

锦州师范高等专科学校

电子商务专业人才培养方案(2024级)

【专业名称】电子商务（专业代码：530701）

【入学要求】高中阶段教育毕业生或具有同等学历者

【修业年限】三年

【职业面向】面向电子商务师、互联网营销师、营销员、市场营销专业人员、商务策划专业人员、品牌专业人员、客户服务管理员、采购员等职业，运营主管、全渠道营销主管、O2O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）。

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应岗位名称	初始岗位	发展岗位	岗位能力要求	可获职业资格证书或技能等级证书
财经商贸大类（53）	电子商务类（5307）	网络运营岗位	网店运营专员	网店运营主管	具备吃苦耐劳的精神和认真负责的态度,较强的进取精神和抗压能力,电商运营能力,具备团队合作精神等	1+x 网店运营推广
		网络销售岗位	主播助理	主播	具备良好的语言表达能力和现场操控应变能力,能够在直播中自信地展示产品等	互联网营销师
		电子商务客户服务	客服专员	客户服务管理员	学习客户关系管理的理念,能够对客户进行分类,准确把握客户的需求,快速满足客户的要求,	客户服务管理师

一、培养目标和规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和零售管理、供应链管理、市场与网络营销、商务数据分析、互联网销售、客户服务管理、电子商务法律法规等知识，具备运营数据采集与分析、用户运营与管理、商品发布与优化、社群运营管理、全渠道营销方案设计、O2O销售、智能客服训练、视觉营销设计、互联网产品规划与开发等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事数据化运营、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等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 毕业生应具备的综合职业能力（职业核心能力）

序号	能力名称	内涵要点	主要相关课程
1	数据运营能力	具有搭建数据运营指标体系，开展行业运营、网店运营、社群运营的运营规划、	网店运营、商务数据分析

2	网络营销能力	具有整合营销和销售方案制订与实施、营销活动的数据分析与评估, 细化销售	网络营销、新媒体营销
3	客户管理能力	具有客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控的能力;	网店客服
4	直播推广能力	具有结合企业的市场定位和产品营销推广目标, 完成企业线上直播推广	电商直播

2. 毕业生应达到的基本要求

(1) 基本素质

1) 思想政治素质

热爱社会主义祖国, 能够准确理解和把握社会主义核心价值观的深刻内涵和实践要求, 具有正确的世界观、人生观、价值观。弘扬和传承中华传统美德, 具有强烈的爱国情感和民族精神。

2) 文化素质

具有扎实的语言、数学、科技、审美、信息技术、人文与社会、运动与健康素养, 具有新商科背景下的电商专业互联网思维、大数据思维、跨界融合思维、哲学思辨思维, 提升自身文化素质的多元性, 与区域文化、世界文化、电商行业及企业文化融合, 开放且包容。

3) 身心素质

具有健康的体魄、积极的心态、良好的人际关系和健全的人格, 具有环境适应能力, 具有较强的抗挫和抗压能力, 能够进行情绪管理。具有体育意识, 奠定终身体育锻炼的思想, 具有自觉性和自制力, 养成良好的意志品质和持之以恒的精神。

(2) 基本知识

1) 具有面向电子商务管理和计算机应用以及市场运作方面的高新技术型应用人才应必备的知识;

2) 具有国内外电子商务发展的新理论、新动向、新趋势等相关知识; 具有国际电子商务环境、政策、法律法规的相关知识;

3) 具有电子商务、移动电商专业基础知识;

4) 具有开展商务信息收集、分析、处理的基本知识与专业知识;

5) 具有电子商务网站管理与维护的专业知识;

6) 具有网络营销的基本知识与专业知识;

7) 具有客户服务与管理的基本知识与专业知识;

8) 具有移动商务基本的网店运营知识及主流平台相关基本知识;

9) 具有管理学的基本知识, 以及企业管理一般业务内容和流程相关的专业知识

(3) 基本能力

- 1) 具备网络信息采集、分析与编辑能力；
- 2) 具备商品图片拍摄与图形图像处理能力；
- 3) 具备网页设计和店铺装修的能力；
- 4) 具备网店运营及电子商务活动的操作和时间的基本能力；
- 5) 具备利用互联网进行网络营销推广、移动营销推广的能力；
- 6) 具备移动端网店的运营推广能力；
- 7) 具备通过互联网开展网上采购、网上洽谈、物流管理、网上销售、电子支付等工作的能力；
- 8) 具备在线客服服务能力；
- 9) 具备创新创业能力。

(4) 职业态度

1) 养成良好的职业道德和职业习惯，具备爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会的精神和严谨求实的作风。遵守制度规范、形成岗位安全意识和积极追求产品卓越等职业习惯，形成职业精神。

2) 具有创新精神、创业意识，能够综合运用已有的知识、信息、技能和方法，提出新方法、新观点的思维能力和进行发明创造、改革、革新的意志、信心、勇气和智慧。

3) 具有信息收集处理和分析等素养，具备较强的市场意识、成本意识、质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力，具有系统解决问题的意识与能力。

