

江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院
五年制高等职业教育实施性人才培养方案
(2023 级)

专业名称： 电子商务

专业代码： 530701

修订日期： 2024 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	1
(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	12
(三) 学时安排表	12
九、教学基本条件	12
(一) 师资队伍	12
(二) 教学设施	13
(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	20
附件 1: 五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表 (2023 级)	21
附件 2: 五年制高等职业教育电子商务专业任选课程开设安排表 (2023 级)	22

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）或技术领域举例	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
职业类证书举例	国家职业资格证书：电子商务师（中国电子商务协会，中级） 职业技能等级证书：网店运营推广（北京鸿科经纬有限公司，中级）

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，面向长三角一体化地区的生产制造业、电子商务公司和新媒体公司等具有网络运营和销售业务的相关公司，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等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习电子商务专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，总体上须达到以下要求。

（一）素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 能够熟练掌握电子商务类商业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理、国家安全等相关知识与技能，了解相关产业文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

3. 具有较强的集体意识和团队合作意识；

4. 掌握基本身体运动知识和体育舞蹈、篮球等运动技能，达到国家学生体质测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

5. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成音乐、美术等艺术特长或爱好；

6. 弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

7. 培养大数据时代背景下，电商从业人员应该具备的业务能力、创新能力、技术能力、迁移能力以及沟通能力，养成良好的职业素养。

（二）知识

1. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的思想政治理论和科学文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养；

2. 掌握电子商务基础、市场营销、现代物流管理、国际贸易基础、会计基础、统计学基础等方面的专业基础理论知识；

3. 掌握图形图像处理、网络营销、客户服务管理、视觉营销设计、跨境电子商务、移动电子商务等相关知识；

4. 掌握网店运营推广、商务数据分析与应用、直播电商、互联网产品开发、社群运营等专业知识。

5. 掌握电子商务法律法规和相关法律制度，了解电子商务的合规要求和风

险管理方面知识；

6. 熟悉网站建设的基本原理和流程，包括网站规划、页面设计、前端开发和后端管理等方面的知识；

7. 熟悉办公软件的高级功能和实用技巧，如合并邮件、自动化任务、数据透视表、宏编程等知识

8. 熟悉短视频制作和推广的剪辑、拍摄、后期处理等技术，以及目标受众分析、内容策划、推广渠道选择等方面的知识。

（三）能力

1. 具有探究学习、终身学习能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力，具备职业生涯规划能力；

2. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力；

3. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握电子商务领域数字化技能；

4. 具有行业产品分析、市场细分的能力，能根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成运营目标；

5. 具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析，通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；

6. 具有市场调查与分析、活动策划的能力，能够使用各类平台营销推广方法与营销工具，完成活动文案设计、资源整合、营销活动、广告投放、效果评估和媒体公关；

7. 具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的的能力，能撰写和优化销售方案，跟进订单确认、供应链管理、账单管理等业务流程，完成销售分析并提出优化客户体验建议；

8. 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的的能力，能进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控，完成客服中心运营数据报表的制作及数据分析报告；

9. 具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能进行品牌标识、产品包

装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；

10. 具有挖掘用户产品潜在需求、分析电商产品开发投资回报率的能力，能够建立产品需求模型及应用场景、设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动。

11. 具有创新思维与创意表达能力，能通过网页设计与制作、短视频制作等课程的学习，设计出具有吸引力和影响力的网页和短视频作品，表达观点和传递信息。

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、国家安全教育、地理、中华优秀传统文化等必修课程；根据常州地区文化特色、本校优势特色开设书法、体育舞蹈、PPT 演示与制作、常州特色饮食文化、马克思主义基本原理概论、瑜伽、中国近现代史纲要、普通话、创业与就业教育、大学英语（专本衔接课程）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、专业拓展课程和技能实训课程等。

