

电子商务专业人才培养方案（2022 级）

一、专业名称与代码

1. 专业名称：电子商务

2. 专业代码：530701

二、入学要求

高等职业学校学历教育入学要求一般为高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

高职学历教育修业年限均以 3 年为主，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	推荐职业资格证书/职业技能等级证书
财经商贸大类（53）	电子商务类（5307）	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； 直播运营； 短视频运营	助理电子商务师 /电子商务师、数字营销证书（1+X）

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) 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(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。

(9) 掌握主流短视频平台和直播平台的运营规则和相关账号的推广主方式。

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，能够根据产品页需求，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。

(12) 能够策划和拍摄短视频，与粉丝互动；能够推广运营短视频账号；能够根据后台数据进行复盘优化短视频。

(13) 能够策划和开展网络直播，与粉丝互动；能够根据后台数据进行复盘优化短视频。

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. 思想政治理论课

《思想道德与法治》，共 40 学时，理论授课 40 学时，周 4 学时，2.5 学分，考试课。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》（以下简称概论），共 24 学时，理论授课 24 学时，周 4 学时，1.5 学分，考试课。第四学期开设。

《形势与政策》共 32 学时，1 学分，安排在第一至第四学期分别开设，每学期 8 学时，0.25 学分，考试课。课程采取专题报告形式进行授课。

《思想政治理论课实践教学》16 学时，1 学分，考查课。第四学期暑假开设，学生提交实践报告手册。

《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》课程，共 48 学时，理论授课 48 学时，周 6 学时，3 学分，考试课。第四学期开设。本课程排在《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》课程之后。

2. 军事理论

《军事理论》安排在第一学年第一学期开设，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 14 天，112 学时，计 2 学分。

3. 大学生职业发展与就业指导

《大学生职业发展与就业指导》安排在第二学期开设，共

36 学时，计 2 学分。考查课。

4. 体育

《体育》共 124 学时，4 学分。分第一、二、三、四学期开设，周 2 学时。第二学期考核以太极拳为主，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。一年级开设体育普修课，二年级开设体育专选课。

5. 思想品德教育

《思想品德教育》计 6 学分，每学期 1 学分，由学生工作系统负责考核。

6. 心理健康教育

《心理健康教育》安排在第一学期，36 学时；理论 9 学时，实践 27 学时，2 学分。心理健康教育课程包括心理健康教育、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。

7. 安全教育

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治在学生心中。通过讲座、报告会、网络课程、展览等各种形式进行。

要科学开展国家安全教育，使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力。要重点围绕理解中华

民族命运与国家关系，践行总体国家安全观。引导学生系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。

8. 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，具体课程由教务处统一安排。

《劳动实践教学》，实践课，共 0.5 学分，第一到第五学期开设，每学期由教务处、学生处、团委、后勤基建处等相关部门联合组织开展“劳动周”活动，各专业也可根据专业特色，定期组织学生到学校食堂、周边社区等开展志愿劳动服务。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。

9. 经济数学

《经济数学》3 学分，第一学期开设，周 4 学时，考试课。

10. 大学英语

《大学英语》共 134 学时，8 学分。分第一、二学期开设，第一学期考试课，周 5 学时，4 学分；第二学期考查课，周 4 学时，4 学分。

11. 大学信息技术

《大学信息技术》共 60 学时，3 学分。理论授课 30 学时，

上机授课 30 学时，考试课。第一学期开设。

12. 大学生创业基础

《大学生创业基础》安排在第三学期开设，共 32 学时，计 2 学分。

13. 艺术教育

《公共艺术教育》，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。本专业单学期限选一门。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，计 2 学分。

