

高职《电子商务》专业人才培养方案

一、专业名称及代码

(一) 专业名称：电子商务

(二) 专业代码：630801

二、入学要求：高中毕业生或相当文化程度

三、修业年限：3年

四、职业面向

学生毕业后主要面向电子商务、制造及相关企业单位，主要岗位是客户服务、销售人员、营销推广、网店运营（助理）、网店美工（助理），并随着技术、技能以及综合素质的提升，将逐步成为公司网络营销、策划与创新的中坚力量或自主创业。

表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 群或技术 领域举例	职业资格证书和职业 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 (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)	运营管理 客服服务 网络营销 推广 网店美工	电子商务网店运营技 能等级 电子商务数据分析 网店运营推广 电子商务师 互联网营销师---直 播销售员 跨境电商专项职业能 力证书 网络编辑师

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，拥护党的基本路线，适应社会主义现代化建设需要和地方经济建设需要，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，能够从事网络营销推广、运营管理、客户服务等工作的高素质复合型技术技能人才。

六、毕业要求

表2 电子商务专业毕业要求

序号	毕业要求	对应的培养目标
1	素质要求	(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，积极投身“乡村振兴”战略布局工作中。 (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

		<p>和社会参与意识。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(6) 具有执行能力、应变能力、团队协作与承压能力, 具有一定的创新能力。</p>
2	知识要求	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(4) 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。</p> <p>(5) 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法。</p> <p>(6) 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法。</p> <p>(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。</p> <p>(8) 掌握主流电子商务平台和跨境电子商务平台的运营规则。</p> <p>(9) 掌握直播、短视频等新媒体的运营与推广的方法。</p> <p>(10) 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。</p>
3	能力要求	<p>(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。</p> <p>(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(9) 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理。</p>

		<p>(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。</p> <p>(11) 能够正确使用直播营销技巧、短视频推广方法、以及相关新媒体平台进行网络营销推广。</p> <p>(12) 能够对客户进行正确的分类与管理,对客户咨询、异议,处理客户投诉,进行客户个性化服务等。</p> <p>(13) 能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营管理。应对客户咨询、异议,处理客户投诉,进行客户个性化服务等。</p>
--	--	---

六、毕业能力要求指标点

表 3 电子商务专业毕业能力要求指标点

序号	毕业生能力要求	毕业要求指标点序号	毕业生能力要求指标点
1	能对电子商务有整体的认识	1.1	能够理解电子商务的基本概念
2	网店采编与设计装修能力	2.1	能利用数码相机、摄影棚闪光灯等设备进行商品或模特的拍摄
		2.2	能对拍摄的图片进行处理
		2.3	能设计制作首页店招、logo 及 banner
		2.4	能设计制作商品主图、商品详情页
3	网店运营推广能力	3.1	能根据实际情况制定不同的运营策略并保证实施
		3.2	能通过 seo、sem 等方式进行网店推广
		3.3	能够跨境电商平台的运营与推广
4	网页设计与制作的能力	4.1	能够录入文本对象、插入图像等
		4.2	能够制作超链接、利用表格进行页面布局
5	网络客户服务	5.1	能按照服务原则正确处理客户问题,能灵活运用话术正确引导客户下单并付款,能根据用户特点进行老客户维系及流失客户挽留
		5.2	能具备与客户沟通的语言表达、沟通协调能力以及商务谈判能力
6	数据采集与分析能力	6.1	能利用各种数据采集工具搜集数据,进行数据分析及决策
7	短视频运营能力	7.1	能策划编写短视频内容或脚本,能使用 pr 等视频剪辑软件进行短视频的剪辑制作
		7.2	能够在各短视频平台进行运营与推广

