

武汉铁路桥梁职业学院

2020 级电子商务专业人才培养方案

一、专业名称

电子商务

二、专业代码

630801

三、招生对象

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具备同等学力者

四、学制与学历

三年 专科

五、就业方向与职业岗位（群）分析

（一）就业方向（见表 1）

序号	职业领域	就业岗位	发展岗位（群）
1	各类企事业单位从事网上商务信息收集与处理、商务运营、网站建设与日常维护管理工作；各类企事业单位从事电子商务平台操作与客户咨询服务管理工作。	*网络商品营销 客户服务人员	通过 2~3 年的工作或进修深造，能进一步到最新的“智能商务应用”、“商务数据分析与应用”、“电子商务平台运维”等三大电子商务高端人才就业方向从业，在电商平台营销（运维主管、诚信通推广经理、跨境电商运维经理）、数据营销（电商平台数据分析师）、BI 智能商务（智能商务师）、BPO 呼叫外包服务（现场经理）等相关岗位拥有广阔的就业前景。
2		网站运营与推广	
3		网店（页）美工	
4		电子商务策划	

（二）职业岗位（群）分析（见表 1）

表 1 职业岗位（群）分析

序号	工作岗位	岗位描述	主要职责	知识和能力要求	
1	*网络商品营销客户服务人员	从事电子商务的一线岗位，维护网站，与客户沟通解决问题	1. 负责处理企业之间、企业和消费者之间的商业交易。 2. 负责网络商务运营 3. 网上商品陈列、网上商品零售。订单处理、支付处理、商品配送 4. 整理、提供客户资料 5. 与客户联系和沟通 6. 客户关系处理 7. 客户投诉处理 8. 危机公关 9. 网站常见问题解答设计	知识	1. 掌握计算机及网络技术的基础知识，熟悉计算机及网络常用软件，具有使用现代化办公设备的能力； 2. 熟悉电子商务交易系统的功能和业务流程； 3. 掌握物流配送基本知识，具有现代商业服务人员的基本常识； 4. 掌握市场营销、电子商务法律法规等相关知识； 5. 掌握财务、金融等基本知识； 6. 熟悉图片及商品信息处理等基本知识； 7. 掌握网络店铺的开店流程和运营方法； 8. 掌握各种网络推广和营销方法； 9. 掌握网页设计、制作、维护的基础知识。
				能力	1. 具备口语表达能力和文字表达能力； 2. 具备用户体验能力； 3. 具有代码了解能力； 4. 具备较强的沟通交流协调能力； 5. 深入了解网络客户能力； 6. 适应变化能力； 7. 掌握政策、政治尺度能力； 8. 具备终身学习能力。
2	网站运营与推广	从事公司网站品牌和产品的网络推广	1、负责公司网站品牌和产品的网络推广； 2、根据公司总体市场战略及网站特点，确定网站推广目标和推广方案； 3、与各部门沟通，细化确认需求，按时保质完成网站推广任务； 4、策划、执行在线推广活动，收集推广反馈数据，不断改进推广效果； 4、评估、分析网站的关键词等，提高网站排名，利用多种技术形式提升网站人气； 5、与其他网站进行网站间的资	知识	1. 掌握计算机及网络技术的基础知识，熟悉计算机及网络常用软件，具有使用现代化办公设备的能力； 2. 熟悉电子商务交易系统的功能和业务流程； 3. 掌握物流配送基本知识，具有现代商业服务人员的基础知识。 4. 掌握市场营销、电子商务法律法规等相关知识； 5. 掌握财务、金融等基本知识； 6. 熟悉各网上交易平台的运营环境、交易规则、 7. 熟悉各大平台的运作模式，精通直通车、淘宝客、淘宝帮派、社区及淘宝内部活动，能提高店铺的销量。 8. 掌握软文、交换链接、邮件推广、SNS 推广、论坛推广及其他推广方式。

