



廣東工貿職業技術學院
GUANGDONG POLYTECHNIC OF INDUSTRY AND COMMERCE

经济贸易系

电子商务专业

人才培养方案

（2017 级普通高中）

广东工贸职业技术学院

二〇一六年十月

编制说明

本专业人才培养方案是在电子商务专业建设委员会的指导下，由专兼职专业带头人共同主持制定，经专家组论证审定，自 2017 级执行。制定过程中，我们选取了典型电子商务企业为主要调研对象。共走访了广州市、深圳市等地区共 12 家企业，对企业生产管理人员、人力资源部门负责人等进行了充分的访谈，对往届毕业生进行了跟踪调查，邀请行业专家及企业高管等人参与了本方案的制定。

该培养方案由五大部分和两个附件构成：第一部分为专业设置，包括专业名称及代码、教育类型及学历、招生范围及条件、学制及专业行业背景；第二部分为专业培养标准，包括专业培养目标、职业面向与岗位能力要求、职业行动领域与工作任务过程、培养体系、教学条件要求、毕业要求等；第三部分为专业特色与建设，包括专业特色、专业创新和专业建设等内容；第四部分为教学计划，包括专业教学计划和专业教学计划实施说明；第五部分为专业课程标准；两附件分别为专业调研报告和专家论证意见。

参加本方案制定的人员主要有：

专业带头人：	廖晓虹 广东工贸职业技术学院	副教授
	李君 广东粤科金融有限公司	经济师
编制参与人：	张涛 英氏婴童用品有限公司	经理
	郑俊龙 广州爵凰商贸有限公司	总经理
	谢晓玲 广州汇尚网络科技有限公司	人力资源总监
	方文超 广东工贸职业技术学院	副教授
	李波 广东工贸职业技术学院	讲师
	谷少永 广东工贸职业技术学院	讲师
	孙静 广东工贸职业技术学院	讲师

电子商务教研室

2016. 11

目 录

一、专业设置	1
1. 【专业名称及代码】	1
2. 【教育类型及学历】	1
3. 【招生范围及条件】	1
4. 【学制】	1
5. 【专业行业背景】	1
二、专业培养标准	3
1. 【专业培养目标】	3
2. 【职业面向与岗位能力要求】	3
3. 【职业行动领域与工作任务过程】	5
4. 【培养体系】	6
(1) 【公共课程说明】	6
(4) 【专业学习领域课程考核与评价】	10
5. 【教学条件要求】	12
6. 【毕业条件】	12
学生须修完本专业教学计划所规定的课程，获得 133 学分及规定必须获得的专业职业资格证书、公共课程证书及生产性实训工作经历证书、顶岗实习合格鉴定证明，方能毕业。三、专业特色与建设	12
三、专业特色与建设	13
1. 【专业特色】	13
2. 【专业创新】	13
3. 【专业建设】	13
四、教学计划	15
1. 【专业教学计划】	15
(一) 专业教学计划表	15
(二) 教学环节分配表	15
(三) 教学进程表	15
2. 【专业教学计划实施说明】	16
五、专业核心课程标准	19
《图像处理 PHOTOSHOP》 课程标准	19
《网店运营》 课程标准	22
《网络营销实务》 课程标准	25
电子商务基础课程标准	29
《跨境电商》 课程标准	35
附件 1 专业调研报告	40
一、调研目的	2
二、调研对象与方法	2
三、调研组织	2
四、调研内容	2
五、调研分析	3

（一）电子商务行业现状	3
（二）电子商务行业人才需求状况.....	3
1、电商人才需求总体状况.....	3
2、调研企业分析	4
（三）电子商务就业岗位分析.....	4
六、调研结论	6
附件 2 专家论证意见	7
专业人才培养方案实施审批表	9

一、专业设置

1. 【专业名称及代码】

普通高中：电子商务 630801

2. 【教育类型及学历】

教育类型：高等职业教育

学历层次：大学专科

3. 【招生范围及条件】

普通高中：高中毕业或同等学历者

4. 【学制】

普通高中：三年

5. 【专业行业背景】

《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》（国发〔2015〕24号）提出：“到2020年，统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠的电子商务大市场基本建成。电子商务与其他产业深度融合，成为促进创业、稳定就业、改善民生服务的重要平台，对工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展起到关键性作用。”《广东省大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施方案》中指出，“大力推进电子商务管理创新、市场创新、品牌创新和服务创新，加快建立规范、诚信、安全的电子商务发展环境，为大众创业、万众创新提供新空间，积极打造国际电子商务中心，推动电子商务成为我省经济发展的新动力。”当前，我国电子商务发展正在进入密集创新和快速扩张的新阶段，日益成为拉动我国消费需求、促进传统产业升级、发展现代服务业的重要引擎。具体而言，发展现状具有以下几个特点：

1. 我国电子商务仍然保持快速增长态势，潜力巨大

我国近年来的电子商务交易额增长率一直保持快速增长势头。网络零售市场更是发展迅速，2015年中国电子商务市场交易规模15.8万亿元，同比增长30.4%；其中，B2B电子商务市场占比超七成，网络购物占比超两成，网络购物占比有明显提升；中小企业B2B电商市场营收增长超三成；网络购物年度线上渗透率首次突破10%；移动购物市场规模增速超过200%。而2015年天猫“11·11”购物狂欢节支付宝成交额达912.17亿元，更是让人们看到我国网络零售市场发展的巨大潜力。毫无疑问，电子商务正在成为拉动国民经济保持快速可持续增长的重要动力和引擎。

2. 企业与行业信息化快速发展，为加快电子商务应用提供坚实基础

近年来，在国家大力推进信息化和工业化融合的环境下，我国服务行业、企业加快信息化建

设步伐，电子商务应用需求变得日益强劲。十三五期间，我国发展面临资源环境约束增强，投资与消费比例失衡，产业结构不合理等重大问题，迫切需要进一步发挥电子商务在创新企业生产模式、提高产业组织效率、激发市场活力、优化资源配置等方面的积极作用。

3. 跨境电子交易获得快速发展

在国际经济形势持续不振的环境下，我国中小外贸企业跨境电子商务仍逆势而为，近年来保持了 30% 的年均增速。未来几年，跨境电商将成为电子商务市场中发展最快的领域。

调研组成员对广州骆驼服饰有限公司、曼秀雷敦(中国)药业有限公司广州分公司、广州汇尚网络科技有限公司、英氏婴童用品有限公司进行了全面调研。得出以下结论，当前，中国电子商务已经强势崛起，传统的消费观念、物流体系、金融模式、人才结构等方面受到了电商的强烈冲击，电商在众多行业已经是以“颠覆者”的形象出现，传统的商业规则正在被逐渐改写。国家把电子商务作为产业结构优化升级、转变区域经济发展方式的战略重点，明确提出要积极发展电子商务。

截止到 2015 年 12 月，中国电子商务服务企业直接从业人员超过 270 万人，由电子商务间接带动的就业人数，已超过 2000 万人。随着国家对电子商务政策的升温，未来 3 年，我国 3000 多万家中小企业将有半数企业尝试发展电子商务，电子商务的人才需求更加趋紧。

根据中国电子商务研究中心《2015 年度中国电子商务人才状况调查报告》，电商行业仍在急速扩张，人才缺口巨大。大多数企业存在招聘压力，求职人数已经跟不上岗位的需求；每年毕业数十万电商专业毕业生，但企业还是招不到合适的人，招聘难度大。

整体来看，运营、技术、推广仍然是企业最迫切需要的人才，供应链管理人才需求也有了很大的提高。由于跨境电商的迅速发展，对于这方面的人才需要也在迅速增长，《2015 年度中国电子商务人才状况调查报告》数据显示，跨境电商相关人员缺口全国达到 150 万，仅广东省就已达 30 万。

二、专业培养标准

1. 【专业培养目标】

本专业为社会主义现代建设服务，德、智、体、美全面发展，熟悉国家法规和经济政策，遵守商务法规、制度和纪律，熟练运用计算机及网络技术手段，掌握现代商务理论与实务知识、现代信息技术，具备从事第一线商务运营和商务网络管理能力，具有良好职业道德和团队精神的电子商务技术技能型人才。

2. 【职业面向与岗位能力要求】

（1）职业面向说明

电子商务从业人员主要有中高级商务管理人员、系统设计人员、系统维护人员、物流信息管理人员、电子商务应用人员、网络营销人员等几个层次。在以上人员中，前两个层次的人员需要的素质较高，要求具有丰富的经验、良好的协调能力以及深厚的技术背景。作为高职培养的学生应着眼于后几个层次，即系统维护、电子商务应用、网络营销、物流信息管理。

因此，我校毕业生主要就业范围包括：①、各行各业商务信息收集分析；②、网络营销；③、网上支付处理；④、EDI 应用；⑤、ERP 应用；⑥、网络安全管理；⑦、电子商务系统维护和管理；⑧、网页设计和制作等。根据我校毕业生就业主要面向珠江三角洲的情况，一定数量的企业内部信息收集管理人员和跨国企业 EDI 应用应当是理想的就业方向。

主要工作岗位：①、各类工商企业电子商务系统管理维护岗位；②、各级各类经济管理部门的计算机操作和网络业务岗位；③、各外经贸公司、商品流通企业、网络公司相关网络营销业务岗位；④、各类金融、保险、海关等商务网络运营、管理服务岗位；⑤、各级各类教育、出版等部门的实验业务、电子出版等业务岗位；⑥、社区服务、物业服务、家政服务等商务信息网络化管理服务岗位；⑦、EDI 应用；⑧、ERP 应用。

（2）职业岗位及职业能力说明

职业岗位及职业能力说明见表 2-1。

表 2-1 职业岗位及职业能力说明表

序号	工作岗位	岗位性质	岗位工作内容描述	职业素质与能力要求
1	电子商务技术服务	核心岗位	电子商务网站设计、管理维护，网页内容编辑。	要求能够设计小型网站，管理和维护网站日常运行，掌握网页制作技术。
2	网站运营经理/主	核心岗位	负责网站运转情况监控；负责网站内容的策划和执行	具有一定的策划和组织领导能力

	管			
3	网站策划/编辑	核心岗位	了解客户需求，客户评估、网站功能设计、网站结构规划、页面设计、内容编辑，撰写“网站功能需求分析报告”，提供网站系统硬件、软件配置方案，整理相关技术资料 and 文字资料。	网站策划从业者要求的知识面较广阔，必须具备市场和销售意识，具备人体工程学的意识，具备较强的沟通能力和文字表达能力，熟悉商业情报收集和信息分析的方法，熟悉网站规划，掌握基本的建站方法，了解网站硬件环境配置，熟悉网络广告投放等方法。
4	网站推广	综合岗位	推广公司网站，通过传统的广告、企业形象系统通过网络技术的方式，链接、网络广告进行推广	熟悉企业文化，明确推广目标，代码优化、页内布局，利用搜索引擎和优化技巧
5	网络营销员	核心岗位	通过网络邮件，发布供求信息，论坛发帖，QQ 交流等网络宣传手段宣传产品，开发新客户，维护老客户	要求具有销售业务、营销渠道、销售人员的管理能力
6	外贸电子商务员	核心岗位	负责公司的产品销售，订单的签订，客户的开发及维护，对客户的询价进行协调，接到订单后给生产部门下发生产计划等，	

--	--	--	--	--

注：岗位性质填写“**核心岗位、辅助岗位、综合岗位**”三种之一。

（3）能力培养要求

能力培养要求见表 2-2。

表 2-2 能力培养要求表

职业核心能力（关键能力）	专业能力
电子商务技术操作技能	电子商务技术能力
分析识别复杂事务能力	市场调研分析能力
计算能力	推销能力
管理技巧	策划能力
语言表达能力	销售管理能力
逻辑思维能力	售后服务能力

（4）职业资格证书要求

职业资格证书要求见表 2-3。

表 2-3 职业资格证书要求表

序号	职业资格证书名称	获取要求	颁发（鉴定）单位	证书等级
1	电子商务师	必考	人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心	三级
获取职业资格证书的其它说明				