8	网络直播能力	8.1	能够在各直播平台进行直播准备、策划与实施
9	新媒体运营能力	9.1	能够运用小红书、微博、微信等新媒体平台进行策划、运营与推广
10	团队合作	10.1	具备团队协作能力、具备沟通能力、能够较好理解他人的需求与意愿，能与业界同行及社会公众进行有效沟通和交流，具备良好的沟通技巧
11	职业规范	11.1	践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感，遵纪守法，诚实守信，具有良好的职业道德和社会责任感
12	终生学习	12.1	对终生学习有正确认识，能够自主学习部分理论知识，能够紧跟行业动态，不断学习新知识

七、课程体系与毕业要求的关联度矩阵

表 4 电子商务专业-2021 年 毕业生能力要求指标点

课程性质	课程名称	电子商务专业-2021 年 毕业生能力要求指标点																			
		1.1	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	5.1	5.2	6.1	7.1	7.2	8.1	9.1	10.1	11.1	12.1
专业基础课	电子商务基础	✓																	✓	✓	✓
	选品与采购													✓			✓	✓	✓		

	消费者行为分析						✓															
	市场营销														✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
	市场调研与分析						✓		✓										✓	✓	✓	
	电子商务物流						✓												✓	✓	✓	✓
专业课 - 专业核心课	商品信息采编								✓										✓	✓	✓	✓
	网店运营						✓	✓	✓											✓	✓	✓
	网页设计与制作									✓	✓									✓	✓	✓

	客户服务与管理										✓	✓						✓	✓	✓
	电子商务数据分析与应用											✓						✓	✓	✓
	直播营销													✓				✓	✓	✓
专业课 - 专业拓展课	新媒体营销															✓	✓	✓	✓	
	软文写作					✓						✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	图形图像处理		✓	✓					✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	视频采编											✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

跨境电子商务						✓	✓	✓											✓	✓	✓
--------	--	--	--	--	--	---	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	---	---

八、主干学科、专业核心课程与主要实践性教学环节

（一）主干学科

电子商务基础

（二）专业核心课程

商品信息采编、网络编辑、客户服务与管理、网店运营、电子商务数据分析、新媒体营销、直播营销、选品与采购、消费者行为分析、网页设计与制作

（三）主要实践性教学环节

课内实践教学、教育实践调查、职业能力实践调查、毕业论文（设计）、毕业实习、校企协同培养的教学实践等实践环节。

九、课程设置与学分要求

（一）课程设置

表 5 电子商务专业课程设置一览表

课程类别	课程编号	课程名称	教学时数			学分		
			总计学时	理论课	实践课	总学分	理论课	实践课
公共课	0312111001	思想道德修养与法律基础	54	54		3	3	
	0312111002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	72		4	3	1
	0312111003	职业规划	24	12	12	1.5	0.5	1
	0312111004	就业指导	12	6	6	0.5	0.5	
	0312111005	省情	18	18		1	1	
	0312111006	大学语文	36	30	6	2	2	
	0312111007	信息技术	72	36	36	4	2	2
	0312111008	大学英语	36	36		2	1	1
	0312111009	大学体育	144	16	128	8	2	6
	0312111010	心理健康教育	32	18	14	2	1	1
	0312111011	入学教育(含安全教育)	16	16		1	1	

