

《互联网产品开发》课程标准

课内学时数：36

适用的专业范围及层次：专科

课程学分：2

考核方式：考试

编制人：袁东升

一、课程定位

本课程是基于互联网行业发展趋势与产品开发岗位需求构建的专业核心课程，主要面向高等职业院校和应用型本科院校电子商务及相关专业的学生，以及有志于从事互联网产品开发的创业者和产品经理。

本课程立足互联网产品开发实践前沿，以“模块化教学+项目式驱动”为特色，将理论知识与真实案例深度融合，涵盖互联网产品开发全流程，紧密对接产品经理、交互设计师、产品运营等核心岗位，致力于培养学生精准把握市场需求、熟练运用开发工具、高效推进产品迭代的综合能力，为互联网行业输送具备创新思维与实战经验的高素质应用型人才。

二、课程设计思路

（一）设计理念

本课程的教学以培养实用型人才为出发点，瞄准企业互联网产品开发岗位的实际需要，理论与实践紧密结合，采用多种教学方法与教学手段，给学生提供更多的实践机会，培养和提高学生正确分析和解决互联网产品开发相关问题的综合能力，使其能够较好地满足互联网产品开发相关岗位的技能需求，将学生培养成为真正的应用型人才。

（二）课程设计思路

1. 教学内容设计

互联网产品的迭代升级深刻影响各行各业的发展格局，从社交媒体到电子商务，从在线教育到智能出行，互联网产品正以前所未有的速度改变着我们的生活和工作方式。本课程系统地讲解了互联网产品开发的流程与策略，共分3个模块、7个项目，主要内容包括互联网产品赛道的确定、互联网产品商业模式的探索、目标

竞品分析、产品需求挖掘与分析、互联网产品设计、产品设计工具的使用、产品运营与迭代。

2. 教学模式设计

本课程采取“目标驱动，学做合一”的教学模式，以互联网产品开发为教学目标引领整个教学过程，以案例为载体培养互联网产品开发岗位所需的职业能力和职业素养。依托完善的实训条件，让学生在课程实训时，完成真实的互联网产品开发任务，实现学做合一。通过与商业机构、企业等建立校企合作关系，为教学提供项目资源，实现实训任务的实战化，提升学生学习的积极性和成就感。

3. 教学方法设计

本课程采用讲授法、讨论法、验证法、视频演示法、案例分析法、实践练习法等教学方法，改变单纯的课堂教学模式，以学生为学习的中心，教师为学习的组织者和工作过程的引导者。

在实训阶段，可以承接合作商业机构、企业的互联网产品开发任务，根据任务安排 3~5 名学生组成一个学习小组，分配不同的职责，进行协作式学习，共同完成相关任务。教师课前下达任务书，陈述性知识由学生自主学习获得，课堂教学组织以工作过程为引导，并最终形成开发成果。以班级为单位共同观摩评价，还可引入企业导师参与课程学习指导和成果评价。

4. 教学过程设计

教师通过多元化教学，将所需掌握的知识点融入互联网产品开发实训项目，使学生能够更真实地体验和参与到项目的实战流程中。通过案例观摩+教师演示+学生演练，使学生能够更快地掌握互联网产品开发技能。通过启发引导的授课方式，培养学生的创新思维，促进学生对核心技能的掌握和互联网产品开发任务的实施。

三、课程学习目标

通过系统学习互联网产品开发的全流程知识与技能，使学生掌握互联网产品赛道确定、商业模式探索、竞品分析、需求挖掘与分析、产品设计、工具使用及运营迭代等核心能力，具备基于市场需求与用户体验进行产品全生命周期管理的实践能力，同步培养创新思维与职业伦理素养。

