



济南幼儿师范高等专科学校  
JINAN PRESCHOOL EDUCATION COLLEGE

# 电子商务专业人才培养方案

(专业代码: 530701)

二〇二二年六月

济南幼儿师范高等专科学校

# 目 录

前 言.....	6
一、专业名称.....	10
二、专业代码.....	10
三、入学要求.....	10
四、修业年限.....	10
五、职业面向.....	10
六、培养目标.....	11
七、培养规格.....	11
八、职业资格证书.....	13
九、职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析.....	14
十、课程结构框架.....	15
十一、课程设置及要求.....	19
十二、 教学时间安排及课时建议.....	21
十三、教学实施建议.....	25
十四、毕业要求.....	28
十五、继续专业学习深造建议.....	29

## 前 言

### 一、专业简介

电子商务（校企合作）专业于2020年9月开设，学制为全日制三年，招生对象为普通高中毕业生，面向全省招生，专业代码为530701。

该专业依托济南幼儿师范高等专科学校以教师教育专业为特色，非教师教育专业为拓展，职前教育与职后教育一体的办学格局，深入贯彻落实十九大报告“完善职业教育和培训体系，深化产教融合、校企合作”和《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》精神，推进现代职业教育体系建设，与慧科集团校企融合，以创新创业为背景、以产学一体为人才培养模式，结合前沿优势专业，以打造特色鲜明、创业氛围浓厚的省级特色专业、国家级骨干专业为目标。2020年9月经山东省教育厅批准面向全省首次招生82人，截止2020年9月，在校生82人。

### 二、方案编制依据文件

（一）教育部印发《职业教育专业目录（2021年）》

（二）《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）

（三）中共中央办公厅、国务院办公厅印发《加快推进教育现代化实施方案（2018—2022年）》

（四）《教育部 山东省人民政府关于整省推进提质培优建设职业教育创新发展高地的意见》鲁政发〔2020〕3号

（五）《山东省教育厅等 11 部门关于办好新时代职业教育的十条意见》鲁教职发〔2018〕1 号

（六）关于开展《高等职业教育创新发展行动计划（2015-2018 年）》年度绩效数据采集的通知（鲁教职〔2016〕32号）

（七）《济南幼儿师范高等专科学校关于制订人才培养方案的指导意见》

（八）《济南幼儿师范高等专科学校高等职业教育创新发展行动计划（2015-2018年）实施方案》

（九）《济南幼师高专学校事业发展规划纲要（2016—2020）》

### 三、方案指导思想与编制思路

人才培养方案编制与完善的指导思想是以市场需求和人的全面发展为导向，全面提高人才培养质量。具体编制思路如下：

首先，研究职业教育发达地区高职院校电子商务专业人才培养方案，借鉴其成功做法。同时，进行文献研究，吸纳电子商务行业专家的科研成果。

其次，依托慧科集团相关优质资源，以校企融合和产教融合为出发点，对各企业、用人单位进行人才需求调研，考虑学生专业发展个性需求，同时结合山东地区经济发展规划进行编制。

最后，根据《济南幼儿师范高等专科学校电子商务（校企合作）专业调研报告》以及方案编制依据的文件，不断对人才培养方案进行修订与完善。

### 四、方案的创新点及特色

依托校企相关优质资源，以校企融合和产教融合为出发点，立足于培养新时期优秀人才，针对电子商务（校企合作）专业形成了以下特色和优势：

（一）遵循教学做一体和课证岗赛相融合的基本思路

根据相关文件精神及以市场需求和人的全面发展为导向的指导思想，遵循教学做一体和课证岗赛相融合的基本思路，将课程与职业资格证书和职业技能证书考试、初始岗位和发展岗位能力及各种技能比赛的要求有机结合起来，课程体系构建、课程标准制定、教材选择、课堂教学、课余活动都要服务于证书考试、岗位能力和比赛要求。

## （二）全面调研基础上结合校情确定专业服务面向

本方案是在面向企事业单位、毕业生和在校生全面调研的基础上，结合学校实际情况制定的，尤其是以制造业为主的专业主要服务面向就是在全面调研基础上多次征询企业专家意见的结果。

## （三）根据行业岗位能力模型，构建PBL项目式教学+EMO训练营方式

基于学习产出的教育模式（OBE），及时洞察电子商务产业的发展趋势，对行业岗位进行数据爬取与调研分析，确定岗位能力素养模型，构建满足行业岗位需求的课程体系。企业级讲师基于真实商业项目，采用项目式教学（PBL）+训练营（EMO）模式，全面培养学生的专业能力与职业素养。

## （四）构建了覆盖培养全过程的渐进式实践教学体系

为切实提升学生的专业素养和技能，构建了“认识实习-课程实训-体验实习（跟岗实习）-综合实训-岗位实习”五个环节构成的涵盖人才培养全过程的渐进式实践教学体系，即第一学期开展针对专业的工作环境和工作岗位的认识实习；第二至第四学期在专业课教学过程中开展相应的课程实训；同时在第四学期还将利用周末约跨度为两个月的时间开展不少于30个学时的体验实习，目的是使学生

