



浙江育英职业技术学院

电子商务专业
2021级“优势职业人”培养方案

二〇二一年七月编印

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	1
六、课程设置及要求.....	3
七、教学进行总体安排.....	10
八、实施保障.....	10
九、毕业要求.....	13
十、附录.....	13

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701。

二、入学要求

普通高中毕业或具有同等学力者。

三、修业年限

教育类型：高等职业教育；

学制：三年；

学历：专科。

四、职业面向

表1 本专业职业面向

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)	主要岗位群	推荐职业技能证书
财经商贸 大类 (53)	电子商务 类 (5307)	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)	网络客户服务管理/ 网络(店)运营管理/ 网络营销推广/网站 (店)美工/ 社交电商运营	阿里巴巴中小企业 商学院数字化人才 认证、电子商务师、 网店运营推广/电 子商务数据分析/ 社交电商运营/新 媒体营销职业节能 等级证书

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养思想政治坚定，德智体美劳全面发展，围绕电子商务行业 and 产业发展需要，具有优势职业基本素养和良好职业品质，掌握电子商务基础知识，具备电子商务基本知识、基本技能和综合能力，能够胜任电子商务运营、网络营销推广、视觉设计与优化、文案策划与写作、商务数据分析等电子商务类岗位工作的高素质复合式技能型人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识、技能、能力和品质等方面达到以下要求：

1. 基本素质要求

热爱祖国，拥护中国共产党领导，遵行社会主义核心价值观，具有现代社会职业人

应具备的社会公德、职业道德、责任意识，具有强烈的遵守现代商业规则、遵守国家法律意识和素养。

2. 专业知识要求

- (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) 掌握服务管理、客户管理、质量管理、企业运作流程基本知识和方法；
- (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) 掌握商贸数据统计分析、报告撰写以及客户服务与管理的相关知识；
- (5) 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，掌握新媒体运营、社交电商运营与管理的相关知识和方法；
- (6) 掌握网店运营规则与流程、智能供应链与供应商管理的相关知识；
- (7) 掌握商品拍摄、图形图像处理的基本方法和操作技巧，掌握通过图形图像处理软件进行信息采编和创意设计的基本方法；
- (8) 掌握网页设计与制作、网络文案写作、商务网站运营与管理的基本方法。

3. 岗位技能要求

学生通过学习和训练，应具有运用电子商务专业理论和方法分析问题、解决问题的能力。毕业生应获得以下职业技能：

- (1) 电子商务业务技能；
- (2) 计算机操作、计算机网络应用能力；
- (3) 利用网络工具进行信息采集编辑和发布等市场推广能力。
- (4) 掌握现代商务客户管理基本方法，能够熟练运用电子商务的方式进行整体客户关系的管理与维护；
- (5) 掌握正确的写作与编辑技巧，能够顺畅进行产品信息网络发布及运营；
- (6) 掌握商务数据工具的应用，并能应用这些工具开展常规的商务分析。

4. 职业能力要求

- (1) 具有良好的语言表达能力（口头和书面）；
- (2) 具有良好的人际交往和沟通能力；
- (3) 具有良好的经营管理能力和公关能力；
- (4) 具有与财经商贸类专业群相关岗位的专项技能；
- (5) 不断学习的能力和对不同岗位的适应能力。

（五）职业品质要求

诚信、协作、守法、创新,具备忠诚、有责任心、吃苦耐劳的良好品质和良好的团队合作精神,牢固树立“客户第一”的意识,有健康的体魄。

（1）认同企业价值观,爱岗敬业,安心本职岗位,忠于职守,尽职尽责。

（2）诚实守信。说老实话,办老实事,执业谨慎,信誉至上,不为利益所诱惑,不弄虚作假,不泄露秘密。

（3）坚持准则。熟悉国家法律、法规和国家统一的制度,始终坚持按法律、法规和国家统一的制度的要求进行运营。

（4）强化服务。树立服务意识,提高服务质量,努力维护和提升职业的良好社会形象。

六、课程设置及要求

（一）公民素养课

该类课程主要包括:

毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、通用英语、数字技能基础、体育、人文艺术赏析、沟通与应用文写作、职业形象与礼仪、国防教育与军事训练、形势与政策、心理与生命健康教育、职业发展与就业指导等。

总学时为: 672 学时, 其中实践教学 340 学时。

（二）专业课

依据职业岗位(群)所要求必须具备的知识、技术、技能、素质、证书等设置的专业课程。电子商务专业课分为专业群共享专业基础课、专业方向课、岗位核心课三大类。

网店运维方向总学时为: 925 学时, 其中实践教学 498 学时。

内容营销方向总学时为: 925 学时, 其中实践教学 498 学时。

1. 课程类型

（1）专业群共享专业基础课

包括:《电子商务基础》、《经济学基础》、《商业创业基础》、《智慧物流》、《数智化营销》、《数据分析与 SPSS 实现》等课程。

总课时为: 228 学时, 其中实践教学 84 学时。

（2）专业方向课

网店运维方向包括:《电子商务综合实训》、《电子商务数据分析》、《商务沟通与谈判》、《python 技术与应用》、《电子商务沙盘》、《办公自动化实务》、《商务英

语》、《管理学基础》等课程。

总学时为：445 学时，其中实践教学 274 学时。

内容营销方向包括：《电子商务综合实训》、《电子商务数据分析》、《网店装修实务》、《消费者行为分析》、《电子商务网页设计与制作》、《办公自动化实务》、《电子商务专业英语》、《市场营销基础》等课程。

总学时为：445 学时，其中实践教学 274 学时。

(3) 岗位核心课

网店运维方向包括：《网上商场运营实务》、《数字化客户服务与管理》、《1688 运营实务》、《新媒体运营实务》等课程。

总学时为：252 学时，其中实践教学 140 学时。

内容营销方向包括：《电商视觉设计实务》、《网络文案策划与写作》、《python 技术与应用》、《网络信息采集实务》等课程。

总学时为：252 学时，其中实践教学 140 学时。

(三) 岗位实习

主要包含岗位认知考察、顶岗实习、综合实习、毕业设计(论文)。

总学时为：800 学时。

其中《电子商务数据分析》、《1688 运营实务》、《新媒体运营实务》为课证融通课程，《电子商务综合实训》、《1688 运营实务》为校企合作开发课程。

2. 主要课程内容

(1) 专业方向课

1. 《电子商务综合实训》

本课程学时为 125 学时，网店运维方向、内容营销方向第三学期开设，课程为校企合作课程，与合作企业围绕双十一大促进行实际岗位实操。

教学内容：

本课程基于互联网行业双十一网购节为契机，以紧密型校外实训基地企业项目品牌为依托，由校企双方就课程实施计划、方案、考核标准、效果共同设计，完成课程。

2. 《电子商务数据分析》

本课程学时为 36 学时，网店运维方向、内容营销方向第二学期开设。

教学内容：

本课程以数据预处理、数据仓库设计、电子商务数据挖掘、知识发现过程为主线，

主要介绍知识方法和电子商务数据挖掘的基本概念、原理、方法和技术，具体包括：数据预处理基本方法，多维数据模型表示方法，数据仓库设计方法，关联规则挖掘方法，数据分类方法，数据聚类方法，复杂数据类型挖掘技术等。

3. 《办公自动化实务》

本课程学时为 36 学时，网店运维方向、内容营销方向第四学期开设。

教学内容：

通过本课程的学习，使学生掌握办公自动化应用的基本技术和应用技能，掌握应用办公自动化技术解决日常工作的目标和过程，能熟练地将办公自动化软件作为一个多功能工具加以使用，学会按不同的任务要求应用办公自动化技术中的各种功能进行处理和解决，在完成任务的过程中学会分析任务，以选择不同的应用软件，学会处理，提高处理过程中的解决问题能力，学会如何满足任务的最终要求，学会完成任务目标的完整性、规范性，学会创造性完成任务，能熟练使用办公自动化技术处理日常事务性工作，为提高学生各专门化方向的职业能力奠定良好的基础。

4. 《商务沟通与谈判》

本课程学时为 36 学时，网店运维方向第四学期开设。

教学内容：

介绍商务沟通以及谈判的有关知识、技巧和方法，具有知识面广、实用性强、实践性强、系统性强的特点，对学生职业能力的培养和职业素养养成起着主要支撑作用。

5. 《python 技术与应用》

本课程学时为 72 学时，网店运维方向第三学期开设。

教学内容：

本课程介绍 Python 程序设计的基础知识，力求培养读者使用 Python 语言解决问题的能力。内容包括计算机与程序、Python 开发环境、Python 程序设计初步、循环程序设计、函数和递归、Python 数据结构、Python 面向对象程序设计、Python 多线程程序设计。

6. 《电子商务沙盘》

本课程学时为 54 学时，网店运维方向第四学期开设。

教学内容：

本课程是在学习了电子商务基础、网店装修实务等课程的基础上开设的，学生通过该课程的操作训练，全面系统地掌握和了解网店运营相关和必备的知识，为进一步学习专业知识打下基础，也为沙盘竞赛选拔人才。

7. 《商务英语》

本课程学时为 36 学时，网店运维方向第四学期开设。

教学内容：

《商务英语》是一门以语言技能为主，商务技能为辅的融实践性、交际性为一体的语言课程。它以大量而真实的语言素材为载体，突出讲授了在特定的商务环境中如何运用英语来说明事物、处理文书、解决问题。通过该课程系统地讲授商务知识和语言知识，提高学生熟练运用语言进行交际的能力，加深对商务知识的理解，加强商务谈判、商务协作等交际能力的培养，能够利用所学英语语言及商务知识较规范化地说明各项商务事件，解决商务活动中的常见问题。

8. 《管理学基础》

本课程学时为 36 学时，网店运维方向第四学期开设。

教学内容：

通过学习，要求考生熟练掌握管理学中的基本概念、基本观点和基本理论，能运用管理学的基本思想、方法分析和解决管理实际问题；准确地掌握历史上各种不同的管理思想的基本观点和特点；系统地了解各项管理工作的重要性以及做好各项管理工作的各项基本过程和基本原则；掌握计划、决策和控制等管理职能中常用的方法；系统了解生产经营的主要方面和对其的管理内容。

9. 《网店装修实务》

本课程学时为 54 学时，内容营销方向第四学期开设。

教学内容：

本课程培养学生从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的的能力。通过本课程的学习，让学生从网店的开设开始，自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户/供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。

10. 《消费者行为分析》

本课程学时为 36 学时，内容营销方向第四学期开设。

教学内容：

通过本课程的学习，培养学生掌握营销活动中消费者心理活动现象及行为规律，使学生掌握从事营销或销售岗位工作的职业技能。本课程强调理论与实践的高度融合，要

求学生掌握消费者行为分析的基本框架：消费者购买决策过程（包括消费者对问题的认识、信息搜集、评价与选择、购买和购后行为）；影响和决定消费者行为的个人与心理因素（包括消费者的知觉、注意、学习与记忆、态度、需要与动机、个性、自我概念与生活方式）；影响消费者行为的外部因素（包括文化、社会阶层、社会群体、家庭和情境因素）。在此基础上对各种消费者行为表现和企业营销活动进行阐述、解释、分析和评价，使学生充分了解消费者行为的复杂性、多样性和社会性，牢牢掌握影响消费者行为的因素，深刻理解消费者行为决策的过程。从而培养学生从事市场营销的岗位职业能力，同时养成较强的工作岗位适应能力、分析和解决实际问题的能力以及创新意识和职业道德意识。

11. 《电子商务网页设计与制作》

本课程学时为 72 学时，内容营销方向第三学期开设。

教学内容：

本课程在学生掌握计算机基础知识和网络应用基本知识的基础上进行。学生通过本课程，让学生掌握基本的网页设计与制作知识，HTML 语言、网页制作软件的操作与使用。通过各个实验掌握各个环节知识，学生可以相互配合完成简单网站的制作。

