

电子商务专业

2019 级人才培养方案

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

三年制：高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

修业年限 3 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）	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； 运营管理； 客户服务	电子商务师、淘宝电子商务证书

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）培养规格

1. 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。

2. 知识

(1) 掌握必备的政治理论、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。

3. 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。

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课

《军事理论》《军事技能》

教学目标：通过军事课教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

主要内容：

《军事理论》主要包含：国防概述、国防概述、国防建设、武装力量、国防动员；国家安全形势、国际战略形势；中国古代军事思想、当代中国军事思想；新军事革命、信息化战争；信息化作战平台等内容。

《军事技能》 主要包含：共同条令教育、分队的队列动作；轻武器射击、战术；格斗基础、战场医疗救护、核生化防护；战备规定、紧急集合、行军拉练等内容。

教学要求：军事理论教学进入正常授课课堂，军事技能训练应坚持按纲施训、依法治训原则，坚持课堂教学和教师面授在军事课教学中的主渠道作用，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理。

《大学生安全教育》

教学目标：通过安全教育，大学生应当树立起安全第一的意识，树立积极正确的安全观，把安全问题与个人发展和国家需要、社会发展相结合，为构筑平安人生主动付出积极的努力。

主要内容：大学生安全教育概述、生活安全教育、防火知识，消防安全、物品保管，财产安全、防诈骗、防传销、珍惜生命，人身安全、饮食卫生，食品安全、出行平安，交通安全、心理健康、交往及就业安全、保密知识与国家安全、预防犯罪、应急知识、公共安全等内容。

教学要求：通过入学教育、安全讲座、安全分析、课程教育等多种形式，利用各类网络课程及资源开展教育。注意结合学生不同阶段的特点，利用身边的事例，开展有针对性的教育。

《思想道德修养与法律基础》

教学目标：本门课程以中国特色社会主义新时代背景下青年大学生肩负的历史使命为切入点，以培养担当民族复兴

大任的时代新人为主线，以思想引导、道德涵化、法治教育为主体内容，引导学生在学习和思索中探求真理，在体验和行动中感悟人生，从而提高自身的思想道德素质和法律素养。

主要内容：课程包括三大知识模块：一是思想政治教育。包括“绪论”、“人生的青春之问”、“坚定理想信念”“弘扬中国精神”“践行社会主义核心价值观”等内容。二是道德教育。包括“明大德守公德严私德”等内容。三是法治教育。包括“尊法学法守法用法”等内容。

教学要求：本课程实践教学以学生主体，教师主导，旨在强化提高学生理论认识和分析能力。实践教学活动内容和形式根据理论教学的需要来设计。实践教学既可在课堂内也可在课堂外进行，主要包括课堂内实践教学、课堂后实践教学和社会实践教学三种类型。

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》

教学目标：通过理论与实践教学，让学生了解和掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基础知识，提升学生政治理论水平、政治鉴别能力和判断能力，增强拥护党的路线、方针、政策的自觉性，提高投身中华民族伟大复兴大业的使命感和责任感。

主要内容：毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果；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及其历史地位、坚持和

发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、全面推进国防和军队现代化、中国特色大国外交、坚持和加强党的领导等内容。

教学要求：坚持课堂教学和实践教学相结合，课堂教学中，重视信息技术和慕课、微课、翻转课堂、网络课程等在线课程在教学中的应用和管理。实践教学中，以校内中国化马克思主义实训室为依托，充分利用设置情景、分组讨论等形式开展有针对性的教育。

《大学生职业发展与就业指导》

教学目标：大学生职业发展与就业指导课现阶段作为公共课，既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展和终身发展。通过激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学生理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和生涯管理能力。

《大学生职业发展与就业指导》课程分为两部分内容：

《职业生涯规划与管理》主要包含：校史校情与课程绪论、生涯意识唤醒、兴趣与职业兴趣探索、能力与职业能力探索、外部职业环境探索、生涯发展决策和计划与行动管理等模块内容。

《求职就业与职业发展》主要包含：理性认识就业环境、积极提升求职技能、掌握就业维权知识、关注毕业流程、完成实习任务和做好职业规划等模块内容。

教学要求：课程作为公共必修课教学进入正常授课课

堂。按照教育部相关文件要求，结合我院教学实际认真落实教学计划，科学安排教学内容。坚持理论教学和实践指导相结合、解决共性问题与关注个性问题相结合、规划未来与管理当下相结合等原则，注意结合学生不同阶段不同层次的发展需求，开展有针对性的培养指导，重视信息技术和线上资源在教学中的应用和管理，借助多种教学方法不断提高学生的学习积极性和实效性。

《形势与政策》

教学目标：帮助学生全面正确地认识党和国家面临的形势和任务、复杂的世界局势，让学生更加拥护党的路线、方针和政策，增强实现改革开放和社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感；使学生正确分析现实生活中的一些问题，把理论渗透到实践中，指导自己的行为。

主要内容：紧密围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，把坚定“四个自信”贯穿教学全过程，重点讲授党的理论创新最新成果、新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，引导学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识时代责任和历史使命。

教学要求：坚定正确的政治方向，始终与党中央保持一致。严格按照教育部的要求开设课程，分为课堂和实践两部分。课堂教学关注学生应该认识并能够理解的社会热点问题，以专题化形式开展，同时引导学生课外自主思考体会，分析当下热点问题，培养学生分析解决问题的思维习惯。

《大学生创新创业教育》

教学目标：创新创业教育教学内容以教授创新创业知识为基础，以锻炼创新创业能力为关键，以培养创新创业精神为核心，通过创新创业教育教学，使学生掌握创新创业的基础知识和基本理论，熟悉创新创业的基本流程和基本方法，了解创新创业的法律法规和相关政策，激发学生的创新创业意识，提高学生的社会责任感、创新精神和创业能力，促进学生创新创业素质的全面发展。

课程内容：创新创业精神与人生发展、创新思维与创意开发、创新方法训练、创业者与创业团队、创业机会与风险、创业资源的整合与管理、创业模式选择、互联网与创新创业、创业计划的设计与编写等模块内容。