体验找工作过程的不易和社会对所学专业人才需求的相关技能，找出自己的短板加以改进；第五学期利用三个月的时间在实训室开展综合实训，全面整合提升职业素养和职业技能；第五学期从12月份开始至第六学期毕业前开展岗位实习，为就业或创业选择寻找各种机会。

（五）模块化的教学实施模式，企业级师资教学确保教学质量基于高校人才培养规律和校企合作特点，电子商务（校企合作）专业将采用模块化的教学模式，即：

由学院教师上公共课和专业基础课，企业派驻指导员实施学生管理并进行职业素养课的授课；在教学过程中，学校和企业穿插教学，企业以模块化的教学模式集中授课。

通过模块化的教学模式，可以确保学生在学习效果，同时确保学生学到的技术是最贴近企业需求的，避免了技术传递过程中的衰减。

同时，本专业依托慧科集团的平台优势、优质师资，与慧科集团联合开展“中青年骨干教师培养计划”，由学院选派老师，到慧科合作企业挂职锻炼，进行实践操作、技术研发等工作，让教师“零距离”衔接市场需求，积极探索“产、学、研、训、用、创”融合的新路子，不断提高教学质量，有利于学院师资培养和人才梯队建设。

## 正文部分

### 一、专业名称

专业名称：电子商务（校企合作）

### 二、专业代码

专业代码：530701

### 三、入学要求

普通高中学校毕业生或同等学力者

### 四、修业年限

学制3年，在校学习年限3-5年

### 五、职业面向

表 5-1 职业面向情况

序号	对应职业 (编码)	对应岗位群或 技术领域举例	职业资格证书和职业 技能等级证书举例	主要支撑课程
1	电子商务师 (4010202)	电商运营	电子商务师	电商运营基础、电商优化排名、商务数据分析 (python)
		电商美工	电子商务师	营销设计基础、产品拍摄与后期制作
		电商新媒体运营	1+x 证书 (电子商务数据分析) ☆	多平台多店铺运营实战、全网电商综合实训、商务数据分析 (python)
2	互联网营销师 (4010207)	电商直播运营	1+x 证书 (直播电商) ☆	客户关系管理实训、社群营销、直播电商运营
		电子商务推广运营	电子商务师	网络营销、电商运营基础、电商优化排名
3	国际商务专业人员 (2060701)	电商渠道	电子商务师	客户关系管理实训、跨境电子商务、商务网站建设与维护
4	商务策划专业人员 (2060703)	网络策划	1+x 证书 (直播电商) ☆	网络营销、电商高级进阶
		互联网产品营销	1+x 证书 (直播电商) ☆	网络营销、服务营销

## 六、培养目标

本专业坚持立德树人、德技并修，面向电商平台、传统零售业、互联网科技等行业企业，培养从事新媒体运营、店铺运营、用户运营、活动运营等方向工作，具备思想道德、科学文化、身体心理等基本素质以及团队协作等职业素质，掌握企业运营过程中图文创作、视频创作、精准投放与用户增长等运营岗位典型任务所必备的知识，具备新媒体运营、店铺运营、用户运营、活动运营等能力，德、智、体、美、劳全面发展的高素质技术技能人才。

## 七、培养规格

### （一）知识结构

#### 1. 基础知识

- （1）掌握毛泽东思想和科学社会主义基本理论。
- （2）掌握必需的经济数学和英语知识。
- （3）掌握计算机基础知识。
- （4）理解大数据与会计行业相关法律基本知识。
- （5）了解人文知识。
- （6）能互助协作，团队合作。

#### 专业知识

- （1）掌握电子商务的内涵、电商运营基本理念等知识。
- （2）掌握电商内容写作的基本方法以及电商运营模式分析的步骤和方法等知识。
- （3）掌握视觉营销、产品拍摄与后期制作等知识。
- （4）掌握自动化数据分析及其应用等知识。
- （5）掌握多平台多店铺运营以及新媒体整合营销策划等知识。
- （6）理解跨境电商业务，具备B2B、B2C等全网营销经验等知识。

(7) 理解挖掘消费者的浏览习惯和点击需求的基本规律，掌握拓展新兴推广渠道等知识。

(8) 了解电子商务领域常见经济法律规范等知识。

## (二) 能力结构

### 1. 通用能力

(1) 能进行英语常见用语听说。

(2) 能进行普通话语言表达和常见应用文书面写作。

(3) 能进行计算机基本办公软件操作。

(4) 能与客户进行沟通交流以及客户细分、协调管理。

(5) 能获取新知识和保持继续学习。

(6) 能互助协作，团队合作。2.

