

江苏联合职业技术学院海门分院
五年制高等职业教育专业实施性人才培养方案
(2023 级)

专业名称: 电子商务
专业代码: 530701
制订日期: 2023 年 9 月

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标	1
六、培养规格	2
(一) 素质	2
(二) 知识	2
(三) 能力	3
七、课程设置	4
(一) 公共基础课程	4
(二) 专业课程	4
八、教学进程及学时安排	11
(一) 教学时间表	11
(二) 专业教学进程安排表	11
(三) 学时安排表	11
九、教学基本条件	112
(一) 师资队伍	112
(二) 教学设施	114
(三) 教学资源	15
十、质量保障	16
十一、毕业要求	17
十二、其他事项	18
(一) 编制依据	18
(二) 执行说明	18
(三) 研制团队	19
附件：五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表	20

一、专业名称及代码

电子商务（530701）

二、入学要求

初中应届毕业生

三、基本修业年限

5 年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类(53)
所属专业类（代码）	电子商务类(5307)
对应行业（代码）	互联网和相关服务（64）、批发业（51）、零售业（52）
主要职业类别（代码）	电子商务师S(4-01-06-01)、互联网营销师S(4-01-06-02)、采购员（4-01-01-00）、营销员（4-01-02-01）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）、客户服务管理员（4-07-02-03）
主要岗位（群）或技术领域	运营主管、营销主管、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
职业类证书	1. 网店运营推广中级（1+X 证书） （主考单位：北京鸿科经纬科技有限公司） 2. 初级电子商务师

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，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、科学素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向现代服务业、商贸流通业、生产制造业企业的运营主管、营销主管、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），能够从事网店运营、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工作

的高素质技术技能人才。

六、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：

（一）素质

1. 热爱祖国，拥护党的基本路线，懂得中国特色社会主义理论体系的基本原理，具有爱国主义、集体主义精神和良好的思想品德。

2. 有正确的人生观、价值观；有较高的道德修养，文明礼貌、遵纪守法，有高度的责任感，有严谨、认真、细致的工作作风。

3. 具有团队精神和合作意识，具有一定的协调工作的能力和组织管理能力。

4. 具有勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力和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乒乓、体育舞蹈、健美操等运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。

6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成艺术欣赏、朗诵等艺术特长或爱好。

（二）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、支付与安全等相关知识。

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. 掌握互联网资料搜集、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，移动电子商务、跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法。

9. 掌握网店运营、电子商务运营规范与流程以及供应链管理的相关知识。

（三）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. 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、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、产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测。

11. 能够运用新媒体营销方法，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、跨境电商平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理。

七、课程设置

本专业包括公共基础课程、专业课程等。

（一）公共基础课程

按照国家、省、学院有关规定开齐开足公共基础课程，包括中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、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、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策等思想政治理论课程和语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、历史、地理、创业与就业教育等必修课程。根据本校优势特色，开设书法、中华优秀传统文化、中外优秀电影赏析、古诗词鉴赏等任选课程。

（二）专业课程

专业课程包括专业平台课程、专业核心课程和专业拓展课程和技能实训课程

1. 专业平台课程

专业平台课程的设置注重培养学生专业基础素质与能力，为专业核心课程的学习奠定基础。包括市场营销、电子商务基础、会计基础、图形图像处理、现代物流管理、国际贸易基础、统计学基础、管理学基础、跨境电子商务、移动电子商务等 12 门必修课程。

