

江苏联合职业技术学院中华中专办学点

五年制高等教育电子商务专业

实施性人才培养方案

(2025 级)



专业名称： 电子商务

专业代码： 530701

制订日期： 2025 年 7 月

目 录

一、专业名称（专业代码）	1
二、入学要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标	1
六、培养规格	2
七、课程设置	4
（一）公共基础课程	4
（二）专业课程	5
（三）实践性教学环节	13
八、教学进程及学时安排	15
（一）教学时间表（按周分配）	15
（二）专业教学进程安排表（见附件）	15
（三）学时安排表	15
九、教学基本条件	15
（一）师资队伍	15
（二）教学设施	18
（三）教学资源	21
十、质量保障	23
十一、毕业要求	23
十二、其他事项	25
（一）编制依据	25
（二）执行说明	25
（三）研制团队	28

一、专业名称（专业代码）

电子商务（530701）

二、入学要求

初中应届毕业生

三、基本修业年限

五年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	互联网和相关服务（64）、批发业（51）、零售业（52）
主要职业类别（代码）	电子商务师 S（4-01-06-01）、互联网营销师 S（4-01-06-02）、采购员（4-01-01-00）、营销员（4-01-02-01）、客户服务管理员（4-07-02-03）、商务数据分析师 S（4-07-02-05）、全媒体运营师（4-13-01-05）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）
主要岗位（群）或技术领域	运营主管、营销主管、销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管
职业类证书	职业技能等级证书： 1. 1+X 网店运营推广证书（发证单位：北京鸿科经纬科技有限公司，级别：中级） 2. 电子商务师证书（发证单位：中华人民共和国工业和信息化部，级别：中级） 3. 互联网营销师（发证单位：中华人民共和国人力资源和社会保障部已备案评价组织，级别：五级）

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，规范意识、风险意识、团队

意识、服务意识、爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、互联网和相关服务企业的运营主管、营销主管、销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群），能够从事网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发、直播营销工作的高技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具有技能强国、报国有我的责任担当，懂运营、会核算、讲诚信、重合作，自觉维护国家、集体的利益和形象；

3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、英语、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门英语，并结合本专业加以运用；

5. 掌握市场营销、电子商务基础、会计基础、图形图像处理、现代物流管理、国际贸易基础、管理学基础、经济学基础等方面的专业基础理论知识；

6. 掌握网络营销、视觉营销设计、客户服务管理、社群运营、直播运营、新媒体运营、商务数据分析与应用、网店运营推广等相关知识与基础技能；

7. 掌握网页设计与制作、网络消费者行为分析、电子商务法律法规、移动电子商务、短视频制作、电子商务运营技能、跨境电子商务等专业知识与基础技能；

8. 掌握企业沙盘模拟经营、市场调研与分析、统计基础、大数据基础、互联网金融、智慧商业、商务软文写作、品牌管理、AI 电商设计基础与实务、商务英语、商品拍摄、互联网产品开发、供应链管理、高级办公软件应用、毕业设计等，以及现代学徒项目等专业知识和技能；

9. 具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析，通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；

10. 具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的能力，能撰写和优化销售方案，跟进订单确认、供应链管理、账单管理等业务流程，完成销售分析并提出优化客户体验建议；

11. 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，能进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控，完成客服中心运营数据报表的制作及数据分析报告；

12. 具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；

13. 掌握信息技术基础知识，具有适应产业数字化发展需求的基

本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握电子商务领域数字化技能；

14. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

15. 掌握身体运动的基本知识和健美操、八段锦等体育运动技能，达到国家学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

16. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，音乐、美术等艺术特长或爱好；

17. 树立正确的劳动观念，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

七、课程设置

（一）公共基础课程

本专业根据学校统一要求，按照国家、省、学院有关规定开齐开足公共基础课程。具体包括思想政治理论、语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、历史、心理健康与职业生涯（Ⅱ）、国家安全教育、劳动教育、地理、创新创业教育、中华优秀传统文化等必修课程。

同时，结合地方特色和专业实际情况，开设语言表达与沟通类、艺术审美与创作类、身心健康与形体类、素养拓展与思维类等任选课程。具体课程包括：书法、数学文化、人工智能、古诗词欣赏、普通话、应用文写作、社交礼仪、大学英语、健美操、八段锦。其中，古诗词欣赏、八段锦为学校校本课程。（表1）

表 1：公共基础课程任选课程开设情况

序号	课程名称	课程形式	开设学期	学时	实践学时	学分	选课形式
1	书法	线下课程	第 4 学期	34	2	2	全系公选 (二选一)
2	数学文化	线下课程	第 4 学期	34	2	2	
3	人工智能	线上课程	第 6 学期	34	2	2	全系公选 (二选一)
4	古诗词欣赏	线下课程	第 6 学期	34	2	2	
5	普通话	线下课程	第 3 学期	34	2	2	全系公选 (二选一)
6	应用文写作	线下课程	第 3 学期	34	2	2	
7	社交礼仪	线下课程	第 8 学期	34	2	2	全系公选 (二选一)
8	大学英语	线下课程	第 8 学期	34	2	2	
9	健美操	线下课程	第 9 学期	28	2	2	全系公选 (二选一)
10	八段锦	线下课程	第 9 学期	28	2	2	
合 计				164	10	10	二选一

备注：以上课程为部分课程，学校每年更新，具体以学校每年公布的课程为准。

(二) 专业课程

专业课程包括专业平台课程、专业核心课程和专业拓展课程。

1. 专业平台课程

专业平台课程是电子商务类专业需要前置学习的基础理论知识和基本技能，为专业核心课程提供理论和技能支撑。包括市场营销、电子商务基础、会计基础、图形图像处理、现代物流管理、国际贸易基础、管理学基础、经济学基础等必修课程。（表 2）

表 2：专业平台课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容与要求
----	------	-----------

