

电子商务专业人才培养方案

(适用年级:2020 级)

铜仁职业技术学院

二〇二〇年七月

目 录

| | |
|----------------------------------|------------|
| 一、人才培养基本信息 | 1 |
| (一) 专业名称 | 1 |
| (二) 专业代码 | 1 |
| (三) 专业带头人 | 1 |
| (四) 专业所在院系 | 1 |
| (五) 学历层次 | 1 |
| (六) 入学要求与基本学制 | 1 |
| 二、人才培养职业面向 | 1 |
| (一) 职业面向 | 错误! 未定义书签。 |
| (二) 职业岗位(群)描述 | 2 |
| 三、人才培养目标 | 2 |
| 四、人才培养规格 | 2 |
| (一) 职业素养 | 错误! 未定义书签。 |
| (二) 知识标准 | 错误! 未定义书签。 |
| (三) 能力标准 | 错误! 未定义书签。 |
| 五、人才培养质量标准 | 4 |
| (一) 合格标准 | 4 |
| (二) 良好标准 | 4 |
| (三) 优秀标准 | 4 |
| 六、人才培养基本要求 | 5 |
| (一) 学生要求 | 5 |
| (二) 师资要求 | 6 |
| (三) 实训要求 | 6 |
| (四) 教学要求 | 7 |
| 七、学生素质教育培养要求 | 8 |
| (一) 模块1: “五元文化”与“四项主题”教育活动 | 9 |

| | |
|-------------------------------|-----------|
| (二) 模块 2: 社会实践与志愿服务活动 | 9 |
| (三) 模块 3: 学术科技与创新创业活动 | 9 |
| (四) 模块 4: 文化艺术体育与身心发展活动 | 10 |
| (五) 模块 5: 社团活动 | 10 |
| (六) 模块 6: 专业技能大赛与技能培训 | 10 |
| 八、人才培养模式设计 | 11 |
| (一) 人才培养模式设计理念 | 11 |
| (二) 人才培养模式设计思路 | 11 |
| (三) 人才培养模式内涵描述 | 11 |
| 九、人才培养课程体系建构 | 12 |
| (一) 课程体系开发理念 | 12 |
| (二) 课程体系开发思路 | 12 |
| (三) 工作任务与能力分析 | 12 |
| (四) 职业行动领域分析 | 13 |
| (五) 学习领域转换 | 14 |
| (六) 课程体系建构 | 14 |
| (七) 专业核心课程描述 | 15 |
| 十、人才培养教学计划表 | 20 |
| 十一、人才培养学时学分结构统计 | 25 |
| 十二、人才培养教学团队 | 25 |
| (一) 结构比例 | 25 |
| (二) 教师队伍 | 25 |
| 十三、人才培养实训条件 | 26 |
| (一) 校内实训环境 | 26 |
| (二) 校外实训环境 | 26 |
| 十四、人才培养教学资源 | 27 |
| (一) 专业资源 | 27 |
| (二) 课程资源 | 27 |

| | |
|----------------------------|----|
| 十五、人才培养制度保障 | 28 |
| 十六、人才培养制定依据 | 28 |
| (一) 人才培养需求调研 | 28 |
| (二) 国家的相关政策文件 | 29 |
| 十七、审定意见 | 30 |
| (一) 二级学院意见 | 31 |
| (二) 教学工作部意见 | 31 |
| (三) 教学工作指导委员会意见 | 30 |
| (四) 院长办公会意见 | 31 |
| (五) 党委会意见 | 31 |
| 十八、人才培养方案附件..... | 34 |
| 附件 1: 电子商务专业人才需求调研报告..... | 34 |
| 附件 2: 电子商务专业毕业生跟踪调查报告..... | 36 |
| 附件 3: 电子商务专业核心课程标准..... | 40 |
| 附件 4: 电子商务专业重要教学管理制度..... | 41 |
| 附件 5: 电子商务专业教学评价标准..... | 42 |

一、人才培养基本信息

（一）专业名称

电子商务

（二）专业代码

630801

（三）专业带头人

全丽

（四）专业所在院系

经济与管理学院

（五）学历层次

专科

（六）入学要求与基本学制

1. 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
2. 基本学制：3 年

二、人才培养职业面向

（一）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 |
|----------------|-----------------|--|--|------------------------------|
| 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 视觉设计 |

（二）职业岗位（群）描述

| 岗位（群）名称 | 岗位（群）职责描述 |
|---------|--|
| 营销推广 | 制定营销战略规划业务； 进行消费者购买心理与行为分析； 市场细分、目标市场选择及目标市场战略制定； 能够灵活运用市场营销组合策略进行产品与品牌的传播推广。 |
| 运营管理 | 根据企业战略定位及品牌定位，协助企业做好店铺整体运营； 完成店铺装修、页面调整、产品调整及选款、价格调整等工作； 完成店铺营销活动计划，并评估跟踪活动效果； 完成营销数据、交易数据、商品管理的数据监控； 对主要竞争对手进行产品及市场分析。 |
| 客户服务 | 负责在线解答客户的咨询并进行合理引导，促成销售订单的完成； 负责确认客户资料及订购信息，及时准确回答客户提出的问题； 对公司客户群进行维护与管理，并对客户进行分类，进行客户关系管理； 处理纠纷、退换货、评价处理和客户答疑等； 及时有效的做好客户的回访工作。 |
| 视觉设计 | 店铺装修：负责网店页面整体规划设计； 产品处理：对上架商品的图片进行抠图、拼接、颜色调整、背景处理、产品描述美化等； 品牌推广：根据每月制定的促销计划、活动策划等； |

三、人才培养目标

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、客户管理、视觉设计等工作的复合型技术技能人才。

四、人才培养规格

（一）职业素养

| 类别 | 素质标准 |
|--------|---|
| 思想政治素质 | 坚定拥护中国共产党领导，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。 |
| 道德素质 | 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。 |
| 职业意识 | 1. 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。 |
| | 2. 具有自我管理能力和职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。 |
| 身心素质 | 1. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。 |
| | 2. 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。 |

（二）知识标准

| 知识类别 | 知识标准 |
|--------|---|
| 通识知识 | 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。 |
| 专业基础知识 | 1. 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。 |
| | 2. 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。 |
| | 3. 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法。 |
| 专业知识 | 1. 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法。 |
| | 2. 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。 |
| | 3. 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。 |
| | 4. 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。 |

（三）能力标准

| 能力类别 | 能力标准 |
|------|-------------------------------------|
| 通识能力 | 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。 |
| 岗位能力 | 1. 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。 |

| 能力类别 | 能力标准 |
|------|---|
| | 2. 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。 |
| | 3. 具备网络信息采集的能力，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。 |
| | 4. 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。 |
| | 5. 能够根据网店推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化。 |
| | 6. 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理。 |
| | 7. 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。 |
| | 8. 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。 |
| | 9. 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。 |

五、人才培养质量标准

（一）合格标准

- 1、最低专业学分 160 学分。
- 2、德育合格；
- 3、顶岗实习考核合格。
- 4、毕业考核合格。

（二）良好标准

达到合格标准，无补考，平均成绩 75 分以上，并且具备下列条件之一者，为良好。

- 1、取得普通话二乙及以上证书。
- 2、获得院级三好学生、优秀学生干部等荣誉称号。
- 3、获院级技能大赛及文体活动竞赛三等奖以上。
- 4、参加青年志愿者活动获得院级以上表彰者。
- 5、取得一项 1+X 职业资格证书

（三）优秀标准

达到合格标准，无补考，平均成绩 85 分以上，并且具备下列条件之一者，为优秀。

- 1、取得普通话二乙及以上证书。
- 2、获得市级以上优秀学生干部、三好学生等荣誉称号。
- 3、获得市级以上技能大赛及文体活动竞赛三等奖以上。
- 4、参加青年志愿者活动获得市级以上表彰者。
- 5、取得两项或两项以上 1+X 职业资格证书

六、人才培养基本要求

（一）学生要求

1、入学要求

- (1) 学生入学必须通过普通高考招生和分类考试招生，并达到录取分数线。
- (2) 学生必须坚持四项基本原则，热爱电子商务事业，愿意从事电子商务技术、电子商务管理、电子商务推广工作。
- (3) 达到《普通高等学校招生体检标准》，通过体检合格。

2、毕业要求

- (1) 最低专业学分 160 学分。
- (2) 德育合格。
- (3) 顶岗实习考核合格。
- (4) 毕业考核合格。

3、学分银行

学分银行，学生取得电子商务专业职业资格证书及参加市级及学校认定的国一类、省一类竞赛项目获奖，按经管学院电子商务专业制定的标准确认学分，计入学分银行，学分银行的学分只能替代选修课程的学分，计入学生总学分中。

表 1 经济与管理学院电子商务专业学分银行

| 序号 | 类别 | 项 目 | 学分 |
|----|-----------|---|----|
| 一 | 1+X 认证 | 网店运营、电子商务数据分析认证证书（高级） | 4 |
| | | 网店运营、电子商务数据分析认证证书（中级） | 3 |
| | | 网店运营、电子商务数据分析认证证书（初级） | 2 |
| | | 工业和信息化部、北京中教畅享股份有限公司联合推出的电子商务专业专项技能认证证书 | 1 |
| 二 | 技能竞赛 | 获国家级技能竞赛一等奖 | 7 |
| | | 获国家级技能竞赛二等奖 | 6 |
| | | 获国家级技能竞赛三等奖 | 5 |
| | | 获省级技能竞赛一等奖 | 4 |

| | | | |
|--|--|----------------|---|
| | | 获省级技能竞赛二等奖 | 3 |
| | | 获省级技能竞赛三等奖 | 2 |
| | | 获市级技能竞赛一等奖 | 2 |
| | | 获市级技能竞赛二等奖或三等奖 | 1 |

（二）师资要求

1、队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 20:1, 双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%, 专任教师队伍要考虑职称、年龄, 形成合理的梯队结构。

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担任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。

（三）教学实施

1、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，提供网络接入或 Wi-Fi 环境，配备计算机，安装 MindManager、Office、网页数据采集工具等软件；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 等常用浏览器的测试终端；安装 Linux/Windows 操作系统、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

电子商务运营室应配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描，提供网络接或 Wi-Fi 环境。配备的计算机，可运行 Chrome、IE、Firefox 等常用浏览器的测试终端，安装 Linux/Windows 操作系统，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实务等课程的教学与实训。

2、校外实训基地基本要求

校外实训基地基本要求为：具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。

（四）教学要求

1、制定专业学期教学计划，教研室集体讨论后上报二级学院教务部门，由二级学

院审核后统一安排教师授课。

2、课程实施须有课程标准、课程教学实施方案、课程单元教学设计、课程教学总结等基本教学文件。

3、岗位能力课程必须成立课程组，有 1 人以上行业企业兼职教师，开展合作教学，推行任务驱动教学模式。

4、学生实习基地基本要求，具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、顶岗实习和毕业实习时间为不少于 6 个月，学生在实习期间接受学校和企业的双重管理，校企双方共同完成对学生的教学和考核与评价，学生必须记录完整的实习日志（实习工作内容、收获、存在的问题及建议），实习结束提交不低于 3000 字的顶岗实习报告。毕业实习总结每位老师负责指导一名学生，以学生实习工作内容为主，教师指导为辅，指导教师应具有中级职称资格，学生完成毕业实习后，指导教师和教研室主任对学生顶岗实习资料进行检查和评阅。总评成绩=指导教师评定成绩*80%+评阅人评定成绩*20%。

6、课程考核为形成性考核。分为学习情境活动考核、学习情境实训考核和综合评价等三部分组成。学习情景活动是指学习活动中的练习、作业、口头或书面提问、课堂纪律等。实训考核是完成指定学习情境工作任务情况的考核。

7、支持信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为：具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；鼓励教师开发并利用信息化教学资源、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。

七、学生素质教育培养要求

根据《中共中央关于加强和改进大学生思想政治教育的意见》（中发[2004]16号），按照《铜仁职业技术学院关于大学生文化活动课程建设的意见》要求，结合电子商务专业实际情况，编制学生素质教育计划。本专业学生素质教育列入课程教学计划，学生在三年中通过六个模块的素质教育培养，累计修完 100 学时，共 5 学分。

（一）模块 1：“五元文化”与“四项主题”教育活动

1、学时：20 学时。

2、学分：1 学分。

3、课程内容：先进文化、红色文化、优秀传统文化、职业文化和地方民族文化；开展热爱生命、感恩、立志成才、形势与政策主题教育。

4、培养目标：要求学生对进行先进文化、红色文化、优秀传统文化、电子商务职业文化和地方民族文化学习与践行，并通过参加热爱生命、感恩、立志成才、形势与政策主题教育等活动，提升思想政治与道德修养。

5、实施部门：专业教研室、学生科、学生工作部、团委。

6、实施时间：第 1—5 学期。

7、考核评价：按活动实施方案进行考核评价。

（二）模块 2：社会实践与志愿服务活动

1、学时：10 学时。

2、学分：0.5 学分。

3、课程内容：电子商务专业技术服务、假期社会实践活动、生产劳动、志愿服务、公益活动、勤工助学、社会调查等。

4、培养目标：加深学生对本专业的了解，深入认识社会，确认适合的职业，为向职场过渡做准备，进而增强就业竞争优势。

5、实施部门：专业教研室、学生科、学生工作部、团委。

6、实施时间：第 1—5 学期。

7、考核评价：按活动实施方案进行考核评价。

（三）模块 3：学术科技与创新创业活动

1、学时：20 学时。

2、学分：1 学分。

3、课程内容：学术竞赛、课题研究、科技创新活动、学术讲座、创业教育、职业发展与就业指导、市场开拓、校园招聘、面试现场情景模拟等。

4、培养目标：拓宽专业学生视野，开拓学生思路，锻炼动手能力，培养团队精神，

让学生有机会参加到科技交流活动来，同时加强学生就业能力的培养。

5、实施部门：专业教研室、教务科、学生科、教学工作部、招生就业部。

6、实施时间：第 2--5 学期。

7、考核评价：按活动实施方案进行考核评价。

（四）模块 4：文化艺术体育与身心发展活动

1、学时：20 学时。

2、学分：1 学分。

3、课程内容：学校运动会、球类比赛、书法比赛、演讲比赛、朗诵比赛、辩论赛、征文比赛、歌唱比赛、社交礼仪活动等文娱竞赛，心理测试、心理咨询、心理辅导等。

4、培养目标：发扬体育精神，增强体质，加强集体荣誉感，提升学生沟通、表达、应变等社会能力，促进身心健康发展。

5、实施部门：教学工作部、学生工作部、团委、学生科、心理咨询中心。

6、实施时间：第 1--5 学期。

7、考核评价：按活动实施方案进行考核评价。

（五）模块 5：社团活动

1、学时：10 学时。

2、学分：0.5 学分。

3、课程内容：学生根据兴趣爱好自愿参加社团组织，在学校有关部门指导下开展活动。

4、培养目标：丰富学生校园生活，延伸求知领域，扩大交友范围，发现自己，陶冶自己。

5、实施部门：学生科、学生工作部、团委。

6、实施时间：第 1--5 学期。

7、考核评价：按活动实施方案进行考核评价。

（六）模块 6：专业技能大赛与技能培训

1、学时：20 学时。

2、学分：1 学分。

3、课程内容：电子商务运营技能大赛、公众号运营等技能大赛活动。

4、培养目标：丰富大学生课余活动，锻炼动手能力，培养团队精神，活跃校园气氛，开拓学生思路，为学生搭建一个展示的舞台，让他们有机会参加到业余交流活动来，让他们在和平友好的氛围下展示他们的设计和技能方面的才华和能力。