二、课程体系

(一) 课程体系设计思路

1. 岗课融通，服务“产业链”岗位需求

以立德树人为根本，以培养学生具有“工匠精神”职业素养为主线，将社会主义核心价值观融入教育教学全过程，德智体美劳五育并举，把培养具有多种职业等级证书、能够胜任中小微企业电商岗位群精英人才作为切入点，深层次对接国内知名企业，按照专业整体规划、分步实施的原则，对接中小微企业对电商产业链，通过持续的岗位群跟踪与调研，明确学生职业能力清单，根据产业链岗位群需求整合课程、设置课程模块、分析并设计岗位能力，结合电子商务师职业标准、“1+X”职业技能等级证书标准、电商技能大赛标准等，推进“互联网+”“智能+”教育新形态，校企合作重构与产业链岗位群紧密对接的“通识共享，核心分立，拓展互选”阶段式专业课程体系。“通识共享”即课程体系中的公共基础类课程、创新创业类课程等，重点培养通用职业技能，帮助学生构建职业整体认知；“核心分立”即课程体系中的专业技术技能类课程等按照不同职业方向分流培养，依据3个岗位群中关键节点、岗位群分工和专业特点设置岗位核心课程，帮助学生形成岗位核心能力；“拓展互选”即课程体系中的专业选修课、专业拓展课等，供学生拓展其他专业技能，提升多领域的技能。通过“智慧技术+行业应用”方式将新技术、新工艺、新

规范、新要求等逐级融入电子商务专业课程体系，实现“一岗多能、首岗适应、多岗迁移”复合型精英人才培养目标。

2. 课赛融通，强化“技术链”创新驱动

学校充分发挥职业技能大赛对专业建设、课程改革的引领作用，建立了“校赛—省赛—国赛”三级大赛体系，对照全国职业院校技能大赛电子商务技能赛项和创新创业大赛的国赛及省赛要求，将大赛中的新技术、新标准、新规范融入课程标准中，将大赛中的训练项目、考核评价融入到教学过程中，将大赛所体现的专业素养、合作素养、创新素养、道德素养等职业素养贯穿于人才培养过程中，构建“双师共育，分段培养，三能递进”的实践教学体系。实践技能提升主要处于课程体系的“核心分立”和“拓展互选”阶段，在专业岗位核心课程、专业选修课及专业拓展课的教学中，实现课赛融通。“双师共育”是指采用校企双导师指导、项目实施的形式，以专业课程对应的比赛为载体，围绕竞赛项目开展课堂教学；“分段培养”是指核心课程阶段主要训练学生直播、美工、运营等单项技能，选修课程阶段主要训练学生完成基本项目的综合技能，拓展课程阶段主要训练学生处理复杂项目的创新技能。“三能递进”是指学生单项技能、综合技能和创新技能的渐进式能力提升过程。

3. 课证融通，提升“人才链”多元评价

“1+X”职业技能等级证书和职业资格证书是衡量学生专业技能是否扎实的重要依据，也是对学生专业技能学习的量化考核与评价。电子商务专业为了适应人才培养目标，将“1+X”网店运营推、“1+X”商务数据分析等职业技能等级标准和电子商务师职业标准融入课程标准，将证书培训内容有针对性地融入到专业课程中，将证书考核标准纳入评价体系，依“岗”设企业评价，以“赛”设社会评价，对“证”设行业评价，融“课”设学校评价，形成集企业、社会、行业和学校于一体的多元评价体系。采用“任务过程性评价+项目总结性评价”学习效果评价，评价以自评为基础、机评为辅助、他评（教师评价、企业评价、小组互评）为核心，项目评价、证书评价、大赛评价融入教学考核评价过程，形成多元化、多维度的教学评价体系，真实地反映学生综合能力。

