

重庆财经职业学院秀山电商学院人才培养方案

一、专业名称与专业代码

电子商务，630801

二、培养对象

重点培养现职农村“两委”班子成员、新型农业经营主体、乡村社会服务组织带头人、农业技术人员、乡村致富带头人、退役军人、返乡农民工等。优先招录具有培训证书、职业技能等级证书、职业资格证书、农民职称的农民和农业广播电视学校学院在内的中职毕业生。

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

1. 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（63）	电子商务类（6308）	互联网和相关服务（64） 批发业（51） 零售业（52）	销售人员（4-01-02） 商务咨询服务人员（4-07-02）	网络营销 网络客服 网页编辑	网店运营与推广（1+X 试点证书） 电子商务数据分析与应用（1+X 试点证书）

2. 可从事的岗位

对专业可从事岗位（包括初始岗位和发展岗位）进行描述，岗位名称、岗位工作内容、岗位能力要求。

岗位类别	岗位名称	主要工作内容	主要能力要求
主要岗位	电商营销专员	制定营销方案，网店开设运营，网店推广，网站规划与创建，协助平台维护，客户关系维护	能够进行网络营销方案制定，具备淘宝店开设运营能力，能够进行店铺设计与推广。
	客户服务管理	客户关系维护，客户异议处理，客户档案管理，客户关系搭建，客服专员工作	能够通过线上或者线下开展客户服务工作，利用信息化手段管理客户档案信息，拓展客户服务业务，胜任客户服务专门工作。

	网页内容编辑	网站建设管理，网页布局设计，网页文本编辑，电商平台运维	能够使用“网页三剑客”和相关电商网站平台管理工具进行日常网站管理运维工作。
拓展岗位	电子商务物流管理	物流配送决策，物流配送管理，物流异议处理	能够胜任物流基础管理工作，如仓储管理，配送管理，并能够处理物流业务中的异议。

3. 典型工作任务及其工作过程

针对从事岗位提取典型工作任务，并描述任务工作过程，明确所需要的职业素质和职业核心能力要求。

序号	主要岗位	典型工作任务及工作过程	职业素质和核心能力	课程	主要实践项目
1	电商营销专员	<p>制定电商营销方案</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 确定目标用户 2. 设计调研问卷 通过问卷星等在线问卷平台发布问卷 3. 问卷回收后分析调研数据 4. 根据数据特点设计营销方案 <p>网店开设运营</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 选择淘宝或者天猫平台，并完成店铺开设的注册与上线 2. 确定销售的商品品类，并落实进货渠道选品 3. 装修网络店铺制作商品宣传信息，并上传至店铺 在线销售商品，对客户的需求能快速进行相应和订单处理 	<p>在制定电商营销方案过程中，培养团队协作、沟通技巧、方案执行力等职业素养。</p> <p>在电商方案调研和设计过程中，获得运用在线问卷系统（问卷星等）设计与发布问卷，能够通过问卷调研数据制定针对产品或服务受众群体的电商营销方案的数据分析与方案制作核心能力。</p> <p>网店开设与运营需要对顾客服务负责的责任感，具有团队协作意识的职业素养养成。</p> <p>学生具有熟悉在以淘宝和天猫为主的电商平台开设店铺的流程、完善网店装修（基于淘宝基础版）、使用 PS 软件修改商品展示信息，运用 Photoshop 等制作软件，完成订单处理，具备对客户需求的快速响应能力，根据客户的需求不断完善改进并构建网店的展示设置等核心能力。</p>	《网络营销》 《电子商务法律基础》 《信息采编》	<ol style="list-style-type: none"> 1. 网络营销方案制定 2. 淘宝店开设运营（含网络直播） 3. 店铺设计与推广