（二）专业（技能）课程（加★号的为专业核心课程）

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. 基础会计

安排在第一学期，28 学时；理论 28 学时，1 学分。

本课程了解会计基本理论、基本方法的途径，有助于完善学生的专业知识结构，增强学生了解企业财务状况和经营成果的能力，扩大学生的知识面。

主要内容阐述会计的基本理论、基本核算方法和基本操作技能。通过本课程的教学，使学生理解会计的定义、职能、任务、对象、要素等会计基础理论，掌握设置会计科目和账户、复式记账、填制和审核会计凭证、登记账簿、成本计算、财产清查和编制会计报表的操作技能。

3. 国际贸易概论

安排在第一学期，28 学时；理论 28 学时，1 学分。

了解并掌握与电子商务专业相关的国际贸易基础知识，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。

4. 网店摄影

安排在第一学期，28 学时；实践 28 学时，2 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。

5. 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，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。

6. 市场营销

安排在第二学期，54 学时；理论 34 学时，实践 20 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。

7. 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, 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。

8. 电子商务概论★

安排在第二学期, 64 学时; 理论 64 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。

9. 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。

10. 网店客服★

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。

11. 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。

12. 新媒体运营

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，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、短视频营销与运营、直播营销与

运营、小红书、今日头条、知乎等社交平台的营销与运营。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。

13. 客户关系管理

安排在第四学期，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。

14. 电子商务数据分析★

安排在第四学期，36 学时；实践 36 学时，2 学分。

课程目标：通过本课程学习，要求学生具备现代数据分析理念，掌握搜集数据的方法，熟练运用数据分析工具，进行数据分析并撰写分析报告，为学生从事大数据应用技术相关工作打下良好的基础。

主要内容和教学要求：本课程主要学习电商数据分析基本概念、数据的搜集方法、流量数据分析、商品数据分析、客户数据分析、运营与销售数量分析及库存数据分析。教学中以项目导向为主，要求学生能掌握调查方案设计，数据资料的收集、整理、

分析和数据分析报告的撰写方法和思路，及运用相关数据处理工具进行数据分析的基本方法。

15. 电子商务案例分析

安排在第五学期，40 学时；实践 40 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。

16. 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。

17. 网页设计与制作上机

安排在第三学期，32 学时；实践学时 32，2 学分。

课程目标：学生完成本课程实训后，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。

18. ERP 概论

安排在第四学期，36 学时；理论 36 学时，2 学分。

课程目标：通过本课程学习，学生能够搜集企业内部静态与动态数据，运用企业信息化的实施方法撰写企业业务流程、静态数据表等；能熟练操作 ERP 系统采购、销售、库存、生产等功能模块，能运用 ERP 系统解决现实业务问题。

主要内容和教学要求：本课程的主要内容有 ERP 基本原理，采购、销售、存货等子系统模块的操作，各子系统相互业务流程关系及各实际业务在 ERP 系统中的应用。要求以实际业务项目为导向进行教学，学生应熟练完成各实际业务项目的操作。

19. 数据库应用

安排在第四学期，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，能掌握程序设计的基本

方法和常用算法，培养学生应用数据库技术进行信息系统开发的能力。

主要内容和教学要求：主要学习以数据库为核心的信息系统开发的基本过程、设计方法和规范，具体包括数据管理的演变、数据管理的模型、数据库系统构成、关系数据库理论、SQL 语言、数据库设计以及当前流行的数据库管理系统。教学重点是要求学生掌握数据库程序设计的基本方法和常用算法。

20. 数据库应用上机

安排在第四学期，32 学时；实践学时 32，2 学分。

课程目标：学生完成本课程实训后，能掌握程序设计的基本方法和常用算法，培养学生应用数据库技术进行信息系统开发的能力。

主要内容和教学要求：主要学习以数据库为核心的信息系统开发的基本过程、设计方法和规范，具体包括数据管理的演变、数据管理的模型、数据库系统构成、关系数据库理论、SQL 语言、数据库设计以及当前流行的数据库管理系统。教学重点是要求学生掌握数据库程序设计的基本方法和常用算法。

21. 商务谈判

安排在第五学期，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，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。

