

# 三年制电子商务专业人才培养方案

## 1. 【专业名称及代码】

电子商务 630801

## 2. 【招生对象】

高中毕业生

## 3. 【学习年限及毕业要求】

### 3.1 学习年限

三年

### 3.2 毕业要求

#### (1) 学分要求

总学分：129 分

其中：基础素质课：26 学分

基础素质综合实践课：5 学分

全校选修课：6 学分

专业基础课：36 学分

专业核心课：16 学分

专业拓展课：14 学分

专业综合实践课：26 分

#### (2) 证书要求

职业资格证书：

序号	证书名称	颁证机构	获证建议
1	助理电子商务师	人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心	推荐获得
2	跨境电子商务师	工业和信息化部教育与考试中心	推荐获得
3	电子商务设计师	人力资源与社会保障厅	推荐获得
4	电子商务运营专员认证	阿里巴巴中国网络技术有限公司	推荐获得
5	Adobe 产品认证专家	Adobe 公司	推荐获得

基本技能证书:

序号	证书名称	颁证机构	获证建议
1	大学英语四级证书(CET4)	全国大学英语四、六级考试委员会	推荐获得
2	全国计算机信息高新技术考试中级	人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心	推荐获得

#### 4. 【培养目标】

本专业聚焦“一带一路”，面向具有中小型企业特点的信息技术服务业和商务服务业，培养能够胜任移动电商开发、电商运营、网络推广、电商美工和网络文案等岗位工作，具有良好的职业道德素养、自主学习能力和创新创业精神，掌握电子商务的基础理论知识和操作技术，具备较强的电商技能操作能力、网络营销运营能力以及电商创新创业能力，职业素质高、就业能力强、发展潜力大的技术技能人才。

#### 5. 【职业范围】

电子商务专业职业生涯发展路径

发展阶段	就业岗位		职业资格证书	学历层次	发展年限
	技术岗位	运营岗位			
IV	设计总监 产品总监	运营总监 推广总监 策划总监	电子商务师 电子商务设计师	高职	>8
III	设计经理 产品经理	运营经理(店长) 策划经理 推广经理	助理电子商务师 电子商务设计师 阿里巴巴电子商务人才认证	高职	5-8
II	视觉设计 移动电商开发	运营主管 推广主管 策划主管	跨境电子商务师 阿里巴巴电子商务人才认证	高职	3-5
I	网店美工 网页编辑 前端设计	运营专员 文案专员 网络营销专员 跨境电商专员	图像制作员 (Photoshop) 网络编辑员	高职	0.5-3

#### 6. 【人才规格】

##### 6.1 职业核心能力

广外艺学生共同具备的职业核心能力是“HAPPY”特质（Honest 诚信、Ambitious 笃志、Polite 知礼、Painstaking 勤奋、阳光 Youthful）及“六能力”（自我管理能力和与人交流能力、与人合作能力、信息处理能力、解决问题能力、创新创业能力）。

- (1) 具备有效沟通和主动交流能力，能在沟通过程中准确发问与表达；
- (2) 能够熟练应用计算机办公软件和设备，能达到 80 字/分钟打字速度；
- (3) 能够明确个人发展规划并进行自主学习，具备革新创新能力；
- (4) 能够发现问题并组织团队解决问题，敢于承担责任；
- (5) 能够使用信息处理软件进行信息处理和总结归纳；
- (6) 具备一定的外语应用能力；
- (7) 具备基本的法律法规意识。

## 6.2 专业核心能力

- (1) 能实现移动电商产品的设计与开发；
- (2) 能运用网络资源开展网络营销策划活动和实施活动；
- (3) 能在互联网行业中开展商务服务的自主创业实践活动；
- (4) 能熟练操作主流电子商务平台；
- (5) 能进行市场调研分析，并通过市场定位、资源匹配、过程管控和过程优化等方式进行运营管理；
- (6) 能熟练使用各类软件制作多媒体素材，包括图片处理、平面设计、网页设计等；
- (7) 能完成电子商务专题活动页面设计，提升整体视觉效果及用户体验；
- (8) 能根据市场调研和客户群定位制定运营方案，并制定推广策略；
- (9) 能监督执行运营策划活动，并进行总结评估；
- (10) 能够对电子商务运营情况进行数据分析并提供运营建议。

## 7. 【工作任务与职业能力分析】

工作项目/ 职业素养		工作任务 /职业素养分类		职业能力	
01	调 研 分 析	01-01	市场环境分析	01-01-01	熟练使用 PEST 工具
				01-01-02	掌握政治经济学或宏观经济学的原理和知识
				01-01-03	具备数理统计、逻辑思维和推理能力
		01-02	行业趋势分析	01-02-01	学会使用百度指数
				01-02-02	学会使用谷歌趋势
				01-02-03	读懂专业行业白皮书，统计年鉴
		01-03	用户需求分析	01-03-01	学会使用阿里指数
				01-03-02	学会使用微指数

