试题库、课件等教学资料，并及时更新，以便学生及时巩固复习，提高自学能力，促进学生对知识的理解和掌握。