教学要求：本课程作为公共必修课教学进入正常授课课堂。该课程是一门理论性、政策性、科学性和实践性很强的课程，要遵循教育教学规律，坚持理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、课堂教学与课外实践相结合，把知识传授、思想碰撞和实践体验有机统一起来，重视信息技术和线上资源在教学中的应用和管理，调动学生学习的积极性、主动性和创造性，不断提高教学质量和水平。

《形体艺术》

教学目标：通过教学使学生了解和掌握形体训练的基本知识、基本技术和基本技能，全面发展身体素质，掌握良好形体塑造的基础知识和基本技能，使学生在日后进行工作时，基本姿态标准，并养成良好的锻炼习惯，全面提高学生的综合素质。

教学内容：《形体艺术》教学内容主要包含：健美操；体育舞蹈——伦巴、斗牛、华尔兹、维也纳华尔兹、校园维也纳；戏曲广播体操；芭蕾形体；流行舞。

教学要求：根据教材大纲要求和我校形体课场地、设备、器材和师资等实际情况，每周 2 学时，每学期 18 周，36 学时，全年 144 学时。任课教师应具有相应形体项目的教学理论及技术能力；合理选择教材，编排教学内容时由浅入深，注重职场氛围的营造。课程应在专业的舞蹈形体房进行训练，教室需安装多媒体教学器材；学生需穿舞蹈形体服装和舞蹈鞋，以配合形体训练。尽可能地使学生能够学到必要的形体训练知识和技能，身体得到有效的锻炼，形体美意识与心理品质得到培养。

《现代实用礼仪》

教学目标：通过本课程的学习，使学生能系统地掌握礼仪的基础知识，掌握旅游岗位服务礼仪规范，熟知社会交往礼仪准则。通过本课程的学习，提升学生综合素养，助其“入行”，帮助其树立良好的礼仪风范，高尚的职业道德，出色的岗位素养。

主要内容：该课程从礼仪的基本定义、起源与发展以及职业素养和服务意识的概念入手，通过形象、言谈、社交、位次、就餐等基础模块的礼仪知识分析与实践，掌握礼仪知识主线。主要包括，仪容礼仪、仪表礼仪、仪态礼仪、礼貌语言、电话礼仪、见面礼节、拜访与聚会礼仪、行走、乘车、上下楼梯礼仪、会谈、会议、谈判、签订协议、合影、旗帜

等位次礼仪、中西餐礼仪。最后，通过礼仪操、礼仪剧等模式将所学礼仪知识融会贯通。

教学要求：将礼仪专业知识系统地融于实践全过程。教学内容按个人综合素养提升由外至内、从点到面的原则划分为相互关联的若干学习情境，训练学生礼仪服务技巧，强化礼仪服务技能，学会扬长避短塑造个人形象，能进行有效沟通、优化人际关系。同时，结合社会、企业需要解决的实际项目，把上述学习情境中的一个个项目转换成相对独立的模块教学交予学生独立完成，为能完成导游、餐饮服务、客房服务、会展服务等典型岗位工作任务打下良好的礼仪基础。

《应用文写作》

教学目标：能准确运用文字，掌握写作的基本常识；不恐惧写作，培养写作的思维与习惯；知道如何去写，如何逐渐积累提升；会整理写作思路，通过写作认识自我、表达自我；培养学生处理文字材料的能力，提升工作效能。

主要内容：感知写作本能，建构写作工具箱；自我介绍的书写，计划书的书写，职业生涯规划书写，总结报告的书写，活动方案与策划书的书写，简历的书写，求职信的书写，劳动协议的阅读与书写；持续学习写作的几种路径。

教学要求：通过写作课，帮助同学们做到文字通顺、条理清晰、逻辑自洽；让学生在实践中感知每个人自己的写作潜能，从内心接受写作、愿意写作；树立自己做人做事有计划、有落实的意识，提高学生的职业素养。

《大学生心理健康教育》

教学目标：通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识；使学生掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能；使学生了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助。

主要内容：大学生的适应与发展、大学生的自我意识、大学生的人际交往、大学生良好性格的培养、大学生的情绪管理、大学生的恋爱心理。

教学要求：通过本课程的学习，使学生了解自身的心理发展特点和规律，学会和掌握心理调节的方法，解决成长过程中遇到的各种心理问题，提升心理素质，开发个体潜能，促进学生身心健康全面发展。

《体育》

教学目标：

1. 运动参与目标：积极参与体育活动形成体育锻炼习惯，具有一定的体育文化欣赏能力。
2. 运动技能目标：掌握一到两项体育运动的基本方法和技能；掌握常见运动创伤的处置方法。
3. 身体健康目标：能进行自我测试和评价体质健康状况，养成良好的行为习惯，形成健康的生活方式。

4. 心理健康目标：通过运动调节情绪，缓解日常学习中的压力，体验运动的乐趣。

5. 社会适应目标：表现出良好的体育道德和合作精神；正确处理竞争与合作的关系。

主要内容：《体育》主要包含：田径、太极拳、篮球、排球、足球、健美操、乒乓球、羽毛球、网球、形体训练。

教学要求：根据《全国普通高等学校体育课程教学指导纲要》和我校运动场地、设备、器材和师资等实际情况，我校在全校各专业各年级开设体育课程，每周 2 学时，每学期 18 周，36 学时，全年共 144 学时。任课教师应具有相应体育项目的教学理论及技术能力，通过学习，使学生掌握某专项运动的基本理论知识及运动技术；初步具备一定的战术意识和比赛能力；初步掌握某专项的比赛组织与裁判方法；能运用所学专项运动技能，科学地锻炼身体。

（二）专业（技能）课程

《电子商务基础》

教学目标：通过课程学习，使学生对电子商务基础知识有一个全面的了解，对电子商务中涉及到的技术及商务问题有个清晰的认识，提高学生在从事经济、管理过程中适应电子商务环境要求的能力。

主要内容：电子商务认知、电子商务网络技术基础、电子支付、网络营销、电子商务与物流、电子商务法律问题、电子商务应用系统建设、移动电子商务等内容。

教学要求：在授课过程中，强调突出实践性教学、研究

性学习为主的教学模式。通过对电子商务相关概念、理论、案例的教学，培养学生对电子商务领域学习和探究的兴趣。

《营销学基础》

教学目标：通过本课程的学习，使学生完成市场营销常识知识、营销实务、营销管理和特殊市场营销等四大板块的学习任务，掌握市场营销的基本知识、基本方法和主要技能，提高学生的职业实践能力，为学生学习和掌握市场营销专业其他专业课程理论知识和职业能力、适应市场营销岗位工作打下良好的基础。

