



成都职业技术学院

电子商务专业教学标准

专业名称:	电子商务
专业代码:	630801
制订部门:	工商管理与房地产分院

2019年07月

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求及修业年限.....	1
三、所属专业群.....	1
四、职业面向及职业能力要求.....	1
五、培养目标及培养规格.....	3
六、毕业能力要求.....	5
七、课程设置及要求.....	7
八、人才培养模式.....	25
九、教学进程总体安排.....	25
十、教学实施保障.....	25
十一、毕业要求.....	30
十二、继续专业学习深造建议.....	30
十三、其他需要说明的内容.....	30
十四、附录（教学进程表）.....	31

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：630801

二、入学要求及修业年限

入学要求：普通高中毕业生、中职毕业生或同等学力人员

修业年限：3-6 年

学 历：大学专科

三、所属专业群

商贸流通专业群

四、职业面向及职业能力要求

（一）职业面向

就业面向的行业：电子商务行业

主要就业单位类型：以民营企业为主(中小型企业为主)

主要就业部门：网络营销、网络推广、网络客户服务等部门

可从事的岗位：

表 1 电子商务专业职业面向

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)	主要岗位群或技 术领域举例	职业资格证书和 职业技能等级证 书举例
财经商贸大类 (63)	电子商务类 630801	互联网和相 关业务(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	1+X 网店运营推广 (中级)和电子商 务数据分析(中 级)技能等级证书

表 2 电子商务专业岗位能力分析表

序 号	岗位名称	岗位类别		岗位描述	岗位能力及要求
		初始岗位	发展岗位		
1	网络推广专员	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	根据企业要求开展网络 推广工作	能选择正确的推广平台， 能选择正确的推广方法
2	网络运营专员	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	根据企业要求负责网店 的日常运营工作	能熟练运用 Office 办公 软件，photoshop 等工具 能熟练操作网店后台系统

					及各种软件工具 能熟练运用互联网推广工具
3	网络客服人员	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	根据客服分工,与客户进行售前、售中、售后的交流与服务	能熟练使用专业客服软件及工具 能根据流程进行标准订单及异常订单的处理
4	网络推广主管	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	根据运营目标,开展网络营销数据挖掘、效果分析及网络营销方案设计和实施	能熟练使用办公软件,精通数据分析管理 能根据市场动态,制定公司网络营销整体方案策划 能进行网络推广渠道的管理与维护 能监控和分析站内外数据
5	网络运营主管	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	根据企业运营战略,负责整体网站(店)的运营、市场推广、广告与增值产品的经营与销售,完成网站运营团队的建设和管理,实现网站的战略目标、流量提升与盈利。	能利用扎实的行业知识,进行网络推广营销、网站优化等 能制定网络运营的整体规划 能进行数据挖掘、分析能 能根据经营流量数据调整网站的战略方向,善于运用各种营销渠道使线上线下协同运作。
6	网络客服主管	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	根据企业要求,负责客服团队的工作分工,制定客服培训计划,进行客服档案管理,协调其他部门工作。	能协调团队内部和团队同其他部门之间的关系 能处理各种突发情况, 能撰写客服报告。

(二) 典型工作任务及其工作过程

表3 电子商务专业典型工作任务及工作过程分析表

序号	典型工作任务	工作过程
1	软文写作	确定栏目-确定选题-构思-收集素材-撰写-提交审核
2	网络宣传推广和维护	寻找网络推广渠道-发布相关软文-对文字链、论

		坛咨询窗口、论坛对联广告进行更新维护，及时更新宣传软文
3	SEO 优化	网站的内链与外链建设-站内关键字优化布局-站外友情链接的交换-站内伪原创文章更新-数据分析
4	SEM	确定竞价内容-根据内容定位和预算选择平台-检查内容进行调整编辑-发布
5	店铺推广	品类调研-竞争对手分析-关键词分析-数据流量分析-调整推广策略
6	网店运营	营销方案的制定-推广目标确定-推广渠道分析-推广数据分析
7	网站运营	网站框架建设-网站内容运营-网站 seo 优化-网站 SEM 优化
8	新媒体运营	新媒体平台选择-新媒体内容更新-新媒体广告对接
9	整理沟通话术	提出客户异议-讨论客户异议-设计沟通话术流程，逻辑-练习，记忆，熟练沟通话术
10	拨打名单，初步筛选意向客户	拨打电话-开场白-活动-异议处理-邀约

五、培养目标及培养规格

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。

表 4 电子商务专业培养目标

序号	具体内容
A	能解决网络运营管理的实际问题，应用理论知识在网络运营执行中发挥有效作用
B	能制定完整的推广计划、预算及执行，应用理论知识在网络推广中发挥有效作用
C	能胜任客服团队的组建及日常管理，应用理论知识在客户管理中发挥有效作用
D	能够在工作中发挥有效的组织、沟通和协调作用
E	能够遵守相关的法律法规和很高的道德水准
F	能够使终身学习内化于心
G	能够为社会经济发展贡献才智

1. 知识要求

- (1) 理解领会毛泽东思想、邓小平理论和三个代表的重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想；
- (2) 掌握商务通用的经济学、管理学、财务、市场营销、计算机等知识；
- (3) 了解经济数学知识，具备语言、文字表达和应用文写作的基本知识；
- (4) 掌握网络推广技巧与方法、数据分析、商务视觉设计，信息采编、第三方平台创业实务、移动电子商务、跨境电商实务、商品拍摄与图片美工、电商物流、实用电子商务外贸英语、网络文案写作、新媒体制作、网络客户服务等电子商务运营中的知识；
- (5) 了解互联网金融、新零售等电子商务前沿知识。

2. 能力要求

- (1) 具备沟通、协调、谈判、写作、营销等传统的商务能力；
- (2) 具备网络商品摄影及图片美工处理的能力；
- (3) 具备网络营销软文写作能力；
- (4) 具备综合性的网络推广，搜索引擎优化的基本操作能力；
- (5) 具备网络客户、店铺装修及运营推广的能力；
- (6) 能够利用移动电子商务终端进行商务运作的的能力；
- (7) 具备运用网络平台（跨境电商平台）进行运营管理的综合能力；
- (8) 初步具备基于对数据的分析而做出商业决策的能力；
- (9) 具备网页设计、网站规划、商务网站搭建及维护能力；
- (10) 基本具备电子商务创新、创意、创业能力；
- (11) 具备口语和书面表达能力；解决实际问题的能力，终身学习能力；信息技术应用能力，独立思考、逻辑推理、信息加工能力及知识迁移等通用能力。

3. 素质要求

- (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、全球视野和市场洞察力；
- (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) 具备吃苦耐劳精神。