	0312111012	国防教育	36		36	2	1	1
	0312111013	军训	90		90	5	2	3
	0312111014	形势与政策	32	32		2	2	
	0312111015	劳动教育	72		72	4		4
	0312111016	创新创业	20	16	4	1	1	
	0312111017	中国共产党党史	8	8		0.5	0.5	
	0312111018	习近平总书记教育重要论述讲义	8	8		0.5	0.5	
	小计		782	378	404	44	24	20
专业基础课	0312121001	电子商务基础	36	18	18	2	1	1
	0312121002	电子商务法律法规	36	18	18	2	1	1
	0312121003	选品与采购	36	18	18	2	1	1
	0312121004	消费者行为分析	36	18	18	2	1	1
	0312121005	市场营销	36	18	18	2	1	1
	0312121006	市场调研与分析	36	18	18	2	1	1
	0312121007	电子商务物流	36	18	18	2	1	1
	0312121008	管理学基础	36	18	18	2	1	1
	小计		288	144	144	16	8	8
专业必修课	0312122001	商品信息采编	72	36	36	4	2	2
	0312122002	网络编辑	36	18	18	2	1	1
	0312122003	网页设计与制作	36	18	18	2	1	1
	0312122004	网络营销	36	18	18	2	1	1
	0312122005	客户服务与管理	36	18	18	2	1	1
	0312122006	电子商务数据分析与应用	36	18	18	2	1	1
	0312122007	网店运营	72	36	36	4	2	2
	0312122008	直播营销	36	15	21	2	1	1
	0312122009	短视频运营	36	18	18	2	1	1
	0312131007	顶岗实习	720		720	30		30
	小计		1116	195	921	52	11	41
选修课	0312123001	新媒体营销	72	36	36	4	2	2
	0312123002	软文写作	36	18	18	2	1	1
	0312123003	图形图像处理	36	18	18	2	1	1

0312123004	视频采编	72	36	36	4	2	2
0312123005	跨境电子商务	72	36	36	4	2	2
0312123006	品牌策划与管理	36	18	18	2	1	1
0312123007	商务沟通	36	18	18	2	1	1
0312123008	认识新商业	36	18	18	2	1	1
0312123009	美术鉴赏	36	18	18	2	1	1
0312123010	公共关系	36	18	18	2	1	1
0312123011	接待礼仪	18	9	9	1	0.5	0.5
0312123012	茶艺	18	9	9	1	0.5	0.5
0312123013	职业素养	18	9	9	1	0.5	0.5
0312123014	演讲与口才	18	9	9	1	0.5	0.5
0312123015	人工智能应用技术	9	9		0.5	0.5	
0312123016	经典诵读	36		36	2		2
0312123017	日常生活急救	9	9		0.5	0.5	
小计		594	288	306	33	16	17
合计		2780	1005	1775	145	59	86

(三) 毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习,须修满的专业人才培养方案所规定的学时学分,胜任电子商务活动中的基础工作,完成规定的教学活动,毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。毕业要求应能支撑培养目标的有效达成。

表 6 毕业学分要求

课程 类型	学时/学分数分配及比例					
	学 时			学 分		
性质	总学时	理论课	实践课	总学分	理论课	实践课
公共课	782	378	404	44	24	20
专业基础课	288	144	144	16	8	8
专业必修课	1116	195	921	52	11	41
选修课	594	288	306	33	16	17
合计	2780	1005	1775	145	59	86
百分比	100	36.2	63.8	100	40.7	59.3

注: 职业素质公共选修课程模块中课内实践教学与职业技能等级认证模块学分的获取由学校统一组织安排。毕业学分要求: 取得 138 以上学分, 其中必修课 120 学分, 选修课 6 学分。

表 7 电子商务专业毕业要求

序号	毕业要求	对应的指标点
----	------	--------

考核要求	考核评价方式由过程考核和结果考核两部分组成。过程考核占总评成绩的60%，结果考核（期末考核）占总评成绩的40%。过程评价以学习态度、操作能力、方法运用、合作精神为考核要素，以学习阶段、学习项目或典型工作任务为单元组织考核。考核内容以能力考核为主体。
学时及学分要求	学生必须通过本专业人才培养方案中规定的所有课程的课程考核，修满144学分2780学时，其中：公共基础课44学分782学时，职业技术课70学分1278学时（包括理实教学一体化课程、综合技能训练），顶岗实习30学分720学时；本专业学生毕业时必须取得138学分。
证书要求	职业资格证书：鼓励学生获取电子商务网店运营技能等级、网店运营推广、电子商务师、互联网营销师、直播销售员、跨境电商专项职业能力证书、网络编辑师等相关职业资格证书，每增加获取一个职业资格证书，奖励2学分。实行学历证书与职业资格证书“1+X”制度。
综合技能测试	毕业实习结束后，学生必须完成综合技能测试，合格者方可取得毕业实习学分和毕业论文学分。

