

电子商务专业

人才培养方案

经贸旅游学院

2019年7月

合肥职业技术学院电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：630801

二、入学要求

具有高中阶段教育毕业生或具有同等同等学力者。

三、修业年限

学制：全日制三年专科

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)	职业资格证书或技能 等级证书举例
财经商贸 大类(63)	电子商务 类(6308)	批发业 (51) 零售业 (52)	电子商务人员 (2-02-13) 销售人员 (4-01-02) 商务咨询服务 人员 (4-07-02)	运营管理 营销推广 客户服务 网页美工 数据分析	电子商务师 网络编辑师 网络营销师 物流管理师 阿里巴巴认证颁发的 电商人才证书

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业方向为适应区域经济社会发展，培养德、智、体、美、劳全面发展，具有与专业相适应的文化水平与职业道德，掌握经济、管理、信息技术和电子商务专业理论知识和职业技能，在“互联网”环境下从事电子商务运营、网络营销、电商客服、网站维护工作，具有创新意识和创业能力的高素质技能人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识、能力等方面达到以下要求。

1. 素质方面

(1) 具有正确的世界观、人生观、价值观，坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；

(2) 崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识；

(3) 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；

(4) 具有良好的身心素质和人文素养，具有一定的审美素养。

2. 知识方面

(1) 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及新时代中国特色社会主义思想基本理论，以及英语、应用文写作、计算机基础、经济学基础等文化基础知识；

(2) 掌握电子商务概论、市场营销、管理学、经济学、商务英语、电子商务物流、移动商务、经济法与电子商务法律法规等专业基础知识；

(3) 掌握网络营销、网络编辑、网店美工、电子商务客户服务与客户技巧、商务数据分析、网店运营、网页设计与制作、电子商务网站推广与优化等专业知识。

3. 能力方面

(1) 通用能力

具备良好的政治思想素质、道德品质和法律意识；

具备人文科学素养，形成稳固的专业知识和良好的生活态度；

具备诚实、守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗的工作态度；

具备良好的人际交往能力、团队合作精神和客户服务意识；

能严格遵守岗位操作规范；

具有正确的就业观和创业意识；

具备敢于创新、勇于探索的精神；

可持续发展的能力，主要指思维、学习、获取信息等能力；

(2) 专业技术技能

具有本专业必需的商务知识；

掌握本专业必需的网络信息技术；

具有开展商务信息收集、分析、处理的基本能力；

具有网上交易营运的基本知识与专业能力；

具有与客户沟通、服务与管理的基本能力；

具有利用相机和图形设计软件进行商品拍摄和图片处理能力；

具有电商企业仓储及物流管理的能力；

具有利用互联网进行电子商务创新、创业能力。

六、课程设置及要求

(一) 基于“工作过程系统化”岗位模块课程体系结构

深入调研分析电子商务行业企业需求，结合我校电子商务专业发展的实际，明确专业培养目标、规格，确定专业面向的典型企业、典型岗位，明晰岗位知识

和能力素质结构是人才培养的起点。继续与省内大中型电子商务企业及安徽青年电子商务产业园、安徽电子商务产业园以及合肥国际电子商务产业园等保持密切联系，持续分析典型电子商务工作岗位——网络营销、电子商务客户服务和技术支持岗位对素质和技能的不同要求，通过分析职业能力构成，分解典型工作任务，形成岗位操作规范，建立以模块化课程为基础，以“工作过程系统化”为思想，以“理实”一体的教学模式为保障，工学结合，实现培养目标。

