

江苏联合职业技术学院吴中中专办学点
五年制高等职业教育专业实施性人才培养方案
(2024级)

专业名称: 电子商务
专业代码: 530701
制定日期: 2024年7月

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、基本修业年限	1
5 年	1
四、职业面向	1
五、培养目标	1
六、培养规格	1
(一) 素质	2
(二) 知识	2
(三) 能力	3
七、课程设置	4
(一) 公共基础课程	4
(二) 专业课程	4
八、教学进程及学时安排	11
(一) 教学时间表(按周分配)	11
(二) 专业教学进程安排表(见附件)	11
(三) 学时安排表	11
九、教学基本条件	11
(一) 师资队伍	11
(二) 教学设施	12
(三) 教学资源	15
十、质量保障	16
十一、毕业要求	17
十二、其他事项	17
(一) 编制依据	17
(二) 执行说明	18
(三) 研制团队	19

一、专业名称及代码

电子商务（530701）

二、入学要求

初中应届毕业生

三、基本修业年限

5 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）	批发业（51）、零售业（52）、互联网和相关服务（64）
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）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）、客户服务管理员（4-07-02-03）
主要岗位（群）或技术领域举例	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
职业类证书举例	1. 助理跨境电子商务师（工业和信息化部教育与考试中心、三级） 2. 网店运营推广 1+x 职业技能等级证书（北京鸿科经纬科技有限公司、中级）

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，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、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向苏州吴中及周边地区现代服务业、商贸流通业、生产制造企业的运营主管、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工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业学生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。

（一）素质

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. 能够熟练掌握与本专业从事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. 具有较强的集体意识和团队合作意识；

4. 掌握基本身体运动知识和篮球、羽毛球等体育运动技能，达到国家学生体质测试合格标准，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；

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

6. 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；

7. 培养大数据背景下，电子商务人员应具备的业务能力创新能力、技术能力、迁移能力以及沟通能力，养成良好的职业素养。

（二）知识

1. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的思想政理论论和科学文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养；

2. 掌握电子商务基础、市场营销、现代物流管理、国际贸易基础、会计基础、统计学基础等方面的专业基础理论知识；

3. 掌握图形图像处理、网络营销、客户服务管理、视觉营销设计、跨境电子商务、移动电子商务等相关知识；

4. 掌握网店运营推广、商务数据分析与应用、直播电商、互联网产品开发、社群运营等专业知识；

5. 掌握大数据背景下，跨境电子商务、移动电子商务及农村电子商务等方面的专业知识。

（三）能力

1. 具有探究学习、终身学习能力，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，具备职业生涯规划能力；

2. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力；

3. 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；

4. 具有行业产品分析、市场细分的能力，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，完成运营目标；

5. 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；

6. 具有市场调查与分析、活动策划的能力，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；

7. 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；

8. 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的的能力，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；

9. 具有平面设计和短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；

10. 具有用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，能够建立产品需求模型及应用场景、设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动；

11. 关注与了解电子商务的理论前沿和发展动态，掌握相关文献的检索方

法，具有基本的专业资料分析与综合能力，进一步提升电子商务文案写作与设计能力。

七、课程设置

本专业包括公共基础课程、专业课程等。

（一）公共基础课程

按照国家、省、学院有关规定开齐开足公共基础课程，包括：中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、历史、地理、中国优秀传统文化等公共基础课必修课程，地理、心理健康教育等限选课程；结合苏州吴中地区文化特色，开设书法、绘画、中国优秀传统文化、瑜伽、文学欣赏、电影作品赏析、普通话定级、团队建设与管理、中国商路文化等任选课程。

（二）专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程和技能实训课程等。

1. 专业基础课程

专业基础课程的设置注重培养学生专业基础素质与能力，为专业核心课程的学习奠定基础。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、统计学基础、管理学基础、跨境电子商务、移动电子商务等 10 门必修课程。