		<p>网店策划与推广</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 选择目标竞品 2. 通过对目标竞品进行数据抓取 3. 分析抓取数据的规律 4. 修订销售商品的关键词 	<p>网店的推广工作，需要学生具有对市场变化的敏感度，能够从商务数据的变化中洞悉市场发展动向的市场领悟能力。</p> <p>网店推广是基于 SEM（搜索引擎营销）的 SEO（搜索引擎优化）过程，基于此网店推广的职业核心能力，需要学生掌握网店定位、网店构架分析、超链接分析、站点发现、内容提取、数据抓取、商品命名关键词重构等核心能力。</p>		
2	电商客服专员	<p>客户关系维护</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根据系统记录在销售中产生的客户关键信息（生日、重要纪念日）制定客户关怀方案（自动与人工） 2. 设置客户关怀自动提醒发送机制 3. 对客户进行人工联系 4. 对客户进行回访，提升客户满意度，进行 KPI 考核 	<p>客户关怀的信息推送要求精准，需要客服专员具备细致，重视细节的责任心。</p> <p>在与客户沟通过程中，需要掌握沟通范式（话术），信息快速录入能力，普通话交流能力。</p>	《网络客户服务与管理》 《商务英语》 《商务礼仪》	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客户异议处理 2. 客户档案管理 3. 客户声讯服务
		<p>客户异议处理</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 第一时间响应客户异议 2. 联系客户确定问题范围 3. 针对客户问题落实解决方案 4. 对客户进行回访，提升客户满意度 	<p>在针对解决客户异议时，首要具备的是个人情绪控制力，不能控制自己情绪的电商客服专员是不合格的，对客户要“柔”，所以情绪控制力、耐心程度、亲切感都是在客户异议处理当中核心职业素养。</p> <p>快速响应能力，沟通能力，客户异议处理的核心能力。</p>		
		<p>客户关系搭建</p> <p>根据网店销售和浏览记录，对初次购买和有意向购买的客户进行联系，并主动关怀，促进新客户向“回头客”转变。</p>	<p>与客户的沟通中能够发现客户的潜在需求的职业素养。</p> <p>沟通能力、普通话交流能力、客户关系搭建话术使用能力为客户关系搭建的核心能力。</p>		

3	内容编辑	网站建设管理 1. 进行用户（含电商营销专员、客服专员）需求调研 2. 根据网站建设需要，分为自建和引入第三方机制建设	不同岗位工作人员之间的协同，需要较强的专业沟通素养。	《电子商务网页制作与网站管理》	
		网页布局设计 1. 与电商营销专员进行沟通，获得网站构建的需求信息 2. 协助电商营销专员完成网页运维的	能合理配置软、硬件；能设计合理的栏目及功能模块；能使用表格页面布局、使用布局视图及扩展视图对网页布局。		
		网页文本编辑 根据销售和 content 维护的需求，发布图片、文字等网页文本内容信息。	会文本编辑；能正确创建各种超链接；能利用图像、动画美化网页。		
		电商平台运维	能进行站点发布、测试和更新以及维护。		
4	物流配送管理	物流配送决策	能分析并组织物流配送活动；能进行的各类物流作业和组织管理；能对企业物流配送系统分析和物流配送管理决策	《电子商务物流管理》	物流信息管理系统实践 小规模物流配送方案设计 物流异议处理
		物流配送管理	能利用计算机技术实施系统的物流配送管理活动；		
		物流异议处理	能解决物流配送现场问题		

五、培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业理论和技术技能知识，面向电子商务的网店运营与维护，网络客户关系管理等职业群，能够从事电子商务运营、客户关系管理等电子商务专业工作内容的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

（一）素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

3. 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；

4. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

5. 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；

6. 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。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

