

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务。

专业代码：620405。

二、入学要求

普通高中毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力。

三、修业年限

3年。

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)	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 (63)	电子商务 类 (6308)	互联网 和相关 服务 (I64); 批发业 (F51)	销售人员 (4-01-02); 商务咨询服 务人员(4 - 07 - 02)	营销推广; 运 营管理; 客 户 服务	电子商务员(国家 职业资格四级)、 助理电子商务师 (国家职业资格三 级)、电子商务师 (国家职业资格二 级)

五、培养目标与规格

(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

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

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

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

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。

六、课程设置

(一) 公共基础课

1. 思想道德修养与法律基础 (48 学时/3 学分)

本课程是帮助学生正确认识自己、正确认识他人、正确认识社会, 夯实综合素质基础, 着力提升思想道德素质和法治素养的课程, 引导学生努力做有理想有本领有担当的时代新人, 成为走在时代前列的奋进者、开拓者、奉献者。课程以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导, 有效地开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观教育, 引导大学生自觉培育和践行社会主义核心价值观, 提高思想道德素质和法治素养, 成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。课程讲授针对大学生成长过程中面临的思想道德和法律问题, 引导学生通过马克思主义观点思考、分析、解决生活和学习中遇到的思想困惑。引导学生立足新时代, 在实现中国梦的生动实践中放飞青春梦想, 在为人民利益的不懈奋斗中书写人生华章。

2. 毛泽东思想和中国特色社会主义论体系概论 (72 学时/4 学分)

本课程是高校思想政治理论课程中的一门核心课程, 它以马克思主义中国化为主线, 以坚持和发展中国特色社会主义为主题, 以习近平新时代中国特色社会主义思想

主义思想为重点。着重讲授中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历程，充分反映马克思主义中国化的理论成果，即毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观以及习近平新时代中国特色社会主义思想，其中要让学生进一步认识到毛泽东思想是使中国站起来的理论体系，邓小平理论是使中国富起来的理论体系，习近平新时代中国特色社会主义思想是使中国强起来的理论体系。突出中国站起来、富起来、强起来的历史逻辑。在该课程的教学应中应凸显问题意识，注重解决学生的现实思想问题，强化实践教学，通过线上线下混合式教学模式创新，激发学生自主学习的积极性，真正提高学生的政治思想道德素质。

3. 大学英语 I（64 学时/4 学分）

通过大学英语课的教学，培养学生良好的学习习惯，发展学生的自主性学习能力，体现发展性原则。按照普职互通、中高职衔接的理念，进一步夯实英语基础，同时突出高职英语教学的职业性和实践性，为用而学，学而能用，注重学生的参与和互动，培养学生在具体情境中学习英语、用英语做事的能力。在教学中，将语言基础能力与实际涉外交际能力的培养有机地结合起来，把听、说、读、写、译的技能训练有机地结合起来，充分利用多媒体和网络化现代教学手段，立体、互动地引导学生开发各种学习潜能。注重思政在英语教学中的渗透，树立大国工匠精神以及对中华民族的文化自信。

4. 大学英语 II（72 学时/4 学分）

通过该课程教学，提高学生在日常生活和职业场景中的英语听、说、读、写、译的能力，有针对性地培养学生在现实生活和未来的职业活动中用英语做事情的能力。充分考虑学生的实际情况，进一步培养学生良好的学习习惯，发展学生的自主性学习能力，帮助学生认知、理解、活用语言技能，培养良好的学习策略、形成跨文化交际能力；营造有意义且直观的语境，让目前无法直接接触职场生活场景的广大学生能够很快进入真实的语言环境；学习职业场景的实用文体，并从语言在现实生活中实际运用的角度设计相关活动，培养学生把握真实工作语料的能力。学生通过英语课程的学习，国际视野更加宽广，爱国主义精神和民族使命感进一步增强。

5. 计算机应用基础（64 学时/4 学分）

通过该课程教学，让学生了解信息技术的基本理论，较系统地掌握计算机办

公软件的基本操作方法和技巧,培养学生具有良好的计算机实际应用能力和相应的文化素养。该课程主要围绕认识计算机系统、Windows 7 操作系统、Office2010、计算机互联网等教学模块来组织教学内容,通过实例引入,理论解析,情景模拟等教学环节,实现教、学、做一体化。在校期间要求学生取得全国计算机等级考试一级证书,课程的学习和考证的督促将计算机应用基础理论知识的掌握、技能训练和关键能力培养转化为课程目标的实现,为今后能够迅速地适应和从事其他工作打下坚实基础。

