



山西机电职业技术学院

电子商务人才培养方案 (二年制)

所属系部： 经贸管理系

所属专业群： 电子商务专业群

学制： 二年

培养模式： 二年制大专

专业带头人： 邢淑萍

二〇二三年 七 月

目 录

一、专业名称	错误！未定义书签。
二、入学要求	错误！未定义书签。
三、修业年限	错误！未定义书签。
四、职业面向	错误！未定义书签。
五、培养目标和培养规格	2
（一）培养目标	2
（二）培养规格	2
六、课程设置及要求	4
（一）课程体系构建	4
（二）课程描述	8
七、教学培养进程	32
（一）教学进程安排表	32
（二）专业课程体系学习学分比例表	39
八、实施保障	40
九、毕业要求	44
十、附录	44

电子商务专业 2022 级人才培养方案

(二年制)

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701

二、入学要求

一般为高中阶段教育毕业生或具有同等学历者。

三、修业年限

本专业以 2 年为主，允许有创新创业等需求的学生适当延长修业年限。

四、职业面向

表 4-1-1 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）	职业技能等级证书/技能等级证书/国际化证书
财经商贸大类（53）	5307 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）	销售人员（4-01-02）， 商务咨询服务人员（4-07-02）	1、营销推广员 2、运营管理员 3、网络客户服务员	1、电子商务数据分析（1+X 证书） 2、网店运营推广（1+X 证书） 3、跨境电商 B2B（1+X 证书）

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业主要面向批发业、零售业、互联网和相关服务业企业，培养拥护党的基本路线、思想政治坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有国际视野和终身学习能力的高素质技术技能人才。学生经过专业学习能够掌握网络推广，店铺运营、客户服务、网店美工等专业知识与技能，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，面向商业互联网和商业流通领域的销售人员、商务咨询服务人员

等职业群，能够从事网络营销推广、网店运营管理、客户服务工作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

- A1: 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。
- A2: 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。
- A3: 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。
- A4: 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。
- A5: 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，养成良好的健身和卫生习惯，以及良好的行为习惯。
- A6: 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长及爱好。

2. 知识

- B1: 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。
- B2: 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。
- B3: 掌握计算机应用，网络技术、电子商务的基本知识及新技术，新业态新模式。
- B4: 掌握互联网资料查询，调研及撰写调研报告的基本方法。
- B5: 掌握市场分析，消费者行为分析，以及营销策划的基本方法。
- B6: 掌握商品拍摄，图形图像处理和网络文案写作的基本方法。
- B7: 掌握电子商务数据统计分析的工具使用和报告撰写的基本方法。
- B8: 掌握电商客户服务与管理的相关知识。
- B9: 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。

B10:掌握不同平台网店运营规范与流程。

B11:掌握供应链与供应商管理的相关知识。

3. 能力

C1:具有探究学习，终身学习，分析问题和解决问题的能力。

C2:具有良好的语言文字表达能力和沟通能力。

C3:具有一定的哲学、美学、伦理，计算，数据，交互，互联网思维能力。

C4: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。

C5: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。

C6: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。

C7: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。

C8:能够根据网站推广目标，选择合理的推广方式，进行策划，实施和效果评估与优化。

C9:能够根据不同商品类型进行产品策划与分类管理。

C10:能够根据运营目标采集电子商务平台数据，并依据店铺，客户和产品等各类数据，对其进行分析和预测。

C11:能够正确进行网络营销，设计撰写并实施网络推广策划案。

C12:能够应对客户咨询，处理客户投诉，进行客户个性化服务等。

C13:能够运用移动电子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、主要人才培养模式

电子商务专业主动适应产业结构调整 and 现代服务业需要，精准定位，明确专业建设标准，创新专业人才培养，狠抓专业技能竞赛，规范教学管理过程，大力推进专业内涵建设，积极争取、整合社会资源，创新开放化、多元化办学模式，初步形成了基于工作过程的一个思路、两双工程、三个结合、四个环节、五个对接的人才培养方案。

