

韶关市职工大学电子商务专业人才培养方案



一、专业基本信息

1. 专业名称

电子商务

2. 专业代码

530701

3. 办学层次

高起专

4. 学习形式

非脱产

5. 入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

6. 职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 本专业职业面向

所属专业大类	所属专业类	对应行业	主要职业类别	主要岗位群或技术领域举例
财经商贸大类	电子商务类	互联网和相关服务 批发业、零售业	销售人员 商务咨询服务人员	营销推广 运营管理 客户服务

二、培养目标与人才培养规格

（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，掌握本专业知识和技术技能，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，能够从事营销推广、运营管理、客户服务等工作的高素质技术技能人才。

（二）人才培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 知识

- (1)掌握必备的思想政理论、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、安全消防等知识。
- (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、消费者行为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。

2. 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、美学、伦理、计算、数据、交互、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。
- (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；能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度。
- (6)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。
- (7)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。
- (8)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。
- (9)能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理。
- (10)能够根据运营目标采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户等各类数据，对其进行分析与预测。
- (11)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。
- (12)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。

3. 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。

(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，以及良好的行为习惯。

(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。

三、修业年限

基本修业年限为三年，最高修业年限为 5 年。

四、课程设置

(一) 课程设置

本专业课程包括公共基础课、专业课和选修课。

1. 公共基础课

包括大学英语、经济数学、大学语文、思想道德修养与法治、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、心理健康教育、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、计算机基础。

2. 专业课

包括电子商务概论、电子商务法律法规、办公软件高级应用、市场营销、电子商务物流管理、新媒体运营、商品图像处理(PS)、商品信息采编、网络编辑、网页设计与制作、网络营销、客户服务与管理、电子商务数据分析与应用、网站(店)运营、移动商务、毕业实习等(详见教学进程表)。

专业核心课程主要教学内容见表 2。

表 2 专业核心课程主要教学内容

序号	专业核心课程名称	主要教学内容
1	商品信息采编	根据摄影色彩、构图策略,拍摄出曝光合理、主题突出的商品照片;根据商品的特点进行创意设计,提高用户关注度;运用相关软件对图片进行处理,展示从整体到局部的商品特性,突出商品卖点。
2	网络编辑	根据具体要求进行不同类型网站内容策划与制作、栏目策划与制作、专题策划与制作;更新、维护网站页面内容;进行社区内容的策划与管理。
3	网页设计与制作	运用 HTML、Css 等网页制作相关知识,根据产品页面需求,进行页面布局美化,进行网店的装修;应用文本、图像、多媒体等网页元素的方法,制作页面;运用各类动态效果及样式,丰富美化网页。
4	网络营销	根据网站和网店推广目标,筛选合理的推广方式和新媒体营销方法;网络推广和营销方案制定与实施;营销推广方案效果评估与优化。
5	客户服务与管理	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。
6	电子商务数据分析与应用	电子商务数据分析的思路与流程;采集电子商务平台数据并运用 Excel 等软件进行数据处理;电子商务数据分析方法、数据分析与预测;分析报告撰写。
7	网站(店)运营	网站(店)运营的规范与流程;商品类型分类、编码、上架、下架;店铺、产品和客户数据分析,营销推广策略的制定与实施。
8	移动商务	新媒体发展趋势和社交网络特性;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;根据后台数据完成促销活动、品牌推广活动和移动营销活动。

3. 选修课

(1) 选修课一（5 选 2）

包括跨境电子商务、商业心理学、网店推广、矢量图处理、Access 数据库。

(2) 选修课二（四史类选择性必修课，必选一门）

包括党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史。

五、教学形式

采用线上与线下相结合的教学形式。

六、学时与学分

总学时为 2010。实行学分制，以 18 学时计为 1 个学分。

七、考核与毕业要求

（一）课程考核

毕业实习课采用过程性考核，按“优、良、中、及格、差”进行评价，“及格”以上为合格。其余课程均采用过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核，均以百分制计算课程成绩，其中：过程性考核占 30%，终结性考核占 70%。

（二）毕业要求

学生在学习期间，德、智、体、美、劳等方面全面发展，修完人才培养方案中规定的课程门数（其中：选修课程不少于三门[含三门]），各科成绩合格，总学分达 96.5 分方可准予毕业。

八、教学进程安排

教学进程表见表 3.

