

电子商务专业人才培养方案

专业代码：530701

适用年级：2022 级

编制时间：2021 年 7 月

修订时间：2022 年 7 月

目 录

一、 专业名称及专业代码	4
二、 入学要求	4
三、 修业年限	4
四、 职业面向	4
五、 培养目标与规格	6
(一) 培养目标	6
(二) 培养规格	6
六、 课程设置及要求	8
(一) 公共基础课程	8
(二) 专业(技能)课程	12
(三) 教学要求	19
七、 教学进程总体安排	19
(一) 公共基础课	20
(二) 专业(技能)课	21
(三) 其他	22
八、 实施保障	22
(一) 师资队伍	22
(二) 教学设施	23
(三) 教学资源	27
(四) 教学方法	28
(五) 学习评价	29
(六) 质量管理	31
九、 毕业要求	31
十、 附录	33
附录 1 电子商务专业全学程教学活动时间分配表	33
附录 2 电子商务专业全学程教学项目分析表	34
附录 3 电子商务专业教学进程安排表(必修课程)	35
附录 4 电子商务专业教学进程安排表(选修课部分)	37

附录 5 高职 2022 级电子商务专业教学计划执行版	39
附录 6 专业人才培养方案论证审批表	42

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及专业代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701

二、入学要求

普通高中毕业生、中职学校毕业生或具有同等学力。

三、修业年限

3 年

四、职业面向

电子商务专业职业面向见表 1。

表 1 电子商务专业职业面向一览表

所属专业大类 (代码)	所属专业大类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书 举例
财经商贸大类 (53)	电子商务类 (5307)	1. 互联网和相关服务 (64) 2. 批发业(51)、 3. 零售业(52)	1. 电子商务师 (4-01-02-02) 2. 互联网营销师 (4-01-02-07) 3. 营销员 (4-01-02-01) 4. 市场营销专业人员 (2-06-07-02) 5. 商务策划专业人员 (2-06-07-03) 6. 品牌专业人员 (2-06-07-04) 7. 客户服务管理 (4-07-02-03) 8. 采购员 (4-01-01-00)	1. 运营主管; 2. 全渠道营销主管; 3. O2O 销售主管; 4. 智能客服主管; 5. 视觉营销设计师; 6. 直播销售主管	1. 1+x 电子商务数据分析; 2. 1+x 网店运营推广; 3. 1+x 直播电商; 4. 1+x 社群营销; 5. 1+x 跨境电商; 6. 电子商务师证; 7. 新媒体运营职业等级证书

注1：所属专业大类及所属专业类：应依据现行专业目录；

注2：对应行业：参照现行的《国民经济行业分类》；

注3：主要职业类别：参照现行的《国家职业分类大典》；

注4：主要岗位类别（或技术领域）：根据行业企业调研明确主要岗位类别（或技术领域）；

注5：职业资格证书或技能等级证书：根据实际情况举例职业资格证书或技能等级证书。

五、培养目标与规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，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、科学素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向现代服务业、商贸流通业、生产制造业企业的运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、新零售运营主管等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、直播营销、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网营销、电商产品开发工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

根据对电子专业典型职业面向、职业能力的调研分析，本专业应具有以下职业素质、专业知识和技能：

1. 素质

（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）爱岗敬业、吃苦耐劳、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、公共卫生意识、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；

（7）具有良好的沟通技巧，能善于倾听观众意见，及时回应客户问题，建立良好的互动关系；

- (8) 具有敏锐的市场洞察能力，能了解市场趋势和消费者需求，以便更好地选品和推广；
- (9) 具有较强的应变能力，能灵活应对直播中的各种突发情况，保持电商直播的顺利进行。

2. 知识

- (1) 掌握必备的思想政理论、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、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、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。
- (9) 掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识。
- (10) 掌握直播营销的优势、常见形式、产业链和收益分配模式。
- (11) 掌握直播营销活动设计的流程与方法。

3. 能力

- (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) 具有一定的哲学、美学、伦理、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，能够根据产品页面需求，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平台数据, 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) 能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理。

(13) 能够正确进行直播营销, 知晓直播行业的相关知识, 包括直播平台的规则、直播流程、直播技巧等; 同时, 还需要对所直播的产品或内容有深入的了解, 能够准确地向观众传达信息。

六、课程设置及要求

本专业课程体系由公共必修课、专业必修课、专业选修课、公共选修课构成。

(一) 公共基础课程

表 2 电子商务专业公共基础课程

序号	课程名称	课程目标	主要内容
1	思想道德修养与法律基础	教育引导学生加强自身道德修养, 提高思想道德素质; 加强法律观念和法律知识教育, 提高法律素养; 培养学生爱岗敬业、诚实守信等道德品质。	主要包括社会主义道德教育和法制教育, 帮助学生增强社会主义法制观念, 提高思想道德素质, 解决成长成才过程中遇到的实际问题。

2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	引导学生更加准确地把握马克思主义中国化进程中形成的理论成果，对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程有更加深刻的认识；提高大学生对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。	以马克思主义中国化为主线，以毛泽东思想以及邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观等马克思主义中国化理论成果为主要内容，帮助学生理解和掌握马克思主义中国化理论成果的形成过程、精神实质、历史地位和指导意义，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。
3	形势与政策	培养学生了解心理健康的标准及意义，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，切实提高心理素质。	着重进行我国改革开放和社会主义现代化建设形势、任务和发展成就教育；党和国家重大方针政策、活动和改革措施教育；当前国际形势与国际关系状况、发展趋势和我国对外政策原则立场教育。
4	大学生心理健康教育	培养学生了解心理健康的标准及意义，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，切实提高心理素质。	包括心理健康基础知识，了解自我、发展自我、提高自我心理调适能力，如生涯规划、学习心理、人际交往、情绪管理、压力管理、生命教育能力等，注重培养学生实际应用能力。
5	体育	引导学生正确认识体育锻炼目的意义，了解基本的体育理论知识，掌握必要的运动技术和技能，学会科学锻炼身体的方法，养成锻炼身体的良好习惯。	篮球、排球、足球三大球和乒乓球、羽毛球各项运动（任选一项）概述、竞赛规则、各种球类的技战术；武术、健美操运动概述、基本功和规定套路等。
6	公共英语	培养学生阅读英文资料获取前沿信息的能力、涉外口头交际和书面表达能力、跨文化交流能力、学	包括学习、生活、工作等多个方面的主题单元，通过视听说、精读、翻译写作等模块，全面提高学生听、