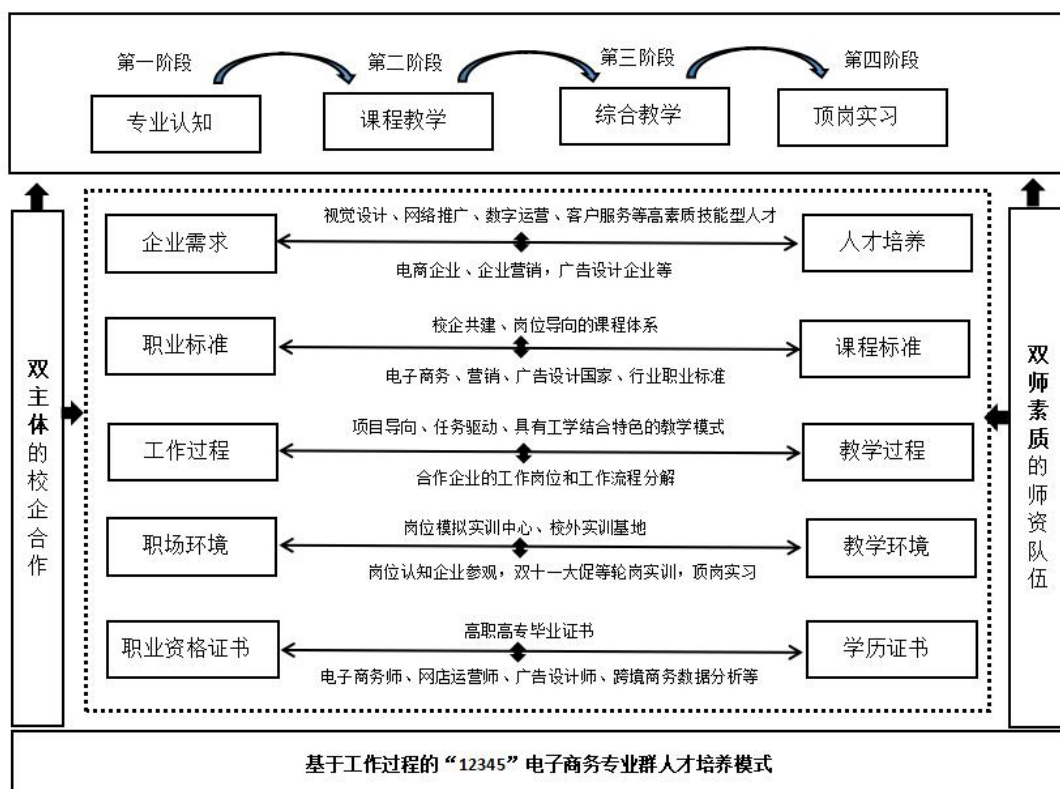


图 6-1-1、基于工作过程的“12345”人才培养模式

基于工作过程的“12345”人才培养模式具体为一个思路，两双工程，三个结合，四个环节，五个对接人才培养模式。“一个思路”，坚持基于工作过程的专业建设思路，制定基于工作过程的专业群及专业人才培养方案；“两双工程”，建立“双主体”的校企合作机制，建成一批优质的专业实训基地；培养“双师素质”的师资队伍，建成专兼结合的教学团队；“三个结合”，采用“课堂教学与职场训练相结合、职业技能培养与职业资格鉴定相结合、课业考核与岗位考核相结合”的“三个结合”教学方式，拓展专业人才培养渠道；“四个环节”，加强“专业知识→课堂教学→综合教学→顶岗实习”四个教学环节的管理，提高专业人才培养质量；“五个对接”，实现“专业培养目标与行业对接；课程标准与职业标准对接，课程与岗位对接；教学过程与生产过程对接；教学环境与企业新技术、新工艺对接；学历证书与职业资格证书对接”。

七、课程设置

（一）课程体系构建

1.专业课程设置

表 7-1-1 岗位典型工作任务与学习领域课程对照表

工作岗位	典型工作任务	职业行动领域	学习领域
运营管理员(PC端, 移动端) (内贸与跨境)	1、开设店铺	选择第三方电商平台或自建平台, 准备店铺申报资料, 进行网店设计装修, 上架产品, 完善产品信息, 优化店铺页面。	电子商务美工, 网店运营实务, 新媒体营销
	2、店铺日常管理	确定店铺各岗位人员分工, 店铺人员考核制度和绩效分配制度的制定及实施。	管理学基础
	3、会计核算	建立会计账簿, 登记会计资料, 进行会计核算, 编写会计报表。	基础会计
	4、优化商品标题	挖掘关键词, 建立关键词词库, 商品标题制作与优化, 网页标题优化。	网店运营实务
	5、搭建优化搜索推广账户	搭建搜索推广账户, 制定搜索推广策略, 优化推广计划与推广组	网络营销, 网店运营, 跨境电商
	6、搭建与优化信息流推广账户	搭建信息流推广账户, 制定信息流推广策略, 优化信息流推广计划与推广组	网络营销, 网店运营实务, 跨境电商
	7、网络推广产品	选择确定营销推广工具, 制定产品推广计划, 实施推广计划, 评估推广效果。	网络营销, 网店运营实务, 跨境电商
	8、分析数据进行类目优化	收集平台数据、利用数据分析工具和模型进行数据分析, 撰写数据分析报告, 根据报告内容优化店铺类目。	网店运营实务, 电子商务数据分析, 电子商务物流
网络推广员	1、组织平台推广活动	选择产品推广渠道, 设计渠道推广方案, 准备平台申报资料, 实施店铺推广方案, 评估推广效果, 撰写活动推广报告。	网络营销, 市场调查与分析, 网店运营实务, 网络营销

	2、进行新媒体推广策划	创建新媒体账号，设计新媒体运营整体方案，常规新媒体运营（软文写作，视频编辑，活动策划），评估新媒体运营效果，撰写新媒体运营评估报告。	网络营销 市场营销基础
	3、跨境平台推广	境外平台账号注册，根据平台规则设计推广方案，英文软文写作，视频录制及编辑，活动策划，评估平台推广效果，撰写平台推广效果报告。	跨境电商
网络客户服务员	1、客户咨询服务	设置千牛平台常规问题回复，回复客户随机问题，根据顾客购物车记录进行相关产品推荐，介绍店铺活动。	客户关系管理实务，网店运营实务，电子商务物流
	2、处理客户投诉/举报	处理退换货订单，处理客户投诉，对接快递，追加客户好评，客户备注。	客户关系管理实务
	3、客服数据整理分析	分析店铺顾客信息，制定店铺拉新及维护老顾客方案，监测平台客流量，实施维护老顾客及拉新方案，挽留客户关注店铺，推荐关联产品，客服数据定期汇总分析及客服绩效核算。	客户关系管理实务

