

广西安全工程职业技术学院

2019级电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务（630801）

二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具备同等学力者

三、修业年限

基本修业年限为3年，弹性修业年限为2-5年。

四、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）	主要岗位类 别（或技术领 域）	职业技能等级 证书、社会认可 度高的行业企 业标准和证书 举例
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）	营销推广 运营管理 客户服务 美工设计 网络营 销 策 划 新媒体编辑 互 联 网 产 品 销售	助理经济师 助理会计师 高级计算机操 作员 电子商务运营 专才（中级） 跨境电子商务 师（中级） 商务数据分 析师（中级）

1、就业面向的行业：各类传统企业、电子商务企业和电子商务服务业

2、主要就业单位类型：各类中小企业、电子商务服务企业

3、主要就业部门：各类中小企业的电子商务部门、电子商务企业和电子商务服务业的客户服务部门、运营推广部门

可从事的工作岗位：

附表 岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别		岗位描述	岗位能力
		初始岗位	发展岗位		
1	互联网产品销售	√		在线接待客户，进行产品推荐，推销产品，促成订单成交	商品推销的能力
2	网店美工设计	√		对商品进行详细描述，设计图文并排的商品信息页面，美化设计电子商务平台	图片美化处理，商品信息化设计的能力，电商平台设计的能力
3	营销推广	√		针对电商项目利用各种网络工具和平台进行推广。	网络推广的能力
4	网络客户服务	√		对客户在线接待，完成售前、售中、售后的客户服务。	客户服务的能力
5	新媒体编辑		√	对中小企业新媒体进行运营与管理	新媒体运营与管理能力
6	营销运营策划		√	对电子商务项目进行规划、运营和管理	电商项目策划、运营的能力

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

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

电子商务基本理论、专业知识及运用方法，具备电子商务基本能力和电商安全管理能力，能够从事面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等职业、能够从事网店经营管理、营销推广、客户服务、策划与设计、新媒体运营和微营销能力等相关工作的高素质技术技能型电商人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1. 素质

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观；具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；遵纪守法；具有社会责任感和参与意识。

（2）具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

（3）具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，

能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

2. 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、交易安全等相关知识；

(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) 掌握互联网资料查询、调研及调研汇总的方法；

(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) 掌握网络消费者心理与行为分析方法；

(8) 掌握电子商务企业财务会计管理方法；

(9) 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；

(10) 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；

(11) 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。

(12) 掌握；

(13) 掌握短视频制作与推广方法；新媒体运营与管理、社群营销等网络营销知识和营销技巧

(14) 掌握农产品上行方法和技巧、跨境电商平台的操作方法和创新创业思维

3. 能力

(1) 通用能力

1) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

2) 有很强的信息收集和筛选能力、掌握制定工作计划、独立决策和实施的能力、自我评价能力和接受他人评价的承受力、能够从成败经历中有效地吸取经验教训能力等。

3) 具有团队协作能力、人际交往和善于沟通的能力等。

4) 具有一定判断能力、时间管理能力、自律能力等。

5) 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；

(2) 专业技术能力

1) 掌握文字写作、语言与文字交流、信息技术应用以及商业文化素养等相关知识；

2) 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；

3) 掌握品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施、互联网产品分类、互联网产品销售的相关知识；

4) 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；

5) 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；

6) 掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放、新媒体推广、社群运营的相关知识

7) 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；

8) 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；

9) 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。

10) 能够进行网络交易安全规划与管理

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程

1. 思想道德修养与法律基础

是面向大学生开设的公共政治理论课，是高校思想政治理论课的必修课程。本课程以马克思主义为指导，以习近平新时代中国特色社会主义思想为价值取向，以正确的世界观、人生观、价值观和道德观、法制观教育为主要内容，把社会主义核心价值观贯穿教学的全过程，通过理论学习和实践体验，帮助学生形成崇高的理想信

念，弘扬伟大的爱国精神，确立正确的人生观和价值观，加强思想品德修养，增强学法、用法的自觉性，全面提高大学生的思想道德素质、行为修养和法律素养。

2. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

是中共中央宣传部和国家教育部规定的高职院校思想政治理论课中的骨干和核心课程。本课程着重讲授中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，充分反映马克思主义中国化的两大理论成果，帮助学生系统掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观产生的时代背景、实践基础、科学内涵、精神实质和历史地位；指导学生运用马克思主义的世界观和方法论去认识和分析问题，正确认识中国国情和社会主义建设的客观规律，确立建设中国特色社会主义的理想信念，增强在中国共产党领导下全面建设小康社会、加快推进社会主义现代化的自觉性和坚定性；引导大学生正确认识肩负的历史使命，努力成为德智体美全面发展的中国特色社会主义事业的建设者和接班人，为高职学生的健康成长、文明生活、科学发展打下良好的基础。

3. 形势与政策

是高校思政理论课的核心课程，是高等学校对大学生系统进行形势与政策教育的必修课程。帮助大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十九大以来党和国家取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战的核心课程，针对学生关注的热点问题和思想特点，帮助学生认清国内外形势，教育和引导学

生全面准确地理解党的路线、方针和政策，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心，积极投身改革开放和现代化建设伟大事业。

4. 大学英语

本课程主要讲授英语语音、语法、阅读技巧和英语应用文写作，进行实用英语的听、说、读、写的基本训练，培养学生运用英语的能力。学生学习后能用英语进行简单的日常对话，借助英语辞典可阅读、翻译本专业一般英文资料、写作简单的英语应用文。主要实验、实训项目：英语听、说、读、写基本能力训练，本专业一般资料的中英文翻译和写作。

5. 大学英语（跨境电商方向）

本课程主要讲授跨境电商开展过程中涉及的外贸函电知识，跨境电商专业英语术语，跨境电商平台的商务英语的撰写和交流。学生学习后能够在工具书的帮助下进行简单的文献资料阅读和简单的文献翻译，应当获得跨境电商岗位工作必需的基本的英语写作能力。

6. 安全教育

对大学生进行安全教育，是贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想的具体措施，是培养大学生树立国民意识、提高国民素质和公民道德素质的重要途径和手段。大学生安全教育，既强调安全在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面、终身发展。要激发大学生树立安全第一的意识，确立正确的安全观，并努力在学习过程中主动掌握安全防范知识和主动增强安全防范能力。通过安全

教育，大学生应达到如下目标：态度目标：通过安全教育，大学生应当树立起安全第一的意识，树立积极正确的安全观，把安全问题与个人发展和国家需要、社会发展相结合，为构筑平安人生主动付出积极的努力。知识层面：通过安全教育，大学生应当了解安全基本知识，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。技能层面：通过安全教育，大学生应当掌握安全防范技能、安全信息搜索与安全管理技能。掌握以安全为前提的自我保护技能、沟通技能、问题解决技能等。