1	市场营销	①掌握市场营销的相关概念、原理和方法，并树立正确市场营销观念。 ②理解市场环境分析、消费者行为、市场细分与定位等核心内容。 ③能够独立、高效完成相关资料的搜集、整理、分析，并运用市场营销 4P 策略解决企业实际问题。 ④能够进行定性与定量分析，以适应企业营销问题的实证研究、科学决策、营销管理及营销创新的需要。 ⑤能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
2	电子商务基础	①掌握电子商务的基本概念、特点、分类和交易模式。 ②熟悉网络营销策略和方法，并应用于电子商务实践。 ③理解网络广告的类型和特点。 ④熟悉电子商务发展中的技术、安全、物流配送、支付以及法律法规等内容。 ⑤了解跨境电商、移动电商、直播电商等基础知识及应用。 ⑥能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
3	图形图像处理	①了解图片及图像处理的基本知识。 ②掌握图像修复、调色、合成、特效制作的技术原理。 ③熟悉图层、通道、蒙版、路径等核心功能的操作方法。 ④能够运用 Photoshop 软件进行图像编辑、合成与特效设计。 ⑤能够根据需求设计海报、LOGO、Banner、商品详情页等商业作品。 ⑥能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
4	会计基础	①掌握会计基本概念、会计要素与会计等式。 ②理解企业会计处理流程。 ③熟悉财务报表的编制与分析。 ④能够独立完成企业日常业务的会计凭证填制与账簿登记。 ⑤能够处理交易流水对账、应收账款管理等实务。 ⑥能够运用财务软件进行账务处理。 ⑦能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
5	现代物流管理	①掌握智慧物流与供应链管理的基本原理、基本知识和基本技能及方法。 ②能够将智慧物流与供应链的基本理论应用于实践。 ③具备解决物流以及供应链活动过程中的各种基本问题的能力。 ④能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
6	国际贸易基础	①掌握国际贸易的基本概念和主要类型。 ②理解国际贸易政策和常见的国际贸易措施。 ③具备发现、分析和解决外贸业务问题的能力，形成遵守外贸法律法规和国际贸易惯例的职业道德和职业素养。 ④能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
7	管理学基础	①掌握管理学的基本概念、原理和方法。 ②理解管理职能（计划、组织、领导、控制）的核心内容。 ③具备运用管理理论分析实际问题的能力。 ④熟悉现代管理理论的发展趋势及应用。 ⑤能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能

8	经济学基础	①掌握经济学基本概念、原理及分析方法。 ②理解市场机制、价格形成、资源配置等微观经济学核心内容。 ③熟悉宏观经济指标及宏观经济政策。 ④能够运用经济学原理分析日常经济现象。 ⑤能够通过数据图表分析简单经济问题，具备初步的实证分析能力。 ⑥能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
---	-------	---

2. 专业核心课程

专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程。包括网络营销、视觉营销设计、客户服务、社群运营、新媒体运营、直播运营实务、商务数据分析与应用、网店运营等必修课程。（表3）

表 3：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	网络营销	① 运用统计分析工具和市场分析软件，开展市场调研与分析。 ② 运用营销推广工具和 AI 辅助工具，开展活动主题与目标确定。 ③ 运用新媒体平台和活动策划工具，开展活动方案设计、任务分解以及资源整合。 ④ 运用计算机和新媒体平台，开展活动执行。 ⑤ 运用数据分析工具和新媒体平台，开展活动过程跟踪与数据分析，进行活动评估和复盘。	① 掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则，能够分析与评估市场，确定活动主题与活动目标，策划营销活动方案。 ② 能够整合各类资源，分解活动任务。 ③ 能够开展整合营销与广告投放。 ④ 能够跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案。 ⑤ 能够评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案。

2	视觉营销设计	① 运用平面设计和音视频制作软件,开展店铺 PC 端、移动端页面装修,设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料。 ② 运用平面设计软件,结合产品特点与包装材质,开展产品内外包装的设计。 ③ 运用平面设计软件,开展新媒体平台页面的配图排版、主题设计,及时分析新媒体发展,提出视觉提升方案。 ④ 运用音视频制作软件,开展短视频的策划、拍摄与剪辑工作。	① 掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。 ② 能够根据店铺定位进行 PC 端、移动端页面装修,设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料。 ③ 能够结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。 ④ 能够进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计,及时分析新媒体发展,提出视觉提升方案。 ⑤ 能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。
3	客户服务	① 运用客服工具,开展客户咨询回复工作、异常订单处理工作、售后纠纷处理工作。 ② 运用社群工具,开展客户维护工作。 ③ 运用办公相关软件,开展评价管理工作。 ④ 运用客服工具、社群工具及办公相关软件,完成客户服务的其他工作任务。	① 掌握客户服务基础知识。 ② 理解平台规则、商品知识和沟通技巧等内容,能够回复客户咨询。 ③ 能够进行异常订单处理。 ④ 能够进行售后纠纷处理。 ⑤ 能够进行客户数据分析、引流并实施维护。 ⑥ 能够进行评价舆情的引导与管理。
4	社群运营	① 运用社交软件、自媒体工具及办公软件,开展社群定位及建群。 ② 运用社交软件、短视频平台及办公软件,开展社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行。 ③ 运用办公软件及数据分析工具,开展社群数据分析。	① 掌握社群种类、用户消费行为、产品价值等知识,根据用户和产品或服务属性定位社群,制定社群运营方案,并在相应的社交平台上建社群。 ② 能够通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流。 ③ 能够根据用户需求、产品卖点,进行社群数据分析,制定营销体系并通过社群活动提升销售转化、活跃社群及管理粉丝。
5	新媒体运营	① 运用剪辑工具、图文设计工具及平台自有编辑工具,开展新媒体账号的定位和包装工作。 ② 运用商品数据或信息平台、测试工具,开展店铺的选品测品工作。 ③ 运用办公相关软件、新媒体引流工具及平台后台操作,开展活动方案执行、新媒体引流工具操作、新媒体数据收集与分析等工作。	① 掌握平台规则和新媒体运营基础知识。 ② 能够完成素材收集、短视频制作、文案脚本编写、账号信息和主页内容日常编辑、引流计划修改及上下线等操作。 ③ 能够监控并收集热点信息、商品、活动、引流、用户、内容等数据,完成投入产出比表等数据表格。