2、课程体系简述

根据立德树人的根本要求和技术技能人才成长的规律，构建“五平台、四模块、三融合”的“岗课赛证”四位一体课程体系。根据课程性质将课程分为：通识课程模块、专业（群）课程模块、实践课程模块、就业课程模块；三融合指“项目提炼+信息技术+课程思政”融入课程内容教学中，发挥课堂育人主渠道作用。如图 7-2-1 所示



图 7-2-1、 电子商务专业课程体系图

(1) 通识课程模块

通识课程模块包含**文化素质教育平台**（体育与健康、中华优秀传统文化、应用高等数学、高职基础英语、机电行业职场英语、素质拓展活动公共艺术+艺术实践）、**思政教育平台**（思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想、形势与政策教育、中共党史、大学生心理健康教育、劳动教育、大学生安全教育、军事课）、**创新创业教育平台**（新创业基础、创新创业实践、创业孵化实践、大学生职业发展和就业指导、KAB 专项培训、SYB 专项培训）、**机电基础平台**（工程制图、电工电子技术）、**信息技术平台**（信息技术+人工智能、机器人技术、3D 打印及逆向设计）等五大平台。

(2) 专业课程模块

专业课程模块包括专业基础平台课程、专业核心平台课程、专业拓展课程、专业综合实践课程等 4 类平台课程。

专业基础平台课程是专业群共有的基础课程，按专业构建专业后续发展平台，它是后续专业课程学习的基础，包含市场营销基础，基础会计，市场调查与分析，管理学基础。

专业实践课程包括各专业独立开设的课程设计、实习实训以及跟岗、顶岗、就业实习、技能竞赛、职业技能等级证书等课程。

专业核心课程设置经过认真调研凝练，贴合专业岗位任务，突出技术应用，具体包括客户关系管理、新媒体营销、电子商务数据分析、网络营销、网店运营实务、电子商务美工、电子商务物流。

专业拓展课程可供互选，以就业为导向，以提升学生专业综合素质和增强学生岗位迁移、转岗能力为目标，从用人单位的实际需求出发，具有一定前瞻性和拓展性，充分体现专业特色和行业特点，包括跨境电商、直播电商运营、电子商务摄影技术。

3.专业实践体系设计

表 7-1-3 专业实践教学体系表

实践层次	开设学期	学时	学分	实践项目	实习内容/任务	实习形式 (随课程 实习/课 程实习/ 顶岗实习 /企业实 习)	考核 要求	实训地点及主 要合作企业	相应 课程
基础实训	1	40	2	PS 图像处理实训 项目:某产品图片初步处理	掌握 PS 作图工具使用方法,能够利用 PS 进行初步图片处理	课程实习	完成项目任务	校内电子商务综合实训室	PS 图像处理
	1	40	2	电子商务沙盘实训 项目:虚拟平台电商公司运营	了解电商运营流程,理解电商公司运营推广核心思路	课程实习	完成项目任务	校内电子商务综合实训室	电子商务概论
专	1	20	1	电商专业认知实训 项目:认识某电商公司	了解电商运营全流程,了解电商核心岗位的工作内容和职责	企业跟岗	完成项目任务	长治易淘电子商务有限公司,振东集团电商部	
	2	80	4	电子商务美工实训 项目:网店产品图片	掌握网店不同图片设计与制作方法和	课程实习	完成项目	电子商务专业群生产性实训	电子商务

项 实 训				设计与制作	技巧,对接电商平台实际要求与消费者需求,强化美工设计技能		任务	基地,校内电子商务综合实训室	美工
	3	100	4	电商节综合实训 项目:双十一某品牌线上推广、销售及客服业务	了解电商节店铺线上推广、销售及客服工作内容,参与产品上新,平台活动设置、售前售后客服等具体工作	企业实习	完 成 项 目 任务	杭州轻创电子商务有限公司,电子商务专业群生产性实训基地	客 户 关 系 管 理 实 务、 网 络 营 销
	2	60	3	网络营销实训 项目:某电商公司产品网络推广(付费流量+免费流量获取)	了解付费流量与免费流量获取方法和渠道,掌握不同流量获取技能	企业实习	完 成 项 目 任务	电子商务专业群生产性实训基地	网 络 营 销
	3	60	3	网店运营实训 项目:电商平台店铺(拼多多/淘宝)基础运营	了解拼多多/淘宝店铺产品运营思路,能够进行单品运营操作	企业实习	完 成 项 目 任务	电子商务专业群生产性实训基地	网 店 运 营 实 务
	3	40	2	跨境电商实训 项目:亚马逊平台店铺运营	掌握亚马逊平台店铺运营基本规则,能够独立完成单品运营操作	企业实习	完 成 项 目 任务	山西佳贝电子商务有限公司	跨 境 电 商
毕 业 综 合 实 训	4	160 (2 个 月)	10	1.了解企业概况 2.岗位认识 3.跟岗实习(营销推广、运营管理与客户服务等岗位)	1.了解企业文化,了解企业各种规范与制度,熟悉企业环境,了解电子商务企业管理流程; 2.熟悉本专业的相关岗位:了解电商企业网络运营与推广等岗位职责与任职要求,学习企业相关新的技术和应用状	跟岗实习	实 习 报 告	1、长治市易淘电商园 2、长治市唯美诺创业园 3、长治市巨星电商产业园	