		生未来职业发展和英语终身学习能力。	说、读、写、译等各方面英语能力。
7	大学语文	培养学生阅读和理解文学作品的能 力，提高学生文学鉴赏水平和文化修养，提升写作能力，以适应学习和工作的需要。	散文阅读与欣赏；诗歌阅读与欣赏；小说阅读与欣赏；影视与戏剧欣赏；语言表达能力与技巧；实用写作训练。
8	中华优秀传统文化	系统认识中国传统文化的内容、性质、特点等，提升学生人文素质和个人修养，提升民族自信心和凝聚力。培养学生把传统文化融入专业学习的意识和能力。	中华优秀传统文化性质和特点、各文化领域的发展脉络（传统思想、传统艺术、传统科技、政治制度、婚姻文化、建筑文化、饮食文化、传统节日等）传统文化现代化、传统文化与专业学习等。
9	信息技术	使学生理解计算机系统与计算环境基本原理，理解信息获取、数据管理与处理分析、信息表达与发布等知识和理论。具备使用应用工具软件获取信息、处理数据、解决问题的能力，形成分析和解决问题的计算思维与素养。	包括计算机与信息社会、计算机系统、计算机网络、信息安全、数据库基础、办公软件、大数据云计算、人工智能等计算机新技术。本课程注重理论与实践相结合，同时兼顾计算机应用领域的前沿知识，采用理论教学与实验教学方式。
10	就业指导	了解生涯规划意义和方法，引导学生认识自我和职业世界，了解职业素养和职业能力要求，了解就业形势和就业创业政策，掌握求职材料和面试技巧，提高依法维权意识，培养学生具备解决职场适应和职业发展实际问题能力。	职业生涯规划基本理论、自我认知、认识职业世界、职业生涯规划及大学生涯规划、创业概述、商业计划书撰写、商业路演 PPT、职业素质与职业能力、求职和应聘、劳动者权益、毕业手续办理及人事代理、职场适应等内容。
11	军事理论	了解军事基础知识，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意	主要包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备五

		识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。	个方面内容。
12	党史国史	通过本课程，使学生紧密结合中国近现代的历史实际，通过对有关历史进程、事件和人物的分析，提高运用科学的历史观和方法论分析历史问题、辨别历史是非的能力。使学生深刻领会历史和人民做出四个历史选择（马克思主义、中国共产党、社会主义道路和改革开放）的历史必然性。	主要内容包括中国共产党党史；中华人民共和国国史。
13	健康教育	通过本课程，使学生认识到不良生活方式和行为将给自身和社会带来的危害，帮助其养成良好的生活、卫生习惯，树立现代健康意识，促使其自觉采纳有益健康的行为和生活方式，消除或减轻健康的危险因素，积极地预防疾病，促进健康，提高生活质量。	主要内容包括平衡膳食的标准；大学生常见的不良饮食行为及其危害；如何培养良好的饮食习惯；危害健康的常见行为对健康的影响；不良生活方式导致的相关疾病以及预防；大学生常见疾病的临床表现、诊断及防治；传染病的基本特征，流感、禽流感、乙型肝炎、肺结核、非典型性肺炎等病症的基本知识；流行病学特征、主要临床表现、危害及防治方法；正确的生殖健康知识，性道德的原则和规范；艾滋病的概念、危害、传染源、传播途径、可疑诊断标准、确定诊断标准、预后和防治；止血、包扎、骨折固定的方法；其他意外事故与伤害（如中暑、溺水、摔伤、烫伤、中毒等）的处理。

14	马克思主义理论	通过本课程帮助学生掌握马克思主义世界观和方法论，树立马克思主义的人生观和价值观，学会用马克思主义的世界观观察和分析问题，培养和提高学生运用马克思主义理论解决实际问题的能力。	主要包括马克思主义哲学；政治经济学；科学社会主义。
15	职业规划	通过本课程，使学生拥有良好的职业态度和持久的职业热情，教育学生学会“做人”，学会做一个“职业人”，弥补学生社会能力及方法能力培养的缺失和不完善，提高“零距离”就业能力。	主要包括职业价值观；职业道德；职业礼仪；职场沟通；职场协作；情绪管理；时间管理。
16	公共艺术	通过本课程，使学生了解艺术的产生和发展的基本规律过程；掌握艺术分类的原则和各门艺术形式的基本特点；掌握艺术作品的定义，了解艺术作品的构成情况；通过对中外名作的赏析，了解艺术的内容美和形式美，感受艺术的人文精神与思想内涵。	主要包括艺术的分类；艺术创作的主体；艺术创作方法与风格流派；艺术作品的属性；美术赏析；园林艺术赏析。
17	职业素养	通过本课程，使学生拥有良好的职业态度和持久的职业热情，教育学生学会“做人”，学会做一个“职业人”，弥补学生社会能力及方法能力培养的缺失和不完善，提高“零距离”就业能力。	主要包括职业价值观；职业道德；职业礼仪；职场沟通；职场协作；情绪管理；时间管理。

