

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、招生对象（入学要求）.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	2
（一）培养目标.....	2
（二）培养规格.....	3
1 素质要求.....	3
2 知识要求.....	3
3 能力要求.....	3
六、课程设置及要求.....	4
（一）课程设置.....	4
（二）课程描述.....	5
七、教学进程总体安排.....	26
八、项岗实习.....	26
九、实施保障与质量管理.....	29
（一）师资队伍.....	29
（二）教学设施.....	30
（三）教学资源.....	32
（四）教学方法.....	32
（五）教学评价.....	33
（六）质量管理.....	33
十、毕业要求.....	34
十一、人才培养方案编制的有关说明.....	35
（一）学分制.....	35
（二）1+X 证书制度及职业资格证书.....	36
（三）动态调整机制.....	36
十二、继续教育.....	37
十三、附表.....	37



常德职业技术学院

2021级电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

1. 专业名称：电子商务
2. 专业代码：530701
3. 所属专业群：现代农林技术与服务

二、招生对象（入学要求）

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

实行学分制，基本学习年限为三年，因自主创业经申请可实行弹性学制，一般不超过五年。

四、职业面向

表1 职业面向表

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	职业技能等级证 书举例
财经商贸大类 (53)	电子商务类 (5307)	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)	营销推广； 运营管理； 客户服务； 美工设计。	网店运营推广职 业技能等级证书 (初、中、高级)； 电子商务数据分 析职业技能等级 证书(初、中、 高级)

初始岗位：客户服务专员、网络营销助理、美工设计助理、运营推广助理、物流调度文员、仓库管理文员。

发展岗位：客户服务主管、网络营销主管、美工设计专员、运营推广专员、仓储物流主管。

表2 典型工作任务与职业能力分析表

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力	主要支撑课程
1	网络(店) 运营管理	1-1网店运营调研与谋划 1-2网店销售和管理 1-3商品管理与配送	网络市场调研能力 店铺销售管理能力 库存管理与配送能力	市场调研与分析 网店(站)运营 电子商务物流
2	网络营 销推 广	2-1搜索引擎营销 2-2网络促销策划与实施 2-3新媒体营销	搜索引擎优化能力 促销活动策划能力 新媒体推广能力	网店推广 网络营销 新媒体营销

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力	主要支撑课程
3	网络（店）美工	3-1图片处理 3-2商务网站规划与设计 3-3网店页面美化布局	图片处理能力 网店装修能力 网页设计美化能力	图形图像处理 网页设计制作 视频采编
4	网络客户管理	4-1沟通客户需求 4-2处理客户投诉 4-3管理客户关系	沟通协调能力 投诉处理能力 个性化服务能力	消费者行为分析 客户服务与管理 软文写作

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，德技并修、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、工匠精神和创新思维。

(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，良好的行为习惯、劳动习惯。

(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、文明生产等相关知识。

(3)熟悉与本专业有关的国家、省、市区一系列规划、政策、文件。

(4)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。

(5)掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。

(6)掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法。

(7)掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法。

(8)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。

(9)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。

(10)掌握网店运营规范与流程以及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、课程设置及要求

(一) 课程设置

本专业有公共基础课（包括公共基础必修课、公共基础选修课）、专业（技能）课（包括专业群共享课、专业基础课、专业核心课、专业拓展课、专业实践及专业（群）选修课）等2类课程，总共44门课，2870学时，158学分（表3）。

表3 课程设置与学时分配表

课程类型		课程门数	教学课时				学时占比 (%)	
			总学分	理论课	实践课	总学时		
公共基础课	必修	12	39	418	324	742	25.85%	
	选修	2	4	60	0	60	2.09%	
专业技能课	必修	群共享	1	4	32	32	64	2.23%
		专业基础课	6	18	156	160	316	11.01%
		专业核心课	6	22	170	218	388	13.52%
		专业拓展课	3	12	100	116	216	7.53%
		集中实践课	7	41	0	760	760	26.48%
		考证课程	1	4	36	36	72	2.51%
	选修	专业（群）选修	6	14	122	130	252	8.78%
合计		44	158	1094	1776	2870	100%	
公共基础课占比 (%)							27.94%	
实践课占比 (%)							61.88%	
选修课占比 (%)							10.87%	

备注：集中实践教学环节以整周为单位进行安排（1周折算为20课时），毕业实习环节1周折算为20-24学时

（二）课程描述

1. 公共基础课程

主要有军事理论、军事技能、安全教育、心理健康教育、健康教育、大学体育、思想政治理论（思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策）、大学生职业发展与就业指导、英语、信息技术、创业基础、劳动教育、公共选修课两门等14门课程（表4），共802学时，43学分。

表4 公共基础必修课课程描述

1	课程名称	军事理论	学时/学分	36/2
教学目标	军事课程以国防教育为主线，通过军事理论与实践教学，使大学生掌握基本军事理论与军事技能，达到增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础的目的。			
教学内容	本课程通过中国国防、军事思想、信息化战争、军事高技术、军事地形学、轻武器射击、战术、队列训练、综合技能九个方面进行理论教学。			
教学要求	充分利用网络优质教学资源，采用线上线下和实践教学混合式教学模式，计划采取线上32学时，线下4学时完成教学任务。			
2	课程名称	军事技能	学时/学分	112/2



教学目标	通过军训增强大学生国防意识，加强作风建设、纪律教育，增强身体素质，塑造良好的行为规范，培养顽强的意志品格，激发大学生积极向上的进取精神和团队精神，为今后的学习生活奠定坚实基础。集中军训时间为14天112课时。		
教学内容	以中国人民解放军条令为主，包括内务条令、纪律条令和队列条令。		
教学要求	以中国人民解放军条令、条例为依据，对学生实行军事化管理，建立健全相应的领导、训练和管理体制，制定各项规章制度，严密组织、严格训练、严格管理。		
3	课程名称	安全教育	学时/学分
32/2			
教学目标	通过安全教育课程的学习，使大学生了解安全基本知识，掌握与安全问题相关的法律法规和校纪校规，安全问题所包含的基本内容，安全问题的社会、校园环境；了解安全信息、相关的安全问题分类知识以及安全保障的基本知识。提高大学生安全意识、危机应对能力，为大学生健康成长、顺利成才，报效社会建立“安全防火墙”。		
教学内容	主要内容包括：1.大学生安全教育概述；2.国家与社会安全；3.食品安全；4.住宿安全；5.交通安全；6.交际安全；7.人身安全；8.活动安全；9.逃生安全；10.财产安全；11.就业安全；12.网络安全；13.疾病防范急救；14.预防校园不良网络信贷。		
教学要求	充分利用网络优质教学资源，采用线上线下和实践教学混合式教学模式，计划采取线上20学时，线下4学时，实践8学时完成教学任务。同时通过入学教育、安全分析、日常教育等多种途径和形式开展安全教育课程。加大安全预防方法的学习，注意为学生提供直接经验，拓宽学生视野并善于利用发生的安全事故警示教育学生。		
4	课程名称	心理健康教育	学时/学分
32/2			
教学目标	课程从总体上使学生在心理及心理健康知识层面、认知层面得到改变及提高，使学生在自我认知、人际沟通、环境适应、自我调控等方面的技能及能力得以提升，以综合提高学生心理素质，促进学生全面发展。具体来说，在知识目标上，使学生了解心理学有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基础知识；在技能目标上，使学生掌握自我探索技能、心理调适技能及心理发展技能。如学习技能、环境适应技能、压力管理技能、人际沟通及交往技能、问题解决技能、自我管理技能等；在自我认知目标上，使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，有正确、适宜的心理求助及解决观，积极探索适合自己及适应社会的生活状态，自主塑造培养良好的积极、阳光思维及心态。		
教学内容	课程教学内容总计32学时，线上、线下分别计14、18学时。皆于第一学年开设完成。护理系、药学系拟定于第一学期开设完成，医学系、机电系、土建系、农经系拟定于第二学期开设完成。具体内容包括：心理健康的判断标准及影响因素、异常心理及心理困惑、心理咨询及求助干预、自我意识与培养、人格发展与心理健康、职业规划与心理健康、学习适应与心理健康、情绪管理与心理健康、人际交往与心理健康、恋爱与性心理及心理健康、压力管理及挫折应对、生命意义与危机应对等。		
教学要求	结合《课程教学基本要求》及《教学工作评价方案》文件中要求注重理论联系实际、培养学生实际应用及问题解决能力，集知识、体验及训练为一体的课程要求，课程教学将采取“线上+线下”翻转课堂、结合任务导向及项目驱动等教学形式进行。具体采用课堂讲授法、启发法、小组讨论法、测试法、行为训练法、活动体验法等进行。课程评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式，形成性评价主要通过考核平时到课情况与课堂参与情况（45%）、线上理论学习度、作业完成情况及学习态度（25%）进行，占70%；终结性评价包括期末理论考试，占30%。		



5	课程名称	健康教育	学时/学分	18/1
教学目标	课程从总体上使学生明确健康的内涵及维持健康、预防疾病的重要性，帮助学生了解影响健康的身心因素，在健康的知识层面、认知层面得到改变及提高，增强学生主动保健、健康维护及疾病预防意识，进而帮助学生掌握维持健康及基本保健技能，促进学生全面发展。具体来说，在知识目标上，增加学生对健康影响因素、日常疾病、日常重大常见传染病传染途径及机制的了解；在技能目标上，促进学生对健康生活方式的理解、对日常慢性疾病、日常重大常见传染病的预防措施的掌握及相关急救实施的掌握；在认知目标上，促进学生形成健康管理的意识及贡献于健康中国目标实现的主动性。			
教学内容	课程教学内容计划总计18学时，线上、线下各计8、10学时。3系皆于第一学年开设完成：具体内容包括：影响健康的因素、公共卫生、营养、运动、良好的生活习惯、性与健康；传染病及慢性疾病预防、心肺复苏急救术等。			
教学要求	结合《课程教学基本要求》及《教学工作评价方案》文件中要求注重理论联系实际、培养学生实际应用及问题解决能力，集知识、体验及训练为一体的课程要求，课程教学将采取“线上+线下”翻转课堂、结合任务导向及项目驱动等教学形式进行。具体采用课堂讲授法、启发法、小组讨论法、活动体验法等进行。课程评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式，形成性评价主要通过考核平时到课情况与课堂参与情况、作业完成情况及学习态度进行，占60%；终结性评价包括期末理论考试，占40%。			
6	课程名称	大学体育	学时/学分	108/6
教学目标	通过本课程的学习，学生能够掌握体育与健康的基本知识和运动技能，学会学习体育的基本方法，形成终身锻炼的意识和习惯，培养农林牧渔类和财经商贸类学生的合作能力、交往能力和适应能力，形成良好的人际关系和团结协作的团队精神。学生从田径、篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、健美操、健身和体育舞蹈九个项目中选择一个项目进行为期一年的学习。通过一个项目的学习，使学生能够掌握一个体育项目的基本知识和运动技能，学会学习体育的基本方法，形成终身锻炼的意识和习惯，掌握体育类相关的保健、营养及卫生等知识。			
教学内容	学习以田径、球类（篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球）、健美操、健身为主要内容。学生从田径、篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、健美操、健身和体育舞蹈九个项目中选择一个项目进行为期一年的学习。			
教学要求	教师要熟悉及教学大纲和教学计划，掌握教学进度，备课要认识分析和处理教材内容，要结合医学专业学生的特点认真写好教案。不得随意更改教学内容，实践课因天气影响可根据计划调整上课内容。教学过程中要管教管到，实践课教师讲解示范要到位，要组织学生认真练习。主要采用的教学方法是讲解示范教学法、纠错法、提问启发式方法。拥有标准田径场、篮球场、排球场、足球场、室内乒乓球馆、室内羽毛球馆、健美操房、健身房等教学场地。要求教师采用讲解示范教学法、练习法、纠错法、提问启发法等多种教学方法，运用标准田径场、篮球场、排球场、足球场、室内乒乓球馆、室内羽毛球馆、健美操房、健身房、体育舞蹈房等教学场地完成教学。			
7	课程名称	思想政治理论	学时/学分	148/8
教学目标	思想政治理论课承担着对大学生进行系统的马克思主义理论教育的任务，是巩固马克思主义在高校意识形态领域指导地位、坚持社会主义办学方向的重要阵地，是全面贯彻党的教育方针、落实立德树人根本任务的主干渠道和核心课程。本门课程贯穿在校两年时间，融思政教育之“美丽中国”建设、乡村振兴战略、农业经济发展新常态与农业技术人才在指导、推广、生产、自主创业等各领域所需具备的吃苦耐劳、淡泊名利、乐于奉献、合法用权的道德与法治意识有机融合，为培养高端技术技能型农业行家里手提供方向引领与价值遵循，促使学生在服务祖国、服务人民、扎根基础、扎根农村中坚定理想信念、夯实理论根基、锻造干事本领。			
教学内容	共开设三门课程。周两节，开两年四个学期。一年级开设《思想道德修养与			