22. 社群营销

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。

23. 内容电商

安排在第四学期，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。

24. 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有初步认识，能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。

25. 电子商务综合实训与竞赛

安排在第二学期，30 学时；实践 30 学时，1 学分。

课程目标：通过综合实训与竞赛，学生参与模拟的市场竞争环境，提高学生的电子商务综合运营能力。

主要内容和教学要求：电子商务综合实训与竞赛是根据系统提供的市场模型，模拟电商企业网上运营的流程，包括开店、装修、租赁仓库、产品采购、入库、产品上架、站内及站外推广、产品销售、直播、应收款/应付款、支付工资、交税、关帐等主要任务、教学过程中让学生开店及运营店铺，通过各岗位角色的扮演，参与网店运营全过程，体验真实的电商运营。

26. 网店运营与管理实训

安排在第二学期，30 学时；实践 30 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。

27. 数字营销实训

安排在第三学期，36 学时；实践 36 学时，1 学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，根据数字营销策划方案，利用数字化社交网络、APP、小程序等数字营销技术，建立并维护与已知受众的连接关系，开展客户拉新、裂变、促活、留存与转化等互动营销工作。学生可以独立解决数字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：主要实践有内容社群营销、粉丝营销、口碑营销、APP 推广、APP 广告、APP 客户营销、小程序推广、小程序广告、小程序客户营销等。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。

28. 跨境电子商务实训

安排在第四学期，36 学时；实践 36 学时，1 学分。

课程目标：学生完成本课程学习后，能掌握阿里巴巴国际站、速卖通，Amazon、eBay、wish 等跨境电子商务平台的店铺运营和管理。

主要内容和教学要求：实践内容包括店铺选品，能熟练地运用英语进行详情页制作并上传，能熟练处理跨境平台中与买方的各类邮件、各类票据和售后服务问题，能够实现对店铺的基本运营和管理。实践教学中注重学生英文读写能力和相关平台操作的学习。

29. ERP 实训

安排在第四学期，24 学时；实践学时 24，1 学分。

课程目标：本课程为 ERP 概论的配套实践课程。通过本课程的学习后，学生可以利用 ERP 平台建立与搜集企业静态数据与动态数据。在编制业务流程有的基础上在 E R P 软件平台上实现各业务流程。掌握销售、存货、采购、生产等子系统的典型业务的操作。

主要内容与教学要求：本课程的主要教学内容有：ERP 平台公司账套管理；操作员权限管理；基本信息的创建与维护；销售、存货、采购、生产、财务等模块的典型业务操作；各 ERP 模块常用报表查询与分析等。要求在教学中以实际业务情景为导向进行教学。学生理解并常握各典型业务的 ERP 操作。

30. 能力拓展训练

安排在第四学期，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。

31. 智慧物流实训

安排在第五学期,32学时;实践32学时,1学分。

课程目标:借助智慧物流实施平台,让学生在相应环境中模拟仓储、配送、市场数据分析等业务流程,实现师生的高强度的互动教学,大幅度提高教学质量和效果,激发学生创新思维,提升学生的实际操作能力,为今后能尽快融入企业打下坚实的基础。

主要内容和教学要求:教师以实际业务项目为导向进行教学,让学生借助智慧黑板、台式机、重型货架、电子标签、搬运工具、智慧物流实施平台、仓储布局规划仿真实训系统、智慧物流学习与测评系统和数字营销软件等设施,在相应环境中模拟仓储、配送、市场数据分析等业务流程,使学生对仓储、运输与配送各环节的技术、方法进行学习总结,并将之应用于实际解决问题。

32. 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。

33. 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。

34. 顶岗实习及毕业论文（一）

第五学期10周；实践学时10周，10学分。

课程目标：通过顶岗实习及毕业论文，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顶岗实习报告、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。

