

2023 级电子商务专业学历留学生人才培养方案

一、基本信息

所属专业（群）名称：电子商务专业群 合作企业名称：苏州太湖雪丝绸股份有限公司
专业名称：电子商务 专业代码：530701
专业负责人：许应楠

二、入学要求与修业年限

- 1.入学要求：高中阶段毕业生或具有同等学历者。
- 2.修业年限：3 年。

三、职业面向

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
财经商贸大 类（53）	电子商务 （5307）	互联网和相 关服务（64） 批发业（51） 零售业（52） 软件和信 息技术服务业 （65）	销售人员 （4-01-02） 商务咨询服 务人员 （4-07-02） 商务专业人员 （2-06-07） 软件和信 息技术 服务人员 （4-04-05）	电子商务运营岗	1+X 技能等级证 书：《网店运营 推广》、《电子 商务数据分 析》、阿里巴巴 跨境电商人才 证书、1+X 农村 电商运营职业 技能等级证书

四、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养适应产业结构转型升级的需要，具有创新精神和创业意识，掌握网店装修、网络客服、网店运营、跨境电子商务、网络营销策划、电子商务数据分析等知识和技术技能，面向电子商务领域的国际化技术技能人才；理解中国社会主流价值观和公共道德观念，了解中国、读懂中国，为深化国家间友谊与合作积极贡献力量。

（二）培养规格

1. 知识

- （1）掌握必备的科学文化基础知识和中国概况类知识；
- （2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识；
- （3）掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；

- (4) 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法;
- (5) 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法;
- (6) 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法;
- (7) 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识;
- (8) 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式,跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法;
- (9) 掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识。

2. 能力

- (1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力;
- (2) 具有相应的汉语能力水平,良好的语言、文字表达能力和沟通能力;
- (3) 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力;
- (4) 能够熟练应用办公软件,进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等;
- (5) 能够根据摄影色彩、构图策略,进行创意拍摄,制作突出商品卖点的商品照片,能够运用相关软件对图片进行处理,提高用户关注度;
- (6) 具备网络信息采集、筛选和编辑的能力,能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作;
- (7) 具备网店设计与装修的能力,能够根据产品页面需求,进行页面设计、布局、美化和制作;
- (8) 能够根据网站(店)推广目标,选择合理的推广方式,进行策划、实施和效果评估与优化;
- (9) 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理;
- (10) 能够根据运营目标,采集电子商务平台数据,并依据店铺、产品和客户数据等各类数据,进行分析与预测;
- (11) 能够正确进行网络营销,应对客户咨询、异议、处理客户投诉,进行客户个性化服务等;
- (12) 能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理。

3. 素质

- (1) 与中国同行加强交流、互学互鉴,了解中国、读懂中国;
- (2) 具有正确的世界观、人生观、价值观。
- (3) 崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪;具有社会责任感和参与意识。
- (4) 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。
- (5) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场

洞察力。

（6）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，有较强的集体意识和团队合作精神。

（7）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。

（8）具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

五、课程设置

（一）典型工作岗位及核心能力分析

典型工作岗位	典型工作任务	核心职业能力	对应核心课程
电子商务运营岗	网络营销策划	● 能分析典型产品网络营销环境 ● 能分析典型产品网络营销 STP 规划 ● 能选择典型产品网络营销策略 ● 能策划典型产品网络营销活动	《网络营销策划》
	电子商务数据分析	● 能分析典型产品市场数据 ● 能分析典型产品推广数据 ● 能分析典型产品销售数据 ● 能分析典型产品商品数据 ● 能分析典型产品客户数据	《电子商务数据分析》
	网店运营与推广	● 会进行典型产品网店初始化 ● 会进行典型产品网店运营 ● 会进行典型产品网店活动促销	《网店运营推广》
	电子商务视觉设计	● 会拍摄与处理典型产品图片素材 ● 会制作典型产品店招设计 ● 会设计制作进行典型产品主图 ● 会设计制作典型产品详情页能力 ● 会设计制作典型产品活动广告	《电子商务视觉设计》
	短视频与直播运营	● 会进行短视频拍摄和制作 ● 会直播工具选品 ● 会打造直播销售团队	《短视频与直播运营》

