



四川科技职业学院
UNIVERSITY FOR SCIENCE & TECHNOLOGY SICHUAN

高等职业教育（专科）专业 人才培养方案 (2023 年)

学 院	中诺思电商物流学院				
专 业	电子商务				
教研室主任	赵焕明	职务与职称	企业审核人	郑立英	职务与职称
		电商教研室主任/讲师			成都中诺思总经理/ 高级工程师
二级学院 审核人	吴贞勇	职务与职称	专业建设委员会 主任	吴贞勇	职务与职称
		执行副院长/ 副教授			执行副院长/ 副教授

二〇二三年五月

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务 530701

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

三年

四、职业面向

本专业培养的学生能够从事网店运营、网页设计、直播电商、跨境电商、电商美工、商务数据咨询管理岗位工作。针对以上岗位，配套设置的专业课程有网页制作与设计、PS 平面绘图与设计、跨境电商实务、SEO 搜索基础、电子商务数据分析、新媒体营销等。

表 1 岗位需求与课程设置

专业类	专业代码	主要对应行业	主要职业类别	主要岗位类别 (或技术领域)	对应的职业技能证 或执业资格证或赛 事名称及类别	证书或赛事 对应课程
电 子 商 务 类 53	530701	电子商务	电 子 商 务 师	网店运营、网页 设计、电商美工	Photoshop设计师 计算机一级 普通话等级证书 电子商务师	电子商务理论 与实务、网页 设计与制作、 PS 平面绘图与 设电子商务物 流管理、网店 经营与管理
		网络营销	网 络 营 销 师	营 销 策 划 、 SEO/SEM	Photoshop设计师 计算机一级 普通话等级证书 网络营销师	电子商务理论 与实务、市场 营、消费心理 学、商务谈判 网络营销、新 媒体营销策划
		客户服务管理	客 户 服 务 管 理	客户管理、 客户咨询	计算机一级 普通话等级证书 客户服务管理师	电子商务理论 与实务、管理 学、电子商务 数据分析与应 用、网络客服 与管理、网店 经营与管理

		商务策划	商务策划	商务策划、 商务咨询	计算机一级 普通话等级证书 大数据分析与应用 职业等级证书（初级）	电子商务理论与实务 电子商务数据分析与应用 网络客服与管理 网络营销策划 电子商务文案 策划与写作 跨境电商
--	--	------	------	---------------	--	--

注：“对应的职业技能证或执业资格证或赛事名称及类别”栏中“☆”标识为国家试点职业技能等级证书。

五、培养目标与培养规格

（一）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、客户服务工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质目标：

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；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；具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力； 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；具有健康体魄、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；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。

2. 知识目标：

- （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、支付与安全等相关知识；
- （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）掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；

（5）掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；

（6）掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；

（7）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；

（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。

3. 能力目标：

（1）具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力，具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

（2）具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力；

（3）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；

（4）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；

（5）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、策划制作；

（6）具备网店设计与装修的能力，能根据产品页面需求，进行页面设计布局、美化和制作，能够根据网站（店）推广目标，选择合理推广方式，进行策划实施和效果评估与优化；

（7）能够根据运营目标，采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测；

（8）能够正确进行网络营销，应对客户咨询、处理客户投诉，进行客户服务等；

（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。

4. 职业素养：

（1）具有适应职业岗位的可能变化、转业转岗的需要和适应科技进步、产业结构，调整所需要的岗位适应能力和可持续发展能力。

（2）恪守信用，维护企业的商业信用，维护自己的个人信用。要遵守诺言，遵守时间；言必信，行必果。严守机密是电子商务人员的重要素质。

（3）要忠于电子商务这个特定的工作岗位，自觉履行电子商务人员的各项职责，要有强烈的事业心和责任感，坚持原则，注重社会主义精神文明建设，反对不良思想和作风。

（4）具有实干精神。能够脚踏实地、能够围绕电子商务开展各项活动工作。

（5）要坚持实事求是的工作作风，一切从实际出发，理论联系实际。电子商务人员无论是搜集信息、提供意见、拟写文件，都必须端正思想，坚持实事求是的原则。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程

根据党和国家有关文件规定,将《思想政治理论》《中华优秀传统文化》《体育》《军事理论与军训》《大学生职业发展与就业指导》《心理健康教育》等列入公共基础必修课;并将《党史国史》《劳动教育》《创新创业教育》《大学语文》《高等数学》《公共外语》《信息技术》《健康教育》《美育》《职业素养》等列入必修课或选修课。

