《电子商务原理》课程思政优秀案例设计书

物流与电子商务学院

陈晴光

一、课程概述

《电子商务原理》（之前称《电子商务基础与应用》）课程是电子商务专业的一门专业基础课程，也是专业核心主干课程。课程的主要内容：分为电子商务导论、电子商务模型、电子商务支持服务和电子商务应用四大板块，具体应包括电子商务概述、基本电子商务交易模式（包括B2B、B2C、C2C）、衍生电子商务交易模式（如C2B、O2O、B2B2C等）、移动电子商务、电子商务网站规划与维护、电子商务安全、电子支付与网络金融服务、电子商务物流服务、网络营销、电子商务策划等内容，同时要求有机地穿插入大量针对相关内容和知识点的应用案例、研讨专题等。

本课程的特点是实践性比较强，因此要求同学在学习本门课程时要高度重视电子商务的实践，注重充分利用网络优势提高从事商务活动的技巧。

二、课程目标

通过本课程的学习，让学生系统地了解电子商务研究的基本内容，认识电子商务的应用现状与发展趋势，激发学生学习电子商务课程和专业的兴趣，引导学生密切关注电子商务的最新应用与发展情况，动态地去感知、去发现、去探究电子商务的相关知识和技能，从多方面挖掘学习潜力，让学生积极主动地进行学习，培养学生的知识自我更新和终身学习能力；激发学生的集体荣誉感，培养学生的团队协作能力、竞争意识和电子商务思维习惯。

目标1： 理解电子商务的主要业务模式（包括电子商务三种基本交易模式及其衍生模式）和基本业务流程，引导、激发学生的创新性思维。

目标2： 熟悉电子商务运作的服务支撑环境，特别是对电子商务活动中涉及的电子支付、交易安全、物流配送等问题有比较充分的认识，引导学生学会用唯物辩证法联系的观点、系统的观点考察和研究电子商务问题。

目标3 ：掌握电子商务策划书的写作原则及一般方法，初步培养学生综合运用本课程所学的相关知识技能解决企业实际商务需求等复杂问题的高阶思维能力和电子商务创新应用能力。

目标4 ：通过创设课程研讨专题，引导学生密切关注电子商务的最新应用与发展情况，动态地去感知、去发现、去探究电子商务的相关知识和技能，从多方面挖掘学习潜力，让学生积极主动地进行学习，培养学生的知识自我更新和终身学习能力。

目标5 ：通过组成正式合作学习小组开展研讨学习，激发学生的集体荣誉感和竞争意识，培养学生的团队协作精神和与人共事的能力。

三、思政元素

课程思政元素的挖掘与切入点。课程选用教材《电子商务基础与应用（第2版）》，陈晴光主编，清华大学出版社，2022年第10次重印版）；开发《电子商务基础与应用（第3版）》，融入更多的思政元素。

课程思政元素一：结合介绍课程背景，从社会经济发展的需要、企业管理和运营人才的需求、自我专业素养和技能形成的要求等方面，阐明学习电子商务的重要性和必要性，激发学生学习电子商务课程和电子商务专业的兴趣。

课程思政教学重点：专业思想教育。引导学生树立热爱本职工作、敬业爱岗的思想意识。

课程思政元素二：结合社会、企业对电子商务应用型人才的需求层次以及各层次人才的知识能力素质要求（教材1.7节），告诫学生只有把个人理想和职业成长与祖国繁荣昌盛、社会经济发展、人民幸福需求紧密联系在一起，才能有远大的前途和健康成长的空间。