表：专业平台课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	市场营销 (85 学时)	市场营销基本概念；市场环境分析；消费者行为分析；市场营销调研；市场细分、目标市场选择、市场定位；产品策略；品牌策略；定价策略；分销渠道策略；促销策略；营销战略与整合营销等	借助典型案例诠释市场营销的相关概念与原理，并树立正确市场营销观念；能独立、高效完成相关资料的搜集、整理、分析，并运用市场营销 4P 策略解决企业实际问题；能进行定性与定量分析，以适应企业营销问题的实证研究、科学决策、营销管理及营销创新的需要；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
2	电子商务基础 (68 学时)	电子商务的概念、特点、分类；B2C、C2C、B2B 等常见的电子商务交易模式，跨境电商、移动电商、直播电商基础；网络营销；物流配送；网上支付与安全交易、电子商务法律法规；网上创业的基本流程等	结合电子商务发展实际讲解电子商务的基本概念、特点、分类和交易模式；介绍跨境电商、移动电商、直播电商等基础知识及应用；创造性地将网络营销策略和方法应用于电子商务实践；结合典型案例分析网络广告的类型和特点；熟悉电子商务发展中的技术、安全、物流配送、支付以及法律法规等内容；能进行网上创业；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
3	会计基础 (68 学时)	会计的概念、范围、分类；会计核算基础和原则；会计要素、会计等式、借贷记账法的运用；经济业务与原始凭证的识别，企业基本经济业务的核算；财务报表和财务会计报告等	能正确遵守会计的基本规范；能正确判断经济业务性质和内容，能准确按照会计的专门方法进行会计业务处理；熟悉财务报表，具有对企业财务状况和经营成果进行分析的能力；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
4	图形图像处理 (68 学时)	平面设计的基本流程；图像的各种色彩模式以及基本的配色原则；图像存储的常用格式及各自的特点；基本工具以及图层、通道、蒙版、路径的使用；商品包装、海报的设计、印刷；素材图片中图像的抠取以及加工合成；对网站首页的页面设计等	了解图片及图像处理的基本知识；能运用 Photoshop 软件进行图片处理和图形设计；能运用 Photoshop 软件制作特效；能运用 Photoshop 软件进行电子商务广告设计；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
5	现代物流管理 (68 学时)	物流与供应链基本概念与背景；物流系统；物流功能要素；物流主要模式；物流组织与控制；智慧物流；供应链管理方法、内容以及供应链物流管理等	借助情景案例诠释智慧物流与供应链管理的基本原理、基本知识和基本技能及方法；能将智慧物流与供应链的基本理论应用于实践；具备解决物流以及供应链活动过程中的各种基本问题的能力；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能

6	国际贸易基础 (68 学时)	国际贸易的基本概念和主要类型；国际贸易的产生与发展；国际贸易政策；关税措施；非关税措施；鼓励出口和出口管制措施；区域经济一体化；世界贸易组织等	结合贸易的产生与发展讲解国际贸易的基本概念和主要类型；借助典型案例分析国际贸易政策和常见的国际贸易措施；初步具备发现、分析和解决外贸业务问题的能力，形成遵守外贸法律法规和国际贸易惯例的职业道德和职业素养；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
7	统计学基础 (51 学时)	统计学的研究对象、基本概念和研究方法；统计工作过程；统计调查的种类、调查方案、调查表；统计整理的步骤、统计分组、分配数列；总量指标、相对指标、平均指标概念、作用 and 计算方法；时间数列概念、种类，水平指标和速度指标计算与分析；统计指数概念、种类，综合指数、平均指数分析及指数体系计算方法，Excel 在统计中应用等	结合统计实际，初步掌握统计学的研究对象、基本概念和研究方法，掌握统计调查的种类、调查方案、调查表；掌握统计分组、分配数列概念、作用；明确总量指标、相对指标、平均指标概念、作用和计算方法；掌握时间数列水平指标和速度指标计算与分析；明确统计指数概念、种类，掌握综合指数、平均指数分析及指数体系计算方法，能熟练掌握 Excel 在统计中应用，培养学生分析问题、解决问题的能力；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
8	管理学基础 (68 学时)	管理思想及其发展；管理的基本原理；管理的基本职能与方法；计划职能；组织职能；领导职能；控制职能；创新职能等	借助情境案例诠释管理的普遍规律、基本原理、一般方法和管理技能，综合运用于对实际问题的分析；初步具有解决一般管理问题的能力；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
9	移动电子商务 (102 学时)	移动电子商务概述；移动电子商务基础技术；移动电子商务模式；移动互联网营销认知；移动支付；移动电子商务安全管理等	掌握移动电子商务基础技术在 APP 中的应用方式；能够分析移动电子商务模式优劣；了解移动支付特点；掌握移动互联网营销的常见方式及策略；掌握移动电子商务安全管理的要点，提高移动电子商务理论知识和综合思考能力；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
10	跨境电子商务 (102 学时)	跨境电子商务的特点、模式，常用的跨境电子商务平台及相关知识；外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务；国际物流和国际支付知识；外贸市场网络调研、选品、采购；对外商品网上报价、发布及推广；处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护等	能根据国际市场需求和不同的跨境电商平台，进行跨境网络调研、独立寻求货源并进行采购；能够在外贸第三方电商平台建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺；具备进行平台基本操作和订单处理流程等业务操作能力和从事跨境电商运营与策划工作的基础技能；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能

2. 专业核心课程

专业核心课程的设置结合本专业主要岗位群实际需求,注重理论与实践一体化教学,提升学生专业能力,培养学生职业素养。包括网络营销、商品摄影、网店客服、社群运营、网店运营与推广、直播电商、电子商务法律、商务数据分析与应用等 8 门必修课程。