十、教学计划进度表

表8 电子商务专业教学计划表

课程类别	课程名称	学时			按学期分配周学时数						考核方式	
		总学时	理论课	实践课	第一	第二	第三	第四	第五	第六	考试	考查
公共课	思想道德修养与法律基础	54	54		3							√
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	72			4					√	
	职业规划	24	12	12		1.5						√
	就业指导	12	6	6				0.5				√
	省情	18	18		1						√	
	大学语文	36	30	6		2					√	

	信息技术	72	36	36		4						√
	大学英语	36	36		2							√
	大学体育	144	16	128	2	2	2	2				√
	心理健康教育	32	18	14	2							√
	入学教育(含安全教育)	16	16		0.5							√
	国防教育	36		36	2							√
	军训	90		90	5							√
	形势与政策	32	32		0.5	0.5	0.5	0.5				√
	劳动教育	72		72	1	1	1	1				√
	创新创业	20	16	4		1						√
	中国共产党党史	8	8				0.5					√
	习近平总书记教育重要论述讲义	8	8			0.5						√
专业基础课	电子商务基础	36	18	18	2						√	
	电子商务法律法规	36	18	18				2			√	
	选品与采购	36	18	18			2					√
	消费者行为分析	36	18	18				2				√
	市场营销	36	18	18	2						√	
	市场调研与分析	36	18	18				2				√
	电子商务物流	36	18	18			2				√	
	管理学基础	36	18	18				2			√	
专业必修课	商品信息采编	72	36	36		4						√
	网络编辑	36	18	18			2					√
	网页设计与制作	36	18	18				2				√
	网络营销	36	18	18				2			√	
	客户服务与管理	36	18	18			2				√	
	电子商务数据分析与应用	36	18	18			2				√	
	网店运营	72	36	36		4					√	
	直播营销	36	18	18				18				√
	短视频运营	36	18	18			2					√

选修课	新媒体营销	72	36	36			2	2			√	
	软文写作	36	18	18		2						√
	图形图像处理	36	18	18	2							√
	视频采编	72	36	36			4					√
	跨境电子商务	72	36	36			4					√
	品牌策划与管理	36	18	18				2				√
	商务沟通	36	18	18				2				√
	认识新商业	36	18	18				2				√
	美术鉴赏	36	18	18	2							√
	公共关系	36	18	18				2				√
	接待礼仪	18	9	9	1							√
	茶艺	18	9	9			1					√
	职业素养	18	9	9				1				√
	演讲与口才	18	9	9				1				√
	人工智能应用技术	9	9			0.5						√
	经典诵读	36		36	0.5	0.5	0.5	0.5				√
日常生活急救	9	9					0.5				√	
顶岗实习	720		720								√	
注：直播营销课程为连续两周的实训课程，每周课时为 18 学时。												

十一、人才培养方案实施保障

（一）师资队伍

具有专兼职教师 9 人，“双师素质”教师 8 人，占 88%。形成以专业带头人为主导，骨干教师为核心，青年教师为主体、知识结构和能力结构合理的“双师素质”师资队伍。讲师具较强理论与科研基础，动手能力强。

（二）教学设施

1. 校内实训室基地：有直播实训室和摄影实训室。保证了学生直播课程、商品信息采编课程的效果。有 60 台计算机，并安装了相关技能大赛软件，可供学生进行网店运营操作，处理后期图片及视频。校外实习基地至少 1 个，实现产教融合。

2. 校外实训室基地：与 10 家电子商务校外企业建立了校外实训基地，能满足综合技能训练。校内实训室和校外实训基地运行良好，保障有力，可满足教学、科研及服务需求。