			源互换等合作，负责日常合作网站的管理及维护； 6、开发拓展合作的网络媒体，提出网站运营的改进意见和需求等； 7、熟悉所有的网络推广手段，能够在各类网站宣传推广公司产品。		9. 跟踪网店平台的运作规则，市场环境和竞争对手，及时协调调整网店运营。
				能力	1. 资料收集能力 2. 数据分析处理能力 3. 熟悉企业架构能力 4. 参与交流能力 5. 资源利用能力 6. 思考总结能力 7. 具备整合能力 8. 敢于求变能力 9. 建立品牌能力 10. 代码了解能力
3	网店（页）美工	从事网站整体页面设计及网页效果的制作	1、负责商品的设计和美化，包括拍照及图片修改和制作、动画、动态广告条等的设计。 2、负责网站页面的制作和各种网页效果的制作。 3、负责网页代码的优化。 4. 提高网站的可用性，优化设计。	知识	1、较强的美术功底和出色平面设计审美功力； 2、对于网页的美工布局及色彩的搭配有着独到的见解和体会，并具有较好的审美观及美感意识； 3、精通 Photoshop、Illustrator 等相关设计软件应用； 4、图片处理、抠图、美化、设计、修改、更新
				能力	1. 具备口语表达能力和文字表达能力 2. 代码了解能力 3. 网页制作能力 2. 软件应用能力 4. 自己动手能力 8. 资源利用能力
4	电子商务策划	负责项目商务策划和实施	1. 负责项目商务策划和实施，建立和完善产品选型、新产品的技术推广、技术情报管理制度； 2、商务信息的收集、整理、分类，对项目信息时时跟踪； 3、整理、编制商务文件模板，改进和规范工作流程，收集并	知识	1. 熟悉电子商务交易系统的功能和业务流程； 2. 掌握市场营销、电子商务法律法规等相关知识； 3. 掌握物流配送基本知识，具有现代商业服务人员的基础知识。 4. 掌握财务、金融等基本知识； 5. 电子商务整体方案策划能力 6. 电子商务综合管理能力

		对往来商务信函、传真、邮件存档备查； 4、协助项目经理和销售经理做好商务标书； 5、负责商务合同的履行，及时协调和协助解决出现的商务问题； 6、搜集整理国内外产品发展信息，及时把握产品发展趋势； 7、相关部门的沟通协调工作。	能力	1. 具备口语表达能力和文字表达能力 2. 资源利用能力 3. 参与交流能力 4. 适应变化能力 5. 思考总结能力 6. 具备整合能力 7. 熟悉企业架构能力 8. 控制传统媒体能力。 9. 敢于求变能力 10. 踏实坚韧能力
--	--	--	----	---

电子商务专业人才就（创）业岗位（群）与技能证书分析表

序号	岗位类型	就业岗位	职业资格、技能等级证（名称、等级、颁证单位）
1	技术岗	电商美工	●*助理电子商务师、职业资格三级、人力资源和社会保障部 ●助理物流师、职业资格三级、人力资源和社会保障部 ●营销经理助理、职业资格三级、中国市场营销协会与美国市场营销协会 注：“*”表示为必须获取项
2	技术岗	电商运营推广	
3	技术岗	物流供应链	
4	技术岗	网站设计开发	
5	技术岗	网站维护管理	
6	管理岗	电子商务经理	
7	管理岗	电商内贸专员	
8	管理岗	电商客服专员	
9	管理岗	电商产品开发	
10	创业岗	电子商务企业 CEO	
11	创业岗	电子商务企业首席运营官 COO	

六、培养目标与规格

（一）培养目标

本专业面向电子商务行业，主要面向电子商务一线岗位，本专业培养拥护党的基本路线，德、智、体、美等全面发展的培养具有社会主义核心价值观、拥护党的基本路线，德、智、体、美等全面发展的，适应社会主义现代化建设需要的，熟悉电子商务行业相关法律法规

范及岗位规范，具有诚信品质、敬业精神、高度责任心和团队合作精神和较强的沟通能力的，具备基本科学文化素养，良好职业道德，面向网络营销、客户服务、智慧商业、商务数据分析、跨境电商等领域，培养具有诚信守法、开拓创新素质，掌握信息技术、电子商务、网络运营与推广等相关知识，具备商务信息处理、网络客户服务、数据采集与分析、网络营销策划与实施、文案撰写与发布、企业网站优化等能力，能够从事网络营销、客户服务与管理、智慧商务技术应用、电子商务平台运营等工作的德技兼修、有一定创新创业能力的应用型、技能型、复合型人才。