12. 《市场营销基础》

本课程学时为 36 学时，内容营销方向第四学期开设。

教学内容：

通过本课程学习，使学生了解现代企业市场营销的基本知识、基本原理和基本方法，认识在发展社会主义市场经济的进程中，对企业市场营销管理的重要性；分析企业市场营销环境，研究各市场购买行为，制定恰当的市场营销组合决策，组织和控制市场营销活动等基本程序和方法；了解市场营销的新的发展。培养、提高学生正确分析和解决我国市场营销管理实际问题的能力；扩大学生的知识面。以便学生在毕业后能更好地适应工作的需要。

13. 《电子商务专业英语》

本课程学时为 36 学时，内容营销方向第四学期开设。

教学内容：

电子商务英语是电子商务专业的专业基础课，通过本课程的学习，使学生熟悉掌握电子商务流程中常常见到的英语单词、短语、句子，具备对简单商务英语的听、说、读、写的的能力，同时也可以帮助同学提升基础英语水平。

（2）岗位核心课

1. 《网上商场运营实务》

本课程学时为 72 学时，网店运维方向第三学期开设。

教学内容：

本课程主要介绍主流电子商务平台的运营及管理相关知识点。通过本门课的教学，使学生掌握网上商场开设、网上商场店铺推广、网上商场产品的网络营销模式应用、网上商场的整合营销策略、网上商场产品销售实现、网上商场客户管理、网上商场运营业绩报告等能力，具备电子商务类职业执业素养。

2. 《数字化客户服务与管理》

本课程学时为 54 学时，网店运维方向第四学期开设。

教学内容：

本课程以现代客户关系学的原理为出发点，概要介绍传统客户关系观念、消费者、客户关系环境和市场、客户关系策略和客户关系学理论的发展。在此基础上结合实际案例，系统地详细讲解网络客户关系的理论基础及其发展；网络客户关系管理与传统客户关系管理的异同与整合；网络客户的特征；网络客户关系管理策略等。同时，通过课程的实践环节让学生对客户关系的实施和运作有一个感性的了解和认识，并掌握一定的开展客户关系管理的能力和技巧。

3. 《1688 运营实务》

本课程学时为 54 学时，网店运维方向第四学期开设。

教学内容：

本课程由阿里巴巴 1688 商学院与专业教师协同进行课程开发与实施，以通过 1688 平台课程考核为目标，主要学习 1688 平台店铺开设、运营、推广与优化等内容，为 1688 平台商家提供有效的人才培养渠道。

4. 《新媒体运营实务》

本课程学时为 72 学时，网店运维方向第四学期开设。

教学内容：

通过具体学习新媒体运营，使学生掌握新媒体运营活动所需要的基础知识和基本理论，熟悉新媒体运营策划的基本流程和基本方法，重点学习直播与短视频技术技巧，掌握开展新媒体营销传播的规律，激发创意，提高学生的创新能力以确保完成高质量的新媒体运营活动。

5. 《电商视觉设计实务》

本课程学时为 54 学时，内容营销方向第四学期开设。

教学内容：

本课程主要介绍电商产品在网络上展示的要点，网页设计的技术层面，图片处理的基本概念，网络产品图片对网络营销的帮忙与重要性。课程主要从单个产品的从拍摄、处理、设计、数据采集。再到店铺品牌的整体视觉输出，从每一个线上模块分解每一个点讲解要点，难点及技术层面，使学生掌握与熟悉以淘宝店铺为主导的各种在线平台的整体视觉设计与单个产品的图片营销设计概念。

6. 《网络文案策划与写作》

本课程学时为 54 学时，内容营销方向第四学期开设。

教学内容：

本课程分析互联网文案写作的现状和发展趋势出发，结合新媒体时代的精彩案例，循序渐进地引导深入学习互联网文案的创作思路、创意技巧、内容与形式，并分别从产品文案、品牌文案、社会化媒体文案、其他新媒体文案、推广活动文案等方面详细剖析了写好互联网文案的策略与技巧，旨在让同学掌握最专业、最全面的互联网文案写作方法。

7. 《python 技术与应用》

本课程学时为 72 学时，内容营销方向第四学期开设。

教学内容：

本课程介绍 Python 程序设计的基础知识，力求培养读者使用 Python 语言解决问题的能力。内容包括计算机与程序、Python 开发环境、Python 程序设计初步、循环程序设计、函数和递归、Python 数据结构、Python 面向对象程序设计、Python 多线程程序设计。

8. 《网络信息采集实务》

本课程学时为 72 学时，内容营销方向第三学期开设。

教学内容：

本课程围绕网络信息利用与编辑，形成特定文案与应用的实务型课程，开设在第四学期。通过本课程的学习，学生能够了解网络信息采集的基本知识以及网络信息采集技术的发展，初步掌握采集各类网络信息的方法，能够进行网络原创内容采集，为学生将来从事网络编辑与网络信息开发工作打下良好的基础。

七、教学进行总体安排（详见附录 1）

八、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构

专业教师团队为 2009 年省级教学团队，拥有专职教师 14 名，其中教授 1 名、副教授 3 名，双师率 85.7%，杭州市属高校中青年学术带头人 1 人、杭州市优秀青年教师进企业服务 3 名、浙江省访问工程师 3 名，职称、年龄梯队结构合理。

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、工商管理、计算机科学技术等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年不少于 6 个月的企业实践经历。

3.专业带头人

副教授，分院院长，主要从事电子商务教学与研究。现任浙江育英职业技术学院商贸学院院长，能很好的把握国内外电子商务行业、专业发展，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，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域本领域具有很强的专业影响力。

4.兼职教师

兼职教师 18 名，从本专业相关的行业企业聘任，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，担任相关行业企业中层以上管理岗位，能承担课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导能教学任务。

（二）教学设施

1. 校内技能实训室

目前电子商务专业有技能实训（实验）室四个，电子商务实验室、电子商务技能鉴定站、杭州市一体化综合实训基地以及跨贸基地，但由于这几年招生规模的扩大以及电子商务行业的快速发展，现有的校内技能实训室已经无法满足专业教学与人才培养需要，目前正在申报筹建一体化创业实训室。见表 2。

表 2 校内技能实训室

序号	实训（实验）室地点	主要实训（实验）课程	学生实训内容	备注
1	3211	教学、实践、实训	B2B/B2C/C2C 实训、网络编辑软件实训、常用信息采集软件实训	
2	3219	教学、实践、实训	客户关系软件实训	
3	杭州市一体化综合实训基地	教学、实践、实训、创业	网络创业、一体	
4	跨贸基地	教学、实践、实训、创业	网络创业、一体	

2. 校外实训基地

目前电子商务专业有八个紧密型校外实训基地，七个松散型校外实训基地，能完成电商专业的实习与实训，满足专业教学与人才培养需要。电子商务专业实训基地详见表 3。

表 3 电子商务专业实训基地一览表

序号	到期时间	校企基地类别	校外实训单位名称	校外实训单位地址
1	2022.8	课程建设、实习实训	阿里巴巴 1688 中小企业商学院	杭州市滨江区 2 号楼
2	长期合作	实习、就业、教学	杭州壹网壹创科技股份有限公司	杭州新加坡科技园 6 幢 13-18 楼
3	长期合作	实习、就业、教学	杭州悠可化妆品有限责任公司	杭州市下沙 6 号大街海创园 1 幢
4	长期合作	实习、就业、教学	杭州百草味	杭州新加坡科技园 9 幢
5	长期合作	实习、就业、教学	杭州麒麟品牌管理有限公司	滨江中联大厦 9 楼
6	2022.12	紧密型	浙江速网科技有限公司	杭州下沙新加坡科技园 1e0 楼 3 楼
7	2022.10	紧密型	杭州宸遇电子商务有限公司	杭州市江干区东方电子商务园 16 幢 105 室
8	2022.05	紧密型	杭州辰灵科技有限公司	杭州下沙新加坡科技园 5 幢 3 楼

(三) 教学资源

1. 教材

教学过程中所选取的教材均为教育部高职高专类，或者高职高专规划类教材，凡课程涉及专任教师主或参编的教材，则使用自编教材，提高课程设计的合理性和教学实施的有效性。

2. 实施条件

教学过程均采用多媒体设施，通过 PPT、视听资料丰富教学的形式和手段，提高学生的学习热情和兴趣。校内外实训室/基地的使用大大提升了教学的实践性，通过模拟、仿真或实战的形式，实现学生理论联系实际、学以致用目标。

3. 学习资源

本专业现有省级在线开放课程 1 门、精品课程 2 门，都配套有相关的课程教学网站，提供在线学习。另外，专业正在计划参加专业教学资源库建设，进一步整合专业课程及相关的学习资源，进一步丰富和完善。

4. 配套实施

(1) 拟定教师“实践能力培养计划”，定期派教师到企业顶岗实习、挂职锻炼，使教师完成由单一的“学科型”人才向复合的“双师型”人才转变。

(2) 通过育英电商大讲堂，聘请企业经营者和有相应岗位实际工作经验的专家、管

理者举办专题讲座、加强行业动态的了解与交流。

(3) 通过学徒制培养及订单班模式，与企业共同开发校企合作课程，引进企业专家进课堂，进一步提升和改善师资队伍。

(4) 筹建教学、实践、创业、职业技能鉴定和社会服务一体化的实训室，提供更加优越的专业实训条件；

(5) 借鉴其他高职院校的实践教学成果，进一步改善教学方式，丰富教学手段。

(四) 教学方法

专业技能课教学以行动导向理念为指导，校企共同开发教学项目，通过重复步骤、不重复内容，完成由简单到复杂的企业实际案例学习性工作任务。按照理论与实践一体化要求组织教学，采用项目教学法、任务教学法、情景教学法、案例教学法。注重实践操作，运用小组合作、成果展示、技能比赛等教学方式开展教学活动。教学中加强课程思政，注重情感态度和职业道德的培养，在“做中学、学中做”的工作过程体验中完成学习任务，培养学生分析问题、解决问题的能力。

(五) 学习评价

教学评价体现评价主体、评价方式、评价过程多元化，吸收电商行业参与，校内外评价结合，电子商务相关技能鉴定与学业考核结合。过程性评价，应从情感态度、对应技能方向岗位能力、职业行为等多方面对学生在整个学习过程中的表现进行综合评测；结果性评价应从完成项目的质量、技能的熟练程度等方面进行评价。过程性评价内容包括：参加学习的课时、学习过程的参与程度、过程成果、技术操作与应用。结果性评价内容包括：汇报总结，上交项目实施报告，汇报演讲、项目答辩考核成绩等；终结性评价内容包括：技能课程成果、综合实训成果和顶岗实训成果三部分。考核评价应纳入一定的电商企业专业人员评价（课堂成果、顶岗实习评价）。各阶段评价还要重视对学生遵纪守法、规范操作等职业素质的形成。

(六) 质量管理

1. 学校和二级院系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，达成人才培养规格。

2. 学校和二级院系完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与

企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生水平、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。

4. 专业教研组织充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

学生通过规定年限的学习，修满“优势职业人”培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，成绩合格，准予毕业。

十、附录

- 1.附表一 培养计划进程表
- 2.附表二 公民素养课程实践安排表
- 3.附表三 专业课实践环节安排表
- 4.附表四 专业参考书籍和推荐证书一览表
- 5.附表五 学期周数分配表
- 6.附表六 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表