教学内容：分别为营销概述、市场营销环境、消费者市场分析、组织市场及竞争对手分析、市场调研与预测、市场营销策划、组织与控制、市场营销战略规划、目标市场营销战略、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略、营销战略、计划、组织和控制，营销新理论、服务市场营销、绿色营销、国际市场营销、营销在各行业的具体案例分析和应用等内容。这个体系是按照学科内在的逻辑关系顺序展开的，在阐述了营销学的基本思想、原理和方法的基础上，着重介绍市场分析的方法、市场战略和企业的市场营销组合策略。

教学要求：（1）正确认识课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对营销学有一个整体的认识；（2）牢固树立以顾客需要为中心的营销观念，并以此观念为指导去研究和解决营销的理论和实际问题；（3）掌握学科的基本概念、基本原理和基本方法，包

括国内外市场营销理论与实践的最新发展；（4）立足本课应用性的特点，紧密联系实际，学会分析案例，解决实际问题，把学科理论的学习融入对经济活动实践的研究和认识之中，切实提高分析问题、解决问题的能力。（5）善于使用多种媒体教材。

《供应链管理》

教学目标：通过本课程的学习，使学生树立现代企业管理的新思想理念，对供应链管理的基本问题和基本观点有比较全面的认识，掌握基本概念、基本思想、基本分析方法和基本理论，对管理运行和现代管理有一个比较全面的了解，建立起供应链管理的基本思维框架，为进一步学习其他专业课程奠定理论基础。

主要内容：认识供应链管理、供应链采购管理、供应链生产管理、供应链销售管理、供应链全程综合管理、供应链运营管理对抗实战等内容。

教学要求：遵循专业人才培养模式，在本门课程的实施过程中，将供应链管理现象“平移”到课堂的“情景教学”，强调课程的实用性，把理论教学与社会实践活动有机地结合了起来，加强学生对理论的理解，同时教会学生用理论思考问题的方法。

《电商物流基础》

教学目标：本课程主要对物流相关的基础概念及物流成本管理的相关内容和方法进行详细、全面的介绍。通过这门课程的学习，使学生系统地学习物流管理方面的基础知识，

重点掌握物流的概念、物流活动及其构成要素、物流管理的基本理论知识、现代物流的内涵及其在商品流通领域中的重要作用，物流系统及物流各个具体功能要素等方面的基本知识。

主要内容：物流概述、物流主要作业活动、物流辅助作业活动、物流服务提供者、第三利润源泉、物流的装备、物流的延伸、物流顺利进行的保障、物流的可持续发展等内容。

教学要求：将理论与实践相结合，运用多媒体课件、实训室等各种资源，重点培养学生运用现代物流管理理念分析、处理实际问题的能力，同时，在授课过程中引入实际案例，培养学生进行实际物流管理运作案例分析的能力，使学生养成现代物流管理思想、养成物流职业意识与素养。

《管理学原理》

教学目标：学生应认识和理解管理的重要性和普遍性，了解古今中外管理思想的发展，理解古典管理理论和行为科学的内容，理解并掌握管理的基本原理与方法，掌握管理的计划、组织、领导、控制、创新等职能的基本内涵、要求及执行这些职能的方法和手段。学完本课程，学生应具备一定的环境分析、战略规划、计划制定及管理、组织设计、领导沟通等能力，并能够应用管理学知识解决实际管理问题提高管理工作水平。

主要内容：管理活动与管理理论、管理道德与企业社会责任、全球化与管理、信息与信息化管理、决策与决策方法、计划与计划工作、战略性计划与计划实施、组织设计、人力

资源管理、组织变革与组织文化、领导概论、激励、沟通、控制与控制过程、控制方法、管理的创新职能、企业技术创新、企业组织创新。

教学要求：课堂教学中采用课堂讲授、案例教学、学生讲授、专题讨论、启发式教学等多种教学方法，教学手段则采用多媒体、网络教学等，充分利用网络资源及实时发生的实例，帮助学生理解并掌握相关知识点。

《办公软件应用》

教学目标：通过本课程教学，让学生基本掌握计算机基础知识，理解计算机的常用术语和基本概念，熟练掌握OFFICE的主要软件，掌握网络的入门知识；培养学生获取计算机新知识、新技术的能力，培养学生使用计算机工具进行文字处理、数据处理、信息获取的能力；培养学生自学能力、发现问题、解决问题的能力，培养学生动手动脑的能力。

主要内容：办公自动化课程主要包含：计算机基础知识、计算机键盘操作与汉字录入、Windows使用、Word的使用、Excel的使用、PowerPoint的使用、Internet的使用等内容。

教学要求：通过项目导向、任务驱动、案例分析、现场教学、多媒体演示、讲练结合、学生讨论等多种教学方法，利用各类网络课程及资源开展课上课下教学，注意结合学生不同层次的特点，有针对性的开展教学，帮助学生理清思路，提高学生自主学习的能力、动手能力和分析问题解决问题的能力，为以后课程的学习打下良好的基础。

《网络编辑》

教学目标：本课程是依据电子商务专业典型工作任务和职业能力分析中的“网络编辑”工作领域设置的，以学生未来就业岗位要求的技能培养为宗旨，通过学习网络编辑的一般知识，使学生了解网络编辑工作的一般规律，具备网络信息编辑的综合技能，培养学生信息采集、信息筛选、图文信息编辑、信息发布、使用网络互动媒体的能力，旨在提升学生网站内容编辑能力，以便将来能够胜任各类网站的网络编辑工作。

主要内容：该课程的主要内容包括：网络信息编辑工作、网络信息筛选；网络内容编辑；网络稿件标题制作；网络超级链接设置；网络专题策划与制作；网络社区管理；网络时评等。

教学要求：本课程是一门理论与实践相结合的课程。课程操作性强，要求在完成基础知识教学任务的同时，加强学生实际动手能力的培养。围绕网站编辑岗位日常工作能力的要求，设计符合岗位能力需要的工作任务，以岗位工作流程为序排列任务，突出对网站编辑在信息采、筛、编及发布等技能点的训练，使学生在完成具体任务的过程中来构建相关知识，并发展其职业能力。