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。

（三）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。

（二）毕业条件

本专业合格毕业生最低学分要求合格毕业生最低学分要求 171 学分。其中：

（1）课堂教学学分（包括课内教学、课内实践）：99 学分。

（2）集中实践性教学环节学分（含毕业设计顶岗实习）：65 学分。

（3）“三财”职业素养活动学分（财品、财智、财英）：3 学分。

（3）职业资格证书学分：4 学分。

七、主要课程简介

（一）主要专业核心课程介绍

1. 《电子商务数据分析与应用》课程

课 程	电子商务数据分析与应用
教学目标	通过本课程的学习，培养学生对数据的敏感度，学会用相关工具完成数据分析，得出结论，能够根据企业要求撰写分析报告。重点培养学生的数据分析思维能力，根据数据挖掘问题，找出新发现，得出新结论，找到新方法。
教学内容	商务数据分析的意义、作用、一般流程、典型分析任务、常用分析模型、常用分析方法；常用数据存储查询工具、数据分析工具、数据可视化工具等；行业数据分析、客户数据分析、产品数据分析、销售数据分析、推广数据分析以及员工绩效分析的内容、方法、工具与流程；商务数据分析报告的概念、类型、构成。
授课方式	校企联合授课。
教学方法	任务驱动、小组讨论、案例分享、信息化工具模拟等。
考核方式	考查，根据案例数据分析和获取 1+X 证书情况考核。

2. 《网络编辑实务》课程

课 程	网络编辑实务
教学目标	通过本课程的学习，培养学生树立正确的网络编辑的角色定位和基本素养，掌握文字、音频、视频信息的处理能力，能够熟练掌握使用即时通讯、BBS、email 和 blog 等开展业务。
教学内容	根据具体要求进行不同类型网站的内容策划与制作、栏目策划与制作、专题策划与制作；更新、维护网站页面内容
授课方式	校企联合授课。
教学方法	任务驱动、小组讨论、案例分享等。
考核方式	考查，根据学生项目实施情况进行考核。

3. 《商品信息采编》课程

课 程	商品信息采编
教学目标	通过本课程的学习，培养学生掌握网络销售商品的信息采编的基本技能，具备开展网店商品信息管理和处理的能力。
教学内容	根据摄影色彩、构图策略，光线布局、主题突出的商品照片；根据商品的特点进行创意设计，提高用户关注度；运用相关软件对图片进行处理，展示从整体到局部的商品特性，突出商品卖点。
授课方式	校企联合授课。
教学方法	任务驱动、情景模拟。
考核方式	考查，根据学生作品进行考核。

4. 《网店运营与推广》课程

课 程	网店运营与推广
教学目标	通过本课程的学习，培养学生掌握网上开店和管理网店的必备理论知识和基本流程，具备网店经营相关的操作能力、营销能力和学习能力，培养学生的创新意识、创业能力。
教学内容	网站运营的规范与流程；商品类型分类、编码、上架、下架；店铺、产品和客户数据分析，营销推广策略的制定与实施。
授课方式	校企联合授课。
教学方法	项目教学、任务驱动、小组讨论、案例、信息化系统模拟。
考核方式	考查，根据学生模拟网店推广情况和获取 1+X 证书情况考核。

5. 《网络营销》课程

课 程	网络营销
教学目标	通过本课程的学习，培养学生掌握网络营销的一般流程和网络营销中新媒体的运用（含网络直播）的知识，学会根据企业具体情况科学地选择网络营销技术与方法，具备制定网络营销实施方案、系统实施网络营销并取得实际效益的能力。
教学内容	网络营销理论基础、互联网构造新的市场营销环境、网络环境下的市场分析技术、网络营销运营维护技术基础、微信营销、网红营销利用搜索引擎优化技术实现企业网站推广等。
授课方式	校企联合授课。
教学方法	项目教学、任务驱动等。
考 核	考查，以产生直接经济效益作为主要考核方式。

6. 《网络客户服务与管理》课程

课 程	网络客户服务与管理
教学目标	通过本课程的学习，培养学生掌握网络客户服务与管理的基本知识，具备识别客户、与客户进行有效的沟通、维护客户关系，进建立忠诚客户群的能力。掌握京东商城等大中型电子商务企业的实际客服技巧及管理模式。
教学内容	客户关系管理的内涵、客户关系管理的核心管理思想、客户服务语言技巧、接待客户、客户服务中的身体语言技巧、客户电话服务技巧、提升客户的满意度、提升客户的忠诚度、应对棘手客户的原则和流程、处理客户抱怨等。
授课方式	校企联合授课。
教学方法	采用任务驱动、情景模拟等。
考 核	考查，引入 KPI 考核，教师结合教学过程性分数和期末考核累积考核。

