



广州华南商贸职业学院二类品牌专业建设



电子商务专业

建设方案

2020.01

目 录

一、建设背景.....	1
二、建设基础.....	1
三、建设目标.....	3
（一）建设总体目标.....	3
（二）建设细化目标.....	4
四、建设内容及主要措施.....	6
（一）教育教学改革.....	6
（二）教师发展.....	12
（三）专业特色.....	15
（四）教学条件.....	17
（五）社会服务.....	20
（六）对外交流与合作.....	21
五、建设实施步骤及进度安排.....	22
六、经费预算.....	25
七、保障措施.....	26
（一）组织保障.....	26
（二）人员保障.....	26
（三）经费保障.....	26
（四）政策保障.....	27
（五）质量控制.....	27
八、辐射带动.....	27
（一）示范和辐射作用.....	27
（二）技术服务.....	27
（三）培训服务.....	28

一、建设背景

我国电子商务行业发展迅猛，产业规模迅速扩大，根据中国产业调研网发布的中国电子商务行业现状调研分析及发展趋势报告（2016版），认为互联网环境的改善、理念的普及给电子商务带来巨大的发展机遇，我国电子商务行业进入新一轮高速发展与商业模式创新阶段，衍生出更为丰富的服务形式与盈利模式，而电子商务网站数量也快速增加。

电子商务作为现代服务业中的重要产业，已经成为中国重要的社会经济形式和现代流通方式，在增强国民经济发展活力、提高社会资源配置效率、促进中小企业发展、带动创新创业等方面发挥了重要作用。该产业涉及的岗位分布广且呈现出各岗位需求逐年转旺、需求变化较快的态势，同时带动了上下游产业如市场营销、现代物流等行业井喷式发展，电子商务类企业用人需求越来越倾向复合型人才。

专业建设需要标杆，以标杆为鉴，可以明辨我们的长短优劣，明确我们前进的方向。我们选取省内的潮汕职业技术学院、广东科学职业技术学院和省外的义乌工商职业技术学院作为标杆专业，进行了调研分析。通过调查分析，两校的共同特点有：第一，紧密依托和结合本地占优势的产业，尤其是具有草根特点的个体批发市场创业；第二，电子商务教育与创业教育的无缝融合，例如义乌学院的创业学院与电子商务学院的一体化，以及潮汕职业技术学院以电子商务创业为全院核心的专业体系布局；第三，另辟蹊径、创造性地解决了学生实习实训困难的问题。思路是利用电子商务天然具有的创业优势，鼓励学生在校创业和毕业生创业开公司，以这些创业学生的团队和公司为基础，基本解决了学生实习实训的问题，突破了传统专业学生实习实训依赖外部企业为主的困局；第四，切实以学生为主体，把实践教学落到实处，例如义乌工商职业技术学院先“实践”后“理论”的课程教学体系、潮汕职业技术学院学业创业同步的实战教学方法；第五，实践导向的学生评价制度，例如义乌学院以创业学分替代为核心的学生综合评价体系，以及潮汕学院的业绩为王的学生成绩考核制度。第六，突出创业学生的明星效应；第六，因材施教，电子商务创业人才与企业电子商务运营人才分流培养。

二、建设基础

广州华南商贸职业学院电子商务专业源于2006年开设并招生，已经招生14届，至今已经培养与正在培养学生共有近1900名。在“根据市场设专业，根据需要定课程，根据岗位练技能”的人才培养思路的指引下，在先进的职业教育思想和明确的电子商务专业定位目标下，电

子商务专业建设取得阶段性成果，形成了综合实力强，办学积淀雄厚，人才培养质量好，社会认同度高，适应经济社会发展的、有一定的品牌知名度的专业。

其主要发展历程如下：

2006年电子商务专业成立，开始招收三年制高职学生；

2009年首届电子商务专业毕业生，共51人，就业率达100%；

2014-2016年，学院建有电子商务相关的实训室，其中包括电子商务实训室、网页设计实训室、ERP经营模拟实训室、物流管理实训室、国际贸易实训室、市场营销实训室、大学生创新创业中心、电子商务工作室、电子商务实战平台、电子商务模拟平台实验室等。

2014年与广州市诚惠信息科技有限公司和洋货站签订校内实训基地合作协议。

2016年与广州市澳冠贸易有限公司和瑰之冠签订校内实训基地合作协议。

2016年5月，确定为学院重点建设专业，并立项进行建设，建设期三年。

2018年与广州大麦电子商务有限公司签订校外实训基地合作协议；

2018年与广州新嘉华信息科技有限公司签订校内和校外实训基地合作协议；

2019年分别广东省电子商务商会、广东谷网网络科技有限公司签订校外实训基地合作协议，其中与广东省电子商务商会同时建立定点班学历教育培养和师徒制合作培养基地。

现在13个班，在校生566人，其中2017级148人，2018级292人，2019级126人，近三年每届学生都在120人以上，毕业生初次就业率90%以上，社会认可度高。

近三年来专业教学团队发表论文40余篇，出版专业教材6本，主持或参与科研项目10多个，其中有7项省级课题；广州华南商贸职业学院电子商务专业探索并完善着企校协同育人的“校企合作，工学结合”的人才培养模式，电子商务专业目前有1名国内访问学者，2名南粤优秀教师，3名教学名师，2名专业带头人，6名骨干教师，8名优秀教师。教师团队一览表如表1所示。

表1 电子商务专业教师团队一览表

序号	姓名	学历	教龄	职称	双师素质	企业工作经历
1	蔡光荣	硕士	37	教授	是	挂职锻炼10年
2	陈红	硕士	24	教授	是	挂职锻炼5年
3	高进锋	本科	12	讲师/高级电子商务师	是	5年
4	魏松林	本科	26	副教授	是	挂职锻炼8年
5	李振斌	本科	32	教授	是	挂职锻炼10年
6	魏海涛	硕士	15	讲师	是	10年

7	倪国章	本科	16	讲师/电子商务师	是	10年
8	祁兆辉	硕士	5	助教	是	挂职锻炼4年
9	黄姣	本科	11	高级电子商务师/讲师	是	挂职锻炼2年
10	林雪媛	硕士	1	助教	否	
11	潘洁仪	硕士	1	助教	否	
12	付丽萍	硕士	7	讲师	是	挂职锻炼3年
13	游晴英	硕士	14	讲师/经济师	是	挂职锻炼2年
14	刘晓艳	硕士	6	经济师/讲师	是	5年
15	杨金宏	博士在读	16	讲师/经济师	是	15年
16	王少瑜	硕士	5	经济师/讲师	是	挂职锻炼2年
17	张少勇	硕士	9	经济师/讲师	是	挂职锻炼2年
18	谢桂珊	博士在读	11	讲师	是	挂职锻炼4年
19	邹小焱	本科	16	经济师/讲师	是	挂职锻炼3年
20	郭剑南	本科		工商管理	事业部总监（蓝月亮有限公司）	
21	崔太亮	硕士		工商管理	技术总监（方舟市场研究咨询有限公司）	

建成14个校内外实训基地，教学和实训条件良好，人才培养质量保证体系初具成效；学生参加省级以上比赛获奖5项，完成包括电商在内的社会服务多项项目，学生证书获取率、就业率、对口率、创业率、用人单位满意度都处于较高水平，人才培养质量和社会认可度居于同类民办院校前列。

三、建设目标

为了进一步探索专业发展特色，强化专业影响力，我们以“以电商运营为引领，服务中小企业；构建华贸企校协同育人电商平台，激发学生自我发展的内驱力和行动力”为特色，制定本专业的建设目标。

根据《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》（国发〔2014〕19号文）关于“坚持校企合作、工学结合，强化教学、学习、实训相融合的教育教学活动”精神，围绕学院“一线定位，商贸教育”的先进教育理念，不断深化“校企合作，工学结合”的人才培养模式，计划经过三年的努力，通过企校多方共建，创新专业办学机制，在人才培养质量、技术服务水平和社会培训能力方面具有明显优势，产学研体系较为完善，教学资源相对合理，具有较强的核心竞争力、可持续发展能力、辐射带动能力及影响力，建设成为广东省内富有特色的品牌专业。

（一）建设总体目标

1. 全面提升专业综合实力

通过三年的建设期，将电子商务专业建成具备全省一流的师资、一流的教学条件、一流的教学管理、一流的教学科研水平、一流的社会服务能力的专业。将电子商务专业建成在全省高职院校同类专业中名列前茅，在全国具有一定影响力和竞争力，形成高水平、全省一流、充分体现学校办学特色、独具个性的专业特色。