	法律基础》课；二年级开设《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》课。每一个学期开设《形势与政策》课四周。并对应课堂理论教学完成专题论文、调研报告的实践教学任务，且通过参加生产劳动、志愿服务、公益活动及“红色寻根”、“红色经典”等项目拓展校外实践活动。			
教学要求	充分利用智慧职教云课堂及其他网络优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式，教师主导，学生主体，构建起课前、课中、课后环环相扣的可持续性学习迁移模式。课前充分发挥线上云课堂引导学生预习教材知识点、完成教师课前任务布置。课中以小组讨论、头脑风暴及情景教学为主推进“学、思、做”一体式教学。课后以云课堂每课练习及每章测试为主，以拓展相关话题讨论、完成相关原著阅读与影视观看为辅，促进基础性知识与拓展研修内容的复合式延伸性学习。同时，实践教学与理论教学相辅相成，以进一步帮助学生深化对课堂知识的理解和运用为目的，以走向基层、走入社区为主要方式，采用素质拓展活动、小组访谈调研的模式，使学生在认识、交流、操作等各项劳动任务中实现自我价值与社会价值的统一。			
8	课程名称	大学生职业发展与就业指导	学时/学分	32/2
教学目标	大学生职业发展与就业指导既强调职业在人生中的重要地位，又关注学生的全面发展和终身发展。通过对高校毕业生就业形势的介绍与分析，了解职业生涯规划的基本概念和基本思路；明确大学生活与未来职业生涯的关系；激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的择业、就业观。通过课程教学，大学生应当在态度、知识和技能三个层面均达到以下目标。态度层面：树立积极的人生观、价值观和就业观，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。知识层面：基本了解职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境；了解就业政策与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识。技能层面：掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，还应该通过课程提高学生的各种通用技能，比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等。			
教学内容	教学内容设计为三大部分，八个模块。第一部分是建立职业生涯与职业意识，包含四个模块（大学生活与职业发展、职业发展规划、就业能力提升、就业信息搜集与利用），计划12学时完成。第二部分是求职材料准备和求职过程，包含两个模块（求职材料准备与应聘技巧，就业心理调适），计划12学时完成。第三部分是权益保护与职业发展，包含两个模块（就业权益保护，职业适应与职业发展），计划8学时完成。整个课程共计32学时。			
教学要求	课堂教学为主，课外实践活动为辅；坚持与思想政治教育、专业课程、社会实践和创新创业教育“四个”结合；开展以系列讲座法、讨论辩论法、情景模拟法、案例分析法、教学实践法、个案咨询法等灵活多样的教学方式；充分利用智慧职教、智慧课堂教学平台及其他的网络优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式。			
9	课程名称	英语	学时/学分	112/7
教学目标	本课程以“实用、够用”为宗旨，培养学生基本的英语听、说、读、写、译等应用能力，特别是听说能力，使他们能在日常生活再进行一般的口头和书面交流，并养成良好的英语学习习惯。用中国传统文化和湖湘文化熏陶学生，培养其文化自信和一定的跨文化交际能力，提升学生的职业素养。			
教学内容	教学内容设计为三个模块。模块一：日常生活交际英语模块（如校园友谊、家庭温情、社会热点等）；模块二：中国传统文化和湖湘文化（如春节、端午节、二十四节气、湖湘知名企业等）；模块三：英语综合训练（如语音训练、高职高专英语应用能力等级考试A级等）。			
教学要求	充分利用智慧职教、云班课等教学平台及其他优质网络教学资源，采用线上线下混合式教学模式。线上课堂在课前引导学生预习知识，课中发起讨论和			

	头脑风暴，课后巩固和拓展知识；线下课堂主要采用任务型教学法、情景教学法、诵读法、小组合作学习法等，引导学生学会用英语在日常生活中进行简单的交流。		
10	课程名称	信息技术	学时/学分
	64/4		
教学目标	《信息技术》课程是面向三年制高职高专各专业学生的一门公共基础通识课程，根据课程标准、国考一级考纲、高职高专类人才培养方案，以职业信息能力培养为中心，旨在培养学生具备基本的信息素养和利用计算机处理日常事务的能力，为其专业服务。本课程以真实的大学校园为背景形成了“我的e海导航”、“我的大学生活”、“我的大学班级”、“我的大学专业”、“国一通关攻略”五大教学模块体系，并构建了基于师生互动真实情景的32例教学实践项目，通过本课程的项目实施学习，使学生能掌握信息技术基础知识，能熟练使用Word、Excel、PowerPoint等办公软件，能基本了解国内外最新信息技术，帮助学生学会学习，使学生的知识、情感、技能得到全面发展，为其将来从事的职业打下良好的信息素养基础。		
教学内容	课程内容设计为五个模块。模块一：我的e海导航——计算机基础知识与网络应用，计划12学时完成。模块二：我的大学生活——玩转文字处理软件Word，计划14学时完成。模块三：我的大学班级——玩转电子表格处理软件Excel，计划10学时完成。模块四：我的大学专业——玩转演示文稿制作软件PowerPoint，计划8学时完成。模块五：国一通关攻略——计算机国家一级等级考证，计划20学时完成。		
教学要求	充分利用智慧职教云教学平台及其他的网络优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式。线上课堂在课前引导学生预习知识，课中发起讨论和头脑风暴，课后巩固和拓展知识；线下课堂内则通过教师讲解、讨论、练习相结合突破重、难点，课后进行拓展技能训练，能力提升。主要采用教学方法有：项目教学法、情景引入教学法、电子教室控制讲练结合法、精讲剖析法等。教学环境需安装有Windows10和Office2016的计算机机房进行教学，并配备有多媒体设备，电子教室等教学相关管理软件。		
11	课程名称	创业基础	学时/学分
	32/2		
教学目标	通过“创业基础”课程教学，应该在教授创业知识、锻炼创业能力和培养创业精神等方面达到以下目标：使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识；认知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业能力；掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法，熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质和能力；使学生树立科学的创业观；主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，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。		
教学内容	教学内容设计为三个模块。模块一是创新的内涵，计划6学时完成；模块二创业活动，计划16学时完成；模块三创业项目书的撰写，计划10学时完成。整个课程共计32学时。		
教学要求	“创业基础”是面向全体高校学生开展创业教育的核心课程。通过创业教育教学，使学生掌握创业的基础知识和基本理论，熟悉创业的基本流程和基本方法，了解创业的法律法规和相关政策，激发学生的创业意识，提高学生的社会责任感、创新精神和创业能力，促进学生创业就业和全面发展。		
12	课程名称	劳动教育	学时/学分
	16/1		
教学目标	在习近平新时代中国特色社会主义思想指导下，以塑造劳动观念、传递劳动知识、传授劳动技能、端正劳动态度和培养劳动习惯等为主要内容，旨在系统提升学生的劳动素质，促进其全面发展，传承弘扬中华优秀传统文化，推动劳动教育融入学生学习生活全过程与营造崇尚劳动的社会氛围。		
教学内容	课程分为两个模块。模块一为劳动理论，包括劳动观念、劳动品质、劳动习惯、劳动素质等，计划8学时完成；模块二为劳动实践，计划16学时完成。		
教学要求	理论以线下讲座或线上形式开展，实践以班级、社团等形式开展环境保洁、社会实践、农业生产、医卫公益、仪器设备维保等劳动主题实践活动。学生通过亲身参与劳动获得直接劳动体验，促使学生主动认识并理解劳动世界逐步树立正确的劳动价值观，养成良好劳动习惯和热爱劳动人民的思想情感。		



	本课程的评价形式采用百分制，主要通过劳动态度、劳动习惯和平时表现三个部分组成，分别占30%、30%、40%。
--	--

2. 专业群共享课

主要有农产品营销1门课程（表5），共64学时，4学分。

表5 专业群共享课课程描述

1	课程名称	农产品营销	学时/学分	64/4
教学目标	<p>1、素质目标：</p> <p>（1）结合每年的中央一号文件，让学生坚信农村是一片广阔的热土，强化学生热爱农业、农民和农村的情感和品质。</p> <p>（2）培养学生树立“以顾客为中心”及其“绿色营销”的营销理念，树立农产品质量至上、顾客至上的指导思想，为顾客提供优质安全的农产品，从而促进农业的可持续发展，更好地服务于“三农”。</p> <p>2、知识目标：</p> <p>（1）正确理解农产品营销的基本概念和原理。</p> <p>（2）全面掌握现代营销观念的内容。</p> <p>（3）掌握目标市场营销的相关内容。</p> <p>（4）掌握产品、价格、渠道及其促销的相关理论。</p> <p>3、能力目标：</p> <p>（1）能够掌握农产品市场需求调查的手段和方法；掌握农产品市场分析的能力。</p> <p>（2）能够确定农产品目标市场和进行市场定位；能够进行农产品品牌塑造和开发；能够对农产品定价和调整价格；能够进行农产品销售网络布局和物流管理。</p> <p>（3）能够制定有效的农产品营销策略并予以执行。</p>			
教学内容	<p>1、树立农产品市场营销观念；2、寻找农产品市场机会；3、确定农产品目标市场；4、创设农产品品牌和包装；5、制定农产品营销价格；6、组建农产品销售渠道；7、策划农产品促销活动。</p>			
教学要求	<p>1、以学生就业为导向，以实际工作任务为引领，以企业市场营销活动所涉及的业务流程为主线；</p> <p>2、采用在课程开始授课之前，各授课班级分别分成若干学习型小组，然后根据现实真实企业开展农产品市场营销活动的业务流程来完成老师所布置的各个实训项目任务，培养学生具备营销职业岗位群的基本职业能力</p> <p>3、充分利用资源库资源进行教学。教学分两段进行，前半段的特征为“学中做”，后半段的特征为“做中学”。</p> <p>4、采取过程考核评价与期末结果考核评价相结合的考核方式。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过线上题库在线考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。</p>			

3. 专业基础课

主要有电子商务基础、消费者行为分析、办公软件高级应用、电子商务法律法规、市场调研与分析、电子商务物流等6门课程（表6），共316学时，18学分。



表6 专业基础课课程描述

1	课程名称	电子商务基础	学时/学分	64/4
教学目标	<p>1、素质目标： 培养勤于思考、严谨务实、开拓创新、以客为尊的电子商务理念，同时培养敬业精神、团队合作能力和良好的职业道德精神。</p> <p>2、知识目标： 通过本课程的教学，使学生了解电子商务的概念及发展历程，理解当前电子商务的主要盈利模式，掌握B2B、B2C、C2C电子商务的基本运作模式，掌握电子商务活动中的电子商务调研、交易、营销、支付、物流等基本知识。</p> <p>3、能力目标： 能分析以淘宝网为代表的C2C网站的经营模式，解释其网站栏目，能在该平台上开店，进行店铺管理、装修、推广、物流等操作，能完成买家的订购流程等操作。</p>			
教学内容	<p>项目一：电子商务概述；项目二：电子商务技术基础；项目三：电子商务支付结算；项目四：物流与供应链；项目五：网络营销实务；项目六：建立个人网上商店；项目七：企业电子商务应用；项目八：移动电子商务。</p>			
教学要求	<p>1、教学采用“项目教学法”，将“教、学、练、做”融为一体。2、教学体现“教师为主导，学生为主体，训练为主线”的原则，课堂上可以采用“项目教学法”，即将教学知识系统化，内容具体化，任务项目化。3、教学设计要充分利用现代化教学手段，提高教学效果，教学中根据实际需要可以采用电子演示文稿，大屏幕多媒体联机演示、网络教学等各种先进的教学手段。使课堂教学生动活泼，引人入胜，提高教学效果，同时提高教学效率。4、充分利用专业教学资源库及智慧职教等信息化教学平台丰富教学内容开展线上线下混合式教学。5、采取过程考核评价与期末结果考核评价相结合的考核方式。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。</p>			
2	课程名称	消费者行为分析	学时/学分	72/4
教学目标	<p>1、素质目标： (1)培养学生发现问题、分析问题和解决问题的能力。 (2)培养学生客观、公正、实事求是、勇于创新、敬业乐业的工作态度以及勤于思考、认真做事的良好工作作风。 (3)培养学生正确的人生观，价值观和消费观。 (4)树立“顾客是上帝”的理念，强化职业道德意识。</p> <p>2、知识目标： (1)掌握消费者决策过程的影响因素以及消费者购后行为内容。 (2)掌握消费者内部环境因素，如消费者的需要与动机、感觉与知觉、消费者的学习与记忆、消费者个性、自我概念与生活方式的内容。 (3)掌握消费者外部环境因素，如文化、社会阶层、社会群体、家庭、口传、情境因素的内容。 (4)掌握内外部环境因素对消费者行为的影响，为企业更好地制定营销策略提出依据，引导或改变消费者的购买行为，提升顾客满意度。</p> <p>3、能力目标： (1)能从事与消费者消费活动有关的信息搜集、信息整理和信息分析，并具备发现问题、分析问题和解决问题的能力。 (2)会察言观色，善于换位思考，能准确把握消费者心理活动，具有较强的感知能力、观察能力和判断能力。 (3)能分析影响消费者行为的心理因素，并能通过一些手段通过运用这些心理因素引导消费者行为。 (4)能够依据市场细分、产品定位与消费者行为的关系，依据消费者需求进行产品开发。 (5)提高学生的团队合作能力，具有较强的口头表达能力、思维敏捷、反映迅速，具有较强的亲和力、人际沟通能力和组织协调能力。</p>			
教学内容	<p>1、导论；2、消费者决策过程；3、消费者知识；4、消费者需要与动机；5、消费</p>			



