

江苏联合职业技术学院常州刘国钧分院  
五年制高等职业教育实施性人才培养方案  
(2022 级)

专业名称:           电子商务            
专业代码:           530701            
修订日期:           2023 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 .....	2
(一) 素质 .....	2
(二) 知识 .....	2
(三) 能力 .....	2
七、课程设置 .....	4
(一) 公共基础课程 .....	4
(二) 专业课程 .....	5
八、教学进程及学时安排 .....	13
(一) 教学时间表 .....	13
(二) 专业教学进程安排表 .....	13
(三) 学时安排表 .....	13
九、教学基本条件 .....	13
(一) 师资队伍 .....	14
(二) 教学设施 .....	15
(三) 教学资源 .....	18
十、质量保障 .....	19
十一、毕业要求 .....	20
十二、其他事项 .....	20
(一) 编制依据 .....	20
(二) 执行说明 .....	21
(三) 研制团队 .....	22
附件：五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表（2022 级） .....	24

## 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	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	1. 1+X 网店运营推广职业技能等级证书（北京鸿科经纬科技有限公司，中级）； 2. 电子商务师职业技能等级证书（中教畅享（北京）科技有限公司，四级）

## 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，面向常州及长三角地区现代服务业、商贸流通业、生产制造企业的运营主管、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岗位（群），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本专业知识和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. 能够熟练掌握与本专业从事职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篮球、排球等体育运动技能，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、书法等艺术特长或爱好；

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，具备与电子商务职业发展相适应的劳动素养、劳动技能；

7. 传承弘扬刘国钧的工匠精神、创新精神、国际视野、社会责任和家国情怀等精神特质，具有自信阳光的气质、文明有礼的品质和创新创业的特质。

### （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. 掌握电商文案创意与写作、网页设计与制作、网络消费者行为分析、数据化运营、搜索引擎优化与营销、电子商务运营等拓展知识；

6. 知晓商品拍摄、商务礼仪、短视频拍摄与制作、新媒体运营技术与应用、营销策划、经济法基础、演示文稿设计与制作、ERP 原理与应用等相关知识。

### （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. 具有用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，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. 具有办公软件高级应用的能力，能进行电子商务运营、短视频制作、短视频运营、新媒体营销等；

12. 具有网上创业的能力，能进行物流管理、市场调研与分析、数据运营与分析、平台视觉营销、店铺装修设计。

## 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、地理、中华优秀传统文化等必修课程；开展录入技术、书法、文学与名著欣赏等任选课程，在表1中体现和选择。

表1：主要公共基础任选课程设置

序号	课程名称	开设学期	周学时	学分	选课方式
1	录入技术	第2学期	2学时	2学分	学校特色课程 (任选1门)
2	书法	第2学期	2学时	2学分	
3	文学与名著欣赏	第2学期	2学时	2学分	

## （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重视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、图形图像处理、统计学基础、移动电子商务、现代物流管理、会计基础、国际贸易基础、跨境电子商务、管理学基础等 10 门必修课程。

表 2：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 (64 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；实现树立民族品牌意识、文化自信的课程思政目标
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；感悟电子商务创新发展，助力中国数字经济发展
3	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；在学习中学会与人交流、合作，学会欣赏美、创造美，提高学生的综合素质

4	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、作用和计算方法；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；实现用数字描述社会经济发展，展示国富民强的课程思政目标
5	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考能力；融入大国自信 and 家国情怀，开展爱国主义教育，增强国家自豪感
6	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；引导学生关注物流行业中的公平、公正、服务社会等问题，培养学生的责任意识
7	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；树立实事求是、诚实守信的课程思政目标
8	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；实现开拓学生的国际视野，增强民族自信的课程思政目标



9	跨境电子商务 (60 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；培养中华民族自豪感，树立“四个自信”，助力“一带一路”的课程思政目标
10	管理学基础 (40 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，综合运用对实际问题的分析；初步具有解决一般管理问题的能力；培养学生对社会主义核心价值观的情感认同并融入到企业经营管理工作

## 2. 专业核心课程

专业核心课程的设置结合本专业主要岗位群实际需求，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。包括视觉营销设计、网络营销、商务数据分析与应用、直播电商、客户服务管理、社群运营、网店运营推广、互联网产品开发等 8 门必修课程。

