

电子商务专业人才培养方案

专业负责人：李民

教研部主任：李民

教学单位负责人：朱彬彬

制订（修订）撰写人：李民

制订（修订）时间：2020年6月10日

实施时间：自2020年9月起正式实施

山东化工职业学院制

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

(一) 专业名称：电子商务

(二) 专业代码：630801

二、入学要求

中等职业学校（或普通高中学校）毕业生或同等学力者。

三、修业年限

标准学制为 3 年，弹性学制为 2-6 年。

四、职业面向

表 1 电子专业就业面向岗位

序号	对应职业 (编码)	对应岗位群或 技术领域	职业资格证书和职业技能等 级证书	专业方向
1	销售人员 (4-01-02)	营销推广 运营管理	电子商务师（高级） 电子商务（网店运营推广）	营销 美工
2	商务咨询服务 人员 (4-07-02)	网店美工 客户服务	电子商务（网店开设与装修） 电子商务（客服）	客服

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业的销售人员、商务咨询服务人员等职业群，能够从事营销推广、运营管理、客户服务工作的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

（一）素质

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

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

3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力；

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

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

6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

2. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识；

3. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；

4. 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；

5. 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；

6. 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；

7. 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识；

8. 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务

平台和新媒体运营与管理的方法；

（三）能力

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

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业课程。

(一) 公共基础课程

表 2 公共基础课程描述

序号	课程名称	课程目标、主要内容与教学要求
1	思想道德修养与法律基础	<p>(1) 课程目标</p> <p>通过学习,让学生了解自己所处的时代是中国特色社会主义新时代,明确自己是中华民族伟大复兴伟大进程的见证者和参与者,要将民族复兴作为自己的职责和使命。通过学习使学生明确“基础”课的性质和目的,认识到学习“基础”课与自身发展密切相关,进而激发起努力学习的兴趣和热情,不断提升思想道德素质与法律素质。</p> <p>(2) 主要内容</p> <p>我们处在中国特色社会主义新时代,要以民族复兴为己任,树立家国情怀;人生的青春之问;坚定理想信念;弘扬中国精神;践行社会主义核心价值观;明大德守公德严私德;尊法学法守法用法。</p> <p>(3) 教学要求</p> <p>该课程必须以社会主义核心价值观教育为主线,以爱国主义、社会主义、集体主义教育为核心来展开教学内容。引导学生完善五种认识(认识国家、社会、高校、职业和自己),学会四种技能(如何学习、如何做人、如何做事和如何交往),进一步强化其对“四有”观念——“有理想、有道德、有文化、有纪律”的认同并自觉付诸于实现民族复兴大任的实践过程之中,帮助学生了解新的时代环境对他们在思想、政治、道德、法制观念和心理素质方面提出的要求。</p> <p>教学方式可灵活多样。如:理论教学、案例教学、课堂互动、小组协作、多媒体教学、学生试讲等。</p> <p>学习成绩评定应注重科学性、合理性。注意把学生的学习态度、平时成绩、卷面成绩等方面结合起来,特别注重知行合一的考察。</p>
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p>(1) 课程目标</p> <p>深入了解当前中国的基本国情,熟悉中国特色社会主义革命和建设的过程及其规律,掌握中国革命和建设的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验;能够运用马克思主义的立场、观点和方法,认识问题、分析问题和解决问题。通过现代职课程线上学习与翻转课堂面对面学习,提高学生自主学习能力、团队学习能力、相互协作能力。学于内而形于外,让学生能从文化的视野分析、解读当代社会的种种现象,能把内在的文化素养在言行举止中体现出来。拥护党的路线、方针和政策,在大是大非问题上能自觉与党中央保持高度一致,践行毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系,抵制封建主义、资本主义腐朽思想的侵蚀,保持当代大学生政治上的坚定性和思想道德上的纯洁性,践行当代大学生的核心价值观,养成良好的行为习惯和优良作风,树立社会主义荣辱观,确立对社会主义的坚定信念和对中国共产党的坚定信心,自觉投身于推进中国特色社</p>

