



厦门南洋职业学院 电子商务专业 人才培养方案

专业名称及代码:	电子商务 (530701)
学制:	三年
适用年级:	2024 级
专业负责人:	黄澄
制定日期:	2024 年 6 月 17 日

目录

第一章 编制说明	1
第二章 电子商务 专业人才培养方案	2
一、专业名称及代码	2
二、入学要求	2
三、基本修业年限	2
四、职业面向	2
(一) 主要职业面向	2
(二) 工作岗位举例	2
(三) 工作任务与职业能力分析	3
五、培养目标与培养规格	3
(一) 培养目标	3
(二) 培养规格	4
六、课程设置及要求	6
(一) 公共基础课	6
(二) 专业基础课	9
(三) 专业核心课	9
(四) 专业拓展课	10
(五) 实践教学	11
七、教学进程总体安排	14

（一）教学进程总体安排（单位：周）（每学期按 20 周计算）	14
（二）专业教学计划进程表（详见附录 2）	14
（三）实践教学体系各环节具体安排	14
（四）课程结构比例	15
八、实施保障	15
（一）师资队伍	15
（二）教学设施	16
（三）教学资源	18
（四）教学方法	18
（五）学习评价	18
（六）质量保障	18
九、毕业要求	19
十、附录	20
附录 1:	20
附录 2: 专业计划进程表	21

第一章 编制说明

本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由厦门南洋职业学院电子商务专业教研室与聚诚（深圳）网络科技有限公司、厦门市星购信息科技有限公司等企业共同制订，并经教学指导委员会审定、学校批准在电子商务专业实施。

主要编制人：

电子商务教研室：黄澄 副教授

网络营销与直播电商教研室：李娟 讲师

中联集团教育科技有限公司：陈建凡 福建区域总监

中教畅享（北京）科技有限公司：江家园 福建区域经理

聚诚（深圳）网络科技有限公司：原予琴 总经理

厦门市星购信息科技有限公司：曹昌茂 副总经理

审定：

林 莉 经管学院、三创学院院长/教授

黄 澄 三创学院院长助理、电子商务教研室主任/副教授

孔佩伊 经管学院院长助理/副教授

邱晓慧 现代工商管理专业群负责人/副教授

郑 苏 国际经济与贸易教研室主任/副教授

王 芳 大数据与会计教研室主任/讲师

李 彬 金融服务与管理教研室主任/讲师

杜 芳 物流管理教研室主任/讲师

原予琴 聚诚（深圳）网络科技有限公司/总经理

曹昌茂 厦门市星购信息科技有限公司/副总经理

第二章 电子商务 专业人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务（530701）

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力毕业生

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

（一）主要职业面向

专业名称	所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应的行业	主要职业类别	主要岗位类别（技术领域）	职业技能等级证书	社会认可度高的行业企业标准和证书举例
电子商务	53 财经商贸大类	电子商务类 5307	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）	网络客服； 网页美工； 网店运营人员； 营销推广；	1+X 网店运营推广、1+X 电子商务数据分析 1+X 社交电商	互联网营销师；电子商务师（三级/高级技能）

（二）工作岗位举例

序号	职业领域	工作岗位		
		初始岗位	目标岗位	发展岗位
1	网络客服人员	网络客服	网店运维人员	网店运营总监
2	网页美工	网页美工	网页设计师	网店设计总监

序号	职业领域	工作岗位		
		初始岗位	目标岗位	发展岗位
3	网络营销人员	网络销售代表	网络营销经理	网络营销总监
4	商务数据分析人员	数据分析专员	数据分析师	数据分析总监

(三) 工作任务与职业能力分析

专业名称	典型工作任务	职业能力	对应课程或项目
电子商务专业	网络客服人员 网络营销人员	互联网店铺的营销策划、客户服务和运营推广	市场营销 零售店店面 O2O 运营 网店运营
	网页美工	网站设计与网页编辑, 网站建设与维护	视觉营销设计 数据库及其应用
	商务数据分析人员	电子商务网站或店铺的数据分析工作	数据化运营 商务数据分析

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展、具有良好的职业道德和综合素质、较强的专业能力和创新创业能力,能运用计算机、网络信息技术开展互联网商务活动和企业内部信息管理等专业技能,能适应中、小企业商务网站建设与维护、网络营销、信息管理类岗位要求,具有电子商务岗位从业资格(1+X 网店运营推广)的综合素质优良、职业道德高尚、适应能力强、专业特长鲜明的生产与管理一线需要的高素质技术技能人才。为社会培养更多具备从事电商行业的专业技能人才。

