

电子商务专业人才培养方案（2019 级）

（适用弹性学制）

一、专业名称与代码

1. 专业名称：电子商务

2. 专业代码：630801

二、入学要求

一般为中等职业学校和普通高中学校毕业生、退役军人、下岗失业人员、农民工、新型职业农民、企业在职职工、村两委干部等。

三、修业年限

基本修业年限 3-6 年，可以根据学生灵活学习需求，合理、弹性安排学习时间。

四、学习形式

单独编班、分类教学、分类管理。采取集中教学和分散教学相结合、校内教学和校外教学相结合、线上教学和线下教学相结合等多种教学形式。学生采用弹性学制，利用周末、节假日等时间集中学习。总学时不少于 2500，集中学习不低于总学时的 40%。

五、职业面向

所属专业大 类（代码）	所属专业类 （代码）	对应行业 （代码）	主要职业类别 （代码）	岗位群或技术 领域举例	职业资格证书 或技能等证书
财经商贸大 类（63）	电子商务类 （6308）	互联网和相 关服务（64） 批发业（51） 零售业（52）	销售人员 （4-01-02） 商务咨询人员 （4-07-02）	营销推广 运营管理 客户服务	电子商务网店运 营 1+X 证书

六、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业的销售人员、商务咨询服务人员等职业群，能够从事营销推广、运营管理、客户服务等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 素质要求

（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) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

(4) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

2. 知识要求

(1) 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华文化知识。

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

(3) 掌握计算机应用、网络技术基本理论，电子商务基本理论及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。

(4) 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。

(5) 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法。

(6) 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法。

(7) 掌握电子商务数据统计分析和撰写报告及客户服务与

管理的相关知识。

(8) 掌握主流电子商务平台和跨境电子商务平台的运营规则和推广方式及新媒体运营与管理的方法。

3. 能力要求

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(3) 具有一定的美学、计算、数据、交互、互联网思维能力。

(4) 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等。

(5) 能够根据摄影色彩、构图策略进行创意拍摄、制作突出商品卖点的商品照片；能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度。

(6) 具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容策划与制作、更新。

(7) 具备网店设计与装修的能力，能够根据产品需求，进行页面设计、布局、制作和美化。

(8) 能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式进行策划、实施和效果评估与优化。

(9) 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类和管理。

(10) 能够根据运营目标采集电子商务数据，并依据店铺、产品和客户等各类数据，对其进行分析与预测。

(11) 能够正确进行网络营销,应对客户咨询、异议,处理客户投诉,进行客户个性化服务等。

七、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业(技能)课程。

一、公共基础课程

1. “思政课”

《思想道德修养与法律基础》(以下简称基础)52学时, 3学分,理论课,考试课,第一学期开设。该课程采用集中面授的教学形式开课。

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》(以下简称概论)72学时,4学分,考试课,第二学期开设。理论学时采用集中授课,60学时;实践学时采用线下社会实践并形成报告,12学时。

《形势与政策》安排在第一至第四学期,每学期12学时,共48学时,2学分,理论课,考试课,该课程采取专题报告形式进行授课。

2. 军事理论

《军事理论》安排在第一学期,共36学时,2学分,考查课,授课方式采用网络课程学习与军训期间讲座形式的进行。

3. 健康教育

《大学生健康教育》安排在第一学期,36学时;理论9学时,实践27学时,2学分。大学生健康教育包括心理健康教育、预防艾滋病、健康教育等。各专业通过讲座、报告会、网络、展

览等各种形式进行，采取讲授与专题讲座相结合、集中与分散授课相结合、理论与实践教学相结合的方式。考试课。

4. 创业就业教育

《大学生职业生涯规划与发展》安排在第二学期开设，共 20 学时，记 1 学分。《大学生创业基础》安排在第三学期开设，共 32 学时，记 2 学分。《大学生就业指导》课程安排在第四学期开设，共 18 学时，记 1 学分。均采用在线教学形式开课。考查课。

5. 艺术教育

《公共艺术教育》在非艺术专业开设，学生至少要在学校开设的艺术限定性选修课程中选修 1 门并且通过考核，取得 2 个学分方可毕业。艺术限定性选修课程包括《艺术导论》、《音乐鉴赏》、《美术鉴赏》、《影视鉴赏》、《戏剧鉴赏》、《舞蹈鉴赏》、《书法鉴赏》、《戏曲鉴赏》等 8 门，每门课 32 学时，计 2 学分。