4. 把立德树人作为教育的根本任务，结合学生思想新特点，把思想工作贯穿到教育教学全过程，实现全程育人、全方位育人

一是要找准“思政内容”与专业知识的契合点，通过系统性的课程设计，以无缝对接和有机互融的方式，建立生成性的内在契合关系，做到“基因式”融合。

二是思政融入要立足学科的特殊视野、理论和方法，采取化整为零、“重点”突出的策略，在“深”字上下功夫，做到深度融合。

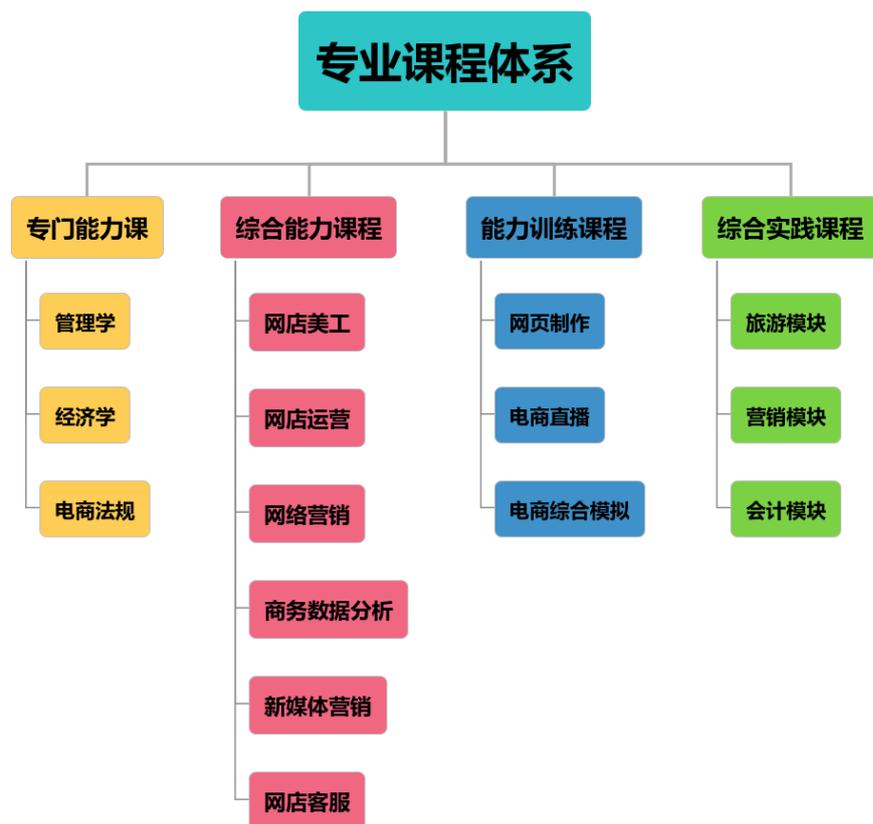
三是融入思政元素要以学生关注的、鲜活的现实问题为切入点，以课堂为出发点，因势利导，鼓励学生个人或团队做延伸性学习或研究。

5. “教学做”一体化，实现引企入校，送课到企的全新教学模式。深化产教融合、校企合作体制机制改革，以中国特色学徒制为基本培养模式，全面推动产教协同育人，培养造就一批实践能力强、适应产业数字化转型升级的技术技能型人才。

在校企合作的基础上，实现企业实战项目的课程植入，引入企业专家教学，使电子商务专业学生在课堂上可以接触真实客服、短视频制作、运营、直播等企业岗位项目，教中做，做中学，学中练，完成电商链条中所有岗位、工作环节的实操实践训练，并把课堂变成学生创业就业的孵化基地。充分利用第五学期的实践模块课程，把学生分成若干项目小组，在任课教师和企业专家的引领下，在校内校外完成既定教学任务和工作任务。

把实训课程分阶段集中教学，如网店客服、直播、新媒体营销等课程，在理论教学之后，实现充分实战教学，如在双十一活动中，通过引项目入课堂的教学模式，集中教学实践，实现实践课程的“教学做”一体化，实践训练的真实化，为学生的创业就业奠定坚实的基础。

（二）课程体系结构



（三）课程设置

1. 公共基础课程

思想道德与法治、体育、大学英语、军事理论课、创新创业教育、心理健康教育、信息化办公应用等

课程为公共必修课程；美育教育、中华优秀传统文化等列为公共选修课。

2. 专业课程

专业课程设置要与培养目标相适应，课程内容紧密联系生产劳动实际和社会实践，突出应用性和实践性，注重学生职业能力和职业精神的培养。按照相应职业岗位（群）的能力要求，确定 5-8 门专业核心课程，并明确教学内容及要求。专业课程设置注重引导和体现理实一体化教学。改革计算机基础和现代教育技术等原公共必修课程，使之贴近专业。

3. 实践性教学

实践性教学环节是高职院校教学的重要组成部分，在日常教学中可通过校企合作项目进校园为学生提供实操部分的实践；也可指导学生在大学生实训基地通过各个项目运营达到实践教学的目标。

集中实践教学主要包括实习、实训、毕业设计（论文）等。应依据国家发布的有关专业顶岗实习标准，严格执行《职业学校学生实习管理规定》有关要求，组织好认识实习、跟岗实习和顶岗实习。

（四）主要核心课程简介

1. 网店运营（学时：54·学分：3）

《网店运营》课程是电子商务专业核心课程，其具有知识技能点多、实践性强的特点。将“岗”“课”“赛”“证”深度融合教学，以运营为核心，以淘宝网为平台，按网店运营流程展开，从运营、美工、推广、客服四个主要岗位介绍网店运营内容，主要设计了“网店筹划”“网店开设”“SEO 推广”“SEM 推广”“其他推广方式”“运营数据分析”共六个学习模块。本书遵循学生的认知规律，以行动导向教学模式为主导，在各学习任务设置了“任务导”“知识探究”“任务实施”“同步实训”，突出系统化知识的提炼与总结，强调实践能力的培养。

2. 商务数据分析（学时：72·学分：4）

《商务数据分析与应用》是电子商务类专业的一门专业核心课程，依据电子商务运营管理岗位群中数据运营典型职业活动而设置，主要任务是完成运营数据的分析并依据分析结果提升营销和运营效率、科学预测、增强客户体验。

通过本课程的学习，学生能掌握数据分析的基本知识、工具、方法，具备在互联网环境下的数据分析、数据可视化展现、及评估优化的能力，通过对流量来源、商品销量、用户画像等数据，利用流量、销售转化率、客户价值、库存分析、动销率分析、带等常用的分析指标进行数据分析，以此指导店铺品类结构及营销策略，加强店铺的竞争力。课程内容从基于数据分析的网络营销，提升到基于大数据分析的商务数据采集、分析与应用到互联网商务运营全过程。