（一）总体目标

通过对本课程的学习，培养适应互联网行业快速发展需求的应用型专业人才，既精通互联网产品开发全流程方法论，又具备市场洞察、用户研究与产品创新能力，

能够应对行业技术迭代、用户需求变化等挑战，为互联网产品创新与传统产业数字化转型提供人才支撑。

（二）具体目标

1. 知识目标

（1）了解互联网产品开发岗位、能力与素质要求。

（2）掌握互联网产品赛道确定的方法与策略。

（3）掌握互联网产品商业模式探索的流程，以及商业模式画布绘制和商业需求文档撰写方法。

（4）掌握目标竞品分析的实施步骤与竞品分析文档撰写要点。

（5）掌握需求采集、分析与管理的的方法和流程。

（6）掌握互联网产品规划、用户体验设计、交互设计的原则与方法。

（7）掌握 Axure RP 等产品设计工具的功能与使用技巧。

（8）掌握产品运营文档编写规范，以及产品迭代升级的策略与方法。

2. 职业能力目标

（1）能够确定互联网产品赛道，撰写互联网产品体验报告。

（2）能够选择合适的互联网产品商业模式，绘制商业模式画布并撰写商业需求文档。

（3）能够独立实施竞品分析，完成竞品分析文档撰写。

（4）能够进行需求采集、分析与管理的，明确产品需求。

（5）能够完成产品规划，进行用户体验设计与交互设计。

（6）能够熟练使用 Axure RP 11 进行原型设计，并完成综合案例实践。

（7）能够编写产品运营文档，制定产品迭代升级方案。

3. 职业素养目标

（1）具备互联网产品开发行业职业道德，自觉遵守相关法律法规与行业规范。

（2）培养用户思维、产品思维、数据思维、创新思维等互联网产品开发核心思维。

（3）养成严谨细致、勇于创新、敢于实践的工作作风，提升问题解决能力。

（4）保持对互联网行业发展的敏感性和前瞻性，主动学习新技术与新方法。

（5）具有高度的责任心和良好的团队合作精神，能够在团队中有效沟通协作。

（6）锻炼自主学习能力和可持续发展能力，适应互联网行业快速变化的需求。

四、课程整体设计

本课程主要教学内容分成 7 个项目进行组织教学，含实训共 47 学时。

1. 知识模块顺序及对应的学时

序号	教 学 内 容	要求	课时分配		
			讲授		合计
1	互联网产品赛道的确定	掌握	6		6
2	互联网产品商业模式的探索	掌握	6		6
3	目标竞品分析	掌握	6		6
4	产品需求挖掘与分析	掌握	6		6
5	互联网产品设计	掌握	4		4
6	产品设计工具的使用	掌握	4		4
7	产品运营与迭代	掌握	4		4
总 计			36		36

2. 课程教学的重点、难点及解决方法

(1) 教学重点：互联网产品赛道的确定；互联网产品商业模式的探索；目标竞品分析；产品需求挖掘与分析；互联网产品设计；产品设计工具的使用；产品运营与迭代。

(2) 教学难点：本课程教学的难点在于是否能够结合实训进行教学，让学生在实践中学习与领悟所学知识点。

(3) 解决方案：可以通过强化实训课程来解决，通过实训平台、校企合作等方式来解决。

五、课程教学目标与内容设计

项目一 互联网产品赛道的确定

学习性工作任务或项目	1. 知识目标：了解互联网产品的特点、类型、项目构成、参数和设计流程；掌握互联网产品赛道的选择方法；掌握互联网产品体验报告的结构；掌握撰写互联网产品体验报告的前期准备事项。	载体或活动
	2. 能力目标：能够正确地选择互联网产品赛道；能够有效撰写互联网产品体验报告。 3. 素养目标：作为互联网产品行业人士，要培养互联网思维，弘扬求真、开放、平等、协作、分享的互联网精神，从而适应互联网时代的发展，推动创新和进步。 4. 具体任务：练习撰写互联网产品体验报告。	项目实训：网易云音乐体验报告

	5. 活动设计：案例展示-讲评		
学习方法建议	讲授法、案例法、实践法		
学习重点与难点	重点：认识互联网产品、互联网产品赛道选择方法、互联网产品体验报告的撰写； 难点：互联网产品的设计流程、互联网产品赛道选择方法、互联网产品体验报告的撰写		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	投影仪、提供宽带网络		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
互联网产品的应用场景	能够正确地选择互联网产品赛道	产品与产品经理；认识互联网产品；互联网产品赛道选择方法	3
互联网产品体验报告的撰写	能够有效撰写互联网产品体验报告	互联网产品体验报告的作用；互联网产品体验报告的结构；撰写互联网产品体验报告的前期准备	3
本学习单元学时小计			6

项目二 互联网产品商业模式的探索

学习性工作任务或项目	1. 知识目标：了解互联网产品商业模式的特点和类型；了解商业模式画布的作用和结构；掌握绘制商业模式画布的步骤；了解商业需求文档的作用、特点和结构；掌握撰写商业需求文档的要求。 2. 能力目标：能够依据市场动态灵活选择产品商业模式；能够熟练绘制商业模式画布；能够根据要求撰写商业需求文档。 3. 素养目标：依照商业模式画布进行布局，注重团队协作，树立科学统筹的观念，合理调配资源，凝聚团队力量实现商业理想。 4. 具体任务：练习绘制商业模式画布和撰写商业需求文档。 5. 活动设计：案例展示-学生实践-讲评		载体或活动
			项目实训：ABC 在线教育平台 BRD 撰写实训
	学习方法建议	讲授法+案例法+实践法	
	学习重点与难点	重点：互联网产品商业模式的选择、商业模式画布的绘制、商业需求文档的撰写； 难点：商业模式画布的绘制、商业需求文档的撰写	
	组织实施建议	理实一体项目化教学	
学习场地与设施建议	投影仪、提供宽带网络		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
互联网产品商业模式的选择	能够依据市场动态灵活选择产品商业模式	互联网产品商业模式的特点；常见互联网产品商业模式	1
商业模式画布的绘制	能够熟练绘制商业模式画布	商业模式画布的作用；商业模式画布的结构；绘制商业模式	2.5

