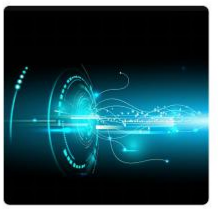
X X X X X X 学 校

人才培养方案



电子商务专业人才培养方案
2020 级

一、 专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701

二、入学要求

普通高中毕业生

三、修业年限

三年

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）	职业技能等级证书或行业企业标准和证书举例
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 客户服务 运营管理	1+X 网店运营推广(中级)、1+X 商务数据分析（中级）、1+X 跨境电商运营（中级）1688 初级运营

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、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；掌握电子商务及互联网营销基本知识和技能，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，能从事营销推广、客户服务、运营管理、美工设计、数据分析和新媒体运营等工作的高素质技术技能人才。

就业岗位群：

初始岗位群——运营专员、销售专员、电商美工专员、新媒体专员

衍生岗位群——网络编辑员、销售推广

发展岗位群——运营主管、销售主管、设计主管、新媒体主管

（二）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：

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、创新思维、全球视野和市场洞察力； （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； （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。
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、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）掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法； （5）掌握市场分析、消费者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，跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法； （9）掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识。
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；能熟练操作各类办公自动化软件； （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； （6）能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度； （7）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； （8）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； （9）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； （10）能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理； （11）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； （12）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； （13）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、人才培养模式与课程体系

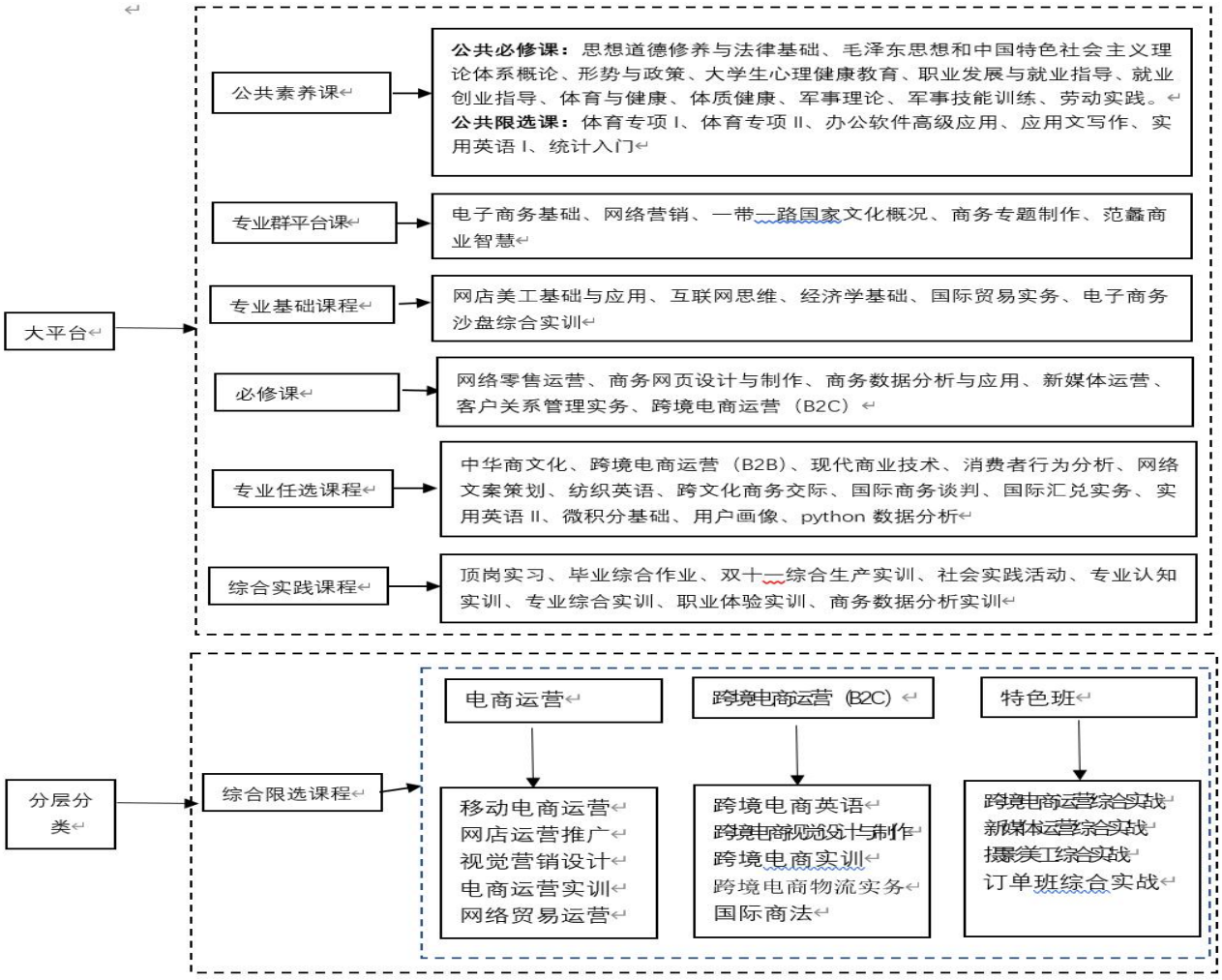
（一）人才培养模式

在国家大力提倡“大众创新，万众创业”的背景下，专业依据地方经济发展，结合电子商务行业发展现状及趋势，通过与企业共同开发“校企双主体”的人才培养方案和实训模块，构建“课岗赛证融、工学紧密融合”的“校企双主体”人才培养模式，培养新商科人才。

通过对课程体系的“三进”重构（技能竞赛进课程，企业元素进课程，1+X 考证进课程），依托 XX 市青年网商学院、XX 市轻纺产业发展研究中心等校政企大平台和“xxx”工作室实践平台，最终实现教学内容与竞赛内容、课程与岗位的有效衔接，课堂教学与实训教学、课程教学与 1+X 证书的有机结合，实现专业与产业的有机对接。

