

电子商务专业人才培养方案

(适用年级:2019 级)

铜仁职业技术学院

二〇一九年九月

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) 招生对象与学制.....	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.....	5
(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.....	8

(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.....	9
(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.....	11
(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.....	21
十一、人才培养学时学分结构统计.....	26
十二、人才培养教学团队.....	26
(一) 结构比例.....	26
(二) 教师队伍.....	26
十三、人才培养实训条件.....	27
(一) 校内实训环境.....	27
(二) 校外实训环境.....	27
十四、人才培养教学资源.....	28
(一) 专业资源.....	28
(二) 课程资源.....	28

十五、人才培养制度保障.....	29
十六、人才培养制定依据.....	29
(一) 人才培养需求调研.....	29
(二) 国家的相关政策文件.....	30
十七、审定意见.....	31
(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.....	31
(四) 院长办公会意见.....	32
(五) 党委会意见.....	32

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）招生对象与学制

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三年

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、视觉设计等工作的高素质技术技能人才。

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。

类别	素质标准
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。 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。

能力类别	能力标准
	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 151 学分。
- 2、顶岗实习考核合格。
- 3、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、获得院级三好学生、优秀学生干部等荣誉称号。
- 2、获院级技能大赛及文体活动竞赛三等奖以上。
- 3、参加青年志愿者活动获得院级以上表彰者。
- 4、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、获得市级以上优秀学生干部、三好学生等荣誉称号。
- 2、获得市级以上技能大赛及文体活动竞赛三等奖以上。
- 3、参加青年志愿者活动获得市级以上表彰者。

4、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 151 学分。

(2) 顶岗实习考核合格。

(3) 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。

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；

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； 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；

（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 新媒体营销
网店运营	运营管理	网店运营
数据分析		电子商务数据分析与应用
信息收集	客户管理	客户服务与管理
客户管理		消费者行为分析 商务沟通
客户维系与管理		市场调研与分析
商品信息采编	视觉设计	电子商务基础与应用
店铺装修		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(公共课)：包括《入学教育》、《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》、《大学生心理健康教育》、《创业思维与训练》、《大学生职业职业生涯与就业指导》、《贵州省情》、《公共英语》、《毕业教育》、《计算机应用基础》等 25 门课程构成，总学时 780 学时，计 41 学分。

2、专业基础课程：包括《电子商务基础》、《电子商务法律法规》、《消费者行为分析》、《市场营销》、《市场调研与分析》、《电子商务物流》、《图形图像处理》、《跨境电子商务》8 门课程构成，理论 220 学时，实践 280 学时，共 500 学时，计 30 学分。

3、专业核心课程：包括《商品信息采编》、《网页设计与制作》、《网络营销》、《客户服务与管理》、《电子商务数据分析与应用》、《网店运营》、《移动商务》7 门课程及顶岗实习构成，理论 180 学时，实践 768 学时，共 948 学时，计 50 学分。

4、专业拓展课程：包括《农产品营销》、《软文写作》、《商务沟通》、《新媒体营销》、《视频采编》、《程序设计基础》、《电子商务沙盘模拟实训》、《网店基础操作实训》等 17 门课程构成，共 582 学时，计 35 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工的能力。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	<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)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。</p> <p>(2)了解用户体验、视觉定位、店铺结构、商品陈列。</p> <p>(3)掌握文案完美视觉化技巧。</p> <p>(4)了解商品主图、直通车推广图片设计、钻石广告设计。</p> <p>(5)了解首页、内页。</p> <p>(6)掌握视觉营销数据化。</p>						
教学重点与难点	<p>重点：网店视觉营销综述、网店布局、文案完美视觉化</p> <p>难点：流量引导、提升转化率设计、视觉营销数据化</p>						
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、了解分析网络场营销环境、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、核心课程六：移动商务