3. 【职业行动领域与工作任务过程】

职业行动领域与工作任务过程要求见表 2-4。

表 2-4 职业资格证书要求表

序号	工作任务	典型工作任务过程
1	技术	电子商务网站设计、建设、维护，网页设计与制作，网络广告制

		作，网站推广。
2	运营	熟悉网络营销常用方法，具有电子商务全程运营管理的经验；能够制定网站短、中、长期发展计划、执行与监督；能够完成整体网站及频道的运营、市场推广、广告与增值产品的经营与销售；能够完成网站运营团队的建设和管理，实现网站的战略目标、流量提升与盈利。
3	策划	熟悉网站策划、实施、运营、宣传等业务流程；熟悉电子商务运营与操作流程，能够洞悉电子商务的发展方向；对企业上网有比较深的理解，熟悉企业网站的功能要求；有较强的中文功底和文字处理能力，具有一定的网站栏目策划、运营管理知识；具有较强的选题、策划、采编能力、归纳能力；熟悉电脑操作，掌握基本网络知识。
4	推广	负责网站内容/网站网页设计/网站企划/网站营销企划；网站社群相关服务，内容规划及经营；会员维护及管理工作；文笔好，能够独立作市场宣传策划及文案的撰写；能够熟练运用各种宣传媒介进行宣传推广工作；
5	营销	熟悉网络、网络营销和办公软件；负责公司产品在网络上的推广；对网络营销感兴趣，并能很好地掌握电子商务及网络发展的各种理念。
6	外贸	负责维护并回复阿里巴巴、环球资源等电子商务平台的外贸客户询盘；参加广交会、义博会、德国科隆博览会等专业性展会。

4. 【培养体系】

(1) 【公共课程说明】

公共课程说明见表 2-5:

表 2-5 公共课程说明表

序	课程性质	类别	学习领域课程名称	课程	总	学分	一学年	二学年	三学年
---	------	----	----------	----	---	----	-----	-----	-----

号				类型	学时		1 学 期	2 学 期	3 学 期	4 学 期	5 学 期	6 学 期
1	必修	公 共 课 程	军训	B	54	3	36					
2	必修		体育	B	72	4	30	30				12
3	必修		思想道德修养与法律 基础	B	72	4	26	26				20
4	必修		毛泽东思想和中国特 色社会主义理论概论	B	72	4			26	26		20
5	必修		就业指导	B	38	2		8	8			22
6	必修		大学英语	B	60	3	60					
7	必修		计算机应用基础	B	32	1.5	26					
8	必修		形势与政策	A	16	1	4	4	4	4		
9	必修		大学生心理健康教育	A	8	1	2	2	2	2		
10	公共选修			A	72	4		36	18	18		

注：1. 课程类型填写：A（纯理论课）、B（理论+实践，要填写实践学时；实践分课内实践和课外实践，课外实践学时需在开课学期用“学时”标明）、C（纯实践课）。2. 课程考核：课程如果融合技能证书鉴定——以证代考，考核学期数字后加标注“*”；批准设置为“过程性考核”的，考核学期数字后加标注“▲”，要求建设配套的网络课程，并在网络课程网站中完成理论考试。3. 课程实施说明：（1）专业核心课程，课程名称后加标注“★”；专业基础课程，课程名称后加标注“●”。（2）军训包含“军事技能训练”（2周、1学分）、“军事理论”（36学时、2学分）。（3）思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论概论、体育、就业指导等4门课程，校内授课按课内学时安排。第6学期公共课程实践学时包括体育（运动会）12学时、思政课（三下乡和国家安全教育）40学时和就业指导22学时。（4）“毕业综合实训和生产（顶岗）实习”为专业核心课程，1周按30学时计算，18学时为1学分。（5）公选课具体设置请参照《公选课课程目录》中的备注说明，系（部）开设课程列入《公选课课程目录》。

（2）专业能力体系架构与培养路线

专业能力体系架构与培养路线如图 2-1 所示：

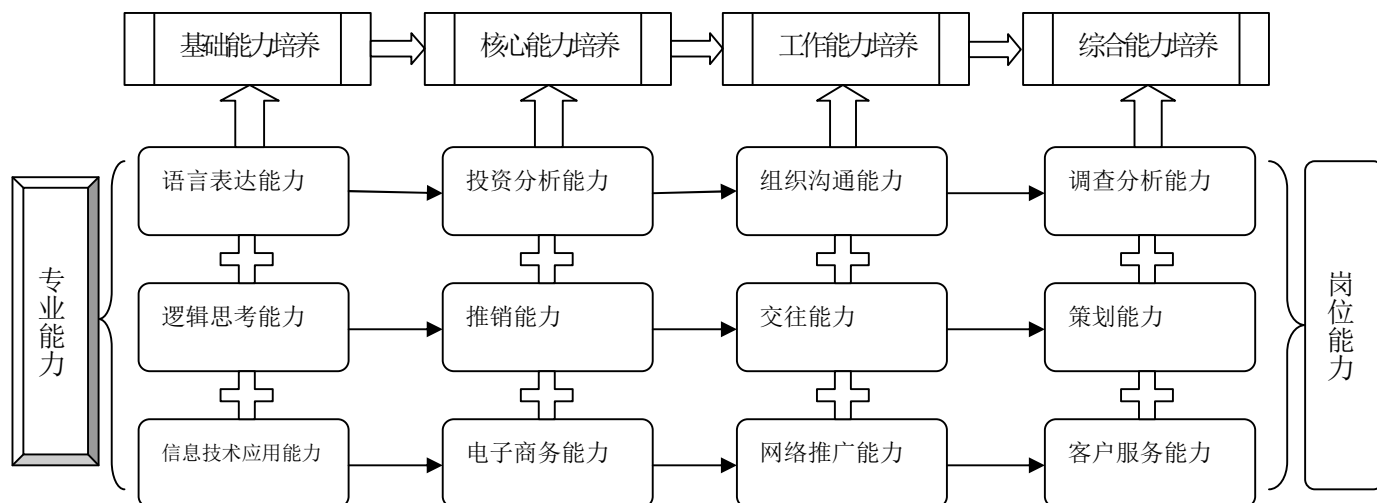
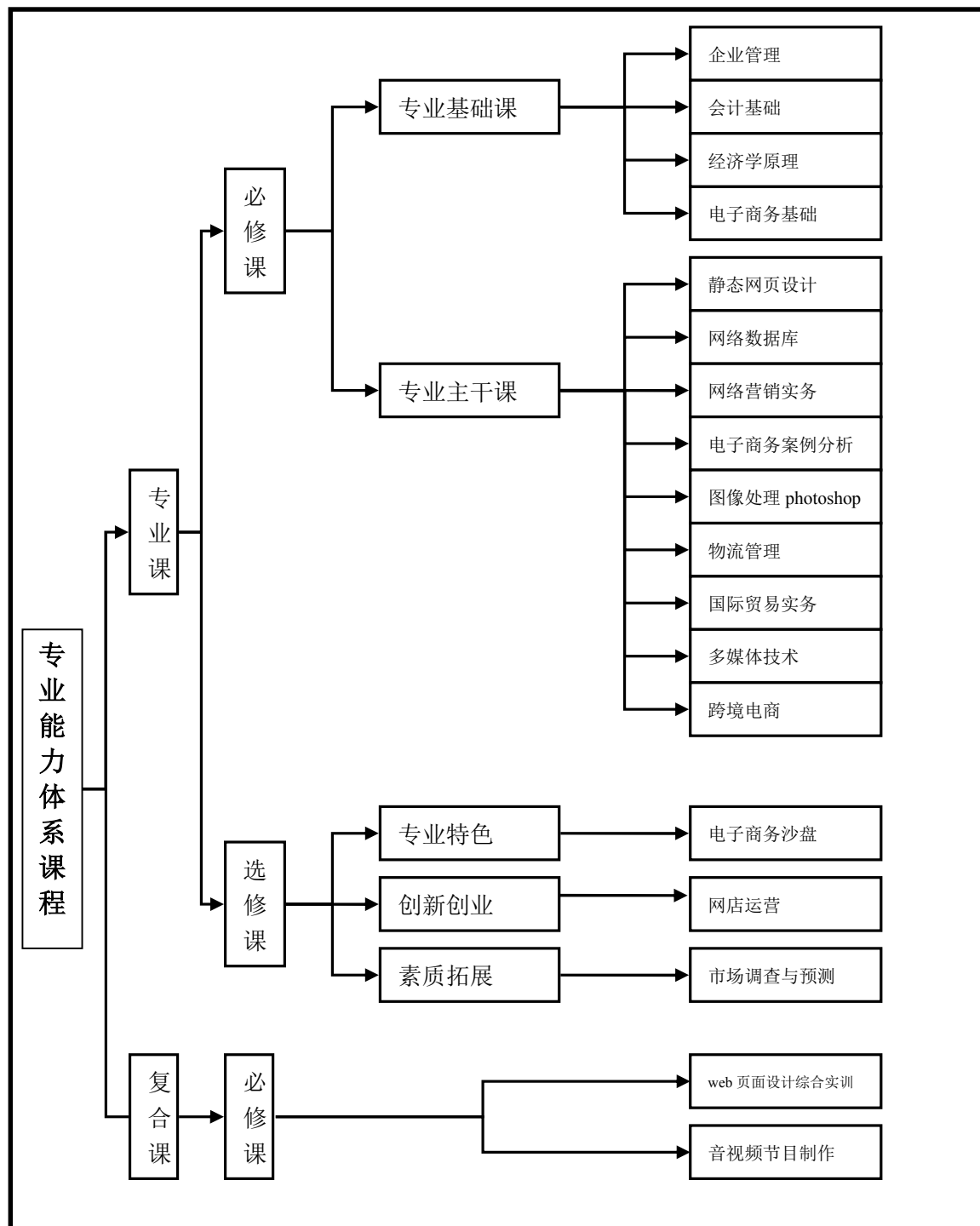
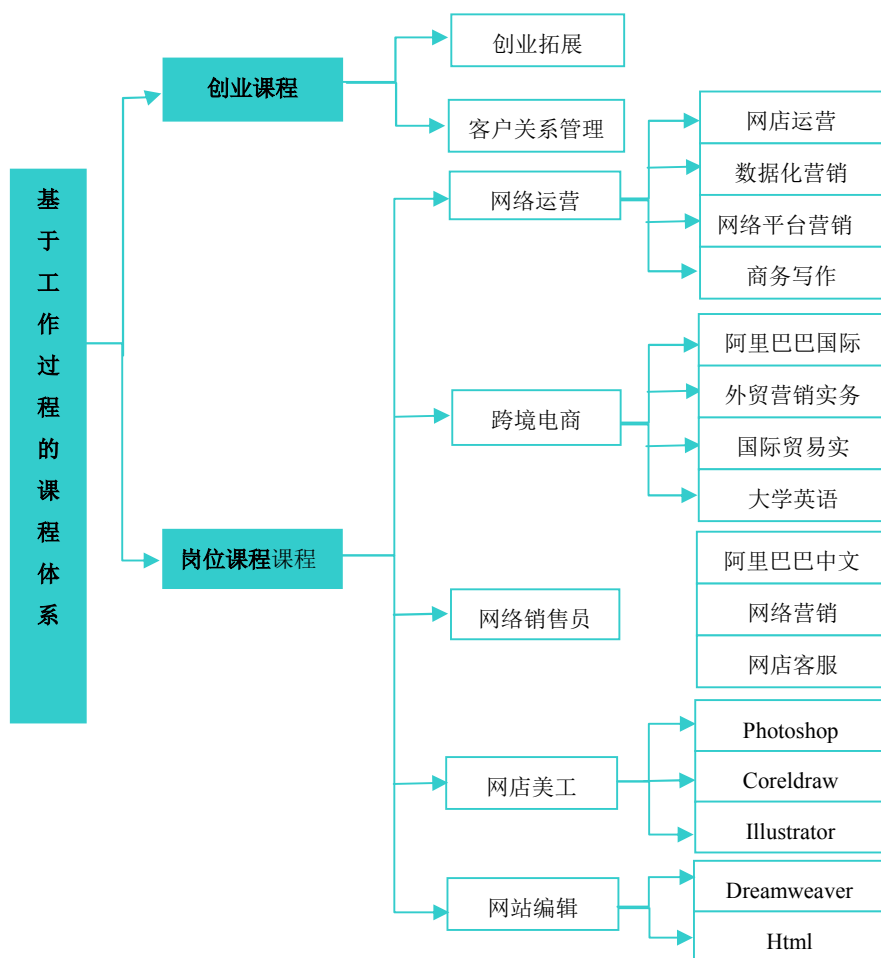