表：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	网络营销 (68 学时)	认识网络营销环境；网络营销工具的选择；网络商务信息的收集、发布，网络市场的调研、网络促销、网站推广、网络营销策略策划；网络营销活动策划等	了解网络营销理论体系，熟悉网络虚拟市场，开展营销活动的方法、工具、手段和技巧；掌握网络营销的基本理论和核心内容；掌握网络营销的方案策划、网络营销策略的操作技能；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
2	视觉营销设计 (68 学时)	店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计等	根据店铺定位进行 PC 端、移动端页面装修；设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料；结合产品特点与包装材质设计产品内外包装；熟练进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时关注新媒体发展动态，提出视觉提升方案；能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
3	客户服务管理 (68 学时)	客户服务的基本技巧和客户关系管理的基本方法；客户咨询、异议、客户投诉应对；客户满意度管理和客户忠诚度管理；进行客户的个性化服务，拓展客户渠道等	了解客户服务管理的内涵和基本方法；掌握客户服务管理的主要业务与流程；掌握客户细分管理策略；能进行客户满意度管理和客户忠诚度管理；能进行客户的个性化服务，拓展客户渠道等；了解数据挖掘方法在客户关系中的基本应用；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
4	社群运营 (68 学时)	社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析等	掌握社群种类、用户消费行为、产品价值等知识，根据用户和产品或服务属性定位社群，制定社群运营方案，并在相应的社交平台上建群；能通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流；能根据用户需求、产品卖点，进行社群数据分析，制定营销体系并通过社群活动提升销售转化、活跃社群及管理粉丝；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能

5	互联网产品开发 (68 学时)	产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、DEMO 原型设计与打样、产品开发实施与推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核等	掌握 PEST 和 SWOT 分析方法，能熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具；分析产品投放的投资回报率，制定互联网产品战略规划和开发方案，并建立产品需求模型和应用场景；进行电商产品呈现方式及 UI 原型设计，跟进产品开发进度；选择产品发布渠道，撰写产品渠道测试报告，组织实施产品发布；对电商产品开发进度进行评估与考核；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
6	直播电商 (68 学时)	认识直播电商和主流直播电商平台；组建直播团队，搭建直播场地，进行直播选品；直播电商内容策划；直播预热引流；进行直播活动；直播复盘优化分析等	了解直播电商发展、内涵和产业链，熟悉主流直播电商平台；能根据直播岗位组建直播团队，掌握直播场景搭建的组合技巧，选择合适的直播商品；掌握直播的整体流程和基本步骤，能进行直播脚本策划，掌握直播间大型活动策划的技巧；熟悉直播流量来源，掌握直播预热引流的步骤和方法，能使用付费工具进行直播引流；掌握直播间的话术设计技巧，进行直播间的商品管理，优化直播活动；掌握分析直播电商效果评估指标并判断直播运营的效果，能进行直播复盘和直播方案改进；初步具备电商直播的运营与管理能力；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
7	商务数据分析与应用 (102 学时)	数据分析工作流程分析；商务数据分析指标体系；数据分析方法和工具运用；流量来源分析；成交转化率分析；网店商品分析；网店客服服务分析；行业数据分析；客户行为分析；订单漏斗分析；店铺优化方案实施与效果评估等	熟知商务数据分析的思路与流程；掌握采集电子商务平台数据并运用 Excel 等软件进行数据处理的能力；掌握商务数据分析方法、数据分析与预测；分析报告撰写；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
8	网店运营推广 (102 学时)	运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析等	掌握 SEO、SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识；运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算；能进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理；能进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能

3. 专业拓展课程

专业拓展课程的设置对接电子商务行业前沿，促进学生全面发展，培养学生综合职业能力。专业拓展课程包含必修课程和任选课程其中，专业拓展必修课程开设短视频拍摄与剪辑、财务管理(专转本)、新媒体营销实务、财政与金融基础认知等课程。根据本校优势特色，专业拓展任选课程开设网络技术基础、数据库基础、ERP、Flash 制作、供应链管理、金融常识、电子商务英语、商务英语、经济法基础、网络消费者行为分析、消费者行为学、电子商务案例分析等课程。