（二）专业（技能）课程

表3 电子商务专业（技能）课程

序号	课程名称	课程目标	主要内容
1	电子商务基础	通过本课程学习电子商务基本知识；掌握并熟练应用电商各类支付工具；掌握最新电子商务相关法律法规；能够利用各种电子工具和网络高效率、低成本地完成各种商务活动。	主要内容包括电子商务的基本模式：B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子商务；这几种模式的代表性网络平台；电子商务相关技术；电子商务相关法律法规、电子商务支付、电子商务物流等基础知识；电子商务的安全及风险；网络创业相关知识。
2	视觉营销设计	通过本课程学习掌握网页美工设计能力；掌握网页设计中的平面构成及色彩搭配原理、字体设计、排版与布局、动画制作等；能够结合实际，进行网店首页、产品详情页、活动页面的设计；能够针对园林、园艺、农副等特色产品进行美工设计。	主要内容包括 PhotoShop 软件操作；网店色彩搭配；网店图片处理；店招与导航设计；轮播区设计；首页设计；商品详情页；活动页面设计；移动端店铺设计；园林、园艺、农副等特色产品美工设计实训。
3	网店运营与管理	通过本课程学习了解开设网店规则；掌握开店流程；能够根据商品特色和目标客户需求进行网店装修；能够利用各类渠道进行网店推广；能够对网店数据进行分析；具备在线客服服务能力；具备园林、园艺、农副等特色产品网店运营能力。学完本课程后，可参加 1+X 证书考试获得网店运营推广证书。	主要内容包括掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识；运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算；能进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理；能进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。

4	跨境电商 基础	<p>通过本课程学习熟知跨境电子商务的基本概念和政策；遵守跨境第三方操作平台规则；掌握跨境电商基本工作流程的操作；具备跨境店铺运营管理、客户服务和电商操作技术等业务能力；具备园林、园艺、农副等特色产品跨境电商运营推广能力；可参加 1+X 证书考试获得跨境电商 B2B 数据运营证书（初级）。</p>	<p>主要内容包括跨境电商概述；跨境电商平台的介绍与选择；跨境电商平台基本操作；国际物流与跨境支付；跨境网络营销推广与数据分析；客户服务与维护；园林、园艺、农副等特色产品跨境电商运营推广实训。</p>
5	货运代理	<p>通过本课程学习通过国际货运代理实训以及相关理软件的操作练习，了解国际货代的管理思想和业务流程，熟练掌握国际货代系统的基本操作，并熟悉相关的基本概念，如港口，运输条款、运输方式、船名航次等，如何录入客户资料、费用，如何制作核销单、提单、委托报关单，如何开发票等。</p>	<p>主要内容包括揽货、订舱、托运、仓储、包装；货物的监装、监卸、集装箱装拆箱、分拨、中转及相关的短途运输服务；报关、报检、报验、保险；缮制签发有关单证、运费等的支付和结算；国际多式联运、集运(含集装箱拼箱)。</p>
6	商务数据 可视化	<p>通过本课程学习了解数据可视化的全过程和需要注意的事项；了解动态图表和 BI 看板的制作方法；掌握数据可视化技巧。</p>	<p>主要内容包括数据采集；数据整理；报表整理与编制；数据验证；数据透视图（表）；图表设计；动态图表等。</p>
7	网络营销	<p>通过本课程学习了解和掌握网络营销的核心内容；能够运用网络营销工具；掌握网络营销策略；具备从事网络营销的基本职业能力；具备园林、园艺、农副等特色产品网络营销能力。</p>	<p>主要内容包括网络市场调研；网站建设策略；网络营销产品策略；网络营销价格策略；网络营销渠道策略；网络营销促销策略；网络广告；网站推广策略；园林、园艺、农副等特色产品网络营销推广实训。</p>

8	品拍摄与 视频剪辑	<p>通过本课程学习掌握摄影摄像的实践操作技能；能够将摄影摄像、商品学基础的理论运用于实际操作；掌握不同材质商品的拍摄技巧；提高商品摄影技术能力及思考创作能力；掌握电商产品音视频剪辑的方法和技巧；具备园林、园艺、农副等特色产品拍摄能力。</p>	<p>主要内容包括摄影与摄像的基本操作知识；专业照相机的摄影技巧；专业摄像机的拍摄技巧；摄影的用光；商品属性等商品学基础知识以及不同类型商品的拍摄技巧；园林、园艺、农副等特色产品摄影实训；音视频剪辑。</p>
9	商务数据 分析	<p>通过本课程学习掌握数据采集和数据处理的知识、方法和工具，借助数据平台、问卷调查等工具或途径获取企业内外部数据；能够根据数据分析的目的和主题，运用Excel等数据处理工具对采集到的数据进行处理与基础分析；能够监测企业经营数据，及时发现数据异常，完成数据图表、报表制作。学完本课程后，可参加1+X证书考试获得电子商务数据分析证书（初级）。</p>	<p>主要内容包括商务数据分析的常用指标（市场类指标、运营类指标、产品类指标）；基础数据采集（数据采集的渠道及工具，三大类数据的采集）；数据分类与处理（分类统计、数据处理、数据计算）；数据描述性分析（描述性统计分析、趋势分析、对比分析、频数分析、分组分析、交叉分析、结构分析等）；数据的监控及可视化（异常数据的监控、数据报表图标的制作）。</p>
10	客户服务 与管理	<p>通过本课程学习销售目标与销售漏斗建立、销售票据处理、销售管理工具运用、自营渠道账单管理、CRM转化、销售数据分析、方案评估与改进；客服方案制定和优化、顾客纠纷处理、智能客服训练、客户风控管理、客户服务质量监控；运</p>	<p>主要内容包括掌握客户服务管理基础知识、主流电子商务平台交易规则、ERP与CRM等销售管理工具运用；能分解和制定产品O2O销售目标，有效识别和跟进销售线索；能有效进行销售票据的处理、订单确认及跟踪、自营渠道账单管理；根据企业销售目标，建立产品</p>

