

江苏联合职业技术学院海门分院  
五年制高等职业教育专业实施性人才培养方案  
(2025 级)

专业名称:     电子商务    

专业代码:     530701    

制订日期:     2025 年 7 月 25 日

## 目 录

一、专业名称（专业代码） .....	1
二、入学要求 .....	1
三、基本修业年限 .....	1
四、职业面向 .....	1
五、培养目标 .....	1
六、培养规格 .....	2
七、课程设置 .....	4
（一）公共基础课程 .....	4
（二）专业课程 .....	4
（三）实践性教学环节 .....	13
八、教学进程及学时安排 .....	16
（一）教学时间表 .....	16
（二）专业教学进程安排表 .....	17
（三）学时安排表 .....	17
九、教学基本条件 .....	17
（一）师资队伍 .....	17
（二）教学设施 .....	18
（三）教学资源 .....	21
十、质量保障 .....	21
十一、毕业要求 .....	24
十二、其他事项 .....	23
（一）编制依据 .....	23
（二）执行说明 .....	24
（三）研制团队 .....	26

## 一、专业名称（专业代码）

电子商务（530701）

## 二、入学要求

初中应届毕业生

## 三、基本修业年限

五年

## 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）	互联网和相关服务（64）、批发业（51）、零售业（52）
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）、客户服务管理员（4-07-02-03）、商务数据分析师 S（4-07-02-05）、全媒体运营师（4-13-01-05）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）
主要岗位（群）或技术领域	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	1. 网店运营推广证书（1+X 证书） （北京鸿科经纬科技有限公司，中级） 2. 直播电商证书（1+X 证书） （南京奥派信息产业股份公司，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，传承技能文明，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、数字素养、职业道德、创新意识，规范意识、风险意识、团队意识、服务意识、爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、互联网和相关服务企业的运营主管、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、直播营销工作的高技能人才。

## 六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

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. 掌握与本专业对应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行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具有技能强国、报国有我的责任担当，懂运营、会核算、讲诚信、重合作，自觉维护国家、集体的利益和形象；

3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、英语、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习英语并结合本专业加以运用；

5. 掌握市场营销、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、管理学基础、经济学等方面的专业基础理论知识；

6. 掌握网络营销、视觉营销设计、客户服务管理、社群运营、直

播电商、商务数据分析与应用、网店运营推广等相关知识；

7. 掌握商务礼仪、网络消费者行为分析、短视频制作、新媒体营销、电子商务运营等专业知识；

8. 掌握电子商务运营技能、企业沙盘模拟经营、Office 2010 高级应用、网页设计与制作、毕业设计指南以及现代学徒项目等专业知识；

9. 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；

10. 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；

11. 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，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；

12. 具有平面设计和音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；

13. 掌握信息技术基础知识，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；

14. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，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；

15. 掌握身体运动的基本知识和羽毛球、乒乓球、篮球等体育运动技能，达到国家学生体质健康测试合格标准，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；

16. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，音

乐、书法等艺术特长或爱好；

17. 树立正确的劳动观念，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。

## 七、课程设置

### （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。

开设中国特色社会主义、心理健康与职业生涯（I）、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、心理健康与职业生涯（II）、国家安全教育、劳动教育等必修课程。

结合学校实际情况，开设地理、中华优秀传统文化、创新创业教育等限选课程。

结合地方特色和专业实际情况，开设书法、口语交际、职业礼仪、演讲与口才、海门红色文化、海门改革开放史、文化艺术品鉴赏、古诗词鉴赏等任选课程（表1）。

表1：公共基础课程任选课程开设情况

序号	课程名称	课程形式	开设学期	学时	实践学时	学分	选课形式
1	书法/口语交际	线下课程	第六学期	32	16	2	系部公选 (二选一)
2	职业礼仪/演讲与口才	线下课程	第七学期	32	16	2	系部公选 (二选一)
3	海门红色文化/海门改革开放史	线上课程	第八学期	32	16	2	系部公选 (二选一)
4	文化艺术品鉴赏/古诗词鉴赏	线上课程	第九学期	32	16	2	系部公选 (二选一)
合计				128	64	8	

### （二）专业课程

专业课程包括专业平台课程、专业核心课程和专业拓展课程。

## 1. 专业平台课程

专业平台课程是电子商务类专业需要前置学习的基础理论知识和基本技能，为专业核心课程提供理论和技能支撑。

开设市场营销、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、管理学基础、经济学基础等必修课程（表2）。

表 2：专业平台课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容与要求
1	市场营销	①掌握市场营销的相关概念、原理和方法，并树立正确市场营销观念。 ②理解市场环境分析、消费者行为、市场细分与定位等核心内容。 ③能够独立、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。 ④能够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。
2	电子商务基础	①掌握电子商务的基本概念、特点、分类和交易模式。 ②熟悉网络营销策略和方法，并应用于电子商务实践。 ③理解网络广告的类型和特点。 ④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。 ⑤了解跨境电商、移动电商、直播电商等基础知识及应用。
3	图形图像处理	①了解图片及图像处理的基本知识。 ②掌握图像修复、调色、合成、特效制作的技术原理。 ③熟悉图层、通道、蒙版、路径等核心功能的操作方法。 ④能够运用 Photoshop 软件进行图像编辑、合成与特效设计。 ⑤能够根据需求设计海报、LOGO、Banner、商品详情页等商业作品。
4	会计基础	①掌握会计基本概念、会计要素与会计等式。 ②理解企业会计处理流程。 ③熟悉财务报表的编制与分析。 ④能够独立完成企业日常业务的会计凭证填制与账簿登记。 ⑤能够处理交易流水对账、应收账款管理等实务。 ⑥能够运用财务软件进行账务处理。
5	现代物流管理	①掌握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。 ②能够将智慧物流与供应链的基本理论应用于实践。 ③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。