《电商网页设计与制作》

教学目标：通过本课程的学习，学生学会根据产品页面需求，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，丰富美化网页。

主要内容：网页的概念、网页的发展、网店装饰的概念、

网店装饰的重要性、网店店铺装饰的四大要点、网店店铺装饰的六大技能、店招与导航设计、首焦轮播区的设计、商品详情页设计等内容。

教学要求：本课程要求将教师讲授与实训相结合，采取边讲边练的方式进行教学，通过对指定产品进行网页美化布局的练习，将软件中的抽象问题具象化，从而使学生掌握软件的操作方法与技巧。

《电商视频编辑基础》

教学目标：本课程主要培养学生用 Adobe After Effects 软件进行商品或网页的动态化制作，掌握动画关键帧的基本原理知识。在动画制作的过程中，培养学生的创新意识，能制作出有创意的作品。

主要内容：视频的基础知识、AE 的界面布局、AE 的操作流程、图层的五大属性、关键帧动画的设置方法、遮罩的运算与操作、三维合成的属性、各类内置滤镜的使用方法及参数设置、渲染设置的方法等内容。

教学要求：在课程教学中，以强化培养学生的职业技能和岗位就业能力为目标，以掌握基本原理、强化应用、培养学生的动手能力和岗位就业能力为重点，以动画制作的岗位技能为课程内容，融“教、学、做”为一体，通过理论加实践的学习，使学生的能力和技能稳步提高，最终达到本课程要求学生应掌握的知识和技能。

《电子商务专业英语》

教学目标：通过本课程的学习，使学生具备一定的专业

英语听说读写能力，掌握基本的电子商务专业领域英语词汇，能阅读英文的专业资料，并且具有用英语进行电子商务交流的能力。

主要内容：了解 Internet 的历史与特点以及与 Internet 相关的词汇、电子商务两种常见模式，学会使用相关的句式和词汇进行表达、企业网上注册方法、在线支付的方法和分类，掌握相关词汇、移动电子商务相关词等内容。

教学要求：教学要以学生为本，发挥学生的自主性，注重培养学生语言综合运用能力，依据教学目标，结合教学内容，设计符合学生实际的、操作性强的、丰富的教学活动。

《移动电子商务》

教学目标：本课程是电子商务专业的一门专业前沿型课程，是依照高职教育培养目标与电子商务行业实际需求设置的专业必修课。本课程着眼于电子商务的前沿领域，既强调对移动电子商务基本理论的掌握，更强调能够运用移动电子商务平台进行活动策划、运营、移动营销推广、移动店铺等运营与管理等技能的实际运用，具有一定的前瞻性、实用性和操作性。

主要内容：1. 了解移动电子商务的发展历史、现状及未来前景，掌握移动电子商务营销传播方式；2. 了解 O2O 平台，掌握 O2O 平台营销的方法；3. 了解移动端微博、微博营销的概念、特点以及与 PC 端的区别；4. 掌握移动端微博营销的基本方法和技能技巧；5. 掌握微信支付、微信红包、微信卡券的使用方法；6. 掌握移动数据通信、移动搜索、移动办公、

移动广告的基本形式与主要作用;了解微信营销的概念及商业价值;7.掌握无线店铺推广和营销的工具及使用方法。

教学要求:本课程操作性强,要求教师进行充分的讲授,学生进行讨论和思考,在完成基础知识教学任务的同时,进行设定项目的实训,加强学生实际动手能力的培养,使学生在完成具体任务的过程中来构建相关知识,并发展其职业能力。

《电子商务数据分析与应用》

教学目标:该课程主要是培养学生数据分析的理念与运用相关数据处理工具进行数据分析的能力,本着“切合人才需求,兼顾职业发展”的目标,以企业数据分析员、数据运营专员、市场分析专员、客户数据分析专员等典型工作岗位为切入点,训练学生数据收集和数据分析能力,为学生将来进入电商企业从事数据分析相关工作打下基础。

主要内容:理解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:了解常用数据存储查询工具、数据分析常用工具等;初步掌握行业数据分析、客户数据分析、产品数据分析、销售数据分析、推广数据分析的内容、方法、工具与流程:理解商务数据分析报告的概念、类型、构成,能够根据企业要求撰写分析报告。

教学要求:由于课程实践性较强,根据课程性质和典型工作任务,在教学过程中采用“教学做一体化”的方法,采用任务分解的方法,边学边练,逐一完成数据收集、数据分析的任务,最后完成撰写数据分析报告,并完成过程化考核。

《跨境电商专业英语》

教学目标：面向跨境贸易企业及跨境电商平台，培养具有扎实的英语基本功和基本的英语语言运用能力，具备基本的跨文化商务交际能力和人文素养的应用型人才。

主要内容：跨境电子商务理论与实务、跨境电子商务英语、商务英语口语、商务英语写作、商务英语翻译、商务英语阅读等内容。

教学要求：根据跨境电子商务人才素质结构要求以及高职学生的学习特点，采取以实践锻炼促进理论学习，以理论学习提升实践操作技能的教学模式。通过大量的英语听、说、写来提高学生的语言实际应用能力，使学生能够进行日常的跨境电子商务交流。

《微信小程序开发》

课程目标：通过该门课程的学习，能熟练掌握微信小程序基础知识和常用 app，具备对微信小程序开源实例的剖析能力，能独立进行简单的微信小程序项目设计、开发，锻炼编程能力，培养学生独立思考以及发现问题、解决问题的能力。

主要内容：熟练掌握微信小程序的特点、目录、代码构成、布局、事件、数据绑定、界面交互、常用 app，通过对开源实例中相关技术点的剖析讲解，掌握整个小程序开发的设计思路和架构，能独立进行简单的微信小程序项目设计、开发。

教学要求：通过项目导向、任务驱动、案例分析、多媒

体演示、讲练结合等多种形式,并利用各类网络课程及资源,做到项目管理理论知识与实践相结合。注意结合学生不同学习阶段的特点,利用真实的案例,进行个性化并有针对性的讲解和实训。