1. 专业平台课程

专业平台课程的设置应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 10 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 (68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，培养学生的社会责任感、公平正义观念，引导学生在市场营销活动中秉持诚信、追求品质，注重社会效益和可持续发展
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，培养学生具备社会责任感、诚信意识、创新意识、法律法规意识以及团队合作和沟通能力
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，引导学生树立正确的道德伦理观念，关注企业的社会责任和可持续发展
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，引导学生在设计实践中关注产品品质、消费者体验，并积极传递正面价值观和社会意义
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，强调在物流与供应链实践中注重资源优化、环境保护，并推动可持续发展和社会效益的实现

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，引导学生关注公平贸易和可持续发展，并推动国际贸易中的合作与互利，促进经济全球化与地区繁荣共同发展
7	统计学基础 (68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，引导学生树立正确的道德观念，关注数据的准确性和可靠性，推动数据驱动的决策和社会发展
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，引导学生注重企业社会责任和可持续发展，在管理实践中关注员工福利、公平公正，并推动组织效能和社会价值的协同增长
9	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，引导学生树立正确的道德观念，注重信誉、诚信和公平竞争，在跨境电子商务实践中关注社会责任和可持续发展，并推动国际合作与共赢的发展
10	移动电子商务 (68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维能力；挖掘思政元素引导学生树立正确的道德观念，注重用户隐私保护和数据安全，在移动电子商务实践中关注消费者权益和社会公平，并推动数字经济的可持续发展和社会效益的实现

2. 专业核心课程

专业核心课程的设置应结合电子商务专业岗位群实际需求,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、视觉营销设计、客户服务管理、社群运营、互联网产品开发、直播电商、商务数据分析与应用、网店运营推广等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,引导学生树立正确的道德观念,注重信息的真实性和客观性,在网络营销实践中关注消费者权益和隐私保护,并推动数字经济的可持续发展和社会效益的实现
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,引导学生树立正确的道德观念,注重品牌形象的真实性和价值观的传递,在视觉设计实践中关注社会责任和可持续发展,并推动创意表达和品牌影响力的提升
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,引导学生树立正确的道德观念,注重客户权益和信任建立,在客户服务实践中关注公平公正和社会责任,并推动持续改善和创造卓越的客户体验
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,引导学生树立正确的道德观念,注重用户隐私保护和数据安全,在社群运营实践中关注消费者权益和社会公正,并推动社交媒体的正面影响力和社会责任的落实

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,引导学生树立正确的道德观念,注重数据隐私保护和信息安全,在产品开发与管理实践中关注产品质量和用户体验,并推动创新思维和社会价值的实现
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,注重消费者权益和信息透明,在直播电商实践中关注产品质量和用户体验,并推动正向价值观和社会责任的传递
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,引导学生树立正确的道德观念,注重数据的准确性和隐私保护,在商务数据分析实践中关注数据的合法使用和信息安全,并推动基于数据的决策和社会效益的实现
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,引导学生树立正确的道德观念,在网店运营实践中关注产品质量和用户体验,并推动数字经济的可持续发展和社会效益的实现

3. 专业拓展课程

专业拓展课程的设置应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。专业拓展课程包含限选课程和任选课程。其中专业拓展必修课程开设网络消费者行为分析、网页设计与制作、办公软件高级应用、电子

商务法律、短视频制作、新媒体营销等课程。根据常州地区以及陕西安康帮扶需求，专业任选课在电商创新与创业、农村电商、物联网基础、电子商务安全、商务谈判、动态网站开发、色彩构成、ERP 原理与应用、国际贸易实务、货币银行学（专本衔接课程）、图形图像处理、国际结算（专本衔接课程）、毕业论文写作、创新思维等课程。

