
电子商务专业人才培养方案

XXXX 学院

二〇二二年六月

一、专业名称及代码

电子商务 (530701)。

二、入学要求

普通高级中学毕业。

三、修业年限

三年。

四、职业面向

(一) 职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 职业面向一览表

专业所属大 类（代码）	专业类 （代码）	本专业所对应 的行业（代码）	主要职业类 别（代码）	主要岗位类 别 （或技术领域）	职业技能等 级证书举例
财 经 商 贸 大 类（53）	电子商务 类(5307)	互联网和相关服 务业（64）	商 务 专 业 人 员（2-06-07）	运营主管全渠道 营销主管 020 销 售主管	网 店 运 营 推 广 职 业 技 能 等 级 证 书 (中 级)
		批发业（51）	采 购 人 员 （4-01-01）	智能客服主管	电 子 商 务 数 据 分 析 职 业 技 能 等 级 证 书 (中级)
		零售业（52）	销 售 人 员 （4-01-02）	视觉营销设计师	电 子 商 务 师 职 业 技 能 等 级 证 书 (四 级)
		商务服务业(72)	商 务 咨 询 服 务 人 员 （4-07-02）	互联网产品开发 主管	互 联 网 营 销 师 职 业 技 能 等 级 证 书 (四 级)
				互联网营销师	

注：(1)所属专业大类和所属专业类：依据《职业教育专业目录(2021 年)》

(2)对应行业(代码)：依据《国民经济行业分类与代码》(GB/T 4754-2017)

(3)主要职业类别(代码)：依据《中华人民共和国职业分类大典》(2015 版)

(4)职业技能等级证书应涵盖但不限于“1+X”中的“X”证书

（二）毕业生职业发展路径

毕业生职业发展路径如表 2 所示：

表 2 毕业生职业发展路径表

岗位类型	岗位名称	岗位要求
初始岗位	网店运营助理；网络客服； 电商美工助理；	具有运用各大电商平台 进行网店运营、客户服务和 网店装修的能力
发展岗位	运营主管；智能客服主管； 视觉营销设计师；互联网 产品开发主管	能对各大电商平台进行 网 店运营管理、客户管 理、 选品和视觉营销设 计的能力
迁移岗位	跨境电子商务专员	能对各大跨境电商平台 进 行选品和网店运营管 理

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

为贯彻落实国家专业教学标准，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、**创新意识和创业精神**，精益求精的**工匠精神**，掌握经济贸易、管理、电子商务及互联网基础理论和技能，具有较高的外语、计算机水平，适应互联网和大数据环境下新经济发展需求，具备互联网创新创业素质、人文精神和科学素养，在电子商务/互联网企业与现代服务业、事业单位和政府部门从事电子商务应用与管理工作较强的就业能力和可持续发展的能力；能够从事网店运营、社群运营、数据化运营、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工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习电子商务专业知识并完成有关实习实训基础上,全面提升素质、知识、能力,掌握并实际运用岗位(群)需要的专业核心技术技能,总体上须达到以下要求:

1.素质

(1)坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度,在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下,践行社会主义核心价值观,具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

(2)崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动,履行道德准则和行为规范,具有社会责任感和社会参与意识。

(3)具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维和创业精神。

(4)勇于奋斗、乐观向上,具有自我管理能力、职业生涯规划的意识,有较强的集体意识和团队合作精神。

(5)具有健康的体魄、心理和健全的人格,掌握基本运动知识和 1~2 项运动技能,养成良好的健身与卫生习惯,以及良好的行为习惯。

(6)具有一定的审美和人文素养,能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

(7)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。

2.知识

(1)掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(2)能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的电子商务法律法规、互联网交易安全、质量管理等相关知识与技能,了解电子商务产业文化,遵守职业道德准则和行为规范,具备社会责任感和担当精神。

(3)掌握计算机应用、网络技术的基本理论,电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。

(4)掌握零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等方面的专业基础理论知识。

(5)能够使用各类平台营销推广方法与营销工具,完成活动文案设计、资源整合、营销活动、广告投放、效果评估和媒体公关。

(6)能根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成O2O运营目标。

(7)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。

(8)掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法。

(9)掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识。

(10)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。

3.能力

(1)具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2)具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(3)具有一定的哲学、美学、伦理、计算、数据、交互、互联网思维能力。

(4)能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等。

(5)掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，能够根据摄影色彩、构图策略进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片；能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度。

(6)具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作。

(7)具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，具备一定的网店设计与装修的能力，能够根据产品页面需求，进行页面设计、布局、美化和制作。

(8)能够根据网站(店)推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化。

(9)具有行业产品分析、市场细分的能力，能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理。

(10)具有电子商务数据分析的能力，能够根据运营目标采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户等各类数据，对其进行分析与预测。

(11)能够正确进行网络营销,应对客户咨询、异议、处理客户投诉,进行客户个性化服务等。

(12) 具有全渠道市场调查与分析、活动策划的能力,能够运用线下渠道及移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理。

六、课程设置及要求

本专业课程主要包括职业素质养成模块和专业技能模块课程。

(一) 职业素质养成模块

根据党和国家有关文件规定,将思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、体育、军事理论与军训、劳动教育、大学生职业发展与规划、就业与创业指导、心理健康教育、创新创业教育、文学与艺术欣赏、公共外语、计算机应用基础必修课。职业素质养成模块要求从学生个体发展与社会需求相统一的视角把握培养目标,培养他们诚信、务实、勇于进取,有责任心,吃苦耐劳的性格,提高社会适应能力、心理承受能力和行为调控能力,并将思政教育贯穿教学全过程,使他们学会学习、学会生存、学会做人、学会发展,激发学生的创新思维和创业潜能,提高学生的综合素质。

(二) 专业技能模块

1.专业基础课程。电子商务概论、电子商务法律法规、商务数据分析与数据化运营、管理学基础、市场营销策划、零售基础、搜索引擎优化。

2.专业核心课程。网络营销、社群运营、视觉营销设计、文案策划、网店运营、互联网产品开发、互联网销售、新媒体运营。

3.专业拓展课程。客服管理、电商运营综合实训、跨境电商平台应用、移动电商综合实训、PS 图片处理、短视频与直播运营、基础会计。

所有的专业课程要求强化实践教学,打破理论与实践课程的分离式教学模式,提高实践教学的学时比例,理论、实践教学在时间上、场所上、教师上均实现一体化。学生还可以通过参加 1+X 职业等级认证考试置换学分,在获得相应技能等级证书前提下,按照学校相关管理办法进行学分置换。

(三) 课程主要教学内容

本专业公共基础课程设置及要求如下表 3 所示,专业课程设置及要求如下表 4 所示。

表 3 公共基础课程设置及要求形势与政策本专业毕业生在素质、知识和能力等方面需达到以下要求：

表 3 公共基础课程设置及要求

形势与政策	开设学期	第 1-5 学期	周学时	8	总学时	40
课程性质、适用专业	《形势与政策》是高等学校思想政治理论必修课，是一门公共基础课。是对学生进行形势与政策教育的主渠道和主阵地，适用于高职高专各专业					
教学目标	1. 知识目标引导和帮助学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识，包括马克思主义的形势与政策观、科学分析形势与政策的方法论、形势发展变化的规律、政策的产生和发展、政策的本质和特征等基础知识 2. 素质能力目标培养学生掌握正确分析形势和理解政策的能力，特别是对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点、疑点问题的思考、分析和判断能力。					
教学内容 (组织实施)	本课程分专题来讲授，要求担任本课程的专职与兼职教师要根据教育部每学期印发的《高校“形势与政策”教育教学要点》，结合上级有关部门提供教学辅导资料，进行集体备课，统一安排教学内容。					
考核方式	实行学期考核制，考核方法可以灵活多样，由任课教师根据授课内容及要求决定。可以采用命题制卷考试（开卷）、写小论文、撰写调查报告等形式。					
毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	开设学期	第 2 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、适用专业	本课程是中宣部、教育部规定的高校思想政治理论系列课程之一。课程以中国化的马克思主义为主线，以中国特色社会主义建设为重点，是适用于大学本科和高职专科各专业的公共必修课。					
教学目标	1. 知识目标（1）通过教学，学生能把握毛泽东思想及中国特色社会主义理论体系几大成果的产生背景、实践基础、主要内容、历史地位及重大意义。 2. 能力目标学生能系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，形成正确的世界观、人生观、价值观。在生活和工作自觉运用方法论去认识问题、解决问题。					
教学内容 (组织实施)	本课程实行“章节授课+实践教学”的教学模式，理论与实践教学紧密结合。以理论课堂为主，突出课堂实践教学环节，根据内容需要实行案例分析、专题讨论、观看视频、主题演讲、学生制作 PPT 主讲等多种教学方式提高学生学习的积极性，增加“课堂新闻播报”教学环节，课堂教学与时政知识相结合。					