图 2-1 专业能力体系架构与培养路线图

(3) 专业能力体系课程方案（两个表用哪一个待定，一个是基于教学计划，一个是基于工作流程）





专业能力体系课程方案见表 2-6:

表 2-6 专业能力体系课程方案表

序号	课程性质	类别	学习领域课程名称	课程类型	总学时	学分	一学年		二学年		三学年	
							1 学期	2 学期	3 学期	4 学期	5 学期	6 学期
1	必修课	专业基础课	经济学原理	B	56	3		56				
2	必修课	专业基础课	电子商务基础★	B	60	3	60					
3	必修课	专业主干课	多媒体技术	B	56	3					56	
4	必修课	专业主干课	跨境电商★	B	56	3					56	

5	必修课	专业主干课	网络营销实务★	B	56	3			56			
6	必修课	专业主干课	图像处理 photoshop★	B	56	3				56		
7	必修课	专业主干课	国际贸易实务	B	56	3				56		
8	选修课	专业特色课	网店运营★	B	56	3			56			
9	必修课	专业主干课	物流管理	B	56	3				56		
10	必修课	专业主干课	网络数据库	B	56	3		56				
11	必修课	专业基础课	会计基础	B	60	3	60					
12	选修课	素质拓展	市场调查与预测	B	28	1.5		28				
13	必修课	专业基础课	企业管理	B	60	3	60					
14	必修课	专业主干课	静态网页设计	B	56	3		56				
15	选修课	创新创业	电子商务沙盘	B	28	1.5		28				
16	必修课	专业主干课	电子商务案例分析	B	56	3			56			

注：课程类型填写：A（纯理论课）、B（理论+实践，要填写实践学时；实践分课内实践和课外实践，课外实践学时需在开课学期用“学时”标明）、C（纯实践课）；

专业核心课程，课程名称后加标注“★”；专业基础课程，课程名称后加标注“●”。

（4）【专业学习领域课程考核与评价】

①课程考核综合说明

本专业各课程采取的主要考核方式：

一般课程采用期末闭卷考试，结合平时成绩（考勤、作业、课堂表现）。核心课程采用过程考核方式，主要考核学生项目完成能力。

本专业各课程的考核重点：

主要考核学生灵活掌握学科理论的能力以及应用基本理论解决实际问题的能力。

本专业各课程采取的主要成绩评定方法说明：

一般是期末闭卷考试占 60-70%，平时成绩（考勤、作业、课堂表现及项目完成情况）占 30-40%，注

重兼顾考核学生学习知识与应用知识的成效，注重对学习过程的考核。

②课程质量评价要点

本专业课程的基本质量要求：

能够满足专业能力的培养需要，具备营销学的应用特征和知识内涵，学生对该课程有兴趣并且能够通过该课程的学习增长知识和提高技能，学生总体反映良好，有相应师资。

本专业课程的质量评价方法：

学生网上评价、教研室同事之间相互评价、教研室及系部、学科带头人评价相结合。学生评课 60%、督导评课 20%、同行评课 5%、专家（专业指导委员会）评课 15%。

③本专业评定“工贸职业技师”的标准

基本条件（必须全部满足）：

（1）广东工贸职业技术学院普通应届大专毕业生，拥护中国共产党的领导，拥护社会主义制度，遵守法律，遵守校规校纪，在校期间未受到任何处分。

（2）在校学习期间，按本专业人才培养标准修满规定学分，全部课程平均成绩 80 分以上，每学期思想道德素质测评成绩均在 80 分以上，未曾参加任何补考。

（3）非外语专业学生通过外语应用能力 A 级考试，外语专业学生通过全国外语四级考试。

（4）非计算机专业学生通过计算机应用基础职业技能中级鉴定考核，计算机专业学生通过计算机应用基础职业技能高级鉴定考核。

职业条件（满足其中两项）：

（1）参加校级本专业技能竞赛并获得一次二等奖以上。

（2）参加省级以上本专业职业技能竞赛并获奖一次。

（3）在校企合作、实习实训等活动中表现优异获表彰一次。

（4）在公开发行的专业刊物上发表本专业相关文章一篇。

5. 【教学条件要求】

(1) 师资条件（包含校内专职教师和企业兼职教师要求）

团队的专兼职教师结构：专任教师 24 人，兼职教师 19 人。

团队的职称结构：副高以上职称占 21%，中级职称占 79%，其余 0%。

团队的双师结构：100%具有双师素质。

团队的年龄结构：40 岁以上 26.3%，40 岁以下 73.7%。

任课教师的要求

任课教师的学历、职称要求：本科以上学历，助教以上职称。

任课教师的专业职业资格证书要求：教师资格证或其它中级职业资格证书。

任课教师的其它能力要求：必需的专业知识、敬业精神、实训指导能力、外语水平。

(2) 实验实训条件

实验实训条件见表 2-24：

表 2-8 实验实训条件列表

序号	学习领域课程	教学场地	主要设备	设备数量	备注
1	理论教学课程	多媒体教室	多媒体教学设备	1 套/课程	55 座位
2	电子商务实务、Photoshop 图像处理、平面设计基础、现代统计技术	实验室	多媒体及配套实验设备	1 套/课程	55 座位

注：所有仅使用教室的课程全部填写在第一行中。

6. 【毕业条件】

学生须修完本专业教学计划表所规定的课程，获得 133 学分及规定必须获得的专业职业资格证书、公共课程证书及生产性实训工作经历证书、顶岗实习合格鉴定证明，方能毕业。

三、专业特色与建设

1. 【专业特色】

与企业紧密合作，通过校企合作课程将的实践工作过程融入教学过程。积极探究人才培养模式，深入进行校企合作，形成校中厂和厂中校的校企合作模式。高度重视创新创业教育，将创新创业教育融入到整个人才培养方案中。

2. 【专业创新】

开展基于校企合作的项目驱动式的教、学、做一体化的课程改革，提高人才培养质量；发挥广东工贸学院电子商务和实战型师资团队的特色优势，开发出具有高职应用特色的在网络环境下开展工作活动的本专业特色课程。

3. 【专业建设】

（1）专业发展目标

建设以现代服务业为主线，创新创业、跨境电商为特色的电商专业，培养符合社会发展需要的创新型人才。

- 服务于自贸区建设，突出跨境电商特色建设，加强引进跨境电商企业资源，推进校企合作，并在实施中不断优化，最终实现想从事跨境电商业务的学生，毕业即就业，校企无缝对接。
- 服务于创新发展战略，利用专业优势，将创新创业教育融入到课程体系、教学方法、创新创业实践等方面。力争将创新创业教育融入到整个人才培养方案中，在课程建设、实践条件建设、学生综合素质培养等方面均取得一定进展，使得毕业生成功创业的比例进一步扩大，创业成功的概率逐渐提高。

（2）采取的措施：

- 建成“跨境电商协同育人中心”

同深圳市网商文化传播有限公司、广东新航线跨境电商有限公司合作，共建校内“跨境电商协同育人中心”，实现校中厂，建立覆盖进口、出口、本土化主流跨境电商渠道的校内实训基地。

- 建成省级大学生校外实践教学基地

与广东骆驼服饰有限公司、广州汇尚网络科技有限公司等合作，共建一个省级大学生校外实践教学基

地。校企合作共同开发教材，校企产学研合作。

■ 建成跨境电商特色校外顶岗实习基地

突出专业特色，服务于广东自贸区建设，同风信子跨境电商直购商城、广东新航线跨境电商有限公司合作，建设校外跨境电商顶岗实习基地。

■ 构建基于工作过程的课程体系

校企共同进行行业、企业调研，依据电子商务领域和职业岗位（群）的任职要求，参照电子商务专业相关的职业资格标准，基于工作过程系统建立课程体系，动态调整专业设置和专业人才培养目标定位，确定专业核心技能，进行课程教学改革，同时将创新创业植入教学体系，突出跨境电商特色，引入第三方评价逐步建立专业的自我诊断与改进机制。

■ 建成电子商务专业教学资源库

同电商公司合作，校企共建可满足“互联网+”时代教育要求的数字化教学与信息化管理平台。同广东骆驼服饰有限公司合作共建电商客服实训平台、同广州汇尚网络科技有限公司共建电商运营实训平台、同广东新航线跨境电商有限公司共建跨境电商实训平台，建设基本覆盖电商专业核心课程、主干课程的专业教学资源库、精品在线开放课程、微课程等优质数字化资源，实现校内开放、校外共享。

■ 建成综合型多功能校内实训基地

与行业企业紧密结合，厂校合作，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”校内生产性实训基地建设的校企组合新模式。按电子商务岗位设置校内实践教学基地，建设多功能实训基地。

■ 完成阿里巴巴鑫校园合作项目

同阿里巴巴速卖通大学合作鑫校园培训项目，促进分层分类教学，探索阿里巴巴创业班和卓越人才班形式的小班教学。共建跨境电子商务培训教材及配套素材、培训管理、考核、师资管理等体系。

（3）辐射专业群：

根据学院“一主两翼”专业集群整体布局，电子商务专业群属于两翼中的商务服务专业集群。我们将以“服务发展”为基本原则，主动面向广东省经济社会发展的重点领域和重大发展战略，服务于创新发展战略，服务于自贸区建设，打造特色专业群和优势专业群。

四、教学计划

1. 【专业教学计划】

(一) 专业教学计划表

教学计划见表 4-1:

表 4-1 专业教学计划表

(此处插入教学计划 EXCEL 表。)

(二) 教学环节分配表

教学环节分配情况见表: 4-2:

表 4-2 教学环节分配表

学 年	学 期	入学 教育	军事 训练	课程 教学	专项 培训	集中 测试	综合 训练	毕业 教育	公益 劳动	社会 调查	机动	假期	合计	备注
一	1	1	2	15		2						5	25	
	2			14	4	2						7	27	
二	3			14	4	2						5	25	
	4			14	4	2						7	27	
三	5			14	4	2						5	25	
	6						17	1			2	0	20	
总计		1	2				17	1			2	29	149	

(三) 教学进程表

教学进程见表 4-3:

表 4-3 教学进程表

学 期	周 次	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
--------	--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

一	1	×	★	★	—														→	:	:
	2	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	△	△	△	△	:	:
二	3	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	△	△	△	△	:	:
	4	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	△	△	△	△	:	:
三	5	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	△	△	△	△	:	:
	6	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	×	T	T
说明		→课程教学，：考试，△实训（含大作业），×入学、毕业教育，★军训，▲毕业综合实践，○岗位训练，T 机动。																			

2. 【专业教学计划实施说明】

（1）学时分配见表 4-4：

表 4-4 学时分配表

教学环节类型	理论学时	实践学时	理论教学学时比例	实践教学学时比例	教学环节学时比例
公共课程	308	188	11	7	18
专业领域课程	594	1488	20.5	52.5	63
素质课程	126	126	4.5	4.5	9
合计	1028	1802	36	64	100

（2）教学组织情况见表 4-5：

表 4-5 教学组织方式列表

序号	课程名称	教学模式	教学团队	组织方式
1	经济学原理	课堂教学	专任教师 1 名	教师教学为主
2	电子商务基础★	课堂教学	专任教师 1 名	教师教学为主
3	多媒体技术	项目教学	专任教师、兼职教师各 1 名	学生为主体，教师引导
4	跨境电商★	项目教学	专任教师、兼职教师各 1 名	学生为主体，教师引导
5	网络营销实务★	项目教学	专任教师、兼职教师各 1 名	学生为主体，教师引导
6	图像处理 photoshop★	项目教学	专任教师、兼职教师各 1 名	学生为主体，教师引导