表：专业拓展课程（必修课程）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	网络消费者行为分析 (68 学时)	初识网络消费者行为；获取网络市场信息；把握网络消费者购买决策；分析网络消费者行为的个性特征；解构网络消费者行为的群体特征；探究影响网络消费者行为的外部因素；探究影响网络消费者行为的营销因素；感知网络消费风险，保护网络消费者权益，开拓网络消费市场。	掌握网络市场调研方法，并了解网络消费者购买决策的过程和内容。同时，培养对网络消费者个体和群体特征的认识，以及对网络消费者权益的重视。此外，课程还着重培养学生识别网络消费风险和保护消费者权益的能力，以及开拓网络消费者市场的能力。通过综合实践和学习，旨在促进学生的思政育人目标的达成
2	网页设计与制作 (102 学时)	初识 DreamWeaver；制作图文并茂的网页；页面布局设计；CSS 样式设计；表单的应用；使用行为；模板和库；静态网页综合作业。	掌握网页设计的基本概念，能够利用常见网页制作软件设计制作出常见的静态网页；了解常用脚本语言，了解动态网页设计方法，初步掌握动态网页的设计。通过网页设计的学习，旨在培养学生的创新精神、审美素养和社会责任感。通过技术与伦理、艺术与道德的结合，培养学生全面发展并为社会做出积极贡献的能力
3	办公软件高级运用 (68 学时)	深入学习 Word 的高级功能，包括合并邮件、自定义样式和模板、使用宏编写自动化任务等。以及文档版本控制和共享、团队协作等方面的内容。进一步学习 Excel 的高级功能，如数据透视表、高级筛选和排序、函数嵌套、条件格式化等。以及数据分析和数据可视化的技巧。深入 PowerPoint 的高级功能，包括自定义幻灯片母版、设计专业演示文稿的技巧、使用多媒体插件和动画效果增强演示等。	熟悉办公软件界面、工具栏和菜单等，并能够熟练使用常用的快捷键和操作技巧。在 Word 中掌握文档格式设置、段落样式调整、表格和图形插入等；在 Excel 中掌握数据处理、公式和函数的应用、数据透视表的使用等；在 PowerPoint 中掌握幻灯片设计与排版、动画和多媒体插入等。能进一步掌握办公软件的高级技巧和应用，如使用宏进行自动化任务、利用条件格式化和筛选排序优化数据处理、设计专业演示文稿等。结合课程挖掘思政元素，引导学生在完成任务的过程中保持诚实、诚信的原则，并注重保护机密信息的安全

4	短视频制作 (68 学时)	初识短视频的定义、特点以及在现代社交媒体中的重要性。探讨短视频在内容创作、品牌推广等领域的应用，并关注当前的短视频制作趋势和技术发展。学习视频剪辑软件的使用，包括剪辑、剪切、合并、转场等操作。掌握音频处理、字幕添加、特效应用等后期制作技巧，能够将拍摄素材进行剪辑和编辑，制作出高质量的短视频作品。	能够通过短视频形式传递信息和表达观点。熟练掌握短视频制作所需的技术操作和工具使用。能够判断和选择适合的画面构图、色彩搭配和视觉效果等。同时，注重对当下热点话题和流行元素的敏锐感知和把握。结合课程挖掘思政元素，引导学生通过技术与伦理、艺术与道德的结合，培养学生全面发展并为社会做出积极贡献的能力
5	新媒体营销 (68 学时)	初识新媒体的定义、特点以及在市场营销中的重要性。了解社交媒体平台的使用技巧，包括微博、微信、抖音等。了解社交媒体的运营规则和用户行为，学习内容创作、粉丝互动、社群管理、广告投放等社交媒体推广技巧。进行内容营销，包括文案撰写、图片制作、视频制作等。进行新媒体营销数据分析，包括用户行为分析、社交媒体数据监测、广告投放效果评估等。	了解市场环境、竞争分析、目标受众等概念。熟练掌握新媒体平台的使用技巧，并具备一定的数据分析能力。进行数据驱动的营销决策和活动优化。结合课程挖掘思政元素，鼓励学生将所学的新媒体知识应用于社会实践中，培养学生的社会责任感和参与公共事务的意识
6	电子商务法律 (68 学时)	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；其他相关电子商务法律制度。	了解电子商务涉及的法律问题；掌握有关电子商务法律基本原理、知识和应用技能；培养运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中各种问题的能力。结合课程挖掘思政元素，培养学生的法治意识、合规意识和社会责任感。通过法律与道德的结合，培养学生全面发展并为社会做出积极贡献的能力