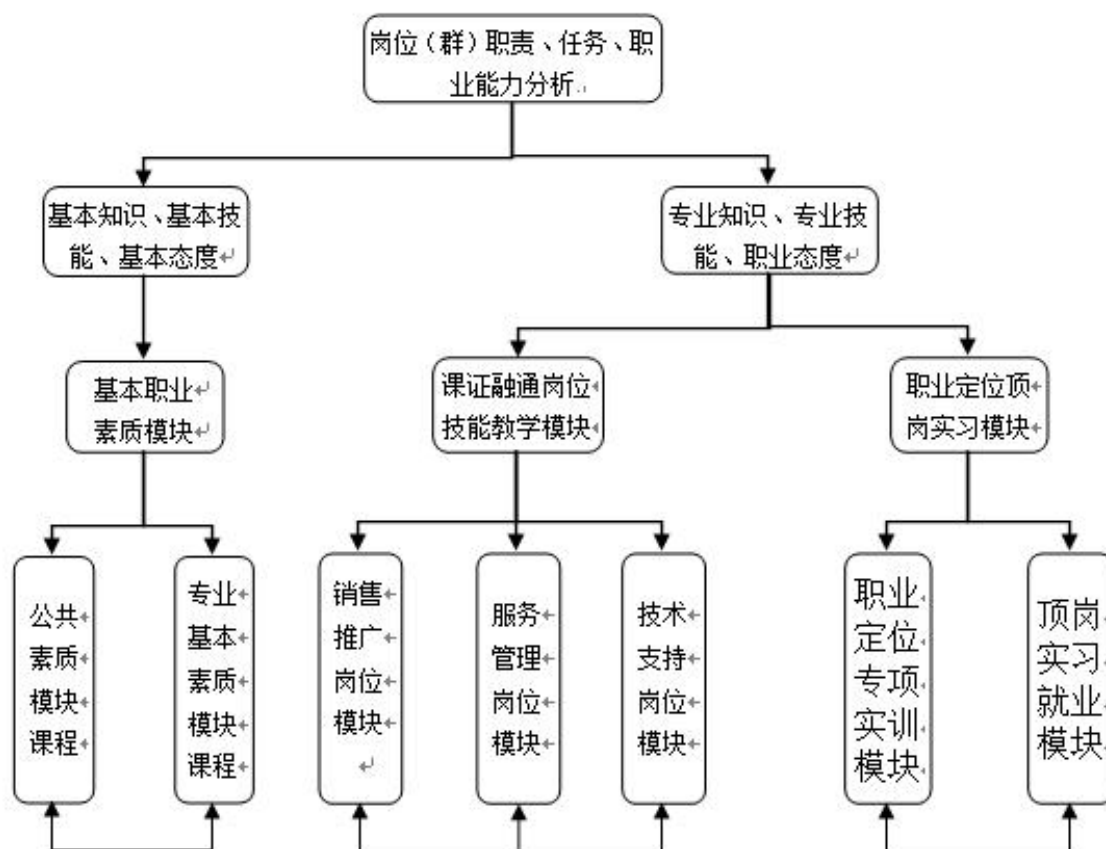


图1 课程体系框图

在这一课程体系构成中，依据电子商务专业岗位（群）必备的知识、能力、素质要素转换为相关模块课程，构成基于“理实”一体的课证融通的模块式课程结构。一是基本职业素质模块课程，由公共素质模块课程和专业基本素质模块课程组成；二是课证融通教学模块课程，由课证融通模块核心课程和职业能力综合实训模块课程组成，可根据专业特点设定适合学生发展的若干项目；三是职业定位顶岗实习模块课程，由职业定位专项实训模块课程和顶岗实习就业模块课程组成。在此基础上又细分为：公共素质模块、专业基本素质模块、技术支持工学模块、服务管理工学模块、营销推广工学模块、职业定位专项实训模块、顶岗实习

就业模块，共计 7 个模块（见图 1）。

表 1 基于“工作过程系统化”的课证融通模块课程构成表

一级模块	二级模块	课程
基本职业素质模块课程	公共素质模块课程	思想道德和法律基础、毛泽东思想邓小平理论和三个代表重要思想概论、形势与政策、英语、健康教育、体育、入学教育和军训
	专业基本素质模块课程	经济学基础、管理学原理、电子商务概论、商务礼仪、图像处理与视频制作、市场营销
课证融通技能教学模块课程	服务管理岗位模块课程	客户关系管理、客服技巧、网店运营
	营销推广岗位模块课程	网络营销、移动商务、跨境电子商务、数据化营销
	技术支持岗位模块课程	网页设计与制作、电子商务网站推广与优化、网店美工
职业定位顶岗实习模块课程	职业定位专项实训模块课程	综合实训、职业生涯规划专题讲座、就业指导、毕业实习及答辩

（二）公共基础课程

1. 公共基础课：17 门，计修 49 学分，788 学时，占总学时的 3.1%。思想道德修养与法律基础（48 学时，3 学分）、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（72 学时，4 学分）、英语（64 学时，4 学分）、体育基础 I（32 学时，2 学分）、体育选项 II（36 学时，2 学分）、体育专项训练（36 学时，2 学分）、军事理论（36 网络学时，2 学分）、大学生心理健康教育（16 学时，1 学分）、职业生涯规划与创新思维（32 学时，2 学分）、创新创业教育（36 网络学时，2 学分）、形势与政策（18 学时，1 学分）、就业指导（16 学时，1 学分）。

2. 职业基础课程：8 门，计修 32 学分，560 学时，占总学时的 21.64%。办公自动化（72 学时）、经济学基础（72 学时）、商品学概论（72 学时）、市场营销（72 学时）、商品拍摄与处理（64 学时）、现代企业管理概论（72 学时）、商务礼仪与沟通（36 学时）、消费心理应用（72 学时）。

（三）专业（技能）课程

共 102 门，计修 36 学分，604 学时，占总学时的 23.05%；顶岗及毕业实习 660 学时，占总学时的 26%。电子商务概论（60 学时）、网络营销（72 学时）、数据化营销（72 学时）、电子商务与物流（72 学时）、电商运营（72 学时）、客户关系管理（72 学时）、网店装修（72 学时）、软文营销（72 学时）、电子支付预结算（36 学时）。

素质拓展课程：其中素质拓展课程 4 门，计修 8 学分，128 学时（非课内学时）。视觉营销（72 学时）、H5 营销（72 学时），二选一，4 学分；商务英语（64 学时）、国际贸易理论与实务（72 学时），二选一，4 学分。

（四）核心课程内容

1. 电子商务概论（60 学时，4 学分）

本课程对电子商务的整体框架进行系统介绍，主要内容包括：电子商务概述、电子商务的模式与应用领域、电子商务的功能与结构、电子商务主要环节与流程、电子商务安全保障体系、电子商务支付系统、网络营销技术、电子商务下的物流、电子商务的实施策略等。在进行课程学习的同时，要求每个同学独立开展网上开店实践活动，在老师的指导下完成开店全部流程，对于开店产生效益的同学另外给予课程评价。

2. 办公自动化（64 学时，4 学分）

本课程从介绍计算机基础操作知识出发，介绍主要办公软件 office 的基础及高级应用，涵盖学生使用五笔录入汉字的考核内容。要求学生能够使用这些软件网店日常事务处理和数据分析。

3. 网络营销（72 学时，4 学分）

该课程是一门应用性很强的课程，主要运用大量案例讲解网络营销的各种知识和方法，让学生了解网络营销的外部环境、网络营销对象的特征、购买动机和行为、购买模式以及影响购买的因素；让学生掌握网络营销的基本策略（产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略）；让学生掌握网络营销常用的几种工具和方法；了解网络营销的各种技巧。