3. 网络营销（学时：54·学分：3）

《网络营销》课程作为电子商务专业基础课程，对培养学生的网络营销能力及解决市场问题的能力具有重要作用。

通过本课程的学习，要使学生获得网络营销基础理论知识、网络营销计划的制定与网站策划、落实网络营销计划的主要举措、络营销管理的若干观点和方法、网络营销工具的使用等方面的基本概念和基本理

论, 让学生学会既能基于传统企业利用互联网开展市场营销活动, 又能基于互联网企业利用市场营销方法规划并发展企业主营业务; 在传授知识的同时, 还要通过课内外实践环节系统地培养学生在网络营销方面的能力, 为综合运用各种营销理论和方法奠定基础。

4. 网店美工 (学时: 64 • 学分: 4)

《网店美工》是电子商务专业的一门核心课, 也是一门课赛融通、专创融合的课程, 通过本课程的学习, 让学习者掌握网店美工的基本设计理念, 学会使用 Photoshop 设计精美的图文表达产品的卖点, 对网页布局有丰富的经验, 能根据公司产品的上架情况和促销信息制作促销广告, 网店元素, 网店首页, 网店详情页的能力, 培养学习者的创意和审美观, 同时也培养学习者务实态度、责任意识、进取精神、工匠精神等, 同时通过本课程的学习, 不但可以为参加电子商务技能大赛学生保驾护航, 还可以让学习者成为技能过硬, 实战能力超强技术人才。

5. 网店客服 (学时: 54 • 学分: 3)

通过本课程的学习, 培养学生具有先进的客服理念, 掌握客户沟通礼仪, 学会客户心态分析及自身心理调适的方法, 掌握呼入电话受理及电话营销策划技能。与此同时, 培养学生能正确运用各种技巧同客户进行有效沟通, 控制通话主动权与提问技巧, 呼叫中心现场管理、KPI 等关键指标设计等方法能力; 培养学生善于沟通、勤于思考等社会能力, 为后继课程的学习和走上工作岗位提供必要的实践的支撑。

6. 电商直播 (学时: 36 • 学分: 2)

《电商直播》是基于互联网、智能手机、微博和微信等新媒体形态的发展而开设的一门新兴的课程, 旨在培养学生利用直播开展营销活动的的能力, 它不仅是高职电子商务专业的专业核心课, 也是市场营销和经济管理类专业的能力拓展课。通过本课程的学习, 学生能够认知直播的类型, 了解直播的内涵、传播特点和直播营销的平台, 掌握电商直播的基本流程与方法, 具备从事电商直播的基本知识和基本技能, 以及电商直播全案运营与策划的能力。

三、教学进程总体安排

公共基础课程学时占总学时比例约为 31%, 专业必修课占总学时比例约为 34% (含专门能力课、综合能力课、能力训练课), 综合实践课占总学时比例约为 6%。按照认知实习、跟岗实习和顶岗实习 (6 个月, 含毕业设计或毕业论文) 以及其他项目课程组织实施, 占总学时比例约为 28%。其中, 认知实习于第一、二学期完成, 跟岗实习于第三、四、五学期完成, 顶岗实习于第六学期完成。专业课程教学实践占比超过 65%。

电子商务专业各学期学时统计表

第 1 学期	第 2 学期	第 3 学期	第 4 学期	第 5 学期	第 6 学期
448	504	540	504	534	378

电子商务专业各类课程学时和学分统计表

课程性质	类别	学时	学分	占总学时比例
	占比			
公共基础课	公共基础必修课	670	39	23%
	公共选修课	230	13	8%
	小计	900	52	31%
专业必修与综合实践课	专门能力课	118	7	4%
	综合能力课	704	40	24%
	能力训练课	180	10	6%
	综合实践课	1006	45	35%
	小计	2008	102	69%
总计		2908	154	100%

四、毕业标准

学生按专业人才培养方案要求修完规定的课程，考核合格，达到毕业最低学分要求和《国家学生体质健康标准》相关要求，准予毕业，颁发毕业证书。

（一）学分

1. 总学分设定在 154 学分；
2. 教学部分原则上 16—18 学时记 1 学分；
3. 其它实践、社会活动、毕业论文、专业见习等原则上 16—18 学时记 1 学分；
4. 实习部分原则上 24 学时记 1 学分。

（二）学时

本专业总学时原则上为 2908 学时，周学时 26 学时，每学时按 45 分钟计算。

五、实施保障

（一）师资队伍

教师基本情况表

序号	姓名	性别	年龄	职称	毕业学校、专业、学位	从事专业	拟任课程	双师	专职/兼职
1	杨隆平	男	47	副教授	渤海大学 计算机 学士	电子商务	网店客服 电子支付与安全	是	专职
2	耿星	男	39	讲师	山东工商学院 工商管理 学士	电子商务	网店运营 网店美工	是	专职

3	张苍楠	女	40	讲师	辽宁工业大学 计算机 学士	电子商务	网络营销	是	专职
4	王颖	女	40	讲师	大连理工大学 计算机 硕士	电子商务	新媒体营销 物流	是	专职
5	梅晓柏	女	40	讲师	长春工业大学、硕士	电子商务	电商法规 国际贸易	是	专职
6	李雅薇	女	25	助教	大连海洋大学	电子商务	商务数据分析、电商直播	是	专职