2. 专业人才培养质量稳步提升

通过三年的建设期，做到毕业生初次就业率达到 95%以上，应届毕业生初次就业平均起薪线高，基本工作能力和核心知识满足度高，工作与专业相关度高，职业期待吻合度高，就业现状满意度高，就业质量稳步提升。

3. 专业社会认可度显著提高

通过三年的建设期，新生第一志愿投档录取率与立项建设前相比显著提高。普通高考统考招生录取中，第一志愿投档线与立项建设前相比显著提高。新生报到率与立项建设前相比显著提高，同时做到生源质量稳步提升，以及毕业生对母校的满意度和推荐度较高。

（二）建设细化目标

1. 教育教学改革

（1）人才培养机制。校企共同确定专业教学标准，科学制定人才培养目标与规格，共同制定人才培养方案，共同开发核心课程，共同建设实训基地，共同评价人才培养质量。标志性成果为力争建成省级技能大师工作室，立项省级高职教育教学改革与实践项目。

（2）教学改革。探索定制班教学,探索翻转课堂教学,推行中高职本科连贯培养,做到毕业生的教学满意度超过 90%。标志性成果为荣获省级教学成果奖，同时立项省级高职教育教学改革与实践项目。

（3）创新创业教育。改革教法、完善实践、因材施教，促进专业教育与创新创业教育的有机融合。标志性成果为立项省级大学生创新创业训练计划项目，完善校级创新创业教育专门课程，参加国家级、省级挑战杯及创新创业竞赛等，同时提升应届毕业生的自主创业学生所占比达专业毕业生 3%以上。

（4）学生成长与发展。省级高职院校技能大赛并获佳绩，立项省级攀登计划项目，专业学生获取专业对口高级以上证书的专业中，应届毕业生获取高级以上证书的获取率超过 80%。应届毕业生初次就业平均起薪线，不仅超过全省高职院校毕业生平均月收入，同时月薪在 4500

元以上，毕业生对学校的满意度大于 95%，毕业生工作与专业相关度达到 80%以上。标志性成果为学生参加省级高职院校技能大赛并获得佳绩。

(5) 质量保证。开展在校生学习成果评价和毕业生跟踪调查，建立专业自我诊断与改进机制。

2. 教师发展

(1) 激励和约束机制。电子商务专业建立长效机制，将专业建设、课程改革、担任学生导师、教学科研、技能竞赛等纳入教师教育教学工作量。标志性成果为立项省级高职教育教学改革与实践项目。

(2) 专业带头人。标志性成果为培育省级专业领军人才和省级教学名师；1 名南粤优秀教师或珠江学者。

(3) 教学团队。标志性成果为建设成一支数量充足、结构合理、专兼结合的省级专业教学团队，在省信息化教学和微课大赛取得奖项，省级 SYB 培训师，电子商务专业专任教师师师比小于 20:1；实现专业专任教师高级职称比例大于 30%，“双师素质”专业专任教师比例大于 85%，专任教师中硕士以上学历的比例大于 70%，同时专任教师人均年企业实践时间大于 2 个月。另外聘请具有 3 年以上行业企业工作经历专业专任教师比例大于 30%。

3. 专业特色

积极调整专业定位，“1) 以电商运营技能为引领 2) 以电商实验室的众创空间为基础 3) 以赛培养学生技能为辅助 4) 以校企双制共同实施教学”作为本专业特色建设依据；实现“依托校园电子商务商城的校企合作协同育人平台”“专业打通职业教育‘立交桥’，推进中职、高职、本科协同培养”。

4. 教学条件

(1) 优质教学资源。标志性成果为开发一套真实运作的电子商务校园购物平台，建设一个校级职业教育专业教学资源库，以及一门省级精品在线开放课程和多门校级精品在线开放课程，以及多门课程标准和实训指导书，同时建成国家级规划教材或精品教材等。

(2) 校内实践教学基地。实现专业生均实训设备总值大于 8321 元/生以及专业生均学年校内实践基地使用时间大于 406 学时/生。标志性成果为立项省级电子商务专业实训基地。

(3) 校外实践教学基地。标志性成果为力争建成省级大学生校外实践教学基地。

5. 社会服务

标志性成果为力争建成校级的技能大师工作室，实现国家发明专利、实用新型专利、外观专利或软件著作权 2 项等。

6. 对外交流与合作

(1) 具有国际视野的人才培养。提升去境外交流学生所占比例和赴境外参加培训的专业专任教师所占比例。(2) 国内合作交流。提升全日制在校生去其他学校交流学生所占比例。(3) 达成省三二分段项目。

三年建设期建成校级创新创业教育专门课程、技能大师工作室、职业教育专业教学资源库；培育省级教学名师；另外省级技能大师工作室，高职教育教学改革与实践项目，教学成果奖，大学生创新创业训练计划项目，高职院校技能大赛并获佳绩，专业教学团队，精品在线开放课程，校内电子商务专业实训基地，大学生校外实践教学基地，信息化教学和微课大赛取得奖项，三二分段项目，攀登计划项目，SYB 培训师，南粤优秀教师；和国家级挑战杯及创新创业竞赛，国家级“互联网+”创新创业大赛，国家级规划教材或精品教材，实现国家发明专利、实用新型专利、外观专利或软件著作权，高职教育教学改革与实践项目等 19 项取得至少 2 项国家级标志性成果、6 项省级标志性成果。

四、建设内容及主要措施

在 3 年建设期内，我们把为地方经济培养“下得去、用得上、留得住”的高素质技能型专门人才作为办学目标，遵循“以服务为宗旨，以就业为导向，走工学结合、产学研结合发展之路”的高职办学思想，加强市场调研，办学思路逐步明晰，坚持电子商务专业建设总理念，加强专业建设。其主要内容如下：

(一) 教育教学改革

1. 人才培养机制

电子商务专业探索弹性学制，加强与企业合作，创新校企合作共建专业机制，大力搭建高职教育应用技术协同创新中心、技能大师工作室等，充分调动社会、行业企业参与品牌专业建设的积极性。依据企业职业岗位能力要求和技术标准，校企共同确定专业教学标准，科学制定人才培养目标与规格，共同制定人才培养方案，共同开发核心课程，共同建设实训基地，共同评价人才培养质量。**标志性成果为**力争入选省级技能大师工作室，立项省级高职教育教学改革

与实践项目。

(1) 根据珠三角地区产业结构调整、电子商务行业发展和劳动力市场的需要,认真制订好专业建设调研、规划,制定适合职业岗位要求的人才培养方案。

三年建设期内,我们将进一步针对高职电子商务专业人才培养的难点问题,在培养模式中大胆创新,根据学生个体的特殊性,实施因材施教,人才培养方案的制定以企业职业岗位要求为依据,突出“三个导向”,即以参照企业岗位标准为导向;以获取职业资格证书为导向;以提高学生就业水平为导向。附电子商务专业标准流程图,如图 5-1 所示。

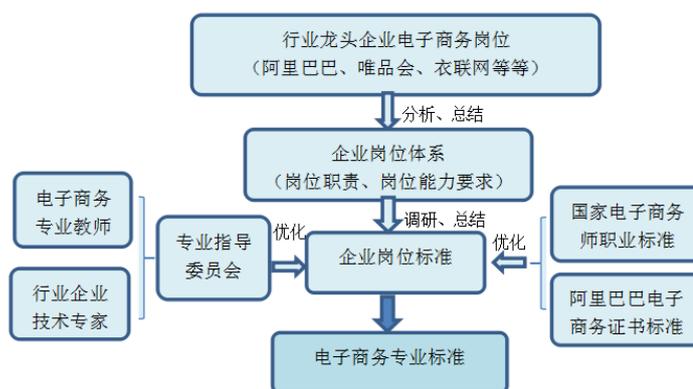


图 5-1 电子商务专业标准流程图

(2) 专业服务产业,拓展校企合作办学新途径

按照“依托行业、对接产业、合作企业”的理念,实现专业建设与行业产业发展的零距离对接。在前期为商户提供电商运营服务的基础上,三年建设期内,将在南博集团的全力支持下,新建“广东省农产品高校电商运营中心”,帮助广东省更多县域打造农产品品牌;推广农产品上行、上线;代运营网店;培训电商运营人才等,进一步提升专业社会服务能力。

2. 教学改革

三年建设期内,电子商务以培育和实践专业特色为主线,开展以发展型、创新型、复合型技术技能人才培养为核心的教育教学改革,探索定制班教学。研制具有广东特色、体现终身教育理念、推行中高职本科连贯培养、系统设计的职业教育专业教学标准和课程标准,开展现代学徒制技术技能人才培养试点,开展校内专任教师与校外行业企业高技能水平兼职教授共同讲授一门课程的试点。校企共同设计科学规范的专业课程体系,反映行业领域的新技术、新工艺、新规范,典型的合作企业有广州新嘉华公司,共建电子商务实训课程,引入最新的电商平台及最新的电商教学理念和教学方法,与知名跨境电商企业广东谷网络科技有限公司合办“现代