6	直播运营实务	① 运用手机、直播平台相关工具及办公相关软件，开展直播准备。 ② 运用直播平台相关工具、商品数据信息平台及办公相关软件，开展直播商品梳理。 ③ 运用办公相关软件及 AI 辅助工具，开展直播脚本编写。 ④ 运用直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件，开展直播商品讲解。 ⑤ 运用直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件，开展直播过程应急处理。 ⑥ 运用数据分析工具及办公相关软件，开展直播复盘。	① 掌握直播运营基础知识。 ② 理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播技巧和历史直播总结报告等内容。 ③ 能够完成商品信息梳理、商品定位，打造主播人设标签。 ④ 能够编制整场直播脚本、单品脚本、应急预案脚本。 ⑤ 能够进行商品讲解。 ⑥ 能够辨识受众类型，完成直播复盘。
7	商务数据分析与应用	① 运用计算机和数据采集工具，开展数据采集工作。 ② 运用数据分析工具，开展数据分析工作。 ③ 运用计算机和数据分析工具，开展运营优化工作。 ④ 运用计算机和相关工具，开展数据持续跟踪工作。	① 理解数据分析指标体系概念。 ② 掌握数据分析的方法与方法论，能根据数据运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据。 ③ 运用数据分析工具，对市场数据、客户数据、运营数据、销售数据、供应链数据进行全过程分析及可视化呈现。 ④ 撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议。
8	网店运营	① 运用现代化办公软件和计算机，开展网店运营规划。 ② 运用指数工具和表格处理软件，开展商品选品与定价。 ③ 运用表格处理软件和计算机，开展供应链管理。 ④ 运用指数工具和数据分析软件，开展流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析。	① 掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。 ② 运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。 ③ 能够进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。 ④ 能够进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。

3. 专业拓展课程

专业拓展课程是对接电子商务行业前沿，根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，提升学生的综合职业能力。学校根据调研结果和实际情况开设了专业拓展课的必修课程和任选课程。

其中专业拓展必修课主要开设电商运营技能、网页设计与制作、

移动电子商务、网络消费者行为分析、电子商务法律法规、短视频制作、跨境电子商务等课程。（表 4）

表 4：专业拓展课程（必修课程）主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	电子商务运营技能	①运用电商运营工具与方法，开展网店创建、日常运营及推广工作； ②借助数据分析工具，进行店铺运营数据监测与优化； ③结合活动策划逻辑，执行网店促销活动及客户维护；	①掌握电商运营基础理论，包括电商运营内涵、行业趋势及岗位职能； ②具备网店创建能力、日常运营能力（商品发布、店铺装修）及推广能力（直通车、钻展等工具使用）； ③学会运用生意参谋等工具进行行业、竞品及店铺数据分析，并能基于数据优化运营策略； ④培养规范运营、团队协作及问题解决的职业素养；
2	网页设计与制作	①依据电商业务需求，规划网页框架结构，完成整体布局设计； ②运用 PS 等设计工具，进行网页视觉元素（banner、商品展示区、导航栏等）美化与界面原型制作； ③借助 DW 等软件编写 HTML、CSS 及 JavaScript 代码，实现网页交互功能与动态效果。	①掌握电商网页设计基础理论，包括网页构成要素、用户体验原则及响应式设计理念； ②具备网页框架搭建能力，能合理规划首页、详情页、分类页等页面结构，确保信息层级清晰； ③熟练运用 PS 进行网页视觉设计，包括色彩搭配、字体选择、图片处理，完成高保真设计稿制作； ④学会使用 DW 编写代码，实现网页布局还原、交互功能（如轮播图、下拉菜单）开发，掌握基本前端开发规范； ⑤培养审美设计、代码调试及跨工具协作的职业能力，确保网页符合电商业务场景与用户需求。
3	移动电子商务	①利用移动支付技术，开展便捷的线上交易； ②利用社交媒体平台，开展精准的移动营销推广； ③利用大数据分析工具，开展针对性的用户运营策略制定，通过分析用户浏览和购买行为，为用户推送个性化商品； ④利用移动应用开发技术，开展功能丰富的电商 APP 创建，涵盖商品展示、搜索、下单、物流查询等功能； ⑤利用 O2O 运营模式，开展线上线下融合的业务，如线上订餐，线下到店消费。	①理解并掌握移动电子商务的基础理论、技术知识、商业模式和运营策略，熟悉相关法律法规； ②具备移动电商平台操作、移动营销策划、数据分析、移动应用开发（或参与开发）的能力，能熟练使用相关工具和软件； ③培养创新思维、团队协作、沟通表达、问题解决能力和职业素养，关注行业动态，不断学习新知识。

4	网络消费者行为分析	①利用问卷调查、用户访谈等调研方法，开展网络消费者的需求偏好、购买动机、价格敏感度等深层心理的挖掘； ②利用社交媒体监测工具（如微博指数、微信指数），开展消费者对品牌、产品的口碑评价及情感倾向分析； ③利用用户画像构建技术，开展基于消费行为数据的网络消费者细分。	①理解网络消费者行为分析的基本概念、理论和模型，熟练掌握网络消费者的心理特点、行为模式以及影响因素； ②具备运用多种研究方法收集、分析网络消费者行为数据的能力，能够设计出科学合理的调研方案； ③培养敏锐的市场洞察力，使其能够及时捕捉网络消费者行为的变化趋势； ④塑造创新思维，在分析和解决问题时提出创新性的观点和方法； ⑤强化团队协作精神，在小组调研和项目实践中，能够与小组成员有效沟通、分工协作，共同完成任务。
5	电子商务法律法规	①运用《电子商务法》《网络交易管理办法》等法规，开展电商平台准入合规审核，梳理平台规则法律风险并优化； ②依据《民法典》合同编，拟定、审查电子合同，处理合同履行纠纷； ③结合《消费者权益保护法》《广告法》，规范电商营销行为，处理消费者投诉； ④运用《数据安全法》《个人信息保护法》，设计电商用户数据采集、存储、使用流程，防范数据泄露、滥用法律风险。	①掌握电商平台运营、电子合同、消费者权益、数据合规等领域核心法律条文，明晰法规适用场景； ②能独立完成电商平台合规文档审核；精准识别电子合同法律漏洞并修正；高效处理消费投诉、合同纠纷；设计符合法规的数据管理流程； ③培养法律风险预判意识，建立电商业务“合规优先”思维；面对新业态场景，具备主动适配法规的能力，助力业务合法、可持续发展。
6	短视频制作	①运用拍摄设备及剪辑软件，完成短视频选题、脚本创作及拍摄； ②根据内容定位进行视频剪辑、特效添加及字幕制作； ③结合平台规则进行短视频发布、流量监测及内容优化；	①掌握短视频制作基础理论，包括选题逻辑、脚本结构及平台规则； ②具备拍摄设备操作、画面构图及运镜能力，能使用剪辑工具完成视频剪辑、配乐及特效处理； ③学会根据目标受众调整内容风格，通过数据优化视频内容； ④培养创意表达、审美设计及团队协作能力，树立内容原创及合规意识；