（二）培养规格（见表2）

表2 人才培养规格

<p style="text-align: center;">素质结构</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 道德素质：具有社会主义核心价值观；具有坚定的理想信念、良好的思想政治素质、行为规范和职业道德；爱党爱国，坚持党的领导，具有服务新时代经济服务区域经济、为人民服务、为国家富强、民族昌盛而奋斗的志向和责任感；具有爱岗敬业、热爱劳动、遵纪守法、团结协作等良好的思想品德和职业道德。 2. 文化素质：具有本专业必备的科学文化知识和素养；具有良好的文化修养和审美能力，知识面宽，自学能力强，能用得体的语言、文字和行为表达自己的意愿；具有较强的社交能力和礼仪知识；有严谨务实的工作作风。 3. 科学素质：具备专科层次学生的基本素质，强调商务素质的培养。具备较强的认知能力、合作能力、创新能力及协调、交流沟通能力；具备电子商务技术与信息化应用的基本能力；经受艰苦岗位的历练和工作实践，培养较强的职业岗位能力；具备严谨专注、敬业专业、精益求精和追求卓越的工匠精神。 4. 身心素质：具有一定的体育和军事理论知识，掌握科学的锻炼身体的基本技能，养成良好的体育锻炼和卫生习惯，受到必要的军事训练，达到国家规定的大学生体育和军事训练合格要求，具备健全的心理和健康的体魄；具有健全的人格、乐观向上的精神及良好的气质；具有竞争、风险、效率、市场、法制、环境、商品、国际等现代意识，适时调整，与时俱进，增强社会责任感和社会适应性。
--	---

知识结构		<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备社会公德和职业道德、军事理论、法律法规、人际交往等方面的基础知识。 2. 掌握计算机及网络技术的基础知识，熟悉计算机及网络常用软件，具有使用现代化办公设备的能力； 3. 熟悉电子商务交易系统的功能和业务流程； 4. 掌握物流配送基本知识，具有现代商业服务人员的基础知识； 5. 掌握市场营销、电子商务法律法规等相关知识； 6. 掌握财务、金融等基本知识； 7. 熟悉图片及商品信息处理等基本知识； 8. 掌握网络店铺的开店流程和运营方法； 9. 掌握各种网络推广和营销方法； 10. 掌握网页设计、制作、维护的基础知识。
能力结构	社会能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备社会主义核心价值观； 2. 具有坚定的理想信念、良好的思想政治素质、行为规范和职业道德； 2. 具备较强的计划组织协调能力和团队协作能力； 3. 具有较强的开拓发展和创新能力； 4. 具有较强的口头与书面表达能力和人际沟通能力； 5. 具有批评与自我批评的能力。
	方法能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有较好的对新技能、新知识的学习能力； 2. 具备解决项目实际问题的能力； 3. 具有制定工作计划的能力； 4. 具有查找资料、文献，获取信息的能力； 5. 具有逻辑性、合理性的科学思维方法能力。
	专业能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有运用辩证唯物主义的基本观点及方法认识、分析和解决问题的能力； 2. 具有较强的语言及文字表达能力、处理公文的能力； 3. 具有计算机网络安全技术，及计算机网络的管理与维护能力； 4. 具有中小企、事业单位电子商务网站建设与网页设计、制作能力； 5. 具有完成电子商务网上交易和服务的能力； 6. 具有网上开店和推广的能力； 7. 具有电子商务物流与供应链管理的能力； 8. 具有网络营销与策划的能力。