6. 体育与健康 (140 学时/8 学分)

本课程分 4 个学期开设,通过合理的体育教育和科学的体育锻炼过程,形成学生热爱体育、崇尚运动、健康向上的良好风气和全院珍视健康、重视体育的浓厚氛围。按照《高等学校体育工作基本标准》中的体育课程的基本目标:培养学生积极参与各种体育活动并基本形成自觉锻炼的习惯,基本形成终身体育的意识,具有一定的体育文化欣赏能力,熟练掌握两项以上健身运动的基本方法和技能,能独立制订适用于自身需要的个人锻炼计划科学地进行体育锻炼,形成健康的生活方式,具有健康的体魄。

7. 心理健康教育 (32 学时/2 学分)

本课程旨在使学生明确心理健康的标准及现实意义,掌握并应用心理健康知识,培养良好的心理素质、自信心、合作意识和开放的视野,培养乐观积极的生活态度和顽强的意志品质,培养学生的自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力,全面提高学生心理整体素养,为学生终身发展奠定良好、健康的心理素质基础。本课程主要教学内容包括心理健康的基本知识;自我意识,自我认知,悦纳自我;人际交往;情绪管理;学习心理;挫折应对与意志力培养;职业规划发展;健全人格的养成;常见心理问题咨询与心理危机干预等。

8. 就业指导 (38 学时/2 学分)

本课程为学生提供就业政策、求职技巧、就业信息等方面的指导,帮助各专业学生了解我国、当地的就业形势和就业政策,根据自身的条件、特点、职业目标、职业方向、社会需求等情况,树立职业生涯规划意识,选择适当的职业,合理规划职业生涯;对学生进行职业适应、就业权益、劳动法规等方面的教育,帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观,充分发挥自己的才能,实现自己的人生价值和社会价值,促使学生顺利实现就业。

9. 创新创业教育（36 学时/2 学分）

本课程使学生掌握开展创新、创业活动所需要的基本知识，认识创新、创业的基本内涵和创业活动的特殊性，辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目；使学生具备必要的创新意识和创业能力，掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法；使学生树立科学的创新、创业观念，主动适应国家经济社会发展和人的全面发展的需求，正确理解创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。

10. 形势与政策（32 学时/1 学分）

本课程是对学生进行形势与政策教育的主渠道、主阵地。课程主要以毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系为指导，密切结合国内外形势，紧密结合大学生的思想实际，对学生进行比较系统的党情、世情、国情教育。通过形势与政策课教学，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大事实，培养学生对国内外形势的适应能力和分析能力，使大学生在处于中华民族伟大复兴战略全局和世界百年未有之大变局的历史交汇期的时代背景下，坚定“四个自信”，增强“四个意识”，自觉做到“两个维护”。

11. 军事（148 学时/4 学分）

军事由《军事理论》《军事技能》两部分组成，《军事理论》教学时数 36 学时，记 2 学分，《军事技能》训练时间 14 天 112 学时，记 2 学分。军事课以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。通过教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

（二）专业课程

1. 专业素质课

1) 经济学（46 学分/4 学时）

本课程旨在培养学生的经济学思维模式、奠定基本经济学知识为目标，全面提高学生的专业意识、思维模式和理论基础，为学生理解和掌握其他专业课程奠

定扎实的理论基础，养成良好的思维习惯，是其他经济领域内相关专业课程的基础，具有很强的理论性和拓展性，使学生对经济学的基本问题和基本观点有比较全面的认识。主要内容包括市场经济中产品的供给与需求曲线、消费者行为理论、生产与成本的关系、各种市场情况的性质与特点、生产要素、以及各类政府的微观经济政策。通过本课程的学习，结合现实生活中的大量实例来讲授经济学基本原理，使学生牢固树立市场经济的意识、了解市场经济的思维方式及市场运行中的经济规律（尤其是微观经济）的基本原理，指导学生懂得所学知识何时用、如何用，培养学生深入思考经济现象本质、综合运用知识解决问题的能力和合作能力，为专业课学习打下良好基础，使学生初步具备经济领域从业的基本职业意识和能力。