5、实施部门：实训中心、教学工作部、教务科、专业教研室。

6、实施时间：第1--6学期。

7、考核评价：按活动实施方案进行考核评价。

八、人才培养模式设计

（一）人才培养模式设计理念

1、坚持以创促需、以需促学、以学促创的宗旨，以培养高素质高技能商务人才为根本任务，以培养学生技术应用能力为主线，按照电子商务专业技能培养标准的要求，培养既了解经济活动基本规律，又懂计算机信息技术；既掌握了先进的营销管理理念，又熟悉现代商务运作流程的技能型人才。

2、优化产教融合的人才培养模式，积极探索顶岗实习、创业教育的新途径。

3、树立品牌意识，不断提高人才培养的针对性和质量，坚持科学的发展观，按照电子商务专业人才的培养目标建立理论、实践教学和素质教育相结合课程体系。

4、针对电子商务岗位的特点和要求，培养出适应能力强、特色鲜明、技能突出，实现与企业电子商务实际应用“零距离”，与创业、就业岗位实现“零适应期”、能快速胜任各种电子商务类岗位。

（二）人才培养模式设计思路

积极推进政行校企合作，构建了“学创融合、实岗育人、助推脱贫”的创新创业人才培养体系，学生在创中学、学中创。

1、确立电子商务专业教学改革与服务黔货出山、产业扶贫相结合的多元育人理念；

2、构建“校企合作、资源共享、产教融合”的办学模式；

3、积极探索“阶段递进、五双协同”校内现代学徒制人才培养机制；

4、深刻理解创新创业教育内涵，务实践行“嵌入式”创新创业教育模式，力促创新创业教育与专业教育融合；

5、打造功能齐全的稳定的校外教学实践基地，拓展了专业教学活动场所。

（三）人才培养模式内涵描述

1、第一学期，以市场营销学、电子商务基础为切入点，结合创新创业思维训练，完成综合素质课程学习及专业认知，在进校后 1-2 周入学教育中包含认知实习。

2、第二学期，以专业基础课 Photoshop 图形图像处理、视频编辑作为本学期的重心，老师通过项目模块化完成网店基础操作实训的教学，每位学生必须通过一个网店来完成学习，以达到对店铺基本认识的目的。同时，辅修电子商务创新创业课程，主要聘请校企合作企业老师或成功企业家进行讲座或经验分享，内容包含之职业道德及职业发展规划，以及相关岗位工作内容、性质、企业文化有一个初步认识。

3、第三学期，通过专业核心课，学生完成美工、客服、运营工作岗位进行基础性工作实践，完成岗位认知实践和职业能力与实践。在这个阶段探索五双协同教学模式；第四学期，进行第三学期的岗位职业能力的延续，同时网页设计与制作、跨境基础、新媒体营销的开设，来拓展学生的专业知识。在这一阶段注重书证融通及职业资格考试的考取。

4、第五学期，为了切合电商行业的快速发展，开设程序设计基础等课程，拓展电商专业技能，并进行跟岗实习考核，考核合格方后进行顶岗实习。

5、第六学期，学生顶岗实习，采取分散实习或统一安排两种形式进行顶岗实习。

九、人才培养课程体系建构

（一）课程体系开发理念

按照高等职业教育理念，紧密结合电子商务行业特点，构建符合高职教育规律，适应学生未来发展以职业岗位作业流程为导向的课程体系。

- 1、课程体系结构体现“强技能”“重应用”“德技双修”培养特点。
- 2、照职业岗位需求，构建切合实际的课程体系。

（二）课程体系开发思路

1、按照“以能力为本位，以职业实践为主线，以项目课程为主体的模块化专业课程体系”的总体设计要求。以培养高素质技能型人才为目标，跟踪电子商务领域的发展，反映电子商务的实践及电子商务教学改革的最新成果；

2、进行项目化教学改革、教学做一体化教学改革，利用翻转课堂、混合式教学进行信息化教学；

3、聘请行业企业精英协同构建了“理论+实操”、“项目+导师”的教学组织形式；

4、以就业为导向，强调基本知识和实用技能，以任务驱动、项目教学、分层指导、综合评价的方式组织和开展教学，以提升学生素养，满足就业需要。

（三）工作任务与能力分析

| 行动领域 | 工作任务 | 职业能力 |
|------|---------|---------------------|
| 营销推广 | 营销推广 | 营销推广能力 新媒体营销能力 |
| | 新媒体营销 | |
| 运营管理 | 电商运营 | 网店运营能力 |
| | 数据化运营 | |
| 客户管理 | 信息收集 | 客户服务与管理能力 信息收集能力 |
| | 客户管理 | |
| | 客户维系与管理 | |
| 视觉设计 | 商品信息采编 | 视觉设计能力 文案策划能力 |
| | 店铺装修 | |

（四）职业行动领域分析

| 行动领域 | 行动领域描述 |
|------|---|
| 营销推广 | 制定营销战略规划业务； 进行消费者购买心理与行为分析； 市场细分、目标市场选择及目标市场战略制定； 能够灵活运用市场营销组合策略进行产品与品牌的传播推广。 |
| 运营管理 | 根据企业战略定位及品牌定位，协助企业做好店铺整体运营； 完成店铺装修、页面调整、产品调整及选款、价格调整等工作； 完成店铺营销活动计划，并评估跟踪活动效果； 完成营销数据、交易数据、商品管理的数据监控； 对主要竞争对手进行产品及市场分析。 |
| 客户服务 | 负责在线解答客户的咨询并进行合理引导，促成销售订单的完成； 负责确认客户资料及订购信息，及时准确回答客户提出的问题； 对公司客户群进行维护与管理，并对客户进行分类，进行客户关系管理； 处理纠纷、退换货、评价处理和客户答疑等； |

| 行动领域 | 行动领域描述 |
|------|--|
| 视觉设计 | 店铺装修：负责网店页面整体规划设计； 产品处理：对上架商品的图片进行抠图、拼接、颜色调整、背景处理、产品描述美化等； 品牌推广：根据每月制定的促销计划、活动策划等； |

(五) 学习领域转换

| 典型工作任务 | 行动领域 | 学习领域 |
|---------|------|-------------|
| 营销推广 | 营销推广 | 网络营销 |
| 网络营销 | | 移动商务 |
| 网店运营 | 运营管理 | 新媒体营销 |
| 数据分析 | | 网店运营 |
| 信息收集 | 客户管理 | 电子商务数据分析与应用 |
| 客户管理 | | 客户服务与管理 |
| 客户维系与管理 | | 消费者行为分析 |
| 商品信息采编 | 视觉设计 | 商务沟通 |
| 店铺装修 | | 市场调研与分析 |
| | | 电子商务基础与应用 |
| | | 商品信息采编 |
| | | 图形图像处理 |
| | | 视频采编 |

(六) 课程体系建构

1、基本素质课程：包括《安全教育》、《军事理论》、《军事技能训练》、《思想道德修养与法律基础》、《体育与健康》、《营养与健康》、《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》、《管理沟通》、《贵州省情》、《公共英语》、《毕业教育》、《计算机应用基础》、《史说农耕》等 33 门课程构成，总学时 920 学时，计 49 学分。

2、公共素质平台课程：包括《大学生心理健康教育》、《创新创业教育》《大学生职业职业生涯与就业指导》、《入学教育》等课程；专业共享课程：包括《生态养殖》、《农产品营销》、《农产品质量安全》、《农业物联网应用》、《网店运营》等课程。共计 9 门课程，总学时 378 学时，21 学分。

3、专业基础课程：包括《电子商务基础》、《市场营销》、《市场调研与分析》、《消费者行为分析》、《软文写作》、《图形图像处理》、《网店基础操作实训》7 门课程构成，理论 196 学时，实践 256 学时，共 452 学时，计 26 学分。

4、专业核心课程：包括《商品信息采编》、《网络营销》、《客户服务与管理》、《电子商务数据分析与应用》、《小程序设计基础》、《网页设计与制作》6门课程及顶岗实习构成，理论164学时，实践844学时，共1008学时，计48学分。

5、专业拓展课程：包括《短视频营销》、《电商品牌管理》、《商务沟通》、《电商直播》、《视频采编》、《跨境电子商务》、《微信公众号营销》、《电子商务物流管理》等13门课程构成，共450学时，计25学分。

（七）专业核心课程描述

1、核心课程一：商品信息采编

| | | | | | | | |
|---------|---|-----|----|------|------|----------|----|
| 课程名称 | 商品信息采编 | | | | 课程编码 | 04431301 | |
| 实施学期 | 3 | 总学时 | 72 | 理论学时 | 12 | 实践学时 | 60 |
| 课程类型 | 纯理论课（）、（理论+实践）课（）、纯实践课（） | | | | | | |
| 先修课程 | 《电子商务基础》 《网店基础操作实训》 《市场营销》 | | | | | | |
| 教学目标 | 通过本课程的学习，要求学生掌握网店装修的基本概念，学会使用常用的PhotoShop来实现各种功能和表现，解决在网店美工中装修网店时遇到的各种专修效果问题，能够设计装修出常见的各种店铺风格的店铺首页以商品详情页，具备表达恰当、美观大气并能够体现商品的网店装修和美化的能力。同时通过本课程的学习，培养学生成为技能全面，实战能力超强的“能手”型人才。 | | | | | | |
| 教学内容 | 通过课程学习，学生在专业能力方面达到下面的要求： (1)了解网店视觉营销综述、视觉设计元素、视觉色彩、视觉设计中字体的应用、视觉构图。 (2)了解用户体验、视觉定位、店铺结构、商品陈列。 (3)掌握文案完美视觉化技巧。 (4)了解商品主图、直通车推广图片设计、钻石广告设计。 (5)了解首页、内页。 (6)掌握视觉营销数据化。 | | | | | | |
| 教学重点与难点 | 重点：网店视觉营销综述、网店布局、文案完美视觉化 难点：流量引导、提升转化率设计、视觉营销数据化 | | | | | | |
| 教学模式 | 采取多媒体教学方式，用课件讲授和对实际软件的操作相结合，配以上机实验，并结合具体的设计课题，在教学过程中，及时解决设计中遇到的实际问题，以设计带动教学 | | | | | | |
| 教学组织 | 课程组合作教学，专任教师负责理论教学和负责综合实训教学 | | | | | | |
| 教学手段和方法 | 课堂讲授+学生实践+学生讨论+课堂总结 | | | | | | |

| | |
|------|--|
| 教学资料 | 教材、教参、多媒体课件、上机操作 |
| 教学考核 | 采用形成性考核方式，总成绩=平时学习表现（20%）+技能实训操作（40%）+期末考核测验（40%）。 |

2、核心课程二：网络营销

| | | | | | | | |
|---------|---|-----|----|------|----------|------|----|
| 课程名称 | 网络营销 | | | 课程编码 | 04431302 | | |
| 实施学期 | 3 | 总学时 | 72 | 理论学时 | 36 | 实践学时 | 36 |
| 课程类型 | 纯理论课（）、（理论+实践）课（B）、纯实践课（） | | | | | | |
| 先修课程 | 《电子商务基础》 《网店基础操作实训》 《市场营销》 | | | | | | |
| 教学目标 | 通过本课程的学习，使学生了解网络营销相关岗位及岗位工作任务，建立基本的网络岗位职业规划；了解和掌握网络营销的基本理论和核心内容，使学生对网络营销的理论体系有一个系统的了解，对在网络市场中开展营销活动的原理和特点、环境与方法、工具和手段、目标与实施控制等相关内容，得到全面的领会和感性认识，并掌握开展网络营销的操作思路和相应的运作技巧。 | | | | | | |
| 教学内容 | <p>本课程是经济管理类专业的必修课程。通过本课程的教学，应使学生比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论、基本知识和基本方法，认识在发展社会主义市场经济的进程中加强企业营销管理的重要性。</p> <p>1、了解分析网络营销环境、研究市场购买行为、制定网络市场营销组合策略、组织和控制市场营销活动的基本程序和方法；</p> <p>2、培养和提高正确分析和解决网络营销管理问题的能力，以使能够较好地适应网络管理工作实践的需要。</p> | | | | | | |
| 教学重点与难点 | <p>重点：1、营销战略规划业务；2、消费者购买心理与行为分析；3、SEO 优化；4、4P 策略</p> <p>难点：1、购买者行为分析</p> <p>市场细分、目标市场选择及目标市场战略制定</p> <p>3、能够灵活运用市场营销组合策略进行产品与品牌的传播推广。</p> | | | | | | |
| 教学模式 | 行动导向、任务驱动、过程训练 | | | | | | |
| 教学组织 | 课程组合作教学，专任教师负责理论教学和综合实训教学 | | | | | | |
| 教学手段和方法 | 课堂讲授+学生实践+学生讨论+课堂总结 | | | | | | |
| 教学资料 | 教材、课件、视频、网站 | | | | | | |
| 教学考核 | 采用形成性考核方式，总成绩=平时学习表现（20%）+技能实训操作（40%）+期末考核测验（40%）。 | | | | | | |

