

电子商务专业人才培养方案

【专业名称】电子商务

【专业代码】620405

【教育类型】高等职业教育

【招生对象】普通高中毕业生、职业高中毕业生、中等职业学校毕业生

【基本学制】3 年

本方案包括人才培养指导思想、人才培养需求分析、人才培养目标、人才培养规格、人才培养模式、课程体系的构建、课程体系的构建、专业核心课程说明及目标要求、教学计划安排、教学团队与实验实训条件建设、教学实施与质量保障体系、毕业条件、专业建设委员会成员一览表等 12 个部分。

一、人才培养的指导思想

以教育部教高【2000】2 号、【2006】14 号、【2006】16 号等文件为指导，以行业为依托，以就业为导向，以市场需求为指南，面向电子商务人才市场职业岗位群，构建理念先进，特色鲜明，科学合理、可操作强的电子商务专业人才培养体系。以提高学生的职业能力和职业素养为目标，坚持“校企合作，工学结合”的改革方向，校企共同构建课程体系，共同确定教学内容，共建实验实训条件，共同进行师资队伍建设。通过以基于工作过程为特征的“工学结合”人才培养模式的实施，全面提高学生职业道德、综合素质和职业能力。

二、人才培养需求分析

1、电子商务行业发展趋势分析

(1) 未来几年中国电子商务仍将高速发展

根据中国电子商务研究中心对企业界的 100 位 CEO 进行的问卷调查，发布的《2010 中国电子商务 100 位 CEO 调查报告》中显示，有近九成的 CEO 认为未来三年中国电子商务将高速发展。随着我国宏观经济的回暖及外贸的逐步复苏，众多中小企业利用电子商务意识的提高，传统企业进军网络市场以增加渠道销售，加上国家和地方各政府部门对电子商务政策扶持力度的加强，不断规范整顿市场，市场交易规模和企业营业收入不断增加。

另外随着移动通信技术的突破以及政策环境的优化，移动电子商务在短短几年中迅猛发展起来了，基于它的方便和快捷等巨大优势，移动电子商务正在广泛的应用到社会的各个领域，个人用户可以利用手机通过信息、邮件，手机网站等方式获取各类信息，这些信息促进用户开展电子商务交流活动。

（2）行业的细分和专业化成为发展趋势

由于市场规模和完全竞争两大因素，电子商务应用中的个性化特征日益突出，专业化水平与市场规模成正比。小规模市场中因为规模不经济导致可能出现不成交交易，基于零碎数量的市场会导致大量个性化产品和服务涌现，一方面极大地提高专业化分工水平，促进商务模式创新，另一方面更充分地满足不断增长的个性化需求。同时，近乎完全竞争的网络市场迫使越来越多的企业和个人摆脱同质化产品和服务的价格竞争，采用产品、服务、客户或商务模式的差异化战略，也加剧了电子商务应用的个性化。

已经有越来越多的电子商务网站开始走细分道路。电器、服装以及母婴等领域有望成为细分领域中的佼佼者。2009 年中国服装市场销售规模达 10490.9 亿元，年增长率达 21.6%。服装类电子商务 B2C 网站有望成为增长最快的电子商务细分市场之一，这一细分市场的代表厂商是凡客诚品。而母婴电子商务 B2C 网上销售市场是相对更为细分的市场，2009 年该市场销售收入约为 8.24 亿元人民币。其中，以红孩子的领先优势最为明显，其次如亲亲宝贝、丽家宝贝、乐友商城等。

（3）B2C 未来将代替 C2C 网购

在网购市场的发展早期，由于信用缺失、支付手段匮乏以及物流配送的困难等原因，B2C 和 C2C 市场一直发展得比较坎坷和缓慢，2003 年 B2C 行业占整个网购市场规模 35.2%，超过 C2C 市场的一半，但 2003 年淘宝网横空出世后，不仅击败易趣夺取 C2C 市场第一把交椅，更是强势挤占了 B2C 的市场份额。2007-2009 年连续三年 B2C 占网购市场份额低于 10%，一时间陷入低谷。从 2008 年开始，B2C 市场在资本的推动和市场的回暖下逐步反弹，市场份额有望于 2010 年再次突破 10%，2010 年，占 B2C 市场最大份额的综合类电子商务平台网站京东商城前 8 个月的销量已经接近 60 亿元，今年极大可能销量突破 100 亿元，并成为行业内首个销售规模超百亿元的企业。