外聘教师基本情况表

序号	姓名	性别	年龄	职称	职业技能等级	从事专业	拟任课程	双师	专职/兼职
1	李昊轩	男	32	电子商务师	高级	电子商务	实训	是	兼职
2	王民	男	45	通信工程师		电子商务	实训	是	兼职
3	陈静	女	36	电子商务师	高级工（三级）	电子商务	实训	是	兼职

（二）教学设施及资源

1. 实习实训基地情况

实训基地是推动校企合作及产教融合的载体，是提高职业教育人才培养和就业竞争力的重要途径。为更好地贯彻落实国家职业教育方针，实现培养社会高素质人才的目标，学院通过校外实习实训基地建设和校企协同育人机制，深化产教融合、校企合作，不断提升教育教学水平和人才培养质量。

学院一直以来积极寻求产教融合、校企合作新途径，近几年，在学院校企合作领导小组的指导下，进一步完善运行机制，校外实习实训基地的建设更加规范、合作形式更加多样。已建成校内“经管大学生创业实训基地”，包含多个电商项目，校外实训基地多家。

（1）基地运行效果

现有校外实习实训基地 5 家，开展多种形式的校企合作。其中依托沈阳华瑞国际旅行社优质旅游产品和沈抚示范区创新创业孵化基地成立的校内实训基地，结合锦州区位特征，联合笔架山、岩井寺、非遗满绣基地、锦州博物馆等景区，开发锦州及周边地区研学旅游产品，并推出锦州特色美食电商数字人直播项目，为学生提供实践平台，为经管学院旅游、电商、会计专业学生提供了广阔的实训实践平台和创新创业机会，对学院专业建设、学生就业和技能培养起到极大的助推作用，也将促进各专业指导教师产学研相结合教学模式的探索。

(2) 基地接收学生实习实训规范有序

据统计各基地总共每年可提供实习实训岗位 50 多个，岗位数量能够满足专业教学实习实训要求和毕业生就业需求，专业对口率 100%，稳定率 90%以上。为基地和及周边省市现代服务业培养、输送了大量技能型人才，学校的社会声誉不断提高。

实习实训基地情况表

序号	基地名称	实训项目	实习实训条件（设备）	校内/外
1	电子商务实训室	电商模拟、网页设计、客服实务	80 台电脑	校内
2	全媒体直播中心	直播	直播设备	校内
3	无界零售实践基地	营销	校园超市	校内
4	视觉营销实训中心	短视频制作	计算机	校内
5	商务数据分析与挖掘中心	数据分析	计算机	校内
6	供应链客户服务中心	客服	计算机	校内
7	上海银狐科技有限公司	直播、客服，运营	满足真实岗位实操	校外
8	杭州聚学电子商务有限公司	直播、客服，运营	满足真实岗位实操	校外
9	锦州滨海电子商务产业基地股份	直播、客服，运营	满足真实岗位实操	校外
10	辽宁尚宏乡品电子商务有限公司	直播、运营	满足真实岗位实操	校外
11	锦州百合小菜	直播、运营	满足真实岗位实操	校外
12	义县海良食品有限公司	直播	满足真实岗位实操	校外
13	沈阳两只老虎传媒公司	直播、客服，运营	满足真实岗位实操	校外
14	锦州通达市场咨询有限公司	客服	满足真实岗位实操	校外

2. 学校信息化教学条件、教学资源

(1) 本专业教材均为职业教育规划教材最新版本。

(2) 本专业建立了开放的学习平台，专业群网站每年更新专业微课程共享平台。

(3) 学校图书馆专门设置了财经商贸类阅览室，购进了大量专业图书，购置了电子资源（万方数据，商务类电子图书）等。

(4) 经济管理系建立了系内图书馆，藏书 3000 余册，为各专业教学教研提供了丰富的参考资料。

(5) 经济管理系加入全国高等职业院校财经类、商科类专业在线开放课程联盟，建立专业教学资源库。《网店运营》被评为校级精品在线课程。

(三) 教学方法、手段与教学组织形式建议

1. 教学方法

(1) 理论教学方法

电子商务从内容上看，既有技术又有经济管理，具有文理互相渗透的特点。在技术方面，要讲授计算机网络、安全等知识，其技术性很强，内容比较深奥，知识更新快。根据本专业的特点，在教学中主要采用以课堂讲述，辅以多媒体课件等形式，讲解每个单元的重点内容，占用每单元总学时的三分之一；实用案例或电

子商务模拟软件的操作演示, 占用每单元总学时的三分之一; 学生通过网络教学系统了解更深入、全面的知识, 并实际上网查看或使用相关内容, 占用每单元总学时的三分之一。