考核方式	本课程为期末闭卷统一考试总成绩=平时成绩 30%+技能成绩 30%+期末考试成绩 40% 平时成绩=考勤（30 分）+课堂参与（60 分）+作业（10 分）					
思想道德修养与法律基础	开设学期	第 1 学期	周学时	3	总学时	60
课程性质、适用专业	本课程是中宣部、教育部规定的高校思想政治理论系列课程之一。是大学学生的“第一课”，是学院各专业的公共基础课。					
教学目标	<p>知识目标：学习新时代大学生的历史使命，社会主义核心价值观，继承和弘扬中华传统美德和中国革命道德，树立为人民服务的思想，弘扬集体主义精神，培养良好的道德品质和高尚的道德人格；揭示人的本质，探讨人生意义，增强社会主义法律意识、树立社会主义法治观念，正确行使法律权利、履行法律义务，学习正确的择业观、创业观，选择正确的人生道路。</p> <p>能力素质目标：通过本课程学习，帮助大学生树立正确的世界观、人生观、价值观，培养大学生的健全人格以及良好的思想道德素质和法律素质，使大学生逐渐成长为德智体美全面发展的社会主义事业的合格建设者和可靠接班人。</p>					
教学内容 (组织实施)	本课程实行“章节授课+实践教学”的教学模式，理论与实践教学紧密结合。以理论课堂为主，课外实践教学辅，实施一课一得一课一品。					
考核方式	本课程为期末闭卷统一考试总成绩=平时成绩 30%+技能成绩 30%+期末考试成绩 40% 平时成绩=考勤（30 分）+课堂参与（60 分）+作业（10 分）					
心理健康	开设学期	第 1 学期	周学时	2	总学时	40
课程性质、适用专业	<p>课程性质：开设《心理健康》课程，旨在使学生明确心理健康的标准及现实意义，掌握并应用心理健康知识，培养良好的心理素质、自信精神、合作意识和开放的视野，培养学生的自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，全面提高学生心理整体素养，为学生终身发展奠定良好、健康的心理素质基础。</p> <p>适用专业：适用于全院各专业大一高职学生；</p> <p>开课时间安排：现结合我院师资等具体情况，分两个学期开设。大一第一学期：xxxxxx 学院；大一第二学期：xxxxxx 学院。</p>					
教学目标	通过主体体验性《心理健康》课程教学与实践活动，使学生了解心理健康基本知识，掌握基本的心理调适方法；提升学生的自我认知能力、环境适应能力、心理调适能力、应对挫折能力。进一步增强学生的自信心和耐挫性，培养学生乐观积极的生活态度和顽强的意志品质，通过理论与实践的有机融合，达到培养学生良好心理素养的目的，从而为他们的全面发展提供良好的基础。					

教学内容（组织实施）	本课程教学内容共十一个主题，根据各章节教学内容的特点，采取的教学方法有课堂讲授、课堂活动、案例分析、小组讨论、心理测试、情景表演、角色扮演、团体训练等。同时在互动体验式的教学理念的指导下，通过多种实践教学形式，重视培养大学生的自我心理调适能力。开展心理测试、心理健康月活动、校园心理情景剧、个体心理咨询等多种实践活动，有效提升学生的心理自助能力，促进学生的心理成长。					
考核方式	技能测验、随堂考试					
计算机应用基础	开设学期	第 1 学期	周学时	2	总学时	40
课程性质、适用专业	课程性质：公共基础课适用专业：所有专业					
教学目标	掌握 Windows10 操作系统的基本操作，掌握文字处理软件 Word 2016、电子表格处理软件 Excel 2016、演示文稿软件 PowerPoint2016 等办公软件在实际工作和学习中的操作应用；培养学生良好的计算机文化意识和信息素养，培养学生独立完成项目的的能力，树立团队合作精神。					
教学内容（组织实施）	<p>（一）Windows10 操作系统。1. Windows10 基本知识、基本操作 2. Windows 10 的文件管理 3. Windows 10 的系统环境设置</p> <p>（二）文字处理软件 Word 2016。1. Word 2016 的基本知识 2. Word2016 文档格式设置 3. Word2016 文档的图像及图形插入与编辑 4. Word2016 表格的制作 5. Word2016 长文档制作 6. Word2016 邮件合并</p> <p>（三）电子表格处理软件 Excel 2016。1. Excel 2016 的基础知识 2. Excel 2016 数据的操作及工作表的格式化 3. Excel 2016 工作表函数（sum\average\count\max\min\if\rank） 4. Excel 2016 工作表函数（vlookup、sumif） 5. Excel 2016 数据管理 6. Excel 2016 图表与透视表的制作</p> <p>（四）演示文稿制作软件 PowerPoint2016。1. PowerPoint2016 的基本操作 2. PowerPoint2016 幻灯片的制作（内容编辑、外观设置、动画设置） 3. PowerPoint2016 幻灯片的放映设置 4. PowerPoint2016 幻灯片内容的超链接技术及演示文稿打包等操作。</p>					
考核方式	<p>1. 考核方式：随堂上机考试。</p> <p>2. 考核分值比例：考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期终考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含练习作业、学习态度、出勤情况、课堂表现。</p> <p>3. 技能测试：上机实训。</p> <p>4. 期末考核：超星平台及使用全国计算机等级考试模拟软件。</p>					
大学生创新创业基础	开设学期	第 2 学期	周学时	2	总学时	40

课程性质、适用专业	《大学生创新创业基础》课程是面向全院大学生开设的一门公共基础课，帮助大学生转变就业观念，拓宽就业渠道，培养创新能力，塑造创新人才，进行创新创业普及化教育。本课程适用于全院所有专业。					
教学目标	第一，培养创新精神和科学创业观。正确理解创新创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创新创业规律，积极投身创新创业实践。第二，教授创新创业知识，使学生掌握开展创新创业活动所需要的基本知识。第三，提升创新创业能力。掌握创新思维的方法、理论和技巧，掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法，熟悉新企业的开办流程与管理，提高创新创业综合素质和能力					
教学内容 (组织实施)	课上以任务为导向，课后辅以慕课为参考。主要学习模块包括：创业与创业教育、创业者与创业精神、创业机会与创业项目、商业模式设计与创新、创业风险与融资、各类创业大赛与创业计划撰写介绍、商业计划书路演。					
考核方式	考核方式：商业计划书撰写和路演。考核分值比例：平时成绩 30%+计划书撰写 30%+路演 40%。技能考核项目、考核项目评分标准：7 人为一组能够撰写出一份较为完整的商业计划书。路演及评分标准：PPT 制作（40%）、路演流畅性（10%）、项目介绍完成性（30%）、回答问题情况（20%）。					
(就业与创业指导)	开设学期	第 4 学期 或第 5 学期	周学时	2	总学时	20
课程性质、适用专业	《就业与创业指导》课程是面向全院大学生开设的一门公共基础课，旨在培养大学生的就业创业的素养和能力，为就业、择业以及创业做准备。本课程适用于全院所有专业。					
教学目标	通过本课程的教学，能够树立起职业生涯规划 and 发展的自觉意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，能清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境，了解就业形势与政策法规，掌握基本的大学生就业信息、相关的职业分类知识以及就业、创业的基本知识。还应该通过课程提高学生的基本职业素质，比如职场礼仪、沟通技能、团队合作精神、自我管理技能和人际交往技能等。					
教学内容 (组织实施)	围绕着就业形势与政策、树立正确的就业观念、等 7 个模块，采用启发式教学，利用课堂提问、讨论、辩论、真人示范、模拟表演等方式促进学生创新思路，提高学生参与度；利用多媒体技术辅助教学，使教学形象化，增加学生兴趣，改善教学效果和质量；采用案例教育，提高学生的分析和研究能力；要培养学生阅读兴趣，拓宽知识面。					
考核方式	考核方式：技能考核+面试。考核分值比例：平时成绩 30%+技能测试 30%+模拟面试 40%。技能考核项目、考核项目评分标准：撰写一份参加人才招聘会的体验报告。模拟面试及评分标准：提交个人简历（40%）、面试礼仪表现（10%）、自我介绍表述（30%）、回答问题情况（20%）。					
职业生涯规划与规划	开设学期	第 1 学期	周学时	2	总学时	20