由于基数大的缘故，未来数年，中国网络购物市场的格局仍然以 C2C 市场交易规模占据更大的份额为主，但 B2C 的增长速度将远大于 C2C 市场，其规模占比将逐

年扩大。增长速度快的原因主要有：更多的传统企业进入 B2C 领域以及主流 C2C 网站向 B2C 转型；C2C 市场的进一步加速发展受限于信誉等级体系以及可能出现的监管和税收政策等。

今年 10 月份，B2C 企业麦考利上市，在业内引起一点惊讶的同时（早于京东商城），更多是刺激了众多企业的上市欲望，众多的网站 CEO 表示未来几年会有大批的 B2C 企业上市融资，发挥样板作用，加速提升 B2C 市场交易规模。

2、电子商务产业人才需求结构分析

当今社会已步入信息时代，人才成为经济发展的重要因素，随着网络经济时代的到来和电子商务的迅猛发展，社会对电子商务人才也提出了新的需求。所谓的电子商务人才是指既掌握现代信息技术又通晓现代商贸理论与实务，能通过电子方式来进行商贸活动的一种复合型人才。就目前情况来看，我国电子商务的发展对人才提出了以下几个层面的需求：

（1）企业电子商务应用人才

企业开发电子商务，除了软硬件条件的具备外，重要的是知识复合型人才的需求。具体包括：

企业电子商务管理人员，负责本单位电子商务系统的管理运作。他们需要掌握电子商务的基础知识、商贸知识、电子商务法规、电子商务案例分析与电子商务项目管理的知识等。

电子商务实际操作人员，负责本单位电子商务活动的实际操作。他们需要掌握电子商务的基础知识、商贸基础知识、电子商务相关技术、电子商务技能和操作规范、操作标准等。

2、电子商务项目开发人才

社会所需的电子商务项目开发人才又可分为以下几类：

电子商务分析人员，需掌握相关的电子商务信息技术、管理技术及项目系统分析领域的商务知识；电子商务项目设计人员，要求掌握电子商务信息技术、网络技术、相关软硬件知识等；电子商务项目具体实施人员，要求掌握电子商务开发软件技术、网络编程技术等。

3、电子商务管理人才

主要是指政府行政部门的电子商务管理人才，他们应掌握电子商务的基本的法律、法规，国家的有关方针、政策，网络管理、CA 认证管理及相关应用领域的管理

知识等。

三、人才培养目标

本专业培养拥护党的基本路线，适应生产、建设、服务、管理第一线需要的，德、智、体、美等方面全面发展的，具有电子商务行业相应岗位必备的理论基础知识和专门知识，具有较强的网站建设、网页设计、销售推广、网络服务与管理等能力，具有良好的职业道德、创业精神和健全的体魄，能从事网站建设员、网站维护员、网络营销员及网络客服员等工作的高素质技能型专门人才。

面向的职业岗位群有：

- 1、网络信息编辑
- 2、网站维护员
- 3、网络营销员
- 4、网站推广员
- 5、电子交易员（电子商务师）
- 6、电子商务物流员
- 7、网络客服员

四、人才培养规格

（一）素质结构

1、基本素质

（1）思想道德素质。熟悉我国国情，自觉抵制各种危害祖国和广大人民群众利益的不良思想和行为。养成恪守职业道德与行为规范的习惯，做一个对国家和社会负责任的人。

（2）科学文化素质。对文学、哲学、历史、艺术等人文社会科学有一定了解，具有一定的文化品味、审美情趣、人文素养。

（3）心理素质。能正确面对困难、压力和挫折，具有积极进取、乐观向上和健康平和的心态。

（4）身体素质。具有一定的体育运动和卫生保健知识，养成锻炼身体的习惯，掌握一定的运动技能，达到国家颁布《学生体质健康标准》的要求。

2、职业素质

（1）具有牢固的专业思想事业心，热爱电子商务专业，树立为专业发展奋斗

的精神。

- (2) 善于交际、心理健康、对职业选取有清晰规划。
- (3) 具有扎实的专业理论知识和过硬的专业技能。
- (4) 具备从事 HTML 和网页设计的能力。
- (5) 具有电子技术为支撑开展商务活动的职业能力
- (6) 具有综合运用所掌握的知识和技能进行电子商务系统设计和开发能力