	者感觉与知觉；6、消费者学习与记忆；7、消费者态度；8、消费者个性、自我概念与生活方式；9、文化与消费者购买行为；10、社会阶层与消费者购买行为；11、社会群体与消费者购买行为；12、家庭与消费者购买行为；13、情境与消费者购买行为。			
教学要求	<p>1、教师引导学生关注社会发展，了解伴随我国的社会发展，消费领域发生的深刻变化，引导学生理解国家的发展和社会的进步对消费者消费行为的影响，并通过各消费阶段的消费特点分析让学生感受国家改革开放以来的巨大成就带给人民和消费观念的变化，从而增强学生的爱国情怀和自豪感，坚定爱国信念。</p> <p>2、彻底改变以教师讲授为主的单一课堂教学模式，真正体现以教师为主导，注重实际效果，培养学生综合应用能力的教学模式。</p> <p>3、充分利用图书资料 and 多媒体网络等先进教学技术，保证教学中多渠道输入-吸收-多渠道输出-觉悟-有目的再输入过程。</p> <p>4、应注重职业情境的创设，较多采用案例分析法、启示教学法和讨论法等教学方法来培养学生学习兴趣，提高学生解决和处理实际问题的职业能力。</p> <p>5、采取过程考核评价与期末结果考核评价相结合的考核方式。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。</p>			
3	课程名称	办公软件高级应用	学时/学分	36/2
教学目标	<p>办公软件高级应用课程是面向三年制高职高专各专业学生的一门公共基础通识课程，根据课程标准、国考一级考纲、高职高专类人才培养方案，以职业信息能力培养为中心，旨在培养学生具备基本的办公软件高级应用素养和利用计算机处理日常事务的能力，为其专业服务。本课程以office组件中Word、PowerPoint、Excel三大教学模块体系，通过本课程的项目实施学习，使学生能掌握office基础知识，能熟练使用Word、Excel、PowerPoint等办公软件，能基本了解国内外最新信息技术，帮助学生学会学习，使学生的知识、情感、技能得到全面发展，为其将来从事的职业打下良好的信息素养基础。</p>			
教学内容	<p>课程内容设计为三个模块。模块一：用WORD进行公文排版、复杂表格制作、个人简历制作、产品宣传单制作、长文档编排、邮件合并等操作。模块二：用EXCEL设计制作表格，应用公式或函数对表格进行计算、进行工作表保护、排序、分类汇总嵌套使用、高级筛选、建立数据透视表及数据透视图、创建复杂图表等。模块三：用PPT进行演示文稿母版的设计与制作、应用各类图示、在幻灯片中插入对象，设置幻灯片动画效果，设置图表动画，超链接等。</p>			
教学要求	<p>教学过程中，采用教、学、做一体化教学模式，教师讲，学生做，理论结合实际，既是课堂又是实训场。具体实施步骤按照“课程导入、明确学习目标、案例分析讲解、任务布置、任务实施、检查评价”顺序进行。本课程是以任务驱动的案例教学为主，每个任务都是以教师为主导，学生为主体来进行，强调学生的动手能力，要求学生多做练习，从而达到提高操作熟练度的目标。充分利用智慧职教云教学平台及其他的网络优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式。线上课堂在课前引导学生预习知识，课中发起讨论和头脑风暴，课后巩固和拓展知识；线下课堂内则通过教师讲解、讨论、练习相结合突破重、难点，课后进行拓展技能训练，能力提升。主要采用教学方法有：项目教学法、情景引入教学法、电子教室控制讲练结合法、精讲剖析法等。教学环境需安装有Windows10和Office2010的计算机机房进行教学，并配备有多媒体设备，电子教室等教学相关管理软件。采取过程考核评价与期末结果考核评价相结合的考核方式。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过计算机实操考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。</p>			
4	课程名称	市场调研与分析	学时/学分	72/4
教学目标	<p>1、素质目标： （1）通过实践、实训为主导的教学与操作，使学生能培养诚实守信的品质，提高团队合作的能力。（2）形成坚忍不拔的毅力，具有时时创新的意识的综合素质较高。</p> <p>2、知识目标：</p>			



	<p>(1) 掌握市场调查的内容、范围及对象的确定的基本方法；掌握市场调查与分析的信息渠道及收集方法。</p> <p>(2) 掌握市场调查与分析的调查技术的使用和选择。</p> <p>(3) 掌握市场调查与分析的数据处理方法；掌握调查报告的编写规范和内容结构。</p> <p>3、能力目标：</p> <p>(1) 系统地了解市场调查与分析的知识体系与研究方法。</p> <p>(2) 使学生树立以市场为导向开展企业市场调查活动。</p> <p>(3) 使学生，能够根据具体任务和条件从事一般的市场调查能力。</p>			
教学内容	模块一：市场调查导论；模块二：市场调查技术；模块三：市场调查方法；模块四：市场调查分析；模块五：市场调查应用。			
教学要求	本课程根据电商岗位的要求，结合市场调查与分析的工作内容、业务流程和工作规范要求，设置了三个“典型工作任务”，六个“教学目标”，即分析市场调查资料、编写市场调查报告、组织实施市场调查、培训调查人员队伍、选择市场调查方法、制定市场调查方案。使学生全面掌握市场调查与分析的核心技能。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
5	课程名称	电子商务物流	学时/学分	36/2
教学目标	<p>1、素质目标： 培养学生具备电子商务物流从业人员认真刻苦、勇于实践的工作作风、严谨的工作态度、敬业精神、良好的团队协作意识、优秀的策划素养。</p> <p>2、知识目标： 了解现代电子商务物流管理的基本原理和方法，理解电子商务物流管理的运作，掌握电子商务物流管理的优化与设计，掌握电子商务与现代物流知识，模拟物流管理各环节操作应用的实现过程。</p> <p>3、能力目标： 培养学生将电子商务物流管理的基本理论应用于实践，具备解决电子商务物流管理活动过程中所遇到的一些基本问题的能力，能熟练地运用计算机从事物流管理活动；具备电子商务物流管理的组织能力和方案策划能力。</p>			
教学内容	项目一、走进电子商务物流；项目二、商品出货与包装；项目三、快递运输与派送；项目四、电子商务逆向物流；项目五、电子商务仓储与库存控制；项目六、跨境电子商务物流；项目七、电子商务供应链管理；项目八、电子商务物流管理。			
教学要求	<p>1. 针对学生实际职业能力的培养来进行教学，通过工作任务的操作，提高学生的学习兴趣，掌握各种物流相关活动的操作能力和实施能力。</p> <p>2. 充分利用教学资源库，智慧职教等信息化平台，注重职业情境的创设，以多媒体、录像、案例分析等方法提高学生解决和处理电子商务物流实际工作中问题的职业能力。</p> <p>3、过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。</p>			
6	课程名称	电子商务法律法规	学时/学分	36/2
教学目标	<p>1、素质目标： 培养学生认知电子商务有关法律法规的意识，树立认真刻苦、勇于实践的工作作风，培养严谨的工作态度，具有良好的团队协作意识。</p> <p>2、知识目标： 了解我国电子商务经营者的现状、管理问题；电子合同的法律问题；理解电子商务中的知识产权的保护（商标与域名的法律保护）；掌握网络隐私权的保护；网络征税；网络管辖权等。</p> <p>3、能力目标： 培养学生掌握基本的电子商务法律法规知识的操作能力，能够分析一些电子商务法律法规的案例。提高电子商务法律法规知识的运作能力、案例分析的水平，为构筑完整的电子商务专业知识和能力体系服务。</p>			



教学内容	项目一、电子商务法概论；项目二、电子商务交易的法律法规；项目三、数据电文和电子签名的法律法规；项目四、电子认证与电子合同的法律法规；项目五、电子支付结算的法律法规；项目六、电子商务税收和跨境电子商务的法律法规；项目七、互联网广告和网络证券交易的法律法规；项目八、电子商务消费者权益保护的法律法规。
教学要求	1. 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，让学生在活动中树立责任意识，增强团队的合作精神，掌握本课程的职业能力。 2. 充分利用教学资源库，智慧职教等信息化平台，注重职业情境的创设，以多媒体、录像、案例分析等方法提高学生解决和处理实际工作中问题的职业能力。 3. 过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。

4. 专业核心课

主要有商品信息采编、网络营销、移动商务、客户服务与管理、网站（店）运营、网页设计与制作等6门课程（表7），共388学时，22学分。

表7 专业核心课课程描述

1	课程名称	商品信息采编	学时/学分	64/4
教学目标	1、素质目标： （1）培养学生热爱祖国的情怀，提升学生的专业认同感、社会责任感。 （2）培养学生理论联系实际、勤于思考、勇于创新、认真做事、敬业乐业的工作态度。 （3）培养学生良好的职业道德和较强的工作责任心。 （4）培养学生团队协作精神。 2、知识目标： （1）掌握单反相机及辅助摄影器材的性能和使用技法。 （2）掌握不同类型商品的拍摄技法，能够撰写拍摄方案。 （3）掌握不同类型商品照片的后期处理方法。 3、能力目标： （1）学生具备良好的条理性，较好的观察力、表现力和审美能力。 （2）将艺术形式的表现和工作任务结合起来，培养学生的综合思维能力。 （3）学生能够对商品照片进行评析和后期加工处理，提高学生广告摄影造型的艺术修养和创作能力。			
教学内容	任务1：商品采编概述；任务2：商品拍摄的常用技法；任务3：商品的拍摄方案；任务4：商品图片美化；任务5：商品详情页制作。			
教学要求	1、将“三农”情怀、乡村振兴和工匠精神融入教学全过程，培养学生学习和创新的职业素养，激发爱国情怀和社会责任担当的意识。 2、采用理论讲解+实践拍摄制作+总结提升的方式开展实践教学。 3、过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
2	课程名称	网络营销	学时/学分	36/2
教学目标	网络营销是为培养适应网络经济和电子商务发展需要的、应用型的、高层次的专业人才服务的一门课程。该课程为电子商务专业、市场营销专业的必修课程，是电子商务专业的核心课程之一。课程以现代互联网和计算机技术发展对企业市场营销活动的影响为主线，以各个网络工具和方法在企业营销活动中的应用作为基本内容，课程内容新颖务实，操作性强，并结合企业网络营销典型案例进行分析，使学生通过本课程的学习，能够掌握企业网络营销的基本知识和操作技能，达到具备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。通过该课程的学习，培养学生对网络营销重要性的认识，使学生们能够系统掌握网络营销的基本原理和方法，了解网络营销的技术基础，灵活掌握运用网络营销的基本工具和方法，开展网络营销各项职能，从而在实践中有效地帮助企业进行有效的网上经营活动，使企业切实以顾客为导向，提高企业网络经营管理水平，最终培养市场欢迎的具有实际操作能力的电子商务专业的应用型专门人才。			
教学内容	以企业网络营销岗位能力和工作流程为导向设计项目课程和实践教学内容，包括网络营销认识、网络市场调研分析、网络品牌建立、即时通讯营销、搜索引擎营销、博客营销与微博营销、微信营销、email 营销、网络广告、网络营销实战等十个任务，每个任务中，既包括网络营销基本技能的训练，也涵盖了学生实践内容，既有团队合作完成的内容，又有独立完成的任务。			
教学要求	理论教学按照案例导入——理论讲解——实际应用的模式进行讲授，重点介绍实际应用，通过案例导入，启发学生思考。所有实训项目均按“任务导向，情境教学”模式设计，让学生在一定的工作情境中去完成实训，带着任务进行实训。重视案例教学，开放式教学，探究式教学，有效培养学生的创新思维和独立分析、思考、解决问题的能力。以书面作业为辅，实践性作业为主，让学生在课外利用互联网进行自主学习。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
3	课程名称	移动商务	学时/学分	72/4
教学目标	<p>1、素质目标：</p> <p>(1) 具备基本的电子商务企业从业人员的基本职业素养和判断能力，能够熟练运用电子商务的相关知识解决企业的主要问题，尤其是移动商务营销方面的问题，具有继续学习和可持续发展能力；</p> <p>(2) 培养学生客观公正、坚持原则、保守秘密、勤奋敬业、谨慎细致、务实高效、团结协作的职业态度；</p> <p>(3) 具有强烈的工作责任心和风险意识。</p> <p>2、知识目标：</p> <p>(1) 了解移动电子商务的发展历史</p> <p>(2) 了解我国的移动通信技术的发展历程及移动通信业务</p> <p>(3) 掌握移动支付、移动交易服务的基本形式与主要作用</p> <p>(4) 熟悉移动营销的具体形式和策略</p> <p>(5) 掌握移动电子商务运营体系构建</p> <p>(6) 掌握移动电子商务实训平台的相关操作</p> <p>3、能力目标：</p> <p>(1) 移动营销能力</p> <p>(2) 移动信息服务能力</p> <p>(3) 移动电子商务安全管理</p> <p>(4) 移动电子支付、移动技术在物流中的应用</p> <p>(5) 客户服务和商务接待</p> <p>(6) 移动电子商务与供应链管理</p>			
教学内容	模块一：移动商务概述；模块二：移动商务技术认知；模块三：移动支付；模块四：移动营销；模块五：移动商务运营；模块六：移动商务实训系统。			
教学要求	<p>1、主讲教师要求具有丰富的移动电子商务领域实践经验与教学经验的“双师型”教师、企业兼职教师。</p> <p>2、主要通过案例教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、演示教学法等教学方法，借用多媒体等教学手段（图片、视频）、实训操作、情景与现场教学、模拟仿真教学等渠道增加动手机会等理论实训一体化的教学模式，增强学生的学习兴趣。</p> <p>3、过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与</p>			