七、职业证书

（一）通用证书

1. 计算机应用能力一级证书
2. 普通话等级证书
3. 英语应用能力证书。

（二）职业资格证书

本专业要求毕业生至少应取得以下职业资格证书或其他相关中、高级技能证书之一：

序号	职业资格证书名称	颁证单位	等级
1	网店运营推广	教育部 1+X 证书认证单位	中级
2	电子商务数据分析	教育部 1+X 证书认证单位	中级

八、课程体系与核心课程（教学内容）

（一）课程体系架构（见表 3）

表 3 课程体系架构

公共基础课程	专业课程	实践课程	拓展课程	
			公共选修课	专业选修课 (限选)
思想道德修养与法律基础	电子商务概论★	企业模拟实训（一）	参见校公共选修课库（见附件）	电子商务营销写作务实
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	经济学基础	企业模拟实训（二）		大数据分析
大学英语	PS 图形处理	初级实训		跨境电商英语
大学语文	网店客服	电子商务综合实训		
体育	网店装修★	沟通技能训练		
计算机应用基础	网店推广	客服企业培训		
大学生心理健康教育	物流企业管理	普通话训练		
形势与政策	电子商务与现代物流			
国防安全教育	电子采购与供应链			
大学生创新创业教育	物流信息技术与应用			
就业指导	视觉营销★			
	视频拍摄与编辑处理			
	市场营销★			
	国际贸易与跨境电商			
	新媒体运营与推广			
	客户关系管理（ITMC）★			

（二）职业核心课程及简介

1. 核心课程

《电子商务概论》、《网店装修》《客户关系管理（ITMC）》、《视觉营销》、《市场营销》

2. 核心课程简介

（1）《电子商务概论》

该课程是电子商务专业的核心课程，开设 64 学时。

通过本课程的学习，使学生具备相关职业岗位技能型人才所必需的商务网站的创建、后台管理系统操作、前台操作系统操作的能力，熟悉网上商品的拍摄与图片的处理、能利用网上网下各种方法与工具进行网站的推广、利用各种营销方法进行商品的宣传与促销，熟悉网上交易流程（洽谈、支付、物流、评价、售后）。

本课程也是电子商务师等级考试的必考科目，是一门实践性很强的课程，对学生电子商务岗位能力及职业素养的培养起主要支撑作用。

（2）《网店装修》

该课程是电子商务专业的核心课程，开设 64 学时。

通过本课程的学习，使学生了解和掌握设计网站页面的必备能力、图片处理的能力、动画制作的能力及网站内容编辑等能力，能够适应从事电子商务一线业务操作的基本要求。

（3）《客户关系管理（ITMC）》

该课程是电子商务专业的核心课程，开设 64 学时。

本课程以培养学生职业能力为主线，融理论教学与实践教学为一体，教学中突出客户关系的实践环节，要求学生通过了解客户服务部职能，掌握操作流程和服务技术，来把握客户服务运转规律，形成科学管理的思维模式，培养学生成为高素质的既懂理论又会操作的客户服务与管理人才。

（4）《视觉营销》

该课程是电子商务专业的核心课程，开设 64 学时。

本课程是电子商务专业的一门运营方向课，通过理实一体化的教学理念，采用项目实战教学方法，培养学生运用网络资源，深入理解并掌握网店视觉营销基础知识，培养网店布局、文案视觉、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计和视觉营销数据化等职业能力，本课程具有一定的综合性、实践性，是培养网店运营人员的一门综合技能训练课。

（5）《市场营销》

该课程是电子商务专业的核心课程，开设 64 学时。

《市场营销》课程是电子商务专业的一门专业课程。本课程通过项目导向、任务驱动的教学方式，以学生完成工作任务成为载体，引导学生掌握现代市场营销的基本理论知识，培

养学生市场调研、市场分析、市场开拓的能力，能胜任外贸业务工作岗位所必需的企业市场调查、营销策划与实施以及营销管理等工作，使学生具备较强的实践能力，突显高职人才培养的特色。

(三) 教学进程安排 (见表 4)