课程性质、适用专业	《职业生涯发展与规划》是面向 xxxxxxxx 学院全体学生开设的一门旨在为学生个人的职业生涯规划和发展提供理论和实践指导的职业核心能力素质课，通过教学活动帮助和引导学生认识自我、发现自我的同时认识职业环境，从而帮助学生做好职业决策，树立好职业目标，并做好职业生涯发展与规划。					
教学目标	使学生掌握职业生涯规划的基础知识和常用方法，树立正确的职业理想和职业观、择业观、创业观以及成才观，形成职业生涯规划的能力，增强提高职业素质和职业能力的自觉性，做好适应社会、融入社会和就业、创业的准备。					
教学内容 (组织实施)	本课程采用集中授课的方式，集中授课内容主要为自我探索，如性格、职业价值观、能力、职业兴趣等；其次为工作世界探索，主要内容为行业、职业探索及主要探索途径职业生涯人物访谈。最后为职业决策、目标及行动。					
考核方式	本课程考核分值比例为：平时 30%+技能测试 30%+期末考试 40%。其中，平时成绩为练习作业占 15%、课堂表现占 15%；技能测试为大学生职业生涯规划档案，占总成绩的 30%；期末考试为生涯人物访谈实践，占总成绩的 40%。					
军事技能训练	开设学期	第 1 学期	周学时		总学时	112
课程性质、适用专业	军事课是普通高等学校学生的必修课程。军事课要以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，以提升学生国防意识和军事素养为重点。					
教学目标	增强组织纪律观念、培养顽强拼搏和集体主义的精神，养成良好的军人姿态。通过军事技能课的强化训练，使大学生掌握基本的军事技能和军事素质。让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识。					
教学内容 (组织实施)	《军事技能》训练时间 2—3 周，实际训练时间不得少于 14 天 112 学时，记 2 学分。通过学习解放军条令条例教育与训练（轻武器射击、战术、队列、军体拳、捕俘刀等），队列基础动作，战术基础动作，《队列条令》教育与训练，《纪律条令》教育，《内务条令》教育，使学生基本掌握军事技能的动作要领。军事技能训练一般安排在新生入学后进行，采取聘请部队与国防生担任教官，校内集中组织的方式实施。在组织上，坚持以学院编成训练营、以专业编成连，营连长由部队教官担任、班排由国防生担任。					
考核方式	军事技能训练考核由学校 and 承训教官共同组织实施，成绩分优秀、良好、及格和不及格四个等级。根据学生参训时间、现实表现、掌握程度综合评定。军事课成绩不及格者必须进行补考，补考合格后取得相应学分。					
军事理论	开设学期	第 1 学期	周学时	2	总学时	36

课程性质、适用专业	军事课是普通高等学校学生的必修课程。军事课要以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，以提升学生国防意识和军事素养为重点。					
教学目标	通过开展国防教育，使大学生增强国防观念、掌握国防知识、发扬爱国主义精神，自觉履行国防义务。增强学生的组织纪律观念，培养艰苦奋斗的作风，提高学生的综合素质。让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识。					
教学内容 (组织实施)	在军事理论教学中，要掌握好深度和广度，不断改进教学方法，积极采用以计算机为中心的多媒体教学，确保教学质量。1、中国国防；2、中外军事思想；3、影响中国和世界历史进程的名将、战役和战争；4、国际战略环境与中国周边安全形势；5、军事高技术；6、信息化战争主要由教师讲授为主，学生适当参与。教师在讲课过程中根据教学内容，会设计一系列的问题，对学生进行提问，以促进其思考和参与。					
考核方式	平时考核 30%（出勤 10%+学习态度 20%）+技能考核 30%+期末考核 40%的计算方式，技能考核学生根据教师的要求撰写有关军事理论方面的论文，期末考核是闭卷考试，以百分制计分，根据卷面成绩、平时作业、考勤情况和课堂表现综合评定。军事课成绩不及格者必须进行补考，补考合格后取得相应学分。					
体育	开设学期	第 1-4 学期	周学时	2	总学时	160
课程性质、适用专业	体育课是以身体练习为主要手段，以增进学生体质、增进健康和提高体育素养为主要目标的必修课。把学习体育技能和身体锻炼作为增强体质、增进健康的主要手段，同时把与之相关的体育运动知识结合到课教学中。					
教学目标	培养学生对本课程正确认识，培养学生参与锻炼的积极性。实现体育运动的知识目标，主要是使学生掌握科学锻炼身体的基本原理和方法，用科学的理论知识指导实践。体育运动技能目标，是指学生通过体育课程学习，掌握一项或多项自己较为喜欢的运动项目和锻炼方法，并在某一方面形成一定的爱好和兴趣，为“终身体育”打好基础。					
教学内容 (组织实施)	1. 公共体育课：第一、二学期开设。开设项目：广播体操、田径、篮球、排球、武术、体育生理卫生、运动损伤、体育保健理论及身体素质练习：力量、速度、耐力、弹跳、协调、灵敏。 2. 体育选修课：第三、四学期开设。开设项目：网球、篮球、足球、排球、羽毛球、乒乓球、跆拳道、健美操、形体舞蹈、体育舞蹈、瑜伽健身。学生根据自己的运动基础和能力，在所开设的项目中选择一个有兴趣的项目进行学习。体育课程教学是以“教师为主导、学生为主体、培养学生掌握运动技能、提高运动能力、改善心理状况、增强团队协作意识为主线”的总体教学思路。					

考核方式	平时考核 30%（出勤 10%+学习态度 20%）+技能考核 30%+期末考核 40%的计算方式，以学生运动技能测试为主，技、战术及专项素质考试实行同一项目统一标准，实行教考分离模式。					
文学与艺术欣赏	开设学期	第 2 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、适用专业	本课程是根据人才培养需要开设的一门必修基础课程，教学对象为全校各院系各专业学生，通过优秀的文化和艺术形式及作品的赏析教学，培养学生的人文精神，提高美育素养，激发学生的爱国热情和文化自信。					
教学目标	1. 掌握中国古代文学精品，戏曲、电影艺术精品，以及书法、绘画艺术精品的相关知识。 2. 了解中国文化的发展历史和文化内涵。 3. 通过对各大知识板块内容的学习，掌握基本的文学艺术欣赏方法。 4. 通过对文学、戏曲、电影、绘画、书法等文学艺术形式的欣赏，提高艺术鉴赏能力、提升人文素养和艺术修养。					
教学内容 （组织实施）	内容包括“古典诗词”、“史记故事鉴赏”、“魏晋文学”、“品味红楼”、“外国文学”、“中西方神话”、“电影赏析”、“戏曲鉴赏”、“中外绘画作品欣赏”、“书法常识与欣赏”等文学艺术方面的内容以及应用文写作知识。教学中以必选和自选方式选择相应的内容，每一板块内容以“循序渐进、由点带面、学会欣赏”为设计安排的原则，引导学生学会从各方面去欣赏和探究。					
考核方式	本课程采用多元、全程化的评价，结合答问、作业、第二课堂、考试等方式，对学生进行考核。					
基础英语(非涉外非语言类专业)	开设学期	第 1-2 学期	周学时	4	总学时	160
课程性质、适用专业	《基础英语》课程主要是为培养面向生产、建设、服务和管理第一线需要的高端技能型人才培养高职学生综合素质、提升职业可持续发展能力目标服务。本课程突出高职教育特色，授课内容以理论和实践相结合教学，主要围绕《新编实用英语综合教程（1/2）》系列教材的内容开展教学活动。适用于高职一年级的非涉外非英语专业学生。					
教学目标	累计领会掌握 1500 个左右的常用词汇和 250 个左右的习惯用语和固定搭配；能听懂常见职场交际话题的会话和叙述，识别不同语气所表达的不同态度；掌握常见语篇形式的基本篇章结构和逻辑关系，理解语法形式的表意功能；实现听、说、读、写、译五大语言技能目标，能有效地使用交际功能的表达形式展开日常交际活动，能够具备欣赏中外文化的开放态度；在小组合作探究活动中形成团结协作精神，提高交往能力、解决问题能力。					
教学内容 （组织实施）	本课程总体设计围绕职场英语交际的需要，对学生进行实用听、说、读、写、译和跨文化交际能力的训练，在课堂教学中坚持以“实践”为主导，以“学生”为中心，围绕各单元主题依次展开教学。在以提升学生听说读写译五大基础技能为目标的同时，帮助学生梳理学过的语法知识和常见句子结构，提升跨文化交际意识和技能。在每个单元的教学中根据具体课堂内容，选择集					

	体活动、小组活动或个人活动，提高学生对课堂的参与性，产生互动语言，从而改变课堂教学中学生所处的被动局面，促使学生互助共进，培养协作精神。
考核方式	技能考核+笔试，考核分值比例为：平时成绩 30%+技能测试 30%+期末考试 40%，其中平时成绩主要分为课堂出勤（10%）、课堂表现（10%）、练习作业（10%）；技能测试包括口语测试和写作测试两部分；期末考试为闭卷笔试，占总成绩的 40%。