附表一

2021级电子商务专业培养计划进程表

课程类型	序号	课程名称	学分	教学时数			考核	按学期分配周课时数						备注	
				总学时	理论学时	实践学时		一	二	三	四	五	六		
								18周	18周	18周	18周	18周	18周		
公民素养课	1	思想道德与法治	3	48	48		考查	4[12]							
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16	考试		3[16]						
	3	体育(一)(二)(三)(四)	6.5	108	4	104	考查	2[12]	2[14]	2[14]	2[14]				
	4	国防教育与军事训练	4	148	36	112	考查	2							
	5	形势与政策(一)(二)(三)(四)	2	32	32		考查	2[4]	2[4]	2[4]	2[4]				
	6	通用英语(一)(二)	4	64	64		考试	2[14]	2[18]						
	7	数字技能基础(一)(二)	4	64	16	48	考试	2[14]	2[18]						
	8	职业发展与就业指导	1	16	16		考查		2[8]						
	9	心理与生命健康教育(一)(二)	2	32	26	6	考查	2[8]	2[8]						
	10	沟通与应用文写作	2	32	16	16	考查		2[16]						
	11	人文艺术赏析	2	32	10	22	考查			2[16]					
	12	职业形象与礼仪	2	32	16	16	考查			2[16]					
	合计		36.5	672	332	340		14	13	6	2				
专业群共享专业基础课	1	电子商务基础	3.5	56	28	28	考查	4[14]							
	2	经济学基础	2	36	36	0	考查		2[18]						
	3	商业创业基础	2	36	18	18	考查		2[18]						
	4	智慧物流	2	36	30	6	考查		2[18]						
	5	数智化营销	2	36	18	18	考查		2[18]						
	6	数据分析与SPSS实现	1.5	28	14	14	考查	2[14]							
	小计		13	228	144	84		6	8	0	0				
网店运维方向	1	电子商务综合实训	8	125	25	100	考查			25[5]				校企合作课程	
	2	电子商务数据分析	2	36	12	24	考试	2[18]						课证融合课程	
	3	商务沟通与谈判	2	32	16	16	考试				2[16]				
	4	python技术与应用	4	72	36	36	考试			6[12]					
	5	电子商务沙盘	3	48	12	36	考试				3[16]			课赛融合课程	
	6	办公自动化实务	2	32	6	26	考试				2[16]				
	7	商务英语	2	32	26	6	考试				2[16]				
	8	跨境电商实务	2	36	18	18	考试			3[12]					
	9	管理学基础	2	32	20	12	考试				2[16]				
	小计		27	445	171	274		0	2	11	11				
岗位核心课	1	网上商场运营实务	4	72	36	36	考试			6[12]				课赛融合课程	
	2	数字化客户服务与管理	3	54	24	30	考试				3[18]			课赛融合课程	
	3	1688运营实务	3	54	24	30	考试				3[18]			课证融合课程	
	4	新媒体运营实务	4	72	28	44	考试				4[18]			课赛融合课程	
	小计		14	252	112	140		0	0	6	10				
内容营销方向	1	电子商务综合实训	8	125	25	100	考查			25[5]				校企合作课程	
	2	电子商务数据分析	2	36	12	24	考试	2[18]						课证融合课程	
	3	网店装修实务	2	48	20	28	考试				3[16]			课赛融合课程	
	4	办公自动化实务	2	32	6	26	考试				2[16]				
	5	消费者行为分析	3	32	16	16	考试				2[16]				
	6	电子商务网页设计与制作	4	72	28	44	考试			6[12]					
	7	电子商务专业英语	2	32	26	6	考试				2[16]				
	8	直播电商实务	2	36	18	18	考试			3[12]					
	9	市场营销基础	2	32	20	12	考试				2[16]				
	小计		27	445	171	274		0	2	11	11				
岗位核心课	1	电商视觉设计实务	4	54	18	36	考试				3[18]			课赛融合课程	
	2	网络文案策划与写作	3	54	30	24	考试				3[18]			课赛融合课程	
	3	python技术与应用	3	72	36	36	考试				4[18]			课赛融合课程	
	4	网络信息采集实务	4	72	28	44	考试			6[12]				课证融合课程	
	小计		14	252	112	140		0	0	6	10				
	合计(网店运维方向)		54	925	427	498	0	6	10	17	21				
	合计(内容营销方向)		54	925	427	498	0	6	10	17	21				
职业拓展课	1	四史教育类	2	32	32									1. 每生共需修4门职业拓展课, 共计8学分, 每门课程2学分32学时。 2. 每类课程各提供5-8门供学生任意选修, 其中四史教育类、创新创业类分别必修1门。 3. 每类课程限选4学分, 技能竞赛类、考级考证类不限学分。	
	2	创新创业类	2	32	32										
	3	职业素养类	2	32	32										
	4	艺术审美类	2	32	32										
	5	自然科技类	2	32	32										
	6	技能竞赛类	2	32	32										
	7	信息技术类(考级考证)	2	32	32										
	8	外语类(考级考证)	2	32	32										
	合计		8	128	128			2	2	2	2				
岗位实习	1	岗位认知考察	1	25		25	考查	1周							
	2	顶岗实习	24	600		600	考查					24周			
	3	综合实习、毕业设计(论文)	7	175		175	考查						9周		
	合计		32	800		800		2				25	25		
	总计(网店运维方向)		130.5	2525	887	1638		24	25	25	25	25	25		
	总计(内容营销方向)		130.5	2525	887	1638		24	25	25	25	25	25		
职业基本素养课	1	校史教育课程	0.5	8			考查		3		4		1		
	2	红色教育课程	1	20			考查		14		4		2		
	3	生命教育课程	1	14			考查		5		7		2		
	4	主题班会活动	2	40			考查		16		16		8		
	5	校园文化活动	8	128			考查		64		60		4		
	6	社会实践活动	6	108			考查		54		54		/		
	合计		18.5	318											

备注: 1. 所有课程实施课程思政, 落实立德树人。2. 原则上课程实施理论与实践紧密结合的教学模式。3. 原则上执行18周教学+2周复习考试。

附表二 公民素养课实践安排表

课 程 名 称	学 分	总 学 时	理 论 学 时	实 践 学 时	实 践 形 式	安 排 学 期	备 注
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16	参观、考察、调查等	2	
体育(一)(二)(三)(四)	6.5	108	4	104	体育运动、体质健康测试	1, 2, 3, 4	
国防教育与军事训练	4	148	36	112	国防教育、军事训练	1	
数字技能基础(一)(二)	4	64	16	48	机房实训	1, 2	
心理与生命健康教育(一)(二)	2	32	26	6	自救技能比赛	1, 2	
沟通与应用文写作	2	32	16	16	情景模拟、应用文写作练习	2/3	
人文艺术赏析	2	32	10	22	电影、音乐欣赏；微电影、音乐视频录制	2/3	
职业形象与礼仪	2	32	16	16	化妆、形体仪态、礼仪练习	2/3	
合 计	26.5	512	172	340			

附表三 专业技术课程实践环节安排表

类别	课 程	实践教学项目	学期	周次	学时数	主要内容及要求	地点	方式
专业课	电子商务基础	电子商务基础实践	1	1-18	28	电子商务模式与环节操作流程	校内	课内
	商业创业基础	创业项目认知与分析	1	1-14	14	创业机会分析、项目设计与模拟运营。	校内	课内
	智慧物流	物流现场模拟	2	1-18	6	物流实训中心观摩与联系	校外	课内
	数智化营销	网络营销实践	2	1-18	18	营销方案设计	校内	课内
	数据分析与 SPSS 实现	SPSS 应用	1	1-14	14	SPSS 软件应用操练	校内	课内
	电子商务沙盘	ITMC 沙盘训练	4	1-18	32	电商平台模拟与竞争应用	校内	课内
	电子商务网页设计与制作	页面制作	4	1-18	44	PC 与移动端页面呈现设计	校内	课内
	网店装修实务	网店装修	4	1-18	34	学会网店的装修	校内	课内
	网络信息采集实务	PR 应用	4	1-18	44	PR 软件进行视频剪辑	校内	课内
	新媒体运营实务	新媒体用用	4	1-18	44	公众号等自媒体搭建与应用	校内	课内
	数字化客户服务与管理	网络客户关系管理实务实践	4	1-18	30	学会收集, 分析客户信息, 大客户管理	校内、外	课内
	办公自动化实务	文字录入与排版	4	1-18	30	常用输入法使用及输入速度要求、办公软件使用	校内	课内
	网络文案策划与写作	文案策划	4	1-18	24	网络文案策划	校内	课内
	商务沟通与谈判	商务沟通技巧	4	1-18	18	学会在商务活动中的谈判技巧	校内	课内
	电商视觉设计实务	产品视觉设计	4	1-18	36	网络产品的视觉设计	校内	课内
	商务英语	商务英语口语	4	1-18	6	职场英语沟通	校内	课内
	电子商务专业英语	专业英语写作	4	1-18	6	专业英语文案写作	校内	课内
	网上商场运营实务	直通车技巧	3	1-18	36	网上商场的运营、策划	校内	课内
	电子商务数据分析	电子商务数据处理与分析	2	1-18	24	店铺数据搜集、处理与分析应用	校内	课内
	1688 运营实务	1688 平台操作	4	1-18	30	1688 平台店铺开设与运营训练	校内、外	课内
	电子商务综合实训	电子商务技术、知识综合运用	3	学期中	100	电子商务岗位技能综合实训	校内、外	课内
	Python 技术与应用	Phthuon 工具应用	3/4	1-18	36	选定方向训练	校内	课内
	消费者行为分析	行为分析工作测试	4	1-18	18	PEST 等测评工具使用与分析	校内	课内
管理学基础	管理团队游戏和实践	4	1-18	16	团队组建、管理规则制定与实施	校内	课内	
市场营销基础	市场调研与营销实践	4	1-18	16	调研设计与实施、商品营销实践	校内、外	课内	
小 计				498				
岗位实习	岗位认知考察	专业认知、企业考察	1	学期中	25	认识电子商务人才培养目标、专业实际情况等	校内、外	集中
	顶岗实习	专业对口岗位实习	5	1-20	600	了解电子商务的应用范围和发展程度	校外	集中
	综合实习、毕业设计(论文)	按要求撰写论文	6	1-15	175	掌握电子商务的应用和企业信息化的应用, 对论文的及行业理解	校内、外	集中
	小 计				812			
总 课 时			1298					

注：一周实践教学环节学时数平均为 25 学时。“方式”中的分散是指将实践教学的课时分散到平时的教学中，“集中”是指安排相对集中的课时进行实践教学。

附表四 专业参考书籍和推荐证书一览表

序号	项目	名称	安排学期	备注
1	参考书籍	[美]克里斯·安德森长尾理论	1	完成四份读书报告
2		郑作时. 阿里巴巴——天下没有难做的生意	1	
3		[美] 马尔科姆·格拉德威尔. 引爆点	1	
4		[美]艾.里斯 . 定位	2	
5		[英].Giles Colborne. 简约至上	2	
6		周鸿祎. 周鸿祎自述-我的互联网方法论	3	
7		[日]. 稻盛和夫. 创造高收益	3	
8		CCTV2. 马云点评创业	3	
9		[美]吴军. 智能时代	4	
10		[以色列] 尤瓦尔·赫拉利. 未来简史	4	
11	推荐证书	国家助理电子商务师	3-4	
12		普通话等级证书		
13		1+X 电子商务数据分析等级证书	4	
14		电子商务设计师	4	
15		互联网营销师	4	

附表五 学期周数分配表

项 目	周 数 分 配						合计
	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	
课内教学	14	18	18	18	/	/	68
复习考试	2	2	2	2	/	/	8
实习实训	1	/	/	/	18	13	32
毕业设计(论文)答辩	/	/	/	/	/	1	1
国防教育与军事训练	2	/	/	/	/	/	2
毕业教育	/	/	/	/	/	1	1
机动	1	/	/	/	/	/	1
寒(暑)假	5	8	5	8	5	/	31
合 计	25	28	25	28	23	15	144

附表六 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表

1. 网店运维方向

课程性质	学 时			百 分 比 %		
	理 论	实 践	小 计	理 论	实 践	小 计
公民素养课	332	340	672	13.15%	13.47%	26.61%
专业课	427	498	925	16.91%	19.72%	36.63%
职业拓展课	128	/	128	5.07%	/	5.07%
岗位实习课	/	800	800	/	31.68%	31.68%
总计学时	887	1638	2525	35.13%	64.87%	100.00%

2. 内容营销方向

课程性质	学 时			百 分 比 %		
	理 论	实 践	小 计	理 论	实 践	小 计
公民素养课	332	340	672	13.15%	13.47%	26.61%
专业课	427	498	925	16.91%	19.72%	36.63%
职业拓展课	128	/	128	5.07%	/	5.07%
岗位实习课	/	800	800	/	31.68%	31.68%
总计学时	887	1638	2525	35.13%	64.87%	100.00%



浙江育英职业技术学院

跨境电子商务专业
2021级“优势职业人”培养方案

二〇二一年七月编印

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	1
六、课程设置及要求.....	4
七、教学进行总体安排.....	8
八、实施保障.....	8
九、毕业要求.....	10
十、附录.....	10