2) 电子商务基础（64 学时/4 学分）

该课程是电子商务专业的一门核心课程，同时也是整个电子商务专业的专业基础知识和基础技能的学习和训练，是电子商务专业必须设置的一个专业基础学习领域，是后续专业学习领域学习的基础，其中包括电子商务应用基础知识及专业技能的学习，网络营销的基础知识，电子交易、电子支付基本知识及技能的学习以及电子商务安全基础知识的学习。该课程主要培养学生掌握电子商务的基本理论、基本方法。对电子商务概念模型、体系结构、实现技术及其应用等多方面知识有较深刻的理解；对电子商务发展的现状和趋势有较好把握；熟练掌握电子商务所涉及的 B2B、B2C、C2C 等模块的软件能独立熟练操作，对电子支付、网络营销等电子商务手段能熟练掌握。

3) 产业互联网基础知识（64 学时/4 学分）

本课程是电子商务专业的一门核心课程。本课程的课程目标主要是使学生掌握以现代新兴的互联网技术为基础，专门从事网络资源搜集和互联网信息技术的研究、开发、利用、生产、贮存、传递和营销信息商品等基本知识。课程内容主要包括产业互联网的本质、流程，新形势下产业互联网的战略转型，基于新战略模式的绩效指标体系，大数据规划与业务流程的关系，大数据如何改造和驱动流程创新等。通过本课程的学习，要求学生对产业互联网的基本知识有详细的掌握，掌握实体产业与互联网、大数据和人工智能深度融合的内涵与方法，知道如何充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，实现互联网与传统产业深度融合，努力改造传统产业链，能够在未来将互联网的创新应用成果深化于国家经

济、科技、军事、民生等各项经济社会领域中，最终提升国家的生产力。

4) 管理学基础（72 学时/4 学分）

该课程是电子商务专业中处于辅助地位的一门必修课，是一门实践性、科学性、理论性、艺术性兼具的应用型学科，也是管理类各专业的一门基础课程。它是从管理实践中总结、归纳、抽象和概括出来的科学原理，它着重研究管理的客观规律和具有共性的基本理论。这些基本原理对于各行各业的管理都具有指导意义，任何将来有可能从事管理工作的学生有必要了解和学习的这门课程。具体内容包括：管理与管理学、管理理论的形成与发展、计划、目标管理、预测、决策、组织概述、组织结构、人员配备、领导、激励、控制基础理论、控制技术与方法、协调、管理创新的基本方法等。该课程旨在让学生树立现代管理的思想观念，掌握和运用管理学的基本原理和方法，提高自身的管理素质，培养和提高学生的理论素质和实践技能，并通过实践技能训练，提高学生的实践能力、创新能力和职业能力，为学生就业打下坚实的理论基础和职业基础。

5) 物联网与智能物流（72 学时/ 4 学分）

本课程是电子商务专业的一门核心课程。本课程的课目标及课程内容是使学生掌握物联网与智能物流相关概念，掌握物联网与智能物流系统架构、关键技术分析以及具体场景运用。本课程具有较强理论深度，需结合具体物联网与智能物流实例设计培养学生创新意识。

6) 电子商务支付与结算（54 学时/3 学分）

该课程是电子商务专业的一门核心课程。本课程以电子商务企业经营、管理和服务第一线的岗位需求为着眼点讲述电子商务安全基础、电子商务面临的安全问题、电子商务安全技术以及电子商务安全实际应用。《电子商务》是它的前导课程，为整个电子商务专业打基础；《网络营销》、《产业电商与新零售》和《人工智能与产业电商》等是它的后续课程，是电子商务专业从事职业活动的具体行为；而《电子商务支付与结算》起到纽带和支撑作用。主要内容包括：网络金融的产生与发展，网络支付与结算，数字现金支付，网络支付安全问题，网上银行的产生与发展，网上证券，网上保险，网上银行的法律问题等。通过学习该课程，使学生掌握电子商务安全方面的基本知识，树立电子商务安全意识，具备电子商务安全基本操作技能，培养学生的思维创新能力和实践动手能力，为电子商务企业的电子商务活动提供较为安全的工作环境。

7) 市场营销实务 (54 学时/3 学分)