学徒制班”。

电子商务专业建设深入开展课程建设与改革，创新课堂教学，将人才培养模式改革成果、专业建设成果落细落小落实到课堂上，争取做到毕业生的教学满意度**超过 90%**。推行项目教学、案例教学、工作过程导向教学等融“教、学、做”为一体的教学模式。改革教学方法和手段，强化“以学生为中心”的理念，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式教学，激发学生主动学习的动力，注重学生职业素养教育，增强学生学习能力和可持续发展能力。加强和改进学生思想政治教育工作。同时应用现代信息技术改造传统教学，探索**翻转课堂教学**，专业逐步将《市场营销实务》和《电子商务实务》等几门课程试点进行翻转课堂教学，促进泛在、移动、个性化学习方式的形成。系统设计、实施实践教学，探索建立“校中厂”、“厂中校”等。

电子商务专业不断深化教育教学改革，鼓励教师发表高水平教学研究论文，积极参加省和国家教学成果奖的申报并力争获奖，充分发挥其引领示范作用。推进与广东科技学院（本科）与学院电子商务专业（专科）协同育人试点，探索本科层次职业教育的实现形式。开展现代学徒制试点和自主招生培养改革试点。积极探索职前培养与职后培训、职业教育与终身教育的有机结合。**标志性成果**为力争入选省级教学成果奖，同时立项省级高职教育教学改革与实践项目。

（1）优化基于创新创业培养的课程体系

为提供人才培养质量，课程建设坚持以市场为导向、以职业能力为本位的指导思想，根据行业企业需求、专业培养目标来确定课程体系，建立有利于学生可持续发展的应用性理论教育与技能性实践教学相结合的、以项目化教学为主体的“4+1”模块化课程体系，将课程融入工作过程，进一步采用“移动学习”、“翻转课堂”等新型教学方法，积极探索与实践“混合式教学模式”，促进现代信息技术与教育教学的深度融合。坚持“知识够用，技能过硬”的原则，科学分配理实比例，理论教学以梳理教学内容，整合、序化知识模块为重点，重在传授与职业技能相匹配的专业基础知识，培养学生的自主学习能力和创新创业能力。课程体系如图 5-2 所示。

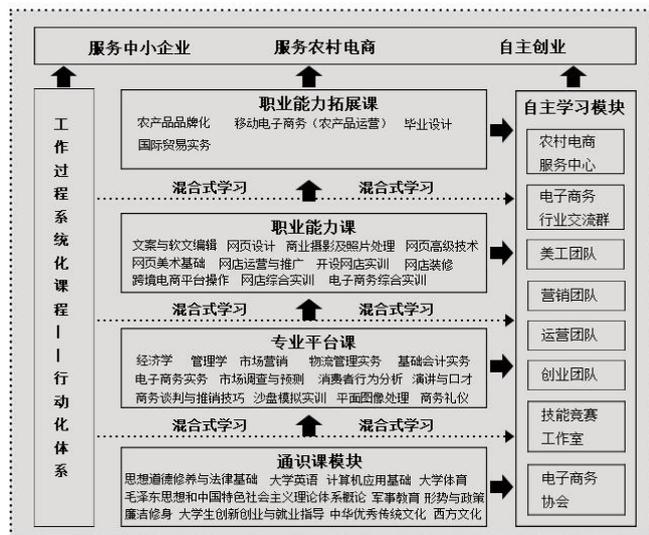


图 5-2 “4+1” 模块化课程体系

(2) 构建符合学院（乃至省级）品牌专业要求的实践教学体系

通过优化教学环节，精选理论教学内容，增加实践教学比重，强化实践教学环节。重视各类实训、实习、课程设计、职业资格认证、技能竞赛、电子商务岗位见习、毕业实习、毕业设计等环节在学生实践能力培养中的不同作用与衔接，构建层次清晰、目标明确的实践教学体系。

电子商务专业实践教学内容由课内实践教学、课外实践教育和个性发展教育三部分组成。课内实践教学是按照电子商务专业能力培养规律，将培养目标分解为认知、基础、综合和专业四阶段，将实训、实习、课程设计、职业资格认证、技能竞赛、岗位见习、顶岗实习、毕业实习、毕业设计等环节统筹安排，构成树状实践教学体系如图 5-3：

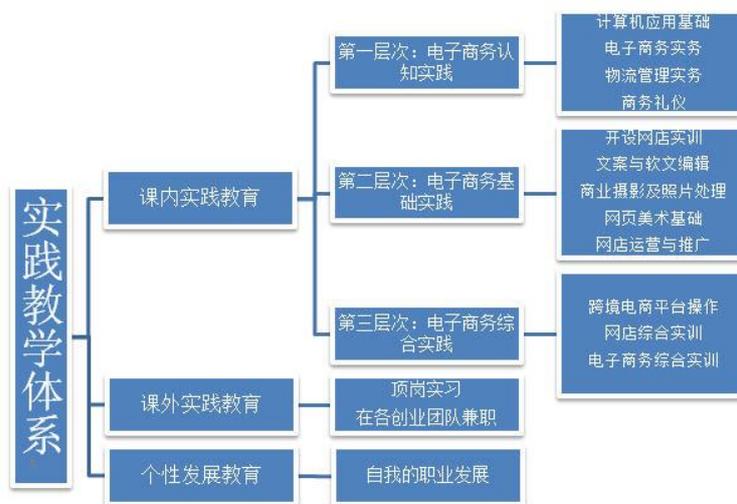


图 5-3 专业实践教学体系

(3) 推广基于工作过程任务驱动的项目化教学方法

为提供教学质量，本专业积极改革教学方法，推选优秀教师开展公开课活动，通过分享基于工作过程的项目式教学模式实施的基本过程和实施经验，探讨该模式的本质和核心要素。教学实践证明：部分专业课程运用这种教学模式提高了教学质量，激发了学生的学习兴趣，实现了理实一体化教学。课程中更多地融入了工作过程性知识，同时也提高了学生的学习效率，增强了对学生专业技能的培养，提升了学生的综合职业能力，教师也在教学实践中得到了提升。同时也配套编写了多门项目式院级教学教材《电商营销手段与技术实训指导书》、《电商经营方法与技能实训指导书》、《电商工具运营与技术实训指导书》、《电商项目基本开发实训指导书》、《电商综合实训指导书》、《大学生创新创业指导教程与案例分析》、《大数据运营分析》、《视觉营销》等专业教材和实训指导书。

将以教师、课堂、教材为中心的传统教学法，改革为基于工作过程任务驱动的并以学习、学生和学习效果为中心的项目化教学新方法，基于工作过程任务驱动的项目化教学是以其“项目导入、任务驱动”的教学形式，克服传统教学法的弊端，使学生在主动获取知识的同时得到综合素质能力的培养。基于工作过程任务驱动的项目化教学流程如图 5-4 所示：

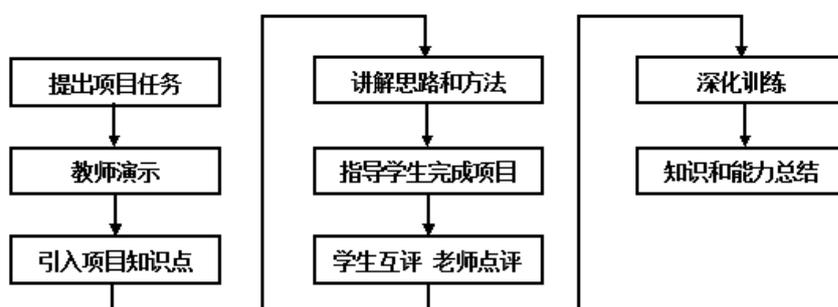


图 5-4 基于工作过程任务驱动的项目化教学流程图

基于工作过程任务驱动的项目化教学要求“任务”贯穿始终，让学生在讨论任务、分析任务、完成任务的过程中顺利建构起知识结构。引入的项目，最好是企业现实项目，或者是以往企业做过的项目，项目教学可以使学生在解决问题中习惯于一个完整的方式，所设置的“项目”（企业运营真实项目）包含多门课程的知识。项目教学法就是在老师的指导下，将一个相对独立的项目交由学生自己处理，信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价，学生通过该项目的进行，了解并把握整个过程及熟悉每一个环节基本要求，可以突出培养学生的实践能力和创新能力。