4. 创新创业能力要求

(1) 通过依次递进、有机衔接、科学合理的创新创业教育专门课程群的学习，具备互联网创新创业意识。

(2) 能够将专业技能转化为创新思维、创业实践能力，专业教育与创业实践协同互动、双向融合，具有较强的综合素质。

六、毕业能力要求

根据人才培养目标细分毕业能力要求和毕业要求指标点，如表 5、表 6 所示。

表 5 电子商务专业毕业要求

序号	毕业能力要求	对应的培养目标
1	能够将数学、专业理论知识应用与网络运营中。	A D
2	能够开展客服团队的组建和管理。	C D
3	能够利用各种网络平台工具，实施网络推广。	B E
4	能够分析各种网络平台数据，并应用于实践。	A E
5	能够利用常用办公软件解决实际问题。	A
6	能够在经济、安全、环境、健康、道德和伦理等制约下，设计科学的解决实际问题的方法，满足实际需求。	E
7	能够在团队中发挥有效的领导、协调和沟通作用。	A C D
8	能够有效进行口头和书面的交流。	A C D
9	能够通过多途径的学习，知晓网络运营在全球化、经济、环境和社会背景下产生的变化。	F H
10	能够形成诚实守信、遵纪守法、爱岗敬业、实事求是的品德。	E H
11	能够不断自主学习，更新和丰富学识，具有终身学习的意识。	F H
12	能够肩负起领导的重任并承担相应的职责。	A C D H
13	能够了解时事政治和经济发展趋势，愿意为经济社会发展作出贡献。	F H

表 6 电子商务专业毕业要求指标点

序号	毕业能力要求	能力要求指标点序号	对应的毕业要求指标点
1	能够将数学、专业理论知识应用与网络运营中	1.1	应用数学知识分析调研结果
		1.2	运用专业理论知识撰写运营方案
		1.3	运用专业理论知识开展网络运营

		1.4	针对实际情况，制定创新性方案
2	能够开展客服团队的组建和管理	2.1	运用专业话术，解决客户各阶段遇到的问题
		2.2	根据客户分类，构建客户服务组织架构
3	能够利用各种网络平台工具，实施网络推广	3.1	运用专业理论知识，撰写网络推广文案
		3.2	根据企业实际需求，选择网络推广平台
		3.3	运用专业理论知识，尽可能撰写原创推广方案
4	能够分析各种网络平台数据，并应用于实践	4.1	运用专业理论知识，完成数据收集
		4.2	运用数据分析结果，为企业运营提供解决方案
5	能够利用常用办公软件解决实际问题	5.1	应用 Excel 等工具，进行数据分析
		5.2	根据办公软件、Photoshop 等工具，开展网络营销活动
6	能够在经济、安全、环境、健康、道德和伦理等制约下，设计科学的解决实际问题的方法，满足实际需求	6.1	运用专业理论知识，为企业电商运营提供解决方案。
7	能够在团队中发挥有效的领导、协调和沟通作用	7.1	根据管理学相关原理，起到有效领导作用
8	能够有效进行口头和书面的交流。	8.1	能改进组织内部沟通和反馈的效率
		8.2	运用 CRM 等网络客服软件同客户沟通交流，具备一定的应急处理能力
9	能够通过多途径的学习，知晓网络运营在全球化、经济、环境和社会背景下产生的变化	9.1	根据知名电商平台，学习电商发展趋势
10	能够形成诚实守信、遵纪守法、爱岗敬业、实事求是的品德。	10.1	运营《互联网群组信息服务管理规定》《电商法》开展网络运营相关工作
		10.2	遵守各电商平台规则和企业规章制度
11	能够不断自主学习，更新和丰富学识，具有终身学习的意识。	11.1	根据国内外知名慕课平台，学习专业知识
		11.2	根据自身需要，考取各级技能证书
12	能够肩负起领导的	12.1	能胜任网络客服、运用主管等工作

	重任并承担相应的职责		
13	能够了解时事政治和经济发展趋势，愿意为经济社会发展作出贡献	13.1	根据网络媒体，学习国内外经济发展趋势，树立正确三观

七、课程设置及要求

（一）专业群课程构建

本专业属于商贸流通专业群，专业课程体系按照群内专业底层共享、中层分立，高层互选的原则进行构建。底层为公共课程、专业基础课程；中层为专业方向课程，即职业能力课程；高层为专业限选课程，扩展和提升职业能力，拓宽学生职业能力范围。

专业限选课程	物流仓储服务组织
	人力资源管理
	新零售
	财务管理
	会计基础
专业方向课程平台	第三方平台创业实务
	商品拍摄
	网络文案写作
	商务视觉设计
	网络推广技巧与方法
	网络客户服务
	电子商务网站搭建
	数据分析
	跨境电商实务
	新媒体制作与运营
互联网金融	
专业基础课程平台	电子商务基础
	经济学基础
	市场营销
	经济数学
	管理学基础

（二）专业课程与典型工作任务的对应关系

表 7 专业课程与典型工作任务对应关系

序号	课程名称（学习领域）	对应的典型工作任务
1	市场营销	能对互联网进行市场调研，设计营销方案
2	第三方平台创业实务	能进行网店运营管理
3	商务视觉设计	能设计营销导向的广告、产品详情页
4	网络推广技巧与方法	能利用各平台开展网络推广工作
5	网络客户服务	能处理网络售前、售中、售后问题
6	数据分析	能分析电商平台相关数据、优化运营方案

7	跨境电商实务	能利用速卖通、亚马逊、wish 等平台开展跨境电商业务
8	新媒体制作与运营	能制作和实施新媒体运营
9	网络文案写作	能根据不同网络平台特点撰写软文
10	商品拍摄	能拍摄具有商业价值的不同品类产品

(三) 专业课程设置

专业课程设置按照成果导向（OBE）理念，将人才培养目标贯穿到每门课程中，确保课程开设的有效性，不断优化课程设置，通过课程目标的实现反向促进人才培养目标的实现。

表8 电子商务专业课程矩阵图（专业课程与毕业要求对应关系）

毕业要求	毕业要求指标点	课程 1 市场营销	课程 2 第三方平台业务	课程 3 商务视觉设计	课程 4 网络推广技巧与方法	课程 5 网络客户服务	课程 6 数据分析	课程 7 跨境电商实务	课程 8 新媒体制作与运营	课程 9 网络文案写作	课程 10 商品拍摄
能够将数学、专业理论知识应用与网络运营中	1.1 应用数学知识分析调研结果	✓					✓				
	1.4 针对实际情况，制定创新性方案	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
能够开展客服团队的组建和管理	2.1 运用专业话术，解决客户各阶段遇到的问题	✓				✓					
	2.2 根据客户分类，构建客户服务组织架构	✓				✓					
能够利用各种网络平台工具，实施网络推广	3.1 运用专业理论知识，撰写网络推广文案				✓					✓	

	3.2 根据企业实际需求,选择网络推广平台				✓						
	3.3 运用专业理论知识,尽可能撰写原创推广方案				✓						
能够分析各种网络平台数据,并应用于实践	4.1 运用专业理论知识,完成数据收集	✓	✓		✓	✓	✓		✓		
	4.2 运用数据分析结果,为企业运营提供解决方案		✓				✓				
能够利用常用办公软件解决实际问题	5.1 应用Excel等工具,进行数据分析						✓				
	5.2 根据办公软件、Photoshop等工具,开展网络营销活动			✓							
能够在经济、安全、环境、健康、道德和伦理等制约下,设计科学的解决实际问题的方法,满足实际需求	6.1 运用专业理论知识,为企业电商运营提供解决方案	✓	✓		✓		✓		✓		
能够在团队中发挥有效的领导、协调和沟通作用	7.1 根据管理学相关原理,起到有效领导作用		✓								