6	国际贸易基础	①掌握国际贸易的基本概念和主要类型。 ②理解国际贸易政策和常见的国际贸易措施。 ③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。
7	管理学基础	①掌握管理学的基本概念、原理和方法。 ②理解管理职能（计划、组织、领导、控制）的核心内容。 ③具备运用管理理论分析实际问题的能力。 ④熟悉现代管理理论的发展趋势及应用。
8	经济学基础	①掌握经济学基本概念、原理及分析方法。 ②理解市场机制、价格形成、资源配置等微观经济学核心内容。 ③熟悉宏观经济指标及宏观经济政策。 ④能够运用经济学原理分析日常经济现象。 ⑤能够通过数据图表分析简单经济问题，具备初步的实证分析能力。

## 2. 专业核心课程

专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程。

开设网络营销、视觉营销设计、客户服务、社群运营、新媒体运营、直播运营实务、商务数据分析与应用、网店运营等必修课程（表3）。

表 3：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	网络营销	① 运用统计分析工具和市场分析软件，开展市场调研与分析。 ② 运用营销推广工具和 AI 辅助工具，开展活动主题与目标确定。 ③ 运用新媒体平台和活动策划工具，开展活动方案设计、任务分解以及资源整合。 ④ 运用计算机和新媒体平台，开展活动执行。 ⑤ 运用数据分析工具和新媒体平台，开展活动过程跟踪与数据分析，进行活动评估和复盘。	① 掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则，能够分析与评估市场，确定活动主题与活动目标，策划营销活动方案。 ② 能够整合各类资源，分解活动任务。 ③ 能够开展整合营销与广告投放。 ④ 能够跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案。 ⑤ 能够评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案。

2	视觉营销设计	<p>① 运用平面设计和音视频制作软件,开展店铺 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。</p> <p>② 运用平面设计软件,结合产品特点与包装材质,开展产品内外包装的设计。</p> <p>③ 运用平面设计软件,开展新媒体平台页面的配图排版、主题设计,及时分析新媒体发展,提出视觉提升方案。</p> <p>④ 运用音视频制作软件,开展短视频的策划、拍摄与剪辑工作。</p>	<p>① 掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。</p> <p>② 能够根据店铺定位进行 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。</p> <p>③ 能够结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。</p> <p>④ 能够进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计,及时分析新媒体发展,提出视觉提升方案。</p> <p>⑤ 能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。</p>
3	客户服务	<p>① 运用客服工具,开展客户咨询回复工作、异常订单处理工作、售后纠纷处理工作。</p> <p>② 运用社群工具,开展客户维护工作。</p> <p>③ 运用办公相关软件,开展评价管理工作。</p> <p>④ 运用客服工具、社群工具及办公相关软件,完成客户服务的其他工作任务。</p>	<p>① 掌握客户服务基础知识。</p> <p>② 理解平台规则、商品知识和沟通技巧等内容,能够回复客户咨询。</p> <p>③ 能够进行异常订单处理。</p> <p>④ 能够进行售后纠纷处理。</p> <p>⑤ 能够进行客户数据分析、引流并实施维护。</p> <p>⑥ 能够进行评价舆情的引导与管理。</p>
4	社群运营	<p>① 运用社交软件、自媒体工具及办公软件,开展社群定位及建群。</p> <p>② 运用社交软件、短视频平台及办公软件,开展社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行。</p> <p>③ 运用办公软件及数据分析工具,开展社群数据分析。</p>	<p>① 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社群。</p> <p>② 能够通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流。</p> <p>③ 能够根据用户需求、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。</p>

5	新媒体运营	<p>① 运用剪辑工具、图文设计工具及平台自有编辑工具,开展新媒体账号的定位和包装工作。</p> <p>② 运用商品数据或信息平台、测试工具,开展店铺的选品测品工作。</p> <p>③ 运用办公相关软件、新媒体引流工具及平台后台操作,开展活动方案执行、新媒体引流工具操作、新媒体数据收集与分析等工作。</p>	<p>① 掌握平台规则和新媒体运营基础知识。</p> <p>② 能够完成素材收集、短视频制作、文案脚本编写、账号信息和主页内容日常编辑、引流计划修改及上下线等操作。</p> <p>③ 能够监控并收集热点信息、商品、活动、引流、用户、内容等数据,完成投入产出比表等数据表格。</p>
6	直播运营实务	<p>① 运用手机、直播平台相关工具及办公相关软件,开展直播准备。</p> <p>② 运用直播平台相关工具、商品数据信息平台及办公相关软件,开展直播商品梳理。</p> <p>③ 运用办公相关软件及AI辅助工具,开展直播脚本编写。</p> <p>④ 运用直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件,开展直播商品讲解。</p> <p>⑤ 运用直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件,开展直播过程应急处理。</p> <p>⑥ 运用数据分析工具及办公相关软件,开展直播复盘。</p>	<p>① 掌握直播运营基础知识。</p> <p>② 理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播技巧和历史直播总结报告等内容。</p> <p>③ 能够完成商品信息梳理、商品定位,打造主播人设标签。</p> <p>④ 能够编制整场直播脚本、单品脚本、应急预案脚本。</p> <p>⑤ 能够进行商品讲解。</p> <p>⑥ 能够辨识受众类型,完成直播复盘。</p>
7	商务数据分析与应用	<p>① 运用计算机和数据采集工具,开展数据采集工作。</p> <p>② 运用数据分析工具,开展数据分析工作。</p> <p>③ 运用计算机和数据分析工具,开展运营优化工作。</p> <p>④ 运用计算机和相关工具,开展数据持续跟踪工作。</p>	<p>① 理解数据分析指标体系概念。</p> <p>② 掌握数据分析的方法与方法论,能根据数据运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据。</p> <p>③ 运用数据分析工具,对市场数据、客户数据、运营数据、销售数据、供应链数据进行全过程分析及可视化呈现。</p> <p>④ 撰写数据分析报告,提出运营优化和改进建议。</p>