3、核心课程三：客户服务与管理

| | | | | | | | |
|---------|---|-----|----|------|------|----------|----|
| 课程名称 | 客户服务与管理 | | | | 课程编码 | 04431303 | |
| 实施学期 | 3 | 总学时 | 72 | 理论学时 | 36 | 实践学时 | 36 |
| 课程类型 | 纯理论课（）、（理论+实践）课（）、纯实践课（） | | | | | | |
| 先修课程 | 《电子商务基础》 《网店基础操作实训》 《市场营销》 | | | | | | |
| 教学目标 | 通过本课程的学习，要求学生掌握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，能够拓展客户渠道。 | | | | | | |
| 教学内容 | <p>通过课程学习，学生在专业能力方面达到下面的要求：</p> <p>(1)掌握客户服务的基本技巧和客户关系管理的基本方法。</p> <p>(2)客户咨询、异议、客户投诉应对。</p> <p>(3)进行客户满意度管理和客户忠诚度管理。</p> <p>(4)进行客户的个性化服务。</p> <p>(5)能够拓展客户渠道。</p> | | | | | | |
| 教学重点与难点 | <p>重点：要求学生掌握客户服务的基本技巧和客户关系管理的基本方法；</p> <p>难点：客户满意度管理和客户忠诚度管理，拓展客户渠道。</p> | | | | | | |
| 教学模式 | 采取多媒体教学方式 | | | | | | |
| 教学组织 | 课程组合作教学 | | | | | | |
| 教学手段和方法 | 课堂讲授+学生讨论+课堂总结 | | | | | | |
| 教学资料 | 教材、教参、多媒体课件 | | | | | | |
| 教学考核 | 采用形成性考核方式，总成绩=平时学习表现(20%)+平时作业(40%)+期末考核测验(40%)。 | | | | | | |

4、核心课程四：网店运营

| | | | | | | | |
|---------|--|----|--|------|------|----------|----|
| 课程名称 | 网店运营 | | | | 课程编码 | 04431304 | |
| 实施学期 | 3 | 72 | | 理论学时 | 22 | 实践学时 | 50 |
| 课程类型 | 纯理论课（）、（理论+实践）课（）、纯实践课（） | | | | | | |
| 先修课程 | 《电子商务基础》 《网店基础操作实训》 《市场营销》 | | | | | | |
| 教学目标 | 《网店运营》采用项目实战的教学方法，使学生了解流量、成交转化率和客单价等店铺数据的基础上，学会在分析跳失率、问题宝贝，运用文案的策划，把宝贝卖点提炼、主图文案、详情页文案、品牌故事策划出来进行优化，提升客户粘性和基础销量方法，从点滴开始，以数据为依据，以文案为优化方法，提升自己的营销能力，提高营销效果。本课程具有一定的综合性和实践性，是电商人才的一门综合技能训练课。 | | | | | | |
| 教学内容 | 通过课程学习，学生在专业能力方面达到下面的要求：(1)了解流量来源，优化精准流量；(2)了解店铺指标对成交转化率的影响、淘宝店铺转化率优化、店铺页面装修因素、问题宝贝的转化率、自然流量转化率和付费流量转化率；(3)了解客单价、日均客单价和购买频次；(4)了解淘宝网流量入口，淘宝站内免费流量提升技巧，淘宝站外免费流量提升技巧。 | | | | | | |
| 教学重点与难点 | 重点：淘宝店铺转化率优化，自然流量转化率优化、自然流量提升技巧、详情页优化。 难点：(1)了解流量来源，优化精准流量； (2)了解店铺指标对成交转化率的影响、淘宝店铺转化率优化、店铺页面装修因素、问题宝贝的转化率、自然流量转化率和付费流量转化率； (3)了解客单价、日均客单价和购买频次； (4)了解淘宝网流量入口，淘宝站内免费流量提升技巧，淘宝站外免费流量提升技巧。 | | | | | | |
| 教学模式 | 本课程设计以一个实际店铺的操作作为切入点，学生能够根据电子商务网店所运营的类型，提炼出宝贝的卖点，策划出主图的文案、详情页的文案和品牌故事策划的能力，能进一步的使得“你所卖的宝贝会说话的能力”，从而从数据上来优化问题宝贝，提高宝贝的停留时间、增加客户粘性，从而达到营销的目的。 | | | | | | |
| 教学组织 | 课程组合作教学，专任教师负责理论教学和综合实训教学 | | | | | | |
| 教学手段和方法 | 课堂讲授+学生实践+学生讨论+课堂总结 | | | | | | |
| 教学资料 | 教材、教参、多媒体课件、上机操作等。 | | | | | | |
| 教学考核 | 采用形成性考核方式，总成绩=平时学习表现（20%）+技能实训操作（40%）+期末考核测验（40%）。 | | | | | | |

5、核心课程五：电子商务数据分析与应用

| | | | | | | | |
|---------|--|-----|----|------|------|----------|----|
| 课程名称 | 电子商务数据分析与应用 | | | | 课程编码 | 04431305 | |
| 实施学期 | 3 | 总学时 | 36 | 理论学时 | 16 | 实践学时 | 20 |
| 课程类型 | 纯理论课（）、（理论+实践）课（）、纯实践课（） | | | | | | |
| 先修课程 | 《电子商务基础》 《网店基础操作实训》 《市场营销》 | | | | | | |
| 教学目标 | 本门课程是培养学生具备互联网环境下的数据分析与应用能力，通过该课程的学习，学生能掌握商务运营数据分析的基本方法与流程，达到基于网店运营岗位职业能力中店铺数据分析技巧方面的要求，同时对电子商务网站的数据分析也有一定的认识与了解，也为今后学生能够从事该类型电子商务网站的数据分析奠定基础。 | | | | | | |
| 教学内容 | 学生能够根据电子商务网店实际运营数据采用正确的数据分析方法，利用生意参谋、店侦探得到的数据，用 excel 数据分析软件，学生应能够对市场行情、数据进行有效分析；深入分析网店各项数据，对店铺的主要运营状况和存在问题进行分析，通过数据展示，得出数据分析报告。 | | | | | | |
| 教学重点与难点 | 重点：电子商务数据分析的常用方法、指标和步骤。 难点：根据案例进行具体的数据分析、数据商业报告的制作。 | | | | | | |
| 教学模式 | 本门课程所有的关键点都来自于数据的分析、对比。用大量的数据来帮助运营者的决策，实现营销推广的目的。 | | | | | | |
| 教学组织 | 课程组合作教学，专任教师负责理论教学和综合实训教学 | | | | | | |
| 教学手段和方法 | 课堂讲授+学生实践+学生讨论+课堂总结 | | | | | | |
| 教学资料 | 教材、教参、多媒体课件、上机操作等。 | | | | | | |
| 教学考核 | 采用形成性考核方式，总成绩=平时学习表现（20%）+技能实训操作（40%）+期末考核测验（40%）。 | | | | | | |

6、核心课程七：网页设计与制作

| | | | | | | | |
|---------|--|-----|----|------|------|----------|----|
| 课程名称 | 网页设计与制作 | | | | 课程编码 | 04431307 | |
| 实施学期 | 4 | 总学时 | 72 | 理论学时 | 36 | 实践学时 | 36 |
| 课程类型 | 纯理论课（）、（理论+实践）课（）、纯实践课（） | | | | | | |
| 先修课程 | 《电子商务基础》 《网店基础操作实训》 《市场营销》 | | | | | | |
| 教学目标 | 通过该课程的学习，学生能掌握运用 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。 | | | | | | |
| 教学内容 | 通过课程学习，学生在专业能力方面达到下面的要求： (1) 运用 HTML、CSS 等网页制作相关知识 (2) 进行页面布局美化，进行网店的装修 (3) 应用文本、图像、多媒体等网页元素的方法 | | | | | | |
| 教学重点与难点 | 重点：掌握运用 HTML、CSS 等网页制作相关知识。 难点：运用各类动态效果及样式，丰富美化网页 | | | | | | |
| 教学模式 | 采取多媒体教学方式，用课件讲授和对实际软件的操作相结合，配以上机实验，并结合具体的设计课题，在教学过程中，及时解决实训中遇到的实际问题。 | | | | | | |
| 教学组织 | 课程组合作教学，专任教师负责理论教学和综合实训教学 | | | | | | |
| 教学手段和方法 | 课堂讲授+学生实践+学生讨论+课堂总结 | | | | | | |
| 教学资料 | 教材、教参、多媒体课件、上机操作等。 | | | | | | |
| 教学考核 | 采用形成性考核方式，总成绩=平时学习表现（20%）+技能实训操作（40%）+期末考核测验（40%）。 | | | | | | |

十、人才培养教学计划表

表 1 电子商务专业教学安排表

| 专业：电子商务 | | | | | | 学分 | 考试/考查 | 学时数 | | | 按学年及学期分配 | | | | | | 备注 |
|---------|----|-----------|------|----------------------|------|-----|-------|-----|------|------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------|
| 课程结构 | 序号 | 课程编码 | 课程性质 | 课程名称 | 课程类型 | | | 总学时 | 理论学时 | 实践学时 | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | |
| | | | | | | | | | | | 第一学期 (16周) | 第二学期 (18周) | 第三学期 (18周) | 第四学期 (18周) | 第五学期 (18周) | 第六学期 (18周) | |
| 基本素质课程 | 1 | 010001101 | 必修 | 毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论 | B | 4 | 考试 | 72 | 36 | 36 | | 72 | | | | | 线下授课 |
| | 2 | 010001102 | 必修 | 思想道德修养与法律基础 | B | 3 | 考试 | 54 | 34 | 20 | 54 | | | | | | 线下授课 |
| | 3 | 08001201 | 必修 | 公共英语(1) | B | 2 | 考试 | 28 | 24 | 4 | 28 | | | | | | 线下授课 |
| | 4 | 08001203 | 必修 | 公共英语(2) | B | 2 | 考查 | 36 | 32 | 4 | | 36 | | | | | 线下授课 |
| | 5 | 011001101 | 必修 | 体育与健康 I | B | 2 | 考试 | 28 | 4 | 24 | 28 | | | | | | 线下授课 |
| | 6 | 011001102 | 必修 | 体育与健康 II | B | 2 | 考查 | 36 | 4 | 32 | | 36 | | | | | 线下授课 |
| | 7 | 11001105 | 必修 | 体育与健康 III | B | 2 | 考查 | 36 | 4 | 32 | | | 36 | | | | 线下授课 |
| | 8 | 11001106 | 必修 | 体育与健康 IV | B | 2 | 考查 | 36 | 4 | 32 | | | | 36 | | | 线下授课 |
| | 9 | 09001106 | 必修 | 军事技能训练 | C | 2 | 考试 | 112 | 0 | 112 | 112 | | | | | | 线下授课 |
| | 10 | 09001123 | 必修 | 军事理论 | A | 2 | 考试 | 36 | 36 | 0 | 36 | | | | | | 线上+线下 |
| | 11 | 09001130 | 必修 | 形势与政策 I | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | 18 | | | | | | 线下授课 |
| | 12 | 09001131 | 必修 | 形势与政策 II | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | 18 | | | | | 线下授课 |
| | 13 | 09001132 | 必修 | 形势与政策 III | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | | 18 | | | | 线下授课 |
| | 14 | 09001133 | 必修 | 形势与政策 IV | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | | | 18 | | | 线下授课 |
| | 15 | 09001134 | 必修 | 大学语文 I | B | 2 | 考查 | 28 | 22 | 6 | 28 | | | | | | 线下授课 |
| | 16 | 09001119 | 必修 | 计算机应用基础 | B | 3 | 考查 | 54 | 26 | 28 | 54 | | | | | | 线下授课 |
| | 17 | 09001112 | 必修 | 贵州省情 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | 18 | | | | | 线下授课 |
| | 18 | 09001122 | 必修 | 安全教育 I | A | 0.5 | 考查 | 4 | 4 | 0 | 4 | | | | | | 线上授课 |

| 专业：电子商务 | | | | | | 学分 | 考试/考查 | 学时数 | | | 按学年及学期分配 | | | | | | 备注 |
|----------------------|----|-----------|------|----------------|------|-----------|-------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|--------------------------------|
| 课程结构 | 序号 | 课程编码 | 课程性质 | 课程名称 | 课程类型 | | | 总学时 | 理论学时 | 实践学时 | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | |
| | | | | | | | | | | | 第一学期(16周) | 第二学期(18周) | 第三学期(18周) | 第四学期(18周) | 第五学期(18周) | 第六学期(18周) | |
| | 19 | 09001121 | 必修 | 安全教育II | A | 0.5 | 考查 | 4 | 4 | 0 | | 4 | | | | | 线上授课 |
| | 20 | 09001105 | 必修 | 毕业教育 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | | | | 18 | | 线下授课 |
| | 21 | 09001125 | 必修 | 劳动教育 | A | 1 | 考查 | 16 | 16 | 0 | 4 | 4 | 4 | 4 | | | 讲座 |
| | 22 | 09001126 | 必修 | 生态文明教育 | A | 1 | 考查 | 16 | 16 | 0 | | | 16 | | | | 9-17周 |
| | 23 | 05511420 | 必修 | 史说农耕 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | 18 | | | | | 线下授课 |
| | 24 | 010001104 | 选修 | 学习方法 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | 18 | | | | | 公共选修， 线上授课， 至少选修 8个学分 |
| | 25 | 09001115 | 选修 | 创新思维 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | 18 | | | | | | |
| | 26 | 09001116 | 选修 | 管理沟通 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | 18 | | | | | | |
| | 27 | 09002000 | 选修 | 中国优秀传统文化类 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | 18 | | | | | |
| | 28 | 09002001 | 选修 | 马克思主义理论类 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | 18 | | | | | |
| | 29 | 09002002 | 选修 | 党史国史类 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | | 18 | | | | |
| | 30 | 09002003 | 选修 | 语言大类 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | | 18 | | | | |
| | 31 | 09002004 | 选修 | 职业素养类 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | | | 18 | | | |
| | 32 | 09002005 | 选修 | 数学类 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | | | 18 | | | |
| | 33 | 09002006 | 选修 | 美育课程类 | A | 2 | 考查 | 36 | 36 | 0 | | | | 36 | | | |
| | 小计 | | | | | 49 | | 920 | 590 | 330 | 402 | 260 | 110 | 130 | 0 | 18 | |
| 公共 素质 平台 课程 | 1 | 09001118 | 必修 | 大学生心理健康教育 | A | 2 | 考查 | 36 | 36 | 0 | | 36 | | | | | 线下授课 |
| | 2 | 09001120 | 必修 | 创新创业教育 | B | 2 | 考查 | 36 | 18 | 18 | | 36 | | | | | 线下授课 |
| | 3 | 09001111 | 必修 | 大学生职业生涯规划与就业指导 | A | 2 | 考查 | 36 | 36 | 0 | 36 | | | | | | 线下授课 |
| | 4 | 09001104 | 必修 | 入学教育 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | 18 | | | | | | 线下授课 |
| 专业 | 5 | 05521405 | 必修 | 生态养殖 | B | 2 | 考试 | 36 | 18 | 18 | | | | 36 | | | 线下授课 |