能够有效进行口头和书面的交流	8.1 能改进组织内部沟通和反馈的效率					✓						
	8.2 运用CRM等网络客服软件同客户沟通交流,具备一定的应急处理能力					✓						
能够通过多途径的学习,知晓网络运营在全球化、经济、环境和社会背景下产生的变化	9.1 根据知名电商平台,学习电商发展趋势					✓						
能够形成诚实守信、遵纪守法、爱岗敬业、实事求是的品德	10.1 运营《互联网群组信息服务管理规定》《电商法》开展网络运营相关工作	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	10.2 遵守各电商平台规则和企业规章制度		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
能够不断自主学习,更新和丰富学识,具有终身学习的意识	11.1 根据国内外知名慕课平台,学习专业知识					✓						

	11.2 根据自身需要,考取各级技能证书		✓				✓				
能够肩负起领导的重任并承担相应的职责	12.1 能胜任网络客服、运用主管等工作		✓			✓			✓		
能够了解时事政治和经济发展趋势,愿意为经济社会发展作出贡献	13.1 根据网络媒体,学习国内外经济发展趋势,树立正确三观	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

（四）课程内容及要求

1. 素质教育活动课程

素质教育活动共包含四个模块，注重人文素质教育与职业道德教育的培养，坚持课内外教学活动和校外教育活动相结合，正确处理好德育与智育、理论与实践的关系，正确处理好传授基础知识、培养职业能力、提高综合素质三者之间的关系。

综合素质测评由学生综合素质培养管理中心认定，在学生综合素质培养管理平台上获得相应学分，共 20 学时，6 学期内完成，每学年 1 个学分，共 3 个学分。

表 9 素质教育活动课程

模块	培养目标	培养内容
职业道德规范	爱国明礼	主题教育活动、党团培养
	遵纪守法	遵规国家法律法规、校纪校规
	诚实守信	诚实守信，无考试作弊、虚假申报、欺诈行为
	爱岗敬业	课堂与集会全勤
	奉献社会	志愿者活动，义工活动，义务劳动，见义勇为，好人好事
职业核心能力	自我提高能力	专业讲座，职业资格技能证书，专业、公共技能大赛，技能培训，学历提升，自主学习，学习效果
	与人合作能力	加入专业协会、社团，担任学生干部
	解决问题能力	参与专业实践活动
	信息处理能力	获得计算机等级证书，担任公共网络平台管理员
	外语应用能力	获得英语等级证书，参加各类英语竞赛，交换生项目，海外研习、交流项目
	沟通表达能力	大学生辩论大赛，各类交流座谈活动主持人、讲述人、发言人
	数字运用能力	数学建模大赛
	革新创新能力	大学生创新服务开发项目，创新创业大赛，发明与专利
职业素质养成	人文素质	人文素质讲座，服务型学习，写作能力，社会实践
	科学素质	科技讲座，科技展览，科技活动
	文体素质	校园活动，文体社团，集体生活，礼仪规范，礼仪服务
	心理素质	心理健康讲座学习，心理健康教育活动
职业发展规划	明确职业定位	职业生涯规划电子书，职业生涯规划大赛
	提升职业能力	创业实践活动，创业就业培训学习，校内外勤工助学，行业调研
	完成职业准备	模拟招聘，企业宣讲会，校园招聘会

2. 公共基础课程

表 10 公共课程教学内容及要求

序号	课程名称	主要教学内容	主要教学方法与手段	建议学时
1	思想道德修养与法律基础	坚定理想信念；弘扬中国精神；践行社会主义核心价值观；明大德守公德严私德；尊法学法守法用法。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	48
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	毛泽东思想；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。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	64
3	形势与政策	党和国家最新的时事与政策。	专题讲授法、案例教学法、 互动教学法、启发教学法	16
4	就业指导	就业政策、就业信息、简历制作、求职技巧、模拟面试等方面的指导，帮助学生顺利就业、创业。	翻转教学法、案例教学法、 互动教学法、启发教学法等	16
5	创新创业教育	从思维创新到项目产生教学内容：创新技法、希望点与缺点列举法、奥斯本检核表法、信息交合法、六合分析法、头脑风暴法。	讲授法、案例法、头脑风暴、 在线卡牌模拟、角色扮演、小组讨论等。	36
6	大学英语	第一学期：涉外日常活动情景(听、说)；涉外业务活动情景(读、写、译)。	输出驱动教学法、情景教学法、 交际教学法、线上线下混合式教学等。	130
7	体育	第三套大众健美操锻炼标准 2 级；简化 24 式太极拳；职业体能和素质拓展；分项开展各展球类、舞蹈、体操类课程。	讲授法、游戏练习法、分享讨论法、 分组练习法、比赛练习法等	138
8	国学	先秦主要哲学思想传统艺术赏析；传统节日与习俗；传统礼仪与习俗；传统科技与发明创造；汉字与传统文学；宗教常识。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、 翻转课堂、混合式教学法等，云班课	30
9	天府文化	天府品格；天府历史；天府之最；天府遗存；天府名人；天府艺术；天府民俗。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、 翻转课堂、混合式教学法等，云班课	18
10	成都故事	古蜀文明惊天下；秦汉成都；三国风云 南朝烟雨；唐宋成都；明清成都。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、 翻转课堂、混合式教学法等，云班课	18
11	大学生心理健康教育	大学生心理健康教育基础理论(健康教育)；自我认知与个性完善(意识教育)；亲子关系辅导(意识教育)；情绪管理与压力应对(挫折教育)；人际交往(社会适应性教育)；恋爱与性心理(成人教育)；生命的意义(生命教育)。	专题讲授法、案例教学法、 体验式互动教学法、角色扮演法、 行为强化法、团体辅导法	36

3. 专业课程

根据专业毕业能力要求指标点在课程矩阵图中的落实，汇总形成每门课程的总目标。再

依据总目标确定每门课程的达标准，确定教学内容、教学方法和手段。

(1) 主要专业基础课程

表 11 主要专业基础课程教学内容及要求

序号	课程名称	主要教学内容	主要教学方法与手段	建议学时
1	电商物流	电子商务环境下，物流及物流管理的概念、物流七大功能要素、物流系统、第三方物流、企业物流、国际物流的知识和方法	互动教学法、课堂讲授法，多媒体教学、仿真平台教学	68
2	经济学基础	包括经济学中的需求与供给、消费者行为理论、生产理论、市场理论、分配理论和市场失灵与政府干预等	情景教学法、互动训练法、工学交替法、任务驱动法、项目导向法、行动导向	60
3	经济数学	经济函数与极限、导数及其经济应用、积分及其经济应用、线性代数初步及其经济应用	数形结合法、启发式、案例驱动式	34
4	电子商务基础	电子商务基本技术，包括网络技术、电子商务系统开发技术、安全技术、支付技术、物流技术等，企业电子商务应用战略，电子商务基本法规等	项目教学法、任务驱动法，参与式、体验式、交互式和模拟教学	30
5	市场营销	包括市场营销感悟、市场机会分析、目标市场决策、营销组合决策、市场营销管理等	任务驱动法、情境教学法、角色扮演法、案例教学法、小组讨论法、模拟教学法和现场汇报	72
6	管理学基础	包括管理系统、管理思想、计划职能、组织职能、领导职能、控制职能等	头脑风暴法、案例分析、调查与访问、调研沙龙	68