8	网店运营	① 运用现代化办公软件和计算机，开展网店运营规划。 ② 运用指数工具和表格处理软件，开展商品选品与定价。 ③ 运用表格处理软件和计算机，开展供应链管理。 ④ 运用指数工具和数据分析软件，开展流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析。	① 掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。 ② 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。 ③ 能够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。 ④ 能够进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。
---	------	--	---

### 3. 专业拓展课程

专业拓展课程是对接电子商务行业前沿，根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，提升学生的综合职业能力。

结合地方产业特色和专业实际情况，开设商务礼仪、商品摄影、短视频制作与剪辑、移动电子商务、跨境电子商务等必修课程(表 4)。

表 4：专业拓展课程（必修课程）主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	商务礼仪	①利用商务会面礼仪知识，开展商务初次会面（含称呼、问候、握手、递接名片等）活动 ②运用商务接待流程规范，进行商务迎送、引导及座位安排等接待工作 ③运用商务接待流程规范，进行商务迎送、引导及座位安排等接待工作 ④利用商务沟通技巧，开展商务口头交谈与书面沟通（信函、邮件等）活动 ⑤运用商务宴请礼仪规范，进行商务宴请的筹备与席间礼仪执行工作 ⑥利用商务会议礼仪知识，开展商务会议的筹备、参与及会后整理工作	①掌握现代商务场合中通用的问候、介绍、握手、名片、接待、拜访、馈赠等礼仪规范。 ②会以正确的方式表达对别人的尊重了解宴请的程序和规范。能得体地遵守中西餐宴会礼节。 ③了解商务通信礼仪的基本要求，会使用电话、手机、短信、网络等手段，有礼貌地进行商务沟通。 ④了解签约、剪彩、庆典等仪式活动的基本程序和礼仪规范，能在商务活动中遵守礼仪规范

2	统计学基础	<p>①运用统计调查方法（如问卷法、访谈法），进行数据的收集与整理工作</p> <p>②利用统计图（如条形图、折线图、扇形图）和统计表，进行数据的可视化呈现工作</p> <p>③运用平均指标（算术平均数、中位数、众数等），进行数据的一般水平描述工作</p> <p>④利用 Excel 等统计工具，进行数据的录入、计算与基础统计图表的绘制工作</p> <p>⑤运用概率基础知识，进行简单随机事件概率的计算与可能性分析工作</p>	<p>①掌握统计学的研究对象、基本概念和研究方法，掌握统计调查的种类、调查方案、调查表；掌握统计分组、分配数列概念、作用</p> <p>②掌握总量指标、相对指标、平均指标概念、作用 and 计算方法；掌握时间数列水平指标和速度指标计算与分析</p> <p>③掌握明确统计指数概念、种类，掌握综合指数、平均指数分析及指数体系计算方法，</p> <p>④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</p>
3	商品摄影	<p>①运用相机、镜头等摄影设备，进行商品拍摄前期的设备调试与参数设置工作</p> <p>②利用自然光、影室灯等光线资源，开展商品拍摄的布光设计与光线调控工作</p> <p>③运用构图法则（如黄金分割、对称、对角线等），进行商品主体的画面布局与构图设计</p> <p>④运用电商平台图片规范，进行适应线上展示需求的商品主图、详情页图片拍摄工作</p> <p>⑤运用商品摆拍技巧，进行各类商品（如服饰、饰品、电子产品、食品等）的造型摆放与拍摄工作</p> <p>⑥利用不同拍摄风格（如简约风、复古风、场景化风格等），开展符合商品定位的主题化拍摄工作</p>	<p>①能熟练设置、操作专业相机和摄像机；</p> <p>②能进行风景、人像、静物摄影；</p> <p>③能运用景别、构图、蒙太奇等手段进行摄像；</p> <p>④能在户内、户外、摄影棚等场所进行摄影摄像；</p> <p>⑤能进行简单的商业性、艺术性作品的拍摄</p>