表 4 专业课程设置及要求

电子商务 概论	开设学期	第 1 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	《电子商务概论》课程是面向电子商务专业学生开设的一门专业基础课，开设本课的意义在于帮助初学者快速建立电子商务的基本概念，熟悉专业知识体系，为后期学习电子商务知识打下基础。本课程适用于电子商务专业。					
教学目标	对什么是电子商务，电子商务与人们日常学习、生活和工作的关系，以及企业电子商务应用现状有较为全面、深入的理解；掌握电子商务活动中常用的网络调研、交易、营销、支付、物流等基本技能；能进行企业电子商务应用的调研分析和方案策划；培养学生树立独立思考、吃苦耐劳、勤奋工作的意识以及诚实、守信的优秀品质，为今后从事电子商务工作奠定良好的基础。					
教学内容 (组织实施)	在课程的整个教学过程中，强调突出实践性教学、研究性学习为主的教学模式。所有学习性工作任务通过多媒体演示、案例教学、情境模拟、实际演练等多种教学方法的有机结合来完成。教学内容：1.电子商务知识基础 2.电子商务商业模式 3.电子商务技术基础 4.网络营销 5.电子商务物流基础 6.电子商务网络支付 7.电子商务法规 8.电子商务安全技术 9.移动电子商务和跨境电子商务					
考核方式	考核方式：平时总评+技能测试+期末测试。 考核分值比例：考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期末考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含练习作业、学习态度、出勤情况、课堂表现。					
PS 图片处 理	开设学期	第 1 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	本课程是基于电子商务专业核心课程，注重职业岗位能力和职业素养的培养。以实践为主导，以学生为中心。采用案例教学法、讲练结合，分组协作等模式。适用专业：电子商务及相关专业。					

教学目标	<p>素养目标。具有良好的心理素质和职业道德素质；具备高度责任心和团队合作精神；具有较高的分析问题能力、动手能力和解决问题能力；具备独特创意、独立考虑问题和创新的能力。</p> <p>知识目标。认识 PS 图片处理的重要性；了解和掌握各种 PS 图片处理的能力和方法；灵活运用 PS 软件的各种技巧处理实际问题。</p> <p>能力目标。会使用 PS 软件设计和制作图片和网页；掌握 PS 软件和网页、平面构成、色彩构成、版面设计的关系；能够设计和制作海报、广告、包装、排版设计等；培养独立的具有策划、执行设计任务的管理能力。</p>					
教学内容 (组织实施)	<p>从零基础开始教学，从软件的每个工具详细讲解到滤镜、混合模式的理论解剖；从蒙板到通道，从通道到颜色模式的解密从而详细地了解软件的理论知识；再配合实践课程如：淘宝装修、VI 设计、海报设计、广告设计、包装设计、书籍封面设计、排版设计、网页制作等等，课程做到真正的从理论出发实践入手的学习。</p>					
考核方式	<p>考核方式：平时总评+技能测试+期末测试。</p> <p>考核分值比例：考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期终考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含练习作业、学习态度、出勤情况、课堂表现；技能考核项目：案例实训操作。</p> <p>期末考核：PS 图片处理综合实训。</p>					
网络营销	开设学期	第 2 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	<p>课程性质：开设《网络营销》课程，旨在让学生明确营销的内涵，掌握网络营销策划的流程和内容，培养学生的创新意识和开放性思维，提高学生的策划及交流沟通能力，属于专业必修课。</p> <p>适用专业：电子商务、网络营销、移动商务、跨境电子商务等专业。</p> <p>开课时间安排：大一下学期（即第二个学期）。</p>					
教学目标	<p>（一）素质目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.培养学生关注时事热点、民生问题和国家大事的良好习惯，培养诚信守法、不弄虚作假、不虚假宣传的职业操守，培养吃苦耐劳、精益求精的工作态度。 2.引导学生弘扬社会主义核心价值观、信守公序良俗、坚守道德底线，增强短视频运营人员遵纪守法、规范经营的法治意识，培养学生奋斗、奉献、担当的优秀品格。 3.引导学生传播真善美、讲好“中国故事”、传播中华优秀传统文化。 4.增强学生遵纪守法、规范经营的法治意识。 5.引导学生学以致用、关注民生、践行电商兴农、科技助农、助力乡村振兴，厚植家国情怀。 6.引导学生在直播中弘扬社会主义核心价值观，信守公序良俗、坚守道德底线，树立“正能量、守底线、有德行、守法纪”的职业价值观。 <p>（二）知识目标</p>					

	<ol style="list-style-type: none"> 1.了解品牌的基本概念，工作流程。 2.掌握市场调研方法和数据分析技巧。 3.了解品牌发展规划制作流程。 4.了解品牌定位方法，掌握设计品牌技巧。 5.掌握品牌推广技巧和效果评估知识。 6.了解图文营销内容标题的设计思路和方法，熟悉新媒体图文的撰写方法。 7.掌握新媒体图文的配图方法和排版技巧，掌握新媒体图文站内和站外推广方法。 8.了解短视频制作前期准备工作细节，了解不同短视频平台特点和推广方式。 9.熟悉短视频内容定位的方法，熟悉短视频制作团队的组建方式。 10.熟悉短视频制作的工作要点，掌握创意短视频的打造技巧。 11.了解直播营销定位的方法和主要的直播营销模式，了解直播活动引流与推广的不同渠道及类型熟悉直播运营团队的组建方式。 12.掌握直播商品的选择与规划方式，掌握直播脚本的撰写方法，掌握直播活动实施的基本流程。 <p>（三）能力目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.能够设计调研方案，并撰写调研报告。 2.能进行品牌定位和设计品牌。 3.能进行品牌推广，对品牌效果进行多维度的评估。 4.能够设计并制作新媒体图文营销内容和优化排版，能够在站内和站外推广图文营销内容，提高其曝光度和传播力。 5.能够完成新媒体营销短视频内容的定位与策划，能够组建一支优秀的短视频制作团队。 6.能够根据客户需求拍摄并制作创意短视频作品能够通过不同的短视频渠道进行推广能够使用不同的短视频推广方式。 7.能够完成新媒体营销直播类活动的定位与策划，能够完成直播活动整场脚本以及单品脚本的撰写。 8.能够根据直播活动的情况选择不同的方式进行引流推广，能够组建一支优秀的直播运营团队。 9.能够根据企业营销目的实施具体直播营销活动。
--	---

教学内容 (组织实 施)	<p>本课程教学内容分为五个模块，分别为：</p> <p>模块一 县域公用品牌网络营销策划与实施（县域公用品牌网络市场调研、县域公用品牌网络营销策划、县域公用品牌网络营销实施、县域公用品牌网络营销复盘）。</p> <p>模块二 苎麻农产品网络营销策划与实施（苎麻农产品网络市场调研、苎麻农产品网络营销策划、苎麻农产品网络营销实施、苎麻农产品网络营销复盘）。</p> <p>模块三 苎麻手工制品网络营销策划与实施（苎麻手工制品网络市场调研、苎麻手工制品网络营销策划、苎麻手工制品网络营销实施、苎麻手工制品网络营销复盘）。</p> <p>模块四 苎麻织品网络营销策划与实施（苎麻织品网络市场调研、苎麻织品网络营销策划、苎麻织品网络营销实施、苎麻织品网络营销复盘）。</p> <p>模块五 苎麻产业特色小镇网络营销策划与实施（苎麻特色小镇网络市场调研、苎麻特色小镇网络营销策划、苎麻特色小镇网络营销实施、苎麻特色小镇网络营销复盘）。</p>					
考核方式	线上学习评价+实训任务评价。					
网页设计 与制作	开设学期	第 2 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	<p>本课程是高职电子商务专业的一门主干专业课程。通过本课程的学习，要求学生掌握网页设计的基本概念，学会使用常用的网页设计工具和常用脚本语言，能够设计制作常见的静态网页，具备网站的建立和维护能力。同时通过本课程的学习，培养学生的综合职业能力、创新精神和良好的职业道德。适用专业：电子商务及相关专业。</p>					
教学目标	<p>（一）职业知识目标 1. 熟悉 HTML 语言的作用和开发环境，能够编写 HTML 代码；2. 掌握常用的 HTML 标签，能够实现基本的图文信息显示；3. 理解 HTML 页面框架的作用，能够针对需求进行框架的设计；4. 掌握各类 HTML 表元素标签，能够进行表单设计；5. 掌握各类 HTML 多媒体元素标签，能够进行多媒体页面设计；6. 掌握 CSS 样式的基本使用方法，能够应用 CSS 样式表美化页面；7. 掌握 CSS 网页布局的方法，能够结合 DIV 标签进行页面布局；8. 掌握 JavaScript 的应用，能够运用 js 实现网页特效；（二）职业技能目标 1. 能独立进行资料收集与整理、具备用户需求的理解能力；2. 能根据项目需求，具备项目页面的设计与实现能力；3. 能根据静态页面设计原则与 CSS 技术规范，实现页面美化与布局；4. 具有使用 JavaScript 技术进行页面事件处理与表单验证的能力；5. 具有综合应用 HTML 语言、CSS 样式、JavaScript 脚本进行页面的设计、编码、调试、维护能力。（三）职业素质目标 1. 养成善于思考、深入研究的良好自主学习的习惯；2. 通过项目与案例教学，培养学习者的分析问题、解决问题的能力；3. 具有吃苦耐劳、团队协作精神，沟通交流和书面表达能力；4. 通过课外拓展训练，培养学习者的创新意识；5. 具有爱岗敬业、遵守职业道德规范、诚实、守信的高尚品质。</p>					