7. 《电子商务网页制作与网站管理》课程

课 程	电子商务网页制作与网站管理
教学目标	通过本门课程的学习，培养学生掌握网页制作技术、电子商务网站构建的知识和方法，具备综合运用相关技术和工具进行网页制作能力，具备开发、建设和维护电子商务网站的能力。
教学内容	电子商务网站建设的准备、电子商务网站规划、网页的基础知识、构建静态 HTML 网页、构建动态 HTML 网页、电子商务网站的推广、电子商务网站的安全等。
授课方式	由猪八戒网络有限公司讲师授课。
教学方法	项目教学、任务驱动等。
考 核	考查，教师根据学生制作网站和网页效果情况考核。

（二）集中实践环节介绍

1. 电子商务认知实习

实践名称	专业认知实习
技能培养目标	本课程安排在大一上学期，拟让学生对电子商务专业有一个初步认知。
实践内容	组织师生到电子商务企业实地参观、深入一线业务岗位了解并熟悉工作流程；获取电子商务企业实践经验，让学生能够认知专业真实工作环境和内容。
教学方法与手段	企业实地参观、岗位见习。
成果体现	认知实习心得。
评价标准	考查，评审学习心得。

2. 电子商务运营实训

实践名称	电子商务运营实训
技能培养目标	对接“电子商务数据分析与应用”专业核心课程，强化集中训练，进一步深化学生掌握电商企业经营的关键技能要素。
实践内容	由重庆诺维奇进出口有限公司联合授课教师带真实店铺进行实战训练。
教学方法与手段	集中组织，分组进行对抗。
成果体现	小组经营业绩，小组经营总结报告。
评价标准	考查，根据经营业绩为考核主要依据。

3. 商品信息处理实训

实践名称	商品信息处理实训
技能培养目标	对接“商品信息采编”专业核心课程，旨在培养学生的图像设计创意思维能力和制作能力、色彩感悟能力，使学生毕业后可胜任网页美工等工作岗位。
实践内容	由猪八戒网络有限公司讲师联合任课教师进行商品图片美化、Logo制作、店标设计、促销海报、展示设计、店铺导航制作、主图设计、详情页制作、gif 动态图像制作、商品详情文字编辑、图文排版、推广软文写作方面得实战训练。
教学方法与手段	通过信息化教学手段，搭建学生作品设计实训平台，通过案例讨论，教学演示，项目驱动等方法开展教学。
成果体现	作品设计成果。
评价标准	考查，教师根据学生学习过程和课程结束时提交作品的情况考核。

4. 客户服务项目实训

实践名称	客户服务项目实训
技能培养目标	对接“网络客户服务与管理”专业核心课程，旨在培养学生沟通能力、语言表达能力，掌握电子商务企业网络客服实战技巧。
实践内容	顾客常见问题、响应速度、常见问题的回答技巧。
教学方法与手段	实际操作，完成重庆先特公司、秀山电商园区客服企业提供的真实业务。
成果体现	客服工作体验报告。
评价标准	考查，教师根据学生学习过程和课程结业考核的情况给分。

5. 电子商务综合实训

实践	电子商务综合实训
技能培养目标	对接“电子商务网页制作与网站管理”专业核心课程，一是强化巩固电商网页制作中的项目设计实践技能，二是对对接课程中的“网站管理”项目学习部分的延伸，使学生能够将其他所学课程知识在综合实训中融汇使用。
实践内容	完成电商网店运营初期、中期和上线运营全过程实践。
教学方法与手段	秀山电商园区企业实战平台，项目导向，任务驱动，角色模拟，模拟平台使用，交叉测评。
成果体现	实战网店构建。
评价标准	考查，根据学生态度、纪律、任务完成情况自评、互评、教师评价、第三方评价。