(二) 能力结构

1、社会能力

- (1) 培养学生的沟通能力及团队协作精神；
- (2) 培养学生分析问题、解决问题的能力；
- (3) 培养学生劳动组织能力；
- (4) 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风；
- (5) 培养学生吃苦耐劳和强烈的社会责任感和正义感；
- (6) 培养学生初步的管理能力和信息处理能力。

2、方法能力

- (1) 职业生涯规划能力；
- (2) 独立学习能力；
- (3) 获取新知识和技能的能力；
- (4) 培养学生善于总结与应用实践经验的能力；
- (5) 决策能力。

3、专业能力

- (1) 具有平面设计能力、网页设计能力。
- (2) 具有网站后台系统开发能力、网站系统软件、硬件系统的搭建和维护能力。
- (3) 具有熟练使用 Internet 各项服务，熟悉网络环境学习客户关系管理的能力。
- (4) 具有能够对客户进行分类，准确掌握客户的需求能力。

(三) 知识结构

1、基础知识

- (1) 掌握较扎实的科学文化基础知识；
- (2) 掌握马克思主义的基本理论和基本知识；
- (3) 掌握人文、道德和法律基本理论和基本知识。

2、专业知识

- (1) 掌握组织、领导、协调、控制等管理学相关知识。
- (2) 掌握计算机网络的结构、性能及相关应用。
- (3) 掌握国际贸易实务中的相关概念、原则、处理方法和技巧。
- (4) 掌握数据库的原理及相关的建库、编辑和修改。
- (5) 掌握会计学的基本概念、原理和方法。

(四) 考取证书

- 1、计算机等级证书
- 2、电子商务师
- 3、英语应用能力证书
- 4、普通话证书

五、人才培养模式

人才培养模式的根本是“工学结合”，工学结合核心是校企联合，精髓是实践教学，实质是就业导向。我国提出要培养数以亿计的高素质劳动者、数以千万计的专门人才和一大批拔尖创新人才。要完成这一艰巨、光荣的历史使命，只有坚持工学结合办学思路，打造职教人才培养模式。正如院领导所精辟概括的：“要以就业为导向，加强专业建设；以能力为本位，加强课程体系建设；以技能为中心，加强实训基地建设；以职业道德为核心，加强学生思想道德建设。”从中充分体现了职业教育必须实施工学结合，工学结合的精髓是实践教学。

六、课程体系的构建

(一) 课程体系架构

在对准电子商务企业、对接电子商务行业的基础上，按专业人才培养目标和规格定位，确定了电子商务专业对应的工作岗位，典型工作任务与行动领域，并以此构建了电子商务课程必修课和选修课两大体系。主要体现在实际工作任务提出——任务归纳整合——典型工作过程分析——工学单元形成，以及案例提供和怎样利于职业能力培养的内容结构上。

必修课分为基本素质课程、专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。电子商务专业的基本素质课程包括：“思政课”概论、思想道德修养与法律基础、体育、计算机应用基础、大学英语等课程。专业基础课程包括：经济数学、经济学原理、管

理学、会计学基础、计算机网络技术、数据库原理与 SQL Server 和电子商务概论等。专业核心课程包括：网络营销、电子商务物流管理、商务英语、网上支付与结算、平面设计等。专业拓展课程包括：市场营销、网站建设与维护、国际贸易实务和网页设计与制作等。

选修课分为专业选修课和公共选修课。专业选修课包括推销理论与技巧和公共关系学。

（二）课程内容的选择与重构

课程内容的选择和重构是从专业的整个课程结构体系去考虑，从实现高职人才培养目标着眼，从人才所需知识、能力、素质出发，把培养职业能力作为主线，并贯穿始终。在课程内容的选择和重构上，遵循以下原则：

