

2020级专本协同与人三二分段升本情况统计表

序号	班级	姓名	学号	通过/不通过录取到广州科技学院 (通过率: 36 40=90%)
1	20电子商务(三二分段)1班	蔡茜	201302440101	通过
2	20电子商务(三二分段)1班	岑昊怡	201302440102	通过
3	20电子商务(三二分段)1班	曾庆聪	201302440103	通过
4	20电子商务(三二分段)1班	陈凯航	201302440104	通过
5	20电子商务(三二分段)1班	陈伟江	201302440105	通过
6	20电子商务(三二分段)1班	陈晓明	201302440106	通过
7	20电子商务(三二分段)1班	陈奕缤	201302440107	通过
8	20电子商务(三二分段)1班	陈宇航	20883001244	通过
9	20电子商务(三二分段)1班	陈远翔	201302440109	通过
10	20电子商务(三二分段)1班	陈昭宇	201302440110	通过
11	20电子商务(三二分段)1班	高自然	201302440111	通过
12	20电子商务(三二分段)1班	黄竣浩	201302440112	通过
13	20电子商务(三二分段)1班	黄培森	201302440113	通过
14	20电子商务(三二分段)1班	黄雪儿	201302440115	通过
15	20电子商务(三二分段)1班	刘高智	201302440117	通过
16	20电子商务(三二分段)1班	刘琳	201302440118	通过
17	20电子商务(三二分段)1班	刘思凡	201302440119	通过
18	20电子商务(三二分段)1班	罗铠佳	201302440120	通过
19	20电子商务(三二分段)1班	彭茂森	201302440121	通过
20	20电子商务(三二分段)1班	邵丽珍	201302440123	通过
21	20电子商务(三二分段)1班	孙伟瀚	201302440124	不通过
22	20电子商务(三二分段)1班	王卓	201302440125	通过
23	20电子商务(三二分段)1班	魏颖	201302440126	通过
24	20电子商务(三二分段)1班	温进宝	201302440127	通过
25	20电子商务(三二分段)1班	吴邦民	201302440128	通过
26	20电子商务(三二分段)1班	吴宇濠	201302440129	通过
27	20电子商务(三二分段)1班	谢俊琪	201302440130	通过
28	20电子商务(三二分段)1班	许振霆	201302440131	不通过
29	20电子商务(三二分段)1班	杨炜棋	201302440132	通过
30	20电子商务(三二分段)1班	杨泽浩	201302440133	通过
31	20电子商务(三二分段)1班	张力	201302440134	通过

32	20电子商务(三二分段)1班	张潭辉	201382440135	通过
33	20电子商务(三二分段)1班	赵紫琪	201302440136	通过
34	20电子商务(三二分段)1班	郑锭敏	201302440137	通过
35	20电子商务(三二分段)1班	郑宇航	201302440138	不通过
36	20电子商务(三二分段)1班	郑泽程	201302440139	通过
37	20电子商务(三二分段)1班	钟炜欣	201302440140	通过
38	20电子商务(三二分段)1班	周俊豪	201302440141	通过
39	20电子商务(三二分段)1班	周煜强	201302440142	不通过
40	20电子商务(三二分段)1班	朱世钧	201302440143	通过

2020 年高职院校与本科高校协同育人试点



专业人才培养方案 (2020 级)

项目名称: 三二分段专升本应用型人才培养项目

高职专业: 电子商务 (省级二类品牌专业)

本科专业: 电子商务

广东科技学院

广州华南商贸职业学院

2019.12.25

内容概要

专业名称	电子商务
修业年限	全日制五年
专业培养目标	本专业培养爱国、爱党、守法、有良好道德的合格公民，德、智、体、美、劳全面发展，面向粤港澳大湾区尤其是东莞电子商务领域管理、服务第一线，重应用、重技术，能解决网络营销、电子商务运营管理等具体问题，有较强的电子商务应用能力、电子商务管理能力和创新精神的高素质复合应用型人才。
专业核心能力	电商运营、网店美工装修、网页设计、数据分析、新媒体营销
专业核心课程	网（微）店页面处理、电商新媒体技术、电商经营方法与技能（C店）、电商经营方法与技能（B店）、电商营销手段及技能、电商项目开发基本技能、管理学、电子商务导论、供应链与物流管理、网络营销、PHOTOSHOP 图形图像处理、互联网金融、电子商务数据分析、电子商务安全、电子商务管理、跨境电子商务
主要实践环节	校内实践:军事训练、平面美工及网页设计实训、电商经营综合实训（C店）、电商经营综合实训（B店）、电商专业实践、电子商务沙盘实验、电子商务市场调研实验、移动电子商务实验、创新思维与创业指导实验、毕业实习与毕业设计（论文）、企业实践:生产（专业）实习、高职顶岗实习、高职毕业设计、本科毕业实习、本科毕业设计（论文）、职业能力拓展课程学习、企业调研等
职业资格证书	必考：全国高等学校英语应用能力考试等级（B级）证书、全国计算机等级（一级）证书、电子商务助理工程师 选考：全国计算机等级（二级、三级）、电子商务工程师
课程教学学时	3868 学时（其中：理论教学 1958 学时，实践教学 1910 学时）
毕业总学分	218 学分，其中课程教学 168.5 学分（专科 116.5 学分，本科 52 学分），综合实训 49.5 学分（专科 27.5 学分，本科 22 学分）

三二分段专升本应用型人才培养方案

电子商务（高职）/电子商务（本科）

一、专业名称及代码

- 1.高职专业：电子商务（630801）
- 2.本科专业：电子商务（630801）

二、招生对象与学制

- 1.招生对象：普通高中毕业生
- 2.修业年限：全日制五年

三、培养目标

本专业培养爱国、爱党、守法、有良好道德的合格公民，德、智、体、美、劳全面发展，面向粤港澳大湾区尤其是东莞电子商务领域管理、服务第一线，重应用、重技术，能解决网络营销、电子商务运营管理等具体问题，有较强的电子商务应用能力、电子商务管理能力和创新精神的高素质复合应用型人才。

四、人才培养规格

（一）职业岗位分析

本专业毕业生主要服务于粤港澳大湾区的现代服务业企事业单位。专业的设置应与职业岗位（群）的能力需求相一致。电子商务专业的构建要考虑到相关工作岗位的设置背景，针对一系列职业岗位的技能需求。学生所接受的相关训练应结合企业岗位群的需要，并尽可能多地覆盖行业岗位群的必需技能。随着电子商务市场的不断成熟，电子商务岗位也不断细分。根据中国电子商务研究中心数据，43%的企业急需电商运营人才，18%的企业急需技术性人才（IT、美工），23%的企业急需推广销售人才，5%的企业急需供应链管理人才，11%的企业急需综合性高级人才。主要职业岗位如表1所示。

表1 主要职业岗位

序号	岗位名称	岗位类别		岗位描述	岗位能力要求
		初始岗位	发展岗位		
1	网站运营 (网店运营)	运营助理、运营专员	运营主管、电商主管、网站运营经理、运营	负责电子商务项目管理、互联网产品经理、第三方电子商务平台管理（如管理企业的阿里巴巴店、淘宝店、天猫店、京东店等）、电子商务活动的策划	能够完成整体网站及频道的运营、市场推广、广告与增值产品的经营与销售；能够完成网站运营团队的建设和管理，实现网站的战略目

序号	岗位名称	岗位类别		岗位描述	岗位能力要求
		初始岗位	发展岗位		
			总监、运营总裁	与运作、软文写作能力，内容策划能力，沟通交流能力，数据分析能力等。	标、流量提升与盈利。
2	网站开发/网站编辑	网站开发助理、网站编辑专员	网站开发人员、网站开发工程师、高级网站编辑、网站编辑主编、总编	负责网站 WEB 页面的开发与后台的技术支持；能后读懂常用 JSP 的代码，并且能够编写基本的 JSP 程序；精通 HTML 语言，完全能手写 HTML 代码；负责网站的页面设计、制作与美化；负责网站 flash 动画制作、图片处理。	能够满足运作层对技术层的需要；精通 ASP/PHP/CGI 3 种开发工具的一种，能够独立开发后台；熟悉网站版面的设计与制作。掌握网站程序的优化与设计。具备网站内容管理和新闻采编与发布，同时有较强的网络营销能力。
3	跨境电商	跨境专员	外贸主管、外贸经理	负责维护并回复阿里巴巴、环球资源等电子商务平台的外贸客户询盘；参加广交会、义博会、德国科隆博览会等专业性展会。	熟悉零售前端销售经验，具有电子商务销售、直邮、直销工作经验或零售店面经验；熟悉电子商务操作流程，办公自动化软件操作熟练；较强的客户服务意识和沟通协调能力。
4	网店客服	网店客服专员	客服主管、客服经理、客服总监	主要负责电商网站售前、售中、售后接受信息咨询，反馈，答疑等工作；如淘宝旺旺客服；其他即时通讯软件客服；网页在线客服。	能熟练运用 Word , excel 等办公软件，熟练运用 QQ、旺旺、MSN 等网络交流工具。具备强烈的客户服务意识与工作心态，良好的沟通能力和表达能力，富有敬业精神、服务精神和团队合作精神，从事过客户服务工作及有工作经验者优先。能够适应日夜轮班工作，吃苦耐劳。
5	网络文案与策划	文案专员、策划专员	文案策划主管、文案策划经理	负责公司相关公文和宣传性软文、硬广、新闻稿的创意、撰写及公司网站每日文章更新的编辑工作；节假日促销动的软性新闻炒作，为硬性广告的宣传做好前期铺垫，使软硬性广告相结合，达到促销宣传的最好效果；同时，对市场消费概念的不断变化，以及针对消费人群的需求，参与五一、十一、春节等大型黄金节假日的策划方案的拟订。	文字功底深厚，具有很强的写作能力和语言表达能力，擅长撰写文案或活动企划书，能根据需要撰写各类文章；创意思维强，创意独特，思维敏捷，工作效率高；性格温和，理解能力强，对公司认可，对工作有正确的认知；有网页制作基础，能熟练更新公司网站的信息。

序号	岗位名称	岗位类别		岗位描述	岗位能力要求
		初始岗位	发展岗位		
6	电商综合 管理人员	电商经理 助理	电商部经 理、电商 总监	能解决网络营销、电子商务运 营管理等具体问题	有较强的电子商务应用能 力、电子商务管理能力和创 新精神的高素质复合应用型 人才。

（二）能力目标

包括对通用能力和专业技术技能等的培养规格要求。

其中通用能力一般包括口语和书面表达能力，解决实际问题的能力，终身学习能力，信息技术应用能力，独立思考、逻辑推理、信息加工能力等。专业技术技能包括专业基础能力、专业核心能力等，特别要求加入创新创业能力。

（1）职业通用能力：

①良好的沟通表达能力；②电子商务网站开发建设能力；③产品销售与公共关系处理能力；④电子商务项目网络编程能力；⑤电子商务系统安全管理能力；⑥网络营销项目的策划、实施和管理能力。

（2）职业核心能力：①建设电子商务系统所需要的系统集成和网络安全保障的能力；②运用网络技术开展市场与网络营销、营销策划、营销技术等能力；③运用网络技术开展商务活动以及进行电子商务系统的设计、开发和运营管理能力；④较高的电商经营技能和电商工具的应用能力，以及电商平台创业思维。

（3）职业拓展能力：①运用电子商务系统处理合同交易结算等商务事务的能力；②专业中文文书写作能力和一般性英语业务资料的处理能力。

（三）知识目标

包括对公共基础知识、专业知识和专业相关知识等的培养规格要求。

（1）基础知识：政治理论思想道德、职业道德、工具性基础知识。

（2）专业基础知识：电子商务理论基础、商品摄影技术、网页设计基础、平面设计基础知识。

（3）专业技术知识：网络编辑实务、电商广告策划、电商网络安全技术、搜索优化实务、商务数据分析与应用、网（微）店动画处理、电商工具应用与技术（B店）、跨境电子商务技术实务、网（微）店页面处理、电商新媒体技术、电商经营方法与技能（C店）、电商营销手段及技能、电商项目开发基本技能、电子商务管理、网络营销策划、消费者心理分析、客户管理管理等。

（四）素质目标

按照企业相关岗位的特点，本专业学生的素质结构由思想政治素质、科学文化素质、团队合作素质和身心健康素质等方面构成。主要包含：

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。

（2）具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

（3）具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，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；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

五、职业资格（技能等级）证书要求

（一）高职学段

类别	岗位名称	主要工作任务描述	职业资格/技能证书
核心 工作 岗位	网店装修美工	负责企业网店装修及产品美工处理	设计师
	网店运营	负责电子商务项目管理、互联网产品经理、第三方电子商务平台管理、电子商务活动的策划与运作、软文写作能力，内容策划能力，沟通交流能力，数据分析能力等。	运营专才
发展 进阶 岗位	网站编辑	负责运作层对技术层的需要；精通 ASP/PHP 开发工具的一种，能够独立开发后台；熟悉网站版面的设计与制作。掌握网站程序的优化与设计。具备网站内容管理和新闻采编与发布，同时有较强的网络营销能力。	编辑师
	数据分析	负责完成整体网站及频道的运营、市场推广、广告与增值产品的经营与销售；能够完成网站运营团队的建设和管理，实现网站的战略目标、流量提升与盈利	运营分析师

(二) 本科学段

类别	岗位名称	主要工作任务描述	职业资格/技能证书
核心工作岗位	网络营销策划	文字功底深厚，具有很强的写作能力和语言表达能力，擅长撰写文案或活动企划书，能根据需要撰写各类文章;创意思维强，创意独特，思维敏捷，能熟练更新公司网站的信息。	网络营销工程师
发展进阶岗位	电子商务管理	能解决网络营销、电子商务运营管理等具体问题 有较强的电子商务应用能力、电子商务管理能力和创新精神的高素质复合应用型人才。	电子商务工程师

六、转段考核及毕业

(一) 转段考核

学生第五学期末报名，第六学期初进行转段考核，考核合格者进入本科学段学习。转段考核为公共课程统一考试科目考核（2门）、基本素质考核、专业能力考核三个部分。其中，公共课程统一考试科目为《英语》和《管理学》，统一考试科目，全省统一命题、统一评卷，单独划线。基本素质考核由高职院校和本科高校共同制定，高职院校具体实施，内容包括学生思想品德情况、学习情况、参加社会实践情况等，考核结果为不合格、合格两个等级。专业能力考核包括专业理论、专业技能，考核方案由高职院校和本科高校共同制定，考核方案包括考核科目、内容、实践、标准、方式、程序、公示办法等，专业能力考核工作由本科高校具体实施，考核方案报省教育厅备案并公示后实施，考核结果采取综合评价的方式按不合格、合格、良好和优秀四个等级，结果报省招生办公室。

通过转段考核的学生按照五年一体化人才培养方案继续完成高职及本科学段的学习；未被录取的学生按教学计划完成高职第六学期的学习，参加顶岗实习，达到高职院校毕业标准准予毕业。具体考核评价方式见表2。

表2 三二分段转段考核标准

考核项目	(一) 公共课程统一考试		(二) 基本素质考核	(三) 专业能力考核
	科目	科目1: 英语	科目2: 管理学	综合评价：包括学生思想品德情况、学习情况、参加社会实践情况等
评定标准	全省统一命题、统一评卷，单独划线。		考核结果为不合格、合格两个等级。	考核结果为不合格、合格、良好和优秀四个等级
考核方式	全省统考		广州华南商贸职业学院组织，广东科技学院监督实施。	广东科技学院组织，广州华南商贸职业学院实施。

（二）高职毕业要求

1. 学分要求

学生必须取得的最低学分为 143 学分，其中公共及专业必修课 36 学分，专业必修课 85 学分，专业选修课 8 学分，公共选修及专题系列讲座 14.5 学分。

2. 证书要求

（1）基本素质教育证书

序号	证书名称	等级
1	全国高等学校计算机水平考试	一级（或以上）
2	高等学校英语应用能力考试	B 级（或以上）

（2）职业资格（技能）证书

必须至少取得以下技能证书之一。

序号	证书名称	等级	发证单位
1	电子商务助理工程师	三级	全国信息化专业技能认证
2	跨境电子商务助理工程师	三级	全国信息化专业技能认证
3	阿里巴巴运营专才		阿里巴巴学院