7. 大学生心理健康教育

大学生心理健康教育课程是集知识传授、心理体验与行为训练为一体的公共必修课程。课程旨在使学生明确心理健康的标准及意义，了解心理健康水平的划分及正常心理和异常心理的区别，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力、情绪管理能力、团队协作能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。

8. 大学生职业发展与就业指导

根据教育部相关要求而设置的一门公共必修课。它为各专业学生提高就业竞争力、适应社会，实现其人才培养目标，达到未来工作岗位素质要求起支撑作用，在整个课程体系中具有不可替代的重要作用。课程采用以课堂教学为主、以个性化就业创业指导为辅，

理论与实践相结合的教学模式，既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展和终身发展。通过激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的择业观、就业观及创新创业意识，促使大学生理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力、创新创业能力和生涯管理能力。

9. 国防教育

国防教育是为捍卫国家主权、领土的完整和安全，防御外来侵略、颠覆威胁的建设与斗争，对全民传授与国防有关的思想、知识、技能的社会活动。国防建设的重要组成部分，包括为增进全民的国防思想、国防知识、国防技能和身体素质，以及有利于形成和增强国防观念、国防能力的各种类型的社会活动。

10. 大学生创业基础

依据非公安专业人才培养方案开设的任意选修课。该课程主要包括大学生创业概述、创业者与创业团队、创业机会与创业风险、创业资源、创业计划、企业初创等六个教学模块。通过本课程教学，使学生掌握关于大学生创业的基本理论知识和现行法律的具体规定，了解创业活动过程的内在规律及创业活动本身的独特性。培育学生积极进取和创新意识，强化创业精神，培养和锻炼机会识别、创新、资源整合、团队建设、知识整合等创业技能，引导学生用创业的思维和行为准则开展工作。

11. 计算机应用基础

结合计算机等级考试，通过幻灯片和硬件拆装演示，主要讲授计算机软件（含Windows操作系统、常用办公软件和工具软件）、硬件的基本知识，Windows操作系统、常用办公软件和工具软件以及计算机网络的使用方法，让学生了解计算机系统安全防护、维护与维修的有关知识。

12. 应用文写作

《应用文写作》在21世纪高素质人才培养的课程体系中，不仅仅是作为高职院校一门人文类选修课程，更是一门职业通用能力训练课程，是全职背景的基础类应用技能课程，对学生职业能力和职业素质养成起到重要的支撑作用。旨在通过教学，使学生了解应用写作的基本理论，掌握应用写作的基本技能，并具备高级应用型人才所需要的写作能力及文章分析及处理能力，增强学生的职业能力和就业竞争力，为学生学好各门专业课和将来进入社会从事实际工作奠定良好基础。

（二）专业（技能）课程

专业（技能）课程设置与对应工作任务相对应。包括专业基础课、核心课、专业实践课具体课程与任务对应如下表：

序号	课程名称	对应的典型工作任务
1	视频制作与维护	视频制作与维护
2	Photoshop图像处理、网店美工项目实操	网店或网络美工
3	网店经营与管理	网店经营
4	网络营销、新媒体营销	营销、推广
5	软文创意与策划	网络策划

6	客户服务与管理、电子商务物流	物流与客户服务
7	电子商务安全交易、商务数据分析与应用	数据管理、安全交易

1. 专业基础课程

(1) 电子商务基础

主要讲授电子商务的基本知识、电子商务人才需求与岗位、电子商务物流、客服、网络支付、交易安全交易、网络营销、电子商务应用，学生通过掌握了电子商务的基本知识和基本技能，能够对电子商务有个全新的认识和专业技能的学习规划，掌握电商的最新的动态和最新的技术，为后继专业技能学习打下基础。

(2) photoshop图像处理

主要讲授Photoshop 图像处理技术，内容包括数字图像基本知识、基本操作与颜色管理，图像色彩和色调调整，图像编辑与修饰，图层与通道运用，路径与文字的使用，系统内置滤镜及常用外挂滤镜的。通过学习学生掌握平面设计、策划等平面设计人员所必需的基础知识及相关的基本职业能力，在此基础上,提高分析问题和解决问题的能力;提高学生的艺术修养，并为后续的专业课程奠定基础，使他们具有进一步学习相关知识的能力。

(3) 电子商务物流

主要讲授电子商务物流管理的功能、国际物流系统、第三方物流、物流与供应链管理、电子商务与物流管理等方面的内容，学生通过学习掌握物流信息系统的应用过程，了解电商物流管理的特点

和方法、物流配送业务处理、物流配送业务推广和营销、物流配送合同签订、协议签署、各种单据和物流配送信息的管理。

（4）网店运营与管理

主要讲授本网络市场调研、商品拍摄和图片处理、网络销售与推广相、订单处理、网络支付与结算、物流配送、客户服务与管理等网店管理知识。学生通过学习能开展市场调研了解竞争对手、消费者的需求，进行网店经营的规划决策，在网店平台发布产品信息，进行店铺的运营推广，在线接待客户销售产品，仓库进行订单发货，进行售后跟踪、客户关怀等商业经营运作，提升独立学习和决策能力。

（5）客户服务与管理

主要讲授运用互联网技术或各种商务网络平台帮助电子商务企业完成供求信息发布、企业库存管理、订单处理、款项支付与结算过程以及各种商业票据的签发、传送和接收，确定配送方案并监控配送、售后服务跟踪等过程的能力。通过对本课程内容的学习，学生能够比较系统全面地掌握企业电子商务物流、信息流、资金流以及商流的运作过程，接受顾客咨询，明确顾客需求，解答疑问、推荐款式；跟进客户下单，提高店铺转化率；核对收货地址，避免货物无法送达客户情况；交易成功后欢送、引导顾客对我们做出好评；整理并记录顾客信息，为客户下次购买及回访做好相应准备；如果涉及用户的售后问题如退换货，物流问题，客户的反映和投诉，中差评等处理，及时对客户进行安抚并进行妥善处理。

（6）电子商务交易安全

主要讲授本电子商务法概述、电子商务主体认定的法律制度、电子签名法律制度、电子支付法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度，以及其他相关电子商务法律制度、电子商务交易安全等安全法律知识。学生通过学习能运用相关法律维护交易的安全，维护用户的信息安全。

2. 专业核心课程

专业核心课程包含有网店美工项目、视频制作与维护、软文创意与策划、商务数据分析与应用、网络营销、新媒体营销。

表6-1 《网店美工项目》核心课程的描述

课程名称	网店美工项目				开设学期	第三期	
学时	56	学分	3.5	讲授学时	24	实训学时	32
典型工作任务描述	任务一：认识网店美工知识 任务二：商品图片处理 任务三：设计网店广告图 任务四：设计网店页面设计 任务五：无线端页面设计						
学习目标及能力考核要求	一、总体目标 通过本门课程的理论学习和技能训练，能够根据产品的信息和市场营销需求，设计符合营销导向的产品页面，构建第三方网店的销售平台。能够处理产品图片，设计营销导向的商品详情页，装修网店的页面，达到展示商品、促进商品销售的目的，能够胜任网店美工等相关工作。 二、具体目标 1. 知识目标： （1）知道网店平台装修设计的流程 （2）知道产品卖点提炼的方法 （3）能说出营销导向页面的要点 2. 技能目标： （1）能利用 Photoshop 熟练进行商品图片的处理						