在案例教学中, 每章选择与教学内容配套的案例讲解, 精心组织学生围绕案例展开讨论, 给学生提供展现自我、探讨问题的机会, 同时培养学生发现问题、分析问题的能力。

(2) 实践教学策略

电子商务学科的特性和企业对电子商务人才多层次多元化的需求, 决定了电子商务教学必须采用灵活多样的实践教学方法, 有针对性地全方位训练学生的实际应用和创新能力。

教师在电子商务的教学过程中要培养学生的参与意识和学习动机, 尽量采用模拟实验教学、开发型实验教学、应用创新实践教学等, 使学生切身体会到普通电子商务的业务流程。

①模拟实验教学。

目前市场上已经开发出一些适合于电子商务教学的实验软件, 学生可以亲自动手操作一个虚拟的电子商务模拟系统, 领会电子商务的概念和方法, 实践的的教学平台深化学生对所学知识的理解, 为了全面提高学生的综合实践能力。这对于培养学生的学习兴趣, 使之系统掌握电子商务基本理论、明确未来工作的任务, 从而激发学习的积极性和自觉性都是十分必要的。

《网店运营》《网店美工》《网店客服》采用的是中教畅想公司开发的电子商务综合模拟实训软件; 《商务数据分析》采用的是北京博导前程信息技术股份有限公司开发的商务数据分析软件; 《跨境电商》采用的是南京奥派公司开发的跨境电商综合实训软件。

②开发型实验教学。

开发型实验教学是在教学过程中积极开展基于项目导向的专业课程教学改革。将项目案例引入课堂, 以任务驱动和项目导向的方式, 进一步加强理论与实践的结合, 使学生循序渐进地学习专业课程知识、掌握岗位必需技能, 培养学生在实践中发现问题、提炼问题, 概括问题、发现商业机会的意识和能力。

《网页制作》通过组成学习小组制作小型网站项目, 培养学生知识学习、技能锻炼和团队合作能力; 《网络营销》和《新媒体营销》通过创建虚拟公司小组, 来为公司进行方案策划和营销推广, 锻炼学生实践能力。

③应用创新实践教学。

主要包括电子商务案例分析、电子商务实施方案设计等内容, 着眼于培养学生对知识和技能的综合运用能力、创新能力以及知识的自我更新能力。

可以采用典型案例演示与分析、课程设计、校外实习基地实训或深入企业帮助其解决有关电子商务实际应用问题等多种实践方式组合完成。

《电商直播》课程通过和合作企业合作, 在校内实训基地实战演练, 开拓学生视野, 提升直播技能水

平;《网店客服》教学以校企合作方式,利用校内实训基地通过电话访问的方式,培养学生客户服务素质。

2. 教学手段

现代化教学手段的软件技术水平直接制约现代化教学手段的使用,电商专业教师更应该熟练运用网络工具,充分利用信息技术手段,结合爱课程、智慧职教、职教云等网络教学资源(移动商务专业国家教学资源库、国家精品在线开放课程、中国大学慕课平台、省级在线开放课程、校级在线开放课程)开展教学。

目前电商专业教师普遍采用超星泛雅学习通平台进行教学。学习通是一个连接移动端、教室端、管理端的移动学习专业平台,使用主体为师生。教师可以通过平台对课程进行规划设计、管理及记录;学生既可以使用平台上的教学资源,而且可以在平台上互动,讨论、反馈问题;特别是在课堂教学活动中,使用学习通,能够突出学生主体的差异性和学生为主体的中心地位。因此,无论是在教室还是实训室,能在相对有限的环境中促进学生尽可能地发挥主观能动性和积极性

3. 教学组织形式

首先,力争给学生一个真实工作学习的环境。项目化课程教学强调实践技能的培养,学生在校期间,将课程的授课地点全部移到了机房,有了一个尽可能模拟真实企业岗位的环境;学生在合作企业实习、工学交替期间,其授课地点则全部移到了企业实际的岗位上。通过研究发现,学生在接近真实或者真实的环境中学习,师生之间通过边教、边学、边做的方式来完成某个教学任务,理论知识学习与实践技能操作间隔时间短,能够很好的融通,教学效果较好。

其次,学生以小组为单位进行学习,突出团队协作、自主学习的教学组织方法。项目化课程教学的课程单元是一个工作任务,工作任务相对复杂,往往需要以多个学生组成一个小组团队的方式才能完成。学生在小组的群体环境下,共同协商问题,使得群体智慧为每个学生所共享;各司其职解决难题,培养了自主学习的能力。当然,我们发现在实际教学过程中,需要注意对团队进行一定的引导,否则很难保证学生完成的质量。

另外,运用了将企业专家引进来,将教师推向企业的教师组织方式。我们的教学内容很多都是企业实际岗位的工作内容,需要教师有实际的工作经验。我们采取了引入兼培养的方式来提高教师队伍的双师化素质。引入的是企业的技术和管理的专家,作为兼职教师的身份组织课堂教学,我们要求学校专职教师要随堂听课。通过这样的方式,学生学到的永远是最接近实际的知识,专职教师也可以扩充知识视野。同时,专职教师也能够通过与企业建立横向科研课题、到企业进行挂职或者实习的方式,走向企业,走进企业,丰富自身实际工作经验。

(四) 教学评价与质量管理

在考核评价上,打破常规期末一张试卷定乾坤的局面,主要采用过程化考核的评价方式。项目化课程教学过程中,项目被分解成了一个个工作任务,对学生参与的每个工作任务进行评价,每个工作任务有

