

# 电子商务专业人才培养方案

## 目 录

一、专业名称及代码 .....	2
二、入学要求 .....	2
三、修业年限 .....	2
四、职业面向 .....	2
五、培养目标与培养规格 .....	2
(一) 培养目标 .....	2
(二) 培养规格 .....	3
六、课程设置及要求 .....	4
(一) 公共基础课程 (830 学时, 50 学分) .....	4
(二) 专业 (技能) 课程 (1956 学时, 103 学分) .....	8
七、教学进程总体安排 .....	16
八、 实施保障 .....	16
(一) 师资队伍 .....	16
(二) 教学设施 .....	17
(三) 教学资源 .....	18
(四) 教学方法 .....	18
(五) 学习评价 .....	19
(六) 质量管理 .....	19
九、毕业要求 .....	19
十、附录 .....	20

## 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：530701

### 二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

### 三、修业年限

3年。

### 四、职业面向

专业大类（代码）	专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位群（或技术领域）	职业技能等级证书或行业标准、证书举例
财经商贸（53）	电子商务类（5307）	互联网和相关业务（64） 批发业（51） 零售业（52）	销售人员（4-01-02） 商务咨询服务人员（4-07-02）	面向电子商务师、互联网营销师、营销员、市场营销专业人员、商务策划专业人员、品牌专业人员、客户服务管理员、采购员等职业，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、互联网产品开发主管等岗位（群）	网店运营推广、电子商务数据分析、跨境电商 B2B 数据运营、直播电商、农产品电商运营

### 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能力，并掌握本专业知识和技术技能的人才。本专业学生需掌握扎实的科学文化基础和零售管理、供应链管理、市场与网络营销、商务数据分析、互联网销售、客户服务管理、电子商务法律法规等知识，具备运营数据采集与分析、用户运营与管理、商品发布与优化、社群运营管理、

全渠道营销方案设计、O2O 销售、智能客服训练、视觉营销设计、互联网产品规划与开发等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事数据化运营、网店运营、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、互联网及电商产品开发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**

(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，养成良好的健身和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、文明生产等知识。

(3) 掌握搭建数据运营指标体系，开展行业运营、网店运营、社群运营的运营规划、渠道引流、活动策划、供应链整合的知识。

(4) 掌握整合营销和销售方案制订与实施、营销活动的数据分析与评估，细化销售目标、构建销售漏斗的知识。

(5) 掌握客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控的知识。

(6) 掌握结合企业的市场定位和产品营销推广目标，完成企业线上线下视觉设计与展示的知识。

(7) 掌握互联网产品战略规划和开发方案制订知识，具备根据市场和客户数据分析结果进行电商产品设计与开发的知识。

### 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) 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术的能力。

(4) 具有良好的学习能力、表达沟通能力和团队合作精神，具有批判性思维及创新和创业的能力。

(5) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

## 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（830 学时，50 学分）

#### 1. 公共必修课程（662 学时，40 学分）

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、中华优秀传统文化、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并将四史类课程、劳动教育、创新创业教育、大学语文、公共外语、健康教育、美育、职业素养等列入必修课或选修课。

#### （1）思想政治理论（208 学时，11 学分）

##### ① 思想道德与法治

帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法权威，提升思想道德素质和法律素质。课程为 3 学分。

##### ② 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

主要讲授中国共产党把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合产生的马克思主义中国化的理论成果，帮助学生了解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观形成的社会历史条件、形成发展过程、主要内容和历史地位。对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、

历史变革、历史成就有更加深刻的认识；引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好，为学习、发展当代中国马克思主义、21世纪马克思主义奠定基础。课程为2学分。

### ③形势与政策

帮助学生准确理解当代马克思主义，党和国家取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导学生正确认识世界和中国发展大势，认清时代责任和历史使命。课程为1学分。

### ④中华民族共同体概论

教育学生完整、准确、全面理解习近平总书记关于加强和改进民族工作的重要思想，正确认识中华民族共同体形成和发展的理论逻辑、历史逻辑和实践逻辑，明确中国共产党推进中华民族共同体建设是历史的选择，引导学生坚持理论与实践相融合、历史与现实相贯通、中国与世界相联系的方法论，树立正确的中华民族历史观，增进对伟大祖国、中华民族、中华文化、中国共产党和中国特色社会主义的认同，做铸牢中华民族共同体意识的实践者。课程为2学分。