### 专业能力

#### (1) 商业分析能力

能够针对企业不同商业场景进行数据采集、数据自动化处理以及数据分析；能够通过用户调研数据采集、需求分析方法进行用户调研和需求洞察，为解决企业产品设计、策划和精细化运营等问题服务。

#### (2) 内容创作能力

掌握内容不同形式的创作，包括电商图形设计、店铺装修、电商产品文案包装/描述撰写、短视频内容创作能力，并能够在店铺运营过程中持续优化与推广而进行内容调整。

#### (3) 营销策划能力

能够针对不同企业产品业务需求，进行营销策划方案的撰写。

#### (4) 用户增长能力

能够对电商平台内与外进行用户的拉新、转化及管理，完成增

长类要求的结果。

### （三）素质结构

#### 1. 基本素质

（1）思想道德素质：具有较高政治理论水平、思想素质水平、法律知识水平、人文素质水平。

（2）科学文化素质：对社会、文化认识 and 学习的潜质；计算机操作能力；现代意识；新知识学习意识。

（3）身体心理素质：身体素质、心理素质。

#### 职业素质

① 职业道德：严格遵守行业规定、公司规章制度；热爱职业，忠实于公司，诚信于客户；顾全大局，恪尽职守，勇于承担责任；以高度的工作热忱直面挑战，不畏艰辛，拼搏进取；在职责范围内，能以准确的眼光和较强的判断，自信地处理业务；通晓法规，熟知制度，严谨执行，善于分析；言行有礼，举止文明，维护公司的形象；与上司、部属、同事及其他部门有关人员建立协调、和谐的工作环境；站在市场的角度进行各方面知识的自我革新。

② 职业行为：保持互联网敏感性，系统掌握电子商务的专业基础知识，具备审美力和创造力，具备团队数据敏感性以及用户思维，具备服务意识、团队协作，能够面对工作任务保持执行力和抗压力。

## 八、职业证书

建议取得证书包括基础技能证书（见表 8-1）和职业技能证书（见表 8-2）。

表 8-1 基础技能证书

序号	基础能力证书名称	颁证单位	备注
----	----------	------	----

序号	基础能力证书名称	颁证单位	备注
1	普通话水平测试等级证书	山东省语言文字工作委员会	
2	山东高等学校计算机等级考试证书	山东省教育厅	
3	全国大学英语四、六级	国家教育部	

表 8-2 职业技能证书（职业资格证书）

序号	职业技能证书（职业资格证书）	颁证单位	等级
1	电子商务师	人力资源和社会保障部	二级
2	直播电商	南京奥派信息产业股份公司	中级
3	网店运营推广	北京博导前程信息技术股份有限公司	中级

## 九、职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析

表 9-1 职业能力和职业资格标准分析

就业岗位	典型工作任务	职业能力
电商运营	1. 多平台开设网店的整体规划、营销、推广、客户关系管理等系统经营性工作，并对店铺整体销量负责； 2. 负责店面日常改版策划、商品上架、推广、销售、售后服务等日常运作与管理工作； 3. 负责收集市场和行业信息，进行产品分析，制定店铺爆款、主推款等工作。	商业分析能力
电商美工	1. 图片处理、电商店铺的装修，版面调整，分类等； 2. 挖掘消费者的浏览习惯和点击需求等工作。	内容创作能力
电商新媒体运营	1. 网站维护、电商品牌内容传播策略制定及内容撰写； 2. 文案梳理、推广平台内容推送及拓展等工作。	内容创作能力
电商直播运营	1. 配合制定及执行直播运营计划、整理收集行业信息资料； 2. 直播中控台各项工作、素材收集、活动创意、内容策划等工作。	用户增长能力
电子商务推广运营主管	1. 负责电子商务项目规划和监督控制； 2. 数据分析、产品运营、网络推广、战略实施等。	用户增长能力
电商渠道主管	1. 店铺优化能力、用户增长分析； 2. 商品包装、用户分析与淘系平台推广技能管理等。	用户增长能力
网络策划主管	1. 负责网络营销策划全面管理； 2. 精细化运营、电商直播管理等。	营销策划能力

就业岗位	典型工作任务	职业能力
互联网产品营销管理 人员	1. 负责制定互联网产品销售人员工作计划、对其进行业务指导与检查； 2. 维护和服务顾客、处理反馈； 3. 制定市场调研与推广计划、市场目标界定与分解、市场策略规划等。	营销策划能力

## 十、课程结构框架

### (一) 人才培养模式简介

首先，从时间上来说，学院根据有关文件精神及人才培养方案制定的指导思想，统一制订了各专业普遍使用的2.5+0.5模式。即前四个学期和第五个学期的11月底前，学生需要完成专业理论、课程实训、体验实习与毕业实训等理论实践教学环节的学习，这段时间约占2.5年，从第五学期的12月份开始进入全面岗位实习阶段，这段时间约占0.5年。

其次，从做法上来说，针对全网电商专业特点及企业实际需求，坚持以培养高素质技能型人才为主线，依托校企合作开放性办学平台，积极探索“校企合作、工学结合、顶岗实习”人才培养模式改革，通过企业调研，设计符合企业需求、以项目实践操作为核心的课程体系，通过高校师资和企业师资共同实施，嵌入企业真实项目案例，形成“双主体、三段式、六步骤、六递进”的工学结合人才培养模式（见图10-1）。