		01-04	竞争分析	01-03-03	学会视频指数
				01-03-04	学会使用谷歌的 GA、Marketing finder
				01-04-01	学会使用 SWOT 分析
				01-04-02	学会使用 similarWeb 分析
02	市场定位	02-01	用户定位	02-01-01	学会使用用户画像或用户画布
				02-02-01	根据用户定位来设计产品功能
		02-02	产品定位	02-02-02	根据用户定位来设计产品外观
				02-02-03	根据用户定位来设计产品价格
				02-03-01	具备产品渠道分析能力
		02-03	渠道定位	02-03-02	具备推广渠道的选择能力
				02-04-01	提炼消费者的情感诉求
		02-04	品牌定位	02-04-02	塑造品牌的价值主张
03	资源匹配	03-01	人力资源匹配	03-01-01	管理人才的选、育、用、留
				03-01-02	掌握人力资源的基本知识
				03-01-03	具备领导力
		03-02	资金匹配	03-02-01	具备财务知识
				03-02-02	具备三张表（资金流量表、资产负债表和利润表）的理解能力
				03-02-03	具备多渠道融资能力（做资金保障）
		03-03	生产资料和物流方式	03-03-01	具备供应链管理能力
				03-03-02	具备物流管理能力
				03-03-03	具备资源整合能力
04	过程管控	04-01	目标的管控	04-01-01	设置 KPI 设置和分解目标
				04-01-02	能够明确授权给团队，给予支持
				04-01-03	具备绩效沟通能力
		04-02	服务的管控	04-02-01	具备流程化和标准化的能力
				04-02-02	具备抗压的能力
		04-03	风险的管控	04-03-01	管控劳务风险
				04-03-02	管控财务风险
				04-03-03	管控法务风险
				04-03-04	设置风险的警报线
05	运营优化	05-01	数据的总结	05-01-01	具备数据分析能力
				05-01-02	具备数据建模能力
				05-01-03	具备归纳总结的能力
		05-02	提炼改进的方向和措施	05-02-01	能够使用头脑风暴
				05-02-02	能够鉴定问题的本质
		05-03	收集客户的反馈	05-03-01	开展调研
				05-03-02	与客户沟通互动
		05-04	进行优化点的考核	05-04-01	形成新的 PDCA 循环
06	客户数据	06-01	主动收集客户信息	06-01-01	熟练使用电脑和手机进行收集客户信息
				06-01-02	具备交际能力

	源的收集与分析	06-02	运用公司提供的客户数据	06-01-03	能够熟练使用社交软件
				06-02-01	专业地知晓产品知识
				06-02-02	根据服务目的（销售或维护）筛选相应的数据
07	精准区分客户需求	07-01	主动回访	07-01-01	了解客户心理
				07-01-02	具备开朗的性格
				07-01-03	理解各种营销活动内容
				07-01-04	运用主动营销
				07-01-05	具有谈价议价的技巧
				07-01-06	具备比较强的沟通能力和销售能力
		07-02	被动回访	07-01-07	利用电话和微信进行客户筛选，确定二次营销准客户
				07-02-01	维护现有公司客户资源
				07-02-02	具备比较强的沟通能力和理解能力
08	分析解决问题	08-01	分析和解决有理和无理投诉	07-02-03	对突发事件具有较快的应变能力
				08-01-01	熟悉和认可公司产品
				08-01-02	具有到位的产品知识
				08-01-03	熟悉本产品的业务处理流程
				08-01-04	具备较强的服务意识
				08-01-05	具备较强的心理承受能力
				08-01-06	具备较强的责任心
				08-01-07	可以在沟通中安抚客户情绪
09	客情关系维系	09-01	个人客服的客情关系维系（如保险类）	08-01-08	在沟通中维护公司利益
				09-01-01	具备耐心、细致的工作方法
				09-01-02	具备沟通协调能力
				09-01-03	具备从线上到线下的连续销售跟踪能力
		09-02	公司层面（如运营商客服类）	09-01-04	要求开朗的性格
				09-01-05	具备对公司的认可度
				09-02-01	具备对公司的认可度
10	二次营销（最终目的）	10-01	本产品的二次销售	09-02-02	熟悉公司业务流程和业务知识
				09-02-03	能够维护公司的良好的形象
				10-01-01	认可公司的文化和产品价值
		10-02	公司的其他产品再次销售	10-01-02	熟悉产品的增值业务
				10-01-03	对公司产品进行转介绍
				10-02-01	具有较强的销售意识
11	其他客服方式	11-02	电商个人客服	10-03-01	具备很强的理解能力和沟通能力
				10-03-02	了解客户心理
				10-03-03	对公司产品熟悉
11-01-01	理解 AI 知识				
11-02	11-02-01	11-02-01	资料数据的收集和分析		
		11-02-02	解决客户的咨询或者需求		
		11-02-03	售前售中售后服务知识		
		11-02-04	熟练操作后台买家操作		