					况。了解电子商务发展方向与趋势。				
	4	320 (4个月)	30	营销推广、运营管理与客户服务等岗位顶岗实习。	熟练掌握营销推广、运营管理与客户服务等核心岗位工作技巧,熟练使用岗位常用软件和工具,积累实际工作经验。	顶岗实习	毕业综合实践报告	1、山西鸿联九五信息技术有限公司 2、杭州东印电子商务有限公司 3、山西尚淘电子商务有限公司 4、山西贡天下电子商务有限公司 5、山西振东集团电商部 6、京东物流华北分公司	

4.职业技能竞赛体系设计

表 7-1-4 专业职业技能竞赛体系表

序号	竞赛名称	竞赛目标	竞赛级别(系级/校级(市级)/省(行业)级/国家级)	竞赛形式(实操、笔试、表演等)	与专业课配合情况
1	GZ-2019040 电子商务技能赛项(全国)	促进专业建设与专业课程改革,以赛促教,促进大赛内容与课程相互融合,同时对专业优秀学生进行卓越	省级	本赛项为团体赛。大赛由运营,美工,客服三部分构成,运营,美工 100%实操。	1、电子商务美工 2、网店运营实务 3、客户关系管理实务

	职业院校技能大赛高职组)	培养。		客服 30%理论，70%实操。	4、网络营销
2	全国大学生电子商务“创新创业”挑战赛	提升学生创新创业能力，培养团队协作意识，为就业积累经验。	国家级	策划方案+路演（团队协作）	1、网络营销 2、网店运营 3、新媒体营销

5.职业技能等级证书（1+X 证书）设置

表 7-1-5 专业职业技能等级证书（1+X 证书）设置表

序号	专业名称	专业性 质（国家、省 重点、 特色）	证书 名称	发证单位	与考证相关课程	学时 （理论+实 践）	合 计
1	电子商务		网店运营推广职业技能等级证书（中级）	北京鸿科经纬股份有限公司	网店运营实务	56	288
					网络营销	56	
					网络营销实训	60	
					网店运营实务实训	60	
			电子商务数据分析（中级）	北京爱博导股份有限公司	商务数据分析	56	56
			跨境电商 B2B 数据	阿里巴巴（中国）教	跨境电商	56	112

			运营（中 级）	育科技有限 公司	网络营销	56	
--	--	--	------------	-------------	------	----	--

(二) 专业课程描述 (群内共享课程不在此描述)

表 7-2-1 市场营销基础

课程名称	市场营销基础	学 时	56
开设学期	1	学 分	3
课程目标: <p>通过本课程的学习,理解新的营销视角、营销理念和营销思维,了解市场营销策划的基本理念,掌握撰写营销策划方案的基本方法和基本流程,熟悉不同主题策划内容的特点和要求,理解不同主题策划的方法和要求,能够对整体市场营销活动或专项市场营销活动进行分析,构思,设计和制定市场营销策划方案。</p>			
课程内容: <p>本课程主要内容有市场营销策划流程,市场营销调研策划,市场定位策划,品牌策划,广告策划,促销渠道策划,价格策划,产品策划,企业形象策划,网络营销策划等。通过营销策划准备,营销推广,节日活动,产品广告,新品上市,公共关系活动,企业形象策划7个项目的实施来达到教学目标。</p>			

表 7-2-2 管理学基础

课程名称	管理学基础	学 时	56
开设学期	1	学 分	3
课程目标: <p>通过本课程的学习,了解现代企业管理的基本原理,理解并掌握计划、组织、指挥、协调、控制五大职能在现代企业中的应用技巧与方法,能够运用管理学的基本理论和方法分析管理过程出现的问题,并提出建议或解决策略。</p>			
课程内容: <p>管理学的基本理论和基本方法,管理理论发展过程,管理的五项职能即计划、组织、指</p>			

挥、协调、控制的相关内容和相互关系。本课程通过企业组织结构设计，工作计划编制、目标制定、员工沟通和激励等 5 个项目的实施来达到教学目标。

表 7-2-3 基础会计

课程名称	基础会计	学 时	56
开设学期	2	学 分	3
课程目标： <p>通过本课程的学习，了解会计法规，明确会计人员的职责，掌握会计账务处理工作过程中会计核算的基本知识和方法，能够完成制造型（或流通）企业的建账—填制和审核凭证—登记账簿—财产清查—编制报表—整理档案的整体账务处理工作。</p>			
课程内容： <p>建立会计账簿；审核与填制会计凭证；登记会计账簿；编制会计报告；分析财务报告；整理会计档案。本课程通过审核和填制原始凭证、记账凭证，登记日记账、明细账和总账，编制资产负债表、利润表、现金流量表，整理会计档案 8 个项目的实施，达到教学目标。</p>			

表 7-2-4 市场调查与分析

课程名称	市场调查与分析	学 时	56
开设学期	3	学 分	3
课程目标： <p>通过本课程的学习，掌握市场调查方案的设计、设计调查问卷、处理与分析市场调查数据、撰写调研报告的基本知识和方法，能够根据任务要求完成市场调查方案的设计、数据的收集处理和市场调研报告的撰写。</p>			
课程内容： <p>本课程主要内容有市场调查概述、调查方案设计、调查问卷或调查提纲设计、市场调查方法、调查数据整理与分析、调查报告的撰写等。本课程通过制定市场调查工作程序，设计市场调查方案，设计调查问卷等 8 个项目的实施来达到教学目标。</p>			