| 专业：电子商务 | | | | | | 学分 | 考试/考查 | 学时数 | | | 按学年及学期分配 | | | | | | 备注 |
|----------------|----|----------|------|-------------|------|----|-----------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|----------|
| 课程结构 | 序号 | 课程编码 | 课程性质 | 课程名称 | 课程类型 | | | 总学时 | 理论学时 | 实践学时 | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | |
| | | | | | | | | | | | 第一学期(16周) | 第二学期(18周) | 第三学期(18周) | 第四学期(18周) | 第五学期(18周) | 第六学期(18周) | |
| 共享平台课程 | 6 | 05511224 | 必修 | 农产品营销 | B | 4 | 考试 | 72 | 36 | 36 | | | | 72 | | | 线下授课 |
| | 7 | 05511225 | 必修 | 农产品质量安全 | B | 2 | 考试 | 36 | 18 | 18 | | | | | 36 | | 线下授课 |
| | 8 | 05521226 | 必修 | 农业物联网应用 | B | 2 | 考试 | 36 | 18 | 18 | | | | | 36 | | 线下授课 |
| | 9 | 05511420 | 必修 | 网店运营 | B | 4 | 考试 | 72 | 22 | 50 | | | 72 | | | | 线下授课 |
| | 小计 | | | | | | 21 | | 378 | 220 | 158 | 54 | 72 | 72 | 108 | 72 | 0 |
| 行业通用课程(专业基础课) | 1 | 04431201 | 必修 | 电子商务基础 | B | 4 | 考试 | 64 | 32 | 32 | 64 | | | | | | 线下授课 |
| | 2 | 04431202 | 必修 | 市场营销 | B | 4 | 考试 | 64 | 16 | 48 | 64 | | | | | | 线下授课 |
| | 3 | 04431203 | 必修 | 市场调研与分析 | B | 4 | 考试 | 72 | 36 | 36 | | 72 | | | | | 线下授课 |
| | 4 | 04431204 | 必修 | 网店基础操作实训 | B | 2 | 考查 | 36 | 18 | 18 | | 36 | | | | | 线下授课 |
| | 5 | 04431205 | 必修 | 消费行为分析 | B | 4 | 考试 | 72 | 36 | 36 | | | | 72 | | | 线下授课 |
| | 6 | 04431206 | 必修 | 软文写作 | B | 4 | 考试 | 72 | 36 | 36 | | 72 | | | | | 线下授课 |
| | 7 | 04431207 | 必修 | 图形图像处理 | B | 4 | 考试 | 72 | 22 | 50 | | 72 | | | | | 线下授课 |
| | 小计 | | | | | | 26 | 0 | 452 | 196 | 256 | 128 | 252 | 0 | 72 | | |
| 岗位能力课程(专业核心课程) | 1 | 04431301 | 必修 | 商品信息采编 | B | 4 | 考试 | 72 | 12 | 60 | | | 72 | | | | 线下授课 |
| | 2 | 04431302 | 必修 | 网络营销 | B | 4 | 考试 | 72 | 36 | 36 | | | 72 | | | | 线下授课 |
| | 3 | 04431303 | 必修 | 客户服务与管理 | B | 4 | 考试 | 72 | 36 | 36 | | | 72 | | | | 线下授课 |
| | 4 | 04431304 | 必修 | 电子商务数据分析与应用 | B | 4 | 考试 | 72 | 22 | 50 | | | | 72 | | | 线下授课 |
| | 5 | 04431305 | 必修 | 小程序设计基础 | B | 4 | 考试 | 72 | 22 | 50 | | | | | 72 | | 线下授课 |
| | 6 | 04431306 | 必修 | 网页设计与制作 | B | 4 | 考试 | 72 | 36 | 36 | | | | 72 | | | 线下授课 |

| 专业：电子商务 | | | | | | 学分 | 考试/考查 | 学时数 | | | 按学年及学期分配 | | | | | | 备注 |
|----------------|----|----------|------|----------|------|---|-------|-------------|-------------|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------|
| 课程结构 | 序号 | 课程编码 | 课程性质 | 课程名称 | 课程类型 | | | 总学时 | 理论学时 | 实践学时 | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | |
| | | | | | | | | | | | 第一学期 (16周) | 第二学期 (18周) | 第三学期 (18周) | 第四学期 (18周) | 第五学期 (18周) | 第六学期 (18周) | |
| | 7 | 04431307 | 必修 | 顶岗实习 | C | 24 | 考查 | 576 | 0 | 576 | | | | | 576 | 课外 | |
| 小计 | | | | | | 48 | | 1008 | 164 | 844 | 0 | 0 | 216 | 144 | 72 | 576 | |
| 能力 拓展 课程 | 1 | 04431401 | 必修 | 短视频营销 | B | 2 | 考查 | 36 | 12 | 24 | | | | 36 | | 线下授课 | |
| | 2 | 04431402 | 必修 | 电商品牌管理 | B | 2 | 考查 | 36 | 12 | 24 | | | | 36 | | 线下授课 | |
| | 3 | 04431403 | 必修 | 电子商务物流管理 | B | 2 | 考查 | 36 | 18 | 18 | | | | 36 | | 线下授课 | |
| | 4 | 04431404 | 必修 | 视频采编 | B | 2 | 考查 | 36 | 12 | 24 | | | 36 | | | 线下授课 | |
| | 5 | 04431405 | 必修 | 新媒体营销 | B | 2 | 考查 | 36 | 12 | 24 | | | 36 | | | 线下授课 | |
| | 6 | 04431406 | 必修 | 电商直播 | B | 2 | 考查 | 36 | 18 | 18 | | | | | 36 | | 线下授课 |
| | 7 | 04431407 | 必修 | 财经应用文写作 | B | 2 | 考查 | 36 | 18 | 18 | | 36 | | | | | 线下授课 |
| | 8 | 04431408 | 必修 | AI 实战教程 | B | 4 | 考试 | 72 | 22 | 50 | | | | | 72 | | 线下授课 |
| | 9 | 04431409 | 选修 | 跨境电子商务 | B | 2 | 考查 | 36 | 18 | 18 | | | | | 36 | | 线下授课 |
| | 10 | 04431410 | 选修 | 商务沟通 | B | 2 | 考查 | 36 | 18 | 18 | | | | | 36 | | 线下授课 |
| | 11 | 04431411 | 选修 | 电商创业类 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | | 18 | | | | 线上授课 |
| | 12 | 04431412 | 选修 | 网络营销类 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | | | 18 | | | 线上授课 |
| | 13 | 04431413 | 选修 | 商务策划类 | A | 1 | 考查 | 18 | 18 | 0 | | | 18 | | | | 线上授课 |
| 小计 | | | | | | 25 | | 450 | 214 | 236 | 0 | 36 | 108 | 126 | 180 | | |
| 学分总计 | | | | | | 160 | | 3046 | 1222 | 1824 | 584 | 584 | 434 | 526 | 324 | 594 | |
| 课时总计 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 课程门数 | | | | | | 共计 69 门，169 学分。其中必修课 54 门，151 学分；选修课 15 门，18 学分（选修 8 门，达 9 学分以上）。 | | | | | | | | | | | |

十一、人才培养学时学分结构统计

| 课程 | 学分 | 总学时 | 理论学时 | 实践学时 | 占总学时比率(%) |
|---------------|-----|------|--------|------|-----------|
| 纯理论课 | 22 | 382 | 382 | 0 | 13.75% |
| (理论+实践)课 | 112 | 1976 | 840 | 1136 | 70.00% |
| 纯实践课 | 26 | 688 | 0 | 688 | 16.25% |
| 合计 | 160 | 3046 | 1222 | 1824 | 100% |
| 理论教学时数：实践教学时数 | | | 1:1.49 | | |

十二、人才培养教学团队

(一) 结构比例

- 1、双师素质教师比例 80%。
- 2、硕士以上学历专任教师比例 50%以上。
- 3、副高及以上职称教师比例 30%以上。
- 4、35 岁以下青年教师比例 80%。

(二) 教师队伍

电子商务专业现有校内专任教师 15 人，教授 3 人、副教授 2 人，博士 1 人，硕士 7 人，专业带头人 1 名，双师素质教师比例达到 80%；聘请校外兼职教师 10 名，专兼职教师比例达 1：0.67。

电子商务专业校内专任教师

| 教师 | 职称 | 年龄 | 学历(学位) | 专业(学术)带头人或骨干教师 | 双师素质教师 |
|-----|-----|----|--------|----------------|--------|
| 全丽 | 副教授 | 33 | 硕士 | 专业带头人 | 是 |
| 田雨鑫 | 讲师 | 30 | 硕士 | 骨干教师 | 是 |
| 赵薇 | 副教授 | 34 | 博士 | 骨干教师 | 是 |
| 杨镜融 | 讲师 | 33 | 硕士 | 骨干教师 | 是 |

| | | | | | |
|-----|-----|----|----|------|---|
| 刘宁 | 实验师 | 34 | 本科 | 骨干教师 | 是 |
| 杨新琴 | 助教 | 30 | 本科 | 骨干教师 | 是 |
| 唐健 | 助教 | 26 | 本科 | 骨干教师 | 否 |
| 魏宏钰 | 助教 | 27 | 硕士 | 骨干教师 | 是 |
| 张景春 | 教授 | 54 | 本科 | 否 | 是 |
| 谭子安 | 教授 | 56 | 本科 | 否 | 是 |
| 王锋 | 教授 | 52 | 本科 | 否 | 是 |
| 刘文荟 | 助教 | 26 | 硕士 | 否 | 否 |
| 谭琳曦 | 讲师 | 28 | 硕士 | 否 | 是 |
| 严士杰 | 助教 | 26 | 硕士 | 否 | 否 |
| 王思涵 | 助教 | 32 | 本科 | 否 | 是 |

十三、人才培养实训条件

(一) 校内实训环境

实训设备和实训场地应满足电子商务专业实训教学基本要求。目前可利用的校内实训室有电子商务沙盘运营模拟实训室、电商客户服务模拟实训室、电商店铺装修模拟实训室、计算机实训室。

| 序号 | 实验实训室名称 | 面积 (m ²) | 工位数 (个) | 主要设备 | 备注 |
|----|---------------|----------------------|---------|--------------------|----|
| 1 | 电子商务沙盘运营模拟实训室 | 100 | 50 | 电脑、ITMC 电子商务运营模块软件 | |
| 2 | 电商客户服务模拟实训室 | 100 | 50 | 电脑、ITMC 电子商务客服模块软件 | |
| 3 | 电商店铺装修模拟实训室 | 100 | 50 | 电脑、ITMC 电子商务装修模块软件 | |
| 4 | 计算机实训室 1 | 100 | 55 | 电脑及相应软硬件 | |
| 5 | 计算机实训室 2 | 80 | 50 | 电脑及相应软硬件 | |

(二) 校外实训环境

电子商务专业与区域内行业企业深度合作，现有万山区电商生态城亿创电子商务公

司教学实训基地、贵州铜仁念乡人电子商务有限公司，铜仁华联玛客电子商务有限公司，贵州桃李春风食品饮料股份有限公司等 6 个稳定的教学实训基地，能满足学生校外综合实训和教学实习，并提供相应的学习指导和技术培训。

| 序号 | 实训基地名称 | 合作时间 | 合作项目 |
|----|-----------------|------|-----------------|
| 1 | 铜仁市现代商贸物流有限公司 | 2013 | 学生见习、现场参观 |
| 2 | 大兴工业园区中国特色·铜仁馆 | 2014 | 课程合作、顶岗实习 |
| 3 | 西拓集团 | 2014 | 课程合作、顶岗实习 |
| 4 | 万山区电商生态城 | 2016 | 教学实训基地、师资互聘校企合作 |
| 5 | 贵州铜仁念乡人电子商务有限公司 | 2018 | 校企合作、学生培训、实习基地 |
| 6 | 铜仁华联玛客电子商务有限公司 | 2019 | 校企合作、学生培训、实习基地 |

十四、人才培养教学资源

（一）专业资源

| 序号 | 项目 |
|----|--|
| 1 | 企业：万山亿创电子商务公司、大兴工业园区中国特色·铜仁馆，铜仁市现代商贸物流有限公司等 11 个合作企业 |
| 2 | 图书馆：贵州数字图书馆、学校图书馆（电子商务专业图书和期刊 10 万册） |
| 3 | 网站：中国电子商务网、铜仁市农业信息网、专业精品课程信息网等 |
| 4 | 协会：中国电子商务协会、铜仁市电子商务协会等 |
| 5 | 多媒体教室：10 间 |
| 6 | 校内实训基地：电子商务模拟沙盘实训室、计算机实训室 |

（三）课程资源

| 序号 | 课程名称 | 网址 |
|----|-----------|---|
| 1 | 网络营销 | https://www.icourse163.org/ |
| 2 | Photoshop | https://www.icourse163.org/ |

利用学习通平台、中国大学慕课网、精品课程网等网络平台资源。

十五、人才培养制度保障

为了确保电子商务专业人才培养方案的顺利实施：（1）学校和二级学院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）学校和二级学院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。

在学院教学管理制度的基础上，由电子商务专业建设管理委员会，结合电子商务具体情况制定本专业制定了《专业教师联系企业制度》、《专业兼职教师管理办法》、《专业课程负责人制度》、《专业教师企业挂职实施办法》等多项管理制度，能有效的保障人才培养方案实施。