				11-02-05	标准化的话术培训
				11-02-06	普通话和情感的运用
				11-02-07	知晓客服岗位价值理念
				11-02-08	具备很强的抗压能力
				11-02-09	能够妥善回复中差评
				11-02-10	熟练掌握并理解平台的售后服务规则与店铺个性化服务条款
12	各 类 软 件 专 业 技 能 要 求	12-01	前端门户设计	12-01-01	掌握 HTML5、JavaScript、PHP 知识和操作技能
		12-02	后台管理系统设计	12-02-01	掌握 JAVA、PHP、数据库（MSSQL、MYSQL）开发知识和技能
				12-02-02	UML 表单设计及 UML 系统架构
		12-03	广告传媒设计	12-03-01	掌握平面设计工具如 PS、AI、CDR、FL(PS、CDR)
				12-03-02	掌握 3D 设计工具如 3DMAX、MAYA
				12-03-03	掌握多媒体处理工具如 FLASH、AE
12-04	虚拟现实	12-04-01	了解 VR：虚幻引擎、Unity3D		
13	客 户 需 求 的 沟 通 与 理 解 分 析	13-01	需求分析	13-01-01	熟练掌握脑图工具
				13-01-02	具备较强语言沟通理解能力、分析加工能力
				13-01-03	引导客户需求能力
		13-02	原型设计	13-02-01	熟练 PPT、UML 工具
				13-02-02	能够模拟现实场景
		13-03	需求确认	13-03-01	掌握需求文档编辑能力
13-03-02	制定项目验收确认条款				
14	团 队 合 作 执 行	14-01	确定责任人	14-01-01	确认组织架构
				14-01-02	明确项目负责人责任权利和义务
		14-02	确定项目任务分工	14-02-01	进行人员绩效考核
				14-02-02	阶段性工作评定
		14-03	项目的进度计划	14-03-01	Visio 制定项目进度计划表
				14-03-02	里程碑工作总结和汇报
				14-03-03	项目工作内容调整
		14-04	项目的风险控制	14-04-01	人员变动应变
				14-04-02	目标差异应变
14-04-03	成本超支应变				
15	设 计 效 果 评 估	15-01	成本预算	15-01-01	财务基本知识普及
				15-01-02	理解成本费用、收益、概念
		15-02	预期效果	15-02-01	满足客户需求、满意度、进度、质量
15-03	(超出成本预算)控制机制	15-03-01	进度计划、成本计划、进度差异、风险评测		
16	搜 索 引 擎 优 化	16-01	数据挖掘	16-01-01	善于使用数据挖掘工具，如高级版百度指数，站长工具，长尾关键字挖掘工具，百度商桥，百度统计等统计工具
		16-02	免费工具营销	16-02-01	比如短链接生成器和火车头采集

		16-03	付费工具营销	16-03-01	百度竞价, 360 点睛系统, 搜搜推广等付费工具的后台使用
		16-04	SEO 文案撰写	16-04-01	百度百科, 百度新闻源, 百度文库, 百度经验, 百度知道, 论坛软文等
		16-05	SEO 推广执行	16-05-01	百科, 新闻源, 文库经验等的发布与效果统计
		16-06	网站垂直树状架构建立	16-06-01	关键字密度把控, 代码结构与整体网页的树状结构能力
		16-07	TDK 标签及代码等处理	16-07-01	标题, 描述, 关键字, 标签等的分析与修改
		16-08	网络编辑伪原创文章及发布	16-08-01	伪原创工具的使用, 文章的撰写及关键字分布等
17	社交媒体推广	17-01	微博推广	17-01-01	微博文案撰写: 长微博文案、短微博文案、广告文案撰写
				17-01-02	付费工具: 粉丝通, 微任务使用 免费工具: 互粉工具, 互粉平台使用
				17-01-03	数据分析: 粉丝后台, 用户内容偏好分析
				17-01-04	媒介: KOL 资源的捕捉整理
				17-01-05	微博推广方案撰写: 热门话题, 推广形式, 增粉目标, 内容推广, 粉丝活动等
		17-02	微信推广	17-02-01	(公众号): 微信文案撰写: 推送短信息, 公众号软文文案
				17-02-02	(公众号): 付费工具“广点通”, KOL 广告主栏目广告位等资源
				17-02-03	(公众号): 后台素材整理, 图文整理, 预览发布
				17-02-04	(公众号): 后台分析工具使用
				17-02-05	(个人号): 朋友圈文案, 朋友圈活动策划
				17-02-06	(个人号): 微信社区, 人群捕捉, 粉丝互动
		17-03	博客推广	17-03-01	撰写原创文章
				17-03-02	关键字的布局
				17-03-03	标签的布局
				17-03-04	页面布局
				17-03-05	链轮(锚文本)布局
		17-04	QQ 推广	17-04-01	QQ 空间维系与互动
				17-04-02	邮件推广
				17-04-03	QQ 群营销
		17-05	社交媒体推广	17-05-01	社交媒体入驻
				17-05-02	内容推广
17-05-03	粉丝活动策划与其他社交媒体的合作推广				
17-05-04	具备跨境电商的基本能力				
18	平台推广	18-01	(1) B2B 平台	18-01-01	平台入驻: 平台的资料审核与入驻
			(2) B2C 平台	18-01-02	付费工具: 直通车等付费工具使用
			(3) C2C 平台	18-01-03	后台管理: 如千牛等客服管理工具的使用