### ⑤习近平新时代中国特色社会主义思想概论

主要讲授新时代坚持和发展中国特色社会主义的总目标、总任务、总体布局、战略布局和发展方向、发展方式、发展动力、战略步骤、外部条件、政治保证等基本问题，帮助学生全面准确理解习近平新时代中国特色社会主义思想形成的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵、重大意义、历史地位和实践要求，树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，不断提高运用科学理论武装头脑、指导实践、推动职业能力的提升。课程为3学分。

## (2) 大学语文（32学时，2学分）

大学语文增强学生语言文字的表达、交流与沟通能力、写作能力，在引导性、示范性地解读文章和写作练习中，提高学生语言文字的实际应用水平，并使学生的内心世界更为充实、丰富和健康，从而完善大学生的文化修养和现代人格，辅助当代大学生人文素质工程。

## (3) 大学英语（96学时，6学分）

通过课堂教学各个环节，运用各种教学方法，使学生掌握一定的英语听、

说、读、写、译的基本技能，培养学生进行简单的口头和书面交流的能力。同时，大学英语坚持知识传授和价值引领相结合，运用可以培养学生理想信念、价值取向、政治信仰、社会责任的题材与内容，使显性教育与隐性教育相融合，培养学生树立正确的世界观、人生观、价值观，让学生成为德才兼备、全面发展的人才。

#### （4）职业生涯规划（16学时，1学分）

引导大学生认知自我与职业环境，建立科学职业规划意识，掌握职业目标设定、路径规划方法，完成个人职业生涯规划书，树立正确职业价值观，提升职业适应与调整能力。

#### （5）就业创业指导（32学时，2学分）

聚焦职业自我认知、就业创业政策法规、帮助学生明晰就业创业内涵，精准定位自身职业方向，厘清就业与创业的核心内涵，理解二者关联与选择逻辑，认知就业市场现状与创业政策环境，树立理性就业创业观；掌握求职材料制作、面试技巧、权益保护等核心就业技能，熟悉就业流程与职场规则，提升求职成功率与职场适应力；掌握创业项目选择、商业模式设计、创业计划书撰写等基础技能，了解创业流程与风险防控，树立理性创业思维，适配高职小微企业需求，从而在培养创业意识的基础上提高大学生的创新创业能力及创业实践能力。

#### （6）信息技术（48学时，3学分）

培养学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术，具备支撑专业学习的能力，使学生能够在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题；增强信息意识、提升计算思维、促进数字化创新与发展能力、树立正确的信息社会价值观和责任感，为其职业发展、终身学习和服务社会奠定基础。

#### （7）公共体育1、公共体育2（68学时，4学分）

培养学生掌握基本的体育理论知识和基本技能，增强体育意识，树立正确的体育价值观，掌握科学锻炼身体的方法，增强体质，形成对健康的自我监测和评价能力，养成终身锻炼的习惯，促进身体机能全面发展；培养爱国主义和集体主义的思想品德和教育，树立正确的体育道德观，形成顽强进取，勇于拼搏的思想品质。

#### （8）国家安全教育（16学时，1学分）

理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观。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。

(9) 大学生心理健康教育（32学时，2学分）

使学生掌握心理健康的基本概念和基础知识，初步形成多种视角的心理学观点，并能将其与日常的学习、工作和生活紧密联系；学会评价个人心理健康状况并有效地进行自我调节；建立科学的健康观，能以科学的态度和方法来认识和处理心理健康问题。

(10) 军事理论与军事技能（96学时，6学分）

通过军事理论及军事技能训练，使学生掌握基本的军事知识和技能，提高其政治觉悟，激发爱国热情，发扬革命英雄主义精神，培养艰苦奋斗、刻苦耐劳的坚强毅力和集体主义精神，增强国防观念和组织纪律性，养成良好的学习生活作风，为学生顺利完成学业奠定坚实的基础。

(11) 劳动教育及实践（16学时，1学分）

通过劳动教育，使学生树立新时代劳动价值观，增强诚实劳动意识，积累职业经验，提升就业创业能力，树立正确择业观；使学生具备满足生存发展需要的基本劳动能力，具备到艰苦地区和行业工作的奋斗精神，具备面对重大疫情和灾害等危机时主动作为的奉献精神。

