

电子商务专业（3+2）人才培养方案（2020 级）

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

要求一般为职业高中毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

基本修业年限 2 年，可以根据学生灵活学习需求，合理、弹性安排学习时间。

四、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	助理电子商务师

五、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,电子商务的基本理论及新技术、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方案写作的方法。

(7) 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识。

(8) 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式,跨境电子商务平台和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、互联网思维。

(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更新、策划与制作。

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

(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。

六、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》52 学时，周 4 学时，3 学分，第二学期开设。

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》72 学时，理论授课 60 学时，实践 12 学时，4 学分，第三学期开设。

《形势与政策》安排在第一至第三学期，每学期 12 学时，每学期期末考核，1.5 学分，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，其中集中面授 12 学时，在线课程学习 24 学时。《军事技能》训练时间为 2 周（计 14 天），112 学时，2 学分。

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。通过讲座、报告会、网络课程、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。

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，1 学分。《大学生创业基础》安排在第三学期开设，共 32 学时，2 学分。

5. 艺术教育

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。单学期限选一门。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，2 学分。

6. 安全教育

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。通过讲座、报告会、网络课程、展览等各种形式进行。

7. 体育

《体育》第一、二学期开设，周 2 学时，2 学分。第二学期考核以太极拳为主，要求学生在校二年期间必须通过《大学生体质健康标准》测试，学会 26 式太极拳。

8. 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。周 4 学时，7 学分。

9. 计算机文化基础

《计算机文化基础》第一学期开设，理论 30 学时，上机 30 学时，3 学分。

10. 劳动教育

劳动专题教育，理论课，共 1.5 学分，第二学期开设，进行劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育。

劳动实践教育，实践课，共 0.3 学分，第一到第三学期，每学期由教务处、学工处、团委、后勤基建处等相关部门联合组织开展“劳动周”活动，也可定期组织学生开展志愿劳动服务。通过多样的劳动活动，培养学生的劳动自立意识和主动服务他人、服务社会的情怀，养成良好的劳动习惯和品质，培养积极的劳动精神和必备的劳动能力。

11. 思想品德教育

思想品德教育计 4 学分，每学期 1 学分，由学生工作系统负责考核。

（二）专业（技能）课程

1. 四养成

安排在第一学期，20 学时；实践 20 学时，1 学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，能够养成读书学习习惯、锻炼强身习惯、勤劳卫生习惯、遵规守纪习惯，培养学生正确的世界观、人生观、价值观和良好的学习、生活习惯。

主要内容和教学要求：课程采取主题授课方式，贴近学生学习和生活，让学生通过对养成读书学习习惯、锻炼强身习惯、勤劳卫生习惯、遵规守纪习惯四个主题的学习和实训，树立正确的世界观、人生观、价值观，养成良好的学习习惯、生活习惯，提升基本素质和基本能力。

2. 网店摄影

安排在第一学期，42 学时；实践 42 学时，3 学分。

课程目标：通过本课程学习，要求学生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。

3. 网店美工★

安排在第一、二学期，82 学时；实践 82 学时，5 学分。

课程目标：通过本课程学习，要求学生理解美工设计之“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、蒙板和路径等概念，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。

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，让学生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。

5. 管理学原理

安排在第二学期，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。

6. 电子商务概论★

安排在第二学期，72 学时；理论 72 学时，4 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。

7. 跨境电子商务★

安排在第三学期，36 学时；理论 36 学时， 2 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。

8. 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。

9. 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。

10. 网络贸易基础

安排在第一学期，28 学时；理论 28 学时，2 学分。

课程目标：通过本课程的学习，要求学生全面把握当今网络贸易活动的开展情况，了解并掌握与电子商务专业相关的网络贸易基础知识，为后续课程学习提供基础储备知识。

主要内容和教学要求：本课程主要学习网络贸易相关基础知识，熟悉网络贸易合同的整个过程，了解网络贸易商务平台及交易过程管理、掌握客户关系管理的方法和策略，了解国际物流相关知识。教学中以讲授为主，辅之以课堂讨论和练习。