		用办公软件、财税软件、ERP 与 CRM 系统、计算机等硬件工具完成工作任务主要内容：接待客户咨询；处理客户投诉大客户服务管理；提高客户满意度和忠诚度；客户关系管理；客户资料管理；CRM 软件的使用等。	销售漏斗，进行销售数据统计与分析，对销售方案评估与改进；能制定和优化客户服务方案，进行智能客服机器人训练、客户投诉处理、新老客户转化服务等。
11	市场营销	通过本课程学习正确认识市场营销；掌握市场调研与市场分析、营销计划制定、营销组合策略制定等方法；具备从事市场营销的基本职业能力；具备园林、园艺、农副等特色产品市场营销能力。	主要内容包括营销理念；营销环境分析；消费者市场分析；竞争市场分析；市场细分；市场定位；目标市场选择；市场营销组合策略；营销计划及执行；营销道德；园林、园艺、农副等特色产品市场营销实训等。
12	全渠道营销	掌握线下实体店、传统电商、移动电商和社交电商等多种模式相结合的全渠道营销方法和技巧。	掌握电商平台和本行业特点，运用用户模型、漏斗模型，分析用户需求、细分市场及竞品，制定商品规划方案，形成商品配置策略，完成电商产品的开发；根据运营规划，制定新品全渠道营销策略，在平台或自有网站发布、调整优化商品信息；设定全渠道运营目标，协调和整合资源，使用促销活动工具和营销产品进行全渠道活动推广；建立用户成长体系并进行精准营销。
13	管理学	通过本课程学习理解管理学的基本概念、管理思想和管理学科的发展历史；掌握管理的基本职能及应用方法。	主要内容包括管理与管理者；管理的五大职能；管理中的决策方法与技巧；计划的内容及方法；组织结构及组织文化；沟通的原理及技巧；激励的原理及

			技巧；领导原理及领导方法；控制的原理及方法等。
14	数据化运营	通过本课程学习确定运营目标、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化、持续跟踪；运用计算机、打印机、数据采集工具、数据分析工具、计算机等硬件工具完成工作任务。	主要内容包括理解数据分析指标体系概念；掌握数据分析的方法与方法论，能根据数据运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据；运用数据分析工具，对市场数据、客户数据、推广数据、客户服务数据、销售数据、物流数据进行全过程分析及可视化呈现；撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议。
15	直播营销	通过本课程学习，使学生熟练掌握直播策划、直播销售、直播复盘的各种方法和策略；掌握直播营销过程中引流作品创作、灯光布设、数据分析、直播互动、直播控场的实操要点和技巧；能够完成整场直播销售。根据行业变化，及时了解直播营销领域的最新趋势和变化；培养学员在直播营销团队中的协作能力。	主要内容包括直播平台与工具介绍；各类直播平台的特点和使用方法；直播主题制定和整个直播策划案的设计撰写；主播形象塑造和主播标签的打造；直播脚本和营销话术的设计；直播现场布灯方案的制定；直播互动方式和控场技巧；直播案例分析与实践；直播营销法律与道德规范。
16	物流管理	通过本课程学习了解物流产生和发展的过程；掌握现代物流管理的理念、现代物流的功能及环节、物流产业的发展趋势等基本知识；熟悉物流管理领域的采购、运输、仓储、库存管理、配送、物流信息技术等工作实务，为从事商品物流	主要内容包括物流配送；供应链管理；物流模式；商品包装；商品运输；商品储存；商品装卸；商品配送；物流信息管理；园林、园艺、农副等特色产品物流管理实训等。

		工作打下良好基础；掌握园林、园艺、农副等特色产品物流包装和配送等技巧。	
17	社群运营	通过本课程学习社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析。运用社交软件、自媒体工具、短视频平台、办公软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	主要内容包括掌握社群种类、用户消费行为、产品价值等知识，根据用户和产品或服务属性定位社群，制定社群运营方案，并在相应的社交平台上建群；能通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流；能根据用户需求、产品卖点，进行社群数据分析，制定营销体系并通过社群活动提升销售转化、活跃社群及管理粉丝教学要求。
18	商务礼仪	通过本课程学习掌握常用的商务礼仪知识；具备商务礼仪规范应用能力；能够在商务活动中做到合乎礼仪要求。	主要内容包括日常商务交往礼仪（如握手、介绍、称呼、电话、名片、交往空间、公共场所、问候寒暄礼仪等）；公务活动礼仪（如活动组织、中餐、西餐、吸烟礼仪等）；商务活动礼仪（如礼宾次序、会见、会谈、签字仪式、国旗悬挂等礼仪）；涉外礼仪（如各国的禁忌、礼俗等）；宗教礼仪等。
19	财税基础	通过本课程学习理解和掌握企业财税的基本理论；具备财务处理能力；能够进行财务报表分析和解读；掌握纳税风险，正确处理财税问题。	主要内容包括重要税种的处理及筹划；投入、收入、成本、费用、税金、往来账、利润等财务处理；资产负债表、利润表、现金流量表等解读与分析。
20	新媒体运营	通过本课程学习掌握新媒体运营理论；掌握新媒体运营技能；能够运营各新媒体平台账号。	主要内容包括微博运营；微信公众号运营；抖音短视频账号运营；直播带货运营；头条号运营等。

（三）教学要求

除了以上公共课和专业课以外，还要认知学习、企业实践、社会活动等等。

1. 认知学习

为了让学生更多地了解电子商务专业，增强学生对专业的认识，提高学生对专业学习的兴趣，在一年级上学期教学团队统一组织，以班级为单位进行实施，适当聘请企业人员进行指导，通过外出参观学习、企业实践锻炼、企业调查、个别访问等途径进行。让学生对企业文化知识、岗位能力基本要求等有一定的认知，能较直观地了解相关的工作岗位，增强学生学习专业知识和掌握专业技能的信心，为后继学习专业知识和专业技能奠定坚实的基础。

2. 岗位实习

岗实习由专业教学团队统一组织实施。岗位实习采用系里安排和学生自主选择的办法，确定岗位实习企业及岗位。系部召开实习学生动员会，统一部署安排实习工作。校企联合制定实习计划，安排实习内容，确定实习指导教师及学生毕业设计题目。以企业兼职教师为主，学院专职教师进行巡回检查及通过岗位实习互联网指导平台进行指导的方式，及时解决实习当中存在的疑难问题。岗位实习由校企共同管理，实行学校和企业共同考核机制，企业重点从学生工作任务完成情况及工作态度等方面考核，学校重点从巡回检查情况和实习报告等方面考核，并负责岗位实习综合成绩评定。