（三）本科毕业要求

要求学生必须取得的最低学分为 74 学分，其中公共必修课 6 学分，专业必修课 40 学分，选修课 6 学分，实践性教学环节 22 学分。经考核合格，达到广东科技学院毕业标准，由广东科技学院颁发普通本科毕业生和学位证。

七、教学进程

本专业试点班教学进程由通识教育平台课程、学科及专业平台课程和专业课程三部分组成（详见附表二）。

1. 主干学科：电子商务

2. 主要课程：网（微）店页面处理、电商新媒体技术、电商经营方法与技能（C 店）、电商经营方法与技能（B 店）、电商营销手段及技能、电商项目开发基本技能、管理学、电子商务导论、供应链与物流管理、网络营销、PHOTOSHOP 图形图像处理、互联网金融、电子商务数据分析、电子商务安全、电子商务管理、跨境电子商务、平面美工及网页设计实训、电商经营综合实训（C 店）、电商经营综合实训（B 店）、电商专业实践、电子商务沙盘实验、电子商务市场调研实验、移动电子商务实验、创新思维与创业指导实验、毕业实习与毕业设计（论文）、企业实践·生产（专业）实习、高职顶岗实习、高职毕业设计、本科毕业实习、本科毕业设计（论文）、职业能力拓展课程学习、企业调研等。

3.核心课程：管理学、电商经营方法与技能、电商营销手段及技能、电商项目开发基本技能、电商新媒体技术、网（微）店页面处理、电子商务管理、互联网金融、供应链与物流管理、网络营销策划等。

八、教学时间分配表

（一）教学实施周历表见附表一

（二）专科教学进程计划表见附表二

（三）本科教学进程计划表见附表三

附表一：

表 4 专业学年学期教学活动安排表

年级：2020 级

起讫时间：2020 年 9 月-2025 年 7 月

学 期		周 次																					
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
高职 学段	第一学期 18 周	=	=	☆	☆	△	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	※	※	=	=
	第二学期 20 周	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	※	※	=	=
	第三学期 20 周	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	※	※	=	=
	第四学期 20 周	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	※	※	=	=
	第五学期 20 周	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	※	※	=	=	=	=
	第六学期 20 周	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	高职学段毕业离校					
本科 学段	第七学期 20 周	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	※	※	=	=
	第八学期 20 周	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	※	※	=	=
	第九学期 20 周	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	※	※	=	=
	第十学期 16 周	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	本科学段毕业离校						

注：=放假时间，☆军训，△入学教育，—课堂教学，※考试，■顶岗实习与毕业设计（含答辩）。

附表二

表 5 专科教学进程计划表

类别	序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	总学时	教学方式		各学期学时分配						考核方式
							理论学时	实训学时	一	二	三	四	五	六	
									15+3W	18W	17+1W	17+1W	17+1W	18W	
公共基础课程	1	GB00001	军事理论	A	2	36	36			9/T	9/T	9/T	9/T		考查
	2	GB00002	思想道德修养与法律基础	B	3	52	34	18	4/13W						考试
	3	GB00003	马克思主义中国化进程与青年学生使命担当	B	1	20	10	10	2/10W						考查
	4	GB00004	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	4	64	46	18		4/16W					考试
	5	GB00005	形势与政策	A	1	18	16	2	4/T	4/T	4/T	4/T	2/T		考查
	6	GB00006	体育一	B	1.5	24	4	20	2/12W						考查
	7	GB00007	体育二	B	1.5	30	4	26		2/15W					考查
	8	GB00008	体育三	B	1.5	28	4	24			2/14W				考查
	9	GB00009	体育四	B	1.5	26	4	22				2/13W			考查
	10	GB00010	大学生心理健康教育	B	2	36	12	24	2/6W	8/T	8/T	8/T			考查
	11	GB30011	高职英语一	B	3	52	32	20	4/13W						考查
	12	GB30012	高职英语二	B	3	52	32	20		4/13W					考查
	13	GB00013	中华优秀传统文化	B	2	36	20	16	3/12W						考查
	14	GB40014	现代信息技术应用	B	3	52	26	26	4/13W						考查
	15	GB00015	劳动教育	A	1	16	16		2/2W	2/2W	2/2W	2/2W			考查
	16	GB00016	军事技能	C	2	112		112	37/3W						考查
	17	GB00017	职业生涯规划	B	1	16	10	6	8/T	8/T					考查
	18	GB00018	创新创业通识课程(必修)	B	1	16	10	6			8/T	8/T			考查
	19	GB00019	就业指导	B	1	16	10	6					8/T	8/T	考查
小计					36	702	326	376	376	179	61	59	19	8	
美育必修课程	采用线上线下相结合的方式开设美育课程、实践活动、校园文化、艺术展演等多种形式，贯穿整个培养周期，学生必须修至少一门美育课程、参加至少两项实践活动，获得2学分的美育学分。													考查	
小计					2	64	32	32	0	16	16	16	16	0	
公共选修课程	公共选修课采用线下选修课和网络选修课相结合的方式开设，由教务处统一组织，每学期发布线下选修课课程清单，根据学生选课情况开课；每学期发布网络选修课课程清单，学生在网络课程平台上自主完成学习。第2-5学期开设，网络选修课安排适量的线下辅导，学分总数不低于8学分、128学时。													考查	
小计					8	128	128	0	0	32	32	32	32	0	
专业基础课程	20	ZJ14001	电子商务实务	B	3	52	26	26	4/13W						考试
	21	ZJ14002	市场营销实务	B	2	36	18	18	3/12W						考试
	22	ZJ14003	商品摄影技术	B	3	52	26	26	4/13W						考查
	23	ZJ14004	平面美工技术实务	B	4	64	32	32		4/16W					考试
	24	ZJ14005	电商广告策划	B	2	32	16	16			2/16W				考查

类别	序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	总学时	教学方式		各学期学时分配						考核方式	
							理论学时	实训学时	一	二	三	四	五	六		
									15+3W	18W	17+1W	17+1W	17+1W	18W		
	25	ZJ14006	电商网络安全技术	B	2	32	16	16			2/16W					考查
	26	ZJ14007	搜索优化实务	B	2	34	16	18				2/17W				考查
	27	ZJ14008	移动商务实务	B	2	32	16	16				2/16W				考查
	28	ZJ14009	商务数据分析与应用	B	2	34	16	18					2/17W			考查
	29	ZJ14010	跨境电子商务实务	B	4	68	34	34					4/17W			考查
	30	ZJ14011	电商案例分析与展望	A	2	34	34	0					2/17W			考查
专业核心课程	31	ZH14012	管理学	B	8	128	96	32			4/16W	4/16W				考试
	32	ZH14013	网(微)店页面处理	B	4	72	36	36		4/18W						考试
	33	ZH14014	电商新媒体技术	B	6	102	50	52			6/17W					考试
	34	ZH14015	电商经营方法与技能(C店)+(B店)	B	8	136	68	68			4/17W	4/17W				考试
	35	ZH14016	电商营销手段及技能	B	4	68	34	34				4/17W				考试
	36	ZH14017	电商项目开发基本技能	B	6	102	50	52					6/17W			考试
专业综合课程	37	ZC14018	电商经营综合实训(C店)+(B店)	C	2	32	0	32			1W	1W				考查
	38	ZC14019	电商专业实践	C	1	16	0	16					1W			考查
	39	ZC00000	顶岗实习	C	18	450	0	450							18W	考查
小计					85	1576	584	992	140	136	314	282	254	450		
专业选修课程	40	ZX14001	数据化营销(二选一)	B	2	32	16	16				2/16W				考查
		ZX14002	流程及数据管理(二选一)	B	2	32	16	16				2/16W				考查
	41	ZX14003	网店客服(二选一)	A	2	34	34	0					2/17W			考查
		ZX14004	销售风险管理(二选一)	A	2	34	34	0					2/17W			考查
	42	ZX14005	商务礼仪及沟通(二选一)	A	2	34	34	0					2/17W			考查
		ZX14006	商务谈判技能(二选一)	A	2	34	34	0					2/17W			考查
	42	ZX14007	物流学概述(二选一)	A	2	34	34	0					2/17W			考查
		ZX14008	物流仓储与配送管理(二选一)	A	2	34	34	0					2/17W			考查
小计					8	134	118	16	0	0	0	32	102	0		
综合素质教育	学生综合素质教育活动采用项目化实施,最低4.5学分达标,由学生处进行的详细设计活动方案与配套的考核细则,组织学生工作团队具体实施。														考查	
小计					4.5	80	0	80	0	20	20	20	20	0		
合计					143.5	2684	1188	1496	516	383	443	441	443	458		

附表三：

表6 本科2020级电子商务专业教学进程计划表

分类	序号	分组	课程名称	学分	课内总学时	量纲	课内学时分配		周学时学期分布				考核方式	备注
							理论	实践	7	8	9	10		
									18	18	18	16		
公共必修	1		马克思主义基本原理概论	3	48	学时	48	0	3				考试	
	2		中国近现代史纲要	3	48	学时	48	0		3			考试	
公共必修课小计				6	96		96	0	3	3	0	0		
公共选修	3		人文/自然社科系列课程	6	96	学时			2	2	2		考查	
公共选修课（至少选6学分）小计				6	96		96	0	2	2	2			
专业必修课	4		互联网金融	3	48	学时	48	0	3				考试	
	5		电子商务专业英语	2	32	学时	32	0	2				考查	
	6		市场调查与预测	2	32	学时	32	0	2				考查	
	7		供应链与物流管理	3	48	学时	48	0	3				考试	
	8		网络营销策划	3	48	学时	36	12	3				考查	
	9		电子商务管理	3	48	学时	40	8		3			考试	
	10		国际贸易实务	2	32	学时	32	0		2			考查	
	11		客户关系管理	2	32	学时	32	0		2			考查	
	12		消费心理学	3	48	学时	40	8		3			考查	
	13		新媒体营销	3	48	学时	36	12		3			考查	
	14		会计	2	32	学时	32	0		2			考查	
	15		电子商务法律与法规	2	32	学时	32	0			2		考查	
	16		数据库应用技术	2	32	学时	32	0			2		考查	
	17		管理信息系统	2	32	学时	32	0			2		考查	
	18		网络营销案例分析	3	48	学时	36	12			3		考查	
	19		农村电子商务	3	48	学时	48	0			3		考查	
	20		毕业实习与毕业论文（设计）	16	256	学时	0	256					☆	

分类	序号	分组	课程名称	学分	课内总学时	量纲	课内学时分配		周学时学期分布				考核方式	备注
							理论	实践	7	8	9	10		
									18	18	18	16		
专业必修课小计				56	896		588	308	13	15	12	0		
专项实践	21		电子商务沙盘实验	1	1	周	0	16	1					
	22		电子商务市场调研实验	1	1	周	0	16	1					
	23		移动电子商务实验	2	2	周	0	32		2				
	24		创新思维与创业指导实验	2	2	周	0	32			2			
专项实践小计				6	96		0	96						
总计				74	1184		780	404	18	20	14			

2021级 电子商务(三二分段专升本) 专业人才培养方案

1. 【专业名称及代码】

专业名称：电子商务

专业代码：530701

2. 【招生对象】

普通高中毕业生、中等职业学校毕业生或同等学力者

3. 【学制】

三年

4. 【职业面向】

表1 职业面向分析表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书 或技能等级证书举例
电子商务(5307)	电子商务 (530701)	软件开发(6510)	2-99 (GBM2-9) 其他专业技术人员	软件开发	网页设计二级(全国计算机等级考试)
		信息技术咨询服务(6530)	4-99 (GBM 4-9) 其他商业、服务人员	互联网与信息服务	网络营销工程师(信息部的助理师级)
		数据处理和存储服务(6540)	2-99 (GBM2-9) 其他专业技术人员	数据分析	数据分析师、电子商务运营专才(阿里巴巴认证)
		呼叫中心(6592)	4-01 (GBM 4-1) 购销人员	网络客服	网络营销工程师(信息部的助理师级)、1+X证书

表2 岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别	
		初始岗位	发展岗位
1	网站运营(网店运营)	运营助理、运营专员	运营主管、电商主管、网站运营经理、运营总监、运营总裁
2	网站开发/网站编辑	网站开发助理、网站编辑专员	网站开发人员、网站开发工程师、高级网站编辑、网站编辑主编、总编
3	网店客服	网店客服专员	客服主管、客服经理、客服总监
4	网站文案与策划	文案专员、策划专员	文案策划主管、文案策划经理

表3 工作任务和职业能力分析表

岗位领域	工作任务	职业能力、知识	对应课程
运营助理、运营专员、运营主管、电商主管、网站运营经理、运营总监、运营总裁	店铺装修	在线信息处理策划与文案编辑能力 具备文字处理软件设计能力 具备图片处理软件操作能力 网页设计能力	1. 商品摄影技术 2. 平面美工技术实务 3. 网络编辑实务 4. 网（微）店页面处理
	数据分析	在线信息投放效果预测能力 在线信息投放效果评估能力	1. 商务数据分析与应用
	活动促销	熟练掌握传统营销技能和网络营销技能； 熟练操作常用的网络营销方法 发货、运输、仓储等相关知识	1. 电商新媒体技术
	网店运营	在线店铺管理能力 熟练掌握各大网络平台和广告类型 常用的客服工具的使用 处理突发事件能力	1. 电商经营方法与技能（C店）+（B店） 2. 跨境电子商务实务
推广专员、网络营销专员、网络营销主管、网络营销经理、网络营销总监	营销	熟悉网络销售流程 沟通的能力 消费者心理分析 社区营销、博客营销、病毒式营销、邮件营销、微博营销	1. 市场营销实务 2. 电商营销手段及技能 3. 电商平台直播
	推广	文案编辑能力 拥有一定的广告设计能力 具备一定广告创意	1. 搜索优化实务
文案专员、策划专员、文案策划主管、文案策划经理、网店客服专员、客服主管、客服经理、客服总监	策划	熟练掌握各大网络平台和广告类型；拥有一定的广告设计能力；具备一定广告创意	1. 电商广告策划
	客服	客服工作必备的沟通技巧和心态；熟悉各种营销型网站的操作流程；常用的客服工具的使用；如何提高处理突发事件能力；	1. 网店客服 2. 商务礼仪及沟通 3. 商务谈判技能

5. 【培养目标与规格】

培养目标：培养有觉悟、讲责任，德技兼修，德智体美劳全面发展，适应区域经济社会发展和产业发展需要，符合粤港澳大湾区下的中小企业人才需求，面向外贸、通信、信息服务、商业、金融等领域具备运用网络技术开展，商务活动以及进行电子商务网店的设计、策划、开发和运营管理的能力，在市场分析、业务技术规范上具有较扎实的理论知识以适应经济社会发展需要的高素质技术技能人才。

培养规格：由素质、知识、能力三个方面的要求组成。

（1）素质结构

a. 具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义

共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有生态文明意识、社会责任感和参与意识。

b. 具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

c. 具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，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；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

(2) 知识结构

包括对公共基础知识、专业知识和专业相关知识等的培养规格要求。

a. 基础知识：政治理论思想道德、职业道德、工具性基础知识。

b. 专业基础知识：电子商务理论基础、商品摄影技术、管理学基础知识。

c. 专业技术知识：网页设计基础、电商广告策划、平面设计基础、网（微）店页面处理、电商新媒体技术、电商经营方法与技能（C店）+（B店）、电商营销手段及技能、平面美工技术实务、搜索优化实务、商务数据分析与应用、跨境电子商务实务等。