该课程是经济管理大类专业三年制高职学生的一门必修课程,在人才培养目标中处于核心地位,是专业培养方案中属于“专业能力与职业素质”模块课程。它主要研究市场营销活动及其规律性,是一门实践性很强的课程。该课程的核心内容,就是在买方市场条件下,卖方如何从消费者的需求出发,制定企业发展战略,组织企业营销活动,从而满足消费者需求,提高企业在激烈竞争的市场环境中求生存、求发展的能力。本课程主要培养企业需要的具有专业营销理论基础和营销实践应用能力的高级应用型营销管理人才。在教学中要向学生完整地介绍市场营销的知识体系与应用方法,更重要的是要使学生牢固树立以消费者为中心的营销观念,在实践中能以市场为导向,进行产品开发、定价、分销、促销等营销活动,提高企业经营管理水平,从而实现把开发新技术、新产品同开发新市场结合起来,使社会生产适应市场需求的变化。

8) 财务基础知识 (36 学时/ 2 学分)

本课程是电子商务专业的一门专业基础课,是将财务工作的基础知识和基本实践技能相结合的课程。本课程的目的是使学生掌握基本的财务指标的意义,熟悉财务指标的产生过程,同时是对学生进行基本财务核算能力、收集整理信息能力以及团结协作精神培养的课程。该课程从电子商务专业人才培养目标的培养要求出发,以强化技术应用能力培养为主线,构建理论教学体系和实践教学体系。让学生能将基本知识与实际操作联系起来,培养学生的实际操作能力。通过本课程的学习,培养能够体现电子商务专业人才培养目标、具有一定财务理论知识、较强的实际操作技能的高素质技术技能型专门人才。学生能够掌握财务工作的基本知识、基本方法和基本技能,为进一步学习其他相关课程打下坚实的基础;同时在学习过程中培养学生严谨、务实、团结协作的工作作风和自主学习的能力。

9) 互联网+供应链金融 (36 学时/ 2 学分)

本课程的课程目标及课程内容是使学生能够对各类贷款项目进行实质风险审查,并监控各类业务风险的分析及防范措施的制定,能够撰写风险评价报告,对业务操作中可能出现的风险点进行风险提示,出具风控建议与风险程度评估,分析风险来源和影响,并提供解决方案。

10) 产业电商 (B2B) 与新零售 (72 学时/ 4 学分)

本课程是电子商务的一门核心课程。本课程的课程目标及内容是使学生了解

电商发展历史及网络新零售平台,是目前我国电子商务形式中最主要的一种电商新模式,使学生掌握新零售的运行模式和技术支持,能够独立完成店铺的注册和认证、店铺基本设置、发布商品操作。了解店铺流量构成,影响店铺转化率的因素以及客单价相关概念。使学生了解产业电商与新零售模式下仓储管理的概念,入库和分拣作业基本流程。

11) 采购与供应链管理 (72 学时/ 4 学分)

本课程是电子商务的一门核心课程。课程的课程目标及内容是使学生在掌握必备的采购与供应链管理的基本概念和理论的基础上,熟悉我国供应市场,了解典型的采购组织、作业流程、采购管理工作的相关方法,知道并学会各采购环节的常见问题及解决方法。全课程以培养学生的实际操作与运用能力为核心,本课程目的重点在于培训学生的分析问题、解决问题的能力,提高学生创造性能力,为学习后续课程打下坚实基础。

12) 商品学 (36 学时/ 2 学分)

该课程主要是为电子商务专业的学生提供相关的商品使用、质量管理、质量认证和商品检验鉴别知识,使学生能更好地将互联网知识与商品结合起来,使互联网+技术能更好地为商品和企业服务。课程的主要内容包括商品学的一般知识,商品的分类、商品质量、商品属性、商品标准、商品检验、商品包装、商品养护、商品与环境、资源等。通过该课程的学习,培养学生介绍商品、鉴别商品、正确使用商品、保养维护商品的能力,为学生今后从事网络营销营销、产业互联网、互联网+等工作的奠定基础,强化他们的实际操作能力。

13) 电商法律法规 (54 学时/ 3 学分)

本课程的课程目标是使学生了解与电子商务及其相关的法律法规知识,为电子商务的开展提供素质保障。本课程主要内容主要包括网络交易活动、网络交易监管、网络交易合同、消费者保护及产品质量、特殊网络交易、网络交易税务管理、电子支付、其他相关规定等。本课程目的是要求学生通过学习掌握电子商务相关的法律法规知识,保证交易安全、消费者利益和国家利益。