重点：制订课程学习与职业发展规划。布置学生针对自身特点和职业追求，制订一份个人的课程学习计划和专业成长以及职业发展规划。

元素三：结合B2B模式的典型案例——我国著名电子商务企业阿里巴巴集团，其草创之初的企业定位（市场定位：帮助中国的中小企业做国际贸易；服务定位：只做信息流）等内容（教材2.5节），引导学生学习其从当时的国情出发、扬长避短的务实精神，同时激发学生的家国情怀，并告诫学生：无论企业发展到何种程度、壮大到何种规模，我们都满腔热忱地希望创业者及其继任者们能保持企业草创时那股艰苦奋斗的精神，不忘初心，回馈社会，为祖国的经济繁荣和科技进步，做出应有的贡献！也唯有如此，企业才能走得长远。结合B2C模式的典型案例——Amazon网络公司（教材3.5节），分享其创始人贝索斯当初创业的心路历程，引导学生平时注意培养敏锐的市场观察力，同时要注意创业既要有热情，更需要理性的市场分析。结合C2C模式的典型案例——eBay，借助其诞生故事（教材第4章引例），引导学生正确处理网游娱乐与专业学习的关系，既不能沉湎于游戏不能自拔，也不要谈“游（戏）”色变。

重点：激发学生的家国情怀、创业热情，引导学生正确处理网游娱乐与专业学习的关系。

元素四：二维衍生模式C2B模式“七格格”女装店反向设计成就电商奇迹的案例（教材第5章引例）、B4C模式强调的增值服务（教材5.1.2节）、“红孩子”的B2F模式创新应用（教材5.1.3节），布置学生讨论如下问题：“七格格”女装店是如何进行反向设计的？B4C模式如何实现增值服务？“红孩子”为什么未能独立发展壮大？“苏宁易购”为什么要收购“红孩子”？

重点：激发、培养学生的创新性思维。

元素五：结合三维衍生模式O2O的典型案例——梅西百货（教材5.3节），简要介绍梅西百货的奠基人之一内森·施特劳斯从商店学徒成长为一名雄心勃勃的企业家的故事，讨论梅西百货的全渠道O2O策略对中国零售百货业的启示。

重点：从励志和培养高尚人格方面，对学生进行成长成材教育，同时引发如何做大做强中国连锁超市的思考。

元素六：结合中国移动电子商务的发展阶段（教材6.2节）、5G技术的发展及其在移动电子商务中的应用、我国电子支付的工具类型及特点（教材9.3节）、北斗全球卫星定位技术在电子商务物流领域的应用（教材10.2.3节）等内容，引导学生关注和思考电子商务前沿热点问题。

重点：激发学生的自信心、民族自豪感以及不断进取、自强不息的奋斗精神。

元素七：结合相关教学内容创设相关研讨专题。例如，在学完教材第一篇内容后，要求学生选择学校或家乡所在地的一家自己熟悉或感兴趣的企业，分小组进行调研考察后，找出该企业未充分利用互联网络或电子商务的三个业务惯例，然后小组同学用“头脑风暴法”为所确定的三个企业惯例列出所有可能的电子商务解决方式。

重点：培养学生善于将企业的商务需求转化为电子商务应用的能力、勤奋务实的学风。

元素八：结合“电子商务策划“（教材第12章）的相关内容，为元素七中所选定的企业拟出一份完整的电子商务运营实施策划方案；或以模拟公司的形式设计一个自己感兴趣的电子商务创业项目，提交一份完整的电子商务创业策划书。同时，要求策划书必须是小组成员协作，共同完成。

重点：引导学生培养综合运用课程所学知识解决复杂问题的高阶思维能力，以及团队协作精神和与人共事的能力，养成理论联系实际的习惯。

四、课程思政设计思路及教学方法

结合课程教学内容挖掘和融入相关的思政元素，既教书又育人，是增强专业课程教学效果的有效方法。课程思政教学方法主要如下：

第一，融合法。即教师在教学目标和教学内容中找准思想政治教育和学科课程之间的契合点，形成生成性的契合关系，实现两者的有机融合与无缝对接。例如，在开学第一课要讲清楚“为什么要学习这门课”的问题，可以结合介绍课程背景、学习意义，从国家和社会经济发展的需要、企业管理和运营人才的需求、自我专业素养和技能形成的要求等方面，以及电子商务已经广泛渗透到社会的政治、经济、文化、教育等各个领域的事实，阐明学习电子商务的重要性和必要性，激发学生学习电子商务课程和专业的兴趣，并告诫学生：只有把个人的职业成长、理想抱负与国家的建设发展、人民的幸福需求紧密联系在一起，才能有远大的前途和健康成长的空间。同时，要求学生本次课后，阅读教材第一章中有关“社会企业对电子商务应用型人才需求的三个层次以及各层次人才的知识能力素质要求”这部分内容，针对自身的特点和追求，制订一份个人课程学习计划和个人专业成长及职业发展规划。