（二）培养规格

1. 素质规格

（1）坚定拥护中国共产党的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。

2. 知识

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。

（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。

3. 能力（从基本职业能力、核心职业能力、职业拓展能力等方面描述）

（1）基本职业能力

①把握马克思主义中国化理论；了解国家的路线、方针、政策；学会做人、做事知识并转化为思想政治素养和能力。

②具备良好的道德修养及一定的艺术鉴赏力，掌握体育锻炼基本方法及军事基本知识，加强意志品质锻炼，了解心理健康的标准和调试的方法，了解并熟悉各项活动的前期策划与后期总结相关知识。

③具备探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

④熟练计算机基本操作技能。

⑤具备一定的英语听说读写能力。

⑥职业生涯发展与就业、创业能力。

（2）核心职业能力

①熟练操作跨境电子商务的询盘；

②运用现代通讯手段和互联网从事电子商务相关活动的的能力；

③熟悉各种网络市场的营销策划与推广方式，能综合利用新媒体，整合线上线下资源进行营销推广活动；

④熟悉图像处理软件、数据库、网站设计与网页编辑，能进行基础的网店运营推广和网站建设与维护；

⑤利用网络平台进行广告创意、营销策划、网页设计与网络推广、网络基本安全环境的构建。

（3）专业拓展能力

①移动短视频创意、制作和编辑推广的能力。

②在纯英文环境中从事跨境电商的能力。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课

1. 课程规定

公共基础课分为必修和选修,课程时数不少于教学活动总学时数的 25%(高职)。公共基础课在教务处的统一指导下,由课程归属学院或公共教研室负责管理。公共基础课开设的学期原则上不得随意调动,若确有特殊情况,需先向教务处提出调整申请,批准后方可执行。

2. 公共必修课说明

公共必修课应严格依照下表设置:

公共必修课程说明表（高职）							
序号	课程名称	学学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
1	思想道德与法治	3	3	54	马克思主义学院	考试	高职第 1 学期开设,每周理论 2 课时+实践教学 1 课时,3 节连排;理论教学 36 课时,实践教学 18 课时。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2	36	马克思主义学院	考试	高职第 2 学期开设;理论教学 30 课时,实践教学 6 课时。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	3	54	马克思主义学院	考试	高职第 2 学期开设,每周理论教学 2 课时+实践教学 1 课时,3 节连排,共计理论教学 36 课时,实践教学 18 课时。
4	形势与政策	3	/	48	马克思主义学院	考试	高职第 1 至第 6 学期开设,第 6 学期评定最终成绩。
5	军事课	4	/	148	马克思主义学院	考试+考查	军事课由《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》

公共必修课程说明表（高职）							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
							训练时间 2—3 周，实际训练时间不得少于 14 天 112 学时，记 2 学分。
6	劳动教育	1	/	16	马克思主义学院	考查	课程成绩由理论成绩和实践成绩综合构成，马克思主义学院负责理论与实践成绩比例安排、理论教学、出具理论学时成绩并负责汇总 评定课程总评成绩。
7	体育与健康	6	2	108	教育学院	考查	理论教学 12 学时，实践教学 96 学时，在第 1 学期至第 4 学期开设健康跑总评成绩作为体育课的平时成绩，占该学期体育课成绩的 20-30%
8	应用文写作	2	2	36	人文社科学院	考试	高职第 1 学期开设，理论教学 36 课时。
9	高等数学	4	4	64	人文社科学院	考试	如确有必要，学时学分可根据实际情况调整。各专业可根据专业特点与教研室确认教学内容和考核标准，开展分类分层教学。
10	生涯体验-生涯规划	1	/	16	三创学院	考查	高职第 2 学期开设，线下教学 10 课时，线上教学 6 学时（智慧树平台）。
11	生涯体验-创业教育	2	/	32	三创学院	考查	高职第 3 学期开设，线下教学 10 学时，线上教学 22 学时（校级精品录播课程）。
12	生涯体验-就业指导	1	/	16	三创学院	考查	高职第 4 学期开设，线下教学 10 学时，线上教学 6 学时（智慧树平台）。
13	大学生心理健康教育	2	2	32	心理健康中心	考查	原则上安排在高职第一学年单周开设，理论教学 16 学时，实践教学 16 学时。
14	大学英语	8	4	128	外语与旅游学院	考试	该课程一般在第一学年开设，由《基础英语》与《职场通用英语》组成，由公共英语教研室根据《高等职业教育专科英语课程标准（2021 年版）》组织实施。
15	信息技术	3	3	48	信息工程学院	考证	第 1 或第 2 学期开设，由信息工程学院根据《高等职业教育专科信息技术课程标准（2021 年版）》

