

项目需求

注：

- 1、如本章内容与其他章节有冲突，以本章内容为准。
- 2、如本章内容与国家法律法规相冲突的，以相关法律法规为准。
- 3、如本章内容与国家、地方强制标准相冲突的，以强制标准为准。

一、项目概况

为贯彻落实党的二十大精神和党中央、国务院决策部署，统筹解决人才培养和产业发展“两张皮”问题，推动职业教育产教融合高质量发展。国务院办公厅2022年12月印发的《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》和国家发展改革委、教育部、人力资源社会保障部等8部门联合印发《职业教育产教融合赋能提升行动实施方案（2023—2025年）》（以下简称《实施方案》）等都对进一步深化职业教育产教融合提出明确要求。铜陵职业技术学院阿里巴巴数字商业产业学院项目，从优化教材、教师、教法“三教”改革入手，引入企业实战资源，提升学生实战创业能力，促进校企产教融合落地。

二、项目建设目标

本项目主要包含实训教学资源服务及实战工作室运营服务两个方面。实训教学资源服务分为教材共编、课程共建、师资培训三个版块。

通过校企教材共编，打造具有学院专业特色，贴近地方产业，紧跟时代人才培养需求的优质教材。

通过课程共建，引入企业师资，以企业员工培训常用的集中实训模式，建设多门专业度高、实操性强、容易实现学生专业技能快速提升的专业课程。

通过师资培训，让教师走进企业、走上岗位，与资深企业岗位专家交流学习，深度参与岗位实战演练，亲身感受当前产业变化及企业用人需求，提升学院双师型教师教学能力。

精品实战工作室项目是学院相关专业教法改革的重要举措，是培养学生专业技能从“学”到“用”的重要途径，是促进“学生”到“企业员工”角色转变的核心桥梁。

实战工作室引进企业真实项目，并聘请实战经验丰富的企业导师，在学校驻点办公，负责带领学生开展实战工作室运营。学生通过真实项目演练，掌握岗位核心技能，丰富自身工作经验，加深对产业的理解与认知，大大促进学生优质就

业及创业。

运营服务期内实战工作室完成 5000 单量，营业额达到 14 万元人民币，所有参与实训实战学生考取虾皮等官方技能认证！

项目名 称	项目明 细	详细技术参数要求	单 位	数 量	备 注
实训教 学资源 服务	教材共 编	校企双方共编《电商直播营销实务》与《商务数据分析》两门教材。 采购人（校方）负责教材整体框架的搭建及最终内容审定、修改与最终编辑定稿，供应商（企业）负责教材理论内容、案例与实训任务部分的内容编写。 供应商编写内容及要求如下： （一）基本要求 1、教材内容应符合教学大纲的要求，教学方式方法有创意，有明确的教学目标，重点解决教学中的难点、重点，并注意教材的思想性、启发性和适用性。 2、编写教材应理论联系实际，注意培养学生分析问题和解决问题的思维能力与实践能力。 3、教材内容应增加前沿及实战的内容，提升学生在学习过程中对真实场景应用的感知。 （二）教材内容版块 1、《电商直播营销实务》内容大纲 理论篇 模块一 直播电商运营概述 单元一 电子商务运营认知 单元二 直播电商运营认知 单元三 直播电商岗位认知 模块二 直播策划 单元一 直播选品 单元二 内容策划 单元三 脚本策划 模块三 主播孵化 单元一 主播人设打造 单元二 主播粉丝定位 单元三 主播仪容仪表礼仪 单元四 主播镜头感的培养 模块四 直播带货 单元一 商品讲解与展示 单元二 直播控场	项	1	

		单元三 粉丝互动转化 模块五 直播推广 单元一 淘宝直播推广 单元二 抖音直播推广 单元三 快手直播推广 模块六 直播电商运营数据分析 单元一 直播运营数据分析概要 单元二 直播电商运营数据分析内容 单元三 直播复盘与运营诊断 实 训 篇 工作领域一 直播策划 工作任务一 商品选品 工作任务二 内容策划 工作任务三 脚本策划 工作领域二 直播带货 工作任务一 商品讲解与展示 工作任务二 直播控场 工作任务三 粉丝互动转化 工作任务四 直播数据分析 工作领域三 直播推广 工作任务一 宣传物料把控 工作任务二 直播引流 工作任务三 直播二次传播 工作任务四 推广效果分析 2、《商务数据分析》内容大纲 第一章 商务数据分析概述 第一节 商务数据概述 一、商务数据的含义 二、商务数据的应用领域 第二节 商务数据的来源与采集 一、商务数据的来源 二、商务数据的采集 第三节 商务数据分析的应用 一、商务数据分析的意义 二、商务数据分析的方法 三、商务数据可视化 第二章 制定数据采集与处理方案 第一节 制定数据分析目标 第二节 制定数据分析指标 第三节 选择数据采集渠道及工具 第四节 选择数据分析工具 第五节 撰写数据采集与处理方案 第三章 市场行情数据分析 第一节 市场行情数据分析认知			
--	--	--	--	--	--