表：专业拓展课程（必修课程）主要教学内容与教学要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	商务礼仪 (64 课时)	礼仪与商务礼仪的概念、基本原则；商务礼仪的特征与作用；掌握商务场合中个人仪容修饰的要求与技巧；商务场合中个人的仪态规范；商务场合中服饰选择与穿戴的规范和技巧；商务会面基础规范的见面礼节；商务宴请的各项礼仪规范；商务接访中的各项礼仪要求和规范；常见的几种商务活动的礼仪规范；常见商务会议的各种礼仪规范。	掌握现代商务场合中通用的问候、介绍、握手、名片、接待、拜访、馈赠等礼仪规范，会以正确的方式表达对别人的尊重了解宴请的程序和规范，能得体地遵守中西餐宴会礼节；了解商务通信礼仪的基本要求，会使用电话、手机、短信、网络等手段，有礼貌地进行商务沟通；了解签约、剪彩、庆典等仪式活动的基本程序和礼仪规范，能在商务活动中遵守礼仪规范；了解东西方文化及礼仪差异，了解主要国家礼仪风俗及禁忌，能在涉外商务往来中遵守基本礼仪规范；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
2	财务管理 (51 课时)	财务管理的概念、内容、目标和环境；货币时间价值观念；筹资管理、投资管理、营运资金管理、利润分配管理等	认知财务管理基本知识，树立财务管理职业理念，学会筹资、投资、营运资金、利润分配等财务活动的各项管理，具备基本的财务管理能力；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能

3	新媒体营销实务 (78 课时)	<p>新媒体营销概述；短视频营销；自媒体平台营销；社群营销；APP 营销；内容营销；新媒体整合营销</p>	<p>掌握新媒体营销的概念、特点，能描述新媒体营销的发展趋势；了解短视频营销的概念和特点，掌握短视频营销的原则和技巧，会运用技巧完成营销短视频制作；了解自媒体的含义及价值，掌握自媒体营销的定位与技巧，会使用头条号、百家号等自媒体平台进行营销推广；了解社群营销的含义、特点，掌握社群营销的运行方式，能运用社群营销技巧开展营销活动；掌握 APP 营销的主要模式和活动策划要点，能运用 APP 常见推广方式，会用主要推广渠道进行推广；了解内容营销的概念及基本要素，掌握内容营销的原则，会运用内容营销策略开展营销活动；了解新媒体整合营销的概念与特点，理解新媒体整合营销的原则，能结合新媒体营销策略撰写新媒体整合营销方案；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能</p>
4	经济学基础 (34 课时)	<p>经济、经济学、市场经济、市场运行机制，中国的市场经济运行；微观经济学知识，商品与货币，劳动与价值；宏观经济学基础知识，国民收入与分配；市场失灵与政府行为</p>	<p>认知经济领域的基本术语、基本理论和经济领域的常见现象；培育经济学思维模式；理解基本经济学知识和理论基础；养成良好的思维习惯；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能</p>
5	电子商务文案写作(68 课时)	<p>电子商务文案的含义、作用、分类的写作要点；文案的写作准备工作，掌握搜集与整理素材的方法、激发创意的策略；策划与构思文案的知识，掌握明确写作目的、分析目标受众、确定写作主题的方法；文案标题的不同类型，标题的写作技巧；文案正文的不同类型，文案正文的写作技巧；店铺推广文案的写作与排版。品牌故事，品牌推广文案的具体写作；微信文案的类型，微信文案的写作与排版；短视频文案与直播文案，短视频脚本和直播脚本的具体写作；今日头条文案，挖掘文案关键词的方法。</p>	<p>能够正确判断电子商务文案的类型，写出符合要求的电子商务文案；能够搜集和整理文案写作可能用到的素材，采用不同的方法构思文案；能够针对写作目的和目标受众完成文案主题的构建，并列出文案提纲；能够写出不同类型的标题，结合标题写作技巧写出优秀的标题；能够熟练安排文案结构，并结合正文写作技巧设计文案内容；能够关联受众痛点与产品卖点，熟练写作店铺海报文案、店铺上新文案等文案；能够写作品牌故事文案、品牌宣传文案，以及不同类型的品牌公关文案；能够写作合适的微信朋友圈文案和微信公众号文案；能够写作短视频脚本、整场直播脚本和单品直播脚本；能够了解今日头条关键词提取原则，优化和发布今日头条文案。</p>

4. 技能实训课程

技能实训课程的设置结合本专业主要岗位群实际需求和职业类证书考试要求,对接真实职业场景或工作情境,在实践中提升学生专业技能、职业能力和劳动品质。包括办公自动化实训、图形图像实训、客户服务管理实训、直播电商实训、商务数据分析与应用、网店运营推广实训、跨境电子商务实训、电子商务综合实训等。