(12) 入学教育（2学时，1学分）

通过入学教育，帮助新生尽快融入角色、自觉适应新的学习生活环境、端正学习态度，遵守学校的规章制度，建立和谐的人际关系。

2. 公共选修课程（168学时，10学分）

(1) 铸魂（24学时，1.5学分）

包括中国共产党史、中华人民共和国史、改革开放史、社会主义发展史“四史类”课程、中华优秀传统文化类课程等。

(2) 启智（24学时，1.5学分）

包括自然科学类课程、信息技术类课程、数理类课程等。

(3) 健体（40学时，2学分）

包括体育类课程、素质拓展类课程等。

(4) 蕴雅（32学时，2学分）

包括音乐、美术、戏剧、舞蹈、影视、艺术鉴赏类课程等。

(5) 塑养（24 学时，1.5 学分）

包括文学类课程、外语类课程、职场礼仪、沟通技巧、职业道德和职业技能等课程。

(6) 行知（24 学时，1.5 学分）

包括职业教育学、职业教育心理学、职业教育法概论、教育技术、教育学原理等课程。

**(二) 专业（技能）课程（1956 学时，103 学分）**

专业（技能）课程一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业限选课程，并涵盖有关实践性教学环节。

**1. 专业基础课程（1396 学时，68 学分）**

(1) 市场营销（64 学时，4 学分，专业群基础课）

市场营销学是一门专业基础课，专业群底层共享课，分析研究市场经营的应用学科。主要内容涉及市场营销战略、调研与预测、产品、竞争、定价、促销等方面，旨在通过课程学习，使学生掌握市场营销学的基本概念、理论知识，初步具有分析市场营销经济现象的正确观点和基本方法，为其后续专业课程的学习奠定扎实的营销学基础。并在课程学习中注重培养学生自主学习、独立思考的能力。

本课程采用“理论+实践”模式，理论与实践课时各占一半，为培养应用型人才进行教学层面的设计。在基础理论知识的前提下，培养学生分析与解决实际问题的能力、通过实践教学的展开，引导学生具体问题具体分析，积极思考，拓展思维，训练学生实际问题解决的能力，同时注重学生职业道德素养及可持续发展能力的培养，为电子商务专业学生的顺利就业打下基础。

(2) 电子商务基础（48 学时，3 学分，专业群基础课）

电子商务基础是电子商务专业必修的专业基础课，专业群底层共享课，通过本课程的学习使学生了解学习电子商务的框架，掌握电子商务的基本理论和技能方法，培养互联网思维能力，将实操演示与教学基本知识融于一体，结合最新电商热点来进行案例分析，培养学生的兴趣和知识融会贯通的能力，为后续专业课程的学习打下良好的基础。

(3) 电子商务法律法规（48 学时，3 学分）

本课程是电子商务专业的专业基础课程之一，开设时间为第一学期，是先

期展现学科内容，奠定后续学科基础、树立职业道德的专业基础课。内容包括电子商务法概述、电子商务主体认定的法律制度、数据电文电子签名与认证法律制度、电子合同法律制度、知识产权保护法律制度、消费者权益与隐私权保护法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度。教学过程中理论与实践相结合，教与学互动，引导学生主动思考，培养学生运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中遇到的相关法律问题的能力。树立法制观念，明确电商必须遵守的规则与责任。

#### （4）经济学基础（64 学时，4 学分，专业群基础课）

经济学基础是一门理论性较强的课程，专业群底层共享课，通过理论联系实际的方式体现一定的实践性、技能性的课程。该课程的实践性主要体现在课程知识对经济实践的指导、分析方面。

本课程的主要内容是介绍经济学的基本知识、基本原理和基本方法，涉及供求、市场、分配、经济理论、宏观经济政策等方面知识。整体课程体系表现为微观经济学和宏观经济学两部分，教学内容安排方面以微观部分为主，宏观部分主要内容体现在宏观经济指标、宏观经济政策、开放经济等部分。

根据专业群各不同专业的特点，授课教师可以在大纲框架下根据专业教学及后续课程需要，调节部分教学内容的具体授课学时和内容。

本课程采用“理论+实践”模式，理论与实践课时各占一半，为培养应用型人才进行教学层面的设计。在基础理论知识的前提下，培养学生分析与解决实际问题的能力、通过实践教学的展开，引导学生具体问题具体分析，积极思考，拓展思维，训练学生实际问题解决的能力，同时注重学生职业道德素养及可持续发展能力的培养，为电子商务专业学生的顺利就业打下基础。

#### （5）管理基础（64 学时，4 学分，专业群基础课）

管理基础是专业基础课，专业群底层共享课，中高本贯通课程。

课程旨在培养学生对管理概念及理论的认识和理解，掌握管理职能、形成科学的管理理念和素养，掌握计划、组织、领导、控制等方面的基本管理技能，了解管理工作程序及管理工具、方法，为后续专业课程学习奠定基础。课程内容包括管理学基本概念、基本理论、管理思想及其理论演变、计划、组织、领导、控制、创新等管理职能内容。采用讲授、案例分析、情景模拟、小组讨论等教学方法。