一、专业名称及代码

专业名称：跨境电子商务

专业代码：530702

二、入学要求

普通高中毕业或具备同等学力者。

三、修业年限

学制：三年

学历：高职

四、职业面向

表 1 本专业职业面向

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(职业技能等级) 证书举例
财经商贸大类 (63)	电子商务类 (6308)	零售业(F52)	商务专业人员 (20607)	跨境电商 B2C 运营专员、营销专员;跨境电商 B2C 运营客服专员、商务助理	1. 全国大学英语等级证书 (英语 A 级或者英语三级, 必须)。 2. 全国大学英语等级证书 (四、六级, 鼓励)。 3. 跨境电商 B2C 数据运营 中级 证书(鼓励)。 4. 全国助理跨境电商师证书 (鼓励)。

职业面向:

- 1.初次岗位: 跨境电商专员 (选品、运营、美工、营销、客服)。
- 2.发展岗位: 跨境电商运营主管。

职业证书:

推荐取得的职业技能证书: 跨境电商 B2C 数据运营中级、助理跨境电商师证书。

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养思想政治坚定, 德智体美劳全面发展, 对接跨境电商行业或产业发展需要, 具有优势职业基本素养和良好职业品质, 掌握跨境电商基础知识, 具备跨境电商基本知识、基本技能和综合能力, 能够胜任跨境电商岗位工作的高素质复合式技能型人才。

（二）培养规格

1. 基本素质要求

- 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和中华民族自豪感；
- 遵守、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；
- 崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；
- **具有质量意识、安全意识、职业生涯规划意识和创新思维；**
- 具有较强的集体意识和团队合作精神，良好的行为习惯和自我管理能力；
- 具有健康的体魄、心理和健全的人格，养成良好的健身与卫生习惯；
- 具有一定的信息、审美和人文素养；
- 具有全球视野和数字素养。

2. 专业知识要求

- 掌握跨境电商 B2C 的平台规则、业务流程、风险防控及数据分析知识；
- 掌握市场营销基本原理、海外市场调研工具和方法、目标客户分析和整体营销方案设计、新媒体营销知识；
- 掌握跨境电商视觉设计的技巧和方法、常用图片处理软件的基础操作、视频文案设计、拍摄及后期制作知识；
- 掌握跨境电子商务选品、进出口采购、供应商谈判等业务流程知识；
- 掌握跨境货物海运、空运、铁路运输业务流程、运价构成、保税仓与海外仓管理知识；
- 掌握跨境电商通关、报检和保险等业务流程、政策、法律法规知识；
- 掌握跨境电商供应链系统运作计划、控制、资源优化配置和跨境电商供应链服务领域创新创业可行性分析相关知识；
- 掌握跨境电商英语、跨文化交际、主要贸易国消费文化、国际商务礼仪、文本信息解码和信函书写知识；
- 掌握跨境电商跟单、客户服务的基本范畴、工作惯例、常用技巧；
- 掌握跨境电商常用文案的策划与撰写策略。

3. 岗位技能要求

- 能开展国际搜索引擎优化、海外社交媒体营销、产品规划和开发、品牌规划和推广；
- 能开展国外客户和供应商管理、生产跟进和通关物流跟进；
- 能进行跨文化交流，并运用外语开展运营、销售、营销、客户服务；
- 能开展跨境电商 B2C 平台的店铺装修、数据分析和运营操作；
- 能熟练使用跨境电商视觉设计软件，独立设计并制作产品主图、细节图、店招、焦点图、banner、轮播海报图、产品详情页面和短视频；
- 能分析目标市场用户的购买行为、支付时间、搜索习惯，撰写海外消费

者调研报告，制定 SNS 营销推广方案，提升平台流量；

- 能开展市场开发、采购与选品、供应商谈判、定价、品牌运营与维护、客户关系管理、财务分析和绩效评价等国际市场采购管理；
- 能拟订跨境物流运输方案和跨境物流仓储方案，签订物流合同，处理各类国际物流单据，开展对承运人、航线、船期、航班和运输工具的统筹管理；
- 能办理跨境电商报关、报检、保险、出口退税、金融服务等业务操作；
- 能把握客户心理，理解客户咨询并快速地给出有效解答，合理应对纠纷，引导客户情绪、控制店铺损失，分类统计客户相关数据；
- 能用中英文开展跨境电商平台运营中的文字撰写和文字创意工作。

4. 职业能力要求

- 具有诚实守信，扎实努力与高度的责任意识；
- 具有团队精神与团结协作意识；
- 具有质量意识与规范服务意识；
- 具有较强的语言表达能力，包括撰写、阐述能力与人际沟通能力。

5. 职业品质要求

- 公共品质：爱国守法、明礼诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献；
- 优势品质：诚信、敬业、协作、创新。

同时要成为一名优秀的跨境电商专员，还必须具备以下的职业素质：

诚信——待人处事真诚、老实、讲信誉。

跨境电子商务拉近了顾客与商家的距离，为客户提供了交易平台，网上交易最重要的就是诚信。凭诚信来赢得市场。因此，从事电子商务的人员必须要有诚信的品质。诚实守信是“为人之德”的基础核心，是为人处事的应有之义。诚信行天下，在中国历史上，“信”一直被人们看成做人之本、立身之本的，特别是商界。

敬业——热爱岗位、友善他人

要成为一名优秀跨境电商工作人员，并想在外贸行业有所建树就必须喜欢并热爱自己的这份职业，愿意把自己的热情和努力奉献在这个行业，并在实际工作岗位上脚踏实地、虚心上进做好自己的本职工作。

协作——在目标实施过程中，部门与部门之间、个人与个人之间的协调与配合。

跨境电子商务需要相关职能部门、人员一起协同合作，为了实现某个共同的目标，而充分利用组织资源，依靠团队共同的力量来完成。如此，创意在群体成员间浮现，从而提高电子商务专业的竞争优势。

创新——在原有的基础上有所改变，有所突破。

跨境电子商务是网络化的新型经济活动，已经成为主要发达国家增强经济竞争实力的有效手段。网络的产品，技术与服务，新型业务模式不断涌现等都需不断的创新，网络的活力在于创新。凭借着其专业的技术平台和全面服务创新理念，电子商务行业不断革新，为中国网络贸易的发展和进步带来无穷的动机动力。

六、课程设置及要求

（一）公民素养课

该类课程主要包括：

毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、通用英语、数字技能基础、体育、人文艺术赏析、沟通与应用文写作、职业形象与礼仪、国防教育与军事训练、形势与政策、心理与生命健康教育、职业发展与就业指导等。

总学时为：608 学时，其中实践教学 340 学时。

（二）专业课

依据职业岗位(群)所要求必须具备的知识、技术、技能、素质、证书等设置的专业课程。跨境电商专业课分为专业群共享专业基础课、专业方向课、岗位核心课三大类。

B2C 运营、营销方向总学时为：992 学时，其中实践教学 560 学时。

客服和商务助理方向总学时为：992 学时，其中实践教学 538 学时。

1. 课程类型

（1）专业群共享专业基础课

包括：《国际贸易基础》、《经济学基础》、《数字化营销》、《智慧物流》、《数据分析与 spss 实现》、《跨境电商基础》、《商务英语》。

总学时为：316 学时，其中实践教学 122 学时。

（2）专业方向课

跨境电商 B2C 运营、营销方向包括：《跨境电商综合英语》、《跨境电商 B2C 运营》、《跨文化交际》、《跨境电商产品开发及供应链管理》、《跨境电商跟单》、《跨境电商通关实务》。

总学时为：396 学时，其中实践教学 210 学时。

跨境电商客服和商务助力方向包括：《跨境电商综合英语》、《跨境电商文化地理》、《跨境电商商品采购管理》、《跨境电商实务》、《跨境电商跟单》、《跨境电商物流》。

总学时为：360 学时，其中实践教学 172 学时。

（3）岗位核心课

跨境电商 B2C 运营、营销方向包括：《跨境电商国际推广实务》、《跨境电商双十一综合实践》、《跨境电商视觉设计实务》、《跨境电商物流与海外仓实务》、《跨境电商创业综合实践》。

总学时为：280 学时，其中实践教学 228 学时。

跨境电商客服和商务助力方向包括：《跨境电商 B2C 营销实务》、《跨境电商双十一综合能力实践》、《跨境电商直播实务》、《跨境电商客户管理实务》、《跨境电商多平台运

营综合能力实践》。

总学时为：316 学时，其中实践教学 244 学时。

（三）岗位实习

主要包含岗位认知考察、顶岗实习、综合实习、毕业设计(论文)。

总学时为：800 学时。

其中《跨境电商实务》、《跨境电商 B2C 运营实务》、《跨境电商国际推广实务》、《跨境电商 B2C 营销实务》为课证融通课程，《跨境电商实务》、《跨境电商 B2C 运营实务》为校企合作开发课程。