		● 会开展直播销售活动 ● 会复盘和总结直播	
--	--	---	--

（二）专业（技能）课程设置

1.专业核心课

（1）网络营销策划

本课程的主要任务是培养学生具有“网络运营”职业岗位所要求的网络策划知识、技能、素养。课程的教学基本任务是：通过本门课程的学习，一方面使学生能够了解网络营销策划的内容、方法及流程，掌握网络营销策划方案的写作，能够针对网络营销活动展开策划工作；另一方面，将有助于学生建立良好的网络营销策划能力，针对不同的企业制定适合的网络策划方案，在学习过程中还将塑造学生的独立思考、团队合作、人际沟通及良好时间观等素质。本课程对电子商务专业学生的职业能力和职业素养起到重要的支撑作用。课程围绕典型产品生产与网络营销策划方案开展劳动精神、工匠精神专题教育。

（2）电子商务数据分析

本课程的主要任务是培养学生能够根据电子商务运营的需要从电子商务数据来源渠道获取数据，具备电子商务数据处理、分析并提出解决问题相关建议的能力，能够参加企业的市场调查与分析、日常运营数据监控和分析等工作，能根据数据分析任务设计数据分析方案，选用合适的方法从合法的渠道经济地收集相关数据，按照预设方案进行数据处理和分析，采用合适的方式展现分析结果，基于分析提出可行建议的能力，并能撰写电子商务数据分析报告。胜任苏州太湖雪丝绸股份有限公司电子商务运营岗的电子商务数据分析相关的工作。课程围绕典型产品互联网数据处理开展劳动精神、诚信精神专题教育。

（3）网店运营推广

本课程的主要任务是培养学生掌握苏州太湖雪丝绸股份有限公司网店入驻、商品发布、平台规则等知识；熟知适合苏州太湖雪丝绸股份有限公司网店 SEO、CPC、CPM、CPS 及视频等推广的应用知识；熟知适合苏州太湖雪丝绸股份有限公司网店促销工具及平台活动运营的应用知识。具备苏州太湖雪丝绸股份有限公司网店电子商务平台入驻、商品发布的应用能力；能够熟练的进行苏州太湖雪丝绸股份有限公司网店推广操作，灵活的应用各个技能要点；能够熟练的开展苏州太湖雪丝绸股份有限公司网店促销活动，灵活的把握各个流程要点；具备苏州太湖雪丝绸股份有限公司网店推广、促销的系统运营思维；能够举一反三将网店推广应用到其他行业商品和其他平台网店。

课程分为苏州太湖雪丝绸股份有限公司网店申请与入驻、网店推广、网店促销活动三大项目、

包含网店申请、网店平台规则，网店站内自然优化推广、网店内付费推广、其它推广，促销工具、促销活动等，同时结合其他行业商品、其他平台网店对比分析，举一反三，触类旁通。课程围绕典型产品网店促销活动项目开展劳模精神、工匠精神专题教育。

（4）电子商务视觉设计

本课程的主要任务是培养学生能够具备入职苏州太湖雪丝绸股份有限公司电子商务运营岗位所需的电子商务视觉设计能力，为电子商务技能大赛和电子商务创业类项目提供良好的电子商务视觉设计基础。包括能够利用工具完成典型产品拍摄和基本处理，并运用电子商务视觉设计的主要方法，按照一定的流程和规范完成典型产品天猫店铺模块装修、店铺日常图片、产品活动海报等的设计和制作，最终提交典型产品电子商务运营岗所需视觉设计作品。课程围绕典型产品天猫店铺模块装修、产品活动海报等的设计和制作开展劳模精神、工匠精神专题教育。

（5）短视频与直播运营

本课程的主要任务是培养学生短视频与直播运营能力，能够认了解短视频和直播营销的基础知识，掌握短视频和直播营销方案策划、制作、人员配置、直播话术、数据分析策略等技巧，提高短视频及直播人员从事短视频和直播营销方案策划的专业素质，提高短视频策划、设计与制作，直播间设计、直播选品、引流互动的综合能力以及创新和实践能力。