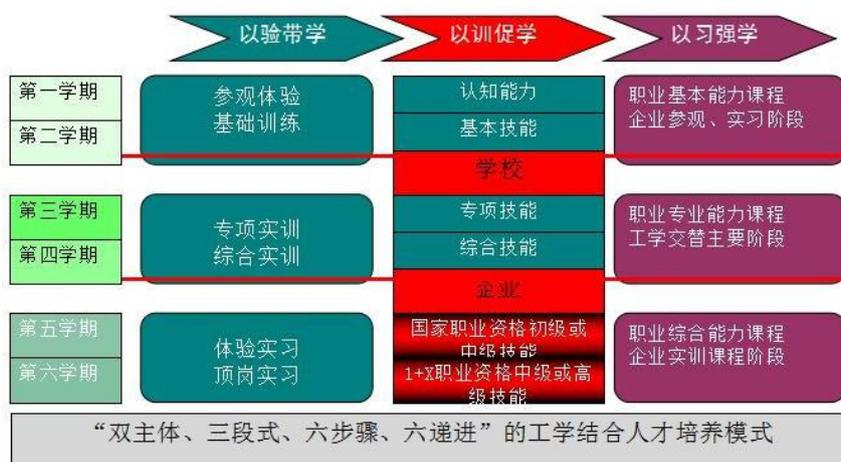


图10-1 电子商务（校企合作）专业教学模式示意图

“双主体”即以学校和企业为两个实施主体。

“三段式”即将整个人才培养期划分为“以验带学”、“以训促学”和“以习强学”三个阶段，达到“练与教、做与学、导与做”的三合一。

其中，“以验带学”阶段，主要在学校进行实施，辅以新生入学后的企业参观学习，对专业基础和公共基础课程采用验证性、应用性实验方式，以校内专任教师为主，在实验中来熟练基本技能，掌握基础性知识，实现“练中教、教中练”合一。

“以训促学”阶段，主要在学校和合作企业双重环境进行实施，专业必修或选修课程采用实用性、综合性项目载体，以专兼教师为主，在教学模拟生产性实训中，促进专业知识和技能提高，实现“做中学，学中教”合一。

“以习强学”阶段，主要在学校进行实施，以生产性任务为载体，以企业兼职教师为主导，在企业的轮岗实习、岗位实习中，强化岗位胜任能力和职业就业能力培养，实现“做中导、导中做”合一。

“六步骤”即依据三年学制中的六个学期为实施节点，以实践教学组织实施为主线，细分为参观体验（认识实习）、基础训练、专项实训、综合实训、体验实习、岗位实习六个步骤环节。

“六递进”即按照学生认知规律，对应“六步骤”实践操作过程，将职业能力培养设计成由低到高的递进层次，形成集认知能力、基本技能、专项技能、综合技能、国家职业资格初级或中级技能、1+X职业资格中级或高级技能于一体的目标培养体系。

## （二）课程体系

## 1. 课程体系设计思路

专业教学团队通过问卷、访谈、座谈会等形式，深入企业及用人单位开展了广泛地调研，掌握大量的第一手资料。在对调研资料进行认真的统计与分析的基础上，多次召集专任教师一起进行岗位分析，明确本专业的的主要就业岗位（群）为电商运营岗位、电商美工岗位、电商新媒体运营岗位和电商直播运营，系统分析胜任主要就业岗位（群）应具备的知识、能力、素质要求，逐渐构建了科学合理、层次分明的专业课程体系。

## 2. 课程体系架构

电子商务（校企合作）专业课程体系由公共基础课程体系、专业课程体系两个支体系组成（见图10-2）。公共基础课程体系分为公共基础必修课和公共基础选修课，由思想政治课程、文化基础课程、人文和职业素质课程组成；专业课程体系由专业基础必修课程、专业基础选修课、专业核心必修课程、专业技术课程及专业选修课程组成。