	(2) 能够制作商品海报、促销广告活动的图片 (3) 能根据产品特点制作营销导向的商品描述页面 (4) 能根据店铺定位风格装修网店首页 (5) 能制作网店的自定义页面、促销活动页 3. 素质目标: (1) 具有严肃认真、实事求是的科学态度和严谨的工作态度; (2) 具有创新意识和创新精神; (3) 具有较强的自学能力和独立思考能力; (4) 有较强的团队协作能力。
学习内容	项目一：初识网店装修 1.1 视觉营销认知 1.2 网店装修图片规范 1.3 网店装修后台使用 1.4 网络广告安全与法规 项目二：商品图片处理 2.1 商品图片处理—截图 2.2 商品图片处理—调色 2.3 商品图片处理—抠图 2.4 商品图片处理—修图 项目三：网店广告图设计 3.1 店铺海报设计 3.2 钻展海报设计 3.3 直通车图设计 3.4 商品主图设计 项目四：网店页面设计 4.1 店铺首页设计制作 4.2 店铺详情页设计制作 4.3 店铺自定义页面设计制作 项目五：无线端页面设计 5.1 无线端首页设计 5.2 无线端详情页设计 5.3 无线端活动页设计
教学组织形式与方法	1. 课程理论部分：理论教学主要采用多媒体课件的形式讲课、图文并茂，课堂提问、展开课堂讨论，还采用视频、网络技术、插播多媒体影像资料等加以辅助教学。 2. 技能训练部分：(1) 示范教学法：边讲解边操作示范 (2) 现场教学法：预先设定情景 (3) 任务驱动法：定出具体任务， 设计方案 (4) 项目导向法：编排网店整个项目设计、策划方案。
考核评价方式	课程考核采用现场操作的方法进行。考核评价分类分项进行，根据课程情况设定，采用现场操作测试或完成实训报告等方式进行考核。 (一) 平时学习情况 (40%) 考核内容包括：遵守课堂纪律，认真记笔记，按时完成作业，主动参与课堂讨论、实验完成情况等。 (二) 实践考核 (其成绩占总评的 60%) 考核内容包括：职业素质与学习能力、实践操作能力、项目完成情况及实习 (实训) 报告。 1. 职业素质与学习能力

	考核内容包括：团队合作、职业操守，占实践成绩的 5%。 2. 实践操作能力 考核内容包括：对网店美工技术的掌握程度，占实践成绩的 30%。 3. 项目完成情况 根据项目要求完成的质量，对每次的工作任务的完成质量进行评分。占实践成绩的 20%。 4. 实习（实训）报告 考核内容包括：实习（实训）报告的格式规范性、内容完整性、真实性、实习报告完成的及时性等。占实践成绩的 5%。
--	---

表6-2 《网络营销》核心课程的描述

课程名称	网络营销				开设学期	第三期	
学时	56	学分	3.5	讲授学时	28	实训学时	28
典型工作任务描述	任务一 网络营销基础和策略 任务二 品牌营销 任务三 内容营销 任务四 网络广告及推广 任务五 媒体营销 任务六 整合营销						
学习目标及能力考核要求	一、总体目标 通过本门课程的理论学习和技能训练，能够根据营销知识和策略，运用网络营销工具和方法，进行网络品牌设计、策划营销方案，以中小微企业从零开始实施网络营销过程为主线，开展网络营销。能够开展整合性营销，实现企业通网络销售产品和服务，并实现盈利，从而为学生从事网络方案策划、品牌设计、新媒体运营、微博专员、微信专员等岗位工作打下良好基础，胜任相关岗位工作。 二、具体目标 1. 知识目标： （1）知道网络市场调研的方法 （2）知道常用的网络推广工具和方法 （3）明白网络营销策划方案的内容、流程 2. 能力目标： （1）能够根据产品或项目开展市场调研，收集整理网络商务信息 （2）能够进行网络营销方案的策划						

	(3) 能够搭建论坛营销平台，利用论坛开展营销 (4) 能够搭建博客营销平台，利用博客开展营销 (5) 能够搭建营销型网站，开展网络营销 (6) 能够利用微博开展产品的营销 (7) 能够利用微信开展产品营销 (8) 能够利用问答平台开展网络营销 (9) 能够撰写营销型邮件，利用邮件工具开展网络营销 (10) 能够利用及时通讯工具开展网络营销 (11) 能够利用网络广告推广产品，正确发布网络广告 (12) 能够对网站进行搜索引擎营销优化 (13) 结合产品或项目实例能够利用各种工具进行整合营销 3. 素质目标： (1) 不断追求卓越，精益求精的职业素质 (2) 不断探索、追求自我知识和技能的更新 (3) 学会团队分工协作，共同讨论分析问题、解决问题 (4) 学会沟通交流，能够养成不断总结反思的习惯
学习内容	项目一：网络营销基础策略 1.1 网络营销基本知识 1.2 网络营销调研 1.3 网络营销安全法规及策略 项目二：网品牌营销 2.1 网络品牌基础 2.2 网络品牌策划 2.3 网络品牌推广 项目三：网络广告及推广工具 3.1 网络广告与原生广告 3.2 网络广告发布 3.3 网络广告联盟（百度搜索营销、阿里妈妈营销） 3.4 邮件营销 3.5 问答推广 3.6 即时通讯推广 3.7 论坛营销 3.8 博客营销 3.9 微信公众号 项目四： 4.1 广告方案写作 4.2 论坛营销与标题的写作 4.3 软文营销与宝贝详情页写作 4.4 新闻营销与新闻稿的写作

	4.5 百度平台营销与 H5 邀请函制作 项目五：媒体营销 5.1 社会化媒体及内容 5.2 视觉营销 项目六：网络整合营销 6.1 整合营销认识 6.2 网络营销策划 6.3 整合营销案例分析
教学组织形式与方法	课程理论部分：案例法、演示法、分析法、分组讨论教学法 技能训练部分：项目训练、调研策划实战法
考核评价方式	课程考核采用现场操作的方法进行。考核评价分类分项进行，根据课程情况设定，采用现场操作测试或完成实训报告等方式进行考核。 （一）平时学习情况（40%） 考核内容包括：遵守课堂纪律，认真记笔记，按时完成作业，主动参与课堂讨论、实验完成情况等。 （二）实践考核（其成绩占总评的 60%） 考核内容包括：职业素质与学习能力、实践操作能力、项目完成情况及实习（实训）报告。 1. 职业素质与学习能力 考核内容包括：团队合作、职业操守，占实践成绩的 5%。 2. 实践操作能力 考核内容包括：对网店美工技术的掌握程度，占实践成绩的 30%。 3. 项目完成情况 根据项目要求完成的质量，对每次的工作任务的完成质量进行评分。占实践成绩的 20%。 4. 实习（实训）报告 考核内容包括：实习（实训）报告的格式规范性、内容完整性、真实性、实习报告完成的及时性等。占实践成绩的 5%。