（6）毕业设计

学生在第六学期，需按照专业培养目标和人才培养方案安排完成毕业论文开题、设计及答辩流程。

2. 专业拓展课

（1）跨境电商平台运营

课程以第三方平台的跨境平台的店铺建设及运营作为课程教学总目标，根据项目教学要求，使学生掌握跨境电子商务平台运营的技能。通过本课程的讲解与实操演练，学生能够独立策划跨境电子商务平台运营方案，具备选择跨境电子商务平台开设账号和发布商品、选品与备货、站内推广和客户维护的综合运营能力，通过参加企业平台运营项目，培养学生的劳动精神和工匠精神，提升学生的全局观和责任感。

（2）企业认识实习

本课程主要任务是通过企业认识实习的过程，培养学生对企业的认识，对企业文化的了解，对企业工艺设备具有形象思维与认识，通过该课程的学习，使学生掌握电子商务专业能力、社会能力与方法能力。通过本门课程的学习，要使学生认识了解本专业相关的企业行业。激发学习相关专业课程兴趣。

（3）国际物流管理

本课程包括跨境电子商务出口的主要通关模式以及国际物流的主要渠道等内容。通过本门课程的学习，使学生了解国际物流概念和特点；熟悉国际物流采购和仓储管理；掌握国际物流发货和售后服务；了解国际物流信息管理；了解“互联网”国际物流平台的应用，包括其特点和优势等方面的内容，在过程中培养学生精益求精的工匠精神。

（4）办公软件高级应用

本课程的教学任务是：使学生进一步熟悉和掌握计算机的基本技能以及 Office 办公软件的运用，具有灵活运用应用计算机从事商务工作的能力；提高学生的科学文化素质，培养团结合作精神，为培养高素质劳动者和中初级专门人才服务。树立科学态度及知识产权意识，自觉依法进行信息活动。

（5）商务沟通与社交礼仪

本课程立足现代商务人员工作实践，围绕现代商务人员工作实践，围绕现代商务人员知礼、用礼、行礼的需要，从商务人员仪容、仪表、仪态等个人礼仪，到商务交往、商务沟通等人际礼仪，再到商务人员办公、仪式、宴请、差旅、销售、推销等组织礼仪，系统介绍了商务活动中的基本礼仪内容，突出实用性、职业性和实践性的特点。

（6）电子商务专业技能实践

依托职教活动周，围绕电商运营岗，基于岗课赛证融通原则，结合电子商务技能比赛赛项开展技能实践活动。

（三）职业技能等级（资格）证书安排

序号	证书名称	证书等级	发证部门	对应课程	考核学期
1	1+X 网店运营推广职业技能等级证书	初级	北京鸿科经纬科技有限公司	《网店运营推广》	2-6 学期
2	1+X 电子商务数据分析职业技能等级证书	初级	北京博导前程信息技术股份有限公司	《电子商务数据分析》	2-6 学期
3	阿里巴巴跨境电商人才证书	初级	阿里巴巴（中国）教育科技有限公司	《电子商务客户服务》等	2-6 学期
4	1+X 农村电商运营职业技能等级证书	初级	北京博导前程信息技术股份有限公司	《网店运营推广》	2-6 学期

六、教学进度总体安排

详见附表《2023 级电子商务专业学历留学生课程设置与教学时数分配表》。

七、学分要求与毕业条件

本专业学生在校期间完成规定课程（公共基础课、专业（技能）课）学习且成绩合格，修得 118 学分方可毕业。

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

本专业共计专任教师 13 人，其中博士 7 人，教授 1 人，企业兼职教师 15 人，全部来自行业一线专家。双师素质教师占专业教师比达 85%，专任教师形成职称、年龄合理的梯队结构。

2. 专任教师

专任教师具有高校教师资格，有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心，具有电子商务、管理科学与工程、市场营销、计算机科学技术等相关专业硕士及以上学历，具有扎实的电子商务相关理论功底和实践能力，具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业负责人