(2) 专业核心课程

表 12 《第三方平台创业实务》课程教学内容及要求

课程名称		第三方平台创业实务			
学 期	1	学 时	60	授课方式	讲授
学 分	4	考核方式	提交作品	考试类型	机考
课程目标	知识目标	1、正确认知第三方平台电商经营管理这一职业，明确第三方平台电商经营管理职业要求； 2、掌握第三方平台电商经营管理的基本理论知识； 3、掌握第三方电商平台网店认证知识体系； 4、掌握淘宝网、天猫网和京东的运作原理； 5、掌握个人和企业网店的工作基本流程； 6、掌握第三方平台电商经营管理的常规操作手法； 7、掌握商品发布的两种方法； 8、掌握网店装修的两大类方法； 9、掌握直通车知识； 10、掌握淘宝客知识； 11、掌握淘金币知识； 12、掌握钻石展位知识。			
	能力目标	1、能够从事第三方平台电商经营管理工作的基本操作； 2、能够依据个人和企业实际情况，制定第三方平台电商经营管理方案； 3、能够在淘宝、天猫、京东通过认证，建立网店； 4、能够在淘宝、天猫、京东建立的网店中进行商品发布、商品管理； 5、能够依据个人和企业的具体要求进行店铺装修； 6、能够在淘宝、天猫、京东建立的网店中做好售前和售后客服工作； 7、能够在淘宝、天猫、京东建立的网店中改价、发货、评价管理等； 8、能够设置商品信息的关键词； 9、能够进行基本数据分析； 10、能够使用基本推广方法； 11、能够处理网店运营中的一般问题； 12、能够运用第三方平台电商经营管理基本技能就业或创业；			
	素质目标	1、具有发现问题、分析问题和解决问题的能力； 2、具有收集资料的能力； 3、具有建立遵纪守法的行为规范、诚实守信的优良品质、严谨认真的工作态度、团结合作的工作精神； 4、具有沟通交流能力和协调能力。			
教学内容		1、淘宝网店建设 2、淘宝网店商品管理 3、淘宝网店装修 4、淘宝网店运营 5、天猫网店经营管理 6、京东网店经营管理			

<p>教学方法及教学手段</p>	<p>①教学方法上,采取“任务驱动”教学方法,并用情景教学、角色扮演、案例教学、小组讨论、模拟教学法、现场汇报法等教学方法。本着:任务提出(案例分析或工作情境)一任务讨论(启发诱导、小组讨论或学生分析)一任务解决(扮演角色)一形成能力的顺序开展教学活动。</p> <p>②教学手段上,校内采用全套教学课件,视频、音频资料,网络资源平台,多媒体电子商务模拟实验软件等信息化教学,校外利用实训基地进行岗位认知、工学结合、顶岗实习等手段,以实现教学目标。</p>
<p>教学评价</p>	<p>由过程考核和期末考核两部分组成,重点考核学生利用所学知识解决实际问题的能力及自主创新的素质。过程考核包括出勤、提问、演讲、作业、实训等,期末考核包括项目展示、项目业绩评价与跟踪等,过程考核和期末考核各占课程总评成绩的50%。</p>
<p>教学建议</p>	<p>本课程需要在多媒体机房进行,且计算机和网络较好,以保障教学的进行。</p>

表 13 《商务视觉设计》课程教学内容及要求

课程名称		商务视觉设计			
学 期	第 2 期	学 时	72	授课方式	理论+实践
学 分	4	考核方式	实操	考试类型	机考
课程目标	知识目标	1、了解商务广告工作基本的理论知识 2、了解商务广告的类型和表现形式 3、掌握商务视觉设计的工具 4、掌握商务广告的设计技巧 5、掌握商务广告的设计步骤 6、掌握商务广告的具体制作方法			
	能力目标	1、能提出不同商务广告作品的优缺点 2、能针对不同的商务广告设计合理的排版和布局结构 3、能完成不同主题的商务广告的合理配色方案 4、能完成具体的广告图片素材的选取和合成工作 5、能完成具体的商务广告字体选择和效果设置工作 6、能完成指定主题的商务广告的设计与制作 7、能完成具体网络项目型广告和主题活动的设计与制作 8、能创新地完成一些创意的商务广告作品			
	素质目标	1、培养学生养成遵守纪律以及任劳任怨的工作态度(能正确的面对公司加班赶急件的工作情况,时刻保持平和的心理状态); 2、培养学生养成良好的规范意识; 3、培养学生的效率意识(面临公司的急迫任务时如何应对); 4、培养学生的责任意识; 5、通过一些大型项目的设计练习,培养学生的团队意识和团队协作能力。			

<p>教学内容</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 商务广告基础与概述 2 PS 选区操作 3 PS 路径操作 4 广告的色彩设计 5 PS 视觉色彩调整 6 PS 的图层混合模式及蒙版操作 7 PS 广告字的设计与制作 8 广告 LOGO 的设计与制作 9 PS 画笔工具的使用 10 PS 修图工具的使用 11 PS 滤镜的使用 12 PS 动作与自动化 13 商务视觉设计综合项目练习
<p>教学方法及 教学手段</p>	<p>在教学过程中，以教师演示为辅和学生动手操作为主，强调商务广告基础知识和商务视觉设计技能的关系，重点是完成商务广告的设计与制作操作。教师主导教学和学生自主学习相结合。</p> <p>多结合实际广告案例让学生进行操作和练习，尽可能多引入实际电商公司的项目任务让学生进行实操。充分利用和开发好精品在线开放课程，做好创新创业教育示范课程建设。</p>
<p>教学评价</p>	<p>（一）考核评价理念</p> <p>改革传统对学生的评价手段和方法，采用过程评价、项目评价等多元化的评价方式考核学生的成绩，结合课程作业及项目成果进行综合成绩评定。既注重学生在项目作业中独立分析问题和解决问题能力的考核，又注重创新等提升能力的考核。</p> <p>（二）考核评价内容、方式及标准</p> <p>1、考核评价内容</p> <p>平时学习情况（学习态度、作业完成情况、听课情况等）、理论知识掌握情况、设计作品效果、答辩情况、职业能力素质、创新创业意识和能力等多方面进行。</p> <p>2、考核评价方式</p> <p>改革由单一的由任课教师评价为主的方式，引入多元评价，如企业教师、学生互评等。让学生听取不同角度的意见，培养学生的批判性思维能力和评价能力。</p>
<p>教学建议</p>	<p>建议能引入商务公司的实际项目，和企业专家一起对学生进行教学工作和专业技能的指导。</p>

表 14 《网络客服》课程教学内容及要求

<p>课程名称</p>	<p>网络客户服务</p>				
<p>学 期</p>	<p>3</p>	<p>学 时</p>	<p>68</p>	<p>授课方式</p>	<p>讲授</p>