7	跨境电子商务	①利用跨境电商平台（如易贝、阿里巴巴国际站），开展海外市场的商品展示、店铺运营及订单处理； ②利用海外社交媒体，开展跨境品牌推广、市场调研及潜在客户挖掘； ③利用大数据分析工具，开展海外市场消费趋势、竞品动态及自身店铺运营数据的监测与分析，优化经营策略。	①理解跨境电商的基本概念、理论和商业模式，熟悉主流跨境电商平台的规则与运营要点，掌握国际市场营销、物流、支付、法律法规等方面的知识； ②具备跨境电商平台的实际操作能力，能熟练进行店铺搭建、产品推广、订单处理等工作；掌握国际市场调研与分析技能，能够运用数据分析工具为运营决策提供依据； ③培养创新思维，在跨境电商领域提出创新性的运营思路和解决方案； ④强化团队协作精神，在项目实践和小组合作中，能够与成员密切配合，共同完成任务。
---	--------	---	--

专业拓展选修课包括统计基础、大数据基础、互联网金融、智慧商业、商务软文写作、品牌管理、AI 电商设计基础与实务、商务英语、商品拍摄、互联网产品开发、供应链管理、高级办公软件应用等课程，体现数字化升级，满足岗位能力横向与纵向发展需要。（表 5）

表 5：专业拓展课程任选课程开设情况

序号	课程名称	课程形式	开设学期	学时	实践学时	学分	选课形式
1	企业沙盘模拟经营/市场调研与分析	线下课程	第 4 学期	68	45	4	全系公选（二选一）
2	统计基础/大数据基础	线下课程	第 6 学期	68	40	4	全系公选（二选一）
3	互联网金融/智慧商业	线下课程	第 8 学期	51	40	3	全系公选（二选一）
4	商务软文写作/商务英语	线下课程	第 8 学期	51	33	3	全系公选（二选一）
5	AI 电商设计基础与实务/高级办公软件应用	线下课程	第 9 学期	28	20	2	全系公选（二选一）
6	商品拍摄/互联网产品开发	线下课程	第 9 学期	56	42	4	全系公选（二选一）
7	供应链管理/品牌管理	线下课程	第 9 学期	56	42	4	全系公选（二选一）

合 计	378	262	24	
-----	-----	-----	----	--

（三）实践性教学环节

实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动、军训等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

1. 实训

在校内外结合本专业主要岗位群实际需求和职业类证书考试要求，对接真实职业场景或工作情境，在实践中提升学生专业技能、职业能力、劳动品质和劳动安全意识。包括网络营销实训、视觉营销设计实训、直播运营技能实训、客户服务管理实训、网店运营推广技能实训、电子商务综合实训等单项技能实训、综合能力实训和生产性实训。

2. 实习

在电子商务行业的校企合作企业（机构、单位）进行实习，包括认识实习和岗位实习。办学单位应建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。

实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。办学单位可根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。（表6）

表 6：实训项目主要教学内容与要求

序号	实训项目名称	主要教学内容与要求	实训类型
1	网络营销实训	①教学内容：论坛与博客营销；微信营销；微博营销；小红书等社交媒体营销；分类信息营销等。 ②教学要求：创设虚拟情境，掌握网络营销的常用方法；灵活运用营销策略开展商务活动；掌握各种方法的步骤与技巧，树立诚实守信、创新发展理念。	单项技能实训

2	视觉营销设计实训	①教学内容：网店常用模块视觉营销设计、网店品牌形象设计、图片处理、促销广告设计等。 ②教学要求：对接真实工作情景，初步具备网店布局和页面设计、文案视觉、网店品牌形象设计、商品主辅图设计、商品详情页设计、促销海报设计等能力，培养学生审美意识、创新发展理念。	单项技能实训
3	客户服务管理实训	①教学内容：寻找开发潜在客户；客户信息管理；客户体验管理；客户满意管理；客户忠诚管理等。 ②教学要求：对接真实工作情景，掌握客户服务管理主要业务与流程；掌握客户细分管理策略；了解数据挖掘方法在客户关系中的基本应用，树立客户至上理念。	单项技能实训
4	直播电商运营实训	①教学内容：直播脚本设计、直播内容演示、开播准备和下播复盘、直播设备与场景选择、直播选品和展示、化解直播危机、粉丝管理等。 ②教学要求：对接职业技能大赛或真实工作任务，初步具备直播脚本设计的能力；具备直播内容演示能力；初步具备开播准备和下播复盘的能力；具备直播设备与场景选择能力；初步具备直播选品和展示的能力；初步具备化解直播危机的能力；具备粉丝管理的能力，实现电商直播，助力乡村振兴目标。	综合能力实训
5	网店运营推广实训	①教学内容：运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析。 ②教学要求：对接真实工作情景，进行跨境网络调研、独立寻求货源并进行采购；能够在外贸第三方电商平台建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺，助力“一带一路”发展目标。	综合能力实训
6	电子商务综合实训	①教学内容：商品选择与渠道管理；网络平台的选择与应用；网店运营与推广；客户管理和网络客服；电子商务物流等。 ②教学要求：对接真实工作情景，综合运用所学专业知识和技能，完成电子商务项目的运营流程及电子商务的运营实践，实现德技并修、全面发展目标。结合合作企业需要与实际开展产品介绍、销售技能、客户服务等综合业务的训练。	依托博西校企合作生产性实训基地进行生产性实训

八、教学进程及学时安排

（一）教学时间表（按周分配）

学期周数	理论与实践教学		实践性教学环节		机动周
	授课周数	考试周数	实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动、军训等	周数	
20	17	1	军事理论与军训	1	1
20	17	1	认识实习	1	1
20	17	1	网络营销技能实训	1	1
20	17	1	视觉营销设计技能实训	1	1
20	17	1	客户服务管理技能实训	1	1
20	17	1	直播电商技能实训	1	1
20	17	1	网店运营推广技能实训	1	1
20	17	1	电子商务综合实训	1	1
20	14	1	毕业设计	4	1
20	0	0	岗位实习	18	2
200	150	9		30	11