表：专业基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	市场营销 (68 学时)	市场营销基本概念；市场环境分析；消费者行为分析；市场营销调研；市场细分、目标市场选择、市场定位；产品策略；品牌策略；定价策略；分销渠道策略；促销策略；营销战略与整合营销等	树立正确市场营销观念；能独立、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；能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；挖掘公平竞争、诚信经营、品牌意识、消费者权益保护意识等思政元素，发挥课程思政育人功能
2	电子商务基础 (68 学时)	初识电子商务；电子商务交易模式及应用；网络营销；物流配送；网上支付与安全交易；网上创业等	结合电子商务发展实际讲解电子商务的基本概念、特点、分类，掌握电子商务主要交易模式及应用；创造性地将网络营销策略和方法应用于电子商务实践；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；能进行网上创业；挖掘诚信经营、遵纪守法、创新发展等思政元素，发挥课程思政育人功能
3	会计基础 (68 学时)	会计的概念、范围、分类；会计核算基础和原则；会计要素、会计等式、借贷记账法的运用；经济业务与原始凭证的识别，企业基本经济业务的核算；财务报表和财务会计报告等	能正确遵守会计的基本规范；能正确判断经济业务性质和内容，能准确按照会计的专门方法进行会计业务处理；熟悉财务报表，具有对企业财务状况和经营成果进行分析的能力；挖掘实事求是、诚实守信、遵纪守法等思政元素，发挥课程思政育人功能
4	图形图像处理 (68 学时)	平面设计的基本流程；图像的各种色彩模式以及基本的配色原则；图像存储的常用格式及各自的特点；基本工具以及图层、通道、蒙版、路径的使用；商品包装、海报的设计、印刷；素材图片中图像的抠取以及加工合成；对网站首页的页面设计等	了解图片及图像处理的基本知识；能运用 Photoshop 软件进行图片处理和图形设计；能运用 Photoshop 软件制作特效；能运用 Photoshop 软件进行电子商务广告设计；挖掘知识产权保护、工匠精神、创新精神等思政元素，发挥课程思政育人功能
5	现代物流管理 (68 学时)	物流与供应链基本概念与背景；物流系统；物流功能要素；物流主要模式；物流组织与控制；智慧物流；供应链管理方法、内容以及供应链物流管理等	借助情景案例诠释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；能将智慧物流与供应链的基本理论应用于实践；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；挖掘诚信为本、团队协作、客户至上、社会责任等思政元素，发挥课程思政育人功能
6	国际贸易基础 (68 学时)	国际贸易的基本概念和主要类型；国际贸易的产生与发展；国际贸易政策；关税措施；非关税措施；鼓励出口和出口管制措施；区域经济一体化；世界贸易组织等	结合贸易的产生与发展讲解国际贸易的基本概念和主要类型；借助典型案例分析国际贸易政策和常见的国际贸易措施；初步具备发现、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，挖掘民族自信、责任担当、诚实守信和国家利益维护等思政元素，发挥课程思政育人功能

7	统计学基础 (68 学时)	统计认知；统计调查；统计整理；综合指标；时间数列；统计指数；Excel 在统计中应用等	结合统计实际,初步掌握统计学基本概念和研究方法,掌握统计调查的种类、调查方案;掌握统计分组、分配数列概念、作用;明确总量指标、相对指标、平均指标计算方法;掌握时间数列水平指标和速度指标计算与分析;掌握综合指数、平均指数分析及指数体系计算方法,能熟练掌握 Excel 在统计中应用,培养学生分析问题、解决问题的能力;挖掘识国情、知民生、数字工匠、国富民强等思政元素,发挥课程思政育人功能
8	管理学基础 (68 学时)	管理思想及其发展;管理的基本原理;管理的基本职能与方法;计划职能;组织职能;领导职能;控制职能;创新职能等	借助情境案例诠释管理的普遍规律、基本原理、一般方法和管理技能,综合运用对于实际问题的分析;初步具有解决一般管理问题的能力;挖掘中华优秀传统文化、创新意识、管理意识等思政元素,发挥课程思政育人功能
9	跨境电子商务 (102 学时)	跨境电子商务的特点、模式,常用的跨境电子商务平台及相关知识;外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务;国际物流和国际支付知识;外贸市场网络调研、选品、采购;对外商品网上报价、发布及推广;处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护等	能根据国际市场需求和不同的跨境电商平台,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;具备进行平台基本操作和订单处理流程等业务操作能力和从事跨境电商运营与策划工作的基础技能;挖掘创新意识、服务“一带一路”等思政元素,发挥课程思政育人功能
10	移动电子商务 (68 学时)	移动电子商务概述;移动电子商务基础技术;移动电子商务模式;移动互联网营销认知;移动支付;移动电子商务安全管理等	掌握移动电子商务基础技术在 APP 中的应用方式;能够分析移动电子商务模式优劣;了解移动支付特点;掌握移动互联网营销的常见方式及策略;掌握移动电子商务安全管理的要点,提高移动电子商务理论知识和综合思考能力;挖掘数字经济、创新发展等思政元素,发挥课程思政育人功能