#### （6）短视频直播运营（48 学时，3 学分）

本课程是电子商务专业技能课，开设于第二学期，先导课程有《视觉营销设计》，后续课程有《农牧产品电商直播》。本课程旨在培养学生短视频策划、脚本撰写、拍摄、剪辑等技能，通过课程学习，学生具有较强的产品视频策划和执行能力，能制作相应的短视频广告，在淘宝网、抖音等电商平台、短视频平台上展示和传播，培养学生掌握剪辑、拍摄、特效制作、字幕制作、颜色校正、多机位剪辑等职业技能。本课程注重实操性、实用性，重点让学生了解传媒机构、电子商务企业、传统企业的短视频运营需求，掌握短视频拍摄和制作流程方法，掌握实际操作能力，适应岗位要求。

#### （7）统计基础（48 学时，3 学分，专业群基础课）

《统计基础》是电子商务的专业基础课，专业群底层共享课，本课程的主要内容包括统计绪论、统计指标、统计指数、动态数列、抽样推断、相关与回归分析等。课程的培养目标是通过统计学基本原理的讲授，让学生掌握基本的统计基础知识和统计基本技能；通过实训操作，让学生理解统计工具的特点、内容和基本统计方法。先导课程有经济数学、计算机应用、经济学基础等课程，后续课程包括商务数据分析与应用、跨境电商综合实训等。本课程采用“理论+实操”的讲授模式，使学生能够具备基础的统计数据分析基础，掌握一定的数据分析能力。

#### （8）商务数据分析（64 学时，4 学分,1+X 证书课程）

本课程的主要内容包括：电子商务运营相关指标、数据资料收集、整理、分析和数据分析报告撰写方法和思路，运用 EXCEL 等工具进行数据分析的基本方法等。先导课程：电子商务基础、统计基础，后续课程：数据可视化、数据化运营、电子商务综合实训等。本课程采用“理论+实操”的讲授模式，使学生能够运用 EXCEL 等工具进行数据分析的基本方法，为学生学习和掌握网络营销、网店运营推广、客户服务等电子商务等相关岗位工作打下良好基础。

#### （9）选品与采购（48 学时，3 学分）

本课程是电子商务专业的专业基础课程之一，本课程主要讲授商品选品与采购的基础知识和方法技巧，包括商品基本认知、品类划分与编码、商品包装与养护、移动端常见商品分类、商品质量认知与管理、选品技巧、商品采购等教学内容。课程融知识、能力、素质培养为一体，旨在使学生掌握商品质量辨

识、品类选取和商品采购的方法和能力，较好地胜任选品、运营、策划、美工、营销等岗位。

#### （10）数据可视化（64学时，4学分）

本课程的主要内容包括：数据可视化基本理论、可视化数据准备与处理、图表的选择与实现、图表的进阶与创新实现、图表的整合与分享等，并通过零售行业和物流行业可视化分析实战加强理论知识的运用。前导课程：电子商务基础、统计基础、商务数据分析等；后续课程：数据化运营、电子商务综合实训等。本课程采用“理论+实操”的讲授模式，使学生能够运用相关工具将数据进行可视化，为学生学习和掌握数据化运营、互联网销售、社区运营、电子商务综合实训等电子商务等相关岗位工作打下良好基础。

#### （11）财税基础（48学时，3学分）

本课程是电子商务专业的专业基础课程之一。通过学习增值税、消费税、企业所得税、个人所得税等主要税种，理解我国现行税收法律制度，能够依照税收法律法规和会计准则对电商企业涉税业务做出正确的职业判断，能准确计算应纳税款，并且能够按期依法进行纳税申报和缴纳税款。具备一定的税收风险防范意识和纳税筹划意识；具备良好的职业道德，依法及时合理纳税，不偷税、不漏税、不逃税。为今后职业能力的拓展和提升奠定基础。

#### （12）客户服务与管理（64学时，4学分，1+X证书课程）

本课程主要内容包括售前准备工作、售中问题处理、售后问题解决、客户关系管理等。通过本课程学习和虚拟仿真实训软件的应用，培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能，使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，培养学生的学习能力、实践能力、创新能力和吃苦精神，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力，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，更要为学生的职业生涯中有能力不断获得新的职业技能和职业资格，创造更广阔的发展空间。