（二）专业（技能）课程

专业课程一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程,并涵盖有关实践性教学环节,包括以下主要教学内容:

1. 专业基础课程

专业基础课程一般设置 6~8 门,包括:《电子商务理论与实务》《PS 平面绘图与设计》《消费心理学》《经济学基础》《市场营销》《管理学原理与实务》等。

2. 专业核心课程

专业核心课程一般设置 6~8 门,包括:《电子商务理论与实务》《PS 平面绘图与设计》《市场营销》《网页设计与制作》《经济学基础》《网络营销》《网络客户服务与管理》《SEO 搜索引擎》等。

序号	专业核心课程	学时	课程目标	主要教学内容
1	电子商务理论与实务	64	掌握软件的应用技术并达到岗位的能力要求,以能力培养为目的。为便于高职高专在校学生对电子商务课程的系统学习和实际操作能力的训练,以适应我国经济、技术发展对专业人才的新需求	电子商务理论与实务,电子商务发展历史、电子商务类型、电子商务法律法规、第三方支付技术等实务

2	PS 平面绘图与设计	64	掌握软件的应用技术并达到岗位的能力要求,以能力培养为目的。为便于高职高专在校学生对 PS 绘图课程的系统学习和实际操作能力的训练,以适应我国经济、技术发展对专业人才的新需求	Photoshop 绘图设计实务、图层技术、滤镜技术、贝塞尔曲线技术、修图与绘图技术、PSD 综合技能技术实务
3	市场营销	64	掌握软件的应用技术并达到岗位的能力要求,以能力培养为目的。为便于高职高专在校学生对市场营销课程的系统学习和实际操作能力的训练,以适应我国经济、技术发展对专业人才的新需求	市场营销理论与实务,市场调查与分析、消费者需求分析、产品生命周期分析等实务
4	网页制作与设计	64	掌握软件的应用技术并达到岗位的能力要求,以能力培养为目的。为便于高职高专在校学生对网页制作课程的系统学习和实际操作能力的训练,以适应我国经济、技术发展对专业人才的新需求	网页制作与设计实务,HTML 设计技术、CSS 样式设计技术、Image 图片设计、header 编辑等技术实务
5	经济学基础	64	掌握软件的应用技术并达到岗位的能力要求,以能力培养为目的。为便于高职高专在校学生对经济学课程的系统学习和实际操作能力的训练,以适应我国经济、技术发展对专业人才的新需求	经济学基础与实务,供求关系与曲线、边际效益关系、机会成本分析、经济周期与规律分析等
6	网络客户服务与管理	64	掌握软件的应用技术并达到岗位的能力要求,以能力培养为目的。为便于高职高专在校学生对网络客服课程的系统学习和实际操作能力的训练,以适应我国经济、技术发展对专业人才的新需求	网络客户服务与管理实务,Call 呼叫中心概念、网络咨询与回复技术、售前售中与售后服务等实务
7	网络营销	64	掌握软件的应用技术并达到岗位的能力要求,以能力培养为目的。为便于高职高专在校学生对网络营销课程的系统学习和实际操作能力的训练,以适应我国经济、技术发展对专业人才的新需求	网络营销实务,社会化营销技术、搜索排名技术、自媒体营销实务技术、网站营销与口碑营销等实务
8	SEO 搜索引擎推广	64	掌握软件的应用技术并达到岗位的能力要求,以能力培养为目的。为便于高职高专在校学生对 SEO 搜索课程的系统学习和实际操作能力的训练,以适应我国经济、技术发展对专业人才的新需求	SEO 搜索引擎推广,百度站长实务技术、谷歌搜索技术、网站 SEO 排名规则、Alexa 网站统计技术等实务