(3) 能力结构

包括对通用能力和专业技术技能等的培养规格要求。

其中通用能力一般包括口语和书面表达能力，解决实际问题的能力，终身学习能力，信息技术应用能力，独立思考、逻辑推理、信息加工能力等。专业技术技能包括专业基础能力、专业核心能力等，特别要求加入创新创业能力。

a. 职业通用能力：

①良好的沟通表达能力；②电子商务网站开发建设能力；③产品销售与公共关系处理能力；④电子商务项目网络编程能力；⑤电子商务系统安全管理能力；⑥网络营销项目的策划、实施和管理能力。

b. 职业核心能力：①建设电子商务系统所需要的系统集成和网络安全保障的能力；②运用网络技术开展市场与网络营销、营销策划、营销技术等能力；③运用网络技术开展商务活动以及进行电子商务系统的设计、开发和运营管理能力；④较高的电商经营技能和电商工具的应用能力，以及电商平台创业思维。

c. 职业拓展能力：①运用电子商务系统处理合同交易结算等商务事务的能力；②专业中文文书写作能力和一般性英语业务资料的处理能力。

6. 【毕业学分】

至少需修满 148.5 学分方可毕业。其中：公共必修课 40 学分（含军事技能和创新创业与就业类课程）、公共选修课 4 学分、专业必修课 63 学分（岗位实习和毕业实习报告学分另计：20 学分）、专业选修课 8 学分等四类课程的学分见教学计划进程表；第二课堂活动不少于 7.5 学分（其

中德育类学分至少 1.5 学分、学术科技类至少 0.5 学分、创新创业与就业类至少 1 学分、“跑步声”“读书声”各至少 1 学分），文明素质养成 6 学分。

7. 【课程设置与要求】

7.1 通识教育课程平台

教育教学管理部门有明确规定通识教育课程开设学时要求的，严格执行相应的学时标准。教育管理部门未明确具体规定的，根据人才培养的目标、规格进行选取和安排，要保证开出一定数量的素质教育类课程以满足学生全面发展的需要。通识教育课程开设学期由教学科研部会同博雅教育学院、云智信息技术学院、新商务外语学院商定。

7.2 专业基础与专业课程平台

7.2.1 专业基础必修课模块

7.2.1-1 电子商务实务

教学内容要点：实践项目 C2C 电子商务交易管理；实践项目 B2C 电子商务商城管理；实践项目 B2B 电子商务平台贸易管理

教学要求：本课程设计通过借助电子商务教学实验模拟软件，一方面能够使学生学习掌握电子商务全过程的系统知识，另一方面能够培养学生多方面的技能，增强学生的动手操作能力。可以使学生系统地回顾、整理和巩固所学的书本知识，全面深入地理解教学内容，为今后从事实际工作打下基础。

7.2.1-2 商品摄影技术

教学内容要点：项目：光圈,快门的应用 项目：吸光类商品摄影 项目：反光类商品摄影 项目：透光类商品摄影 项目：商品主图视频拍摄

教学要求：本课程的目标是课程设计的任务是让学生掌握网络店铺商品定位的一般原理，商品拍摄布景的基本流程；掌握各类商品拍摄要点、网络商品拍摄光线处理、商品拍摄布景策划方法，不同种类商品图片美化方法，并通过实验经营网络店铺。

7.2.1-3 市场营销实务

教学内容要点：市场营销环境分析能力培养工作项目；消费者行为分析能力培养工作项目；市场细分、目标市场与市场定位能力工作项目；产品策略运用能力培养工作项目；定价策略运用能力培养工作项目；渠道策略运用能力培养工作项目；促销策略运用能力培养工作项目

教学要求：本课程力图描绘市场营销的核心理念与专业核心技能，并进行适当的营销技能、态度的训练，尤其是对管理人员的营销思维模式的形成起主要支撑作用。本课程对学生从事营销相关职业的能力培养和营销职业素质的养成起主要支撑或明显促进作用。在专业课程体系中发挥着重要的承前启后的作用。

7.2.1-4 管理学

教学内容：管理与管理学；管理理论的形成与发展；管理道德与企业社会责任；全球化与管理；信息与信息化管理等。

教学要求：通过讲解，让学生理解和掌握管理学的基本概念、基本原理和基本方法，能运用管理学知识进行案例分析，具备分析问题和解决问题的能力。

7.2.2 专业必修核心课模块

7.2.2-1 网（微）店页面处理

教学内容要点：文本与图像；图文混排与超链接；CSS 样式表；使用数据表格；使用框架布局页面；DIV 标签的插入与编辑；使用 DIV+CSS 布局给定页面；使用 AP 元素；使用 FLASH 文件和音频文件；使用视频文件和其他类型的多媒体文件；网页中表单的实验；使用 spry Widget 特效和行为

教学要求：本课程是一门专业基础课，要求学生掌握 HTML、css 和 DW 制作网页的知识和技术，同时为后续课程的学习奠定基础。通过本课程的学习，使学生了解网站开发的流程，掌握 HTML 和 CSS 技术实现网页的构建和美化，并用 DW 工具实现网页的制作。

7.2.2-2 电商新媒体技术

教学内容要点：淘宝美工；房产广告；舞台视频背景制作；婚庆电子照制作；PR 画中画制作；Adobe 创意广告视频制作

教学要求：电子商务专业的核心课之一，它是对相关课程的融会贯通，以达到综合性地运用的目的，实现影视制作的剪辑处理，影视合成等基本技巧的课程。通过本课程的学习，对影视非线性编辑、视频的剪接、婚礼 MV 等制作的原理、技巧、程序与具体运作应有全面而深刻的了解，是基于数字平台融合视听语言、画面编辑及影视多媒体设计的课程。

7.2.2-3 电商经营方法与技能（C 店）+（B 店）

教学内容要点：网店注册；定位店铺；发布商品；装饰店铺；后台管理；客服管理；线下管理；免费推广；活动推广；淘宝客推广；直通车推广；钻石展位推广；京东注册店铺与运营；网店装修和店铺管理；京东网店运营与商品发布；京东网店推广和运营；订单管理和仓储管理、配送；京东促销推广战略；京东网店客户服务。

教学要求：通过本课程的开展，旨在让学生全面具备 C2C、B2C 网店运营的基本理论知识、网店操作流程，满足那些已经或正在进行网上开店，但对相关理论、具体操作流程及方法还不太了解的读者而编写的。本次培训对淘宝运营和推广进行了深入讲解，并分享资深店主的成功经验，希望学完本课程之后能完全掌握网店的开设、运营管理、推广等，进而将网店做大做强。

7.2.2-4 电商直播技术

教学内容要点：微信营销；微博营销；社群营销；新媒体文案写作；新媒体常用工具；主流新媒体平台写作；直播运营

教学要求：本课程主要用来培养面向企业和政府机构新媒体营销、运营、编辑等岗位的人才，培养具有丰富的视野和扎实的知识基础，掌握新媒体领域的前沿技术和运营，具有较强的实践能力和创新精神，具备较强的新媒体策划、运营及文案写作能力，具备主流新媒体平台推广和运营技巧的新媒体人员。

7.2.2-5 电商营销手段及技能

教学内容要点：网络市场调查设计；网站搜索引擎优化；软文撰写；微信营销技巧；博客营销技巧；视频营销技巧；弹出广告设计；H5 会议邀请函制作

教学要求：通过本课程教学使学生掌握网络营销与传统营销的关系，现状、发展、存在的问

题以及网络营销学的理论体系，网络营销赖以生存的内外环境，网络消费者的购买动机、购买程序和实际购买操作，正确理解网络消费行为，网络市场细分、网络目标市场、市场定位的基础、前提和方法，掌握与运用网络促销方法，制定促销组合，掌握网络广告的相关知识等。

7.2.3 专业选修课模块

7.2.3-1 网店客服

教学内容要点：如何成为优秀客服；掌握网络客户服务准备工作；掌握常用服务沟通工具；掌握服务沟通技巧；掌握服务相关工作技巧；熟悉网络客户需求；熟悉网络客户类型；熟悉买家购物心理；应对客户讨价还价；排除网络客户疑问

教学要求：在传授知识、形成技能，提高素质中承担的任务：培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。

7.2.3-2 短视频营销实务

教学内容要点：短视频营销主要借助短视频，通过选择目标受众人群，并向他们传播有价值的内容，这样吸引用户了解企业品牌产品和服务，最终形成交易。做短视频营销，最重要的就是找到目标受众人群和创造有价值的内容。

教学要求：本课程主要用来培养面向企业和政府机构短视频营销岗位的人才，培养具有丰富的视野和扎实的知识基础，掌握短视频营销领域的前沿技术和运营，具有较强的实践能力和创新精神，具备短视频营销平台推广和运营技巧的短视频营销从业人员。

7.2.3-3 商务礼仪及沟通

教学内容要点：商务人员形象塑造；商务交往礼仪规范；商务人员职场礼仪法则；求职礼仪技巧运用；商务宴请礼仪；中外民俗礼仪

教学要求：通过本课程的学习，让学生理解和掌握商务活动中礼仪的基本原则和规范，并能正确运用所学的礼仪知识，使学生掌握一定程度的商务礼仪的基本理论知识，进一步提高学生在生活中的礼仪的素养，使学生具备良好的意志品质和道德。分析实际商务活动中的社交问题，并能提出解决的办法，目的是提升学生的外在素质和修养，以适应工作岗位的需求。

7.2.3-4 商务谈判技能

教学内容要点：准备谈判；实施谈判；谈判队伍培训；谈判策划；谈判进程掌控；买卖谈判；合作谈判；索赔谈判

教学要求：通过本课程的学习，使学生系统了解和认知商务谈判与推销活动的基本特征和规律，掌握商务谈判与推销活动的基本理论、方法和策略，培养和提升学生从事谈判与推销工作的素质、能力和技巧。

7.2.3-5 物流学概述

教学内容要点：运输、配送、储藏、保管、流通加工、加工作业、分配、促销加工、包装、信息处理。

教学要求：通过本课程的学习，学生应深刻认识物流在国民经济中的作用，了解物流业的发展历程及物流概念的产生过程，知晓物流的分类和功能要素，熟悉物流系统的构成，掌握物流组织的基本方法，并在此基础上了解国内外物流业发展的现状，认识深圳物流业发展的特色。

7.2.3-6 物流仓储与配送管理

教学内容要点：运输管理、仓储管理、配送管理、采购、营销、物流信息管理、国际货运代理、客户关系管理。

教学要求：介绍了最新物流仓储与配送管理理念与技术，吸收了国内外最新物流实践经验和理论研究成果，有简洁、实用和操作性强等特点。本书选用近几年国内外物流管理领域中的先进技术和成果，反映最新技术应用状态，模拟生产实际操作流程，可以很好的缩短学校教育与企业要求的距离，更好地满足企业用人的需要。

7.2.3-7 电商装修及美工实战

教学内容要点：通过真实项目对装修的文字处理；路径和画笔的基本操作；图层的运用；通道和滤镜的应用；店招与导航的设计；首焦轮播区的设计；商品详情页的设计；移动端店铺装修美工设计；首页设计

教学要求：本课程通过一系列企业真实项目技能的训练，使学生学习并掌握一些造型规律进而充分理解和理解素描在造型艺术表现中的重要性，同时，结合设计艺术的具体要求，对结构，透视，表现形式有一定的侧重。

7.2.3-8 电子商务数据实战

教学内容要点：搜索引擎的高效利用；数据采集和预处理数据；数据展现、报告撰写；数据分析思路及流程、互评；宝贝成交转化率分析；DSR 动态评分分析；淘宝店铺的利润分析

教学要求：本课程的目的让学生在实战中理解商务数据分析的意义、作用、基本流程、常用方法等理论基础上，掌握行业数据分析、客户数据分析、商品数据分析以及运营数据分析等典型分析任务的分析内容、分析方法与分析步骤。

7.3 专项实践课程平台

7.3.1 专业技能课模块

7.3.1-1 专业认知（电子商务实务）

电子商务专业认知是学生基础课阶段的观摩环节，是职业教学计划中非常重要的实践性教学环节。其目的是使学生通过实践了解和掌握电子商务专业毕业后一般从事的职业类型、相关职业类型对从业人员知识、能力和素养等各方面的要求，要求学生理论联系实际，提高在生产实践中进行调查研究以观察问题、分析问题以及解决问题，初步具备一定的社会工作能力和方法，为后续专业课学习、专业见习、岗位实习、专业实习及毕业设计打下基础。

7.3.1-2 岗位认知（电商经营方法与技能（C店）+（B店））

对岗位认知，要认知岗位的意义、岗位职责、同时对职业素质要求，比如技能要求、知识要求、角色定位要求、价值观要求、品质要求、冬季要求等，以及要认知岗位价值与定位，岗位待遇，工作注意事项，工作的发展前途等。另外对自我也要学会认知，了解自己适合岗位的特质、自己还欠缺的职业素质。

7.3.1-3 在岗学习（电商经营综合实训（C店）+（B店））

在岗学习又称为在岗培训，是指在工作现场内，上司和技能娴熟的老员工对下属、普通员工和新员工们在日常的工作中，对必要的知识、技能、工作方法等进行指导、培训的一种学习方法。

它的特点是不离开工作环境，在具体工作中双方一边示范讲解、一边实践学习，有了不明之处可以当场询问、补充和纠正。

7.3.1-4 电商综合技能辅导

电商综合技能辅导该课程主要针对三二分段的学生有针对性的进行专业综合能力的培养，主要训练学生通过对专业转段考课程的掌握程度，提高学生专业考核成绩，巩固和加深理解所学的理论，开阔眼界，提高能力，为培养高素质人才打下必要的基础。

7.3.1-5 平面美工技术实务

教学内容要点：文字处理；路径和画笔的基本操作；图层的运用；通道和滤镜的应用；店招与导航的设计；首焦轮播区的设计；商品详情页的设计；移动端店铺装修美工设计；首页设计

教学要求：本课程通过一系列基本造型技能的训练，使学生学习并掌握一些造型规律进而充分认识和理解素描在造型艺术表现中的重要性，同时，结合设计艺术的具体要求，对结构，透视，表现形式有一定的侧重。

7.3.1-6 搜索优化实务

教学内容要点：关键词优化；网站优化；链接优化；优化工具的使用；用户体验

教学要求：本课程主要是培养学生通过技术的手段使得让目标网站在搜索引擎相对应的关键词搜索有个较好的排名，搜索引擎优化分为站内优化和站外优化，站内优化是基础，站外优化是关键。通过实践训练使学生掌握开展 SEO 的基本原理、优化思路和技术手段，团队的分组任务驱动教学方式更容易让学生理解和应用。

7.3.1-7 商务数据分析与应用

教学内容要点：搜索引擎的高效利用；数据采集和预处理数据；数据展现、报告撰写；数据分析思路及流程、互评；宝贝成交转化率分析；DSR 动态评分分析；淘宝店铺的利润分析

教学要求：本课程的目的让学生在理解商务数据分析的意义、作用、基本流程、常用方法等理论基础上，掌握行业数据分析、客户数据分析、商品数据分析以及运营数据分析等典型分析任务的分析内容、分析方法与分析步骤。通过构建商务数据分析的整体知识框架、熟悉常用分析模型与分析工具，为进一步学习数据化运营、网络销售运营综合实战、跨境电商综合实战等实战类课程奠定基础。

7.3.1-8 跨境电子商务实务

教学内容要点：跨境电商平台规则；跨境电商选品；跨境平台市场营销；视觉设计；数据分析；客户服务；跨境物流介绍；收款与支付

教学要求：本课程的目的是本专业的学生在学习了跨境电商基础和国际贸易实务等基本知识的基础上，着重掌握运营第三方电子商务平台，来开发各类国际客户，提高业务实战的能力。通过本课程学习，学生应达到根据设定的目标或载体进行跨境电子实务操作的基本要求。

7.3.1-9 电商经营综合实训（C店）+（B店）

教学内容要点：网店注册；定位店铺；发布商品；装饰店铺；后台管理；客服管理；线下管理；免费推广；活动推广；淘宝客推广；直通车推广；钻石展位推广；京东注册店铺与运营；网店装修和店铺管理；京东网店运营与商品发布；京东网店推广和运营；订单管理和仓储管理、配