#### （13）电子商务综合实训（64学时，4学分）

本课程是电子商务专业的实践性课程，是在完成了先导性专业课程学习的基础上，通过专项技能实训，项目实践等实践性教学，培养学生具备与电子商务领域相关职业岗位群所需的基本职业素养与技术应用的能力，使其能够承担

相应的电子商务领域工作任务，并为职业生涯的继续发展打下良好的基础。12月份之前结课。

#### (14) 毕业设计（论文）（120学时，4学分）

毕业设计（论文）是体现和检验学生自身学习成绩的综合形式。学生修完全部课程后，在第五学期进行毕业设计（论文）写作。学生须在教师指导下，选定课题进行研究，撰写并提交毕业设计（论文）。目的在于培养学生的创新创业和科学研究能力；加强综合运用所学知识、理论和技能解决实际问题的训练；从总体上考查学生全部学习阶段学习所达到的学业水平。毕业设计（论文）题目由教师指定，或由学生提出，经教师同意确定。毕业设计（论文）均应是本专业发展或实践中提出的理论问题和实际问题。通过这一环节，应使学生受到有关科学研究选题，查阅、评述文献，制订研究方案，设计进行科学研究或社会调查，处理数据或整理调查结果，对结果进行分析、论证并得出结论，最终撰写符合要求的毕业设计（论文）等项能力的初步训练。

#### (15) 顶岗实习（540学时，18学分）

顶岗实习是学生真正在本专业领域进行实际工作的过程，初步运用所学知识与技能完成特定的工作任务。顶岗实习在第五、六学期进行，全部为实践。顶岗实习在学校教师的管理下，接受顶岗实习企业的部门领导，在企业有关工程技术人员、管理人员和师傅的指导进行相应的作业。顶岗实习检验学生所学知识和技能在实际工作中的应用能力、应用水平和效果，是学生在进入社会前的综合素质的训练和体现，也是电子商务专业实践教学的内容。本专业学生顶岗实习一般由学校指派单位，学生自选顶岗实习单位需经过学院同意。顶岗实习期间每周完成日记，每月完成总结，实习完成后撰写顶岗实习总结报告。顶岗实习平时考核由企业指导教师与校内指导教师共同进行。顶岗实习结束后的总结报告由企业指导教师和校内指导教师共同给定成绩。教学与实践采用现场指导，利用企业实际运行设施设备和场地进行作业的方式与方法。

## 2. 专业核心课程（416学时，26学分）

### (1) 视觉营销设计（48学时，3学分,1+X证书课程）

该课程是电子商务专业的专业技能课，专业核心课，开设在第一学期，属于网店运营推广1+X证书核心课程。通过本课程的学习，学生能够熟练掌握photoshop软件进行图片处理，能够对商品进行恰当准确的描述，制作商品数据

包,掌握商品图片处理与视频制作的基本技能。主要教学内容包括: photoshop 软件基本应用; photoshop 软件高级应用;网络商品描述、文案编辑;网络视频制作。

#### (2) 网络营销 (64 学时, 4 学分)

网络营销是专业基础课,开设在第三学期,前导课程是计算机基础、电子商务基础,相关课程有网店运营、商务数据分析、客户服务与管理等课程。让学生掌握企业网络营销的基本知识和操作技能,达到从事网络营销工作的基本要求,基本具备现代营销人员的素质。课程内容包括:网络营销的概念、基本方法及方式、网络市场调研的内容与结构、网络消费市场分析、网络营销工具的使用,网络营销活动设计与实施。

本课程教学安排采用“理论+实践”模式,课程设计是采用综合项目带分组小项目的方式实现教学目标,在教学中,基础知识框架里,体现理论知识与实操能力的结合,注重训练学生的课程思维、实践技能,以学生可以灵活、综合运用所学知识进行实践为目的,打造学生的实践技能,为未来学生职业岗位发展储备相关知识和训练技能。

#### (3) 网店运营 (64 学时, 4 学分, 1+X 证书课程)

本课程内容主要包括网店规划与开设、商品运营、网店推广、营销转化、网店运营分析等。本课程采取“任务驱动”教学方法、情境教学、案例教学等教学方法,利用虚拟仿真实训软件进行模拟训练,将知识传授、职业能力培养有机结合起来,巩固和加强对知识的理解,使学生全面和直观地掌握电商网店运营的各项业务内容与环节,并能学以致用,充分掌握网店运营的各项技能与管理能力。