	终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
4	课程名称	客户服务与管理	学时/学分	72/4
教学目标	<p>1、素质目标：</p> <p>(1) 培养学生理论联系实际的工作作风、严肃认真的科学态度以及独立工作的能力。</p> <p>(2) 培养学生勤于思考、认真做事的良好作风。</p> <p>(3) 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风。</p> <p>(4) 培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心。</p> <p>(5) 培养学生自主学习能力和知识应用能力。</p> <p>2、知识目标：</p> <p>(1) 对客服有系统了解、掌握、运用。</p> <p>(2) 提高学生客服服务修养和创作能力。</p> <p>(3) 提高学生对客服工作处理的能力和技巧。</p> <p>3、能力目标：</p> <p>(1) 培养和提高学生各方面综合素质，增强观察力、表现力和审美能力。</p> <p>(2) 在学习过程中注意理论联系实际，注重实际技能的培养。能将客服技巧和规则内容达到完整统一。</p> <p>(3) 了解常用客服技巧的技能；</p> <p>(4) 掌握客服的基本技能；懂得客服的案例的分析。</p> <p>(5) 对售前、售后客服处理的能力和技巧。</p>			
教学内容	项目一：走进客户服务；项目二：分析目标客户；项目三：沟通客户需求；项目四：处理客户投诉；项目五：培育忠诚客户；项目六管理客户关系。			
教学要求	<p>1、应针对学生实际职业能力的培养来进行教学，通过工作任务的仿真或全真操作，提高学生的学习兴趣和，掌握各种支付相关活动操作能力和实施能力。</p> <p>2、应以学生为本，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，让学生在活动中树立责任意识，增强团队的合作精神，掌握本课程的职业能力。</p> <p>3、应注重职业情境的创设，以多媒体、录像、案例分析等方法提高学生解决和处理实际问题的职业能力。</p> <p>4、过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。</p>			
5	课程名称	网站（店）运营	学时/学分	72/4
教学目标	<p>1、素质目标：</p> <p>(1) 培养学生获取新知识的新技能的能力、信息处理能力及团队协作能力；</p> <p>(2) 具有提出问题、分析问题及解决问题的能力；</p> <p>(3) 具有吃苦耐劳和良好的抗压心理素质，培养学生爱岗敬业精神。</p> <p>2、知识目标：</p> <p>(1) 具备网络市场调研相关知识；具备商品拍摄和图片处理相关知识；</p> <p>(2) 具备网络销售与推广相关知识；具备仓储与物流配送相关知识；</p> <p>(3) 学会应用网店数据分析工具，具备订单处理及数据分析相关知识；</p> <p>(4) 具备客户服务与管理相关知识。</p> <p>3、能力目标：</p> <p>(1) 熟悉网店的基本操作，培养网店经营运作能力；</p> <p>(2) 熟练使用网店运营相关工具，包括产品拍摄、图片处理及网店美工等；</p> <p>(3) 具备对网店数据进行分析的能力，以及能制定出对应的网店运营策略。</p>			
教学内容	项目一：网店前期筹划（网店定位、货源的选择、竞争对手分析）；项目二：网店美工设计（产品拍摄和处理、宝贝详情页设计、促销海报设计）；项目三：网店推广（淘宝搜索引擎、直通车推广、活动申报）；项目四：网店客服管理（售前客服流程、售后客服流程）；项目五：仓储与物流（出入库管理、大促仓储预案）；项目六：网店数据分析（后台数据软件使用、数据运营指标分析）；项目七：网店会员管理（老客户管理、会员营销）。			



教学要求	<p>1、以学生为主体，综合考虑知识、技能、态度、素质四个能力要素，合理规划教学内容、科学设计教学方法和考核方式，提高学生学习的积极性和趣味性。2、在课程组织实施上，大力实践“就业导向”的技能型教学模式，积极推进“教、学、做”一体化。3、教学方法主以分组协作法、角色扮演法、情景模拟教学法为主，以叙述教学法、启发布教学法、诱导法等其他教学方法为辅，做到争对不同教学环境、不同学习对象选择合理的教学方法。4、充分利用教学资源库及智慧职教等信息化教学平台丰富教学内容开展线上线下混合式教学。5、过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。</p>			
6	课程名称	网页设计与制作	学时/学分	72/4
教学目标	<p>1、素质目标 (1)具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力； (2)具有良好的心理素质和职业道德素质、高度责任心和良好的团队合作精神； (3)具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风； (4)具有较强的网页设计创意思维、艺术设计素质。</p> <p>2、知识目标 (1)掌握网页设计的基础知识，包括网站的基础概念，网站的分类，网页界面设计的主要内容，网页设计构建的基本流程、常用工具和编程语言等； (2)掌握HTML5语言工作原理，常用标记的语法规则及使用方法等； (3)掌握CSS3的基本概念、语法规则和使用方法等； (4)掌握层对象的概念，层的基本属性含义和使用方法等。</p> <p>3、能力目标 (1)能够使用HTML语言编写网页，能使用CSS样式应用美化网页； (2)能使用DIV+CSS布局技术进行网页设计与制作； (3)能运用科学的思维方法，对网站设计与制作进行整体规划，且能提供较完善的解决方案； (4)能通过综合项目训练，快速设计出结构清晰、功能较完整的网页设计，以此达到建设中小型静态网站的能力。</p>			
教学内容	<p>模块一：网页设计基础知识；模块二：网页设计语言HTML5应用；模块三：层次样式表CSS3与层的应用；模块四：其他拓展应用与综合演练。</p>			
教学要求	<p>1、将创意思维、艺术素养和积极向上的精神融入教学全过程，培养学生养成良好的职业道德素质，规范的代码书写习惯，正能量的设计理念和意识，以及良好的团队合作精神。</p> <p>2、根据课程内容充分结合国情、党史、社会关注问题或电商平台设计页面为例，设计和制作网站页面，开展实践教学。让学生接轨生活案例，学会灵活应用。</p> <p>3、过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。</p>			



5. 专业拓展课

主要有跨境电子商务运营推广、图形图像处理、网店推广等3门课程（表8），共216学时，12学分。

表8 专业拓展课课程描述

1	课程名称	图形图像处理	学时/学分	72/4
教学目标	图形图像制作与处理（网店美工）是一门培养淘宝、天猫、京东、亚马逊等网店页面编辑美化工作者的课程。通过对该课程的教学，使学生系统学习网店美工设计的图文设计能力、详情页的设计思路及网店的装修设计等能力。要求学生能对美工设计的知识原理做到理解，熟练掌握Photoshop等美工设计软件的使用方法，以培养学生的设计思维和能力为主，为学生日后成为专业的电子商务人才奠定坚实的基础。			
教学内容	图形图像制作与处理分为两个学期完成，第一学期完成16周共64学时的教学，第四学期完成18周共36学时的教学。第一学期课程内容设计分为12个章节，第一章电商美工基础，第二章Photoshop技能大考验，计划18学时完成；第三章专业配置，第四章店铺页头，第五章图片设计，第六章商品陈列与布局，第七章辅助模块及页尾模块，第八章网店首页整体装修，计划28学时完成；第九章商品详情页设计，第十章详情页整体装修，计划12学时完成；第十一章自定义页面，第十二章手机端店铺，计划6学时完成。第四学期课程内容设计为《湖南省高等职业院校学生专业技能考核题库》共有25套题目：Banner海报设计；Logo、海报、主图设计；详情页设计；网店页面编辑与美化。			
教学要求	从网店装修的实际问题出发，精心准备各种典型案例，以若干个案为载体，形成循序渐进、种类多样的项目群，构建完整的教学设计布局。教学体现“教师为主导，学生为主体，训练为主线”的原则，课堂采用“四阶段教学法”：第一阶段，案例引入，提出问题；第二阶段，学生自主学习，尝试解决问题；第三阶段，归纳总结，引申提高；第四阶段，举一反三，学以致用。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过计算机实操考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
2	课程名称	跨境电子商务运营推广	学时/学分	72/4
教学目标	跨境电子商务运营推广课程是面向三年制大专电子商务专业学生的一门专业拓展课。通过本门课程的学习，学生能熟知跨境电子商务的基本概念和政策，以速卖通、eBay、亚马逊等平台为实例，深入了解跨境电商多平台运营中不同平台上选品与优化、引流、物流、纠纷处理、店铺经营分析、账户安全管理等各个环节的科学运营方法，掌握跨境电商多平台运营的各种策略，掌握跨境电商多平台运营的全面技能。			
教学内容	课程内容设计为六个模块。模块一：跨境电子商务概述；模块二：跨境电子商务平台的介绍与选择；模块三：跨境电子商务平台基本操作；模块四：国际物流与跨境支付；模块五：跨境网络营销推广；模块六：客户服务与维护。			
教学要求	充分利用智慧职教云平台及其他网络优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式。线上课堂课前引导学生预习知识，课中发起讨论和头脑风暴，课后练习巩固知识；线下课堂讲授与实操相结合，突出教学重点和难点，课后进行拓展技能训练，能力提升。采用视频与录屏结合、讲授与实操结合的教学方法。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
3	课程名称	网店推广	学时/学分	72/4
教学目标	网店推广课程是面向三年制大专电子商务专业学生的一门专业拓展课。通过本门课程的学习，学生能掌握网店推广的基本原理、推广工具和推广方法，以淘宝网推广案例为依托，立足不同的推广目的，深入学习淘宝网推广的不同推广策略和方法，并通过具体的实训项目，加深学生对理论知识的理解与掌握。			
教学内容	课程内容设计为五个模块。模块一：认识网店推广；模块二：淘宝站内免费推广；			

	模块三：淘宝站内付费推广；模块四：淘宝站外推广；模块五：从零到淘品牌的解决方案。
教学要求	充分利用智慧职教云平台及网店推广实训平台等优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式。线上课堂课前引导学生预习知识，课中发起讨论和头脑风暴，课后练习巩固知识；线下课堂讲授与实操相结合，突出教学重点和难点，课后进行拓展技能训练，能力提升。采用视频与录屏结合、讲授与实操结合的教学方法。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过计算机实操考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。