3. 专业拓展课程。

专业拓展课程包括：《电子商务物流管理》《跨境电子商务》《国际贸易实务》《商

务谈判》《电子商务文案策划与写作》《新媒体营销》等。

七、教学进程总体安排

表 2 电子商务专业必修课

课程类别	课 程 名 称	理论/ 实践	学 时			学 分	执 行 学 期										考 核 学 期	
			总计	理论	实践		1	2	S1	3	4	S2	5	6	考查	考试		
公共 基础课	军事理论	A	32	32	0	2	32								1			
	思想道德修养与法律基础	B	48	40	8	3	48										1	
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	48	40	8	3		48									2	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	32	28	4	2		32	校外 社会 实践			校外 社会 实践					2	
	形势与政策	A	16	16	0	1	4	4		4	4				1-4			
	大学英语	A	128	128	0	8	64	64									1-2	
	体育	B	64	4	60	2	32	32							1-2			
	计算机技能训练	B	64	32	32	4	64										1	
	应用文写作	A	32	32	0	2		32	64								2	
	应用数学	A	32	32	0	2	32										1	
	小计		496	384	112	29	276	212		4	4							
专业 基础课	电子商务理论与实务★	A	64	32	32	4	64										1	
	管理学原理与实务	A	48	24	24	3	48								1			
	经济学基础★	B	48	24	24	3		48									2	
	市场营销★	B	64	24	40	4		64									2	
	消费心理学	B	48	24	24	3		48							2			
	PS 平面绘图与设计★	C	64	16	48	4			64						3			
	小计		336	144	192	21	112	160		64								
专业 核心课	国际贸易实务△	B	64	16	48	4				64							3	
	网页设计与制作★△	C	64	16	48	4				64					3			
	网络营销★	B	64	24	40	4				64							3	
	网店经营与管理△	C	64	16	48	4				64					3			
	小计		256	72	184	16				256								

课程类别	课程名称	理论/ 实践	学 时			学 分	执 行 学 期										考核 学期	
			总计	理论	实践		1	2	S1	3	4	S2	5	6	考查	考试		
专业 拓展课	商务谈判	B	48	16	32	3					48				4			
	电子商务物流管理 Δ *	B	64	16	48	4					64					4		
	新媒体营销策划 Δ	B	48	16	32	3							48		5			
	网络客户服务与管理 ★ Δ	B	64	16	48	4							64		5			
	经济法	B	48	24	24	3							48			5		
	小计		272	88	184	17					112		160					
合计			1360	720	640	83	388	372			324	116	160					

注：1. “*”标识为“1+X”证书植入的核心课程（2-3门）。

2. “Δ”标识为校企合作特色课程，学校实行“双导师制”，与企业导师共同开发课程，共同制定课程标准，使学生能够实现岗位能力与职位能力的无缝对接。

3. “★”标识为专业核心课程（原则上专业基础课6~8门）。

4. “理论/实践”栏目：用A表示理论课；B表示“理实一体化课程”；C表示实践课，理实一体化课程计算比例时，按实践课计算

表 3 电子商务专业选修课（含公共选修课）

课程类别	课程名称		理论/ 实践	学 时			学 分	执 行 学 期										考核学 期		修读 学分
				总计	理论	实践		1	2	S1	3	4	S2	5	6	考查	考试			
专业 推荐 选修 课	跨境 电商 方向	跨境电商实务	B	64	24	40	4					64				4		12		
		电子商务文案 策划与写作	B	64	16	48	4					64				4				
		SEO 搜索引擎推 广 ★*	B	64	24	40	4					64				4				
		合计		192	64	128	12					192								
	网络 营销	软文营销写作	B	64	24	40	4					64				4				
		移动电商营销	B	64	16	48	4					64				4				

课程类别	课程名称		理论/实践	学时			学分	执行学期										考核学期		修读学分
				总计	理论	实践		1	2	S1	3	4	S2	5	6	考查	考试			
	方向	视觉营销设计	B	64	24	40	4					践		64				业	4	
		合计		192	64	128	12							192				设计		
	书证融通模块	1+X 证书		学分银行转换													计			
		大数据分析与应用职业等级证书（初级）*	B	192	64	128	12						192					答辩	4	
		合计		192	64	128	12						192							
公共选修课																		√		10
注：《中国传统文化》1 学分、《职业发展与就业指导》1 学分、《大学生创新创业》1 学分、《大学生健康教育》2 学分等为线上课程，要求学生必选，在 1-2 学期开设。《中国文学经典赏析》为线下课程，1 学分，要求学生必选。																				