权重,然后将学生参与的每个工作任务的评价汇总,通过权重计算,完成对学生整个项目完成情况的评价。这样的将整个项目的总体评价分解到对项目一个个过程的评价有效地激励了学生努力去完成每一个工作任务;平时成绩的考核更注重学科特点,包括社团作业、校内实训成绩、校外实训成绩等,从不同方面考核学生素质,更加公平和多元化。

根据不同的课程内容,评价体系为三级:理论为主的课程、理实一体课程、实践课程。卷面成绩与其它评价内容成绩比例分别为 50%-50%; 60%-40%; 100%实践考核。以适应当前素质教育的形势,注重过程检查和技能考核。增加实践教学分数的比率,笔试与口试、工学成绩相结合,闭卷与开卷相结合,情景模拟考核、软件系统模拟考核、完成工作任务情况、通过调研写作创业计划等都做为考试、考查的形式,做到考试内容全面化、形式多样化,充分体现“后续式”订单下的人才培养模式的特点,体现职业技能的重要性,把职业技能的成绩及实训中的工作成果纳入到专业课的考核成绩中。

六、其他说明

(一) 设计原则

- 1、专业标准以教育部职业教育国家标准体系为依据
- 2、专业相关的职业资格证书与专业课程的对应关系(表)(任选其一即可获得2学分)

序号	职业技能等级证书/ 职业资格证书	内涵要点	适应工作岗位	备注
1	物流管理(中级、高级)	物流管理,具备物流管理业务能力,具备商品配送和资金周转、成本核算能力,并具有一定的计划、组织、协调能力	仓储主管、运输主管、物流销售主管、物流客户服务主管等	1+X证书,建议取得,颁证机构:北京中物联物流采购培训中心
2	电子商务师(初、中、高级)	具备电子商务运营推广能力,具体包括网络营销、网店运营、网店美工、客户服务等能力	网络营销经理 电商平台运营	建议取得,颁证机构:工业和信息化部人才交流中心
3	电子商务数据分析(中级、高级)	具备数据化运营的能力,具体包括数据采集与处理、数据监控与汇报、数据分析、数据分析报告撰写、数据化运营过程的管理与优化等	数据分析、数据运营	1+X证书,建议取得,颁证机构:北京博导前程信息技术股份有限公司
4	网店运营推广(中级、高级)	具备网店开设与装修能力、客户服务能力、网店推广能力、网店规划与运营能力	搜索引擎推广、信息流推广、商品运营、活动运营、内容运营、店铺运营	1+X证书,建议取得,颁证机构:北京鸿科经纬科技有限公司

3、其他说明

- (1) 前四学期会保留一周时间作为实践周,学生在实践周中通过校企合作等方式培养职业技能。

第一学期技能周,网店美工技能比赛;第二学期技能周,校外企业见习+网店运营技能比赛;第三学期技能周,校内+校外直播实训;第四学期技能周,校内客服实训。

- (2) 第五学期安排营销+电商和旅游两个选修模块课程,其他非本专业学生可以根据职业规划和兴趣选择相应的选修模块课程。

(3) 采用多元化评价学生成绩，包括但不限于电商实操训练成绩、校内外实训成果和企业评价，职业技能竞赛获奖情况等，可以和本学期专业课互换成绩。

(二) 该人才培养方案经专业建设委员会论证通过

执笔人：耿星

审核人：张晓丽 郭庆利

日期：2024年9月

日期：2024年9月

附件 1：课程教学安排表

课程性质	序号	课程代码	课程名称	学分	计划学时			各学期内周学时数						标注 √为考试课程	备注		
					总学时	教学环节		一	二	三	四	五	六				
						理论	实践										
公共基础必修课	1	02139908	思想道德与法制	3	52	36	16	1	2							后6周实践, 计1学分。	
	2	02139902	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	36	28	8			2						√	
	3	02139915	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	54	40	14				3					√	
	4	02139907	中国共产党简史(党史国史类课程)	1	16	14	2	1									
	5	02129904	心理健康教育	2	36	26	10		2								
	6	02129906	劳动教育	1	16	4	12	1								志愿服务和公益活动等劳动	
	7	01129919	信息化办公应用1	4	68	34	34	2	2							√	
	8	01129911	大学英语1	4	64	32	32	4								√	
	9	01129921	大学英语2	4	72	36	36		4							√	
	10	01129912	体育1	2	32	6	26	2								1-4学期, 每个学期安排早间操比赛, 计2学分, 36学	
	11	01129922	体育2	2	36	8	28		2								
	12	01109902	军事理论(含入学教育和军训)	3	48	32	16	3									
	13	01129906	职业发展与就业指导	2	36	18	18		0.5	0.5	0.5	0.5				第2345学期, 开展专题模块课。	
	14	01129907	创新创业教育	2	36	18	18		0.5	0.5	0.5	0.5					
	15	01129920	大学生礼仪规范	2	32	16	16	2									
	16	02139903	形势与政策	1	18	18	0	每学期两次讲座每次2学时 由宣传部、马院安排, 学分计									
	17	01109903	国家安全教育	1	18	18	0	每学期两次讲座每次2学时 学分计入第4学期									
小计:				39	670	384	286	16	13	3	6	1					
公共选修课	18	01129801	人文素养类课程	马克思主义理论课程	1	16	16		1							网络平台课	
	19			人文素养(演讲与口才)	1	18	18			1							高职专业选修
	20			中华优秀传统文化、数学思类课程	1	18	18				1						网络平台课
	21			健康教育	1	16	16		1								网络平台课
	22			美育课程(公共艺术限选课)	2	36	36				2						网络平台课
	23	01129850	科学素养类课程	职业素养类课程	1	18	18						1			网络平台课	
	24			节能减排类课程	1	18	18						1			网络平台课	
	25			绿色环保类课程	1	18	18			1						网络平台课	
	26			金融知识类课程	1	18	18					1				网络平台课	
	27			社会责任类课程	1	18	18							1		网络平台课	
	28			人口资源、海洋资源类课程	1	18	18						1			网络平台课	
29	管理类课程	1	18	18								1		网络平台课			
小计:				13	230	230	0	2	2	3	2	4	0				