教学内容 (组织实施)	1.了解网站分类,掌握网站开发流程,掌握需求分析方法,能够编写网站策划书,掌握网站功能设计方法。2.掌握 HTML 中的常用标记方法,能够在 Dreamweaver 中熟练利用 HTML 编写简单网页;学会站点的创建与基本操作,掌握网站结构及网站的发布知识;掌握在网页中输入文本、插入图片的方法,了解超级链接的类型,为文本或图片创建超级链接;3.掌握 CSS 样式在网页制作中的应用。了解常用网页内容的组成要素,了解常见网页的布局方式;了解 CSS 修饰常见的网页元素,能够灵活应用;了解 CSS 设置链接与导航菜单的方法。4. 掌握在网页中插入 JavaScript 的方法及定义。5. 了解网站的开发流程、设计网页效果图,制作综合性网站。					
考核方式	1.考核方式:平时总评+技能测试+期末测试 2.考核分值比例:考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期终考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含练习作业、学习态度、出勤情况、课堂表现 3.技能考核项目:理论与实践操作 4.期末考核:利用 DIV+CSS 设计并制作一个网站。					
文案策划	开设学期	第 3 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	课程性质: 开设《文案策划》课程,旨在使学生电商文案书写方法,掌握并应用电商文案相关知识,培养学生的文案策划、写作能力,为电商专业学生培养相关新媒体运营写作技巧。 适用专业: 适用于全院各专业大二高职学生; 开课时间安排: 现结合我院师资等具体情况,分两个学期开设。 大二第一学期: 电商运营方向、跨境电商方向; 大二第二学期: 移动电子商务方向、五年制电商运营方向。					
教学目标	通过《文案策划》课程教学与实践活动,使学生了解新媒体运营文案写作基本知识,掌握基本的写作文案的方法;提升学生的文案创作能力。进一步增强学生利用新媒体运营的能力,从而为他们的今后走上电商工作岗位提供了一定的语言文字功底,培养学生文案处理能力。进一步加强电商以移动媒体的结合,更好的适应电商的发展。					
教学内容 (组织实施)	本书共 6 章,分别为电子商务文案的基础认知、网店商品文案、微信文案、微博文案软文基础知识与写作技巧以及优秀文案赏析。全书内容翔实,介绍了多种类型的电子商务文案的写作技巧,并通过优秀案例引入文案写作方法讲解。并结合当下最火的移动媒体软件,微信、微博以及淘宝等平台进行写作技巧讲解。实训和讲解同时进行,学生在学习过程中掌握基本写作知识,为今后电商岗位工作打下基础。					
考核方式	技能测验、随堂考试					
电商运营 综合实训	开设学期	第 3 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	《电商运营综合实训》课程是面向电子商务专业运营方向学生开设的一门专业核心课,是电子商务专业学生将电子商务理论与实践相结合的重要教					

	学环节。通过训练学生对电子商务各模块的实践应用能力，全面培养学生的电子商务操作能力、管理能力、维护能力和综合运用电子商务进行经济活动分析能力。为学生学好专业知识，提高专业动手能力，形成综合职业能力和创业能力，成为电子商务专业人才打下基础。					
教学目标	通过本实训，使学生熟练和掌握电子商务沙盘模拟的各项规则，经管沙盘模拟的实战训练，能总结得失，进而领悟科学管理规律，提高经营管理能力，具体包括：1.商品整合能力 2.运营推广能力 3.网络营销能力 4.店铺规划能力 5.创业能力。					
教学内容 (组织实施)	要求学生以卖家角色，分析数据魔方，做好区域、商品、人群定位；租赁办公场所，建立配送中心，装修网店，采购商品；根据数据魔方进行搜索引擎优化(SEO)操作、获取尽可能多的自然流量，进行关键词竞价(SB1)推广、获取尽可能多的付费流量，引导买家进店消费；针对不同消费人群采取不同策略，制定商品价格，促成交易，提升转化率；处理订单，配送商品，结算资金；规划资金需求，控制成本，分析财务指标，调整策略，创造最大利润。					
考核方式	1.考核方式：平时总评+技能测试+期末测试 2.考核分值比例：考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期终考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含平时训练成绩、学习态度、出勤情况、课堂表现。3. 技能考核项目：实训操作沙盘对战 4、期末考核：使用 ITMC 电商综合实训与竞赛系统。					
网店运营	开设学期	第 4 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	本课程是基于学生职业岗位能力和职业素养的培养，以任务引入的形式导入学习内容，用任务实施引领知识与技能的学习，以实践为主导，以学生为中心。采用案例教学法、任务驱动法、讲练结合，分组讨论、协作学习等模式，教师和学生实现“教学做”合一的教学模式。课程教学与 1+X《网店运营推广》初、中级内容相结合，实践教学考证一体化。适用专业：电子商务专业					
教学目标	<p>(一) 知识目标 1.掌握网店商品的选择原则和方法，了解各种网店的货源渠道，了解目前比较热门的网店的开设情况，了解网店的常见模式，掌握网店商品的定价方法，了解网上开店的基本流程，掌握店铺的基本设置。</p> <p>2. 了解网店商品信息的发布流程，了解商品信息的属性，了解在进行商品描述时怎样合理布局关键词，了解商品详情页的内容和结构。3.掌握店铺手机端和 PC 端的装修。4. 掌握网店日常运营的基础知识及相应的管理技巧，了解店铺日常运营管理，了解客户服务的基本构成，掌握售前、售中、售后服务的沟通技巧。5.掌握网店促销活动方案设计，平台活动推广，网店引流等。(二) 职业技能：1+X《网店运营推广》初级、中级。(三) 职业素养：会进行网店开设、上架商品、店铺装修，处理日常店铺运营。</p>					
教学内容 (组织实	开店前的准备:1. 开店前的准备工作;2. 网店的开通与设置;上架商品:1. 网店商品信息发布管理店铺装修:1.PC 端店铺装修; 2.手机端店铺装修.日常运					

施)	营:1.店铺日常运营管理; 2.客服管理; 3.物流管理 网店运营:1. 网店促销活动;2. 平台活动推广;3. 网店引流					
考核方式	1. 考核方式: 平时总评+技能测试+期末测试 2. 考核分值比例: 考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期终考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含练习作业、学习态度、出勤情况、课堂表现。3. 技能考核项目: 实训操作 4、期末考核: 1+X《网店运营推广》初级、中级考试软件。					
数据化运营	开设学期	第 4 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、适用专业	本课程是基于学生职业岗位能力和职业技能的培养,以任务引入的形式导入学习内容,用任务实施引领知识与技能的学习,以实践为主导,以学生为中心。采用案例教学法、任务驱动法、讲练结合,分组讨论、协作学习等模式,教师和学生实现“教学做”合一的教学模式。课程教学与 1+X《商务数据分析》初、中级内容相结合,实践教学考证一体化。适用专业:电子商务专业					
教学目标	(一) 知识目标 1.掌握店铺数据分析采集工具和分析指标建立。2.掌握市场行业容量分析和行业细分市场需求分析。3.掌握店铺客户数据分析,包括客户分类、忠诚度、客户人群画像、客户流量渠道和客户行为分析。4.掌握网店日常运营的数据分析,包括关键词流量、直通车推广效果等数据分析。5.掌握产品数据分析,包括产品获客能力、产品 SKU 等分析。(二) 职业技能:能够应用合适的数据采集工具,选择合适分析指标,对网店运营情况进行数据化分析,找出问题,提出改进方案。1+X《商务数据分析》资格认证初级、中级。					
教学内容 (组织实施)	数据采集: 1. 认识数据采集工具; 2. 选择合适采集工具;指标构建:1. 根据分析目标,创建合适分析指标 行业市场容量分析:1.子市场容量分析; 2.赫芬达尔指数.日常运营分析:1.客户分析; 2.活动流量分析; 3.产品分析 撰写分析报告:1. 撰写数据分析报告					
考核方式	1、考核方式: 平时总评+技能测试+期末测试 2、考核分值比例: 考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期终考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含练习作业、学习态度、出勤情况、课堂表现。3、技能考核项目: 实训操作 4、期末考核: 1+X《商务数据分析》初级、中级考试软件。					
移动电商综合实训	开设学期	第 4 学期	周学时	4	总学时	80
支撑的相关职业能力	了解微信出现的历史背景、语言的特点及微信公众平台掌握常用的微信营销方法及粉丝的维系方法掌握移动沙盘的运营方法					
教学目标	本课程学习微信营销的步骤与方法、网店装修的基本方法及移动沙盘的运营等内容					