2. 专业核心课程

专业核心课程的设置结合本专业主要岗位群实际需求,注重理论与实践一体化教学,提升学生专业能力,培养学生职业素养。包括网络营销、视觉营销设计、客户服务管理、社群运营、互联网产品开发、直播电商、商务数据分析与应用、网店运营推广等 8 门必修课程。

表：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	网络营销 (68 学时)	认识网络营销环境；网络营销工具的选择；网络商务信息的收集、发布，网络市场的调研、网络促销、网站推广、网络营销策略策划；网络营销活动策划等	了解网络营销理论体系，熟悉网络虚拟市场，开展营销活动的的方法、工具、手段和技巧；掌握网络营销的基本理论和核心内容；掌握网络营销的方案策划、网络营销策略的操作技能；挖掘中华优秀传统文化、创新意识、诚信经营等思政元素，发挥课程思政育人功能
2	视觉营销设计 (68 学时)	店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计等	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；结合产品特点与包装材质设计产品内外包装；熟练进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时关注新媒体发展动态，提出视觉提升方案；能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动；挖掘审美意识、创新思维、工匠精神等思政元素，发挥课程思政育人功能
3	客户服务管理 (68 学时)	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，拓展客户渠道等	了解客户服务管理的内涵和基本方法；掌握客户服务管理的主要业务与流程；掌握客户细分管理策略；能进行客户满意度管理和客户忠诚度管理；能进行客户的个性化服务，拓展客户渠道等；了解数据挖掘方法在客户关系中的基本应用；挖掘客户至上、诚信服务和德法兼修等思政元素，发挥课程思政育人功能
4	社群运营 (68 学时)	社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析等	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群；能通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流；能根据用户需求、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；挖掘诚信经营、创新运营等思政元素，发挥课程思政育人功能
5	互联网产品开发 (68 学时)	产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、DEMO 原型设计与打样、产品开发实施与推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核等	掌握 PEST 和 SWOT 分析方法，能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；分析产品投放的投资回报率，制定互联网产品战略规划和开发方案，并建立产品需求模型和应用场景；进行电商产品呈现方式及 UI 原型设计，跟进产品开发进度；选择产品发布渠道，撰写产品渠道测试报告，组织实施产品发布；对电商产品开发进度进行评估与考核；挖掘创新意识、工匠精神等思政元素，发挥课程思政育人功能

6	直播电商 (68 学时)	认识直播电商和主流直播电商平台；组建直播团队，搭建直播场地，进行直播选品；直播电商内容策划；直播预热引流；进行直播活动；直播复盘优化分析等	了解直播电商发展、内涵和产业链，熟悉主流直播电商平台；能根据直播岗位组建直播团队，掌握直播场景搭建的组合技巧，选择合适的直播商品；掌握直播的整体流程和基本步骤，能进行直播脚本策划，掌握直播间大型活动策划的技巧；熟悉直播流量来源，掌握直播预热引流的步骤和方法，能使用付费工具进行直播引流；掌握直播间的话术设计技巧，进行直播间的商品管理，优化直播活动；掌握分析直播电商效果评估指标并判断直播运营的效果，能进行直播复盘和直播方案改进；初步具备电商直播的运营与管理能力；挖掘诚信经营，服务乡村振兴等思政元素，发挥课程思政育人功能
7	商务数据分析与应用 (68 学时)	数据分析工作流程分析；商务数据分析指标体系；数据分析方法和工具运用；流量来源分析；成交转化率分析；网店商品分析；网店客服服务分析；行业数据分析；客户行为分析；订单漏斗分析；店铺优化方案实施与效果评估等	熟知商务数据分析的思路与流程；掌握采集电子商务平台数据并运用Excel等软件进行数据处理的能力；掌握商务数据分析方法、数据分析与预测；分析报告撰写；挖掘数字工匠、助力数字中国等思政元素，发挥课程思政育人功能
8	网店运营推广 (102 学时)	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、运营绩效分析等	掌握 SEO、SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识；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；能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；能进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化；挖掘诚信经营、德技并修、全面发展等思政元素，发挥课程思政育人功能