表3 电子商务专业教学进程表

课程类别	序号	课程代码	课 程 名 称	学 分	总学时	各学期学时分配										考核方式			备注
						线上教学	线下教学	实验实训	一	二	三	四	五	六	过程性考核	终结性考核			
																闭卷	开卷		
公共基础课	1	DXYY01	大学英语	4	72	56	16			72					√	√			
	2	JJSX02	经济数学	4	72	56	16		72						√	√			
	3	DXYW03	大学语文	4	72	56	16			72					√	√			
	4	SSDD04	思想道德修养与法治	4	72	56	16		72						√	√			
	5	ZHYX5	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	54	36	18		54						√	√			
	6	XLJK06	心理健康教育	2	36	28	8			36					√	√			
	7	MXDS7	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	72	56	16				72				√	√			
	8	XSZC08	形势与政策	2	36	36			6	6	6	6	6	6	√	√			
	9	JSJC09	计算机基础	3	54	36	18	18	54						√	√			
专业课	10	DSKL10	电子商务概论	4	72	56	16		72						√	√			
	11	DSFG11	电子商务法律法规	4	72	56	16			72					√	√			
	12	SPXX12	商品信息采编	4	72	46	26	26		72					√	√			
	13	SCYS13	市场营销	4	72	56	16				72				√	√			
	14	SPTX14	商品图像处理(PS)	4	72	46	26	26			72				√	√			
	15	WLB15	网络编辑	3	54	36	18				54				√	√			
	16	WYSJ16	网页设计与制作	4	72	46	26	26				72			√	√			
	17	WLYX17	网络营销	4	72	56	16					72			√	√			
	18	KHGX18	客户服务与管理	4	72	56	16					72			√	√			
	19	YDSW19	移动商务	3	54	36	18	18					54		√	√			
	20	BGRJ20	办公软件高级应用	4	72	46	26	26					72		√	√			
	21	KJDS21	电子商务物流管理	4	72	46	26	26					72		√	√			
	22	SWSJ22	电子商务数据分析与应用	4	72	46	26	26					72		√	√			
	23	MTYY23	新媒体运营	3	54	36	18	18						54	√	√			
	24	WZYY24	网站(店)运营	4	72	46	26	26						72	√	√			
	25	BYSX25	毕业实习	1.5	30		30	30						30	√				
选修课一	26	SYXL26	商业心理学	3	54	36	18			54					√	√		5 选 2	
	27	WLGL27	跨境电子商务	3	54	36	18	18			54				√	√			
	28	SWLY28	网店推广	3	54	36	18	18				54			√	√			
	29	RWXZ29	矢量图处理	3	54	36	18	18					54		√		√		
	30	SJK30	Access 数据库	3	54	36	18						54	√	√				
选修课二	31	DS31	党史	2	36	30	6		36						√	√		4 选 1	
	32	XZGS32	新中国史	2	36	30	6		36						√	√			
	33	GGKFS33	改革开放史	2	36	30	6		36						√	√			
	34	SHXYFZS34	社会主义发展史	2	36	30	6		36						√	√			
合 计				111.5	2010	1426	584	320	474	384	330	276	330	216					
百分比（%）						71	29	16	24	19	16	14	16	11					

备注：1. 请在考核方式中选择“√”填写。

2. 课程代码：以课程名称汉语拼音的前四位字母+序号命名。

九、教学实施保障

（一）教材选用

按照国家规定选用最新出版的优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选教材。

（二）师资队伍

1. 队伍结构

本专业在校学生人数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，并不断加强“双师型”队伍建设，不断提高双师素质教师占专业教师比例，专任教师队伍职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；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；具有扎实的电子商务相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究。