表4 教学计划表

课程类别	序号	课程名称	学分	考核方式	教学学时分配				学期周学时及周数分配						
					理论	理实一体	实践	总学时	1	2	3	4	5	6	
									16	17	17	15	7	20	
公共基础课程	1	思想道德修养与法律基础	3	考试	32	0	16	48	2						
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	考试	64	0	0	64		4					
	3	大学语文	6	考试	96	0	0	96	4	2					
	4	大学英语	6	考试	96	0	0	96	4	2					
	5	体育	4	考试	0	0	64	64	2	2					
	6	计算机应用基础	4	考试	0	64	0	64	4						
	7	形势与政策	1	考查	20	0	0	20	2*2	2*2	2*2	2*2	2*2		
	8	国防安全教育	1	考查	16	0	0	16	2*4	2*4					
	9	大学生心理健康教育	2	考查	0	0	32	32	2						
	10	大学生创新创业教育	2	考查	32	0	0	32			2				
	11	就业指导	0.5	考查	0	0	8	8				2*4			
	小计	33.5		356	64	120	540	18	10	2	0	0	0	0	
专业课程	12	电子商务概论★	4	考试	64	0	0	64	4						
	13	经济学基础	2	考查	32	0	0	32		2					
	14	PS 图形处理	4	考查	0	0	64	64	2	4					
	15	网店客服	2	考查	0	0	32	32		2					
	16	网店装修★	4	考试	0	0	64	64			4				
	17	网店推广	2	考查	0	0	32	32		2					
	18	物流企业管理	4	考查	64	0	0	64				4			
	19	电子商务与现代物流	4	考查	64	0	0	64		4					

	20	电子采购与供应链	2	考查	32	0	0	32					4	
	21	物流信息技术与应用	4	考查	44	0	20	64			4			
	22	视觉营销★	4	考查	64	0	0	64			4			
	23	视频拍摄与编辑处理	4	考试	44	0	20	64			4			
	24	市场营销★	4	考试	64	0	0	64				4		
	25	国际贸易与跨境电商	4	考查	64	0	0	64				4		
	26	新媒体运营与推广	4	考查	32	0	32	64				4		
	27	客户关系管理（ITMC）★	4	考查	0	0	64	64				4		
		小计	56		568	0	328	896	6	14	16	20	4	
实践课程	28	军训	2	考查	0	0	60	60	2周					
	29	专业认识实习	1	考查	0	0	30	30	1周					
	30	普通话训练	1	考查	14	0	14	28		1周				
	31	电子商务初级实训	1	考查	0	0	28	28		1周				
	32	客服企业培训	4	考查	0	0	112	112					4周	
	33	电子商务综合实训	2	考试	0	0	56	56			2周			
	34	企业模拟实训（一）	4	考查	0	0	112	112				4周		
	35	企业模拟实训（二）	8	考查	0	0	224	224					8周	
	36	毕业设计（论文）	4	考查	0	0	120	120						4周
		小计	27		14	0	756	770						
拓展课程	37	电子商务营销写作实务	2	考查	0	32	0	32					4	
	38	大数据分析	2	考查	20	0	12	32					4	
	39	跨境电商英语	2	考查	32	0	0	32					4	
	40	选修课	6	考查	128	0	0	128		2	2	2	2	
			小计	12		180	32	12	224		2	2	2	18

		顶岗实习	16	考查	0	0	480	480						16周
		合计	144. 5		1118	96	1696	2910	24	26	20	22	10	

九、教学学时比例表

课程类别	课程门数	理论教学学时	理实一体学时	实践教学学时	合计	占总学时比例
公共基础课	11	356	64	120	540	19%
专业课程	16	568	0	328	896	31%
实践课程	8	14	0	756	770	26%
拓展课程	4	180	32	12	224	8%
顶岗实习	1	0	0	480	480	16%
合计	39	1118	96	1696	2910	100%

十、毕业条件

学生思想品德经鉴定符合要求，修完本专业教学计划规定的全部课程，完成各教育教学环节，考核成绩合格，具备一定计算机应用能力和英语应用能力，至少取得一个以上的职业资格证书或职业技能证书，才能获得毕业资格。