3. 专业拓展课程

专业拓展课程的设置对接电子商务行业前沿，促进学生全面发展，培养学生综合职业能力。专业拓展课程限选课包括网络消费者行为分析、商务礼仪、跨境电子商务师（三级）、品牌管理、新媒体营销、短视频制作等课程。

表：专业拓展课程主要教学内容与教学要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	网络消费者行为分析 (68 学时)	认识网络营销环境；网络营销工具的选择；网络商务信息的收集、发布，网络市场的调研、网络促销、网站推广、网络营销策略策划；网络营销活动策划等	了解网络营销理论体系，熟悉网络虚拟市场，开展营销活动的方法、工具、手段和技巧；掌握网络营销的基本理论和核心内容；掌握网络营销的方案策划、网络营销策略的操作技能；网络消费者行为分析。融入爱国主义教育，使学生从我国人民消费历史的变迁中直观地感受到“发展为了谁、依靠谁”，提升爱国热情与民族自豪感。
2	商务礼仪 (34 学时)	店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计等	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；结合产品特点与包装材质设计产品内外包装；熟练进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时关注新媒体发展动态，提出视觉提升方案；能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动；结合社会主义核心价值观，融入“商德”塑造为核心培育职业道德观。
3	跨境电子商务师 (三级) (102 学时)	掌握跨境电商基础、店铺建设与产品分析、跨境电商数据分析、跨境电商运营与管理、海外 SEO 与 SNS 以及跨境电商物流及国际贸易单一窗口操作等。	能进行跨境电商数据分析、B2B 国际站、速卖通、亚马逊等公共平台操作、企业沙盘对抗业务。培养学生团队协作意识，提高学生岗位适应力。
4	品牌管理 (68 学时)	掌握科学系统的品牌管理理论，掌握品牌管理的内容、程序和方法，使学生在未来的营销工作实践中能够理论联系实际，做好企业的品牌建设和发展工作。	通过本课程的学习，掌握品牌的基本知识，如品牌的概念、特征、作用、分类等。掌握品牌决策的内容和方法、品牌建设和品牌塑造的程序和技巧以及品牌推广、发展和维护等。具备品牌管理相关问题的分析能力和解决能力。以社会主义核心价值观为基础的中国品牌文化和中国品牌精神，培养大局意识和诚实守信、勤勉敬业的工匠精神，树立民族自豪感，坚定四个自信和实现品牌强国的理想信念。
5	新媒体营销 (68 学时)	可利用相关实训软件或项目化实训教学开展微信营销实训、微博营销实训、抖音营销实训、社群营销实训、短视频营销实训等。	要求学生能够利用网络进行新媒体营销前的市场调研、合理规划新媒体营销整体方案；掌握各种新媒体营销工具、平台推广技巧；能利用各种新媒体营销手段进行新媒体营销的推广实施，并对推广效果进行有效的检测评估。树立正确的营销观念和道德标准，提高自己的道德素质和职业操守。
6	短视频制作 (102 学时)	短视频的概念、发展、应用前景，熟悉短视频制作的基本流程，掌握短视频拍摄的硬件设备、软件技法，将艺术设计的知识融入短视频内容创作中。	能够利用网络进行新媒体营销前的市场调研、合理规划新媒体营销整体方案；掌握各种新媒体营销工具、平台推广技巧；能利用各种新媒体营销手段进行新媒体营销的推广实施，并对推广效果进行有效的检测评估。

4. 技能实训课程

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、职业能力和劳动品质设置技能实训课程。包括网络营销实训、视觉营销设计实训、客户服务管理实训、直播电商实训、网店运营推广实训、跨境电子商务实训、电子商务综合实训等。

表：技能实训课程主要教学内容与教学要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	网络营销实训 (1周/30学时)	论坛营销；博客营销；微信营销；微博营销；分类信息营销；IM营销等	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
2	视觉营销设计实训 (1周/30学时)	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	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
3	客户服务管理实训 (1周/30学时)	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	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
4	直播电商实训 (1周/30学时)	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	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
5	网店运营推广实训 (1周/30学时)	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	对接职业技能等级证书，制定网店运营目标、推广策略及预算；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；优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化，实现全面发展，服务国家发展目标
6	跨境电子商务实训 (1周/30学时)	外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务；外贸市场网络调研、选品、采购；对外商品网上报价、发布及推广；处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护	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
7	电子商务综合实训 (1周/30学时)	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	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

八、教学进程及学时安排

(一) 教学时间表 (按周分配)