学 分		4	考核方式	考查	考试类型	提交报告、答辩
课程目标	知识目标	了解网络客服的定义及工作内容；了解网络客服与传统客服的区别；掌握网络客服接待客户的流程；掌握网络客服专业话术及服务标准；了解客户服务的投诉及议价的处理方法；掌握 ERP、CRM、KPI 等网络客服软件的使用；了解新媒体如：微博、微信等在网络客服中的应用；掌握标准订单的处理流程；掌握退换货订单的处理流程；掌握多平台订单处理流程和方法；学习基于数据的工作内容，如：网店数据挖掘、数据分析、老客户营销。				
	能力目标	具备将来从事网络客服工作的基本工作能力；具备基于网络客服团队的管理能力；能灵活使用各种不同的网络客服软件用于网店运营；能充分迅速的掌握产品知识培训及促销活动培训；具有基于数据进行分析的能力，能通过数据分析客户信息进行分析；具有收集客户资料及网店资料的能力。				
	素质目标	团结合作的工作精神；具有沟通交流能力和协调能力；以客为尊、团结协作、求实创新、诚实守信；具备良好的心理承受能力及心理调节能力；具有优秀的职业操守及学习能力，能与企业保持一致的价值观。				
教学内容		客服岗位介绍；网络客服职责；客服岗前培训；学习基本职业素养；学习特殊客户接待方法。基于数据的工作内容；多平台订单处理方式；老客户营销。客服工具使用。客服管理基本方法。				
教学方法及教学手段		专题讲授法、案例教学法、体验式互动教学法、角色扮演法				
教学评价		课堂回答提问（主动与被动）；课后作业；课堂讨论；课堂作业展示。				
教学建议		讲练结合；让学生以公司或电商平台店铺为载体，完成各项课堂作业、课后作业以及期末考查。在整个教学过程中，都要求学生以这个载体为模型，把所学知识带入到载体中，进行实践训练。学生在完成各项任务的同时，对公司所属行业以及公司所售卖（或生产）的产品会更加了解和熟悉。				

表 15 《网络推广技巧与方法》课程教学内容及要求

课程名称		网络推广技巧与方法			
学 期	3	学 时	68	授课方式	讲授+实践
学 分	4	考核方式	项目+期末答辩	考试类型	考查
课 程 目 标	知识目标	1、正确认知网络推广，明确企业对网络推广职业能力要求； 2、了解 seo 的基本原理； 3、掌握各信息平台发布推广信息流程及方法； 4、掌握各种常用网络推广工具的流程、方法及技巧； 5、理解不同付费推广的操作流程； 6、理解推广数据分析的方法； 7、理解网络推广策划方案撰写方法。			
	能力目标	1、根据实际推广项目，利用市场营销 spt 工具，分析产品消费者及竞争对手情况； 2、根据百科、文库及问答平台，能正确创建并上传公司百科，文库和问答等信； 3、根据搜索引擎网站收录入口，能正确提交网址信息； 4、根据同城信息平台特点，能在这些类信息平台发布推广信息； 5、根据导航网址权重，能熟悉网站网址提交流程； 6、根据 SEO 基本原理，能够对网站页面作正确诊断和优化； 7、根据论坛相关理论，能进行网站外链推广工作； 8、根据网络新媒体（如：微信、微博、视频、新闻媒体、IM 推广、邮件等）的相关知识，能为企业选择恰当工具并开展网络推广工作； 9、根据 CPS 和 CPC 搜索引擎付费推广的知识，能为企业选择恰当的付费推广手段并制定付费推广及 SEM 和联盟平台推广； 10、根据网站（店）后台流量，制作当月数据分析报表； 11、根据网络整合营销理论，能为企业策划网络推广方案并执行。			
	素质目标	1、喜爱互联网工作、工作积极主动，责任心强，有敬业精神； 2、具有互联网思维、敏锐的判断力、较强的创新精神； 3、具有良好的团队合作精神； 4、能承受较强的工作压力，遵守互联网信息发布相关法律。			
教学内容	推广项目分析；营销型网站搭建；关键词库构建；网站基础推广 SEM 及网盟推广；网络新媒体推广；数据库推广；网络广告推广				
教学方法及教学手段	项目教学法、任务驱动法，参与式、体验式、翻转课堂、云班课、清华在线等混合式教学法				
教学评价	回答课堂提问；课后作业与课堂实训；云班课作业；在线课程学习及作业完成情况				

教学建议	建议学生以团队形式,以真实项目为载体,将各种推广手段和方法运营于该项目,每月检查一次推广方法执行情况及效果。
-------------	--

表 16 《跨境电商实务》课程教学内容及要求

课程名称		跨境电商实务			
学 期	4	学 时	68	授课方式	讲授+实操
学 分	4	考核方式	考查	考试类型	专业证书考核
课程目标	知识目标	了解传统国际贸易的一些基本概念;跨境电商的一些基本概念;传统国际贸易与跨境电商的关系与区别;了解跨境电商的基本分类;掌握跨境电商物流;掌握商品的包装;掌握跨境电商支付、与传统贸易支付的对比、结算方式、监管;掌握以速卖通平台为基础,详细了解、学习、掌握平台规则;了解其他进出口跨境电商平台;初步掌握速卖通平台店铺运营方法。			
	能力目标	能完成“速卖通”平台账号的注册;能熟悉“速卖通”平台的放款规则、评价规则、售后规则;能完成速卖通选品;能完成“速卖通”平台的产品物流设置;能完成“速卖通”平台的产品发布与审核;能完成“速卖通”平台的交易;能完成“速卖通”平台的纠纷侵权处理;能完成“速卖通”平台的发货;能完成“速卖通”平台产品的数据分析;能完成“速卖通”平台的客户服务与管理;能完成“速卖通”平台的收款和跨境支付。			
	素质目标	具备一定的基础商务英语知识能力;具备通过国内外社交平台与人沟通的能力;具备了解 2-3 个国家客户文化习俗的能力;具备了解 2-3 个国家交易习惯的能力;具备踏实认真的工作态度;具备积极合作的团队意识。			
教学内容		国际贸易基础知识;全球具有代表性的跨境电商平台简介;平台注册;海外市场、海外电商(社交)平台调研和选品;产品发布与审核;交易和客服;发货、国际物流;跨境支付;风险风范。			
教学方法及教学手段		<p>(1) 教学方法上,采取“任务驱动”教学方法结合“项目制”教学,并用情景教学、角色扮演、案例教学、小组讨论、模拟教学法、现场汇报法等教学方法。本着:任务提出(案例分析或工作情境)—任务讨论(启发诱导、小组讨论或学生分析)—任务解决(扮演角色)—形成能力的顺序开展教学活动。</p> <p>(2) 教学手段上,校内采用全套教学课件,视频、音频资料,网络资源平台,视讯软件进行信息化教学。同时,利用实训软件和企业真实项目及真实数据对学生进行教学、参观真实企业对网络国际贸易进行岗位认知、项目结合真实案例,以实现教学目标。</p>			
教学评价		回答课堂提问(主动与被动);课后作业与课堂展示;实训软件训练的成绩			

教学建议	由于学习远离城区，能够利用的企业真实资源几乎没有，希望能够与企业合作，在教学过程中，参与到企业的真实项目中。从而提高学生的实际操作能力。
-------------	--