教学方式 (组织实施)	1.教学方法：项目教学法、启发引导法、分组讨论法、案例分析法、教学做一体化 2.教学手段：多媒体教学、实训软件应用。3.根据培养需要，会安排1-2周请企业导师授课。					
考核方式	技能测验、随堂考试					
视觉营销设计	开设学期	第 5 学期	周学时	4	总学时	48
支撑的相关职业能力	通过开展移动电商视觉营销课程，使学生在掌握基本理论和发展源流的基础上，熟练掌握电商视觉营销的设计原则、关键点、用户心理需求等一系列内容，从而激发学生对移动电商运营的兴趣，提高学生的移动电商页面策划能力、对于消费者的洞察能力和品牌视觉化营销能力。					
教学目标	通过本课程的教学，学生应当能够全方位认识移动电商视觉营销法则，并具备移动端店铺的整体色调和框架结构的审美和把控能力，能熟练掌握移动电商首页和详情页的视觉营销设计					
教学方式 (组织实施)	1.教学方法：项目教学法、启发引导法、分组讨论法、案例分析法、教学做一体化 2.教学手段：多媒体教学、实训软件应用。3.根据培养需要，会安排1-2周请企业导师授课。					
考核方式	技能测验、随堂考试					
商业摄影	开设学期	第 5 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、适用专业	本课程是是电子商务专业开设的一门专业课，是一门理论与实践相结合的应用型课程。通过本课程的学习，使学生掌握网店商品拍摄的基本知识和拍摄本技巧，并应用所学知识拍摄出风格鲜明、效果精美、符合网店特色的高品质图片，为后期的实训课程奠定基础。适用专业：电子商务及相关专业。					
教学目标	<p>（一）知识目标（1）了解相机、镜头的基本性质、性能、结构、功能和原理等知识。（2）了解和掌握摄影图片的特性、要素和规律。（3）掌握曝光控制、摄影构图、抓拍、数码摄影灯技术和要求。（4）运用多种拍摄手段和摄影专业法则及摄影技能如何拍摄出优秀风光摄影、人像摄影、新闻（纪实）图片。（二）技能目标：（1）使学生知道数码相机的选购、基本操作，能正确使用数码相机进行摄影。（2）使学生学会室内静物拍摄、室内灯光产品拍摄、室外静物拍摄、室外花卉拍摄、人物肖像拍摄、风光的拍摄等摄影技术。（3）学生通过摄影实践，掌握一些基本的摄影技巧，针对三个专业特点和要求，使学生能够拍摄出符合专业要求的作品。（4）当代摄影的新技术、新技巧，具备摄影的观察能力、思维能力、表现能力及与摄影相关岗位的摄影综合能力。（三）素养目标：（1）引导学生通过镜头注意观察自然、感受生活，捕捉触动人心的一瞬，培养学生养成正确</p>					

	的观察和理解客观物象的能力。(2)通过欣赏与讲评,培养学生的审美意识、提高审美水平,体会作品深层的思想与情感内涵,锻炼学生进行艺术评价和传达自我感受的能力。(3)增强学生的创意思识、技术意识、审美意识,培养良好的艺术情操。(4)发挥主动获得知识和信息的能力,养成主动地获得信息的学习习惯和主动探究的态度发展信息素养、探究能力和创造精神。					
教学内容 (组织实施)	1.学习商业摄影设备的功能和使用方法。2.学习商业摄影的构图及用光技巧。3.学习不同材质产品的拍摄方法和技巧。4.学习室外产品、人像及风景的拍摄技巧和方法。					
考核方式	1、考核方式:平时总评+技能测试+期末测试 2、考核分值比例:考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期终考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含练习作业、学习态度、出勤情况、课堂表现 3、技能考核项目:摄影设备操作 4、期末考核:产品拍摄					
客服管理	开设学期	第 5 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	《客服管理》课程是面向电子商务专业大三学生开设的一门专业核心课,帮助大学生将专业所学的理论知识应用于具体的实践中去,以企业经营活动为中心,从满足客户的需求为出发点,培养学生在与客户接触的整个过程以及各个环节中应该掌握与具备的能力与技巧。					
教学目标	第一,学会如何建立并提高顾客的满意度和忠诚度、最大限度的开发利用顾客。第二,了解如何针对企业开发新客户,维护老客户,形成一个对客户的联系、服务、售后,形成定期的管理记录档案。第三,学会在与顾客沟通及服务时,所需用到的知识、方法与技巧。					
教学内容 (组织实施)	教学以任工作过程为导向,从职业岗位分析入手,以技能训练为主线,相关知识为支撑,重点训练学生在每个环节的操作能力以及与客户沟通、服务时应该掌握的方式方法及能力技巧。让学生具备走出校园后能够直接上岗服务客户的能力。					
考核方式	考核方式:技能考核+案例分析。考核分值比例:平时成绩 30%+技能测试 30%+案例分析 40%。技能考核项目评分标准:目前主流电商平台的后台的操作。案例分析及评分标准:根据教师所给案例,结合设定目标给出个人解决方案。					
新媒体营销	开设学期	第 3 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	《新媒体营销》是专业拓展课,也是一门实战操作技能类课程。课程的目的是学生在学习了网络营销的理论基础上,着重掌握综合运用多种营销工					

	具，为企业实现引流和推广。通过本课程学习，学生应能够灵活运用微信、微博、直博、短视频等新媒体工具，为企业树立良好企业形象，创造销售业绩。本课程适用于电子商务专业。					
教学目标	1. 新媒体工具认识，了解区分各种工具的特点和优势；2. 掌握微信引流推广和微信客户维护的基本操作；3. 熟悉和掌握微博的推广、引流和客户维护的基本操作；4. 掌握问答平台的推广、引流基本操作；5. 掌握不同平台中自媒体推广和引流要点；6. 掌握小视频推广引流特点和小视频拍摄制作任务；7. 掌握直博推广引流特点和小视频拍摄制作任务；					
教学内容 (组织实施)	在课程的整个教学过程中，强调突出实践性教学为主的教学模式。所有学习性工作任务通过案例教学、实际演练和实际操作等多种教学方法的有机结合来完成。教学内容：1. 实训一：微信朋友圈 2. 实训二：微信公众号 3. 实训三：知乎、百度知道、新浪 ask 问答平台 4. 实训四：新浪微博 5. 实训五：百家号、今日头条自媒体平台 6. 实训六：火山小视频、抖音小视频、西瓜小视频平台 7. 实训七：直博平台 8. 综合实训					
考核方式	1、考核方式：平时总评+技能测试+期末测试 2、考核分值比例：考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期终考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含练习作业、学习态度、出勤情况、课堂表现。					
互联网产品开发	开设学期	第 5 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	《互联网产品开发》为电子商务专业核心课程，开设时间为第五学期。这门课程在学生职业能力培养与职业素养的养成方面起到重要的支撑作用。本课程的核心技能是使学生能够熟练地掌握和使用各种原型设计软件，对互联网商品进行设计、打样、开发、测试和实施推广。本课程适用于电子商务专业。具体包括团队构建、市场调研、产品提案编写、产品设计、产品功能组合、交互设计等内容。					
教学目标	掌握 PEST 和 SWOT 分析方法，熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具；能对行业及产品投放投资回报率进行分析，编制产品方案，完成互联网产品市场差异化竞争定位，并建立产品需求模型和用户产品应用场景；能进行互联网电商产品呈现方式及产品 UI 原型设计，实施产品开发进度管理、评估与考核；选择产品发布渠道，撰写产品渠道测试报告，产品发布管理。					
教学内容 (组织实施)	在课程的整个教学过程中，强调突出实践性教学为主的教学模式。所有学习性工作任务通过实操来完成。教学内容： 1. 团队构建和团队管理；2. 产品需求市场调研；3. 产品功能需求组合；4. 产品页面设计；5. 交互设计；6. 产品改良等内容					