公共必修课程说明表（高职）							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
							组织实施，理论教学 12 学时，实践教学 36 学时，学生须通过全国计算机等级考试（NCRE）。
16	入学教育	1	/	16	学工处	考查	在新生军训期间完成，内容包括校史介绍、专业介绍、学生学籍管理规定、校纪校规等共 16 学时。
17	国家安全教育	1	/	16	学工处	考查	依照《大中小学国家安全教育指导纲要》要求组织开展教学。
18	大学生成长学	2	/	32	学工处	考查	采取模块化教学，高职一年级双周执行，由学工处统一组织教学。

3. 公共选修课

限制性选修课程说明表							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
1	美育概论	2	2	32	艺术设计学院	考查	由美育教研室统一组织教学。
2	“四史”概论	2	2	32	马克思主义学院	考查	以党史、国史教育为主要内容，通过智慧树平台开展在线学习。
3	职业素养	2	2	32	招生就业办公室	考查	通过智慧树平台开展在线学习。
4	中华优秀传统文化	2	2	32	人文社科学院	考查	通过智慧树平台开展在线学习。

公共选修课包含“限制性选修课”与“任意性选修课”两种类型的课程。任意性选修课通过在线教育平台开展教学，每门课程 2 学分，需修满 4 学分方可毕业；限制性选修课由《美育概论》等 4 门课程构成，共计 8 学分，2024 级在校学生必须修满方可毕业。

（二）专业基础课

专业基础课要求学生掌握必须具备的本专业基础知识、基本理论和基本技能。专业基础课程设置需以教育部《专业简介》为基本依据，结合培养目标、遵循教学规律，充分利用专业群内教学资源开设，专业群共享的专业基础课程需在备注中体现。专业基础课程数量应控制在 6-8 门，模块学时应控制在 192-576 之间。

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	管理学基础	管理学的基本原理, 管理学的作用和模式, 管理学的典型案例	
2	经济学基础	经济学的基本原理和规律, 经济学的作用和模式, 经济学的典型案例.	
3	会计基础	会计学原理, 会计的基本规则, 操作实务, 三表的关系和作用	
4	商务数据分析	商务数据的采集, 清洗和筛选, 分析, 商务数据的可视化及分析报告.	
5	客户关系管理	客户关系的模式, 客户关系管理的	
6	电子商务基础	电子商务的基本原理, 功能, 电子商务的作用和发展历程及未来趋势。	
7	市场营销	市场策划, 市场开发及选择, 市场营销推广的手段和方式	
8	消费心理学	消费者心理分析, 消费心理的用途及模式, 消费心理学的典型案例	

（三）专业核心课

专业核心课是一个专业中开设的富有专业特色，以该专业中以及相对应的岗位群中最核心的理论和技能为内容的课程。专业核心课的设置需严格依照教育部《专业简介》执行，结合学校实际开设 6-8 门（至少开设 6 门及以上《专业简介》

中所列课程)，专业核心课程确有困难无法开设，需由教研室提交报告，院领导同意后上报学校教学指导委员会，经学校教学指导委员会批准方可减设相应课程。

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	视觉营销设计	PS 软件图像处理技能、网店页面装修、网页美工	
2	网络营销	互联网知识、电商营销与网络营销项目	
3	市场策划	市场营销方案策划与设计、市场营销方案设计与制作、市场营销整合运作	
4	社群运营	新媒体经营、社交电商、社群电商、新媒体营销	
5	网店运营	电子商务运营、网店运营与管理、移动电商运营	
6	零售门店 O2O 运营	新零售，线上线下门店运营	

（四）专业拓展课

根据专业方向，围绕培养学生多方位、多层次的职业相关能力提高课程，这些课程应以满足学生在学习本专业时针对就业定位和不同发展方向的需要设置。各专业可根据本专业多个岗位的的不同能力要求为依据开设专业课程，并对学生的选修提出要求，原则上不能开设与职业面向无关课程。专业群争取建成 2 门以上相关专业共享优质拓展课程，群内共享课程应在备注中体现。专业拓展选修课分为一般专业递进课程、竞赛递进课程、创新创业类课程和自主创课。