6. 专业选修课程

主要有新媒体营销、商务礼仪、软文写作、电子商务网站建设与管理、管理学基础、会计基础、网上支付、桃花应用与创新等8门课程（表9），共252学时，14学分。

表9 专业（群）选修课课程描述

1	课程名称	新媒体营销	学时/学分	36/2
教学目标	新媒体营销课程是面向三年制大专电子商务专业学生的一门专业选修课程。本课程的教学以培养实用型、技术型人才为出发点，瞄准企业新媒体营销领域岗位群的实际需要，以职业能力训练为基础，坚持营销基础理论“必需、够用”，理论与实践紧密结合，采用多种教学方法与手段，多给学生实践与参与的机会，提高学生实际动手能力与处理实际问题的综合素质。一方面，培养学生在移动互联网营销策略运用、企业微博系统运营、微博自媒体打造、新品上市引爆、微信营销系统全面构建、抖音等新媒体营销方面的实战能力；另一方面，提高学生基本的沟通协调能力以及较好的自我心态调适能力等。通过以上方式，培养与提高学生正确分析与解决新媒体营销相关问题的实践能力，使学生能够较好地满足微营销相关职业岗位的技能需要，将学生培养成为适应社会真正需要的应用型新媒体营销高级人才。			
教学内容	课程内容设计为五个模块。模块一：微博营销；模块二：企业微信技巧；模块三：微信公众账号；模块四：抖音推广；模块五：小红书推广。			
教学要求	教学方法应体现学生为主体、教师为主导的思想，在教学过程中实现“教、学、做”一体化。在教学过程中应注意激发学生的学习兴趣，调动学生的学习积极性，同时注重培养学生的学习能力。本课程主要采用任务驱动法、案例教学法、项目教学法和讨论式教学法等。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
2	课程名称	商务礼仪	学时/学分	36/2
教学目标	通过课程学习，要求学生明确现代交际礼仪的礼仪规范，熟练掌握社交礼仪的基本方法和要求，能够陶冶高尚情操，建树优美人格；能正确运用社交礼仪知识指导自己的专业实践活动，培养学员的礼仪意识，提高自身礼仪修养和形象，从而提升人际交往及办事能力。			
教学内容	模块一：礼仪的概述；模块二：个人礼仪（仪表、仪态和服饰）；模块三：个人交往礼仪（握手、介绍和名片礼仪）；模块四：办公礼仪（电话和传真礼仪）；模块五：仪典礼仪（开业、剪彩和签约礼仪）；模块六：职场礼仪；模块七：涉外礼仪。			
教学要求	本课程采用课堂示范教学、多媒体教学和案例教学等方式进行。充分利用智慧职教云教学平台及其他的网络优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式。线上课堂在课前引导学生预习知识，课中发起讨论和头脑风暴，课后巩固和拓展知识；线下课堂内则通过教师讲解、示范，学员练习相结合突破重、			



	难点，课后进行拓展技能训练，能力提升。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过线上题库在线考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
3	课程名称	软文写作	学时/学分	72/4
教学目标	软文写作课程是面向电子商务专业学生的一门专业拓展课。根据课程标准、国考一级考纲、高职高专类人才培养方案，本课程要求学生具备较强的新媒体洞察分析与市场营销能力，能够熟练使用软文策划与写作的框架方法，完成各类新媒体平台的软文写作，促进企业、品牌、产品资讯实现网络传播，促成电子商务的有效实现。本课程旨在培养德、智、体、美全面发展，知识基础扎实、知识结构合理、具备互联网思维，系统掌握软文策划与写作的基本理论与方法，深刻领会网络与新媒体软文传播的基本规律，熟悉网络与新媒体软文策划写作的专业技能，了解软文写作的岗位要求和职业素养的电子商务专业人才。			
教学内容	课程内容设计为七个模块。模块一：初始网络文案；模块二：网络文案的创作思路；模块三：网络文案的创意技巧和互动传播；模块四：网络文案的内容与形式；模块五：产品网络文案；模块六：品牌网络文案；项目七：社会化媒体文案。			
教学要求	充分利用智慧职教云教学平台及其他的网络优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式。线上课堂在课前引导学生预习知识，课中发起讨论和头脑风暴，课后巩固和拓展知识；线下课堂内则通过教师讲解、讨论、练习相结合突破重、难点，课后进行拓展技能训练，能力提升。主要采用教学方法有：项目教学法、案例教学法、情景引入教学法、头脑风暴法等。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
4	课程名称	电子商务网站建设与管理	学时/学分	36/2
教学目标	电子商务网站建设是电子商务专业必修课程之一。近年来，电子商务在我国得到了快速的发展。它已成为数字化商业社会的核心，并将成为未来企业发展、生存的主流方式。新的社会需求对面向电子商务的应用人才提出了更高的培养要求，掌握电子商务网站建设的方法与技术成为电子商务应用人才的必备技能。			
教学内容	通过对本门课程的学习，使学生能够了解构建电子商务网站的一般性的知识，对网站建设有宏观的认识，系统的掌握针对企业需要如何开展电子商务。重点体现在网站的设计、建立、制作等方面：通过细致深入的学习、了解，能够知道如何正确选择合适的方案，综合运用相关技术和工具来开发和建设简单的电子商务网站。			
教学要求	本课程分为掌握、理解、了解三种层次要求；“掌握”的内容要求理解透彻，能在本学科和相关学科的学习工作中熟练、灵活运用其基本理论和基本概念；“理解”的内容要求能熟知其相关内容的概念及有关理论，并能适当应用；“了解”的内容要求对其中的概念和相关内容有所了解。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过计算机实操考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
5	课程名称	管理学基础	学时/学分	36/2
教学目标	管理学基础课程根据课程标准、高职高专类人才培养方案，以职业能力培养为中心，旨在培养学生具备基本的现代农业企业经营与管理的素养和现代农业企业电子商务日常事务管理的能力，为其专业服务。本课程形成“走进现代农业企业”、“现代农业企业管理”、“现代农业企业人力资源管理”、“现代农业企业市场营销管理”、“现代农业企业质量管理”、“现代农业企业战略管理”等六大教学模块体系，通过本课程的项目实施学习，使学生能掌握现代农业企业经营与管理的基础知识，能基本了解现代农业企业电子			



	商务的经营管理，帮助学生学会学习，使学生的知识、情感、技能得到全面发展，为其将来从事的职业打下良好的企业管理素养基础。			
教学内容	课程内容设计为六大教学模块体系：模块一：走进现代企业；模块二：现代企业管理；模块三：现代企业人力资源管理；模块四：现代企业市场营销管理；模块五：现代企业质量管理；模块六：现代企业战略管理。			
教学要求	本课程采用课堂教学、多媒体教学等方式进行。课前学生预习知识；课中教师讲解、学生小组讨论、案例分析、讲练相结合；课后巩固和拓展知识，进行技能训练能力提升。主要采用教学方法有：项目教学法、情景引入教学法、案例教学法等。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
6	课程名称	会计基础	学时/学分	36/2
教学目标	通过本课程的学习，学生应理解会计基本认知，掌握会计科目与账户的设置，以及会计记账方法；能够进行借贷记账法下基本经济业务的账务处理及会计凭证的填制与审核；掌握会计账簿设置与登记、财产清查与财务报告的内容、结构和编制方法。要求培养学生按照会计规范正确记录各种经济业务，进行正确的会计职业判断。在整个教学过程中，重视会计基本职业素养的培养，严谨细致、诚实守信、不做假账，不仅要有良好的心理素质、诚信品格和社会责任感，还要具有踏实肯干的工作作风和主动、热情、耐心的服务意识。			
教学内容	本课程主要介绍会计的基本理论、基本方法和基本技能。包括对会计的定义、会计核算的职能、会计核算的对象、会计核算方法、会计核算的基本前提和一般性原则、会计要素和会计等式等基本理论的讲解；详细阐述会计科目和账户的设置、复式记账原理、成本计算和财产清查、会计核算程序、会计工作组织等基本核算方法；会计凭证的填制、账簿的登记和会计报表的编制等基本技能。			
教学要求	本课程是电子商务专业的选修课程，教授理论的同时还要为学生树立正确的会计文化意识，结合知识点恰当引入为学生们讲解一个个具体的会计历史事件和会计历史人物阐发了会计进步发展背后的文化力量，从文化层面解释会计对人类社会进步所发挥的巨大作用，揭示会计文化的深厚内涵，展现千年以来会计人的智慧和丰彩。在教学中充分利用教学平台和优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式，在教学过程中形成“工作过程项目化、职业能力岗位化、学生学习自主化”的课程教学特色。教师在教学过程中应充分利用电子课件和原始单据、凭证、账页、报表等各种教学资源，采用实际操作法、情景教学法、案例分析法等方法促进学生自主学习。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
7	课程名称	网上支付	学时/学分	36/2
教学目标	本课程是适应信息时代对电子商务复合型、应用型专门人才的需求，重点培养学生的实际操作能力。通过本课程的学习，要求学生在了解网上支付与结算的起源、掌握基本概念及其特性和内在联系的基础上，理解网上支付与结算基本模型；了解网上支付与结算对现代社会在文化、生产、生活及体制等方面的影响；掌握网上银行电子支付系统、网上第三方电子支付系统、网上电子支付工具等方面的基本业务与技术的特性、功能和流程，理解这些网上电子支付与结算的技术标准及其安全协议与管理特点；掌握网上银行电子支付系统与网上第三方电子支付系统内在联系及其发展趋势；理解中国金融认证中心的作用，网上电子支付存在的安全问题和相关的法律问题。			
教学内容	课程内容设计为七个模块。模块一：网络支付概述；模块二：支付与结算的一般原理；模块三：电子货币与银行电子化；模块四：网络支付基础；模块五：典型BtoC型网络支付方式述解；模块六：网络银行及其他支付方式；模块七：网上支付安全与法律问题。			
教学要求	充分利用智慧职教云教学平台及其他的网络优质教学资源，采用线上线下混			



	<p>合式教学模式。线上课堂在课前引导学生预习知识，课中发起讨论和头脑风暴，课后巩固和拓展知识；线下课堂内则通过教师讲解、讨论、练习相结合突破重、难点，课后进行拓展技能训练，能力提升。主要采用教学方法有：项目教学法、情景引入教学法、电子教室控制讲练结合法、精讲剖析法等。教学环境需安装有Windows10和Office2016的计算机机房进行教学，并配备有多媒体设备，电子教室等教学相关管理软件。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。</p>			
8	课程名称	桃花应用与创新	学时/学分	36/2
教学目标	<p>桃花应用与创新课程是面向三年制大专学生的一门专业群选修课程，根据课程标准、高职高专类人才培养方案，以创新意识和能力培养为中心，旨在培养学生具备桃花鉴赏、创新意识和创新能力，为其专业学习服务。本课程以校园桃花种植资源圃、桃花广场、桃花品种创新基地为教学场地，结合桃花种植资源特性观察记载、杂交育种、品种应用、桃花养护等生产实践活动，形成“桃花文化”、“桃花起源与发展”、“桃花鉴赏”、“桃花栽培”、“桃花品种创新”、“桃花应用与创新”六个教学模块体系，构建基于真实环境、以学生创新意识和创新能力培养为主的教学实践项目24个。通过项目实施，使学生了解丰富多彩的中国传统桃花文化和植物新品种保护现状，掌握桃花鉴赏、桃花品种创新、桃花应用创新、植物新品种申报等方面的知识，具备一定的桃花品种鉴别、杂交育种、品种申报材料撰写能力，为其将来从业打下创新基础。</p>			
教学内容	<p>课程内容设计为六个模块。模块一：桃花文化——桃花意象与传说；模块二：桃花起源与发展——桃花品种起源和桃花品种的发展；模块三：桃花鉴赏——桃花不同品种的特征特性与识别；模块四：桃花栽培——桃花嫁接育苗、桃花栽植、桃花修剪；模块五：桃花品种创新——植物新品种保护、桃花杂交、种子采收与处理、播种育苗；模块六：桃花应用与创新——桃花景观分析与评价、桃花景观设计。</p>			
教学要求	<p>充分利用智慧职教云教学平台及其他的网络优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式。线上课堂在课前引导学生预习知识，课中发起讨论和头脑风暴，课后巩固和拓展知识；线下通过实地观察、讨论、教师归纳总结相结合突破重、难点，课后进行技能拓展训练，提升学员的专业技能和创新能力。主要采用教学方法有：项目教学法、情景引入教学法、观察分析法、案例分析法等。教学环境需要育苗场地，安排车辆对桃花源、常德城区等地的桃花景观进行调查分析。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。</p>			

7. 专业集中实践课程

主要有网店美工设计综合实训、客户服务与管理综合实训、企业网络推广综合实训、电商平台运营综合实训、跟岗（综合）实训、顶岗实训、毕业设计答辩等7门课程（见表10），共760学时，41学分。