课程性质	序号	课程代码	课程名称	学分	计划学时		各学期内周学时数						标注 √为考试课程	备注	
					总学时	教学环节	一	二	三	四	五	六			
															理论
专业必修课	专门能力课														
	1	02010001	经济学	2	32	32	0	2							
	2	02010002	管理学	2	32	32	0		2						
	3	02010601	电商法规	3	54	32	22			3					
	小计:				7	118	96	22	2	2	3	0	0	0	
	综合能力课														
	4	02010614	网店美工	4	64	8	56	4						√	
	5	02010609	网店运营	3	54	16	38		3					√	
	6	02010612	商务数据分析	4	72	16	56		4					√	
	7	02010610	网页设计	2	36	8	28			2				√	
	8	02010603	新媒体营销	3	54	14	40			3					
	9	02010606	电子支付与安全	3	54	40	14			3					
	10	02010615	软文写作	1	16	4	12	1							
	11	02010608	直播电商运营实务	3	48	10	38	3						√	
	12	02010015	国际贸易	2	36	22	14				2				
	13	02010602	供应链与物流管理	3	54	26	28				3			√	
	14	02010607	跨境电商实务	3	54	10	44			3					
	15	02010608	网店客服	3	54	20	34				3			√	
	16	02010611	网络营销	3	54	20	34			3				√	
17	02010620	会计基础	3	54	34	20			3						
小计:				40	704	248	456	8	7	17	8	0	0		

课程性质	序号	课程代码	课程名称	学分	计划学时			各学期内周学时数						标注 √为考试课程	备注		
					总学时	教学环节		一	二	三	四	五	六				
						理论	实践										
专业必修课	能力训练课	1	02010613	电子商务综合模拟	4	72	0	72		4							
		2	02010617	网页制作	2	36	0	36			2						
		3	02010618	综合实训	4	72	0	72			2	2					
			小计	10	180	0	180	0	4	4	2	0	0				
综合实践课程	模块一	1	02010004	市场营销	2	36	24	12				2					
		2	02010203	销售渠道	3	54	36	18				3					
		3	02010207	营销策划	3	54	27	27				3					
		4	02010014	营销口语	2	36	12	24				2					
				小计	10	180	99	81	模块名称：市营模块								
	模块二	1		会计基础	4	72	36	36				4					
		2		会计电算化	3	54	27	27				3					
		3		会计手工记账	3	54	27	27				3					
			小计	10	180	90	90	模块名称：会计模块									

课程性质	序号	课程代码	课程名称	学分	计划学时		各学期内周学时数						标注 √为考试课程	备注	
					总学时	教学环节		一	二	三	四	五			六
						理论	实践								
综合实践课程	模块三	1	02010508	旅游景区管理	3	54					3				
		2	02010507	旅行社经营管理	3	54					3				
		3	02010510	导游实务	2	36					2				
		4	02010505	前厅客房服务管理	2	36					2				
	小计				10	180					模块名称：旅游模块				
	模块四														
	小计										模块名称：				
	模块五	1													
		2													
		3													
4															
5															
小计										模块名称：					
实习实践	1	01129701	认知实习	2	36			18（任选学期）			18		2周		
	2	01129702	跟岗实习	8	192						192		8周		
	3	01129703	顶岗实习	24	576						216	360	共24周		
	4	01129704	毕业教育	1	18							18	1周		
学分总计				154	课时总计			2908							

附件 2：电子商务专业人才培养方案论证意见

锦州师范高等专科学校人才培养方案论证表

专业建设委员会名称		电子商务专业			
论证专业名称		电子商务			
论证意见	<p>专业建设委员会主任（签名）</p> <p>年 月 日</p>				
专业建设委员会成员	姓名	职称/职务	工作单位	专业特长	签名
	张晓丽	教授/院长	锦州师范高等专科学校	管理	
	郭庆利	副教授/副院长	锦州师范高等专科学校	市场营销	
	耿星	讲师/教研室主任	锦州师范高等专科学校	电子商务	
	杨隆平	副教授教师	锦州师范高等专科学校	计算机	
	李昊轩	电子商务师	辽宁盛京教育科技集团有限公司	电子商务	
	王民	通信工程师	锦州滨海电子商务产业基地股份有限公司	电子商务	
	陈静	电子商务师	杭州聚学电子商务有限公司	电子商务	