4. 技能实训课程

技能实训课程的设置应结合电子商务岗位群实际需求和电子商务师证书以及选考的电商类 1+X 证书的考试要求，对接真实电子商务工作场景或情境，在实践中提升学生专业技能、职业能力和劳动品质。包括网络营销实训、视觉营销设计实训、客户服务管理实训、直播电商实训、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 (按周分配)

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	军事理论与训练	1	0
				专业认识与入学教育	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	17	1	电子商务综合实训	1	1
十	20	0	0	毕业论文、岗位实习	18	2
合计	200	153	9		28	10

(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	1957	38.82%	不低于 1/3
2	专业课程	2454	48.68%	/
3	集中实践教学环节	630	12.53%	/
总学时		5041	/	/
其中：任选课程		646	12.81%	不低于 10%
其中：实践性教学		2535	50.29%	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

电子商务专业现有专业专任教师 23 人，兼职教师 3 人。专任教师中教授 1 人、副教授（含高讲）8 人、讲师 13 人、助讲 1 人。副高级及以上职称专业专任教师比例 36.8%，“双师型”专业专任教师 22 人，占比 95.7%，研究生学历 13 人，占比 56.5%。目前在校生人数约 353 人，专任教师数与学生数比例 1:15，年龄分布合适，已基本形成合理的梯队结构。能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任产业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业教研机制。

2. 专任教师

专任教师有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有教师资格（分院教师必须具有高校教师资格）和本专业领域有关证书；具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等相关专业本科及以上学历；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1

个月在企业或实训基地实训，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人朱爱花，管理学博士在读，在大数据分析和网络营销领域专业研究能力强。个人与企业联系密切，能够较好地把握国内外电子商务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师3名，主要从校企合作单位如京东，以及电商企业聘任。这些教师具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，同时拥有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验。他们具备电子商务师及以上相关专业职称，并能够胜任课程教学、实训指导和实习辅导等专业教学任务。通过这样的人员安排，结合专门针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法，将确保兼职教师提供高质量的教学教育服务。

（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。一般教室均配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。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，实验、实训设施（含虚拟仿真实训场景等）先进，能够满足实验、实训教学需求，实验、实训指导教师确定，能够满足开展网络营销、视觉营销设计、直播电商、客户服务管理、网店运营推广等实验、实训活动的要求，实验、实训管理及实施规章制度齐全。鼓励开发虚拟仿真实训项目，建设虚拟仿真实训基地。

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	市场营销综合实训室	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	电子商务实训室	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	配备计算机、服务器、多媒体设备、专业教学资源库设备、网店运营推广教学软件及直播平台设备设施
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	新媒体营销实训室	用于数字营销、商务数据分析与应用、内容营销、新媒体推广、整合营销等内容的教学与实训	配备服务器、多媒体教学设备、电脑及配套桌椅
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
6	实训超市	提供全真经营实习	配备POS机、货架及商品

3. 实习场所

根据《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等相关要求，经过实地考察和评估，学校确定了一些具备合法经营和规范管理的适合电子商务专业的实习基地，详细名单见下表。这些实习基地提供完备的实习条件，并符合当前产业发展实际和安全生产法律法规要求。与学校建立了稳定的合作关系，并签署了学校、学生和实习单位三方协议。

针对本专业人才培养的需求和未来就业需求，这些实习基地能够为学生提供与专业对口的实习岗位，包括运营主管、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。这些岗位涵盖了当前相关产业发展的主流技术，并有能力接纳一定规模的学生进行实习。

学校和实习单位共同制订了详细的实习计划，配备了相应数量的指导教师来指导和管理学生的实习工作。实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，以开展专业教学和职业技能训练。同时，实习单位还负责完成实习质量评价，并提供学生实习服务和管理工作的支持。他们制定了规章制度，保障学生实习期间的日常工作、学习和生活，并提供了安全和保险保障，依法保障学生的基本权益。