14) 人工智能与产业电商 (72 学时/ 4 学分)

本课程是电子商务的一门核心课程。该课程是近四十年发展起来一门综合性学科。它不仅具有实用价值,而且越来越多地应用到诸多领域,更好地为各行业服务。通过该课程的学习,使学生初步掌握人工智能的基本思想、基本原理

和基本技术，并进而对人工智能的各主要应用领域如专家系统、模式识别、智能机器人等有更多更深的了解，同时掌握产生式系统的组成及知识表示法，工作周期及正向、反向和正反向推理策略。掌握语义网络、框架系统以及面向对象的结构化知识表示方法，并了解其推理机制。

2. 岗位技能课

1) 电子商务的数据化管理（36 学时/ 2 学分）

本课程的课程目标是使学生掌握调查方案设计，数据资料的收集、整理、分析和数据报告的撰写方法及思路，并且通过学习掌握运用相关数据处理工具进行数据分析的能力。本课程内容包括 EXCEL 数据分析、Python 基础及数据分析报告撰写。本课程目的是培养学生市场调查与数据分析工具的使用能力，注重兼顾学生后续工作发展，培养学生在数据资料的收集、整理和分析处理能力，训练学生专业能力、学习方法能力及社会能力。

2) 网页设计与制作（54 学时/ 3 学分）

本课程目的要求学生全面掌握网页设计与制作相关技术及网站维护等基本电子商务技术基础。本课程系统地介绍电子商务网页设计与制作方面的知识，讲解电子商务企业形象网站创建的全过程。主要内容包括：赏析电子商务网站页面、认知 HTML 制作的网页、拍摄与处理商品图片、设计与制作网店结构模块、美化网店的动态效果、创建电子商务网站站点、设计与制作中小企业形象网站首页、设计与制作中小企业形象网站子页、设置 DIV+CSS 布局、制作网页交互特效和设计与制作表单页面。本课程的课程目标是使学生掌握网站的规划、设计、创建与管理等基本网页编程知识与技术，及在网站上进行信息发布的技术及网站维护等技术。

3) 电商文案写作(36 学时/2 学分)

本课程是电子商务专业的一门必修课程，本课程的目的是使学生通过学习系统掌握常用的商务应用文章的实际用途及写作要领，能够使学生在今后工作中具备解决实际商务活动中的文案问题。本课程内容包括商务业务文案、商务策划文案、广告文案、商务公关文案、企业形象识别系统文案、商务契约文案及商务电子文案。本课程目标是提高学生商务文案写作的专业素养，培养学生在电子商务营销活动整体策划的综合能力、创新能力和实践能力。

4) 电子商务软件应用（I）（54 学时/ 3 学分）

本课程是电子商务专业国家大赛软件平台应用课程，本课程目的是兼顾学生后续工作需求培养优秀电子商务学员。本课程的主要内容包括网店装修、网店客服和网店运营三个部分。课程目标是使学生掌握电子商务软件的应用，能分组按角色顺利完成模拟电子商务软件的整个操作过程。本课程要求学生能按角色顺利完成软件的操作，具备电子商务基本技能。

5) 新媒体营销运营（72 学时/ 4 学分）

本课程的目标及内容是通过系统的理论学习和实践，使学生掌握新媒体与自媒体的区别与联系，主流自媒体写作平台及变现途径；让学生全面认识新媒体写作平台的营销价值；让学生掌握简书、领英、今日头条、大鱼号、企鹅号的运营技巧和策略。为学生今后从事相关工作打下坚实基础

6) 网库单品电商实务（72 学时/ 4 学分）

本课程的课程目标及内容是通过本课程的学习，让学生了解电商单品的概念，了解网库集团成立以来做电商单品的过程及这一领域未来的发展趋势。掌握网库集团“单品通”的使用方法及后台操作方法，为将来工作打下坚实基础。

7) 网库集团企业文化（36 学时/ 2 学分）

本课程的课程目标及内容是通过对本门课程的学习，让学生在实习前夕，对网库集团有更加深刻的了解与认识，提前适应网库的工作环境和习惯，帮助学生更快的融入未来的工作，培养学生的职业自豪感和责任感。