4. 电子商务与物流（72 学时，4 学分）

从电子商务与物流的关系入手，以物流岗位的实际运作为主线，按照课程教学的思路，系统讲述了电子商务环境下的仓储、运输、配送、第三方物流、供应链管理、国际物流、物流信息技术及法律知识等内容。安排的实践学时用于野外观察物流设备设施及其工作过程。

5. 电商运营（64 学时，4 学分）

本课程介绍了主流电子商务环境下的基础平台操作及推广运营工具的使用。内容涵盖网络零售平台、网店日常运营管理、网店工具的应用、商品拍摄与网店美化、推广与营销等。

6. 网店装修（72 学时，4 学分）

本课程系统地介绍了网店装修的必需知识和技能，在网店装修的相关技术的基础之上，从视觉营销的角度出发详细介绍了网店装修的方法与技巧，对店铺的各个模块围绕“装修准备→配色设计→图片后期→店铺装修”这条线索展开内容，

不仅为初学者提供实用的店铺设计与装修指导，也为学生创业提供借鉴与参考。

7. 数据化营销（72学时，4学分）

本课程介绍了电子商务环境下的网店数据化营销知识，内容包涵行业分析、竞争分析、网店数据分析，货品规划、运营规划、数据监控、客户数据分析，营销活动及数据分析，数据分析工具使用等内容。

8. 软文营销（72学时，4学分）

软文营销是电子商务专业的专业核心课程，通过学习网络编辑技能，使学生牢固树立现代网络营销观念，掌握营销的基本理论和方法，了解企业网络营销活动的实际情况，积累电子商务和营销实践经验，提高学生从事网络营销活动所具备的职业素质和能力，为学生适应现代电子商务企业的网络营销奠定理论和技基础。

8. 电子支付与结算（36学时，2学分）

电子支付与结算是电子商务专业的专业核心能力培养课程，通过学习网络编辑技能，为学生从事网络营销岗位就业提供网络支付工具应用能力支撑，为学生在网络岗位就业提供基本的技能保障，使学生在网络交易业务中安全高效使用网络支付工具完成支付与结算业务。

七、教学进程总体安排

（一）教学活动时间分配表

表2 教学活动时间分配表（按周）

学期	教学	考核	入学教育 军训	毕业 教育	实训	毕业 实习	机动	总计 (周)
1	16	1	2				4	20
2	18	1					1	20
3	18	1					4	20
4	18	1			1		3	20
5		1			18		2	20
6		1		1		15	3	20
总计	68	6	2	1	19	15	17	120

(二) 理论与实践教学学时分配表

表3 理论与实践教学学时分配表

教学形式	学时		理论与实践学时比
理论	1048		1:1.52
实验、实训	1108	1592	
毕业顶岗实习	484		
共计(学时)	学时(包括课内与课外学时)		
课内总学时	26420		

(三) 教学进程表

表4 电子商务专业教学进程表

课程分类	序号	课程名称	授课时间分配					每周授课时间分配												
			合计	其中		考试	考查	学分标准	第一学年			第二学年			第三学年					
				理论	实训				第一学期	第二学期	第三学期	第一学期	第二学期	第三学期	第一学期	第二学期				
																	2周	16周	18周	4周
公共基础课程	必修课	1 思想道德修养与法律基础	48	48			1	3		3										
		2 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	72			2	4			4									
		3 体育(基础、选项、专项)	104	4	100		1,2,3	6		2	2									
		4 军事理论	36	36			1	2												
		5 健康教育	16	16			1	1		/2*8										
	限定选修课	6 职业生涯规划与创新思维	32	32			2	2		2										
		7 就业与创业指导	16	16			4	1						2*8/						
		8 形势与政策	8	8			4	1						/2*4						
		9 英语	64	34	30		1	4		4										
		11 美育	32	32			5	2												
	选修课	10 视觉营销	二选一	72	36	36		2	4											
		11 H5营销		72	36	36		2	4		/4*16									
		12 跨境电商实务	二选一	72	36	36		3	4					/6*12						
		13 国际贸易理论与实务		72	36	36		3	4					/6*12						
	拓展课	14 电子商务技能训练II(网店美工)		24		24		1						/4*6						
		15 电商创业		72	36	36		4	4											
		16 商务礼仪与沟通		36	20	16		3	1					2						
	专题讲座	17 社会责任教育		8	8			1						讲座						
18 创新创业			8	8			1											讲座		
小计			776	446	310			43												
专业(技能)课	专业核心课	19 ★网络营销		72	36	36		4	4											
		20 ★网店装修(含网页设计)		72	36	36		2	4			4								
		21 ★数据化营销		72	36	36		4	4											
		22 ★软文营销		72	36	36		3	4					4						
		23 电子商务与物流		72	36	36		3	4					4						

	24	★网店运营	72	36	36	4		4				/6*12					
	25	电子商务技能训练III (电商运营)	24		24			1				/4*6					
	26	客户关系管理	72	36	36	4		4					4				
专业课	27	办公自动化 (含汉字录入考核)	64	32	32	1		4									
	28	★图像处理与视频制作	64	32	32	1		4									
	29	经济学基础	64	64			3	4					4				
	30	商品学概论	72	36	36		2	4		4							
	31	市场营销原理与实务	72	36	36		3	4					4				
	32	现代企业管理 (含 ERP 基础知识)	72	36	36		2	4		4							
	33	★消费心理应用	72	36	36	2		4		4							
	34	★电子商务概论	60	30	30	1		4		/6*10							
	35	电子商务技能训练 I (网店客服)	24		24			1		/4*6							
	36	电子支付与结算	36	18	18		3	1					2				
	37	“1+X”专业能力提升 (网店运营推广)	36	10	26		4	2								2	
	38	电商运营 (专业综合实训)	72		72		4	4								8	
	39	网络营销实务 (专业综合实训)	72		72		4	4								8	
	40	电商客服精英 (专业综合实训)	72		72		4	4								8	
小计			1380	582	798			77									
毕业实习与企业顶岗实习			484		484			22								484	
周学时									28	28		28	26				
总学时			2640	1048	1592			142									
毕业考试科目	1	网店运营	每学期开课门数					10	10		9	11					
	2	网络营销	考试门次					3	2		2	2					
	3	客户关系管理	考查门次					7	8		7	8					