第二，思维训练法。即发掘课程内容和学习过程中蕴含的哲学思想，并在相关情景中加强学生的思辫能力训练，培养学生的辩证思维、创新思维能力。例如，在开学第一课给学生讲“如何学习这门课”的问题时，可以结合课程的特点，相应地给出有效学习的方法策略，体现对辩证唯物主义认识论特别是实践观的具体应用。针对电子商务课程的“综合性、交叉性”特点，要求学生学习本课程应在精教材的基础上，广泛涉猎相关学科知识，精读与泛读相结合；针对“新兴学科”的特点，指出这意味着电子商务具有很大的发展空间，同时又存在着诸多需要不断完善之处，要求学生在学习过程中，不要把电子商务的一些成功的商业模式当成僵死的教条而在不同场景生搬硬套，而应该用研究的态度和辩证的思维方式去学习，为此要求学生组成相应的合作研讨学习小组，并在后期的教学过程中，创设相应的研讨主题布置学生研讨学习；针对“实践性强”的特点，要求学生学习本课程的过程中，要注意敏锐地关注行业的新动态，学会从电子商务企业的实践活动和成功案例中归纳、总结、提炼出一般规律性的东西，即学会从实践上升到理论，再尝试运用这些理论去指导电子商务实践，实现创新性应用。

第三，案例融入法。即根据教学内容引入相关案例，中典型人物故事，将教学内容与思想政治教育合理结合，达到教书育人的目的。例如，对思政元素三、四、五的应用。

第四，情景渗透法。即教师有意识、有目的地创设带有一定情感色彩的具体场景并将知识内隐于其中，通过熏陶、暗示、体验、感染、模仿等方式对学生进行“无意识教育”，使其在自然流畅的教学过程中达到“情知互补”“知情合一”，形成自我激励机制，如责任感、敬畏感、认同感等，将德性培育和爱国情怀浸润并渗透到学生的精神世界。例如，对思政元素六的应用。

第五，以学生为心的合作研讨法。即根据学生的身心发展特征、认知规律、学科专业特点，针对不同学生的学习能力和成长需求的差异因材施教，并在教学过程中充分发挥学生的主观能动性。例如，对思政元素七、八的应用。

五、实施案例

（一）案例实施过程描述

本次课是在学习完“第1章 电子商务概述”（包括电子商务的基本概念、主要功能与特点、模式类型、支持服务环境、市场基础以及电子商务应用型人才层次与特征等）主要内容的基础上，开展的一次课堂研讨教学课，研讨主题为“企业惯例及其电子商务解决方案”，参与学生是电子商务专业二年级本科生。

**1．上次课相关情景**

课程主讲教师已给出了研讨任务及作业要求。研讨内容要求学生课前“选择学校或家乡所在地的某一家自己熟悉或感兴趣的企业”进行调查，“找出企业当前未使用互联网或者使用程度不够的三个业务惯例，并且列举应用互联网来改善所选定企业惯例的所有可能的方法”。

**【注：**通过合理设计相关研讨主题，要求学生深入身边的企业考察调研，结合实践来学习、理解课程所学内容，籍此培养学生“理论联系实际”“勤奋务实”的良好学风。】

**2．本次课前预备工作**

（1）每个小组推选1名学生代表作为评委；

（2）主讲教师发“小组互评表”；

（3）各小组长向辅导教师提交课外研讨学习的研讨记录或研讨视频。

**【注：**对研讨过程和质量进行监控，同时让学生参与到作业成绩的评价环节。】

**3．上课正式开始**

主讲教师首先引导同学们简要回顾本单元的主要教学内容，指出本次研讨课的教学目的、内容安排及要求，特别强调研讨内容要围绕企业真实问题的解决展开，目的是籍此培养学生理论联系实际的学习习惯和善于将企业的商务需求转化为电子商务应用的创新能力（**教师讲授时以PPT配合展示相应内容，2～3分钟**）。