十六、人才培养制定依据

本方案制定的依据是人才培养需求调研和国家的相关政策文件，其中人才培养需求调研是本方案制定的逻辑起点，国家的相关政策文件是本方案制定的政策依据。

（一）人才培养需求调研

- 1、电子商务行业企业调研，侧重了解毕业生就业主要去向和人才培养规模。
- 2、电子商务职业岗位调研，侧重分析电子商务创业、就业典型工作任务，围绕职业岗位所需的知识、能力和素质，确定专业人才培养目标与规格。
- 3、近年来实施毕业生跟踪调查，侧重了解毕业生就业创业状况和学生对本专业人才培养的建议，并据此每年修订完善人才培养方案。

（二）国家的相关政策文件

依据教育部、财政部有关文件要求和精神，确定电子商务专业人才培养层次、规格，以及专业改革方向和发展路径。

- 1、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）；
- 2、《铜仁职业技术学院高职专业人才培养方案制订与实施细则（试行）》（职院发〔2019〕63号）；
- 3、教育部颁布的《高等学校课程思政建设指导纲要》（教高〔2020〕3号）；
- 4、中共中央、国务院下发的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》；
- 5、《省教育厅关于开设好2020年秋季学期各级各类学校“生态文明教育”地方课程的通知》（黔教函〔2020〕235号）；
- 6、贵州省教育厅办公室关于转发《普通高等学校军事课建设标准》的通知。

十七、审定意见

(1) 二级学院意见

| |
|-----------------------------|
| <p>二级学院负责人签章： 年 月 日</p> |
|-----------------------------|

(2) 教学工作部意见

| |
|---------------------------|
| <p>教学工作部签章： 年 月 日</p> |
|---------------------------|

(3) 教学工作指导委员会意见

| |
|-----------------------|
| <p>(盖章) 年 月 日</p> |
|-----------------------|

(4) 院长办公会意见

| |
|-----------------------|
| <p>(盖章) 年 月 日</p> |
|-----------------------|

(5) 党委会意见

| |
|-----------------------|
| <p>(盖章) 年 月 日</p> |
|-----------------------|

附件 1：电子商务专业人才需求调研报告

一、调研目的

1. 了解用人单位对电子商务专业人才的需求状况，包括未来三年内人才需求量，对人才的学历层次要求和能力要求等；
2. 了解用人单位对高职层次电子商务专业人才的需求特征，我校在用人单位中的知名度及用人单位接受我校学生实习的可能性。
3. 通过开展调研，了解行业企业对电子商务专业人才知识、技能、素质要求的变化趋势，明确我校电子商务专业学生的培养定位，以进一步完善修订人才培养方案，为我校电子商务专业的专业课程设置、专业能力与素质结构、学生就业指导等提供必要信息，以及为今后招生计划的制订，新增专业的设置等，提供参考意见和建议，并逐步建立经常性的反馈渠道和评价制度，从而提升我校电子商务专业人才培养的质量。

二、调研对象

1. 贵州省及周边地区的电子商务行业企业
2. 省内同类高职院校
3. 电子商务专业毕业生
4. 电子商务专业在校生

三、调研时间

2020 年 7 月 11 日--2020 年 8 月 30 日

四、调研方法

访谈法、专家咨询法、问卷调查、网络调查、实地考察等方法。

五、调研过程

1. 2020 年 7 月 12 日--8 月 5 日，开展当行业、企业进行调研。
2. 2020 年 7 月 20 日--8 月 15 日，对电子商务专业毕业生进行调研。
3. 2020 年 7 月 20 日--8 月 5 日，对区域内同类院校进行调研。
4. 2020 年 8 月 20 日--8 月 30 日，对电子商务专业的在校生进行调研。

六、调研分析

1. 调研企业的基本情况

表 1 调研企业的基本情况

| 企业情况 | 数据占比 | | | |
|--------------|------------------|---------------------|----------------|-----------------|
| | 企业规模 | 小于 20 人 | 20-99 人 | 100-299 人 |
| | 3 | 4 | 7 | 1 |
| 行业领域 | 电子商务行业 | 零售行业 | 物流行业 | 其他 |
| | 87% | 6.6% | | 6.6% |
| 开展电子商务的方式 | 自建小程序 | 第三方平台 | 全网营销 | |
| | 27% | 100% | 100% | |
| 日常招聘状态 | 人员不稳定,流失率高,招聘难度大 | 业务规模扩大,人才需求强烈,招聘压力大 | 招聘常态化、每月都有招聘需求 | 人员较稳定,能满足企业运营需求 |
| | 7% | 32% | 26% | 35% |
| 在职电商员工平均工作年限 | 3 个月以下 | 3-6 个月 | 6-12 个月 | 12 个月以上 |
| | 8% | 19% | 41% | 32% |
| 电商岗位员工学历要求 | 中专学历 | 大专学历 | 本科及以上学历 | 学历不重要,关键看能力 |
| | 9% | 46% | 3% | 42% |

从上表中,我们可以看出,绝大多数企业对于电商岗位应聘人员的工作经验要求较高,对于学历的要求相对较低,且第三方平台运营和全网营销方向的人才需求相对较大。

2. 通过调研,电商公司侧重办公软件的熟练运用、PS 图形图像处理软件的熟练运用、短视频拍摄及短视频编辑软件的熟练运用、直播技术的熟练运用、各种新媒体平台的熟练运用及小程序开发平台的熟练运用。

3. 调研电子商务企业职业岗位

电子商务企业岗位类型主要包括美工、运营、营销、客服、新媒体等岗位,主要调研了各岗位的主要工作任务如下表。

表 2 电子商务人员职业能力

| 职业岗位 | 主要工作任务 |
|-------|---|
| 美工岗位 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 店铺装修：负责公司旗下官网、淘宝商城页面整体规划设计； 2. 产品处理：对上架商品的图片进行抠图、拼接、颜色调整、背景处理、产品描述美化等； 3. 品牌推广：根据每月制定的促销计划、活动策划，设计相关广告 logo、banner、海报等； 4. 负责店铺日常维护、创意设计。 |
| 运营岗位 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 根据企业战略定位及品牌定位，协助企业做好店铺整体运营； 2. 协助完成店铺装修、页面调整、产品调整及选款、价格调整等工作； 3. 协助完成店铺营销活动计划，并评估跟踪活动效果； 4. 完成营销数据、交易数据、商品管理的数据监控； 5. 对主要竞争对手进行产品及市场分析。 |
| 营销推广 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 制定营销战略规划业务； 2. 进行消费者购买心理与行为分析； 3. 市场细分、目标市场选择及目标市场战略制定； 4. 能够灵活运用市场营销组合策略进行产品与品牌的传播推广。 |
| 客服岗位 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 负责在线解答客户的咨询并进行合理引导，促成销售订单的完成； 2. 负责确认客户资料及订购信息，及时准确回答客户提出的问题，在解答过程中要文明用语； 3. 对公司客户群进行维护与管理，并对客户进行分类，进行客户关系管理； 4. 处理纠纷、退换货、评价处理和客户答疑等； 5. 及时有效的做好客户的回访工作。 |
| 新媒体岗位 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 负责账号日常运营及推广，根据项目需要发布各种微信内容，审核以及编辑文本，利用各种络渠道进行推广，吸引粉丝关注； 2. 积极与粉丝做好互动，提高粉丝活跃度及内容的阅读量； 3. 对粉丝的网络行为进行分析与总结，不断改进工作方法，提高工作效率。 |

七、调研结论

1. 企业对电子商务人才的素质要求

本次调研数据显示，几乎所有行业领域的电商企业在未来一年内对电子商务人才的需求比率都会增加，企业对电子商务专业人才的需求是普遍存在的。在访谈过程中，企业建议学校在培养学生学习专业知识的过程中，应加大对学生职业道德的培养、团队精神、抗挫折能力以及吃苦耐劳精神的培养。希望校方与企业一起，多开展校企合作，能带领去企业参观实习，这样不仅可以提高教学效果同时还可以使学生尽早的了解社会、了解自己的职业，将来能够更快地适应工作岗位。这些都是当代大学生最基本的素质要

求。通过调研，电商公司侧重办公软件的熟练运用、PS 图形图像处理软件的熟练运用、短视频拍摄及短视频编辑软件的熟练运用、直播技术的熟练运用、各种新媒体平台的熟练运用及小程序开发平台的熟练运用。最后，通过调研访谈，电商公司侧重对电子商务专业毕业生最重要的素质要求排序为：①职业道德 ②专业知识与专业技能③抗挫折心理素质④工作效率与工作质量⑤ 团队协作 ⑥终身学习能力。

2. 对我校电子商务专业人才培养的启发

本次调研为充分了解电子商务产业结构及人才需求状况，确定本专业面向岗位群，在人才培养规格、课程体系等方面与企业电子商务专业技术技能型人才需求相对接，从而对专业课程体系建设的合理性进行论证。通过对企业走访交流沟通，短视频类、直播类人才需求较大，应加强学生自媒体+直播运营技能的培养，同时也强调课程实践环节的重要性注重理论深度的理解与实践的相结合。培养“跨界”类型的复合型人才是将来电子商务专业教育的发展趋势，一个好的电子商务运营人才必须既精通互联网又要精通营销推广；一个好的电商视觉设计必须既精通设计美学又要精通视觉营销及美工软件。所以，我们还需不断与行业沟通，从而调整与优化专业结构和专业教改，为地域企业培养更多的复合型电子商务人才。

3. 加快课程教学改革，提高人才培养质量

通过实地走访贵州铜仁念乡人电子商务有限公司、贵州桃李春风食品饮料股份有限公司、铜仁市万山区华众电子商务有限公司开展电子商务专业人才培养调研工作。了解到短视频运营、直播运营的重要性，现在传统电商都在转型，所以电商人才培养课程的设置，需进行重新调研与论证。传统电商运营课程须减少课时，抖音短视频、直播等课程须增加课时。须加强学生新媒体运营、短视频运营的实践训练。通过企业实践轮训，了解到目前电商行业、企业对各类人才的需求、就业状况，掌握企业对专业人才知识结构、职业能力、职业素养的要求，有针对性的进行课堂教学，培养出更符合企业需求的应用技能型人才。

电子商务专业教研室

2020 年 8 月 30 日

附件 2：电子商务专业毕业生跟踪调查报告

一、毕业生跟踪调查基本情况

（一）调研目的

为进一步了解社会对人才培养的要求及毕业生的培养质量，了解毕业生对学校教育教学环境、专业课程设置和教育教学内容、教学资源、教学方式、管理模式及学习支持服务等方面的意见和建议，了解用人单位对电子商务专业毕业生的思想品德、专业知识、业务能力和工作业绩等方面的总体评价和要求以及对本专业教学改革的意见和建议，推动、推进教育教学改革。根据毕业生、用人单位的意见和社会对人才的要求，进一步完善本专业人才培养模式和课程设置。

（二）调研对象

铜仁职业技术学院 2014-2017 级电子商务专业学生代表。

铜仁念乡人电子商务有限公司、铜仁市现代商贸物流有限公司、铜仁华联玛克有限公司、铜仁万山华众电子商务有限公司等 6 家本地用人单位；

（三）调研项目

1. 用人单位对毕业生的思想品德和敬业精神的评价；
2. 用人单位对毕业生的工作态度，工作能力，应变能力和创新能力的评价；
3. 毕业生对各专业教学计划与课程设置适应性的评价；
4. 毕业生对电子商务专业教学与管理工作的意见和建议；
5. 用人单位对电子商务教学与管理工作的意见和建议；
6. 用人单位对毕业生的满意度调查