送；京东促销推广战略等相关实训内容

教学要求：通过本课程的开展，旨在让学生全面具备 C2C、B2C 网店运营的网店操作实训流程，满足那些已经或正在进行网上开店，希望学完本实训之后能完全掌握网店的开设、运营管理、推广等，进而将网店做大做强。

7.3.1-10 电商广告策划

教学内容要点：广告调查、广告定位、广告创意、广告表现等技能贯穿其中，要求学生完成整个流程，提交广告策划方案。

教学要求：以经典案例导入，在课堂教学中，重要的知识点都配以案例分析，有助于学生的理解；为了启发学生的创新创意思维，课内安排一些经典的广告定位或创意的演示和分析；对于目前商业社会中一些正面的或负面的广告现象，组织学生开展讨论，鼓励独立思考和团队协作，培养学生正确看待现实商业问题。

7.3.1-11 电商运营及分析实战

教学内容要点：通过真实项目对网店注册；定位店铺；发布商品；装饰店铺；后台管理；客服管理；线下管理；免费推广；活动推广；淘宝客推广；直通车推广；钻石展位推广；京东注册店铺与运营；网店装修和店铺管理；京东网店运营与商品发布；京东网店推广和运营；订单管理和仓储管理、配送；京东促销推广战略等相关实训内容

教学要求：通过本课程的开展，旨在让学生全面具备 C2C、B2C 网店运营的实战网店操作实训流程，满足那些已经或正在进行网上开店，希望学完本实训之后能完全掌握网店的开设、运营管理、推广等，进而将网店做大做强。

7.3.1-12 电商网店客服实战

教学内容要点：通过真实项目对如何成为优秀客服；掌握网络客户服务准备工作；掌握常用服务沟通工具；掌握服务沟通技巧；掌握服务相关工作技巧；熟悉网络客户需求；熟悉网络客户类型；熟悉买家购物心理；应对客户讨价还价；排除网络客户疑问

教学要求：通过企业真实项目在传授知识、形成技能，提高素质中承担的任务：培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。

7.3.2 其它实践课模块

7.3.2-1 军事技能模块

军事技能训练时间按每天 8 学时计，共计训练 14 天，总计 112 学时，计 2 学分；军事理论 36 学时、2 学分，分学期安排授课。

7.3.3 实习与毕业设计模块

7.3.3 -1 岗位实习

岗位实习，是在校学生实习的一种方式。非基础教育学校学生毕业前通常会安排学生进行实习，实习方式有集中实习、分散实习、岗位实习等。采用岗位实习方式，是使学生完全履行其实习岗位的所有职责，独当一面，具有很大的挑战性，对学生的能力锻炼起很大的作用；是《国务院关于大力发展职业教育的决定》中的“2+1”教育模式，即在校学习 2 年，第 3 年到专业相对应

口的指定企业带薪实习，然后由学生自主就业。

7.3.3 -2 毕业论文/设计

毕业论文/设计是指学生毕业前夕总结性的独立作业，是实践性教学最后一个环节，旨在培养学生综合运用所学理论、知识和技能解决实际问题的能力。在教师指导下，学生就选定的课题进行工程设计和研究，包括设计、计算、绘图、工艺技术、经济论证以及合理化建议等，最后提交一份报告。应尽量选与生产、科学研究任务结合的现实题目，亦可做假拟的题目。学生只有在完成教学计划所规定的理论课程、课程设计与实习，经考试、考查及格后始可进行。是评定毕业成绩的重要依据，学生通过毕业设计答辩，成绩评定及格才能毕业。

7.4 创新类课程平台

本平台课程包含《职业生涯规划》《创新创业通识课程》等4门必（选）修课程。课程将积极探索并实践基于“互联网+”“专业+”的意识和价值教育、能力与素质教育、实习与实训教育、实战与孵化教育等全链条式的创新创业人才培养课程。建立创新创业教育学分转移与认定机制，激励学生积极参与创新性实验（训）、创业培训和创业实践活动，培养学生的创新精神、创业意识，激发学生创新创业潜质。

8. 【实施保障】

（1）师资队伍

本专业目前专任教师12人，兼职教师10人。在校生与该专业的专任教师比例18:1，“双师型”教师比例为50%，兼职教师主要来自电商企业管理层人员以及电商实战经验丰富的一线员工。

专任教师：具有一定的电子商务专业知识能力，熟悉电子商务相关岗位要求，能胜任专业基础课和专业课的教学和一定的教科研能力，能为学生做示范，有创新能力，有团队合作精神，有良好的师德，热爱专业教学工作，具有高校教师资格证及本专业相关的专业职称资格。

兼职教师：在电子商务行业企业一线从事相应管理、技术岗位工作，具有电子商务相关工作的丰富经历，具备较强的专业技能，熟悉工作流程，热心教育，能胜任专业一体化课程教学任务及指导学生实习实训，未来加强引进企业能工巧匠、行业/技术大师来校指导工作并承担一定的实训指导课程。

表1 电子商务专业专任教师表

序号	姓名	学历/学位	职称	是否双师
1	刘万华	本科	教授	是
2	王威	博士研究生	副教授	是
3	高进锋	本科/学士	副教授/高级电子商务师	是
4	倪国章	本科/学士	讲师/电子商务师	是
5	黄姣	本科/学士	讲师/高级电子商务师	是
6	祁兆辉	硕士研究生	讲师	是
7	林雪媛	硕士研究生	讲师	否
8	刘哲	硕士研究生	讲师	否
9	汤秋婷	本科/学士	助教	否

10	杨玉婵	本科/学士	助教	否
11	姚丹婷	本科/学士	助教	否
12	曾航娣	本科/学士	助教	否

表2 电子商务专业兼职教师表

序号	姓名	学历/学位	企业名称	职称/职务
1	周志华	硕士	八方盛世投资控股有限公司	总经理/高级工程师
2	周龙恩	硕士	广州协同电子商务科技有限公司	总经理/高级工程师
3	林玉斌	硕士	朝启科技	副总经理
4	刘智华	本科	深圳市小顽童电子商务有限公司	总经理
5	李周才	硕士	京东物流华南总部	经理/高级工程师
6	王志强	本科	广州坤机电有限公司	总经理
7	符玉章	本科	广州德陵兰贸易有限公司	总经理
8	郭剑南	本科	蓝月亮有限公司	事业部总监
9	张胜银	本科	广州百翔信息科技有限公司	顾问
10	周健中	硕士	广东远程教育中心	董事长、教授

(2) 教学设施

表 1 校内实训室汇总表

序号	实训室名称	主要设备	实训功能	实训项目
1	电子商务创业工作室	电子商务模拟平台和真实平台； 电脑；宽带	电子商务 B2B、B2C、C2C 实训	电子商务综合技能
2	020 实训实习实体展示厅	实体商品及新概念产品	电子商务线上线下实训； 市场营销实训	营销技能；020 技能
3	电商实训实战运营中心实训室	电子商务模拟平台和真实平台； 电脑；宽带	电商实训实战实训	电子商务综合技能
4	商品采集中心实训室、020 电商产品展示区实训室	摄像机、苏有朋、灯光，实体商品及新概念产品	商品摄影技能、商品摆设装饰	商品摄影实训
5	电商直播营销实战中心实训室	直播设备、直播系统	直播营销技能	直播实训、营销实训
6	电商视觉营销实训中心实训室	电子商务模拟平台和真实平台； 电脑；宽带	平面设计技能；网络宣传推广技能； 网页制作技能	广告与平面设计实训、网站策划与推广

表 2 校外实训基地汇总表

序号	基地类别及数量	主要实训企业基地	实训岗位	实训任务
1	网站运营实训基地	广州诚惠信息科技有限公司、广州瑰之冠贸易有限公司	电子商务专员、电子商务买家、电子商务卖家、运营主管	完成网站的设计开发，以及系统的维护支持和网络安全管理

序号	基地类别及数量	主要实训企业基地	实训岗位	实训任务
2	网络推广、网络销售 客服实训基地	东莞市聚服饰有限公司(天猫、 淘宝店)、广州市秀美有限公司(淘 宝店)、佛山恒利诚不锈钢有限公 司	网络推广、SEO 优化、美 工员、设计师	完成 SEO 的优化， 并进行网络营 销和网络推广
3	生产性校外实训基 地	佛山哼哈匠信息科技有限公司	电子商务专员、电子商 务买家、电子商务卖家、 运营主管、文案策划专 员	完成网店、网站运 营生产性实训及 实习
4	八方盛世直播基地	广州八方盛世投资咨询管理有限 公司	直播主播、直播助播	完成直播带货生 产性实训及实习

(3) 教学资源

按照国家规定配备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。规范教材选用程序，严格执行教材选用规定，禁止不合格的教材进入课堂；专业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，方便师生查询和借阅；建设和配备与本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，逐步达到种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

1) 教材选用

电子商务专业课程专业课选用符合高职办学层次、培养目标以及我院学生实际情况的教材，原则上选用高职高专近三年出版的教材，优先选用规划教材和重点教材，选用教材的版本和内容均考虑到近年教材的变动与更新，有效保证了学生能汲取到有用、新鲜和实用的相关知识和技能，可选用教师自编教材。

选用教材的版本和内容均考虑到近年教材的变动与更新，有效保证了学生能汲取到有用、新鲜和实用的相关知识和技能，可选用教师自编教材；注重加强专业网络教学资源建设，并充分利用数字化（网络）资料进行教学。

2) 图书资料

学校图书馆藏书中拥有电子商务专业的纸质和电子图书、期刊，包括电子商务职业资格证书考试相关参考和培训书，电子商务方面的相关书籍等。

3) 数字化（网络）资源

电子商务专业的立体化教材、教学课件、实训任务书、实训指导书、实习任务书、实习指导书、授课录像、参考文献目录、常用网站链接、习题库、网上测试及网上辅导、学生实训视频、教学环境条件图片等；电子商务教研室资料库拥有关于电子商务资源介绍、电子商务案例、电子商务等相关的音像资料；国家级、省级、院级精品资源共享课和教学资源库，课程教学网络管理平台等。

(4) 教学方法

本专业课程主要选用以实际任务为驱动的教学方法，以工作过程为导向，通过真实的工作内容构建教学情景，教师在“做中教”，学生在“做中学”，实现“教，学，做”的统一。

本专业课程选用一些具有精选的典型工作任务，每个任务按照“任务描述”——“训练任务”梯次进行编排，循序渐进，采用现场教学、尝试教学、过程教学、主题教学、情境教学、快乐教

学等多种教学方式。

将专业的思维“互联网+思维”融入到教材中，采用配备微视频，展现案例操作实场景的教材，通过二维码扫码方式，实现与互联网+思维的融合，最终达到互联网+创新型教学。

1) 讲授法（适用于思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、职业生涯规划、大学生心理健康教育等课程）

讲授法是教师通过简明、生动的口头语言向学生传授知识、发展学生智力的方法。它是通过叙述、描绘、解释、推论来传递信息、传授知识、阐明概念、论证定律和公式，引导学生分析和认识问题。讲授法的优点是教师容易控制教学进程，能够使学生在较短时间内获得大量系统的科学知识。但如果运用不好，学生学习的主动性、积极性不易发挥，就会出现教师满堂灌、学生被动听的局面。

2) 讨论法（适用于创新创业基础、职业生涯规划、电商案例分析与展望等课程）

讨论法是在教师的指导下，学生以全班或小组为单位，围绕教材的中心问题，各抒己见，通过讨论或辩论活动，获得知识或巩固知识的一种教学方法。优点在于，由于全体学生都参加活动，可以培养合作精神，激发学生的学习兴趣，提高学生学习的独立性。讨论要围绕中心，联系实际，让每个学生都有发言机会，讨论结束时，教师应进行小结，概括讨论的情况，使学生获得正确的观点和系统的知识。

3) 直观演示法（适用于商品摄影技术、平面美工技术实务等课程）

演示法是教师在课堂上通过展示各种实物、直观教具或进行示范性实验，让学生通过观察获得感性认识的教学方法。是一种辅助性教学方法，要和讲授法、谈话法等教学方法结合使用。运用演示法的基本要求是：目的要明确、现象要明显且容易观察和尽量排除次要因素或减小次要因素的影响。

4) 练习法（适用于网店客服、商务礼仪及谈判技能、数据化营销等课程）

练习法是学生在教师的指导下巩固知识、运用知识、形成技能技巧的方法。在教学中，练习法被各科教学广泛采用。包括口头语言和书面语言的练习，旨在培养学生的表达能力。包括口头和书面解答问题的练习，旨在培养学生运用知识解决问题的能力。

5) 任务驱动法（网（微）店动画处理、网（微）店页面处理、电商经营方法与技能、电商工具应用与技术、电商项目开发基本技能、电商营销手段及技能等课程）

教师给学生布置探究性的学习任务，学生查阅资料，对知识体系进行整理，再选出代表进行讲解，最后由教师进行总结。任务驱动教学法可以以小组为单位进行，也可以以个人为单位组织进行，它要求教师布置任务要具体，其他学生要积极提问，以达到共同学习的目的。任务驱动教学法可以让学生在完成“任务”的过程中，培养分析问题、解决问题的能力，培养学生独立探索及合作精神。

6) 参观及现场教学法（毕业综合项目、岗位实习等课程）

组织或指导学习到育种试验地进行实地观察、调查、研究和学习，从而获得新知识或巩固已学知识的教学方法。参观教学法一般由校外实训教师指导和讲解，要求学生围绕参观内容收集有关资料，质疑问难，做好记录，参观结束后，整理参观笔记，写出书面参观报告，将感性认识升

华为理性知识。是以现场为中心，以现场实物为对象，以学生活动为主体的教学方法。本课程现场教学在校内外实训基地进行，主要应用于育种试验布局规划、试验设计、作物性状的观察记载方法等项目的教学。

(7) 自主学习法（应用文写作、电商广告策划等课程）

为了充分拓展学生的视野，培养学生的学习习惯和自主学习能力，锻炼学生的综合素质，通常给学生留思考题或对遇到一些生产问题，让学生利用网络资源自主学习的方式寻找答案，提出解决问题的措施，然后提出讨论评价。自主学习法主要应用于课程拓展内容的教学，如项目教学未涉及的小作物具体的育种方法和特点，组织学生自主学习，按照论文的形式并撰写学习小论文，交由老师评价。锻炼学生提出问题、解决问题和科技写作能力。

8) 示范及模拟教学法（适用于电子商务实务、市场营销实务、数据化营销、网店客服、商务礼仪及谈判技能、搜索优化实务、网络编辑广告制作等专业基础课程）

在教学过程中，教师通过示范操作和讲解使学生获得知识、技能的教学方法。在示范教学中，教师对实践操作内容进行现场演示，一边操作，一边讲解，强调关键步骤和注意事项，使学生边做边学，理论与技能并重，较好地实现了师生互动，提高了学生的学习兴趣和学习效率。是在模拟情境条件下进行实践操作训练的教学方法，模拟教学法通常在学生具备了一定的专业理论知识后，实践操作前进行。

9) 项目教学法（电商经营综合实训、电商工具应用与技术实训、电商项目开发实训、电商营销手段实训、网（微）店页面处理实训、专业实践等课程）

以实际应用为目的，通过师生共同完成教学项目而使学生获知识、能力的教学方法。其实施以小组为学习单位，项目教学法强调学生在学习过程中的主体地位，提倡“个性化”的学习，主张以学生学习为主，教师指导为辅，学生通过完成教学项目，能有效调动学习的积极性，既掌握实践技能，又掌握相关理论知识，既学习了课程，又学习了工作方法，能够充分发掘学生的创造潜能，提高学生解决实际问题的综合能力。