3. 社会活动

通过课程认识实训、岗位实习等专业实践活动，依托杭州赢动教育咨询有限公司、义乌带路网络科技有限公司、洛阳群客电子商务有限公司等校企合作实训基地，对接新产业、新业态、新模式，开展行业运营、网店运营、社群运营、数据化运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、智能客服、视觉营销设计、互联网及电商产品开发等实训活动，使学生在进行专业实践训练的同时，培养学生爱岗敬业精神，安全与质量意识，提高专业基本素质。

七、教学进程总体安排

电子商务专业教学进程总体安排表见表 2。

表2 电子商务专业教学进程总体安排表

(一) 公共基础课

课程编码	课程名称	课程类别	课程性质	学分	学时	学期课程安排	考核方式
040411 010507	思想道德修养 与法律基础	公共基础课	必修	4	64	一、二	考试
040403 040410	毛泽东思想和中国特 色社会主义理论体系 概论	公共基础课	必修	4	70	三、四	考试
040402	形势与政策	公共基础课	必修	*	16	一到四	考试
040501 040502	公共英语	公共基础课	必修	8	128	一、二	考试
040601 040602 040603	体育	公共基础课	必修	6	98	一、二、 三	考试
000003	军事理论	公共基础课	必修	2	32	一	考试
010406	大学生心理健康	公共基础课	必修	2	32	一	考试
000020	职业规划与创新创业	公共基础课	必修	2	32	二	考试
030584	信息技术	公共基础课	选修	2	32	一	考试
030185	公共艺术	公共基础课	选修	2	34	三	考查
010314	中华优秀传统文化	公共基础课	选修	2	32	一	考试
040101	大学语文	公共基础课	选修	2	32	一	考试
000021	健康教育	公共基础课	选修	2	32	讲座	考试
000022	马克思主义理论	公共基础课	选修	2	34	三	考试
000023	党史国史	公共基础课	选修	2	32	二	考试
030269	职业素养	公共基础课	选修	2	32	讲座	考查
040404	就业指导	公共基础课	选修	2	32	讲座	考查

形势与政策 1-4 学期进行，与思想政治理论课合计共 8 学分。公共基础课程学时占总学时的 25.2%。

(二) 专业（技能）课

课程编码	课程名称	课程类别	课程性质	学分	学时	学期课程安排	考核方式	学习形式
040725	视觉营销设计	专业核心课	必修	4	64	一	考试	
030243	电子商务基础	专业基础课	必修	4	64	一	考试	
040699	网店运营与管理	专业核心课	必修	6	96	二	考试	
030271	跨境电商基础	专业拓展课	选修	6	96	二	考试	
04724	货运代理	专业拓展课	选修	4	64	二	考试	
040748	数据可视化	专业基础课	必修	2	32	二	考试	
030215	网络营销	专业核心课	必修	4	64	三	考试	
030205	物流管理	专业拓展课	选修	4	64	三	考试	
030214	市场营销	专业基础课	必修	4	64	三	考试	
040729	产品拍摄与视频剪辑	专业拓展课	选修	4	64	三	考试	
040719	商务数据分析	专业基础课	必修	4	64	三	考试	
040749	直播营销	专业核心课	必修	4	64	三	考试	
040209	财税基础	专业基础课	必修	2	36	四	考试	
030217	管理学	专业基础课	必修	4	64	四	考试	
040419	商务礼仪	专业拓展课	选修	2	36	四	考试	
040752	社群运营	专业核心课	必修	4	72	四	考试	
030494	全渠道营销	专业核心课	必修	4	72	四	考试	
040753	数据化运营	专业核心课	必修	2	36	四	考试	
040750	新媒体营销	专业拓展课	选修	4	72	四	考试	
030394	客户服务与管理	专业核心课	必修	4	72	四	考试	
000083	专升本辅导	公共基础课	选修	2	36	四	考查	

实践性教学学时 2182,实践性教学学时占总学时数的 63.5%。必修课程与选修课程之比 2.2:1。

(三) 其他

序号	项目名称	课程类别	课程性质	学分	学时	学期课程安排	考核方式
1	军事技能	实践课	必修	2	112	一	考查
2	劳动实践与教育	实践课	必修	1	30	三	考查
3	认识、岗位实习	实训课	必修	7	1200	一到六	考查
4	毕业设计(总结、论文)	实训课	必修	1	30	六	考查
5	专升本辅导、国家安全教育、节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养等。	扩展知识、课程、技能	任选	7	306	二到四	考查

八、实施保障

(一) 师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任产业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

2. 专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外互联网及相关服务、批发业、零售业、商务服务业等行业发展新趋势，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，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在电子商务专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师

具有高校教师资格；原则上具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有扎实的本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技术技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，原则上应具有中级及以上相关专业技术职称，了解教育教学规律，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。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，建立专门针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学设施

电子商务专业教学设备和场地条件能满足理实训一体化教室教学要求。

1. 专业教室要求

根据专业需求，建立满足教学的专业实训室及机房，具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境，及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、安

防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室要求

实训场所符合面积、安全、环境等方面的要求，实验、实训设施对接真实职业场景或工作情境，能够满足实验、实训教学需求，实训指导教师确定，能够满足开展零售财务规划与零售营销组合、电子商务视觉设计、社群营销与整合营销、数据化运营、智能客服话术设计、O2O运营、电子商务产品开发及原型设计、智能营销等实验、实训活动的要求，实验、实训管理及实施规章制度齐全，配备实训室管理人员。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

3. 校外实习基地要求

校外实习基地主要以真实的生产任务训练为主，对校内实训基地设备、场所和功能有效补充。依据专业人才培养方案的要求，校外实训基地能够开展电子商务运营、社会化客户服务、全渠道营销推广等实训活动，实训设施齐备，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。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表 5 电子商务专业校内实训室一览表

序号	实训室	主要设备	配置需求和功能	主要实训内容
1	商品摄影实训室	单反相机	业单反相机，15-80mm 变焦镜头。	1. 商品图片拍摄； 2. 后期 ps 修图； 3. 主图、banner、详情页等的设计制作。
		静物拍摄棚	满足棚拍商品布景需要。	
		笔记本电脑	满足 Photoshop、Lightroom 等专业修图软件需求的笔记本电脑。	