1. 课程内容的选择

（1）以电子商务行业岗位需求为依据，以岗位职业能力的培养为目标，基于工作流程，以“工学结合”为切入点，精选企业真实项目，提炼出以职业能力培养为特色的教学内容，突出技术实用性。

（2）依据行业组织制定的职业能力规范，根据产业需求、就业市场信息和岗位技能要求确定专业课程的具体实施内容，将课程内容与职业技能进行有效衔接。

（3）注重人文素质与专业技术的结合，将人文素质教育内容渗透到专业教育过程中，培养学生的综合素质，满足行业多岗位转换甚至岗位工作内涵变化、发展所需的知识和能力，更好的就业，并能适应岗位的迁移。

2. 课程内容的重构

基于工作过程为导向重构课程内容。选取企业典型项目作为教学载体，遵循学生职业能力培养的基本规律，源于企业并高于企业，对教学内容进行了大胆取舍和重新组合，科学设计学习情境，按照项目开发的过程，将课程内容融合进去，课程内容和项目开发内容相一致，教、学、做同步进行，理论与实践一体化。课程完成的同时，项目开发完成。同时为了适应行业发展的需要，适度提升其深度和广度，为学生可持续发展奠定良好的基础。

（二）实践教学体系

1、教学目标

实践教学是高职教育的重要环节和组成部分，“工学结合”的人才培养模式的关键还是要在实践教学中去完成。专业实践教学以培养学生营销管理、商务服务、

网络创业等职业能力为主线，遵循从简易到复杂的能力逐步提升的规律合理安排训练时间与内容。通过实践教学的不同类型的课程，使学生在工作一线去观摩、感受和学习，不断地积累知识、锻炼能力、提高素质。

2、课程类型

(1) 实训课

单项实训是针对单项的工作任务，学习实践知识、加深感性认识的重要环节。本环节应在实训前列出各个单项实训项目的目标、流程与结果的检验方法，做好单项实训的考核工作，培养学生基本实验的技能。单项实训是根据岗位需求而开设的技能训练课包括计算机网络技术、网页设计与制作、平面设计、网站建设与维护、网上支付与管理、电子商务实训等，通过技能训练使学生掌握从事电子商务或相关领域的工作所必备的技能，同时养成良好的工作作风。生产性实训是在生产企业的一线在工作岗位中去实习，需要综合运用单项实训和综合实训的知识。

(2) 见习

组织学生到企业见习，将校内的学习内容与实际工作相结合，了解从事电子商务、网络营销、电话营销和物流管理等企业的工作环境，为更好地学习专业课和毕业后的工作打下实践基础。

(3) 顶岗实习

顶岗实习是电子商务专业的一门重要实践课。学生可到生产技术和较先进的企、事业单位或实习基地进行实习，选择专业相同或相近的岗位或工种进行专业技能的综合应用训练，使学生提高利用最新信息技术进行商务活动，为更好地学习专业课和毕业后的工作打下实践基础。学生须在教师的指导下，承担一定实习任务，并撰写具有较高质量的实习总结，毕业实习安排在最后一学期进行。

(4) 毕业论文或毕业设计

毕业论文是考核学生综合运用所学知识和技能解决实际问题的能力。学生在岗位实习中，在教师指导下确定毕业论文的选题，经过选题——拟题纲——写初稿——定稿等环节的工作，最后完成一篇质量较高的毕业论文（毕业设计）。毕业论文的撰写安排在第六学期，在返校后进行毕业论文答辩。

3、组织与实施

本专业实践教学的组织与实施是按照学院的要求，结合本系实际，认真落实，以期取得良好的效果。实训课主要是在专业老师的安排下，在教学课时内予以安排，

要求学生在学习中加强操作环节的练习，取得良好的学习效果。见习、顶岗实习以及毕业论文或毕业设计需要按照学院有关安排，认真落实执行，要求取得良好的效果。

七、专业核心课程说明及目标要求

1. 网络营销

通过本课程的学习，将使学生掌握有关网络营销的基本概念和基本理论，了解电子商务的基本原理和技术，熟悉网络市场调研、网络营销战略计划和策略，培养学生分析问题和解决问题的能力。