表6-3 《视频制作与维护》核心课程的描述

课程名称	视频制作与维护				开设学期	第三期	
学时	56	学分	3.5	讲授学时	28	实训学时	28

典型工作任务描述	任务一 影视剪辑基础 任务二 Premiere 影视剪辑 任务三 After Effects 影视特效 任务四 短视频编辑与制作
学习目标及能力考核要求	一、总体目标 通过本门课程的理论学习和技能训练，培养学生的视频剪辑制作专业技能，能够独立完成视频剪辑、片头片尾制作、商业项目创意与制作等。能够根据电商思维和网络营销知识和策略，结合商业素材，进行视频的制作和编辑，为中小微企业制作广告视频和营销视频，以达到吸引粉丝提升企业形象和效益的目的具备能够制作优质视频的能力，和具备能够制作适应市场需求视频的能力，从而为学生从事新媒体营销、抖音专员、快手专员等视觉岗位工作打下良好基础，胜任相关岗位工作。 二、具体目标 1、知识目标 (1) 了解视频剪辑工作流程； (2) 掌握视频剪辑基础知识； (3) 熟练掌握特效、滤镜等应用； (4) 掌握视频特效工作流程； (5) 独立完成商业项目制作的能力。 2、能力目标 (1) 能够根据用户需求制定出项目方案、储备项目素材，并进行项目制作的能力； (2) 能独立根据客户需求设计项目创意，并根据创意完成项目案例制作； (3) 能够熟练掌握视频剪辑工作流程，根据工作流程完成剪辑与制作； (4) 能够正确使用视频剪辑软件中的视频特效与视频转场； (5) 能使用常用辅助软件处理与截取视频、音频、图片等； (6) 能使用字幕面板完成不同类型字幕制作； (7) 借助外部音频输入输出设备，完成音频的创建与编辑。 (8) 根据视频文件应用范围不同，输出各种格式的视频文件。 (9) 学会思考，要求学生不能一味模仿老师的制作效果，作品中要有自己的构思和创意； (10) 提升学生对影视视频的鉴赏能力； 3、素质（情感、态度、价值观等）目标 (1) 能增强独立分析问题的能力； (2) 能增强工作责任心； (3) 能培养创新能力； (4) 能增强团队合作精神。

学习内容	项目一 视频基础 1.1 影视视觉基础知识 1.2 视学制作常用软件 项目二 Premiere 影视剪辑 2.1 Premiere 简介 2.2 影视制作 2.3 影视制作案例 项目三 After Effects 影视特效 3.1 AfterEffects 基本概念 3.2 AE 基础动画操作 3.3 特效制作 项目四短视频编辑与制作 4.1 短视频的制作流程 4.2 短视频的构图原则与方法 4.3 抖音短视频的录制与制作 4.4 使用 Premiere 编辑与制作短视频端短视频的后期制作 4.5 短视频特效
教学组织形式与方法	课程理论部分：案例法、演示法、分析法 技能训练部分：项目训练、实践
考核评价方式	课程考核采用现场操作的方法进行。考核评价分类分项进行，根据课程情况设定，采用现场操作测试或完成实训报告等方式进行考核。 （一）平时学习情况（40%） 考核内容包括：遵守课堂纪律，认真记笔记，按时完成作业，主动参与课堂讨论、实验完成情况等。 （二）实践考核（其成绩占总评的 60%） 考核内容包括：职业素质与学习能力、实践操作能力、项目完成情况及实习（实训）报告。 1. 职业素质与学习能力 考核内容包括：团队合作、职业操守，占实践成绩的 5%。 2. 实践操作能力 考核内容包括：对网店美工技术的掌握程度，占实践成绩的 30%。 3. 项目完成情况 根据项目要求完成的质量，对每次的工作任务的完成质量进行评分。占实践成绩的 20%。 4. 实习（实训）报告 考核内容包括：实习（实训）报告的格式规范性、内容完整性、真实性、实习报告完成的及时性等。占实践成绩的 5%。

表6-4 《软文创意与策划》核心课程的描述

课程名称	软文创意与策划	开设学期	第四期
------	---------	------	-----

学时	80	学分	5	讲授学时	40	实训学时	40
典型工作任务描述	任务一 软件营销基础 任务二 软文营销的整体设计及具体应用 任务三 提升软文营销效果的三大制胜法宝 任务四 玩转五大平台的软文营销写作技巧 任务五 软文营销的组合投放和效果评估 任务六 软文营销的注意事项及风险防范						
学习目标及能力考核要求	一、总体目标 通过本课程的学习与实践，学生掌握软文营销策划活动所需要的基础知识和基本理论，熟悉软文营销创作的基本流程和基本方法，了解软文营销策划传播的规律，激发创意，以策划并制作出符合市场需求的文字等。通过不断实践，提高学生的创新能力以确保完成高质量的软文营销活动能力。从而适应了新媒体营销与运营、网络策略推广等岗位的要求，胜任互联网营销策划、组织、管理等岗位工作。 二、具体目标 1. 知识目标： （1）了解软文营销的定义和划分标准、掌握软文营销的三大特点 （2）熟悉软文营销的调研和策划、软文营销的策划、软文营销写作、投放和效果评估 （3）了解软文标题写作的三大原则和十二种必备套路、软文内容的五大模板、 （4）了解软文结尾的四大类型、软文金句提炼的八大招式以及取之不尽的软文灵感的来源 （5）了解关键词的定义、设置原则及四种类型、关键词的三个选择方向及植入原则、关键词查询的五种常用工具 （6）掌握设计商业故事软文五步骤、了解解析商业故事软文案例的步骤和SCQOR框架、了解传播设计中的代表读者发声和塑造形象认同、提供社交货币、社会比较心理、群体效应心理 （7）了解新闻资讯类软文三大特点、渠道分类及特点、今日头条软文写作的五种技巧 （8）了解微信微博软文特点的异同、微信公众号软文写作的四种技巧、长微博软文写作的三种技巧 （9）了解问答类平台软文、渠道分类及特点、百度知道的写作技巧及案例、悟空问答软文写作技巧及案例、知乎软文写作技巧及案例 （10）了解个人社交类渠道分类及特点、微信朋友圈软文写作的四种技巧、短微博软文写作的三大技巧 （10）了解社群的定义、QQ群与微信群的区别、四种方法玩转社群软文、社群软文营销案例解析 （12）了解媒体组合的三大优势、两种常用媒体组合策略、品牌产品四个阶段的软文类型						