8) 网络营销（72 学时/4 学分）

本课程是电子商务专业的一门核心课程。本课程的课程目标是使学生全面认识网络营销，运用网络营销技术为电子商务服务。本课程主要介绍网络营销和移动网络营销等相关知识。网络营销具体包括：网络营销定位，网络推广、运营服务、网络营销管理等内容。为提高学生适应移动网络技术发展及网络营销业态变化，在本课程中加入微信营销、微博营销及移动 QQ 营销等相关内容。本课程要求学生掌握网络营销定位，网络推广、运营服务、网络营销管理等基本内容，进一步掌握微信营销、微博营销及移动 QQ 营销等技巧。

9) 市场调研与分析（54 学时/3 学分）

本课程的课程目标是使学生掌握电子商务企业数据调查，分析数据及为市场营销服务的相关知识。主要内容包括组建调研团队、设计市场调研方案和调查问卷、市场信息的收集、整理与分析、撰写和宣讲市场调研报告等。本课程要求学

生具备大数据获取与分析，撰写和宣讲调研报告等能力。

3. 实践性教学环节

1) 顶岗实习，（36周/936学时/36学分）

本课程的课程目标是教师指导学生在真实的工作环境中，全面且综合实习学生在校所学知识。本课程的主要内容包括学生在规定的时间内，在不同的企事业单位完成既定的工作任务，实现真实工作目标的考核。本课程要求学生认真、积极完成顶岗实习所有工作任务。

2) 毕业论文，（4周/96学时/4学分）

本课程的课程目标学生在教师的指导下能独立完成实习总结及毕业设计，顺利完成学业，达到毕业标准。本课程的主要内容包括学生在规定的时间内，在指导教师的指导下，能独立完成实习总结和毕业设计。本课程要求学生认真、积极完成实习总结和毕业设计，达到毕业标准。

七、教学进度安排及学时分配

1. 电子商务专业教学进程表

建议修读时间	课程编号	课程名称	核心课程	课程性质	学分	学时	学时分配		周学时	课程类别	备注
							理论	实践			
第一学期 (16+4周)	SZ3001	思想道德修养与法律基础		必修	3	48	32	16	3	公共基础	
	GJ3001	大学英语 I			4	64	50	14	[4]	公共基础	
	GJ3003	计算机应用基础			4	64	32	32	4	公共基础	
	GT3001	体育与健康 I			2	32		32	2	公共基础	
	JW0001	军事理论			2	36	36		2	公共基础	
	RW3200	心理健康教育			2	32	32		2	公共基础	
	JG3400	经济学	*		4	64	44	20	[4]	专业素质	
	JG3406	电子商务基础	*		4	64	32	32	[4]	专业素质	
	JG3410	产业互联网基础知识	*		4	64	44	20	[4]	专业素质	
合计					29	468	302	166	29		
第二学期 (18+2周)	SZ3002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		必修	4	72	36	36	4	公共基础	
	GJ3002	大学英语 II			4	72	50	22	4	公共基础	
	GT3002	体育与健康 II			2	36		36	2	公共基础	
	JG3279	管理学基础			4	72	36	36	4	专业素质	
	JG3417	物联网与智能物流	*		4	72	36	36	[4]	专业素质	
	JG3418	电子商务支付与结算	*		3	54	30	24	[4]	专业素质	
	JG3420	市场营销实务			3	54	24	30	3	专业素质	
	JG3433	财务基础知识			2	36	20	16	2	专业素质	
	JG3732	沟通与形象管理		选修	2	36	20	16	2	专业选修	
JG3718	商务沟通与礼仪		2		36	20	16	专业选修			
合计					28	504	252	252	28		
第三学期	GT3003	体育与健康 III		必修	2	36		36	2	公共基础	
	SZ3005	就业指导			2	38	30	8	2	公共基础	