表：技能实训课程主要教学内容与教学要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	网络营销实训 (1周/30学时)	论坛营销; 博客营销; 微信营销; 微博营销; 分类信息营销; IM营销等	掌握网络营销的常用方法; 灵活运用营销策略开展商务活动; 掌握各种方法的步骤与技巧
2	视觉营销设计实训 (1周/30学时)	网店常用模块视觉营销设计、网店品牌形象设计、图片处理、促销广告设计等	初步具备网店布局和页面设计、文案视觉、网店品牌形象设计、商品主辅图设计、商品详情页设计、促销海报设计等能力
3	客户服务管理实训 (1周/30学时)	寻找开发潜在客户; 客户信息管理; 客户体验管理; 客户满意管理; 客户忠诚管理等	掌握客户服务管理主要业务与流程; 掌握客户细分管理策略; 了解数据挖掘方法在客户关系中的基本应用
4	直播电商实训 (1周/30学时)	直播脚本设计、直播内容演示、开播准备和下播复盘、直播设备与场景选择、直播选品和展示、化解直播危机、粉丝管理等	初步具备直播脚本设计的能力; 具备直播内容演示能力; 初步具备开播准备和下播复盘的能力; 具备直播设备与场景选择能力; 初步具备直播选品和展示的能力; 初步具备化解直播危机的能力; 具备粉丝管理的能力
5	网店运营推广实训 (1周/30学时)	运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析	制定网店运营目标、推广策略及预算; 制作运营数据分析报告, 实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理; 优化运营和客户管理策略, 完成用户拉新、留存、促活和转化
6	跨境电子商务实训 (1周/30学时)	外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务; 外贸市场网络调研、选品、采购; 对外商品网上报价、发布及推广; 处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护	进行跨境网络调研、独立寻求货源并进行采购; 能够在外贸第三方电商平台建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺
7	电子商务综合实训 (1周/30学时)	商品选择与渠道管理; 网络平台的选择与应用; 网店运营与推广; 客户管理和网络客服; 电子商务物流等	综合运用所学专业知识和技能, 完成电子商务项目的运营流程及电子商务的运营实践

八、教学进程及学时安排

(一) 教学时间表

学期	学期周数	理论与实践教学		集中实践教学课程和环节		机动周
		授课周数	考试周数	实训、实习、毕业设计(论文)、社会实践、入学教育、军训等	周数	
一	20	17	1	军训及入学训练(开学前开设)	1	1
				专业认知与入学教育	1	
二	20	17	1	劳动实践	1	1
三	20	17	1	网络营销实训	1	1
四	20	17	1	视觉营销设计实训	1	1
五	20	17	1	客户服务管理实训	1	1
六	20	17	1	直播电商实训	1	1
七	20	17	1	网店运营推广实训	1	1
八	20	17	1	跨境电子商务实训	1	1
九	20	13	1	电子商务综合实训	1	1
				毕业设计(论文)	4	
十	20	0	0	岗位实习	18	2
合计	200	149	9		31	11

(二) 专业教学进程安排表(见附件)

(三) 学时安排表

序号	课程类别	学时	占比	要求
1	公共基础课程	1934	38.22%	不低于 1/3
2	专业课程	2346	46.36%	/
3	集中实践教学环节	780	15.42%	/
总学时		5060	/	/
其中: 任选课程		532	10.51%	不低于 10%
其中: 实践性教学		2687	53.10%	不低于 50%

说明: 实践性教学学时包括采用理实一体化形式进行教学的实践学时和集中实践形式进行教学的实践学时。

九、教学基本条件

(一) 师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍, 将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

本专业拥有一支结构合理、素质过硬、专兼结合的优质师资队伍。

专业专任教师 12 名，本科以上学历、“双师型”达 100%，高级职称 7 名，占比 58.33%，专任教师队伍职称、年龄等梯队结构合理。企业兼职教师 3 人，组建了一支校企合作、专兼结合的教师团队，并定期开展专业教研活动。

表：电子商务专业专任教师情况

序号	姓名	性别	现从事专业	专业技术职务	专（兼）职
1	张永	男	电子商务、市场营销	高级讲师	专职
2	陆杰	男	电子商务、市场营销	高级讲师	专职
3	顾晓燕	女	电子商务、市场营销	高级讲师	专职
4	吴慧娟	女	电子商务、市场营销	讲师	专职
5	严嘉挺	男	电子商务、市场营销	助理讲师	专职
6	杨军花	女	大数据会计	高级讲师	专职
7	周海莲	女	计算机应用	助理讲师	专职
8	何晖	男	计算机网络	高级讲师	专职
9	贾书墨	女	计算机应用	助理讲师	专职
10	何小华	女	大数据会计	高级讲师	专职
11	陈蕾	女	市场营销、物流管理	助理讲师	专职
12	倪海蓉	女	电子商务、市场营销	高级讲师	专职
13	王俭	男	企业营销主管	中级经济师	兼职
14	黄海杰	男	企业网店运营主管	中级经济师	兼职
15	陆敏杰	男	销售主管	助理经济师	兼职