表 3：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	视觉营销设计 (68 学时)	视觉营销设计概述、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	学会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；培养学生不断进步、精益求精的工匠精神
2	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；能持续关注互联网热点，培养对新鲜事物、新闻、娱乐事件等的高敏感度和洞察力，提高网络营销创新意识等能力

3	商务数据分析与应用 (68 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; 熟悉计算机信息技术相关法律法规, 合理合法开展数据收集行为, 能够在电子商务数据化运营过程中坚持科学的价值观和道德观
4	直播电商 (102 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; 实现电商直播, 助力乡村振兴课程思政目标
5	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; 具备强烈商业信誉观, 具备良好的团队协作意识和吃苦耐劳的意志品质
6	社群营销 (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; 挖掘学生对社群营销与运营的强烈兴趣, 培养学生的团结协作精神

7	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；具备突破陈规、诚信创造的意识，拥有良好心态，能合理调节创业心理压力
8	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；培养按时守时的交付观念和规范优化的程序代码的习惯，培养团队合作，与人沟通的能力

### 3. 专业拓展课程

专业拓展课程的设置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。专业拓展课程包含必修课程和任选课程。其中，专业拓展必修课程开设商品学、电商文案策划与视觉营销、网络消费者行为分析、网页设计与制作、数据化运营、搜索引擎优化与营销、电子商务运营等课程。根据常州地区文化特色及本校优势特色，专业拓展任选课程开设商品拍摄、国际商务英语、商务礼仪、短视频拍摄与制作、营销策划等课程。

表 4：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	商品学 (34 学时)	商品与商品学；商品质量与标准；商品检验与评价；商品分类与包装；商品的储存与养护；品类商品的质量要求、检验评价、储存管理	掌握学习研究商品知识的方法，掌握商品基础知识；重点掌握几大类商品的成分、性质、分类和质量要求；熟悉商品的分类方法；掌握主要商品检验的基本知识、商品标准的内容和使用；了解连锁经营管理活动中有关商品的相关政策等；养成遵纪守法、爱岗敬业、尊重顾客、热情服务、真诚守信、文明经商的品德

2	电商文案策划与视觉营销 (68 学时)	电商文案的写作准备、整体构思和思维激发、写作切入点、创作密码、品牌命名和关键词设置、文案标题写作、网店文案写作、软文撰写等	了解电商文案的分类、特征；掌握撰写电商文案的写作技巧；掌握各平台推广文案及电商软文的策划与写作，提高学生电商文案写作的专业素质和电子商务营销活动整体策划的综合能力；挖掘良好的文字欣赏与鉴别能力、开拓创新能力、团队沟通协作能力
3	网络消费者行为分析 (34 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	掌握网络消费者行为分析的一般知识、网络市场调研的方法、网络消费者购买决策的内容和过程；认识网络消费者个体和群体的特征以及网络消费者权益；掌握影响网络消费者行为的外部因素和营销因素；具备识别网络消费风险的能力；掌握保护网络消费者权益的方法；具备开拓网络消费者市场的能力；培养良好的团队合作能力、良好的市场洞悉意识，养成良好的工作态度，培养实事求是的严谨科学作风和创新意识
4	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；挖掘终生学习、分析问题和解决问题的能力，培养锐意进取、精益求精的工匠精神
5	数据化运营 (68 学时)	电子商务数据分析、运营数据分析、流量数据分析、转化数据分析、客单价数据分析、客户数据分析、商品数据分析、市场行情数据分析、竞争对手数据分析	掌握数据分析的常用方法、基本流程及分析工具；掌握商务营运数据分析的主要指标体系；掌握处理数据的常用 EXCEL 操作；掌握数据分析的应用能力；能运用数据分析工具开展流量分析、转化率分析、客单价分析、销售绩效分析、转化率分析、客户分析等；能利用 WORD 撰写数据分析报告等；能通过关联数据分析进行初步诊断，发现可能存在的问题并提出适当建议；培养学生观察力，善于观察环境中细微的变化，善于把握机会，具备良好的数据安全意识，以及较强的数据判断能力