通过这些校外实习基地，为学生提供了稳定且有效的锻炼机会。学生将有机会在实践中应用所学知识和技能，增加职业素养，并与实际工作环境相结合，为未来的就业做好准备。

表：主要校外实训场所基本情况

序号	合作单位	合作形式
1	京东物流	岗位实习、教师企业实践基地
2	江苏九洲投资集团有限公司	岗位实习、教师企业实践基地
3	常州杰福瑞体育咨询有限公司	岗位实习、教师企业实践基地
4	常州旅商常青藤企业管理有限公司	岗位实习、教师企业实践基地
5	常州宝尊汽车销售服务有限公司	岗位实习、教师企业实践基地

（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《常州旅游商贸分院教材选用和管理办法(试行)》、《常州旅游商贸分院校本教材开发和管理办法》等等内部管理制度，通过教研组-系部-教学管理处层层检查、审核、审批教材，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国规、省规和院本教材。企业人员和学校教师共同作为课程开发主体，积极开发能够体现人才培养特色、学生成长规律和教育教学规律的教材，跨界整合现有课程，形成基于真实岗位、真实案例、真实项目的项目课程，开发工作手册式教材、活页式教材等，全面提高教材建设与管理水平。

2. 图书文献配备

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括涵盖电子商务的发展历程、电子商务平台和技术、市场营销、电子支付、物流管理、消费者行为等方面的图书。此外还配备丰富的电子商务案例和分析材料，包括成功的电子商务企业案例、电子商务创新实践、行业调研报告等。同时及时配置与电子商务相关的学术期刊和行业杂志，以便学生能够获取最新的研究成果、行业动态和案例分析。这些期刊和杂志可以帮助学生跟踪电子商务领域的进展，并了解学术界和商业界的观点和见解。最后配备实践指南和职业发展指导书籍，帮助学生了解就业市场和行业需求，提供职业规划和技能培养的指导。学校根据电子商务专业的特点和发展需求，定期更新图书馆的资源，确保学生能够获取到最新的、高质量的学习材料。

3. 数字教学资源配置

学校拥有 1 个理论教学平台（超星平台资源）为重要专业课程提供高质量的录制视频和讲义，涵盖课程内容的重点和难点。平台里有课程表、作业提交、讨论区、在线测验等工具。学生可以通过该平台轻松访问课程资源和与教师及其他学生互动。拥有 3 个实践教学平台（仿真模拟实训平台、生产性实训平台、定岗实习平台）提供电子商务领域的模拟实验和案例分析平台，让学生在虚拟环境中进行实际操作和决策。

此外，建设、配备与电子商务专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

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《教学质量监控制度》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《教学管理规范实施细则》，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管理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《教研室工作条例》，建立集中教研制度，定期召开教学研讨会，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《学生综合素质评价发展规划》《学生综合素质评价实施方案》《学生综合素质评价量化指标评分细则》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，由第三方机构撰写《毕业生培养质量评价报告》，就就业质量、人才服务贡献、学习成果、培养过程反馈、支持服务反馈等进行分析，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. 符合学生学籍管理规定且思想政治表现综合考核达合格以上等第；
2. 修完本方案课程及各教学环节，取得不低于 270 学分，且公共基础课程、专业平台课程及专业核心课程成绩均合格；
3. 至少取得一项本方案规定的专业相关的技能证书：1+X 网店运营与推广职业技能等级证书（北京鸿科经纬科技有限公司，中级）、电子商务师（中国电子商务协会，中级）、其他电子商务类专业技能鉴定证书、人社部等部门及相关分支机构鉴定的技能等级证书、常州旅游商贸分院组织鉴定的技能合格及以上成绩等；
4. 取得本方案规定的通用技能证书：全国公共英语等级证书或全国（或江苏省）计算机等级证书；
5. 毕业论文、实践性教学环节均达合格以上等第；

6. 学生取得突出成绩如取得 CET-4、国际日本语能力测试证书 N1、公共英语三级等能力证书或获得职业技能比赛国赛荣誉、省赛一等奖荣誉等，视为符合上述条件第 3、4 条。