		画布的步骤；绘制商业模式画布的注意事项	
商业需求文档的撰写	能够根据要求撰写商业需求文档	商业需求文档的作用；商业需求文档的特点；商业需求文档的结构；撰写商业需求文档的要求；商业需求文档案例解析	2.5
本学习单元学时小计			6

项目三 目标竞品分析

学习性工作任务或项目	1. 知识目标：了解竞品的类型及锁定竞品的步骤；掌握竞品分析的内容和收集竞品数据的方法；掌握分析竞品的方法；了解竞品分析文档的结构及撰写注意事项。		载体或活动
	2. 能力目标：能够收集竞品数据，并从不同维度详细分析竞品；能够运用 SWOT 分析法分析竞品；能够有效撰写竞品分析文档。		项目实训：电子书阅读器竞品分析
3. 素养目标：在描述竞品时，能够客观公正，不夸大其词，不恶意攻击，体现诚信友善的价值观，维护良性竞争的市场环境。			
4. 具体任务：练习目标竞品分析。			
5. 活动设计：案例展示-学生实践-讲评			
学习方法建议	讲授法+案例法+实践法		
学习重点与难点	重点：竞品分析的实施、竞品分析文档的撰写； 难点：竞品分析的实施、竞品分析文档的撰写		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	投影仪、提供宽带网络		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
竞品分析的实施	能够收集并分析竞品数据	竞品的确定；竞品分析的内容；收集竞品数据的方法；分析竞品的方法	4
竞品分析文档的撰写	能够有效撰写竞品分析文档	竞品分析文档结构；撰写竞品分析文档的注意事项；竞品分析文档案例解析	3
本学习单元学时小计			7

项目四 产品需求挖掘与分析

学习性工作任务或项目	1. 知识目标：了解产品需求的构成要素与本质；掌握需求采集的多种方法；掌握识别真伪需求和评估需求优先级的方法；掌握需求池管理的方法和处理客户需求的流程。		载体或活动
	2. 能力目标：能够运用多种方法有效采集产品需求；能够运用多种方法准确识别真伪需求，以及评估需求		项目实训：在线健身平台产品需求挖掘实训

	<p>优先级；能够妥善管理客户的需求。</p> <p>3. 素养目标：树立服务意识，以客户为中心，尊重客户需求，倾听客户的声音，关注客户的反馈，以真诚的态度对待每一位客户。</p> <p>4. 具体任务：练习产品需求挖掘与分析。</p> <p>5. 活动设计：案例展示-学生实践-讲评</p>	
学习方法建议	讲授法+案例法+实践法	
学习重点与难点	<p>重点：需求采集、需求管理；</p> <p>难点：需求采集、需求管理</p>	
组织实施建议	理实一体项目化教学	
学习场地与设施建议	投影仪、提供宽带网络	
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容
认识需求	能够深入挖掘用户在特定场景下的产品需求	需求的构成要素；产品需求的本质
需求采集	能够运用多种方法有效采集产品需求	自主分析法；业务驱动法；市场竞品分析法；用户研究法
需求管理	能够有效地进行需求管理	识别真伪需求；评估需求的优先级；需求池的管理；客户需求的处理
本学习单元学时小计		
		7

项目五 互联网产品设计

学习性工作任务或项目	<p>1. 知识目标：掌握产品定位的步骤和产品阶段性计划制订的方法；掌握从需求到功能转化的核心方法和优质产品设计标准；掌握产品功能流程梳理方法、产品功能信息架构以及产品结构梳理方法；了解交互设计的要素与原则；了解交互设计文档的主要内容，以及用户体验与交互设计的关系；掌握产品使用过程中体验设计的内容。</p> <p>2. 能力目标：能够运用多种方法准确进行产品定位和确定产品策略；能够制订产品阶段性计划；能够理解并践行优质产品设计标准；能够分析产品功能信息架构；能够撰写交互设计文档。</p> <p>3. 素养目标：互联网产品设计是一个不断创新的过程，设计者应具备创新意识和实践能力，能够不断探索新的设计理念和技术手段，提升产品的竞争力和用户体验。</p> <p>4. 具体任务：练习设计互联网产品。</p> <p>5. 活动设计：案例展示-学生实践-讲评</p>	载体或活动
		项目实训：掌阅优化设计实训
	学习方法建议	讲授法+案例法+实践法
	学习重点与难点	<p>重点：产品规划、用户体验设计、交互设计；</p> <p>难点：产品规划、用户体验设计、交互设计</p>
	组织实施建议	理实一体项目化教学