学生必须修满本专业教学计划规定的 144.5 个学分才能取得毕业资格。

十、专业办学基本条件和教学建议

（一）专业教学团队

1. 配比与结构

（1）专业生师比为 18:1，专兼教师比例为 2:1。

（2）专业专任教师应具有高等学校教师资格；研究生学历或硕士及以上学位比例不低于 15%；具有“双师型”教师比例达 50%。

（3）专业核心课程应由中级及以上专业技术职称和较丰富实践经验的“双师型”专任教师担任；企业兼职教师应具有中级及以上专业技术职称，承担的专业课程课时比例 50%。

（4）每年不少于 20% 的专业专任教师进行相应的企业生产实践或继续教育，提高教师的综合和实践教学能力。

2. 能力与素质

（1）具有本专业或相关专业大学本科及以上学历。

（2）具有高校教师资格证书，中级及以上职业资格证书或相应技术职称。

（3）具有良好的思想道德品德修养，遵守职业道德，为人师表；热爱关心学生。

（4）具备本专业教学需要的扎实的专业知识和专业实践技能，并能在教学过程中灵活

运用。

(5) 具备基于工学结合课程开发和教学组织设计能力、教学研究能力。

(6) 熟悉所任教专业与对应的产业、行业、企业、职业（岗位）、就业的相互依联程度，熟悉本行业的技术生产情况及发展趋势，能及时将企业各项新工艺、新材料、新方法和企业管理新理念补充进课程。每 2 年应有不少于 2 个月的企业一线实践经历。

(7) 具备较好的信息化素养，能广泛应用线上线下混合教学，具备培养学生自主、泛在、个性化学习的能力。

3. 引进与培养

学校采取多种途径加强专业教师的培养，以“四有”标准打造数量充足、专兼结合、结构合理的高水平双师队伍。(1) 通过以老带新、传帮带增强青年教师的理论与实践教学能力。(2) 组织专业教师到职业师资培训机构、学校进行学习和实际训练，强化实践性学习。(3) 组织年青专业理论课教师利用课余时间，节假日进入电商企业，进行专业实践的锻炼学习，使理论与实践能够有机结合深入到行业一线，参加具体岗位技能培训，以弥补其操作技能的不足，到企业参加专业实践的教师带着教学中的一些课题，到企业去向有丰富实践经验的企业人员请教，在他们的实践角度来提升教师对专业理论的认识。重点了解新技术应用以及进行产学研实践探索。学校还要求专业理论教师在一定期限内，都必须取得中级以上的技能等级证书，增强教师的“双师”能力。

另外，学校大力引进“能工巧匠”和各类专家，建立专兼职相结合的“一体化”教师队伍。一是引进具有“双师”素质的专业技术人员和管理人员；二是聘请企业和社会上的行业专家，大师名匠兼任任教；积极引进有实际运营经验的专业从业人员、特殊技能人才到学校做实习指导教师，同时积极与企业建立联系，请企业专家来学校实训中心指导一体化教师，协助理实一体化老师开展相关工种的技能辅导。他们到学校任教，把自己多年的实践经验、操作技能和新技术带入学校，传授给学生，也与本校教师相互促进，形成互补，促进了教学和实践的结合。通过以上的方式方法去培养教师，能帮助教师较快地培养成为一名既熟悉专业理论知识，同时实践操作也过硬的“一体化”教师，并通过教学的创新进一步提高教学的质量，使学校的迅速发展得到有力的师资力量保证。

4. 教师培训与评价机制

建立健全教师职前培养、入职培训和在职研修体系。建设教师发展中心，提升教师教学和科研能力，促进教师职业发展。创新教师评价机制，建立以业绩贡献和能力水平为导向、以目标管理和目标考核为重点的绩效工资动态调整机制，提升教师工作的积极性，探索与

1+X 证书相适应的教师队伍建设制度。

（二）教学设施

教学用房和教学行政用房满足教育部《普通高等学校基本办学条件指标（试行）》的规定。

1. 实训设备的配置要求

（1）专业机房配置。满足 50 人一个班的建制的配置条件。

（2）主要实训仪器标准配置。开展实训教学时，以 6~8 人组建 1 个实训小组配置综合实训设备、企业经营 ERP 模拟沙盘等实训设备，充分满足学生的各项实训动手需求。