《电商商品信息采编》

教学目标:通过本课程的学习,要求学生了解商品采编的基本理论,学生能够通过商品的特点进行创意设计,展示商品从局部到整体的特征,突出商品卖点,同时培养学生的创新意识与创新精神,提高学生的艺术修养。

主要内容:商品采编的概念、了解 Photoshop 的应用范围、像素的概念、分辨率的概念、选区的应用、绘画及编辑功能、调整图像颜色命令等内容。

教学要求:要求选择最新的商品采编案例进行讲解,在讲解过程中融入软件的使用方法与技巧,增强教学的真实性和指向性。

《商业 POP 海报设计》

教学目标:教会学生 POP 设计前期的市场调研和分析工作;教会学生整体 POP 设计方案的工作;教会学生做设计的综合表现工作;教会学生做平面和立体 POP 工作。

主要内容:认识 POP 广告、POP 广告的定义、POP 广告的功能和分类、手绘 POP 工具的了解、手绘 POP 的构成要素、常用 POP 字体、插图制作方法、手绘海报的设计制作技巧等内容。

教学要求:通过对 POP 设计案例的分析,让学生掌握 POP

海报的设计程序和方法，在调研的基础上进行创意的开发深化，并选择适当的设计形式、设计技法，按照设计程序进行POP设计和展开应用设计。注意引导学生多看、多分析、多临摹优秀作品，提高审美和设计思维。

《商务沟通与谈判技巧》

教学目标：通过本课的学习，要求学生掌握有关商务沟通与谈判的基本知识和基本理论，熟练并能创造性地运用沟通及谈判的策略和技巧，同时能在实践中运用这些理论与技巧进行商务活动，使学生具备商务沟通者应具备的素质和条件。

主要内容：商务人员的个人仪容仪表、商务人员交谈的礼节、商务人员宴请礼节、听话的技巧、说话的技巧、网络沟通技巧、电话沟通技巧、与领导沟通能力、谈判的准备、谈判开局、谈判磋商、谈判结束等内容。

教学要求：通过分析实战案例、观看视频学习、完成商务谈判任务等多种实践方式，让学生了解和掌握商务沟通与谈判的理念、谈判方法和谈判技巧，以提高学生对商务沟通与谈判的认识，在实践中不断培养学生独立思考、综合分析、推理判断、解决问题的能力，锻炼学生的实际操作能力，相互协作的团队精神。

《国际贸易理论与实务》

教学目标：本课程分为理论和实务两部分，通过前半部分理论的学习，学生具备了宏观的国际贸易理论政策知识，便于今后学习具体的国际贸易职业课程。通过本课程的后半

部分实务的学习，使学生掌握出口贸易的业务各主要环节流程，了解在外贸实践环节中涉及到的证书、文件、单据等，掌握与国际贸易相关的法律、国际规则与惯例在实践中的恰当运用。通过本课程的学习，为学生进行外贸实务操作提供了理论基础及实际操作的可模仿性。

主要内容：国际贸易的基本概念和分类、国际贸易措施、理解与合同磋商有关的惯例与法律、商品的品名以及数量和包装的基本知识、商品的价格和支付方式 以及运输、商品检验索赔和不可抗力与仲裁、保险的基本知识和原理、进出口合同的履行和善后的有关国际惯例和法律、进出口交易前的准备工作的基本知识、其他的国际贸易方式和区域经济一体化、国际贸易理论与政策、世贸组织。

教学要求：讲练结合，互动式教学。在实践的基础上，将基本概念、原理、方法及重要内容浓缩在一定时间内，讲深讲透，空余出时间安排一定的讨论和解疑，这样做有助于对基础知识的理解、对基本原理方法的应用，提高学生课堂听课效率。

《跨境电子商务》

教学目标：学生在学习了电商基础知识和国际贸易实务等基本知识的基础上，着重掌握运营第三方电子商务平台，来开发各类国际客户，提高业务实战的能力。通过本课程学习，学生应达到根据设定的目标或载体进行跨境电子实务操作的基本要求。

主要内容：跨境第三方操作平台规则、跨境电商操作基本工作流程、跨境电商平台进行选品的技巧、不同的国际物流方式的运费计算方法、国际支付宝优势和交易流程及支付方式、P4P 的规则及广告模式和优势、进口跨境电商的生态圈。

教学要求：针对本课程的重点内容以及跨境电商平台的基本操作内容，教学安排要由浅入深，层层推进，学生遇到问题要及时发现给予指导，要求在今后的工作中会应用即可。

《经济学基础》

教学目标：通过本课程的学习，学生应掌握经济学的基本原理，能够根据经济学的基本理论知识和技能，对市场供求关系及发展变化做出科学合理的分析判断，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；具有一定的经济论文、报告等的阅读和写作能力；具有一定的运用经济学知识解释经济现象和处理经济问题的能力。

主要内容：经济学理论、价格理论、弹性理论及其应用、消费者行为理论、生产者行为理论、成本理论、市场理论、市场失灵与政府干预、国民收入核算理论、简单国民收入理论、失业与通货膨胀、经济政策等。

教学要求：教学过程中应以设计完成的项目活动为基础，通过多情景模拟、角色体验、角色互换、情景再现、案

例分析等多种手段，强调学生做中学，突出技能培养目标，注重对学生实际操作能力的训练。

《网店客户服务与管理》

教学目标：通过本课程的学习，让学生能深入理解网络客服服务的理念及其在电子商务中的地位和作用，能够切实履行服务顾客、服务公司、服务社会的精神。培养学生掌握人际沟通管理能力和树立良好的服务理念，并为学生今后在电商行业打下坚实的基础。

主要内容：网店客服岗位概述、了解顾客五大心理、巧妙介绍产品、灵活沟通提高成交率、倾听和询问的技巧、打消顾客疑虑的方法、不让价的小技巧、售后交易纠纷处理方法和策略、提升回头率的方法等内容。

教学要求：本课程除了理论知识的讲解，还要坚持利用项目导向法，通过售前准备工作、售中问题处理、售后问题解决、客户关系管理等几个项目的开展，结合实例，开展有针对性的教育。