			(4)分类信息 站点	18-01-04	活动上线：聚划算等淘宝活动的上线
				18-01-05	客服管理：话术以及回复设置等
				18-01-06	后台编辑：图片处理及商品详情等编写与发布
				18-01-07	企业信息文案撰写
				18-01-08	自动化信息工具使用
				18-01-09	发布及效果调控
19	客户 社群 推广	19-01	粉丝基地的建立（圈用户）	19-01-01	社群分析及社群功能的了解
		19-02	粉丝活动策划	19-01-02	抽奖活动，问卷调查，微信游戏开发等活动策划
		19-03	社交维系	19-01-03	人工客服的互动与销售回访，带动引入用户
20	联盟 营销	20-01	淘宝客入驻调控	20-01-01	淘客入驻，淘客后台管理，淘客预算及效果控制
		20-02	站长联盟入驻调控	20-01-02	联盟引流及百度联盟后台管理，设置预算及效果控制
21	市 场 调 研	21-01	信息收集	21-01-01	熟练使用各类办公软件
				21-01-02	同类案例数据收集
				21-01-03	语言文字的组织和表达
		21-02	归类整理	21-02-01	同类案例图片归类
				21-02-02	同类案例文字归类
				21-02-03	其他数据整理归类
		21-03	分析评价	21-03-01	对收集的同类案例进行分析
				21-03-02	编写评价报告
		21-04	调研方案制定	21-04-01	语言表达能力
				21-04-02	经济议论文的写作能力
21-04-03	编写调研报告				
22	客 户 群 定 位	22-01	客户群理解	22-01-01	理解客户群的宗教思想、种族文化
				22-01-02	理解客户的企业文化和社会背景
				22-01-03	理解客户群的生活消费习惯
		22-02	整理定位	22-02-01	定位目标客户族群
				22-02-02	细分目标客户群年龄段
				22-02-03	细分客户群的消费能力
23	制 定 运 营 方 案	23-01	运营目标	23-01-01	运营方向的制定
				23-01-02	最优销售目标的制定
				23-01-03	最差销售目标的制定
		23-02	运营进度	23-02-01	监督日常运营管理
				23-02-02	运营工作检查与监督
				23-02-03	指导、协助运营部门完成进度
		23-03	保障措施	23-03-01	制定赏罚制度
				23-03-02	保障措施定岗定人实施
		24	制 定 推 广	24-01	团队分工
24-01-02	监督每个工作流的完成进度				



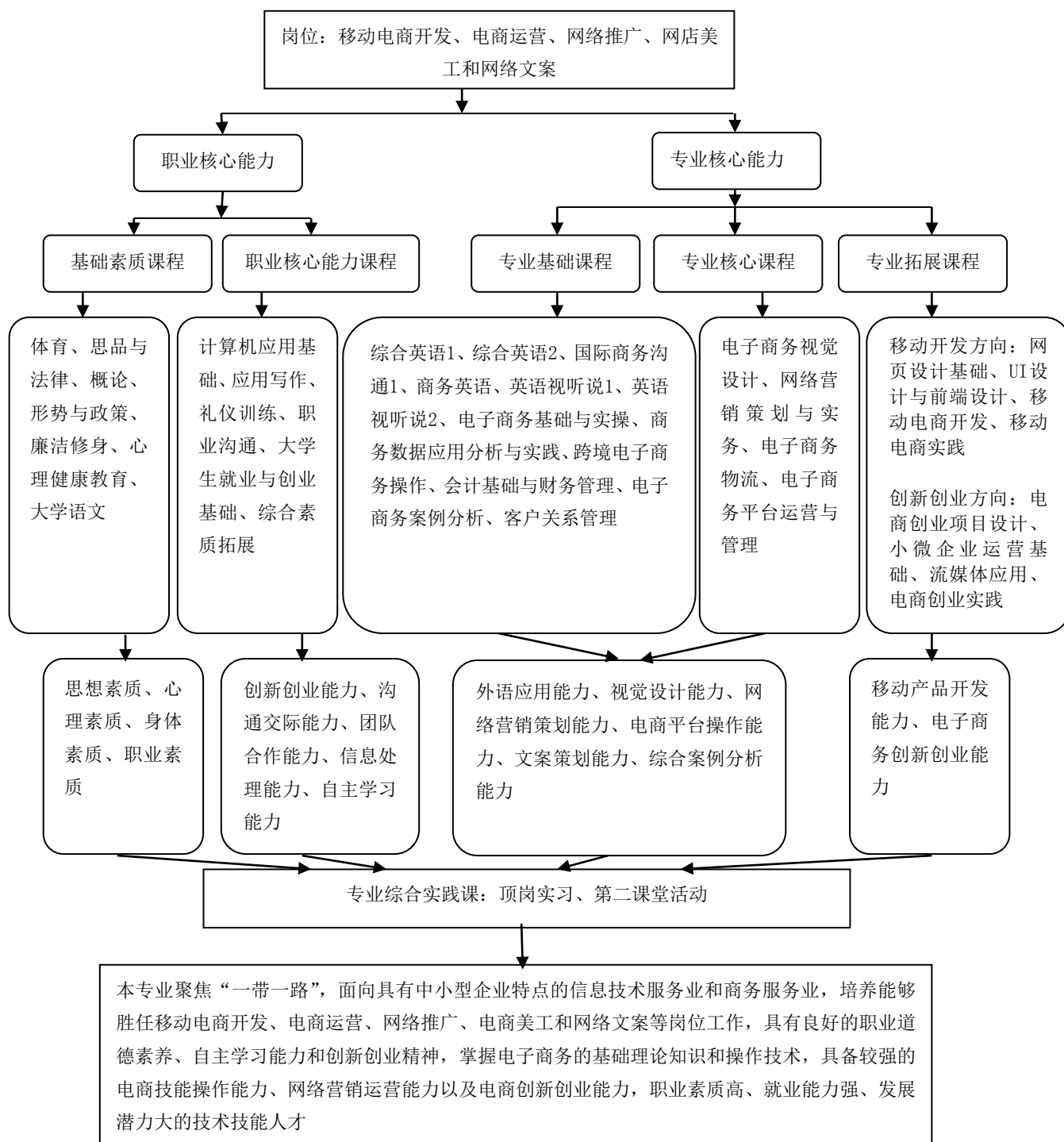
	策略	24-02	任务实施	24-02-01	检查任务完成情况
				24-02-02	制定后备应急方案
		24-03	渠道政策	24-03-01	制定渠道分解政策
				24-03-02	定岗定人对接渠道
		24-04	渠道分解	24-04-01	按渠道市场容量细分渠道任务
				24-04-02	与渠道协商分解任务目标
25	实施与服务	25-01	监督执行	25-01-01	巡检各执行环节
				25-01-02	制定执行环节评分考核制度
		25-02	总结评估	25-02-01	总结项目做的好的地方与不足之处
				25-02-02	评估项目完成情况
				25-02-03	提出改进意见
		25-03	客情维系	25-03-01	制定老客户的重要日子送出免费的服务与产品的相关政策
				25-03-02	挖掘客户新的需求
		25-04	服务营销	25-04-01	主动推出新产品与服务给客户
				25-04-02	促成客户重复购买
		26	职业素养 (通用能力、核心技能、关键能力)	26-01	沟通交流
26-01-02	加工分析,换位思考,将心比心				
26-01-03	把无序的变成有序				
26-01-04	加入自己的思想,加工了别人的变成了自己的,引领了谈话				
26-01-05	中立的聆听(不带评估和情绪)				
26-01-06	准确的发问,确认自己听的是准确的				
26-01-07	交流过程中有自己的表达,表达简洁准确				
26-01-08	语言表达的技能,标准普通话,英语能力				
26-01-09	陌拜能力				
26-01-10	形式上做些演讲能力(大场面用PPT演讲心理的锤炼)				
26-01-11	沟通的表述要直接				
26-01-12	沟通要主动				
26-01-13	沟通一定要有反馈				
26-01-14	沟通需要有自信				
26-01-15	沟通中要注意礼仪礼节				
26-02	数字应用(计算机技术)			26-02-01	办公软件的应用(尤其是EXCEL PPT)及使用技巧(快捷键)
				26-02-02	办公设备的使用
				26-02-03	各类设计软件的使用
				26-02-04	打字速度(80字/每分钟)
				26-02-05	熟悉各类的输入软件
				26-02-06	熟悉国外的通用软件(比如谷歌翻译、VR、AI)
				26-02-07	数字化摄影(拍产品)
26-03	革新创新			26-03-01	具备学习和接受新事物新理念的意识
		26-03-02	有创新思维的训练		
		26-03-03	使用思维导图		