2	网络营 销实训 室	交互式一体机	采用液晶触摸屏技术，将投影系统，电脑系统，电视系统，电子白板以及音响为一体的触控设备，主要用于智慧化、数字化教学使用。	1. 网络活动策划实训； 2. 软文营销实训； 3. 短视频与直播营销实训； 4. 社群营销实训； 5. 网络推广实训。
		台式电脑	满足教学需要	
3	电商沙 盘实训 室	电子商务网店运营实训沙盘	电子商务专业教学虚拟仿真系统	1. 网站（店）定位设计实训； 2. 网店开设与运营分析实训； 3. 移动商务活动策划实训； 4. 移动店铺运营与分析实训； 5. 跨境电子商务活动策划与管理实训。
		交互式一体机	采用液晶触摸屏技术，将投影系统，电脑系统，电视系统，电子白板以及音响为一体的触控设备，主要用于智慧化、数字化教学使用。	
4	客户服 务与管 理实训 室	服务器	提供真实的服务器环境配置训练环境；	1. 网络客服话术实训（售前、售中、售后）； 2. 交易订单处理实训； 3. CRM 客户系统内 RFM 分析及营销计划设计实训； 4. 商务谈判（投标）的准备与组织实训； 5. 模拟商务会议的礼仪实训
		交互式电子白板	媒体互动、配件互动、多屏互联资源互联、智慧教学、智能管理；能够打开、编辑、存储交互式电子白板数字资源的通用文件；	
		多媒体中控台	满足使教师授课声音传送、课堂控制达到理想效果所必须的综合控制台。	
		客户服务与管理实训软件	满足网络客户接待与沟通技能实训、交易订单处理实训、CRM 系统内 RFM 分析、CRM 客户购买行为数据分析、CRM 客户系统下营销计划。	

6	直播营销实训室	直播灯光设备	改善直播画面亮度，提高直播清晰度。 补光灯：18寸美颜补光灯、15W补光灯；常亮灯；辅助背景灯	1. 主播打造； 2. 选品； 3. 卖点提炼； 4. 脚本设计； 5. 主播人社打造 6. 直播流程设计 7. 直播间搭建 8. 直播复盘
		辅助直播支架	提高直播清晰度，固定手机及其他直播设备。支持补光灯、常亮灯、手机、声卡灯等多设备稳定支撑的三脚架	
		直播一体机	直播录播功能的电脑主机，Windows系统，多路输入输出视频接口，可以方便的将摄像机，电脑等视频信号输入到直播一体机中，然后通过上面带的录播直播软件进行录制或者直播。	
		虚拟背景幕布	满足直播虚拟抠像背景；尺寸： \geq 宽2m \times 高3.2m	
		无线麦克风	高保真无线领夹式收音。满足实时监听，双通道电容麦，可外接电源，双天线高保真U段无线传输，环境降噪，实时返送耳机监听	
		商品陈列架	满足直播带货商品陈列。	

表6 电子商务专业校外实训基地一览表

序号	校外实习基地名称	实习内容	合作深度要求
1	客服实习基地	1. 电商售前、售中、售后服务； 2. 电话客服。	1. 拥有多家知名品牌的客服业务； 2. 良好的安保措施。
2	视觉营销实习基地	1. 电商主图； 2. Banner； 3. 详情页的制作。	1. 拥有较多电商制图项目； 2. 拥有专业的绘图电脑。

3	电商运营实习基地	1. 维护网店日常运营。 2. 设置网店关键词； 3. 分析网店运营相关数据	1. 拥有专业运营团队设备； 2. 代理多家网店运营项目。
4	直播实习基地	1. 助播、场控； 2. 直播间搭建。	1. 拥有直播相关项目资源； 2. 良好的工作环境。
5	物流实习基地	1. 物流打包； 2. 物流发货。	1. 拥有专业物流相关设备； 2. 良好的工作环境。
6	商拍摄影实习基地	1. 商品图片拍摄； 2. 商品图片后期制作。	1. 专业的摄影摄像设备； 2. 相关项目资源； 3. 专业影棚。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过活页式教材等多种方式进行动态更新。

教材应以学生为本，文字表述要简明扼要、深入浅出，要突出重点，以工作项目为主线，结合职业技能、证书考核的要求，合理安排。通过科学精选教学材料，提高学生学习的主动性和积极性。

教学资料应突出实用性和创新性，始终把“简化理论阐述，着重实际训练”放在首位，突出职业需求和技能为先的特点，切实注意在实际教学过程中的可操作性；同时应避免把职业能力简单理解为单纯的技能操作，要具有前瞻性。将本专业领域的发展趋势及实际业务操作中应遵循的新规定、新方法、新技术及时纳入其中，顺应岗位需要。

课程组可自行开发应用教材，对于实践教学开发基于生产过程的实训手册，使学生通过手册提示完成任务，并获得知识。模拟真实场景，开发基于工作过程的实训项目，提升学生职业能力。

2. 图书文献配备基本要求

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。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理和文化类文献等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配备基本要求

建设、配备与电子商务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、满足教学。

（四）教学方法

在教学中要遵循工作过程系统化课程理念，以合作学习为主要教学组织策略，使学生在在学习过程中不断提高搜集、共享、运用信息的能力、合作学习的能力和终身学习的可持续发展能力；在专业课中加强课程思政建设，探寻符合各个课程的思政元素，全面提升学生的思想意识和职业素养；以项目导向、任务驱动和“教学做”一体化为主要教学模式，以工作过程的典型任务、典型案例引领项目开发，以实际开发项目贯穿于具体的教学过程。教师在实际教学中要结合课程目标和学生实际情况，科学合理的选择教学方法，在教学过程中注意教学方法的灵活性和多样性，常用教学方法如下：