35. 顶岗实习及毕业论文（二）

第六学期 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。

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

本专业有多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、上海良袁有限责任公司等，这些实训基地能够开展网店客服、网店美工、网店运营、网络直播、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. 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、在校生学业水平、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 3 年的学习，必须修满本专业人才培养方案规定的 139 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

（一）人才培养模式

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、网店运营、新媒体运营、电商主播）能力的分项培养；引项目入校，保持与电商企业长期稳定地合作，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。

（二）“专业+信息技术”落实情况

积极推进电子商务专业与信息技术深度融合，构建了“专业

+信息技术”的人才培养模式。除了要求掌握该专业的知识和技能外，还要求学生掌握一定的计算机知识和网络应用能力。充分依托学校数字校园的优势以及社会化的电子商务企业平台，培养学生的电子商务平台分析能力和电子商务策划能力：即中游网络营运、下游信息内容的策划制作与传播的完善的人才培养体系，形成了专业与信息技术交叉融合的专业特色。

（三）“三新”融入情况

根据新职业技能标准，重构教学内容。在《网店运营与管理》《新媒体运营》课程中融合了“网络直播运营职业技能标准”“互联网营销师职业标准”，在教学过程中以“国家专项职业能力考核培训”电商直播岗位为设计教学内容。

（四）“书证融通”情况

1+X 证书培训内容有机融入专业人才培养方案，优化课程设置和教学内容。以数字营销 1+X 证书为例，主要通过专业课程置换、内容强化、内容补充、深度或广度拓展等方法进行完全融合，将数字营销证书的考试内有机融入专业课程教学中，主要涵盖市场营销、网络营销、新媒体运营和网店运营与管理课程。

融合后的专业人才培养方案、课程体系、教育教学模式、教学组织与教学实施、学习成果测评等，能够同时满足“1”和“X”的要求，能够确保部分毕业生同时获取学历证书和职业技能等级证书，10%以上的毕业生还可获取高一等级的职业技能等级证书。

（五）课程思政建设情况。积极构建“思政课程+课程思政”

大格局，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。

（六）“五教改革”落实情况

落实“五教”改革，从改教师、改教室、改教材、改课堂（教法）、改评价五个方面入手，狠抓教学改革，提升人才培养质量。通过“五教”改革，教师的职业素养、专业技能和学生的专业素养、职业技能均得到较大提升。

（七）突出“绿色低碳”理念

将“绿色低碳”理念融入人才培养全过程，纳入教育教学体系。表现在课程体系、课程标准和课程内容等多方面的融入：组织相关教学指导委员会、行业指导委员会，围绕碳达峰碳中和目标，调整培养目标要求，修订培养方案，优化课程体系和教学内容；加强互联网、大数据分析、人工智能、数字经济等赋能技术与专业教学紧密结合；在电子商务专业课中均开设有节能减排、绿色环保方面的相关内容，如在《管理学原理》课程中引入“绿色低碳”管理理念与思路；在《智慧物流实训》课程中引入“绿色物流”相关概念与理论；在《市场营销学》课程中引入“绿色低碳”营销理念，强调社会、企业、消费者的多方利益，提倡“绿色低碳”消费等，力争将节能减排、绿色制造等概念深入到每一位学生；通过“新生专业教育”“社会实践”等活动，开展形式多样的生态文明教育专题活动，形成一套绿色环境教育的活动体系，宣传生态文明。