6. 体育

《体育》第一、二、三、四学期开设，128 学时，4 学分。要求学生在校三年期间必须通过《大学生体质健康标准》测试，学会 26 式太极拳。考试课。

7. 大学英语

《大学英语》第一、二学期开设，第一学期考试课、第二学期考查课。120 学时，7 学分。采用在线教学形式开课。

8. 计算机文化基础

《计算机文化基础》，第二学期开设，60 学时，理论 30 学

时，实践 30 学时，3 学分，全校非计算机专业学生必修课。采用在线教学和课下大作业方式进行。考试课。

9. 劳动教育

20 学时，2 学分，实践课。各专业要结合实习实训强化劳动教育，明确劳动教育时间，弘扬劳动精神、劳模精神，教育引导 学生崇尚劳动、尊重劳动。

10. 安全教育

各专业要将安全教育与德育、法制教育、生命教育、心理健康教育等有机融合，把敬畏生命、保障权利、尊重差异的意识和基本安全常识根植在学生心中。各专业通过讲座、报告会、网络课程、展览等各种形式进行。

注：

1. 退役军人免修体育课、军事理论课，直接获得学分；农民工、村两委干部、新型职业农民免修体育课、劳动教育实践课，直接获得学分；在岗职工免修劳动教育实践课，直接获得学分。

2. 根据生源具体情况，实施“旺工淡学”的错峰教学，“旺工”季节以生产实践为主，“淡工”季节以教学为主，采用循环教学，在周末和假期安排教学内容。

（二）专业（技能）课程（加★号的为专业核心课程）

1. 电子商务概论★

安排在第一学期，54 学时；理论 54 学时，3 学分。

课程目标：通过本课程的学习，要求学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识体系和电子商务国内外应用情况初步认识，

为后续分门别类学习专业课程打下良好的基础。

主要内容和教学要求：本课程主要学习电子商务概念、电子商务模式、电子商务基础设施、电子商务安全威胁与措施、网络营销、互联网金融、电子商务物流、跨境电子商务、农村电子商务及移动电子商务、电子商务在企业的应用等内容。教学注重以案例为引导，启发学生的思考，让学生提出自己的观点和想法，采用组内讨论、组间分享的教学方法。该课程采取面授、网络课程学习和课程大作业相结合的方式学习。考查课。

2. 网店美工★

安排在第一学期，54 学时；实践 54 学时，3 学分。

课程目标：通过本课程学习，学生应理解美工设计之“道”“器”“术”三个层面的知识原理，熟练掌握各种美工设计软件的使用方法，以培养学生的设计思维和能力为主，为学生日后成为专业的电子商务人才奠定坚实基础。

主要内容和教学要求：本课程主要学习 Photoshop 基础知识和操作原理，掌握图像处理基本工具的使用方法和技巧，理解图层、通道、蒙版和路径等概念，设计和制作主图、商品详情页、商品海报、店招等。教学中使用讲授法、分组讨论法、任务驱动法、案例讨论法等直观教学法，要求学生能独立处理和编辑图片，掌握网店美工岗位的基本工作内容，为后续课程的学习打基础。该课程采取面授、网络课程学习和课程大作业相结合的方式学习。考查课。

3. 网店摄影★

安排在第二学期，54 学时；实践 54 学时，3 学分。

课程目标：通过本课程学习，学生应掌握网络店铺商品定位的一般原理，商品拍摄布景的基本流程，掌握各类商品拍摄的要点、网络商品拍摄光线处理、商品拍摄布景策划方法，不同类商品图片美化方法。

主要内容和教学要求：本课程主要学习拍摄前期的准备工作以及处理产品拍摄过程中会遇到的问题，教学中要根据不同产品的特性做出相应的拍摄指导，利用所学知识拍摄符合网店特色的高品质图片，为后续网店运营与管理课程奠定基础。该课程采取面授、网络课程学习和课程大作业相结合的方式学习。考查课。