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，每学年教学时间 40 周。军训在按照常州市教育主管部门统一安排开设。岗位实习时间为 6 个月。
2. 理论教学和实践教学按 16-18 学时计 1 学分。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。学生取得行业企业认可度高的有关职业技能等级证书或已掌握有关技术技能，可按一定规则折算为学历教育相应学分。本专业学生每学期参加一项社团活动，奖励 1 学分；在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等并获得奖项的同学，按照奖项级别和等级，给予相应的学分奖励。其中市级一等奖奖励学分 3 分、二等奖奖励学分 2 分、三等奖奖励学分 1 分；省级一等奖奖励学分 5 分、二等奖奖励学分 4 分、三等

奖奖励学分 3 分；国家级一等奖奖励学分 7 分、二等奖奖励学分 6 分、三等奖奖励学分 5 分。

3. 思想政治理论课程和历史课程，因集中实践周导致学时不足的部分，利用自习课补足。

4. 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教育政治教育资源，发挥所有课程育人功能。

5. 根据教育部要求，以实习实训课为主要载体开展劳动教育，并开设劳动精神、劳模精神和工匠精神专题教育 30 学时。同时，在其他课程中渗透开展劳动教育，在课外、校外活动中安排劳动实践，设立劳动周。

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”，“网店运营推广实训”与“网店运营推广”课程匹配，“跨境电子商务实训”与“跨境电子商务”，“电子商务综合实训”与“移动电子商务”课程匹配。

7. 任选课程根据常州地区特色，结合本校优势课程，开设公共基础任选课程 10 门、专业拓展任选课程 16 门，在专业群中进行选课。具体按“附件 2：五年制高等职业教育电子商务专业任选课程开设安排表(2023 级)”进行安排。

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. 为保证开足每门课程所需学时和教学内容，“军事理论与训练、专业认识与入学教育等课程所占用的其他课程的学时将利用学生自习课时补足。

10. 加强和改进美育工作，以美术、音乐课程为主体开展美育教育，积极开展艺术实践活动。第 1 学期和第 2 学期分别开设美术、音乐课程（各 17 课时、1 学分）。

11. 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。

12. 本专业严格执行教育部颁发的《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业院校电子商务专业岗位实习标准》要求，与合作企业共同制定岗位实习计划、实习内容，共同商定指导教师，共同制定实习评价标准，共同管理学生实习工作

(三) 研制团队

序号	姓名	单位名称	职称/职务	承担角色
1	朱爱花	江苏联合职业技术学院常州 旅游商贸办学点	讲师/专业负责人	执笔人
2	郭尧	江苏联合职业技术学院常州 旅游商贸办学点	副教授/系部主任	审核人
3	江文庆	江苏联合职业技术学院常州 旅游商贸办学点	副教授/教务处主任	审核人
4	蔡建飞	常州大学	副教授	高校专家
5	苑西国	京东集团	区块经理	企业专家
6	陈开平	常州市龙道电子商务有限公司	总经理	企业专家
7	杨帆	江苏联合职业技术学院常州 旅游商贸办学点	副教授/系部主任	成员
8	安然	江苏联合职业技术学院常州 旅游商贸办学点	讲师	成员
9	王斐	江苏联合职业技术学院常州 旅游商贸办学点	讲师	成员