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	电子商务案例分析	电子商务典型案例的分析, 包括社群电商, 旅游电商, 短视频电商等等	

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
2	商务谈判与技巧	商务沟通技巧, 商务谈判沟通流程, 商务谈判艺术及模拟训练.	
3	数据库及其应用	数据库及其应用, 数据库仿真训练, 数据库应用规则	
4	移动短视频创意与制作	移动短视频创意构思, 脚本撰写, 短视频拍摄, 构图与运镜, 短视频数据分析评估	
5	电子商务营销写作实务	电子商务营销写作实务, 电子商务营销文案的策划编写和分析	
6	跨境电商理论与实务	跨境电商理论, 跨境电商营销推广,	
7	消费心理学	消费者心理分析, 消费心理的用途及模式, 消费心理学的典型案例	
8	现代企业管理	现代企业管理制度, 规章, 现代企业组织结构, 企业运作和思路分享.	
9	电子商务物流	电子商务运输模式, 电子商务仓储管理, 电子商务物流规划	
10	互联网销售	培养学生全面掌握互联网营销知识和技能的专业课程。包括搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销、内容营销、电子邮件营销、在线广告投放等多个方面。	
11	市场调查与预测	市场调查与预测是获取、处理、分析和应用市场信息, 进行市场营销策划和加强生产经营管理的重要手段。	
12	电子商务法律法规	电子商务经营者的基本行为规范与法律责任的理论知识, 具备辨认电子商务交易行为法律属性、分析和解决电子商务法律问题的能力。	

（五）实践教学

1. 专业实践

专业实践亦称“单设实训课”，为实训周内集中开设的实践性课程（C类），以“周”为计时单位，通常每周执行24学时的实践教学，模块学时不低于6周，第2-5学期执行。实训周内公共基础课程照常执行，专业基础课、专业核心课与专业拓展课暂停执行。

专业实践课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	营销活动策划与执行实训	营销活动策划, 营销活动策划与执行, 内容推广与营销。	
2	智能客服实训	互联网客户服务训练, 客户沟通与资料整理, 客户售前售中售后服务管理.	
3	数据化运营实训	商务数据分析, 商务数据管理, 运营数据分析与管理	

2. 综合实践

综合实践分为勤工助学与社会实践两个部分，均由学工处（学生工作部）管理、认定。其中勤工助学作为毕业基本要求之一，但不列入教学计划进程表。

（1）勤工助学

勤工助学为在校学生利用在校课余时间从事生产、服务相关的活动总称，学生所在班级辅导员提供相应指导。原则上高职学生第1-4学期应开展不少于320小时的勤工助学。

（2）社会实践

社会实践为学校利用寒暑假统一组织开展的非教学实践活动，旨在提高学生综合素质，培养社会责任感，加强劳动意识，高职在校生应开展不少于48小时的社会实践。

（3）岗位实习

岗位实习，亦称“毕业岗位实习”，本质是教学活动，是实践教学的重要环节。组织开展学生实习应当坚持立德树人、德技并修，遵循学生成长规律和职业能力形成规律，保障学生的合法权益。学生在实习单位的岗位实习时间一般为6

个月，不低于 384 学时，应基本覆盖专业所对应岗位（群）的典型工作任务，不得仅安排学生从事简单重复劳动。岗位实习必须严格依照《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4 号）及其他国家相关文件执行，由教务处统一管理、认定。

（4）毕业设计/论文

毕业设计/论文是评估学生学业水平的重要依据，是学生在校学习期间完成专业人才基本训练最后的综合性实践教学环节，毕业设计/论文评定为“不合格”的不予毕业。毕业设计参照国家相关标准及《厦门南洋职业学院关于毕业设计（论文）工作管理办法（试行）》执行。毕业设计开展学时通常为 8 周，毕业论文开展学时通常为 4 周，通常于第 5 或第 6 学期集中开展。

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程总体安排 (单位: 周) (每学期按 20 周计算)