2. 网络技术

通过本课程的学习，使学生掌握计算机网络的基础知识，了解数据通信的原理，熟悉计算机网络的组成与体系结构、TCP/IP 模型，掌握局域网工作原理和一些流行局域网的应用，了解计算机网络管理和结构化布线的基本概念，通过实验掌握各种网络服务的架设组网与网管能力，从而为今后从事计算机网络的应用、设计与开发打下基础。组网与网管能力，从而为今后从事计算机网络的应用、设计与开发打下基础。

3. 市场营销

本课程主要任务是培养企业需要的具有专业营销理论基础和营销实践应用能力的应用型营销管理人员。在教学中要向学生完整地介绍市场营销的知识体系与应用方法，更重要的是要使学生牢固树立以消费者为中心的营销观念，在实践中能以市场为导向，进行产品开发、定价、分销、促销等营销活动，提高企业经营管理水平，从而实现把开发新技术、新产品同开发新市场结合起来，使企业的生产经营适应市场需求的变化。

4. 网页设计与制作

通过本课程的学习，培养学生具有网页设计与制作的基本职业能力，能创建本地站点并能完成网页的各种超链接，创意性地美化网页，制作有创意的网页动画，掌握网页设计与制作的相关技巧，学习网页设计与制作的新知识和新技术。使学生达到相应的国家职业标准的相关要求，为学生职业能力的发展奠定基础。

5. 电子商务基础与实务

通过本课程的学习，使学生了解电子商务系统的框架；掌握电子商务的基础设施、软件、工具、安全以及电子支付系统、网络营销等知识；并最终能利用现代化网络技术进行商务活动。

6. 推销理论与技巧

本课程讲授现代推销概述、寻找客户、制订推销计划、接近客户、推销洽谈、处理客户异议、促成交易、客户关系管理、推销管理，使学生掌握通过网络环境完成产品推销的方法与过程的实施和操作技能。

7. Seo 网站优化与推广

本课程讲授电子商务网站概述，网站的规划与设计，网站服务器的安装、配置与管理，电子商务网站开发技术，电子商务网站后台数据库的设计，电子商务网站测试与发布，电子商务网站的宣传与推广技巧，电子商务网站的维护与管理等内容，通过本课程的学习，使学生对电子商务网站设计与维护有一个比较全面的认识，清楚地了解并掌握网站的规划及设计的各个步骤，顺利而迅速地搭建起自己的商务平台。

八、教学计划安排

1、全学程周数分配表（附表 1）

附表 1、全学程周数分配表

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	☆	☆	☆	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	■	■	○	※	◎
二	○	○	○	○	○	○	○	○	○	■	■	○	○	○	○	●	●	○	※	◎
三	○	○	○	○	○	○	○	○	○	■	■	○	○	○	○	●	●	○	※	◎
四	○	○	○	○	○	○	○	○	○	■	■	○	○	○	○	●	●	○	※	◎
五	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	※	
六	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	□	□	□	□	