2. 主要课程内容

（1）专业方向课

1. 《跨境电商综合英语》

本课程学时为 144 学时，跨境电商 B2C 运营、营销方向第 3、4 学期开设；跨境电商客服和商务助力方向第 3、4 学期开设。

教学内容：

跨境电商概述；跨境电商主要平台介绍；跨境电商售前沟通；跨境电商售中沟通；跨境电商售后服务等。

2. 《跨境电商 B2C 运营》

本课程学时为 72 学时，跨境电商 B2C 运营、营销方向第 3 学期开设。

教学内容：

店铺和账号注册操作；海外消费者行为习惯调研操作；数据化选品操作；产品定价、刊登和发布操作；产品优化及站内运营操作；订单处理操作等。

3. 《跨文化交际》

本课程学时为 36 学时，跨境电商 B2C 运营、营销方向第 4 学期开设。

教学内容：

跨境电子商务各地区差异；在特定平台，以具体目标国客户的文化为基础，制定迎合此跨境平台客户需求的产品、定价、渠道、促销策略等。

4. 《跨境电商产品开发及供应链管理》

本课程学时为 36 学时，跨境电商 B2C 运营、营销方向第 4 学期开设。

教学内容：

跨境电商产品选择和设计；跨境电商供应链仿真 ERP 实训软件模拟企业供应链系统运作计划；跨境电商经营管理的资源优化配置等。

5. 《跨境电商跟单》

本课程学时为 36 学时，跨境电商 B2C 运营、营销方向第 4 学期开设；跨境电商客服和商

务助力方向第 4 学期开设。

教学内容：

跨境产品的样品跟单；原材料跟单；生产进度跟单；包装跟单；质量跟单操作等。

6. 《跨境电商通关实务》

本课程学时为 36 学时，跨境电商客服和商务助力方向第 3 学期开设。

教学内容：

跨境电商出境通关、入境通关各种模式的基本含义、工作过程、模式设计等基本业务和操作。

7. 《跨境电商文化地理》

本课程学时为 36 学时，跨境电商客服和商务助力方向第 3 学期开设。

教学内容：

跨境电商商务活动中各国或地区的文化差异、经济差异、商业文化差异，运用合适的商务文化与礼仪，顺利开展跨境活动等。

8. 《跨境电商实务》

本课程学时为 72 学时，跨境电商客服和商务助力方向第 3 学期开设。

教学内容：

跨境 B2C 平台数据分析；不同国家和文化背景下商品定价方法；上架商品操作；优化运营方案等。

9. 《跨境电商商品采购管理》

本课程学时为 36 学时，跨境电商客服和商务助力方向第 4 学期开设。

教学内容：

采购与采购管理认知；采购组织设计；供应市场与需求分析；采购合同管理；供应商与风险管理等。

10. 《跨境电商物流》

本课程学时为 36 学时，跨境电商客服和商务助力方向第 4 学期开设。

教学内容：

跨境电商的出口物流操作；海外仓备货物流模式操作；国际海运头程物流操作；国际空运头程物流操作。

(2) 岗位核心课

1. 《跨境电商国际推广实务》

本课程学时为 36 学时，跨境电商 B2C 运营、营销方向第 3 学期开设。

教学内容：

跨境电商宏观、中观、微观调研；海外市场调研；目标客户分析；整体营销方案设计；社交媒体营销等。

2. 《跨境电商双十一综合实践》

本课程学时为 108 学时，跨境电商 B2C 运营、营销方向第 3 学期开设；跨境电商客服和商务助力方向第 3 学期开设。

教学内容：

跨境电商企业客服、仓储、美工、商业策划、翻译、商业洽谈等方面工作的实训实践。

3. 《跨境电商物流与海外仓实务》

本课程学时为 36 学时，跨境电商 B2C 运营、营销方向第 3 学期开设。

教学内容：

跨境电商国际专线物流操作；海外仓物流业务操作；跨境电商出入境通关的各模式的基本含义、工作流程等。

4. 《跨境电商视觉设计实务》

本课程学时为 36 学时，跨境电商 B2C 运营、营销方向第 4 学期开设。

教学内容：

跨境电商视觉营销概述；店招文案、广告文案和详情页；photoshop 等图片处理软件的基础；主图、细节图轮播海报等制作；短视频文案撰写；短视频拍摄及后期制作等。

5. 《跨境电商创业综合实践》

本课程学时为 64 学时，跨境电商 B2C 运营、营销方向第 4 学期开设。

教学内容：

跨境电商公司注册(模拟)操作；店铺运营账号注册；店铺运营模拟交易；订单处理模拟交易；客户业务处理模拟交易；创业实践报告撰写等。

6. 《跨境电商 B2C 营销实务》

本课程学时为 36 学时，跨境电商客服和商务助力方向第 3 学期开设。

教学内容：

国际市场营销基本理论和方法；借助社交媒体开展跨境电商平台营销、运营操作等。

7. 《跨境电商直播实务》

本课程学时为 36 学时，跨境电商客服和商务助力方向第 4 学期开设。

教学内容：

运用大数据进行直播对象的调研；优化跨境电商直播策略、跨境直播技术的运用、客户信息的采集和管理等。

8. 《跨境电商客户管理实务》

本课程学时为 72 学时，跨境电商客服和商务助力方向第 4 学期开设。

教学内容：

后台客户管理机制、售前客户沟通；售中客户沟通；售后客户沟通；纠纷和投诉；客户维护等。

8. 《跨境电商多平台运营综合能力实践》

本课程学时为 64 学时，跨境电商客服和商务助力方向第 4 学期开设。

教学内容：

跨境主流平台（速卖通、亚马逊等）产品上架操作；运用外文编辑和完善商品的表达；站内站外引流工具的使用；平台发货的方法与技巧；店铺优化策略；店铺运营优化方案等。

七、教学进行总体安排（详见附录 1）

八、实施保障

（一）师资队伍

跨境电商专业是在原电商专业跨境方向基础上的筹建，跨境电商方向经过 3 年多的建设与发展已经基本建成一支专兼结合、双师为主的师资队伍。目前专职教师 12 名，兼职教师 10 名。专职教师教授 1 人，副教授 5 人，中级职称 5 人，双师型教师 10 名，硕士研究生 8 名。其中 1 人入选浙江省高职高专专业带头人，2 人入选杭州市 131 人才培养工程，3 人入选杭州市高级人才。

另外专业常年驻校企业导师实践教学能力过硬，聘任校外 2 名教授担任专业建设首席顾问，引领专业建设与发展。聘请 8 名企业业务骨干作为兼职导师参与专业与课程建设，积极参与浙江省创新导师培育工程，先后培育了 5 名创业导师，并整合校外优质资源，建立校外导师库。

（二）教学设施

根据高职工学结合人才培养模式与专业课程体系，基于现代商贸流通业，构建仿真实训、全真实训和顶岗实习三级实训体系，专业建有校内外专业实训室 9 个，建有“大良造”电商运营工作室、“小蜜蜂”跨境电商工作室等创业型实战基地 3 个，占地 1700 多平方米，实训资产 400 余万元，能基本满足各类实训教学需要。以杭州市新型专业群电子商务专业群为依托，初步形成“一中心四平台”的校内外实践教学体系。“一中心”指电子商务专业群公共能力实践中心，“四平台”包括电子商务专业的“阶梯式实训平台”，物流管理专业的“前店后学实训平台”，国际经济与贸易专业的“4C 实训平台”，市场营销专业的“四维联动实训平台”。2018 年，电子商务专业群与阿里巴巴签订战略合作协议，共建校外实训基地，在电子商务运营人才培养与构建校企人才生态体系、创建内容电商创业孵化基地等方面进行深度合作。与壹网壹创、悠可、速网、苏宁易购、杭州海仓科技、上海新新运国际货物运输等企业建立了紧密的合作关系。

（三）教学资源

跨境电商专业提供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、图书及数字资源等。

1. 教材选用要求。规范教材建设和选用制度，根据跨境电商、B2C 专业人才培养目标及课程教学要求，优先从国家级或省级规划教材目录中选用教材。专业群加强新形态一体化教材建设，以学生为中心、以能力为本位、以数字资源为支撑，校企双元开发特色鲜明的教材，实现其与在线精品课程的互联网+式互动。

2. 图书文献配置要求。定期选购教师专业教学研究和教学实施需要的、融入跨境电商行业企业发展的新制度、新法规、新业务、新做法的图书资料、电子资料等学习辅助性资源。

3. 数字资源配备要求。依托电子商务专业群核心课程数字资源应做到系统、完整、优质，主要包括课程介绍、课程标准、教学设计、教学课件、教学视频、电子教材、习题库、案例库、实训项目、参考资料等，同时保持动态更新。

（四）教学方法

专业群要求教师在教学实施过程中：

1. 树立正确教学理念。遵循高等职业教育的基本规律，牢固树立提高课堂教学质量是专业人才培养的根本任务之理念，积极开展教学改革研究，提高课程教学质量。

2. 科学合理地选择教学方法。要求教师能够在现代职业教育理论的指导下，熟练掌握讲授式、启发式、探究式、合作式、线上线下混合式、工学交替、课证融合、课赛融合等各类教学方法的特性，基于学生学习需求和社会用人需要，科学选取教学内容，合理选择适宜的教学方法并进行优化组合。

3. 有效地运用教学方法。教师要根据具体教学实际，对所选择的教学方法进行优化组合和综合运用，并充分关注学生的反馈，适时调整，适应学生学习实际。

4. 建设优质课程、教材与共享资源。以国家级、省级和校级精品在线开放课程建设为基础，积极开展教学队伍建设、教学内容建设、教学方法和手段建设、教材建设、实训基地建设和机制建设；用信息化技术与手段实现课程教学资料等教学资源上网开放，为广大教师和学生提供免费享用的优质教育资源。

5. 建设优秀教学创新团队。建立团队合作机制，促进教学研讨和教学经验交流，改革教学内容和方法，开发教学资源，提高教师整体教学水平。

（五）学习评价

1. 学生学业评价。专业群坚持课程的过程性和实践性考核，不断改革和完善学生学业成绩的评价制度，根据课程性质和课程定位，对学生学业成绩进行分类评价，强化对学生自主学习能力的考核评价，鼓励开展线上线下学习成果的多元评价。理论性课程成绩包括期末成绩和平时成绩，平时成绩包括视频课件学习、测验作业、课堂提问和讨论、调研报告等。实践性课程成绩创新评价制度，注重实践性考核。平时成绩包括作业、课堂提问和讨论；实践操作环节以视频、音频、文字材料等形式进行保存，每门课程的实践操作环节有详细的操作要求和规范的评分标准，每次实践操作环节有必要的反馈。

2. 第三方评价。行业、企业对毕业生的评价是人才培养质量评价体系重要的环节，本专业定期、不定期地了解行业、企业等对毕业生的评价，努力建立和完善第三方对人才培养质量评价

制度，主要包括：

(1) 应届毕业生顶岗实习及就业情况调查。在每年应届毕业生顶岗实习阶段对若干个实习单位进行调查，主要了解毕业设计、顶岗实习、就业情况等方面的情况；

(2) 每年毕业生随访制度。每年随机对前一届毕业生所在单位进行重点访问，主要了解用人单位对毕业生满意度和认可度、毕业生专业知识和专业技能的适用性等方面；

(3) 毕业生调查。主要调查学生的工作岗位、岗位发展情况、收入情况、工作满意度、毕业后岗位更换次数、工作适应情况等。

(六) 质量管理

1. 建立跨境电商专业建设和教学过程质量监控机制，健全跨境电商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，达成人才培养目标和培养规格。

2. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊改，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，定期公开课等教研活动。

3. 教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，针对人才培养过程中存在的问题，制定诊断与改进措施，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

学生通过规定年限的学习，修满“优势职业人”培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，成绩合格，准予毕业。

(一) 最低毕业学分：第一课堂 140 学分（含公共选修课 6 学分），第二、三课堂素质养成 10 学分，获得职业技能等级证书可以抵 8 学分。

(二) 在校期间完成专业认知实习、跟岗实习、顶岗实习及毕业设计（创新创业实践），成绩合格，取得相应学分。

(三) 应修满 6 学分及以上的公共选修课程。

(四) 应取得跨境电商 B2C 数据运营中级职业技能等级证书（1+X 试点项目证书）。

十、附录

1. 附表一 培养计划进程表
2. 附表二 公共基础课实践安排表
3. 附表三 专业课实践环节安排表
4. 附表四 专业参考书籍和推荐证书一览表
5. 附表五 学期周数分配表
6. 附表六 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表

附表一

2021级跨境电子商务专业培养计划进程表

课程类型	序号	课程名称	学分	教学学时数			考核	按学期分配周课时数						备注	
				总学时	理论学时	实践学时		一	二	三	四	五	六		
								18周	18周	18周	18周	18周	18周		
公民素养课	1	思想道德与法治	3	48	48		考查	4[12]							
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16	考试		3[16]						
	3	体育(一)(二)(三)(四)	6.5	108	4	104	考查	2[12]	2[14]	2[14]	2[14]				
	4	国防教育与军事训练	4	148	36	112	考查	2							
	5	形势与政策(一)(二)(三)(四)	2	32	32		考查	2[4]	2[4]	2[4]					
	6	数字技能基础(一)(二)	4	64	16	48	考试	2[14]	2[18]						
	7	职业发展与就业指导	1	16	16		考查		2[8]						
	8	心理与生命健康教育(一)(二)	2	32	26	6	考查	2[8]	2[8]						
	9	沟通与应用文写作	2	32	16	16	考查		2[16]						
	10	人文艺术赏析	2	32	10	22	考查			2[16]					
	11	职业形象与礼仪	2	32	16	16	考查			2[16]					
	合计		32.5	608	268	340		12	11	6	2				
专业群共享专业基础课	1	国际贸易基础	2	36	18	18	考查		2[18]						
	2	经济学基础	2	36	20	16	考查		2[18]						
	3	数字化营销	1.5	28	20	8	考查	2[14]							
	4	智慧物流	2	36	20	16	考查		2[18]						
	5	数据分析与spss实现	1.5	28	20	8	考查		2[14]						
	6	跨境电商基础	3	56	26	30	考查	4[14]							
	7	商务英语(一)(二)	6	96	70	26	考查	3[14]	3[18]						
	小计		18	316	194	122		9	11	0	0				
专业课	B2C运营	1	跨境电商综合英语(一)(二)	8	144	100	44	考试			4[18]	4[18]			
		2	跨境电商B2C运营	4	72	22	50	考试			4[18]			校企合作课程、1+x B2C跨境电商运营证书	
		3	跨文化交际	2	36	16	20	考试				2[18]			
		4	跨境电商产品开发及供应链管理	4	72	16	56	考试				4[18]			
		5	跨境电商跟单	2	36	16	20	考试				4[9]			
		6	跨境电商通关实务	2	36	16	20	考试			2[18]				
		小计		22	396	186	210		0	0	10	14			
	营销方向	1	跨境电商国际推广实务	2	36	16	20	考试			2[18]			校企合作课程、1+x B2C跨境电商运营证书	
		2	跨境电商双十一综合实践	6	108	0	108	考试			6[18]				
		3	跨境电商视觉设计实务	2	36	16	20	考试				2[18]			
		4	跨境电商物流与海外仓实务	2	36	20	16	考试				2[18]			
		5	跨境电商创业综合实践	4	64	0	64	考试				4[18]			
		小计		16	280	52	228		0	0	8	8			
	客服和商务助理方向	1	跨境电商综合英语	8	144	100	44	考试			4[18]	4[18]			
		2	跨境电商文化地理	2	36	16	20	考试			2[18]				
		3	跨境电商商品采购管理	2	36	20	16	考试				2[18]			
		4	跨境电商实务	4	72	20	52	考试			4[18]			校企合作课程、1+x B2C跨境电商运营证书	
		5	跨境电商跟单	2	36	16	20	考试				4[9]			
6		跨境电商物流	2	36	16	20	考试				2[18]				
	小计		20	360	188	172		0	0	10	12				
岗位核心课	1	跨境电商b2c营销实务	2	36	16	20	考试			2[18]			校企合作课程、1+x B2C跨境电商运营证书		
	2	跨境电商双十一综合能力实践	6	108	0	108	考试			6[18]					
	3	跨境电商直播实务	2	36	16	20	考试				2[18]				
	4	跨境电商客户管理实务	4	72	40	32	考试				4[18]				
	5	跨境电商多平台运营综合能力实践	4	64	0	64	考试				4[18]				
	小计		18	316	72	244		0	0	8	10				
	合计(B2C运营、营销方向)		56	992	432	560	0	9	11	18	22				
	合计(客服和商务助理方向)		56	992	454	538	0	9	11	18	22				
职业拓展课	1	四史教育类	2	32	32									1. 每生共需修4门职业拓展课, 共计8学分, 每门课程2学分32学时。 2. 每类课程各提供5-8门供学生任意选修, 其中四史教育类、创新创业类分别必修1门。 3. 每类课程限选4学分, 技能竞赛类、考级考证类不限学分。	
	2	创新创业类	2	32	32										
	3	职业素养类	2	32	32										
	4	艺术审美类	2	32	32										
	5	自然科技类	2	32	32										
	6	技能竞赛类	2	32	32										
	7	信息技术类(考级考证)	2	32	32										
	8	外语类(考级考证)	2	32	32										
	合计		8	128	128			2	2	2	2				
岗位实习课	1	岗位认知考察	1	25		25	考查	1周							
	2	顶岗实习	24	600		600	考查					24周			
	3	综合实习、毕业设计(论文)	7	175		175	考查						9周		
	合计		32	800		800		2				25	25		
	总计(B2C运营、营销方向)		128.5	2528	828	1700		25	24	26	26	25	25		
	总计(客服和商务助理方向)		128.5	2528	850	1678		25	24	26	26	25	25		
职业基本素养课	1	校史教育课程	0.5	8			考查	3		4		1			
	2	红色教育课程	1	20			考查	14		4		2			
	3	生命教育课程	1	14			考查	5		7		2			
	4	主题班会活动	2	40			考查	16		16		8			
	5	校园文化活动	8	128			考查	64		60		4			
	6	社会实践活动	6	108			考查	54		54		/			
	合计		18.5	318											