序号	课程名称	教学模式	教学团队	组织方式
7	国际贸易实务	项目教学	专任教师、兼职教师各 1 名	学生为主体, 教师引导
8	网店运营★	项目教学	专任教师、兼职教师各 1 名	学生为主体, 教师引导
9	物流管理	项目教学	专任教师、兼职教师各 1 名	学生为主体, 教师引导
10	网络数据库	项目教学	专任教师、兼职教师各 1 名	学生为主体, 教师引导
11	会计基础	课堂教学	专任教师 1 名	教师教学为主
12	市场调查与预测	项目教学	专任教师、兼职教师各 1 名	学生为主体, 教师引导
13	企业管理	课堂教学	专任教师 1 名	教师教学为主
14	静态网页设计	项目教学	专任教师、兼职教师各 1 名	学生为主体, 教师引导
15	电子商务沙盘	项目教学	专任教师、兼职教师各 1 名	学生为主体, 教师引导
16	电子商务案例分析	项目教学	专任教师、兼职教师各 1 名	学生为主体, 教师引导

(3) 项目教学和一体化教学的地点与时间安排情况见表 4-6:

表 4-6 项目教学和一体化教学列表

序号	课程名称	教学地点	教学学时	执行学期
1	图像处理 PHOTOSHOP	图形图像处理实训室	56	4
2	毕业综合实训和生产(顶岗)实习	校外实习基地	510	6
3	商业摄影	电子商务工作室	56	4
4	多媒体技术	网络营销实训室	56	5
5	静态网页设计	网页设计与制作实训室	56	2
6	网络数据库	网页设计与制作实训室	56	2
7	平面设计基础	网页设计与制作实训室	56	3
8	现代统计技术	网络营销实训室	56	5
9	电子商务调查实训	网络营销实训室、电话营销中心	96	2
10	电子商务客服实训	校外实习基地	96	3
11	电子商务外贸实训	网络营销实训室	96	4
12	电子商务综合实训	网络营销实训室、网页设计与制作实训室	96	5

(4) 证书考核说明

电子商务师

经济贸易系组织培训与考试)

(5) 教学质量评价说明

教学质量评价由多方评价构成：学生评价（座谈会、网上评教）；同行评价；学院督导评价；教研室及系部评价；学院教务处综合评价。最后由学院评选出“教学优秀”奖项。

五、专业核心课程标准

《图像处理 PHOTOSHOP》 课程标准

一、课程基本信息

一、课程基本信息							
课程编码	19115	课程性质	必修	课程类别	核心课程	适用专业	电子商务
开设学期	4	学时/学分	56/3	编制人	李波	审核人	校内：李波 校外：兼职带头人李君
				编制时间	2014-03	审核时间	2014-03
课程定位	我院电子商务专业的人才培养目标是：，面向电子商务企业（经营者、平台提供商和服务提供商）一线岗位需要，培养具有电子商务思维和互联网精神，具备良好的职业道德，掌握电子商务基本理论和基本操作技能，具有相应的电子商务网站建设、图片处理、动画制作、网络营销和推广等方面的能力，能在电子商务相关的企事业单位和经济管理部门从事网上销售、网络客户、网络推广、网页美工、网店经营管理等相关工作的高素质高技能应用型人才。 《图像处理 PHOTOSHOP》课程是电子商务专业的一门核心的必修课程，围绕上述人才培养目标，将本课程定位为一门综合性、实践性非常强的课程，强调理论与实践的结合，培养学生独立分析和解决问题的能力，提高学生适应工作岗位的能力。						
课程目标	通过本课程的学习，本课程以目前最流行 PHOTOSHOP CS5 的图像处理软件作为技术支持，由浅入深系统地介绍了图像处理基本概念、软件的基本操作等知识，帮助学生快速掌握选区、图层颜色调整等知识。						

二、工作岗位任务所涉及的能力要求

岗位任务	能力要求
网店美工	完全掌握 PHOTOSHOP、DREAMWEAVER、HTML、CSS+样式表，对色彩、空间、网络营销有比较深刻的理解
文案编辑	有一定的文笔功底，能比较准确的描述商品的特点

三、课程基本目标

能力描述	知识目标	职业技能目标	职业素养目标
专业能力	1、了解图像处理的基本方法和软件 2、熟练掌握图片处理软件 PHOTOSHOP 3、熟练色彩处理	1、了解与掌握网店美工常用工具和方法 2、掌握色彩及空间字体处理 3、了解网络广告，能在网上采用合适的促销手段与价格策略	专业知识扎实，掌握岗位所需要的专业理论知识和实际操作，熟悉网店美工的相关工具与方法、具有互联网思维观念。

	4、熟练掌握 HTML 代码	4、熟悉店铺装修流程 5、视觉营销导向的店铺设计	
社会能力			1、爱岗敬业，责任心强 2、良好的沟通、组织、协调能力 3、良好的团队精神和抗压能力 4、具有创新思维
方法能力		掌握视觉营销的相关方法，了解网络的特点，具备独立分析和解决问题的能力，较强的自学能力。与时俱进，学习新的方法和工具，跟上互联网发展的步伐。加深对所学理论知识的理解和运用	

职业技能证书考核要求		Photoshop 二级：证书国家计算机等级考试二级 1. 掌握图像处理的基本概念和基础知识 2. 掌握 Photoshop 平台的基本操作和使用方法 3. 了解图像处理的一般技巧 4. 熟练掌握图层、蒙版、选区、路径、滤镜的概念和一般操作。	
-------------------	--	--	--

三、教学内容及学时分配

内容说明		本课程是电子商务专业的核心必修课程，除了电子商务专业以外，我院其他专业如市场营销、电子信息、文秘等专业也开始了本课程作为必修课程。课程注重理论与实践的结合，实操技能所占比重非常高。 课程涉及的内容非常广泛，课程内容直观性强、命令繁多、操作灵活，在教学中采用项目引导、任务驱动、工学结合的方式，引入案例教学法和项目教学法，将教、学、练、做结合在一起。		
教学内容	序号	知识模块	考核目标	学时分配
	1	图像处理基本概念	1. 图像类型 2. 图像分辨率 3. 图像颜色模型和色彩模型 4. 图像文件格式	2
	2	PHOTOSHOP CS5 基本知识	1、工作环境 2、基本操作	2
	3	选区操作	1、选区工具 2、编辑选区 3、描边和填充选区	4
	4	图层	1、图层概念 2、图层面板 3、图层基本操作	4
	5	绘制与编辑图像	1、绘图工具	

			2、颜色填充工具 3、修饰工具	
	6	调整图像颜色	1、色彩调整 2、色调调整 3、彩色变黑白的调整 4、特殊色彩调整	4
	7	绘制路径与形状	1、路径 基础知识 2、路径面板的功能介绍 3、路径工具 4、路径的基本操作	4
	8	输入与格式化文字	1、文字工具 2、文字面板 3、文字的编辑操作 4、文字的转换操作	6
	9	使用通道加工图像	1、通道基础知识 2、通道面板 3、通道的基本操作	
	10	蒙版	1、蒙版基础知识 2、蒙版基础操作	
	11	滤镜	1、滤镜基础知识 2、特殊滤镜 3、常用内置滤镜库	6

学习基础	1.前导课程：电子商务基础 2.服务课程：网络营销 3.学生基础： 1、掌握了课程所需的计算机操作基本技能				
-------------	--	--	--	--	--

考核评价	考评项 1	考评项 2	考评项 3	考评项 4	考评项 5
	上机实操	上机实操	上机实操	成果评价	成果评价
	20%	20%	20%	20%	20%
	课程教学效果评价方法：				
	1、专家、同行的评价； 2、学生座谈会； 3、学生问卷评分。				

四、教学设计及教学方法

1、总体教学设计	本课程实践性较强，教学设计中采用上机实操的方式，以学生为主题，教师演示指导为主，推广互动式教学方法，理论讲述的基础上增加实训环节的比重，使学生既能掌握专业知识，又能进行实践操作，达到企业相关就业岗位的知识与技能要求。				
2、项目教学方法	序号	教学任务实施	教学方法		
	1	任务一：奢侈品广告设计 任务二：女装广告设计	1、案例教学 2、上机指导与实操		

			3、学生独立完成广告设计
	2	任务一：名片设计 任务二：男装广告设计	同上
	3	任务一：女鞋广告设计 任务二：男鞋广告设计	同上
	4	任务一：男包广告设计 任务二：电脑等科技产品广告设计	同上
	5	任务一：营销型网站建设 任务二：框架网页	1、案例教学 2、上机指导与实操 3、组建学习团队完成任务
教学条件		适合高职电子商务专业的教材，符合网站建设要求的实训室机房，配备了高速网络和所需教学软件，具备多媒体教室及校园网丰富的教学资源。配备了自编的实训指导教材和指导书。	
教学资源		PPT 课件、自编讲义和实训指导书、案例和参考教材。	
教学建议		加强对岗位所需能力的培养，将主要时间和精力放在针对网店美工、网页设计相关岗位。	

《网店运营》 课程标准

一、课程基本信息							
课程编码		课程性质	必修	课程类别	核心课程	适用专业	电子商务
开设学期	3	学时/学分	56/3	编制人	校内：李波 校外：兼职专业带头人李君	审核人	校内：李波 校外：兼职专业带头人李君
				编制时间	2015-05	审核时间	2015-05
课程定位	我院电子商务专业的人才培养目标是：，面向电子商务企业（经营者、平台提供商和服务提供商）一线岗位需要，培养具有电子商务思维和互联网精神，具备良好的职业道德，掌握电子商务基本理论和基本操作技能，具有相应的电子商务网站建设、图片处理、动画制作、网络营销和推广等方面的能力，能在电子商务相关的企事业单位和经济管理部门从事网上销售、网络客户、网络推广、网页美工、网店经营管理等相关工作的高素质高技能应用型人才。 《网络营销+沙盘实操》课程是电子商务专业的一门核心的必修课程，本课程基于网店运营的工作过程设计，从店铺策划、店铺开设、店铺管理、店铺推广的流程设计教学内容，该课程的学习强调实战化，所有教学项目基于淘宝网或者拍拍网等电子商务平台开展。因此，该课程对于提升学生的网店运营能力等实际工作技能有着极为重要的意义						
课程目标	通过本课程的学习，使学生理解能进行市场调研以及店铺定位						

	1、能开设网上店铺 2、能进行店铺装修 3、能对网上店铺进行日常管理 4、能进行店铺推广
--	---

二、工作岗位任务所涉及的能力要求

岗位任务	能力要求
网络推广	策划、执行在线推广活动，熟悉所有的网络推广手段，
网络营销运营	网站数据分析，搜索竞价平台管理，
网络信息搜索与调研	熟悉网络信息收集方法与途径，掌握网络调研的主要方法和手段

三、课程基本目标

能力描述	知识目标	职业技能目标	职业素养目标
专业能力	●了解网上开店的应该基本的基本素质和基本条件 ●掌握网上开店的基本流程 ●掌握网上店铺推广的主要方法 ●掌握网店客服的主要方法 ●掌握网店物流解决办法	1、能进行市场调研以及店铺定位 2、能开设网上店铺 3、能进行店铺装修 4、能对网上店铺进行日常管理 5、能进行店铺推广	●培养学生的创业意识。 ●培养创新思维和灵活运用知识的能力。 ●培养具有团队协作精神。 ●培养具有认真、自主学习的能力。 ●培养分析问题、解决问题的能力。 ●培养具有良好的职业素养和勤奋工作的基本素质。 ●培养学生的诚信意识。
社会能力			1、爱岗敬业，责任心强 2、良好的沟通、组织、协调能力 3、良好的团队精神和抗压能力 4、具有创新思维
方法能力		掌握网络营销的相关方法，了解网络的特点，具备独立分析和解决问题的能力，较强的自学能力。与时俱进，学习新的方法和工具，跟上	