紧接着主讲教师话锋一转，“本堂研讨课安排两个小组与全班同学分享他们的研讨学习成果，下面有请第一组。”

**【注：**承上启下，明确教学目标。研讨主题的设计巧妙地发掘和拓展了相关思政元素，并具有实用价值；既引导学生关注身边企业的现实商务需求，学会用电子商务的思维方式去思考问题，也在潜移默化中培养学生脚踏实地、学以致用的良好学风。同时，在深入企业实践的过程中，也有利于促进学生团队合作精神的养成。】

**4．小组汇报研讨成果（9分钟）**

第一组的研讨内容是“宁波传统风味小吃——缸鸭狗的调查”，由A、B、C三位同学登台介绍。

A同学首先用一首曾在宁波坊间广为流传的古老民谣“三更四更半夜头，要吃汤团缸鸭狗。一碗下肚勿肯走，二碗三碗发瘾头。一摸袋袋钱勿够，脱落布衫当押头。”引出对宁波一家老汤团店——缸鸭狗的介绍，接着B同学讲述了一个小故事说明“缸鸭狗”店名的由来。故事讲述的是上世纪30 年代初，宁波有个叫江定法（小名江阿狗）的人，在宁波开明街摆了个汤团摊，经过几年的摆摊经营，阿狗汤团在开明街小有名气，于是便想在宁波老城隍庙开个店铺。开店就要有店名啊！但江定法不会写字，苦思苦想之后，这位精明的宁波人，就在招牌上画一只缸、一只鸭、一只狗，用这种既别致又形象的商标招徕顾客。在宁波方言中，江阿狗与“缸鸭狗”谐音，再加上他做汤团的手艺很好，质量讲究，早在20世纪40年代，“缸鸭狗”就成为宁波的一家著名汤团店。至今“缸鸭狗”汤团仍以其洁白如玉、细腻香甜的特色闻名于世，在宁波还有多家连锁店。

**【注：发掘企业文化内涵，同时也自然地渗透入了励志创业的元素；**略带一些传奇色彩的故事内容和讲述者新颖的表述方式，一下子就把大家的注意力牢牢吸引住了。】

随后，A同学结合大量的图片、照片介绍了小组同学们深入宁波博物馆（如图1所示）、多个“缸鸭狗”现代实体店铺调查、体验的情况（如图2所示），包括与店长交谈、了解“缸鸭狗”的发展战略规划等，有些现场体验“吃”的照片让同学们忍俊不禁。

 

图1参观宁波博物馆中的“缸鸭狗”店铺



图2 向“缸鸭狗”现代实体店的店长咨询了解情况

然后，B与A同学交替着陈述了他们发现的“缸鸭狗”三个惯例：

惯例一：采购产品原材料时一直沿用传统方式与供应商联系、订购；

惯例二：企业产品销售服务主要为门店销售，很少提供外卖服务；

惯例三：企业产品以及品牌的宣传使用网络平台的力度不够。

针对每个惯例，分别给出了小组研讨后确定的解决方案。

惯例一的解决方案：针对“缸鸭狗”原料全部线下采购的惯例，建议利用互联网络，在网上直接选择供应商并发送订单，使原材料的选购瞬时完成，同时可以为企业节省大量的财力物力和人力。