--

表 7-2-5 网络营销

课程名称	网络营销	学 时	56
开设学期	3	学 分	3
课程目标： <p>通过本课程学习，掌握较全面、系统的网络营销理论知识，熟练掌握网络营销策略、战术、执行各层面的工具和方法，能够根据产品类目选择网络推广工具，制定网络推广方案，撰写推广策划书、组织并实施策划案，评估推广效果等。</p>			
课程内容： <p>本课程内容：网络市场调研，邮件营销，搜索引擎，许可 EMAIL 营销，网络广告，网络营销策划方案的撰写等。本课程通过推广前准备，网络推广活动设计等 5 个项目的实施来完成教学目标。</p>			

表 7-2-6 客户关系管理实务

课程名称	客户关系管理实务	学 时	56
开设学期	3	学 分	3
课程目标： <p>通过本课程的学习，了解客户服务工作流程，掌握客户投诉处理技巧，能够对客户提出的一般性商务问题提供客户咨询服务，能够处理网络客户投诉，处理客户中差评，能够建立，维护和利用客户数据库进行数据分析等。</p>			
课程内容： <p>本课程主要内容有客户关系管理的基本概念、处理方法和整体流程、行业应用案例和具体软件使用等，本课程通过客服基础知识准备，售前客服，售中客服，售后客服等 5 个项目来实施，完成教学目标。</p>			

表 7-2-7 电子商务数据分析

课程名称	电子商务数据分析中级考证	学 时	56
开设学期	4	学 分	3
课程目标： <p>通过本课程的学习，了解商务数据分析的常用工具和模型，掌握数据资料的收集、整理、分析和数据分析报告的撰写方法，能够利用 EXCEL 数据分析方法及时发现市场、运营、产品三类指标的异常数据并进行运营优化。</p>			
课程内容： <p>本课程主要内容有电子商务数据化运营认知、数据采集与处理方案制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控、报告撰写。本课程通过数据采集与处理方案制订、市场数据分析、数据监控等 7 个项目的实施，达到教学目标。</p>			

表 7-2-8 电子商务美工

课程名称	电子商务美工	学 时	56
开设学期	2	学 分	3
课程目标： <p>通过本课程的学习，了解商品拍摄的基本方法，掌握商品拍摄的基本技巧，掌握网店美工图像处理基本操作、选区的创建与编辑、图层的应用等，能够独立完成产品图片的拍摄及后期处理，能够设计海报、详情页、主图、店招等网店美工核心要素。</p>			
课程内容： <p>本课程主要内容有商品信息采集与摄影理论、拍摄方法与技巧、图片处理技巧等内容。本课程通过商品主图拍摄与制作，商品详情页制作等 4 个项目的实施来完成教学目标。</p>			

表 7-2-9 网店运营实务

课程名称	网店运营实务	学 时	56
开设学期	4	学 分	3
课程目标： <p>通过本课程学习，了解和掌握淘宝网的平台规则和运营数据分析技巧，掌握网店运</p>			

营方法和技巧。能够完成网店前期筹划，网店美工设计与装修，网店平台及自媒体推广策划，及网店客服管理等。

课程内容：

本课程主要内容开店准备工作，店铺装修工作，商品及店铺管理工作，客服工作，店铺推广工作等。本课程通过电商创业公司淘宝新店铺的管理运营项目的实施来完成教学目标。

表 7-2-10 电子商务物流

课程名称	电子商务物流	学 时	28
开设学期	4	学 分	3
课程目标： <p>通过本课程的学习，了解物流活动的全过程，掌握电子商务物流模式，物流配送中心的作业流程，库存控制和管理等。能够跟踪采购进程，组织实施采购方案，进行入库作业，搬运作业，储存作业，盘点、出货管理作业，流通加工管理等，能够编制分拣配送作业计划，能够进行配送设备设施的管理，优化配送线路等。</p>			
课程内容： <p>本课程主要内容电子商务物流系统与功能，电子商务物流供应链管理，电子商务物流模式，电子商务物流配送中心，电子商务物流信息技术等。本课程通过仓促管理，运输管理，配送管理等 5 个项目的实施来达成教学目标。</p>			

表 7-2-11 跨境电商

课程名称	跨境电商	学 时	56
开设学期	3	学 分	3
课程目标： <p>通过本课程的学习，了解国际贸易交易流程，了解跨境电商平台运营规则，掌握跨境店铺网络推广及运营技巧，能够在跨境平台开店，进行日常运营管理及客户服务等活动。</p>			
课程内容： <p>本课程主要内容有客户开发准备，网店注册，平台规则，产品价格核算，产品类目，产品英文标题，产品属性信息，产品发布与优化，国际物流与货物运输，营销手段，纠纷处理等。本课程通过开店准备，店铺运营，店铺推广等 6 个项目的实施来达成教学目标。</p>			