符号说明：☆军训，○授课，※复习（考查），◎考试，■基本技能实训，●综合实训，◆顶岗实习，△技能鉴定（考证），□毕业论文（或毕业设计），▲生产性实训

2、专业课程设置与教学计划表（附表 2）

附表 2 三年制普通专科电子商务专业课程设置与教学计划进程表

课程类别	课程模块	序号	课程名称	考核		课内学时			学分数	周学时分配						
				考试学期	考查学期	总学时	理论学时	实践学时		第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	
必修课程	基本素质课程	1	思政《概论》	3	2	72	60	12	4		2	2				
		2	思政《基础》	1		39	33	6	3	3						
		3	形势与政策		2	30	30	0	1	1	1	讲座形式安排				
		4	心理健康教育		2	17	12	5	1		1					
		5	体育		√	64	6	60	4	2	2					
		6	计算机应用基础	2		60	30	30	4		4					
		7	创新创业		1	26	20	6	2	2						
		8	大学生就业指导		1	18	12	6	1				1			
		9	职业生涯规划		1	18	12	6	1		1					
		10	军事理论		1	15	15		1	第一学期集中安排						
		11	艺术鉴赏		2.3	32	28	6	2		1	1				
		12	大学英语	2	1	128	96	32	4	4	4					
		13	大学语文		1.2	68	50	18	4			2	2			
	专业基础课程	14	管理学		4	68	34	34	4				4			
		15	会计学基础	1		78	48	30	6	6						
		16	市场营销学		1	52	26	26	4	4						
		17	电子商务基础与实操	1		52	26	26	4	4						
		18	经济学基础		3	68	38	30	4			4				
		19	推销理论与技巧		4	68	30	38	4				4			
		专业核心课程	20	网络技术		3	68	30	38	4			4			
			21	客户关系管理	2		34	28	6	2		4				
			22	PS 图像处理	2		68	20	48	4		4				
	23		网页设计与网店装修	3		68	20	48	4			4				
	24		网上支付与结算		4	68	48	20	4				4			
	25		网络营销	3		68	34	34	4			4				
	26		网店运营与管理	4		68	34	34	4				4			
	27		新媒体营销	4		68	34	34	4				4			
	28		Seo 网站优化与推广	3		68	48	20	4			4				
	29		顶岗实习													
	30		毕业论文（或设计）													
选修课	任选	31	商务谈判	4		68	48	20	4				4			
		32	国际贸易与实务		2	26	10	16	2		4					
		33	书法		3	34	8	26	2			2				
		34	演讲与口才		1	26	10	16	2	2						
合计								106	27	27	27	27				

顶岗实习、毕业论文

3、选修课程教学进程表（附表 3）

附表 3 选修课程教学进程表

序号	类别	任选课课程名称	学时数	开设单位
1	社会科学类	公共关系学	18	语言文学系
2		经济地理	36	语言文学系
3		人类文明的历程	18	语言文学系
4		河南经济文化	18	语言文学系
5		可持续发展专题	18	语言文学系
6	自然科学类	科技博览	18	化学工程系
7		人口、生态与环境	18	化学工程系
8		生活中的科学	18	化学工程系
9		电工学基础	36	机电与工程系
10		环境保护概论	18	化学工程系
11	文学艺术类	音乐欣赏	18	艺术系
12		舞蹈鉴赏	36	艺术系
13		古典诗词赏析	18	语言文学系
14		古代文化常识	18	语言文学系
15		世界文学名著欣赏	18	语言文学系

4、实践教学进程表（附表 4）

附表 4 实践教学进程表

序号	课程名称	实践项目	实践课时	安排学期	地点
1	军事技能训练	各项军事技术等	36	1	校内
2	商务英语	情境模拟、英文商务文书信函的处理等	20	3	校内
3	电子商务物流管理	物流方案的设计等	16	4	校内
4	平面设计课程实训	项目 1: 绘制图像与艺术处理 项目 2: 调整和修饰图像 项目 3: 路径和文字的应用 项目 4: 图层的高级进阶 项目 5: 滤镜特效处理 项目 6: 通道的综合应用	32	3	校内电子商务实训室
5	网上支付与管理课程实训	项目 1: 电子银行的申请开通 项目 2: 电子钱包的使用 项目 3: 网上支付的操作	32	4	校内电子商务实训室
6	电子商务实训能力	项目 1: B2C 商务流程作 项目 2: 网络开店 项目 3: B2B 商务流程 项目 4: 电子支付 项目 5: 网络银行 项目 6: 网络营销 项目 7: 电子商务安全 项目 8: 网站建设流程	42	4	校内与校外实训基地

7	综合技能实训	项目 1: 掌握网络新闻 项目 2: 论坛营销 项目 3: 病毒式营销 项目 4: 数据库营销 项目 5: 网络事件营销 项目 6: 搜索引擎竞价排名	42	4	校内电子商务实训室
8	生产性实训	项目 1: 市场营销 项目 2: 网络营销 项目 3: 电话营销	384	5	电子商务实习基地
9	毕业顶岗实习	网络营销、电话营销	360	6	校外实习基地
10	毕业论文（或毕业设计）	毕业论文（设计）项目	24	6	实习单位
1	假期社会实践活动	自选实践项目	522	1、2、3、4	自由安排