		互联网发展的步伐。加深对所学理论知识的理解和运用				
职业技能证书考核要求		获取阿里巴巴网商职业能力资格（网上零售）证书：1、系统掌握网络推广全能实战技巧 2、免费在网上推广产品，获得长期、稳定的客户来源：3、建设营销型网络平台（网站、网店、商城等）4、网站和网店(或商城)的 SEO 推广诊断、优化和管理：5、学会 SEM 竞价推广和网盟推广，提高产出投入比 6、掌握网站和网店(或商城)的整合营销推广实战技巧 7、制订网站、网店(或商城)整合营销推广计划和实施方案，跟进实施和管控 8、管理网站、网店(或商城)的网络推广团队				
三、教学内容及学时分配						
内容说明		本课程是电子商务专业的核心必修课程，课程注重理论与实践的结合，实操技能所占比重非常高。课程涉及的内容非常广泛，要求学生学习的理论知识非常多，需要掌握网店运营的基本概念，本课程的课时设计为：总学时 60 学时，采用一体化教学方式（其中，知识部分约 30 学时，实践部分约占 30 学时）				
教学内容	序号	知识模块	考核目标		学时分配	
	1	开店准备	5. 市场调查 6. 店铺定位 7. 货源寻找		12	
	2	网店开设	3、开店流程 4、网店装修		12	
	3	产品发布	4、产品拍摄 5、图片美化 6、产品描述 7、产品发布		12	
	4	网店日常经营与管理	4、物流服务 5、客服服务 6、交易安全 7、店铺推广		24	
学习基础		1.前导课程：电子商务概论、市场营销、企业管理 2.服务课程：电子商务实务、网站建设 3.学生基础： 1、掌握了课程所需的计算机操作基本技能 2、学过企业管理、市场营销等相关知识				
考核评价	考评项 1		考评项 2	考评项 3	考评项 4	考评项 5
	开卷		上机实操	上机实操	成果评价	成果评价
	20%		20%	20%	20%	20%
	课程教学效果评价方法： 1、专家、同行的评价；					

《网络营销实务》 课程标准

一、课程基本信息							
课程编码	18022A	课程性质	必修	课程类别	核心课程	适用专业	电子商务
开设学期	3	学时/学分	56/3	编制人	李波	审核人	校内：李波 校外：兼职带头人李君
				编制时间	2014-03	审核时间	2014-03
课程定位	我院电子商务专业的人才培养目标是：，面向电子商务企业（经营者、平台提供商和服务提供商）一线岗位需要，培养具有电子商务思维和互联网精神，具备良好的职业道德，掌握电子商务基本						

	理论和基本操作技能，具有相应的电子商务网站建设、图片处理、动画制作、网络营销和推广等方面的能力，能在电子商务相关的企事业单位和经济管理部门从事网上销售、网络客户、网络推广、网页美工、网店经营管理等相关工作的高素质高技能应用型人才。 《网络营销》课程是电子商务专业的一门核心的必修课程，围绕上述人才培养目标，将本课程定位为一门综合性、实践性非常强的课程，强调理论与实践的结合，培养学生独立分析和解决问题的能力，掌握网络营销相关工具的应用，熟悉网络营销策划与推广、网络商务信息的搜索和分析提高学生适应工作岗位的能力。
课程目标	通过本课程的学习，使学生理解网络营销的基本概念和理论，掌握网络营销策划与推广的技能和方法，熟练使用网络营销推广的主要平台与工具，为今后从事网络营销相关工作打下坚实的基础。使学生转变传统的营销观念，熟悉网络环境下，市场营销手段、工具、方法的变迁。

二、工作岗位任务所涉及的能力要求

岗位任务	能力要求
网络推广	策划、执行在线推广活动，熟悉所有的网络推广手段，
网络营销运营	网站数据分析，搜索竞价平台管理，
网络信息搜索与调研	熟悉网络信息收集方法与途径，掌握网络调研的主要方法和手段

三、课程基本目标

能力描述	知识目标	职业技能目标	职业素养目标
专业能力	1、了解网络营销的基本理论 2、掌握网络顾客需求与行为分析 3、熟悉网络营销差异化与定位战略 4、熟悉网络营销策划与推广 5、掌握网络营销的 4C 策略	1、了解与掌握网络营销常用工具和方法 2、掌握搜索引擎营销 3、了解网络广告，能在网上采用合适的促销手段与价格策略 4、熟悉网络信息搜集、整理与分析 5、网络营销导向的企业网站设计	专业知识扎实，掌握岗位所需要的专业理论知识和实际操作，熟悉网络营销的相关工具与方法、具有互联网思维观念。
社会能力			1、爱岗敬业，责任心强 2、良好的沟通、组织、协调能力 3、良好的团队精神和抗压能力 4、具有创新思维
方法能力		掌握网络营销的相关方法，了解网络的特点，具备独立分析和解决问题的能力，较强的自学能力。与时俱进，学习新的方法和工具，跟上互联网发展的步伐。加深对所学理论知识的理解和运用	

职业技能证书考核要求	网络营销师(网络营销工程师): 1、系统掌握网络推广全能实战技巧 2、免费在网上推广产品, 获得长期、稳定的客户来源: 3、建设营销型网络平台(网站、网店、商城等) 4、网站和网店(或商城)的 SEO 推广诊断、优化和管理: 5、学会 SEM 竞价推广和网盟推广, 提高产出投入比 6、掌握网站和网店(或商城)的整合营销推广实战技巧 7、制订网站、网店(或商城)整合营销推广计划和实施方案, 跟进实施和管控 8、管理网站、网店(或商城)的网络推广团队
-------------------	---

三、教学内容及学时分配

内容说明	本课程是电子商务专业的核心必修课程, 除了电子商务专业以外, 我院其他专业如市场营销、电子信息、文秘等专业也开始了本课程作为必修课程。课程注重理论与实践的结合, 实操技能所占比重非常高。 课程涉及的内容非常广泛, 要求学生学习的理论知识非常多, 需要掌握网络营销的基本概念, 网络消费者的调研, 网络营销策划方案的撰写, 网络广告的分析与投放。同时, 实操部分, 设置的许多的实训任务, 要求学生掌握多项网络营销技能。
-------------	---

教学内容	序号	知识模块	考核目标	学时分配
	1	网络营销的基本概念	8. 网络营销的诞生与发展 9. 网络营销定义 10. 网络营销的职能与内容体系 11. 网络营销信息传递 12. 网络营销环境	6
	2	网络消费者需求与行为分析	5. 网络消费群体 6. 网络消费者的行为特点 7. 个性化服务	6
	3	网络营销常用工具与方法	8. 网络营销常用工具: 电子邮件、搜索引擎、企业网站、微博、微信、博客等网络营销工具 9. 网络营销方法分类 10. 移动网络营销	12
	4	网络调研	8. 网络调研的基本概念 9. 网络调研的主要方法 10. 网络调研方案策划与实施	8
	5	网络营销差异化与定位战略	4. 网络营销市场细分与定位 5. 网络营销差异化 6. 网络营销主要战略	8
	6	网络广告	11. 网络广告及其主要形式 12. 网络广告的特点及其网络营销价值 13. 网络广告策略 14. 网络广告效果及其影响因素	8
	7	网络营销实践应用	4. 网站推广 5. 网上促销 6. 网络营销渠道建设	12

			7、信息发布与传递 8、网上调研		
学习基础	1.前导课程：电子商务概论、市场营销、企业管理 2.服务课程：电子商务实务、网站建设 3.学生基础： 1、掌握了课程所需的计算机操作基本技能 2、学过企业管理、市场营销等相关知识				
考核评价	考评项 1	考评项 2	考评项 3	考评项 4	考评项 5
	开卷	上机实操	上机实操	成果评价	成果评价
	20%	20%	20%	20%	20%
	课程教学效果评价方法： 1、专家、同行的评价； 2、学生座谈会； 3、学生问卷评分。				
四、教学设计及教学方法					
1、总体教学设计	本课程实践性较强，教学设计中采用理论讲授+上机实操的方式，以学生为主题，教师演示指导为主，推广互动式教学方法，理论讲述的基础上增加实训环节的比重，使学生既能掌握专业知识，又能进行实践操作，达到企业相关就业岗位的知识与技能要求。				
2、项目教学方法	序号	教学任务实施		教学方法	
	1	任务一：网络信息收集与整理 任务二：网络调研方案策划与实施		7、案例教学 8、上机指导与实操 9、组建学习团队完成任务	
	2	任务一：搜索引擎营销 任务二：搜索引擎优化（SEO）		同上	
	3	任务一：网络广告发布 任务二：网络广告策划		同上	
	4	任务一：网络推广策划 任务二：网络推广实施		同上	
	5	任务一：网络营销渠道建设 任务二：网络营销渠道管理		同上	
教学条件	适合高职电子商务专业的教材，符合网络营销要求的实训室机房，配备了高速网络和所需教学软件，具备多媒体教室及校园网丰富的教学资源。配备了自编的实训指导教材和指导书。				
教学资源	PPT 课件、自编讲义和实训指导书、案例和参考教材。				
教学建议					

一、课程基本信息

课程编码	01005	课程性质	必修	课程类别	核心课程	适用专业	电子商务
开设学期	第 1 学期	学时/学分	60/3	编制人	谷少永	审核人	校内：李波 校外：兼职带头人李君
				编制时间	2014-05	审核时间	2014-05

《电子商务基础》是电子商务专业职业启蒙及导入性课程。该课程把电子商务专业所要具备的经济、管理、技术和法律等多种知识和技能,以及电子商务在国民经济的主要行业中的应用概况,给予提纲挈领的介绍,使得学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识体系和电子商务的国内外应用情况有一个整体印象和初步认识,为今后分门别类详细学习各类、各门专业课程打下良好的基础。

依据职业成长规律和学习认知规律，我校的电子商务专业课程体系由基本素质模块、专业能力模块和素质拓展模块三部分构成，共有公共基础学习领域，职业基础学习领域，职业技能学习领域、专业选修学习领域和公共选修学习领域。

本课程的理论教学主要解决“什么是电子商务和电子商务干什么”的问题，而实践教学主要解决“电子商务要用那些工具和如何做电子商务”的问题。围绕个人和企业开展电子商务活动的具体内容，通过电子商务的操作和技能的一系列训练，使得学生能够做到理论联系实际，学以致用，

	加深对电子商务基础理论的认识，并深刻理解电子商务运作模式和交易流程，掌握电子商务应用的基本技术和技能。 本课程的设计思路，主要有以下几点： 1、按照专业培养目标的要求和职业岗位技能标准确定课程教学目标。本课程的设计体现在以能力为本，以基础知识为主线，以任务实践为主，打破了传统的教学体系模式，将电子商务职业岗位能力中用到的知识点融合在项目中。学生通过对电子商务相关基础知识的学习，掌握岗位所需知识，并不断加强实践动手能力和解决问题能力的培养。它体现了职业教育“以就业为导向，以能力为本位”的职业教育理念。 2、以学生职业能力发展为核心，以学生职业生涯发展为目标，以职业标准为依据整合课程内容通过与校外行业专家充分研讨，按照行业相关职业岗位和职业能力培养的要求，以职业标准为依据整合教学内容，突出学生职业能力的培养。同时将网上开店、网络营销等新知识融入教学内容，并根据行业发展趋势不断进行补充和完善，形成动态更新，以加强学生可持续发展能力的培养。 3、以任务为载体进行学习情境设计，以网上开店、网络工具营销等任务为载体，按照职业能力培养的规律，遵循人的认知规律，按照由易至难、由封闭到开放到创新的原则设计九个学习情境：电子商务概述、电子商务技术基础、电子商务支付结算、电子商务安全管理、物流与供应链、网络营销实务、网上开店。 4、充分利用校内外实训场所，采用任务驱动、项目导向的教学模式，将教、学、做融为一体。
课程目标	电子商务专业课程体系是培养适应中小企业互联网经济发展的需要，具有从事电子商务实际工作的基本技能和对实际工作有较强适应能力的专门人才。学生毕业后可到与电子商务有关的机构、网站、企业从事电子商务实际工作，或者自己开网店创业在课程培养目标上，以打造学生就业竞争力为培养思路，以“有专业水准的电子商务职业人士、有思想的网络业务开拓者、有使命的网络创业青年”为核心目标，从知识目标、能力目标、素质目标上培养学生的综合能力。 知识目标：知道电子商务的基本模式：B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子商务以及这几种模式的代表性网络平台；懂得电子商务的标准、电子商务相关法律法规、电子商务支付、电子商务物流等基础知识；明白电子商务的安全及风险；了解网络创业相关知识。 能力目标：能熟练使用互联网及一些常用工具；会熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具；能使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店管理运营；能熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。 素质目标：学生应具有较高的信息技术素质、对网络环境能敏锐体察；能用心尊重他人、不断激励自己；乐于团队合作、善于整合资源；善于表达沟通、用于企业实践、注重学以致用；及时适应环境变化、不断开拓创新。
二、工作岗位任务所涉及的能力要求	
岗位任务	能力要求
网站（网店）推广	熟悉电子商务运营的订单提交/订单处理/物流配送/客户服务等各项流程