学期	学期周数	理论与实践教学		集中实践教学课程和环节		机动周
		授课周数	考试周数	实训、实习、毕业设计(论文)、社会实践、入学教育、军训等	周数	
一	20	17	1	军事理论与训练	1	1
二	20	17	1	劳动实践	1	1
三	20	17	1	网络营销实训	1	1
四	20	17	1	视觉营销设计实训	1	1
五	20	17	1	客户服务管理实训	1	1
六	20	17	1	直播电商实训	1	1
七	20	17	1	网店运营推广实训	1	1
八	20	17	1	跨境电子商务实训	1	1
九	20	17	1	电子商务综合实训	1	1
十	20	0	0	毕业论文、岗位实习	18	2
合计	200	153	9		27	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	1976	39.42%	不低于 1/3
2	专业课程	2437	48.61%	/
3	集中实践教学环节	600	11.97%	/
总学时		5013	/	/
其中: 任选课程		663	13.23%	不低于 10%
其中: 实践性教学		2578	51.43%	不低于 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”“学科带头人”“学科骨干”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

电子商务专任教师共 10 人, 学生数 150 人, 师生比为 1:15; “双师型”教师 9 人, 占比 90%; 高级职称专任教师 3 人, 占比 30%; 研究生学历教师 4

人，占比 40%。同时选聘苏州国信播播网络科技有限公司潘芳经理和金子盛电商企业蒋宏强经理等行业企业高级技术人员担任企业导师，组建了一支校企合作，专兼结合的教师团队，并定期开展专业教研活动。

2. 专任教师

专任教师具有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有教师资格和本专业领域有关证书；具有电子商务、国际贸易、国际商务、计算机科学与技术等相关专业本科及以上学历；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 40 天在企业或实训基地实训，每 5 年累计企业实践 6 个月。

3. 专业带头人

专业带头人童艳蓉是高级讲师职称、区学科带头人、市商贸协作组成员，有较强的实践能力，能够较好地把握电子商务及相关商贸等产业发展情况，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，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在电子商务专业改革发展中起引领作用。

4. 兼职教师

本专业选聘苏州国信播播网络科技有限公司潘芳和金子盛电商企业蒋宏强为兼职教师。2 位兼职教师均具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，了解教育教学规律，具有中级以上相关专业职称，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

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

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（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情况

校内外实训场所符合面积、安全、环境等方面的要求，实验、实训设施（含虚拟仿真实训场景等）先进，能够满足实验、实训教学需求，实验、实训指导教师确定，能够满足开展网络营销、视觉营销设计、直播电商、客户服务管理、网店运营推广等实验、实训活动的要求，实验、实训管理及实施规章制度齐全。鼓励开发虚拟仿真实训项目，建设虚拟仿真实训基地。

表：校内外实训场所基本情况

序号	校内外实训场所	主要功能	主要设施设备配置
1	国际贸易单证实训室	外贸单证填制外贸单证管理。	多媒体教学设备 1 套、计算机 56 台，外贸单证教学及实训软件 1 套、打印机 1 台、文件柜若干。外贸单证缮制、国际贸易业务流程模拟、报关流程模拟、外贸函电无纸化练习和涉外商务谈判等实训项目。
2	跨境电子商务实训室	用于跨境电子商务实训室主要课程，包括跨境电子商务综合实训、网店经营与管理、跨境电子商务多平台运营、网络营销与策划、电子商务运营实训等课程，为电子商务专业的学生提供相关的实训、实践教学，以提升电子商务专业学生跨境电商方面的操作技能。	服务器、多媒体教学设备、计算机及配套桌椅（56 台套）。跨境电子商务软件：跨境电商运营；跨境电商客服；1+X 网店推广实训；电商创新创业大赛；理实一体化教学。
3	供应链实训室	主要通过数据分析及网店运营，完成电子商务交易数据分析、电子商务运营管理、数据分析决策等项目训练，提高学生电子商务的操作技能和管理能力。	服务器、多媒体教学设备、计算机及配套桌椅（56 台套）等。Microsoft Power BI、电商数据化运营综合实训平台。
4	3D物流实训室	以物流业务流程为核心，结合条码技术、信息采集技术、自动化控制系统、生产运作与管理技术、企业资源配置技术等物流硬件和软件技术，以流程性的活动为模拟或学习的核心，让学生在实验场所完成一系列物流操作，从而得到全方位的训练。	带平台功能出入货台、包装机、手动液压车、电动叉车。电子标签系统、管理信息系统、配送管理信息系统、GPS, GIS 系统、仓储管理信息系统。
5	电子商务综合技能实训室	用于社群营销、内容营销、新媒体推广、互联网产品销售、整合营销等内容的教学与实训。	学生用相机（数码相机）、教师专用相机（单反）、三脚架、摄影工作台、柔光灯、金银反光板、