4. 市场营销

安排在第二学期，54 学时；理论 30 学时，实践 24 学时，3 学分。

课程目标：通过本课程的学习，学生应树立现代市场营销观念，学会分析市场营销环境和购买者行为，掌握市场营销的基本程序，具备研究市场和制定营销策略的能力。

主要内容和教学要求：主要学习市场营销和市场营销环境的基础知识，研究和分析市场机会、市场营销的基本程序，制定、执行企业的市场营销战略和策略。教学过程中，要求学生分小组、选行业，运用所学营销知识开展市场调研，进行市场分析，并能够进行初步的营销策划。该课程采取面授、网络课程学习和课程大作业相结合的方式学习。考查课。

5. 网络营销★

安排在第三学期，54 学时；理论 54 学时，3 学分。

课程目标：通过本课程的学习，要求学生了解网络营销的基本概念、网络营销的技术基础和网络营销在企业中的各种应用；掌握网络的基本策略、将网络营销的基本原理与企业网络营销的最新实践联系起来，提高对网络营销的分析能力、策划能力。

主要内容和教学要求：本课程主要学习网络营销常用的工具及方法、营销型网站的建设、搜索引擎营销、E-mail 营销、网络广告投放、第三方网络平台营销、WEB2.0 营销等。教学过程中注重分析成功案例，可以开展学生分组讨论，要求学生能独立策划和实施网络营销方案。该课程采取面授、网络课程学习和课下大作业相结合的方式学习。考试课。

6. 网店客服★

安排在第三学期，54 学时；理论 30 学时，实践 24 学时，3 学分。

课程目标：通过本课程学习，培养学生树立先进的客户服务理念，掌握客户服务技能，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。

主要内容和教学要求：本课程主要学习售前准备工作、售中问题处理、售后问题解决及客户关系管理的相关理论和技巧。教学中善用翻转课堂，角色互换、情景重现等方式进行，要求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。该课程采取面授、网络课程学习和课下大作业相结合的方式学习。考查课。

7. 跨境电子商务★

安排在第四学期，54 学时；理论 54 学时， 3 学分。

课程目标：通过本课程的学习，学生具有较强跨境电子商务职业能力、专业知识和良好职业素质，成为一名合格的跨境电商专员。

主要内容和教学要求：本课程主要学习跨境电子商务的基本概念、基本政策和第三方跨境平台的规则，掌握跨境电商基本操作流程，具备运营和管理跨境平台店铺、服务国外客户的能力。教学过程中以速卖通为典型平台，要求学生熟悉第三方跨境电商平台的规则，掌握第三方跨境平台的工作流程，并能与客户进行基本的沟通。该课程采取面授、网络课程学习和课下大作业相结合的方式学习。考查课。

8. 物流概论

安排在第三学期，54 学时；理论 54 学时， 3 学分。

课程目标：通过本课程学习，可以掌握物流的基本概念，学习和研究物流的基本方法，了解物流各大功能的主要内容，物流合理化的实施，结合案例分析和训练，要求学生对现代物流有一个比较全面地认识，分析现实生活中的物流现象。考查课。

主要内容和教学要求：本课程主要学习物流的基本概念，物流的基本功能，包括运输、仓储、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理的概念及基本内容，供应链的概念以及物流相关的一些知识和概念。教学要求的重点是使学生掌握物流的概念，物流的基本功能的概念和如何实现物流的合理化，具备基本的运

用物流概念分析现实生活中物流问题的能力。该课程采取面授与网络课程学习相结合的方式学习。考查课。

9. 管理学原理

安排在第四学期，54 学时；理论 54 学时，3 学分。

课程目标:通过本课程的学习，学生应从总体上对管理活动的基本规律有初步认识，具备一定的运用管理学基本原理和一般方法解决实际管理问题的高素质技术技能人才所必需的知识及相关的职业能力。

主要内容和教学要求:主要学习管理概念，管理理论的发展，决策的方法，计划编制的程序、方法，目标管理，组织设计的内容、组织结构模式，员工的选聘、考评、培训，领导的性格论、行为论、权变论，激励的内容型激励、过程型激励、强化理论，有效沟通的实现，控制过程、控制方法等。要求学生掌握决策和计划的方法、组织结构、领导和激励的有关理论、控制方法，能够运用所学知识解释管理现象、解决实际问题。该课程采取面授与网络课程学习相结合的方式。考查课。