备注: 1. 所有课程实施课程思政, 落实立德树人。2. 原则上课程实施理论与实践紧密结合的教学模式。3. 原则上执行18周教学+2周复习考试。

附表二 公民素养课程实践安排表

课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时	实践形式	安排学期	备注
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16	参观、考察、调查等	2	
体育(一)(二)(三)(四)	6.5	108	4	104	体育运动、体质健康测试	1, 2, 3, 4	
国防教育与军事训练	4	148	36	112	国防教育、军事训练	1	
数字技能基础(一)(二)	4	64	16	48	机房实训	1, 2	
心理与生命健康教育(一)(二)	2	32	26	6	自救技能比赛	1, 2	
沟通与应用文写作	2	32	16	16	情景模拟、应用文写作练习	1/2	
人文艺术赏析	2	32	10	22	电影、音乐欣赏；微电影、音乐视频录制	1/2	
职业形象与礼仪	2	32	16	16	化妆、形体仪态、礼仪练习	1/2	
合计	26.5	512	172	340			

附表三 专业课实践环节安排表

类别	课程	实践教学项目	学期	周次	学时数	主要内容及要求	地点	方式
专 业 课	跨境电商 B2C 运营	跨境电商平台运营	3	18	50	速卖通平台运营实操	实训室	平台运营
	跨境电商视觉设计实务	跨境电商平台视觉营销操作	4	18	20	店招文案、广告文案和详情页制作	实训室	平台操作
	跨境电商跟单	跟单业务实操	4	9	20	样品跟单、生产进度跟单、质量跟单操作	实训室	跟单操作
	跨境电商产品开发及供应链管理	选品及供应链实训	4	18	20	产品选品实训、供应链 ERP 软件实操	实训室	供应链实训
	跨境电商采购管理	产品采购实训	4	18	16	采购组织设计、处理相关采购文件等	实训室	采购实训
	跨境电商 B2C 营销实务	跨境平台营销实训	3	18	20	跨境电商营销策略、定价策略、分销策略操作	实训室	营销实训
	跨境电商物流与海外仓实务	国际物流与通关实训	3	18	16	跨境电商国际物流海外仓业务及通关操作	实训室	物流及通关实训
	跨境电商客户管理实务	客户沟通管理实训	4	18	16	售前售中售后客户沟通管理操作	实训室	客户管理实训
	跨境电商双十一综合实践	跨境电商企业实践	3	18	90	企业跨境电商运营操作	企业	企业实训
	跨境电商创业综合实践	跨境创业实训	4	18	54	跨境企业创业实践操作	实训室	创业实训
	跨境电商多平台运营综合能力实践	跨境平台运营实训	4	18	54	Wish、速卖通、亚马逊平台实践操作	实训室	平台操作实训
	小 计					376		
岗 位 实 习	岗位认知考察	专业认知、企业考察	1	学期中	25			
	顶岗实习	专业对口岗位实习	5	1-20	600			
	综合实习、毕业设计(论文)	按要求撰写论文	6	1-15	175			
	小 计					800		
总 课 时								

注：一周实践教学环节学时数平均为 25 学时。“方式”中的分散是指将实践教学的课时分散到平时的教学中，“集中”是指安排相对集中的课时进行实践教学。

附表四 专业参考书籍和推荐证书一览表

序号	项目	名称	安排学期	备注
1	参考书籍	丁晖. 跨境电商多平台运营	1-4	完成四份读书报告
2		李鹏博. 揭秘跨境电商	1-4	
3		徐小平. 骑驴找马：职业发展路图	1-4	
4		柯维《高效能人士的七个习惯》	1-4	
5		余世维. 赢在执行	1-4	
6		CCTV2. 马云点评创业	1-4	
7		[美]罗杰·安德生. 每一种性格都能成功	1-4	
8		彼得·德鲁克 卓有成效的管理者	1-4	
9	推荐证书	跨境电商 B2C 数据运营（中级）	3-4	
10		阿里巴巴跨境电商人才证书(中级)	3-4	
11		全国跨境电商水平测试	3-4	

附表五 学期周数分配表

项 目	周 数 分 配						合计
	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	
课内教学	14	18	18	18	/	/	68
复习考试	2	2	2	2	/	/	8
实习实训	1	/	/	/	18	13	32
毕业设计（论文）答辩	/	/	/	/	/	1	1
国防教育与军事训练	2	/	/	/	/	/	2
毕业教育	/	/	/	/	/	1	1
机动	1	/	/	/	/	/	1
寒（暑）假	5	8	5	8	5	/	31
合 计	25	28	25	28	23	15	144

附表六 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表

1. B2C 运营、营销方向

课程性质	学 时			百 分 比 %		
	理 论	实 践	小 计	理 论	实 践	小 计
公民素养课	268	340	608	10.60%	13.45%	24.05%
专业课	432	560	992	17.09%	22.15%	39.24%
职业拓展课	128		128	5.06%	0.00%	5.06%
岗位实习课		800	800	0.00%	31.65%	31.65%
总计学时	828	1700	2528	32.75%	67.25%	100.00%

2. 客服和商务助理方向

课程性质	学 时			百 分 比 %		
	理 论	实 践	小 计	理 论	实 践	小 计
公民素养课	268	340	608	10.60%	13.45%	24.05%
专业课	454	538	992	17.96%	21.28%	39.24%
职业拓展课	128		128	5.06%	0.00%	5.06%
岗位实习课		800	800	0.00%	31.65%	31.65%
总计学时	850	1678	2528	33.62%	66.38%	100.00%



浙江育英职业技术学院

市场营销专业

2021级“优势职业人”培养方案

二〇二一年七月编印

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	1
六、课程设置及要求.....	2
七、教学进行总体安排.....	6
八、实施保障.....	6
九、毕业要求.....	8
十、附录.....	8

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

普通高中毕业或具备同等学力者。

三、修业年限

学制：三年

学历：高职

四、职业面向

本专业属于财经商贸大类市场营销类（代码 6307），面向商贸零售领域，以大数据营销策划与智慧终端零售为主要培养方向，依托电子商务、国际商务、跨境电商等构建的商贸类专业群，培养市场营销与管理、市场开发与策划、商品销售岗位的综合应用型人才。

初次岗位：商贸零售领域的营销人员（市场调研专员、经营分析人员、市场推广人员、文案策划人员、销售代表、客服专员等）

发展岗位：商贸零售领域的市场营销部门主管（销售经理、市场经理、渠道经理、客户经理、卖场经理、店经理、店长等）

证书要求：

职业资格证书要求：国家中级营销师资格证书

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业坚持以立德树人为根本，着力培养理想信念坚定，具备良好职业道德和可持续发展能力，具备互联网思维和数据分析能力，掌握市场调研与数据分析、市场开发与策划、市场营销与管理、商品推介与商务谈判等营销技能，适应区域经济建设和新零售发展需要的高素质复合式技能型人才。

（二）培养规格

1. 基本素质要求

（1）拥护中国共产党领导和社会主义制度，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）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。

（4）勇于奋斗、乐观向上，富有团队协作精神与开拓创新意识。

（5）具有健康的体魄、良好的心理素质和健全的人格，养成良好的行为习惯。

2. 专业知识要求

- (1) 掌握市场营销原理、英语、应用文写作、计算机应用等基础知识；
- (2) 掌握数据分析、市场调研、营销策划、商务谈判与推销、新媒体营销推广、客户关系管理、消费者行为分析、公共关系、商务礼仪等专业知识；
- (3) 具备电子商务、现代物流、数智化营销、经济学、数据分析、商业创业等专业群基础知识；

3. 岗位技能要求

- (1) 掌握市场调研技能，包括制订调查方案、实施调查方案，进行资料整理和数据分析、撰写调查报告等；
- (2) 掌握数据分析的技能，包括数据采集与处理、数据分析、数据监控等；
- (3) 掌握营销策划技能，包括营销策划方案的制订，营销活动的策划与实施等；
- (4) 掌握新媒体营销技能，包括微信、微博、视频、自媒体平台营销的策略、技巧和方法；
- (5) 掌握商务谈判与推销技能，包括商务谈判的流程与策略，商品销售洽谈的方法和技巧；
- (6) 掌握客户开发、销售展示、售后服务，以及客户关系维护的技能；
- (7) 掌握预算编制、会计核算、效益分析的技能。

4. 职业能力要求

- (1) 具备市场调研与开发、营销策划、商品销售、商务谈判、客户管理的职业核心能力；
- (2) 具备数据意识和商务数据分析应用能力；
- (3) 具有良好的商务表达与客户沟通能力；
- (4) 具有应变思维及分析问题、解决问题的能力。

5. 职业品质要求

公共品质：爱国守法、明礼诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献。

优势品质：诚信、敏锐、耐挫折、开拓创新

六、课程设置及要求

(一) 公民素养课

该类课程主要包括：

毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、通用英语、数字技能基础、体育、人文艺术赏析、沟通与应用文写作、职业形象与礼仪、国防教育与军事训练、形势与政策、心理与生命健康教育、职业发展与就业指导等。