		满足学生进行商品拍摄、短 视频录制、直播、图片视频处理、H5 动态页面制作、新媒体营销策划、软文撰写、微信营销、微博营销、短视频营销 等新媒体营销实训及相应的课堂教学、考核评价的需求。	哑粉纸、计算机及配套桌椅（20 台套）。图像处理软件、多商户电商运营平台。电子商务运营、电子商务数据分析、跨境电子商务实践及供应链管理等课程 的教学实训。
6	电子商务运营实训室	用于社群营销、内容营销、新媒体推广、互联网产品销售、整合营销等内容的教学与实训。满足学生进行商品拍摄、短视频录制、直播、图片视频处理、H5 动态页面制作、新媒体营销策划、软文撰写、微信营销、微博营销、短视频营销等新媒体营销实训及相应的课堂教学、考核评价的需求。	服务器、多媒体教学设备、计算机及配套桌椅（50 台套）。摄影摄像硬件：单反相机、三脚架、三灯套装、摄像机、手机、静物摄影台、商品展台、直播套装等。电子商务实验室平台、电子商务运营技能竞赛平台、沙盘模拟系统。
7	网络营销实训室	主要依托移动电子商务实验室软件，融合移动互联、物联、生物识别、数据获取、智能推送等技术，打通“人、信息、服务、线下场所”的四重连接，搭建跨数字、社交、移动和传统渠道的实训环境。软件可以通过无线通信来进行网上的商务活动，主要包括：手机银行，移动购物，移动支付，手机充值，证券行情，票务在线，餐饮住宿等。	消费机、非接触式卡片、写卡器、二维码读取器、条码扫描器、身份证识别器、指纹识别仪、磁条卡写磁器、密码键盘、磁条卡、POS 机、票据打印机等。移动电子商务实验室软件。
8	电商直播室	以直播活动的策划、筹备、推广、实施、复盘为核心，可对学生进行直播营销全过程的教学与实训。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。	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。直播营销理实一体化实训系统。

3. 实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》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，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：主要校外实习场所基本情况

序号	合作单位	合作形式
1	苏州国信播播网络科技有限公司	现代学徒制项目合作单位
2	科沃斯机器人股份有限公司	岗位实习、教师企业实践基地
3	苏州金子盛电子股份有限公司	岗位实习、教师企业实践基地
4	云洪创意文化（苏州）苏州有限公司	岗位实习、教师企业实践基地
5	港中旅华贸国际物流股份有限公司	岗位实习、教师企业实践基地
6	江苏瑞颐养老产业发展有限公司	岗位实习
7	苏州新鼎国际货运代理有限公司	岗位实习
8	苏州禹扬供应链管理有限公司	岗位实习

（三）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需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用基本情况

依据国家、省、学院关于教材的相关管理规定，根据《江苏省吴中中等专业学校教材管理与选用制度》选用教材，由教务处组织建立“校、系、专业组”三级审批管理制度，经过规范程序择优选用教材。专业（技能）课程教材体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态。结合学校专业发展需要，校企合作共同开发校本特色教材及配套教学资源。

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。专业类图书文献主要包括电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理和文化类文献等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配备基本要求

建设、配备与电子商务专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。目前《电子商务实务》为苏州市精品课程资源和苏州市课程思政示范课程、吴中区精品课程。

十、质量保障

1. 根据学校《专业建设管理办法》，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. 根据学校《课程标准修订方案》，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. 根据学校《校系二级管理实施意见》《教学督导管理办法》《学生教学信息员管理办法》等内部管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，健全综合评价。

4. 根据学校《教学管理制度汇编》，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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。

5. 积极主动参与学院组织的各类活动，并力争在专业建设以及各项工作中做出成绩。

6. 根据学校《教研活动实施与管理制度》，本专业每两周进行一次教研活动，建立集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