表10 专业集中实践课程描述

1	课程名称	网店美工设计综合实训	学时/学分	40/2
教学目标	网店美工设计综合实训是一门制作网页编辑美化工作和网店Logo、banner海报、主图、宝贝详情页设计制作工作的集中实训课程。通过对该课程的教学，培养学生网店美工的网店构图整合能力、图文设计能力、综合运用色彩的能力。要求学生对美工设计的知识原理做到理解，熟练掌握Photoshop、Drawrever等网页设计软件的使用方法，为学生日后成为专业的电子商务策划设计类人才奠定坚实的基础。			
教学内容	技能训练—网店美工设计在第五学期完成8周的教学。一共完成4个模块，25个实例的教学任务。第1模块，Banner海报，共8套题；第2模块，Logo、主图、横幅Banner，共5套题；第3模块，宝贝详情页，共5套题；第4模块，网页编辑和美化，共5套题。			
教学要求	从网店装修的实际问题出发，精心准备案例，循序渐进地引导学生从模仿设计到自己动脑设计。教学体现“教师为主导，学生为主体，训练为主线”的原则。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过计算机实操考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
2	课程名称	客户服务与管理综合实训	学时/学分	40/2
教学目标	客户服务与管理综合实训是面向三年制学生的一门专业集中实训课程。本课程以就业为导向，在企业实践专家和课程专家的共同指导下，对网络客户服务开展典型工作任务分析，以网络客户服务岗位典型工作任务为中心组织课程内容，以完成网络客户服务工作过程为线索进行学习项目设计。本课程围绕职业活动，以实用性为原则，以能真正提高学生能力为核心，课程考核过程考核和综合考核相结合，突出综合能力考核，以行业职业标准为评价依据，着重考核学生实际操作能力与严谨规范的职业素养。			
教学内容	课程内容设计为二个项目25个任务：项目一：技能训练——售前网络客户服务与管理13个任务，计划26个学时完成；项目二：技能训练——售后网络客户服务与管理12个任务，计划22学时完成。			
教学要求	充分利用智慧职教云教学平台及其他的网络优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式。线上课堂在课前引导学生预习知识，课中发起讨论和头脑风暴，课后巩固和拓展知识；线下课堂内则通过教师讲解、讨论、练习相结合突破重、难点，课后进行拓展技能训练，能力提升。主要采用教学方法有：项目教学法、情景引入教学法、电子教室控制讲练结合法、精讲剖析法等。教学环境需安装有Windows10和Office2003以上版本的计算机机房进行教学，并配备有多媒体设备，电子教室等教学相关教学软件。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过计算机实操考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
3	课程名称	企业网络推广综合实训	学时/学分	40/2
教学目标	企业网络推广综合实训课程是面向三年制大专电子商务专业学生的一门专业集中实训课程。通过本门课程的学习，学生能掌握企业网络推广，也是对前面两年专业课程学习的集中巩固与检测。测试学生的网络推广能力以及学生从事电子商务工作的团队协作、执行力强、创新思维、成本控制、质量效益、安全规范等职业素养。			
教学内容	课程内容设计为5个模块20个任务。模块一：转化率分析；模块二：跳出率分析；模块三：转换率分析；模块四：浏览量分析；模块五：竞争对手分析。			
教学要求	充分利用各大搜索引擎平台、网络推广实训平台等各类优质教学资源，采用实操为主，理论为辅的教学模式，强化实践教学环节，着重培养学生创新创业能力，促进学生个性化发展，提高专业教学质量，培养适应信息时代发展需要的电子商务高素质技术技能人才。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过计算机实操考查，占			



	60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
4	课程名称	电商平台运营综合实训	学时/学分	40/2
教学目标	电商平台运营综合实训课程是电子商务专业的一门专业集中实训课程，主要是引导学生将所学的知识与信息处理技能进行整合，以项目驱动的方式组织教学来提高学生的电子商务实际运营能力。本课程旨在让学生进一步了解电子商务的本质，在项目的实践过程中激发学生的创新意识，提高学生在电子商务实际运营过程中分析问题和解决问题的能力通过任务引领的项目活动，提高学生对电子商务的实际运营能力，同时培养学生爱岗敬业、团结合作的职业精神。知识教学目标：通过本课程的学习，让学生进一步巩固所学的知识，进一步剖析所学知识点间的联系，加强知识点的整合。技能教学目标：整合单项技能，提高综合技能。素质教学目标：遵守行业规程，保守商业秘密；养成严谨、踏实的工作习惯和良好的服务意识；具有团队协作精神。			
教学内容	本课程共分为4个项目，它们分别是：淘宝站内推广、阿里巴巴采购指数、淘宝直通车、淘宝客。从任务完成的角度看，各项目是相对独立的；从涉及的知识点看，项目是有关联的。当然，每个项目的侧重点是不同的。因此在教学中应当注意处理好各项目之间的关系，避免知识点的重复，注意各项目重点、难点的把握。本课程作为电子商务专业的一门专业拓展课程，以项目驱动的方式帮助学生将本专业所学的零星知识点与技能进行整合。根据电子商务人才市场调研，从学生的现状出发，选取贴近生活实际的项目，激发并保持学生的学习兴趣。通过反复的实战练习，提高学生的技能，培养学生探索知识的乐趣、良好的思维习惯和初步的科学实践能力，最终提高学生运用知识解决实际问题的能力。			
教学要求	采取项目教学法、模拟教学、实战演练、案例分析等灵活多样的教学方法，以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力和实际操作能力。教学中注意创设教育情景，采取理论实践一体化教学模式。教师要充分利用计算机、多媒体课件等教学工具，以便保证教学质量、提高教学效率。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过计算机实操考查，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			
5	课程名称	跟岗（综合）实训	学时/学分	180/10
教学目标	本课程开设在第5学期，旨在锻炼与考核电子商务专业学生在真实岗位上的适应能力和专业能力。			
教学内容	跟岗实训期间所有同学参与，涉及网络营销岗位、美工设计岗位、网络客户服务岗位、企业网络推广岗位、电商平台运营岗位等岗位的实习，在与系部合作紧密的企业完成。			
教学要求	第五学期电子商务专业综合实训后，安排学生进入电子商务相关企事业单位进行轮岗实训。由相关教师带队进行轮岗实训，由专业教师和企业导师共同指导，具体到人，专业教师根据不同的专业特长指导相应岗位上的学生，教学方法采用“现代学徒制”，学生学习专业技能同时，学会有责任有担当，学会发现问题解决问题。			
6	课程名称	顶岗实习	学时/学分	380/21
教学目标	按照学生自己的专业兴趣，在不同的企事业单位进行真实岗位的实习，身份由学生转变为电子商务企事业单位员工，进一步锻炼学生就业时就具备的专业技术能力、岗位适应能力、专技综合应用能力，为同学们正式加入电子商务行业、企业谋求发展奠定基础。			
教学内容	所有同学参与，涉及岗位网络营销岗位、美工设计岗位、网络客户服务岗位、企业网络推广岗位、电商平台运营岗位等岗位的实习，在与系部合作紧密的企业完成。			
教学要求	顶岗实习安排在第六学期，采用学院安排和学生一企业双向选择两种形式，让学生进入电子商务相关企事业单位进行真实岗位实习。由专业教师和企业导师进行共同指导，以企业导师现场带教为主（企业导师主要进行专业岗位			



	技能的指导），专业教师督导，检查为辅（专业教师主要进行心理关怀和日常纪律管理），具体到人，专业教师根据不同的专业特长指导相应岗位上的学生，教学方法采用“现代学徒制”，学生学习专业技能同时，学会责任担当，学会发现问题解决问题，时间不少于6个月。实习成绩由企业老师和校内指导老师共同给出，60分以上为合格，可以毕业。			
7	课程名称	毕业设计	学时/学分	40/2
教学目标	结合轮岗或顶岗实习岗位工作内容，撰写电子商务专业相关毕业设计，提高学生对专业知识、综合技能的总结与应用能力。			
教学内容	第5学期安排一周，主要对同学们进行毕业设计讲解与培训，对毕业设计题库、学生选题、师生互选、毕业设计完成要求、格式等进行详细的辅导。毕业设计题库涵盖网店美工设计、网络客户服务、网络推广、网店运营等方向，每年更新40%，由学生根据自己的兴趣选择相关的方向和相关方向的专业课老师，老师负责下达毕业设计任务书，学生利用毕业实习期完成毕业设计的撰写。 第6学期安排一周主要是进行毕业设计答辩、定稿和上传工作。毕业设计导师打分结合现场答辩成绩就为学生毕业设计的最后成绩。			
教学要求	在学生开始顶岗实习前下达毕业设计任务书，给每个学生按自己的专业兴趣选择一名专业课教师作为毕业设计指导教师，每个学生在教师的指导下按照毕业设计任务书要求和系部毕业设计的要求，独立完成毕业设计，并进行毕业设计答辩，按照几位答辩教师的意见，修改自己的设计方案并定稿，最后经教师签字认可后，将毕业设计任务书、毕业设计成果等毕业设计资料，上传至毕业设计平台备查。			

8. 考证课程

主要有电子商务数据分析与应用等1门课程（见表11），共72学时，4学分。

表11 考证课程描述

1	课程名称	电子商务数据分析与应用	学时/学分	72/4
教学目标	电子商务数据分析与应用课程是面向三年制大专电子商务专业学生的一门专业核心课程，该课程主要是培养学生如何使用各种数据收集工具收集电子商务商业数据和行为数据，并利用Excel软件进行电子商务数据处理和分析，制作电子商务数据报表，撰写电子商务专业数据分析报告。			
教学内容	课程内容设计为五个模块。模块一：电子商务数据分析概述；模块二：基础数据采集；模块三：数据分类与处理；模块四：数据描述性分析；模块五：基础数据监控与报表制作。			
教学要求	充分利用智慧职教云平台及其他网络优质教学资源，采用线上线下混合教学模式。线上课堂课前引导学生预习知识，课中发起讨论和头脑风暴，课后练习巩固知识；线下课堂讲授与实操相结合，突出教学重点和难点，课后进行拓展技能训练，能力提升。采用视频与录屏结合、讲授与实操结合的教学方法。教学环境需要安装2016版本以上的Excel办公软件，并配备电子商务数据分析训练系统数据库等相关软件。过程性考核由出勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过线上题库在线考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。			

七、教学进程总体安排

2021级电子商务专业课程教学进程表

专业代码：530701

课程类型	课程类型	课程编号	系统代码	课程名称	学分	总学时	理论教学	实践教学	考核方式	学期/周数/周学时数						
										第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	
										20周	20周	20周	20周	20周	20周	
公共基础课	必修课程	5307012101	340001	军事理论	2	36	36	0	查	√	√					
		5307012102	340002	军事技能	2	112	0	112	查	2W						
		5307012103	340003	安全教育	2	32	24	8	查	√	√					
		5307012104	040020	心理健康教育	2	32	32	0	查	√	√					
		5307012105	040003	健康教育	1	18	8	10	查	√	√					
		5307012106	330040	大学体育	6	108	8	100	查	2(3-15)	2(1-15)	2(1-18)	2(1-8)			
		5307012107	300021	思想道德修养与法律基础 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 形势与政策	8	148	128	20	试2.4	2(3-18)	2(1-16)	2(1-16)	2(1-16)			
		5307012108	110001	大学生职业发展与就业指导	2	32	32	0	查				2(1-16)			
		5307012109	330001	英语	7	112	112	0	查1 试2	4(3-16)	4(1-14)					
		5307012110	192055	信息技术	4	64	6	58	试	4(3-18)						
		5307012111	110002	创业基础	2	32	32	0	查	2(3-18)						
		5307012112	031005	劳动教育	1	16	0	16	查	√	√	√	√			
	小计/周学时					39	742	418	324							
	选修课程	5307012113			公共选修课一	2	30	30	0	查		√				
		5307012114			公共选修课二	2	30	30	0	查			√			
		小计/周学时					4	60	60	0						
	小计/周学时					43	802	478	324							
专业（技能）课	专业群共享课	5307012126	230034	农产品营销	4	64	32	32	试	4(3-18)						
		小计/周学时					4	64	32	32						
	专业基础课程	5307012127	201040	电子商务基础	4	64	32	32	试	4(3-18)						
		5307012128	230690	消费者行为分析	4	72	36	36	查		4(1-18)					
		5307012129	230698	办公软件高级应用	2	36	16	20	查		2(1-18)					
		5307012130	230618	电子商务法律法规	2	36	18	18	查		2(1-18)					
		5307012131	230727	市场调研与分析	4	72	36	36	试		4(1-18)					
		5307012132	230342	电子商务物流	2	36	18	18	试			2(1-18)				
	小计/周学时					18	316	156	160							
	专业核心课程	5307012133	230760	商品信息采编	4	64	24	40	试	4(3-18)						
		5307012134	200080	网络营销	2	36	18	18	试		2(1-18)					
		5307012135	230749	移动商务	4	72	32	40	试			4(1-18)				
		5307012136	230338	客户服务与管理	4	72	32	40	试				4(1-18)			