#### (4) 数据化运营 (64 学时, 4 学分)

本课程的主要内容包括:网店主营商品的选择、网店宝贝的定价、网店流量结构分析、宝贝成交转化率分析、网店客单价分析、网店搜索引擎优化、DSR 动态评分深入解读、淘宝客服数据分析、网店利润分析及数据化运营案例分析等。前导课程:电子商务基础、统计基础、商务数据分析、数据可视化等;后续课程:电子商务综合实训等。本课程采用“理论+实操”的讲授模式,使学生能够运用相关工具采用将数据化运营模式进行实操,为学生学习和掌握社群运营、电子商务综合实训等电子商务等相关岗位工作打下良好基础。

#### (5) 零售门店 O2O 运营 (48 学时, 3 学分)

本课程内容包括 O2O 的战略规划, 如概念、本质、基本内容、运作模式、引流方法, 及与实体经营相融合的必然趋势, 其中还将重点介绍微信、电子会员卡等在 O2O 战略规划中的具体作用。此外, 还将重点介绍实体店的营销实战, 详细阐述 O2O 线上线下营销体系的执行策略: 从线上、线下促销策略、消费者心理策略、服务策略, 及线下运营等方面全方位地介绍, 让执行真正地落到实处。本课程通过情境教学、案例教学等教学方法, 利用校企合作等方式使学生实训锻炼有的放矢, 将知识传授、职业能力培养有机结合起来, 使学生全面和直观地掌握零售门店 O2O 运营的各项业务内容与环节, 并能学以致用。

#### (6) 互联网销售 (64 学时, 4 学分)

互联网销售是电子商务专业的一门专业核心课程, 相关课程有短视频与直播运营、网络营销、市场营销等, 内容包括销售的组织、环境、技巧、渠道、管理与服务, 掌握企业网络营销的基本知识和操作技能, 体现销售应用与互联网的结合。课程注重对学生实践技能的培养与训练, 达到从事互联网销售工作的基本要求, 基本具备电子商务销售人员的素质。

本课程采用“理论+实践”模式, 以实践教学为主, 重点在学生互联网销售技能的训练方面。在教学中, 体现理论知识够用, 运用案例与实践教学, 同时结合短视频、直播等手段, 注重训练学生的实操技能, 以学生可以灵活、综合运用所学知识进行实践为目的, 打造学生的实践技能。

#### (7) 社群运营 (64 学时, 4 学分)

通过本课程的学习让学生了解并掌握当前常用的社群营销与运营方法、技巧和策略, 包括如何构建优质社群、社群用户运营、社群活动运营、社群品牌化运营、社群营销推广、社群团队管理以及社群商业变现等, 通过理论配合案例步骤进行学习提高学生的实际分析能力与独立思考能力; 提高学生的社群营销与运营的实战能力。12 月份之前结课。

### 3. 专业限选课程 (144 学时, 9 学分)

#### 模块一:

#### (1) 跨境电子商务基础 (48 学时, 3 学分)

作为电子商务专业的基础课程, 本课程定位为跨境电子商务知识的启蒙者

和导入者。本课程的目标是使学生了解跨境电子商务的基本概念、发展趋势及前景，认识跨境电子商务的特点、模式，对各个类型的跨境电商平台有基本的认识 and 了解，了解跨境电商活动中工作岗位和职业能力要求，熟悉跨境电子商务的基本业务内容与流程，掌握跨境电商岗位的基本操作技能，学生通过该课程的学习和演练，将为其选择专业方向打下基础。也为其进一步学习《跨境电商运营》等其他课程打下基础。

#### (2) 跨境电子商务英语（48 学时, 3 学分）

以培养和提高电子商务专业学生的跨境电子商务英语语言能力为核心；系统地学习和掌握跨境电子商务的专业术语、沟通方式和技巧、商务信函的写作方式，从而提高跨境电子商务业务活动中规范使用英语的能力；全面展开听、说、读、写、译等方面的英语技能训练，以提升学生的跨文化交际能力，使其能更好地从事跨境电子商务活动。

#### (3) 跨境电商运营（48 学时，3 学分）

通过本课程的学习，掌握几种常用的跨境电子商务平台的操作、运营与管理；熟悉跨境平台规则、平台操作、行业选品、营销推广的方法；能根据不同平台不同商品选择合适跨境电商的物流；以及对跨境电子商务问题的正确处理等。学生能够根据国际市场需求，独立寻求货源，建立店铺，运营店铺，维护和管理店铺，并了解跨境交易的流程，能获得从事跨境电子商务运营、跨境电子商务营销推广、跨境电子商务客服、跨境电子商务采购、美工等工作的基础技能。