学年	学期	课内教学								课外教学		
		课堂教学与课内实践	考试	入学教育与军训	专毕业实践	毕业就业岗位实习	毕业设计(论文)	预备周	小合计	勤工助学	社会实践	小合计
一	1	16	1	2	0	0	0	1	20	0	2	8
	2	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
二	3	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
	4	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
三	5	10	1	0	0	4	4	1	20	2	0	0
	6	0	0	0	0	16	0	1	17	0	0	0
合计		74	5	2	6	20	4	6	117	8	2	10

(二) 专业教学计划进程表 (详见附录 2)

(三) 实践教学体系各环节具体安排

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	场所	备注
1	专业实践	网店开设实训	2	2	2 周		其中 1 周寒暑假、周末
		视觉营销设计实训	2	2	2 周		
		营销活动策划与执行实训	2	3	2 周		
		智能客服实训	2	3	2 周		
		数据化运营	2	4	2 周		
		数据化运营管理沙盘	2	4	2 周		

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	场所	备注
2	勤工助学	/	/	1-4	/	校内外	
3	社会实践	/	2	1-4	2	校外	暑期执行
4	岗位实习	/	20	5-6	20	校外	6个月
5	毕业设计（论文）		64	4	4		1学分 16学时
6	证书培训	电子商务数据分析	/	4	4		自主选择报考
		社交电商	/	2	4		

（四）课程结构比例

模块名称	课程类别	学时数			学分数	学时百分比%	
		总学时	理论	实践			
公共课	公共必修课	836	404	432	45	29.03%	35.69%
	公共选修课	192	192	0	12	6.67%	
	专业基础课	324	178	146	18	11.25%	
	专业核心课	432	116	316	24	15.00%	
	拓展课	360	180	180	20	12.50%	
	专业实践	144	0	144	3	5.00%	
	综合实践	592	0	592	26	20.56%	
	总计	2880	1070	1810	148	100.00%	

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、学生评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

1. 队伍结构（师生比例、双师型教师比例、职称结构、年龄结构等）

在进一步充实现有师资队伍规模基础上,不断优化师资队伍学历结构和职称结构。通过在岗培训、派出进修和在职攻读博士(硕士)学位三者结合的方式,提高博士、硕士学位获得者在教师中的比例,其中45岁以下教师研究生学历或硕士学位以上的比例维持100%(目前本专业已达到80%),专业基础、专业课教师中具有高级专业技术职务的教师达到70%以上(目前本专业已实现40%),中级专业技术职务教师达到90%以上(目前本专业已实现50%)。目前本专业“双师型”教师达到90%,实验实训指导教师均具有中级以上专业技术职务,其中高级职称达到40%以上。

2. 专任教师

本专业现已有1名的骨干教师,主干课程教师有丰富的实践经验和教学经验,教学能力强,有一定的学术水平,对本专业人才培养目标、培养规格、课程体系有较全面的把握能力,具有较强的新知识、新技术的吸收、消化和推广能力。

3. 专业带头人

1人,专业带头人在本专业学术造诣高、实践能力强;提高师资队伍整体水平。

4. 兼职教师

本专业群正致力于建立一支来源、数量稳定,生产经验丰富,学术水平高的兼职教师队伍;专业课来自企业兼职教师的比例应达到60%以上;兼职教师也将主动参与专业教学研究,以实现良好的教学效果。

(二) 教学设施

1. 校内实训基地

序号	校内实训基地名称	主要设备	实训内容(项目)	备注
1	短视频策划制作实训室	华硕电脑、拍摄灯,拍摄云台	短视频策划、拍摄与制作	J301-3
2	国际贸易与跨境电商实训室	联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等	国际贸易流程	J301-1

序号	校内实训基地名称	主要设备	实训内容（项目）	备注
3	企业沙盘模拟经营实训室	联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等	企业沙盘模拟经营	J302
4	社交电商、网络客服实训室	联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等	社交电商、网络客服	J307
5	互联网产品开发实训室	联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等	互联网产品开发、选品	J301-2

2. 校外实训基地建设

(1) 现有校外实训基地情况

序号	校外实训基地名称	地点	功能	使用学期
1	厦门会展集团股份有限公司	厦门市思明区会展路 198 号	九八厦门国际贸易投资洽谈会等展会见习	2-4 学期
2	厦门中舜进出口有限公司	厦门市思明区塔埔东路 170 号 6 楼 602 室	跨境电商实训	第 4 学期
3	厦门聚买网络科技有限公司	厦门市思明区塔埔东路 171 号 1104-A 单元	社交电商实训	第 2 学期
4	厦门抖音电商直播基地	厦门市思明区前埔北路 286 号常春堂 23 度大楼	直播电商	第 4 学期