6. 毕业顶岗实习

实践	顶岗实习
技能培养目标	使学生能够将理论知识运用到实践中去，为今后的就业奠定良好的基础。
实践内容	完成各岗位的工作流程，强化各岗位的操作能力。
教学方法与手段	学生实操，教师指导，结合企业运营，进行为期6个月的企业实习。
成果体现	实习日记、实习报告。
评价标准	以学生岗位工作表现情况作为考证依据由企业和辅导老师共同考核。

八、时间进程表

(一) 时间进程表

学年	学期	阶段(周)																			
		学校学习					送教上门									企业实践			认证考核		
		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
一	1	▲	▲	▲	▲	◆	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	●	●	●	★	★	★
	2	≡	≡	≡	≡	◆	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	●	●	●	★	★	★
二	3	≡	≡	≡	≡	◆	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	●	●	●	★	★	★	
	4	≡	≡	≡	≡	◆	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	●	●	●	★	★	★	
三	5	≡	≡	≡	≡	◆	≡	≡	≡	≡	≡	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※
	6	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	▼	◆	-
符号		≡理论教学					●企业实践					◎送教上门				★考试					
		※顶岗实习及毕业设计(论文)					▲入学教育、军训					▼毕业教育				◆机动					

(二) 电子商务专业教学活动时间分配表(单位:周)

学年	学期	理论教学	企业实践	认知实习	跟岗实习	顶岗实习	入学教育	毕业教育	军训	认证考核	假期	机动	合计
一	1	9	3	-	-	-	2	-	2	3	4	1	24
	2	13	3	-	-	-	-	-	0	3	8	1	28
二	3	13	3	-	-	-	-	-	0	3	4	1	24
	4	13	3	-	-	-	-	-	0	3	8	1	28
三	5	9	-	-	-	-	-	-	0	-	4	1	14
	6	-	-	-	-	27	-	1	-	-	-	1	29
合计		57	12	0	0	27	2	1	2	12	28	6	147

备注: 毕业设计根据专业情况可在毕业顶岗实习期间安排。

九、课程设置及进程安排表-三年制专业

序号	课程名称	学分	考核类型	总学时	教学时数		各学期学时分配						
					理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6	
							学期	学期	学期	学期	学期	学期	
1	思想道德修养与法律基础	3	查	48	36	12	48						
2	金融基础（在线课程）	3	查	48	24	24	48						
3	管理学（在线课程）	3	查	48	24	24	48						
4	网络消费心理学（在线课程）	3	查	48	24	24	48						
5	电商人力资源管理	3	查	48	24	24	48						
6	网商市场调查与预测（在线课程）	3	查	48	24	24	48						
7	体育	3	查	48	24	24	16	16	16				
8	军事理论	2	查	32	32	0	32						
9	英语基础	3	查	48	48	0	48						
10	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3	试	48	48	0		48					
11	电商软文写作（在线课程）	3	试	48	16	32		48					
12	电子商务英语	2	查	32	16	16		32					
13	商品学基础	2	试	32	16	16		32					
14	电子商务基础	4	查	64	32	32		64					
15	电子商务案例分析（校企合作职业课程）	6	查	96	32	64		96					
16	仓储与配送管理（在线课程）	2	查	32	16	16		32					
17	生产与采购物流（在线课程）	3	查	48	24	24			48				
18	电商物流成本管理（在线课程）	3	查	48	24	24				48			
19	国际贸易（校企合作职业课程）	2	查	32	16	16			32				
20	心理健康教育	2	查	32	20	12	32						
21	商品信息采编（在线课程）	4	查	64	24	40			64				
22	网店运营与推广（1+X 试点证书学分兑换课程）	4	查	64	24	40			64				
23	移动商务（校企合作职业课程）	2	查	32	16	16			32				