### **模块二：**

#### (1) 农牧产品电商直播（48 学时，3 学分）

本课程是电子商务专业的专业选修课，前导课程有《短视频直播运营》，后续课程有《农牧产品品牌策划》，课程培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和农产品开发与品牌运营、农产品供应链与物流、电商平台运维、新媒体营销、界面设计与音视频处理及相关法律法规等知识，具备农产品品控、电商化开发、供应链管理、电商运营、新媒体营销、项目管理等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事农产品电商化开发、网店运营、新媒体运营、营销推广、视觉设计、农产品品牌运营、农产品供应链管理、农村电商项

目管理等工作的高素质技术技能人才。

### （2）农牧产品品牌策划（48 学时，3 学分）

本课程是电子商务专业的专业选修课，开设于第四学期。通过课程的教授旨在让学生能够组织实施农产品品牌和产品的线上线下推广的培养任务。前导课程有《短视频直播运营》，《农牧产品电商直播》，后续课程有《农村电商运营》。课程以创新思维为导向，以农牧产品品牌创建与发展过程中的工作流程为主线，采用不同类型企业品牌策划与推广的真实项目为教学载体，让学生能够正确认知农牧产品品牌内涵、熟悉商业模式、掌握品牌定位、品牌设计与产品规划的方法、做好品牌推广的整合营销传播方案设计，最终获得农牧产品品牌策划与推广的职业能力。同时，培养学生形成良好的团队合作和语言表达沟通能力，并引导学生在系统性思维的基础上，形成一定的发散思维、逆向思维以及创新思维能力，最终提高学生职业综合技能。

### （3）农村电商运营（48 学时，3 学分）

本课程是电子商务专业的专业选修课，前导课程有《短视频直播运营》，《农牧产品电商直播》，《农牧产品品牌策划》。

通过本课程的学习，掌握农村电商的相关知识及运营技能，能够读懂农村电商政策，了解农产品并选品，开展网店运营、微信营销，开展短视频与直播营销，打造农产品电商品牌。

## 七、教学进程总体安排

详见附件：《呼和浩特职业学院电子商务专业人才培养方案教学进程安排表》

## 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、教学评价、质量管理等方面，满足培养目标、人才规格的要求，满足教学安排的需要，满足学生的多样学习需求，积极吸收行业企业参与。

### （一）师资队伍

#### 1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

#### 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 6 个月的企业实践经历。

### **3. 专业带头人**

专业带头人原则上具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、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**

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、校内实训室和校外实训基地等。

### **1. 专业教室基本条件**

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 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. 校内实训设备**

电子商务实训室，专业直播间 3-5 个，机房两个，机房分别能够容纳 50 人左右同时进行上机教学，安装有网店运营、商务数据与分析、跨境电商运营、直播、网络营销、电子商务师等软件，学生可以进行电商数据分析、直播体验、平台软件实操，基本上可以完成专业课程的实训任务。

### **3. 校外实训基地**

校外实训基地基本要求为：具有稳定的校外实训基地；能够开展电子商务专业实训活动，设施齐备，实训岗位、指导教师确定，管理及实施规章制度齐全。

#### **4. 学生实习基地基本要求**

学生实习基地基本要求为：具有稳定的校外实习基地；能提网店运营、网店美工、网店客服、短视频制作、直播运营、直播等相关实习岗位；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. 支持信息化教学方面的基本要求**

支持信息化教学方面的基本要求为：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**

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。

#### **1. 教材选用基本要求**

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

#### **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，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关财会专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书等。

#### **3. 数字教学资源配置基本要求**

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，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

### **（四）教学方法**

采用课堂理论教学、校内外实习与校内教学相结合的教学方法。将理论教育、实践教育、素质教育融为一体。在教学过程中，专业课采取案例教学为主，理论课案例教学与理论教学相结合，课堂教学与模拟实训、实习实训、现

场操作相结合，线上线下相结合。

在教学方法上，运用多媒体教学、模拟（仿真）教学、信息网络教育技术等工具，实施强化过程控制，注重实际运用，建设集成性、交互性的立体化教学方法体系。

理论教学结合实训，课程教学的实训部分由校内外实训基地担当，充分发挥校内实训基地进行虚拟仿真、模拟实训和运用操作，校外实训基地生产运行的作用。

### **（五）学习评价**

- （1）分析学生专业课程成绩情况，分析和评估学习效果。
- （2）分析学生参加社会实践成绩，评估针对性知识教学的效果。
- （3）分析学生综合实训技能掌握情况，评估岗位技能教学的效果。

### **（六）质量管理**

（1）学校和二级院系应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）学校和二级院系应完善教学管理机制，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）学校应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。