4	短视频制作与剪辑	<p>①运用短视频策划知识,进行短视频选题、脚本撰写与分镜设计工作</p> <p>②利用手机、相机等拍摄设备,开展短视频素材的拍摄(含运镜、景别运用等)工作</p> <p>③利用剪辑软件(如剪映、Premiere等),进行短视频素材的剪辑、拼接与时长控制工作</p> <p>④运用转场、滤镜、特效等剪辑功能,进行短视频画面的视觉效果优化工作</p> <p>⑤利用音频处理技巧,进行短视频背景音乐、配音与音效的添加及融合工作</p> <p>⑥运用字幕制作工具,进行短视频字幕的添加、排版与样式设计工作</p>	<p>①掌握短视频制作的基础理论知识,包括短视频的概念、特点、分类以及不同平台的传播规律</p> <p>②能够根据主题和目标受众,完成选题、脚本撰写和分镜设计</p> <p>③掌握运镜、景别运用、灯光布置和音频录制等拍摄技巧</p> <p>④掌握素材剪辑、拼接、转场添加、滤镜和特效应用等剪辑技能</p> <p>⑤掌握字幕的添加、排版和样式设计,确保字幕清晰易读</p> <p>⑥能根据内容风格进行色调统一和风格化处理,增强视觉效果</p> <p>⑦能够对作品进行格式调整,以适应平台发布</p>
5	移动电子商务	<p>①运用移动电商平台(如淘宝、京东、拼多多的移动端)规则,进行店铺入驻与基础信息设置工作</p> <p>②利用移动社交工具(微信、微博、抖音等),开展商品信息发布与品牌推广活动</p> <p>③运用移动支付工具(支付宝、微信支付等),进行交易订单的支付流程处理与资金管理</p> <p>④利用移动电商数据分析工具,进行用户行为、销售数据的收集与分析工作</p> <p>⑤运用移动客户关系管理技巧,进行客户咨询回复、订单跟踪与售后问题处理工作</p> <p>⑥利用短视频、直播等移动内容形式,开展商品展示、实时互动与直播带货活动</p> <p>⑦运用移动电商营销工具(优惠券、拼团、秒杀等),进行促销活动的策划与执行工作</p>	<p>①掌握移动电子商务基础技术在APP中的应用方式</p> <p>②能够分析移动电子商务模式优劣</p> <p>③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</p> <p>④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</p>

6	跨境电子商务	①运用跨境电商平台（如亚马逊、速卖通、eBay 等）规则，进行店铺注册、资质认证与基础信息搭建工作 ②利用多语言翻译工具与产品知识，进行跨境商品信息的多语种编辑、上架与优化工作 ③运用跨境电商物流知识，进行国际物流渠道选择、运费计算与订单发货安排工作 ④利用跨境支付工具（如 PayPal、国际信用卡支付等），进行跨境交易资金结算与回款处理工作 ⑤运用跨境电商营销技巧，开展海外社交媒体推广、平台广告投放与促销活动策划工作 ⑥利用跨境电商合规知识，进行进出口报关、报检资料准备与相关手续办理工作	①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 ②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 ③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
---	--------	--	---

结合地区和学校特色，开设网络技术基础、数据库基础、ERP、Flash 制作、供应链管理、金融常识、财务管理、商务英语、商贸法律法规、电子商务案例分析、电子商务文案写作、网络消费者行为等任选课程（表 5）。

表 5：专业拓展课程任选课程开设情况

序号	课程名称	课程形式	开设学期	学时	实践学时	学分	选课形式
1	网络技术基础/数据库基础	线上课程	第三学期	68	34	4	专业内公选（二选一）
2	ERP/Flash 制作	线下课程	第六学期	68	34	4	专业内公选（二选一）
3	供应链管理/金融常识	线下课程	第八学期	51	25	3	专业内公选（二选一）
4	财务管理（专转本）/商务英语	线下课程	第九学期	70	35	5	专业内公选（二选一）
5	商贸法律法规/电子商务案例分析	线上课程	第八学期	51	25	3	专业内公选（二选一）
6	电子商务文案写作/网络消费者行为	线下课程	第九学期	56	28	4	专业内公选（二选一）
合计				364	181	23	

### （三）实践性教学环节

实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动、军训等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

#### 1. 实训

在校内外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、劳动品质和劳动安全意识。

开设网络营销实训、视觉营销设计技能实训、客户服务管理技能实训、直播电商技能实训、网店运营推广技能实训、电子商务综合实训等实训项目（表6）。

表6：实训项目主要教学内容与要求

序号	实训项目名称	主要教学内容与要求	实训类型
1	网络营销实训	①掌握网络营销目标设定方法，结合产品特点（如快消品、电子产品）和目标客群（年龄、消费习惯），确定营销核心目标（如提升品牌曝光、促进产品销量） ②掌握营销渠道选择逻辑，分析不同网络平台（搜索引擎、社交媒体、电商平台、短视频平台）的用户特征，匹配适合的营销渠道组合（如年轻客群侧重抖音、小红书，企业客户侧重百度、LinkedIn） ③学会撰写简易营销方案，包含目标拆解、渠道分工、预算分配（虚拟预算）、时间节点等核心要素 ④学会运用搜索引擎营销（SEM）基础工具，进行关键词筛选（如通过百度指数分析热度）、简易推广计划搭建（设置出价、匹配方式），模拟付费引流操作 ⑤能社交媒体开展营销，在微信公众号、微博、抖音等平台发布营销内容（如产品软文、种草短视频），学习粉丝互动技巧（评论回复、话题引导）	单项技能实训
2	视觉营销设计技能实训	①掌握视觉营销设计的核心原则，包括色彩搭配（如冷暖色应用、品牌色统一）、构图技巧（如对称构图、对角线构图、留白运用）、字体选择（标题与正文文字	单项技能实训