2. 专任教师

专任专业教师具有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；均具有高校教师资格和本专业领域有关证书；具有电子商务、市场营销、管理科学与工程、工商管理、计算机科学技术等相关专业本科及以上学历；具有扎实的电子商务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；均具有

累计不少于6个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人张永,高级讲师职称;具有高校教师资格,曾获海门市优秀教育工作者、海门市政府三等功、海门市政府嘉奖、海门市优秀教职工、海门市骨干教师,多次参加国家级、省级骨干教师培训。担任市场营销和电子商务教学工作十多年,熟悉本专业的发展现状与趋势,主持南通市课题并顺利结题,多篇论文在省级期刊发表,多次指导学生参加文明风采大赛获全国二等奖、江苏省一等奖,曾指导学生在江苏省电子商务运营技能大赛上获三等奖。

4. 兼职教师

兼职教师主要从电商企业聘任,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,能承担课程与实训教学、实习指导等专业教学任务。

(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、实验室、实训室和实训实习基地。

1. 专业教室

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。教室均配备黑板、电子触摸大屏(含计算机、实物展台)、音响设备、监控设备,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,安防标志明显,保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实训场所

校内外实训场所符合面积、安全、环境等方面的要求,实训设施先进,能够满足实训教学需求,实训指导教师确定,能够满足开展网络营销、直播电商、客户服务管理、网店运营推广、跨境电子商务等实训活动的要求,实验、实训管理及实施规章制度齐全。

表：校内外实训场所基本情况

序号	校内外实训场所	主要功能	主要设施设备配置建议
1	网络营销实训室	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、网络推广等课程的教学与实训	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，网络营销、新媒体营销等教学软件
2	客户服务实训室	CRM 和 ERP 系统、金融问题处理、订单取消与修改、价格保护、配送催单流程、售后退换货流程、POP 仲裁流程、升级与转接流程、关单标准、数据分析、排班与现场管理、服务营销流程及技巧、外呼技巧、提升在线导购的员工销售技巧、客户客诉处理方法、客户类型分析及处理技巧、投诉处理实务、客诉处理步骤精要、跨部门沟通、电商战略与财务、业务提升实战	配备计算机、IP 电话机、耳机、客户关系管理教学软件
3	直播电商实训室	以直播活动的策划、筹备、推广、实施、复盘为核心，可对学生进行直播营销全过程的教学与实训。兼具仿真平台实训和教师在线教学双重功能，以直播营销策划、直播推广与引流、直播营销实施、直播营销复盘、粉丝运营等模块指导学生直播营销的技能实训。实训系统设计了直播效果标准评分表，辅助教师完成学生直播效果的评价	配备服务器、外置声卡、播音级麦克风、支架、音箱、监听耳麦、工作台、柔光灯箱、环形补光灯、摄录机等
4	电子商务运营实训室	用于电子商务运营、跨境电子商务实践及供应链管理等课程的教学实训	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，网店运营推广教学软件
5	商务数据分析实训室	主要通过数据分析及网店运营，完成电子商务交易数据分析、电子商务运营管理、数据分析决策等项目训练，提高学生电子商务的操作技能和管理能力	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，商务数据分析教学软件

3. 实习场所

本专业具有稳定的校外实训实习基地。遵循长期规划、深度合作、互助互信的原则，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，人才培养、选拔体系比较完善的海门大岛家纺有限公司、德邦物流南通分公司、海门凯盛家纺、顺丰快递海门分公司等行业龙头企业为实习基地，可完成商品拍摄、网店美工、网店运营、客户服务、物流仓储管理等实习活动；配备了相应数量的企业指导教师对学生实习实训进行指导和管理；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，签署学校、学生、实习单位三方协议。符合《职业学校学生实习管理规定》、《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求。

表：主要校外实习场所基本情况

序号	企业名称	地址	联系人	合作形式	主要岗位
1	海门大岛家纺有限公司	江苏省海门市三星工贸园区	施潜新	校外实习	网店客服、网店运营、直播电商
2	德邦物流南通分公司	江苏省南通市崇川区幸余路 888 号	刘明亮	校外实习	仓储管理
3	海门凯盛家纺	江苏省南通市海门区富江路 588 号	顾萍	校外实习	商品拍摄、网店美工、跨境电商
4	顺丰快递海门分公司	海门区海门街道珠江路 591 号	陈军	校外实习	客户服务管理