	JG3751	互联网+供应链金融			2	36	18	18	[2]	专业素质	
	JG3752	产业电商（B2B）与新零售			4	72	36	36	[2]	专业素质	
	JG3436	采购与供应链管理			4	72	36	36	[4]	专业素质	
	JG3733	商品学			2	36	18	18	[2]	专业素质	
	JG3452	电子商务的数据化管理			2	36	18	18	[2]	岗位技能	
	JG3716	网页设计与制作			3	54	30	24	4	岗位技能	
	JG3734	电商文案写作			2	36	18	18	2	岗位技能	
	JG3462	电子商务软件应用（I）			3	54	24	30	4	岗位技能	
	JG3723	进出口业务		选修	2	36	8	28	2	专业选修	
	JG3735	电子商务英语		选修	2	36	8	28		专业选修	
	合计				28	506	236	270	28		
第四学期 (18+2周)	GT3004	体育与健康IV			2	36		36	2	公共基础	
	SZ3006	创新创业教育			2	36	28	8	2	公共基础	
	JG3728	电商法律法规			3	54	24	30	4	专业素质	
	JG3475	人工智能与产业电商			2	36	18	18	2	专业素质	
	JG3476	新媒体营销运营			4	72	36	36	[4]	岗位技能	
	JG3477	网库单品电商实物			4	72	36	36	[4]	岗位技能	
	JG3748	网库集团企业文化			2	36	18	18	2	岗位技能	
	JG3408	网络营销	*		4	72	36	36	[4]	岗位技能	
	JG3454	市场调研与分析			3	54	24	30	3	岗位技能	
	JG3730	网上创业			2	36	18	18	6/6	专业选修	
JG3731	电子商务软件应用（II）		选修	2	36	18	18	专业选修			
	合计				28	504	238	266	28		
第五学期 (20周)	JG3049	毕业实习			36	864	0	864	36		36
第六学期 (20周)	JG3050	毕业论文（毕业设计）			4	96	0	96	4		4
	合计				40	960	0	960	40		40
公选课	参看公共选修课汇总表，其中公共艺术类要求在《艺术导论》《音乐欣赏》《美术鉴赏》《舞蹈鉴赏》《影视鉴赏》《书法鉴赏》《戏剧鉴赏》和《戏曲鉴赏》8门艺术限定性选修课程中至少修读4学分。从限定选修课汇总表中选择4门修读，至少修读8学分。							至少12学分			
《形势与政策》课程性质为必修课，课程类型为公共基础课，课程代码SZ3003，每学期8学时，共32学时，1学分。											

2. 实践环节教学进程表

序号	实践环节名称	代码	学分	内容	学期	周数	场所	说明
1	军事技能	JW002	2		1	2	校内/校外	1学分/周
2	劳动教育	JW003	4		1234	4	校内/校外	1学分/周
3	社会实践	JW004	4		1234	4	校内/校外	1学分/周
4	顶岗实习	JG3049	36	电商企业岗位实习	5、6	36	校外	36学分/36周
5	毕业论文	JG3050	4	实习总结	6	4	校内/校外	4学分/4周

3. 教学活动学时分配表

课程类型	课程性质	学分	学时分配			学时比例
			总学时	理论学时	实践学时	
公共基础课	必修课	42	746	342	404	23%
	选修课	12	224	224	0	7%
专业（技能）课	必修课	116	2232	656	1576	67%
	选修课	6	108	46	62	3%
合计		176	3310	1268	2042	100%

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例是 24: 1，双师素质教师占专业教师比例是 60%，本专业具有 1 名高级职称的专业带头人，专任专业教师数量 15 人。专任教师队伍学缘结构多元，高、中、初职称结构合理，以中青年教师为主体，梯队结构合理，是一支专兼结合、教学创新型教师队伍。

2. 专任教师

专任教师具有高校教师资格；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、管理科学与工程、工商管理、计算机科学技术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学研究；有每 5 年累计不少于 5 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人具有副高职称，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，了解行业企业对本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

主要从本专业相关的行业企业聘任，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

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、校内实训基地和校外实训基地等。

1. 专业教室

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，有网络安全防护措施；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，逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训基地

1) 商品采编实训室。

商品采编实训室配备投影设备、白板、计算机，安装 Photoshop、Illustrator、Dreamweaver、Flash、CorelDRAW 等软件；网络接入或 Wi-Fi 环境；配备数码相机、相机三脚架、引闪器、反光板、柔光灯、摄影灯架、静物台、拍摄幕布、背景板等摄影器材，满足大型商品、小型商品以及人物的拍摄需要；拍摄区要求全遮光环境；配备商品展示柜、相关搭配道具等。实训室支持视频采编、图形图像处理、商品信息采编、网络编辑、网页设计与制作等课程的教学与实训。