（四）调研时间

2020 年 7 月——2020 年 8 月

（五）调研方法

问卷法

访谈法

电话访问法

（六）调研形式

将电子商务毕业生调查问卷通过电子邮件的方式发给被调查者，被调查者则通过微

信、E-mail 等形式将调查结果反馈；实地走访用人单位。

二、毕业生就业质量调研情况分析

（一）毕业生就业岗位分布情况分析

1. 行政事业单位：学生毕业后，通过社会公开招考进入行政事业单位工作共 2 人，占调查人数的 6.25%。其中 1 人是进入与本专业有关的乡镇电子商务站工作。

2. 电子商务企业：有 3 名学生在毕业后选择在省内和省外的电子商务企业。占调查人数的 9.3%。

3. 营销服务企业：24 名学生毕业后在一般的营销服务型商业企业就业，其中有 13 人从事的岗位与电子商务相关。占调查人数的 74%。

4. 自主创业：1 名毕业生在毕业后先在企业工作后，选择了电商创业。占调查人数的 3%。

5. 继续深造：2 名的学生毕业后选择继续深造，一人选择的是会计专业、一人选择的是工商管理专业。占调查人数的 6.25%。

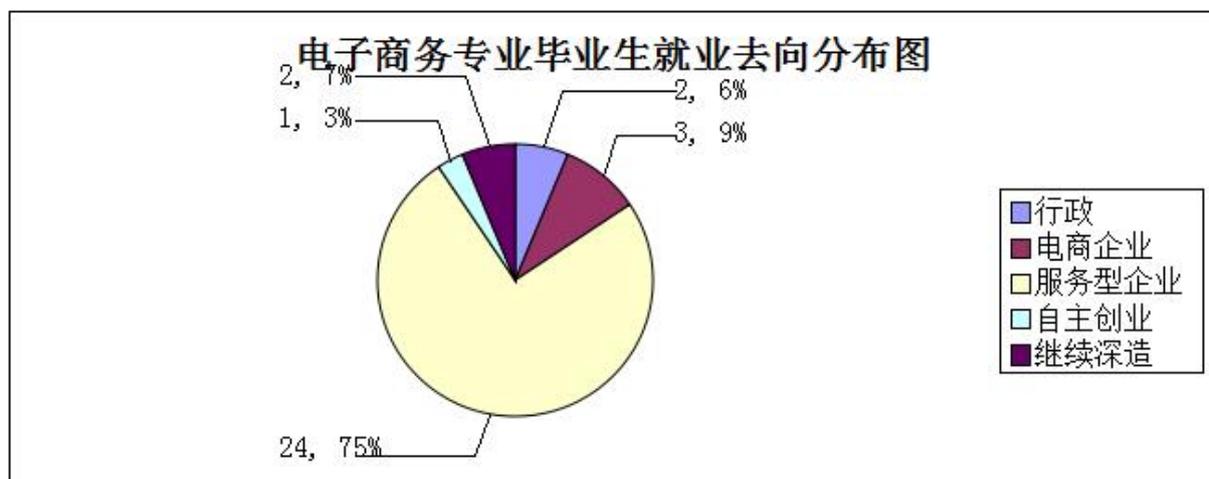


图 1 电子商务专业毕业生就业岗位分布图

由图 1 可见，电子商务专业毕业生主要集中在营销服务和电子商务岗位，其中从事电子商务岗位的占 56.5%。

（二）毕业生就业满意度情况分析

95%的毕业生对目前的工作感到满意（52%的毕业生对目前工作比较满意；33%的基本满意；10%的非常满意）。

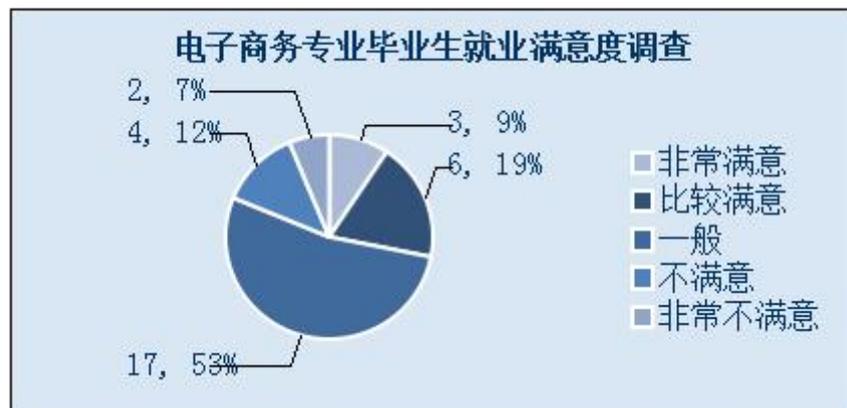


图2 电子商务专业毕业生就业满意度情况

由图2可见，电子商务专业毕业生的就业满意度不太理想，进一步的调查显示，较低的收入水平，是毕业生对目前的工作的满意度较低的重要原因。

（三）毕业生就业薪酬水平对比分析

通过本次调查显示，学生就业后薪酬相差较大，这与工作的岗位有密切的关系，在行政事业单位工作的薪酬在2500-3000元，差距主要受各地区的薪酬水平差异造成；高的月薪可达6000元以上，差距主要由销售业绩造成；自主创业的学生由于人数较少，不存在横向可比性，从纵向比较来看，经营状况好的利润可达上万，差的只能维持企业基本生存，总之，电子商务专业毕业生就业后，由于起点不高，薪酬情况是不是很好的，但毕业生只要不放弃专业，认真从事相关的工作，生活是没有问题的，并且随着经验的积累，薪酬呈上升的趋势。

（四）用人单位对毕业生的评价分析

通过调查，用人单位对电子商务专业毕业生质量是满意的，包括思想文化素质、实际工作能力、团结协作精神、奉献精神、诚信度、科学求实作风和工作适应能力等，对心理素质、专业知识和技能、开拓创新精神表示基本满意。

用人单位真诚地对学院提出了以下改进建议：一是进一步加强学生专业知识和计算机应用能力的训练；二是加强学生综合素质的培养，在合作能力、协调沟通能力和创新能力等方面进一步提高。

（五）毕业生对行业企业的认同感分析

调查结果显示，在从事电子商务工作岗位的18名毕业生中，有14人感觉电子商务行业比较轻松，认同感较高，占调查总人数的43.75%；在从事服务营销岗位的11名毕业生中，有9人认为营销岗位工作压力比较大，占调查总人数的28.13%；2名学生已从事其他行业工作，占调查人数的6.25%。

（六）用人单位对毕业生的满意度

通过对9个用人单位对毕业满意度的调查，1个用人单位非常满意，5个用人单位比较满意，1个用人单位基本满意，2个用人单位不满意。用人单位对毕业生的满意度为77.8%。

三、毕业生对学校及其专业发展的建议

（一）进一步加强专业知识和计算机操作技能的培养

表2.毕业生对电子商务专业教育教学改革所提建议一览表

| 评价项目 | 加强动手能力和专业技能的培养 | 加强处理人际关系的能力、组织协调能力及协作精神的培养 | 加强基础知识的培养，拓宽知识面 | 加强政治素质的培养，加强个人道德和修养 | 加强人生观、敬业精神和工作态度方面的培养 | 加强专业知识的培养 | 加强计算机实际操作能力的培养 | 加强外语能力的培养 |
|--------|----------------|----------------------------|-----------------|---------------------|----------------------|-----------|----------------|-----------|
| 百分比(%) | 16 | 9 | 8 | 11 | 9 | 23 | 21 | 3 |

由表2可见，毕业生对电子商务专业教育教学改革所提建议排在首位的是加强计算机操作能力和专业技能的培养方面。他们反应，在工作岗位中才发现在校期间加强实践锻炼的重要性及开设校内外实习的必要性。因此，毕业生建议，应当更加重视培养学生的动手能力和专业技能。

（二）加大就业指导工作力度、充实就业信息

表3 毕业生对学院就业工作所提建议一览表

| 评价项目 | 对毕业生就业指导工作给予更多的重视 | 加强就业指导部门对毕业生个人的沟通、咨询和指导 | 提高就业指导工作者的专业知识和技能 | 加强对人才市场变化趋势的分析和研究 | 充实就业信息，提高信息的准确性 | 加强高校同用人单位的沟通 | 加强对毕业生的思想工作 | 进一步完善就业政策 | 其他 |
|--------|-------------------|-------------------------|-------------------|-------------------|-----------------|--------------|-------------|-----------|-----|
| 百分比(%) | 22.5 | 11.4 | 8.0 | 10.5 | 19.7 | 18.1 | 4.3 | 4.9 | 0.6 |

由表3可见，毕业生对学校就业工作所提建议排在第一位的便是对毕业生就业指导工作给予更多的重视和充实就业信息，提高信息的准确性。加强高校与用人单位的沟通也是毕业生比较关注的方面。

（三）重视培养学生的综合素质

学校不仅应当教会学生从事实际工作所需要的专业知识和技能，还应当加强毕业生的表达能力、人际交际能力、团队合作能力、组织协调能力及吃苦耐劳精神的培养，提高学生的综合素质，以适应社会发展的需要。同时毕业生还建议，应当让学生多参加社会实践，在社会实践当中培养学生的综合素质，以提高个人道德和修养。

四、对专业人才培养工作的思考及建议

通过本次毕业生质量跟踪调查，使电子商务师生深受启发，对此次调查中所反映的问题，为进一步完善本专业人才培养模式和课程设置，有针对性地进行教育教学工作改革，从而提高办学水平和教学质量，为了毕业生就业，提高电子商务专业教育教学水平，也为了电子商务专业未来的发展前途，应在以下几个方面采取措施，以提高教学质量，加快学校的建设和发展，培养高素质的人才。

（一）抓好学生基本操作技能培养、完善校内实验室综合实训

将电子商务的各项实训内容进行整合梳理，分阶段、分重点、有目的、有针对性地开展电子商务实训课程，如商务信息采集与整理实训课程是电子商务学生首先应掌握的基本应用能力，重在培养学生准确、及时地收集到高质量的信息的能力，是衡量高职院校电子商务专业学生动手能力的标准之一；电子支付及认证实训则是电子商务另一个很重要的环节，学生应该通过实验室中的模拟软件学习如何进行网络支付和网络认证，掌握网络支付的基本流程，学习网络认证体系和认证的方法，再通过现实中的各种平台和手段进一步掌握实践操作的流程和方法。针对这类实训课程都应该制定相应的实训大纲和要求，并结合当前市场需要的技术人才的要求进行定期地更新教学内容引入新的知识技能，使学生学习的知识适应社会需要。

（二）加强校企合作，建立校外实训基地，实现订单式培养模式

要和政府的劳动部（局）等部门、各类企业尤其是本经济区域内有关企业加强合作。要求学生在校期间就能完成就业岗位所需的岗位能力训练。校外实践教学基地不仅成为学生掌握基本专业技能的场所，同时培养并逐步使学生形成运用理论知识解决实际问题的专业技术应用能力。发现、分析和解决问题的能力能力，良好的工作品质和职业道德的个人能力以及与人协作、交往的社会能力，使之具备实践性强和有利于综合职业能力培养的特点。同各类企业的合作，形式是联合办学，具体方式包括：建立学生校外实习

实训基地；筹集办学经费或赞助；签定“校企合作办学协议”；邀请企业共同研究专业方向的定位和课程体系的设置以及职业岗位的分析；有些实训课程可以通过到企业承接实际项目来完成，如中小企业网站建设与推广、网络营销方案的设计等等，使得学生完成实际项目的同时能够完成课程的学习与操作，并能获得一定的收益，提高学生的学习动手积极性。不管采取哪种方式，最重要的学校必须主动走出去，坚持诚信和质量原则，建立一整套的制度措施，保证人才培养质量。

（三）组织学生参加技能竞赛，培养综合能力

部分毕业生反映，大学的生活就是读书，很少接触社会。调查结果表明，无论是用人单位还是毕业生本人，都表示在工作中电子商务专业学生的团队合作精神、开拓创新精神等综合能力有待提高。目前，各种各样的社会技能竞赛越来越多，如全国性的中国电子商务大赛，各种省级的电子商务比赛和一些网站的网络营销策划赛等，都可以鼓励学生参加。这不仅对学校的教学是一个检验，也展示了学生的综合素质。在比赛中学生们通过理论环节的考察、营销环节的实战、策划方案的答辩，在一路的过关斩将中相互合作，促进了他们的协作能力，培养了创新思维，开拓了知识面，增强了分析问题和解决实际问题的能力，在比赛中所获得的一些奖项还能增强学生的就业优势。

（四）鼓励学生自主创业，以实际行支锻炼学生能力

大一学生在进校之初，就应积极进行电子商务宣传教育，以改变传统观念，营造一个有效的氛围，提倡学生在校期间进行创业，与学校教学实训相结合，从心理上引导学生、鼓励学生自己创业，并通过校园网上创业，增强的管理经验，市场运作策划能力、正确面对失败的心态。在创业过程中，培养学生冷静的头脑，扎实的技能。成熟的思想加上的必要的素质和技能，是学生融入社会的基础条件。

附件 3：电子商务专业重点课程课程标准

《网络营销》课程标准

一、课程信息

课程代码：046325

课程名称：网络营销

授课对象：三年制高职学生

课程性质：岗位能力课程

学时学分：72 学时（其中理论 36 学时，实践 36 学时），4 学分

先导课程：《电子商务基础与应用》、《市场营销》、《网络技术与应用》

并行课程：《图形图像制作》、《数据化营销与分析》、《店铺视觉设计》

后续课程：《网页设计与制作》、《电子商务安全与支付》、《商务谈判与推销技巧》、《新媒体营销》、《移动电商》

二、课程目标定位

《网络营销》是高职院校电子商务、营销与策划专业的专业核心课程。通过教学，要求学生具备网络营销策略与网络品牌战略制订、网络营销管理等方面的知识与能力；具有对网络营销环境、网络消费者行为模式客观分析并准确定位网络营销目标市场的能力，具有网络市场调研方案策划与实施的能力，掌握一定的网络促销技巧。

三、课程设计思路

1、本课程的教学应以培养学生专业知识与技能为主，结合实训使学生掌握网络营销的专业理论与实际操作技能；

2、在教学模式上，应做到教师与学生的互动式教学，注意启发学生的思路，注意课堂讲述与参观学习相结合，将丰富生动的实物教学融入课堂；

3、本课程实践性强、覆盖面广，必须前后联系，从总体上让学生把握所学课程的内容和作用，由于网络营销的理念更新的速度快，对于本学科出现的新方法、新思路应及时补充；

4、对分析和实施电子商务应让学生进行专题训练，也可邀请业内人士来校讲座；

5、本课程有条件的情况下应安排课程大型作业或者课程设计；

四、教学内容标准

1、素质标准

- (1) 培养与人沟通、团结协作的团队精神；
- (2) 培养市场竞争的意识；
- (3) 培养创新意识。

2、知识标准

- (1) 了解网络营销的基本概念、功能、特点；
- (2) 了解网络市场调研的基本知识，熟悉网络市场调研的方式、方法、网络问卷设计等；
- (3) 熟悉网络营销产品、服务、渠道、促销等基本知识，熟悉各运作方式与特点；
- (4) 能够熟练使用网络营销工具进行各项营销活动；
- (5) 熟悉网络营销策划方案（计划书）撰写的格式和文字内容要求。

3、能力标准

- (1) 会进行网上调查问卷的设计、发布，能利用多种网络搜索方法收集整理数据；
- (2) 能对本企业产品的网络消费者群体进行细分并确定目标顾客和产品定位；
- (3) 会在网上发布具体的产品信息；
- (4) 能在网上采用合适的定价策略和促销手段；
- (5) 能灵活运用网络营销方法；
- (6) 能撰写网络营销策划方案（计划书）。

五、典型工作任务与学习项目

| 工作领域 | 典型工作任务 | 职业能力 | 学习项目 |
|--------|---|--|---|
| 认识网络营销 | <ul style="list-style-type: none"> ●建立网络营销的理论体系 ●完成网络商务信息的收集和发布工作 ●分析网络营销活动的目标市场 ●掌握网络营销策略的制定依据 | <ul style="list-style-type: none"> ●能认识网络营销的真谛并形成网络营销的观念； ●灵活运用各种网络技术搜集和处理商务信息； ●通过对网络营销的目标市场进行分析，掌握分析的方法和思路； ●能够认识网络营销是传统营销 4P 和新营销 4C 整合的结果。 | <ul style="list-style-type: none"> ◇ 网络营销概述 ◇ 收集与发布商务信息 ◇ 网络营销目标市场分析 ◇ 网络营销组合策略 |
| 体验网络营销 | <ul style="list-style-type: none"> ●能够运用搜索引擎、E-mail、博客等网络营销方式进行营销活动 | <ul style="list-style-type: none"> ●能够运用网络从事营销活动，掌握其中的技巧； ●能够认识常用的网络营销方式并能够熟 | <ul style="list-style-type: none"> ◇ 搜索引擎营销 ◇ 许可 E-mail 营销 ◇ 博客营销 |

| | | | |
|--------|--|---|---|
| | ●能够针对所处的环境合理选择网络营销方式 | 练操作。 | |
| 实施网络营销 | ●能够在网络或者软件平台上发布网络广告 ●能够独立完成网站建设的流程 ●理论联系实际进行网络营销策划,并且注意收集案例分析、讨论、写出报告。 | ●能够进行网络广告策划、制作和发布; ●认识网站建设的重要性并学习网站建设的方法; ●能够通过各种手段进行网站推广; ●具备运用网络营销进行企业商务活动的策划能力。 | ◇ 网络广告 ◇ 企业网站的建设与推广 ◇ 网络营销策划及销售管理 |