6	搜索引擎优化与营销 (68 学时)	网站关键词、网站内部和外部优化、SEO 效果监测及优化策略、SEO 作弊及惩罚、竞价账户搭建和推广流程、账户数据分析与优化、网盟竞价推广以及移动广告投放等搜索引擎营销中涉及到的 PC 端和移动端搜索营销的主要渠道和方法	掌握搜索引擎营销推广的基础知识；了解 SEO 的基本知识；掌握网站内外部优化等相关知识；了解搜索引擎竞价推广技术，掌握竞价账户的搭建、数据分析、账户优化等相关知识；具备搜索引擎营销人员基本的岗位认知；掌握搜索引擎营销的操作技巧；学会分析实际案例，具有搜集、处理信息的动手能力；具有良好的职业道德和敬业精神；具有团队意识和沟通交流的能力；具有理论联系实际的素质和创新能力
7	电子商务运营 (80 学时)	电子商务运营概述、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、电子商务物流等内容	通过企业真实的运营案例过程分析，采用实例的方式讲解电子商务项目的运营方式及电子商务企业的运营实践；培养学生自信心，引导学生拥有良好心态，能合理调节创业心理压力

表 5：专业拓展课程（任选课程）设置

序号	模块	课程名称	开设学期	周学时	学分	要求
1	知识拓展	国际商务英语/商务英语听说/商务交际英语	第 4、5 学期	4 学时	8 学分	任选 1 门
2	知识拓展	商务礼仪/商务谈判/沟通与技巧	第 4 学期	2 学时	2 学分	任选 1 门
3	知识拓展	经济法基础/POP 营销/连锁经营与管理	第 7 学期	2 学时	2 学分	任选 1 门
4	知识拓展	ERP 原理与应用/消费心理学/秘书实务	第 9 学期	2 学时	1 学分	任选 1 门
5	技能拓展	商品拍摄/色彩构成与设计/立体构成与设计	第 3 学期	2 学时	2 学分	任选 1 门
6	技能拓展	短视频拍摄与制作/动画制作/平面广告制作	第 4 学期	4 学时	4 学分	任选 1 门
7	技能拓展	新媒体运营技术与应用/智慧商业技术/供应链管理	第 6 学期	4 学时	4 学分	任选 1 门
8	技能拓展	营销策划/广告策划/公共关系策划	第 7 学期	4 学时	4 学分	任选 1 门
9	技能拓展	演示文稿设计与制作/工具软件使用/多媒体设计	第 9 学期	4 学时	3 学分	任选 1 门

#### 4. 技能实训课程

技能实训课程的设置结合电子商务专业运营主管、营销主管、销售主管、

智能客服主管、视觉营销设计师等实际岗位需求和 1+X 网店运营推广证书考试要求，对接真实电子商务行业工作场景和情境，在实践中提升学生专业技能、职业能力和劳动品质。包括录入技术实训、图形图像处理实训、视觉营销设计实训、网络营销实训、直播电商实训、客户服务管理实训、网店运营推广实训、专业综合项目实训等。

表 6：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	录入技术实训 (1 周/30 学时)	英文字母、字根、一码、二码、三码、常用千字、二词、三词、四词词组、文章录入、小键盘数字录入	英文字母 100-120 字/分；文章录入 40-60/分；数字综合 180/分
2	图形图像处理实训 (1 周/30 学时)	选区、路径、图层、通道、蒙版和文字的创建、编辑及应用，图像画面和图像色彩的处理，滤镜特效的应用	熟练掌握 Photoshop 软件各项功能，并能灵活运用于完成各类平面设计工作
3	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	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
4	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
5	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
6	客户服务管理实训 (1 周/30 学时)	认识网店客服、客服岗前知识准备、使用客服沟通工具及后台操作、客服售前服务、客服售中服务、客服售后服务、客服数据监控与统计分析、客户关系管理、客服考核与绩效管理	能够熟练掌握有关网店客服管理的基本知识；能够熟练掌握客服流程知识和客服准备工作的知识；能够熟练掌握客户接待的知识；能够熟练掌握客户的沟通知识；能够熟练掌握有效订单处理的知识；能够熟练掌握交易纠纷处理的知识

7	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
8	专业综合项目实训 (4周/120学时)	岗位综合素质进行集中训练，模拟或实际工作岗位，并对该岗位所需的各项能力进行培训	以岗位实习为背景下的电子商务综合实训，校企深度合作，模拟或真实处理企业电子商务运营的全部操作流程，让学生真正体会电子商务的内涵，以提高学生的专业知识和技能的综合性训练