《产品图形图像处理》

教学目标：通过本课程的学习，学生学会利用 CorelDRAW 软件进行图形图像处理，学习如何绘制 Logo、如何绘制图像、如何对产品进行视觉设计处理，同时提高了学生的审美以及设计能力。

主要内容：CorelDRAW 的基本操作、了解矢量图与位图的区别、对象的基本变换、步长与重复、贝塞尔工具、钢笔工具、B 样线条工具、图形与轮廓编辑、填充与智能操作等

内容。

教学要求：本课程的重点在于实际操作训练，采取精讲多练、边讲边练得方式进行教学，通过矢量图、位图的字体、图形等效果的练习，掌握软件的操作方法，同时发挥想象力和创造力，提高艺术修养和技术水平。

《电商口语基础》

教学目标：通过本课程专业的口语训练，大幅度地提高学生的电子商务日常英语，尤其是商贸英语的会话能力及口语技巧，从而使学生达到基本满足从事电子商务工作所必需的英语口语要求。

主要内容：学会对各种产品进行一般性的描述、谈论产品开发的过程、听懂营销经理谈论、描述产品及谈论购买商品时所需考虑的因素、用英文表达包裹、投递服务种类、计算收费，能比较、选择最佳的送货服务等内容。

教学要求：通过个人叙/陈述、双人对话、小组讨论、角色扮演等多种口语实践形式，让学生理解单元课文内容和巩固语言点和知识点。通过要求学生课后讨论难度更深一层、与主题相关的问题，发展学生对主题内容进行深层次讨论的英语口语能力、创新和思辨能力。

《商品拍摄技术》

教学目标：摄影技术是收集资料素材、创作网店原始图片的重要手段。通过本课程的学习，使学生掌握摄影的基本知识、摄影的基本技巧、摄影的构图方法和用光原则等内容，同时培养和提高学生的摄影艺术能力，最终能够独立拍摄出

符合标准的摄影作品。

主要内容：摄影摄像前景展望、摄影摄像入门、摄影摄像基本操作、器材的使用、影像曝光、影像光源、取景构图、摄影摄像艺术作品、摄影摄像实践等内容。

教学要求：授课时，应将课堂讲授、多媒体授课、综合实习等结合起来，以专项摄影作业为依据，综合评价学生对摄影技能掌握的程度，着重培养学生的摄影实践能力和创作水平。

《财务管理》

教学目标：通过本课程对企业财务活动中专业知识的学习和计算探究，使学生掌握企业日常资金运营的核算，培养学生具备基本的财务管理能力和风险控制能力、财务预算能力，以及培养其成为能够解决企业经济生活中实际问题的合格的财务人员。

主要内容：财务管理概论、资金时间价值和风险价值、筹资管理、项目投资管理、证券投资管理、营运资金管理、收益分配管理、财务预算、财务控制、财务分析等内容。

教学要求：通过案例教学、场景模拟、分组讨论等多种形式，借助现代化教育技术与教学资源开展教育。使学生在掌握财务管理基本理论知识的同时，培养学生的实际操作能力，让学生毕业后即能上岗，适合企业和其他用人单位的人才需求。

《商品选品与采购》

教学目标：本课程是研究商品选品、商品使用价值及其

实现的科学，通过本课程的学习，使学生掌握有关商品的分类、商品质量、商品属性、商品标准、商品检验、商品包装、商品养护、商品与环境、资源等知识，培养学生介绍商品、鉴别商品、正确使用商品、保养维护商品的能力。

主要内容：课程包含商品质量、商品分类、商品代码、商品属性、商品标准、商品认证、商品检验、商品包装以及商品养护等知识学习。

教学要求：教学与培训相结合，重点培养学生综合职业能力，要求学生系统地掌握学习研究商品知识的方法，掌握商品基础知识；重点掌握经营管理活动中几大类商品的成分、性质、分类和质量要求；熟悉商品的分类方法和如何选择商品；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。

《市场调研与预测》

教学目标：根据实际工作领域的需要，培养学生资料搜集的方法及过程的运用，加强学生用统计学相关知识（统计量、统计图表、回归方程预测等方法），进而能够合理地分析实际问题，并做出正确的趋势预测，帮助实践工作的顺利进行。同时，培养学生爱岗敬业、诚实守信的工作作风，在以小组为单位实施具体项目时，要相互补台、资源共享、团结协作，培养从事销售工作的综合素质和能力。

主要内容：课程包含市场调查与预测导论、市场调查基本理论、市场调查的方法、问卷调查法、抽样调查、市场分析、市场预测、市场调查报告的撰写。

教学要求：课程涉及调查过程中的网络调查（网络访问、网络问卷）、后期预测过程中的图表制定，需要在营销教研室实训室完成，重点培养学生在调查的方法与问卷撰写上面以及对数据的初步处理和分析预测方面的能力。

《品牌策划与管理》

教学目标：通过品牌知识的学习，使学生了解品牌的建立、品牌的价值、品牌战略与决策等基本内容和知识，掌握企业品牌管理、开展品牌维护与拓展，使企业品牌管理有序，打造品牌价值。

主要内容：课程包含品牌理论、品牌定位、品牌个性、品牌成长、品牌形象塑造、品牌文化、品牌传播、品牌维护、品牌资产价值、品牌创新、品牌战略发展、品牌新领域等内容学习。

教学要求：课程采用案例教学、模拟教学、提问教学及任务驱动等方式，利用图文工作室、数字媒体工作室等场景及媒体，使学生掌握品牌认知、品牌形象与品牌功能、品牌利益、品牌价值、品牌文化的相互关系，并能将所学的知识应用到实际案例分析中，为之后的专业课学习提供理论支撑。

《电商网店运营》

教学目标：通过课程理论学习和实践训练，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。

主要内容：课程包含网店前期筹划、网店宝贝拍摄和上架、网店推广、网店客服管理、网店数据分析、网店会员管理等内容，完全按照网店经营的操作流程进行安排，采用理实一体的授课方法，提高学生实际经营网店的综合应用和处理商务活动的能力。