惯例二的解决方案：建议“缸鸭狗”企业建立自己的网上订餐平台，为消费者提供便捷的订餐服务，开辟网上销售汤圆的渠道。

惯例三的解决方案：建议“缸鸭狗”通过论坛、博客、微博和贴吧等形式宣传本企业的产品和服务内容，占据行业中更多的市场份额。

**【注：**案例选择有针对性，学生准备充分，发言同学观点明确，初步体现了学生尝试用电子商务的方法解决企业商务需求的思维方式。】

B同学宏亮、雄浑的男中音与A同学从容、淡定的女高音交替着在教室里回响，组长C则一直默契地配合他俩的陈述进度操作着计算机展示PPT；讲台下同学们则都听得津津有味。

介绍完毕，B请同学们针对其给出的电子商务解决方案发表意见，展开讨论（进入课堂讨论环节）。

**5．课堂讨论：（8分钟）**

第一小组主持，其他小组同学质疑（自由发言），第一小组负责解答，全体师生参与讨论。

M同学率先站起来发问:“据了解，‘缸鸭狗’这样一个传统的宁波老字号品牌，在宁波以外的地方知名度并不高。请问你们认为应该如何利用网络将‘缸鸭狗’汤圆销售到宁波以外的地区？”

A同学答道：“没错，目前‘缸鸭狗’主要是采取立足本土的产销方式，只在宁波本地的知名度较高。为此，我们小组提出利用网络进行‘缸鸭狗’品牌宣传。首先，建立企业网站，开展企业博客营销、微博营销等，同时在“天猫”等主流购物平台上开设旗舰店；其次，可利用大型搜索引擎进行关键词广告宣传；其三，通过多种方式与客户之间进行互动。在互动过程中，更重要的一点是，可以通过网络对客户的反馈意见进行调查收集，进而根据客户的需求不断地调整销售策略。”说完，A同学露出了一丝自信的微笑。

**【注：**组外同学有针对性的地提问质疑，组内多位同学也纷纷回答问题，体现了小组的团队合作精神。】

这时，W同学示意要发言，站在讲台右侧的主讲老师见状快步将麦克风递了过去。**【注：**教师角色的转换，体现了以学生为中心的教育理念。】

“你们方案里提到在网上进行汤圆的原料采购和成品销售，如何保证质量呢？特别是汤圆成品，在途中是极易变质和损坏的呀。”W同学接过话筒后了讲出了自己的疑虑。

坐在前排的第一组另一位成员D同学站了起来：“对于质量问题，我们认为通过互联网更容易拓宽选择渠道，可以在更广阔的范围内选择性价比更高的食材；另外，还可以通过第三方的监管，来保网上订购食材和销售成品的质量。”

“目前‘缸鸭狗’的分店较少，怎么保证网上订餐之后的配送问题呢？”L同学对D未正面回答汤圆成品在途中极易变质和损坏的问题心有不甘，仍然紧追不舍。

“可以先在分店的周边区域为一些上班族、比较宅的人群或没时间去实体店的人提供外卖。”E同学站起来为本组同学解围，“考虑到目前缸鸭狗的分店数量还不多，所以近期只能做到门店附近地区的外送服务，把服务范围控制在1小时内可到达的区域，这样既能保证快速送达又能保证质量；同时企业可在时机成熟时尽量多开些分店，在‘缸鸭狗’分店的周围地区又可以提供外卖服务，这样使‘缸鸭狗’小吃逐步向更广阔的地区推广发展。”

E的回答似乎没有说服所有的人，随后又有几个同学提出具体应如何运用博客及搜索引擎等工具对‘缸鸭狗’进行网络宣传推广、炎炎盛夏季节如何保证食品不变质变味等问题。第一组的同学似乎一时有些难以应对，这时主讲老师说：“这些问题涉及到网络营销、电子商务物流配送以及有关食品安全等一系列知识，显然不可能今天在这个课堂上全部弄清楚。关于网络营销、电子商务物流配送问题，本课程后期会有一个初步的介绍，电子商务专业后续还有两门独立开设的专业课程供大家系统地学习。因此，希望同学们把今天还未解决的问题储存在脑海里，在后续的学习中进一步探究，好不好？”同学们以热烈的掌声代替了回答。