表 7-2-12 新媒体营销

课程名称	新媒体营销	学 时	56
开设学期	4	学 分	3
课程目标： <p>通过本课程的学习，了解新媒体营销与运营的特点，掌握新媒体运营推广技巧及常规工具。能够在电商平台完成新媒体营销推广活动的策划及实施及活动数据分析。</p>			
课程内容： <p>本课程主要内容新媒体营销基本特点和平台、新媒体营销内容策划、新媒体营销实操、新媒体营销活动数据分析管理等。本课程通过新媒体平台运营项目的实施来达成教学目标。</p>			

（三）课程设置与学时进度分配

表 7-3-1 本专业课程设置与学时进度分配表（普通二年制课程设置）

课程类别	序号	课程代码	课程名称	学分	计划学时	各学期周数、学时分配						教学场所及学时分配				考核方式
						1	2	3	4	5	6	学校	企业			
						15	15	15	15	15	15	集中授课	企业培训	任务训练	岗位培养	
职业基本素质课程	1	90000105-07	体育与健康	5	84	2/15	2/15	2/15								③
	2	90080116	中华优秀传统文化	1.5	28		2/15									③
	3	90080113	应用高等数学	1.5	28	2/15										③
	4		商业英语	1.5	28	2/15										③
	5	90130107	军事课	2+2	36+12											③
	6	90090114	思想道德与法治	3	36+1	2/										③

				2	15										
7	90090125	习近平新时代中国特色社会主义思想	3	36+1 2			2/ 15								③
8	90090117	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	36		2/ 15									③
9	90080104	大学生心理健康教育	2	16+1 6		2/ 15									③
10	90060102	人工智能				2/ 15									③
11	90130101 -03	大学生安全教育	1	12	2/ 3	2/ 3									③
12	91120104 -05	大学生职业规划和就业指导	2	16+1 6	2/ 4		2/ 4								③
13	90130101 -03	劳动教育	1	16	2/ 3	2/ 3	2/ 2								③
小计															
1	70011101	市场营销基础			4/ 15										③
2	70011103	基础会计			4/ 15										③
3	70011105	市场调查与分析			4/ 15										③
4	73821208	电子商务概论			4/ 15										③
小计															

专业 核心 课	1	73821201	网络营销				4/ 15									⑤③
	2	73821202	客户关系管理实务					4/ 15								⑤③
	3	73821203	新媒体营销					4/ 15								③
	4	73821204	电子商务数据分析				4/ 15									③
	5	73821205	电子商务美工				4/ 15									⑤③
	6	73821206	网店运营实务				4/ 15									
	7	73821207	电子商务物流				4/ 15									
	小计															
专业 拓展 课程	1	73831201	跨境电商					4/ 15								
	2	73831202	直播电商实务					4/ 15								
	3	73831203	短视频创作					4/ 15								
	小计															
	专业拓展限选课最低要求学分															
总学分、总学时、必修课+限选课周学时合计																
说明：																
1、考核方式：①笔试，②面试，③任务考核，④业绩考核，⑤机考；																

2、▲为选修课程，▲*为建议选修课程

（四）专业课程体系学时学分比例分配表

表 7-4-1 电子商务专业课程体系学时学分比例表

类 别		课程数量	学分	学时分配			备注
				总学时	理论学时	实践学时	
通识教育模块 (共*学时, *学分)	文化素质	4	6	220	108	112	
	思政教育	3	8	332	0		
	创新创业	2	4	64	0		
	机电基础	0	0	0	0		
	信息技术	3	9.5	96	0		
	小计	13	27.5	712	600	112	
专业教育模块 (共*学时, *学分)	专业基础	4	14	224	112	112	
	专业核心	7	24.5	392	196	196	
	专业拓展	3	10.5	168	84	84	
	小计	17	38.5	784	392	392	
综合素质与实践教学(共 *学时, *学分)	综合素质实践课程	8	10				
	专业实践课程	9	46	480	0	480	
	小计	17	56	480	0	480	
就业教育模块	校企就业培训包	1					

(共 1 学分)	小计	1					
合 计		49	122	1976	992	984	总学分
理论与实践教学学时比例					3.8	6.2	
公共基础课课时比例（*学时）					33%		
选修课课时比例（*学时）					11.01%		

(五) 课程与培养规格的相关度

表 7-5-1 电子商务专业课程矩阵表

课程设置	培养规格																													备注	
	素质						知识											能力													
	A	A2	A3	A4	A5	A6	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12		C13
市场营销基础		中	强	弱	弱	弱					强												强								
管理学基础		中	强	中	弱	弱																									
基础会计		中	弱	中	弱	弱																									
市场调查与分析		中	中	中	弱	弱				强	强		强								强										
网络营销		中	中	强	弱	弱				强	强	强											强		强					强	
客户关系管理实务		中	中	强	弱	弱								强													强	强	强		
新媒体营销		中	中	强	弱	弱					强	强			强						强				强		强	强			
电子商务数据分析		中	中	中	弱	弱							强								强										
电子商务美工		中	中	中	弱	弱						强			强							强		强							
网店运营实务		中	中	中	弱	弱					强	强	强	强	强	强							强	强	强	强			强	强	
电子商务物流			中	强	弱	弱											强														
跨境电商		中	中	中	弱	弱						强			强	强								强							

	<p>说明：1. “人才培养规格”中的素质、知识、能力目标分别用 A、B、C 加标号的形式表述。例 A1、B2。</p> <p>2. 矩阵表中“强”表示强相关，“中”表示中相关，“弱”表示弱相关。</p> <p>3. 1 门课程对应的能力不能超过能力总数的一半。</p>
--	--