3. 专业带头人

具有副高及以上职称，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

主要从电商企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担课程与实训教学、实习指导等专业教学任务。

（三）教学及实验实训条件

教学及实验实训条件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、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入及 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实验实训室

(1) 商品采编实训室

配备投影设备、白板、计算机，安装 Photoshop、Illustrator、Dreamweaver、Flash、CorelDRAW 等软件；网络接入及 WiFi 环境；配备数码相机、相机三脚架、引闪器、反光板、柔光灯、摄影灯架、静物台、拍摄幕布、背景板等摄影器材，满足大型商品、小型商品以及人物的拍摄需要；拍摄区要求全遮光环境；配备商品展示柜、相关搭配道具等。用于视频采编、图形图像处理、商品信息采编、网络编辑、网页设计与制作等课程的教学与实训。

(2) 网络营销实训室

配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入及 WiFi 环境；配备计算机，安装 Mindmanager、Office、网页数据采集工具软件、无线终端（手机或 PAD）。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、移动商务、网络推广等课程的教学与实训。

(3) 电子商务数据分析实训室

配备服务器、投影设备、白板、交换机、计算机，可运行 Chrome、IE、Safari、Firefox 等常用浏览器的测试终端，安装 Linux/Windows 操作系统、MYSQL、.Net 等软件，电子商务数据实训系统。用于程序计基础、数据库基础、电子商务运营与推广、电子商务数据分析与应用等课程的教学与实训。

(4) 电子商务客户服务实训室

配备服务器、投影设备、白板，网络接入或 WiFi 环境，计算机，语音网关、录音服务器、多媒体耳麦、拨号器等呼叫中心实训设备。用于商务沟通与礼仪、客户服务与管理、客户服务技巧等教学与实训。

(5) 电子商务运营实训室

配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入或 WiFi 环境；计算机，无线终端（手机或 PAD），可运行 Chrome、IE、Safari、Firefox 等常用浏览器的测试终端，安装 Linux/Windows 操作系统、MYSQL、.Net 等软件，根据需要构筑不同的商业应用场景。用于电子商务运营、电子商务数据分析、跨境电子商务实践、移动商务运营、电子商务物流及供应链管理等课程的教学实训。

3. 校外实训基地

学校具有稳定的校外实训基地。能够提供开展网络营销推广，网店（站）运营管理、美工设计、电商客服等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

序号	实验实训基地名称	合作单位
1	韶关市富农电子商务有限公司实训基地	韶关市富农电子商务有限公司
2	韶关市快捷键电子商务有限公司实训基地	韶关市快捷键电子商务有限公司
3	韶关靓淘电子商务有限公司实训基地	韶关靓淘电子商务有限公司
4	苏宁易购（韶关公司）实训基地	苏宁易购（韶关公司）

（四）数字化资源

学院建有超星-学习通线上数字化教学平台及教学资源库；文献资料资源库；具备常见问题解答等的信息化条件。学院引导鼓励教师开发并利用超星-学习通教学平台，创新教学方法、提升教学效果。目前已建成相关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库。2022 年学院还新购置了“奥派电子商务虚拟仿真软件”、“奥派跨境电子商务虚拟仿真软件”、“闯越数字 B2B 电子商务虚拟仿真软件”及相关专业教学资源库，不断做到种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

（五）质量管理

1. 学校和二级系应持续完善专业建设和教学质量诊断与改进机制，不断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。

2. 学校和二级系应持续完善教学管理机制，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，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课等教研活动。

3. 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。

（五）经费保障

学校是公益一类事业单位，办学不以营利性为目的，除上级财政拨付的办学经费外，继续教育的学费收入基本上用于改善办学条件。