		<p>体的区分、可读性原则），理解不同电商平台（淘宝、京东、抖音等）的视觉规范（尺寸比例、信息层级要求）</p> <p>②学会运用 Photoshop、Canva 等设计软件，进行基础操作训练，包括图片裁剪、调色、图层管理、文字添加等，掌握快速制作营销素材的技巧</p> <p>③学会开展店铺首页视觉设计，包括店招、导航栏、轮播海报的制作，注重信息层级（如促销信息、主推商品）的清晰呈现，提升页面吸引力</p>	
3	客户服务管理技能实训	<p>①学会电商、实体零售等场景下的客户服务标准话术，包括问候语、咨询回应、告别语等，掌握语气语调控制（如热情礼貌、简洁清晰）</p> <p>②掌握售前咨询应对，练习解答商品信息（规格、功能、价格、活动规则）、物流时效、支付方式等常见问题，掌握推荐商品的沟通技巧</p> <p>③掌握售中跟进服务：如实操订单跟踪（物流信息查询、发货提醒）、订单修改（地址、数量调整）、异常订单（缺货、延迟发货）的沟通处理</p> <p>④掌握售后问题解决，如模拟处理退换货（流程指引、原因核实）、产品质量投诉（安抚情绪、解决方案提供）、差评应对（道歉、补救措施）等场景</p>	单项技能实训
4	直播电商技能实训	<p>①掌握直播账号搭建：包括平台（抖音、淘宝直播等）账号注册、直播权限申请、直播间基础设置（封面、标题、标签）</p> <p>②学会选品与脚本设计：根据目标受众选择直播商品（涵盖引流款、利润款、福利款），撰写直播脚本（含开场话术、产品介绍顺序、互动环节设计、逼单话术）</p> <p>③学会场景与设备准备：搭建直播场景（背景布置、灯光调试），调试直播设备（手机 / 相机、麦克风、补光灯），进行网络测试与画面预演</p> <p>④掌握主播话术技巧：如练习开场破冰</p>	单项技能实训

		<p>(欢迎语、福利预告)、产品讲解(卖点提炼、使用演示、对比分析)、互动话术(问答回应、粉丝挽留、评论引导)、逼单促单(限时优惠、库存提醒、下单指引)</p> <p>⑤掌握直播控场技巧:学习把控直播节奏(时间分配、环节衔接),应对突发情况(设备故障、恶意评论、冷场),配合助理进行订单信息同步、链接上架</p> <p>⑥学会使用平台后台(如抖音直播中控台、淘宝直播数据中心),分析观看人数、停留时长、互动率、转化率、GMV等核心数据</p>	
5	网店运营推广技能实训	<p>①掌握网店账号注册、店铺基本信息设置(店名、头像、简介等),以及店铺装修(首页布局、分类导航、海报设计)</p> <p>②学会商品标题关键词优化、详情页文案撰写与图片排版、价格体系设置(原价、促销价、会员价)及库存管理</p> <p>③掌握平台内置推广工具操作:如淘宝直通车、京东快车等付费推广的计划创建、关键词选择、出价调整及预算控制;优惠券、满减、拼团等站内促销工具的设置与规则制定</p> <p>④学会利用社交媒体推广:如利用微信朋友圈、抖音、小红书等平台,制作商品种草文案、短视频,开展社群运营与用户互动,引导流量进店</p>	单项技能实训
6	电子商务综合实训	<p>①学会电商平台(含国内平台如淘宝、京东,跨境平台如亚马逊、速卖通)的店铺搭建,包括账号注册、店铺装修、商品类目设置等基础操作</p> <p>②学会从商品选品、详情页制作(结合商品摄影与文案撰写),到库存管理、订单处理(接单、发货、物流跟踪)及售后问题解决(退换货、纠纷处理)的全流程运营</p> <p>③运用电商营销工具(优惠券、拼团、直播带货等),设计并执行短期促销活动,包括活动文案撰写、海报设计、活动数据监测</p> <p>④学会使用电商平台自带数据工具(如生意参谋、亚马逊卖家中心数据面板),收集店铺流量、转化率、客单价等核心数据</p>	综合实训

## 2. 实习

在海门当地电子商务行业的凯盛家纺、江苏智云储运有限公司等

校企合作企业进行实习，开设认识实习和岗位实习。分院和系部选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。

实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，海门分院注重理论与实践一体化教学，根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学，严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

## 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		实践性教学环节		机动周
		授课周数	考试周数	实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动、军训等	周数	
一	20	17	1	军事理论与军训	1	1
二	20	17	1	认识实习	1	1
三	20	17	1	网络营销技能实训	1	1
四	20	17	1	视觉营销设计技能实训	1	1
五	20	17	1	客户服务管理技能实训	1	1
六	20	17	1	直播电商技能实训	1	1
七	20	17	1	网店运营推广技能实训	1	1
八	20	17	1	电子商务综合实训	1	1
九	20	14	1	毕业设计	4	1
十	20	0	0	岗位实习	18	2
合计	200	150	9		30	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	1940	40.34%	不少于总学时的25%
2	专业课程	1969	40.94%	/
3	实践性教学环节	900	18.71%	/
总学时		4809	/	/
其中：选修课程		508	10.56%	不少于总学时的10%
其中：实践性教学		2520	52.40%	不少于总学时的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”“四个相统一”“四个引路人”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

本专业拥有一支结构合理、素质过硬、专兼结合的优质师资队伍。专业专任教师 10 名，学生总数约 218 人，师生占比为 1:22。本科以上学历达 100%、“双师型”教师达 80%，高级职称 3 名，占比 30%。

我院电子商务专业教学团队年龄结构衔接合理、数量稳定，学历符合办学要求，职称结构分布科学，既体现“以老带新”，更突出青年教师在教学团队中的骨干作用。团队同时聘请 3 位具有行业影响力企业工匠作为兼职教师，担任产业导师，通过集体备课、企业实践、开发课程等一系列专业教研机制提升专业建设和师资力量，是一支校企合作、专兼结合、德才兼备、敬业乐群、教有特色的教学团队。