考核方式	1. 考核方式：平时总评+技能测试+期末测试。2. 考核分值比例：考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期末考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含练习作业、学习态度、出勤情况、课堂表现。					
视频制作	开设学期	第 2 学期	周学时	4	总学时	80
课程性质、适用专业	《视频制作》为电子商务专业核心课程，开设时间为第二学期。这门课程在学生职业能力培养与职业素养的养成方面起到重要的支撑作用。本课程的核心技能是使学生能够熟练地掌握和使用各种视频剪辑和编辑软件，对已经完成摄制的视频进行再制作。本课程适用于电子商务专业、移动商务专业、新媒体专业等。					
教学目标	1. 掌握根据拍摄任务，制定详细的拍摄工作计划与时间安排；2. 根据工作需要，挑选合适的摄影设备；3. 在完成拍摄任务的整个过程中，与拍摄小组的其他成员紧密协作；4. 与被拍摄者沟通，以达到快速进入拍摄状态的效果；5. 使用专业的设备对所拍摄的影响进行编辑处理。6. 后期视频剪辑制作					
教学内容（组织实施）	在课程的整个教学过程中，强调突出实践性教学为主的教学模式。所有学习性工作任务通过实操来完成。教学内容：第一章 文字 第二章常规功能效果 第三章 颜色校正 第四章 视觉光效 第五章高级动画 第六章仿真 第七章 高级应用					
考核方式	1. 考核方式：平时总评+技能测试+期末测试。2. 考核分值比例：考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期末考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含练习作业、学习态度、出勤情况、课堂表现。					

（四）实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。在校内外进行网站(店)运营实训、移动商务实训、网络创业等综合实训。在互联网和相关服务、批发业、零售业等行业的电子商务应用企业进行实习。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业学校电子商务专业顶岗实习标准》。

七、教学进程总体安排

本专业课程具体安排如下表所示。

模块名称		序号	课程名称	课程类型	课程性质	课程代码	考核方式	计划学时数			每学期周学时数						学分	备注
								理论	实践/实训	小计	一	二	三	四	五	六		
职业素养养成模块	公共必修	1	形势与政策	B	必修	11121002-1 11121002-2 11121002-3 11121002-4 11121002-5	笔试+技能测试	10	10	20							1	每学期4次理论课
		2	安全教育	A	必修	01111053	笔试	20		20							1	
		3	思想道德修养与法律基础	A	必修	11111002	笔试	60		60	3						3	
		4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	必修	11111004	笔试	80		80		4					4	
		5	计算机应用基础	C	必修	07131104	技能测试		40	40	2						2	
		6	军事理论	A	必修	01111065	笔试	36		36	2						2	

		7	军事技能训练	C	必修	01131066	技能测试	0	112	112							2	
		8	文学与艺术欣赏	A	必修	01111064	笔试	80		80		4					4	
		9	体育	B	必修	01121005-1 01121005-2 01121005-3 01121005-4	笔试+技能测试	20	140	160	2	2	2	2			8	
		10	心理健康	B	必修	14121001	笔试+技能测试	20	20	40	2						2	
		11	劳动教育	A	必修	14121002	笔试	16		16			2				1	
		12	职业生涯发展与规划	B	必修	13121001	笔试+技能测试	20		20	2						1	
		13	大学生创新创业基础	B	必修	13121002	笔试+技能测试	20	20	40		2					2	包括 20 节慕课
		14	就业与创业指导	B	必修	13121003	笔试+技能测试	16	4	20					2		1	
		15	美育理论与实践	B	必修	15121001	笔试+技能测试	30	10	40			2				2	包括 20 节慕课
专业 技能 模块	专业 基础 课	1	电子商务概论	B	必修	07121005	笔试+技能测试	40	40	80	4						4	
		2	电子商务法律法规	A	必修	07111101	笔试	80	0	80					4		4	
		3	网络营销	B	必修	07121069	笔试+技能测试	40	40	80		4					4	
		4	消费者行为分析	A	必修	06111161	笔试	40	0	40			2				2	
		5	管理学基础	A	必修	06111162	笔试	40	0	40			2				2	
		6	基础会计	A	必修	05111045	笔试	80	0	80					4		4	
		1	文案策划	B	必修	07121081	笔试+技能测试	40	40	80			4				4	
		2	网页设计与制作	C	必修	07131098	技能测试	0	40	80				4			4	

		3	网店运营	C	必修	07131140	技能测试	0	80	80				4			4	
		4	新媒体推广	B	必修	07121149	笔试+技能测试	40	40	80			4				4	
		5	互联网产品开发	B	必修	07121008	笔试+技能测试	40	40	80					4		4	
		6	数据化运营	B	必修	07121013	笔试+技能测试	40	40	80				4			4	
		7	视频制作	C	必修	07131004	技能测试	0	80	80		4					4	
		8	视觉营销设计	B	必修	07121169	笔试+技能测试	0	80	80			4				4	
	专业拓展课	1	PS 图片处理	C	必修	07131056	技能测试	0	80	80	4						4	
		2	电商运营综合实训	C	必修	07132120	技能测试	0	80	80			4				4	
		3	短视频与直播运营	B	必修	07121179	笔试+技能测试	40	40	80				4			4	
		4	移动电商综合实训	C	必修	07131136	技能测试		80	80				4			4	
		5	客服管理	B	必修	07121091	笔试+技能测试	40	40	80					4		4	
		6	毕业设计（论文、翻译等）	C	必修	01131025	技能测试		160	160					8		8	
		7	顶岗实习	C	必修	01131026	技能测试	0	240	240						12	12	
职业素养拓展模块	专业选修	1	基础英语（非涉外非语言类专业）	A	专业选修	01112060-1 01112060-2	笔试	160	0	160	4	4					8	
		2	商业摄影	C	专业选修	07121151	技能测试	40	40	80					4		4	
	公共选修	1	慕课		选修						2						2	
		2	慕课		选修							2					2	
		3	慕课		选修								2				2	

第二课堂	1																
总 计						1188	1636	2864	22	23	23	23	20	12	144		
总学时：2864 学时；理论教学：1188 学时，占总学时 41.5%；实践/实训教学：1636 学时，占总学时 57.1%。																	
门课：A 类课程 11 门，占总课程 28.9%；B 类课程 15 门，占总课程 39.5%；C 类课程 12 门，占总课程 31.6 %。																	
<p>注：1. 第 1-5 学期按 20 周计算，其中第五学期授课 12 周，毕业设计 8 周。2. 课程类型分为三类：A 类(纯理论课)、B 类(理论+实训课)、C 类(纯实训课)。3. 课程性质分为三类：必修课、专业选修课、公共选修课。4. 考核方式分为三类：笔试、技能测试、笔试+技能测试。5. 第二课堂学分：由团委组织、认定的第二课堂活动，可在第 1 至第 5 学期任一学期完成，学分 2 分。6. 体育第一、二学期为公共体育，第三、四学期为选修项目，选定项目后连续学习两个学期。7. 职业素养拓展模块的公共选修课安排在第一、二、三学期，完成 6 个学分，分为线上慕课选修和线下集中选修。8. 劳动教育课程：在各专业实训实践课程中融入劳动教育、工匠精神(在专业实践课程标准中要有相关字眼说明，括号内容删除)，开设 16 课时劳动教育专题课；每学年的劳动周结合学生平时生活、生产和服务性劳动表现，与学生工作处德育考核挂钩，以各专业分院安排暑假社会实践活动的形式，通过上交论文与报告形式完成。9. 1+X 证书试点工作：本专业目前已申请《1+X 网店运营推广》、《1+X 电子商务数据分析》、《直播电商》和《新媒体技术》职业技能等级认证证书。该 1+X 证书均可转换专业课程的学分，原则上不超过两门专业课，不超过 8 学分。（参照《关于做好职业教育国家学分银行建设相关工作的通知》职成司函〔2020〕9 号，《职业教育国家学分银行建设工作规划（试行）》2020 年 4 月 15 日发布）。10. 根据教职成【2019】13 号文件要求每学年安排 40 周教学活动，具体授课课时数根据课程开设当年实际情况而定。</p>																	

八、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构拥有教育观念新、教学水平高、实践能力强的双师型教学团队，教师的年龄结构、职称结构科学合理。学生数与本专业专任教师数比例不高于25:1,双师素质教师占专业教师比例为80%。