（二）课程体系

1.课程体系结构



2.公共基础课程

课程性质	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求	学分/学时	备注
必修	思想道德修养与法律基础	领会社会主义核心价值观、明确社会主义法律规范。具备分析和解决职业、家庭、社会公共生活等现实领域一般法律问题的能力。	了解社会主义道德基本理论，明确劳动者依法享有的权利和维权途径，能够在社会生活中自觉遵守法律规范，运用法律知识分析和解决现实法律问题。	3/48	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，具备运用马克思主义的立场、观点和方法，分析解决实际生活相关问题的能力。	掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想的基本原理，确立建设中国特色社会主义的理想信念。	4/64	
	形势与政策	掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识；把对形势与政策的认识统一到党和国家的科学判断和正确决策上；增强实现“中国梦”的信心信念。	认清国内外形势，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。	1/32	
	大学生心理健康教育	了解心理健康的判断标准，掌握应对各种心理问题的调适方法，能与人建立持久、和谐的人际关系。	掌握心理健康的基本知识、人际交往心理及技巧等心理健康基本知识和技能，并能应用于实际生活和学习。	2/32	
	大学生职业生涯规划	了解职业发展的阶段特点，形成初步的职业发展规划，学习相关职业发展决策的基本知识，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。	建立生涯与职业意识，职业发展规划，形成初步的职业发展规划，确定人生不同阶段的职业目标及其对应的生活模式。	1/16	
	就业创业指导	了解就业形势与政策法规，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，树立职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的就业观。	了解学习与工作的不同、学校与职场的区别，有效管理求职过程，顺利实现职业生涯角色转变，为职业发展奠定良好的基础。	1/16	
	体育与健康	养成锻炼意识与习惯，掌握身体素质锻炼方法，具备一定的体育精神以及适应社会工作能力。在体育教育与锻炼中激发体育精神，促进人格健康、全面发展。	了解身体素质的相关知识，了解身体素质的锻炼方法，了解在锻炼中出现意外事故的处理方法，掌握体育运动的基本技能。	2/26	

	军事理论	了解我国国防历史和现代化国防建设的现状，初步掌握我国军事理论的主要内容，增强国防观念和国家安全意识，提高政治思想觉悟，激发爱国热情。	掌握中国国防、军事思想、世界军事、军事高科技等基本军事理论与军事技能，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，促进综合素质的提高。	2/36	
	体质健康	了解体质健康相关理论知识，掌握提高体质健康的基本方法和技能，养成锻炼身体的良好习惯。	参与体质健康训练和测试，强化身心健康重要性认知，掌握提升体能素质的基本方法，养成良好的健康习惯。	1/16	
	劳动实践	秉承“劳动创造美好”的理念，让学生体验生活，锻炼学生的动手创造能力，增强学生建设校园、建设祖国、建设社会的责任感，实现“德智体美劳”全面发展。	围绕创新创业，结合学科和专业积极开展实习实训、专业服务、社会实践、勤工俭学等。	1/16	
限选	体育专项 I	了解所选课程运动概况和常用术语，掌握所选课程所授的基本技术和战术，具备一定的所选专项运动欣赏能力，能合理地进行所选专项运动，避免运动损伤。	通过自主选择某一专项运动，掌握该项运动的理论知识、基本技术、基本战术、基本规则和基本裁判法则等。	2/32	体育健康类
	体育专项 II	了解所选课程运动概况和常用术语，掌握所选课程所授的基本技术和战术， 具备一定的所选专项运动欣赏能力，能合理地进行所选专项运动，避免运动损伤。	通过自主选择某一专项运动，掌握该项运动的理论知识、基本技术、基本战术、基本规则、基本裁判法则等。	2/32	体育健康类
	大学人文	了解文学鉴赏的基本原理，掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法；了解文学鉴赏的基本原理，掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法；掌握一定的文学基本知识。能够进行常用文章体裁的写作；能够将语文知识与本专业课程相结合进行创作性的学习。	百家争鸣及诸子思想解读、诗歌与散文、经典诗文朗读会、影视鉴赏、人际交往口才与礼仪、品读人生、现当代文学作品讲析、好书推荐会、神话与传说、史海回眸、口语训练、民歌与流行歌曲欣赏、“诚信”专题演讲赛。强调“有用”“有趣”，让学生在有趣的训练活动中接受全面的人文熏陶。	2/32	人文艺术类
	应用文写作	掌握应用写作基本理论、构成要素、主要表达方式和写	掌握应用写作基本知识，了解自我介绍、党政机关公	2/32	人文艺术

		作过程。能熟练写出符合国家政策法令的，并且观点正确、内容充实、结构合理、层次分明、表达清晰、语言得体、标点正确的各类常用应用文种。	文、通知、新闻报道、研究性报告、调查报告、演讲稿、计划和总结、合同和协议书等文体区别，掌握常用文种写作技巧。		类
	统计入门	了解统计学的基本概念，基本方法及统计分析的实际应用；掌握调查问卷的设计和统计调查的组织形式；会用统计软件进行基本数据处理和分析。	了解统计的研究对象与作用、掌握统计学的基本概念和基本方法，掌握简单的线性相关和回归分析方法；掌握一种统计软件，会进行简单分析应用。	2/32	自然科学类
	实用英语 I	掌握英语实际应用能力，包括视、听、说三个方面，掌握有效学习的方法和策略，提高英语学习的兴趣和能力。	根据自身能力选择英语等级，并在学期末通过高等学校英语应用能力相应级别或同等难度英语测试。	4/56	外语类
	办公软件高级应用	本课程有两个教学目标：第 1 个量化目标为激励学生通过浙江省计算机二级办公软件高级应用等级考试；第 2 个质化目标为提升学生办公软件综合应用能力。	文字处理软件高级应用、数据处理与统计分析、演示文稿的高级设计、文档安全与 VBA。能通过浙江省办公软件高级应用二级等级考试；并能熟练使用 OFFICE 等工具解决企事业单位实际问题。	3/48	信息技术类

3.专业群平台课

课程性质	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求	学分/学时	备注
专业群平台课	电子商务基础	通过认识、体验、实践、分析电子商务全过程，让学生全面理解电子商务相关知识，掌握电子商务基本的操作技能。同时强化学生对电子商务专业的认知，激发学生对专业学习的兴趣，培养学生创新创业意识。为后续专业课的学习打下良好的理论和技能基础。	电子商务概念，电子商务的特点、功能、优势及电子商务对社会产生的影响，B2B、B2C、C2C、O2O 电子商务模式；网络营销的概念；网络营销的常用方法。	2/26	
	网络营销	熟悉网络营销的基本理论和方法，掌握网络营销	网络营销基本概述；网络营销工具应用；网络市场分	4/55	