表 7：专业教学团队一览表

序号	姓名	类型	学历/学位	职称	双师型称号
1	张永	专业带头人	本科	高级讲师	财经商贸类中级双师型
2	顾晓燕	专业专任教师	本科	高级讲师	财经商贸类中级双师型
3	吴慧娟	专业专任教师	本科	讲师	财经商贸类初级双师型
4	严嘉挺	专业专任教师	本科	讲师	财经商贸类初级双师型
5	黄燕婷	专业专任教师	本科	助理讲师	计算机初级双师型
6	周海莲	专业专任教师	本科	助理讲师	
7	施林琰	专业专任教师	本科	讲师	计算机中级双师型
8	贾书墨	专业专任教师	在读 硕士	助理讲师	
9	冯勇杰	专业专任教师	本科	助理讲师	财经商贸类初级双师型

10	倪海蓉	专业专任教师	本科	高级讲师	财经商贸类中级双师型
11	王俭	企业兼职教师	本科	中级经济师	
12	黄海杰	企业兼职教师	本科	中级经济师	
13	陆敏杰	企业兼职教师	本科	助理经济师	

## 2. 专业带头人

专业带头人张永,高级讲师职称;具有高校教师资格,曾获海门市优秀教育工作者、海门市政府三等功、海门市政府嘉奖、海门市优秀教职工、海门市骨干教师,多次参加国家级、省级骨干教师培训。担任市场营销和电子商务教学工作十多年,熟悉本专业的发展现状与趋势,主持南通市课题并顺利结题,多篇论文在省级期刊发表,多次指导学生参加文明风采大赛获全国二等奖、江苏省一等奖,曾指导学生在江苏省电子商务运营技能大赛上获三等奖。

## 3. 专任教师

专任专业教师具有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心;均具有高校教师资格和本专业领域有关证书;具有电子商务、市场营销、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;均具有累计不少于6个月的企业实践经历。

## 4. 兼职教师

兼职教师3名,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

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

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。教室均配备黑板、电子触摸大屏（含计算机、实物展台）、音响设备、监控设备,互联网接入或 WiFi 环境,并具有网络安全防护措施。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. 校内外实验、实训场所

校内外实训面积 792 平方米,设备总值 164.2604 万,实训设施先进,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、网店运营推广等实训活动的要求,实训管理及实施规章制度齐全。

表 8: 校内外实训场所基本情况

序号	校内外实验、实训场所	主要设施设备配置	主要功能
1	网络营销实训室	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅,网络营销、新媒体营销等教学软件。	用于网络营销、新媒体营销、网络推广等课程的教学与实训。
2	视觉营销实训室	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及配套桌椅等设备。	用于创建网站和网站管理、维护功能,可用于网页设计、网络媒体策划与编辑、网页界面、网络广告和商务网站等实验和实训教学。
3	客户服务实训室	配备计算机、IP 电话机、耳机、客户关系管理教学软件。	用于 CRM 和 ERP 系统操作、金融问题处理、订单取消与修改、价格保护、配送催单流程、售后退换货流程、POP 仲裁流程、升级与转接流程、关单标准、数据分析、排班与现场管理、服务营销流程及技巧、外呼技巧、提升在线导购的员工销售技巧、客户客诉处理方法、客户类型分析及处理技巧、投诉处理实务、客诉处理步骤精要、跨部门沟通、电商战略与财务、业务提升实战等实验和实训教学。
4	直播运营实训室	配备服务器、外置声卡、	用于直播营销全过程

		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。	的教学与实训，以直播活动的策划、筹备、推广、实施、复盘为核心，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。
5	电子商务运营实训室	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，网店运营推广教学软件。	用于电子商务运营、跨境电子商务实践及供应链管理等课程的教学实训。
6	商务数据分析与应用实训室	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，商务数据分析教学软件。	用于电子商务交易数据分析、网店运营管理、数据分析决策等项目的实验教学，通过模拟实战训练提升学生的电子商务操作技能和运营管理能力。

### 3. 实习场所

根据教育部等八部门印发的《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4号）、教育部等六部门印发的《职业学校校企合作促进办法》（教职成〔2018〕1号）等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定海门大岛家纺有限公司、江苏智云储运有限公司、海门凯盛家纺、海顺快递有限公司等行业龙头企业为我院电子商务专业的实习基地，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，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，能涵盖当前电子商务发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；分院和实习单位双方共同制订实习计划，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，有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 9：主要实习场所基本情况

序号	合作单位名称	主要提供的岗位	合作模式
1	海门大岛家纺有限公司	网店客服、网店运营、直播电商	校外实习
2	江苏智云储运有限公司	仓储管理	校外实习
3	海门凯盛家纺	商品拍摄、网店美工、跨境电商	校外实习
4	海顺快递有限公司	客户服务管理	校外实习

### （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

依据国家、省、学院关于教材的相关规定，学校制定了《江苏联合职业技术学院海门分院教材管理办法》，通过教研组-系部-教务处层层检查、审核，经学校党委审批通过后实施，杜绝不合格的教材进入课堂。学校经规范程序，通过学院教材管理系统择优选用学院出版的院规教材或推荐教材。

#### 2. 图书文献配备

图书文献配备能满足电子商务专业人才培养、专业建设、教科研等工作需要。专业类图书文献主要包括人文类、社科类、教育类、地理类、历史类等学科基础书籍，电子商务及市场营销等专业领域的优秀期刊，电子商务相关的技术、方法、操作规范和实务案例类专业书籍和文献等。及时配置与电子商务专业岗位群相关的新经济、新工艺、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