1. 以语言传递信息为主的方法，包括讲授法、谈话法、讨论法、读书指导法等。

其中讲授法最常用，是指教师通过简明、生动的口头语言在短时间内向学生传授知识、发展学生智力的方法；讨论法是在教师的指导下，学生以全班或小组为单位，围绕教材的中心问题，各抒己见，通过讨论或辩论活动，获得知识或巩固知识的一种教学方法。

2. 以直接感知为主的方法，包括演示法、参观法等。

演示法是教师在课堂上通过展示各种实物、直观教具或进行示范性实验，让学生通过观察获得感性认识的教学方法。参观法是指在条件允许的情况下，学生进行实地观察、调查、研究和学习，从而获得新知识或巩固已学知识的教学方法

3. 以实际训练为主的方法，包括练习法、调研法、实训法。

此类教学方法以锻炼学生的动手能力为主，教师给学生布置练习或实训任务，学生独立进行实践操作，从事从旁进行必要的指导和协助。

4. 以体验为主的教学方法，例如陶冶法、情景教学法等。

体验为主的教学方法一般使学生亲身介入实践活动或教学情景中，通过认知、体验和感悟，在实践或体验中获得新知识、技能和态度的方法。

5. 以引导探究为主的方法，如发现法、探究法等。

发现法和探究法注重学生探究能力和创新意识的培养，通过实践和探究活动，发展学生综合运用知识的能力，培养学生创新精神、实践能力和探究能力。在专业课程教学过程中注重学生实践能力培养，与洛阳众芳牡丹产业集团有限公司、洛阳拓辰网络科技有限公司、芳墨堂工作室等合作，将产品引入课堂，实行“教学做一站式”培养模式，让学生“做中学，学中做，边学边做”，保证学生“学的会，做的顺”。

（五）学习评价

本专业坚持过程性评价和与结果性评价相结合、校内评价与校外评价相结合、学生评价与教师评价相结合，对于学生的学习评价考核在不同的阶段主要有平时考核、实践操作考核、期末考核、毕业综合实习、毕业论文、1+X证书学分考核几种方式。根据课程的性质不同，考核成绩所占的比例也有所差异。

1. 理论课程学习评价：

对于考查课程，注重过程性评价，平时成绩占到50%；期末成绩占50%。平时考核成绩分为平时表现、平时作业等几种方式。考试课一般用平时成绩、末考成绩等方式进行成绩综合评定。成绩评定标准如下：平时考勤占总成绩的10%；课堂作业占总成绩的30%；期末考核，占总成绩的60%。

2. 实践课程学习评价：

实践课程采用实训实操与笔试方式进行过程性成绩评定和结果性成绩评定。实训成绩评定

依据:实践考核时分析问题、解答问题情况等成绩, 占总成绩的 20%;实践期间的表现(实习态度, 出勤情况, 遵守纪律情况), 占总成绩的 50%;实习成果作业, 占总成绩的 30%。

3. 实习成绩评价:

采用“企业考核+学校考核”的方式进行实习成绩的评定。一方面, 由岗位实习企业的导师给出实习成绩;另一方面, 学校指导教师对学生的指定项目的操作, 教师针对学生掌握和运用专业技能的情况, 按照既定的指标进行成绩评定。最后, 将上述两项成绩相加进行实习成绩的评定。实习成绩评定依据: 出勤率占总成绩的 20%;实习中的思想素质占总成绩的 20%;实习中的业务素质, 占总成绩的 30%;实习报告完成的质量, 占总成绩的 30%。

除此之外, 如果课程涉及到职业资格证书的考试, 且获取了专业资格证书, 则期末考核成绩为优秀等次。对学生学习评价的方式方法提出的要求和建议, 要求通过课程平台的学习, 积累大量的课堂的过程性数据并分析数据。引入教学督导制度、企业考评制度, 实现教学考核评价体系的开放与融合。引入企业对学生的评价, 以及第三方教育数据咨询和评估机构评价。最终达成过程性评价占 50%, 结果性评价占 50%。

（六）质量管理

1. 建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 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、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、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。

3. 建立集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

4. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

本专业学生在规定的学习期限内，修完专业人才培养方案规定的学习内容，修满规定学分，准予毕业。

本专业毕业学分规定为必修课程 81 学分（含军事理论及军事技能 4 学分，劳动实践与教育 1 学分）；限定选修课程 35 学分，任意选修课程学分 7 学分；岗位实习 8 学分，毕业设计 1 学分。总计 132 学分。

鼓励学生参加专业职业资格证书、相关工种的职业技能鉴定和各类技能等级考核，取得相应职业资格证书和技术等级证书，获得相应学分；鼓励学生参加各种竞赛、比赛、创新创业实践、志愿服务及其他社会公益活动，获得相应学分；鼓励学生发表论文、申请专利、参与科研课题，获得相应学分。根据学院有关规定获得的学分可以进行转换。学分转换依据《河南林业职业学院学分制管理办法》、《河南林业职业学院学生参与创新创业和社会实践活动管理办法》执行。

其他依据《河南林业职业学院学生管理规定》执行。

专业群实训条件的建设，不断升级和完善各专业群实训教学条件，促进实训基地的共建共

享，以专业群产教融合平台建设为核心，借助平台生产设备和真实运营环境，重点凸显生产全过程要求，打造企业级实训基地。同时校企协同开发虚拟仿真实训软件，建设专业群虚拟仿真实训平台，满足专业群课程体系内各课程模块所需的实训条件支撑。

十、附录

附录 1 电子商务专业全学程教学活动时间分配表

附录 1 电子商务专业全学程教学活动时间分配表

项目与周数		学年与学期	周数 小计	壹		贰		叁	
				一	二	三	四	五	六
入学教育及军训			2	2					
理实教学				16	16	17	18		
实 践 教 学	认识实习实训				2				
	岗位实习实训		24					18	19
	劳动实践与教育		1			1			
	社会实践			√	√	√	√	√	
毕业教育（设计、总结、论文）			1						1
学期考试			5	1	1	1	1		
运动会、节假日、机动			10	1	1	1	1	2	3
学期教学活动周数			120	20	20	20	20	20	20