（二）专业教学进程安排表（见附件）

（三）学时安排表

序号	课程类别	学时	占比	要求
1	公共基础课程	1960	40.45%	不少于总学时的 25%
2	专业课程	1986	40.98%	/
3	实践性教学环节	900	18.57%	/
总学时		4846	/	/
其中：选修课程		542	11.18%	不少于总学时的 10%
其中：实践性教学		2560	52.83%	不少于总学时 50%

说明：实践性教学学时包括采用理实一体化形式进行教学的实践学时和集中实践形式进行教学的实践学时。

九、教学基本条件

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

学校电子商务专业师资力量充足，本专业的专任教师 12 人，在校生 286 人，专任专业教师数与本专业在籍学生数比达到 1:23。专任教师中，双师及双师素质型教师 10 人，占全体专任教师 83%；高级职称 4 人，占专任教师比 33%；硕士学位 3 人，占比 25%。总体是一支专业能力较强、职称和年龄相对合理、专兼结合的师资队伍，能够整合校内外优质人才资源，建立定期开展专业教研机制。

本专业教学团队年龄结构衔接合理、数量稳定，学历符合办学要求，职称结构分布科学，既体现“以老带新”，更突出青年教师在教学团队中的骨干作用。团队同时聘请合作企业博西家电中国有限公司孙溪经理为作为兼职教师，并聘请江苏省数字金融学会施志晖工程师担任产业导师，通过集体备课、企业实践、课题合作等一系列专业教研机制提升专业建设和师资力量，是一支校企合作、专兼结合、德才兼备、敬业乐群、教有特色的教学团队。电子商务专业团队在 2022 年被评为学校教学创新团队。（表 7）

表 7：专业教学团队一览表（专兼职教师统计）

序号	类型	姓名	学历学位	职称	单位	职业资格等级证书等	双师（省）及双师素质
1	专业带头人	黄超	硕士	高级	南京中华中等专业学校	营销师	是
2	专任教师、市学科带头人	周俐萍	硕士	高级	南京中华中等专业学校	会计师、经济师、高级会计师资格	是
3	专任教师、区学科带头人	张亚男	本科	高级	南京中华中等专业学校	物流师	是
4	专任教师	王晓姝	硕士	高级	南京中华中等专业学校	商业美术师	是

5	专任教师	戴娅婷	本科	初级	南京中华中等专业学校	电子商务师	是
6	专任教师	朱亚京	本科	初级	南京中华中等专业学校	电子商务师	是
7	专任教师	孔运帷	本科	初级	南京中华中等专业学校	电子商务师	是
8	专任教师	杨艳秋	本科	中级	南京中华中等专业学校	助理会计师	是
9	专任教师	孙梦笛	本科	初级	南京中华中等专业学校	助理会计师	是
10	专任教师	何玲	本科	中级	南京中华中等专业学校	助理电子商务师	是
11	专任教师	王涵莹	本科	初级	南京中华中等专业学校		
12	专任教师	弓丽莉	本科	初级	南京中华中等专业学校		
13	兼职教师	曹振华	硕士	中级	江苏知链科技有限公司	证券从业资格证	
14	兼职教师、产业导师	施志晖	硕士	正高	苏商银行、江苏省数字金融协会	电子信息正高级工程师	
15	兼职教师、现代学徒制培训师	孙溪	本科	初级	博西家电中国有限公司	人力资源管理师三级	
16	兼职教师	汪群	本科	中级	新道科技有限公司	工信部沙盘模拟企业经营师	

2. 专业带头人

专业带头人黄超，高级讲师，工商管理专业，硕士学位，主讲《电子商务概论》《电商案例分析》和《市场营销》等课程。曾获区政协优秀个人等荣誉称号，具有较强的实践能力，能够组织和指导校企合作工作，较好地把握国内外互联网及相关服务、批发业、零售业等行业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持开展现代学徒制的探索工作，社会服务能力强，在本专业发展中起引领作用。

3. 专任教师

本专业的专任教师均具有教师资格和本专业领域有关证书；具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等相关专业本科及以上学历；具有相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年安排有 1 个月在合作企业或生产性实训基地进行锻炼，每 5 年累计均有不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

本专业兼职教师 4 人，主要从合作企业博西家电中国有限公司、江苏知链科技有限公司、江苏省数字金融协会等企业与行业，聘请业务能力较强的骨干人员担任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，基本具有中级及以上相关专业技术职称，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务，并由教务管理部门建立了专门针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实验室、实训室和实训实习基地。

1. 专业教室基本要求

本专业教室具备利用信息化手段开展混合式教学的条件，配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实训场所基本要求

本专业的校内外实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准，拥有网络营销、电子商务运营、直播运营、数字商务金融、博西电商等多个实训室。其中博西电商实训室为校企共建实训室。实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展网络营销、视觉营销设计、直播运营、客户服务管理、网店运营推广等实验、以及互联网金融、企业沙盘模拟经营、供应链管理、博西电商综合实训活动的要求。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。（表8）

表 8：校内外实训场所基本情况

序号	校内外实验、实训场所	主要设施设备配置建议	主要功能
1	网络营销实训室	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，网络营销、新媒体营销等教学软件。	用于消费者行为分析、选品与采购、市场调研与分析、市场营销、网络营销、新媒体营销、网络推广、社群营销等课程的教学与实训。
2	视觉营销实训室	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及配套桌椅等设备。	用于创建网站和网站管理、维护功能，可用于网页设计、网络媒体策划与编辑、网页界面、网络广告和商务网站等实验和实训教学。
3	客户服务实训室	配备计算机、IP 电话机、耳机、客户关系管理教学软件。	用于 CRM 和 ERP 系统操作、金融问题处理、订单取消与修改、价格保护、配送催单流程、售后退换货流程、POP 仲裁流程、升级与转接流