		常用工具的使用方法和技巧，学会规划网络营销策略和设计网络营销方案，领会基于营销思想的电子商务项目推广。	析；SEM、SEO 原理及应用；网络广告及整合营销策划。		
	范蠡商业智慧	了解范蠡商业思想，加强对浙商、越商的认识，熟悉范蠡经商典故，对范蠡文化研究有所了解。	范蠡经商小故事、范蠡研究的历史由来、越商故事、越商品德性质对现代商业的启迪和影响	2/32	

4.专业基础课

课程性质	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求	学分/学时	备注
专业基础课	国际贸易实务	了解国际货物买卖的基本概念；熟悉相应的国际贸易术语、国际惯例以及达成合同的条款条件；掌握进出口业务的操作步骤。	国际贸易术语与国际贸易惯例、进出口合同的基本条款、进出口商品价格构成、国际货物运输、国际货物保险、国际货款支付、索赔、不可抗力和仲裁。	3/44	
	互联网思维	了解互联网思维的基本概念和特征，掌握移动互联网背景下商业运作的基本模式。培养学生的创新思维，加强学生运用互联网思维进行商业创新活动的能力，提高学生在现代商业领域进行创业的基本素质。	互联网思维出现的时代背景，互联网思维的基本特征，互联网思维在现代商业中的创新应用，大数据对互联网思维发展的影响。	2/26	
	网店美工基础与应用	掌握 Photoshop 基本工具的使用方法，掌握常用的抠图、修图的技巧；并能够模仿和设计简单的海报。培养学生独立思考、善于观察、独立解决实际问题的工作能力，并为后续专业课的学习打下良好的理论和技能基础。	移动工具、画笔工具等 Photoshop 的基本工具的使用方法与技巧；套索工具、钢笔工具等扣图工具的使用方法与技巧；仿制图章、图层样式等修图工具的使用方法和技巧；海报的模仿与设计。	3/52	

	经济学基础	掌握经济学的基本原理，为学好与运用商科专业知识和技能服务；能够根据经济学的基本理论知识和技能，对市场供求发展趋势做出科学合理的预测；能够运用辩证思维方法、数理逻辑思维方法以及实证分析方法分析解决社会经济现象和具体问题；具有运用经济学知识解释经济现象和处理经济问题的能力。	走进经济学；感知供给与需求；学会消费；创造财富；认识市场；洞悉微观经济政策；认识 GDP；认识失业与通货膨胀；领会宏观政策。	2/26	
	电子商务沙盘综合实训	通过全程电子商务沙盘实训，让学生能够真实体验电子商务运营流程；能够正确选择电商运营的战略和战术；培养学生良好的职业素养，为后续学生从事网店运营相关工作做好基本培养和锻炼。	认识电子商务沙盘；认识经营规则和流程；分析市场环境；战略制定；商品采购；营销策划；订单处理；财务管理。	2/30	

5．专业课程

课程性质	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求	学分/学时	备注
必修	网络零售运营	了解京东、拼多多等平台的开店流程和规则；掌握淘宝开店的流程、淘宝规则；能够独立开设、运营一家淘宝网店，能够熟练利用 PS、网页制作等基础知识装修店铺；能够制定好店铺的营销活动；能够为店铺做站内站外推广；能够通过数据分析进行数据化运营与推广，也能为所参与的企业项目进行有效运营推广。	网络零售现状分析；京东、唯品会、淘宝等平台规则、开店准备；淘宝店铺开设、装修；产品选择、发布及优化；数据化运营；订单管理及客户服务等。	4/56	核心课
	商务数据分析与应用	理解商务数据分析报告的概念、类型、构成，掌握商务数据分析的意义、作用、一般流程、典型分析任务、常用分析模型、常用分析方法，能够根据企业要求撰写分析报告。	数据存储查询工具，数据分析工具，数据可视化工具，行业数据分析、客户数据分析、产品数据分析、销售数据分析、推广数据分析、员工绩效分析的内容、方法、工具与流程，从而能够实施	3/44	核心课

			基本的商务数据分析，支持企业数据运营。		
	商务网页设计与制作	了解各类网页开发工具及网站的基本概念；掌握网页设计的基本方法及表现形式；掌握利用 Dreamweaver 制作网页的技术，并能设计制作网页；能使用 Javascript 脚本语言编写简单网页特效；能通过修改代码装修店铺；能够进行关联营销设计；能进行店铺首页设计。	Html 语言基础；网页元素应用；页面布局；Div+css 样式；网页特效制作；商务网站规划与设计。	4/56	核心课
	跨境电商运营(B2C)	了解跨境电商发展现状及趋势，理解跨境电商体系，掌握速卖通、wish、亚马逊、shopee 等平台规则，精通 shopee、速卖通店铺运营方法和策略。	跨境电商发展现状及趋势；跨境电商平台认知及体验；wish、亚马逊、速卖通、Shopee 等平台规则分析；速卖通、shopee 店铺开设、运营、推广，及国际物流设置。	3/44	核心课
	客户关系管理实务	掌握客户关系管理相关理论；掌握客户调研需求分析的方法和技巧；熟悉客户开发、服务、管理和维护技能。	客户关系管理概念、组织及方法模型。开发潜在客户方法、技巧及策略；客户信息管理内容、方法；客户满意度、忠诚度培养方法。	2/28	核心课
	新媒体运营	本课程对用户运营、产品运营、内容运营、活动运营等内容进行了详细的讲解，使学生掌握新媒体运营的必备技能，提升学生新媒体的运营能力，为将来从事新媒体运营工作奠定坚实的基础。	新媒体运营的概念、发展历史；内容运营的策划、编辑、优化、传播；用户运营的方法与思路、策略；产品运营的思路、核心、技巧、策划。	2/28	核心课
限选	网络贸易运营	熟练掌握阿里巴巴中国站、国际站店铺的开店、店铺优化、产品优化、营销推广以及客户管理等策略和方法。	网络贸易体系、店铺开设及装修、产品定位及优化、店铺营销及推广、客户管理及维护	2/28	普通班
	移动电商运营	掌握移动电子商务营销、微信营销、微博营销的相关知识和技能，锻炼学生实践动手能力、分析问题、解决问题以及自主创新的能力。	移动电子商务概念、移动电子商务营销、微信营销的概念及商业价值、微博营销的基本方法和基本技能、奥派微信营销系统平台实训，掌握开展移动电子商务实践和营销的操作与技巧。	2/28	普通班