	(13) 了解评估软文营销的四个方法、了解总结软文营销效果的两个角度、了解如何用一张表格搞定软文营销总结 (14) 了解软文营销的五大注意事项、了解软文营销常见的三大误区 (15) 了解软文营销中的操作风险及防范、投入风险及防范、道德风险及防范、法律风险及防范 2. 技能目标: (1) 能够提炼商品卖点文案 (2) 能撰写营销导向的商品详情页文案 (3) 能够编写店铺商品标题、主图文字 (4) 能够撰写店铺促销专题页文案, 横幅广告标题内容吸引人 (5) 能够撰写微博、微信、邮件推广的文案 (6) 能撰写推广软文, 能进行软文的推广和传播 (7) 能够独立进行软文营销策划及效果评估工作, 并能够针对遇到的问题做出一定的应对措施, 具备分析问题和解决问题的能力, 能有效的开展软文营销相关活动。 3. 素质目标: (1) 勇于创新, 不断学习的能力 (2) 具有一定团队协作的能力 (3) 精益求精, 不断追求进步的意识 (4) 一定沟通、协调的能力
学习内容	项目一 软文营销 1.1 软文营销的定义和划分标准 1.2 软文营销的特点 项目二: 软文营销的整体设计及具体应用 2.1 软文营销的调研和策划 2.2 软文营销写作、投放和效果评估 2.3 软文标题写作 2.4、软文内容模板和结尾类型 2.5 软文金句提炼 项目三 提升软文营销效果的三大制胜法宝 3.1 关键词设置 3.2 商业故事软文 3.3 商业故事软文撰写 项目四 玩转五大平台的软文营销写作技巧 4.1 新闻资讯平台 4.2 微平台 4.3 问答平台 4.4 个人社交平台 4.5 社群平台 项目五 软文营销的组合投放和效果评估 5.1 媒体组合策略 5.2 品牌软文 5.3 软文营销评估 项目六 软文营销的注意事项及风险防范 6.1 软文营销的注意事项 6.2 软文营销的误区 6.3 软文营销中的操作风险及防范

教学组织形式与方法	课程理论部分：案例法、演示法、分析法 技能训练部分：项目训练、实践
考核评价方式	课程考核采用现场操作的方法进行。考核评价分类分项进行，根据课程情况设定，采用现场操作测试或完成实训报告等方式进行考核。 （一）平时学习情况（40%） 考核内容包括：遵守课堂纪律，认真记笔记，按时完成作业，主动参与课堂讨论、实验完成情况等。 （二）实践考核（其成绩占总评的 60%） 考核内容包括：职业素质与学习能力、实践操作能力、项目完成情况及实习（实训）报告。 1. 职业素质与学习能力 考核内容包括：团队合作、职业操守，占实践成绩的 5%。 2. 实践操作能力 考核内容包括：对网店美工技术的掌握程度，占实践成绩的 30%。 3. 项目完成情况 根据项目要求完成的质量，对每次的工作任务的完成质量进行评分。占实践成绩的 20%。 4. 实习（实训）报告 考核内容包括：实习（实训）报告的格式规范性、内容完整性、真实性、实习报告完成的及时性等。占实践成绩的 5%。

表6-5 《商务数据分析与应用》核心课程的描述

课程名称	商务数据分析与应用				开设学期	第四期	
学时	56	学分	3.5	讲授学时	28	实训学时	28
典型工作任务描述	任务一 数据分析基本方法 任务二 数据分析常用工具 任务三 行业数据分析 任务四 客户数据分析 任务五 产品数据分析 任务六 运营数据分析 任务七 分析报告撰写						
学习目标及能力考核要求	一、总体目标 通过本课程的学习，学生掌握从调查方案设计、数据资料的收集、处理、分析到数据分析报告的撰写整个工作流程，学会运用相关数据处理工具进行数据分析						

	的基本方法。同时还要培养学生自主学习能力、自我管理能力、沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。能够胜任营销数据分析、方案策划等岗位工作。 二、具体目标 1. 知识目标 (1) 理解商务数据分析的意义、作用及一般流程 (2) 掌握商务数据分析的常用分析模型与常用分析方法 (3) 了解常用数据存储查询、数据分析与数据可视化工具 (4) 掌握行业数据分析的内容、方法、工具与流程 (5) 掌握客户数据分析的内容、方法、工具与流程 (6) 掌握产品数据分析内容、方法、工具与流程 (7) 掌握运营数据分析的内容、方法、工具与流程 (8) 理解商务数据分析报告的概念、类型、构成与撰写方法 (9) 商务数据安全规划与管理 2. 能力目标 (1) 能够严格遵循业务规范，实施基本的商务数据分析，支持企业数据化运营 (2) 能够运用多种信息渠道和工具，有针对性地收集、存储、管理各类数据 (3) 能够计划和实施行业数据采集与分析，支持企业战略目标制定与改进 (4) 能够根据现有客户数据进行客户画像、客户细分和价值分析，开展精准营销 (5) 能够根据现有运营数据进行销售、推广、员工绩效分析，支持企业数据化运营 (6) 能够根据企业需求，编写数据分析报告，并进行可视化展示 (7) 通过软件操作、情景模拟、案例研讨、汇报点评等教学情景提高沟通技巧、敬业精神、抗压抗挫能力和分析问题解决问题的能力 3. 素养目标 (1) 具备基本的职业道德和法律意识 (2) 具备熟练的计算机与网络应用能力 (3) 具备良好的沟通能力与团队意识 (4) 具备较强的竞争意识和创新意识 (5) 具备较强的自主学习能力
学习内容	项目一 数据分析基本方法 1.1 基于统计学的方法 1.2 基于机器学习的方法 1.3 数据分析常用模型 项目二 数据分析常用工具 2.1 数据存储与查询工具 2.2 数据分析工具 2.3 数据展现工具（可视化工具） 项目三 行业数据分析 3.1 行业数据采集 3.2 产业链分析 3.3 细分市场分析 3.4 行业竞争分析

	项目四客户数据分析 4.1 客户数据收集 4.2 客户画像 4.3 客户行为分析 4.4 客户价值评估 项目五产品数据分析 5.1 竞争对手分析 5.2 用户特征分析 5.3 产品需求分析 5.4 用户体验分析 项目六运营数据分析 6.1 销售数据分析 6.2 推广数据分析 6.3 员工绩效分析 项目七分析报告撰写 7.1 报告的概念 7.2 报告的类型 7.3 报告的构成
教学组织形式与方法	课程理论部分：案例法、演示法、分析法 技能训练部分：项目训练、实践
考核评价方式	课程考核采用现场操作的方法进行。考核评价分类分项进行，根据课程情况设定，采用现场操作测试或完成实训报告等方式进行考核。 （一）平时学习情况（40%） 考核内容包括：遵守课堂纪律，认真记笔记，按时完成作业，主动参与课堂讨论、实验完成情况等。 （二）实践考核（其成绩占总评的 60%） 考核内容包括：职业素质与学习能力、实践操作能力、项目完成情况及实习（实训）报告。 1. 职业素质与学习能力 考核内容包括：团队合作、职业操守，占实践成绩的 5%。 2. 实践操作能力 考核内容包括：对网店美工技术的掌握程度，占实践成绩的 30%。 3. 项目完成情况 根据项目要求完成的质量，对每次的工作任务的完成质量进行评分。占实践成绩的 20%。 4. 实习（实训）报告 考核内容包括：实习（实训）报告的格式规范性、内容完整性、真实性、实习报告完成的及时性等。占实践成绩的 5%。