11. 新媒体运营

安排在第三学期，36 学时；实践 36 学时，2 学分。

课程目标:通过本课程学习,学生能独立运营新媒体平台,推广宣传企业品牌和产品,并具有通过新媒体平台与客户沟通并建立长期关系的能力。

主要内容和教学要求:本课程主要学习新媒体营销基础知识,热门媒体运营和实用操作技能,包括微信营销与运营、社群营销与运营,微博营销与运营。教学中以网络典型案例为引导,利用启发式教学,分组实践,要求学生能独立开通、运营并管理新媒体账号。

12. 网页设计与制作

安排在第三学期,36 学时;理论 36 学时,2 学分。

课程目标:学生完成本课程学习后,应了解网页的设计思想与制作方法,较为全面地掌握网页设计与制作技术,从而创建出具有个性的,功能较为完善的网站。

主要内容和教学要求:主要学习 Web 基础知识、网页结构设计及布局方法、超文本标记语言的语法、层叠样式表(CSS)技术、网页制作工具的使用以及站点管理和网页发布技术。教学中注重实用技术的讲授,要求学生能创建适应企业网络营销功能的网站,同时也能鉴别营销型网站的优劣。

13. 网页设计与制作上机

安排在第三学期,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,应了解网页的设计思想与制作方法,较为全面地掌握网页设计与制作技术,从而创建出具有个性的,功能较为完善的网站。

主要内容和教学要求：主要学习 Web 基础知识、网页结构设计及布局方法、超文本标记语言的语法、层叠样式表（CSS）技术、网页制作工具的使用以及站点管理和网页发布技术。教学中注重实用技术的讲授，要求学生能创建适应企业网络营销功能的网站，同时也能鉴别营销型网站的优劣。

14. 社群营销

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，能提高学生的思考能力，帮助学生学会独立分析社群营销与运营存在的问题；会组织社群线下活动，打造社群运营团队，并掌握社群变现的方法。

主要内容和教学要求：主要学习社群营销概述，如何构建社群，如何保持社群的活跃度，如何组织社群线下活动，打造社群运营团队的方式及如何进行社群商业变现等。教学中分项目教学，要求学生能独立建立社群，运营和管理社群。

15. 内容电商

安排在第三学期，72 学时；理论 36 学时，实践 36 学时，4 学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，能掌握内容电商的运作模式，学会产品选择、内容策划、内容创作与传播，并掌握通过内容营销实现销售转化的方法。

主要内容和教学要求：主要学习内容电商产生的背景，概念和特征，全面讲解内容电商的运作模式、产品选择、内容策划、内容创作与传播、销售转化，并对不同行业和领域的内容电商典

型案例进行分析，深化学生的理解。教学分项目进行，要求学生能用所学知识实现销售的转化。

16. 电子商务认知实训

安排在第二学期，18 学时；实践 18 学时，1 学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，能从总体上对电子商务知识体系和电子商务的国内外应用情况初步认识，更好地提升电子商务职业素养，培育电子商务职业情感，转化职业角色。

主要内容和教学要求：主要实践内容有我国电子商务基本情况调研、B2B、B2C、C2C、网上银行与第三方支付、电子商务物流、电子商务安全、网络营销方案创意、校园电子商务调查及校园电子商务创业项目策划。在教学过程中，以项目为导向，要求学生熟知国内外电子商务发展现状，能针对传统行业的痛点有独到的见解并提出电子商务解决方案。

17. 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，培养学生能独立运营互联网平台店铺的能力。

18. 网络营销实训

安排在第三学期，24 学时；实践 2 学时，1 学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，可以独立解决网络营销实际工作中出现的问题，培养学生分析与解决问题的能力，培养职业感，提高综合素质。

主要内容和教学要求：主要实践内容有产品市场调研与预测、产品策略制定、价格策略制定、渠道策略制定、社交平台账号的管理与运营等。在实践教学过程中，以讲授为辅，学生实操为主，要求学生能独立进行网络营销方案的制定和实施，并对实施效果进行分析。

19. 能力拓展实训

安排在第三学期，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。

20. 企业全面运营沙盘实战模拟实训

安排在第三学期，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。

21. 暑期社会实践

安排在第二学期暑期，60 学时；实践 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，独立思考，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。