**【注：**教师掌控课堂，再次为激发同学们学习后续课程的兴趣埋下伏笔。】

**6．辅导教师点评（2分钟）**

“下面请来自企业的徐老师对第一组的研讨学习情况进行点评。”掌声中主讲老师大声说道。大家应声把目光投向一直静静地坐在同学们中间认真聆听发言的另一位辅导教师，徐老师首先高度赞扬了本组同学在内容设计、团队配合等方面的突出表现，肯定了同学们针对企业惯例所提出的解决方案具有一定的合理性；同时也指出方案过于简单，操作性有待加强等不足之处。

**【注：**点评意见中肯，评价客观，特别是指出方案的可操作性等问题，体现了企业的务实精神，对同学们形成精益求精、勤奋务实的学风具有深刻有的影响。】

“感谢徐老师的精彩点评。”主讲老师紧接着对本次研讨课作了简明扼要的总结，告诉同学们本次课的研讨成果资料可以作为课程期末有关“企业电子商务运营策划”综合应用专题的基础。【**注：**体现了目标成果教育（OBE）理念。】

**7．第二小组的汇报分享与讨论（18～21分钟）**

随后，第二小组针对“雅戈尔服饰有限公司”展开课堂分享、师生提问讨论、教师引导与点评。

****

图3 以学生为中心的课堂研讨（学生讲，老师质疑）

**8．主讲教师进行本堂课小结（2～3分钟）**

主讲老师郑重地指出，两个小组分别针对 “宁波风味小吃——缸鸭狗”和“雅戈尔服饰有限公司”的企业惯例展开电子商务应用方案的讨论，实质上是对以“缸鸭狗”为代表的地方性传统老字号中小企业和以雅戈尔服饰有限公司为代表的拥有线下驰名品牌的传统大型企业这两类典型企业如何开展电子商务、如何应用电子商务实现转型升级问题的探讨，具有十分重要的实践价值，并希望同学们在后续的学习乃至今后的工作中，继续关注这些问题并深入系统地进行探究。

**【注：**引导学生在更高层次上对问题进行探究思考，影响深远。】

最后，主讲老师勉励同学们在今后要继续保持这样一股劲头和热情，更加努力地学习，勤于思考，进一步培养自己敏锐地发现问题、解决问题、大胆创新的勇气和能力。**【注：**教书育人的情素溢于言表。】

课程在同学们热烈的掌声中结束。

（二）效果考核及评价

1. 小组研讨学习过程的成绩评价方法与流程

（1）组内自评：包括小组成员对本组学习情况的评价和小组长对本组每个成员的评价。每个小组在组长的带领下，根据老师布置的学习任务要求，组员给自己小组的工作表现综合评分；小组长根据本组成员平时完成任务的情况给出每个成员的贡献度评价。

（2）组间互评：每个小组选派一名代表作为组间互评的评委，当某一组的同学在汇报其研讨成果时，其它几组的同学可以根据评分标准对该组汇报的成果做评分。

**【注：**让学生参与到学习评价过程中来，培养学生客观地评价自己、客观地评价别人的品质和能力。】

（3）指导教师过程性评价：指导教师应根据学生平时参与小组的工作态度、工作过程的表现，是否具有团队合作精神等职业范畴的表现给予过程性评价；根据提交的综合作业的完备性、可行性，是否具有创新点等给小组做一个综合的评价。

（4）主讲教师终结性评价：根据学生组内自评、组间互评、指导教师过程性评价给出的成绩，按下列公式所示的比例，计算出本课程合作研讨学习的综合分数。

小组作业成绩（终结性评价）＝自评×5％＋互评×15％＋教师过程性评价×80％。

**【注：**教师评价过程也是获得反馈信息与进行教学反思的过程。】

**2. 小组互评内容与评分标准**

（1）内容观点（30分）：内容正确，观点新颖，有独到的见解。

（2）理解程度（20分）：熟悉所讲述的内容，讲述能突出重点。

（3）语言表达（15分）：发言人叙述条理清晰，语言流畅，用词准确。

（4）团队协作（15分）：团队成员配合默契，团结协作，集体观念强。

（5）PPT制作（20分）：面向全班分享时，PPT画面清晰，内容简明扼要，主题明确；对相关知识点的归纳总结系统、全面、准确。

**3.个人研讨成绩评定方案**

教师以小组作业（终结性评价）成绩为基础，同时综合考虑学生个人提交的相关查阅资料、参与研讨活动的表现、小组作业中其承担部分的完成质量、小组长给出的贡献度评价等信息，给出每个学生本次作业的个人成绩（即以小组作业成绩为轴心，根据个人表现上、下波动）。