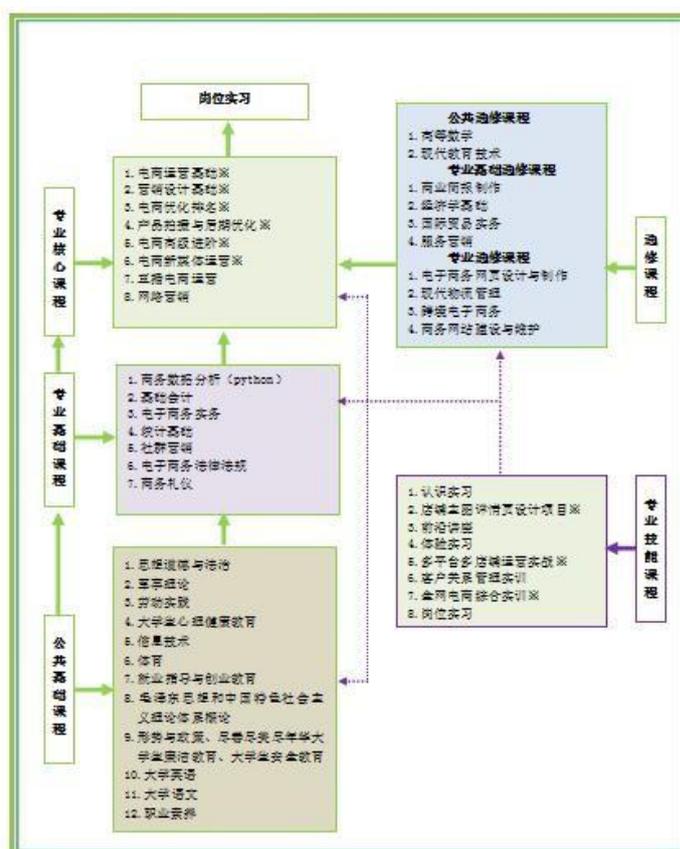


图 10-2 电子商务（校企合作）专业课程体系

### 3. 实践教学体系架构

为培养高素质技术型的高职电子商务人才，体现高职的办学特色，在整个课程体系的设计中，突出实践性教学，依据三年学制中的六个学期为实施节点，以实践教学组织实施为主线，细分为参观体验（认识实习）、基础训练、专项实训、综合实训、体验实习、岗位实习六个步骤环节的实践教学体系（见图10-3）。

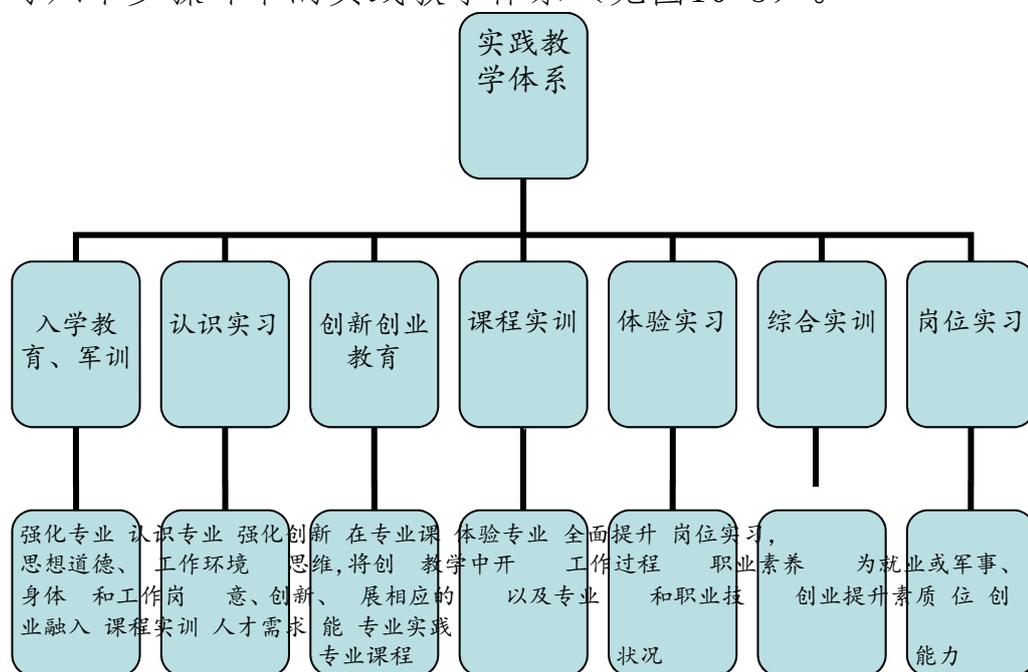


图10-3 电子商务（校企合作）专业实践教学体系示意图

### 4. 课程类型

课程类型相关情况（见表10-1）。

表 10-1 课程类型相关情况表

课程类型	门数	课程名称	备注
公共基础课程	6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法治、形势与政策、尽善尽美尽年华、大学生廉洁教育、大学生安全教育	
	4	体育、大学英语、大学语文、信息技术	

	人文和职业素质课程	5	大学生心理健康教育、军事理论、就业指导与创业教育、劳动实践、职业素养
	公共选修课程	2	高等数学、现代教育技术
<b>公共基础课程 合计</b>		<b>17</b>	
专业课程	专业基础课程	7	商务数据分析 (python)、基础会计、电子商务实务、统计基础、社群营销、电子商务法律法规、商务礼仪
	专业核心课程	8	电商运营基础、营销设计基础、电商优化排名、产品拍摄与后期优化、电商高级进阶、电商新媒体运营、直播电商运营、网络营销
	专业基础选修课程	4	商业简报制作、经济学基础、国际贸易实务、服务营销
	专业技能课程	8	认识实习、前沿讲座、体验实习、店铺主图详情页设计项目、多平台多店铺运营实战、全网电商综合实训、客户关系管理实训、岗位实习
	专业选修课程	4	电子商务网页设计与制作、现代物流管理、跨境电子商务、商务网站建设与维护
<b>专业课程 合计</b>		<b>31</b>	<b>其中专业核心课程 8 门</b>