表6-6 《新媒体营销》核心课程的描述

课程名称	新媒体营销	开设学期	第四期
------	-------	------	-----

学时	80	学分	5	讲授学时	40	实训学时	40
典型工作任务描述	任务一 新媒体基础 任务二 新媒体运营实战技能 任务三 新媒体营销 任务四 内容电商 任务五 新媒体文案创作与传播 任务六 新媒体写作平台策划与运营 任务七 新媒体运营 任务八 直播营销 任务九 社群营销 任务十 新媒体数据分析 任务十一 微信小程序						
学习目标及能力考核要求	总体目标 通过课程的学习，学生学会高效率使用新媒体平台，学会运用新媒体工具。结合网络运营图谱，包括新媒体图片处理、新媒体图文排版、新媒体表情包、新媒体H5动画、社群运营技能、短视频处理技能等一系列内容，从而达到利用新媒体工具实现有效营销效果，从而能胜任中小企业网络营销管理、新媒体策划、新媒体运营等岗位。 二、具体目标 1. 知识目标： （1）知道新媒体的内容 （2）知道消费者对新媒体的关注点 （3）知道小视频的制作和意义 （4）能知新媒体的最新玩法和商业意义 （5）知道新媒体的安全管理 2. 技能目标： （1）能够悉新媒体营销与运营在目前的网络营销环境下的优势 （2）能掌握新媒体营销与运营用户和内容的定位和优化方法 （3）能够掌握新媒体营销与运营的策略制定方法和技巧 （4）能够综合利用各种新媒体渠道开展营销与运营 （5）具有新媒体创意文案写作基础能力 （6）具有新媒体负面舆情监控能力 3. 素质目标： （1）勇于创新，不断学习的能力 （2）具有一定团队协作的能力 （3）精益求精，不断追求进步的意识 （4）一定沟通、协调的能力						

学习 内容	项目一 新媒体基础
	1.1 新媒体基础知识 1.2 新媒体广告投放载体
	1.3 新媒体运营策略 1.4 新媒体负面效应及网络舆情管理
	项目二 新媒体运营实战技能
	2.1 新媒体图片 2.2 新媒体排版 2.3 新媒体表单
	2.4 新媒体 H5 2.5 新媒体音频、视频
	项目三 新媒体营销
	3.1 新媒体营销基础知识 3.2 新媒体营销平台应用
	项目四 内容电商
	4.1 内容电商概念梳理 4.2 内容电商运作模式
	4.3 内容电商产品选择 4.4 内容电商内容生产
	4.5 内容电商内容传播 4.6 内容电商销售转化
	项目五 新媒体文案创作与传播
	5.1 新媒体文案概述 5.2 新媒体文案的岗位要求
	5.3 新媒体文案的创作思路 5.4 新媒体文案的写作
	5.5 新媒体文案的传播
	项目六 新媒体写作平台策划与运营
	6.1 新媒体写作平台概述 6.2 简书运营
	6.3 今日头条运营 6.4 大鱼号与企鹅媒体平台的运营
	6.5 搜狐号与百家号的运营 6.6 豆瓣与知乎的运营
	6.7 领英专栏的运营
	项目七 新媒体运营
	7.1 新媒体运营入门 7.2 运营岗位的综合要求
	7.3 用户运营 7.4 产品运营
	7.5 内容运营的核心与技巧 7.6 活动运营的策划与执行
	项目八 直播营销
	8.1 直播营销的基础知识 8.2 直播营销的整体思路
	8.3 直播营销的主要流程
	项目九 社群营销
	9.1 社群营销的基础知识 9.2 社群的构建
	9.3 社群活跃度 9.4 社群线下活动
	9.5 社群运营团队 9.6 社群商业变现
	项目十 新媒体数据分析
	10.1 新媒体数据分析基础知识 10.2 新媒体数据分析方法
	10.3 微信公众平台数据分析 10.4 微博数据分析
	10.6 新媒体活动数据分析 10.7 网站数据分析
	10.8 新媒体数据分析报告
	项目十一 微信小程序
	11.1 小程序基础知识 11.2 小程序的运营推广

	11.3 小程序的企业应用
教学组织形式与方法	课程理论部分：案例法、演示法、分析法、分组讨论教学法 技能训练部分：项目训练、调研策划实战法
考核评价方式	课程考核采用现场操作的方法进行。考核评价分类分项进行，根据课程情况设定，采用现场操作测试或完成实训报告等方式进行考核。 （一）平时学习情况（40%） 考核内容包括：遵守课堂纪律，认真记笔记，按时完成作业，主动参与课堂讨论、实验完成情况等。 （二）实践考核（其成绩占总评的 60%） 考核内容包括：职业素质与学习能力、实践操作能力、项目完成情况及实习（实训）报告。 1. 职业素质与学习能力 考核内容包括：团队合作、职业操守，占实践成绩的 5%。 2. 实践操作能力 考核内容包括：对网店美工技术的掌握程度，占实践成绩的 30%。 3. 项目完成情况 根据项目要求完成的质量，对每次的工作任务的完成质量进行评分。占实践成绩的 20%。 4. 实习（实训）报告 考核内容包括：实习（实训）报告的格式规范性、内容完整性、真实性、实习报告完成的及时性等。占实践成绩的 5%。

3. 专业拓展课程

分为三个方向分别包含如下：

（1）经济管理方向

1) 基础会计

主要讲授会计职业岗位的背景、特点和要求、会计的基本规范，能说出会计的基本术语、经济业务性质和内容。学生通过学习，能

准确按照会计的专门方法作会计基本业务处理，根据案例资料会建账、记帐、算账、更改错账，具备中小企业记账员岗位的基本能力。

2) 人力资源管理

主要讲授人力规划的内容与程序、供需分析、编制与实施，人力资源工作分析的内容与程序、分析与方法、人力资源的获取，人力资源的开发与培训，绩效考核的内容与方法，薪酬福利管理的内容及内涵，劳动关系管理，职业生涯的规划学习团队规划建设、人员管理、绩效管理方法和技巧。学生通过学习，能够在工作具备信息收集能力，灵活应变能，很好与团队成员开展合作，并在工作不断创新。