(四) 实践教学进程表

表 4 XXXXXX 专业实践教学进程表

序号	实践教学环节	项目	周数	合计课时	各学期分配								
					一	二	三	四	五	六	七	八	
1	专业基础课程	办公自动化	8	32	4								
2		图像处理与视频制作	8	32	4								
3		商品学概论	9	36		4							
4		市场营销原理与实务	9	36				4					
5		现代企业管理	9	36		4							
6		消费心理应用	9	36		4							
7		电子商务概论	8	32	4								
8		电子支付与结算	9	18				2					
9		电商运营 (专业综合实训)	18	72								4	
10		网络营销实务 (专业综合实训)	18	72								4	

11		电商客服精英(专业综合实训)	18	72							4	
12		“1+X”专业能力提升(网店运营推广)	6	26							4	
9	专业核心课程	网络营销	9	36					4			
10		网店装修	9	36					4			
11		数据化营销	9	36					4			
12		电子商务与物流	9	36				4				
13		电商运营	6	36								
14		客户关系管理	9	36			4					
15		软文营销	9	36					4			
19	顶岗实训	职业体验	4									
		岗位见习	4									
		毕业实习	22	484								22
合 计			1236	12	16			10	16		16	22

八、实施保障

(一) 师资队伍

专业强，首先要师资强。电子商务专业确立了专业带头人制度，以专业带头人为龙头，基本建设了一支结构合理、经验丰富、富有进取精神和创新精神的教育教学师资队伍。在3年内引进硕士5人，教师在职攻读硕士学位3人，教师出国进修1人次，专任教师中高级职称达到70%以上，硕士学历达到85%以上。5名教师获得安徽省高等职业院校“双师型”教师（中级）证书，2名教师为安徽省高等职业院校高级“双师型”教师，双师型教师达到70%以上。同时本专业还积极加强兼职教师队伍建设，从行业企业聘请专家、技术人员、管理人员作为本专业的兼职教师（企业讲师），为学生进行理实一体化课程、实践课程的教学与指导。

(二) 教学设施

校政合作、校企合作共建校内外实训基地。2016年，投资120万元，建设网络营销实训室；同时，引进中教畅享的全国电子商务技能大赛软件，让学生在在校期间通过该软件模拟企业运营真实环境，并利用该软件开展校级电子商务技能比赛。2018年投资208.89万元，按照电子商务企业生产性流程，岗位分工的车间式布局，引进相关课程和实训项目资源，建设电子商务综合实训室，实训室占

地 240 平方米，能够满足在校学生单班 100 人生产性实训要求，兼顾电子商务创业训练。

目前，校外实践教学基地以合肥基地为主，实习实训教学点包括合肥蜀山电子商务产业园、青年电子商务产业园、莲花电子商务产业园等的近 30 家电子商务企业。

（三）教学资源

教材、图书和数字资源能够基本满足本专业学生学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。严格执行国家和省（区、市）关于教材选用的有关要求，健全教材选用制度。根据需要组织编写校本教材，开发教学资源。目前已经完成《网店装修》校本教材的编写，并已经投入教学使用，受到广大师生的好评。

（四）集中性实践教学环节

为帮助学生认知专业知识、理解专业知识，使学生掌握电子商务发展趋势、经营规律和工作原理，本专业在教学中强化实践育人，周密安排专业的实践教学环节，使学生尽可能早地接触到真实的电子商务活动，直接感受到电子商务知识的商业化应用过程，深入理解电子商务原理和过程，并运用管理、经济、营销等领域知识与技术，完成电子商务策划、开发、运营与管理。

本专业实践教学环节包括平台课实践、校内外专项能力训练、职业技能考证训练、毕业论文、顶岗实习等，具体实施计划如下：

1. 平台课实践

根据课程性质不同，采用相应的平台课实践，主要包括演示型实验、操作型实验、制作性实验，以提高学生掌握网络销售领域的知识、技能，真实感受电子商务专业技能的应用，加深对专业知识的理解。

（1）演示型实验

在课程教学中，进行演示和示范操作，或者播放课件，通过生动形象的演示实验，帮助理解抽象的概念。比如学生通过网上购物，网上支付，信息搜索等流程的操作演示理解电子商务的本质和特征。

（2）操作型实验

对于那些难以通过课堂教学使学生理解的知识，可以通过操作型实验让学生加深理解。比如通过动手连接计算机网络、配置管理域名服务器、文件传输服务器和电子邮件服务器等，加深对因特网的原理及基础应用的理解和掌握。通过申请淘宝开店、上传宝贝、店铺装修等一系列的具体操作，提高学生的动手能力，使学生能够对所学知识形成感性认识。

（3）制作型实验

在《网店装修》教学中，让学生使用给定的工作平台及工具，按照规定的步

骤完成指定的练习或仿制性项目。在这个过程中，老师先给出一定的示范操作，学生通过模仿或者书上的提示进行操作，逐渐理解和消化相关知识，从而达到应用自如、自我创新的目的。