		第二节 行业数据分析 第三节 竞争数据分析 第四章 产品数据分析 第一节 产品数据分析认知 第二节 产品行业数据分析 第三节 产品能力数据分析 第五章 运营数据分析 第一节 运营数据分析认知 第二节 客户数据分析 第三节 店铺交易数据分析 第四节 店铺售后服务数据分析 第五节 店铺供应链数据分析 第六章 营销推广数据分析 第一节 推广渠道分析 第二节 关键词推广效果分析 第三节 活动推广效果分析 第七章 数据监控与报告撰写 第一节 数据监控 第二节 数据分析报告撰写 3、教材内容的编写可在以上大纲框架基础上进行增加与优化。如供应商有优于以上教材大纲的方案，可与采购人沟通协商，经采购人同意后方可修改教材大纲。 （三）教材编写结构与要求 《电商直播营销实务》与《商务数据分析》两门教材主体章节由专业理论+案例分析+实训任务构成。 1、专业理论内容编写要求 1）专业理论内容应符合教材大纲逻辑，知识点设置合理，上下文逻辑贯通，内容由浅入深，方便读者循序渐进地进行专业学习。 2）专业理论内容必须做到专业度强，内容阐述准确，方向引导正确，不得出现实质性内容错误。 3）专业理论内容编写应书面化、规范化。文字全部使用中文简体字。字体：建议使用方正字库宋体。正文文字 10 磅，行距 20 磅，案例解析与知识提示 8 磅，图注 6 磅。文中的异体字、数字的一般用法、计量单位名称的统一用字、中国历史纪元表，可参考阅《现代汉语规范词典》的附录。外文字母、名词术语、人名、地名、地图、中外机构名称、插图等均应做到规范化、标准化。 4）教材插图、图表应与文字内容要紧密联			
--	--	---	--	--	--

		系，要有统一的编号。 图片：图片精度要在 300dpi 以上 TIF 格式。 编排：插图、表格一律用阿拉伯数字分章编排，图序、表序的写法统一为章的序数和本章图、表的序数中间用圆点隔开，不用短横。如：图 1.1、图 1.2；表 1.1、表 1.2。 图注：插图、表格一律编写图题、表题；图序、图题写在图的下方；表序写在表格的左上方，表题居中写在表格的上方；图注写在图题下方，表注紧列表下。 图表：图表与上下文一律空半格。 2、案例分析编写要求 1) 案例分析编写结构应包含案例描述、案例展示（图片或数据）、案例分析三个部分，个别案例编写结构可根据采购人需求进行调整。 2) 案例分析内容应基于专业理论部分的内容需求进行编写，需符合该章节讲述的核心内容理念。 3) 案例可分为经典案例与应用案例两种。经典案例为知名企业、著名人物或事件等相关案例，能够让读者通过熟悉的 IP 快速融入案例场景。应用案例是与章节知识点相结合的实战案例，便于读者理解该知识点所阐述的内容应用。 4) 案例分析数量平均每个单元或小节不少于 1 个。《电商直播营销实务》19 个理论单元，即案例分析总数不少于 19 个。《商务数据分析》24 个小节，即案例分析总数不少于 24 个。 3、实训任务编写要求 1) 实训任务编写结构应包含业务背景、实训目标、操作指南、实训总结四个部分。 2) 实训任务应与专业理论部分相对应，符合理实一体化教学需求。 3) 业务背景应贴合实际业务场景，能够让读者充分了解实训任务的应用场景。 4) 实训目标应阐明实训目的与任务要求。 5) 操作指南需图文结合，配图为真实平台实操截图 6) 实训总结应对实训效果标准做出说明，结合业务背景，进行整体复盘。 7) 《电商直播营销实务》实训任务数量按照大纲要求，共 11 个。《商务数据分析》实训			
--	--	--	--	--	--