（4）教学组织形式多样

我们通过“课程练习、模拟实训、基地实习、实战训练、课余兼职”等方式加强学生职业技能训练，大力进行教学组织形式改革。企业通过接受学生完成校外实习与实训任务，从中选择到了满意的毕业生，缩短了毕业生的适岗时间，实现了双赢目标。

(5) 信息化教学全面展开

建设期内，我们把运用超星信息化平台和现代化教学手段作为教学方法改革的突破口，广泛应用多媒体、网络课件等手段，逐步形成现代教育技术平台，实施网络化教学。充分利用“三网合一”设施，以课程与教育技术整合课题作为教研内容进行实践探索，例如在《平面设计美术基础》教学中，采用翻转课堂模式进行项目教学；通过学校的网络平台，促使新理念、新教学和新技术的有机结合，鼓励教学能手、教学骨干和信息技术爱好者的互助合作；每个学期定期开展青年教师赛讲，借助虚实相谐，提升信息技术的使用层次和专业水准。加强课程与信息技术的整合，促进学生利用信息技术改进学习、发展思维、开展研究，在信息化环境中提升分析、综合、比较、鉴别、创新和实践能力，例如平面图像处理、网页设计与制作、flash动画等多门课程已建立微视频库。让学生随时能在信息化学习平台上获得资源、工具、方法和指导，建构认知、发展个性，促进形成学生自主探究、生动活泼的教与学的氛围，例如掌上华南商贸微信公众信号。

(6) 建立完善的教学管理工作体制

建设期内，进一步完善日常教学管理制度，创新教学管理思想，使电子商务专业建设规范有序地进行。加强对理论教学和实践教学环节的管理体系与质量监控工作，在配备辅导员的基础上，每个专业班级安排专业教师担任班主任，指导学生的专业学习工作。在学生实习阶段，指派教师带领学生到企业进行实习，在实习过程中，和企业一起管理学生的日常生活和工作。

3. 创新创业教育

三年建设期内，电子商务专业建设依次递进、有机衔接、科学合理的创新创业教育专门课程（群），将学生的创新意识培养和创新思维养成融入教育教学全过程，按照高质量创新创业教育的需要调配师资、改革教法、完善实践、因材施教，促进专业教育与创新创业教育的有机融合，学生创新创业成效明显。**标志性成果为**立项省级大学生创新创业训练计划项目，省级SYB培训师，完善校级创新创业教育专门课程，参加国家级、省级挑战杯及创新创业竞赛等，同时提升应届毕业生的自主创业学生所占比达专业毕业生1%以上。

4. 学生成长与发展

专业建立电子商务协会交流群，其中有微信群和 QQ 群，指导学生实践教学，从事电子商务运营、美工、推广、客服等相关人才，不少已在公司处于中高层，在校的也有些同学兼职接单，由这些成员定期给电子商务专业学生开课、分享工作经验和提供各种社会资源。该电子商务协会交流群能持续不断壮大和发展的因素是大家都是华商人，由电子商务专业已毕业和未毕业的学生和老师组成，有着共同的目标：提高广州华南商贸职业学院电子商务专业人才培养质量。同时电子商务协会积极创造环境和条件，各种创业服务团队不断涌现电商运营服务团队、美工团队、运营团队、营销团队、创业团队，还有培育电商竞赛人才的技能竞赛工作室、电子商务创业工作室。这些都体现了传、帮、带，以老带新，榜样的力量。在这种实践和创业氛围的影响下，目前电子商务专业出现明显的职业特征，在班级榜样带动下逐渐形成美工班和创业班以及运营班。

学生具有良好的伦理道德、社会公德和职业精神，实践能力、创造能力、就业能力和创业能力强。毕业生就业质量高，基本工作能力和核心知识满足度高。电子商务专业在各级各类创新创业竞赛、全国和省高职院校技能大赛、影响力较大的国际国内重要竞赛中获得高等级奖项，做到让学生积极参与，同时学生获取专业职业资格证书比例达到较高。**标志性成果为学生参加省级**高职院校技能大赛并获得奖项 3-5 项，参加国家级挑战杯和“互联网+”创新创业大赛并获得 1 项，同时立项省级攀登计划项目 1 项。实现专业学生获取专业对口高级以上证书的专业中，应届毕业生获取高级以上证书的获取率超过 80%。应届毕业生初次就业平均起薪线，不仅超过全省高职院校毕业生平均月收入，同时月薪在 4500 元以上，毕业生对学校的满意度大于 95%，毕业生工作与专业相关度达到 80%以上。

5. 质量保证

电子商务专业开展在校学生学习成果评价和毕业生跟踪调查，建立专业自我诊断与改进机制，力争高标准通过认证，或取得较好的评估结果。

（二）教师发展

1. 激励和约束机制

建设期内，电子商务专业建立长效机制，将专业建设、课程改革、担任学生导师、教学科研、技能竞赛等纳入教师教育教学工作量。同时电子商务专业完善激励和约束机制，促进专业

带头人提升专业水平、扩大行业影响力，支持普通教师开展课堂教学改革、提高课堂教学质量。专业建设支持专业骨干教师每年到企业进行挂职锻炼，积累企业工作经历、提高实践教学能力。同时加强兼职教师培训和管理，支持兼职教师提高教学能力、由企业负责人和专业负责人共同牵头完成教学研究项目、组织实施教学改革，广泛开展有效教研活动，充分发挥基层教学组织在教学改革、教师发展中的作用。**标志性成果为**立项省级高职教育教学改革与实践项目。

2. 专业带头人

三年建设期内，学院在政策上支持专业带头人及时跟踪产业发展趋势和行业动态，准确把握专业建设与教学改革方向，保持专业建设的领先水平，提升专业水平、扩大行业影响力。**标志性成果为**培育 1 名省级教学名师和 1 名专业领军人才，和 1 名南粤优秀教师。

为实现人才培养目标，需要建立一支既包含校内骨干教师又包含行业、企业一线精英的具有较强教学力的素质优良的双师结构专业教学团队。经过 3 年的建设，整体师资队伍水平在省内高职院校专业中居于领先水平。具体建设内容如下：

（1）专业带头人的培养

三年建设期内，将以校企合作为主线，培养 2 名具有行业实践经验、有一定的行业影响力的专业带头人，其中校内 1 名，行业企业 1 名。主要措施包括：

①制定专业带头人培养计划，进行年度考核和评价；

②通过参与国内外专业技术培训与学术交流，使专业带头人具备国际化高职教育理念和较强的教学研究能力；

③通过校内外实训基地建设，进一步提高专业带头人的实践教学与研发技能；

④通过主持专业教学改革、优质核心课程建设、教材开发、企业技术攻关等手段，提升专业带头人的综合能力，使其成为电子商务专业领先人才。

（2）专业骨干教师的培养

建设期内，培养骨干教师 6 名，主要措施包括：

①制定骨干教师培养方案，进行年度考核和评价；

②到企业进行 6 个月的挂职锻炼，熟悉电子商务特定领域情况，为企业提供技术服务；

③参与国内外专业技术培训与学术交流；

④通过校内外实训基地建设，进一步提高骨干教师实践教学与研发技能；

⑤通过主持或主要参与专业教学改革、优质核心课程建设、教材开发、企业技术攻关等手段，提高其专业和课程建设能力和教学研究能力。

3. 教学团队

三年建设期内，建设成一支数量充足、结构合理、专兼结合的**省级**专业教学团队。专任教师整体教学、科研水平明显提升。电子商务专业团队成员在全省教学组织、团体担任职务。每年选送若干名骨干教师参加省级以上教师培训。在**省信息化教学和微课大赛取得奖项**，同时信息化教学能力和创新创业教育能力显著提高。聘请行业企业的专业人才和能工巧匠担任兼职教师，逐步形成实践技能课程主要由具有相应高技能水平的兼职教师讲授的机制。**标志性成果**为建设一支省级教学团队，荣获省级信息化大赛、微课比赛等奖项 1 项。

具体培养途径包括：

①全力推进双师素质教师队伍建设。本专业将制定双师素质教师队伍建设规划，明确工作目标、素质要求、实施办法、组织领导、责任奖惩等一系列措施，在形成共识的基础上齐抓共管，给足政策，留住人才。

②制定相关制度，与合作企业联合培养。在全面提高师资队伍整体素质和能力的同时，重点培养有发展前途的中青年骨干教师，支持和鼓励专业教师具备相应的双师素质。建设期内，我们将选派中青年教师到企业顶岗实践 6 个月以上，参与企业电子商务运营，熟悉企业工作流程和常用方法，为企业提供技术服务，提高自身双师素质。