教学要求：在电子商务实训室开展多媒体教学和上网实际操作结合，课程后期可联系相关电商企业，能够提供学生实地参观考察及一定的顶岗实习锻炼机会。

《消费者行为学》

教学目标：通过该课程的学习，使学生了解现代消费需求和发展，包括消费者的逆反和预期心理、消费者的绿色消费行为、个人理财行为、模仿和从众行为等。除此以外，学生还应该了解对参照群体、社会文化、社会分层、家庭角色、生活方式等社会因素对消费者行为的影响等知识。

主要内容：消费者和消费者行为的概念、消费者行为的特点、消费者购买决策、消费者的心理活动过程、消费者的需要和动机、消费者的个性、自我概念和生活方式、消费者群体的心理与行为、影响消费者行为的营销组合策略等内容。

教学要求：针对影响消费者决策的各类因素、问题认知的过程以及消费者如何进行决策等重点内容，课程采取理论知识传授铺垫、贯穿企业案例进行分析讨论。通过大量实际案例的讲解、实训任务的开展，使学生对课堂知识有更加深入的理解。

《网络营销》

教学目标：通过课程的学习，使学生能够根据企业的实习情况制定出相应的网络营销解决办法，并最终帮助企业解决网络营销中的实际问题。

主要内容：课程包含网络营销基础概述、网络营销环境分析、网络市场调研、网络消费者分析、网络市场促销、网络市场广告、网络营销公共关系与顾客服务、网络商店等内容。

教学要求：结合教学重难点及学生实际情况，采用讲授法、案例法、任务驱动法、多媒体教学，重点培养学生掌握互联网环境下，消费者需求的转变（个性化，多样化，注重体验感）、资料搜集的办法与 PEST 环境分析法、市场细分理论和 4p 理论，同了解网络时代，产品、渠道、价格、推广的含义转变，掌握网络营销的新方法，锻炼学生的策划能力。

《电子商务综合实训 1》

教学目标：通过课程理论学习和实践训练，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。

主要内容：课程包含网店前期筹划、网店宝贝拍摄和上架、网店推广、网店客服管理、网店数据分析、网店会员管理等内容，完全按照网店经营的操作流程进行安排，采用理实一体的授课方法，提高学生实际经营网店的综合应用和处

理商务活动的能力。

教学要求：在电子商务实训室开展多媒体教学和上网实际操作结合，课程后期可联系相关电商企业，能够提供学生实地参观考察及一定的顶岗实习锻炼机会。

《电子商务综合实训 2》

教学目标：通过综合实训课程的学习，学生围绕企业整体运营的特点和能力要求，通过具体电子商务企业的市场分析、战略制定、营销策划、商品采购、财务管理等技能入手，依据电子商务企业用人要求，学生完成电子商务企业运营，培养学生电子商务企业整体运营实践和动手能力。

主要内容：认识电子商务沙盘、经营规则和流程、分析市场环境、投放广告、竞争对手分析、产品开发策略、开拓市场策略、产销平衡分析、固定资产投资策略等内容。

教学要求：针对具体的教学内容和教学过程主要采用游戏教学方式，把学生分成多个小组，组成一家电子商务企业，学生分别担当不同的角色。通过这种模拟训练，使受训者在分析市场、制定战略、营销策划、商品采购、财务管理等一系列活动中，参悟科学的管理规律，全面提升管理能力。

七、教学进程总体安排（见附表）

八、实施保障

（一）师资队伍

对专兼职教师的数量、结构、素质等提出有关要求。

1. 队伍结构

学生数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一般不低于 60%，专任教师队伍职称、年龄结构合理。

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；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；具有扎实的本专业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；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人原则上应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

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，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或相应行业企业中层以上管理岗位，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。

（二）教学设施

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设

备、音响设备，互联网接入或 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. 校内实训室基本要求

（1）商品采编实训室

商品采编实训室应配备投影设备、白板、计算机，安装 Photoshop、Illustrator、Dreamweaver、Flash、CorelDRAW 等软件；网络接入或 Wi-Fi 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。实训室支持视频采编、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

网络营销实训室应配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪，网络接入或 Wi-Fi 环境，配备计算机，安装 MindManager、Office、网页数据采集工具等软件、无线终端（手机或 PAD）；支持消费者行为分析、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

电子商务数据分析实训室应配备服务器、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；支持程序设计基础、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

电子商务客户服务实训室应配备服务器、投影设备、白板，网络接入或 Wi-Fi 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；支持商务沟通与礼仪、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

电子商务运营实训室应配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪，提供网络接入或 Wi-Fi 环境。配备的计算机、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，可以根据需要构筑不同的商业应用场景。实训室支持电子商务运营、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与实训。

3. 校外实训基地基本要求

建设有稳定的校外实训基地；能够开展网络营销推广，网站（店）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。

4. 学生实习基地基本要求

建设有稳定的校外实习基地；能提供网络营销推广、网

站（店）运营管理、美工设计、电商客户服务等相关实习岗位，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；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；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

建设有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；开发有信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。建立专业教师、行业企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用教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本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，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足

教学要求。

（四）教学方法

1. 教学方法按照模块教学要求，采用理论实践一体化教学模式，充分运用多媒体等教学环境和先进的教学手段。

2. 小班化教学。

3. 课时的分配按照教学内容能够灵活组合。

（五）学习评价

1. 教师在教学任务结束后，应对教学模式、教学方法和手段、教学过程、试卷和成绩等写出分析报告。

2. 教研室在该课程的教学结束后，组织教研室教师进行学生评价、行业评价、专家评价、社会评价工作。

3. 突出过程评价和阶段评价，结合课堂提问、教学任务和期末考试进行综合评价。

（六）质量管理

1. 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。

2. 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。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源