(5) 学习评价

教学评价一般包括对教学过程中教师、学生、教学内容、教学方法手段、教学环境、教学管理诸因素的评价，但主要是对学生学习效果的评价和教师教学工作过程的评价。

教学评价的两个核心环节：对教师教学工作（教学设计、组织、实施等）的评价——教师教学评估（课堂、课外）、对学生学习效果的评价——即考试与测验。

1) 形成性评价

形成性评价是在教学过程中，为调节和完善教学活动，保证教学目标得以实现而进行的确学生学学习成果的评价。形成性评价的主要目的是改进、完善教学过程，步骤是：首先确定形成性学习单元的目标和内容，分析其包含要点和各要点的层次关系。其次实施形成性测试。测试包括所测单元的所有重点，测试进行后教师要及时分析结果，同学生一起改进、巩固教学。最后实施平行性测试。其目的是对学生所学知识加以复习巩固，确保掌握并为后期学习奠定基础。

2) 总结性评价

总结性评价是以预先设定的教学目标为基准，对评价对象达成目标的程度即教学效果做出评价。总结性评价注重考察学生掌握某门学科的整体程度，概括水平较高，测验内容范围较广，常在学期中或学期末进行，次数较少。设定评价对象以外的客观标准，考察教学目标是否达成，可以促使学生有的放矢，主动学习，并根据评价结果及时发现差距，调整自我，具有明显的教育意义。

(6) 质量管理

严明教学纪律，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，执行好巡课、听课、评教、评学等制度，执行校企联动的校外实习实训环节的督导制度，确保各教学环节的质量。建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，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，提高人才培养规格的达成度。执行毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，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。

9. 【教学安排】(见附表：教学计划进程表)

10. 【课证融通】(见附表：教学计划进程表)

附件一：2021级电子商务（三二分段）专业教学计划进程表

附件二：电子商务（三二分段）专业课程学时、学分比例分配

专业教学计划进程表

课程平台 与模块	专业代码	530701		专业名称		电子商务				适应对象：2021级三二分段专升本学生								
	课程代码	课程名称	学分	总学时	理论	实践	课程类型	课程属性	考试形式	开课学期与周学时						备注		
										一	二	三	四	五	六			
通识教育课程平台	GB00101	军事理论	2	36	36	0	A	公共课	考查	★	★	★	9/1			每学期9学时		
	GB00102	思想道德与法治	3	52	34	18	B	公共课	考试	4/13						含廉洁修身6学时,实践5学时		
	GB00103	马克思主义中国化进程与青年学生使命担当	1	20	10	10	B	公共课	考查	2/10						可根据实际适当增加课外拓展和实践的课时		
	GB00104	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	46	18	B	公共课	考试		4/16							
	GB00105	形势与政策	1	32	16	16	B	公共课	考查	★	★	★	8/1			含实践教学16学时		
	GB00106	体育一	1.5	24	4	20	B	公共课	考查	2/12						含健康教育12学时、第3学期4节体质检测		
	GB00107	体育二	1.5	30	4	26	B	公共课	考查		2/15							
	GB00108	体育三	1.5	28	4	24	B	公共课	考查			2/14						
	GB00109	体育四	1.5	26	4	22	B	公共课	考查				2/13					
	GB00110	大学生心理健康教育	2	32	12	20	B	公共课	考查	2/4	2/4	2/4	2/4					
	GB30111	高职英语一	3	52	32	20	B	公共课	考试	4/13						全国高等学校英语水平考试合格证书(或同等等级相关技能证书)(必考)		
	GB30112	高职英语二	5	76	46	30	B	公共课	考试		4/10 6/6					全国高等学校英语水平考试合格证书(或同等等级相关技能证书)(必考)		
	GB00113	中华优秀传统文化	2	36	20	16	B	公共课	考查	3/12								
	GB40114	信息技术基础	3	52	26	26	B	公共课	考查		4/13					全国高等学校计算机水平考试合格证书(或同等等级相关技能证书)(必考)		
	GB00115	劳动教育	1	16	4	12	B	公共课	考查	2/2	2/2	2/2	2/2					
小计			33	576	298	278				15	15	2	2					
公共选修课模块	GX	自然科学类	4	64	64	0					2/16	2/16				2-4学期(文科类专业选修)		
	GX	人文社科	4	64	64	0						2/16	2/16			2-4学期(理工类、医学类专业选修)		
	小计			4	64	64	0				2	2						
专业基础与专业课程平台	专业基础必修模块	ZJ18101	电子商务实务	3	52	26	26	B	专业基础课	考试	4/13							
		ZJ18102	商品摄影技术	3	52	26	26	B	专业基础课	考试	4/13							
		ZJ18103	市场营销实务	2	36	18	18	B	专业基础课	考查	3/12							
		ZJ18104	管理学	4	72	36	36	B	专业基础课	考查				4/18				
	小计			12	212	106	106				11			4				
	专业核心模块	ZH18101	网(微)店页面处理	4	72	36	36	B	专业课	考试		4/18					全国高等学校计算机水平考试合格证书(或同等等级相关技能证书)(选考)	
		ZH18102	电商新媒体技术	4	64	32	32	B	专业课	考试			4/16					
		ZH18103	电商经营方法与技能(C店)	4	64	32	32	B	专业课	考试			4/16				电子商务助理工程师证书(必考) 电子商务运营专才证书(选考)	
		ZH18104	电商直播技术	4	64	32	32	B	专业课	考试			4/16					
		ZH18105	电商营销手段及技能	4	72	36	36	B	专业课	考试				4/18			网络营销工程师证书(选考)	
	小计			20	336	168	168				4	12	4					
	专业选修模块	ZX18101	短视频营销实务	2	32	16	16	B	专业课	考查			2/16				电子商务客户服务证书(选考)	
			网店客服															
		ZX18102	商务礼仪及沟通	2	32	16	16	B	专业课	考查			2/16					
			商务谈判技能															
ZX18103	物流学概述	2	36	18	18	B	专业课	考查				2/18						
	物流仓储与配送管理																	

课程平台与模块	专业代码	530701		专业名称		电子商务					适应对象：2021级三二分段专升本学生						
	课程代码	课程名称	学分	总学时	理论	实践	课程类型	课程属性	考试形式	开课学期与周学时						备注	
										一	二	三	四	五	六		
	ZX18104	电商装修及美工实战	2	40	0	40	C	专业课	考查						4/10		
		电子商务数据实战															
小计			8	140	50	90					4	2	4				
专项实践课程平台	专业技能课模块	专业认知（电子商务实务）	0.25	4	0	4										在1-2学期安排4-6学时参观2-3家企业	
		岗位认知（电商经营方法与技能（C店））	0.25	8	0	8										在1-2学期安排6-12学时考察2-3家企业各3-5个岗位	
		在岗学习（电商经营综合实训（C店））										◆				在第3学期将原本校内的1周专项实训课程调整至企业完成	
		ZC18101	平面美工技术实务	4	72	36	36	B	专业课	考查		4/18					
		ZC18102	搜索优化实务	2	32	16	16	B	专业课	考查			2/16				
		ZC18103	商务数据分析与应用	2	36	18	18	B	专业课	考查				2/18			
		ZC18104	跨境电子商务实务	4	72	36	36	B	专业课	考查				4/18			
		ZC18105	电商经营综合实训（C店）	1	20	0	20	C	专业课	考查			20/1				专周实训
		ZC18106	电商广告策划	2	36	16	20	B	专业课	考试				2/18			
		ZC18107	电商新媒体运营	4	64	32	32	B	专业课	考查			4/16				
		ZC18108	电商广告设计（CORELDRAW AI）	4	64	32	32	B	专业课	考查				4/16			
		ZC18109	电商综合技能辅导	4	72	36	36	B	专业课	考查					4/18		专业转段考课程
		ZC18110	电商运营及分析实战	2	40	0	40	C	专业课	考查					4/10		校内实训基地或者在企业完成
		ZC18111	电商网店客服实战	2	40	0	40	C	专业课	考查					4/10		校内实训基地或者在企业完成
小计			31	548	222	326					4	6	12	8			
其它实践课模块	GB00116	军事技能	2	112	0	112	C	公共课	考查	37/3						14天，8小时/天，含入学教育和专业教育	
		小计			2	112	0	112									
实习与毕业（设计）模块	ZC00100	岗位实习	15	360	0	360	C	专业课	考查					◆	◆		
		ZC00102	毕业实习报告	5	120	0	120								◆	毕业实习报告（含设计方案、作品/生产产品）	
		小计			20	480	0	480									
创新创业课程平台	创新创业与就业课程模块	GB00117	职业生涯规划	1	16	8	8	B	公共课	考查	2/8						
		GB00118	创新创业通识课程（必修）	1	16	8	8	B	专业基础课	考查			2/8				
			创新创业专业课程群（必选1门）	1	16	8	8						◆			设置课程群以供选修（至少2门，每门1学分）	
			创新创业孵化课程群（可选1门）	1	16	4	12						◆				
		小计			4	64	28	36									
		GB00119	就业指导	1	16	12	4	B	公共课	考查				2/8			
小计			5	80	40	40											
第二课堂模块	根据学生第二课堂活动与文明素质养成学分认定实施细则认定		13.5													含文明素质养成学分6分	
小计			13.5	0	0	0											
合计			148.5	2548	948	1600					26	25	26	24	12	第一学年每学期周学时不超过26节，第二学年每学期周学时不超过24节	

◆ 代表整周实训；★代表以讲座、调查等各种形式达到指导意见中确定的学时要求

本表中所设置课程如需在校外开展企业实践教学或与企业共同完成教学，应在该课程备注栏中说明；各专业可根据该课程和企业安排的培训与岗位工作的实际情况设置学时、学分

附件二

课程学时、学分比例分配表

计划总周数分配表									
项目 学期	国防 教育	常规教学	课程设计	毕业实习	毕业设计	其它实训	期末考试	机动	本期周数
一	3	13				0	1	1	18
二		18				0	1	1	20
三		18				0	1	1	20
四		18				0	1	1	20
五		10			8	0	1	1	20
六		0		12		4		2	18
总计	3	77	0	12	8	4	5	7	116

各类课程学时、学分比例构成表						
课程类	理论教学学时	占总学时比例	实践教学学时	占总学时比例	学分	占总学分比例 (%)
公共必修课模块	298	11.7%	278	10.9%	33	22.2%
公共选修课模块	64	2.5%	0	0.0%	4	2.7%
专业基础必修课模块	106	4.2%	106	4.2%	12	8.1%
专业课模块	168	6.6%	168	6.6%	20	13.5%
专业选修课模块	50	2.0%	90	3.5%	8	5.4%
专业技能课模块	222	8.7%	326	12.8%	31	20.9%
其它实践课模块	0	0.0%	112	4.4%	2	1.3%
实习与毕业论文 (设计)模块	0	0.0%	480	18.8%	20	13.5%
创新创业与就业教育 课程模块	40	1.6%	40	1.6%	5	3.4%
第二课堂模块	0	0.0%	0	0.0%	13.5	9.1%
总计	948	37.2%	1600	62.8%	148.5	100.0%

2023 级电子商务专业(专本三二分段) 人才培养方案

一、专业名称与代码

专业群名称：电子商务专业群

专业名称：电子商务

专业代码：530701

二、招生对象

普通高中毕业生或同等学历者。

三、学制

三年

四、职业面向

本专业所属专业大类为财经商贸，对应大类代码为 5307，属于该大类下的电子商务专业类，主要职业类别包含电子商务、网络营销与直播电商、移动商务、商务数据分析与应用、农村电子商务等参照高等职业教育专科专业简介（上、中、下），可取得的职业资格证书（或技能等级证书）包括电子商务网店运营推广、电子商务网店客服、电子商务商务数据分析等（具体详见表 4.1、4.2、4.3）。

表 4.1 职业面向分析表

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位类别（或技术领域）	职业资格证书或技能等级证书举例
电子商务（5307）	电子商务（530701）	信息技术咨询服务（6530）	4-99（GBM 4-9）其他商业、服务人员	互联网与信息服务	1+X 电子商务网店运营推广
		数据处理和存储服务（6540）	2-99（GBM2-9）其他专业技术人员	数据分析	电子商务数据分析
		呼叫中心（6592）	4-01（GBM 4-1）购销人员	网络客服	网络营销工程师（信息部的助理师级）、1+X 证书

表 4.2 岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别	
		初始岗位	发展岗位
1	网站运营（网店运营）	运营助理、运营专员	运营主管、电商主管、网站运营经理、运营总监、运营总裁
2	网店客服	网店客服专员	客服主管、客服经理、客服总监
3	跨境电商	跨境专员	外贸主管、外贸经理
4	直播主播	直播助理、直播场控	直播运营、直播主播

表 4.3 工作任务和职业能力分析表

岗位领域	工作任务	职业能力、知识	对应课程
运营助理、运营专员、运营主管、运营主管、电商主管、网站运营经理、运营总监、运营总裁	店铺装修	在线信息处理策划与文案编辑能力 具备文字处理软件设计能力 具备图片处理软件操作能力 网页设计能力	1. 商品摄影技术 2. 平面美工技术实务 3. 网络编辑实务 4. 网（微）店页面处理
	数据分析	在线信息投放效果预测能力 在线信息投放效果评估能力	1. 商务数据分析与应用
	活动促销	熟练掌握传统营销技能和网络营销技能； 熟练操作常用的网络营销方法 发货、运输、仓储等相关知识	1. 电商新媒体技术
	网店运营	在线店铺管理能力 熟练掌握各大网络平台和广告类型 常用的客服工具的使用 处理突发事件能力	1. 电商经营方法与技能（C店）+（B店） 2. 跨境电子商务实务
推广专员、网络营销专员、网络营销主管、网络营销经理、网络营销总监	营销	熟悉网络销售流程 沟通的能力 消费者心理分析 社区营销、博客营销、病毒式营销、邮件营销、微博营销	1. 市场营销实务 2. 电商营销手段及技能 3. 电商平台直播
	推广	文案编辑能力 拥有一定的广告设计能力 具备一定广告创意	1. 搜索优化实务
文案专员、策划专员、文案策划主管、文案策划经理、网店客服专员、客服主管、客服经理、客服总监	策划	熟练掌握各大网络平台和广告类型；拥有一定的广告设计能力；具备一定广告创意	1. 电商广告策划
	客服	客服工作必备的沟通技巧和心态；熟悉各种营销型网站的操作流程；常用的客服工具的使用；如何提高处理突发事件能力；	1. 网店客服 2. 商务礼仪及沟通 3. 商务谈判技能

五、培养目标与规格

（一）培养目标

培养有觉悟、讲责任，德技兼修，德智体美劳全面发展，适应区域经济社会发展和产业发展需要，符合粤港澳大湾区下的中小企业人才需求，面向外贸、通信、信息服务、商业、金融等领域具备运用网络技术开展，商务活动以及进行电子商务网店的设计、策划、开发和运营管理的能力，在市场分析、业务技术规范

上具有较扎实的理论知识以适应经济社会发展需要等知识和技术技能的高素质劳动者和技术技能人才。

（二）培养规格

由素质、知识、能力三个方面的要求组成。

1. 素质结构

（1）思想品德素质：具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有生态文明意识、社会责任感和参与意识。

（2）身心素质：具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，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；

（3）人文科技素质：掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

2. 知识结构

（1）工具性知识：政治理论思想道德、职业道德、工具性基础知识。

（2）人文社会科学知识：理解分析和解释研究微观领域的精神文化现象，掌握包括文、史、哲及其衍生出来的美学、宗教学、伦理学、文化学、艺术学等。

（3）自然科学知识：了解自然科学发展的历史轨迹，了解现代科技发展趋势，了解观察、实验方法，了解实验结果的整理和总结，了解科学、技术、社会与教育的关系，理解自然科学的基本研究方法。

（4）专业技术知识：管理学基础、电商直播技术、平面美工设计（PS）、电商新媒体技术、电商运营推广（C店）、电商运营推广（B店）、网络营销实务、搜索优化实务、商务数据分析与应用、跨境电子商务实务等。

3. 能力结构

（1）学习能力：顺利完成学习活动的各种能力的组合，包括感知观察能力、记忆能力、阅读能力、解决问题能力等。

（2）实践能力：收集处理信息的能力、获取新知识的能力；合作能力、交际能力、社会活动能力；观察事物、发现问题，汇总现象、提出问题，体验实践、分析问题；思维参与、解决问题等。