24	电子商务创新创业课	1	查	16	6	10			16			
25	电子商务法律基础	2	查	32	16	16			32			
26	电子商务礼仪	2	查	32	12	20				32		
27	网商商业模式创新（校企合作职业课程）	6	查	96	32	64				96		
28	网络营销（校企合作课程）	4	查	64	30	34				64		
29	网络客户服务与管理（校企合作职业课程）	4	查	64	20	44				64		
30	电子商务数据分析与应用（1+X 试点证书学分兑换课程）	2	查	32	16	16			32			
31	网络编辑实务（校企合作职业课程）	4	查	64	20	44					64	
32	电商企业管理（校企合作职业课程）	2	查	32	16	16					32	
33	商务谈判与推销技巧（在线课程）	2	查	32	12	20					32	
34	电商品牌策划与管理	2	查	32	16	16					32	
小计		99		1584	780	804	416	368	336	304	160	0
35	电子商务认知实习	0	查	4	0	4	4					
36	电子商务运营实训	4	查	60	0	60		60				
37	商品信息处理实训	4	查	60	0	60			60			
38	客户服务项目实训	4	查	60	0	60				60		
39	电子商务综合实训	4	查	60	0	60					60	
40	顶岗实习	48	报	780	0	780						780
小计		64		1024	0	1024	4	60	60	60	60	780
合计		163		2608	780	1828	420	428	396	364	220	780

备注：所有课程要求融入课程思政。

十、集中实践课程及进程安排

序号	课程名称	课程性质	实训项目	教学组织方式	实训场地及设备	考核方式	学分	实践时数总计		按学期分配的具体学时						备注
								学时	周数	一	二	三	四	五	六	
1	电子商务认知实习	必修	参观知名电商企业	参观	重庆“村头”科技有限公司	综合评定	0	4	1	4						
			听取企业经营介绍,了解经营流程													
2	电子商务运营实训	必修	网上开店流程	项目实训	秀山电商孵化园	综合评定	4.0	60	2	60						
			淘词技巧													
			数据魔方													
			SEO													
3	商品信息处理实训	必修	商品图片美化	项目实训	电子商务综合实训室 猪八戒网络有限公司	综合评定	4.0	60	2	60						
			Logo设计制作													
			店标设计制作													
			详情页面制作													
			推广软文写作													
4	客户服务项目实训	必修	在线客服项目	项目实训	重庆先特服务外包园 重庆秀山电商客服中心	综合评定	4.0	60	2	60						
			声讯客服项目													
			电器客服													
5	电子商务综合实训	必修	电商网页设计	项目实训	电子商务综合实训室 秀山电商孵化园	综合评定	4.0	60	2	60						
			网店装修													
			网店模拟运营管理													
6	毕业顶岗实践	必修	专业岗位生产实践	岗位实训	猪八戒网络有限公司 重庆网商产业园 秀山电商孵化园	实习报告	49.0	780	16	780						
			毕业设计(报告)													

十一、课程结构及学分分布

分配情况		课程门数	学时分配				学分分配	占总学分比例
			理论学时	实践学时	小计	占总学时比例		
课程类型								
公共基础课	公共必修课	6	208	48	256	9.8%	16	9.8%
专业课	专业基础课	11	218	230	448	17.2%	28	17.2%
	专业核心课	17	354	526	880	33.7%	55	33.7%
	集中实践课	6	0	1024	1024	39.3%	64	39.3%
合计		40	780	1828	2608		163	
占总学时比例					100%	100%	-	100%

十二、相关说明

1. 参与人才培养方案设计的行业/企业代表

序号	企业名称	专家姓名	职务	主要提供信息（修改建议）
1	猪八戒网络有限公司	刘佳	教育设计总监	强化电商人才培养中，关于线上运营部分的技能学习，特别是电商线上综合技能，通过企业沙盘的实操增强对电商企业经营的管理的认知。
2	北京博导前程股份有限公司	李婷	大区经理	目前跨境电子商务的发展趋势明显，重庆作为“渝新欧”的重要节点，具有开展跨境电商的基础，在人培方案中，需要适当加入专业外语（商务英语）、跨境电商和国际贸易等课程的学习，以适应电商行业发展的新动向。
3	中教畅想（北京）科技有限公司	张洋	大区总经理	加强学生实践学习环节，增强学生动手能力，强化学生的沟通能力，互联网运营推广、网络客服仍然是电商岗位群中的重要一环。