2. 校内实习实训条件（见表 6）

表 6 校内实训室（基地）条件

实训室名称	实训/学习项目	主要设备及数量	分组安排	占地面积
电子商务运营中心实训室	电子商务综合实训、网上开店	能高速上网电脑 50 台	一次可安排一个班 50 人，分 6 组	70m ²
电子商务技术服务实训室	客服企业培训、网络广告设计、网络营销	能高速上网电脑 50 台	一次可安排一个班 50 人，分 6 组	70m ²
企业经营 ERP 模拟沙盘实训室	市场营销、网络营销、企业模拟实训	ERP 模拟沙盘 4 套、货柜 6 个	一次可安排一个班 50 人，分 6 组	70m ²
合 计				210m ²

3. 校外实训基地建设

依托行业，与业内优势企业合作，在人才培养、技术创新、社会服务、就业创业、文化传承等方面深度合作，形成校企命运共同体。施行校企联合培养、双主体育人的中国特色现代学徒制。推行面向企业真实生产环境的任务式培养模式。吸引企业联合建设企业工作室、实验室、创新基地、实践基地，校外实训基地等，为学生生产性实习和顶岗实习提供场所，为工学结合教学创造有利条件。

电子商务专业校外实训基地

校外实训基地类型	参与实训基地建设的企业	校外实训基地实现的功能	教学组织
----------	-------------	-------------	------

校外实训基地类型	参与实训基地建设的企业	校外实训基地实现的功能	教学组织
用于专业入门教育的认识型	武汉武商电子商务有限公司 武汉淘掌柜电子商务有限公司 百度武汉分公司 百纳信息	电子商务企业概况、岗位认识	<ul style="list-style-type: none"> • 企业管理人员授课、答疑 • 专业老师协助管理 • 学生完成实训报告
结合企业典型工作岗位任务的合作型	新浪 当当 凡客 1号店 搜狐 亿房网	电子商务平台	<ul style="list-style-type: none"> • 企业技术人员针对典型工作任务授课 • 学校专业老师协助管理 • 学生完成指定工作项目
提供真实工作岗位和任务的顶岗型	阿里巴巴 京东商城 腾讯 苏宁易购 唯品会	<ul style="list-style-type: none"> • 结合具体工作岗位顶岗实习，完成生产任务 • 学习企业文化与6S管理理念 • 培养学习良好的职业素养 	<ul style="list-style-type: none"> • 企业与学校共同制定顶岗实习培养计划 • 企业对学生进行相关培训 • 工程技术人员指导下的顶岗实习 • 顶岗实习过程考核

（三）教材及图书、数字化（网络）资料等学习资源

1. 教材

要求所有使用教材均应是国家或行业规划教材或校本教材。重点加强校本教材建设工作，根据职业技能等级标准和专业教学标准要求，开发与“学历证书+若干职业技能等级证书”的1+X证书制度相配套的校本教材，将证书培训内容有机融入教材。

2. 图书

学校非常重视图书馆的建设工作，生均纸质图书藏量30册以上，其中专业图书不少于30%，同时适用本专业的相关书籍不少于500册；设有电子阅览室、电子图书等。

3. 数字化（网络）资源

以优质数字化教学资源建设为载体，以课程为主要表现形式，以素材资源为补充，适应“互联网+职业教育”需求，加强共享性教学资源库的建设与更新，包括：试题库、案例库、课件库、专业教学素材库、教学录像库等，实现数字资源、优秀师资、教育数据等校内、校外资源共享。适应线上线下混合教学，为学生创造自主、泛在、个性化学习和终身学习条件。

（四）教学方法、手段与教学组织形式建议

1. 教学方法与手段

突出以学生为中心，开展情景教学法、案例教学法、现场教学法等，采用理实一体化教学模式，将传统教学手段和现代信息技术手段有机融合。

2. 教学组织形式

构建基于工作过程为导向的工学结合课程体系，按照由简单到复杂的工作任务进行重构工作场景，教师以行动导向实施课程教学，形成以学生为中心、教学做合一、理实一体化的教学组织模式及工学结合的育人机制。