10. 电子商务案例分析★

安排在第五学期，54 学时；实践 54 学时，3 学分。

课程目标: 学生完成本课程学习后，学生能从整体上理解如何构筑成功的企业电子商务系统，并对相关案例进行讨论，并将案例经验应用于项目策划中。

主要内容和教学要求: 主要学习电子商务案例分析的概述、电子商务网站的策划、电子商务网站的建设、电子商务网站的运

营与维护、电子商务的盈利模式分析、电子商务支付等几个方面案例进行阐述和分析。教学中优选典型案例，分小组组织教学，要求学生能针对典型案例进行分析，梳理成功经验，找出问题所在，为项目提出改进方案。该课程采取面授、网络课程学习和课下大作业相结合的方式学习。考查课。

11. 商务谈判

安排在第五学期，36 学时；实践 36 学时，2 学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，应掌握商务谈判基本理论、基本方法和技能，掌握商务谈判的规律，熟练运用各种谈判技巧，具备参与商务谈判的能力。

主要内容和教学要求：本课程主要学习商务谈判的原则、程序、谈判策略与技巧。以谈判过程为线索，根据谈判要素，讲授谈判开局阶段、实质磋商阶段、协调阶段的谈判策略和技巧。教学过程中要求学生树立正确的商务谈判观念，熟悉商务谈判流程，学会使用常用的商务谈判策略参与商务谈判。该课程采取面授、网络课程学习和课下大作业相结合的方式学习。考查课。

12. 客户关系管理

安排在第五学期，54 学时；理论 54 学时，2 学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，应掌握客户关系管理的基本理论、原理和方法，能够培养出学生在客户关系管理上的浓厚兴趣，具备良好的深入自学能力。

主要内容和教学要求：主要学习客户关系管理产生的背景，客户关系管理的理念、客户收益性分析、客户细分及其管理策略、

解析数据挖掘方法在客户关系管理中基本应用等内容。教学中注重案例的引入，要求学生能用所学知识建立、运营、管理好客户，为企业客户价值增值。该课程采取面授、网络课程学习和课下大作业相结合的方式学习。考查课。

13. 基础会计

安排在第三学期，54 学时；理论 36 学时，实践 18 学时，3 学分。

课程目标：通过本课程的学习，要求学生掌握一定的会计基础知识，能看懂会计报表，通过会计报表分析企业经营状况。

主要内容和教学要求：主要学习会计要素及会计平衡公式、会计科目与账户、复式记账、会计凭证、会计账簿、财务会计报告等内容。教学中要求学生了解基本的会计科目和记账方法，熟悉财务会计报表分析方法，学会在管理决策中分析应用。该课程采取面授与网络课程学习相结合的方式。考查课。

14. 经济应用文写作

安排在第三学期，54 学时；实践 54 学时，3 学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，使学生从整体上了解经济应用文写作的基本理论，掌握经济应用文中各种文书的基本格式和写作要求。

主要内容和教学要求：主要学习经济应用文写作的基本理论，对经济应用文写作的基本内容有一个概括的了解，掌握常用的重要经济应用文文书，如经济日用文书、经济协议文书和经济学术文书等的基本写作技能。该课程采取面授、网络课程学习和课下

大作业相结合的方式学习。考查课。

15. 广告策划

安排在第四学期，72 学时；理论 40 学时，实践 32 学时，4 学分。

课程目标：通过本课程的教学，使学生对广告策划从整体上有一个较清晰的认识，了解广告策划的流程，掌握广告策划的技巧，并具备广告创意与策划的能力。

主要内容和教学要求：讲授广告的基本知识、广告主题策划、企业与品牌形象策划、品牌定位、成功广告表现特征以及广告整体策划等几方面内容。课程在全面讲述广告策划的基本知识的基础上，考虑到学生接受能力，增加与课程相关视频的播放，使学生直观感受知识的新鲜感，激发学生学习热情。该课程采取面授、网络课程学习和课下大作业相结合的方式学习。考查课。

16. 网店运营与管理实训

安排在第二学期，32 学时；实践 32 学时，1 学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，能在一定程度上提升学生的网店运营能力，可以独立运营电商平台。

主要内容和教学要求：主要学习网店运营的工作流程，包括店铺策划、店铺开设、店铺管理、店铺推广等内容。课程的学习强调实战化，所有教学项目基于淘宝网、拼多多和有赞等电子商务平台开展。教学过程中应用案例教学和项目教学，培养学生开设、运营互联网平台店铺的能力。该课程采取面授、网络课程学习和课下大作业相结合的方式学习。考查课。