六、课程教学内容与要求

| 序号 | 单元 | 主要内容 | | 教学要求 | 学时 |
|----|----------------------------|------|--|---|----|
| 1 | 项目一 网络营销 基础知识 | 理论教学 | 1、网络营销的诞生和发展状况 2、网络营销的地位、特点、种类、职能 3、网络营销流程 | 理解网络营销的概念,掌握网络营销的地位和特点,学会分析网络营销流程图。 | 4 |
| 2 | 项目二 网络营销 目标市场 分析 | 理论教学 | 1、网络营销调研 2、网络消费者 3、网络市场细分 4、网络市场定位 | 掌握网络营销调研的方法,分析网络消费者的行为,合理进行网络市场细分,能准确进行网络市场定位。 | 4 |
| | | 实践项目 | 网络营销目标市场分析 | | 6 |
| 3 | 项目三 网络营销 组合策略 | 理论教学 | 1、网络营销产品与品牌策略 2、网络营销价格策略 3、网络营销促销策略 4、网络客户服务策略 | 了解网络营销组合的内容,体会网络营销组合策略的作用,学会运用网络营销组合策略。 | 4 |
| | | 实践项目 | 网络营销组合策略 | | 6 |
| 4 | 项目四 企业网站 的建设与 推广 | 理论教学 | 1、企业网站的种类、基本功能 2、网站建设基本流程 3、企业网站推广与维护 | 理解网络营销型网站的概念,体会网站对网络营销的作用,学会网络营销型网站的建设、维护和推广。 | 4 |
| | | 实践项目 | 企业网站的建设与推广 | | 6 |
| 5 | 项目五 搜索引擎 营销 | 理论教学 | 1、搜索引擎营销原理 2、搜索引擎营销主要模式、基本方法 3、搜索引擎营销效果分析 | 理解搜索引擎营销的概念,了解搜索引擎营销的发展和模式,掌握搜索引擎营销方法,学会评价搜索引擎的效果。 | 4 |
| | | 实践项目 | 网络营销的方法 | | 4 |
| 6 | 项目六 许可 E-mail 营 销 | 理论教学 | 1、许可 E-mail 营销原理 2、许可 E-mail 营销基本形式和一般过程、写作原则 3、许可 E-mail 营销效果评价 | 理解许可 E-mail 营销的基本原理,熟悉 E-mail 营销的过程,学会 E-mail 营销的写作,了解 E-mail 营销效果评价指标。 | 4 |
| | | 实践项目 | 网络营销的方法 | | 4 |
| 7 | 项目七 博客营销 | 理论教学 | 1、博客的基本概念、创建、推广与管理 2、博客营销的基本概念、特点、价值、写作 | 理解博客、博客营销的内容,体会博客的作用,学会创建个人博客及开展博客营销。 | 4 |
| | | 实践项目 | 网络营销的方法 | | 2 |

| | | | | | |
|---------|--------------------|------|---|--|----|
| 8 | 项目八 网络广告 | 理论教学 | 1、网络广告及种类 2、网络广告策略 3、网络广告的计费方式及效果评价方法 | 理解网络广告的本质及价值，运用网络广告的策略，掌握网络广告的影响因素。 | 4 |
| | | 实践项目 | 网络广告 | | 4 |
| 9 | 项目九 网络营销策划及销售管理 | 理论教学 | 1、网络营销策划 2、网络营销的销售管理 | 理解网络营销策划及销售管理的内容、体会网络营销策划及销售管理的作用，学会如何进行网络营销策划及销售管理。 | 4 |
| | | 实践项目 | 撰写网络营销策划书 | | 4 |
| 学时合计：72 | | | | 理论 | 36 |
| | | | | 实践 | 36 |

七、教学条件

1、校内实训

完善与建设学生校内真实或仿真环境的实训室、案例讨论室等实训实习场所。

2、校外实训

建立多家校外实践教学基地，与相关企业建立合作机制。

3、教学团队

| 序号 | 主讲 | 职称/职位 | 专兼情况 |
|----|-----|----------|------|
| 1 | 田雨鑫 | 讲师 | 专任 |
| 2 | 杨静融 | 副教授 | 专任 |
| 3 | 梅玉 | 副教授 | 专任 |
| 4 | 李天尚 | 亿创实训培训总监 | 校外兼职 |

八、教学方法与考核评价

1、教学方法

采取项目教学法，以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，教学中要注重创新教育环境，采取理论实践一体化教学模式，充分利用计算机、多媒体等教学手段。

2、考核评价

采取阶段评价和目标评价相结合，理论考核和实践考核相结合的综合考试方式。

总成绩（100%）=平时成绩（20%）+技能成绩（40%）+理论成绩（40%）

平时成绩（20%）=作业（10%）+考勤（10%）

技能成绩（40%）=实验操作（10%）+实验报告（10%）+技能考试（20%）

理论成绩（40%）=笔试（填空、单选、多选、简答、案例分析）

九、课程资源

以“任务驱动、项目引领”对课程内容进行整合，完成配套的课程教学大纲、实验实训教学大纲、实验实训指导书等；建立教学资源库，包括课程目标、教学内容、教学课件、实验实习实训、教学指导和学习评价方案等。

十、附件

附件一：专业委员会对课程标准审定意见：

《网络营销》课程标准基本框架设计合理，课程目标定位准确，设计思路清晰，教学内容标准，典型工作任务、学习项目具体，教学内容组织安排合理，教学要求详细，教学条件能满足课程教学需要，教学方法与考核评价合理，课程资源丰富。经电子商务专业委员会审定，同意实施。

专业指导委员会主任签字：

副主任签字：

审定时间：2020年8月

附件二：课程教学合作企业审定意见

单位名称：

负责人签字：

审定时间：

附件 4：电子商务专业重要教学管理制度

附件 4-1 铜仁职业技术学院电子商务专业兼职教师管理办法

根据学院有关文件精神，为了构建稳定的“专兼结合、双师结构”的教学团队，实现专兼职教师优势互补，建设高素质的师资队伍，提升学校内涵发展，进一步深化校企人力资源的互动共享机制，提升行业企业兼职教师的教学能力，使兼职教师工作规范化，切实调动和发挥兼职教师的积极性，不断提高教学质量。电子商务专业根据专业建设和教学需要，特制订本办法。

一、兼职教师任职条件

1. 具有良好的政治思想品质和职业道德，身体健康、仪表端庄。
2. 具有专科以上学历，或具有中级及其以上电子商务专业技术人员。

二、兼职教师要求

1. 兼职教师比例。兼职教师数占专业课与实践指导教师合计数之比不低于 50%，其中高级职称应占 30%以上。
2. 兼职教师原则上授课学时不低于专业课学时的 50%，主要承担专业课程实践部分教学任务。
3. 兼职教师必须参与指导学生教学实习或顶岗实习，每年承担实践教学学时总数不少于 36 学时。
4. 兼职教师每学期必须参加专业教研活动 2 次以上，参与横向课题和教材开发。

三、兼职教师聘用程序

1. 教研室提名。根据专业教学计划及新学期教学任务、教师专业技术结构及教学工作量情况，由教研室于学期结束前确定兼职教师人选。
2. 二级学院领导审查。审查时应根据电子商务专业的教学情况对教研室提名的兼职教师资格及其聘请的必要性进行审查，审查时兼职教师须提供身份证、工作证、专业技术职务任职资格书、任职文件等相关证书（证明）的原件和复印件，同时填写《铜仁职业技术学院兼职教师登记表》，二级学院领导在《登记表》上签字确认。
3. 教务处审核。教务处根据电子商务专业教学计划审核兼职教师聘请的必要性，以

及所聘兼职教师的资格、教学工作量等，最后由教务处长签署审核意见。

4. 院领导审批。教务处审核后，由分管院领导进行审批。

5. 签订工作协议。学院与应聘教师签订《兼职教师教学工作协议》，一式两份，聘期为三年。

6. 所聘兼职教师《任务书》《工作协议》由教务处备案。

四、兼职教师的管理

1. 签订《兼职教师教学工作协议》后，电子商务专业教研室严格按照教学计划，对兼职教师提出授课要求。

2. 为帮助兼职教师尽快适应我院的教学要求，电子商务专业教研室主任应积极向兼职教师提供帮助：

(1) 介绍任课专业的发展方向、特色、专业建设情况。

(2) 提供教学计划、教学大纲、教材及其它教学辅助材料。

(3) 明确学院在备课、授课、辅导答疑、作业批改、考试命题、实践教学等各个教学环节的基本要求和规定。

3. 每位兼职教师每学期授课不超过两门，以保证教师有足够的备课与教研活动时间。

4. 对兼职教师的教学工作量统计由二级学院教务科负责，兼职教师的日常教学工作与教学质量由二级学院考核，结果作为是否续聘的依据。

5. 教务处负责兼职教师的学生评教、教师评学工作，其结果将作为是否续聘的依据。

6. 兼职教师应遵守《铜仁职业技术学院教学工作规范》，履行相应职责，保证所授课程的教学质量。

7. 兼职教师违约违纪处理：

(1) 一旦发现兼职教师有违约行为，教研室应及时向二级学院提出，二级学院给出处理意见并同时以书面形式向人事处、教务处反映。

(2) 兼职教师发生教学事故，按学院有关规定处理。

(3) 兼职教师发生下列情况之一，学院可与其即时解除聘约：

①有违反四项基本原则的；

②有违反师德师风行为的；

③连续发生教学事故两次以上的；

④经考查确实不能胜任教学工作的。

8. 兼职教师因事、因病需要调、停课，应提前向教研室主任提出申请，二级学院领导签署意见，报教务处批准并办理相关手续后方可进行。

9. 兼职教师的酬金由人事处根据教务处提供的考核和授课情况，在学期末或课程结束后发放。

五、附则

1. 本办法由电子商务专业教研室负责解释。

2. 本办法自发布之日起执行。

电子商务专业教研室

2020年8月22日

附件 5：电子商务专业教学评价标准

专业教学评价标准是开展专业教学质量评价的依据。本专业教学评价标准是依据专业人才培养目标，基于工学结合人才培养模式的要求，借鉴国家精品课程建设及其教学评价标准，结合行业评价、企业评价和学校评价的特点特制订本专业教学评价标准。

一、专业教学评价的主体及评价内容

1. 学校教师课程评价

学校教师课程评价，包括教务部门对课程及教学团队的总体评价、专业教研室对课程教学内容组织及运行评价、教师对学生学习过程及效果评价、学生对教师的教学效果评价。具体评价内容见表 1-1。

表 1-1 教师课程评价主体及评价内容

| 序号 | 评价主体 | 评价内容 |
|----|-------|---|
| 1 | 教务部门 | 课程及教学团队评价，包括：课程设置、教学组织与安排、课程组人员结构、教学方法与手段、教学条件、校企合作、教学效果等。 |
| 2 | 专业教研室 | 课程教学内容组织及运行评价，包括：课程标准、课程教学实施方案、教材编写及选用、课程教学单元设计、授课计划、教学评价及考核、教学资源库建设、教学总结等。 |
| 3 | 教师 | 学生学习过程及效果评价，包括：学习态度、作业完成情况、技能训练、课程考试等。 |
| 4 | 学生 | 教师教学效果评价，包括：师德师风、教学水平、教学内容、教学方法、教学组织安排、教学满意度等。 |

2. 行业资格评价

由人力资源和社会保障部贵州省第三十五职业技能鉴定所、电子商务行业协会组织的行业职业资格认证。

3. 用人单位综合评价

用人单位综合评价，包括顶岗（教学）实习单位对学生顶岗（教学）实习期间表现的评价和用人单位对毕业生满意度的评价。具体评价内容见表 1-3。

表 1-3 用人单位评价主体及评价内容

| 序号 | 评价主体 | 评价内容 |
|----|------------|---|
| 1 | 顶岗（教学）实习单位 | 顶岗（教学）实习学生评价，包括：学习态度、职业素养、实习任务完成情况、毕业设计等。 |
| 2 | 就业单位 | 毕业生满意度评价，包括：职业素养、知识技能、岗位胜任力、创新能力等。 |