22. 顶岗实习

安排在第四学期 15 周，实践学时 15 周，15 学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，能较为全面地了解企业、了解社会。能将课堂所学理论知识应用于企业实际，培养观察、分析、解决问题的能力。培养竞争意识、创新意识，能较快地适

应工作。

主要内容和教学要求:主要熟悉实习企业的企业文化,业务流程,顾客构成及其特点,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,参与企业电子商务业务的运营及管理活动,逐步完成从学生到职业人的身份转换。

七、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。

八、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 2 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, 具有扎实的环境工程技术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、816 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，分别是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等，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 student 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. 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。

3. 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。

4. 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。

5. 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。

6. 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。

九、毕业要求

学生通过 2 年的学习，必须修满本专业人才培养方案规定的 100.3 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、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；在国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。

十一、附录

附表 1 电子商务（3+2）专业课程设置及教学进程安排表

附表 2 电子商务（3+2）专业学时、学分统计表

附表1 电子商务(3+2)专业课程设置及教学进程安排表

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	02001001	大学英语 1	3	56	56		4*					
	11001001	大学体育 1	1	28		28	2*					
	10001003	形势与政策 1	0.5	12	12		2*					
	03001001	计算机文化基础	3	60	30	30	√*					
	02001002	大学英语 2	4	64	64			4				
	10001001	思想道德修养与法律基础	3	52	52			4*				
	11001002	大学体育 2	1	32		32		2				
	10001004	形势与政策 2	0.5	12	12			2*				
	22001001	大学生职业生涯规划与发展	1	20	20			1				
	10001002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	72	60	12			4*			
	22001002	大学生创业基础	2	32	32				2			
	10001005	形势与政策 3	0.5	12	12				2*			
	11001003	大学体育 3	1	32		32			2*			
	10001009	军事理论	2	36	36		√*					
	10001010	军事技能	2	112		112	√					
	17001001	思想品德教育 1	1				√					
	17001002	思想品德教育 2	1					√				
	17001003	思想品德教育 3	1						√			
	17001004	思想品德教育 4	1							√		
	17001007	大学生健康教育	2	36	9	27	√					
	15001001	劳动专题教育	1.5					√				
	15001008	劳动实践教育 1	0.1				√					
	15001009	劳动实践教育 2	0.1					√				
	15001010	劳动实践教育 3	0.1						√			
	小计		36.3	668	395	273	15	12	9			
公共选修课	公共选修课由教务处统一安排		最低达到 5 学分, 80 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	5	80	80							
	专业必修课	08992007 四养成	1	20		20	1					
		08012011 网店摄影	3	42		42	3					
		08012001 网络贸易基础★	2	28	28		2*					
		08012012 网店美工 1★	2	28		28	2					
		08012013 网店美工 2★	3	54		54		3				
		08012002 市场营销学	3	54	34	20		3				
		08012003 管理学原理	3	54	54			3				
		08012004 电子商务概论★	4	72	72			4*				
		08012005 跨境电子商务★	2	36	36				2			
		08012014 网络营销★	3	54	54				3*			
		08012015 网店客服★	3	54	34	20			3			
		08012016 新媒体运营	2	36		36			2			
		小计	31	532	312	220	8	13	12			
		08085011 服务礼仪	3	54	30	24			3			
	专业选修课	08015015 网页设计与制作	2	36	36				2			
		08015016 网页设计与制作上机	2	36		36			2			
		08015013 社群营销	3	54		54			3			
		08015014 内容电商	4	72	36	36			4			
		(最低必须达到 7 学分, 最低 126 学时) 小计	7	126	66	60	2		7			
		08013011 电子商务认知实训	1	18		18		4				
		08013001 网店运营与管理实训	1	32		32		4				
	实践环节课程	08013007 网络营销实训	1	24		24			4			
		08993001 能力拓展实训	1	32		32			4			
		08993006 暑期社会实践	2	2 周		2 周			√			
		08013009 顶岗实习	15	15 周		15 周				√		
		小计	21	616								
	总计		100.3	1942	773	529	23	27	29			

注: ★表示核心课程, *表示考试课, √ 表示开课学期。。

附表 2 电子商务（3+2）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
1942	100.3	1133	58%	716	37.1%	206	10.75%