		26-03-04	跨专业的学习形成跨界思维
26-04	自主学习	26-04-01	明确个人发展规划和方向
		26-04-02	明确自主学习的目标
		26-04-03	具备可持续学习能力
		26-04-04	具备自我提升意识
		26-04-05	拓展课外知识（学以致用）
		26-04-06	了解国学
		26-04-07	辨别信息能力
		26-04-08	跟优秀的人学习
		26-04-09	多参加社会活动，具有社会责任感
		26-04-10	采集国内外前沿案例，激发自主学习的热情
26-05	团队合作	26-05-01	敢于承担责任
		26-05-02	具备跨专业、跨学校、跨企业的团队合作
		26-05-03	认同团队共同的价值观
		26-05-04	目标一致
		26-05-05	相信团队
		26-05-06	要付出，为团队无私奉献
		26-05-07	构建可持续发展的团队文化
		26-05-08	单独组织活动的的能力
		26-05-09	为了团队目标，放弃个人好恶
		26-05-10	理性控制自我，不影响团队氛围
26-06	解决问题	26-06-01	良好的的心态
		26-06-02	接受问题的存在
		26-06-03	找到问题的根源并提出问题的解决方法
		26-06-04	主动思维，主动思考问题
		26-06-05	不回避问题，不规避问题
		26-06-06	具备提前发现问题的触觉，并组织团队解决问题
		26-06-07	暂时不能解决的问题，不要停留在原地
		26-06-08	学会创造价值，向前看来解决问题
		26-06-09	具备解决问题的能力的前瞻性
		26-06-10	全力以赴，用尽一切方法解决问题
26-07	信息处理	26-07-01	分辨信息真伪
		26-07-02	会使用信息处理软件
		26-07-03	信息的总结和归纳
26-08	责任意识	26-08-01	有担当意识
		26-08-02	具有职业道德
		26-08-03	个人与目标和结果的关系
		26-08-04	主人翁的意识
		26-08-05	不推卸责任
26-09	（安全）意识	26-09-01	有自我保护意识
		26-09-02	国家、公司机密的保密意识
		26-09-03	网络用语的合法性
		26-09-04	理解计算机病毒常识