总学时为：672 学时，其中实践教学 340 学时。

(二) 专业课

依据职业岗位(群)所要求必须具备的知识、技术、技能、素质、证书等设置的专业课程。市场营销专业课分为专业群共享专业基础课、专业方向课、岗位核心课三大类。

数据分析与策划方向总学时为：904 学时，其中实践教学 473 学时。

智慧零售方向总学时为：924 学时，其中实践教学 483 学时。

1. 课程类型

(1) 专业群共享专业基础课

包括：《电子商务基础》、《智慧物流》、《商业创业基础》、《数智化营销》、《经济学基础》、《数据分析与 spss 实现》

总学时为：246 学时，其中实践教学 109 学时。

(2) 专业方向课

数据分析与策划方向包括：《网络信息采集实务》、《公共关系策划》、《商务英语》、《商务沟通与谈判》、《市场营销基础》

总学时为：316 学时，其中实践教学 152 学时。

智慧零售方向包括：《供应链管理》、《企业财务分析》、《市场调查与分析》、《市场营销基础》、《直播电商实务》、《营销策划实务》

总学时为：362 学时，其中实践教学 175 学时。

(3) 岗位核心课

数据分析与策划方向包括：《市场调查与分析》、《营销数据分析》、《营销策划实务》、《新媒体营销与运营》、《市场营销沙盘训练》、《营销综合技能训练》

总学时为：342 学时，其中实践教学 212 学时。

智慧零售方向包括：《新零售运营》、《商务谈判与推销技巧》、《客户关系管理》、《管理技能训练》、《企业运营模拟》、《智慧零售综合技能训练》

总学时为：316 学时，其中实践教学 199 学时。

(三) 岗位实习

主要包含岗位认知考察、顶岗实习、综合实习、毕业设计(论文)。

总学时为：800 学时。

其中《市场调查与分析》、《市场营销基础》为课证融通课程，《市场调查与分析》、《商务谈判与推销技巧》、《新零售运营》为校企合作开发课程。

2. 主要课程内容

(1) 专业方向课

1. 《网络信息采集实务》

本课程学时为 54 学时，数据分析与策划方向第 4 学期开设。

教学内容：网络信息采集的基本知识以及网络信息采集技术发展的介绍、网络信息采集的方法、网络原创内容采集及分析。

2. 《公共关系策划》

本课程学时为 54 学时，数据分析与策划方向第 4 学期开设。

教学内容：理论部分包括公共关系基本概念和原则、现状与发展、公共关系组织机构与人员等；实务部分包括公关调查、公共关系策划、公共关系计划与实施、公共关系专题活动、公共关系危机处理等。

3. 《商务沟通与谈判》

本课程学时为 72 学时，数据分析与策划方向第 4 学期开设。

教学内容：商务沟通与谈判概述、商务沟通的原理与技巧、商务谈判理论、商务谈判心理、商务谈判计划书的制定、商务谈判的过程及谈判策略分析。

4. 《商务英语》

本课程学时为 68 学时，数据分析与策划方向第 3、4 学期开设。

教学内容：主要包括市场营销概述、市场调研、市场营销战略、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略等市场营销专业基本知识的英语语言阐述及英语应用场景训练。

5. 《市场营销基础》

本课程学时为 68 学时，数据分析与策划方向与智慧零售方向第 3 学期开设。

教学内容：本课程主要介绍市场营销的基本原理与概念，包括营销的基本概念、环境分析、购买行为分析、目标市场选择及产品定位、产品策略、分销策略、价格策略、促销策略等知识，并进行市场营销计划的制定。

6. 《供应链管理》

本课程学时为 54 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

教学内容：供应链管理基础，供应链管理方法，供应链的构建与优化，供应链合作伙伴的选择与评价，供应链管理环境下的生产计划和控制、库存控制、物流与采购管理，供应链绩效评价与企业激励机制，供应链管理信息技术支撑体系。

7. 《企业财务分析》

本课程学时为 64 学时，智慧零售方向第 3 学期开设。

教学内容：将企业财务报表作为分析主体，以财务报表(资产负债表、利润表、现金流量表和报表附注)为主要依据，采用一定的标准，运用科学系统方法，对企业的财务状况、经营成果、现金流量表进行分析和评价，并对企业的偿债能力，营运能力，获利能力和发展能力等进行分析，为财务报表分析决策者提供依据。

8. 《市场调查与分析》

本课程学时为 68 学时，智慧零售方向第 3 学期开设。

教学内容：市场调查的概述、市场调查的基本方法、数据收集及处理技巧、市场调查问卷设计与市场调研报告撰写。

9. 《直播电商实务》

本课程学时为 36 学时，智慧零售方向第 3 学期开设。

教学内容：主要包括直播运营应用、电商平台直播前台及后台操作准备及实施。

10. 《营销策划实务》

本课程学时为 72 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

教学内容：营销策划的原理、步骤和策划技巧，包括产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划、形象策划等，并结合实际营销环境进行营销策划的案例分析及营销策划实战。

(2) 岗位核心课

1. 《市场调查与分析》

本课程学时为 68 学时，数据分析与策划方向第 3 学期开设。

教学内容：市场调查的概述、市场调查的基本方法、数据收集及处理技巧、市场调查问卷设计与市场调研报告撰写。

2. 《营销数据分析》

本课程学时为 72 学时，数据分析与策划方向第 4 学期开设。

教学内容：介绍商务数据分析的意义、作用、基本流程、常用方法，分析探究行业数据、客户数据、商品数据以及运营数据等典型任务的数据分析内容、方法与步骤，撰写数据分析报告。

3. 《营销策划实务》

本课程学时为 72 学时，数据分析与策划方向第 4 学期开设。

教学内容：营销策划的原理、步骤和策划技巧，包括产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划、形象策划等，并结合实际营销环境进行营销策划的案例分析及营销策划实战。

4. 《新媒体营销与运营》

本课程学时为 48 学时，数据分析与策划方向第 3 学期开设。

教学内容：新媒体营销与运营基本理论知识、新媒体营销方式、企业新媒体营销流程和策略；微信与微博营销与运营、社群营销、短视频营销与运营、直播运营。

5. 《市场营销沙盘训练》

本课程学时为 32 学时，数据分析与策划方向第 3 学期开设。

教学内容：采用虚拟沙盘训练的模式，对企业宏观环境、行业特征、消费者特征及购买行为、市场竞争进行分析，制定市场营销策略，并进行实时调整和实施，寻求营销组合的最优化，从而达到利润最大化。

6. 《营销综合技能训练》

本课程学时为 50 学时，数据分析与策划方向第 3 学期开设。

教学内容：本课程是一门全真性的实践课程，利用校企合作的实际项目，以学生项目化小组为形式，通过制定营销计划与实施方案、实施营销方案和利润核算等环节，进行全真性的营销实战。

7. 《新零售运营》

本课程学时为 54 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

教学内容：认识新零售、新零售的内涵与特征、新零售交易平台、新零售渠道构建、商品管理与创新、数据化运营、新零售企业案例分析与体验。

8. 《商务谈判与推销技巧》

本课程学时为 72 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

教学内容：商务谈判部分包括商务谈判理论、商务谈判心理、商务谈判计划书的制定、商务谈判的过程及谈判策略分析；推销部分包括商品推销的流程、推销洽谈的技巧与策略运用、客户异议处理及商品推销训练。

9. 《客户关系管理》

本课程学时为 54 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

教学内容：本课程主要介绍客户关系管理的基本理论知识、流程设计、识别和开发客户资源、建设和管理客户信息库、提升客户满意度。

10. 《管理技能训练》

本课程学时为 54 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

教学内容：管理者及管理技能分析、中西方管理理念介绍、企业管理文化及管理环境分析、管理职能（包括计划、组织、领导、控制）分析及管理技巧训练。

11. 《企业运营模拟》

本课程学时为 32 学时，智慧零售方向第 3 学期开设。

教学内容：通过虚拟模拟企业运营的模式，对企业宏观环境、行业特征、消费者特征及购买行为、市场竞争进行分析，模拟企业物料采购、生产、营销推广、商品销售和仓储管理环节，制定相应的运营策略，并进行实时调整和实施，从而达到企业利润最大化。

12. 《智慧零售综合技能训练》

本课程学时为 50 学时，智慧零售方向第 3 学期开设。

教学内容：本课程是一门全真性的实践课程，利用智慧零售行业校企合作企业资源，以学生项目化小组为形式，通过制定采购、营销推广与销售方案，实施线上线下的销售运营管理、客户维护管理和财务分析、利润核算等，进行全真性的营销实战。

七、教学进行总体安排（详见附录 1）

八、实施保障

（一）师资队伍

市场营销专业师资队伍总体情况见下表。

市场营销专业师资队伍总体情况一览表

序号	项目	结构	
专职教师 (4人)	年龄结构	40岁以下教师	40岁以上教师
	教师人数	1人	3人
	职称结构	高级	
	双师结构	4人	
兼职教师 (8人)	来源	企业	非企业
	教师人数	8人	0人
	职务	经理	总经理
	人数	6	2

(二) 教学设施

(1) 专业教室基本条件

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

(2) 校内实训室和校外实训基地

配备充足的多媒体教室和有效的校内实训室，包括 1 个营销实训室、1 个综合实训室、1 个营销策划工作室；同时拥有星巴克、海尔、万事利、物美、联华、圣奥家居、大地保险、顾家等多个校外实训基地，能够满足专业教学与人才培养的需要。

(三) 教学资源

1. 教学过程中所选取的教材均为教育部高职高专类或者高职高专规划类教材，综合实训课程则使用自编教材，提高了课程设计的合理性和教学实施的有效性。

2. 拥有校企合作课程资源，如《小微订单定制课程》、《市场调查与分析》、《商务谈判与推销技巧》、《新零售运营》校企合作教学资源。

3. 数字化教学资源有在线开放精品课程资源、《MW 国泰安营销赢家决策仿真软件》、《市场营销综合实训与竞赛系统》等。

(四) 教学方法

基于现代信息技术（如雨课堂、在线开放精品课程资源），根据实际需要选取合适的教学方法，如任务驱动式教学、翻转课堂、示范教学等教学方法。

(五) 学习评价

依据教学目标对学生学习效果和教师教学工作过程进行评价。对于专业技能课程，采取企业

教师、专业教师、学生的三维考核评价体系，完善学生学习过程监测、评价与反馈机制；对于学生的学习效果采用学生课堂表现、作业和实训、期末考核三项进行综合评价；对于教师教学过程采用学生、专职督导、分院领导三方评价法进行综合评教，以确保教学过程能达到教学目标的要求。

（六）质量管理

1. 教学质量主要通过教学过程管理和目标管理来进行。教学过程管理包括期初、期中、期末的统一教学检查，以及学期中专职督导、分院领导的随机抽查听课；目标管理依据专业人才培养目标，进行学生期末综合测评及学生满意度测评（包括课程教学效果、教学水平、就业率、创业率等），以确保教学实施能符合人才培养目标要求，并得到持续改进。

2. 学校建立了毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并且每学年对生源情况、在校生素业水平、毕业生就业情况等进行调查分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

学生通过规定年限的学习，修满“优势职业人”培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，成绩合格，准予毕业。

十、附录

1. 附表一 培养计划进程表
2. 附表二 公共基础课实践安排表
3. 附表三 专业课实践环节安排表
4. 附表四 专业参考书籍和推荐证书一览表
5. 附表五 学期周数分配表
6. 附表六 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表