注：“理论/实践”栏目：用A表示理论课；B表示“理实一体化课程”；C表示实践课，理实一体化课程计算比例时，按实践课计算。

表 4 电子商务专业实践教学

项 目		教 学 环 节	学分	实践 周数	执 行 学 期										说 明
					1	2	S1	3	4	S2	5	6			
通用 素质	军事技能	军训	2	2	2										
	劳动教育	劳动实践	2	2	1	1									
	就业创新 创业	就业教育、创新创业 教育	2	2		1			1						
项 目		教 学 环 节	学分	实践 周数	执 行 学 期										
					1	2	S1	3	4	S2	5	6			
专业实训		校内专业集中实训	2	2		1			1						
		认知实习	2	2	1			1							
		校外跟岗/顶岗实习	12	24			4			8		12			

毕业答辩	毕业设计（论文）与答辩	8	16							14	2	
合 计		30	50	4	3	4	1	2	8	14	14	

注：1. 校外社会实践跟岗/顶岗实习、毕业设计（论文）与答辩按2周1学分计算。

2. 校内专业技能集中实训由二级学院根据课程需要强化实践内容，包括但不限于：技能强化训练、技能竞赛等。

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

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

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；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；具有扎实的电子商务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；每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

3. 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. “双师型”教师

我院专职教师均为“双师型”教师，且经过了学校的认证。

5. 兼职教师（含企业方）

主要从电商企业聘任，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，能承担课程与实训教学、实习指导等专业教学任务。

（二）教学设施

1. 实训教学场所

本专业具有电子商务自主实训室、电子商务新媒体实训室

2. 校内本专业应建实训室、已建实训室、拟建实训室

表 5 校内电子商务专业应建实训室

序号	实训室名称	完成的实践教学内容	适用课程	备 注
1	电商数据分析实训室	搜索引擎模拟、电子商务 SEO 实务、SEM 搜索排名等课程的教学与实训。	电子商务数据分析与应用 SEO搜索基础 大数据平台与应用 网上支付与电子银行	
2	电子商务信息采编实训室	用于视频采编、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。	网页设计与制作 PS平面绘图与设计 网店经营与管理	
3	电子商务客户服务实训室	用于商务沟通与礼仪、客户服务与管理、客户服务技巧等教学与实训。	网络客户服务与管理 商务谈判 网络营销	
4	电子商务运营实训室	用于电子商务运营、电子商务数据分析、跨境电子商务实践、电子商务物流及供应链管理等课程的教学实训。	电子商务物流管理 跨境电商 国际贸易实务	
5	电子商务直播实训室	用于新媒体营销等电商直播与策划的教学实训。	新媒体营销策划	
6	直播运营实训室	用于新媒体营销等电商直播与策划的教学实训。	新媒体营销策划	

表 6 校内电子商务专业已建实训室

序号	实训室名称	完成的实践教学内容	适用课程	备 注
1	电子商务信息采编实训室	用于视频采编、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。	网页设计与制作 PS平面绘图与设计 网店经营与管理	
2	电子商务数据分析实训室	用于程序设计基础、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。	电子商务数据分析与应用 SEO搜索基础 大数据平台与应用 网上支付与电子银行	
3	电子商务客户服务实训室	用于商务沟通与礼仪、客户服务与管理、客户服务技巧等教学与实训。	网络客户服务与管理 商务谈判 网络营销	
4	电子商务运营实训室	用于电子商务运营、电子商务数据分析、跨境电子商务实践、电子商务物流及供应链管理等课程的教学实训。	电子商务物流管理 跨境电商 国际贸易实务	
5	电子商务直播实训室	用于新媒体营销等电商直播与策划的教学实训。	新媒体营销策划	

表 7 校内电子商务专业拟建实训室

序号	实训室名称	完成的实践教学内容	适用课程	拟建完成时间	备 注
1	直播运营实训室	用于新媒体营销等电商直播与策划的教学实训	新媒体营销策划	2026. 12	

3. 校外实训条件

表 8 校外实训基地

序号	校外实训基地名称	合作企业名称	实践教学形式	合作深度
1	电子商务实训基地	深圳市中诺思科技股份有限公司	专业认知	教学资源共建共享
2	618 电商实训基地	佛山冰火电子商务有限公司	客服岗位实践	校企共建实训场所

（三）教学资源

表 9 电子商务专业教材一览表（参考）

序号	课程名称	教材名称	出版社	作者	出版时间	校企开发教材（是/否）	新形态教材（是/否）
1	网页设计与制作	网页设计与制作（互联网+）	武汉大学出版社	高 巍 潘宏铭	2020. 08	否	否
2	新媒体营销策划	新媒体营销策划	人民邮电出版社	赵轶	2019. 01	否	否
3	商务谈判	商务谈判（互联网+）	武汉大学出版社	王香芬	2020. 08	否	否
4	电子商务数据分析与应用	电子商务数据分析	人民邮电出版社	陈晴光	2020. 08	否	否