学习场地与设施建议	投影仪、提供宽带网络		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
产品规划	能够科学地进行互联网产品规划	产品定位；产品策略确定；产品阶段性计划的制订；从需求到功能的转化；优质产品设计标准	3
用户体验设计	能够进行互联网产品用户体验设计	产品功能流程的梳理；产品功能信息架构；产品结构的梳理	2
交互设计	能够进行互联网产品交互设计	交互设计的要素；交互设计的原则；交互设计与原型；交互设计文档的撰写；用户体验与交互设计的关系；产品使用过程中的体验设计	3
本学习单元学时小计			8

项目六 产品设计工具的使用

学习性工作任务或项目	<p>1. 知识目标：了解 Axure RP 11 的功能，掌握其基本操作；掌握 Axure RP 11 的产品原型设计流程；掌握原型设计规范；掌握设计 Web 登录页面和 App 首页的操作流程；了解抖音商城 App 和 Pet Inn Here 宠物网店的产品设计。</p> <p>2. 能力目标：能够熟练操作 Axure RP 11 的基本功能；能够使用 Axure RP 11 设计 Web 登录页面和 App 首页；能够综合分析各种 App 或者网店的产品设计。</p> <p>3. 素养目标：保持对工作的高度责任感和严谨态度，在遵循规范的基础上不断优化设计，追求更高的设计质量和更好的用户体验，对工作精益求精，不断追求完美。</p> <p>4. 具体任务：练习使用产品设计工具进行原型设计。</p> <p>5. 活动设计：案例展示-学生实践-讲评</p>	载体或活动	
		项目实训：小红书 App 产品设计分析与原型设计	
学习方法建议	讲授法+案例法+实践法		
学习重点与难点	<p>重点：Axure RP 11 的基本操作、Axure RP 11 产品原型设计流程、原型设计、综合案例分析；</p> <p>难点：Axure RP 11 产品原型设计流程、原型设计</p>		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	投影仪、提供宽带网络		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
认识 Axure RP 11	能够熟练操作 Axure RP 11 的基本功能	新版 Axure RP 11 的功能；Axure RP 11 的基本操作；Axure RP 11 产品原型设计流程	2
原型设计	能够使用 Axure RP 11 设计 Web 登录页面和 App 首页	原型设计规范；设计服务平台 Web 登录页面；设计旅游 App 首页	4

综合案例分析	能够综合分析各种 App 或者网店的产品设计	抖音商城 App; Pet Inn Here 宠物网店	1
本学习单元学时小计			7

项目七 产品运营与迭代

学习性工作任务或项目	1. 知识目标：掌握产品运营的目标与策略；掌握产品运营文档中内容规划与管理的方法；掌握活动策划与执行、用户增长与留存、数据分析与优化的方法；了解收集用户反馈和需求的渠道；掌握分析和整理反馈和需求、确定改进重点和时间节点的方法；掌握在实施改进措施后进行评估的方法。		载体或活动 项目实训：“作业帮”产品迭代策略分析
	2. 能力目标：能够根据产品目标制定运营策略；能够有效规划并管理产品内容；能够有效策划并执行产品运营活动；能够准确确定产品改进的重点和时间节点。		
	3. 素养目标：互联网行业工作者要树立科学态度，掌握数据分析能力，培养数据意识和数据思维，具备高度的数据敏感性，能够从海量的数据中快速捕捉到关键信息，发现数据背后的规律和趋势。		
	4. 具体任务：练习编写产品运营文档。		
	5. 活动设计：案例展示-学生实践-讲评		
学习方法建议	讲授法+案例法+实践法		
学习重点与难点	重点：产品运营文档的编写、产品迭代升级； 难点：产品运营文档的编写、产品迭代升级		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	投影仪、提供宽带网络		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
产品运营文档的编写	能够根据需要编写产品运营文档	运营目标与策略；内容规划与管理；活动策划与执行；用户增长与留存；数据分析与优化	4
产品迭代升级	能够根据用户反馈和需求进行产品迭代升级	收集用户反馈和需求；分析和整理反馈和需求；确定改进的重点和时间节点；在实施改进措施后进行评估	2
本学习单元学时小计			6