（三）教学反思

案例是一次课堂研讨课的实况记录，有多届电子商务专业的学生的都曾选取“缸鸭狗”为研讨对象，并将自己的建议反馈给“缸鸭狗”店铺。现在“宁波汤圆缸鸭狗”在天猫等网店上都已经可以买到了，这个变化与当初学生到缸鸭狗店铺找店长、经理调研并给出电子商务改进方案建议的推动密不可分。同时，学生也在这个过程中，一定程度上体会到了用所学专业知识帮助企业改善经营状况的乐趣，从而进一步增强了学习电子商务课程和专业知识的兴趣与内在驱动力。

案例所设计的研讨主题，对其他存在同类问题和需求的企业仍然适用。对于教学中如何在研讨专题设置和小组合作学习流程中巧妙地融入思政元素，达到“润物细无声”的效果，在上述教学实例中有一定的体现。

高校教师在应用研究性教学模式进行课堂教学改革时，如何针对不同的教学内容设置相关研讨专题，如何细化和规范小组合作学习流程，同时在课程学习内容和学习过程中自然地融入思政元素，这些问题仍然值得不断探索。感兴趣、有想法的老师相互间也应加强互动交流。

六、特色及创新

（1）课程思政建设结合教材建设及课堂教学模式改革同步进行。教材选用课程负责人主编的省级规划教材，并在修订版中适当融入了相关思政元素；课堂教学以学生为中心，以来自实践的真实问题为基础，在教师的有效引导下，学生针对相关问题进行探究，让学生组成研讨学习小组，在接近真实的情境和问题环境中参与探究和实践的过程。

（2）课程思政渗透到教学活动的各个环节。从课程的第一次课到课程期末考核评价，从课堂讲授到课内、课外以学生为中心的小组研讨学习，从线下深入企业调研到线上模拟实验及作业提交，各个环节都有学生的深度参与和思政元素的自然渗入。

（3）课程思政元素与相关教学内容自然融合。课程思政建设过程中，引入了大量与教学内容相关的典型案例，发掘案例中的人物故事或案例业务模式本身所蕴含的思政元素，使其成为增强课程教学效果不可或缺的一部分。

七、教学效果

（1）从学生参与小组研讨的活动过程、学习心得体会、小组作业的完成情况等多方面考评，融入了课程思政元素的教学创新策略，充分激发了学生对课程的学习兴趣，全面调动了学生学习的主动性、积极性，有效地促进了学生自我约束、自我激励、不断进步等优良学风的形成，促进了学生电子商务创新思维和集体荣誉感、团队协作精神、社会适应能力的提升。从学生评教的结果看，93％以上的学生对课程教学效果表示满意和很满意。

（2）教学中所创设的一些研讨题为学生参加电子商务类学科竞赛做了一些前期的准备，在思维方式与相关素材方面打下了基础。一些优秀的作业直接成为后来参赛作品的雏形，不少学生在浙江省及全国电子商务大赛、全国大学生网络商务应用创新大赛等赛事中，取得了骄人的成绩。例如，陈晴光老师指导的以电子商务专业学生董科燕同学为组长的网络营销策划项目《针对玉环县富豪家具厂品牌推广的网络营销方案》曾获“全国大学生网络商务应用创新大赛”华东赛区一等奖，全国总决赛二等奖。这次比赛董科燕同学团队通过实战演练，提升了电子商务创新应用能力，并为其后来注册成立电子商务咨询公司打下了基础。