## 十一、课程设置及要求

### (一) 公共基础课程

为适应电子商务（校企合作）专业学生宽厚知识基础和文化素养提升的发展要求，使学生具备良好的思想道德素质、科学文化素质、身体心理素质和职业素质，掌握毛泽东思想和科学社会主义基本理论、计算机和法律等基础知识，具有计算机基本办公软件操作、语言表达和常见应用文书面写作等通用能力，开设《思想道德与法治》、《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》、《形势与政策》、《就业指导与创业教育》、《大学语文》、《信息技术》、

《职业素养》等公共基础课程。

## （二）专业课程

### 1. 专业核心课程

为适应新时代高素质技术技能型人才培养要求的发展趋势，使学生秉承互联网思维，具备良好的思想道德、科学文化等基本素质和恪尽职守、拼搏进取等职业素质，掌握电子商务的内涵、电商运营基本理念、视觉营销、产品拍摄与后期制作、新媒体整合、电子商务法律法规等知识，具有商业分析、内容创作等能力，开设《电商运营基础》、《营销设计基础》《电商优化排名》《产品拍摄与后期优化》《电商高级进阶》《电商新媒体运营》等专业核心课程。

### 2. 专业技能课程

为适应新时代高素质技术技能型人才培养要求的发展趋势，使学生秉承用户思维，具备良好的思想道德、科学文化等基本素质和服务意识、团队协作等职业素质，掌握多平台多店铺运营、新媒体整合策划等知识，具有营销策划、用户增长等能力，开设《店铺主图详情页设计项目》《全网电商综合实训》《客户关系管理实训》等专业技能课程。

### 3. 专业选修课程

为适应新时代高素质技术技能型人才培养要求的发展趋势，使学生具备良好的思想道德、科学文化等基本素质和服务意识、团队协作等职业素质，掌握跨境电商、全网营销等知识、具有全网营销能力，开设《电子商务网页设计与制作》、《现代物流管理》、《跨境电子商务》、《商务网站建设与维护》等专业选修课程。

### 4. 综合实训

综合实训是本专业必修的综合性训练课程。通过综合实训，使

学生了解专业环境和工作岗位规范，掌握全网电商技能，提高创新思维等能力，提升思想道德、科学文化等基本素质和服务意识、团队协作等职业素质素质，获得直播电商、电子商务师等职业技能等级证书。

## 5. 岗位实习

岗位实习是专业重要的实践性教学环节。通过岗位实习，使学生更好地将理论和实践结合，全面巩固和锻炼学生的职业技能和实际岗位工作能力，为就业奠定坚实基础。本专业岗位实习主要使学生了解电子商务发展现状及岗位要求，掌握电子商务(校企合作)专业实践技能及操作流程，应用最新专业前沿理论，增强专业综合素质，提高专业实践及服务社会的能力。

## 十二、教学时间安排及课时建议

### (一) 教学时间安排

详见时间分配表（表12-1）、课程教学进程表（表12-2）和主要实践性教学环节表（表12-3）。

表 12-1 时间分配表

周数 项目	第一学期		第二学年		第三学年		合计周数
	一	二	一	二	一	二	
课程教学	13	16	18	18			65
入学教育、军训	2						2
劳动实践	1						1
专业实训模块					11		11
岗位实习					5	15	20
毕业教育						1	1
假期	1	1	1	1	1	1	6
考试	1	1	1	1			4
合计	18	18	20	20	17	17	110



表 12-2 课程教学进程表

课程类别	序号	课程名称	课程类型	学时			学分	按学年、学期教学进程安排(周课时)						考核方式	是否课证融通课	备注	
				总学时	理论学时	实践学时		一	二	三	四	五	六				
										一	二	三	四				五
公共基础课程	1	思想道德与法治	B	54	36	18	3	3							考试	否	
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	72	54	18	4		4						考试	否	
	3	形势与政策	A	36	36	0	1	每学期 9 学时						考查	否		
		尽善尽美尽年华	A	9	9	0	0.5	0.5							考查	否	
		大学生廉洁教育	A	9	9	0	0.5		0.5						考查	否	
		大学生安全教育	A	9	9	0	0.5		0.5						考查	否	
	4	军事理论	A	36	36	0	2	2						考查	否	网课	
	5	就业指导与创业教育	B	72	36	36	4	1	1	1	1			考查	否		
	6	劳动实践	C	18	0	18	1	1						考查	否	一周	
	7	体育	B	108	12	96	6	2		2	2			考试	否		
	8	大学英语	A	144	144	0	8	2	2	2	2			考试	否		
	9	大学语文	A	36	36	0	2		2					考试	否		
	10	大学生心理健康教育	A	36	36	0	2	2						考查	否	网课	
	11	信息技术	B	36	18	18	2	2						考查	否		
	12	职业素养	A	18	18	0	1	√	√	√	√			考查	否	讲座	
		小计		693	489	204	37.5	15.5	10	5	5						
公共选修课	1	高等数学	A	72	72	0	4	4						考试	否		
	2	现代教育技术	B	36	18	18	2				2			考查	是		
		小计		108	90	18	6	4	0	0	2						
专业基础课程	1	商务数据分析(python)	B	72	36	36	4	4						考试	否		
	2	基础会计	B	36	18	18	2	2						考查	是		
	3	电子商务实务	B	72	54	18	4		4					考试	是		
	4	统计基础	B	36	18	18	2		2					考查	否		
	5	社群营销	B	36	18	18	2		2					考试	否		