		任务数量不少于 12 个。			
--	--	---------------	--	--	--

	课程共建	校企共同开发建设《跨境电商实务》《海外新媒体营销》《跨境电商视觉营销》三门实训课程资源，并由供应商安排企业导师集中实训授课。 （一）课程要求 1、供应商在学年内提供《跨境电商基础》《网店美工与视频实务》《海外新媒体营销》三门实训课程的教学大纲、课件、实训工单等课程资源。 2、每门课程集中实训时长不低于 5 天，课时数不少于 32 课时。供应商需提供每门课程的集中实训课表。 3、每门课程需提供学生考核测评标准，能够通过学生实训作业、结课考试等方面，确定学生该门课程的结课成绩。 4、每门课程由供应商安排企业导师全程授课。 5、三门课程根据专业教学需要，分配至不同学期完成。秋季学期开设《跨境电商基础》（含岗位认知）、《海外新媒体营销课程》，春季学期开设《网店美工与视频实务》课程。如遇学院教学安排变化，将根据学院实际教学安排作出时间调整。 （二）企业导师要求 1、企业导师应具备相应课程的岗位实操经验，并经过系统的授课培训。 2、企业导师需具备强烈的教学责任心，能够严格认真的批改学生实训作业、考试试卷，形成公正客观的学生结课成绩。 3、企业导师需遵守学校管理制度，不迟到早退。在授课过程中应注意言行举止，注重师德师风。	项	1	
--	------	--	---	---	--

	师资培训 训	师资培训服务要求： 1、供应商为采购人提供 2 场师资培训，每场师资培训采购人可安排最多 10 名教师参与。 2、每场师资培训需以线下集训形式开展，培训时长不少于三天。 3、供应商应保障良好的师资培训环境，能够满足教师培训与实战训练需求。如培训地点设置在外地的，应至少提前一个月与采购人协商确认，经采购人认可后开展，差旅费用由采购人自行承担。 4、两场师资培训主题方向分别为“Tiktok 直播运营”和“抖音短视频+直播运营”。 1) “Tiktok 直播运营”师资培训内容应包含 tiktok 算法逻辑、账号定位、选品及物流规则、优质短视频制作技巧、短视频制作实战演练、直播流程及策划方案、直播脚本撰写与话术训练、直播实战演练等内容。 2) “抖音直播运营”师资培训内容应包含抖音流量分发逻辑、账号定位、账号初期运营节奏、短视频脚本撰写与拍摄实战、直播流程及策划方案、直播脚本撰写与话术训练、直播实战演练等内容。 3) 供应商需根据以上主题内容制定两场师资培训课表。其中实战演练部分不低于培训总时长的 50%。 5、供应商提供的师资培训讲师，应具备至少三年以上直播运营实战经验，了解当前直播平台最新规则动态，对实战技巧及账号运营管理有深刻的理解及成功经验。	项	1	
--	----------------------	--	---	---	--

实战工作室运营服务	精品实战工作室运营	为锻炼学生实战能力，增长学生真实项目工作经验，促进学生专业课程融会贯通，更好的实现产教融合育人，特建设校内精品实战工作室。 为保障精品实战工作室建设初期的实战项目质量与人才培养质量，采购人特向符合要求的供应商采购精品实战工作室运营服务 1 年。 1 年服务期内，精品实战工作室具体运营服务要求如下： （一）实战工作室真实平台账号提供 1、供应商提供跨境电商 B2C 平台真实卖家端账号至少 10 个（亚马逊、速卖通、shopee 任意一个平台）。 2、真实账号应具备完整的平台卖家端开店运营功能，可进行真实发品售卖。 （二）产品供应链引进 1、供应商提供不少于 5 个品类 100 种商品的产品供应链。 2、产品供应链应支持跨境电商 B2C 平台店铺一件代发合作，无需实战工作室囤货或缴纳押金。 （三）工作室岗前技能培训与技能认证 1、供应商须为学生提供全面的岗前技能培训。培训内容应包含行业与岗位认知、工作室跨境电商 B2C 平台操作规则、选品分析、供应链建设、跨境物流、跨境支付与结算、店铺视觉营销、产品关键词设置、店铺推广与投流策略、店铺诊断与优化策略、实战运营中常见问题与处理办法、实战工作室运营管理方法与创业辅导等内容。 2、岗前技能培训应采用理实一体化教学模式，供应商须在教学实训过程中，为学生提供所学跨境电商 B2C 平台的模拟实训软件系统账号，账号数量应满足参与培训的学生每人一个，以保障学生在使用工作室真实平台账号实战之前，能够通过模拟实训软件系统账号进行操作训练。 3、为了能够让学生尽快加入实战工作室进行项目实战，岗前技能培训应在实战工作室运营服务期的前两个月内完成。具体培训时	年	1	
------------------	------------------	---	----------	----------	--