3) 消费者心理与行为分析

本课程主要消费者的一般心理心理活动、消费者个性心理特征、消费者需要与购买动机、消费者购买决策与购买行为过程、消费者群体的消费心理与行为、外部环境因素对消费者心理与行为的影响，还包括消费者心理与行为在营销中应用的相关内容以及技能综合实训，有利于学生心理素质和职业素质的培养和提高，帮助学生在从事电子商务的相关工作时，能够很好地把握消费者的心理特点和规律，根据不同消费者的心理需求，制定营销策划方案，当好销售顾问，搞好销售管理，提高工作的针对性和有效性。

(2) 应用电商方向

1) 农产品电商

主要讲述县域电商的发展、政策、乡村振兴战略，农村电商人才的培养、重心在农产品上行的方法和技巧包括农产品品牌策划、农产品溯源、农产品物流配送与农村电商服务站建设等。学生通过学生掌握农产品上行技巧，以电商思维促进农村、农业、农民的发展。

2) 跨境电商

主要讲授境电商平台的基本规则、经营与推广、国际贸易知识、商品学知识、网络美工知识、常规的交易知识。学生通过学习，熟悉国内外跨境电商平台的操作，并能运用平台开展跨境电商。

3) 电商创新创业

本课程是主要讲授电子商务创新思维，创新创业的概念、环境和理论，创业流程，创新创业团队组建与管理，商业计划书撰写，风险控制、商业路演等。学生学习后具备创新思维，掌握创业流程和方法，具备一定的创业能力和素养。

4. 实践教学环节

实践性教学环节包括了：

(1) 国防教育（军事技能训练）

通过军事技能训练，强化学生爱国意识和国防意识，掌握基本的军事要领。强化学生的军事理念，从而严格要求自己。

(2) 专业认知实训

主要组织通过参观校内电商创业孵化基地或参观校外企业，学生通过实训，对电子商务有全新的认识，明确学习的方向，做好职业规划。

（3）商品摄影与图像处理实训

在校内电子商务实训基地，以企业真实的产品为主，学习商品拍摄知识和技巧、按企业要求为标准运用所学的美工知识对拍摄产品进行处理。学生通过实训，掌握商品拍摄技巧，并能结合美工技能，能够制作出符合企业标准的产品图。

（4）电子商务沙盘实训

实训以内实训机房为主，通过仿真软件的实训，讲授掌握电子商务企业的运营推广方式和方法，企业的整体管理。通过实训，学生掌握电商企业的运作流程，并培养学生团队意识和团队合作，学生能够对中小电子商务企业进行常规划化管理。

（5）短视频制作与推广实训

在校内实训基地，讲授短视频的商业思维，短视频的制作技巧，短视频的推广方法和技巧。学生通过实训掌握短视频的规划与制作，并掌握短视频的推广方法和技巧。

（6）专业实习

实训以校内实训基地为主，综合运用视频设计与维护、网络营销、促销管理、软文创意与策划、图像处理等知识和技巧，服务于电子商务项目（校内外真实项目）

（7）新媒体营销实训

实训主要以校内基础为主，讲授常用的新媒体平台和工具的商用方式和技巧。通过实训，学生能较好地熟悉各新媒体，并掌握新媒体策划、运营与推广技巧，能够对中小企业的新媒体进行操作和管理。

（8）专业综合技能实训

校内外基地相结合，引入企业项目，讲授企业项目的策划与运作、运营与推广、风险预测等。通过实训，学生能够运用所学的相关技能和方法，较好地服务于社会 and 中小企业。

（9）毕业设计（综合实践报告）

根据学生的选择，学生在教师指导下，完成毕业论文设计、电子商务项目运营并形成报告、电子商务市场调研并形成报告、方案策划、营销活动效益结果等多种方式。

（10）顶岗实习。

根据市场需求，学生在教师指导下，有目的、有针对性的到企业进行实习，加强理论与实践的结合，提高就业的适应能力，并为毕业设计（论文）做好资料准备。

实践教学安排计划表

序号	实践教学环节	主要内容与能力培养目标	地点	学期	周数	学分
1	（国防教育（军事技能训练）	通过军事技能训练，强化学生爱国意识和国防意识，掌握基本的军事要领。	学院	1	2	2
2	专业认知实训	通过实训对电子商务有全新的认识，明确学习的方向	学院或学院联系校企合作单位	1	1	1
3	商品摄影与图像	通过实训掌握摄影技巧，提高摄影技术，强	学院或学院	2	1	1

序号	实践教学环节	主要内容与能力培养目标	地点	学期	周数	学分
	处理实训	化图片处理能力。	联系校企合作单位			
4	电子商务沙盘实训	通过仿真软件的实训,掌握电子商务企业的运营与管理过程。培养学生团队意识和团队合作等。	学院	2	1	1
5	短视频制作与推广实训	通过实训掌握电子商务网站的规划与建设,并掌握网站推广方法和技巧。	学院	3	2	2
6	专业实习	通过实训,综合运用视觉营销、网络营销、促销管理、软文策划、图像处理等知识和技巧,服务于电子商务项目(校内外真实项目)	学院联系校企合作单位/学院	3	2	2
7	新媒体营销实训	通过实训使学生并熟悉各新媒体,并掌握新媒体策划、运营与推广技巧,综合应用于电子商务项目。	学院	4	1	1
8	专业综合技能实训	运用所学的相关技能和方法,服务于企业和社会。	学院/学院联系校企合作单位	4	3	3
9	毕业设计(综合实践报告)	根据学生的选择,学生在教师指导下,完成毕业论文设计、电子商务项目运营并形成报告、电子商务市场调研并形成报告、方案策划、营销活动效益结果等多种方式。	学院	5	6	6
10	顶岗实习	根据市场需求,学生在教师指导下,有目的、有针对性的到企业进行实习,加强理论与实践的结合,提高就业的适应能力,并为毕业设计(论文)做好资料准备。	自行联系或学院合作单位	6	20	20
合 计					39	39

5. 技能等级证书与对应课程

序号	技能等级证书	对应课程
1	助理会计资格证	会计
2	助理经济师	人力资源管理
3	高级计算机操作员	图形图像处理、、计算机基础
4	跨境电子商务师(中级)	跨境电商
5	电子商务运营专才(中级)	电子商务基础、网络营销、软文创意与策划、社交电商、网店运营与管理

6	商务数据分析师（中级）	商务数据分析与应用
---	-------------	-----------

（三）公共选修课

按授课方式分为两类：一类是通过超星尔雅平台以学生自学为主的网络课程，一类是由教务科研处统一征集的校内教师授课课程并统筹安排。第二学期起开展开设5G与人工智能、美术鉴赏、文物精品与中华文明、家园的治理：环境科学概论、趣修经济学——微观篇等公选课程。学生须完成公选课的学习。除此外邀请电子商务行业专家和实践经验丰富人员开展各种讲座。