（3）适应能力：有独立自主的个性；能借鉴过去成功与失败的经验教训；具

有明确的人生目标，并且深知取胜之道；具有稳定的性格，且确立了一定的价值尺度；有较强的判断力和自我克制力；善于体察别人的利害关系和有关情况。

六、毕业学分

学生须修满专业人才培养方案规定的年限、学分和实践教学环节，达到人才培养方案的素质、知识和能力等方面的要求，方可毕业。其中：公共必修课（含军事技能和创新创业与就业类课程）、专业课、企业实践教学、“三全育人、五育并举”十大育人体系（13.5 学分）等各模块的学分详见《2023 级电子商务（专本三二分段）专业人才培养方案教学进程表》《广州华南商贸职业学院“十大育人体系”系列活动实施方案》。

七、课程设置与要求

（一）通识课程平台

1. 公共必修课模块

（1）思想道德与法治

课程目标：帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，树立正确的世界观、人生观和价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，提升思想道德素质、职业道德和法治素养，使学生成为担当民族复兴大任的时代新人。

教学内容：担当复兴大任，成就时代新人；领悟人生真谛，把握人生方向；追求远大理想，坚定崇高信念；继承优良传统，弘扬中国精神；明确价值要求，践行价值准则；遵守道德规范，锤炼道德品格；学习法治思想提升法治素养。

（2）习近平新时代中国特色社会主义思想概论

课程目标：帮助学生理解习近平新时代中国特色社会主义思想是马克思主义中国化新的飞跃，是中国特色社会主义理论体系的最新成果；科学把握习近平新时代中国特色社会主义思想的创立过程、科学内涵和时代价值，引导青年学生以习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践，成为担当民族复兴大任的时代新人。

教学内容：习近平新时代中国特色社会主义思想是马克思主义中国化新的飞跃；坚持和发展中国特色社会主义总任务；坚持以人民为中心的发展思想；坚持党的全面领导；以新发展理念引领高质量发展，全面深化改革开放；发展全过程人民民主；全面依法治国；更好构筑中国精神、中国价值、中国力量，加强以民生为重点的社会建设；坚持人与自然和谐共生；建设一支听党指挥、能打胜仗、作风优良的人民军队；全面落实总体国家安全观；坚持“一国两制”和推进祖国统一；推动构建人类命运共同体；全面从严治党。

（3）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程目标：让学生掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论的基本原理，以习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，指导实践，提高运用马克思主义立场、观点和方法分析问题、解决问题的能力，成为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

教学内容：毛泽东思想；邓小平理论；“三个代表”重要思想；科学发展观。

（4）形势与政策

课程目标：帮助大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战，推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑，引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略，确立建设有中国特色社会主义的理想和信念。

教学内容：党的理论创新最新成果形势与政策专题；全面从严治党形势与政策专题；我国经济与社会发展形势与政策专题；港澳台工作形势与政策专题；国际形势与政策专题。

（5）马克思主义中国化进程与青年学生使命担当

课程目标：帮助学生理解不同时代青年对马克思主义及其中国化的不同探索和实践，深化对习近平新时代中国特色社会主义思想的理解，强化新时代青年的使命担当精神，引导青年学生成长为担当民族复兴大任的时代新人。

教学内容：19世纪科学社会主义的创立；五四精神；新中国建立、社会主义建设；改革开放时代；中国特色社会主义新时代；新时代我国社会主要矛盾；建设美丽中国；中国特色社会主义文化自信，构建人类命运共同体；中国共产党领导；全面建设社会主义现代化国家；中国共产党的百年历史等，并关联青年使命。

（6）体育与健康

课程目标：通过合理的体育教育和科学的体育锻炼，达到增强体质、增进健康，培养终身体育意识，促进学生全面发展。

教学内容：学生以身体练习为主要手段，以体育与健康知识、技能和方法为主要学习内容；通过身体活动，将思想品德教育，文化科学教育，生活与运动技能教育有机结合，促进身心和谐发展。

（7）大学生心理健康教育

课程目标：宣传普及心理健康知识，指导大学生学会正确认识自我，客观评价自我，积极悦纳自我，增强适应能力、情绪管理能力、学习能力、人际交往能力等。预防心理疾病和危机事件的发生，促进学生健康成长。

教学内容：心理健康与身体健康的关系，自我心理调适与技能，缓解不良情绪的基本方法，维护良好人际关系与有效交流的方法，珍爱生命。

（8）中华优秀传统文化（美育）

课程目标：以弘扬爱国主义精神为核心，系开展以天下兴亡，匹夫有责为重点的家国情怀教育，开展以仁爱共济立己达人为重点的社会关爱教育，开展以振兴笃志，崇德弘毅为重点的人格修养教育。普及美育教育，引领学生树立正确的审美观念、陶冶高尚的道德情操、塑造美好心灵。

教学内容：自强不息的民族精神；“修齐治平”的家国情怀；崇德向善的道德追求；“内圣外王”的人格理想；文化传承创新。

（9）劳动教育

课程目标：组织学生运用专业技能开展校园公益服务，增强职业荣誉感和责任感；开展专题讲座、主题演讲、劳动项目实践等，培育劳动光荣、创造伟大的校园劳动文化；组织开展劳动模范、大国工匠、科学家等进校园，弘扬劳模精神、工匠精神和创新精神；开展多样化社会劳动实践。组织参加公益劳动和志愿服务，利用知识和技能为他人和社会提供服务，树立服务意识，实践服务技能，强化社会责任感；依托实习实训，增强职业认同感和劳动自豪感。

教学内容：劳动创造历史，养成良好劳动习惯，通过劳动精神专题教育、劳模精神专题教育、工匠精神专题教育，设立劳动周。劳动实践分为校内劳动实践和校外劳动实践2部分。校内劳动实践包括：实训室、课室、洗手间、楼道，周边草坪及指定区域的清洁；校外劳动实践包括：暑假自主参加实习、实训或其它有益于身心发展的劳动实践。

（10）军事理论

课程目标：让学生理解国防内涵和国防历史，正确把握和认识国家安全的内涵，了解军事思想的内涵和形成与发展历程，了解信息化战争和信息化装备的特点，树立正确的国防观念和保密意识，及科学的战争观和方法论，激发学生的爱国热情。

教学内容：包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备五个专题。

（11）安全教育

课程目标：通过了解学习有关知识，明确危害安全的行为，树立正确的安全防卫心理，加强安全防卫意识教育，时刻提高警惕，自觉做好防范工作。认识安全的必要性，树立安全意识，增强安全感。

教学内容：包括《防诈篇》《防纠纷》《消防演练》《高校学生行为准则》《高校学生管理规定》《宿舍管理规定》《主题班会教育》《法治教育》《心康教育》《公共卫生管理条例》以及上级有关文件的精神的学习和传达等线上线下的宣传教学手段和方法。

（12）高职英语

课程目标：使学生掌握一定的英语基础知识和基本技能，具有一定的英语语言综合应用能力，并为进一步提高英语水平打下较好的基础。

教学内容：听、说、读、写、译的能力，从而能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料，在涉外交际的日常活动和业务活动中进行简单的口头和书面交流。

（13）信息技术基础

课程目标：掌握计算机信息技术基本原理及应用；掌握 Office 办公软件的应用；培养运用办公软件解决本专业及相关领域实际问题的能力。

教学内容：计算机原理；Word 文档排版；Excel 数据处理；PPT 设计与制作。培养大学生运用信息技术的基本素质，帮助大学生了解电子商务、物联网、大数据等信息技术，支撑各专业学生使用办公软件及相关工具软件的职业能力。

2. 公共选修课

课程目标：扩大学生的知识面，完善学生知识能力结构，培养和发展学生的兴趣和潜能。

教学内容：“四史”（党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史）、中华文化与历史传承、科学与科技、社会与文化、艺术鉴赏与审美体验、绿色低碳生态文明教育等。

（二）专业课程平台

1. 专业基础必修课（专业群共享课程）

（1）管理学基础

课程目标：管理学基础是电子商务专业群的专业共享基础课，是一门系统地研究管理活动的普遍规律和一般方法的科学。学生通过这门课程了解管理的基本理论和基本原理，掌握管理学的学科体系，初步具有解决一般管理问题的基本素质和能力，并为以后学习更广泛、更专业的管理知识和管理技能奠定坚实的基础。

教学内容：该课程的开设和讲授，对经济、管理各专业学习基本理论、奠定学科基础、建立学科框架有着不可替代的重要作用。通过本课程的学习，挖掘德育元素，注重生态文明元素，使学生明确管理的各项职能、管理的任务、程序和方法，树立科学的管理思想，培育工匠精神。

（2）电子商务实务

课程目标：主要介绍和研究电子商务的基本概念、模式、关键技术及其应用。要求学生熟悉与电子商务相关的基本概念、术语，掌握电子商务运营与管理的相关知识，了解电子商务的基本理论，熟练掌握必要的电子商务操作技能和市场开拓的实践技能。

教学内容：掌握电商平台规则；电商选品；平台市场营销；视觉设计；数据

分析；客户服务；跨境物流介绍；收款与支付的专业知识和技能技巧

（3）商务数据分析与应用

课程目标：掌握行业数据分析、客户数据分析、商品数据分析以及运营数据分析等典型分析任务的分析内容、分析方法与分析步骤。培养学生实事求是的诚信意识和精益求精的工匠精神。

教学内容：搜索引擎的高效利用；数据采集和预处理数据；数据展现、报告撰写；数据分析思路及流程、互评；宝贝成交转化率分析；DSR 动态评分分析；淘宝店铺的利润分析。

（4）商品摄影技术

课程目标：项目：光圈,快门的应用 项目：吸光类商品摄影 项目：反光类商品摄影 项目：透光类商品摄影 项目：商品主图视频拍摄

教学内容：本课程的目标是课程设计的任务是让学生掌握网络店铺商品定位的一般原理，商品拍摄布景的基本流程；掌握各类商品拍摄要点、网络商品拍摄光线处理、商品拍摄布景策划方法，不同种类商品图片美化方法，并通过实验经营网络店铺。

（5）平面美工设计（PS）

课程目标：在教学过程中注重案例式教学，作品式教学，将平面设计的内容分解，详细讲解平面设计软件 photoshop 图像工具的使用，以及标志设计，图像修复，动画及多媒体影视后期材质制作及海报招帖等实际案例

教学内容：掌握文字处理；路径和画笔的基本操作；图层的运用；通道和滤镜的应用；店招与导航的设计；首焦轮播区的设计；商品详情页的设计；移动端店铺装修美工设计；首页设计的专业知识和技能技巧

（6）搜索引擎优化（SEO）

课程目标：了解和掌握搜索引擎优化的基本知识、核心环节和发展历程,理解搜索引擎优化的实施流程与步骤，了解搜索引擎工作原理，掌握从搜索引擎对页面的收录、索引、分析、排序到用户提供查询服务等内容，掌握如何寻找及筛选关键字的策略

教学内容：掌握关键词优化；网站优化；链接优化；优化工具的使用；用户体验的专业知识和技能技巧

（7）电商新媒体运营

课程目标：掌握新媒体平台的运营及推广的技巧与操作流程

教学内容要点：运营微信公众号为粉丝策划与提供优质传播性的内容；策划并执行微信营销线上日常活动及跟踪维护；增加粉丝数，提高关注度和粉丝的活跃度，并及时与粉丝互动；挖掘和分析网友使用习惯、情感及体验感受，及时掌

握新闻热点；充分了解用户需求，收集用户反馈，分析用户行为及需求。

(8) 电商广告设计 (COREDRAW|AI)

课程目标：学会广告设计等相关技能操作，掌握文字处理；路径和画笔的基本操作；图层、通道和滤镜等应用，以及学会网店以及设计相关排版。

教学内容要点：利用工具学会文字处理；路径和画笔的基本操作；图层、通道和滤镜等应用；同时掌握店招与导航的设计；首焦轮播区的设计；商品详情页的设计；移动端店铺装修美工和首页设计，此外学会网店以及设计相关排版。

2. 专业核心课

(1) 电商网店装修

课程目标：学会电商网店装修（含 PC 端、移动端、跨境端）等相关技能操作

教学内容要点：通过真实项目对装修的文字处理；路径和画笔的基本操作；图层的运用；通道和滤镜的应用；店招与导航的设计；首焦轮播区的设计；商品详情页的设计；移动端店铺装修美工设计；首页设计

(2) 电商新媒体技术

课程目标：学会淘宝美工；房产广告；舞台视频背景制作；婚庆电子照制作；PR 画中画制作；Adobe 创意广告视频制作相关技能操作

教学内容：掌握淘宝美工；房产广告；舞台视频背景制作；婚庆电子照制作；PR 画中画制作；Adobe 创意广告视频制作的专业知识和技能技巧。

(3) 电商运营推广 (C 店)

课程目标：学会 C 店网店注册等相关技能操作，掌握 C 店网店注册；定位店铺；发布商品；装饰店铺；后台管理；客服管理；线下管理；免费推广；活动推广；淘宝客推广技能。

教学内容：掌握 C 店网店注册；定位店铺；发布商品；装饰店铺；后台管理；客服管理；线下管理；免费推广；活动推广；淘宝客推广；直通车推广；钻石展位推广；淘宝注册店铺与运营；网店装修和店铺管理；淘宝网运营与商品发布；淘宝网推广和运营；订单管理和仓储管理、配送；淘宝促销推广战略；淘宝网客户服务的专业知识和技能技巧。

(4) 电商运营推广 (B 店)

课程目标：学会 B 店网店注册等相关技能操作，掌握 B 店网店注册；定位店铺；发布商品；装饰店铺；后台管理；客服管理；线下管理；免费推广；活动推广；淘宝客推广技能。

教学内容：掌握 B 店网店注册；定位店铺；发布商品；装饰店铺；后台管理；客服管理；线下管理；免费推广；活动推广；淘宝客推广；直通车推广；钻石展

位推广；京东注册店铺与运营；网店装修和店铺管理；京东网店运营与商品发布；京东网店推广和运营；订单管理和仓储管理、配送；京东促销推广战略；京东网店客户服务的专业知识和技能技巧。

（5）网络营销实务

课程目标：使学生掌握网络营销的科学内涵、网络营销学的相关理念，及网络营销基本理念、网络营销策略、独特的网站营销功能、网络营销计划与实施等内容。

教学内容：掌握网络市场调查设计；网站搜索引擎优化；软文撰写；微信营销技巧；博客营销技巧；视频营销技巧；弹出广告设计；H5 会议邀请函制作的专业知识和技能技巧。

（6）管理学

课程目标：管理学是电子商务专业专升本的统考课程，是一门系统地研究管理活动的普遍规律和一般方法的科学。学生通过这门课程了解管理的基本理论和基本原理，掌握管理学的学科体系，初步具有解决一般管理问题的基本素质和能力，并为以后学习更广泛、更专业的管理知识和管理技能奠定坚实的基础。

教学内容：该课程的开设和讲授，对经济、管理各专业学习基本理论、奠定学科基础、建立学科框架有着不可替代的重要作用。通过本课程的学习，挖掘德育元素，注重生态文明元素，使学生明确管理的各项职能、管理的任务、程序和方法，树立科学的管理思想，培育工匠精神。

（7）英语

课程目标：英语是电子商务专业专升本的统考课程，使学生掌握一定的英语基础知识和基本技能，具有一定的英语语言综合应用能力，并为提高学生专升本英语水平打下较好的基础。

教学内容：听、说、读、写、译的能力，从而能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料，在涉外交际的日常活动和业务活动中进行简单的口头和书面交流。

3. 专业延展课程

（1）直播电商实务

课程目标：认识直播电商运营实务纳入直播营销理论体系等学习任务，并引入企业综合案例开展实训，以任务为引领，采用基础知识、基本技能和 综合素养相结合的方式，通过情景式教学，结合案例分析和视频演示等方式，帮助学生理解提升学生职业素养。