（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、图书及数字化资源等。

1. 教材选用

依据国家、省、学院关于教材的相关规定，学校制定了《江苏联合职业技术学院海门分院教材管理办法》，通过教研组-系部-教务处层层检查、审核，经学校党委审批通过后实施，杜绝不合格的教材进入课堂。学校经规范程序，通过学院教材管理系统择优选用学院出版的院规教材或推荐教材。

2. 图书文献配备

图书文献配备能满足电子商务专业人才培养、专业建设、教科研等工作需要。专业类图书文献主要包括人文类、社科类、教育类、地理类、历史类等学科基础书籍，电子商务及市场营销等专业领域的优秀期刊，电子商务相关的技术、方法、操作规范和实务案例类专业书籍和文献等。及时配置与电子商务专业岗位群相关的新经济、

新工艺、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配置

学校拥有超星数字图书馆,在教学楼中放置电子阅读机,学校电子图书馆包含电子期刊、电子图书合计 30 万册和音频等不同的数字化资源,每年定期更新数字图书资源。目前正在建设“市场营销”“电子商务基础”“会计基础”“图形图像处理”在线课程,内含教案、教学课件、微课视频等资源,种类丰富、形式多样、使用便捷,课程资源进行动态更新,能满足日常线上线下混合式教学要求。

十、质量保障

1. 依据学校《专业设置与动态调整实施办法》,加强专业调研及专业论证,制订并滚动修订专业实施性人才培养方案。

2. 依据学校《课程管理制度》,制订并滚动修订课程标准,积极引进企业优质资源,校企合作开设课程、共建课程资源。

3. 依据学校《质量监控体系建设实施方案》等相关制度,加强教学质量监控管理,持续推进人才培养质量的诊断与改进。

4. 依据学校《教学常规检查制度》,加强日常教学的运行与管理,建立健全巡课、听课、评教、评学等制度,严明教学纪律,强化教学组织功能,保持优良的教育教学秩序。

5. 学校作为联院电子商务专业建设指导委员会的委员单位,积极参加专指委举办的各类专业建设和教学研究活动。

6. 依据学校《教研活动制度》,建立集中教研制度,定期召开教学研讨会议,定期开设公开课、示范课并集中评课,通过集中研讨、评价分析等有效提升教师教学能力,持续提高人才培养质量。

7. 依据学校《学生素质综合测评办法》《学生素质综合测评办法实施细则》等制度,对学生五年全周期、德智体美劳全要素进行纵向与横向评价,引导学生积极主动发展,促进五年制高职学生个性化成长和多样化成才。

8. 依据学校《毕业生就业跟踪管理制度》，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。

十一、毕业要求

学生学习期满，经考核、评价，符合下列要求的，予以毕业：

1. 在校期间思想政治操行考核合格；
2. 完成本专业实施方案所制定的各教学环节活动，各门课程成绩考核合格；
3. 取得全国计算机一级等计算机应用能力证书、全国公共英语一级或以上或其他英语应用能力证书；以及网店运营推广（“1+X”）初级等职业资格证书；
4. 修满本专业实施方案所规定的 275 学分。

十二、其他事项

（一）编制依据

1. 《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）；
2. 《教育部职业教育与成人教育司关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）；
3. 《高等职业教育专科电子商务专业简介》；
4. 《高等职业教育专科电子商务专业教学标准》；
5. 《关于深入推进五年制高职人才培养方案制（修）订工作的通知》（苏联院教〔2023〕32号）
6. 《江苏联合职业技术学院五年制高等职业教育电子商务专业指导性人才培养方案（2023版）》
7. 江苏联合职业技术学院《关于五年制高职思想政治课和公共基础课必修课时安排建议的函》；

8.《省教育厅关于印发五年制高等职业教育语文等十门课程标准的
的通知》（苏教职函〔2023〕34号）。

（二）执行说明

1.规范实施“4.5+0.5”人才培养模式，五年共10个学期，各学
期表中教学周数都是18周。第1-8学期，周数由教学周和实训周数
组成；第9学期13周为教学周，4周为毕业设计周；第10学期18
周为岗位实习周。

2.理论教学和实践教学按16-18学时计1学分（小数点后数
字四舍五入）。集中开设的技能实训课程及实践性教学环节按1周
计30学时，1个学分。

3.公共基础课的课时与建议课时相比，中国特色社会主义、心理
健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、历史、艺术等课程
缺少少量课时，在技能实训周进行补足。