#### 3. 数字教学资源配置

学校拥有超星数字图书馆，在教学楼中放置电子阅读机，学校电子图书馆包含电子期刊、电子图书合计 30 万册和音频等不同的数字化资

源，每年定期更新数字图书资源。目前正在建设“市场营销”“电子商务基础”“会计基础”“图形图像处理”在线课程，内含教案、教学课件、微课视频等资源，种类丰富、形式多样、使用便捷，课程资源进行动态更新，能满足日常线上线下混合式教学要求。

## 十、质量保障

1. 依据《海门分院专业设置与动态调整实施办法》，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. 依据《海门分院课程管理制度》，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. 依据《海门分院教学质量标准编制与管理办法》，明确课堂教学、实验教学、实习实训、毕业设计等教学环节的质量标准，并进行动态修订。

4. 依据《海门分院教学诊断与改进工作实施方案》《海门分院教育教学督导工作方案》，加强教学质量监控管理，持续推进人才培养质量的诊断与改进。

5. 依据《海门分院教学常规检查制度》、《海门分院教师教学常规考核管理办法》、《海门分院教学“五认真”规范》和《海门分院实训教学规范》等制度，加强日常教学的运行与管理，严明教学纪律，强化教学组织功能，保持优良的教育教学秩序。

6. 依据《海门分院学生岗位实习管理条例》、《海门分院学生岗位实习跟踪调查制度》、《海门分院学生岗位实习管理考核办法》，加强实习教学环节的监控和反馈，提升人才培养质量。

7. 海门分院作为联院电子商务专业建设指导委员会的委员单位，积极参加专指委的各类专业建设和教学研究活动，学习教学改革、资源建设等方面的先进做法。

8. 依据《海门分院教研活动制度》、《教师集体备课制度》，定期召开教学研讨会议，定期开设公开课、示范课并集中评课，通过集

中研讨、评价分析等有效提升教师教学能力，持续提高教学质量。

9. 通过各级教学大赛、教学培训，结合《海门分院教学质量考核办法》，不断激励教师创新教学方法，将信息化、数字化、项目任务等应用于日常教学，开展开放、有效的课堂互动，提升课堂教学效能，提高人才培养质量。

10. 依据《海门分院学生素质综合测评办法》《海门分院学生素质综合测评办法实施细则》《海门分院学分认定互兑方案》等制度，对学生五年全周期、德智体美劳全要素进行评价，注重过程评价和结果评价结合，探索多元化互通评价，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。

11. 依据《海门分院毕业生跟踪管理制度》，建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，从生源情况、职业道德、技能水平、就业质量等方面，分析人才培养质量和培养目标达成情况，促使对学校教学管理进行螺旋式改进。

## **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. 综合素质毕业评价等级达到合格及以上；
2. 根据本方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满 268 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. 《职业教育专业目录》（2021年）；

4. 《职业教育专业简介》（2022年修订）；
5. 《职业教育专业教学标准》（2025年修（制）订）；
6. 《职业学校专业（类）岗位实习标准》；
7. 《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）；
8. 《省教育厅关于印发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）；
9. 《江苏联合职业技术学院五年制高等职业教育电子商务专业指导性人才培养方案（2025版）》

## （二）执行说明

1. 规范实施“4.5+0.5”人才培养模式，五年共10个学期，各学期表中教学周数都是18周。第1-8学期，周数由教学周和实训周数组成；第9学期14周为教学周，4周为毕业设计周；第10学期18周为岗位实习周。

2. 理论教学和实践教学按16-18学时计1学分（小数点后数字四舍五入）。集中开设的技能实训课程及实践性教学环节按1周计30学时，1个学分。根据《江苏联合职业技术学院海门分院学分认定通兑方案》，学生在德育、智育、体育、美育、劳育五个项目中取得相应成绩，经认定与审核，可以兑换成相应的学分。

3. 中国特色社会主义、心理健康与职业生涯（I）、哲学与人生、职业道德与法治、历史、艺术按18周计算学时，其余公共基础课程按16周计算学时。

4. 充分发挥思政课程和各类课程的育人功能，发挥思政课程政治引领和价值引领作用，在思政课程中有机融入中华优秀传统文化、海门红色文化、海门改革开放史等相关内容；结合实际落实课程思政，推进全员、全过程、全方位育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。加强劳动教育、心理健康教育、宪法法治教育、国家安

全教育、国防教育、创新创业教育，实施学生体质强健计划，推进美育浸润行动。加强和改进美育工作，以音乐、美术课程为主体开展美育教育，积极开展艺术实践活动，推进美育浸润行动。组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

6. 实践性教学环节共 30 周，包括军事理论与军训 1 周、认识实习 1 周、网络营销技能实训 1 周，视觉营销设计技能实训 1 周、客户服务管理技能实训 1 周、直播电商技能实训 1 周、网店运营推广技能实训 1 周、电子商务综合实训 1 周、毕业设计 4 周，岗位实习 18 周。按实际开设周数计算学时，1 周为 30 学时，并折算 1 学分。

7. 自主开设具有地区特色、校本特色的任选课程。采用系部公选（二选一），考查的考核方式，开设地方红色历史、改革历程、职场礼仪规范、语言表达技巧、书写艺术技法、日常沟通能力、艺术品审美、古典诗词赏析等方面的拓展课程，并将有关内容融入课程教学中。

8. 落实“1+X”证书制度，鼓励学生在取得毕业证书的同时，取得与专业相关的职业资格证书或职业技能等级证书，鼓励学生经过培训并通过社会化考核，取得与提升职业能力相关的其他技术等级证书。将网店运营推广中级（1+X 证书）、直播电商中级（1+X 证书）、全国计算机等级考试一级证书、全国英语等级考试二级证书纳入课程教学模块，开展过程性评价。