			程、关单标准、数据分析、排班与现场管理、服务营销流程及技巧、外呼技巧、提升在线导购的员工销售技巧、客户客诉处理方法、客户类型分析及处理技巧、投诉处理实务、客诉处理步骤精要、跨部门沟通、电商战略与财务、业务提升实战等实验和实训教学。
4	直播运营实训室	配备服务器、外置声卡、播音级麦克风、支架、音箱、监听耳麦、工作台、柔光灯箱、环形补光灯、摄录机等。	用于直播营销全过程的教学与实训，以直播活动的策划、筹备、推广、实施、复盘为核心，兼具仿真平台实训和教师在线教学双重功能，以直播营销策划、直播推广与引流、直播营销实施、直播营销复盘、粉丝运营等模块指导学生直播营销的技能实训。实训系统设计了直播效果标准评分表，辅助教师完成学生直播效果的评价。
5	电子商务运营实训室	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，网店运营推广教学软件。	用于电子商务运营、跨境电子商务实践、移动电子商务、以及商品拍摄、短视频制作等课程的教学实训。
6	商务数据分析与应用实训室	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，商务数据分析教学软件。	用于电子商务交易数据分析、网店运营管理、数据分析决策等项目的实验教学，通过模拟实战训练提升学生的电子商务操作技能和运营管理能力。
7	数字商务金融实训室	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，配备互联网金融软件和金融科技等教学软件	用于互联网金融、供应链管理、企业沙盘模拟经营、金融科技等课程，着重培养学生的数字素养、大数据金融思维与能力，可以开展包括互联网金融实训、数字人民币仿真实训、供应链管理综合实训、采购发票报销综合实训、证券保险综合实训、企业沙盘模拟经营实训等实训教学。
8	“博西”电子商务实训室（校企共建）	配备计算机、IP 电话机、耳机，开展文化设计与布置，配备博西企业专用客户关系管理和销售平台及软件	CRM 和 ERP 系统、金融问题处理、订单取消与修改、价格保护、配送催单流程、售后退换货流程、POP 仲裁流程、升级与转接流程、关单标准、数据分析、排班与现场管理、服务营销流程及技巧、外呼技巧、提升在线导购的员工销售技巧、客户客诉处理方法、客户类型分析及处理技巧、投诉处理实务、客诉处理步骤精要、跨部门沟通、电商战略与财务、业务提升实战。

3. 实习场所基本要求

本专业的实习场所符合教育部等八部门印发的《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4号）、教育部等六部门印发的《职业学校校企合作促进办法》（教职成〔2018〕1号）等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供运营主管、营销主管、销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。（表9）

表 9：主要实习场所基本情况

序号	合作单位名称	主要提供岗位	合作模式
1	博西家电（中国）有限公司	网络营销、网店客服	现代学徒制建设单位（生产性实训基地）
2	江苏知链科技有限公司	金融科技、互联网金融	岗位认知见习
3	江苏瑞克斯环保科技有限公司	直播、电商运维	生产性实训基地
4	北京外企人力资源服务江苏有限公司	财经商贸	岗位认识见习
5	中国联通	客服管理	生产性实训基地
6	南京科润工业介质有限公司	供应链管理、物流管理	岗位认识实习

（三）教学资源

本专业的教学资源中的教材、图书及数字化资源均能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要。

1. 教材选用

本专业的教材选用，能够依据国家、省、学院关于教材的相关规定，学校制定有严格的《江苏联合职业技术学院中华中专办学点教材征订与使用管理办法》等内部管理制度，通过专业组-系部-教务处-分管校长-党总支层层检查、审核、审批教材，杜绝意识形态不合格的教材进入课堂。学校经规范程序，通过学院教材管理系统择优选用学院出版的院本教材或推荐教材。根据学校专业发展需要，开发校本特色教材。

2. 图书文献配备

学校有充足和完善的图书文献资料，能够很好地满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：人文类、社科类、教育类、地理类、历史类等学科基础书籍，其中专业图书包括电子商务基础、市场营销、网络营销、视觉营销设计、会计基础、统计基础、新媒体运营等相关的图书文献。同时有我校教师主编并在高等教育出版社出版的商务软文写作教材及其他校本教材。

3. 数字教学资源配置

学校拥有超星数字图书馆，电子图书馆包含电子图书等合计 10 万余册数字化资源。利用超星移动图书馆以及手机 APP 接入图书馆资源库方式，可进行文献检索、借阅查询、图书续借、信息推送、参考咨询等。

4. 本专业教学资源情况

本专业配备与电子商务专业有关的音视频素材、教学课件、虚拟仿真软件等，包括：奥派新零售 O2O 综合实战平台、奥派跨境电子商务综合实训平台、供应链管理决策模拟平台、博导电子商务数据分析平台、新道沙盘模拟企业经营软件、网店运营推广仿真软件平台、互联网金融软件等。目前已建立了“商务软文写作”、“博西校企合作培训讲义”、“电子商务运营实训”等校本在线课程资源，能满足日

常线上线下混合式教学和学生课外拓展提升的需要，以及校企合作的要求。

十、质量保障

1. 依据学校《江苏联合职业技术学院中华中专办学点人才培养方案制（修）订与实施管理办法》，加强专业调研及专业论证，制订并滚动修订专业实施性人才培养方案。

2. 依据学校《江苏联合职业技术学院中华中专办学点课程标准编制基本要求》，制订并滚动修订课程标准，积极引进企业优质资源，与企业合作开设课程、共建课程资源。

3. 依据学校《江苏联合职业技术学院中华中专办学点教学质量监测与评价实施方案（试行）》等相关制度，加强教学质量监控管理，持续推进人才培养质量的诊断与改进。

4. 依据学校《江苏联合职业技术学院中华中专办学点教学常规检查制度》，加强日常教学的运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，保持优良的教育教学秩序。

5. 依据学校《江苏联合职业技术学院中华中专办学点集体备课实施办法》，建立集中教研制度，定期召开教学研讨会议，定期开设公开课、示范课并集中评课，通过集中研讨、评价分析等有效提升教师教学能力，持续提高人才培养质量。

6. 依据《江苏联合职业技术学院中华中专办学点教师双师型教师培养及管理办法》，学校激励教师专业发展，积极策划开展或组织参加各专指委的专业建设和教学研究活动。

7. 依据《江苏联合职业技术学院中华中专办学点教师专业发展与教科研成果绩效考核办法》，学校鼓励教师创新教学方法，大力倡导在教学中采用项目式学习（PBL）、任务驱动式等模式，支持教师合理运用信息技术工具赋能教学。为保障教师可持续发展，学校有计划