	网店运营推广	掌握以搜索引擎推广、信息流推广等工作领域对应的知识、技能、素养；并掌握淘宝直通车推广、速卖通推广、百度推广、今日头条推广等当前热点平台的核心推广技能	采用任务式教学法，学习SEO优化、SEM推广、信息流推广的知识、技能，体现“做中学、学中做。	4/56	普通班
	电商运营实训	掌握SEO优化；SEM推广；信息流推广三大网店运营推广的方式与方法，提升网店流量，提高运营实效。	SEO优化实训任务包含淘宝标题优化、速卖通标题优化、百度网页标题优化三种类型，SEM推广实训任务包含淘宝直通车推广、百度推广、速卖通推广三种类型，信息流推广实训任务主要包含今日头条信息流推广这一类型。	2/60	普通班
	视觉营销设计	掌握海报、详情页、首页等各种电商视觉营销图片的设计思路、方法及技巧。掌握电商短视频脚本撰写、视频策划与拍摄、视频剪辑及特效处理的方法及技巧。	海报、详情页、首页等电商图片的设计思路、方法及技巧；脚本撰写的方法与技巧、单反相机拍摄视频的方法与技巧；使用pr进行视频剪辑和特效制作的方法与技巧。	4/56	普通班
	国际商法	了解跨境电商平台运营相关的法律法规知识，规避知识产权风险，提高风险防范意识	跨境电子商务法律法规概述；是跨境电子商务平台规则；跨境电子商务合同的法律制度；跨境电子商务支付的法律制度；跨境电子商务的知识产权保护；跨境电子商务的物流法律制度；跨境电子商务的税收法律制度；跨境电子商务海关监管和检验检疫法律制度；跨境电子商务的风险防范与争议解决法律制度。	2/28	普通班
	跨境电商视觉设计与制作	了解跨境电商视觉的主要内容；知道跨境电商视觉设计的出发点；掌握跨境电商视觉设计的技巧。	跨境电商视觉的解读、从视觉角度解析品牌打造、文案幽默性与视觉的联系、地域间、行业间视觉呈现的差异化，对旺铺视觉呈现、产品详情描述优化、产品视频制作的详细指导，以及对未来视觉营销与跨境电商的预测	2/28	普通班

	跨境电商英语	通过创造良好的语言环境，充分利用现代化的教学手段培养学生掌握跨境电商交际英语的常见短语、表达方式，具有较强的阅读能力和良好的听、说、写、译能力，使他们能用英语交流跨境电商的信息，以适应社会需要。	内容包括 Visiting an E-shop，Asking about Products，Price Negotiation，Placing an Order 等。要求学生能依据国内卖家与海外买家的沟通需求，完成跨境电商洽谈所涉及的交际任务，灵活运用跨境电商交际的典型句式和词汇，进行涉外交际、处理网商业务。	4/56	普通班
	跨境电商物流实务	了解跨境物流、通关税费、海外仓及各种配套物流服务领域的具体操作，知道跨境物流如何助力跨境电商的发展。	跨境电商物流的概念范畴及国际政策利好，跨境出口、跨境进口及国内物流、海外仓等。	4/56	普通班
	跨境电商实训	掌握速卖通平台运营技巧。	阿里速卖通跨境电商平台的运营与推广。主要内容包括零售综述和速卖通平台规则介绍、B2C 电子商务沟通技巧运用、速卖通选品、营销、数据分析、美工视觉、客户服务、支付与结汇和速卖通成功案例。	4/60	普通班
	跨境电商运营综合实战 I	了解海外市场需求，掌握速卖通、SHOPEE 等跨境电商平台规则，精通速卖通、shopee 平台店铺的注册、产品发布及优化、店铺营销推广、物流及客户服务等店铺运营方法和策略	速卖通、SHOPEE 等跨境电商发展现状及规则、海外市场需求调研（站外、站内）、店铺开设、产品发布及优化、店铺装修、营销推广、国际物流以及客户服务于管理。	3/44	特色班
	摄影美工综合实战 I	掌握图片设计的方法与技巧，能够在教师的指导下完成真实的校企合作项目，能够拍摄企业商品图片，能够设计企业店铺海报、详情页、主图等，培养学生的沟通能力及团队协作能力。	布光的技巧；商品造型的技巧；商品图片拍摄的技巧；海报、详情页、主图等图片设计的方法与技巧。	3/44	特色班
	新媒体运营综合实战 I	通过本课程的项目实战学习，可以帮助学生掌握基于 PC 与移动端新媒体工具与推广，各种平台规则以及运营推广策略及技巧。	新媒体运营岗位职责与要求，并根据企业需求和产品特点为企业产品进行新媒体的策划与推广。	3/44	特色班
	订单班综合实战 I	了解数字贸易发展现状及人才需求，理解阿里巴巴国	数字贸易概念及发展趋势、阿里巴巴国际站发展历程	3/44	特色班

		际站定位及功能，掌握阿里巴巴国际站的基本规则，熟练阿里巴巴国际站店铺的基本操作	及功能、阿里巴巴国际站规则、阿里巴巴国际站店铺开设、产品发布及优化、物流设置、询盘管理、订单管理以及客户管理等。		
	跨境电商运营综合实战II	掌握海外市场需求调研的方法，精通速卖通、SHOPEE等跨境电商平台规则，精通各平台店铺运营日常操作，熟练掌握各平台产品推广及营销的策略和方法	海外市场需求调研（站外、站内）、店铺优化、产品营销与推广、粉丝营销及推广、facebook营销及推广、订单管理、海外物流选择及优化、客户服务及管理。	4/56	特色班
	摄影美工综合实战II	掌握产品拍摄技巧，能够在教师的指导下完成真实的校企合作项目，能根据企业要求及产品特点，完成电商短视频策划与制作，培养学生沟通的能力及团队协作能力。	相机的使用方法与技巧；商品造型的技巧短视频策划、拍摄与制作的技巧。	4/56	特色班
	新媒体运营综合实战II	通过本课程的项目实战学习，达到能利用新媒体工具进行产品与服务的推广，以及客户的维护，为将来的就业创业打好基础。	用户运营策略，根据企业需求和产品特点进行用户运营，提升用户的活跃度、降低用户流失率；活动运营策略，根据企业需求和产品特点做好跨界与整合，提升活动参与度，确保活动效果。	4/56	特色班
	订单班综合实战II	了解东南亚市场需求，熟悉SHOPEE平台的定位及功能，掌握SHOPEE平台的基本规则，精通SHOPEE店铺的基本操作。	东南亚跨境电商市场需求、SHOPEE平台发展历程及功能、SHOPEE平台规则、店铺开设、产品发布及优化、物流设置、询盘管理、订单管理以及客户管理等。	4/56	特色班
任选	消费者行为分析	了解影响和决定消费者行为的个人与心理因素（包括消费者的知觉、注意、学习与记忆、态度、需要与动机、个性、自我概念与生活方式），解释消费者行为，最终能通过企业的营销手段引导消费者的消费行为。	消费者行为分析、消费者购买决策、影响和决定消费者行为的个人与心理因素、营销消费者的外部因素、消费者体验与顾客满意等。	2/28	
	中华商文化	了解有关商业及商业文化的基本知识和思想方法；加强对商业文化和商业道德规范的整体认识，增强培养学生的商业职业素养，提升其诚信、敬业、守法、协作的商业素质。	商业的产生与商业文化的关系，中国先商文化、商帮文化和现代商业文化，中外商业文化及差异对比，传承商道中为人之道、用人之道和经营之道。	2/28	