5	经济学基础	经济学基础 (第四版)	中国人民大学出版社	陈玉清	2020.01	否	否
---	-------	----------------	-----------	-----	---------	---	---

表 10 电子商务专业数字化资源选用表

序号	类型	数字化资源名称	资源网址
1	专业群资源库	中国大学 MOOC(慕课)	https://www.icourse163.org/
2	微课	智慧职教	https://www.icve.com.cn/

（四）教学方法

1. 案例教学法

要用特定的案例并指导学生提前阅读，要组织学生开展讨论或争论，形成反复的互动与交流，并且案例教学一般要结合一定的理论，通过多种信息、知识、经验、观点的碰撞来达到启示理论和启迪思维的目的。

2. 任务驱动教学法

为了训练学生的职业能力和综合素质，实践教学采用渐进式项目驱动教学方法，学生在实训前就拿到项目的内容、要求，学生通过项目的调研、实施、验收等环节的训练。

3. 项目教学法

以项目的形式展开，将理论全部用实践展开，学生完成项目后掌握了理论。

4. 理实一体化化教学法

理论联系实际，老师先讲，学生再实操，学以致用。

（五）学习评价

1. 加强教学环节的三全管理

（1）全面性管理：要求对全体学生的思想品德、文化科学、身体心理、审美、劳技等方面素质的提高进行全面的评价监控。不仅强调学生的认知水平，还应包括学生通过教学所获得的作为一个人所应具备的各种综合素质。

（2）全员性管理：全体师生都要参与到教学质量管理中。

（3）全程性管理：加强教学工作过程的环节性管理，明确教学工作过程各个环节的质量标准，使教师在备课质量、上课、作业、辅导质量等方面得到有效控制；使学生在预习、听课、复习质量等方面得到监控。

2. 加强教学情况与学习情况的检查

(1) 组织制定本教研组的各种教学进度与计划，并监控执行。

(2) 加强教研组的备课活动，由教研组长负责，每月集体备课 2 次，对教学中的共性问题进行专项探讨，并做到有书面记录。

(3) 由教研组长牵头，汇总各班学习有困难学生的名单，建立个人档案，定期出基本练习题，对本年级后进生进行质量追踪分析。

(4) 教研组长负责学科的教研活动，做到计划、时间、内容、小结四落实，教研活动的开展与记录及时、有效果。

(5) 有针对性地对教育、教学情况进行监控与检查。教研组长每学期至少检查两次教师的备课、作业情况，要做好记录与评价并及时反馈。

3. 进一步加强教师的自我监控

(1) 加强质量意识，为学生的全面发展制定具体计划和措施。

(2) 遵循《教学规程》对教学各环节中的要求，不断提高自身教学水平。

(3) 积极参加区、校组织的各类培训。

(4) 上课后要有随笔，及时记录课后反思和想法。

（六）质量管理

1. 学校和二级院系应建立专业建设和教学过程质量监控机制，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、二级院系及专业应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

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

4. 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。

5. 定期对本专业的教育教学活动进行信息采集并整理，分析学生（毕业生）、教师、管理人员等有关学习（培训）、教学、工作等方面的信息，为教学质量管理、招考办法改革、专业设置优化、人才培养方案制定、课程调整创新、办学成本核算、制度设计等提供

科学依据。

九、毕业要求

I 类专业：135 学分，其中必修课 83 学分，选修课 22 学分，实践教学 30 学分。

在校期间应考取四川省大学英语二级（SCET-2），四川省计算机等级考试 I 级或全国计算机等级考试（NCRE）I 级 B 合格证书；考取电子商务师（三级）职业技能证书（必考），网络营销师（选考），客户服务管理师（选考）和商务策划师（选考）。