		间可根据校方课程安排及实际培训需要协商确定，培训总时长不得低于 32 课时。 4、岗前技能培训完成后，供应商应组织学生进行统一考试，并考取相关跨境 B2C 平台的岗位技能认证证书。平台岗位技能认证证书获取率不低于 80%。 （四）常驻企业导师运营管理 1、供应商提供至少 1 位拥有 2 年以上跨境电商 B2C 平台运营经验并持有行业认证讲师资格的企业导师，在校内实战工作室常驻办公，负责实战工作室的日常运营与管理。 2、常驻企业导师在 1 年服务期内，每周至少在学校实战工作室办公三天。学校寒暑假及其他不在校期间，仍应组织学生通过线上办公模式，保障实战工作室平台店铺的持续运营。 3、常驻企业导师应负责实战工作室 10 个平台账号的学生分配、任务分工、运营指导、绩效考核等运营与管理工作。供应商应提供完善的实战工作室运营管理制度、学生实战培养方案、学生工作激励方案。 4、常驻企业导师在校办公期间，应遵守学校关于企业导师及实战工作室的相关管理制度，配合学校相关管理工作。 （五）实战工作室运营责任与收益处理 1、供应商服务期内，需对实战工作室平台运营质量负责，出现学生违规操作、客诉、罚款等问题，由供应商承担相应责任。 2、实战工作室运营过程中产生的各类成本，如账号开通、商品采样、运营人力、账号投流、物流仓储、退货、罚款、商品滞留等，全部由供应商承担。 3、实战工作室运营所产生的收益（扣除各项成本后的利润），应全部做为奖学金，奖励给表现优秀的学生。具体奖励方案，供应商可以与采购人商讨确定。 （六）账号运营推广投流 1、供应商应设置账号推广投流资金，金额不少于 3 万元（包含在本项目服务费中），用于实战工作室店铺基础推广及优秀店铺投流奖励。			
--	--	---	--	--	--

		2、供应商应建立投流资金分配机制，帮助学生做好推广规划，合理使用资金。 3、推广投流资金应在本项目服务周期结束前，全部用于实战工作室店铺运营推广。 （七）大赛辅导 1、常驻企业导师应协助学校教师组织学生参加国家级跨境电商相关赛事，并为参赛队伍提供赛事辅导。 2、常驻企业导师服务周期内，应至少辅导三支以上参赛队伍。 3、大赛辅导应包含参赛队伍项目推荐与评估分析，项目参赛方案辅导，文本内容修改，队员参赛技能培训等项目全程辅导。 4、供应商应安排具备大赛辅导经验的企业导师参与辅导。应以辅导参赛队伍获得更好成绩为目标。 （八）教师跟岗 学校专业教师可参与实战工作室项目跟岗实战，企业导师应为参与跟岗实战的教师，提供业务指导，并分工协作，共同开展工作室运营与管理。 （九）实习就业输送 1、供应商须为实战工作室学生提供相关专业岗位实习就业机会。 2、提供的实习就业岗位数量不低于参与实战工作室培养的学生数量的 50%。 3、实习就业输送可通过人才双选会、企业内推、工作室定向人才输送等形式开展。 （十）创业孵化 1、供应商应建立实战工作室创业孵化机制。为在实战工作室中表现优异、有创业潜力与条件的学生，提供创业支持。 2、供应商提供的创业支持，应包含创业辅导、供应链资源对接、创业初期项目状况咨询诊断、以及一定额度的创业基金支持。 3、供应商在服务期内，应设置至少 2 万元创业基金（包含在本项目服务费中），用于扶持学生初创团队。供应商应制定完善的创业基金申请与审批发放流程。			
--	--	---	--	--	--