17. 能力拓展实训

安排在第四学期，24 学时；实践 24 学时，1 学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，能够激发个人潜能，增强自信，提高沟通交流的主动性和技巧性；通过锻炼学生体能，培养团队精神，提高学生的综合素质及能力。

主要内容和教学要求：组建团队训练、团队凝聚力训练、团队沟通训练、团队抗挫折训练、团队思维突破与创新训练等。教学过程中要求学生充分发挥团队合作精神，逐步提高学生的抗挫能力、创新能力和沟通能力。该课程采取面授与网络课程学习相结合的方式。该课程采用实践教学方式。考查课。

18. 企业全面运营沙盘实战模拟实训

安排在第五学期，24 学时；实践 24 学时，1 学分。

课程目标：通过本课程的学习和训练，使学生能进一步熟悉和掌握如何构建企业经营全局观，全面提高管理人员的运营管理水平；掌握从战略到执行的实施工具；提高换位思考、跨部门沟通的能力；提升清晰思考、理性决策的能力；提升管理人员的财务能力。

主要内容和教学要求：本课程的主要内容有学习规则；公司组建；战略的制定；决策的执行；团队协作；部门沟通；投标竞标；同业协作；客户服务等环节。教学要求的重点是如何结合规则和市场的的环境进行合理的战略制定；如何根据企业现实情况进行有效沟通和同业协作；达到最终提高学生的领导驾驭能力和管理能力的综合提升。该课程采用实践教学方式。考查课。

19. 暑期社会实践

安排在第二学期暑期，2周；实践学时2周，2学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，能提高创新精神和实践能力，在实践中服务家乡，在服务中增长才干，充分发挥育人环境功能，提升学生的社会责任感和历史使命感，全面提高综合素质。

主要内容和教学要求：该实践结合电子商务专业特色，深入中小企业等进行与电子商务相关的调查或实践，了解家乡电子商务现状、发现问题，能独立思考并提出可行性解决方案，鼓励运用专业知识，进行合理大胆的创新构想。该课程采用实践教学方式，线下社会实践并形成报告。考查课。

20. 毕业实习及论文

第五学期10周；实践学时10周，10学分。

课程目标：学生通过毕业实习及论文，让学生了解社会和企业实际情况，了解工作内容和环节，锻炼初步的实践能力。旨在培养学生的社会适应能力、基本的实践能力，毕业论文既是对学生分析问题和解决问题能力的锻炼，也是对学生的专业能力进行的一次较为全面的、系统的、严格的训练和检验。

主要内容和教学要求：要求学生实习结束后提交毕业实习报告、毕业论文、实习周志等。毕业论文是总结性的一种实践性教学形式，要求学生应用所学的各种理论知识和技能，对实践领域进行研究，毕业论文题目可以是纯理论性的研究文章，也可以是调查报告、调研文章，鼓励学生撰写与实践相结合的论文。

21. 顶岗实习

第六学期 15 周；实践学时 15 周，15 学分。

课程目标：学生通过顶岗实习，学生完成本课程学习后，能进一步消化学习过程中的专业理论知识。培养市场敏感性，及从市场中发现问题和解决问题的能力。培养专业精神和脚踏实地的工作作风。掌握电子商务专业岗位的流程与工作方法，为毕业后胜任专业工作打好基础。

主要内容和教学要求：熟悉实习企业的企业文化，业务流程，顾客构成及其特点，市场竞争状况等；熟悉所在岗位的职责范围和工作内容、工作规范、业务流程与素质要求，参与实习单位的工作过程，包括网店客服、网店美工、平台运营、网店或产品推广、营销方案制定及新媒体运营等等。要求学生实习结束后提交顶岗实习报告、实习周志等。

八、教学进程总体安排

教学进程是对本专业高素质技术技能人才培养、教育教学实施进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。以表格的形式列出本专业开设课程类别、课程性质、课程名称、课程编码、学时学分、学期课程安排、考核方式，并反映有关学时比例要求，以表格形式列出，具体见附录。

九、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

1. 队伍结构

本专业专任教师 12 名，其中副教授 3 名；学生数与专业教师数比例不高于 25:1；青年教师中研究生学历或硕士及以上学位比例 100%；双师素质教师占专业教师比例达 90%；以中青年教师为主，中高级职称比例 80%以上，职称、年龄形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书（其中青年教师中研究生学历或硕士及以上学位比例达 100%以上）；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务、国际贸易等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业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研研究；有 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