附录 2 电子商务专业全学程教学项目分析表

附录 2 电子商务专业全学程教学项目分析表

项目类型		学时学分	学分	学时		
				总学时	理论	实践
公共基础必修课		28	458	358	100	
专业（技能）必修课		52	888	356	532	
选修课	公共课	≥ 19	410	378	32	
	专业课	≥ 18	336	160	176	
认识、岗位实习		9	1170		1170	
军训、劳动实践与教育		3	142		142	
毕业教育（设计、总结、论文）		1	30		30	
合计		≥ 130	3434	1252	2182	
公共基础课学时 与全学程学时占比		$\geq 25\%$	$868(458+410)/3434 \approx 25.2\%$			
实践学时与全学程 学时占比		$\geq 50\%$	$2182/3434 \approx 63.5\%$			

附录3 电子商务专业教学进程安排表(必修课程)

附录3 电子商务专业教学进程安排表(必修课程部分)

课程分类	序号	课程名称	学分	学时数			学期与周学时分配					
				小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六
公共基础课程 (28学分)	1	思想政治教育形势与政策	8	134	134		2	2	2	2		
	2	公共英语	8	128	128		4	4				
	3	体育	6	100		100	2	2		2		
	4	军事理论	2	32	32		2					
	5	大学生心理健康	2	32	32		2					
	6	职业规划与创新创业	2	32	32			2				
专业课程 (52学分)	1	电子商务基础	4	64	40	24	4					
	2	视觉营销设计	4	64	20	44	4					
	3	网店运营与管理	6	96	36	60		4				
	4	商务数据可视化	2	32	10	22		2				
	5	网络营销	4	68	34	34			4			
	6	市场营销	4	68	34	34			4			
	7	商务数据分析	4	68	20	48			4			
	8	直播营销	4	64	20	44			4			
	9	财税基础	2	36	20	16				2		

10	社群运营	4	72	22	50				4		
11	全渠道营销	4	72	20	52				4		
12	管理学	4	72	50	22				4		
13	客户服务与管理	4	72	20	52				4		
14	数据化运营	2	36	10	26				2		
课程学分、学时		80	1346	714	632						
军事技能、劳动实践与教育		3	142		142	2 周	1 周				
认识、岗位实习		9	1170		1170		2 周			18 周	19 周
毕业设计（总结、论文）学分、学时		1	30		30						1 周
学分、学时总计		93	2688	714	1974						

注：①体育第四学期为专项选修课；

②第三学期一周劳动实践，计1学分；

③学时而带“*”者表示该学期为考查课程，其他均为考试课程；

④考核不及格后不允许补考的课程在执行版中。

附录 4 电子商务专业教学进程安排表（选修课部分）

附录 4 电子商务专业教学进程安排表（选修课程部分）

课程 分类	序 号	课程名称	学 分	学时数			学期与周学时分配					
				小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六
限定 选修 课程 (56 学分)	1	公共艺术	2	34	34				2			
	2	信息技术	4	64	32	32	4					
	3	大学语文	2	32	32		2					
	4	中华优秀传统文化	2	32	32		2					
	5	健康教育	2	32	32			讲 座				
	6	职业素养	2	34	34				讲 座			
	7	就业指导	2	36	36					讲 座		
	8	货运代理	4	64	24	40		4				
	9	跨境电商基础	6	96	30	66		6				
	10	物流管理	4	68	34	34			4			
	11	商品摄影	2	34	10	24			2			
	12	新媒体运营	4	72	22	50				4		
	13	商务礼仪	2	36	18	18				2		

14	消费者行为分析	2	32	16	16		2				
15	智慧商业技术	4	68	34	34			4			
16	新商业文化	2	32	32			2				
17	视频制作	4	72	20	52				4		
18	党史国史	2	32	32		2					
19	商务沟通	2	32	16	16		2				
20	市场调研与分析	2	34	14	20			2			
课程学分、学时小计		56	936	534	402	10	18	16	12		
任意选修课 程（7 学分）	含国家安全教育、节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养、专升本辅导等。										

附录 5 高职 2022 级电子商务专业教学计划执行版

高职 2022 级电子商务专业教学计划执行版

学期	课程	学分	周学时	课程类别	考试考查	不允许补考	必修限选	实习实训安排
第一 学期 28 学时	思想道德修养与法律基础	2	2	A				
	公共英语	4	4	A				
	体育	2	2	A		不允许		
	军事理论	2	2	A				
	大学生心理健康	2	2	A				
	信息技术	4	4	A				
	大学语文	2	2	A				
	中华优秀传统文化	2	2	A				
	电子商务基础	4	4	B				
	视觉营销设计	4	4	C		不允许		
第二 学期 28 学时	思想道德修养与法律基础	2	2	A				五月中 旬电子 商务沙 盘实训 两周。
	公共英语	4	4	A				
	体育	2	2	A		不允许		
	职业规划与创新创业	2	2	A	考查			
	货运代理	4	4	C				
跨境电商基础	6	6	C					

	网店运营与管理	6	6	C		不允许	考证	
	商务数据可视化	2	2	B		不允许		
第三 学期 28 学时	毛泽东思想和中国特色社 会主义理论体系概论	2	2	A				劳 动一周
	公共艺术	2	2	A	考查		限选	
	网络营销	4	4	C				
	物流管理	4	4	C				
	产品拍摄与视频剪辑	4	4	B		不允许		
	市场营销	4	4	B				
	商务数据分析	4	4	B		不允许	考证	
	直播营销	4	4	C		不允许	考证	
第四 学期 28 学时	毛泽东思想和中国特色社 会主义理论体系概论	2	2	A				
	新媒体运营	4	4	C		不允许		
	商务礼仪	2	2	B				
	财税基础	2	2	B				
	社群运营	4	4	C		不允许		
	全渠道营销	4	4	C		不允许		
	管理学	4	4	B				
	客户服务与管理	4	4	C				

	数据化运营	2	2	C				
军训、劳动 3+选修 7+毕业 1+认识、岗 位 9=20		112	112					132

附录 6 专业人才培养方案论证审批表