9. 依据学校《五年制高职毕业论文（设计）管理办法》，加强毕业设计全过程管理，引导学生遵循学术规范和学术道德。

10. 加强岗位实习管理，由学校与企业根据生产岗位工作要求共同制订岗位实习教学计划，教学活动主要由企业组织实施，学校参与管理和评价。

### （三）研制团队

序号	姓名	单位名称
1	严嘉挺	江苏联合职业技术学院海门分院
2	张永	江苏联合职业技术学院海门分院

3	陆杰	江苏联合职业技术学院海门分院
4	施红华	江苏联合职业技术学院海门分院
5	沈晓燕	南通大学商学院
6	施潜新	海门大岛家纺有限公司
7	顾萍	海门凯盛家纺有限公司

附件：五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表（2025 级）

类别	性质	序号	课程名称	学时及学分			周学时及教学周安排										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	14+4周			18周	
公共基础课程	思想政治理论课程	1	中国特色社会主义	36	0	2	2											√		
		2	心理健康与职业生涯（I）	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	48	16	3					3								√	
		6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	0	2							2						√	
		7	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	0	3									3				√	
		8	形势与政策	24	0	1						8 学时	8 学时	8 学时					√	
	必修课程	9	语文	288	48	18	4	4	4	2	2	2							√	
		10	数学	256	24	16	4	4	2	2	2	2							√	
		11	英语	256	48	16	4	4	2	2	2	2							√	
		12	信息技术	128	64	8	2	2	2	2									√	
		13	体育与健康	288	256	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2			√	
		14	艺术（音乐、美术）	36	12	2	1	1												√
		15	历史	72	4	4	2	2											√	
		16	心理健康与职业生涯（II）	16	0	1								1						√
		17	国家安全教育	16	4	1									1					√
		18	劳动教育	16	4	1	1													√
	限选课程	19	地理	64	12	4	2	2											√	
		20	中华优秀传统文化	32	6	2							2							√
		21	创新创业教育	32	6	2								2						√
	任选课程	22	书法/口语交际	32	16	2						2								√
		23	职业礼仪/演讲与口才	48	24	3							3							√
		24	海门红色文化/海门改革开放史	32	16	2								2						√
		25	文化艺术品鉴赏/古诗词鉴赏	32	16	2										2				√
公共基础课程合计				1940	576	119	24	23	14	12	11	10	10	10	4					

专业课程	专业平台课程	必修课程	1	市场营销	68	34	4	4									√		
			2	电子商务基础	68	34	4		4									√	
			3	图形图像处理	102	68	6			6									√
			4	会计基础	68	20	4				4								√
			5	现代物流管理	68	34	4					4							√
			6	国际贸易基础	68	34	4						4						√
			7	管理学基础	68	34	4							4					√
			8	经济学基础	68	34	4								4				√
	专业核心课程	必修课程	9	网络营销	68	34	4			4								√	
			10	视觉营销设计	102	68	6				6							√	
			11	客户服务	68	42	4					4						√	
			12	社群运营	68	34	4					4						√	
			13	新媒体运营	68	34	4						4					√	
			14	直播运营实务	102	68	6						6					√	
			15	商务数据分析与应用	68	34	4							4				√	
			16	网店运营	102	68	6							6				√	
	专业拓展课程	必修课程	17	商务礼仪	51	25	3				3							√	
			18	统计学基础	68	34	4							4				√	
			19	商品摄影	51	25	3					3						√	
			20	短视频制作与剪辑	85	42	5						5					√	
			21	移动电子商务	56	28	4									4		√	
			22	跨境电子商务	70	35	5									5		√	
		任选课程	23	网络技术基础/数据库基础	68	34	4				4							√	
			24	ERP/Flash 制作	68	34	4						4					√	
			25	供应链管理/金融常识	51	25	3								3			√	
			26	财务管理/商务英语	70	35	5									5		√	
			27	商贸法律法规/电子商务案例分析	51	25	3							3			√		
			28	电子商务文案写作/网络消费者行为	56	28	4								4		√		
<b>专业课程合计</b>					<b>1969</b>	<b>1044</b>	<b>119</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>18</b>			
集中实践教学环节	1	军事理论与军训	30	30	1	1周											√		
	2	认识实习	30	30	1		1周										√		
	3	网络营销技能实训	30	30	1			1周									√		
	4	视觉营销设计技能实训	30	30	1				1周								√		
	5	客户服务管理技能实训	30	30	1					1周							√		

	6	直播电商技能实训	30	30	1						1周					√
	7	网店运营推广技能实训	30	30	1						1周					√
	8	电子商务综合实训	30	30	1							1周				√
	9	毕业设计	120	120	4								4周			√
	10	岗位实习	540	540	18									18周		√
<b>集中实践教学环节合计</b>			<b>900</b>	<b>900</b>	<b>30</b>	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	4周	18周	
<b>合计</b>			<b>4809</b>	<b>2520</b>	<b>268</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>22</b>		

说明：中国特色社会主义、心理健康与职业生涯（I）、哲学与人生、职业道德与法治、历史、艺术按 18 周计算学时，其余公共基础课程按 16 周计算学时，每 16~18 学时折算 1 学分。专业课程按实际开设周数计算学时，每 16~18 学时折算 1 学分。实践性教学环节按实际开设周数计算学时，1 周为 30 学时，并折算 1 学分。