2. 专业相关的职业资格证书、技能等级证书

职业资格与学分折换对应表

证书名称	颁证单位	对应折换学分模块名称	学分
电子商务数据分析与应用（1+X 试点证书）	博导前程信息技术股份有限公司	商务数据分析与应用	4.0
网店运营推广（1+X 试点证书）	中教畅享	网店运营与推广	4.0
（助理）物流师职业资格	中国物流与采购联合会	电子商务物流配送	4.0

3. 人才培养方案实施的保障条件

（1）师资保障

目前专业教研室中配备教师 16 名，副高职称 2 名，讲师 8 名，助教 6 名，博士 2 名，柔性引进专业带头人 1 名，具备双师素质的人员 12 名；为更好针对秀山电商产业学院授课进行“量身定制”，重点引进了在互联网行业知名的校企合作企业技术专家联合开发课程和授课，具体有猪八戒网络有限公司技术专家 3 名，中教畅享（北京）科技有限公司技术专家 2 名，博导前程股份有限公司技术专家 1 名，重庆诺维奇进出口有限公司技术专家 2 名；他们既有丰富的理论知识，又有娴熟的操作技能，具备高职电子商务专业的知识水平，为电子商务专业提供了有力的师资保障。

（2）教学资源

本专业校内实践教学产地包括与猪八戒股份有限公司共建的“电子商务专业双基地”，并建有商贸流通综合实训中心。

电子商务专业校内实践教学场地与功能		
序号	名称	功能
1	电子商务专业“双基地”	依托猪八戒股份有限公司的技术和设备及人员支持，企业入校打造“新电商”专业人才培养，为学生提供认证。
2	商贸流通综合实训中心	提供商品图片拍摄，商品展示，商品信息处理
3	电子商务综合实训室	提供企业经营管理沙盘模拟实训，网店经营管理实训，网页、网站制作实训

本专业与电子商务行企业猪八戒网络科技有限公司，重庆诺维奇进出口有限公司，秀山电商产业园，大足电商产业园等达成合作关系。

电子商务专业校外实践教学场地与功能		
序号	名称	功能
1	猪八戒网络有限公司	提供认知实习，顶岗实习
2	重庆渝猫科技有限公司	提供认知实习，顶岗实习
3	重庆恒度电子商务有限公司	提供认知实习，顶岗实习
4	重庆诺维奇进出口有限公司	提供认知实习，顶岗实习
5	重庆网商产业园	提供认知实习，顶岗实习
6	重庆秀山电商孵化园	提供认知实习，顶岗实习
7	重庆大足电商产业园	提供认知实习，顶岗实习

4. 教学评价

专业核心课程的评价主要是从开展教学过程性考核，课证互通和职业技能认证评价考核几方面进行。课程考核对课程项目实施效果项目考核从理论、技能和职业素养三方面进行，技能考核则参考职业能力设计考核内容，结合信息化手段的进行模拟和实际操作等多种方式进行考核。

构建“过程性协同考核机制”，在学校、社区、企业、辅导员、家庭协同配合下，以过程性和日常学习考核评价为主。将平时学习、参加学习讨论、作业情况等纳入考核，加大技能考核权重，增加实践考核内容，对成绩的评定，由集中考核和实践考核相结合。

5. 质量管理

加强教学质量保障体系建设，建立健全相应的激励机制，建设教学质量监控小组及时收集教学动态信息，开展各种形式的教学质量监控工作，在教学评估过程中，推行教学互评制度，实行教师自查、互评、实施学生评教。定期开展教研活动，对存在问题及时研究解决，有针对性地进行改进，了解学生对专业建设和教学管理的建设培养质量。

6. 其他需要说明的事项

“三财”素养职业素养活动（财品、财智、财英）具体实施分两部分完成。一是由秀山电商产业学院学生到校本部与本部学生联合完成；二是由校本部学生到秀山电商产业学院联合完成。