（4）专业教研组织应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**

本专业所有学生须修完规定的必修课、选修课及任意选修课并修满规定总学分，通过考核，成绩合格，准予毕业。

本专业毕业学分要求为 153 分。其中公共基础课 50 分，专业必修课 94 分，专业选修课 9 分。

## 十、附录

《呼和浩特职业学院电子商务专业教学进程安排表》



公共基础课累计、占总学时比例					50	830	564	266		10	17	4	4	0	0	30%		
专业必修 课	1	21091051	市场营销	B	4	64	32	32	1	4						考试	经济管理与法学系	创新创业课 专业群基础课
	2	21091052	电子商务基础	B	3	48	32	16	1	3						考试	经济管理与法学系	专业群基础课
	3	21091053	电子商务法律法规	B	3	48	32	16	1	3						考试	经济管理与法学系	
	4	21091054	视觉营销设计★	B	3	48	16	32	1	3						考查	经济管理与法学系	专业核心课 1+X证书课程
	5	2109050	经济学基础	A	4	64	64	0	2		4					考试	经济管理与法学系	专业群基础课
	6	21091055	管理基础	B	4	64	48	16	2		4					考试	经济管理与法学系	线上线下混合课程 专业群基础课
	7	21091056	短视频直播运营	C	3	48	0	48	2		3					考查	经济管理与法学系	创新创业课
	8	21091057	统计基础	B	3	48	32	16	2		3					考查	经济管理与法学系	课程思政课程 专业群基础课
	9	21091058	网络营销★	B	4	64	32	32	3			4				考试	经济管理与法学系	专业核心课
	10	21091059	商务数据分析	B	4	64	32	32	3			4				考试	经济管理与法学系	1+X证书课程
	11	21091060	网店运营★	B	4	64	16	48	3			4				考查	经济管理与法学系	专业核心课 1+X证书课程
	12	21091061	数据化运营★	B	4	64	16	48	3			4				考试	经济管理与法学系	专业核心课
	13	21091062	选品与采购	B	3	48	16	32	3			3				考查	经济管理与法学系	
	14	21091063	零售门店O2O运营★	B	3	48	16	32	4				3			考试	经济管理与法学系	专业核心课程
	15	21091064	数据可视化	B	4	64	16	48	4				4			考查	经济管理与法学系	
	16	21091065	互联网销售★	B	4	64	16	48	4				4			考试	经济管理与法学系	专业核心课
	17	21091066	财税基础	A	3	48	48	0	4				3			考试	经济管理与法学系	
	18	21091067	客户服务与管理	B	4	64	16	48	4				4			考查	经济管理与法学系	1+X证书课程
	19	21091068	社群运营★	B	4	64	32	32	5					4		考试	经济管理与法学系	专业核心课程
	20	21091069	电子商务综合实训	C	4	64	0	64	5					4		考查	经济管理与法学系	创新创业课
	21	21091070	毕业设计（论文）	C	4	120	0	120	5					4w		考查	经济管理与法学系	
	22	21091071	顶岗实习	C	18	540	0	540	5, 6					2w	16w	考查	经济管理与法学系	
小计					94	1812	512	1300		13	14	19	18	8	0			
专业选修 课	跨境电商 方向	21091072	跨境电子商务基础	B	3	48	16	32	3			3				考查	经济管理与法学系	课程门数多可另外制表，根据《指导意见》和《专业标准》设置限定选修课等，明确选修学分、学时及其转换。具体名称见附表，选课方式见通知
		21091073	跨境电子商务英语	B	3	48	16	32	4				3			考查	经济管理与法学系	
		21091074	跨境电商运营	B	3	48	16	32	5					3		考查	经济管理与法学系	
	农村电商 方向	21091075	农牧产品电商直播	B	3	48	16	32	3			3				考查	经济管理与法学系	
		21091076	农牧产品品牌策划	B	3	48	16	32	4				3			考查	经济管理与法学系	
		21091077	农村电商运营	B	3	48	16	32	5					3		考查	经济管理与法学系	
小计					9	144	48	96				3	3	3				
专业（技能）课累计、占总学时比例					103	1956	560	1396		13	14	22	21	11		70%		

考试		1W	1W	1W	1W	1W			
毕业鉴定							1W		
平均周学时		23	31	26	25	11	0		
学分总计、学时总计	153	2786			—				
选修课程：学分总计、学时总计、占总学时比例	19	312			11%				
实践性教学：学时总计、占总学时比例	—	1662			60%				