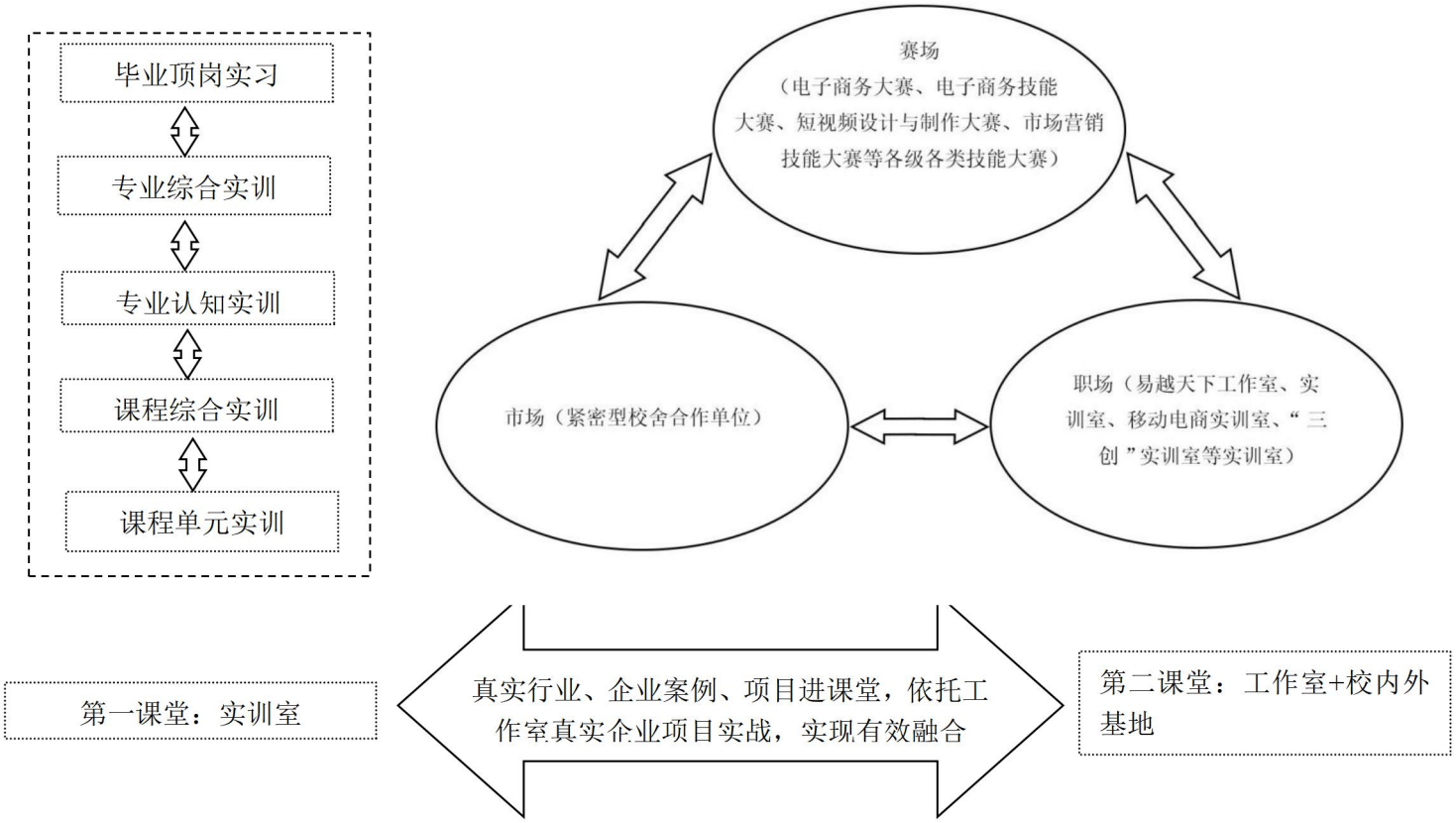
	跨境电商运营(B2B)	了解数字贸易发展现状及人才需求，理解阿里巴巴国际站定位及功能，掌握阿里巴巴国际站的基本规则，熟练阿里巴巴国际站店铺的基本操作	数字贸易概念及发展趋势、阿里巴巴国际站发展历程及功能、阿里巴巴国际站规则、阿里巴巴国际站店铺开设、产品发布及优化、物流设置、询盘管理、订单管理以及客户管理等。	4/56	
	现代商业技术	了解商品在分销过程中的储运及零售管理技术与方法，使学生能够掌握现代商业技术的相关理论，从而明确现代商业技术的发展对现代商业格局产生的变化。	现代物流技术、现代商业数据库技术、商业数据的分析与应用、电子商务技术等	2/28	
	网络文案策划与撰写	了解新媒体文案的写作方法，掌握新媒体文案的相关写作技巧，以快速提升读者的文案写作水平	网络文案策划概述、网络广告策划、网络软文策划、网络广告文案、微博等	2/28	
	纺织英语	培养学生进一步巩固英语知识的同时，学习和掌握有关纺织的基本知识、拓宽专业知识面、增强工作适应能力，为今后的学习工作打下扎实的基础。	掌握纺织的重要概念和基本理论、掌握重要的纺织词汇和术语、在工作场所借助一定的纺织术语和词汇能与外籍人士进行基本交流。	2/28	
	跨文化商务交际	培养学生的跨文化意识、跨文化交际能力和国际视野，从而为专业核心岗位：商务助理、商务翻译、外贸业务员等注入双语交际的“软实力”。	认识语言、文化和交际三者之间的关系；适应各类交际形式；对目的国家文化有更进一步的了解,从而更有效地进行交流；预期以及规避由于不同的文化期望而产生的误解；解释手势和其他形式的体态语；讨论有关文化适应和相容的问题，最终培养并提高学生的跨文化交际能力。	2/28	
	国际商务谈判	了解国际商务谈判的各种策略及沟通技巧、谈判技巧、活动技巧；掌握国际商务谈判的基本程序；具有进行国际商务谈判所需要的沟通能力。	国际商务谈判基本概念与相关理论的系统学习、各种场景的模拟谈判实训活动；商务谈判的规律、方法、原则和技巧策略。	2/28	
	国际汇兑实务	了解国际金融的基本理论和操作实务，让学生在具体的国际贸易过程中，掌握国际金融的相关原理、知识、	掌握国际金融的基础知识。学会理论联系实际，掌握运用所学理论知识、原理、方法分析现实国际金融问题	2/28	