教学内容：掌握微信营销；微博营销；社群营销；新媒体文案写作；新媒体常用工具；主流新媒体平台写作；直播运营的专业知识和技能技巧。

（2）网店运营与管理

课程目标：通过本课程的开展,旨在让学生全面具备 C2C、B2C 网店运营的实战网店操作实训流程,满足那些已经或正在进行网上开店,希望学完本实训之后能完全掌握网店的开设、运营管理、推广等,进而将网店做大做强。

教学内容要点：通过真实项目对网店注册；定位店铺；发布商品；装饰店铺；后台管理；客服管理；线下管理；免费推广；活动推广；淘宝客推广；直通车推广；钻石展位推广；京东注册店铺与运营；网店装修和店铺管理；京东网店运营与商品发布；京东网店推广和运营；订单管理和仓储管理、配送；京东促销推广战略等相关实训内容

4. 专业拓展课程

(1) 网店客服

课程目标：培养学生树立先进的客户服务理念,掌握高超的客户服务技能,使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等工作。

教学内容：掌握如何成为优秀客服；掌握网络客户服务准备工作；掌握常用服务沟通工具；掌握服务沟通技巧；掌握服务相关工作技巧；熟悉网络客户需求；熟悉网络客户类型；熟悉买家购物心理；应对客户讨价还价；排除网络客户疑问的专业知识和技能技巧

(2) 短视频营销实务

课程目标：掌握短视频营销主要借助短视频,通过选择目标受众人群,并向他们传播有价值的内容,学会短视频营销等相关技能操作。

教学内容：掌握短视频营销主要借助短视频,通过选择目标受众人群,并向他们传播有价值的内容,这样吸引用户了解企业品牌产品和服务,最终形成交易。做短视频营销,最重要的就是找到目标受众人群和创造有价值的内容的专业知识和技能技巧。

(3) 商务礼仪及沟通

课程目标：培养学生的礼仪修养以及分析解决人际交往问题的能力,使学生养成良好的礼仪习惯和个人素养,为高品位就业做好准备。

教学内容：掌握商务人员形象塑造；商务交往礼仪规范；商务人员职场礼仪法则；求职礼仪技巧运用；商务宴请礼仪；中外民俗礼仪的专业知识和技能技巧。

(4) 商务谈判技能

课程目标：培养学生掌握谈判的专业知识和技能技巧,学会商务谈判等相关技巧。

教学内容：掌握准备谈判；实施谈判；谈判队伍培训；谈判策划；谈判进程掌控；买卖谈判；合作谈判；索赔谈判的专业知识和技能技巧。

（5）电子商务物流管理

教学目标：掌握电子商务物流管理中的运输管理、仓储管理、配送管理、采购、营销、物流信息管理的理论知识和部分实操技能

教学内容：运输管理、仓储管理、配送管理、采购、营销、物流信息管理、国际货运代理、客户关系管理。

（6）物流学概述

教学目标：运输、配送、储藏、保管、流通加工、加工作业、分配、促销加工、包装、信息处理。

教学内容：通过本课程的学习，学生应深刻认识物流在国民经济中的作用，了解物流业的发展历程及物流概念的产生过程，知晓物流的分类和功能要素，熟悉物流系统的构成，掌握物流组织的基本方法，并在此基础上了解国内外物流业发展的现状，认识深圳物流业发展的特色。

（7）网页设计与制作（HTML5+CSS3）

教学目标：掌握使用 DIV+CSS 布局给定页面；使用 AP 元素完成网页中表单的实验；

教学内容要点：文本与图像；图文混排与超链接；CSS 样式表；使用数据表格；使用框架布局页面；DIV 标签的插入与编辑；使用 DIV+CSS 布局给定页面；使用 AP 元素；使用 FLASH 文件和音频文件；使用视频文件和其他类型的多媒体文件；网页中表单的实验；使用 spry Widget 特效和行为。

（8）市场营销实务

课程目标：本课程力图描绘市场营销的核心理念与专业核心技能，并进行适当的营销技能、态度的训练，尤其是对管理人员的营销思维模式的形成起主要支撑作用。

教学内容要点：市场营销环境分析能力培养工作项目；消费者行为分析能力培养工作项目；市场细分、目标市场与市场定位能力工作项目；产品策略运用能力培养工作项目；定价策略运用能力培养工作项目；渠道策略运用能力培养工作项目；促销策略运用能力培养工作项目

（三）实践课程平台

1. 专项实践课程

（1）入学教育与专业概述

教学内容：新生入学教育是整个大学教育的起点，是新生入学后大学生涯的第一课，为帮助学生尽快融入大学，顺利完成学业，实现专业的人才培养目标具有十分重要的意义。包括帮助新生认识、了解学校、学院和专业的认同感和归属感，树立以专业为荣的思想意识。帮助新生确定新的目标，强化学习意识。让学

生了解专业的人才培养模式，帮助学生熟知《学生手册》，培养学生的文明礼仪行为等。

（2）军事实践

课程目标：了解中国人民解放军三大条令的主要内容，掌握队列动作的基本要领，养成良好的军事素养，增强组织纪律观念，培养学生令行禁止、吃苦耐劳、团结奋进的集体荣誉精神。

教学内容：包括《内务条令》《纪律条令》《队列条令》《格斗基础》《战场医疗救护》《战备规定》《紧急集合》《行军拉练》《国防动员》教育。集合、离散、整齐、报数、出列、入列、行进、停止、方向变换，走进军营，学唱军营歌曲，走进爱国主义教育基地，了解军事思想的内涵和形成与发展历程，了解中国国防、国家安全、军事思想、现代战争等。

2. 综合技能课程

（1）综合实训课程（电商运营推广实训（C店）、电商运营推广实训（B店））

课程目标：学会电商运营及运营推广等操作

教学内容：掌握网店注册；定位店铺；发布商品；装饰店铺；后台管理；客服管理；线下管理；免费推广；活动推广；淘宝客推广；直通车推广；钻石展位推广；京东注册店铺与运营；网店装修和店铺管理；京东网店运营与商品发布；京东网店推广和运营；订单管理和仓储管理、配送；京东促销推广战略等相关实训内容。

3. 企业实践教学

（1）专业认知

教学内容要点：是学生基础课阶段的观摩环节，是职业教学计划中非常重要的实践性教学环节。其目的是使学生通过实践了解和掌握电子商务专业毕业后一般从事的职业类型、相关职业类型对从业人员知识、能力和素养等各方面的要求，要求学生理论联系实际，提高在生产实践中进行调查研究以观察问题、分析问题以及解决问题，初步具备一定的社会工作能力和方法，为后续专业课学习、专业见习、跟岗实习、顶岗实习、专业实习及毕业设计打下基础。

（2）认识实习

教学内容要点：要认知岗位的意义、岗位职责、同时对职业素质要求，比如技能要求、知识要求、角色定位要求、价值观要求、品质要求、冬季要求等，以及要认知岗位价值与定位，岗位待遇，工作注意事项，工作的发展前途等。另外对自我也要学会认知，了解自己适合岗位的特质、自己还欠缺的职业素质。

（3）岗位实习

教学内容要点：在校学生实习的一种方式。非基础教育学校学生毕业前通常

会安排学生进行实习，实习方式有集中实习、分散实习、岗位实习等。采用岗位实习方式，是使学生完全履行其实习岗位的所有职责，独当一面，具有很大的挑战性，对学生的能力锻炼起很大的作用；是《国务院关于大力发展职业教育的决定》中的“2+1”教育模式，即在校学习2年，第3年到专业相应对口的指定企业带薪实习，然后由学生自主就业。

（四）就业与十大育人体系平台

1. 双创就业课程

（1）创新创业通识课程

课程目标：激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学生理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和生涯管理能力。

教学内容：正确认识自我，适应大学生活；职业与成才的关系，职业生涯规划的意义与基本内容；如何做好职业生涯规划，职业生涯规划书的制作；就业形势分析，就业政策；求职准备与求职技巧，就业权益保护等。

（2）就业与职业规划

课程目标：培养学生创新意识，树立创新强国的理念，掌握开展创新创业活动所需的相关知识，锻炼学生发现问题并创新地解决问题的能力。

教学内容：通过痛点分析、创新性地寻找解决方案、商业模式分析等步骤，从0到1开发一个创新创业项目，撰写创业计划书。

2. “三全育人、五育并举”十大育人体系

根据《广州华南商贸职业学院“三全育人 五育并举”工作实施方案》《广州华南商贸职业学院“十大育人体系”系列活动实施方案》，学校通过课程、科技创新、实践、文化、网络、心理、管理、服务、资助、组织等方面工作的育人功能，组织学生所取得的学分，用作毕业所需最低“三全育人、五育并举”十大育人体系学分，还可作为评优评先的重要依据。

八、实施保障

（一）师资队伍

本专业目前专任教师10人，兼职教师10人，“双师型”教师比例为50%，兼职教师主要来自电商企业管理层人员以及电商实战经验丰富的一线员工。

专职教师：具有一定的电子商务专业知识能力，熟悉电子商务相关岗位要求，能胜任专业基础课和专业课的教学和一定的教科研能力，能为学生做示范，有创新能力，有团队合作精神，有良好的师德，热爱专业教学工作，具有高校教师资格证及本专业相关的专业职称资格。

兼职教师：在电子商务行业企业一线从事相应管理、技术岗位工作，具有电

子商务相关工作的丰富经历，具备较强的专业技能，熟悉工作流程，热心教育，能胜任专业一体化课程教学任务及指导学生实习实训，未来加强引进企业能工巧匠、行业/技术大师来校指导工作并承担一定的实训指导课程。

（二）教学设施

表 8.1 校内实训室汇总表

序号	实训室名称	主要设备	实训功能	实训项目
1	电子商务创业工作室	电子商务模拟平台和真实平台；电脑；宽带	电子商务 B2B、B2C、C2C 实训	电子商务综合技能
2	O2O 实训实习实体展示厅	实体商品及新概念产品	电子商务线上线下实训；市场营销实训	营销技能；O2O 技能
3	电商实训实战运营中心实训室	电子商务模拟平台和真实平台；电脑；宽带	电商实训实战实训	电子商务综合技能
4	商品采集中心实训室、O2O 电商产品展示区实训室	摄像机、灯光，实体商品及新概念产品	商品摄影技能、商品摆设装饰	商品摄影实训
5	电商直播营销实战中心实训室	直播设备、直播系统	直播营销技能	直播实训、营销实训
6	电商视觉营销实训中心实训室	电子商务模拟平台和真实平台；电脑；宽带	平面设计技能；网络宣传推广技能；网页制作技能	广告与平面设计实训、网站策划与推广

表 8.2 校外实训基地汇总表

序号	基地类别及数量	主要实训企业基地	实训岗位	实训任务
1	网站运营实训基地	广州诚惠信息科技有限公司、广州瑰之冠贸易有限公司	电子商务专员、电子商务买家、电子商务卖家、运营主管	完成网站的设计开发，以及系统的维护支持和网络安全管理
2	网络推广、网络销售客服实训基地	东莞市聚衣服饰有限公司（天猫、淘宝店）、广州市秀美有限公司（淘宝店）、佛山恒利诚不锈钢有限公司	网络推广、SEO 优化、美工员、设计师	完成 SEO 的优化，并进行网络营销和网络推广
3	生产性校外实训基地	佛山哼哈匠信息科技有限公司	电子商务专员、电子商务买家、电子商务卖家、运营主管、文案策划专员	完成网店、网站运营生产性实训及实习
4	八方盛世直播基地	广州八方盛世投资咨询管理有限公司	直播主播、直播助理	完成直播带货生产性实训及实习

（三）教学资源

按照国家规定配备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。规范教材选用程序，严格执行教材选用规定，禁止不合格的教材进入课堂；专业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，方便师生查询和借阅；建设和配备与本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，逐步达到种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

1. 教材选用

电子商务专业课程专业选修课选用符合高职办学层次、培养目标以及我院学生实际情况的教材，原则上选用高职高专近三年出版的教材，优先选用规划教材和重点教材，选用教材的版本和内容均考虑到近年教材的变动与更新，有效保证了学生能汲取到有用、新鲜和实用的相关知识和技能，可选用教师自编教材。

选用教材的版本和内容均考虑到近年教材的变动与更新，有效保证了学生能汲取到有用、新鲜和实用的相关知识和技能，可选用教师自编教材；注重加强专业网络教学资源建设，并充分利用数字化（网络）资料进行教学。

2. 图书资料

学校图书馆藏书中拥有电子商务专业的纸质和电子图书、期刊，包括电子商务职业资格证考试相关参考和培训书，电子商务方面的相关书籍等。

3. 数字化（网络）资源

初步建立校级专业教学资源库，目前有多门专业精品在线开放课程。电子商务专业的立体化教材、教学课件、实训任务书、实训指导书、实习任务书、实习指导书、授课录像、参考文献目录、常用网站链接、习题库、网上测试及网上辅导、学生实训视频、教学环境条件图片等；电子商务教研室资料库拥有关于电子商务资源介绍、电子商务案例、电子商务等相关的音像资料；国家级、省级、院级精品资源共享课和教学资源库，课程教学网络管理平台等。

（四）教学方法

本专业课程主要选用以实际任务为驱动的教学方法，以工作过程为导向，通过真实的工作内容构建教学情景，教师在“做中教”，学生在“做中学”，实现“教，学，做”的统一。

本专业课程选用一些具有精选的典型工作任务，每个任务按照“任务描述”——“训练任务”梯次进行编排，循序渐进，采用现场教学、尝试教学、过程教学、主题教学、情境教学、快乐教学等多种教学方式。

将专业的思维“互联网+思维”融入到教材中，采用配备微视频，展现案例操作实场景的教材，通过二维码扫码方式，实现与互联网+思维的融合，最终达

到互联网+创新型教学。

1. 讲授法（适用于思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、职业生涯规划、大学生心理健康教育等课程），通过简明、生动的口头语言向学生传授知识、发展学生智力的方法。

2. 讨论法（适用于创新创业基础、职业生涯规划等课程），在教师的指导下，学生以全班或小组为单位，围绕教材的中心问题，各抒己见，通过讨论或辩论活动，获得知识或巩固知识的一种教学方法，教师进行小结，概括讨论的情况，使学生获得正确的观点和系统的知识。

3. 直观演示法（适用于平面美工技术实务等课程），教师在课堂上通过展示各种实物、直观教具或进行示范性实验，让学生通过观察获得感性认识的教学方法。是一种辅助性教学方法，要和讲授法、谈话法等教学方法结合使用。

4. 练习法（适用于网店客服、商务礼仪及谈判技能等课程），学生在教师的指导下巩固知识、运用知识、形成技能技巧的方法。

5. 任务驱动法（电商新媒体技术、电商运营推广（C店）、电商运营推广（B店）等课程），教师给学生布置探究性的学习任务，学生查阅资料，对知识体系进行整理，再选出代表进行讲解，最后由教师进行总结。

6. 参观及现场教学法（专业认知、岗位认知、在岗学习、岗位实习等课程），组织或指导学习到育种试验地进行实地观察、调查、研究和学习，从而获得新知识或巩固已学知识的教学方法。

7. 自主学习法（公共选修选课等课程），为了充分拓展学生的视野，培养学生的学习习惯和自主学习能力，锻炼学生的综合素质，通常给学生留思考题或对遇到一些生产问题，让学生利用网络资源自主学习的方式寻找答案，提出解决问题的措施，然后提出讨论评价。

8. 示范及模拟教学法（适用于、网店客服、商务礼仪及谈判技能、搜索优化实务等专业基础课程），在教学过程中，教师通过示范操作和讲解使学生获得知识、技能的教学方法。在示范教学中，教师对实践操作内容进行现场演示，一边操作，一边讲解，强调关键步骤和注意事项，使学生边做边学，理论与技能并重，较好地实现了师生互动，提高了学生的学习兴趣和学习效率。

9. 项目教学法（电商运营推广实训（C店）、电商运营推广实训（B店）、网络营销实务等课程），以实际应用为目的，通过师生共同完成教学项目而使学生获知识、能力的教学方法。