十一、附录

附表 1 电子商务专业课程设置及教学进程安排表

附表 2 电子商务专业学时、学分统计表

附表1 电子商务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
公共基础课程	10001011	思想道德与法治	2.5	40	40			3*				
	10001012	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	1.5	24	24					3*		
	10001013	形势与政策 1	0.25	8	8		√*					
	10001014	形势与政策 2	0.25	8	8			√*				
	10001015	形势与政策 3	0.25	8	8				√*			
	10001016	形势与政策 4	0.25	8	8					√*		
	10001017	思想政治理论课实践教学	1	16		16				√		
	10001018	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	48					6*		
	10001009	军事理论	2	36	36		√*					
	10001010	军事技能	2	112		112	√					
	22001004	大学生职业发展与就业指导	2	36	36			2				
	11001001	大学体育 1	1	28		28	2*					
	11001002	大学体育 2	1	32		32		2*				
	11001003	大学体育 3	1	32		32			2*			
	11001004	大学体育 4	1	32		32				2*		
	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							√		
	17001005	思想品德教育 5	1								√	
	17001006	思想品德教育 6	1									√
	17001007	心理健康教育	2	36	9	27	√					
	15001001	劳动专题教育	1.5					√*				
	17001008	劳动实践教育 1	0.1				√					
	17001009	劳动实践教育 2	0.1					√				
	17001010	劳动实践教育 3	0.1						√			
	17001011	劳动实践教育 4	0.1							√		
	17001012	劳动实践教育 5	0.1								√	

专业 (技能)课程		21001003	经济数学	3	56	56		4*					
		02001003	大学英语 1	4	70	70		5*					
		02001002	大学英语 2	4	64	64			4				
		12001001	大学信息技术	3	60	30	30	4*					
		22001002	大学生创业基础	2	32	32				2			
		小计		45	786	477	309	15	11	4	6		
	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, 128 学时, 包括公共限选课程和公共任选课程。其中公共限选课程为《教育学》《教育心理学》, 各 2 学分, 32 学时, 共 4 学分, 64 学时, 第三学期选修; 公共任选课程为《艺术教育》、《党史国史》、《中华优秀传统文化》等, 最低 4 学分, 64 学时。									
		小计		8	128	128							
	专业必修课	08992007	四养成	1	20		20	1					
		08992006	基础会计	2	28	28		2					
		08102001	国际贸易概论	2	28	28		2*					
		08012020	网店摄影	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*				
		08012021	电子商务概论★	4	64	64			4*				
		08012014	网络营销★	3	54	54				3*			
		08012022	网店客服★	2	36	36				2			
		08012005	跨境电子商务★	2	36	36				2*			
		08012018	新媒体运营	3	54	30	24			3			
		08012009	客户关系管理	2	36	36					2*		
		08012006	电子商务数据分析★	2	36		36				2*		
		08012023	电子商务案例分析	3	40		40					5	
		小计		39	650	400	250	9	13	10	4	5	
	专业选修课	08015007	网页设计与制作	2	36	36				2			
		08015022	网页设计与制作上机	2	32		32			2			
		08015016	ERP 概论	2	36	36					2		
		08015008	数据库应用	2	36	36					2		
		08015021	数据库应用上机	2	32		32				2		
		08015023	商务谈判	1	24		24					3	
		08015012	社群营销	4	72	36	36			4			

实践环节课程	08015014	内容电商	4	72	36	36				4		
	(最低必须达到 11 学分 最低 204 学时) 小计		11	196	108	88			4	6	3	
	08013011	电子商务认知实训	1	18		18		1				
	08013016	电子商务综合实训与竞赛	1	30		30		2				
	08013012	网店运营与管理实训	1	30		30			2			
	08013014	数字营销实训	1	36		36			2			
	08013005	跨境电子商务实训	1	36		36				2		
	08013015	ERP 实训	1	24		24				2		
	08073007	能力拓展实训	1	20		20				1		
	08133001	智慧物流实训	1	32		32					4	
	08993007	企业全面运营沙盘实战模拟实训	1	24		24					4	
	08993006	暑期社会实践	2	2 周		2 周		√				
	08993020	顶岗实习及毕业论文（一）	10	10 周		10 周					√	
	08993021	顶岗实习及毕业论文（二）	15	15 周		15 周						√
小计			36	1060		1060						
总计			139	2692	985	1707	24	27	23	21	16	

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
2692	139	1707	63.4%	914	33.9%	324	12%