开展专题校本培训、展示竞赛、教学成果评比等，纳入教师评价体系。

8. 依据学校《江苏联合职业技术学院中华中专办学点五年制高职学生综合素质评价实施方案》，对学生五年全周期、德智体美劳全要素进行纵向与横向评价，引导学生积极主动发展，促进五年制高职学生个性化成长和多样化成才。

9. 依据学校《江苏联合职业技术学院中华中专办学点学生岗位实习管理规定》、《江苏联合职业技术学院中华中专办学点创新创业教育工作实施方案》，重视学生创新创业能力培养，结合人培方案开设就业指导和职业生涯规划类课程，建设创新创业实践基地；建立贯穿就业前、中、后的服务体系，全面开展就业指导及就业跟踪服务工作。

10. 依据学校《江苏联合职业技术学院中华中专办学点毕业生跟踪服务制度》，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。

11. 依据学校《江苏联合职业技术学院中华中专办学点教学诊断与改进工作实施方案》，坚持从学校、专业、课程、教师、学生五年方面开展常态化自主诊断、自我改进，形成报告，并结合人才培养工作状态数据，编制年度质量报告，借助大数据管理平台，科学诊断人才质量，有效改进优化。

十一、毕业要求

学生学习期满，经考核、评价，符合下列要求的，予以毕业：

1. 综合素质毕业评价等级达到合格及以上。

2. 根据本方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格，修满本方案中规定的 270 个学分。

十二、其他事项

（一）编制依据

- 1.《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）；
- 2.《教育部职业教育与成人教育司关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）；
- 3.《职业教育专业目录》（2021年）；
- 4.《职业教育专业简介》（2022年修订）；
- 5.《职业教育专业教学标准》（2025年修（制）订）；
- 6.《职业学校专业（类）岗位实习标准》；
- 7.《关于深入推进五年制高职人才培养方案制（修）订工作的通知》（苏联院教〔2023〕32号）；
- 8.《省教育厅关于印发五年制高等职业教育语文等十门课程标准的通知》（苏教职函〔2023〕34号）；
- 9.《江苏联合职业技术学院五年制高等职业教育电子商务专业指导性人才培养方案（2025版）》。

（二）执行说明

- 1.规范实施“4.5+0.5”人才培养模式，每学期周数按20周计算，其中教学周为18周（含实践周1周），考试周为1周，机动1周，总学时为4840学时。认识实习安排在第一学期开设，军事理论与军训不占教学周，在开学前进行。
- 2.理论教学和实践教学按16~18学时计1学分（小数点后数字四舍五入）。集中开设的技能实训课程及实践性教学环节按1周计30学时、1个学分。学生取得职业类证书或在各级各类比赛获奖可参照《江苏联合职业技术学院中华中专办学点学分折算说明》折算一定学分。
- 3.思想政治理论、历史和艺术课程，按18周计算学时，因集中

实践周导致学时不足的部分，利用自习课补足。语文等其他公共基础必修课程按 16 周计算学时，多余学时用于复习、实践或机动安排。

4. 学校结合区域、行业实际、办学定位和人才培养需要对专业课程进行模块化课程设计，依托体现新方法、新技术、新工艺、新标准的真实生产项目和典型工作任务等，开展项目式、情境式教学，结合人工智能等技术实施课程教学的数字化转型。本专业与博西家电中国有限公司开展现代学徒制试点建设工作，依托博西家电客户服务、直播岗位，构建“岗位导向、工学交替”课程体系。实施采用“双导师+双考核”，校企导师分别带教，按岗位表现与成果联合评分。有效实现三方共赢：学生获头部企业经验，企业降培训成本，专业形成可复制样板。

5. 坚持立德树人根本任务，全面加强思政课程建设，整体推进课程思政。充分发掘各类课程的思想政治教育资源，发挥课程的育人功能。依托校社共建、馆校合作等平台，在校外建立了雨花台烈士纪念馆、陶行知纪念馆等校外德育实践基地，定期组织学生到实践基地利用专业技能开展志愿服务、社会实践等活动，拓展技能服务社会渠道，提升学生社会责任感与公民意识。

6. 将劳动教育、创新创业教育、国家安全教育、国防教育等融入专业课程教学和有关实践教学环节中，开展校园“自我管理与社会参与”德育实践周活动，在实践周中开设劳动精神、劳模精神和工匠精神专题教育不少于 16 学时，培养“金的人格，铁的纪律”的职业素养。

7. 加强和改进美育工作，以音乐、美术课程为主体开展美育教育，积极开展艺术实践活动，艺术教育必修内容安排 2 个学分。

8. 任选课程根据专业需求，以拓展学生人文素养、专业素质为宗旨，以线上和线下课程相结合的方式开设公共基础任选课程 10 门、专业拓展任选课程 14 门，考核方式均为考查。

9. 根据岗位能力和就业需求,鼓励学生具备普通话水平测试二级乙等及以上、全国计算机等级考试一级、高等学校英语应用能力 B 级同等水平及以上的通用能力的至少一项。

10. 岗课赛证融通培养职业技能,鼓励学生通过课堂教学取得电子商务师、营销师等相关职业类证书,教学要求纳入课程教学模块,开展过程性评价,并给予学生多个选择方案。推行“赛证融通”:把江苏省职业院校技能大赛“电子商务技能”赛项评分标准植入《网店运营》《网络营销》课程期末考核。相关职业类证书简介如下:

(1) 网店运营推广证书(中级),发证单位:北京鸿科经纬科技有限公司。

(2) 电子商务师证书(中级),发证单位:中华人民共和国工业和信息化部。

(3) 互联网营销师(五级),发证单位:中华人民共和国人力资源和社会保障部已备案评价组织。

11. 依据学校《江苏联合职业技术学院中华中专办学点毕业设计工作管理规定》,加强毕业设计全过程管理,全面检查学生知识与技能的掌握度,培养学生独立研究与实践创新能力,强化专业责任感和学术诚信意识。

12. 加强岗位实习管理,由学校与企业根据生产岗位工作要求共同制订岗位实习教学计划,教学活动主要由企业组织实施,学校参与管理和评价。为了培养高素质技能人才,根据以博西家电中国公司为代表的校企合作项目需求和现代学徒制的建设要求,在电子商务运营实训中安排网络营销和网店客服岗位的真实情境开展技能教学。同时深入校企合作企业和岗位生产一线进行调研和实践,紧跟时代发展和产业行业前沿,明晰职业能力要求,在数字商务、金融科技领域开发新的合作单位与实习岗位,将新方法、新技术、新工艺、新标准融入岗位实习等教学活动中。