7. 根据《学院五年制高职学生综合素质评价实施方案》《学院五年制高职

学生综合素质评价指标》等制度，对学生五年全周期、德智体美劳全要素，按照《江苏联合职业技术学院吴中中专学生综合素质评价实施方案（试行）》进行全面评价，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。

8. 根据学校《毕业生就业质量分析（毕业生跟踪调查制度）》的要求，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。

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. 在校期间符合学生学籍管理规定，政治思想表现考核合格；
2. 完成本方案安排的所有教学环节活动，必修课程考核成绩合格；
3. 取得本方案安排的职业资格或职业技能等级证书至少一项，如：助理跨境电子商务师（工业和信息化部教育与考试中心、三级）；网店运营推广 1+x 职业技能等级证书（北京鸿科经纬科技有限公司、中级）等；
4. 修满本方案规定的 273 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. 《高等职业教育专科电子商务专业简介》；
4. 《高等职业教育专科电子商务专业教学标准》；
5. 《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）；
6. 《省教育厅关于印发关于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；

7.《江苏省联合职业技术学院五年制高等专业教育电子商务指导性人才培养方案（2023 版）》。

（二）执行说明

1. 本专业规范实施“4.5+0.5”人才培养模式，每学年教学时间 40 周。入学教育及认识实习、军训安排在第一学期开设。

2. 本专业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，发挥所有课程育人功能。

3. 本专业加强和改进美育工作，以美术、音乐课程为主体开展美育教育，积极开展艺术实践活动。本方案第 1 学期和第 2 学期分别开设音乐、美术课程。

4. 学校根据教育部要求，以实习实训课为主要载体开展劳动教育，并开设劳动精神、劳模精神和工匠精神专题教育 30 学时。同时在其他课程中渗透开展劳动教育，在课外、校外活动中安排劳动实践，设立有劳动周。

5. 本专业理论教学和实践教学按 16~18 学时计 1 学分。军训理论与训练、劳动实践、毕业论文、岗位实习等，1 周计 30 个学时、1 个学分。学生取得行业企业认可度高的有关职业技能等级证书或已掌握有关技术技能，按一定规则折算为学历教育相应学分。本专业学生每学期参加一项社团活动，奖励 1 学分。在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等并获得奖项的同学，按照奖项级别和等级，给予相应的学分奖励。其中市级一等奖奖励学分 3 分、二等奖奖励学分 2 分、三等奖奖励学分 1 分，省级一等奖奖励学分 5 分、二等奖奖励学分 4 分、三等奖奖励学分 3 分，国家级一等奖奖励学分 7 分、二等奖奖励学分 6 分、三等奖奖励学分 5 分。

6. 为保证开足每门课程所需学时和教学内容，“军训理论与训练、劳动实践”和集中实训周所占用的其他课程的学时将利用学生课余时间补足。

7. 本专业执行学校制定的毕业论文课题范围和指导要求，配备符合要求的指导老师，严格加强学术道德规范。

8. 本专业严格执行教育部颁发的《职业学校学生实习管理规定》，与合作企业共同制定岗位实习计划、实习内容，共同商定指导教师，共同制定实习评价标准，共同管理学生实习工作。

(三) 研制团队

序号	姓名	单位名称	职称/职务	承担角色
1	童艳蓉	江苏联合职业技术学院 吴中中专办学点	高级讲师/科研处副主任	负责人 执笔人
2	付欣友	江苏联合职业技术学院 吴中中专办学点	高级讲师/副校长	成员
3	毛郁琤	江苏联合职业技术学院 吴中中专办学点	讲师/系部工作人员	成员
4	江琳	江苏联合职业技术学院 吴中中专办学点	讲师/系部副主任	成员
5	朱卫良	江苏联合职业技术学院 吴中中专办学点	高级讲师/后勤处主任	成员
6	胡欣欣	江苏联合职业技术学院 吴中中专办学点	助理讲师/教师	成员
7	储成瑾	江苏联合职业技术学院 吴中中专办学点	助理讲师/教师	成员
8	刘桓	苏州经贸职业技术学院	副院长/教授	高校专家
9	潘芳	苏州国信播播网络科技有限公司	经理	企业专家
10	蒋洪强	苏州金子盛电子股份有限公司	总经理	企业专家