③广开人才引进渠道，优化双师素质教师队伍结构。专业将通过公开招聘的形式，从企事业单位引进 3 名以上电子商务能工巧匠进行专业课的教学，以进一步充实双师素质教师队伍。力争通过 3 年的努力，使具有双师素质专业教师达 85%。

④完善兼职教师库，聘请行业企业专家讲授专业课程。3 年内建成 20 名以上兼职教师库，建成一支相对稳定的专任教师与行业企业兼职教师融为一体的教学团队，兼职教师课时量占专业课 30%左右。

⑤聘请企业专家定期到学校举办讲座。建设期内拟聘请 3 名电子商务技术专家，参与专业教学计划的制订、核心课程的设计与教学；为学生举办专业讲座，每学年至少举办 5 次涉及最新技术应用的专业讲座；通过举办讲座和观摩课，提高专业教师的专业技能水平，了解本专业最新应用技术。

⑥聘请企业技术骨干指导学生校外顶岗实习。建设期内拟定每年从校外实训基地聘请符合兼职教师标准的企业管理人员/技术骨干在岗对参加顶岗实习的学生进行指导；企业技术骨干和学校教学管理人员共同管理，完善顶岗实习规范，提升学生实际情境下的动手操作能力。

三年建设后，电子商务专业专任教师师生比小于 20：1；实现专业专任教师高级职称比例大于 30%，“双师素质”专业专任教师比例大于 85%，专任教师中硕士以上学历的比例大于 70%，同时专任教师人均年企业实践时间大于 2 个月。另外聘请具有 3 年以上行业企业工作经历专业专任教师比例大于 30%。校外兼职教师承担 B、C 类课程（注：A 类课程为纯理论，B 类课程为理论实践结合课程，C 类课程为纯实践课程）占专业课程占比超过 30%，同时每学年参加专业培训的专任教师占比超过 75%。

（三）专业特色

在电子商务发展增速趋于平稳下降的行业背景下，我们经过研究判断，电子商务企业和电子商务教育即将进入大分化、大洗牌时代，广东省内的电子商务教育和同质化的电子商务教育已经不能适应迅速发展的市场需要，电子商务教育要率先捕捉到行业的分化趋势并引领这一趋势，才能更好地为区域经济服务。因此，我们积极调整专业定位，“1）以电商运营技能为引领 2）以电商实验室的众创空间为基础 3）以赛培养学生技能为辅助 4）以校企双制共同实施教学”作为本专业的特色。实现“依托校园电子商务商城的校企合作协同育人平台”“专业打通职业教育‘立交桥’，推进中职、高职、本科协同培养”。

1. 以电商运营为引领，服务中小企业

根据我国及广东省电子商务发展趋势，广东省政府出台了系列政策措施，对促进电子商务发展的工作措施、工作重点等作出明确要求。下一步将加快发展电子商务，进一步推动经济转型升级，未来五年电子商务将成为经济增长最大亮点。在 2016 年 2 月广东省政府发布的《关于印发广东省促进电子商务发展实施方案的通知》（粤府办〔2016〕12 号文）中还指出：加强人才培养和宣传，完善电子商务人才培养机制，将培训工作纳入省级培训工种范围，并给予资金补助。鼓励全省高校、职业院校与电商企业合作探索电子商务人才培养长效对接机制。鼓励各地组织形式多样的电子商务培训，加快引进一批电子商务中高端人才。

顺应电商运营发展大势，我院电子商务专业利用人才和技术优势，在南博集团的支持和帮助下，计划与集团（南博）旗下的江南市场和电子商务创业孵化基地合作，根据农户需求提供

电商运营人才培养、产品详情设计、店铺代运营、产品包装设计等专业设计服务；培训本土电商运营人才，使其具备电商运营技能。在为社会提供服务的同时，专业教师的教科研能力、“双师”素质与学生的实践操作能力都得到了很大的提升，从而实现了校企双赢。

2. 以电商实验室的众创空间为基础，构建华贸企校协同育人电商平台

电子商务专业通过华贸企校协同育人电商平台，探索实践教学新途径，围绕电子商务专业的人才培养目标及职业能力要求，将电商购物平台贯穿于专业课程中，建立由通识课、专业平台课、职业能力课和职业能力拓展课组成的模块化课程体系；理论内容是教学过程最优化，使教师和学生花费最少时间和精力获得最好的教学效果和教学方案，而贯穿于课程模块的实践教学体系才是培养学生创新创业能力的核心。利用创业孵化中心、市场调研室、网络营销实训室、数字媒体中心、摄影实训室、微视频中心等校内商务实训室和充足的校外实训基地，学生组成电商运营服务中心、创业团队、技能竞赛团队、美工团队、电商行业交流群，进行认知与应用实践、综合项目性实践，最后延伸到创新创业和商业服务实践，整个过程中，学生成为创新创业教育的主体。

3. 以赛培养学生技能为辅助，激发学生自我发展的内驱力和行动力

我院电子商务专业逐渐形成专业特色的技能大赛项目群（电子商务 H5 专业宣传制作大赛、电子商务运营大赛、电子商务网店装修大赛、电子商务营销实战大赛（江南港冠名）、电子商务动画制作大赛、电子商务页面设计大赛、电子商务视频特效剪辑制作大赛、电子商务产品摄影大赛），同时我院的电子商务创业实验室是我院特色的微小型众创空间坊项目，承接众多企业真实项目业务（【华贸校园帮（电商微帮）、电商培训（美工部、运营部、策划部、推广部、客服部）每个星期都会组织相应的培训、计算机软硬件维护（手机维修待开发）、物流业务、一元业务、生活用品业务、兼职对接、拉赞助、网格空间校园购物平台（移动端）、对接企业真实项目、二手市场、以主办方名义承接校级技能大赛】）。

4. 以校企双制共同实施教学，从而实现师生同“创”同“学”

电子商务专业与企业专家共同设计教学项目、共同实施教学活动、共同组建师资队伍。目前，电子商务专业主要是以电商创业（运营）为主线的教学模式，企业对 4 类创业运营项目进行指导与评价。一是在老师的指导下自主电商创业项目；二是引入企业商城项目代运营项目，在企业指导下的运营企业创业项目；三是利用企业工作任务作为教学项目；四是师生注册公司，

以公司形式运营电商项目。在课堂教学中，引入企业真实工作项目。如在《电商综合实训》、《电商营销工具实训》、《电商营销手段实训》等课程课堂教学中引入了校企合作企业广州新嘉华的真实运营项目等，广州新嘉华企业将真实工作项目对接到课堂，由企业导师和专业教师共同实施教学，由校企共同实施评价。

我们把为地方经济培养“下得去、用得上、留得住”的高素质技能型专门人才作为办学目标，电子商务专业探索并遵循“以服务为宗旨，以就业为导向，走工学结合、产学研结合发展之路”的高职办学思想，加强市场调研，办学思路逐步明晰。

电子商务专业在符合学校办学定位的前提下，以学生受益、有利于提高人才培养质量为本出发点，立足人无我有、人有我优、人优我特，积极培育、实践、凝练、提升、充分体现学校办学特色、独具个性的专业特色。

（四）教学条件

1. 优质教学资源

依托教学资源平台，校企共建共享教学资源库。围绕技术（服务）领域，以核心岗位为依托，以服务共性需求、遵循同一认知规律为原则开发课程平台，统筹公共类平台课程、协调多专业共享课程、优化专业课程、开发创新课程，建立各专业课程有机结合的课程体系。及时将行业标准、职业标准转换为教学标准，将技术资源转换为课程内容，完善配套实训体系，并通过实训服务平台实现共享。电子商务专业建立可满足数字化教学与信息管理平台，建设一个基本覆盖专业核心课程、主干课程供专业群使用的共享开放资源库信息化平台，实现校内开放精品在线开放课程等优质数字化资源，同时实现平台使用效果显著。专业建设争取建成**国家级**规划、重点或精品教材。开发一套真实运作的**电子商务校园购物平台**，推广教学过程与生产过程实时互动的远程教学。**标志性成果**为建成校级职业教育专业教学资源库并培育成省级职业教育专业教学资源库，以及建成一门省级精品在线开放课程，同时建成**国家级**规划教材或精品教材等。

（1）精品共享课建设

确立精品共享课在人才培养过程中和专业发展的地位和作用，强化精品共享课课程体系建设，重新修订课程标准，重构精品课程的教学内容，强化应用型人才的技能培养。建设目标是以专业核心课程和主干课程为主，分批分期进行，每年重点建设 1-2 门左右课程，争取在 4 年