课程类型	课程类型	课程编号	系统代码	课程名称	学分	总学时	理论教学	实践教学	考核方式	学期/周数/周学时数					
										第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
										20周	20周	20周	20周	20周	20周
		5307012137	230691	网店(站)运营	4	72	32	40	试				4(1-18)		
		5307012138	230697	网页设计与制作	4	72	32	40	查				4(1-18)		
		小计/周学时		22	388	170	218								
专业拓展课程		5307012139	230611	跨境电子商务运营推广	4	72	36	36	查			4(1-18)			
		5307012140	230748	图形图像处理	4	72	32	40	试				4(1-18)		
		5307012141	200180	网店推广	4	72	32	40	试				4(1-18)		
		小计/周学时		12	216	100	116								
专业选修课程	限选	5307012142	230616	新媒体营销	2	36	18	18	查		2(1-18)				
		5307012143	200064	商务礼仪	2	36	18	18	查		2(1-18)				
		5307012144	230728	软文写作	4	72	32	40	查			4(1-18)			
		5307012145	230168	电子商务网站建设与管理	2	36	18	18	查			2(1-18)			
		任选	5307012146	200168	管理学基础	2	36	18	18	查			2(1-18)		
	201035			会计基础											
	5307012147		230612	网上支付	2	36	18	18	查			2(1-18)			
			230675	桃花应用与创新											
	小计/周学时		14	252	122	130									
	集中实训课程		5307012148	230661	网店美工设计综合实训	2	40	0	40	查					2W
5307012149			230662	客户服务与管理综合实训	2	40	0	40	查					2W	
5307012150			230663	企业网络推广综合实训	2	40	0	40	查					2W	
5307012151			230660	电商平台运营综合实训	2	40	0	40	查					2W	
5307012152			231453	跟岗(综合)实训	10	180	0	180	查					9W	
5307012153			200145	顶岗实习	21	380	0	380	查						19W
5307012154			200144	毕业设计	2	40	0	40	查					1W	1W
小计/周数		41	760	0	760							18W	20W		
考证课程		5307012155	230778	电子商务数据分析与应用	4	72	36	36	试			4(1-18)			
		小计/周学时		4	72	36	36								
小计/周学时					115	2068	616	1452							
复习										1W	1W	1W	1W	1W	
考试										1W	1W	1W	1W	1W	
总学分、总学时、周学时					158	2870	1094	1776			26	26	28	26	20

说明:

1. 查1试2——“查”表示考查、“试”表示考试;数字表示所在学期。
2. 军事理论、安全教育、心理健康教育、健康教育以线上学习、线下授课、讲座等形式开展。
3. 劳动教育安排在每个学期开展,以讲座、劳动实践、企业参观、劳动演讲等形式开出。
4. 每学期教学周为20周,除实际授课课外,剩余周数为复习、考试周。
5. 公共选修课由学院统一在第二、三学期开设,每个学生选修两门,其中一门必须为公共艺术类选修课(包括:《艺术导论》、《音乐鉴赏》、《美术鉴赏》、《影视鉴赏》、《戏剧鉴赏》、《舞蹈鉴赏》、《书法鉴赏》、《戏曲鉴赏》等)。
6. 思想政治理论课的实践教学20学时平均分配到前4个学期,以指导学生实践报告、谈心谈话及其他特色大型活动等形式完成,因此该门课程每学期教学总学时为37(32理论+5实践)。

表12 素质拓展培养安排

项目名称	培养目标	时间安排
专业入学教育	引导新生正确认识大学,适应大学生活,实现大学生角色转换,养成良好的行为习惯,树立学习目标,为顺利完成大学学业奠定坚实的基础。	第1学期
社会实践	培养学生社会调研能力、分析问题、解决问题的能力	假期
专业兴趣小组	促进学生学习的积极性、提高专业技能与专业素养	每学期
劳动教育	通过讲座与实践形式开展,以塑造劳动观念、传递劳动知识、传授劳动技能、端正劳动态度和培养劳动习惯等为主要内容,系统提升学生的劳动素质,促进其全面发展,传承弘扬中华优秀传统文化,推动劳动教育融入学生学习生活全过程与营造崇尚劳动的社会氛围。	每学期

附13 职业考证安排

考证项目		考证时间	等级	发证机关	备注
必考项目	国家普通话水平测试	学院普通话测试站定	二乙	湖南省普通话培训测试中心	
	全国计算机等级考试	每年3月份与9月份	一级	教育部考试中心	
选考项目	全国高等学校英语应用能力A级考试	每年6月份与12月份	A级	高等学校英语应用能力考试委员会	
	网店运营推广职业技能等级证	每年6月份与11月份	初、中、高级	教育部职业技术教育中心研究所	
	电子商务数据分析职业技能等级证	每年6月份与11月份	初、中、高级	教育部职业技术教育中心研究所	

八、顶岗实习

实习目的	<p>顶岗实习是学生在完成人才培养方案规定的全部课程的学习后,进行的一个重要的教学环节,使学生通过实践学习,熟知企业运营管理、电子商务基本流程及策略,培养学生综合管理能力和电子商务技术运用能力,是对学生运用所学专业理论知识,独立地分析、研究和解决企业电子商务实际问题能力的综合检验。通过实习,努力达到以下目的:</p> <p>(1) 通过实习检验学生对专业理论知识的掌握程度和灵活应用于实际的能力,有益于进一步完善教学工作。</p> <p>(2) 深入了解和熟悉电子商务岗位一般业务,为毕业后胜任专业工作打好基础。</p> <p>(3) 树立正确的劳动观念与服务观念,培养学生正确的人生观与社会责任感,引导学生建立正确的择业观。</p> <p>(4) 了解企业运营管理各流程,全面了解企业各部门的管理职能,结合现场学习,培养分析问题和解决问题的独立工作能力。</p> <p>(5) 通过顶岗实习报告的撰写,提高学生的综合分析能力和写作能力。</p>
实习时间	第6学期(共18周)
实习	学生应当在实习指导老师的指导下,根据实际情况进行有侧重的选择,对下列实习内



<p>任务及要求</p>	<p>容的业务进行实习。</p> <p>(1) 熟悉顶岗实习单位电子商务开展模式、了解企业电子商务运营状况、企业商务网站构建与维护情况；</p> <p>(2) 掌握顶岗实习单位电子商务技术基础（EDI技术运用、电子支付运用、网络安全实施情况）；</p> <p>(3) 熟悉顶岗实习单位内部网、外部网构建与维护情况；</p> <p>(4) 掌握顶岗实习单位供应链管理（SCM）、客户关系管理（CRM）；</p> <p>(5) 熟悉顶岗实习单位网络营销及企业物流配送情况；</p> <p>(6) 熟悉顶岗实习单位管理系统软件应用情况；</p> <p>(7) 熟悉所在岗位的职能范围和工作内容；</p> <p>(8) 掌握顶岗实习单位管理工作的现场控制；</p> <p>(9) 熟悉顶岗实习单位部门沟通的控制技巧；</p> <p>(10) 熟悉顶岗实习单位管理制度建设情况；</p>
<p>实习方式</p>	<p>学生可以在校外实习基地实习，也可根据具体情况自主联系顶岗实习。</p> <p>(1) 集中顶岗实习</p> <p>学生集中到企业进行顶岗实习，必须选择专业对口或者专业相近的工作岗位。由系部和企业签订顶岗实习协议，系部负责和企业的联系沟通，安排学生进入实习企业，系部按照顶岗实习的安排程序，负责完成学生顶岗实习各类手续的办理和实习指导。</p> <p>(2) 分散顶岗实习</p> <p>由本人联系顶岗实习单位进行实习的学生，在实习前要在学校填写《自主联系顶岗实习申请表》（其中包括家长签字）、顶岗实习联系函、接受安全教育、签订与系部、企业实习协议等各类手续，提交经系部同意后方准离校实习。</p>
<p>实习成果</p>	<p>(1) 填写《实习手册》</p> <p>在实习中、学生应将每天的工作，岗位实践等内容记入实习手册。实习手册是学生撰写实习总结报告的主要资料依据，也是检查学生实习情况的一个重要方面。学生每月必须认真填写。</p> <p>(2) 撰写《实习总结报告》</p> <p>在实习结束后，学生应提交实习总结报告。实习总结报告内容包括：</p> <p>① 实习公司概况（300字左右）</p> <p>② 实习岗位介绍（200字左右）</p> <p>③ 实习具体内容（1500字左右）</p> <p>④ 实习心得体会（1000字左右）</p> <p>(3) 完成《毕业生跟踪调查表》</p> <p>(4) 完成毕业设计</p> <p>(5) 完成职教新干线学生栏目内容</p>
<p>注意事项</p>	<p>(1) 必须在规定的时间内完成顶岗实习任务，要经常和企事业指导老师和校内实习指导教师沟通（原则上每月至少汇报1次近况与毕业论文/设计完成情况），掌握好实习进度。</p> <p>(2) 学生应注意做好调研工作，只有掌握电子商务某领域过去、现在、未来的方法和技术，才能提炼出自己的观点并很好地表达出来。</p> <p>(3) 自始至终要注重安全。</p>
<p>实习评价</p>	<p>(1) 学生顶岗实习成绩参照成绩考核指标按优秀、良好、合格和不合格四个等次评定。</p> <p>(2) 学生应按毕业顶岗实习大纲规定，完成全部实习任务，并按要求提交实习报告、实习手册等材料。</p> <p>(3) 农经系成立顶岗实习工作领导小组，根据学生实习期间实习业绩、实习表现、实习报告质量、实习单位意见、实习指导教师意见等，组织综合考核，评定实习成绩。</p> <p>(4) 学生毕业顶岗实习教学工作结束后，电子商务教研室采取学生座谈会、指导教师座谈会、走访实习单位等形式，对实习工作进行评价，总结经验教训，形成书面总结材料。</p> <p>(5) 应按要求将学生毕业顶岗实习的相关材料整理归档保存。</p>



(6) 学生毕业顶岗实习成绩考核指标			
考核指标	权重	指标内涵	考核办法
顶岗实习业绩	30%	能很好地将所学专业知识和技能与生产实际相结合，顶岗实习业绩明显、技能水平有较大的提高。	由顶岗单位评定
顶岗实习表现	30%	有较好的敬业精神和责任意识，良好的职业道德和团结合作能力；遵纪守法，尊敬指导老师，服从意识强，完成任务好。	学院和顶岗单位指导教师平时考核和测评
顶岗实习总结报告	20%	毕业顶岗实习总结报告格式、内容等符合要求，实习报告能对实习内容进行全面、系统总结，并能运用学过的知识对某些问题加以分析。	校内指导教师通过审阅实习报告评定
顶岗实习手册	20%	顶岗实习过程中有关关键点记录清楚	校内指导教师通过查阅顶岗实习手册评定
其它佐证材料	附加分	有关嘉奖证明等、职教新干线学生网站建设情况	指导教师通过审阅佐证材料评定

九、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不高于16:1，双师素质教师占专业教师比是90%，专任教师队伍考虑职称、年龄形成合理的梯队结构，核心专业课程主讲教师应具备中级及以上职称。

2. 专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；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、经济学、管理学、计算机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；具有较强的信息化教学能力，职业教育课程开发能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每5年累计不少于6个月的企业实践经历。新进教师前三年至少有6个月的企业实践。

3. 专业带头人

本专业带头人具有高级职称，具有团队教学和管理能力，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，在本区域本领域具有一定的专业影响。

4. 兼职教师

主要从电子商务相关行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具备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或中级以上职务，年龄一般不超过55周岁，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

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、实训室和实训基地。

1. 专业教室基本条件

应当配备黑（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. 校内实训基本要求

表14 校内实训（验）室及基地描述

序号	名称	基本配置及功能描述（实习实训项目）
1	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。
2	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	电子商务美工实训室	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、CRM软件；PHOTOSHOP软件；图形图像制作软件、网页制作软件、淘宝助理软件、商品助理等软件，根据需要构筑不同的商业应用场景。用于电子商务网店美工、图形图像处理、网店运营等课程的教学实训。
4	电子商务摄影实训室	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、CRM软件、PHOTOSHOP软件、图形图像制作软件、网页制作软件、淘宝助理软件、商品助理等软件；配备单反相机、防潮箱、货架、背景幕布、补光灯箱等摄影配套器材4套，根据需要构筑不同的商业拍摄应用场景。用于视觉营销、商品信息采编、电商直播等课程的教学实训。