			26-09-05	具备网络安全常识
			26-09-06	具备安全防范意识（防火、防盗）
			26-09-07	熟悉和遵守平台规则，确保账号安全
			26-09-08	培养基本法律意识
	26-10	外语应用	26-10-01	熟练使用翻译软件
			26-10-02	会小语种国家（一带一路涉及的国家）日常外贸用语的学习
			26-10-03	普通话标准
			26-10-04	辨别热销国家的文化、宗教、风俗、礼仪、消费习惯和语言习俗
			26-10-05	理解电子商务英语词汇
			26-10-06	掌握外贸函电知识（询盘、复盘）——跨境电商类
			26-10-07	识别常用专业术语的英文缩写
			26-10-08	英语听说读写能力（四级）

## 8. 【课程结构】

本专业根据珠三角中小型电子商务企业对毕业生职业核心能力和专业核心能力的要求，以及本专业“一实双核三维四方”的人才培养模式改革思路，设计了“基础素质课程+职业核心能力课程+专业基础课程+专业核心课程”和专业拓展课程的“4+1”课程体系模式。学生职业核心能力的培养主要由基础素质课程和职业核心能力课程支撑，同时在专业类课程中渗透。学生的专业核心能力的培养主要由专业核心课程支撑，专业基础课程为辅垫，专业拓展课程为提升，同时在基础素质课程和职业核心能力课程中渗透。



## 9.【专业核心课程】

序号	课程名称	对接任务与职业能力分析表	主要教学内容	参考学时
1	电子商务视觉设计	12-03-01 掌握平面设计工具如 PS、AI、CDR、FL(PS、CDR) 12-03-03 掌握多媒体处理工具如 FLASH、AE 13-01-01 熟练掌握脑图工具 13-01-02 具备较强语言沟通理解能力、分析加工能力 13-02 原型设计 15-02-01 满足客户需求、满意度、进度、质量 24 制定推广策略 25-04 服务营销	<p>本课程按照“以能力为本位，以职业实践为主线”的总体设计要求，以电商活动的视觉营销任务为课程目标，以电商美工为岗位目标，彻底打破学科课程的设计思路。课程突出工作任务和知识的联系，实施“理实一体化”教学，让学生在职业实践活动的基础上掌握知识，增强课程内容与职业岗位能力要求的相关性，提高学生的就业能力。</p> <p>本课程主要内容包括电子商务视觉营销常识，视觉设计基本原则，视觉设计工具（PS）操作界面，店招视觉设计任务，海报视觉设计，详情页视觉设计，首页视觉设计，视觉营销效果分析，视觉设计平台实践。</p>	54
2	网络营销策划与实务	01 能从市场环境、行业趋势、用户需求分析、竞争分析展开调研分析 02 能从用户定位、产品定位、渠道定位、品牌定位展开市场定位 05 能提炼客户反馈和改进方向进行运营优化 10 能根据客户需求开展二次营销 16 搜索引擎优化 17 社交媒体推广与营销 18 平台推广 19 客户社群推广 20 联盟营销 23 制定运营方案 24 制定推广策略	<p>本课程通过建立“战略+技能+实战”三位一体的知识体系，将网络营销战略规划与方案策划、文案策划、网络营销基本工具的技能训练，以及基于网络创业计划书或网络营销策划书的实战演练进行了有机结合，突出实践环节，重在培养学生系统策划网络营销项目的能力。</p> <p>本课程主要内容包括网络营销战略分析模型，拟订网络营销计划的具体步骤，网络营销目标市场定位战略，网络营销网站建设与策划；网络消费者行为分析，网络营销调研理论与实践，网络营销的产品、定价、分销和整合沟通策略，网络广告以及网络营销管理与评价等。</p>	72
3	电子商务物流	01 能从市场环境、行业趋势、用户需求分析、竞争分析展开调研分析 03-03-01 具备供应链管理能力 03-03-02 具备物流管理能力 03-03-03 具备资源整合能力 04 能够结合目标、服务和风险展开	<p>本课程以计算机信息技术、网络技术作为依托，通过培养学生掌握电子商务和物流管理这门交叉学科的实际应用知识，打好专业理论基础，能够为企业的作业过程、配送体系、物流模式、技术应用和供应量管理做出评价和创</p>	72

序号	课程名称	对接任务与职业能力分析表	主要教学内容	参考学时
		过程管控 05 能提炼客户反馈和改进方向进行运营优化 26-10-04 能够辨别热销国家的文化、宗教、风俗、礼仪、消费习惯和语言习俗，能够熟练操作电商平台的物流设置 26-03 具备一定的革新创新能力 26-04 自主学习能力 26-06 主动思考问题并解决问题	新，为企业取得最大的经济效益和社会效益，使企业在市场经济的运行中做到科学化、规范化、现代化。 本课程的主要内容包括电子商务与现代物流认知、电子商务物流作业过程、电子商务物流模式、电子商务企业物流、电子商务下的供应链管理等模块，其中物流作业过程包含包装、装卸搬运、流通加工、运输、存储、作业系统、配送等作业的现代综合管理课程模块。	
4	电子商务平台运营与管理	01 能从市场环境、行业趋势、用户需求分析、竞争分析展开调研分析 02 能从用户定位、产品定位、渠道定位、品牌定位展开市场定位 03 能够从人力资源、资金管理、生产资料和物流方面展开资源匹配 04 能够结合目标、服务和风险展开过程管控 05 能提炼客户反馈和改进方向进行运营优化 10 能根据客户需求开展二次营销 13 能够实现客户需求的沟通与理解分析 14 能够开展团队合作执行 15 能够进行设计效果评估	本课程通过组织学生自主创业或者参与校企合作企业实训活动，在主流国内电商平台中开展商品选品、网上开店、店铺装修、商品管理、物流管理、订单管理、纠纷处理、客户服务与营销、等活动，完成网店运营和管理，培养平台的熟练操作与团队协作能力。 本课程主要内容包括电子商务运营概述、网络信息检索与采集、网络市场调研、电子商务平台类型分析、B2B平台运营、B2C平台运营、C2C平台运营、自建网站运营与管理、常见运营数据分析等。	72