## 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、毕业论文、社会实践、入学教育、军训等	周数	
一	20	16	1	专业认识与入学教育 (开学前开设)	1	1
				军事理论与训练	1	
				劳动实践	1	
二	20	17	1	录入技术实训	1	1
				社会实践 (假期开设)	1	
三	20	17	1	图形图像处理实训	1	1
四	20	17	1	视觉营销设计实训	1	1
五	20	17	1	网络营销实训	1	1
六	20	17	1	直播电商实训	1	1
七	20	17	1	客户服务管理实训	1	1
八	20	17	1	网店运营推广实训	1	1
九	20	10	1	专业综合项目实训	4	1
				毕业论文	4	
十	20	0	0	岗位实习	18	2
合计	200	145	9		35	11

### (二) 专业教学进程安排表 (见附件)

### (三) 学时安排表

表 7: 学时安排表

序号	课程类别	学时	占比	要求
1	公共基础课程	1838	36.07%	不低于 1/3
2	专业课程	2538	49.80%	/
3	集中实践教学环节	720	14.13%	/
总学时		5096	/	/
其中: 任选课程		536	10.52%	不低于 10%
其中: 实践性教学		2643	51.86%	不低于 50%

## 九、教学基本条件

### （一）师资队伍

坚持“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，坚持师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

#### 1. 队伍结构

电子商务专业专任教师 11 人，目前在校学生数约 265 人，师生比约 1:25，研究生学历（或硕士以上学位）达到 72.7%，“双师型”教师达到专任专业教师总数的 100%，高级职称专任教师的比例达到 45.5%，老、中、青专任教师队伍在职称、年龄方面，比例合理。整合校内外优质人才资源，选聘常州市龙道电子商务有限公司、等担任产业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，定期开展专业教研。

#### 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；均具有高校教师资格和电子商务专业有关证书；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专业本科及以上学历；具有电子商务专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘电子商务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；能够跟踪电子商务行业新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年均到企业或实训基地实训 1 个月以上，每 5 年累计企业实践经历均在 6 个月以上。

表 8：电子商务专业专任教师情况

序号	姓名	专业及学位	职称	双师型
1	陶	会	副教授	是
2	王	经	副教授	是
3	潘	汉	副教授	是
4	刘	新	副教授	是
5	邓	国	副教授	是
6	钱	电	讲师	是
7	陈	工	讲师	是
8	李	电	讲师	是



9	张	市	讲师	是
10	梅	管	助教	是
11	张	国	助教	是

### 3. 专业带头人

专业带头人钱 老师，具有电子商务专业 职称，是江苏省技术能手、常州市职教能手，能够较好地把握国内电子商务行业、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，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在电子商务专业改革发展中起引领作用。

### 4. 兼职教师

本专业具有兼职教师6名，主要从校企合作单位，如常州市龙道电子商务有限公司、常州土播大数据科技有限公司等本地优秀电子商务相关行业企业中聘任，其中常州市五年制高职产业教授1名，江苏联合职业技术学院产业教授1名，兼职教师均具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。学校针对兼职教师专门制定了《外聘教师聘任和管理办法》。

表 9：电子商务专业兼职教师情况

序号	姓名	工作单位	学历/学位	专业技术职称/职业技能工种及等级
1	陈	常	本科/学士	工程师
2	陈	常	本科/硕士	工程师
3	金	常	研究生/硕士	讲师/电子商务师
4	夏	江	本科/学士	营销师
5	黄	常	本科/学士	亚马逊跨境电商认证
6	徐	常	本科/硕士	电子商务师

## （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。配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有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

实验、实训场所面积约 6900 平米，实验、实训设施对接真实职业场景或工作情境，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。在实训中能够运用虚拟仿真等前沿的信息技术。