表 17 《数据分析》课程教学内容及要求

课程名称		数据分析				
学 期	第 4 学 期	学 时	68	授课方式	讲授+实践	
学 分	4	考核方式	考查	考试类型	实操	
课程目标	知识目标	通过教、学、做使学生较全面地了解数据处理的基本概念、基本理论和基本方法，初步具备使用数据处理技术解决实际问题的能力；通过示范案例和实际练习，使学生经历完整的大量数据处理过程，具备较全面地理解和运用 Excel 处理大量数据的能力。 数据分析思路、步骤、方法，建立结构化思维方法。针对互联网电商行业特点，学习行业中的数据分析指标与方法，学会利用 EXCEL 进行数据分析，制作各种图表、函数、公式等。				
	能力目标	能运用数据分析方法，解决如何看待问题和如何着手解决问题，从思考问题的结构化思维入手，按照陈述问题、分解问题、排定优先级、制定工作计划、关键分析、论证、结论。这种看待问题、分析问题、解决问题的方法，对学生今后的工作与生活都具备很强的指导意义。				
	素质目标	通过分析问题建立正确看待问题的态度，通过解决问题培养与人合作的精神，通过总结汇报问题培养沟通表达技巧。				
教学内容	课程教学内容： 数据分析思路；数据准备；数据处理；数据分析；数据展现					
教学方法及教学手段	本课程为典型的任务实践型课程，所以必须加强学生的学习过程及项目完成情况考核，学科成绩以平时成绩为主。 1. 教学方法上以实战项目为载体、通过任务驱动，案例分析、视频教学及现场汇报等手段，使是学生真正做到学以致用、案例教学、小组讨论、模拟教学和现场汇报等教学方法。 2. 教学手段上，校内采用全套教学课件，视频、音频资料，网络资源平台等信息化教学，以实现其教学目标。					
教学评价	期末成绩=过程性考核（40%）+ 期末考核（40%）+ 课堂表现（10%）+ 出勤（10%）					
教学建议	能充分利用电商后台真实数据、为数据分析提供有效性					

表 18 《新媒体制作与运营》课程教学内容及要求

课程名称		新媒体制作与运营				
学 期	4	学 时	68	授课方式	讲授+实操	
学 分	4	考核方式	考查	考试类型	方案	

课程目标	知识目标	<ol style="list-style-type: none"> 1、了解新媒体发展趋势 2、了解企业为什么都开展新媒体营销 3、了解自媒体平台有哪些？各自的优势在哪里 4、掌握自媒体平台的标题写作 5、掌握自媒体平台的内容写作 6、掌握自媒体平台的图片要求 7、掌握今日头条的微头条、悟空问答运营 8、了解淘宝直播的优势 9、掌握淘宝直播的开播要求 10、掌握淘宝直播的开播技巧 11、了解短视频平台的发展趋势 12、了解短视频平台有哪些 13、掌握短视频平台的拍摄要求 14、掌握短视频平台的剪辑技术 15、掌握短视频平台的平台运营
	能力目标	<ol style="list-style-type: none"> 1、能够从事新媒体的基本运营操作 2、能够依据企业实际情况，制定新媒体运营方案 3、能够在所有新媒体平台中进行精准定位 4、能够在自媒体平台中写一个好标题 5、能够在自媒体平台中写一篇阅读性较强的文章 6、能够通过微头条来进行今日头条的涨粉 7、能够回答好悟空问答的问题并涨粉 8、能够开一场淘宝直播 9、能够拍摄短视频 10、能够剪辑短视频 11、能够在各个短视频平台上运营
	素质目标	<ol style="list-style-type: none"> 1、培养学生获取和利用信息的能力 2、培养学生良好的动手能力以及实操能力 3、培养学生的自学能力、独立工作能力 4、培养学生发现问题、分析问题和解决问题能力 5、培养学生的团队协作能力 6、培养并提高学生的职业能力（观察、分析和解决问题的能力，自我展现的能力） 7、培养学生的创新能力和环境适应能力
教学内容	<ol style="list-style-type: none"> 1、各类自媒体平台的优势对比 2、自媒体平台的文章写作 3、今日头条的微头条、悟空问答运营方法 4、淘宝直播的开播技巧 5、短视频的拍摄 6、短视频的剪辑 7、短视频的运营 8、电商如何通过短视频卖货 9、注册自媒体平台、短视频平台进行实战运营 10、找企业实际新媒体运营操作人进行真实案例分析 11、以企业为例，制定新媒体营销方案 	

教学方法及 教学手段	采取“理论+实战”教学方法，通过教师的理论与演示，学生在各平台注册账号并进行操作，加强学生对自媒体平台运营能力。并邀请企业实际新媒体运营操作人进行真实案例分析。再者和企业实际运营结合起来，并以企业为案例，进行营销方案的制定，让学生能够独立为企业进行新媒体营销，增加就业优势。
教学评价	回答课堂提问（主动与被动）；课后作业与课堂实训；成果展示成绩
教学建议	充分利用城中校新媒体制作实训室资源

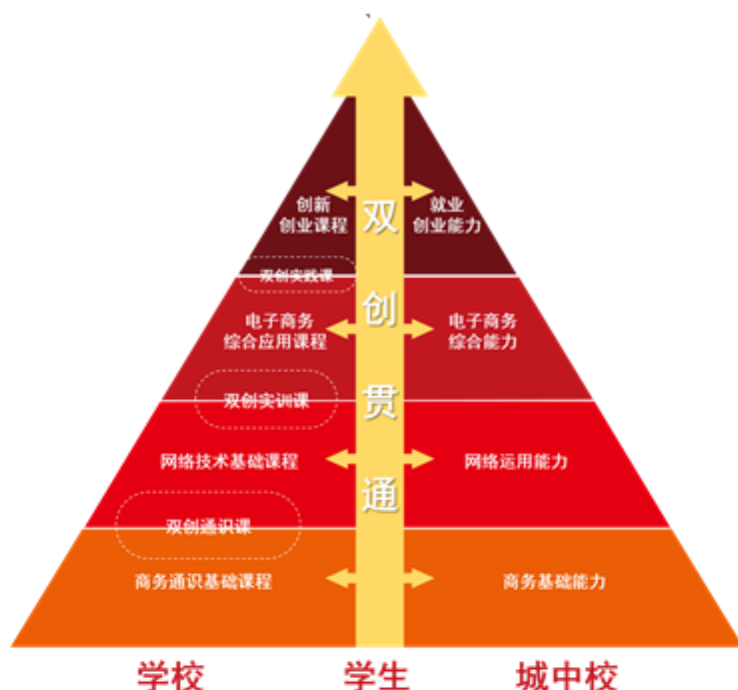
4. 实践课程

根据人才培养目标，本专业主要课设了入学入职教育、军训及国防教育、网络营销、电子商务综合实训、SYB创新创业实践、素质教育活动、顶岗实习（含毕业设计、报告）等实践（实习）项目，具体内容见表 19 所示

表 19 实践课程内容及学时学分分配表

实践（实习）项目	实践（实习）目标	实践学时
入学入职教育	帮助学生认识行业发展趋势，提升学生对专业的认识水平，了解专业课程设置；明确校规校纪，自觉遵守学校各种规章制度。	26
军训及国防教育	提高学生的政治觉悟，激发爱国热情，培养艰苦奋斗，刻苦耐劳的坚强毅力和集体主义精神，帮助学生增强国防观念和纪律性，养成良好的学风和生活作风。	52
网络营销	熟练使用网络营销各种工具、提高学生专业技能及创新创业意识。	26
电子商务综合实训	结合实训软件、以核心技能训练为目标、全面提升学生分析问题和解决问题的专业综合能力及创新创业意识。	26
SYB 创新创业实践	了解创办企业的流程和方法，模拟实践创办企业，增强创业实践指导性。	40
素质教育活动	培养学生的人文素养、职业道德、社会适应能力和责任感，养成劳动意识、竞争意识和创新创业意识等。	20
顶岗实习（含毕业设计、报告）	全面系统将专业所学与实际工作结合起来，熟悉具体岗位的业务工作，提升综合分析和解决问题的能力，提升社会适应能力，实现顶岗实习和就业直通。	450
合计		640