专业负责人在本专业领域从事教学科研工作达 8 年以上，掌握国内外电子商务行业、专业发展动向。能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学实践、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在苏州、长三角经济带区及电子商务行业具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师主要来自于苏州太湖雪丝绸股份有限公司等苏州典型电子商务企业，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业支持，能承担课程与实训教学、实习指导等专业教学任务。

（二）教学设施

1. 校内教学空间

校内教学依托电子商务“育训赛研创服”产教融合集成平台，课程教学的具体空间组织与分布，见图 1 所示：

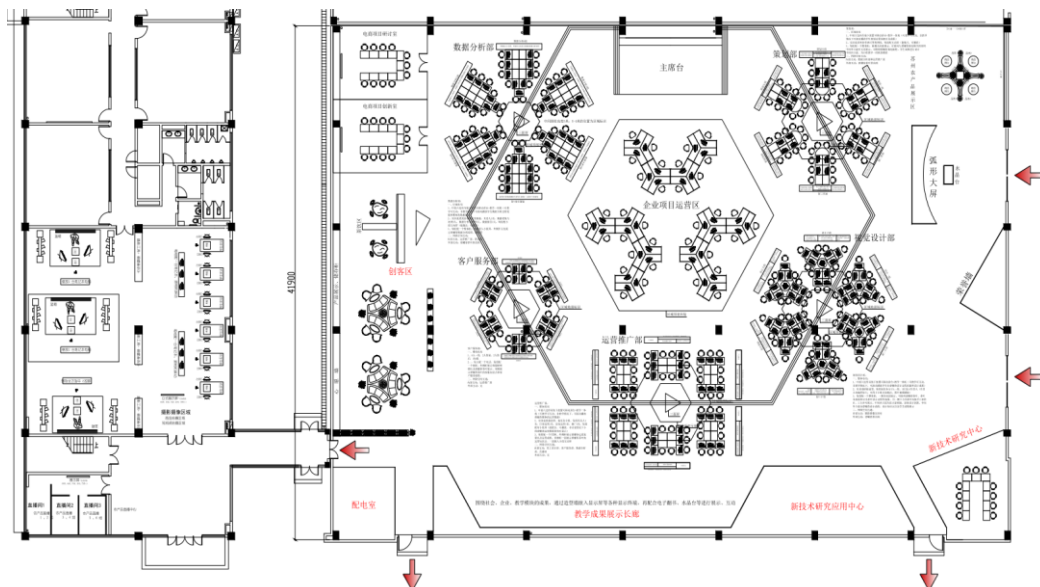


图 1：课堂教学组织的空间布局

2. 校外实训基地

专业与苏州太湖雪丝绸股份有限公司建立了稳定的校外实训基地，能够提供开展电子商务数据分析、网络营销策划、网店运营推广、电子商务视觉设计、电子商务客户服务等实训活动。实训设备齐备，实训岗位、实训指导老师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

3. 学生实习基地

专业与电子商务建立的校外实习基地，能提电子商务数据分析、网络营销策划、网店运营推广、电子商务视觉设计、电子商务客户服务等相关实习岗位，能涵盖当前电子商务产业发展的主流技术，基地能接纳 300 人规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

(三) 教学资源

核心专业课的教材采取校企合作共编活页式教材的方式，同时辅以国家重点规划教材，完善教材编写和优化制度，规范最优选用教材。配备利用数字化教学的国家级在线开放课程、资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开放并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。配备满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要，方便师生查询、借阅的图书文献，包括跨境电子商务理论与方法、实务操作等图书，经济、管理、营销、文化和外语类书籍文献。建设、配备与本专业有关的音视频教材、教学课件、数字化教学案例库、仿真软件、数字教材等专业教学资源库。

(四) 教学方法

专业聚焦苏州太湖雪丝绸股份有限公司电子商务运营岗位实际需求，聚焦典型产品一以贯之整

个教学过程，来培养学生电商运营岗能力。核心课程以“教师讲清一个技能”“学生练会一个技能”“学生展示，教师点评”的“讲-练-评”开展教学；以同类产品进行“举一反三”强化练习，帮助学生巩固技能；以“同一岗位不同产品”来提升学生课后的技能联系，实现教学的“触类旁通”。遴选一组学生现场展示、轮流示范，锁定一项岗位能力、即毕即考，精选一个学生作品、系统考核。专业核心课教学应聚焦合作企业实际、讲清理论，围绕典型岗位实例、练会技能，延伸到同一类企业实际、举一反三，拓展到同一类岗位实例、触类旁通。