内使本专业 50%以上的核心和主干课程建设成为合格课程或校级精品共享课，并申报 1-2 门省级精品共享课；充分利用学院的网络课程建设平台，开发网络课程，为广大师生开展网络辅助教学服务。而专业核心课程的建设，除网页设计、网店运营与推广、开设网店实训、网店装修、电子商务外，随着电商运营的发展，拟开发电商运营操作等等配套的新型实践课程。

（2）教材（规划教材、校本教材）建设

树立精品意识，增强质量意识，抓好重点规划，着重专业核心和主干课教材建设，按照专业的要求，对教学内容进行改革。加大校本教材的编写力度，充实实训部分的内容，将生产性的实训活动融入其中。组织教师编写教材与实验、实训指导书和配套课件等。力争每年开发 1-2 门理论与实训一体化教材，加大案例教学内容，充实教材内涵。

（3）整合校内外教学资源

组织学校与现场专家一起开发的电子商务各专业主干课程校本教材、实验实训指导书、教师教学指导书和学生学习指导书等，与专业出版社组织出版一套电子商务专业主干课的教材。建立电子商务专业案例库、试卷库、教案库，把所有形成的纸质材料电子化，建立并充分利用网络平台，使之成为方便学习的网络资源，建成集纸质与电子、静态与动态的图书和网络资源于一体的立体化教学资源库。

① 组织企业专家进一步探讨教学目标与标准、课程体系、教学内容、实验实习实训，改进教学目标与标准、课程体系、教学内容、实验实习实训使之成为培养适合社会需要的电子商务人才更好的服务。加快已经形成的纸质文档的电子化，建立开放式的网络平台，进入一步编辑与购置新的教学网络资源，建成立体化的网络教学资源库。

② 综合企业专家意见和人才调研结果，加大对主干课程的校本教材开发力度，修改实验实训指导书，联系出版社公开出版一套电子商务主干课程的教材、实训指导书。

③ 改进学生学习评价体系，采用过程考核与结果考核相结合，资格证书认证与课程考核结合，在线考试与上机考试相结合，团队评价与自我评价相结合。

④ 编写学生学习指导书，激发学生自主学习。以实战为核心，首先从产品定位以及进货途径入手，安排相应的市场调研课程；接着，以电子商务的策划作为核心，来安排商务的活动，从产品的展示，包括产品摄影，产品美化，电子商务平台内容策划，电子商务网站的开发以及模板制作，到采用网络方式进行推广，以及在线客服技巧，最后为产品进行配送，即物流环节。

在每一个关键要点上，都安排相对应的实训环节，与此相对应，组织老师编写学习指导书，激发学生自主学习的内驱力和行动力。

⑤ 教学设施设备和图书资料的配备。教学设施设备、图书资料的配备的数量和质量是打造特色专业的物质基础，也是完成教学计划和实现培养目标的前提。必须本着实用和先进的原则，在经费投入上向特色专业倾斜，在投入方式上实行滚动投入。

2. 校内实践教学基地

电子商务专业加强与行业企业紧密结合，提升厂校合作的深度，不断改善实训基地条件，建立具有真实职业氛围、设备先进、充分满足教学需要的校内生产性实训基地。积极探索“校中厂”、“厂中校”等校内生产性实训基地建设的校企组合新模式。按照先进性要求，及时更新实训设备，提升设备的技术含量，确保实训中心的设备和技术水平保持与同期企业生产使用设备水平相一致，并且要有一定的超前性。**标志性成果为**立项省级校内电子商务专业实训基地。实现专业生均实训设备总值大于 8321 元/生以及专业生均学年校内实践基地使用时间大于 406 学时/生。

在实践教学环节上，不断深化校企合作，积极建设“校中园”、“园中校”的实习实训基地，打造全方位、立体化的校企合作关系，探索“共建共管、共享共赢”的深度校企合作机制，全面提高人才培养的质量和水平。其主要建设内容如下：

(1) “校中园”建设

①新建实训室：摄影工作室；阿里巴巴跨境电商人才培育基地；图形处理实训室；广东省农产品高校电商运营中心。

②充分利用“企业经营管理与创业”这一省级实训基地和电子商务创业孵化中心，争取市政府、市电子商务中心的政策资金支持，积极引企入园，充分发挥其在学生综合创新创业实践、工学交替、顶岗实习方面的职能。在 3 年建设期内，努力引进 3 家电子商务企业入驻，孵化 10 家左右创业型的电子商务企业。

(2) “园中校”实训基地建设

在 3 年建设期间，本专业将与电子商务创业孵化基地合作共建“园中校”人才共育实训基地，其主要措施如下：

①成立专门管理机构。通过电子商务专业“园中校”实训基地管理办公室等管理机构的设

置，合理进行人、财、物等调配，保障“园中校”实训基地高速有效运行。

②组建校企教学团队。通过对电子商务创业孵化基地及其骨干企业的能工巧匠兼职教师的聘任与培养，与专业骨干教师组成实力雄厚的校企教学团队，保证“园中校”教学师资力量。

③落实“园中校”教学计划安排与课程设置。在新的人才培养方案实施过程中，完善与优化“园中校”教学计划，精心安排实践教学课程，保证“园中校”教学质量。

④开辟“园中校”专门教学场所。在电子商务创业孵化基地开辟专门教学场地，保证“园中校”实践教学得以有效开展。

（3）实训基地运行管理制度建设

3 年建设期间，加强“校中园”、“园中校”实训基地运行的管理，制定实训基地建设标准，制定与完善各项规定和制度，加强对“校中园”、“园中校”实训基地教学质量监控制度建设，综合提高实训基地的服务专业实践教学和社会培训功能，保证实训基地高速有序进行。

3. 校外实践教学基地

电子商务专业建立专业对口、运行稳定的校外实践教学基地。遵照高等职业教育规律和技术技能人才成长规律，依托合作的企业单位，推动校外实践教学模式改革，校企共同制定校外实践教学培养方案，共同组织实施校外实践教学的培养过程，共同评价校外实践教学的培养质量。**标志性成果为省级大学生校外实践教学基地。**

（五）社会服务

电子商务专业在提供对外技术服务方面，为行业企业提供多层次的技术服务和管理咨询。在南博集团的支持下，电子商务充分发挥教学团队专业优势和教育培训资源优势，积极为企业开展非学历教育的短期职业技能培训、岗位培训及承认学历教育。

电子商务专业在提高人才培养质量的基础上，积极融入区域性创新生态系统，将专业群打造成区域性技术技能积累的中心。校企共建基于专业的技术技能平台，吸纳行业骨干企业和中小企业参与，在服务企业技术进步和技术创新等方面有所作为。联合承接各级各类科研项目，开展技术攻关和产品研发，协助解决企业技术难题，促进技术应用成果转化，助力企业提高生产效益，增强企业活力和竞争力，使校企双方在服务过程中都获得价值提升。充分发挥资源集聚优势，强调人才培养与培训服务一体化，聚焦区域经济社会发展，服务区域中小企业人力资源开发，共建共管企业职工培训中心，面向企业职工开展岗前、在岗和轮岗培训，面向社会开

展职业技能培训和鉴定，校企合力打造区域人才培养和培训服务品牌。虽然有了一定的成绩，但是为了在建设期，加强与行业企业深入合作开展科技研发应用，科研项目和专利。

依托技术服务平台，与利益相关方共建技术资源库。整合专业教师资源，“专、兼、聘”结合组建跨界教师团队，希望未来培育1个省市级以上教科研团队，力争建成1个省市技术研发和服务平台，年完成社会培训400多人次以上，协助中小型企业开发技能项目、建立了区域性职业标准。

电子商务专业建立和完善专业教师紧密联系企业、为社会服务的激励制度。搭建产学研结合的技术推广服务平台，主动面向行业企业开展技术服务、成果转化；搭建多样化学习平台，主动面向相关行业企业开展企业员工和行业从业人员的新技术、新知识培训和学历提升；主动面向社区开展服务、共享教育资源。**标志性成果**为建成省级的技能大师工作室1项，实现国家发明专利、实用新型专利、外观专利或软件著作权2项等。同时实现专业生均学年为社会、行业企业技术服务收入大于170元/生。

（六）对外交流与合作

三年建设期内，电子商务专业同时加大引进国(境)外高水平专家和优质教育资源，持续推进学生对外交流，加强师资对外脚力力度，跟进“一带一路”战略，坚持“扩大开放、规范办学、依法管理、促进发展”建设方针，扩大中外合作办学项目，探索职业院校到国(境)外办学方式，提升职业教育国际影响力。拓宽技术技能合作，与世界一流应用技术学校或科研机构开展深度合作与交流，参与国际或区域性重大项目、科学工程，参加国际标准和规则的制定，不断提高学院国际影响力。扩大师生对外交流。积极推进学院中外（中菲、中日、中马、中澳）合作办学项目。