八、人才培养模式



“城校互动、四级递进、双创贯通”人才培养模式

九、教学进程总体安排

本专业课程总学时 2578 学时、总计 131 学分。课程教学原则上 16-18 学时折算 1 学分，实践教学（校内实训、综合实践）每 20--28 学时计 1 学分。顶岗实习（含毕业设计、报告）每周 15 学时计 0.5 学分。课程学时学分分配情况见表 X，教学进程安排详见附录。

表 20 课程学时学分分配表

课程类型	学时分配情况		学分分配情况	
	学时	占比(%)	学分	占比(%)
公共基础课程平台	660	25.6	35	26.
专业基础课程平台	366	14.2	22	16.4
专业方向课程平台	620	24	37	27.1
专业限选课	28	1.1	2	1.5
素质拓展课程平台	公共限选课	140	5.4	11.9
	公共任选课	124	4.8	
实践课程	640	24.9	23	17.1
合计	2578	100	133	100

十、教学实施保障

（一）师资队伍

为满足教学需要，确保教学质量，本专业生师比建议为 15 : 1。教师团队由校内专任教师和企业兼职教师构成。

专任教师原则上需要具备本科以上学历，具备课程开发能力，指导学生实践的能力。教师每5年必须累计不少于6个月到企业或生产服务一线实践。专任教师中“双师”素质教师不低于__90__%。

企业兼职教师原则上应为行业内从业多年的专业技术人员，具备较强的执教能力。专业上要为兼职教师提供教学培训机会。对技术革新较快，实践性较强的课程聘请企业兼职教师组成教学团队，共同完成课程教学和实践指导，及时将企业新标准、新技术、新工艺、新流程等融入教学。

表 21 专任教师一览表

序号	姓名	职称	学历/学位	年龄	研究领域	是否双师型	骨干教师/ 专业带头人
1	钟林	正教授	博士	49	管理学	是	分院院长
2	杨柳	正教授	硕士	48	人力资源	是	分院副院长
3	周江	副教授	硕士	42	电子商务	是	城中校办公室 主任
4	张卫林	副教授	硕士	43	电子商务	是	专业带头人
5	赵丽	副教授	硕士	45	电子商务	是	骨干教师
6	袁苹	副教授	硕士	50	电子商务	是	骨干教师
7	刘俊	讲师	本科	44	电子商务	是	骨干教师
8	李春林	讲师	硕士	37	电子商务	是	骨干教师
9	赖怡梅	讲师	本科	41	电子商务	是	骨干教师
10	李瑞麒	助教	硕士	32	电子商务	是	骨干教师
11	周舒翼	助教	硕士	28	国际贸易	是	骨干教师
12	张苗	讲师	硕士	30	财务管理	是	骨干教师

表 22 兼职教师一览表

序号	姓名	职务	工龄	工作单位	承担课程	课时量
1	肖琳	产品经理	20	成都市晓都信息科技有限公司	电商物流	160
2	刘延天	CEO	15	成都移花互动互联网公司	移动电子商务	144
3	文燕	经理	5	成都零度非凡科技有限公司	第三方平台创业实务	120
4	章文	总经理	10	四川汶心堂贸易有限公司	数据分析 电商创业 实务	144
5	汤富彬	教研室主任	16	成都工业职业技术学院	电子商务 网站搭建	144

(二) 实训条件

1.校内实训室

表 23 校内电子商务实训室

序号	实验室/实训基地(中心)的名称	实践教学内容	适用课程	专业群内共享(是/否)
1	电子商务综合实训室	商品拍摄、图片处理、商务数据分析、网店运营	商品拍摄、数据分析、商务视觉设计、新媒体制作与运营、第三方平台创业实务	是
2	网络推广实训室	SEO、SEM、微信推广、新媒体推广、速卖通运营、网站搭建等	网络推广技巧与方法、电子商务网站搭建	是
3	学生项目工作室	淘宝、天猫运营,及商贸城项目等	网络客户服务、第三方平台创业实务	是
4	智慧教室	微课、视频录制	新媒体制作与运营	是

2.校外实训条件

表 24 校外实践场所

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	实践教学形式	合作深度	专业群内共享(是/否)
1	伊厦成都国际商贸城股份有限公司“城中校”校外实习基地	伊厦成都国际商贸城股份有限公司信息技术分公司	专业认知、顶岗实习	校企共建实训场所	是
2	九正科技有限公司校外实习基地	九正科技有限公司	专业认知、顶岗实习	技术服务	否
3	萃趣电子商务有限公司校外实习基地	萃趣电子商务有限公司	顶岗实习	技术服务	否
4	西部智谷校外实习基地	西部智谷	顶岗实习	技术服务	是
5	京东西南分公司校外实习基地	京东西南分公司	顶岗实习	技术服务	是

(三) 学习资源

目前,电子商务专业正在建设专业教学资源库、含资源库门户、专业中心、课程中心、资源中心、企业中心等基本内容;已建成《互联网金融》和《跨境电商实务》2 两门云班课、《网络推广技巧与方法》精品在线开放课程 1 门,电子商务实训软件 6 套。

表 25 电子商务专业教材一览表(参考)

序号	课程名称	教材名称	出版社	作者	出版时间	校企开发教材(是/否)	新形态教材(是/否)
1	电子商务基础	电子商务概论	中国海洋大学	贺兵,陈本松、熊	2017 年 8 月第 1 版	否	否

			出版社	燕妮			
2	经济学基础	经济学基础	中国海洋大学出版社	金磊	2018年1月第1版	否	否
3	第三方平台创业实务	网店运营	中国商业出版社	罗素珍 刘亚男 廖娟娟	2018年1月第1版	否	否
4	商品拍摄与图片美工	网店商品拍摄与图片处理	人民邮电出版社	谢新华	2018年4月第2版	否	否
5	网络推广技巧与方法	网络营销	江苏大学出版社	谭鸿健 刘德华 董媛	2016年7月第1版	是	是
6	网络客户服务	网店金牌客服(视频指导版)	人民邮电出版社	刘建珍	2018年1月第1版	否	是
7	电子商务网站搭建	电子商务网站建设与管理	西南财经大学出版社	邓砚谷	2017年9月第1版	否	否
8	电商物流	电子商务物流	高等教育出版社	范珍	2016年5月第1版	否	否
9	互联网金融	互联网金融与应用	中国海洋大学出版社	尚永庆 李薇 梁璐	2017年7月第1版	否	否
10	网络文案写作	电子商务文案策划与写作	人民邮电出版社	廖敏慧 吴敏李 乐	2018年7月第1版	否	否
11	商务视觉设计	电子商务视觉设计	人民邮电出版社	童海君 蔡颖	2018年1月第1版	否	是
12	数据分析	电子商务数据分析	电子工业出版社	北京中清研信息技术研究所	2016/8/1	否	否

13	跨境电商 实务	跨境电商 多平台运 营	电子工 业出版 社	丁晖	2017/7/1	否	否
----	------------	-------------------	-----------------	----	----------	---	---