十、培养方案修订说明

（一）人才需求调查情况

近年来，随着全球电子商务高速增长，中国电子商务也急剧发展，使得电子商务人才严重短缺，由于互联网用户正以每年 100% 的速度递增，该行业的人才缺口相当惊人，预计中国在未来大约需要 200 万名电子商务专业人才，从社会调查实践来看，绝大多数企业（多为中小企业）已陆续步入电子商务行列，采用传统经济与网络经济结合的方式生产经营。同时，国家政策正在大力支持电子商务的发展，商务部已经对电子商务给予极大重视。据统计，中国登记在册的电子商务企业已超过 1000 多万家，未来中国对电子商务人才的需求每年约 20 万人，而中国当前包括高校和技工学校等机构每年输出的人才数量不到 10 万人。人才总量不足已成为制约中国电子商务发展的瓶颈。随着电子商务的快速发展，这些毕业生在进入人才市场时本应抢手，但事实并非如此，近年来电子商务专业应届毕业生就业率仅为 20%，而全国普通高校毕业生就业签约率是 47%，可见，电子商务专业应届毕业生就业率远远低于全国大学生就业平均水平，这种状况不容乐观。

（二）社会岗位需求分析

电子商务专业是一门涉及计算机科学、网络技术、市场学、市场营销学等基础学科和技术学科的综合性和应用技术专业，就业面宽，有广阔的发展前景。电子商务人才除了具备高水平的信息技术开发的能力外，还需要懂得国际贸易、市场营销、商务数据分析、工商管理方面的专业知识，以及相应的法律方面的知识。电子商务的迅猛发展，冲击了国际贸易和市场营销的传统观念、管理体制和运行模式，这就对各行各业的经贸人才提出了新的要求，要求经贸人才懂得大型数据库技术、电子支付系统、电子商务平台的应用技术。高职电子商务专业的人才培养主要定位在应用管理层，这是一个电子商务人才需求最庞大的群体。他们的工作侧重是商务经营和商务管理。他们不需要深入了解电子商务所涉及的信息技术细节，但需要熟练掌握电子方式下的工作程序。另外，像企业和政府部门涉及电子商务的管理人员，他们也应该了解电子商务的政策、法规以及操作方式。

（三）培养方案修订思路 and 特色

1. 修订思路

培养方案在执行过程中，根据培养方向侧重点的改变、先进设备及生产技术的发展及企业对人才的要求，对设置课程进行了适时调整，以期使培养的学生最大程度地满足企业和社会的需求。市场对人才的需求有一个循环周期，不同时期不同部门对电子商务人才的需求有一定的变化规律。在本方案设计模块时充分考虑到这个规律，本次方案修订改动主要体现在：

（1）新增专业基础课程《市场营销》，该课程作为专业技能课程《网络营销》和《新媒体营销策划》的先修课程，提供关于市场营销的理论知识基础。一方面，使学生掌握电子商务市场营销的基本理论、基本概念和基本方法，为进一步学习电子商务其它专业课程及将来从事电子商务工作奠定基础；另一方面，使学生能分析和运用电子商务市场营销知识，即根据实际情况有分析地把这些知识运用于实际工作中。

2. 修订特色

针对不同年级开设内容不同的模块，如选修课程的方向选设，会根据不同时期对人才的需求及时调整选设方向。根据当地经济发展状况，按技术领域和职业岗位（群）的实际需要及时调整课程，建设一批重点课程和精品课程，提高课程建设的质量与水平，构建适应经济建设、科技进步、个性发展的具有职业教育特色的课程体系。

在教学课程体系安排中，虽然设计比较多的模块，但由于学生数量的限制以及考虑到学生选课的实际情况，在培养方案的实际执行中，并不一定执行所有的模块，而是根据学生人数的实际情况和市场对人才需求变化的预测，针对性地开设符合市场需求的模块。

十一、其它

（一）辅修专业

在人才培养方案修订和执行过程中，注重加强实践教学，突出高等职业教育特色。建立科学的实践教学体系。根据专业培养目标、人才培养规格和专业技能规范的要求，将实践教学活的各个环节组成一个贯穿于学生学习全过程的教学体系。同时，在教学资源设置中，有计划地组织根据课程设置推荐使用反映新知识、新技术、新工艺和新方法、符合专业新特点的教材。

物流管理、工商管理、人力资源。

（二）办学依托

深圳市中诺思科技股份有限公司、京东、顺丰物流等。

（三）简要说明

本专业人才培养方案由合作企业与电子商务教研室共同拟订，并经过校内外同行专家的论证，体现了企业对人才的需求特性及专业未来的发展走向。

（四）可以对口接纳的中职专业

财经商贸类专业、工商管理等专业。

（五）可以对口报考的本科专业

电子商务、工商管理等专业。

十二、附录:实践能力培养路线图