（三）教学资源

1. 教材选用

优先选用国家、省级获奖教材及国家十三五规划教材，鼓励教师与行业企业合作，共同开发编写突出高等职业教育特色，体现基于工作过程和职业培训内容特点的活页教材。

2. 图书文献配备、数字资源配备

包括文学、工学、农学、理学、报刊、杂志等 13 万册左右，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。本专业图书的数量也在逐年增加，图书的新添置量每年不少于 5%，专业杂志最少达到 10 种。

3. 数字教学资源

充分利用国家专业教学资源库、智慧职教、国家精品课、省级精品课等优质数字化（网络）教学资源，根据专业实际开发建设网络学习课程等数字化专业教学资源，满足教师、学生、企业职工自主学习的要求。

（四）教学方法

目前主要采用的教学方法有课堂讲授法、讨论法、演示法、练习法。教学手段有多媒体教学及实践教学。

根据“工学结合”人才培养模式的要求，改变以课堂为中心的教学方式。注重教学过程的实践性、开放性和职业性，把课堂建设在校内外等实训实习场所。灵活采用任务驱动、项目带动、案例教学、现场指导、综合练习、边学边练、讲练结合，教学做一体化等教学方法。

（五）学习评价

1. 坚持事前评价与事后评价相结合，过程评价与结果评价相结合、定性评价与定量评价相结合、主观评价与客观评价的多元化评价原则。

2. 要根据课程的特点，注重评价内容的整体性，既要关注学生对知识的理解、技能的掌握和能力的提高，又要关注学生养成规范操作、安全操作的良好习惯。

（六）质量管理

重视教育教学管理和质量监控，不断加强教学与学生管理规章制度的建设，建立并完善与工学结合相适应的教学管理、学生管理、质量管理等制度，重视过程监控，吸收用人单位参与教学质量评价，逐步完善以学校为核心、教育行政部门为引导、社会参与的教学质量保障体系。

1. 以学校为核心

建立教学质量保障体系。（1）质量标准体系，与企业合作对教学工作各环节制定严格细致的规章制度。对实践教学环节，建立实训、实习指导书，严格实行过程管理办法。（2）管理与考核体系，本系设有专业教研室和日常教学督导组、实训中心，具体负责课程建设、专业建设和实践教学建设，院系均成立了试点专业教学改革工作领导小组，聘请企业专家成立了电子商务专业教学指导委员会，负责课程标准、授课计划的审定、教学质量的检查、评定等工作。鼓励学生考取各类技能资格证书，建立了完善的考试考核制度、毕业生追踪调查体系。（3）评价体系，①教学检查制度，成立了以系主任为组长，教研室主任、专业带头人及企业专家组成的专家组，对各个教学环节、教学管理等实行常规和不定期教学检查。②教学督导制度，学院建立院系两级教学督导制度。学院成立教学督导委员会，系部成立教学督导组，严把教学质量关。③学生评教制度，定期从每班随即抽出部分学生进行座谈或组织学生进行调查问卷，并及时反馈到教学过程中；期末进行网上评教，将教师教学质量评价与教师考核奖励、职称晋升评聘等挂钩。

2. 以教育行政部门为引导

按照教育部（厅）高职院校人才培养工作评估指标体系、示范院校建设要求和高等教育“质量工程”建设项目的要求进行专业建设与改革。

3. 社会参与

在校企深度融合的基础上，与企业共同制定了专业人才培养方案、课程标准以及各类规章制度，构建了各类实习实训评价标准。包括：顶岗实习三方协议制度；企业导师制度；节点考核制度。

本专业严格按照学校的各项管理制度执行，初步形成了人才共育、过程共管、成果共享、责任共担的紧密型合作办学机制。

(七) 专业人才培养方案制订与审核

1、专业建设指导委员会名单

主任：查 X 建 商务系主任 副教授

成员：解 X 丹、罗 X、杨 X、毛 X、杨 X

2、专业人才培养方案制订工作小组

组长：解 X 丹

成员：罗 X、杨 X、毛 X、杨 X、张 X 洪（企业兼职）、武 X 东（企业兼职）

电子商务教研室

2021 年 3 月 20 日