附表一

2021级市场营销专业培养计划进程表

课程类型	序号	课程名称	学分	教学时数			考核	按学期分配周课时数						备注	
				总学时	理论学时	实践学时		一 18周	二 18周	三 18周	四 18周	五 18周	六 18周		
公民素养课	1	思想道德与法治	3	48	48		考查	4[12]							
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16	考试		3[16]						
	3	体育(一)(二)(三)(四)	6.5	108	4	104	考查	2[12]	2[14]	2[14]	2[14]				
	4	国防教育与军事训练	4	148	36	112	考查	2							
	5	形势与政策(一)(二)(三)(四)	2	32	32		考查	2[4]	2[4]	2[4]	2[4]				
	6	通用英语(一)(二)	4	64	64		考试	2[14]	2[18]						
	7	数字技能基础(一)(二)	4	64	16	48	考试	2[14]	2[18]						
	8	职业发展与就业指导	1	16	16		考查		2[8]						
	9	心理与生命健康教育(一)(二)	2	32	26	6	考查	2[8]	2[8]						
	10	沟通与应用文写作	2	32	16	16	考查		2[16]						
	11	人文艺术赏析	2	32	10	22	考查			2[16]					
	12	职业形象与礼仪	2	32	16	16	考查			2[16]					
合计			36.5	672	332	340		14	13	6	2				
专业群共享专业基础课	1	电子商务基础	2	36	18	18	考查		2[18]						
	2	智慧物流	2	36	18	18	考查		2[18]						
	3	商业创业基础	3	54	27	27	考查		3[18]						
	4	数智化营销	4	56	28	28	考查	4[14]							
	5	经济学基础	2	28	28	0	考查	2[14]							
	6	数据分析与spss实现	2	36	18	18	考查		2[18]						
小计			15	246	137	109		6	9	0	0				
专业方向课	1	网络信息采集实务	3	54	27	27	考试				3[18]				
	2	公共关系策划	3	54	27	27	考试				3[18]				
	3	商务沟通与谈判	4	72	36	36	考试				4[18]				
	4	商务英语	4	68	34	34	考试			2[16]	2[18]				
	5	市场营销基础	4	68	40	28	考试			4[14]				集中2周12学时进行课证融通的营销师考证培训	
	小计			18	316	164	152		0	0	6	12			
	1	市场调查与分析	4	68	34	34	考试			4[14]				集中2周12学时进行课证融通的营销师考证培训	
	2	营销数据分析	4	72	36	36	考试				4[18]				
	3	营销策划实务	4	72	36	36	考试				4[18]				
	4	新媒体营销与运营	3	48	24	24	考试			3[16]					
	5	市场营销沙盘训练	2	32	0	32	考查			4[8]					
	6	市场营销综合技能训练	3	50	0	50	考查			25[2]					
小计			20	342	130	212		0	0	11	8				
智慧零售方向	1	供应链管理	3	54	27	27	考试				3[18]				
	2	企业财务分析	4	64	32	32	考试			4[16]					
	3	市场调查与分析	4	68	34	34	考试			4[14]				集中2周12学时进行课证融通的营销师考证培训	
	4	市场营销基础	4	68	40	28	考试			4[14]				集中2周12学时进行课证融通的营销师考证培训	
	5	直播电商实务	2	36	18	18	考试			2[18]					
	6	营销策划实务	4	72	36	36	考试				4[18]				
	小计			21	362	187	175		0	0	14	7			
	1	新零售运营	3	54	27	27	考试				3[18]				
	2	商务谈判与推销技巧	4	72	36	36	考试				4[18]				
	3	客户关系管理	3	54	27	27	考试				3[18]				
	4	管理技能训练	3	54	27	27	考试				3[18]				
	5	市场营销沙盘训练	2	32	0	32	考查			4[8]					
6	智慧零售综合技能训练	3	50	0	50	考查			25[2]						
小计			18	316	117	199		0	0	4	13				
合计(数据分析与策划方向)			53	904	431	473		6	9	17	20				
合计(智慧零售方向)			54	924	441	483		6	9	18	20				
职业拓展课	1	四史教育类	2	32	32									1. 每生共需修4门职业拓展课, 共计8学分, 每门课程2学分32学时。 2. 每类课程各提供5-8门供学生任意选修, 其中四史教育类、创新创业类分别必修1门。 3. 每类课程限选4学分, 技能竞赛类、考级考证类不限学分。	
	2	创新创业类	2	32	32										
	3	职业素养类	2	32	32										
	4	艺术审美类	2	32	32										
	5	自然科技类	2	32	32										
	6	技能竞赛类	2	32	32										
	7	信息技术类(考级考证)	2	32	32										
	8	外语类(考级考证)	2	32	32										
合计			8	128	128			2	2	2	2				
岗位实习课	1	岗位认知考察	1	25		25	考查	1周							
	2	顶岗实习	24	600		600	考查					24周			
	3	综合实习、毕业设计(论文)	7	175		175	考查						9周		
	合计			32	800		800		2				25	25	
总计(数据分析与策划方向)			129.5	2504	891	1613		24	24	25	24	25	25		
总计(智慧零售方向)			130.5	2524	901	1623		24	24	26	24	25	25		
职业基本素养课	1	校史教育课程	0.5	8			考查	3		4		1			
	2	红色教育课程	1	20			考查	14		4		2			
	3	生命教育课程	1	14			考查	5		7		2			
	4	主题班会活动	2	40			考查	16		16		8			
	5	校园文化活动	8	128			考查	64		60		4			
	6	社会实践活动	6	108			考查	54		54		/			
合计			18.5	318											

备注: 1. 所有课程实施课程思政, 落实立德树人。2. 原则上课程实施理论与实践紧密结合的教学模式。3. 原则上执行18周教学+2周复习考试。

附表二 公民素养课程实践安排表

课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时	实践形式	安排学期	备注
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16	参观、考察、调查等	2	
体育(一)(二)(三)(四)	6.5	108	4	104	体育运动、体质健康测试	1, 2, 3, 4	
国防教育与军事训练	4	148	36	112	国防教育、军事训练	1	
数字技能基础(一)(二)	4	64	16	48	机房实训	1, 2	
心理与生命健康教育(一)(二)	2	32	26	6	自救技能比赛	1, 2	
沟通与应用文写作	2	32	16	16	情景模拟、应用文写作练习	1/2	
人文艺术赏析	2	32	10	22	电影、音乐欣赏;微电影、音乐视频录制	1/2	
职业形象与礼仪	2	32	16	16	化妆、形体仪态、礼仪练习	1/2	
合计	26.5	512	172	340			

附表三 专业课实践环节安排表

类别	课程	实践教学项目	学期	周次	学时数	主要内容及要求	地点	方式
专业课	电子商务基础	电子商务实训	2	1-18	18	电子商务及电商平台应用	校内	分散
	智慧物流	智慧物流实训	1	1-18	18	物流方案设计	校内	分散
	商业创业基础	创业项目实训	2	1-18	27	商业创业方案设计与撰写	校内	分散
	数智化营销	数智化营销实训	2	1-18	28	数字化营销实训	校内	分散
	数据分析与spss实现	数据分析实训	2	1-18	18	数据采集与数据分析实训	校内	分散
	网络信息采集实务	网络信息采集实训	4	1-18	27	网络信息采集与分析	校内	分散
	公共关系策划	公共关系方案设计	4	1-18	27	公关调查、公关策划,要求写出策划方案。	校内	分散
	商务英语	商务英语应用训练	3、4	1-18	34	商务英语口语训练	校内	分散
	新媒体营销与运营	新媒体营销实训	3	1-16	24	新媒体营销项目推广策划与实施	校内	分散
	市场营销基础	市场营销实训	3	1-16	28	环境分析、市场细分、产品定位,要求写出分析报告。	校内	分散/集中
	市场营销综合技能实训	营销综合技能实训	3	1-16	50	营销过程实践,包括营销机会分析、货源组织、营销计划制定、广告策划与制作、商品销售、会计登录与作帐、报表制作、促销策划、销售实施。	校内外	集中
	市场调查与分析	市场调查实训	3	1-16	34	选定调查项目,设计调查方案,实施,数据分析,撰写调查报告。	校内外	分散/集中
	营销策划实务	营销策划实训	4	1-18	36	营销策划方案设计	校内外	分散/集中
营销数据分析	营销数据分析实训	4	1-18	36	能利用SPSS\EXCEL在营销中进行数据分析、销售统计等。	校内	分散	

	市场营销沙盘训练	营销技能综合竞赛软件训练	3	1-18	32	运用营销技能综合竞赛软件，强化学生的技能竞赛水平。	校内	分散
	商务沟通与谈判	商务沟通与谈判模拟实训	4	1-18	36	商务谈判计划制定，进行谈判开局、磋商、签约模拟实训。	校内	分散
	供应链管理	供应链管理实训	4	1-18	27	企业采购、生产供应链计划制作与协调。	校内	分散
	企业财务分析	企业财务分析实训	3	1-16	32	对企业的财务状况、经营成果、现金流量表进行分析和评价，并对企业的偿债能力，营运能力，获利能力和发展能力等进行分析与实训。	校内	分散
	新零售运营	零售运营实训	4	1-18	27	通过调查，制定线上线下开店计划，并进行新零售平台运营和渠道管理方案实施。	校外 外	分散
	直播电商实务	直播实训	3	1-18	18	直播训练，包括直播计划制定和直播实施训练。	校内	分散
	管理技能训练	管理技能训练	4	1-18	27	管理职能（包括计划、组织、领导、控制）分析及管理技巧训练。	校内	分散
	商务谈判与推销技巧	销售洽谈与推销训练	4	1-18	36	销售洽谈与推销训练，包括约见顾客、销售洽谈、成交。	校外 外	分散/ 集中
	客户关系管理	客户管理实训	4	1-18	27	进行 CRM 软件操作，收集客户信息，制定客户管理计划。	校内	分散
	智慧零售综合技能实训	智慧零售综合技能实训	3	1-18	50	智慧零售运营过程实践，包括制定采购、营销推广与销售方案，实施线上线下的销售运营管理、客户维护管理和财务分析、利润核算，进行全真性的智慧零售综合技能实战。	校外 外	集中
	小 计				717			
岗 位 实 习	岗位认知考察	专业认知、企业考察	1	学期中	25			
	顶岗实习	专业对口岗位实习	5	1-20	600			
	综合实习、毕业设计（论文）	按要求撰写论文	6	1-15	175			
	小 计				800			
总 课 时			1517					

注：一周实践教学环节学时数平均为 25 学时。“方式”中的分散是指将实践教学的课时分散到平时的教学中，“集中”是指安排相对集中的课时进行实践教学。

附表四 专业参考书籍和推荐证书一览表

序号	项目	名称	安排学期	备注
1	参考书籍	[美]菲利普·科特勒, 营销管理	1-4	完成四份读书报告
2		康青, 管理沟通	1-4	
3		南怀瑾, 论语别裁	1-4	
4		大卫·奥格威, 一个广告人的自白	1-4	
5		[美]戴尔·卡耐基, 戴尔卡耐基丛书	1-4	
6		[澳]保罗·汉纳, 我能	1-4	
7		[美]戴尔·卡耐基, 语言的突破	1-4	
8		汪中求, 细节决定成败	1-4	
9		[美]奥格·曼狄诺, 世界上最伟大的推销员	1-4	
10		(美) 威廉·庞德斯通, 无价	1-4	
11		(美) 西奥迪尼, 影响力	1-4	
12		(美) 西蒙·斯涅克, 从“为什么”开始	1-4	
13		[美]史蒂芬·谢夫曼, 卓越销售-打造杰出销售人员	1-4	
14	推荐证书	国家中级(或高级)营销师资格证书	3	
15		会计上岗证		
16		普通话二乙证书		
17		中级经济师证书		
18		国家中级电子商务师资格证书		

附表五 学期周数分配表

项 目	周 数 分 配						合计
	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	
课内教学	14	18	18	18	/	/	68
复习考试	2	2	2	2	/	/	8
实习实训	1	/	/	/	18	13	32
毕业设计（论文）答辩	/	/	/	/	/	1	1
国防教育与军事训练	2	/	/	/	/	/	2
毕业教育	/	/	/	/	/	1	1
机动	1	/	/	/	/	/	1
寒（暑）假	5	8	5	8	5	/	31
合 计	25	28	25	28	23	15	144

附表六 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表

1. 数据分析与策划方向

课程性质	学 时			百 分 比 %		
	理 论	实 践	小 计	理 论	实 践	小 计
公民素养课	332	340	672	13.26%	13.58%	26.84%
专业课	431	473	904	17.21%	18.89%	36.10%
职业拓展课	128	0	128	5.11%	0.00%	5.11%
岗位实习课	0	800	800	0.00%	31.95%	31.95%
总计学时	891	1613	2504	35.58%	64.42%	100.00%

2. 智慧零售方向

课程性质	学 时			百 分 比 %		
	理 论	实 践	小 计	理 论	实 践	小 计
公民素养课	332	340	672	13.15%	13.47%	26.62%
专业课	441	483	924	17.47%	19.14%	36.61%
职业拓展课	128	0	128	5.07%	0.00%	5.07%
岗位实习课	0	800	800	0.00%	31.70%	31.70%
总计学时	901	1623	2524	35.70%	64.30%	100.00%