表 10：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
1	新媒体运营中心	用于社群运营、新媒体推广、互联网产品销售、整合营销等内容的教学与实训。满足学生进行商品拍摄、短视频录制、直播、图片视频处理、H5 动态页面制作、新媒体营销策划、软文撰写、微信营销、微博营销、短视频营销等新媒体营销实训及相应的课堂教学、考核评价的需求	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，配备视频处理软件、网页制作工具软件、新媒体营销实训平台
2	视觉营销实训中心	用于创建网站和网站管理、维护功能，可用于网页设计、网络媒体策划与编辑、网页界面、网络广告和商务网站等实验和实训教学	配备数码相机、相机三角架、摄影工作台，配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅等设备
3	客户服务实训中心	CRM 和 ERP 系统、金融问题处理、订单取消与修改、价格保护、配送催单流程、售后退换货流程、POP 仲裁流程、升级与转接流程、关单标准、数据分析、排班与现场管理、服务营销流程及技巧、外呼技巧、提升在线导购的员工销售技巧、客户客诉处理方法、客户类型分析及处理技巧、投诉处理实务、客诉处理步骤精要、跨部门沟通、电商战略与财务、业务提升实战	配备计算机、IP 电话机、耳机，开展文化设计与布置，配备客户关系管理教学软件

4	直播电商实训中心	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
5	电子商务运营中心	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	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，配备网店运营推广等教学软件
6	商务数据分析中心	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等
7	电商创业孵化中心	利用电子商务交易平台，开设网上商店，掌握网上商店运作的流程及有关技巧，提高学生自主创业能力	配备数码相机、相机三角架、摄影工作台、柔光灯、金银反光板、计算机及桌椅，配备常用办公软件、图片及视频处理软件等
8	常州龙道电商实训基地	服务于本专业学生网店运营推广项目企业实训	配备数码相机、相机三角架、摄影工作台、柔光灯、金银反光板、计算机及桌椅，配备常用办公软件、图片及视频处理软件等
9	江苏鸿图集团实训基地	服务于本专业学生网络营销推广项目企业实训	配备计算机及桌椅，配备常用办公软件等
10	江苏嗨购科技实训基地	服务于本专业学生客户服务管理项目企业实训	配备计算机、IP电话机、耳机，配备企业客户关系管理软件
11	江苏土播大数据实训基地	服务于本专业学生直播运营项目企业实训	配备高性能计算机、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
12	常州澳通实训基地	服务于本专业学生短视频运营、视觉营销设计项目企业实训	配备计算机及桌椅，配备常用办公软件、图片及视频处理软件等

### 3. 实习场所

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关

系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，本专业具有 6 个稳定的校外实习基地：常州市龙道电子商务有限公司、常州土播大数据科技有限公司、江苏鸿图信息集团有限公司、江苏嗨购网络科技有限公司、常州澳通思服品牌管理有限公司、江苏抖家网络科技有限公司等校外实习基地。实习基地应能提供运营主管、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与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，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，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，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的规章制度，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表 11：主要校外实习场所基本情况

序号	企业名称	地址	联系人	合作形式	主要岗位
1	常州市龙道电子商务有限公司	常州市武进科教城三环路信息产业园研发楼北四楼		校外实习	运营主管
2	常州土播大数据科技有限公司	常州经济开发区潞城街道龙锦路 355 号		校外实习	销售主管
3	江苏鸿图信息集团有限公司	常州新北创意产业园 B 座 7 楼		校外实习	营销主管
4	江苏嗨购网络科技有限公司	常州西太湖科技产业园祥云路 6 号		校外实习	智能客服主管
5	常州澳通思服品牌管理有限公司	常州钟楼经济开发区玉龙南路 280 号常州大数据产业园 2 号楼 17 楼 1702 号		校外实习	互联网产品开发主管、销售主管
6	江苏抖家网络科技有限公司	常州钟楼经济开发区玉龙南路 280 号常州大数据产业园 1 号楼 6 楼 6002 号		校外实习	视觉营销设计师、营销主管

### （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管理规定，学校制定了《常州刘国钧高等职业技术学校教材建设管理办法》等内部管理制度，经过规范程序择优选用教材。专业课程教材，包含已出版教材《电子商务运营》《网店美工》等。开发的校本特色教材包含《跨境电商运营》《商务礼仪》等。教材体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态。

### 2. 图书文献配备

图书文献配备能满足电子商务专业人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理和文化类文献等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

### 3. 数字教学资源配置

本专业配备一定数量的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、数字教材等专业教学资源库，购买了网店运营、直播电商等虚拟仿真软件和网店运营推广 1+X 考证软件，满足专业主干课程教学需要。建有《电子商务运营》校级精品课程，依托超星泛雅平台，建有网络在线课程 10 门，满足学生在线学习和课余学习需求。