2. 校内外专项能力训练

(1) 模拟型实训

利用电子商务模拟软件，在一种虚拟的教学环境场景中，先将学生分成若干组，每组都代表一个特定的电子商务活动的角色，进行仿真电子商务运营，模拟性地参与电子商务活动。通过模拟供应链上供应商、生产商、分销商、零售商和消费者等角色以企业的运营管理过程，加深对企业业务的理解。

(2) 创新型实训

一方面，组织学生参加校内外举办的各项竞赛活动，如安徽省及全国范围的电子商务创新、创意、创业大赛。通过这些比赛，培养学生的创新思维、应变能力和团队合作精神。

另一方面，组织学生参与创新实践活动，并为学生的活动提供支持。在活动要求学生树立创新目标，充分发挥自己的潜能，把课堂上学到的知识应用到其中，以拓宽学生的专业视野，激发学生学习的热情，为今后的工作打下良好的基础。

(3) 实践型实训

在“双十一”“6·18”等较大规模电商活动日时，与苏宁易购、京东等电商企业合作，将学生安排到客服、工单、运营等相关工作岗位，开展带薪实训。一方面，可以使将理论运用到实践活动中，并能够认识到学习上的不足之处；另一方面，也可以使学生提前认识并适应社会，提高学生的对外沟通交流能力；同时可以将校内课程实践与电商活动相结合，更好的完成教学环节。

(五) 学习评价与职业技能考核

考试是对学生所学知识和技能进行总结性考核的方法。可选择笔试（开卷/闭卷）或实操。实操考试中的过程考核及以作品、项目、报告等形式进行的考核，授课教师自行组织，该课程成绩评定以“考核方案”为依据。

毕业顶岗实习采用日志的形式记录学生的实习情况，顶岗实习结束，学生写出实习总结报告，由学校、企业和用人单位对学生在毕业实习中的表现作出全面鉴定并评定成绩。

积极响应1+X证书制度，对学生进行助理电子商务、阿里巴巴国内/国际贸易运营人才考证训练，通过训练要求学生重新梳理电子商务的理论知识，深入了解电子商务基本概念和整个市场，通过考试获得助理电子商务师证书，为今后就业打下坚实的基础。

在第一学年第二学期，加入全国电子商务类专业技能联考，对电子商务专业

学生的学习状态进行数据采集与教学质量分析,并根据数据学生专业技能和就业综合能力,同时也可以通过联考加强与兄弟院校师生之间的交流,互补长短。

在第二学年第二学期,加入“1+X”专业能力提升(网店运营推广),对电子商务运营过程中计划、组织、实施和监控各环节所产生的各类数据,采用适当的统计分析方法对其采集、处理,提取有用信息并加以详细研究和概况总结,形成对电子商务运营具有指导意义的结论。

(六) 顶岗实习

在第三年第二学期,电子商务专业学生进入电商企业开展为期15周的顶岗实习。在顶岗实习期间,学生可轮换工作岗位,且需要做好相关实习记录。专业教师不定期进入企业开展实习检查工作。

(七) 毕业汇报

高职类电子商务专业实践性较强,在毕业前需要提交顶岗实习报告,并在返校时进行现场汇报,由专业老师根据汇报情况进行分数评定。

(八) 质量管理

健全“校内与校外、过程与结果相结合”的两结合质量保障与监控体系、评价工作运行机制,建立“行业协会、企业、学校、学生”四方共同参与的质量保障与监控体系、评价机制。

学校和二级院系应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制,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。

学校、二级院系应完善教学管理机制,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。

学校与企业应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。

专业教研组织应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

学生完成电子商务专业人才培养方案所规定的教学活动,并获得总学分不少于140学分,授予毕业学历证书,准予毕业。其中:

1. 集中性实践教学环节不少于 6 学分；
2. 素质教育活动不少于 14 学分；
3. 就业创新创业能力不少于 6 学分；
4. 军事训练不少于 2 学分；
5. 通过职业技能等级测试并取得资格证书不少于 4 学分；
6. 参加社会实活动不少于 2 学分；
7. 补考要求，每学期至少修满 10 学分，少于 10 学分，要求重修；
8. 优秀学生允许选修第二专业。

十、附录

(一) 专业教学进程安排表

合肥职业技术学院电子商务专业教学进程安排表

课程分类	序号	课程名称	授课时间分配			考试	考查	学分标准	每周授课时间分配												
			合计	其中					第一学年			第二学年			第三学年						
				理论	实训				第一学期	第二学期	第三学期	第一学期	第二学期	第三学期	第一学期	第二学期					
																	2周	16周	18周	4周	18周
公共基础课程	必修课	1	思想道德修养与法律基础	48	48			1	3		3										
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	72			2	4												
		3	体育(基础、选项、专项)	108	4	104		1,2,3	6												
		4	军事理论	36	36			1	2		网络										
		5	健康教育	16	16			1	1		/2*8										
	限定选修课	6	职业生涯规划与创新思维	32	32			2	2		2										
		7	就业与创业指导	16	16			4	1						2*8/						
		8	形势与政策	8	8			4	1						/2*4						
		9	英语	64	34	30		1	4		4										
	选修课	11	美育	32	32			5	2												
		12	劳动教育	32		32		2、3、4	2			活动									
		10	视觉营销	二选一	72	36	36		2	4		/4*16									
		11	H5营销		72	36	36		2	4		/4*16									
		12	跨境电商实务	二选一	72	36	36		3	4					/6*12						
	13	国际贸易理论与实务	72		36	36		3	4					/6*12							
	14	电子商务技能训练II(网店美工)		24		24			1					/4*6							
	拓展课	15	电商创业	72	36	36		4	4												
		16	商务礼仪与沟通	36	20	16		3	1						2						
专题讲座	17	社会责任教育	8	8				1						讲座							
	18	创新创业	8	8				1											讲座		
小计			756	442	314			43													
专业(技能)课	专业核心课	19	★网络营销	72	36	36		4	4												
		20	★网店装修(含网页设计)	72	36	36		2	2			4									
		21	★数据化营销	72	36	36			4	4											
		22	★软文营销	72	36	36		3		4											