课程名称	移动商务				课程编码	04431306	
实施学期	4	总学时	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	本课程系统地介绍微信营销与运营需具备的理论知识和实践能力，通过学习该课程并用公众号进行实践，对公众号含义、公众号的排版、自定义菜单、及对微信后台统计数据进行分析，能够熟悉个人微信号和公众号的运营策略、技巧和手法，并了解微信运营的整个运营框架体系。						
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）学生能够熟练微信公众号编辑图文，对后台认识，掌握吸粉方案并运用。 （2）学生应当能够认识微信、了解微信营销的价值和实战推广技巧并能灵活运用微信； （3）具备微信运营的规划和运营策略能力，能够有效的开展微信营销与运营的相关活动。						
教学重点与难点	重点：具备微信营销与运营的理论知识和实践能力； 难点：掌握微信涨粉的策划及实践能力、微信运营的规划和运营策略能力；						
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%）。						

7、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	统考	学时（周）数			按学年及学期分配						
课程结构	序号	课程	课程	课程	课程类型			学 时	总 学 时	理论学 时	实践	第一学年		第二学年		第三学年	
		编码	性质	名称		学时	第一				第二	第三	第四	第五	第六		
							(16周)				(18周)	(18周)	(18周)	(14周)	(18周)		
基本素质课程	1	10001101	必修	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	B	4	72	36	36		72						线下授课
	2	10001102	必修	思想道德修养与法律基础	B	3	54	34	20	54							线下授课
	3	08001201	必修	公共英语(1)	B	2	28	24	4	28							线下授课
	4	08001203	必修	公共英语(2)	B	2	36	32	4		36						线下授课
	5	11001101	必修	体育与健康 I	B	2	28	4	24	28							线下授课
	6	11001102	必修	体育与健康 II	B	2	36	4	32		36						线下授课
	7	09001106	必修	军事技能训练	C	2	112		112	112							线下授课
	8	09001123	必修	军事理论	A	2	36	36		36							线上+线下
	9	09001130	必修	形势与政策 I	A	1	18	18		18							线下授课
	10	09001131	必修	形势与政策 II	A	1	18	18			18						线下授课
	11	09001132	必修	形势与政策 III	A	1	18	18				18					线下授课

	12	09001133	必修	形势与政策IV	A	1	考查	18	18					18			线下授课	
	13	09001134	必修	大学语文 I	B	2	考查	28	22	6	28						线下授课	
	14	09001119	必修	计算机应用基础	B	3	考查	54	26	28	54						线下授课	
	15	09001118	必修	大学生心理健康教育	A	2	考查	36	36				36				线下授课	
	16	09001120	必修	创新创业教育	B	2	考查	36	18	18			36				线下授课	
	17	09001111	必修	大学生职业生涯规划与就业指导	A	2	考查	36	36			36					线下授课	
	18	09001112	必修	贵州省情	A	1	考查	18	18				18				线下授课	
	19	09001122	必修	安全教育 I	A	0.5	考查	4	4			4					线上授课	
	20	09001121	必修	安全教育 II	A	0.5	考查	4	4				4				线上授课	
	21	10001104	必修	学习方法	A	1	考查	18	18				18				线上授课	
	22	09001115	必修	创新思维	A	1	考查	18	18			18					线上授课	
	23	09001116	必修	管理沟通	A	1	考查	18	18			18					线上授课	
	24	09001104	必修	入学教育	A	1	考查	18	18			18					线下授课	
	25	09001105	必修	毕业教育	A	1	考查	18	18							18	线下授课	
	小计								41	0	780	496	284	452	274	18	18	
行业通用课程	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	

(专业基础课)	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	图形图像处理	B	4	考试	72	22	50		72					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	电子商务物流管理	B	4	考试	72	36	36				72			线下授课
	7	04431207	必修	跨境电子商务	B	4	考试	56	28	28						56	线下授课
	8	04431208	选修	电子商务法律法规	B	2	考查	28	14	14						28	线下授课
小计						30		500	220	280	128	144		144	84		
岗位能力课程 (专业核心课)	1	04431301	必修	商品信息采编	B	4	形成性考试	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	网店运营	B	4	形成性考试	72	22	50			72				线下授课
	5	04431305	必修	电子商务数据分析与应用	B	2	形成性考试	36	16	20			36				线下授课
	6	04431306	必修	移动商务	B	4	形成性考试	72	22	50				72			线下授课
	7	04431307	必修	网页设计与制作	B	4	形成性考试	72	36	36				72			线下授课
	8	04431308	必修	顶岗实习	C	24	考查	480	0	480							480
小计						50		948	180	768	0	0	324	144	0	480	
能力拓展课程	1	04431401	必修	新媒体营销	B	4	考试	72	22	50				72			线下授课