## 十、质量保障

1. 依据学校《人才培养方案管理规定》，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《课程建设管理办法》《课程标准编制与管理规定》等相关制度，科学制订并滚动修订课程标准，积极引进企业优质资源，校企合作开发课程、共建课程资源。

3. 依据学校《教学督导工作制度》《教师教学质量评价办法》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《教师教学工作规范》《教学常规检查制度》等相关制度，明

确教学过程规范，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. 依据学校《教研室工作制度》《教学团队建设与管理办法》等相关制度，定期召开教学研讨活动，定期开设示范课、公开课并集中评课，通过集中研讨、评价总结等有效提升教师教学能力，持续提高人才培养质量。

6. 依据学校《学生综合素质过程性评价方案》，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。

7. 依据学校《关于毕业生就业情况调研的指导意见》，通过毕业生就业跟踪调研，对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况、企业满意度等进行分析，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. 综合素质毕业评价等级达到合格及以上。
2. 完成本方案所制定的各教学环节活动，各门课程及毕业论文成绩考核合格。
3. 取得全国计算机等级考试一级证书、全国公共英语考试一级证书及 1+X 网店运营推广职业技能等级证书（中级）或电子商务师职业技能等级证书（四级）。
4. 修满本方案所规定的 278 学分。

## 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〔2023〕32号）；
6. 《江苏联合职业技术学院五年制高职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。军训第一学期开设。

2. 理论教学和实践教学按16-18学时计算1学分(小数点后数字四舍五入)，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。学生参加技能大赛、创新创业大赛、社团活动等所取得的成绩可参照《学生素质拓展学分评定办法》折算为一定学分。

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。《中国特色社会主义》课程总学时36学时，其中正常教学安排32学时，利用课余时间辅导不低于4学时；《心理健康与职业生涯》课程总学时36学时，其中正常教学安排34学时，利用课余时间辅导不低于2学时；《哲学与人生》课程总学时36学时，其中正常教学安排34学时，利用课余时间辅导不低于2学时；《职业道德与法治》课程总学时36学时，其中正常教学安排34学时，利用课余时间辅导不低于2学时。《艺术》课程总学时36学时，其中正常教学安排32学时，利用课余时间辅导不低于4学时。《历史》课程总学时72学时，其中正常教学安排66学时，利用课余时间辅导不低于6学时。专业认识与入学教育在开学前完成。社会实践开设在第2学期，并必须在后一学期开学前的假期完成。

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资源，发挥所有课程育人功能。通过课程、讲座、专题活动、校园文化布置等方式增强思政文化氛围、强化思政教育。

5. 将劳动教育、创新创业教育等融入专业课程教学和有关实践教学环节中，在劳动实践周中开设劳动精神、劳模精神和工匠精神专题教育不少于 16 学时。依托“太湖湾教育大营地”、“开心农场”等劳动实践基地，每学期定期组织学生开展劳动实践。依托“三创工作室”、“创新社团”等，有序开展创新创业类比赛及活动等。

6. 任选课程根据常州地区特色，结合学校优势课程，开设公共基础任选课程 3 门、专业拓展任选课程 27 门，在专业群中进行选课。

7. 落实“1+X”证书制度，将实践性教学安排与技能等级证书或职业资格证书考核有机结合，鼓励学生在取得五年制高职毕业证书的同时，取得与专业相关的技能等级证书或职业资格证书，鼓励学生经过培训并通过社会化考核，取得与提升职业能力相关的其他技术等级证书。

8. 根据《常州刘国钧分院毕业设计（论文）管理办法》，加强毕业论文的全过程管理，引导学生遵循学术规范和学术道德。

9. 岗位实习是学生在校学习的重要组成部分，是培养学生综合职业能力的主要教学环节之一。由学校与企业根据生产岗位对从业人员素养的要求共同制订岗位实习教学计划，教学活动主要由企业组织实施，学校参与管理和评价。

### （三）研制团队

序号	姓名	单位名称	承担角色
1	钱	常	负责人
2	邓	常	成员
3	蒋	常	成员
4	张	常	成员
5	李	常	成员
6	陈	常	成员



7	周	常		高校专家
8	陈	常		企业专家
9	陈	常		企业专家