1. 具有国际视野的人才培养

主动服务国家“一带一路”发展战略和广东自贸区建设，全面加强和职业教育发达国家和地区的交流与合作，建立教师交流、学生交换、学分互认、学位互授联授等合作关系。电子商务专业争取与1所境外高水平院校的相近专业建立姊妹专业关系，邀请合作院校和境外专家参与品牌专业建设，探索国际合作育人机制，培养具有国际视野的高素质技术技能人才。实施“走出去”战略，积极参与职业教育国际标准制订，吸引境外学生来校学习，向港澳、东南亚等地区输出优质职业教育资源，提升去境外交流学生所占比例和赴境外参加培训的专业专任教师所

占比例。

2. 国内合作交流

扩展社会服务领域和发展空间，与地方政府、企事业单位合作与共建。建设期内，我院电子商务专业与广东科学技术学院、潮汕职业学院、义乌工商职业技术学院等多所国内国家示范（骨干）高职院校建立良好的合作关系，建立 1 所姊妹专业关系，互派学生，实现学生跨区域的培养合作，提升全日制在校生去其他学校交流学生所占比例。

3. 专业打通职业教育“立交桥”

坚持创新发展，发挥职业院校技术技能人才优势，探索建立“中职-高职-本科”应用型人才成长通道，打通职业教育“立交桥”。目前专业预计 2021 年前完成与南博技校和佛山三水工业中专的“中职-高职”三二分段的对接，2021 年前预计完成电子商务专业与广东科技学院的“高职-本科”三二分段的合作项目。

专业建设是推动高等职业教育深化改革、实现高质量发展的动力机制和重要抓手，是支撑产业转型升级、适应经济发展方式转变的有效载体和重要途径。学院根据自身条件及以往积累的经验取得的成绩，积极打造以电子商务专业为核心，希望通过自身的不懈努力和省的指导与帮助，在较短时间内取得满意的建设成效。

五、建设实施步骤及进度安排

1. “教育教学改革”项目的目标任务与预期标志性成果

指导性基本项目任务与预期标志性成果及完成时间	<ol style="list-style-type: none">1. 形成示范性的企校协同育人的“校企合作，工学结合”的人才培养模式。2020-2022 年2. 构建特色的电子商务专业课程体系及成熟的教学资源库。2020-2022 年3. 形成比较成熟的 2020、2021、2022 级电子商务专业人才培养方案。2020-2022 年4. 力争入选申报省级教学成果奖。2022 年5. 立项省级大学生创新创业训练计划项目。2022 年6. 参加国家级、省级挑战杯及创新创业竞赛。2021-2022 年7. 参加国家级、省级“互联网+”创新创业大赛并获得佳绩。2021-2022 年8. 立项省级攀登计划项目。2021-2022 年
针对性细化项目任务与实施要点	<ol style="list-style-type: none">1. 校企共同确定专业教学标准，科学制定人才培养目标与规格，共同制定人才培养方案，共同开发核心课程，共同建设实训基地，共同评价人才培养质量2. 探索定制班教学，探索翻转课堂教学，推行中高职本科连贯培养3. 改革教法、完善实践、因材施教，促进专业教育与创新创业教育的有机融合，完善校级创新创业教育专门课程4. 开展在校学生学习成果评价和毕业生跟踪调查，建立专业自我诊断与改进机制

量化指标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 形成示范性的企校协同育人的“校企合作，工学结合”的人才培养模式 2. 构建特色的电子商务专业课程体系及成熟的教学资源库 3. 形成比较成熟的2020、2021、2022级电子商务专业人才培养方案 4. 做到毕业生的教学满意度超过90% 5. 提升应届毕业生的自主创业学生所占比例并达3%以上 6. 专业学生获取专业对口高级以上证书的专业中，应届毕业生获取高级以上证书的获取率超过80% 7. 应届毕业生初次就业平均起薪线，不仅超过全省高职院校毕业生平均月收入，同时月薪在4500元以上 8. 毕业生对学校的满意度大于95%，毕业生工作与专业相关度达到80%以上
-------------	--

2. “教师发展”项目的目标任务与预期标志性成果

指导性基本 项目任务与 预期标志性 成果及完成 时间	<ol style="list-style-type: none"> 1. 立项省级高职教育教学改革与实践项目2022年 2. 培育省级教学名师2022年 3. 省级专业教学团队2022年 4. 省信息化教学和微课大赛取得奖项2022年 5. 省级SYB培训师2022年 6. 力争建成省级技能大师工作室。2022年 7. 培养引进2-3名专业水平高在业内有一定影响力的专家。2020-2022年
针对性细化 项目任务与 实施要点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立长效机制，将专业建设、课程改革、担任学生导师、教学科研、技能竞赛等纳入教师教育教学工作量 2. 专业带头人培养计划；参加国内外专业培训与学术交流记录；主持省级教科研项目；在核心期刊发表论文1篇；主持1门优质核心课程建设；主持1本专业教材建设；主持创新创业实践教学项目建设；指导“校中园”、“园中校”的建设与运行；
量化指标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 培养1名专业带头人（校内）2020年 2. 继续培养1名校内专业带头人，并物色校外专业带头人。2021年 3. 培养1名专业带头人（行业企业），提升专业带头人专业能力。2022年 4. 通过国内外培训进修和企业挂职锻炼等，每年新培养2名骨干教师，提高其专业和课程建设能力和教学研究能力。2020年--2022年 5. 通过挂职锻炼、教师参与企业技术项目攻关等方法，提高教师实践动手能力。2020年--2021年 6. 进一步提升教师电子商务专业水平、教学研究能力、课程开发能力，双师素质教师比例达85%，专业专任教师高级职称比例大于30%。2022年 7. 初步建立20名兼职教师库，聘请行业知名专家和企业高管参与专业建设指导及开设讲座，聘请企业一线的技术骨干或能工巧匠指导学生的工学交替、顶岗实习、毕业设计。兼职教师课时量占专业课30%左右。2020年--2021年 8. 建成一支专兼结合的教学团队，兼职教师课时量占专业课30%左右。2022年 9. 电子商务专业专任教师师生比小于20，专任教师中硕士以上学历的比例大于55%，同时专任教师人均年企业实践时间大于22天。2022年

3. “专业特色”项目的目标任务与预期标志性成果

指导性基本项目任务与预期标志性成果及完成时间	1. 创新人才培养模式，构建企校合作办学新平台 2020-2022 年 2. 形成“以电商运营为引领，服务中小企业；构建华贸企校协同育人电商平台，激发学生自我发展的内驱力和行动力”的人才培养专业特色 2020-2022 年 3. 建设专兼结合专业教学团队，建立有效的团队合作教学机制 2020-2022 年 4. 建设“校中园”、“园中校”的实践教学基地，强化实践育人 2020-2022 年 5. 推广基于工作过程任务驱动的项目化教学方法 2020-2022 年 6. 建立完善的教学管理工作体制 2020-2022 年
针对性细化项目任务与实施要点	1. 优化基于创新创业培养的课程体系 2. 构建符合学院（乃至省级）品牌专业要求的实践教学体系 3. 精品共享课建设 4. 教材（规划教材、校本教材）建设 5. 整合校内外教学资源 6. 专业带头人的培养 7. 专业骨干教师的培养 8. 双师素质教师及兼职教师的培养和管理 9. “校中园”建设 10. “园中校”实训基地建设 11. 实训基地运行管理制度建设
量化指标	1. 进一步探索并形成专业发展特色，强化专业影响力，我们以 1) 以电商运营技能为引领 2) 以电商实验室的众创空间为基础 3) 以赛培养学生技能为辅助 4) 以校企双制共同实施教学为特色

4. “教学条件”项目的目标任务与预期标志性成果

指导性基本项目任务与预期标志性成果及完成时间	1. 开发一套真实运作的电子商务校园购物平台。2020 年 2. 一门省级精品在线开放课程。2021 年 3. 建设一个校级职业教育专业教学资源库。2022 年 4. 建成国家级规划教材或精品教材。2022 年 5. 立项省级电子商务专业实训基地。2022 年 6. 立项省级大学生校外实践教学基地。2022 年
针对性细化项目任务与实施要点	1. 新建摄影实训室、电子商务综合实训室、平面设计实训室、现代数字媒体实训室、电子商务创业孵化园,在现有校外实训基地基础上,新拓展 1 家校企合作企业. 2020 年 2. 进一步建设电子商务综合实训中心、新建广东省农产品高校电商运营中心。在现有校外实训基地基础上,新拓展 2 家校企合作企业。2021 年 3. 完善电子商务综合实训室,在现有校外实训基地基础上,新拓展 2 家校企合作企业。2022 年
量化指标	1. 实现专业生均实训设备总值大于 8321 元/生 2. 专业生均学年校内实训基地使用时间大于 406 学时/生。