二、专业教学评价的指标、分值及权重

（一）专业课程评价

1. 教务部门对专业课程评价（100 分）

教务部门对专业课程评价指标，参照国家精品课程高职评审指标（2010）执行。评审指标、标准、分值及权重、具体见表 2-1。

表 2-1 教务部门对专业课程评价指标

| 序号 | 一级指标 | 二级指标 | 主要观测点 | 评审标准 | 分值 | 评价等级 | | | | |
|----|-----------|------|-------|--|----|------|-----|-----|-----|-----|
| | | | | | | A | B | C | D | E |
| | | | | | | 1.0 | 0.8 | 0.6 | 0.4 | 0.2 |
| 1 | 课程设置 10 分 | 课程定位 | 性质与作用 | 专业课程体系符合高技能人才培养目标和专业相关技术领域职业岗位（群）的任职要求；本课程对学生职业能力和职业素养养成起主要支撑或明显促进作用，且与前、后续课程衔接得当。 | 4 | | | | | |
| | | 课程设计 | 理念与思路 | 以职业能力培养为重点，与行业企业合作进行基于工作过程的课程开发与设计，充分体现职业性、实践性和开放性的要求。 | 6 | | | | | |

| 序号 | 一级指标 | 二级指标 | 主要观测点 | 评审标准 | 分值 | 评价等级 | | | | |
|----|--------------|--------|---------------|--|----|------|-----|-----|-----|-----|
| | | | | | | A | B | C | D | E |
| | | | | | | 1.0 | 0.8 | 0.6 | 0.4 | 0.2 |
| 2 | 教学内容 25 分 | 内容选取 | 针对性和适用性 | 根据行业企业发展需要和完成职业岗位实际工作任务所需要的知识、能力、素质要求，选取教学内容，并为学生可持续发展奠定良好的基础。 | 10 | | | | | |
| | | 内容组织 | 组织与安排 | 遵循学生职业能力培养的基本规律，以真实工作任务及其工作过程为依据整合、序化教学内容，科学设计学习性工作任务，教、学、做结合，理论与实践一体化，实训、实习等教学环节设计合理。 | 10 | | | | | |
| | | 表现形式 | 教材及相关资料 | 用先进、适用教材，与行业企业合作编写工学结合特色教材，课件、案例、习题、实训实习项目、学习指南等教学相关资料齐全，符合课程设计要求，满足网络课程教学需要。 | 5 | | | | | |
| 3 | 教学方法与手段 25 分 | 教学设计 | 教学模式 | 重视学生在校学习与实际工作的一致性，有针对性地采取工学交替、任务驱动、项目导向、课堂与实习地点一体化等行动导向的教学模式。 | 8 | | | | | |
| | | 教学方法 | 教学方法的运用 | 根据课程内容和学生特点，灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、启发引导等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教、学效果。 | 6 | | | | | |
| | | 教学手段 | 信息技术的应用 | 运用现代教育技术和虚拟现实技术，建立虚拟社会、虚拟企业、虚拟车间、虚拟项目等仿真教学环境，优化教学过程，提高教学质量和效率，取得实效。 | 6 | | | | | |
| | | 网络教学环境 | 网络教学资源环境和硬件环境 | 网络教学资源丰富，架构合理，硬件环境能够支撑网络课程的正常运行，并能有效共享。 | 5 | | | | | |

| 序号 | 一级指标 | 二级指标 | 主要观测点 | 评审标准 | 分值 | 评价等级 | | | | |
|----|-----------|-------------------|------------|--|----|------|-----|-----|-----|-----|
| | | | | | | A | B | C | D | E |
| | | | | | | 1.0 | 0.8 | 0.6 | 0.4 | 0.2 |
| 4 | 教学队伍 20 分 | 主讲教师 | 师德、能力与水平 | 师德高尚、治学严谨；执教能力强，教学效果好，参与和承担教育研究或教学改革项目，成果显著；与企业联系密切，参与校企合作或相关专业技术服务项目，成效明显，并在行业企业有一定影响。 | 10 | | | | | |
| | | 教学队伍结构 | 双师结构、专兼职比例 | 专任教师中"双师"素质教师和有企业经历的教师比例、专业教师中来自行业企业的兼职教师比例符合课程性质和教学实施的要求；行业企业兼职教师承担有适当比例的课程教学任务，特别是主要的实践教学任务。 | 10 | | | | | |
| 5 | 时间条件 10 分 | 校内实训条件 | 设备与环境 | 实训基地由行业企业与学校共同参与建设，能够满足课程生产性实训或仿真实训的需要，设备、设施利用率高。 | 6 | | | | | |
| | | 校外实习环境 | 建设与利用 | 与校内实训基地统筹规划，布点合理，功能明确，为课程的实践教学提供真实的工程环境，能够满足学生了解企业实际、体验企业文化的需要。 | 4 | | | | | |
| 6 | 教学效果 10 分 | 教学评价 | 专家、督导及学生评价 | 校外专家、行业企业专家、校内督导及学生评价结果优良。 | 5 | | | | | |
| | | 社会评价 | 社会认可度 | 学生实际动手能力强，实训、实习产品能够体现应用价值；课程对应或相关的职业资格证书或专业技能水平证书获取率高，相应技能竞赛获奖率高。 | 5 | | | | | |
| 7 | 加分项 | 特色与创新 | | | 50 | | | | | |
| | | 学校对精品课程建设的政策支持与措施 | | | 50 | | | | | |

2.教研室对专业教师课程教学评价（100 分）

教研室对专业教师课程教学评价指标包括：课程标准、课程教学实施方案、教材编写及选用、课程教学单元设计、授课计划、教学评价及考核、教学资源库建设、教学总结等。具体指标分值及权重见表 2-2。

表 2-2 教研室专业课程评价

| 序号 | 评价指标 | 评价标准 | 分值 | 评价等级 | | | | |
|----|----------|--|----|------|-----|-----|-----|-----|
| | | | | A | B | C | D | E |
| | | | | 1.0 | 0.8 | 0.6 | 0.4 | 0.2 |
| 1 | 课程标准 | 设计理念和思路与专业人才培养目标一致；学习情境设计，突出职业性和应用性；教学内容选取以职业岗位知识、能力、素养为依据，以工作任务/项目及其工作过程/流程为依据整合序化。 | 25 | | | | | |
| 2 | 教学单元设计 | 教学设计紧贴职业岗位要求，具有前沿性，先进性；理论知识以适用、够用为度；技能训练，注重理论与实践紧密结合，融入学生创新意识培养。 | 20 | | | | | |
| 3 | 课程教学实施方案 | 课程团队专兼结合；教学内容的组织与选取符合课程目标；教学模式体现工学结合；教学实施以学生学习能力培养为主，教师引导为辅；考核评价采用形成性考核，注重过程评价。 | 15 | | | | | |
| 4 | 教材编写及选用 | 课程教材优先选择高职高专规划教材，岗位能力课程编写项目任务型校本教材；有针对性、适用性的参考书目；教材内容每年根据教学目标更新。 | 10 | | | | | |
| 5 | 授课计划 | 理论教学学时不高于课程总学时的 50%；岗位课程，兼职教师授课比例不低于 50%；单项技能训练校内实训基地完成，综合实训校外实训基地完成；教学进度符合专业人才培养运行特点。 | 10 | | | | | |
| 6 | 教学评价及考核 | 教案（电子课件）书写（制作）规范；作业（课业）布置难易程度合理，批改规范；实验（实训）学生独立完成率高；学生学习过程记录完整；按计划完成教学任务的情况；课程考核命题合理，突出考核重点、技能操作规范、成绩评定公平。 | 10 | | | | | |
| 7 | 教学资源库建设 | 岗位能力课程有课程网站，教学案例、试题库、课业库齐全，每年对网站内容有更新；有相关的学习网站、标准、图书资源等。 | 5 | | | | | |
| 8 | 课程教学总结 | 教学内容是否符合培养目标；教学模式是否体现工学结合；教学方法是否激发学生的学习兴趣；教学效果是否达到预期目标；教学中存在什么问题，应如何改进。 | 5 | | | | | |

3. 教师对专业课程教学考核评价（100 分）

教师对专业课程教学考核评价指标主要包括：学生学习态度、作业完成情况、理论考试、技能考核等。具体指标、分值及权重见表 2-3。

铜仁职业技术学院

电子商务专业人才培养方案附件

表 2-3 教师专业课程教学考核评价指标

| 序号 | 评价指标 | 评价标准 | 分值 | 评价等级 | | | | |
|----|------|--|----|------|-----|-----|-----|-----|
| | | | | A | B | C | D | E |
| | | | | 1.0 | 0.8 | 0.6 | 0.4 | 0.2 |
| 1 | 过程考核 | 到课率高、自学能力强；课堂表现活跃，参与度高；遵守课堂纪律，服从管理及引导；保质保量按时提交作业、实训报告。 | 30 | | | | | |
| 2 | 理论考试 | 考试课程采用试题库命题、闭卷考试、教考分离的方式，侧重考核应用性知识；考查课程采用项目设计考试，侧重知识的应用程度。 | 35 | | | | | |
| 3 | 技能考核 | 采用课业 PPT 汇报、口试、面试、实际操作的方式，具有较强的知识的实际应用能力及技能操作能力；现场操作由学生分组进行，面试由个人单独进行。 | 35 | | | | | |

4. 学生对教师课程教学评价（100 分）

学生对教师课程教学评价指标主要包括：师德师风、教学水平、教学内容、教学组织、教学方法、教学满意度。其指标、分值、权重见表 2-4。

表 2-4 学生专业课程教学评价指标

| 序号 | 评价指标 | 评价标准 | 分值 | 评价等级 | | | | |
|----|-------|---|----|------|-----|-----|-----|-----|
| | | | | A | B | C | D | E |
| | | | | 1.0 | 0.8 | 0.6 | 0.4 | 0.2 |
| 1 | 师德师风 | 教态自然、教风朴素、情绪饱满；尊重学生，平等待生、责任心强。 | 10 | | | | | |
| 2 | 教学水平 | 执教能力强、授课熟练、顺畅，教学目标明确，重点难点突出，注重学生能力的提升。 | 20 | | | | | |
| 3 | 教学内容 | 教学内容丰富、知识覆盖面广，包括职业岗位所需要的知识、能力、素质，以真实工作任务及其工作过程为依据整合、序化教学内容。 | 20 | | | | | |
| 4 | 教学组织 | 教案、课件等资料准备充分；科学设计学习性工作任务，教、学、做结合，理论与实践一体化，实训、实习等教学环节设计合理。 | 20 | | | | | |
| 5 | 教学方法 | 教学方法生动灵活，因材施教；采取参与式、直观性、案例等综合教法；结合网络、多媒体、软件等现代化技术。 | 10 | | | | | |
| 6 | 教学满意度 | 课堂气氛活跃、能激发学习兴趣；多数学生完成学习任务，有不同收获；所学知识，技能的应用性强。 | 20 | | | | | |

（二）专业资格评价（100 分）

专业资格评价指标包括行业职业资格、计算机等级、英语等级考试合格率、等级进行评价。具体指标、分值、权重见表 2-5。

铜仁职业技术学院

电子商务专业人才培养方案附件

表 2-5 专业资格评价

| 序号 | 评价指标 | 评价标准 | 分值 | 评价等级 | | | | |
|----|--------|-------------------------------------|----|------|-----|-----|-----|-----|
| | | | | A | B | C | D | E |
| | | | | 1.0 | 0.8 | 0.6 | 0.4 | 0.2 |
| 1 | 职业资格证 | 职业资格证书 1。 | 50 | | | | | |
| 2 | 英语能力等级 | 英语能力等级证书 1 个, 院级考试达 100%、国家级考试等级不限。 | 25 | | | | | |
| 3 | 计算机等级 | 计算机等级证书 1 个, 院级考试达 100%、国家级考试等级不限。 | 25 | | | | | |

(三) 用人单位综合评价

1. 顶岗（教学）实习单位对学生综合评价（100 分）

顶岗（教学）实习单位对学生实习表现评价指标，包括学习态度、职业素养、任务完成情况、毕业论文（设计）等。具体指标、分值及权重见下表 2-6。

表 2-6 顶岗（教学）实习单位对学生综合评价

| 序号 | 评价指标 | 评价标准 | 分值 | 评价等级 | | | | |
|----|----------|--|----|------|-----|-----|-----|-----|
| | | | | A | B | C | D | E |
| | | | | 1.0 | 0.8 | 0.6 | 0.4 | 0.2 |
| 1 | 学习态度 | 学习态度端正，服从实习的安排，听从教师（师傅）的指导，无擅自离岗现象。 | 20 | | | | | |
| 2 | 职业素养 | 爱岗敬业、恪守职业道德，遵守单位规章制度、吃苦耐劳，团队合作意识强。 | 20 | | | | | |
| 2 | 任务完成情况 | 按要求完成实习项目以及顶岗任务；有实习日记，实习总结；能解决一定的生产实际问题。 | 40 | | | | | |
| 3 | 毕业论文（设计） | 选题来源于实习或生产实际需要；论文（设计）内容具有可实施性。 | 20 | | | | | |

2. 用人单位对毕业生综合评价（100 分）

用人单位对毕业生综合评价指标，包括职业素养、知识技能、岗位胜任力、创新能力等。具体分值及权重见下表 2-7。

表 2-7 用人单位对毕业生综合评价

| 序号 | 评价指标 | 评价标准 | 分值 | 评价等级 | | | | |
|----|-------|---|----|------|-----|-----|-----|-----|
| | | | | A | B | C | D | E |
| | | | | 1.0 | 0.8 | 0.6 | 0.4 | 0.2 |
| 1 | 职业素养 | 爱岗敬业，忠于职守，恪守职业道德，遵守单位规章制度，服从管理，吃苦耐劳，乐于奉献，团队合作意识强。 | 20 | | | | | |
| 2 | 知识技能 | 具有从事职业岗位所需要的基本知识和基本技能。 | 30 | | | | | |
| 3 | 岗位胜任力 | 能适应岗位工作环境，完成岗位工作任务。 | 30 | | | | | |
| 4 | 创新能力 | 具备一定的创造、创新能力，具有自主学习、不断探索的意识，持续发展潜力。 | 20 | | | | | |

三、专业教学评价的方式

1.行业资格认证

(1) 职业资格考试：学生必须参加职业资格考试，取得1个以上合格证。

(2) 技能鉴定、技能竞赛：学生参加技能鉴定或市级以上技能竞赛一、二等奖获得者，可免考相应课程科目。

2.学校课程考核评价

(1) 理论知识考试：采取开卷、闭卷、笔试、口试考试，PPT制作汇报考试。

(2) 技能考核：包括单项技能考核、教学实习考核、顶岗实习、毕业论文设计。采取现场操作、笔试、口试，PPT制作汇报考试。

3.用人单位调查评价

采取问卷调查、实地调研、专家座谈、电话访谈等方式，由用人单位对顶岗（教学）实习学生和毕业生进行业务能力考核和满意度测评。

四、专业教学评价的组织

专业成立考核评价小组，由专业带头人任组长，制定出专业课程评价考核方案，经学校教学管理部门审核，专业教研室组织实施，由各课程组具体落实。

五、专业教学评价的要求

1. 由学校教学管理部门负责专业教学评价考核的管理和指导。

2. 专业教学评价方案由专业制定，经学校教学管理部门审核，专业教研室组织实施。

3. 专业教学评价考核的时间由教学管理部门统筹安排，教学准备检查在学期初，教学过程评价在上课期间，教学效果的考核评价安排在期末。学生对教师课程教学评价，每学期至少开展两次。

4. 教师对专业课程教学评价为形成性考核，要突出职业能力，注重知识的应用性和实用性。

5. 专业资格评价应按照行业部门及有关规定执行。

6. 用人单位对毕业生满意度的评价，调查样本数不少于毕业生就业单位总数的70%。

7. 专业教学评价本着公平、公正、公开的原则，对评价结果有异议的由学校教学管理部门负责核实。