## 10. 【专业综合实践课安排表】

序号	综合实践课名称	学习内容要求	对接职业能力/职业素养	学时	学期	地点
1	顶岗实习 1	通过校外企业实习或者自主创业参与并胜任电商运营、网络推广、网店美工、网络文案和前端设计等岗位工作，运用所学专业技能知识完成岗位工作所要求的顶岗实习任务。	要求学生具备以下职业能力与素养： 能熟练操作主流电子商务平台；能进行市场调研分析，并通过市场定位、资源匹配、过程管控和过程优化等方式进行运营管理；能熟练使用各类软件制作多媒体素材，包括图片处理、平面设计、网页设计等；能完成电子商务专题活动页面设计，提升整体视觉效果及用户体验；能根据市场调研和客户群定位制定运营方案，并制定推广策略；能监督执行运营策划活动，并进行总结评估；能够对电子商务运营情况进行数据分析并提供运营建议	300 学时 (10 周)	5	校外

序号	综合实践课名称	学习内容要求	对接职业能力/职业素养	学时	学期	地点
2	顶岗实习 2	通过校外企业实习或者自主创业参与并胜任电商运营、网络推广、网店美工、网络文案和前端设计等岗位工作，理解企业运作流程、各部门的职能分工及联系，完成实习单位所要求的顶岗实习任务。	要求学生具备以下职业能力与素养：能实现移动电商产品的设计与开发；能运用网络资源开展网络营销策划活动和实施活动；能在互联网行业中开展商务服务的自主创业实践活动；能够明确个人发展规划并进行自主学习，具备革新创新能力；能够发现问题并组织团队解决问题，敢于承担责任；能够触类旁通，有效解决遇到的工作问题与困难。	450 学时 (15 周)	6	校外
3	第二课堂 活动	学生通过参与第二课堂活动包括各类竞赛、创业实践活动和A商务中心项目教学(含电子商务工作室活动)等，培养学生职业核心能力和个人综合素质。	要求学生具备以下职业能力与素养：具备有效沟通和主动交流能力，能在沟通过程中准确发问与表达；能够熟练应用计算机办公软件和设备；能够明确个人发展规划并进行自主学习，具备革新创新能力；能够发现问题并组织团队解决问题，敢于承担责任；能够使用信息处理软件进行信息处理和总结归纳；具备一定的外语应用能力；具备基本的法律法规意识。	30 课 时	分散	校 内 外

## 11. 【教学时间分配表】

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
一	◎	☆	☆	☆	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△	△	=	=	=	=	=	=		
二	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△	△	=	=	=	=	=	=	=	=
三	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△	△	=	=	=	=	=	=		
四	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△	△	=	=	=	=	=	=	=	=
五	-	-	-	-	-	-	-	-	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	△	△	=	=	=	=	=	=		
六	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	□	□			=	=	=	=	=	=	=	=	=

符号说明：注册入学◎ 军训与入学教育☆ 教学- 复习考试△ 综合实训◆ 教育实习/毕业实习◇ 毕业设计/毕业演出● 毕业教育□ 假期■

## 12. 【分类课程学时（学分）分配表】

课程类别		学分	比例	学时	比例
基础素质类课程	素质课	26	20.16%	444	17.45%
	选修课	6	4.65%	96	3.77%
	综合实践课	5	3.88%	104	4.09%
专业类课程	基础课	36	27.91%	600	23.58%
	核心课	16	12.40%	272	10.69%
	拓展课	14	10.85%	248	9.75%
	综合实践课	26	20.16%	780	30.66%
合计		129	100.00%	2544	100.00%
其中	基础素质类课	37	28.68%	644	25.31%
	专业类课	92	71.32%	1900	74.69%
合计		129	100.00%	2544	100.00%
	必修课	109	84.50%	2200	86.48%
	选修课	20	15.50%	344	13.52%
合计		129	100.00%	2544	100.00%
其中	理论教学			825	32.43%
	实践教学			1719	67.57%
合计				2544	100.00%
其中	课内教学	98	75.97%	1660	65.25%
	综合实践	31	24.03%	884	34.75%
合计		129	100.00%	2544	100.00%