网页设计	熟练使用 Photoshop、DreamWeaver、Fireworks 等流行设计软件；熟练掌握网站宣传的各元素和要件，有扎实的美术功底、良好的创意思维和理解能力；
网站运营	精通互联网、电子商务等相关行业，能较好地掌握互联网、电子商务平台技术发展趋势、动态，对关键技术有比较深入的研究充分了解和掌握电子商务的运营模式，熟悉电子商务运营的订单提交/订单处理/物流配送/客户服务等各项流程

三、课程基本目标

能力描述	知识目标	职业技能目标	职业素养目标
专业能力	电子商务的基本模式；电子商务支付；电子商务物流	企业电子商务整体规划、建设、运营和管理	不仅具备对计算机、网络和社会经济都有深刻的认识，而且又具备相应管理能力。
社会能力	团队合作	团队协作意识	能用心尊重他人、不断激励自己；乐于团队合作、善于整合资源；
方法能力	熟练使用互联网及一些常用工具；熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具	较高的信息技术素质、对网络环境能敏锐体察	善于表达沟通、用于企业实践、注重学以致用；及时适应环境变化、不断开拓创新。
职业技能证书考核要求		电子商务师	

三、教学内容及学时分配

内容说明	《电子商务基础》是一门综合性的课程，也是一门应用性的正在发展的经济学科，本课程是电子商务专业的专业课程。电子商务是当今世界商务活动的现实，也是商务活动发展的趋势，并将在本世纪的一定时期内独领风骚。学习本课程的目的在于通过对电子商务的理论和实践的学习、研究和分析，掌握电子商务的基本知识和基本原理，提高学生从事商务实践的理论素养和电子商务的能力。 通过本课程的学习，使学生从电子商务的基本理论（基本概念、基本知识）、基本环境（经济、管理、法律和技术等），到电子商务的基本应用（政府、企业、个人）、产业化发展和电子商务的经济性等各方面有一个比较全面而深入地了解、认识和把握，为进一步分门别类学习电子商务的专业知识奠定坚实的基础。通过学习，要求学生能识记电子商务的基本概论；领会不同概念和应用的关系与区别；应用所学知识分析和解释常见的电子商务应用。			
教学内容	序号	知识模块	考核目标	学时分配
	1	电子商务基础知识 【教学内容】 一、什么是电子商务；二、电子商务的分类；三、电子商务的框架体系；四、电子商务发展现状、优势、对社会经济生活的影响。	通过本章的学习，掌握电子商务的内涵及其应用，电子商务的分类及交易过程；理解电子商务的竞争优势；了解网络商务及社会革命概述，电子商务的产生与发展。	12 学时
	2	网络营销	通过本章的学习，达到下列	12 学时

		【教学内容】 一、网络营销的基本概念；二、网络营销的层次与技巧；三、网上调研；四、网络营销技术策略；五、网络营销的目标市场定位；六、网络广告；七、网络售后服务；八、网上营销新课题；九、网上市场调研、网络广告与促销	三个层次的要求：掌握网站推广技术、邮件列表营销技术；理解公司的竞争策略；了解网络营销与网络广告的基本原理。掌握网络营销的实际操作方法	
	3	电子商务物流 【教学内容】 一、物流条码技术；二、GPS 技术；三、GIS 技术；四、其他物流技术 五、物流软件的使用的上机操作	通过本章的学习，掌握电子商务与物流的关系；理解电子商务与供应链管理；了解电子商务下全新的物流模型，现代新技术在电子商务物流配送中的应用。掌握物流软件的使用。	10 学时
	4	电子支付 【教学内容】 一、传统支付；二、银行卡；三、电子现金；四、电子支票；五、网络银行； 六、订单处理、电子合同签订、电子支付、售后服务等的上机操作	通过本章的学习，掌握网上支付方式；了解网上支付系统，我国网络银行的现状与发展。掌握电子支付的实际操作。	10 学时
	5	电子商务系统的安全 【教学内容】 一、电子商务安全概述；二、加密技术；三、认证技术与数字证书；四、防火墙技术、安全协议；五、文件加密、交易安全管理、安全工具使用的上机实践	通过本章的学习，掌握数字签名及数学证书；理解安全认证；了解电子商务的安全问题；掌握电子商务系统安全技术。	12 学时
	6	电子商务法律与法规 【教学内容】 一、国际电子商务法规；二、国外电子商务法规；三、我国的电子商务法规；四、电子商务立法中存在的主要问题	了解国内外电子商务法规以及当前电子商务立法中存在的主要问题是什么。了解我国电子商务的相关法规	4 学时
学习基础	1.前导课程： 无 2.服务课程：			

	平行课程：微宏观经济学、管理学原理、经济法 后续课程：网络营销、电子商务网站建设、电子商务数据库、电子支付与网上银行、电子商务案例与法规 3.学生基础： 高中毕业生			
考核评价	考评项 1	考评项 2	考评项 3	考评项 4
	作业	课堂表现	考勤	期末考试
	10%	10%	10%	70%
	课程教学效果评价方法： 本课程教学任务结束后，教师将按学校的相关要求对教学模式、教学方法和手段、教学过程、试卷或报告、成绩等写出分析报告； 课程所属教研室将按照学校的相关要求，组织进行学生评价、行业（含校内、外同行）评价、专家（含校内、外督导）评价、社会评价工作。			

四、教学设计及教学方法

1、总体教学设计	从电子商务基础的实际问题出发，精心准备各种典型案例，构建课程的整体教学设计。以二十个任务和技能训练任务为载体，形成循序渐进，种类多样的项目群，构建完整的教学设计布局。 教学采用“四阶段教学法”，将“教、学、练、做”融为一体。教学体现“教师为主导，学生为主体，训练为主线”的原则，课堂上可以采用“四阶段教学法”，即第一阶段为案例引入，提出问题，第二阶段为学生自主学习，尝试解决问题，第三阶段为归纳总结，引申提高，第四阶段为举一反三，学以致用。 教学设计方便要充分利用现代化教学手段，提高教学效果，教学中根据实际需要可以采用电子演示文稿，大屏幕多媒体联机演示、网络教学等各种先进的教学手段、使课堂教学生动活泼，引人入胜，提高教学效果，同时提高教学效率。		
2、项目教学方法	序号	教学任务实施	教学方法
	1	任务一：理解传统商务与电子商务 技能训练任务一：案例讨论：易购 365 是如何从传统商务走向电子商务的 任务二：了解各种电子商务模式 分析淘宝、阿里巴巴、慧聪、敦煌网、京东各属于那种 模式的电子商务 任务三：了解电子商务的架构 任务四：电子商务的现状及对社会的影响	现场教学：PPT 案例教学 网络教学
	2	任务一：了解网络营销的特点 任务二：掌握网络营销的工具的使用	现场教学：PPT 案例教学 网络教学

		练习使用博客、空间、论坛、邮件进行网络营销 任务三：网上市场调研 设计一个大学生数码消费状况的网络调查,利用中调网、百度、新浪博客等发布并开展调查 任务四：网络广告与促销 分析搜狐、新浪等网站的各种网络广告,总结网络广告的类型、收费方式、广告效果	
	3	任务一：了解物流和物流管理 案例分析讨论:光明牛奶是如何实现 6 小时内鲜奶送上门的 任务二：了解电子商务的物流及配送 任务三：理解供应链管理 任务四：理解仓储和配送	现场教学：PPT 案例教学 网络教学
	4	任务一：了解电子货币、电子支付 使用银行卡在 ATM 和超市 pos 终端上,并画出各自的工作流程 任务二：掌握网上银行的使用 开通网上银行,并进行安全设置、网上银行查询、转账各种业务 任务三：掌握第三方支付工具 申请支付宝或财付通账户,管理、查询支付宝,使用支付宝完成支付	现场教学：PPT 案例教学 网络教学
	5	任务一：了解电子商务安全基本知识 任务二：安全工具的使用 任务三：理解信息加密、数字签名 任务四：掌握数字证书的使用 申请电子邮件数字证书或银行数字证书,安装并使用数字证书	现场教学：PPT 案例教学 网络教学
	6	任务一：了解电子商务相关法律法规	现场教学：PPT 案例教学 网络教学
教学条件	多媒体教室；电子商务实验室；课件；案例		
教学资源	1.教材：《电子商务概论》 湖南师范大学出版社，2013.1 徐汉柱 主编 2.参考书： 《电子商务基础》，高等教育出版社，2006，宋文官 编 《电子商务基础》（第二版），电子工业出版社，2008，方程 编 《电子商务基础》武汉大学出版社，2006 年，张李义 编 3.网络资源 淘宝网：http://www.taobao.com 中国互联网信息中心：http://www.cnnic.cn 阿里		

《跨境电商》课程标准

一、课程基本信息							
课程编码		课程性质	必修	课程类别	拓展课程	适用专业	电子商务
开设学期	第 5 学期	学时/学分	56/3	编制人	校内：李波 校外：兼职带头人李君	审核人	校内：李波 校外：兼职带头人李君
				编制时间	2016-12	审核时间	2016-12
课程定位	《跨境电商》是电子商务专业的专业基础课，跨境电商作为中国电子商务发展的最新趋势，受到了全社会越来越多的重视，大量中国卖家借助阿里巴巴速卖通平台，将产品直接售卖到全球的消费者手中，通过这条短得不能再短的交易链，获得了丰厚的回报。 本课程的设计思路，主要有以下几点： 1、按照专业培养目标的要求和职业岗位技能标准确定课程教学目标。本课程的设计体现在以能力为本，以基础知识为主线，以任务实践为主，打破了传统的教学体系模式，将电子商务职业岗位能力中用到的知识点融合在项目中。学生通过对电子商务相关基础知识的学习，掌握岗位所需知识，并不断加强实践动手能力和解决问题能力的培养。它体现了职业教育“以就业为导向，以能力为本位”的职业教育理念。 2、以学生职业能力发展为核心，以学生职业生涯发展为目标，以职业标准为依据整合课程内容。通过与校内外行业专家充分研讨，按照行业相关职业岗位和职业能力培养的要求，以职业标准为依据整合教学内容，突出学生职业能力的培养。同时将网上开店、网络营销等新知识融入教学内容，并根据行业发展趋势不断进行补充和完善，形成动态更新，以加强学生可持续发展能力的培养。 3、以任务为载体进行学习情境设计，以网上开店、网络工具营销等任务为载体，按照职业能力培养的规律，遵循人的认知规律，按照由易至难、由封闭到开放到创新的原则设计九个学习情境：						

	电子商务概述、电子商务技术基础、电子商务支付结算、电子商务安全管理、物流与供应链、网络营销实务、网上开店。 4、充分利用校内外实训场所，采用任务驱动、项目导向的教学模式，将教、学、做融为一体。
课程目标	电子商务专业课程体系是培养适应中小企业互联网经济发展的需要，具有从事电子商务实际工作的基本技能和从事实际工作有较强适应能力的专门人才。学生毕业后可到与电子商务有关的机构、网站、企业从事电子商务实际工作，或者自己开网店创业在课程培养目标上，以打造学生就业竞争力为培养思路，以“有专业水准的电子商务职业人士、有思想的网络业务开拓者、有使命的网络创业青年”为核心目标，从知识目标、能力目标、素质目标上培养学生的综合能力。 知识目标：知道电子商务的基本模式：B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子商务以及这几种模式的代表性网络平台；懂得电子商务的标准、电子商务相关法律法规、电子商务支付、电子商务物流等基础知识；明白电子商务的安全及风险；了解网络创业相关知识。 能力目标：能熟练使用互联网及一些常用工具；会熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具；能使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店管理运营；能熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。 素质目标：学生应具有较高的信息技术素质、对网络环境能敏锐体察；能用心尊重他人、不断激励自己；乐于团队合作、善于整合资源；善于表达沟通、用于企业实践、注重学以致用；及时适应环境变化、不断开拓创新。