六、教学实施

1. 教材选用建议

《互联网产品开发（案例指导版 微课版）》（书号：978-7-115-66516-4），汪永华 张立群主编，人民邮电出版社，2025年6月出版。

2. 教学方法建议

本课程教学的关键是知识扩展和业务仿真。教学不以学生掌握“应知”内容为目标，而在应知基础上达到“应会”为目标。在教学过程中，应立足于加强学生实际应用能力和职业素质的培养，通过项目教学、以工作任务引领提高学生兴趣，激发学生的成就动机。

本课程立足于实际能力培养，应用现实的互联网产品开发平台开展教学，并鼓励学生进行互联网产品开发实践活动。课程以学生为中心，工作过程为线索，工作任务为载体，组织课程内容和课程教学，明确学习方向，以便于教学中的启发与引导。让学生在完成各项目具体工作任务的过程中来构建相关理论知识和各项职业技能，发展职业能力。

3. 教学考核评价建议

本课程为考试课，期末考核方式为闭卷考试+技能实训。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素养目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平及期末考试成绩，尽量全面、客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由两部分组成：

总评成绩=平时成绩（50%）+末考成绩（50%）

其中，各项评价指标的构成及比例如下表所示。

多元化考核	知识目标		能力目标		素养目标	
平时成绩	课后作业	30%	技能实训成绩	60%	表现与素养	10%
末考成绩	知识点考核	50%	技能实训考核	35%	拓展能力	15%
总评成绩=平时成绩×50%+末考成绩×50%						

七、数字化教学资源开发与利用

本课程的教学资源主要有微课视频、PPT、教学大纲、教案、课程标准、习题答案等，为教师的教学和学生的学习提供了丰富的扩展资源。

（1）积极开发和利用网络课程资源，不断增加教学资源的品种，不断提升教学资源的针对性。

（2）利用现代信息技术开发多媒体课件和实训平台，通过搭建起多维、动态、自主训练平台，使学生的主动性、积极性和创造性得以充分调动，实现“教学做合一”，让学生在真实情境中学习、体验和锻炼。

(3) 通过整合各种资源，为学生创造实训实践、接触实际工作的良好资源环境，全方位推动理论联系实际，切实促进产学结合，全面提升学生的综合素质和实际应对能力，并能在各方面迅速适应社会需求。

八、软硬件条件

本课程在课堂教学中十分注重运用现代的教学理念与教学方法，当然，这些理念和方法的运用离不开现代教学技术手段的支持。这些现代教学技术手段的运用不仅促进了教学活动的开展，激发了学生的学习兴趣，同时也提升了教学效果。

(1) 多媒体手段运用

多媒体技术集声、像、字、画动态显示于一体，图文并茂，形象生动，能够达到抽象概念具体化、微观概念宏观化的良好效果。本课程通过多媒体课件和微课视频的展示，让学生更加容易理解接受，能够提升教学效果。

(2) 网络教育手段的运用

充分利用网络资源，搭建网络课程平台，实现优质教学资源共享。

九、教学队伍建设建议

(1) 强化“产学研用”协同的师资整合

高校应构建产学研深度融合的教学团队，吸纳具有互联网产品全生命周期管理经验的专家，包括产品经理、UI 设计师、运营总监等，确保企业导师占比不低于 35%。尤其注重引入有成功 App 开发、小程序运营、互联网产品商业化变现案例的资深从业者。推动教师与企业合作开发课程资源，每学年至少联合开发 2 个贴合行业实际的教学案例，组织 3 次企业实地调研，使教学内容紧密对接行业最新动态。

(2) 完善分层递进的教师培养体系

针对不同教龄和职称的教师制定差异化培养方案，新入职教师需参与为期半年的企业跟岗实践，熟悉互联网产品开发真实流程。设立教师专项培训基金，每年选派 10% 的教师参加互联网产品开发相关高级研修班、行业峰会。建立教师成果转化激励机制，将教学改革成果、产品原型设计、企业横向课题等纳入绩效考核，激励教师不断提升专业能力与实践教学水平，打造高水平教学队伍。

十、其他说明

根据本课程标准，任课教师可以根据需要编制学期教学进度计划，还可参考各学期的实际教学时间长短合理调整教学内容。

在实际组织教学的过程中，任课老师可以在完成课程标准规定内容的同时，根据自身院校的教学要求适当调整教学内容，增强内容的实用性；也可根据客观实际的发展变化适当补充或调整部分内容。