5、本专业学生应获资格证书（附表 6）

附表 5 毕业时应获资格证书一览表

类别	名称	等级	学分	要求	相关课程
英语	全国公共英语等级	二级	2	二选一	大学英语、商务英语
	全国大学生英语应用能力考试	A 级	2		
计算机	全国计算机等级考试	一级	2	二选一	计算机应用基础
	全国计算机 NIT 证书考试	合格	2		
普通话	全国普通话等级考试	三级甲等	2	选修	普通话
职业技能资格证书	助理电子商务师	初级	2	四选一	电子商务概论、网络技术、管理学、网络营销基础、网络客户服务基础、网络支付基础、物流基础
	电子商务师	中级	2		
	高级电子商务师	高级	2		
	高级物流师	高级	2		物流管理

九、教学团队与实验实训条件建设

（一）双师素质结构教师团队建设

1、教学团队的教师数量配置

电子商务教学团队现有专业教师 12 人，分别承担计算机网络技术、平面设计、Dreamweaver 制作、市场营销、经济学原理、网络营销等计算机类和商务类课程的教学。

2、教学团队的素质要求

根据我院“六双”培养模式的要求，本专业教学团队中具有双师资格的教师有 10 人，双师比例达到了 83.3%。

3、教学团队的素质培养

本专业教学团队在人才的培养过程中，教师也在不断加强自身的知识、能力和素质的培养，不断在企业参与工作，增加实践经验，不断通过自身的学习和进修，提高学位，提高职称。

（二）实验实训条件建设

- 1、建立以技能训练为主的校内实验实训室和校内实训基地
- 2、建立以顶岗实习为主要功能的校外实习基地
- 3、加强以机制创新、教学改革、社会服务为主要内容的内涵建设
- 4、达到实验实训条件的软硬件配置要求

十、教学实施与质量保障体系

（一）课程标准的制定

本专业按照学院要求，结合本专业实际，在学习领域课程确定以后，依据行业和职业标准，与合作企业及专业指导委员会共同研讨制定了部分课程的基于工作过程导向的课程标准。比如推销理论与技巧等。

（二）基于工作过程的教学方法改革

专业教师在本专业各门课程的讲授中，要实施必要的情景教学、项目教学和案例教学，实现教、学、做一体教学。

德国教育家第斯多惠说：“我们认为教学的艺术不在于传授的本领，而在于激励、唤醒、鼓舞。”从某种意义上说，教师教学的成功在于艺术地设置情境冲突。实施情境教学，当是明智之举。在市场营销、网络营销、国际贸易实务等课程的教学过程中，需要积极运用情境教学的方法，专业教师根据教学内容，运用生动的语言、借助现代化教学手段等，创设学生所熟悉的生活情境，使学生产生身临其境的感受，从而激发学生浓厚学习兴趣的教学模式。教师通过创设情境，让学生的智慧、思维、猜测、想象、情感、喜怒、哀乐都充分地参与到课堂教学中来。使学生的情感活动和认知活动有效结合，学生在思想政治课上观色、闻香、品味，从而逐步达到知、情、行相统一的教学目标。同时，情境教学要注重情境材料的典型性、情境的真实性、情境的感染性、情境问题设计的探究性和情境创设方式的多样性。

项目教学法是通过进行一个完整的“项目”工作而进行的实践教学活动的培训方法。这种方法起源于美国，盛行于德国，尤其适合于职业技术教育。在项目教学的实施过程中，教师应根据实际的教学需要，选取合适的实施项目。项目教学实施

的一般步骤为 1、确定项目任务：通常由教师提出一个或几个项目任务同学生一起讨论，最终确定项目的目标和任务。2、计划：由学生制订项目工作计划，确定工作步骤和程序。3、实施：学生确定各自的分工以及合作的形式并按照已确立的工作步骤和程序工作。4、检查评估：先由学生自己，再由教师对项目工作成绩进行检查评分，师生共同讨论、评判工作中问题的解决方法、学习行为特征等。5、归档或结果应用。本专业的课程中，电子商务物流管理、网上支付与结算、平面设计等课程都可以实施项目教学。