5. “社会服务”项目的目标任务与预期标志性成果

指导性基本项目任务与预期标志性成果及完成时间	1. 建成校级的技能大师工作室。2021 年 2. 培育省级的技能大师工作室。2022 年 3. 现国家发明专利、实用新型专利、外观专利或软件著作权 2 项。2022 年 4. 提升校企合作的横向课题以及专业对外培训和咨询服务。2022 年
针对性细化项目任务与实施要点	1. 为电商和中小企业提供技术咨询、代运营服务。 2. 开展电商人才培养人次，开展技术咨询和咨询服务，开展网站代运营。
量化指标	组建电子商务人才培训师团队，制定人才培养计划，提供 3 个培训项目，培训学员 400 人次。

6. “对外交流与合作”项目的目标任务与预期标志性成果

指导性 基本项目 任务与预期 标志性 成果及 完成时间	1. 形成年职业资格鉴定 400 人次的规模。2020-2022 年 2. 使广东省高等职业学院电子商务骨干教师培训基地更加完善，提高高师资培训的质量，提升高职师资专业层次。2020-2022 年 3. 省高职院校电子商务教师交流的平台，与义乌工商职业技术学院和潮汕职业学院电子商务专业形成机制的交流和合作。2020-2022 年 4. 对口支援省内多所院校，在专业建设、课程设置、学术指导、学生就业等方面提供帮助。2020-2022 年 5. 依托专业优势及校企共建的实训基地，为本地区电子商务企业提供咨询、信息采集等技术服务。2020-2022 年 6. 依托合作企业，建立客户培训基地，使其成为广东省中小企业电子商务应用的信息服务中心。2020-2022 年 7. 帮助企业提升电子商务平台中的知名度和业务量，实现专业建设与面向中小企业电子商务应用服务的结合。2020-2022 年 8. 提升去境外交流学生所占比例和赴境外参加培训的专业专任教师所占比例。2020-2022 年 9. 提升全日制在校生去其他学校交流学生所占比例。2020-2022 年
针对性 细化项目 任务与实施 要点	<p>通过该项目的实施，本专业与企业建立紧密的合作关系，取得显著的社会效益和经济效益。努力使社会服务能力得到很大的提升。依托专业优势及校企共建的实训基地，为本地区电子商务平台提供咨询、信息采集等技术服务。依托合作企业，建立起客户培训基地，使其成为广东省中小企业电子商务应用的信息服务中心；帮助企业提升电子商务平台中的知名度和业务量，实现专业建设与面向中小企业电子商务应用服务的结合。以“面向企业、面向生产、服务社会”为宗旨，充分挖掘专业的教育资源，提高教育资源的利用率，完成办学实体、技术载体和经济实体的一体化整合，建成“一般技术服务和高技术服务相结合、科技实力和科技贡献力双突出、经济效益和社会效益双丰收”的高职教育社会服务体系。为广东区域经济发展服务，为企业的发展服务，成为职业教育的示范，打造出高职教育的名牌院校，创出社会服务品牌。</p>
量化指 标	1. 形成年职业资格鉴定 400 人次的规模； 2. 省高职院校电子商务教师交流的平台，与义乌工商职业技术学院和潮汕职业学院电子商务专业形成机制的交流和合作； 3. 依托专业优势及校企共建的实训基地，为本地区电子商务企业提供咨询、信息采集等技术服务； 4. 依托合作企业，建立客户培训基地，使其成为广东省中小企业电子商务应用的信息服务中心；

六、经费预算

在项目的建设过程中，严格执行上级各级政府的有关规定，做到账目公开、透明，收支有据。

项目名称		资金来源							总计:251.7
		省财政 品牌专 业建设 专项资金	主管部 门共建 经费	省财政 安排的 其他资 金	中央财 政补助 资金	学校自 筹资金	其他渠 道资金	合计	
1. 教育 教学 改革	2020 年					6.2	0	6.2	18.6
	2021 年					6.2	0	6.2	
	2022 年					6.2	0	6.2	
2. 教 师发 展	2020 年					7.5	0	7.5	22.5
	2021 年					7.5	0	7.5	
	2022 年					7.5	0	7.5	
3. 专	2020 年					9.4	0	9.4	25.2

业特色	2021 年				8.4	0	8.4	
	2022 年				7.4	0	7.4	
4. 教学条件	2020 年				66.2	0	66.2	152.9
	2021 年				44.1	0	44.1	
	2022 年				42.6	0	42.6	
5. 社会服务	2020 年				5.5	0	5.5	16
	2021 年				5.5	0	5.5	
	2022 年				5	0	5	
6. 对外交流与合作	2020 年				5.5	0	5.5	16.5
	2021 年				5.5	0	5.5	
	2022 年				5.5	0	5.5	

七、保障措施

（一）组织保障

1. 成立品牌专业建设小组

成立以系主任为组长的重点专业建设小组，落实人员，明确责任，确保建设项目的顺利完成。

2. 校企合作指导委员会

校企合作指导委员会根据专业服务面向，委员由政府部门、行业、企业代表所组成。指导委员会参与制定人才培养方案，推进校企合作教学模式的改革，建设校内生产性实训场所和校外实习基地，共同推进学生就业创业。

3. 专业教学质量监控小组

针对专业教学过程的实施，我们将继续完善专业教学质量监控小组，深化校企合作教学质量评价制度建设，形成学校、企业、社会、学生的多方共评的教学质量评价与保障体系，充分保证电子商务专业教学质量。

（二）人员保障

1. 双带头人制

为充分保证专业教学改革任务实施，三年建设期内，本专业将以校企合作为主线，培养 2 名具有行业实践经验、有一定的行业影响力的专业带头人，其中校内 1 名，行业企业 1 名。

2. 项目负责人制

建立健全各项建设任务的项目负责人制度，做到机构落实、人员落实、责任落实、方案落实、资金落实、奖惩落实。

（三）经费保障

学院对电子商务专业建设高度重视，多方筹集配套资金，为重点专业建设提供财力保障。同时，加强经费管理，明确经费的使用范围，并将经费的使用情况纳入检查与验收内容，保证专款专用。

（四）政策保障

学院将在教学经费预算、实训室建设和教科研奖励等方面都给予充分的政策倾斜，以保证重点专业建设顺利实施。

（五）质量控制

1. 教学过程监控

建立健全包括专业建设管理、教学督导及教学检查、教师队伍建设、实训设施及基地建设、教学资源建设、教学质量考核、毕业生就业指导等一系列制度，使专业建设的各个项目及各个环节都有规范的制度管理作支撑。

2. 人才培养质量评价

建设期内，我们将建立用人单位、行业协会、学生及家长等利益相关方共同参与的第三方人才培养质量评价制度，将毕业生就业率、就业质量、企业满意度、创业成效等作为衡量专业人才培养质量的重要指标，并对毕业生毕业后至少五年后的发展轨道进行持续跟踪。

八、辐射带动

（一）示范和辐射作用

以电子商务专业为龙头，带动学院的市场营销、国际贸易、网络营销、移动商务、国际商务、报关与货运代理、跨境电商等专业共同提高发展；以致广东省内高职院校专业建设起示范作用，搭建公共技术平台，共享品牌专业建设的优质资源和建设成果。

（二）技术服务

利用专业优势为本地和省内外企业（行）业进行项目可行性分析、项目规划、专题策划、市场调查等活动，深入企业一线，解决企业实际问题，为企业进行科研攻关，服务区域经济圈，为中小企业提供网站建设及维护管理服务，为各类企业提供网上市场调查、市场及行业信息处理与分析方面的服务。依托校企共建的电子商务实训基地，为电子商务服务型企业及其它各类企业电子商务、电子政务管理与操作人员提供短期培训和技术支持。拓展教学功能，促进学校与社会资源的有机融合，促进区域经济发展。

(三) 培训服务

发挥专业人才、技术和实训条件等优势，把本专业建设成为地区、行业的培训中心。采取脱产和业余相结合、校内和校外相结合、走出去、请进来等多种形式，培训到现场，送教到基层，主动为企业和社区服务，积极与工会相关部门和企业合作，承担广州及周边地区岗位技能培训和管理培训，并逐步向其他区域延伸。