（五）学习评价

教学评价一般包括对教学过程中教师、学生、教学内容、教学方法手段、教学环境、教学管理诸因素的评价，但主要是对学生学习效果的评价和教师教学工

作过程的评价。

教学评价的两个核心环节：对教师教学工作（教学设计、组织、实施等）的评价——教师教学评估（课堂、课外）、对学生学习效果的评价——即考试与测验。

1. 形成性评价

形成性评价是在教学过程中，为调节和完善教学活动，保证教学目标得以实现而进行的确定的学生学习成果的评价。形成性评价的主要目的是改进、完善教学过程，步骤是：首先确定形成性学习单元的目标和内容，分析其包含要点和各要点的层次关系。其次实施形成性测试。测试包括所测单元的所有重点，测试进行后教师要及时分析结果，同学生一起改进、巩固教学。最后实施平行性测试。其目的是对学生所学知识加以复习巩固，确保掌握并为后期学习奠定基础。

2. 总结性评价

总结性评价是以预先设定的教学目标为基准，对评价对象达成目标的程度即教学效果做出评价。总结性评价注重考察学生掌握某门学科的整体程度，概括水平较高，测验内容范围较广，常在学期中或学期末进行，次数较少。设定评价对象以外的客观标准，考察教学目标是否达成，可以促使学生有的放矢，主动学习，并根据评价结果及时发现差距，调整自我，具有明显的教育意义。

（六）质量管理

严明教学纪律，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，执行好巡课、听课、评教、评学等制度，执行校企联动的校外实习实训环节的督导制度，确保各教学环节的质量。建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，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，提高人才培养规格的达成度。执行毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，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。

九、教学进程安排（见附表：教学计划进程表）

教学进程是对本专业技术技能人才培养、教育教学实施进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。详见《专业人才培养方案教学进程表》。

十、课证融通（见附表：教学计划进程表）

1+X 证书（电子商务客户服务、网店运营推广）、CCAT 电子商务师（助理级、师级）职业资格证书等。

十一、附件

附件：2023 级电子商务专业（专本三二分段）人才培养方案教学进程表

电子商务(专本三二分段)专业人才培养方案(三年制)教学进程表

平台	课程模块	课程信息				各学期周学时数						考核方式	类型	备注		
		代码	名称	学分	学时			1	2	3	4				5	6
					总	理	实	13+3W	16+2W	16+2W	16+2W				18W	20
通识课程平台	公共必修课程	23GC080001	思想道德与法治	3	52	34	18	2/13W	2/13W					考查	B	
		23GC080002	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	52	32	20			4/13W				考试	B	
		23GC080003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概	2	32	24	8				2/16W			考查	B	
		23GC080004	形势与政策	1	48	24	24	2/4W	2/4W	2/4W	2/4W	2/4W	2/4W	考查	B	★1
		23GC080005	青年使命担当	1	20	10	10	2/5W	2/5W					考查	B	
		23GC070001	体育与健康一	1.5	26	4	22	2/13W						考查	B	★2
		23GC070002	体育与健康二	2	32	4	28		2/16W					考查	B	
		23GC070003	体育与健康三	1.5	26	4	22			2/13W				考查	B	
		23GC070004	体育与健康四	1.5	24	4	20				2/12W			考查	B	
		23GC000001	大学生心理健康教育	2	32	12	20	2/4W	2/4W	2/4W	2/4W			考查	B	
		23GC070005	中华优秀传统文化(美育)	2	32	20	12		2/16W					考查	B	★3
		23GC070006	劳动教育	1	20	4	16	2/5W	2/5W					考查	B	★4
		23GC000002	军事理论	2	36	26	10	2/9W	2/9W					考查	B	★5
		23GC000003	安全教育	0.5	8	8	2/T	2/T	2/T	2/T				考查	C	★6
		23GC030001	高职英语一	3	48	32	16	4/12W						考查	B	
	23GC030002	高职英语二	4	64	48	16		4/16W					考试	B		
	23GC010001	信息技术基础	3	48	10	38	4/12W						考查	B		
		小计:	34	600	292	308	16	12	6	4						
	公共选修课程	23GE070001	公共选修1(四史)	2	32	16	16		2/16W					考查	B	必选“四史”课程中的一门,以网络课程为主。
		23GE070002	公共选修2	2	32	16	16			2/16W				考查	B	
23GE070003		公共选修3	2	32	16	16				2/16W			考查	B		
23GE070004		公共选修4	2	32	16	16					4/8W		考查	B		
		小计:	8	128	64	64		2	2	2	2					
通识课程平台小计:				42	728	356	372	16	14	8	6	2				
专业课程平台	专业群共享课程	23SM050401	管理学基础	1.5	26	18	8	2/13W						考查	B	
		23SM050402	电子商务实务	3	52	26	26	4/13W						考试	B	转段考课程
		23SM050403	商务数据分析与应用	2	32	16	16		2/16W					考查	B	电子商务商务数据分析1+X证书
			小计:	6.5	110	60	50	6	2							
	专业基础必修课程	23SM050904	商品摄影技术	3	52	26	26	4/13W						考试	B	
		23SM050905	平面美工设计(PS)	4	64	32	32		4/16W					考试	B	全国高等学校计算机水平考试合格证书(二)
		23SM050906	搜索引擎优化(SEO)	2	32	16	16		2/16W					考查	B	
		23SM050907	电商新媒体运营	2	32	16	16			2/16W				考查	B	新媒体运营证书(选)
		23SM050908	电商广告设计(COREDRAW AI)	4.5	72	36	36					4/18W		考查	B	全国高等学校计算机水平考试合格证书(二)
			小计:	15.5	252	126	126	4	4	2	2	4				
	专业核心课程	23SI050901	电商网店装修	6	96	48	48		6/16W					考试	B	
		23SI050902	电商新媒体技术	6	96	48	48			6/16W				考试	B	
		23SI050903	电商运营推广(C店)	6	96	48	48			6/16W				考试	B	电子商务助理工程师证书(选考) 1+X电子商务客户服务证书(选考)
		23SI050904	电商运营推广(B店)	6	96	48	48				6/16W			考试	B	电子商务助理工程师证书(选考) 1+X电子商务客户服务证书(选考)
		23SI050905	网络营销实务	6	96	48	48				6/16W			考试	B	网络营销工程师证书(选考)
		23SI050906	管理学	4.5	72	36	36					4/18W		考试	B	转段考课程
		23SI050907	英语	4.5	72	36	36					4/18W		考试	B	转段考课程
			小计:	39	624	312	312		6	12	12	8				
	专业拓展课程	23ST050901	直播电商实务	2	32	16	16			2/16W				考查	B	
		23ST050902	网店运营与管理	4	64	32	32					4/18W		考查	B	
		小计:	6	96	48	48				2	4					
专业拓展课程	23SE050401	网店客服	2	32	16	16			2/16W				考查	B		
		短视频营销实务														
	23SE050402	商务礼仪与沟通	2	32	16	16			2/16W				考查	B		
		商务谈判技能														
	23SE050403	电子商务物流管理	2	32	16	16				2/16W			考查	B		
		物流学概述														
23SE050404	网页设计与制作(HTML5+CSS3)	2	32	16	16				2/16W			考查	B			
	市场营销实务															
	小计:	8	128	64	64			4	4							
专业课程平台小计:				75	1210	610	600	10	12	18	20	16				

电子商务(专本三二分段)专业人才培养方案(三年制)教学进程表

平台	课程模块	课程信息				各学期周学时数						考核方式	类型	备注		
		代码	名称	学分	学时			1	2	3	4				5	6
					总	理	实	13+3W	16+2W	16+2W	16+2W				18W	20
实践课程平台	专项实践课程	23PC000001	入学教育与专业概论	0.5	8	8		2/T	2/T	2/T	2/T			其他	C	
		23PC000002	军事实践	2	112		112	3W						其他	C	
			小计	2.5	120	8	112									
	综合技能课程	23PW050901	电商网店装修实训	2	40		40		2W					考查	C1	专周实训
		23PW050902	电商运营推广实训(C店)	2	40		40			2W				考查	C1	专周实训
		23PW050903	电商运营推广实训(B店)	2	40		40				2W			考查	C1	专周实训
			小计	6	120		120									
	企业实践教学	23PB000001	专业认知					8/T						考查	C	在1门核心课程中安排课时
		23PB000002	认识实习						8/T	8/T				考查	C	在2门核心课程中安排课时
		23PB000003	岗位实习	20	300		300						20W	考查	C	含毕业设计(论文)
		小计	20	300		300										
实践课程平台小计:				28.5	540	8	532									
就业与育人体系平台	双创就业课程	23EC070001	创新创业通识课程	1	16	8	8	2/4W	2/4W					其他	B	
		23EC070002	就业与职业规划	1	20	4	16	2/6W			2/4W			其他	B	
			小计	2	36	12	24									
	十大育人体系课程	23ES000001	“三全育人、五育并举”十大育人体系课程	13.5				★	★	★	★	★		其他	C	
			小计	13.5												
就业与育人体系平台小计:				15.5	36	12	24									
总计				161	2514	986	1528	26	26	26	26	18				

★1第六学期以实践、线上学习为主。

★2含健康教育12课时、学生体质测试课时。

★3含实践教学6学时，参加社会调研活动。

★4劳动实践由学生发展部安排。

★5含实践教学10课时、讲座形式开展

★6讲座或线上方式开展

表7.1 教学活动周进程时间安排表

项目 学期	常规教学	认知实习	岗位实习	专项及 综合实践	期末考试	机动	本期周数
一	13			3	1	1	18
二	16			2	1	1	20
三	16			2	1	1	20
四	16			2	1	1	20
五	17.2	0.8	0		1	1	20
六	0		20				20
总计	78.2	0.8	20	9	5	5	118

表7.2 理论教学与实践教学学时、学分统计表

序号	平台类型	课程模块	学分	占总学分比	理论教学学时		实践教学学时	
					学时	占总学时比	学时	占总学时比
1	通识平台课程	公共必修课程	34	21.12%	292	11.61%	308	12.25%
2		公共选修课程	8	4.97%	64	2.55%	64	2.55%
3		小计:	42	26.09%	356	14.16%	372	14.8%
4	专业课程平台	专业群共享课程	6.5	4.04%	60	2.39%	50	1.99%
5		专业基础必修课程	15.5	9.63%	126	5.01%	126	5.01%
6		专业核心课程	39	24.22%	312	12.41%	312	12.41%
7		专业延展课程	6	3.73%	48	1.91%	48	1.91%
8		专业拓展课程	8	4.97%	64	2.55%	64	2.55%
9		小计:	75	46.58%	610	24.26%	600	23.87%
10	实践课程平台	专项实践课程	2.5	1.55%	8	0.32%	112	4.46%
11		综合技能课程	6	3.73%	0	0%	120	4.77%
12		企业实践教学	20	12.42%	0	0%	300	11.93%
13		小计:	28.5	17.7%	8	0.32%	532	21.16%
14	人就业与育 台体系与平	双创就业课程	2	1.24%	12	0.48%	24	0.95%
15		十大育人体系课程	13.5	8.39%	0	0%	0	0%
16		小计:	15.5	9.63%	12	0.48%	24	0.95%
17		总计:	161	100%	986	39.22%	1528	60.78%
18	课程数:	53	A类课程	0	B类课程	43	C类课程	10
19	占比	100%	占比	0%	占比	81.13%	占比	18.87%
20	考试课程	12	考查课程	36	其他课程	5	c1类课程	3
21	占比	22.64%	占比	67.92%	占比	9.43%	C1类占比	5.66%

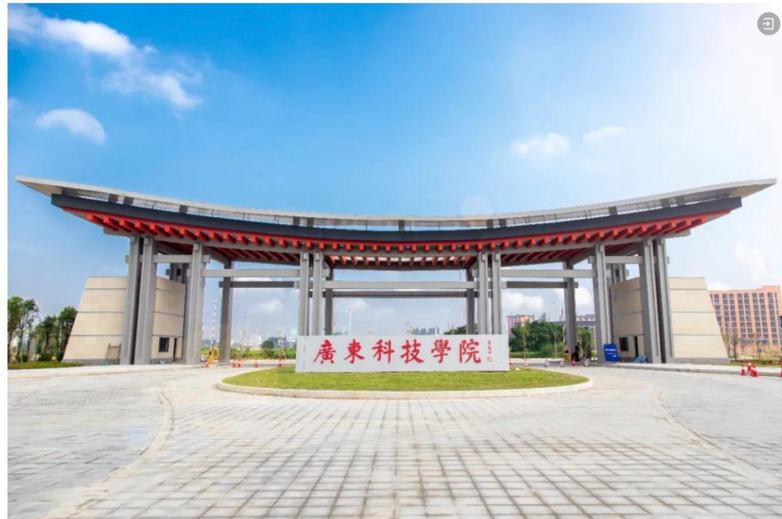
推文链接 1:

<https://mp.weixin.qq.com/s/LQDt3sbdVxzXxt5b3pNF6Q>

为你解读本科试点班，来华南 ×

日前，华南商贸发布了2020年招生计划《华贸2020年招生计划公布，本科试点班开始招生！》（点击蓝字可查看推文），根据招生计划，华南商贸2020年夏季高考招生3354人，开设38个专业，在全国10个省市进行招生。其中，**软件技术**和**电子商务**两个专业经广东省教育厅批准，分别与**广东科技学院**软件工程专业和电子商务专业开展三二分段专升本应用型人才培养。

广东科技学院的有关介绍请点击下方图片



推文链接 2:

https://mp.weixin.qq.com/s/JkE1KX_igitR_tDSAgatIA

专科分数读本科，还是热门专 ×

此次华贸“三二分段专升本协同育人”招生专业为“电子商务”和“软件技术”两个专业，每个专业计划招生100人，被录取的学生入学后将在广州华南商贸职业学院学习三年，参加“专升本”转段考核并合格后，第四年赴广东科技学院继续学习两年，经考核合格后即可获得国家认可的全日制本科学历和学士学位。

省级高水平专业群—软件技术

软件技术专业群由软件技术、计算机应用技术、计算机网络技术和数字媒体应用技术四个专业组成，充分对接软件行业产业链，其中软件技术专业是省级品牌专业、三二分段专升本试点专业，计算机应用技术是学校重点建设专业，归属于我校云智信息技术学院。

精准对接软件产业转型升级及产业高端人才的市场需求，软件技术专业群致力于培养服务粤港澳大湾区软件产业的高素质劳动者和技术技能型人才。建校15年来，华南商贸已为粤港澳大湾区输送上千名软件开发、网站建设人才，毕业生就业率近97%。



推文链接 3:

https://mp.weixin.qq.com/s/gWIHY0fZ3RtCOJkGiY_wKw

8500个计划! 华南商贸2023 x

攻略一 了解招生计划

8500个计划
41个专业

招生计划多
录取机会则较大
招生专业多
报考选择面也较广

2023年广州华南商贸职业学院招生计划共8500个, 春季已录取5206人, 夏季面向广东、安徽、河南、广西、四川、甘肃、新疆、湖北、福建、江西、青海、湖南共12个省区招生, 其中广东省招生计划数2981人, 省外313人。(省外具体专业计划待发布)

此外, 学校今年还开展了“三二分段专升本协同育人”项目, 有软件技术、电子商务两个专业, 共招生150人。

广州华南商贸职业学院
【“三二分段”招生计划表】

广州华南商贸职业学院2023年夏季高考“三二分段专升本协同育人”招生计划表
招生代码: 13927

二级学院	专业	对接本科 高校名称	物理类		历史类		学费 (元/年)
			专业组代号 (502)	专业组代号 (504)	专业组代号 (504)	招生计划	
云智信息技术学院	软件技术	广东科技学院	136	60	236	40	19000
数智经济贸易学院	电子商务		137	25	237	25	

教学资源共享证明

经确认，我校电子商务、跨境电子商务专业于 2024 年 3 月已正式接入并使用广州华南商贸职业学院教学资源库。该资源库包含丰富的专业课程、实训案例等数字化教学资源，通过共享使用，有效提升了我校相关专业建设水平和人才培养质量，促进了教育教学的协同发展。

特此证明

广州南洋理工职业学院
数字商学院
2025 年 3 月 20 日