### 13. 【教学安排】

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	总学分	理论学时	实践学时	总学时	各学期学时分配						
									一学期	二学期	三学期	四学期	五学期	六学期	
									14周	18周	18周	18周	8周	0周	
基础素质类课程	基础素质课	1	1910041	体育 1	1	2	26	28	2*14						
		2	1910042	体育 2	1	2	34	36		2*18					
		3	1910011	思品与法律 1 (含廉洁修身)	2	20	4	24	2*12						
		4	1910012	思品与法律 2 (含廉洁修身)	2	28	4	32		2*16					
		5	1910021	概论 1	2	28	4	32			2*16				
		6	1910022	概论 2	2	28	4	32				2*16			
		7	1910030	形势与政策	1	16	0	16	2*2	2*2	2*2	2*2			
		8	1110010	心理健康教育	1	12	4	16		2*8					
		9	0001004	大学生就业与创业基础	2	16	16	32				2*8			
		10	1710011	大学语文 1	2	26	2	28	2*14						
		11	1710012	大学语文 2	2	30	6	36		2*18					
		12	1610011	计算机应用基础 1	2	14	14	28	2*14						
		13	1610012	计算机应用基础 2	2	16	20	36		2*18					
		14	1710020	应用写作	2	16	20	36		2*18					

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	总学分	理论学时	实践学时	总学时	各学期学时分配						
									一学期	二学期	三学期	四学期	五学期	六学期	
									14周	18周	18周	18周	8周	0周	
		15	0001002	职业沟通	1	8	8	16		2*4					
		16	0001003	礼仪训练	1	8	8	16			2*4				
基础素质课合计					26	270	174	444	8	12	4	4	0	0	
注：大学生就业与创业基础课内完成 1 学分，剩余 1 学分由其他形式完成。形势与政策第四学期录成绩。															
全院选修课		三年在全院选修课程中修满 6 个学分			6	96		96							
实践课	基础素质综合实	17	9980250	军训	2	18	42	60	30*2						
		18	9980231	综合素质拓展	1		16	16							2*8
		19	9980090	运动会	1		12	12	12*1						
		20	9980260	心理健康教育	1	4	12	16		2*8					
基础素质综合实践课合计					5	22	82	104		2					
专业类课程	专业基础课	21	1830051	综合英语 1	4	28	28	56	4*14						
		22	1830052	综合英语 2	4	36	36	72		4*18					
		23	1830081	国际商务沟通 1	2	14	14	28	2*14						
		24	1836131	商务英语 1	2	18	18	36			2*18				

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	总学分	理论学时	实践学时	总学时	各学期学时分配						
									一学期	二学期	三学期	四学期	五学期	六学期	
									14周	18周	18周	18周	8周	0周	
		25	1830021	英语视听说 1	2	18	18	36			2*18				
		26	1830022	英语视听说 2	2	18	18	36				2*18			
		27	1835020	电子商务基础与实操	4	20	36	56	4*14						
		28	1835130	商务数据应用分析与实践	4	24	48	72			4*18				
		29	1835090	跨境电商操作实务	4	24	48	72			4*18				
		30	1835150	客户关系管理	4	24	48	72				4*18			
		31	1835140	电子商务案例分析	2	10	22	32					4*8		
		32	1835050	会计基础与财务管理	2	10	22	32					4*8		
	专业基础课合计				36	244	356	600	10	4	12	6	8	0	
	专业核心课	33	1825050	电子商务视觉设计	4	20	36	56	4*14						
		34	1825060	网络营销策划与实务	4	24	48	72		4*18					
		35	1825070	电子商务物流	4	24	48	72			4*18				
		36	1825080	电子商务平台运营与管理	4	24	48	72				4*18			
	专业核心课合计				16	92	180	272	4	4	4	4	0	0	

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	总学分	理论学时	实践学时	总学时	各学期学时分配						
									一学期	二学期	三学期	四学期	五学期	六学期	
									14周	18周	18周	18周	8周	0周	
专业拓展课	移动开发	37	1865070	网页设计基础	2	12	24	36		2*18					
		38	1865080	UI 设计与前端设计	4	24	48	72			4*18				
		39	1865090	移动电商开发	6	40	68	108				6*18			
		40	1865100	移动电商实践	2	10	22	32					4*8		
	创新创业	41	1865110	电商创业项目设计	2	12	24	36		2*18					
		42	1865120	小微企业运营基础	4	24	48	72			4*18				
		43	1865130	流媒体应用	6	40	68	108				6*18			
		44	1865140	电商创业实践	2	10	22	32					4*8		
	专业拓展课合计					14	86	162	248	0	2	4	6	4	0
	专业综合实践课	45	9980241	顶岗实习 1	10	0	300	300					30*10		
		46	9980242	顶岗实习 2	15	0	450	450						30*15	
		47	1885050	第二课堂活动	1	15	15	30					分散		
专业综合实践课合计					26	15	765	780							

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	总学分	理论学时	实践学时	总学时	各学期学时分配					
									一学期	二学期	三学期	四学期	五学期	六学期
									14周	18周	18周	18周	8周	0周
<p>注：顶岗实习 1 延缓至第六学期录成绩；第二课堂活动包括各类竞赛、创业实践活动和 A 商务中心项目教学（含电子商务工作室活动）等，学生提供 2 次（含）以上活动证明（照片、证书证明、新闻报道等），并提交一份不少于 1000 字第二课堂活动心得，可获 1 学分，第五学期录成绩。</p>														
总学分/总学时/课内周学时合计					129	825	1719	2544	22	24	24	20	12	