附：江苏联合职业技术学院吴中中专办学点五年制高等职业教育电子商务专业教学进程表

江苏联合职业技术学院吴中中专办学点
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	17+1周	17+1周			18周	
公共基础课程	必修课程	1	中国特色社会主义	36	0	2	2											✓		
		2	心理健康与职业生涯	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	51	18	3					3							✓		
		6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	34	0	2							2					✓		
		7	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	51	0	3								3				✓		
		8	形势与政策	24	0	1						总8	总8	总8				✓		
	公共基础课程	必修课程	9	语文	306	48	18	4	4	4	2	2	2						✓	
			10	数学	272	24	16	4	4	2	2	2	2						✓	
			11	英语	272	48	16	4	4	2	2	2	2						✓	
			12	信息技术	136	64	8	2	2	2	2								✓	
			13	体育与健康	306	256	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2			✓	
			14	艺术(美术、音乐)	36	12	2	2											✓	
			15	历史	72	0	4	2	2										✓	
	公共基础课程	限选课程	16	地理	68	12	4	2	2										✓	
			17	心理健康教育	34	6	2					2							✓	
	公共基础课程	任选课程	18	书法/绘画	34	20	2					2							✓	
			19	演讲与口才/普通话	34	20	2					2							✓	
			20	中国优秀传统文化/瑜伽	34	30	2							2					✓	
			21	文学欣赏/电影作品赏析	34	25	2								2				✓	
			22	团队建设与管理/中国商路文化	34	17	2									2			✓	
公共基础课程小计				1976	600	115	24	22	14	12	11	14	6	7	4	0				
专业课程	必修课程	1	市场营销	68	34	4	4											✓		
		2	电子商务基础	68	26	4		4										✓		
		3	会计基础	68	20	4			4									✓		
		4	图形图像处理	68	34	4			4									✓		
		5	现代物流管理	68	22	4				4								✓		
		6	国际贸易基础	68	34	4				4								✓		
		7	统计学基础	68	24	4					4							✓		
		8	管理学基础	68	34	4					4							✓		
		9	跨境电子商务	102	80	6								6				✓		
		10	移动电子商务	68	34	4									4			✓		
	专业课程	必修课程	11	网络营销	68	36	4			4									✓	
			12	视觉营销设计	68	34	4				4								✓	
			13	客户服务管理	68	30	4					4							✓	
			14	社群运营	68	34	4					4							✓	
			15	互联网产品开发	68	34	4						4						✓	
			16	直播电商	68	36	4						4						✓	
			17	商务数据分析与应用	68	44	4							4					✓	
			18	网店运营推广	102	62	6								6				✓	
	专业课程	限选课程	19	网络消费者行为分析	68	34	4			4									✓	
			20	商务礼仪	34	17	2					2							✓	
			21	跨境电子商务师(三级)	102	68	6								6				✓	
			22	品牌管理	68	34	4								4				✓	
		专业课程	任选课程	23	新媒体营销	68	34	4									4			✓
				24	短视频制作	102	68	6									4			✓
				25	商务谈判/推销技术	34	20	2		2										✓
				26	公共关系学/软文写作	34	20	2			2									✓
				27	现代物流管理/供应链管理	68	34	4						4						✓
				28	ERP原理和应用/跨境电子商务英语	68	34	4							4					✓
				29	连锁经营管理/国际商法	34	17	2								2				✓
				30	电子政务/电子商务安全	68	34	4								4				✓
	专业课程	必修课程	31	数据营销/金融知识	51	34	3									3			✓	
			32	电子商务法律法规/农村电商运营	68	17	4									4			✓	
			33	H5/Flash CS6动画制作	68	51	4									4			✓	
			34	网络营销实训	30	30	1			1周									✓	
			35	视觉营销设计实训	30	30	1				1周								✓	
			36	客户服务管理实训	30	30	1					1周							✓	
			37	直播电商实训	30	30	1						1周						✓	
			38	网店运营推广实训	30	30	1							1周					✓	
			39	跨境电子商务实训	30	30	1								1周				✓	
			40	电子商务综合实训	30	30	1									1周			✓	
专业课程小计				2437	1378	138	4	6	14	16	16	14	20	19	22					
集中实践教学环节	集中实践教学环节	1	军事理论与训练	30	30	1	1周											✓		
		2	劳动实践	30	30	1		1周										✓		
		3	毕业论文	120	120	4										4周		✓		
		4	岗位实习	420	420	14										14周		✓		
集中实践教学环节小计				600	600	20	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	18周				
合计				5013	2578	273	28	28	28	28	27	28	26	26	26	18周				