表 26 电子商务专业数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	跨境电子商务综合服务实训系统	http://172.18.32.249:8260/training_cb_v3
2	商务数据分析与应用系统	http://172.18.32.249:8205
3	移动营销	http://172.18.32.249:8216/mobile_marketing_train
4	商品采编	http://172.18.32.249:8012
5	电子商务综合实训与竞赛系统	http://172.18.23.221:8011
6	网络推广技巧与方法	http://course.cdp.edu.cn/meol/jpk/course/layout/newpage1/index.jsp?courseId=11195

(四) 教学方法

积极探索现代学徒制试点经验，普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式。

(五) 学习评价

结合本专业实际情况，以人才培养目标和课程标准为依据，建议各课程授课教师积极采用“过程+结果”相结合考评手段，特别重视过程阶段性考核；由学生、企业、教师多方参与的如口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等多元评价方式，为创业学生开通学生置换通道。加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

(六) 质量管理

(1)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。

(2)学校和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。

(3)学校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。

(4)积极参加学院组织的专业诊改技能抽考活动，积极参加电商行指委组织的全国高职电子商务专业技能联考课证（赛）融通试点工作及全国电商技能竞赛。

(5)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。

十一、毕业要求

修满本专业毕业要求的最低学分：131 学分

十二、继续专业学习深造建议

本专业学生毕业后，一方面可选择专升本（升入西华大学）接受更高层次教育，另一方面，也可根据自身兴趣爱好，选择大数据及区块链等方向继续学习，提升自身专业能力。

十三、其他需要说明的内容

（一）建议取得的证书

表 27 本专业学生毕业应获取的职业技能证书。

序号	项目	等级	类别	考期	考试类型
1	办公自动化证书	中级	行业（信产部）	大一	鼓励选考
2	普通话等级证书	二乙	省考（省语委）	大一	鼓励选考
3	大学英语等级证书	3 级	省考（省语委）	大一、大二	鼓励选考
		4/6 级		大二	鼓励选考
4	1+x 证书制度试点电子商务数据分析职业技能证书	中级	国家统一	大二、大三	鼓励选考
5	1+x 证书制度试点网店运营推广职业技能证书	中级	国家统一	大二、大三	鼓励选考

（二）专业相关国家标准

教育部 2019 年颁布的《高等职业学校电子商务专业教学标准》，鼓励电商专业学生积极参加 1+X 职业技能等级证书考取。

十四、附录（教学进程表）

（一）教学进程表

学 年	一						二						三						课程名称	学时分配	学分	考核学期	考试学期	课程类型 (A/B/C)	专业核心课程 (用★表示)	备注																													
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6									理论课时	实践课时																											
理论教学周数																							15	15	17	17	7	0																											
课程名称																																																							
公共基础课程平台	思想道德修养与法律基础																		48	42	6	3		1	A																														
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论																		72	72	0	4		2	A																														
	形势与政策																		48	48	0	1	2		A	1-4学期讲授 3-4学期讲座																													
	创新创业教育																		36	18	18	1.5	2		B																														
	就业指导																		14	7	7	0.5	5		B																														
	计算机基础																		60	28	32	4	1		B																														
	大学英语																		132	52	80	8	1	2	B																														
	体育																		134	14	120	6	1-4		B																														
	国学																		30	30	0	2	1		A																														
	天府文化																		18	18	0	1	2		A	第1-9周																													
	成都故事																		18	18	0	1	2		A	第10-18周																													
	大学生心理健康教育																		34	34	0	2	2		A	2或3学期																													
现代服务业概论																		16	16	0	1	2		A	讲座																														
小计																							15	14	4	2	4	0	660	394	266	35																							
公共课程平台共																							35	学分, 占 26.0%					660	学时	占 25.6%																								
专业基础课程平台	电子商务基础																		30	20	10	2	1		B																														
	经济学基础																		60	60	0	4	1		A																														
	市场营销																		72	36	36	4	2		B																														
	经济数学																		68	68	0	4	3		A																														
	电商物流																		68	48	20	4	3		B																														
	普通话基础																		68	48	20	4	4		B																														
小计																							6	4	8	4	0	0	366	280	86	22																							
专业基础课程平台毕业学分																							22	学分, 占 16.4%					366	学时	占 14.2%																								
专业方向课程平台	第三方平台创业实务																		60	20	40	4	1		B	★																													
	商品拍摄																		30	10	20	2	1		B																														
	网络文案写作																		36	18	18	2	2		B																														
	商务视觉设计																		72	36	36	4	2		B	★																													
	网络推广技巧与方法																		68	28	40	4	3		B	★																													
	网络客户服务																		68	28	40	4	3		B	★																													
	电子商务网站建设																		68	28	40	4	3		B																														
	数据分析																		68	28	40	4	4		B	★																													
	跨境电商实务																		68	28	40	4	4		B	★																													
	新媒体制作与运营																		68	20	48	4	4		B	★																													
互联网金融																		14	14	0	1	5		A																															
小计																							6	6	12	12	1	0	620	258	362	37																							
专业方向课程毕业学分																							37	学分, 占 28.0%					620	学时	占 24.0%																								
专业限定课程	物流仓储服务组织																		14	14	0	1	5		A	三选一																													
	人力资源管理																		14	14	0	1	5		A																														
	新零售																		14	4	10	1	5		B																														
	财务管理																		14	14	0	1	5		A	二选一																													
	会计基础																		14	14	0	1	5		A																														
小计																							0	0	0	0	2.5	0	28	18	10	2																							
专业限定课程共开设																							2	学分, 占 1.6%					28	学时	占 1.1%																								
公共选修课程	公共限选课																		72	72	0	4	2			同上+线下																													
	公共任选课																		192	192	0	8	3-5																																
	小计																							0	4		4	4	8		264	264	0	12																					
任选课共																							12	学分, 占 9.2%					264	学时	占比 9.2%																								
周学时总计																							27	28	##	##	16	0																											
每期开出课程单门数																							9	10	8	6	9	0																											
课堂教学总学时=理论学时																							####	+ 实践学时					1364	=	2578																								
课堂教学最低总学分																							108	学分					毕业学分					131	学分																				

课程类型: A(理论课程)、B(课内一体化课程)、C(实践课程)

(二) 实践环节及时间表

工房分院（部）2019级 电子商务专业 教学环节时间表（三年制）

项目 周数 学期	课堂教学	专业实践教学	入学入 职教育	军训及 国防教 育	SYB创新创 业实践	顶岗实习（含毕 业设计、报告）	考核	假期	小计
二	18						1	1	20
三	17	1					1	1	20
四	17	1					1	1	20
五	7				1	10	1	1	20
六	0					20			20
总计	74	2	1	2	1	30	5	5	120

(三) 实践环节

工房分院（部）2019级 电子商务专业 实践环节表（三年制）

实践（实习）项目	实践学时	实践学分	实践周数	各学期实践周数						备注
				一期	二期	三期	四期	五期	六期	
入学入职教育	26	0.5	1	1						
军训及国防教育	52	1.5	2	2						
网络营销实训	26	1	1			1				
电子商务综合实训	26	1	1				1			
SYB创新创业实践	40	1	1					1		
素质教育活动	20	3								根据学生成长规律安 排在6个学期内完成
顶岗实习（含毕业设计、报告）	450	15	30					10	20	
合计	640	23	36	3	0	1	1	11	20	