八、教学进程总体安排

（一）教学进程总表

表 8-1-1 教学进程总表

序号	教学环节	第一学年		第二学年		第三学年		合计 (周)
		1	2	3	4	5	6	
1	入学教育与军训	3						3
2	劳动	根据具体安排确定劳动时间						
03	理实教学（具体周数可根据实际适当调整）	14	14	13	13	9	0	63
04	实践教学（基础实训、专项实训、综合实训） （具体周数可根据实际适当调整）	4	5	5	6	6		26
05	科技文化体育艺术节		1		1			2
06	顶岗实习						16	16
07	毕业设计（或论文等）						2	2
08	机动（含法定公休日）	1	1	1	1	1	1	9
10	考核	1	1	1	1	1	1	6
11	学期计划总周数	20	20	20	20	20	20	120
12	寒暑假	5	7	5	7	5	7	36
合 计		25	27	25	27	25	27	156

九、实施保障

（一）师资队伍

1、师资队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，专业教师中具有“双师素质”的教师比例达到 90%以上。专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构，高级职称、中级职称、初级职称教师的比例合理。

2、专任教师

专任教师应具备本专业或相近专业研究生以上学历或硕士学位，或具有 5 年以上企业实践的企业技术骨干。专任教师应接受过职业教育的培训，并取得高等学校教师资格证和本专业职业资格或技能等级证书，具有开发职业课程的能力。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，市场营销相关专业本科及以上学历；具有扎实的电子商务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；每五年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3、专业带头人

原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握专业发展趋势，能广泛联系行业企业，了解行业企业对电商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。专业结合双专业带头人应掌握前沿的职业教育人才培养理念、教育教学理论和方法，能正确把握本专

业行业的发展方向，具有较高的教科研水平和丰富的实际工作经验。

4、兼职教师

主要从电商企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的电商专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上行业相关专业技术资格，能承担课程与实训教学、实习指导等专业教学任务。企业兼职教师承担的专业课时占专业总课时比例不低于 30%。

本专业现有教师 7 人，讲师 4 人，副教授 2 人，骨干教师 4 人，具有“双师”素质教师 5 人，师资队伍中“双师”素质教师比例达 71%以上。生师比为 20:1。教师全部具有市场营销相关专业硕士学历，信息化教学能力与教学基本功扎实，多人多次获得省级教学能力与信息化设计大赛的奖项，90%的教师已经顺利通过了一门课程的项目化测评并落地实施，师资队伍基本可以满足专业教学的需要。

（二）教学设施

1、专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具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、保持逃生通道畅通无阻。

2、校内实训室基本要求

（1）商品采编实训室

配备投影设备，白板，计算机，安装 Photoshop, Illustrator Dreamweaver, Flash, CoreIDRAW 等软件网络接入或 WiFi 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。用于视频采编、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

配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入或 WiFi 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）。用于消费者行为分析、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

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。用于程序设计基础、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

配备服务器、投影设备、白板，网络接入或 WiFi 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。用于商务沟通与礼仪、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

配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入或 WiFi 环境；计算机，无线终端（手机或 PAD），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，根据需要构筑不同的商业应用场景。用于电子商务运营、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实训。

3、校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够提供开展网络营销推广，网店（站）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、学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供网络营销推广、网店（站）运营管理、美工设计、电商客服等相关实习岗位，能涵盖当前电商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、支持信息化教学方面的基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导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、提升教学效果。

本专业现有电商综合实训室 1 个，配备教师机一台，学生机 48 台，全国职业院校技能大赛电子商务赛项竞赛软件与市场营销赛项技能软件各一套。电商创客中心一个，其中配备图形工作站 8 套，纳米黑板，展柜 2 个，摄影设备一套，直播套装一套商品采编设备一套，本实训室兼具商品采编及电子商务运营实训功能。基本可以满足专业教学的需要。校外实习实训基地现有杭州宝尊电子商务有限公司，金威超市电商部，长治商厦电商部，长治易淘等多个企业，能够完成电商岗位认知实训，网路营销等实训，教学设施基本可以满足专业实训的需要。

6、实践教学保障机制

为保障实践教学的顺利实施，按照实践教学质量管理要求，强化实践教学内涵建设。通过建立健全实践教学保障机制，制定科学合理的实践教学考核标准及操作规程，建立完整齐全的学生校内实训手册和校外实习档案，做到实践教学的“六落实”，即组织落实、时间落实、地点落实、制度落实、人员落实和经费落实，使实践教学实现标准化、规范化和科学化。

（三）教学资源

1. 课程教学资源库网站平台

依托学校现代化信息平台资源,构建电子商务专业核心课教学资源库网站平台。每门课程设置课程简介、课程定位、授课计划、教案、视频资料、教学条件、教学方法与手段、教学评价、习题与试题库、课程建设规划、师资队伍、在线测试、教学参考资料等内容,学生可以查阅学习资源,自主学习、自主测试,教师网上答疑,通过网络交流讨论,促进师生互动。同时方便兼职教师直接参与校内的教学活动,将企业的资源转化为教学资源,丰富教学资源内容,实现优质专业教学资源共享。

2. 教材资源

优先选用国家级、省级获奖教材、规划教材。鼓励教师与行业企业专家合作,共同开发突出高等职业教育特色、体现基于工作过程和职(执)业技能等级培训内容特点的模块化、项目化、活页式、工作手册式教材。本专业图书的数量不少于每个学生 50 本,图书的新添置量每年不少于 5%。