2) 网络营销实训室。

网络营销实训室配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪，网络接入或 Wi-Fi 环境，配备计算机，安装 MindManager、Office、网页数据采集工具等软件、无线终端(手机或 PAD)；支持消费者行为分析、选品与采购、市场调研与分析、市场营销、网络营销、新媒体营销、移动商务、网络推广等课程的教学与实训。

3) 电子商务数据分析实训室。

电子商务数据分析实训室配备服务器、投影设备、白板、交换机、计算机，可运行 Chrome、IE、Safari Firefox 等常用浏览器的测试终端，安装 Linux/Windows 操作系统、MySQL、.Net 等软件，电子商务数据实训系统；支持程序设计基础、数据库基础、电子商务运营与推广、电子商务数据分析与应用等课程的教学与实训。

4) 电子商务客户服务实训室。

电子商务客户服务实训室配备服务器、投影设备、白板，网络接入或 Wi-Fi 环境，计算机，语音网关、录音服务器、多媒体耳麦、拨号器等呼叫中心实训设

备；支持商务沟通与礼仪、客户服务与管理、客户服务技巧等教学与实训。

5) 电子商务运营实训室。

电子商务运营实训室应配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪，提供网络接入或 Wi-Fi 环境。配备的计算机、无线终端(手机或 Pad)，可运行 Chrome、IE、SafaO、Firefox 等常用浏览器的测试终端，安装 Linux/Windows 操作系统、MySQL、.Net 等软件，可以根据需要构筑不同的商业应用场景。实训室支持电子商务运营、电子商务数据分析、跨境电子商务实践、移动商务运营、电子商务物流及供应链管理等课程的教学与实训。

3. 校外实训基地

具有稳定的校外实训基地；能够开展网络营销推广，网站(店)运营管理、美工设计、电商客服等实训活动，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。

4. 学生实习基地

具有稳定的校外实习基地；能提供网络营销推广、网站(店)运营管理、美工设计、电商客户服务等相关实习岗位，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；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；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 信息化教学

具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

(三) 教学资源

1. 教材选用

建立由专业教师、行业专家和教研人员等组成的教材选用机构，健全教材选用制度，优先从国家发布的教材目录中选用教材，重点从高等教育出版社、中国人民大学出版社、经济科学出版社等出版社选取教材。完善教材评价机制，强化学院、教学基层组织对教材管理的责任。建立教材质量抽查制度，及时根据教材评价和使用情况调整教材，把教材选用纳入专业建设和教学质量评估等考核指标体系。

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：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

3. 数字教学资源配置

数字教学资源配置，本专业国家级的数字教学资源包括：国家教育资源公共服务平台、高等职业教育优秀教学资源全库、中国大学慕课（MOOC）国家精品课程在线学习平台、中国大学慕课（MOOC）优质在线课程学习平台、中国大学慕课（MOOC）爱课程网等五个资源库。本专业校级数字教学资源有鹤壁职业技术学院网络教学综合服务平台、数字鹤院、校级爱课程、校级精品在线开放课程等四个资源库。本专业建设的教学资源库有市场营销在线开放课程、市场调研与技术精品在线资源课程。

（四）教学方法

依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法，达到规定教学目标。在教学过程中倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略，运用启发式、探究式、讨论式、参与式等多种教学方法，坚持学中做、做中学，配合实物教学设备、多媒体教学课件、数字化教学资源、仿真模拟软件等手段，使学生体验电子商务运营、工作过程，达到能灵活运用各方面技能的教学目的，提升教学效率，提高学生的学习积极性和主动性。

（五）学习评价

严格落实培养目标和培养规格要求，实施学校、行业部门、用人单位共同参与的教学质量评价模式，以过程考核为重点，考试与考核、评价相结合，通过课堂教学、职业技能大赛等教学与实践活动，着力培养学生的专业素质与实践能力。

（六）质量管理

1. 学校和二级院系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。

2. 学校和二级院系完善教学管理机制，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.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。

4.专业教研组织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、毕业标准

1. 所修课程（包括顶岗实习）成绩全部合格，修满 176 学分。（其中公共基础课 42 学分、公共选修课 12 学分，专业素质课 45、岗位技能课 27、专业选修课 6 学分，集中实践环节 44 学分）。

2. 取得第二课堂(含素质拓展等) 6 学分。