(2) 校外实训基地建设需求

本着满足教学需求、逐步建设原则，逐步建成或完善专业实验室。完善电子商务实训中心，争取到 2025 年再建成 3 个能实行工学结合人才培养模式、供生产性实训的校内实训室，实训项目覆盖工作过程所有主要职业岗位；新增电子商务仿真实训室，增加实训项目。积极建立校外实习实训基地，计划三年内再建立 3 家校外实习实训基地，实现“人才共育、过程共管、成果共享、责任共担”紧密合作关系。

（三）教学资源

优化“教、学、做”一体的系统化课程体系。重点建设4门基于工作过程具有“教、学、做”特色，体现工学结合的优质专业核心课程及专业教学资源。其中1门建成院级精品课程，1门建成省级精品课程，争取1门建成国家级精品课程；继续联合企业共同开发、编写并出版3本专业教材和校企合作实训指导书。

注重建设和开发本课程的教学大纲、实训大纲、实训指导书、习题集、案例集、试题库等教学资源。

（四）教学方法

1. 在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

2. 教学中以学生为主导，在教学示范过程中不仅单纯给出正面答案，而是引导学生主动参与完成任务，从自己犯的错误中学习，即正反两面学。

3. 教师必须重视实践，注重职业情景的创设，提高学生解决和处理实际问题的综合职业能力。

4. 教学过程中教师应积极引导提升职业素养，提高职业道德。

（五）学习评价

1. 在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

2. 教学中以学生为主导，在教学示范过程中不仅单纯给出正面答案，而是引导学生主动参与完成任务，从自己犯的错误中学习，即正反两面学。

3. 教师必须重视实践，注重职业情景的创设，提高学生解决和处理实际问题的综合职业能力。

4. 教学过程中教师应积极引导提升职业素养，提高职业道德。

（六）质量保障

1. 建立专业建设、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. 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，建立健全查课、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

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容(含必修部分和选修部分)，并同时达到以下条件方可毕业：

项目	具体要求	备注
总学分	至少达到 146 学分	
学分结构	公共基础课程 55 学分；专业基础课 18 学分；专业核心课程 24 学分；专业拓展课 20 学分；专业实践课 3 学分。	
职业技能证书	至少获得以下 3 类证书之一： 1. 教育部 1+X 职业技能等级证书（中级），网店运营推广 2. 教育部 1+X 职业技能等级证书（中级），社交电商 3. 教育部 1+X 职业技能等级证书（中级），电子商务数据分析	
其它	需完成不少于 320 小时的勤工助学	

附录2：2024级电子商务专业教学计划进程表(三年制)