2.专任教师具有高校教师资格；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、艺术设计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和较强的教育创新思维能力，能够开展课程教学改革和科学研究，能参与人才培养方案的制订或修改，能主持或参与核心课程建设和教材的开发，具备良好的团队协作精神，能主持或参与教学、培训及实训项目建设。有每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

3.专业带头人本专业带头人，具备副教授以上职称，具有高尚的政治素质、职业道德素质和严谨正派的学风，教学理念先进，教学经验丰富，学术造诣深厚，学术思想活跃，具有较强的教学组织和管理能力，把握专业研究发展方向，步入了专业前沿领域，并取得了创造性的、具有一定学术水平的教学和科研成果，能组织和带领青年教师进行专业建设的拔尖人才，指导和从事专业建设与专业教学研究以及实践教学研究。在全国电子商务教育具有一定的专业影响力。

4.兼职教师在专业技术领域拥有丰富的工作经验，把握目前专业技术发展趋势，具有较强的专业技术应用和实践操作能力，热爱职业教育，能参与专业人才培养方案及职业能力标准的制订，能指导校内外实践教学、顶岗实习、职业技能培训和考评鉴定，能参与实训室项目建设、课程建设、教学改革和教材编审，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

目前建有大师工作室1个、电商直播间8个，专业教室30个、商品采集实训室3个、网络营销实训室2个、电子商务数据分析实训室2个、电子商务客户服务实训室2个、电子商务运营实训室3个和创新创业实战基地1个。

专业教室条件专业教室配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，全Wi-Fi覆盖,并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2.校内实训室配置

(1)商业摄影实训室。商品采编实训室配备投影设备、白板、计算机，安装 Photoshop、Illustrator、Dreamweaver、Flash、CorelDRAW 等软件；网络接入和 Wi-Fi 覆盖；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、商业图片采集、图形图像处理、文案策划、网页设计与制作等课程的教学与实训。

(2)网络营销实训室。网络营销实训室配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪，网络接入和 Wi-Fi 覆盖，配备计算机，安装 Office、网页数据采集工具等软件、无线终端(手机或 PAD)；支持消费者行为分析、选品与采购、市场调研与分析、市场营销、网络营销、新媒体营销、移动商务、网络推广等课程的教学与实训。

(3)电子商务数据分析实训室。电子商务数据分析实训室配备服务器、投影设备、白板、交换机、计算机，可运行 Chrome、IE、Firefox 等常用浏览器的测试终端，安装 Windows 操作系统、MySQL、.Net 等软件，电子商务数据实训系统；支持程序设计基础、数据库基础、电子商务运营与推广、电子商务数据分析与应用等课程的教学与实训。

(4)电子商务客户服务实训室。电子商务客户服务实训室配备服务器、投影设备、白板，网络接入和 Wi-Fi 覆盖,计算机，语音网关、录音服务器、多媒体耳麦、拨号器等呼叫中心实训设备；支持商务沟通与礼仪、客户服务与管理、客户服务技巧等教学与实训。

(5)电子商务运营实训室。电子商务运营实训室配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪，提供网络接入和 Wi-Fi 覆盖。配备的计算机、无线终端(手机或 Pad)，可运行 Chrome、IE、firefox 等常用浏览器的测试终端，安装 Windows 操作系统、MySQL、.Net 等软件，可以根据需要构筑不同的商业应用场景。实训室支持电子商务运营、电子商务数据分析、跨境电子商务实践、移动商务运营供应链管理课程的教学与实训。

3.校外实训基地基本要求

本专业建立了同本地 30 多家知名电商企业之间的紧密型校企合作关系。联合成立了电商产教联盟，并形成了长效的运行机制。分别引入了 ETS（网络搜索优化）系统，真实的 B2B 实训平台，网络营销推广，网站（店）运营管理、美工设计、电商客服、跨境电商、商品摄影、美化和店铺优化等合作项目和实训场地。要求实训设施齐备，实训岗位、实训企业导师跟踪，实训管理及实施

规章制度齐全。在校企合作过程中,企业直接参与教学活动,学生参与企业的运营活动。

学生实习基地基本要求学生实习基地要求为: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。

(三) 教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材图书文献及数字教学资源等

1.教材选用基本要求

为了满足电子商务专业运营方向核心课程建设需求,适应学生的现代学习方式的需要,培养学生的探究创新能力和实践操作能力,着力抓好核心课程的教材建设及配套实训教程建设,一是积极采用获得广泛认可的优秀高职高专教材,选用近三年出版的高职高专规划教材。特别针对培养电商运营实践能力的课程,需选用配套模拟平台同步教学的教学教材。二是鼓励校内专职教师积极参与编写适用于本校教学和学生水平实际情况的实训教材、讲义等,并要求科任教师必须为每门课程指定用于学生自主学习和研究的扩充性文献资料。

2.图书文献配备基本要求

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

3.数字教学资源配置基本要求

为了提高专业教学的开放性和充分利用专业优质教学资源,将专业核心课程建成网络课程,以便学生在课后时间进行自主学习,提供给学生和教师相关资料的下载,网络课程包含电子教案、题库、在线测试、师生互动等内容。为促进主动式、协作式、自主型学习,实现资源共享,建立于电子商务运营专业相关的电子文献、教学文档、参考书籍、项目案例、视频等资源库,将相关的行业信息发布、行业标准等资源进行分类整理、提供链接。合理选择和运用多样化的现代教学媒体,并与传统教学手段有机组合,共同参与教学全过程,以多种媒体信息作用于学生,达到最优化的教学效果。开发与课程相配套的多媒体课件,供教师授课使用,方便学生自主学习。

（四）教学方法

教学方法的选择主要依据教学目标、教学内容、学生实际特点、教师的自身素质以及教学环境条件等，采用的教学方法包括翻转课堂法、讲授法、案例教学法、角色扮演教学法、项目教学法、实战演练教学法等。教学手段应依据教学目标、教学内容、教学对象、教学媒体特征及教学条件进行选择，为激发学生的学习积极性，促发学生的创新思维，丰富课堂教学内容，促进学生学习效率，采用多样化的教学手段是必要的。根据课程教学的需要，采用传统教学手段和多媒体网络教学相结合，以契合工学结合的人才培养模式。

（五）学习评价

以专业培养目标、课程目标为核心，实行过程性评价与终结性评价相结合、理论考核与技能考核相结合、学校考核与企业考核相结合、教师评价与学生评价相结合的考核评价方法，全面评价学生的专业能力、方法能力、社会能力，重视学生个性化发展和创新能力的培养。公共基础课程以理论考核为主、实践考核为辅；专业基础课程理论考核与实践考核并重；专业核心课程侧重专业技能与实践能力的培养，以实践考核为主、理论考核为辅；实习实训课程由学校实训实习指导教师和企业指导教师从实习实训纪律、实习实训任务完成情况、实习实训过程表现、实习实训成果等方面进行综合评价。过程性考核包括纪律、参与课堂教学情况、作业任务完成情况、团队合作情况等方面。

（六）质量管理

1.教学运行制度保障为确保人才培养方案顺序实施，提升人才培养质量，学院建立了完善的院、系（部）两级管理模式。针对教学运行环节，学院建有教材管理、日常教学管理、考务管理、校内和校外实践教学管理、顶岗实践管理等多个教学管理制度，对学院教学运行宏观管理。依据学院的各项管理制度，制订符合本系部教学的日常管理细则、教学质量考核办法等，开展“评教评学”工作，对存在的问题进行分析研究，提出整改与建设措施。专业教研室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。

2.质量监控体系分管教学副院长带领教务处、实训中心、督学办等职能部门做好教学质量监控的部署、监督、协调等工作。具体通过以下几方面实施：一是教学建设与教学改革监控。通过对系部专业建设、课程建设和教学文件修订等进行指导和监控，引导系部进行教学建设和教学改革；二是督查监控教学各环节，包括：教材选定、授课计划执行、考核等教学环节的贯彻落实；三是对实训、实践、毕业论文（毕业设计）、顶岗实践等实践教学环节进行监控评价；四是通过各级别听课，包括院领导听课、督学办教师听课、教学管理部门听课等多方位掌

握课堂教学情况；五是定期组织召开学生座谈会和评教评学，及时听取学生对教学的反映。

3.毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析,定期评价人才培养质量和培养目标达成情况进行整改。

九、毕业要求

（一）本专业学生在三年内必须修满 144 学分，其中必修课 130 学分，选修课 14 学分。

（二）学生毕业能够达成本专业人才培养方案的素质、知识和能力等方面要求，能适应商业、政府机关、生产企业从事电子商务的应用与管理工作岗位要求。