		技能和方法，具备相应的国际金融操作能力；解决在现实贸易中遇到的有关问题和对相关风险进行规避。	和具体案例的能力；能够规避国际贸易相关流程中有关于国际金融、国际结算环节潜在的外汇风险。		
	用户画像	知道用户画像项目开发流程，了解用户画像 8 大应用场景；掌握用户画像的核心技术和产品化方法。	用户画像概念等基础认知、指标体系、标签数据存储、标签数据开发、开发性能调优、作业流程调度、构建方法论、产品化方法、工程实践、8 大应用场景和驱动企业营收增长。	2/28	
	Python 数据分析	知道 Python 的五大开发环境，了解 Python 的基础知识，掌握 Python 数据分析的应用方法和应用技巧。	数据分析基础、搭建 Python 数据分析环境、Pandas 入门、Pandas 进阶、可视化数据分析图表、图解数组计算模块 NumPy、数据统计分析案例、机器学习 Scikit-Learmn、网站 App 平台注册用户分析(MySQL 版)等内容	2/28	
	实用英语 II	掌握英语听、说、读、写、译的能力，提高学生的综合文化素养和跨文化交际意识，为未来的可持续发展打下必要的基础。	学生通过自主学习和教师辅导，能在学期末通过高等学校英语应用能力 A 级考试或浙江省大学英语三级考试或同等难度英语测试。	4/56	
	微积分基础	了解近现代数学的发展基础，掌握微积分极限、导数和积分的基本概念和基本公式，会运用公式、定理进行简单计算、分析或证明。	极限与连续：导数及其应用；积分的概念；积分基本公式和简单的换元积分法。要求学生掌握变量分析方法的核心思想，解决简单的应用问题。	2/28	

（三）实践教学体系

1.实践教学体系

经过多年实践与改革，本专业以“易越天下”工作室为平台，进行分层分类培养，逐渐形成了“五位一体、三场联动”的专业实践教学体系，实现学习、竞赛、就业、创业有效融合。



2.实践教学环节安排

名称	课程性质	周数	主要内容及要求	实践地点	实践成果	学分/学时	开设时间
专业认知实训	限选	2	通过网络或实地企业调研，分析岗位设置、岗位要求及相应的职责，并在老师的指导下完成调研报告并分享。	校内外实训基地	实训报告	2/60	2
社会实践活动	限选	4	校外实训基地电子商务岗位实践及网络创业实践；校内实训基地电子商务专业暑期特训营实践。	校外实训基地	社会实践报告	4/200	1、3寒假 2、4暑假
双十一综合生产实训	限选	3	校企合作进行产品、天猫规则、客服话术、天猫营销活动以及客服岗位职责及工作技巧的培训和岗位实践。	校内外实训室	实训报告	3/90	3
商务数据分析实训	限选	2	通过实训，掌握数据分析的工具、技术和方法，为数据使用者提供专业、准确的行业数据解决方案，从而达到优化运营效果和效率、降低运营成本、提高效益的目的。	校内外实训基地	实训报告	2/60	3
职业体验实训	限选	4	根据实训课程安排，要求学生完成至少四门课程的实训，掌握专业综合实践技能。	职体中心	实训考核成绩	4/100	1-5

毕业综合作业	限选	10	通过毕业综合作业，全面提高毕业生素质，使学生在知识运用、专业技能等方面上一个新台阶。	校外实训基地	毕业综合作业	10/250	5-6
顶岗实习	限选	24	了解社会实际需求，适应社会工作环境，掌握一定的职业技能，为毕业生从事相关工作打下坚实的基础。	校外实训基地	顶岗实习报告	24/600	5-6
备注：职业体验实训包括 SYB 创业模拟实训、范蠡雄鹰班等。其中 SYB 创业模拟实训根据实训课程安排，培养学生创业能力，帮助学生规划创业行动，掌握创业计划书撰写。							

七、教学进程安排

见附表

八、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构

学生与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比例不低于 60%，专任教师队伍职称、年龄结构合理。

2.专任教师要求

①具有高校教师资格；

②有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；

③具有电子商务、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；

④具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；

⑤具有较强的信息化能力，能够开展课程教学改革和科学研究；

⑥有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3.兼职教师要求

①从本专业相关的行业企业聘任；

②具有良好思想政治素质、职业道德和工匠精神；

③具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验；

④具有中级及以上相关专业职称或相关行业企业中层以上管理岗位；

⑥能承担专业课程教学、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

1.专业教室基本条件

专业教室是教学活动的基本场所，是学校重要的教学资源。专业教室均配有

黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、 WiFi 等设施设备，可满足现代化教学的需求。

2.校内实训基地基本条件

校内实训室具体配置要求如下：

序号	实训室名称	实训功能	使用课程
1	电子商务仿真实训室	该实训室配有 56 个工位，主要承担网站首页制作、店铺首页设计与制作、企业网站制作等实训项目。	电子商务理论与实务 商务网页设计与制作
2	移动电商实训室	该实训室配有奥派微信营销软件、72 个工位，主要承担微信、微店、微营销、内容营销等实训项目。	移动电子商务基础与应用 新媒体运营
3	“易越天下”电子商务社会服务工作室	该实训室配有 96 个工位，主要承担电子商务项目运营综合实训、商业摄影与美工设计综合实训等实训项目	摄影与美工综合实战 新媒体运营综合实战 订单班综合实战
4	“三创”实训室	该实训室配有市场营销沙盘软件、60 个工位，主要承担网络创业实训、网络创新创意实训、互联网思维实训等实训项目。	网络零售运营 网络营销实务 互联网思维 第二课堂
5	跨境电子商务工作室	该实训室配有跨境电商教学软件、40 个工位，主要承担跨境电子商务项目运营综合实训等实训项目。	跨境电商运营综合实战 跨境电商运营（B2C） 跨境电商运营（B2B）
6	沙盘综合实训室	该实训室配有电子商务沙盘软件、60 个工位，主要承担电子商务企业经营管理实训、生产企业经营管理实训以及电子商务项目运营实训等。	电子商务沙盘综合实训 客户关系管理实务 网店美工基础与应用