本专业有专业带头人 1 人，副教授职称，能够较好地把握国内外电子商务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对电子商务专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

本专业兼职教师 3 名，高级职称 1 名，主要从电子商务企业和相关行业中聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的电子商务专业知识和丰富的实际工作经验，具

有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训基地。

1. 教室

专业教室配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入 WI-FI 环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室

本专业校内拥有基础实验室、网络营销实训室、ERP 实训室、企业全面运营沙盘实战模拟实训室，在功能上集“教学实训、校企合作、创新创业项目孵化”于一体，最大限度满足学生足够时间的、高质量的、真实环境的专业技能训练。

校内实训室可以开展电子商认知实训，跨境电子商务实训、网店美工实训、数据库应用及网页设计制作及网络营销实训、ERP 实训。不但能锻炼学生的实践操作能力，还可以在“双 11”、“618”等大促期间与企业开展学生短期实习，构建融“教、学、做”为一体的教学环境。

3. 校外实训基地

本专业有 4 个稳定的校外实训基地，分别为杭州赢动教育咨询有限公司、义乌吉茂电子科技有限公司、焦作品客网络科技有

限公司和焦作塑炎服装有限公司，这些实训基地能够开展网店客服、网店美工、网店运营、电子商务相关数据分析、客户关系管理等实训活动，基地实施设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

（三）教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1. 教材选用

按照国家规定选用优质教材，积极采用优秀高职教材或本专业教师参与编写的校企合作教材，选用高职教材的比例不低于60%，选用近三年出版的教材的比例不低于90%，禁止不合格教材进入课堂。学校建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，建立完善的教材选用制度，严格按照教材管理规定通过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献配备

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关电子商务理论、技术、方法、思想以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

3. 数字教学资源配备

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学需要。

（四）教学方法

根据学生和专业特点，本专业主要采取项目导向、任务驱动、案例分析、情景模拟等教学方式，运用启发式、探究式、讨论式教学方法，推广翻转课堂、“教、学、做”一体化等新型教学模式，充分利用多媒体等现代教学手段。

（五）学习评价

根据不同的课程，采取灵活多样的考核形式，着重考核学生综合运用所学知识解决实际问题的能力。实施以项目或技能操作等实践性过程考核代替传统课程考试的模式，采用过程考核的方式，着重突出学习效果和学生职业能力地培养。

考核分为考试和考查两种。成绩由平时成绩和期末考试成绩组成。学生平时成绩由出勤、作业、课题讨论、提问等组成。考试课程必须进行学期考试，形式有开卷考试、闭卷考试、过程性考核等。平时成绩占 50%，考试成绩占 50%。考查课成绩采用优、良、中、及格、不及格五级分制评定。

实践性课程（含假期社会实践、认知实习、顶岗实习和毕业实习等）的考核由行业企业指导教师和校内指导教师共同考核。

（六）质量管理

1. 成立由行业企业、教研机构、校内外一线教师和学生代表组成的专业建设委员会。专业建设委员会进行行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研，分析产业发展趋势和行业企业人才需求，明确本专业面向的职业岗位（群）所需要的知识、能力、素质，形成专业人才培养调研报告并全程参与专业人才培养

方案的起草、修订和审核工作。

2. 针对不同群体学习时间特点实施多元灵活的教学模式，实施弹性学习。将集中面授和自学相结合、线上教学和线下教学相结合，分别在正常学期、周末和假期安排教学内容，使教学环节与工作生产环节紧密结合，采取循环教学。

3. 已构建“思政课程+课程思政”的育人模式，所有课程都梳理每一门课程蕴含的思想政治教育元素，发挥专业课程承载的思想政治教育功能，制定了课程育人方案，推进全员全过程全方位“三全育人”，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。

4. 建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

5. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

6. 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

7. 充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才

培养质量。

十、毕业要求

学生通过 3-6 年的学习，必须修满本专业人才培养方案规定的 132 学分方可毕业。完成规定的教学活动，应达到培养目标、培养规格规定的素质、知识和能力等方面要求。