附件 1：五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表（2023 级）

类别	属性	序号	课程名称	学时及学分			每周教学时数安排										考核方式			
				学时	实践学时	学分	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	考试	考查		
							17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周			18周	
公共基础课程	必修课程	1	中国特色社会主义	36	0	2	2											√		
		2	心理健康与职业生涯	36	0	2		2											√	
		3	哲学与人生	36	0	2			2										√	
		4	职业道德与法治	36	0	2				2									√	
		5	思想道德与法治	51	18	3					3								√	
		6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	34	0	2							2						√	
		7	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	51	0	3								3					√	
		8	形势与政策	24	0	1						总 8	总 8	总 8					√	
		9	语文	306	48	18	4	4	4	2	2	2							√	
		10	数学	272	24	16	4	4	2	2	2	2							√	
		11	英语	272	48	16	4	4	2	2	2	2							√	
		12	信息技术	136	64	8	2	2	2	2									√	
		13	体育与健康	306	256	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2			√	
		14	艺术（美术）	17	6	1	1													√
		15	艺术（音乐）	17	6	1		1												√
		16	历史	72	0	4	2	2											√	
		17	国家安全教育	17	4	1									1					√
		18	地理	68	12	4	2	2												√
		19	中华优秀传统文化	34	17	2							2							√
		任选课程	20	（见选修课程安排表）	136	68	8						2	2	2	2			√	
公共基础课程小计				1957	571	114	23	23	14	12	11	12	6	8	4	0				
专业课程	专业平台课程	必修课程	1	市场营销	68	34	4	4											√	
			2	电子商务基础	68	34	4		4										√	
			3	会计基础	68	34	4			4									√	
			4	图形图像处理	68	34	4			4										√
			5	现代物流管理	68	34	4				4									√
			6	国际贸易基础	68	34	4				4									√
			7	统计学基础	68	34	4					4								√
			8	管理学基础	68	34	4					4								√
			9	跨境电子商务	102	80	6								6					√
			10	移动电子商务	68	34	4									4				√
	专业核心课程	必修课程	11	网络营销	68	34	4			4										√
			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	68	34	4							4						√
			18	网店运营推广	102	80	6								6					√
	专业拓展课程	必修课程	19	网络消费者行为分析	68	34	4				4									√
			20	办公软件高级应用	68	80	4						4							√
			21	网页设计与制作	102	34	6							6						√
			22	短视频制作	68	34	4								4					√
			23	新媒体营销	68	34	4									4				√
		24	电子商务法律	68	34	4										4			√	
		任选课程	25	（见选修课程安排表）	510	170	30	1	1	2		1	2	4	9	10			√	
	技能实训课程	必修课程	33	网络营销实训	30	30	1			1周										√
			34	视觉营销设计实训	30	30	1				1周									√
			35	客户服务管理实训	30	30	1					1周								√
			36	直播电商实训	30	30	1						1周							√
			37	网店运营推广实训	30	30	1							1周						√
			38	跨境电子商务实训	30	30	1								1周					√
			39	电子商务综合实训	30	30	1										1周			√
	专业课程小计				2454	1334	139	5	5	14	16	17	14	20	19	22				
	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	毕业设计（论文）	120	120	4										4周			√
			5	岗位实习	420	420	14											14周		
	集中实践教学环节小计				630	630	21	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	18周			
合计				5041	2535	274	28	28	28	28	28	26	26	27	26	18周				

附件 2：五年制高等职业教育电子商务专业任选课程开设安排表（2023 级）

任选课程类别	序号	课程名称	开设学期	周学时	学分	选课方式
公共基础课程 任选课程	1	书法/体育舞蹈	第 6 学期	2	2	专业群内选课
	2	马克思主义基本原理概论/瑜伽	第 7 学期	2	2	
	3	中国近现代史纲要/普通话	第 8 学期	2	2	
	4	创业与就业教育/大学英语（专本衔接课程）	第 9 学期	2	2	
小计				8	8	
业拓展课程 任选课程	1	商务谈判/沟通协作技巧	第 1 学期	1	1	专业群内选课
	2	网络消费行为/电子商务安全	第 2 学期	1	1	
	3	农村电商/电商创新与创业	第 3 学期	2	2	
	4	消费经济学/商务策划实务	第 5 学期	1	1	
	5	CSS+DIV/动态网站开发	第 6 学期	2	2	
	6	素描/色彩构成	第 7 学期	4	4	
	7	PPT 演示与制作/ ERP 原理与应用	第 8 学期	2	2	
	8	商品拍摄/网店美工	第 8 学期	3	3	
	9	供应链管理/配送实务	第 8 学期	4	4	
	10	国际贸易实务/货币银行学（专本衔接课程）	第 9 学期	2	2	
	11	网页动画制作/国际结算（专本衔接课程）	第 9 学期	4	4	
	12	毕业论文写作/创新思维	第 9 学期	4	4	
小计				30	30	