3.校外实训基地基本条件

为保证本专业人才培养方案有效实施，校外实训基地能够提供专业认知、企业认知、岗位认知、顶岗实习等功能。因此具体要求如下：

① 具备良好的企业文化和经营管理理念，拥有高水平的专业技术和高素质的专业团队；

② 能够满足学生食宿、学习、劳动保护等方面的基本需要；

③ 校企合作关系密切，能够开展“产、学、研”方面的交流和合作。

目前校外已建成 XXXXX 电子商务有限公司、XXXX 电子商务有限公司、XX 电子商务有限公司、XXX 信息技术有限公司等 8 家紧密型实训实习基地，同时与 XX 多家传统企业深度合作开展电子商务服务项目。每家企业平均每年接收 20 余名师生顶岗实习、毕业实习等。

（三）教学资源

1．教材选用

本专业以质量为标准选用教材,优先选用近三年出版的国家级或者省级优秀高职高专教材和高职高专规划教材；选用学校批准立项的规划教材。专业教师编写并使用活页式教材、工作手册式教材帮助学生在学习的过程中迅速进入职业角色，明确职业特点和岗位职责，为企业实践和今后就职工作打好基础。所有教材由课程组教师提出申请，经专业、院审核认定。

2．图书文献配备

校图书馆图书文献配备齐全，专业师生可借阅与电子商务技术、方法、思维以及实务操作有关图书，以及经济、管理、营销和文化类文献用于学习、科研等工作。

3．数字教学资源配置基本要求

专业各主要核心课程均已在蓝墨云班、超星学习通、省精品在线开放课程平台、中国大学慕课等在线开放平台上开课，已完成课程介绍、教学大纲、预备知识、教学辅导、参考资料、考核方式、在线作业、在线题库和在线答疑等资料上传，以充分发挥信息技术优化传统教学的优势，适应“互联网+职业教育”发展需求。线上教学资源随着教学内容变化实行动态更新和调整，以满足线上学习。

（四）教学方法

实际教学过程中，教师以学生为中心，线上线下混合式教学，采用现场教学、启发式教学、项目化教学、案例式教学、小组讨论等灵活多样的教学方法，并极探索与实施教、学、做、练一体的项目化与模块化教学，以充分调动学生学习的积极性、主动性，促进学生的积极思考，激发学生的潜能。

（五）学习评价

采用过程性考核与终结性考试相结合的方式进行考核。过程考核依据平时作业、课堂表现、考勤记录等考察学生的知识积累和素质养成。终结性考核以笔试、机试、面试、案例作业等形式进行，考核学生的知识运用能力。针对校企共建课程，如跨境电商运营综合实战，摄影与美工综合实战，新媒体运营综合实战，订单班综合实战、“双十一”综合生产性实训等课程采用校企共同评价的方式进行考核，学校考核学生的考勤率、工作纪律，企业考核学生工作量、工作质量、工作态度、能力素质等。

（六）质量管理

学院有教学督导组、学生信息员等质量监控人员，对教学管理及教学全过程的各个环节的质量情况进行监督控制与评价，包括专业定位、培养计划和培养目标，对教学条件、实训室教学与使用、教学过程、教学效果、毕业生质量的跟踪等，科学地鉴定了教学质量的全面状况，并提供反馈信息，促进了教学质量进一步提高。

九、毕业要求

（一）学时学分要求

本专业毕业要求至少修满 149 分，2990 时。

类别		毕业学时要求		毕业学分要求	
		学时数	比例	学分数	比例
公共	必修	430	14.48%	20	13.42%
	限选	260	8.70%	17	11.41%
	任选	64	2.14%	4	2.68%
专业群平台课		130	4.35%	11	7.38%
专业基础课		178	5.95%	12	8.05%
专业	必修	256	8.56%	18	12.08%
	限选课	1588	53.11%	61	40.94%
	任选课	84	2.81%	6	4.03%
合计		2990	100%	149	100%

（二）证书要求

序号	证书/标准名称	颁证机构	等级要求	可认定学分数	可替代课程名称	获证要求	
						必考	鼓励
1	1688 初级运营	阿里学院	初级	1		√	
2	电子商务数据分析	北京博导前程信息技术股份有限公司	中级	4	商务数据分析与应用		√
3	跨境电商 B2B 数据运营	阿里学院	中级	4	跨境电商运营(B2B)		√
4	网店运营推广	北京鸿科经纬教育科技有限公司	中级	4	网店运营推广		√

十、说明

本方案由我校电子商务专业教学团队与行业企业专家共同研讨，经过调研、研讨、论证等过程，于 2020 年 7 月修订完成，并经专业指导委员会论证。

附件 1：教学进程表（三年制）

电子商务专业教学进程表（三年制）

课程属性	课程性质			课程编号	课程名称	课程类型	学分	课程学时数			开课学期、理论教学周及周学时或实践教学周数						考核方式
								合计	理论	实践	1	2	3	4	5	6	
											13	14	11	14	16	16	
公共课程	必修课			9101B010	思想道德修养与法律基础	B	3	48	26	22	2						考试
				9101B020	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	4	64	56	8		4*14					考试
				9101A010	形势与政策	A	1	48	48	0	每学期8学时						考查
				9107B001	大学生心理健康教育	B	2	32	26	6		2					考查
				9106B003	大学生职业生涯规划	B	1	16	12	4	2*8						考查
				9106B004	就业创业指导	B	1	16	14	2				2*8			考查
				9201C001	体育与健康	C	2	26	2	24	2						考试
				9201C030	体质健康	C	1	16	0	16	课外						考查
				9201A011	军事理论	A	2	36	36	0	线上						考试
				6199C011	军事技能训练	C	2	112	0	112	2W						考查
				6101C001	劳动实践	C	1	16	0	16	1W						考查
				应修小计			20	430	220	210	5	6	0	1	0	0	
	公共选修课	限选课	体育健康类	9201C021	体育专项I	C	2	32	0	32		2*16					考试
				9201C022	体育专项II	C	2	32	0	32				2*16			考试
			信息技术类	0199B040	办公软件高级应用	B	3	48	20	28	4*12						考查
			人文艺术类	9103A300	大学人文	A	2	32	32	0		2*16					考查
				9103A280	应用文写作	A	2	32	32	0			2*16				考查
			外语类	0299B011	实用英语I	B	4	52	26	26	4						考试
			自然科学类	9102A060	统计入门	A	2	32	32	0		2*16					考查
				应修小计			17	260	142	118	8	6	2	2	0	0	
		任选课	人文素养类		人文素养类	A	2	32	由教务处统一编制课程目录，学生选修								考查
			科学素养类		科学素养类	A	2	32	由教务处统一编制课程目录，学生选修								考查
				应修小计			4	64									
专业群平台课程	必修课			0201B090	电子商务基础	B	2	26	16	10	2						考试
				0203B150	网络营销	B	4	56	30	26		4					考试
				0299B025	商务专题制作	B	1	16	0	16				4*4			考查
				0299A010	范蠡商业智慧	A	2	32	32	0			2				考查
				应修小计			9	130	78	52	2	4	2	1			