序号	名称	基本配置及功能描述（实习实训项目）
5	电子商务直播间	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、CRM软件、PHOTOSHOP软件、图形图像制作软件、网页制作软件、淘宝助理软件、商品助理等软件；配置网络直播设备2套，货架、背景幕布、补光灯箱等直播配套器材2套，根据需要构筑不同的商业电商直播应用场景。用于新媒体营销、电商直播营销等课程的教学实训。

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。

表15 校外实训基地

序号	名称	基地描述（含实训项目，容纳人数）
1	百度网络科技（上海）有限公司	百度网络科技公司是全球最大的中文搜索引擎及最大的中文网站，全球领先的人工智能公司。百度拥有数万名研发工程师，这是中国乃至全球最为优秀的技术团队。这支队伍掌握着世界上最为先进的搜索引擎技术，使百度成为中国掌握世界尖端科学核心技术的中国高科技企业。百度实习岗位：网络营销、客户服务、网站美工。每年可接纳本专业实习生50名。
2	上海晓庄信息技术有限公司	上海晓庄是一家专注于服务外包和电子商务客服领域的专业培训、业务外包及人力资源管理为一体的综合性集团公司。其旗下有上海晓庄信息技术有限公司、上海晓庄教育咨询有限公司、上海馨地实业有限公司、上海晓喆人力资源有限公司、芜湖市惠人电子商务有限公司。晓庄以自身实体行业优势为依托，加强与各地大中专院校的深层次合作，在校园共建实训基地，开创了一条“学校—晓庄—企业”合作培养行业高端人才的新模式。上海晓庄信息实习岗位：客服专员、网站美工、网络营、网红直播。每年在校项目可接纳专业实习生50名。
3	湖南汇富康达健康管理有限公司	湖南汇富康达健康管理有限公司是一家集研发、生产、销售于一体的现代化集团公司，也是一家专注于专业的体脂管理解决方案提供商，通过网络营销、微信营销、电话营销等方式向消费者提供体脂管理产品及方案。汇富康达实习岗位：网络营销、移动商务、客户服务、仓储物流。每年可接纳本专业实习生100名。
4	屈臣氏集团长沙分公司	屈臣氏是长江和记有限公司旗下的国际零售及食品制造机构，业务遍布24个国家/地区，共经营超过12000间零售商店，聘用117,000名员工。集团涉及的商品包括有保健产品、美容产品、香水、化妆品、日用、食品、饮品、电子产品、洋酒及机场零售业务。屈臣氏在中国438个城市拥有超过3,200家店铺和逾6,400万会员，是中国目前最大的保健及美容产品零售连锁店。屈臣氏实习岗位：市场营销、售后服务、仓储物流。每年可接纳本专业实习生50名。

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，能涵盖当前电子商务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

本专业利用电子商务数字化教学资源库、电子商务文献资料、常见问题解答等电子商务信息化条件。引导鼓励教师开发并利用电子商务信息化教学资源、电子商务教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

（三）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需要的教材、图书及数字资源等。

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。建立由专业教师、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。一般选用国家规划教材、行业规划教材。鼓励教师与行业企业合作开发具有特色校本教材。

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。专业类图书文献包括：有关电子商务专业理论、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。本专业图书数量不少于每生50本，专业杂志至少达到10种。

3. 数字资源配备基本要求

充分利用国家教学资源库、国家在线精品课程、省级优质教学资源，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，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，满足教师、学生、社会人员教学与自主学习的要求。

（四）教学方法

根据企业岗位需求和学生个性化培养需要，将规范与灵活相结合，采用多元的教学组织模式，如短期与长期结合的企业实践实训方式，集中与分散的校内外实训方式，阶段式实训实习方式等；在教学方法上，鼓励采取任务驱动、项目导向的职

业教育方法，通过案例教学、角色扮演、头脑风暴、思维导图等引导学生学习；在教学形式和手段上，体现职业教育的开放性、校企互动性，尽可能在生产真实环境中开展教学。坚持学中做、做中学，以达成电子商务教学目标。

（五）学习评价

对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。教学评价主体包括教师、企业导师、学生自评、互评，如有必要可引进第三方评价。

（六）质量管理

1、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。本专业诊断与改进采用8字螺旋图，专业建设质量监控点见表16。

表16 专业建设质量监控点（5维40点）

监控维度	监控点	监控标准	监测值	诊断结论
1. 专业设置 (0.1)	(1) 专业设置论证报告★	≥良好		
	(2) 培养目标与规格	≥良好		
	(3) 校企合作体制机制建设	≥良好		
	(4) 年度专业人才市场需求调研报告★	≥良好		
2. 专业建设与 改革 (0.25)	(5) 专业建设规划★	≥良好		
	(6) 课程建设规划★	≥良好		
	(7) 专业标准体系建设（含专业教学标准，专业技能考核标准及题库、毕业设计标准，专业建设质量标准，人才培养质量标准等）★	≥良好		
	(8) 专业课程体系★	≥良好		
	(9) 教学组织设计★	≥良好		
	(10) 教学方法和手段	≥良好		
	(11) 实习实训项目开出率★	100%		
	(12) 整体项目开出率★	≥85%		
3. 专业师资队伍 (0.25)	(13) 专业制度体系建设（课程管理，教学管理，队伍管理，专业评估等）★	≥良好		
	(14) 专业师资队伍建设规划	≥良好		
	(15) 专任核心课教师（名）★	≥3		

监控维度	监控点	监控标准	监测值	诊断结论
	(16) 副高以上专业技术职务教师(名)★	≥1		
	(17) “双师型”教师比例★	≥70%		
	(18) 教师培养培训达标率	100%		
	(19) 平均年度发表论文与出版著作(篇)	4		
	(20) 平均年度在研课题与项目	3		
	(21) 平均年度获得院级及以上成果与获奖	1		
4. 专业教学环境(0.25)	(22) 实训室建设规划	≥良好		
	(23) 生产性实训基地建设规划	≥良好		
	(24) 实训室数量及设备台套数★	≥良好		
	(25) 生产性实训基地数量	≥1		
	(26) 专业网络平台建设	≥良好		
	(27) 专业图书资料(册)★	≥500		
	(28) 年度生均经费投入(元)★	≥7000		
5. 专业人才培养质量(0.15)	(29) 英语A级通过率	80%		
	(30) 计算机技能考核合格率	90%		
	(31) 专业技能抽查通过率★	100%		
	(32) 毕业设计合格率★	100%		
	(33) 双证书率★	≥90%		
	(34) 招生计划(人)★	≥50		
	(35) 招生计划完成率★	≥90%		
	(36) 新生报到率★	≥90%		
	(37) 按时毕业率	≥95%		
	(38) 初次就业率★	≥85%		
	(39) 对口就业率★	≥65%		
	(40) 专业年度办学水平评估★	≥良好		

注: (1)标★号者为湘教发〔2018〕39号文件必审指标。(2)定性指标评价质量分为优、良、合格、不合格等4级。

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,建立健全巡课、听课、评教、评学、教学督导等制度,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。新进教师每学期至少上一堂公开课。必须提交详细的教案。

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。

十、毕业要求



- 1、学分要求：必须修满158学分。专业技能抽考合格、毕业设计抽查合格。
- 2、素质要求：参加专业劳动实践并合格，参加相关素质考核并合格。
- 3、证书要求：本专业毕业生实行学历证书制，推行“1+X”职业资格证书制。

鼓励本专业学生获得以下职业资格证或职业技能等级证书：

- (1) 1+X网店运营推广职业技能等级证书（初/中级）
- (2) 1+X电子商务数据分析职业技能等级证书（初/中级）

4、其他要求：（1）无纪律处分或已解除；（2）符合学院学籍管理制度规定的毕业要求。

十一、人才培养方案编制的有关说明

（一）学分制

本专业实行学分制，一般毕业应修完158学分。一般修业年限3年，最多不超过5年。

（一）“1+X”证书制度及职业资格证

实行课证融通制度，积极探索以赛促教、以赛促学教学模式。鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干职业技能等级证书、职业资格证书和参加各类竞赛。各类职业技能等级证书、职业资格证书、竞赛获奖可计算学分，也可置换相关课程，具体见下表。

表17 职业技能等级证书转换学分、课程表

序号	职业技能等级证书	职业技能等级证书等级及可转换的学分		职业技能等级证书可置换的专业必修课程	备注
		等级	可计算的学分		
1	网店运营推广	初级	8	网店（站）运营、新媒体营销	
		中级	10	网店（站）运营、移动商务、新媒体营销	
		高级	12	网店（站）运营、技能训练-企业网络推广、技能训练-电商平台运营	
2	电子商务数据分析	初级	8	电子商务数据分析与应用、移动商务、新媒体营销	
		中级	10	电子商务数据分析与应用、技能训练-企业网络推广、技能训练-电商平台运营	
		高级	12	电子商务数据分析与应用、新媒体营销、技能训练-企业网络推广、技能训练-电商平台运营	

表18 技能竞赛转换学分、课程表



序号	技能竞赛	技能竞赛等级及可转换的学分		技能竞赛可置换的专业必修课程	备注
		等级	可计算的学分		
1	国家级	一等	12	技能训练-网店美工设计、技能训练-客户服务与管理、技能训练-企业网络推广、技能训练-电商平台运营	
		二等	10	移动商务、新媒体营销、技能训练-网店美工设计、技能训练-客户服务与管理	
		三等	8	新媒体营销、技能训练-网店美工设计、技能训练-客户服务与管理	
2	省级	一等	10	移动商务、新媒体营销、技能训练-网店美工设计、技能训练-客户服务与管理	
		二等	8	新媒体营销、技能训练-网店美工设计、技能训练-客户服务与管理	
		三等	6	技能训练-网店美工设计、技能训练-客户服务与管理	
3	市级	一等	8	新媒体营销、技能训练-网店美工设计、技能训练-客户服务与管理	
		二等	6	技能训练-网店美工设计、技能训练-客户服务与管理	
		三等	4	移动商务、新媒体营销	
说明	技能竞赛主要指教育部、教育厅、市教育局等国家行政部门组织的职业院校学生技能竞赛、互联网+创新创业大赛、黄炎培创新创业大赛、世界技能大赛等赛项。由正规行业协会、行指委组织的大赛相应降低一等次进行认定。				

(三) 动态调整机制

本方案根据经济社会发展需要和年度诊改结论，将适时对课程体系和相关安排进行调整，以确保人才培养质量达标培养目标。

十二、继续教育

本专业学生在校期间可以参加自科学士学历考试，符合要求学生可参加“专升本”本科学士学历考试，提升学历。

十三、附表

1. 附表1 2021级专业人才培养方案修订委员会
2. 附表2 2021级专业人才培养方案审批信息

2021级电子商务专业人才培养方案修订委员会

人员类别	姓名	备注
企业专家	赵海燕	湖南橘色科技有限责任公司
企业专家	裴申	杭州赢动电商学院
教科人员	傅新民	教授
教科人员	向成干	副教授
教科人员	唐婧	副教授
专业教师	魏章友	副教授、专业带头人
专业教师	路阳	讲师
专业教师	赵梅芳	副教授
专业教师	刘永建	副教授
专业教师	罗曼妮	讲师
专业教师	杨桃	助教
专业教师	王红	助教
专业教师	蒋大成	助教
学生	肖敏慧	毕业生
学生	谢颖慧	毕业生
学生	张吉	在校生
学生	秦怡	在校生

说明:专业委员会负责人才培养方案的修订、论证;组织行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生情况调研,在分析人才需求和行业企业发展趋势基础上,根据专业面向的职业岗位群所需知识、能力、素质形成专业人才培养调研报告。



附件 2:

2021 级电子商务专业人才培养方案审批信息表

专业代码	530701
适用年级	2021 级
学制	三年
学历	大专
专业负责人(执笔)	陈刚
修订时间	2021 年 7 月
专业建设委员会审核	<input checked="" type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格 签字: 魏育友 日期: 2021.7
系部审核人(签字、盖章)	 徐曼 2021.7
审核时间	2021.7
学院评审小组审核	<input checked="" type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格 签字: 289
学院党委审批(签字、盖章)	 2021.7.12
审批时间	2021.7.12

说明: 本人才培养方案适用于统招、单招三年制大专。对退役军人、下岗职工、农民工、新型职业农民单独制定人才培养方案。校企合作班级在国家教学标准基础上可以增加企业特色课程, 人才培养方案单独制定。