	23	电子商务与物流	72	36	36	3		4				4						
	24	★网店运营	72	36	36	4		4				/6*12						
	25	电子商务技能训练III(电商运营)	24		24			1				/4*6						
	26	客户关系管理	72	36	36	4		4					4					
专业课	27	办公自动化(含汉字录入考核)	64	32	32	1		4	4									
	28	★图像处理与视频制作	64	32	32	1		4	4									
	29	经济学基础	64	64				3	4				4					
	30	商品学概论	72	36	36			2	4		4							
	31	市场营销原理与实务	72	36	36			3	4				4					
	32	现代企业管理(含ERP基础知识)	72	36	36			2	4		4							
	33	★消费心理应用	72	36	36	2		4			4							
	34	★电子商务概论	60	30	30	1		4		/6*10								
	35	电子商务技能训练I(网店客服)	24		24			1		/4*6								
	36	电子支付与结算	36	18	18			3	1				2					
	37	“1+X”专业能力提升(网店运营推广)	36	10	26			4	2								2	
	38	电商运营(专业综合实训)	72		72			4	4								8	
	39	网络营销实务(专业综合实训)	72		72			4	4								8	
	40	电商客服精英(专业综合实训)	72		72			4	4								8	
	小计			1380	582	798			77									
	毕业实习与企业顶岗实习			484		484			22									484
周学时									28	28		28	26					
总学时			2620	1024	1596			142										
毕业考试科目	1	网店运营	每学期开课门数						10	10		9	11					
	2	网络营销	考试门次						3	2		2	2					
	3	客户关系管理	考查门次						7	8		7	8					

(二) 专业教学计划变更申请表

合肥职业技术学院教学计划变更申请表

二级学院: _____

负责人(签章): _____

变更对象(专业年级): _____ 学年第 _____ 学期

变更形式	课程(实践环节)名称	课程类别	学分数	总学时数	总学时分配			教学周数	周学时
					讲授	实验	实践		
调整计划	原计划安排								
	申请调整为								

调整原因								
增加计划								
增加原因								
删减计划								
删减原因								
其他变更形式 及变更原因								
教务处意见	处长签字： 年 月 日							
分管校长（教 学委员会）审 批意见	签字： 年 月 日							

2019 级电子商务专业人才培养方案（双创实验班）

一、培养对象的说明

- 1、招收范围：我院 2019 级电子商务专业学生
- 2、计划人数：30 人
- 3、具体要求：
 - （1）对创新与创业实践有浓厚兴趣和体验需要；
 - （2）具有较强烈创业意愿和创业精神，不怕失败，不怕困难；
 - （3）具有较强的团队精神和意志。

二、职业面向说明

除一般就业外，主要培养自主创业。

利用所学知识和技能，进行创业设计与孵化，依托淘宝、京东等平台进行个人及团体形式真实创业。

三、培养目标说明

培养区域电子商务产业发展所急需、能从事包括电子商务美工、数据分析、网店运营、企业网站（店铺）规划等岗位的卓越技能型 人才和具有创业意识、创业精神、创业能力，能创立事业、创办企业、创造社会财富、带动其他学生就业的创新创业人才。

四、课程设置说明

（一）课程设置调整

主要包括公共基础课程、职业基础课程、创业素养课程、创业技能课程和创业实战课程。公共基础课程与 19 级电子商务专业计划基本一致，增加了一些能体现双创实验班（以下简称“双创班”）特色的创业课程。

（二）主干课程说明

“双创班”学生第一学年按照常规教学计划进行专业基础课程的学习，第二学年开始按照双创班教学计划进行专业技能课程及创业课程的学习。其中包含创业素质模块、创业技能模块、创业实战模块。课程模块及内容安排如下：

1、创业素质模块

（1）个人素质提升（3 学分，54 课时，第三学期开设）

课程内容主要包括商务礼仪、谈判技巧、沟通训练、情绪管理等。要求学生掌握基本的商务礼仪和沟通、谈判技巧，对个人的情绪有较好的调整与管理能力。

（2）团队管理（3 学分，54 课时，第三学期开设）

课程内容主要包括团队文化、团队精神、核心领导力提升、团队沟通等。要求学生熟悉团队文化建设，掌握团队合作的核心要素、个人与团队的关系等。

(3) 创业设计（2 学分，36 课时，第三学期开设）

课程内容主要包括创业案例分析、创业项目包装、创业计划书撰写。要求掌握创业设计要素、创业计划构成，并能熟练撰写创业计划书。

2、创业技能模块

(1) 网络营销基础（3 学分，54 课时，第三学期开设）

课程内容主要包括网络营销概述、内容营销、渠道营销、用户营销，以及网络营销资源合作与分享等。要求学生掌握内容营销策略、渠道营销策略、用户在网络营销的作用与意义以及用户营销策略。

(2) 电商客服技能（2 学分，36 课时，第三学期开设）

课程内容主要包括客服心态培养，打字速度响应时间训练，快捷回复自动回复设置，具体产品信息熟记背诵，产品差评解决预案，好评跟进预案，售前客服话术学习、售中客服话术学习、售后客服话术学习。要求学生能熟练快速响应客户的咨询，掌握与客户交流的话术与沟通技巧。