案例教学（Case Method）是由美国哈佛法学院前院长克里斯托弗·哥伦布·朗代尔（C. C. Langdell）于 1870 年首创，后经哈佛企管研究所所长郑汉姆（W. B. Doham）推广，并从美国迅速传播到世界许多地方，被认为是代表未来教育方向的一种成功教育方法。20 世纪 80 年代，案例教学引入我国。案例教学是一种通过模拟或者重现现实生活中的一些场景，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的一种教学方法。在本专业的经济法、国际贸易实务、推销理论与技巧等课程应积极运用案例教学的方法。在案例教学的实施过程中，应鼓励学员独立思考，引导学员变注重知识为注重能力，重视双向交流。

在各种教学手段的实施过程中，很多时候情景教学、项目教学和案例教学等方法混合使用，需要实现实现教、学、做一体教学。

（三）专业课程的教学组织与实施

在专业课程的教学组织与实施过程中，应做到以下几个方面。

- 1、实施教学做一体化专业课程的教学
- 2、实施生产性实训的组织与管理
- 3、顶岗实习的运行与管理

（四）学生职业道德与人文素养的培养

1、职业道德教育

职业道德包括职业理想，职业信念，职业态度，职业品质，职业责任，职业良心等诸多方面，社会主义职业道德规范是全心全意为人民服务精神在各行各业的具体实践。职业道德规范的主要要求是：（1）树立全心全意为人民服务的思想，这是职业道德的出发点和落脚点。（2）忠于职守，热爱本职工作，刻苦钻研技术与业务，在职业活动中发挥创造才能。（3）遵纪守法，团结协作，诚实守信，以主人翁精神对待工作。（4）努力提高工作效率，保证工作质量，注意增产节约，爱护公

共财务，廉洁奉公。

2、人文素质培养

人文素质是大学生成才的必备素质。跨进高等学府的每个学生，都渴望自己成才，但如果只具备一定的专业素质，而欠缺人文素质，最终只能成为人们所说的“机器人”、“工具人”、“单面人”，因此加强大学生人文素质教育对大学生成长成才具有重要的意义。

由于自然科学主要是依靠逻辑思维，其思维方式往往是收敛的、确定的、必然的，而人文社会科学主要是依靠形象思维，其思维方式常常带有发散性、多元性和或然性。大学生培养良好的人文素质，将关系到所学专业上的成就，为创新思维的培养和开展创造性活动打下坚实的基础。人文素质是一种基础性素质，它对于其他素质的形成与发展具有很大的影响力和很强的渗透力。人文素质对于促进大学生综合素质的提高，不仅表现在提高大学生的专业素质、心理素质、思想道德素质，还表现在树立正确的价值观、培育民族精神、改善思维方式、增强非智力因素等几个方面。

（五）质量保障体系建设

1、校内教学质量监控体系建设与实施

- （1）加强校内教学质量监控制度建设。
- （2）教学督导制度。
- （3）学生评教，教师评学。
- （4）日常教学检查与质量管理。

2、校外实践教学质量保障体系建设与实施

保障实践教学质量建设，主要应从以下六个方面着手。

- （1）理念保障：适应社会对岗位群的需求，构建实践性教学体系。
- （2）组织保障：建立实践性教学体系的实施方案。
- （3）制度保障：加强实践教学管理，完善实践教学文件和管理制度建设。
- （4）考核保障：构建营销专业实践考核体系。
- （5）监督保障：建立实践教学质量保证和监控体系。
- （6）条件保障：注重实践教学基本建设。

十一、毕业条件

1. 按规定修完所有课程，成绩合格，取得专科毕业证书；

2. 通过全国高等学校英语应用能力 A 级；
3. 通过全国计算机应用能力考试；
4. 至少获得一个劳动部门或行业相关的专业职业资格证书；
5. 参加一年的顶岗实习并考核合格。