2	04431402	必修	农产品营销	B	4	考试	56	20	36					56		线下授课
3	04431403	必修	软文写作	B	4	考试	72	36	36		72					线下授课
4	04431404	选修	商务沟通	B	2	考查	28	14	14					28		线下授课
5	04431405	选修	视频采编	B	2	考查	36	12	24			36				线下授课
6	04431406	必修	程序设计基础	B	4	形成性考试	56	20	36					56		线下授课
7	04431407	选修	电子商务沙盘模拟实训	B	2	形成性考试	36	12	24			36				线下授课
8	04431408	必修	网店基础操作实训	B	2	形成性考试	36	18	18		36					线下授课
9	04431409	选修	财经应用文写作	B	2	考查	36	18	18		36					线下授课
10	04431410	选修	求职礼仪及面试技巧	B	2	考查	28	14	14					28		线下授课
11	04431411	选修	语言类	A	1	考查	18	18	0	18						线上授课
12	04431412	选修	财经商贸类	A	1	考查	18	18	0		18					线上授课
13	04431413	选修	电商创业类	A	1	考查	18	18	0			18				线上授课
14	04431414	选修	网络营销类	A	1	考查	18	18	0				18			线上授课
15	04431415	选修	文案类	A	1	考查	18	18	0		18					线上授课
16	04431416	选修	商务策划类	A	1	考查	18	18	0			18				线上授课
17	04431417	选修	文学类	A	1	考查	18	18	0		18					线上授课
小计					35		582	312	270	18	198	108	90	168		
学分总计					156											
课时总计							2810	1208	1602	598	652	414	396	252	498	
课程门数							共计 58 门，共 156 学分。其中必修课 45 门，137 学分，选修课 13 门（至少选修 10 门，达 14 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	24	422	422	0	15.02%
(理论+实践)课	106	1748	786	962	62.21%
纯实践课	26	640	0	640	22.78%
合计	156	2810	1208	1602	100%
理论教学时数：实践教学时数			1:1.33		

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、大兴工业园区中国特色. 铜仁馆，西拓培训基地，铜仁市现代商贸物流有限公司等 6 个稳定的教学实训基地，其中大兴工业园区中国特色. 铜仁馆为紧密型合作企业，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。电子商务专业校外实训基地见下表。

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、师资互聘政校企合作
5	铜仁高新区念乡电子商务有限公司	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、《国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知》（国发〔2019〕4号）。
- 2、《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）。
- 3、《省教育厅办公室关于组织做好职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》（黔教办职成函〔2019〕307号）。
- 4、《教育部关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（教高〔2006〕16号）文件。
- 5、《教育部关于充分发挥行业指导作用推进职业教育改革发展的意见》（教职成〔2011〕6号）。
- 6、《教育部关于推进中等和高等职业教育协调发展的指导意见》（教职成〔2011〕9号）。
- 7、《教育部、财政部关于支持高等职业学校提升专业服务产业发展能力的通知》（〔2011〕11号）。
- 8、《教育部关于推进高等职业教育改革创新引领职业教育科学发展的若干意见》（教职成〔2011〕12号）。
- 9、《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020）》。
- 10、《铜仁职业技术学院关于制（修）订工学结合人才培养方案的指导意见》铜职院教字〔2012〕10号文件。
- 11、《铜仁职业技术学院高职专业人才培养方案制定与实施细则》〔铜职院发〔2019〕63号文件〕。

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

(盖章)
年 月 日

(5) 党委会意见

(盖章)
年 月 日