4.学校坚持立德树人根本任务，全面加强思政课程建设，整体推
进课程思政，充分发掘各类课程的思想政治教育资源，发挥所有课程
育人功能。

5.将劳动教育、创新创业教育等融入专业课程教学和有关实践
教学环节中，在劳动实践周中开设劳动精神、劳模精神和工匠精神
专题教育，共计30学时。

6.技能实训课程根据相关专业课程在同一学期开设。“网络营销
实训”与“网络营销”课程匹配，“视觉营销设计实训”与“视
觉营销设计”课程匹配，“客户服务管理实训”与“客户服务管理
课程匹配，“直播电商实训”与“直播电商”课程匹配，“网店运
营推广实训”与“网店运营推”课程匹配，“跨境电子商务实训”
与“跨境电子商务”课程匹配，

7.任选课程 结合本校优势课程，开设公共基础任选课程6门、专业
拓展任选课程14门，在大数据会计专业和电子商务专业中进行混班选课。

8. 落实“1+X”证书制度，将实践性教学安排与职业类证书考核有机结合，使学生具备体现修读五年制高等职业教育电子商务专业核心能力的职业类证书所需要的知识和技能，在课程教学中提升学生普通话、英语、计算机等通用能力。

9. 依据学校《五年制高职毕业论文（设计）管理办法》，加强毕业论文全过程管理，引导学生遵循学术规范和学术道德。

10. 加强岗位实习管理，由学校与企业根据生产岗位工作要求共同制订岗位实习教学计划，教学活动主要由企业组织实施，学校参与管理和评价。

（三）研制团队

序号	姓名	单位名称	职称/职务	承担角色
1	严嘉挺	江苏联合职业技术学院海门分院	助理讲师/专业负责人	负责人/执笔人
2	张永	江苏联合职业技术学院海门分院	高级讲师	审核人
3	陆杰	江苏联合职业技术学院海门分院	高级讲师	成员
4	施红华	江苏联合职业技术学院海门分院	高级讲师/系部主任	成员
5	沈晓燕	南通大学商学院	教授/系部主任	高校专家
6	施潜新	海门大岛家纺有限公司	总经理	企业专家
7	顾萍	海门凯盛家纺有限公司	总经理	企业专家

业 核 心 课 程	课程	12	视觉营销设计	68	34	4				4							√			
		13	客户服务管理	68	34	4					4							√		
		14	社群运营	68	34	4					4							√		
		15	互联网产品开发	68	34	4						4						√		
		16	直播电商	68	34	4						4						√		
		17	商务数据分析与应用	102	51	6							6					√		
	18	网店运营推广	102	51	6							6					√			
	专 业 拓 展 课 程	必修课程	19	商务礼仪	64	48	4						4					√		
			20	财务管理（专转本）	51	25	3								3			√		
			21	新媒体营销实务	78	38	6									6		√		
		任选课程	22	经济学基础（专转本）	34	17	2				2								√	
			23	电子商务文案写作	68	34	4								4				√	
			24	网络技术基础/数据库基础	51	25	3		3										√	
			25	ERP/Flash 制作	64	32	4						4							√
			26	供应链管理/金融常识	64	32	4								4				√	
			27	电子商务英语/商务英语	64	32	4							4					√	
			28	经济法基础/电子商务案例分析	72	36	5										6		√	
	技 能 实 训 课 程	必修课程	29	网络消费者行为分析/消费者行为学	64	32	4							4				√		
30			商品摄影/短视频制作与剪辑	102	51	6						6						√		
31			网络营销实训	30	30	1			1周										√	
32			视觉营销设计实训	30	30	1				1周									√	
33			客户服务管理实训	30	30	1					1周								√	
34			直播电商实训	30	30	1						1周							√	
35			网店运营推广实训	30	30	1							1周						√	
36			跨境电子商务实训	30	30	1								1周					√	
37			电子商务综合实训	30	30	1										1周			√	
专业课程合计				2346	1291	136	5	7	12	14	15	18	20	21	18					
集 中 实 践 教 学 环 节	1	军事理论与训练（开学前开设）	30	30	1	1周												√		
	2	专业认知与入学教育	30	30	1	1周												√		
	3	劳动实践	30	30	1		1周											√		
	4	社会实践	30	30	1		√		√		√		√					√		
	5	毕业设计（论文）	120	120	4										4周			√		
	6	岗位实习	540	540	18												18周		√	
集中实践教学环节合计				780	780	26	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	4周	18周				
合计				5060	2687	275	28	28	28	28	28	28	26	26	22					