二、工作岗位任务所涉及的能力要求

岗位任务	能力要求
网站（网店）推广	熟悉电子商务运营的订单提交/订单处理/物流配送/客户服务等各项流程
网页设计	熟练使用 Photoshop、DreamWeaver、Fireworks 等流行设计软件；熟练把握网站宣传的各元素和要件，有扎实的美术功底、良好的创意思维和理解能力；
网站运营	精通互联网、电子商务等相关行业，能较好地掌握互联网、电子商务平台技术发展趋势、动态，对关键技术有比较深入的研究充分了解和掌握电子商务的运营模式，熟悉电子商务运营的订单提交/订单处理/物流配送/客户服务等各项流程

三、课程基本目标

能力描述	知识目标	职业技能目标	职业素养目标
专业能力	电子商务的基本模式；电子商务支付；电子商务物流	企业电子商务整体规划、建设、运营和管理	不仅具备对计算机、网络和社会经济都有深刻的认识，而且又具备相应管理能力。
社会能力	团队合作	团队协作意识	能用心尊重他人、不断激励自己；乐于团队合作、善于整合资源；
方法能力	熟练使用互联网及一些常用工具；熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具	较高的信息技术素质、对网络环境能敏锐体察	善于表达沟通、用于企业实践、注重学以致用；及时适应环境变化、不断开拓创新。

职业技能证书考核要求		电子商务师		
三、教学内容及学时分配				
内容说明	《跨境电商》是一门综合性的课程，也是一门应用性的正在发展的经济学科，本课程是电子商务专业的专业课程。电子商务是当今世界商务活动的现实，也是商务活动发展的趋势，并将在本世纪的一定时期内独领风骚。学习本课程的目的在于通过对电子商务的理论和实践的学习、研究和分析，掌握电子商务的基本知识和基本原理，提高学生从事商务实践的理论素养和电子商务的能力。 通过本课程的学习，使学生从电子商务的基本理论（基本概念、基本知识）、基本环境（经济、管理、法律和技术等），到电子商务的基本应用（政府、企业、个人）、产业化发展和电子商务的经济性等各方面有一个比较全面而深入地了解、认识和把握，为进一步分门别类学习电子商务的专业知识奠定坚实的基础。通过学习，要求学生能识记电子商务的基本概论；领会不同概念和应用的关系与区别；应用所学知识分析和解释常见的电子商务应用。			
教学内容	序号	知识模块	考核目标	学时分配
	1	开通商铺	1、注册账号 2、实名认证	12 学时
	2	管理产品	1、产品发布 2、产品管理 3、搜索诊断 4、模块管理 5、管理订单通知	12 学时
	3	交易管理	1、管理订单 2、成交不卖规则 3、资金账户管理 4、交易评价	10 学时
学习基础	1.前导课程： 国际贸易实务、电商运营、网络营销 2.服务课程： 平行课程：微宏观经济学、管理学原理、经济法 后续课程：电子商务数据库、电子支付与网上银行、电子商务案例分析			
考核评价	考评项 1	考评项 2	考评项 3	考评项 4
	作业	课堂表现	考勤	期末考试
	10%	10%	10%	70%
	课程教学效果评价方法： 本课程教学任务结束后，教师将按学校的相关要求对教学模式、教学方法和手段、教学过程、试卷或报告、成绩等写出分析报告；			

课程所属教研室将按照学校的相关要求，组织进行学生评价、行业（含校内、外同行）评价、专家（含校内、外督导）评价、社会评价工作。

四、教学设计及教学方法

1、总体教学设计

从电子商务基础的实际问题出发，精心准备各种典型案例，构建课程的整体教学设计。以二十个任务和技能训练任务为载体，形成循序渐进，种类多样的项目群，构建完整的教学设计布局。

教学采用“四阶段教学法”，将“教、学、练、做”融为一体。教学体现“教师为主导，学生为主体，训练为主线”的原则，课堂上可以采用“四阶段教学法”，即第一阶段为案例引入，提出问题，第二阶段为学生自主学习，尝试解决问题，第三阶段为归纳总结，引申提高，第四阶段为举一反三，学以致用。

教学设计方便要充分利用现代化教学手段，提高教学效果，教学中根据实际需要可以采用电子演示文稿，大屏幕多媒体联机演示、网络教学等各种先进的教学手段、使课堂教学生动活泼，引人入胜，提高教学效果，同时提高教学效率。

2、项目教学方法

序号	教学任务实施	教学方法
1	任务一：理解传统商务与电子商务 技能训练任务一：案例讨论：易购 365 是如何从传统商务走向电子商务的 任务二：了解各种电子商务模式 分析淘宝、阿里巴巴、慧聪、敦煌网、京东各属于那种模式的电子商务 任务三：了解电子商务的架构 任务四：电子商务的现状及对社会的影响	现场教学：PPT 案例教学 网络教学
2	任务一：了解阿里巴巴国际站、ebay、亚马逊 任务二：掌握网络营销的工具的使用 练习使用博客、空间、论坛、邮件进行网络营销 任务三：网上市场调研 设计一个大学生数码消费状况的网络调查，利用中调网、百度、新浪博客等发布并开展调查 任务四：网络广告与促销 分析搜狐、新浪等网站的各种网络广告，总结网络广告的类型、收费方式、广告效果	现场教学：PPT 案例教学 网络教学
3	任务一：了解国际物流和物流管理 任务二：了解电子商务的物流及配送 任务三：理解中邮小包 任务四：理解仓储和配送	现场教学：PPT 案例教学 网络教学

	4	任务一：了解电子货币、电子支付 使用银行卡在 ATM 和超市 pos 终端上，并画出各自的工作流程 任务二：掌握网上银行的使用 开通网上银行，并进行安全设置、网上银行查询、转账各种业务 任务三：掌握第三方支付工具 申请支付宝或财付通账户，管理、查询支付宝，使用支付宝完成支付	现场教学：PPT 案例教学 网络教学
	5	任务一：了解电子商务安全基本知识 任务二：安全工具的使用 任务三：理解信息加密、数字签名 任务四：掌握数字证书的使用 申请电子邮件数字证书或银行数字证书，安装并使用数字证书	现场教学：PPT 案例教学 网络教学
	6	任务一：了解电子商务相关法律法规	现场教学：PPT 案例教学 网络教学
教学条件		多媒体教室；电子商务实验室；课件；案例	
教学资源		1.教材：《电子商务概论》 湖南师范大学出版社，2013.1 徐汉柱 主编 2.参考书： 《电子商务基础》，高等教育出版社，2006，宋文官 编 《电子商务基础》（第二版），电子工业出版社，2008，方程 编 《电子商务基础》武汉大学出版社，2006 年，张李义 编 3.网络资源 淘宝网： http://www.taobao.com 中国互联网信息中心： http://www.cnnic.cn 阿里巴巴： http://www.alibaba.com.cn 电子商务学习网： http://www.ecxuexi.com 4.课件： 与《电子商务基础》课程教学内容配套的课件，根据电子商务行业发展情况，即时更新。 5.教案： 与《电子商务基础》课程教学内容配套的教案，根据电子商务行业发展情况，即时更新	
教学建议		改变以一次考试成绩作为考评主要依据的传统做法，课程考核中采用多维化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合考核相结合。 针对学生不同的学习兴趣，由学生自由组合选择项目任务；根据个体能力发挥情况，设置难易程度不同、类型各异的障碍题，进行拓展任务训练，培养和锻炼学生在实践中的创新思维和自主学习的能力。	

附件 1 专业调研报告



廣東工貿職業技術學院
GUANGDONG POLYTECHNIC OF INDUSTRY AND COMMERCE

电子商务专业 调研报告

（2017 级普通高中）

广东工贸职业技术学院

2016 年 3 月

目 录

一、调研目的	40
二、调研对象与方法	2
三、调研组织	2
四、调研内容	2
五、调研分析	3
（一）电子商务行业现状	3
（二）电子商务行业人才需求状况	3
1、电商人才需求总体状况	3
2、调研企业分析	4
（三）电子商务就业岗位分析	4
六、调研结论	6

一、调研目的

高等职业技术教育坚持以就业为导向,为了适应珠三角地区产业经济转型对电子商务技能人才的需求,制定适合企业工作需求的高职院校技能人才培养方案。我院电子商务专业开展了本次调研活动。通过本次调研,收集和分析企业对电子商务专业学生的需求状况,深入了解企业、行业对电子商务专业人才技能、知识等的基本要求,为电子商务专业人才培养目标、课程设置与开发、学生就业等提供有价值的参考信息。

二、调研对象与方法

为了全面了解广州及珠三角地区企事业单位对电子商务专业毕业生的需求和要求,我们选取了典型企业、电子商务协会、往届毕业生为主要调研对象。其中实地走访了广州、深圳等地茵曼、曼秀雷敦、骆驼服饰、爵皇商贸、诚一网络、英氏婴童用品、村又村等 10 家开展电子商务业务的企业,调研对象为企业经理、人力资源部门负责人、电子商务从业人员。

此外,通过深入访谈、电话、qq 和电子邮件等方式,调研了 2005 级至 2012 级我院电子商务专业的近百位毕业生。除此之外,通过发放问卷的方式,收集了 2011 级电子商务专业 170 名学生的就业状况与岗位信息。

三、调研组织

电子商务专业全体老师参与了调研活动。

调研组长:李波;

成员:廖晓虹,方文超,谷少永,孙静

四、调研内容

本次调研活动主要围绕以下几个内容展开:

- 1、电子商务人才需求状况
- 2、电子商务专业就业岗位设置
- 3、电子商务专业相关岗位对专业技能、知识、素质的基本要求及其对电子商务专业课程设置的指导意义

五、调研分析

（一）电子商务行业现状

1、电子商务国内发展状况

据统计数据，截至 2013 年底，中国电子商务市场交易规模达 10.2 万亿元，同比增长 29.9%，首次突破 10 万亿元大关。其中网络零售市场交易规模达 18851 亿元，同比增长 42.8%。根据商务部最新预测的 2013 年全年社会消费品零售总额数据，2013 年，网络购物交易额占社会消费品零售总额的比重将达到 7.8%，比去年提高 1.6 个百分点。从相关数据来看，我国电子商务行业规模进一步扩大。数据显示，去年国内 B2C、C2C 与其他电商模式企业数已达 29303 家，较去年增幅达 17.8%，预计今年年底达到 34314 家。

2、广东地区电子商务发展状况

而从广东地区来看，2012 年 12 月，广东省政府首个电子商务发展意见——《关于加快发展电子商务的意见》发布。《意见》指出，广东将在财政、税收、融资、用地、人才、市场准入等方面对电子商务发展加大政策支持力度，加快培育一批电子商务平台和网商。新增 5 亿元发展资金及推出一揽子措施，着力打造电子商务发展新高地，加快推动传统制造业和服务业的转型升级。打造覆盖全国的综合性电子商务平台。将电子商务纳入战略性新兴产业范畴，全力打造电子商务发展“硅谷”。2013 年，广东省电子商务交易额突破 2 万亿元，增长 33%。2013 年，广东商家在天猫上的交易额突破 600 亿。2013 年，天猫“双十一”广东以 33.748 亿元的总成交额勇夺“中国网购第一大省”。在广东省政府 2013 年发布的《关于加快发展电子商务的意见》中，预计 2015 年网络零售额占社会消费品零售总额的比例将超过 10%，实现全省电子商务交易额比 2010 年翻两番，突破 3.2 万亿元的目标。