(3) 客户关系管理（3 学分，54 课时，第三学期开设）

课程内容主要包括分析客户、挖掘客户、吸引客户、维持客户、挽留客户及客户异议与投诉处理。要求学生能根据收集的客户数据建立客户档案，运用客户资料（数据）有效地进行客户关系管理。

(4) 物流仓储实施（3 学分，54 课时，第四学期开设）

课程内容主要包括包材介绍、店铺包材设计、淘宝运费模板设计，智选物流使用与分析，快递助手使用，电子面单使用，热敏打印机使用，打包标准，后台发货与包裹跟踪。要求学生熟悉物流仓储流程，并能熟练掌握物流仓储各环节的操作技能。

(5) 电子支付与结算（4 学分，72 课时，第四学期开设）

课程内容主要包括电子支付基础、电子货币、电子支付安全、网络支付及其安全支付模式、第三方支付及其清算、网络银行及其支付服务，以及电子支付的风险防范与法律环境建设等。要求学生掌握电子支付安全模式、电子支付方式、清算等技能。

(6) 数据分析与应用（4 学分，72 课时，第四学期开设）

课程内容主要包括数据名称及意义，生意参谋使用，数据获取，店铺经营数据分析，店铺直通车数据分析，直通车计划，直通车选词，直通车投放，钻展计划、钻展投放技巧，钻展数据分析，官方活动报名技巧，淘系活动介绍，天猫活动介绍，店铺产品组合技巧，优惠券实用技巧，促销技巧，促销工具选择与使用，

店铺大促计划与准备方案设计。要求学生能通过店铺经营数据分析，筛选有效数据，加以提炼与运用。

3、创业实战模块

(1) 网络营销实战（4 学分，72 课时，第四学期开设）

课程内容包括网络营销市场调研、网络营销策划、网络营销推广手段与推广技巧及营销效果跟踪、分析和管理。要求学生能结合第三学期开设的《网络营销基础》在实际网络营销环境中掌握网络营销实战规则与技巧。

(2) 网店运营与管理（4 学分，72 课时，第四学期开设）

课程内容包括网店运营技巧、网店维护及问题解决、网店发展规划。要求学生掌握网店运营技巧与常规问题的解决措施。

五、教学进程安排说明

双创班第一学年课程与普通班基本一致，第二学年、第三学年在教学安排上与普通班有较大差异，详情见双创班教学进程表。

(一) 教学进程表

表 1：2019 级电子商务专业双创实验班教学进程安排表

课程分类	序号	课程名称	授课时间分配			考试	考查	学分标准	每周授课时间分配													
			合计	其中					第一学年			第二学年			第三学年							
				理论	实训				第一学期	第二学期	第三学期	第一学期	第二学期	第三学期	第一学期	第二学期						
																	2 周	16 周	18 周	4 周	18 周	18 周
公共基础课程	必修课	1 思想道德修养与法律基础	48	48			1	3		3												
		2 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	72				2	4		4											
		3 体育（基础、选项、专项）	104	4	100			1,2,3	6		2	2		2								
		4 军事理论	36	36				1	2	网络												
		5 健康教育	16	16				1	1	/2*8												
	限定选修课	6 职业生涯规划与创新思维	32	32				2	2	2		职业体验										
		7 就业与创业指导	16	16				4	1						2*8							
		8 形势与政策	8	8				4	1						2*4							
		9 英语	64	34	30			1	4	4												
	选修课	10 GYB 创业培训	36		36				2					讲座								
		11 劳动教育	32		32			2	2		活动											
		12 H5 营销	72	36	36			2	4		4											
		13 外贸基础与跨境电商实务	72	36	36			3	4					4								
	专题讲座	14 电商创业平台操作	72	36	36			4	4						4							
		15 软文编辑	54	27	27			3	3					3								
		15 社会责任教育	18	18					1						讲座							
	16 创新创业教育	18	18				1	1						讲座								
小计			770	437	333			45														
专业基础课程	17 商品拍摄与处理	64	32	32			1	4		4												
	18 商品学概论	72	36	36			2	4			4											
	19 现代企业管理（含 ERP 基础知识）	72	36	36			2	4			4											

	20	办公自动化(含汉字录入考核)	64	32	32	1		4	4						
	21	消费心理应用	72	36	36	2		4		4					
	22	电子商务概论	64	32	32	1		4	4						
	23	网络营销基础	54	27	27	3		3				3			
创业素质课程	24	个人素质提升	54	27	27		3	3				3			
	25	团队管理	54	27	27		3	3				3			
	26	创业设计	36	18	18		3	2				2			
创业技能课程	27	客户关系管理	54	27	27	3		3				3			
	28	网店装修(含网页设计)	72	36	36	2		4		4					
	29	数据分析与应用	72	36	36		4	4					4		
	30	物流仓储实施	54	27	27		4	3					3		
	31	电子支付与结算	72	36	36	4		4					4		
	32	电商客服技能	36	18	18		3	2				3			
创业实战课程	33	网络营销实战	72	36	36		4	4					4		
	34	网店运营与管理	72	36	36	4		4					4		
小计			1110	555	555			63							
创业孵化与创业自主经营			720		720			40							720
周学时									25	26		26	27		
总学时			2600	992	1608			148							
毕业考试科目	1	网店运营与管理	每学期开课门数						9	8		10	10		
	2	电子支付与结算	考试门次						2	2		2	2		
	3	客户关系管理	考查门次						7	6		7	8		