本专业引入电子商务行业企业标准，围绕电子商务 1+X 证书的标准要求，以建设在线开放课程等数字化资源为抓手，以电子商务专业核心技能为出发点，构建与教师、教材相统一的教学方法体系。同时利用好网络互连互通的特点，加大信息技术在本专业核心课程教学中的应用，实施智慧教学。

具体采用的线上和线下教学方法主要有以下四种：

1. 理实一体化教学

采用理论实践一体化教学方法，通过设定教学任务和教学目标，让师生双方边教、边学、边做，全程构建素质和技能培养框架，丰富课堂教学和实践教学环节，提高教学质量。在整个教学环节中，理论和实践交替进行，理中有实，实中有理，是充分调动和激发学生学习兴趣的一种教学方法。

2. 案例教学法

采用案例教学方法，建立国内主要电商平台上的真实案例库，通过模拟或者重现电子商务实际运营中的场景，让学生把自己纳入案例场景，通过讨论或者研讨来进行学习。

3. 项目教学法

采用项目教学法，以教师为主导，以学生为主体，以项目为媒介，以职业能力为目标，以社会为背景系统教学。教师通过真实的电商 C2C 平台如淘宝、京东等来设计教学项目，以学生为主体进行项目展开与执行，项目执行完成后，学生需要按小组对项目成果进行展示。最后进行项目评价，根据老师事先制定的评价标准就项目成果展示进行小组互评和教师评价，从而提高学生的实践操作能力。

4. 信息化教学法

借助教学管理平台进行信息化教学，在平台上创建班级学生信息，按教学内容创建教学单元，学生可以在 PC 端或 APP 端观看学习。教师在每个单元发布作业，由学生在平台上上传，并且可以根据作业性质设置为教师点评或学生互评的评价方式。通过信息化的平台促进教师与学生以及学生间的互动。

(五) 教学评价

本专业核心课程加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法，积极实施“成果导向”的过程性考核。

对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，包括学生知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素养等方面，突出能力的考核评价方式，体现对综合素养的评价。以培养国际技术技能人才与服务国家战略贯通对接为目标，以学生的 433 培养工程为抓手，从学生参与社团活动、技能竞赛、创新创业等第二课堂的情况综合评价学生的综合素养。

在突出提升岗位职业能力的基础上，针对不同教学与实践内容，构建多元化教学评价体系。采用现场考核、考试、职业技能比赛、职业资格等级证书鉴定等多元化评价方式。

通过吸纳更多行业企业和社会有关方面组织参与考核评价，建立教师评学、学生互评、学校评价、企业全面参评的多方评价机制，把行业规范和职业标准作为院校教学评价的重要依据，把社会和用人单位的意见作为教学评价的重要指标，使教学评价指标与企业职业需求指标相融合，将对应职业岗位的入职标准和要求体现到培养过程中，在企业深度参与、多方共同评价的基础上建立科学、合理、可操作性强的教学评价体系。

(六) 质量管理

根据《关于印发〈高等职业院校内部质量保证体系诊断与改进指导方案（试行）〉启动相关工作的通知》（教职成司函〔2015〕168 号）等文件精神，以全面质量管理思想为指导，聚焦学生学习过程体验和学习成效，以同类院校的特色专业和课程为标杆，开展对标研究，服务学生发展增值，加强专业的顶层设计，建立常态化的专业（课程）质量保证诊断与改进机制。

围绕学生课程学习目标的达成度、课程教学过程中学生参与度、教师课程教学投入等主要质量指标，常态化开展课程诊改。课程学习中对学生加强辅导答疑，帮助其完成学习任务，定期分析学生课前预习、课中参与、课后互动的学习情况，及时将学习目标达成度、学分预警信息反馈给学生。根据学生学习满意度反馈，任课教师及时改进自身教学方法、手段，更好地实现教学目标。

[illegible]