	6	电子商务法律法规	B	72	54	18	4			4				考试	否	
	7	商务礼仪	B	36	18	18	2			2				考查	否	
	小计				360	216	144	20	6	8	4	2				
专业基础选修课	1	商业简报制作	B	36	18	18	2			2				考查	否	
	2	经济学基础	B	72	54	18	4			4				考查	否	
	3	国际贸易实务	B	36	18	18	2			2				考查	否	
	4	服务营销	B	36	18	18	2				2			考查	否	
	小计				180	108	72	10	0	2	6	2				
专业核心必修课	1	电商运营基础	B	32	16	16	2			2				考试	是	
	2	营销设计基础	B	72	54	18	4			4				考试	否	
	3	电商优化排名	B	32	16	16	2			2				考试	是	
	4	产品拍摄与后期优化	B	32	16	16	2			2				考试	否	
	5	电商高级进阶	B	64	32	32	4			4				考试	否	
	6	直播电商运营	B	72	36	36	4			4				考试	是	
	7	网络营销	B	72	54	18	4				4			考试	否	
	8	电商新媒体运营	B	72	32	32	4				4			考试	是	
	小计				448	256	184	26	0	6	12	8				
专业选修课	1	电子商务网页设计与制作	B	72	36	36	4			4				考试	否	
	2	现代物流管理	B	36	18	18	2			2				考查	否	
	3	跨境电子商务	B	36	18	18	2				2			考查	否	
	4	商务网站建设与维护	B	72	36	36	4				4			考试	否	
	小计				216	108	108	12	0	4	2	6				
专业技能课	1	认识实习	C	18	0	18	1	1						考查	否	集中
	2	店铺主图详情页设计项目	C	54	0	54	3				3			考查	否	3周
	3	体验实习	C	18	0	18	1				1			考查	否	集中
	4	前沿讲座	C	18	0	18	1				1			考查	否	
	5	客户关系管理实训	C	72	0	72	4				4			考查	否	
	6	多平台多店铺运营实战	C	72	0	72	4				4			考查	否	4周
	7	全网电商综合实训	C	54	0	54	3					3		考查	否	3周



	8	岗位实习	C	600	0	600	20					5	15	考查	否	20周
		小计		906	0	906	37	1	0	3	10	8	15			
总计				2659	1141	1510	134.5	26.5	30	28	25	8	15			

说明：毕业最低修满 134.5 学分（含实践环节）；公共选修课最低修满 4 学分；专业基础选修课最低修满 6 学分；专业选修课最低修满 4 学分；学生考取出 1+X 证书可抵专业选修 2 学分；每学期一般按 18 周计算。

表 12-3 主要实践性教学环节表

序号	项目	内容	场所	学期	学分
1	入学教育、军训	大学生学习、生活指导，军事训练	校内操场	1	2
2	劳动实践	蔬菜品种认知、种植与养护常识	蔬菜基地	1或2	1
3	认识实习	认识实习	实训室	1	1
4	前沿讲座	专业知识前沿讲座	实训室	4	1
5	体验实习	实习场所实践锻炼	实习基地	4	1
6	综合实训	店铺主图详情页设计项目	实训室	3	3
		多平台多店铺运营实战	实训室	4	4
		全网电商综合实训	实训室	3	3
8	岗位实习	岗位实习	实习基地	5、6	20

注：本环节共 32 学分。

## （二）学时、学分分配表

详见课程类型学时、学分分配表（表12-4）和课程性质学时、学分分配表（表12-5）。

表 12-4 课程类型学时、学分分配表

课程类型	学时			学分		
	总学时	理论课	实践课	总学分	理论课	实践课
公共基础课	693	489	204	37.5	26	11.5
专业基础必修课	360	216	144	20	12	8
专业核心课	448	256	184	26	15	11
专业技能课	906	0	906	37	0	37
公共选修课	72	72	0	4	4	0
专业选修课	72	36	36	4	2	2
专业基础选修课	108	72	36	6	4	2
总计	2659	1141	1510	134.5	63	71.5

百分比	100	42.91 %	57.095 %	100	46.84 %	53.16 %
-----	-----	---------	----------	-----	---------	---------

表 12-5 课程性质学时、学分配表

课程性质	学 时			学 分		
	总学时	理论课	实践课	总学分	理论课	实践课
必修课	2407	961	1438	120.5	53	67.5
选修课	252	180	72	14	10	4
总计	2659	1141	1510	134.5	63	71.5
百分比	100 %	42.91 %	57.095 %	100 %	46.84 %	53.16 %

### （三）课程结构比例

本专业毕业最低学分为134.5学分，其中公共基础课所占比重最大：

公共基础课须修满37.5学分，占27.9%；

公共选修课须修满4学分，占3.0%；

专业基础必修课须修满20学分，占14.9%；

专业核心课修满26学分，占19.3%；

专业技能课须修满37学分，占27.5%；专

业基础选修课须修满6学分，占4.4%；专

业选修课须修满4学分，占3%。

## 十三、教学实施建议

### （一）教学要求

公共基础课教学要符合教育部有关教育教学基本要求，通过教学方法、教学组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，调动学生学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。