（五）教学评价、考核建议

1. 教学评价及考核的标准和依据

教学评价和考核，应以达到人才培养培养目标、课程标准中的教学目标以及课程评价细则等为标准和依据。

2. 教学评价及考核的内容和方式

本专业采用多元综合评价模式，对学生课业进行全面、科学和客观的评价。

1) 评价主体多元

根据课程不同，教学时段不同，其学生课业评价主体可由学生自评、互评、教师评价、实习单位评价和职业技能鉴定机构认证构成。按课程教学要求的实际情况赋予权重。

2) 评价内容综合

学生课业评价内容综合化，包括：

专业能力——评价学生知识目标的掌握程度和专业技能的熟练程度。

方法能力——评价学生新技术、新工艺、新材料、新设备的学习和运用能力；收集处理信息的能力；发现问题、分析问题和解决问题的能力；制定工作计划的能力；自主学习创新思维能力等。

社会能力——评价学生素质目标（情感、态度和价值观）的实现程度。

3) 评价模式

课业评价以评价主体多元，评价内容综合的“过程性评价+结果性评价”作为基本评价方式。

（六）教学管理

1. 根据电子商务企业人才需求状况和毕业生跟踪调查，掌握专业人才市场的需求动态，调整人才培养方案。

2. 以普通高中毕业生为主体，设计人才培养方案。坚持以学生为中心，深化复合型技术技能人才培训模式和评价模式改革，提高人才培养质量，畅通技术技能人才成长通道，拓展就业创业本领。探索“学历证书+若干职业技能等级证书”的1+X证书制度与电子商务专

业建设、课程建设、教师队伍建设紧密结合，深化教师、教材、教法“三教改革”。

3. 教学计划管理

按照学院教学管理办法进行教学计划管理。教务处管理和指导专业教学计划的编制与实施，统筹同类专业公共课程的教学安排；专业系部根据培养目标编制与修订专业教学计划；课程任课教师负责课程教学计划的编制与实施。

4. 教学运行管理

按照学院教学管理办法实施教学运行管理。教学运行管理围绕两个重点：一是以课堂教学(包括实验、实习、实训教学等)为主的教学过程管理，要充分发挥教师的主导作用和学生的主体作用，贯彻教学相长的原则；二是以教学管理职能部门为主体的教学行政管理，制订教学工作制度及规程，对课堂教学、实验教学、实习(实训)教学、课程设计、毕业设计(论文)等教学环节提出要求，并认真组织实施。

5. 教学质量监控与测评

实施以课堂教学督导和日常系部监管双管齐下的教学质量管理机制。遵循客观公正、实事求是、定性评价与定量评价相结合、随机评价与定期评价相结合的原则，开展院、系领导与督导听课相结合的听课制度，定期通过学生测评进行教师教学质量评估。学院层面施行教师教学工作考核全覆盖。

十一、继续专业学习深造建议

(一) 继续学习的渠道

本专业毕业生可以通过应届毕业生专升本的在校、函授、网络、自学考试等渠道继续学习。

(二) 更高层次教育的专业面向

本专业毕业生更高层次教育的专业面向有互联网金融(本科)、信息安全(本科)等专业。

(三) 更高层次的职业发展

本专业毕业生在从事现阶段普遍的营销方向工作的同时。也要注意最近两年的实体店购物比例正在逐渐回升，每周至少去实体店购物一次的消费者比例经历了从2013年的42%降至38%、36%再到2016、2017年的40%、41%。这意味着发展到现阶段的电子商务面临用户回归线下的危机。在这种背景下，有出了“新零售”的概念，新零售背后是供应链管理、物流设备智能化、网络精准营销、社交引导等一系列互联网化手段在支撑，从机器学习到自然语言处理、云计算等领域都需要大量人才注入。比如，数据分析人才、媒体营销和运营人才、

智能商务应用人才、商务数据分析与应用人才、电子商务平台运维人才、农村电商人才、跨境电商人才都是毕业生未来职业发展的方向。

编制人： 张帆 李宣敏

审核人：江旭耀