（四）教学方法

1. 加强对学生实际职业能力的培养,强化案例教学或项目教学,注重以任务引领型案例或项目作业来诱发学生兴趣,使学生在案例分析或完成项目的过程中掌握操作。

2. 以学生为本,注重“教”与“学”的互动。通过选用典型活动项目,由教师提出要求或示范,组织学生进行活动,让学生在活动中增强职业意识,掌握本课程的职业能力。

3. 注重职业情景的设计,以多媒体、录像、案例分析、角色扮演、实训等多种方式来提高学生分析问题和解决问题的职业能力。

4. 教师必须重视实践,更新观念,加强校企合作,实行工学结合,走产学研相结合的道路,探索中国特色职业教育的新模式,为学生提供自主学习的时间和空间,为学生提供轮岗实训的机会与平台,积极引导提升职业素养,努力提高学生的创新能力。

（五）教学评价

1. 教学评价建议

教学评价主要包括用人单位对毕业生的综合评价,行业企业对顶岗实习学生的知、能、素的评价,实习指导教师对实践能力的评价,教学督导对教学过程组织实施的评价,教师对教学效果的评价,学生对教学团队教学能力的评价,学生专业技能认证水平和职业资格通过率的评价,专业技能竞赛参赛成绩的评价,社会对专业的认可度评价等,形成独具学校特色、开放式、自主型的教学质量保障体系。

2. 教学考核建议

(1) 职业基础课程建议采用笔试与实践能力考核相结合的形式,实践成绩占 30%,笔试成绩占 70%。

(2) 职业能力课程和职业拓展课程采用技能测试、笔试相结合的方法。笔试占 40%;技能测试包括功能测试、技艺评测和过程评价,占 60%。

(3) 职业技能训练课程主要采用技能测试,重点关注功能测试、技艺评测和过程评价。

(4) 顶岗实习和毕业设计由校企人员组成的评定委员会根据学生出勤情况、月实习报告、顶岗实习总结、毕业设计论文或综合实践报告、带队或指导老师对学生的鉴定报告、企业对学生的评价鉴定、答辩情况,综合定性给出优秀、良好、及格、不及格四个评价等级。

(5) 建议学生考取相应的职业资格证书。相应的职业资格证书标准应纳入专业人才培养方案。

(六) 质量管理

1. 完善学生学习过程监测、评价与反馈机制,不断改进学习过程管理和评价,加大过程考核、实践技能考核成绩在课程中成绩中的比重。严格考试纪律,健全多元考核评价体系,引导学生自我管理、主动学习,提高学习效率。强化实习、实训、毕业设计(论文)等实践性教学环节的全过程管理与考核评价。通过教学环节、过程监控、质量评价和持续改进,促进人才培养目标和培养规格的达成。

2. 完善教学管理机制,加强日常教学组织运行与管理,完善巡课和听课制度,严格教学纪律和课堂纪律管理。在学院教务处和教学督导处的领导和专业教学委员会的指导下具体负责本专业的教学管理工作,并成立二级督导组负责教学全过程的监控。

3.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，对培养目标是否达成进行定期评价。校企合作共同修订教学质量内部评价标准，引入社会评价机构开展第三方评价，形成内部评价与外部评价相结合的多元化人才培养质量评价机制。

4.有效利用评价分析结果改进专业建设有关工作，持续提高专业建设水平和人才培养质量。学院委托麦可思人力资源信息管理咨询公司开展第三方评价，对本专业毕业生的就业率、月薪、失业率、失业量、离职率、工作与专业对口率、求职成本、求职强度等各项指标进行评价，并以此为引导，推动专业建设、教学模式、教学理念、教学内容的改革，培养紧跟社会发展、符合行业需求、具有可持续发展潜力的高级技术技能人才。

十、毕业要求

（一）学时及学分要求

学生需通过专业群人才培养方案中规定的所有课程考试，修满各专业所规定学分学时。其中：机电平台课程 7 学分 112 学时，专业群基础课程 14 学分，专业群核心课程 23 学分，专业群拓展课程 10.5 学分，鼓励学生考取 2 个职业技能等级证书，参与 2 项技能竞赛，不少于 3 学分的素质拓展课程等。

（二）素质要求

思想素质要求：思想品德评定合格

身体素质要求：达到国家颁布《学生体质健康标准》的要求

（三）证书要求

1. 计算机等级证书：学生必须参加全国计算机等级考试一级考试，通过记 2 学分。

2. 职业技能等级证书：实行学历证书和职业技能等级证书“双证书”制度。学生必须参加相关工种的职业技能认定，必须取得跨境 B2B，网店运营推广等职业技能等级证书、电子商务师中级等中的一项，记 2 学分。

十一、制订与审核

制订人员签字（行业、企业人员不少于 2 人）：

年 月 日

论证人员签字（行业、企业专家不少于 2 人）：

系专业建设委员会主任（签字）：

年 月 日

专业带头人或教研室主任意见：

签字：

年 月 日

院(部)审核意见：

负责人签字：

年 月 日

教务处复审意见：

负责人签字：

年 月 日

分管院领导审批意见：

签字：

年 月 日

学校党委会意见：

（另见党委会决议）

年 月 日