（二）电子商务行业人才需求状况

1、电商人才需求总体状况

中国电子商务研究中心联合赢动教育发布《2013 年度中国电子商务人才状况调查报告》。报告显示，在被调查的企业中，属于业务规模扩大，人才流失率高，人才需求强烈的企业占 41.07%。在行业快速发展的背景下，继诚信和物流后，人才已经成为影响电商产业发展的瓶颈之一。

报告显示，随着国家对电子商务政策的升温，未来 5 年，我国 3000 多万家中小企业将有半数企业尝试发展电子商务，电子商务的人才需求更加趋紧。2013 年电子商务服务企业直接从业人员超过 235 万人。目前，由电子商务间接带动的就业人数，已超过 1680 万人。在被调查的企业中，42.59%的电商企业表示，预计在 2014 年员工规模会有大的增长，企业会有大规模的招聘计划。

而从当前电子商务发展状况与趋势来看，电子商务属于新兴产业，人才存量不足，此外，电商行业增长快速，大量传统企业像电商转型，争夺有限的人才。电商人才远远无法满足企业需求。另一方面，目前电商人才流动性大，对电商企业造成了巨大的成本压力。电商行业知识更新快，传统的人才培养模式与电子商务快速更新之间产生了较大的矛盾。

2、调研企业分析

本次调研涉及的企业非常多，其中实地调研和走访的企业，以服装、日用品销售为主，企业电子商务销售额增长迅速，对电子商务人才的需求量巨大。下面以其中几家主要企业为例，来分析其发展的状况和对电子商务人才的需求状况。2015 年 11 月，调研组成员对广州骆驼服饰有限公司、曼秀雷敦(中国)药业有限公司广州分公司进行了为期 3 个星期的实地调研。

广东骆驼服饰有限公司成立于 2005 年，主要负责“骆驼”品牌在中国地区的发展、骆驼产品生产研发、线下实体店销售等综合业务。公司核心产品以高档真皮男鞋为主，兼营时尚休闲女鞋、男女皮包、皮带、户外运动服装，仅鞋类每季新款数量达上千款。

全权运营管理“Camel 骆驼”品牌发展。骆驼首家专卖店于 2005 年在北京成立，历经十余年发展，公司拥有 3600 多家线下实体店、专柜，全面覆盖一二线城市核心中高端群体，成为男鞋第一首选品牌。

2010 年 4 月，Camel 骆驼品牌率先进驻淘宝商城，宣告正式布局电子商务战略启动，“骆驼官方旗舰店”以更优惠的价格提供最新的款式为品牌号召力，迅速使更多消费者了解并深爱骆驼品牌，一举成为淘宝男鞋类目的优秀品牌！目前，骆驼已建立皮具店、户外店、男装店、女鞋店等线上渠道，各大销售平台均都涉及，成为传统行业翘楚全面触网的成功代表。

2015 年 11 月，我院电子商务专业在广州骆驼开展为期 20 天实训活动，本调研组成员对该公司进行了深入调研。在此期间，正是淘宝“双十一”期间，公司整体以 3.8 亿的单品牌销售额全网排名第 3，其中骆驼服饰旗舰店以 1.7 亿销售额居服饰品牌全网第一，居男鞋类目行业第一；骆驼户外官方旗舰店排名户外类目行业第一；骆驼女鞋旗舰店排名第一！这是骆驼品牌电商模式——类目广、精、深创新布局的成功表现。除在天猫双十一中表现突出的男鞋、女鞋、户外之外，CAMEL 骆驼男装亦销售进入男装行业类目前 8。CAMEL 骆驼品牌最新收购的女装品牌小虫米子没有任何官方流量仅仅依靠老顾客的购买力的情况下，销量亦突破千万，成为唯一一个进入双十一 top100 的女装 C 店。

而在公司电商销售获得巨大成功的背后，电子商务推广团队、美工团队、售前团队、售后团队付出了巨大的努力。公司对电子商务各就业岗位人才需求巨大。从公司经理处我们了解到，目前，公司电商人才缺口巨大，面临非常大的人才招聘难题，现在公司为了满足电商销售对人才的需求，跟广东地区多所院校开展了合作协议，目前在公司开展短期实训的学生就有上千人，即便如此，还是不能满足公司业务的需要，更何况，这些学生都不算是正式的员工，实训结束，学生一旦毕业，就会离开公司，寻找更好的机会，而整个电商行业对人才的争夺非常激烈。

从我们走访的其他几家企业如茵曼、曼秀雷敦的情况来看，也都存在类似的问题，电子商务发展快速，企业对电商人才的需求巨大。茵曼、曼秀雷敦在双十一期间，大量招聘了短期兼职和实训的学生。在平时，非促销期间，企业正式员工也是不够的，长期需要大量招聘兼职的学生，来填补电商人才的需求缺口。

另外，从 2005 级——2010 级学生的反馈信息来看，近年来，随着电子商务的快速增长，毕业学生的就业状况非常乐观。2009 年、2010 年，学生刚毕业时，有近一半的学生没有选择从事电子商务相关的工作，但是，近年来，毕业生纷纷转岗从事电子商务相关的工作，如我院 2006 级电子商务专业毕业生，从 2014 年的就业情况信息来看，已经有超过 80% 的学生均从事电子商务相关岗位，专业对口比率非常高。

（三）电子商务就业岗位分析

本次调研，从信息收集、对企业的访谈和现场观察以及毕业生的反馈信息来看，电子商务专业主要就业岗位和职业技能要求如下表所示：

岗位名称	工作内容	知识、技能要求
网络运营人员	1) 负责公司在淘宝、拍拍等网站的硬性广告投放, 淘客等广告联盟的 CPS 广告合作; 2) 根据公司的产品属性和目标消费人群开展针对性的媒体分析评估, 选择有效的广告投放渠道, 促进销售业绩增长; 3) 根据预算和销售目标制定广告投放的策略和计划; 制定网络广告投放的工作流程和工作规范; 4) 广告数据分析: 对所有广告投放活动(包括 SEM、广告联盟、硬性广告、SNS 等)进行数据分析, 及时提供数据报告, 准确评估并指导整体媒体效果优化, 以便管理者调整投放策略和执行节奏, 保证投放效益最大化; 5) 竞争对手广告监测、分析和总结; 建立本公司广告投放档案;	1) 具备一定的传播知识和媒介运用经验; 熟悉国内各大中型网站的广告优势资源和合作模式; 2) 有很强的文字表达能力; 具备较强的数据统计分析能力; 具备强烈的目标感和责任感 3) 熟练制作广告排期, 熟悉广告素材审核提交流程; 4) 熟悉淘宝、拍拍等电子商务平台网络营销者
网站美工人员	主要从事平台颜色处理、文字处理、图像处理、视频处理等工作。 1) 主要负责网站、电子商城等相关产品照片的美化处理, 和创意设计打动网络消费者的品牌形象宣传图、专题、促销宣传图等; 2) 结合商品的特性制作成图文并茂的, 有美感、有很强视觉冲击力的图片, 以提高销量	1) Photoshop 熟练运用; 2) Coreldraw 熟练运用; 3) 具有良好的审美能力及色彩感觉, 具备出色的理解力、沟通能力和组织协调能力 4) 有强烈的事业心和开拓创新意识。
网站编辑	1) 全面负责信息和图片方面的产品的编辑, 策划, 熟练运用淘宝助理, 拍拍助理等工具。能够根据淘宝关键词的搜索来优化产品标题命名。 2) 根据淘宝产品的上下架时间, 和产品推荐来维护产品。	1) 熟悉 DW 等网站编辑软件; 2) 掌握基本的图形编辑和处理软件 3) 熟悉网站后台操作和管理
外贸电子商务	1) 外贸平台运营操作, 包括产品上架, 优化, 定期更新公司产品; 2) 根据销售情况指定采购计划, 确保库存稳定;	1) 熟悉电子商务和外贸 B2C 行业 2) 熟悉速卖通, 阿里巴巴, ebay,amazon 等外贸平台

	3) 客户邮件回复,提高客户满意度,保持账号良好; 4) 负责市场信息的收集和分析,开发热卖产品; 5) 制定销售计划和策略;	3) 良好的英文书写表达能力和沟通能力 4) 熟练使用 office 办公软件 5) 品行端正,善于与人沟通,良好的团队合作精神和高度的责任感; 6) 较强的抗压能力,能够自动自发的学习和工作;	
网络销售员	1) 宣传产品,通过网络邮件,发布供求信息,论坛发帖,QQ 交流、sns 推广、邮件宣传等网络宣传手段宣传产品; 2) 企业产品网站或服务网站管理与维护以及优化. 网站推广, 搜索引擎优化; 3) 与客户交流, 做好新老客户的交流沟通工作. 开发新客户, 维护老客户。	1) 信息收集能力 2) 了解网站代码 3) 熟悉网络营销基本知识 4) 熟悉淘宝、天猫、阿里巴巴等平台操作	

六、调研结论

调研结果表明,随着电子商务的飞速发展,电子商务人才需求巨大,企业面临的电子商务人才缺口巨大。高职院校电子商务专业毕业生的就业岗位主要集中在一线基层岗位,如网站编辑、美工、网站推广、外贸电子商务专员、网络销售等。企业对电商人才的需求,对电子商务基本技能的掌握要求较高。但目前不少企业反映毕业生的实际工作能力还不能完全满足企业岗位要求。高职院校主要培养技能型人才,在人才培养目标、课程设置方面,需要适应社会、企业的要求。从目前我院电子商务专业的课程设置来看,本专业所设课程比较合理,如网络营销、网站建设、平面设计、现代统计技术、内外贸实训、网络数据库等,基本能满足企业电子商务相关岗位的要求。在实训课程上需要进一步加强,特别是与企业的合作,应该突破前期学生单纯到企业参加实习工作的状况,要求企业进一步融入教学之中,除客服岗位外,在物流管理、商业摄影、网店美工、网店运营等方面,企业提出更多岗位要求,以及进一步参与到教学中。

电子商务教研室

2016 年 10 月 10 日

附件 2 专家论证意见

时间	2016 年 10 月 10 日
地点	经济贸易系办公室
参加人员	专业建设委员会委员：李君、廖晓虹、李波、方文超、谷少永、孙静 专家和企业代表： 郑俊龙、谢晓玲、周奕鹏
会议内容	主要内容：2017 人才培养方案制定 专家论证意见： 1、素质教育不能忽视，经济学原理、企业管理等课程需要保留。 2、增设创新创业类专门课程，如网店运营。 3、要办出专业特色，开设特色课程，如电子商务沙盘。 4、根据学校要求，开设和计算机信息管理专业对接的复合类课程。 5、应进一步加强实习过程，原有每学期 3 周实训时间不能满足企业要求，建议改为 4 周。 6、应加强跨境电商课程。
备注	

附件 3 专家论证会议签到表

会议主题	2017 人才培养方案制定	会议地点	经贸系办公室
会议时间	2016 年 10 月 10 日	会议主持人	李波
姓名	单位	职称/职务	签名
张涛	英氏婴童用品有限公司	经理	张涛
李君	广东粤科金融有限公司	经济师、总经理	李君
郑俊龙	广州爵凰商贸有限公司	总经理	郑俊龙
谢晓玲	广州汇尚网络科技有限公司	人力资源总监	谢晓玲
廖晓虹	广东工贸职业技术学院	副教授	廖晓虹
李波	广东工贸职业技术学院	讲师	李波
方文超	广东工贸职业技术学院	副教授	方文超
谷少永	广东工贸职业技术学院	讲师	谷少永
孙静	广东工贸职业技术学院	讲师	孙静

附件 4 专业人才培养方案实施审批表

GDGM-QR-03-096-B/1

专业人才培养方案实施审批表

经济贸易系（部）专业：电子商务执行年级：2017 级

方案简要说明：

本方案经教研室老师多次讨论，和企业也进行多次沟通，认为符合目前电子商务发展的方向，可以实施。

制订人签字（盖章）：李波

2016 年 12 月 16 日

系（部）及专业指导委员会意见：

主任签字（盖章）：

年 月 日

教务处审核意见：

处长签字（盖章）：

年 月 日

学院教学工作委员会意见：

主任签字（盖章）：

年 月 日

此表一式两份，所属系与教务处各存一份。