(二) 理论与实践教学学时分配表

表 2: 理论与实践教学学时分配表

教学形式	学时		理论与实践学时比
理论	992		1:1.62
实验、实训	888	1608	
毕业顶岗实习	720		
共计(学时)	学时(包括课内与课外学时)		
课内总学时	2600		

(三) 各类课程学时分配

表 3: 各类课程学时分配

课程类别	总学时	理论学时	实践学时	学分	占学时比
公共基础课程	770	437	333	45	29.62%
专业课程	1110	555	555	63	42.69%
集中实践	720	0	720	40	27.69%
合计	2600	992	1608	148	
其中: 选修课程共 270 学时, 占总学时 10.38%; 实践教学占比 61.85%。					

七、实施保障说明

（一）师资队伍

教学团队由中级职称以上且富有进取精神和创新精神的“双师型”专业教师和实战经验丰富的企业管理人员（企业导师）构成。

（二）教学场地和设备条件

- 1、学校提供 200 多平米的创客空间，2 间直播室，直播设施齐全。
- 2、企业提供天猫、淘宝、京东、拼多多、抖音等真实电商网络销售平台用于教学实践操作和创业孵化。

（三）教学资源

校企共建专业或课程网络资源，开发校企合作教材，满足双创班教学需求。

（四）教学方法

结合电商企业岗位设置和实际运行情况，采取项目教学、案例教学、模块化教学方式，适时采用真实场景开展实践教学，教学中可广泛运用启发式、讨论式、参与式教学方法。

（五）学习评价方式说明

采取过程性考核和结果性考核相结合的评价方法。

双创班第二学年的考评，课程考试以无纸化为主，再结合店铺运营成果评定。

双创班第三学年的考评，以互联网创业运营过程和成果考评。

（六）质量管理

为保证双创班培养方案的实效和目标的达成，在质量管理方面主要采取以下措施：一是注重强化教学督导机构及其督导员的职责；二是加强日常教学“巡堂”管理制度，及时处理教学异常情况；三是坚持期初、期中、期末的教学质量检查制度；四是坚持推门听课制度；五是坚持学生匿名对任课教师测评制度；六是完善学生的考勤和奖惩制度。

八、毕业学分要求说明

（一）调整说明

毕业学分要求与普通班一致，为 140 学分。用创业孵化及创业自主经营替代了普通班的顶岗实训，学时数与学分数也相应增加。具体见表 1。

（二）毕业要求

- 1、必须完成教学进程表所规定的教学活动课程且成绩合格；
- 2、完成创业报告且成绩合格；
- 3、体能测试必须达标；
- 4、通过职业技能等级测试并获得职业资格证书。

附录：2019级电子商务专业双创实验班教学进程安排表

课程分类	序号	课程名称	授课时间分配					每周授课时间分配														
			合计	其中		考试	考查	学分标准	第一学年			第二学年			第三学年							
				理论	实训				第一 学期	第二 学期	第三 学期	第一 学期	第二 学期	第三 学期	第一 学期	第二 学期						
																	2周	16周	18周	4周	18周	18周
公共基础课程	必修课	1 思想道德修养与法律基础	48	48			1	3		3												
		2 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	72			2	4			4											
		3 体育(基础、选项、专项)	104	4	100		1,2,3	6		2	2		2									
		4 军事理论	36	36			1	2		网络												
		5 健康教育	16	16			1	1		/2*8												
	限定选修课	6 职业生涯规划与创新思维	32	32			2	2		2		职业 体验										
		7 就业与创业指导	16	16			4	1							2*8							
		8 形势与政策	8	8			4	1							2*4							
		9 英语	64	34	30		1	4		4												
	选修课	10 GYB 创业培训	36		36			2							讲座							
		11 劳动教育	32		32		2	2			活动											
		12 H5 营销	72	36	36		2	4			4											
		13 外贸基础与跨境电商实务	72	36	36		3	4							4							
	专题讲座	14 电商创业平台操作	72	36	36		4	4							4							
		15 软文编辑	54	27	27		3	3							3							
		16 创新创业教育	18	18				1								讲座						
小计			770	437	333																	
专业课程	职业基础课程	17 ★商品拍摄与处理	64	32	32		1	4		4			入学 教育 和 军训									
		18 商品学概论	72	36	36		2	4			4											
		19 现代企业管理(含ERP基础知识)	72	36	36		2	4			4											
		20 办公自动化(含汉字录入考核)	64	32	32	1		4			4											
		21 ★消费心理应用	72	36	36	2		4			4											
		22 ★电子商务概论	64	32	32	1		4			4											
		23 网络营销基础	54	27	27	3		3								3						
	创业素质课程	24 个人素质提升	54	27	27		3	3							3							
		25 团队管理	54	27	27		3	3							3							
		26 创业设计	36	18	18		3	2							2							
	创业技能课程	27 客户关系管理	54	27	27	3		3							3							
		28 ★网店装修(含网页设计)	72	36	36	2		4			4											
		29 ★数据分析与应用	72	36	36		4	4								4						
		30 物流仓储实施	54	27	27		4	3								3						
		31 电子支付与结算	72	36	36	4		4								4						
	创业实战课程	32 电商客服技能	36	18	18		3	2							3							
		33 网络营销实战	72	36	36		4	4								4						
		34 ★网店运营与管理	72	36	36	4		4								4						
小计			1110	555	555																	
创业孵化与创业自主经营			720		720														720			
周学时										25	26		26	27								
总学时			2600	992	1608																	
毕业考试科目	1	网店运营与管理	每学期开课门数					9	8		10	10										
	2	电子支付与结算	考试门次					2	2		2	2										
	3	客户关系管理	考查门次					7	6		7	8										