13. 博西家电现代学徒制经验推广到“跨境直播”方向，计划引入1—2家跨境电商龙头企业，拓展校企合作领域，引进国际先进的教学理念、课程体系和教学方法，开展学生交换、教师互访、联合培养等项目，拓宽学生的国际视野，提升专业的国际化水平和人才培养质量。

（三）研制团队

序号	姓名	单位名称
1	黄超	江苏联合职业技术学院中华中专办学点
2	徐海燕	江苏联合职业技术学院中华中专办学点
3	周俐萍	江苏联合职业技术学院中华中专办学点
4	杨艳秋	江苏联合职业技术学院中华中专办学点
5	朱颖颖	江苏联合职业技术学院中华中专办学点
6	凌晓	江苏联合职业技术学院中华中专办学点
7	阮卫华	江苏经贸职业技术学院
8	李涛	南京市教育局职教成人教研室
9	刘雨翎	博西家用电器（中国）有限公司
10	笪敏敏	博西家用电器（中国）有限公司

附件：五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表

五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表

类别	性质	序号		课程名称	学时及学分			每周教学时数安排										考核方式	
					学时	实践教学学时	学分	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	考试	考查
								17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	14+4周	18周		
公共基础课程	必修课程	思想政治理论课程	1	中国特色社会主义	36	0	2	2										√	
			2	心理健康与职业生涯（I）	36	0	2		2									√	
			3	哲学与人生	36	0	2			2								√	
			4	职业道德与法治	36	0	2				2							√	
			5	思想道德与法治	48	16	3					3						√	
			6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	0	2							2				√	
			7	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	0	3								3			√	
			8	形势与政策	24	0	1							总 8	总 8	总 8		√	
		9	语文	288	48	18	4	4	4	2	2	2					√		
		10	数学	256	24	16	4	4	2	2	2	2					√		
		11	英语	256	48	16	4	4	2	2	2	2					√		
		12	信息技术	128	64	8	2	2	2	2							√		
		13	体育与健康	288	256	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		√	
		14	艺术（美术、音乐）	36	12	2	1	1											√
		15	历史	72	4	4	2	2										√	
		16	心理健康与职业生涯（II）	16	0	1								1					√
		17	国家安全教育	16	4	1									1				√
		18	劳动教育	16	4	1	1												√
		19	地理	64	12	4	2	2											√
		20	创新创业教育	32	6	2								2					√
		21	中华优秀传统文化	32	6	2									2				√
	任选课程	22	书法/数学文化	34	2	2				2									√
		23	人工智能/古诗词欣赏	34	2	2						2							√
		24	普通话/应用文写作	34	2	2			2										√
		25	社交礼仪/大学英语	34	2	2								2					√
		26	健美操/八段锦	28	2	2										2			√
公共基础课程小计					1960	514	120	24	23	16	14	11	10	7	10	4	0		
专业课程	专业平台课程	必修课程	1	市场营销	68	34	4	4										√	
			2	电子商务基础	68	34	4		4									√	
			3	图形图像处理	102	68	6			6								√	
			4	会计基础	68	20	4				4							√	
			5	现代物流管理	68	34	4					4						√	
			6	国际贸易基础	68	34	4						4						√
			7	管理学基础	68	34	4							4					√
			8	经济学基础	68	34	4								4				√
	专业核心课程	必修课程	9	网络营销	68	34	4			4								√	
			10	视觉营销设计	102	68	6				6							√	
			11	客户服务	68	42	4					4						√	
			12	社群运营	68	34	4					4						√	

专业拓展课程		13	新媒体运营	68	34	4					4					✓			
		14	直播运营实务	102	68	6					6					✓			
		15	商务数据分析与应用	68	34	4						4				✓			
		16	网店运营	102	68	6						6				✓			
	必修课程	17	电商运营技能	68	36	4			4									✓	
		18	网页设计与制作	68	36	4					4							✓	
		19	移动电商	68	36	4							4					✓	
		20	网络消费者行为分析	34	18	2								2				✓	
		21	电商法律法规	34	18	2								2				✓	
		22	短视频制作	56	34	4									4			✓	
		23	跨境电商	56	32	4									4			✓	
		任选课程	24	企业沙盘模拟经营/市场调研与分析	68	45	4				4								✓
			25	统计基础/大数据基础	68	40	4						4						✓
			26	互联网金融/智慧商业	51	40	3								3				✓
			27	商务软文写作/商务英语	51	33	3								3				✓
			28	AI 电商设计基础与实务/高级办公软件应用	28	20	2									2			✓
			29	商品拍摄/互联网产品开发	56	42	4									4			✓
			30	供应链管理/品牌管理	56	42	4									4			✓
		专业课程小计			1986	1146	120	4	4	14	14	16	18	18	14	18	0		
		实践性教学环节	1	军事理论与军训	30	30	1	1周											✓
	2		认识实习	30	30	1		1周										✓	
	3		网络营销技能实训	30	30	1			1周									✓	
	4		视觉营销设计技能实训	30	30	1				1周								✓	
	5		客户服务管理技能实训	30	30	1					1周							✓	
	6		直播电商技能实训	30	30	1						1周						✓	
	7		网店运营推广技能实训	30	30	1							1周					✓	
	8		电子商务综合实训	30	30	1								1周				✓	
	9		毕业设计	120	120	4									4周			✓	
	10		岗位实习	540	540	18										18周		✓	
	实践性教学环节小计			900	900	30	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	4周	18周			
	合计			4846	2560	270	28	27	30	28	27	28	25	24	22	0			

说明：中国特色社会主义、心理健康与职业生涯（Ⅰ）、哲学与人生、职业道德与法治、历史、艺术按 18 周计算学时，其余公共基础课程按 16 周计算学时，每 16～18 学时折算 1 学分。专业课程按实际开设周数计算学时，每 16～18 学时折算 1 学分。实践性教学环节按实际开设周数计算学时，1 周为 30 学时,并折算 1 学分。

撰写要求：所有课程（包括办学单位自主开设课程）都应明确学时、实践教学学时、学分、开设学期和考核方式。