十一、专业特色

电子商务专业构建了“以岗位需求为依据、以企业项目为载体，面向中小企业培养人才”的教学和实践体系。电商专业面向中小企业的用人需求，侧重电子商务基本岗位（美工、客服、运营推广）能力的分项培养。在实践教学，保持与电商企业长期稳定地合作，引项目入校，让学生参与企业项目运营，实现校企共同培养的目标；在省内外多家电商企业建立实践实习基地，为学生跟岗和顶岗实习提供机会，最终实现电子商务专业高素质技术技能人才的培养目标。

十二、附录

附表 1 电子商务专业课程设置及教学进程表

附表 2 电子商务专业学时、学分统计表

课程类别	课程编码	课 程 名 称	学 分	学 时 数			开 课 学 期					
				总学时	理论学时	实践学时	一		二		三	
							1	2	3	4	5	6
公共基础课	公共基础必修课	T02001001	大学英语 1	3	56	56	√*					
		T11001001	大学体育 1	1	32	32	√*					
		T10001003	形势与政策 1	0.5	12	12	√*					
		T10001001	思想道德修养与法律基础	3	52	52	√*					
		T03001001	计算机文化基础	3	60	30		√*				
		T02001002	大学英语 2	4	64	64		√				
		T11001002	大学体育 2	1	32	32		√*				
		T10001004	形势与政策 2	0.5	12	12		√*				
		T22001001	大学生职业生涯规划与发展	1	20	20		√				
		T10001002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	72	60		√*				
		T11001003	大学体育 3	1	32	32			√*			
		T10001005	形势与政策 3	0.5	12	12			√*			
		T22001002	大学生创业基础	2	32	32			√			
		T11001004	大学体育 4	1	32	32				√*		
		T10001006	形势与政策 4	0.5	12	12				√*		
		T22001003	大学生就业指导	1	18	18				√		
		T10001009	军事理论	2	36	32	√*					
		T17001001	思想品德教育 1	1			√					
		T17001002	思想品德教育 2	1				√				
		T17001003	思想品德教育 3	1					√			
		T17001004	思想品德教育 4	1						√		
		T17001005	思想品德教育 5	1							√	
		T17001006	思想品德教育 6	1								√
		T17001007	大学生健康教育	2	36	9	√*					
		T15001000	劳动教育	1	20	20		√				
		小计		38	642	421	22					
	公共选修课	公共选修课由教务处统一安排		最低达到 8 学分,最低 128 学时。 公共选修课主要开设本专业外的不同学科领域的知识,如艺术教育、党史国史、中华优秀传统文化等,使学生兼备人文素养、科学素养和艺术素养。								
		小计		8	128	128						

专业（技能）课程	专业必修课	T08012004	电子商务概论★	3	54	54		√					
		T08012013	网店美工★	3	54		54	√					
		T08012018	网店摄影★	3	54		54		√				
		T08012002	市场营销学	3	54	34	20		√				
		T08012014	网络营销★	3	54	54				√			
		T08012015	网店客服★	3	54	34	20			√			
		T08012005	跨境电子商务★	3	54	54				√			
		T08992008	物流概论	3	54	54					√		
		T08012003	管理学原理	3	54	54					√		
		T08012010	电子商务案例分析★	3	54		54				√		
		T08012007	商务谈判	3	54		54					√	
		T08012009	客户关系管理	3	54	54						√	
		T08012016	人力资源管理	4	72	72							√
	T08012017	财务管理	3	54	54				√				
	T08012019	公关礼仪	3	54		54				√			
		小计			46	828	518	310					
	专业选修课	T08015001	基础会计	3	54	36	18			√			
		T08015002	经济应用文写作	3	54		54			√			
		T08015003	广告策划	4	72	40	32				√		
		小计			10	180	76	104					
	实践环节课程	T08013001	网店运营与管理实训	1	32				√				
		T08013002	能力拓展实训	1	24						√		
		T08993007	企业全面运营沙盘实战模拟实训	1	24							√	
		T08993006	暑期社会实践	2	60					√			
		T08993010	毕业实习及论文	10	10 周		10 周					√	
		T08993011	顶岗实习	15	15 周		15 周						√
		小计			30	890							
		总计			132	2536	1015	631					

注：核心课程在课程名称后用★表示，考试课在周学时用*表示。

附表 2 电子商务专业学时、学分统计表

总学时	总学分	实践总学时	实践总学时所占比例	公共基础课学时	公共基础课学时所占比例	选修课总学时	选修课学时所占比例
2540	132	1521	59%	766	30%	308	12%