专业课程	专业基础课		0202B120	互联网思维	B	2	26	10	16	2						考查
			0202B030	网店美工基础与应用	B	3	52	20	32	4						考试
			0202A001	经济学基础	A	2	26	26	0	2						考查
			0202C035	电子商务沙盘综合实训	C	2	30	0	30			1W				考查
			0202B003	国际贸易实务	B	3	44	30	14			4				考试
			应修小计			12	178	86	92	8	0	5	0	0	0	
	必修课		0202B071	网络零售运营▲	B	4	56	20	36		4					考试
			0202B080	商务网页设计与制作▲	B	4	56	18	38		4					考试
			0299B034	商务数据采集与应用▲	B	3	44	20	24			4				考试
			0202B015	跨境电商运营（B2C）▲	B	3	44	22	22			4				考试
			0202B379	新媒体运营▲	B	2	28	10	18				2			考试
			0202B090	客户关系管理实务▲	B	2	28	12	16				2			考试
			应修小计			18	256	102	154	0	8	8	4	0	0	
	专业选修课	专业限选课	电商运营模块	0202B382	移动电商运营	B	2	28	10	18				2			考查
				0202B381	网店运营推广	B	4	56	14	42				4			考试
				0202B380	视觉营销设计	B	4	56	20	36				4			考查
				0202C384	电商运营实训	C	2	60	0	60				2W			考试
				0202B230	网络贸易运营	B	2	28	12	16				2			考查
				应修小计			14	228	56	172				14			
			跨境电商（B2C）模块	0207B063	跨境电商英语	B	4	56	40	16				4			考查
				0207B061	跨境电商视觉设计与制作	B	2	28	10	18				2			考查
				0207C065	跨境电商实训	C	2	60	0	60				2W			考试
				0207B064	跨境电商物流实务	B	4	56	24	32				4			考试
				0207B062	国际商法	B	2	28	18	10				2			考查
				应修小计			14	228	92	136				14	0	0	
			特色班（每学期最多选2门课程）	0202C200	跨境电商运营综合实战I	C	3	44	0	44			4				考查
				0202C201	摄影美工综合实战I	C	3	44	0	44			4				考查
				0202C203	新媒体运营综合实战I	C	3	44	0	44			4				考查
				0202C204	订单班综合实战I	C	3	44	0	44			4				考查
				0202C205	跨境电商运营综合实战II	C	4	56	0	56				4			考查
				0202C206	摄影美工综合实战II	C	4	56	0	56				4			考查
				0202C207	新媒体运营综合实战II	C	4	56	0	56				4			考查
				0202C208	订单班综合实战II	C	4	56	0	56				4			考查
				应修小计			14	200	0	200			8	8	0	0	
			综合实践	0299C030	社会实践活动△	C	4	200	0	200	寒暑假活动8W						考查
				0202C030	专业认知实训△	C	2	60	0	60		2W					考查
				0202C020	双十一综合生产实训△	C	3	90	0	90			3W				考查
				0299C003	岗位认知实训△	C	2	60	0	60			2W				考查
				6299C001	职业体验实训△	C	4	100	0	100	4w						考查
				0299C010	顶岗实习△	C	24	600	0	600					24W		考查
				0299C020	毕业综合作业△	C	10	250	0	250					10w		考查
				应修小计			49	1360	0	1360	0	2	5				
		专业任选课		0202C209	商务数据分析实训	C	2	60	0	60			2W				考查
				0299A011	中华商文化	A	2	28	28	0				2			考查
				0202B073	跨境电商运营(B2B)	B	4	56	20	36				4			考查
				0299A012	现代商业技术	A	2	28	28	0				讲座			考查
				0202B022	消费者行为分析	B	2	28	10	18				2			考查
				0202B021	网络文案策划与撰写	B	2	28	10	18				2			考查
				0201B050	纺织英语	B	2	28	10	22				2			考查
				0201B120	跨文化商务交际	B	2	28	16	16				2			考查
				0203B078	国际商务谈判	B	2	28	14	14				2			考查
				0203A060	国际汇兑实务	B	2	28	14	14				2			考查
				0202B701	用户画像	B	2	28	14	14				2			考查
				0299B012	实用英语II	B	4	56	32	24				4			考试
				0202B702	Python数据分析	B	2	28	10	18				2			考查
				9102A070	微积分基础	A	2	28	28	0				2			考查
		应修小计				6	84	32	52							

合计	学分数（必修+限选）		139	2794	720	2074	23	26	24	21			
	学期课程门数（必修+限选）						11	8	9	10			
	学期考试课门数（必修+限选）						6	5	3	5			

说明：1.“应修小计”指学生必修或必须选修的最低学分要求。

2.“▲”为专业核心课程，“△”为独立设置的集中实践教学环节。

3.阶段授课的课程，标注教学周数，如“4*14”，指周学时*理论教学周。

4.标注“课外”的，是指课程教学安排由相应开课部门统筹安排，不列入学校总课表。

5.第二学期由于开展专业认知实训而暂停的毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论课、大学生心理健康教育课，体育专项I、统计入门需另行补课。

6. 第三学期由于开展双十一综合生产实训而暂停的大学人文需另行补课。

7. 第四学期由于开展电商运营实训而暂停的体育专项II、就业创业指导需另行补课。