（四）第二课堂

组织开展劳动实践、创新创业实践、志愿服务及其他社会实践活动。学生参与社会实践活动经相关部门认可后才可计入第二课堂学分。

七、教学进程总体安排

附表1.1 学时分配表

学年	学期	课内学学时		校外实践学时					其他	教学周时
		理论	实践（实训、上机等）	实习	实训	课程设计	毕业设计（论文）	预就业		
第一学年	第一学期	236	222							19周
	第二学期	238	216							21周
第二学	第三学期	162	282							20周

年	第四学期	166	278							20周
第三学 年	第五学期	92	84				180			20周
	第六学期	2	2					600		20周
合计	2708	868	1060				180	600		20周

附表1.2 课程学分、学时分类表

课程性质		学时			学分	总学分
		总数	理论	实践		
公共基础课		618	348	270	37.5	37.5
专业（技能） 课	专业基础课 程	264	132	132	16.5	88.5
	专业核心课	384	188	196	24	
	专业拓展课	144	72	72	9	
	实践教学环节	1170	0	1170	39	
公共选修课		128	128	0	8	8
第二课堂				0	10	10
总计		2708	868	1840	144	144
实践教学比例		67.9%				

专业课程设置和教学进程表（详情见附表1）

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 生师比

培养造就一支结构合理，具有强烈的创新精神的师资队伍是专业建设的基础。师资龄结构合理，职称分布科学、专兼结合的30人以上的专业教学团队，专业生师低于25:1。其中双师素质教师占专业

教师比60%，高级职称占比达50%以上。为更好的保障人才培养质量专业教学团队能够团结协作,围绕专业建设的核心工作,并积极研究教育教学改革的热点问题,团队教师应具备良好的师德和终身学习能力,适应产业行业发展需求,熟悉企业最新技术发展动态,积极开展课程教学改革。

2. 专任教师

专任教师基本具有高校教师资格证书和电子商务领域有关证书;有理想信念、道德情操、扎实学识和仁爱之心;具有信息管理、电子商务、信息技术、电子信息、商务管理、工商管理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;具有较强信息化教学能力,能开展课程教学改革和科学研究;不少于6个月的企业电子商务实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人一名,具有硕士学位,高级工程师职称、高级电子商务师。曾担任电子商务行业和企业电商主管、总经理和担任区内多家高校电子商务专业特聘教师,还担任广西电商务讲师团讲师,广西区和南宁市电子商务大赛评委并获广西十佳电商讲师荣誉称号,从事电商经营实践和教育十几年,理论和实践经验丰富,在电子商务领域有一定的影响力。

4. 兼职教师

电子商务专业聘请具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神的企业行业精英和总经理、区内高职院校电子商务专业教授和副教授、经验丰富的电商能手等担任专业课程学教学、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

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

1. 专业教室基本条件

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. 校内电子商务专业综合实训室基本要求

规划建设有电子商务实训室共5间，每间建筑面积达100平方米以上。

（1）商品采编实训室

配备投影设备、白板、计算机（60台，学生每人一台），安装 Photoshop、Illustrator、Dreamweaver、Flash、CorelDRAW 等软件；网络接入或 WiFi 环境；配备数码相机、相机三脚架、引闪器、

反光板、柔光灯、摄影灯架、静物台、拍摄幕布、背景板等摄影器材，满足大型商品、小型商品以及人物的拍摄需要；拍摄区要求全遮光环境；配备商品展示柜、相关搭配道具等。用于视频采编、图形图像处理、商品信息采编、网络编辑、网页设计与制作等课程的教学与实训。

（2）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（60台，学生每人一台），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。

（3）电子商务数据分析实训室

配备服务器、投影设备、白板、交换机、计算机（60台，学生每人一台），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，电子商务数据实训系统。用于电子商务运营与推广、电子商务数据分析与应用等课程的教学与实训。

（4）电子商务客户服务实训室

配备服务器、投影设备、白板，网络接入或WiFi 环境，计算机（60台，学生每人一台），语音网关、录音服务器、多媒体耳麦、拨号器等呼叫中心实训设备。用于商务沟通与礼仪、客户服务与管理、客户服务技巧等教学与实训。

(5) 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（60台，学生每人一台），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. 校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。包括电商创业基地、物流配送基地、校内O2O超市，校内电商孵化基地等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。

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，能涵盖当前电商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

开设专业微信公众号、短视频等新媒体平台，建立电子商务专业课程网络课程资源，结合学院特色开通电子商务学习频道，为学生提供多样化的学习渠道。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

电子商务专业选用的教材要求：

- （1）国家职业教育规划教材
- （2）行业重点推荐教材
- （3）结合学院特色自编教材
- （4）联合各校电子商务精英、企业精英编制教材。

2. 图书文献配备基本要求

专业类图书文献主要包括：电子商务专业和相关专业的杂志、专业图书等学习资料。

3. 数字教学资源配备基本要求

- （1）建立电子商务专业课程资源库
- （2）购买电子商务网店运营、移动商务、跨境电商、物流、新媒体等仿真软件

（四）教学方法

在培养中坚持“教、学、做合一”原则，以学生作为为主体、教师主导，根据电子商务专业特点，综合运用项目教学、现场教学、案例教学、情景教学、模块化教学等教学方式，有效利用启发式、

探究式、讨论式、参与式等教学方法，大胆创新教学模式，可利用翻转课堂、混合式教学等新型教学模式，保障教学质量，打造优质课堂。

（五）学习评价

本专业主要是采用综合评价体系，来评价学生。理论课程学习评价主要包括学习表现、平时作业、阶段性考核、实践性作业考核、期末考试的评价；实训课程学习评价主要包括实训纪律、实训资料、实训态度、实训操作、实训结果的评价；顶岗实习通过实习期间每月月报告、实习总结及实习指导教师意见综合进行评价；毕业综合实践报告根据所选课题或项目，到相应专业岗位实习，综合应用本专业知识及技能，完成毕业综合实践报告情况进行评价。

（六）质量管理

在人才培养方案的实施过程中，不断加强教学运行过程管理及质量监控，完善各项管理制度，建立督导机制，定期召开学生座谈会，建立教学质量信箱以及网络测评等制度，及时掌握、监控教学运行过程和人才培养质量。

1. 建立专业建设和教学过程质量监控机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 结合学院和系部的要求不断完善电子商务专业教学管理机制，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、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 建立电子商务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. 成立电子商务专业教研室，并充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

学生通过了三年的学习或弹性学习，修满了本专业人才培养方案所规定的2708学时或144学分，完成了规定的教学活动，达到了电子商务专业人才培养目标和培养规格的要求，准予毕业。

十、附录

- (一) 专业调研报告
- (二) 专业课程设置和教学进程表
- (三) 专业核心课程的课程标准
- (四) 人才培养方案审批表