情况、在校生学业水平、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。

4. 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

学生通过规定年限的学习，修满专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。

十、附录

（一）电子商务专业教学进程安排表；

（二）教学计划变更申请表。

电子商务专业教学进程安排表

电子商务专业教学进程安排表																	
模块名称 及比例			序号	课程名称 及编码	学分	总学时	学时分配		学 期 及 周 学 时						考试安排		开课 部门
							理论	实践	一	二	三	四	五	六	考试	考察	
									20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周			
基本素质模块	必修	人文素质	1	思想道德修养与法律基础 200033 200038	3	68	48	20	2 (12周)	2 (12周)					1	2	思政部
			2	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论 200040	4	80	56	24			2 (14周)	2 (14周)			3	4	思政部
			3	大学生职业发展与就业指导 200005 200006	1	38	28	10	2(8周)			2(6周)				1、4	思政部
			4	形势与政策 200002 200002	1	64	28	36		2(8周)	2(6周)					2、3	思政部
			5	大学生创新创业教育 200047	2	32	20	12			1				3		思政部
			6	大学生安全教育 220390	1	12	6	6	第1周							1	保卫处
			7	军事理论 220389	2	36	4	32	2							1	保卫处
			8	心理健康 180113	1	18	12	6	1							1	基础部
			9	大学体育与健康 170024 170025	2	40	10	30		2	2				2、3		基础部
			10	形体艺术 170004	2	40	20	20				2			4		基础部
			11	形象与礼仪 170008	2	40	20	20	2						1		基础部
			12	应用文写作 180006	2	40	20	20		2					2		基础部
		专	1	营销学基础 1	2	40	20	20	2							1	经贸系

		业 基 础		220365											
	2	营销学基础 2	2	40	20	20		2					2		经贸系
	3	经济学基础 220155	2	40	20	20		2					2		经贸系
	4	国际贸易 理论与实务 220362	2	40	20	20	2							1	经贸系
	5	商品选品与采购 220357	2	40	20	20		2					2		经贸系
	6	管理学原理 1 220360	2	40	20	20			2					3	经贸系
	7	管理学原理 2	2	40	20	20				2			4		经贸系
	8	电子商务基础 220112	2	40	20	20	2							1	经贸系
	9	电子商务物流 220194	2	40	20	20	2						1		经贸系
	10	财务管理 220358	2	40	20	20		2					2		经贸系
	11	供应链管理 220324	2	40	20	20				2			4		经贸系
	12	电商专业英语 220285	2	40	20	20		2						2	经贸系
	13	办公软件高级应用	2	40	20	20	2							1	经贸系
	14	微信小程序开发	4	80	40	40			4				3		信工系
	15	跨境电商专业英语 1 220384	2	40	20	20			2					3	经贸系
	16	跨境电商专业英语 2 220385	2	40	20	20				2			4		经贸系
	17	电商视频编辑基础 220371	4	80	40	40			4				3		经贸系
	18	市场调研与分析 220231	2	40	20	20		2					2		经贸系

			19	商务沟通与谈判	2	40	20	20		2					2	经贸系
			20	商业 POP 海报设计 220327	4	80	40	40			4				4	经贸系
			21	品牌策划与管理	2	40	20	20			2			4		经贸系
			22	商品摄影技术 220335	4	80	40	40	4						1	经贸系
			23	消费者行为分析 220150	2	40	20	20			2			3		经贸系
			24	电子商务综合实 1 220372	2	40	20	20			2				3	经贸系
			25	电子商务综合实 2	4	80	40	40				4			4	经贸系
			小 计 1		83	1708	872	836	21	20	21	20				
职业核心能力模块	必修	职业知识与技能	1	商品信息采编 220354	4	80	40	40	4					1		经贸系
			2	网络编辑	2	40	20	20			2				3	经贸系
			3	网页设计与制作 220151	2	40	20	20		2					2	经贸系
			4	网络营销 220084	2	40	20	20			2			3		经贸系
			5	网店客户服务与管理 220364	2	40	20	20	2					1		经贸系
			6	电子商务数据分析与应用	2	40	20	20				2			4	经贸系
			7	网店运营 220316	2	40	20	20		2					2	经贸系
			8	移动商务	2	40	20	20				2			4	经贸系
			小计 2		18	360	180	180	6	4	4	4				
职业素质	限选	专业拓展	1	跨境电子商务 220164	2	40	20	20		2						经贸系
			2	软文写作	2	40	20	20			2					经贸系
			3	电商法律法规	2	40	20	20		2						经贸系

拓展模块																	
		4	图形图像处理	2	40	20	20				2					经贸系	
		人文拓展	1	职场心态管理	2	40	20	20			2					经贸系	
			2	企业文化 与职业道德	2	40	20	20			2					经贸系	
			3	认识新商业	2	40	20	20		2						基础部	
		小 计 3			14	280	140	140		6	2	6	4				
实践教学模块	必修	实习实训	1	毕业论文（设计）	12	360	60	300				12 周				经贸系	
			2	顶岗实习	40	1200	0	1200								经贸系	
			3	电商企业参观	1	30	10	20			5 月一 周					经贸系	
			4	京东项目实训月， 二年级 （11.1-11.31，共 计 4 周）	2	60	20	40							经贸系		
			5	军事技能	2	112	0	112	2 周						保卫处		
		小计 4			57	1762	90	1672									
		总 计				158	3830	1142	2688	27	24	25	24				
专业负责人			陈丽娟			执笔人			陈丽娟、金艳、肖思思			审核人			孙权、张翠娟		

郑州旅游职业学院教学计划变更申请表

系：

填表日期：

计划变更专业				计划适用年级			
计划变更形式		调整 <input type="checkbox"/> 取消 <input type="checkbox"/> 增加 <input type="checkbox"/>					
教 学 计 划 变 更 详 细 内 容							
教 学 计 划 调 整 内 容	调整前	原课程名称及代码		原开课学期			原开课周次
				20 -20 学年第 学期			第 周至第 周
		原学分	原总学时	原学时构成			原考核形式
				讲授	实践	其它	
	调整后	现课程名称及代码		现开课学期			现开课周次
				20 -20 学年第 学期			第 周至第 周
		现学分	现总学时	现学时构成			现考核形式
				讲授	实践	其它	
调整原因（可附页）							
教 学 计 划 增 加 、 取 消 内 容	课程名称及代码			开课学期		开课周次	
				20 -20 学年第 学期		第 周至第 周	
	课程类别	学分	总学时	学时构成			考核形式
				讲授	实验	其它	
增加（取消）原因（可附页）：							
教 研 室 主 任 意 见	签字： 年 月 日		系 主 任 意 见	签字（盖章）： 年 月 日		教 务 处 意 见	签字（盖章）： 年 月 日

注：本表一式两份，一份交教务科，一份由系保存