模块名称	课程代码	课程名称	学分	课程类型	总学时	学时分配		各学期周学时分配						备注		
						理论	实践	一		二		三				
								1	2	3	4	5	6			
公共必修课 28.93%	G03174	思想道德与法治	3	B	54	36	18	3								在相关章节中加强铸牢中华民族共同体意识教育。 第3或第4学期，需与体育教研室协商决定。 经营、艺术、建工、电影第一学期。 电影、艺术、建工、机电、信息第一学期；其余学院第2学期。（每周2课时线下+1课时线上） 单周开设 军事课由《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2-3周，实际训练时间不得少于14天112学时，记2学分。 第6学期线上上课 二选一，经营、教育、外旅、医学院第1学期；其余学院第2学期。 第1或2学期进行。 双周开设 每学年不少于2课时
	G00002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	B	36	30	6		2							
	G03445	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	B	54	36	18		3							
	G00684	体育与健康1	2	B	36	4	32	2								
	G00578	体育与健康2	2	B	36	4	32		2							
	G00579	体育与健康3	2	B	36	4	32			2						
	G04418	大学英语1	4	B	64	32	32	4								
	G04419	大学英语2	4	B	64	32	32		4							
	G02727	信息技术	3	B	48	12	36		2+1							
	G00826	大学生心理健康教育	2	B	32	16	16	1	1							
	G00010	军事课	4	B	148	36	112		√							
	G00009	形势与政策	3	B	48	24	24	√	√	√	√	√	√			
	G01632	生涯体验——生涯规划	1	B	16	10	6		√							
	G01633	生涯体验——创业教育	2	B	32	16	16			√						
	G01634	生涯体验——就业指导	1	B	16	8	8				√					
	G00070	应用文写作	2	A	36	36	0	2								
	G02215	劳动教育	1	B	16	4	12	√								
	G04397	大学生成长学	2	A	32	32	0	1	1							
G04422	国家安全教育	1	A	16	16	0	1									
G00030	入学教育	1	A	16	16	0	√									
“公共必修课”模块小计			45	/	836	404	432	14	16	2	0	0	0			
公共选修课 6.68%	G02892	美育概论	2	A	32	32	0	2						经营、外旅医、机电第一学期，其余专业第二学期		
	G04415	“四史”概论	2	A	32	32	0							线上执行		
	G04416	职业素养	2	A	32	32	0							线上执行		
	G04417	中华优秀传统文化	2	A	32	32	0							线上执行		
	/	任意性选修课	4	A	64	64	0							线上执行		
公共选修课模块小计			12	/	192	192	0	2	0	0	0	0	0			
“公共基础课”模块小计			57	/	1028	596	432	15	16	2	0	0	0			
专业基础课 11.27%	G00150	管理学基础	2	B	36	18	18	2						专业群共享课		
	G00102	经济学基础	2	B	36	18	18	2						专业群共享课		
	G03880	电子商务基础	2	B	36	18	18		2							
	G03881	会计基础	4	B	72	52	20	4						专业群共享课		
	G02820	商务数据分析	2	B	36	18	18		2					专业群共享课		
	G03882	市场营销	2	B	36	18	18			2						
	G04726	互联网产品开发	2	B	36	18	18		2							
G00146	客户关系管理	2	B	36	18	18		2						专业群共享课		
专业基础课模块小计			18	/	324	178	146	8	8	2	0	0	0			
专业核心课程 15.02%	G03968	视觉营销设计	4	B	72	16	56		4							
	G03895	零售门店 O2O 运营	4	B	72	36	36			4						
	G00135	网络营销	4	B	72	16	56			4						
	G03969	社群运营	4	B	72	16	56				4					
	G03897	网店运营	4	B	72	16	56				4					
	G03970	数据化运营	4	B	72	16	56				4					

模块名称	课程代码	课程名称	学分	课程类型	总学时	学时分配		各学期周学时分配						备注
						理论	实践	一		二		三		
								1	2	3	4	5	6	
专业核心课模块小计			24	/	432	116	316	0	4	8	12	0	0	
拓展课程 12.5 2%	G00138	电子商务案例分析	2	B	36	18	18			2				
	G00140	商务谈判与技巧	2	B	36	18	18					2		
	G00068	数据库及其应用	2	B	36	18	18					2		
	G02942	移动短视频创意与制作	2	B	36	18	18				2			
	G02936	电子商务营销写作实务	2	B	36	18	18			2				
	G02471	跨境电商理论与实务	2	B	36	18	18				2			
	G00145	消费心理学	2	B	36	18	18			2				
	G00471	现代企业管理	2	B	36	18	18					2		
	G00143	电子商务物流	2	B	36	18	18					2		
	G04727	互联网销售	2	B	36	18	18					2		
	G00139	市场调查与预测	2	B	36	18	18					2		
G00133	电子商务法律法规	2	B	36	18	18					2			
拓展课程模块小计			20	/	360	180	180	0	0	6	4	10	0	
“课内教学活动”总计			119	/	2144	1070	1074	23	28	18	16	10	0	
专业 实践 5%	G03972	营销活动策划与执行实训	1	C	48		48		1周					
	G03971	智能客服实训	1	C	48		48			1周				
	G03973	数据化运营实训	1	C	48		48				1周			
专业实践模块小计			3	/	144	0	144	0	1周	1周	1周	0	0	
综合 实践 20.5 8%	G00031	社会实践	2	C	48	0	48							社会实践周安排在暑假
	G03962	岗位实习	20	C	480	0	480					4周	16周	
	G00032	毕业设计（论文）	4	C	64	0	64					4周		1学分16学时
	综合实践模块小计			26	/	592	0	592					8周	16周
总计			148	/	2880	1070	1810	23	28	18	16	10	0	
占总学时比例		A类课程比例		B类课程理论部分			B类课程实践部分			C类课程比例				
		8.89%		28.26%			37.29%			25.56%				
		理论部分						实践部分（应在50%以上）						
		37.15%						62.85%						
电子商务专业		执笔人（签名）		黄澄			审核人（签名）						年 月 日	