电子商务（校企合作）专业课坚持校企合作、工学结合的人才培养模式，利用校内外实训基地，按照电商运营、电商美工等职业

岗位(群)的能力要求,企业技术人员与校内教师共同承担教学任务,学生在企业化的情境中做中学,将理论与实践相结合,学生以员工的身份进行学习和实践,认知企业文化、规章制度、岗位分工与职责等,参与公司真实项目制作、学习相关项目制作流程、工艺、方法、手段等,从中认知、提升、扩展、丰富知识和技术应用能力,提升综合职业能力,提高学生的综合能力。

提倡项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情境教学等方法,运用启发式、探究式、讨论式、参与式教学形式,将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学有机结合,优化教学过程,提升学习效率。

## (二) 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、图书及数字化资源等。

### 1. 教材选用要求

按照国家规定选用优质教材,禁止不合格教材进入课堂。根据学校及学院教材选用机制,完善教材选用制度,按照规范程序,严格选用国家和地方规划教材。同时,结合校企合作项目,可开发针对性强的活页式教材等校本教学资源。

### 2. 图书资料配备要求

电子商务(校企合作)专业相关图书文献配备,应能满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要,方便师生查询、借阅,且定期更新。主要包括:《电子商务案例分析》、《电子商务数据分析》、

《电子商务网站设计与管理》等技术类和案例类图书,以及《商业经济研究》、《国际商务研究》等专业学术期刊。

### 3. 数字资源配备要求

结合专业需要，开发和配备优质音视频素材，《电子商务实务》、《直播电商运营》等教学课件，数字化教学案例库、虚拟仿真软件，《电子商务实务》、《直播电商运营》等网络课程等专业教学资源库，有效开展多种形式的信息化教学活动，激发学生学习兴趣，提高学习效果。

### （三）学习评价

采取理论考核和实践考核相结合；形成性考核和终结性考核相结合；笔试、口试、学习成果现场演示操作相结合；开卷、闭卷相结合；校内老师评价与企业、社会评价相结合；形成性考核包括常规（学习态度、出勤、课堂提问、职业行为养成等）；课堂作业；平时测试和课外作业等。终结性考核包括课程综合训练项目完成情况及成果展示、课程综合设计或报告、期末卷面笔试等。最后按3:7 或4:6或5:5的比例计入该课程毕业成绩。同时，对取得能力证据的学生（如学生参加社会或企业职业活动取得的成果、职业资格证书、省级职业技能比赛获奖以上等）可由学生提出申请，经审核后对应课程加分10-30分计入课程毕业成绩。

### （四）质量管理

电子商务（校企合作）专业形成过程性管理和目标性管理的双层质量管理保障。

#### 1. 过程性管理

完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与慧科集团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。教研室定期开展公开课、示范课等教研活动。

完善专业教学工作诊断与改进制度，健全专业教学质量监控和

评价机制，及时开展专业调研、人才培养方案更新和教学资源建设工作，加强课堂教学、实习实训、毕业设计等方面质量标准建设，提升教学质量。制定实习管理制度、学生实习守则、学生外出实习安全管理规定等制度，以强化实践教学管理与监控。

## 2. 目标性管理

完善学业水平测试、综合素质评价和毕业生质量跟踪反馈机制及社会评价机制，全面了解用人单位对我专业毕业生的评价以及社会对我专业人才培养的意见与建议，对生源情况、在校生学业水平、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。

## 十四、毕业要求

本专业毕业最低学分为134.5学分，其中：公共基础课须修满37.5学分，占27.9%；公共选修课须修满4学分，占3.0%；专业基础必修课须修满20学分，占14.9%；专业核心课修满26学分，占19.3%；专业技能课须修满37学分，占27.5%；专业基础选修课须修满6学分，占4.4%；专业选修课须修满4学分，占3%。

学生毕业时应满足以下要求：

1. 具有较高的思想政治理论素养，较好的思想道德和身心素质，具有较强的敬业精神和职业素养。
2. 具备较强的语言文字表达能力、人际沟通交流能力和计算机操作能力。
3. 掌握电子商务、直播电商等学科基本理论与知识。
4. 具备电子商务产品策划设计，电子商务运营和管理，网络营销和电子商务服务管理能力。
5. 具备终身学习能力，具备国际化视野和创业意识。

## 十五、继续专业学习深造建议

本专业毕业的学生已基本达到企业相应岗位的入职要求，继续专业学习主要从提高专业经验和接受更高层次教育两个方面进行。

一是提高专业经验，主要在企业接受企业内部或外部的专门培训和训练。

二是接受更高层次教育，则在毕业前，选择与本专业对接的本科专业，通过“专升本”方式进入本科院校，继续完成本科学习。

电子商务（校企合作）专业可以考取并继续学习的本科专业有电子商务、工商管理、电子商务及法律、跨境电子商务