		<p>会主义现代化建设和实现中华民族伟大复兴的中国梦的伟大事业。</p> <p>(2) 主要内容</p> <p>毛泽东思想的主要内容和活的灵魂；新民主主义革命的总路线和基本纲领；党在过渡时期的总路线、社会主义制度的确立；正确认识和处理人民内部矛盾的思想；邓小平理论主要内容；“三个代表”重要思想的主要内容；科学发展观的科学内涵和主要内容；“八个明确”；坚持和发展中国特色社会主义的总任务；政治、经济、文化、社会、生态“五位一体”；“四个全面”的主要内容；习近平强军思想；构建人类命运共同体；坚持党对一切工作的领导。</p> <p>(3) 教学要求</p> <p>本课程采用多种教学方式，积极推行“体验互动”教学模式的改革，改变传统教学模式，在整个教学过程中贯穿着教师为主导学生为主体的主线，实现多维立体互动式教学，突出教学的实效性；在整个教学课堂任务设计中，注重培养学生的语言表达能力、团队合作能力、沟通组织协调能力、解决问题的能力等，督促并帮助学生做到会学善学，学以致用，知行合一，课程教学的思想性、实践性进一步增强。</p> <p>本课程的考核主要采用采用形成性考核和终结性考核相结合的方式。形成性考核包括平时作业、课堂表现等，形成性考核的成绩占学期总成绩的 50%；终结性考核即期末考试，根据实际情况和教学特点，确定期末考试为考察性考试，占学期总成绩的 50%。</p>
3	计算机应用基础	<p>(1) 课程目标</p> <p>了解计算机的基本概念与基础知识，掌握计算机应用的初步知识；了解操作系统的基本功能和作用，掌握 Windows 的基本操作及应用；了解计算机文字处理和表格处理的基本知识，掌握 Word 文字编辑软件、Excel 表处理软件的基本操作及应用；了解多媒体技术的基本知识，初步掌握使用 PowerPoint 进行声音、图像、视频、动画等多媒体信息综合集成的基本能力。</p> <p>(2) 主要内容</p> <p>计算机的发展和分类；计算机的主要应用领域；计算机系统的组成；计算机的输入设备和输出设备；数制与编码；Windows7 简介；Windows7 的基本概念和基本操作；Windows7 文件、文件夹的操作；应用程序的管理；配置 Windows7；Windows7 的多媒体功能；磁盘管理工具；word2010 的概述；文档的基本操作编辑；文档的格式排版；文档中的表格操作；文档中的图形处理；用 word 编写海报；Excel2010 简介；Excel2010 编辑操作；；计算和格式化；生成图表；预览及打印；PowerPoint2010 简介；编辑和格式化演示文稿；美化演示文稿；演示文稿的整体操作；制作规范的演示文稿；网络的基础知识；Internet 的基础知识；Internet 的基本应用。</p> <p>(3) 教学要求</p> <p>教学采用课堂讲授、上机操作练习结合的教学方法，通过多媒体教学管理交互系统、多媒体课件大屏幕投影等手段辅助</p>

		<p>教学。本课程安排的总学时理论学时 36 学时，其中理论教学 12 学时，上机学时为 24 学时。</p>
4	应用文写作	<p>(1) 课程目标</p> <p>《应用文写作》作为高职学生的公共基础必修课，以提升学生人文素质，培养学生的职业能力和职业素养为目标，通过知识讲解、案例分析、互动讨论、实践训练等方式，帮助大家系统地掌握不同工作任务中常用的应用文体，能在实际工作中熟练应对，从而实现知识、能力、素养的综合提升。</p> <p>(2) 主要内容</p> <p>以日常生活、学习、工作中的任务为载体，使学生认识到应用文的重要性，明确应用文行文规范及格式要求。在理论课时中重点掌握会务文书、活动策划、调研报告、求职信、个人简历、毕业论文（设计）等常用文体的写作技能；在实践课时中紧密结合化工领域专业知识和技能进行训练，同时在实践练习过程中注重培养集体意识和团队合作精神。</p> <p>(3) 教学要求</p> <p>项目导向，任务驱动，理论与实践结合，过程性考核与结果性考核相结合。将应用文考核结合至化工专业领域，在化工企业管理和市场营销，化工安全，现代化工生产技术的前沿理论、最新成果及发展动态，与化工生产相关的国家标准和国际标准等基础之上设置应用文写作要求，以此为据完成应用文体的教学与考核。</p>
5	大学生职业发展与就业指导	<p>(1) 课程目标</p> <p>了解国家就业方针政策，树立正确的择业就业和职业道德观念，锻造良好的心理素质；了解职业发展的阶段特点；掌握求职的技巧和礼仪及树立创业意识；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识；掌握信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等；激发学生的社会责任感，增强学生自信心，树立职业生涯发展的自主意识、正确的就业观和价值观、职业观；把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。</p> <p>(2) 主要教学内容</p> <p>国家的就业形势；创业的优惠政策；职业的含义、功能、作用和特点；职业生涯规划设计的基本步骤、方法、原则、要点及影响因素；职业生涯规划设计的实施与实现。</p>

6	心理健康教育	<p>(1) 课程目标</p> <p>了解心理学的有关理论和基本概念;理解心理健康的标准及意义;了解农民工/下岗职工的心理发展特征及异常表现;了解自身的心理特点和性格特征;掌握自我调适的基本知识;掌握自我探索技能,心理调适技能及心理发展技能;能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价,正确认识自己、接纳自己,在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助,积极探索适合自己并适应社会的生活状态。</p> <p>(2) 主要教学内容</p> <p>心理健康知识、各个阶段心理健康的标准;自我意识发生发展的特点和自我认识的途径;人际交往中的心理效应;人际交往的基本原则和技巧;情绪的特点;调节情绪的方法;管理压力与应对挫折。</p>
7	形势与政策	<p>(1) 课程目标</p> <p>熟悉当前国内外经济政治形势、国际关系以及国内外热点事件;掌握该课程的基础理论知识、分析问题的基本方法;能够全面正确地认识党和国家面临的形势和任务,拥护党的路线、方针和政策;能够运用这些知识和方法去分析现实生活中的一些问题,把理论渗透到实践中,指导自己的行为。</p> <p>(2) 主要教学内容</p> <p>当前国内外经济政治形势、国际关系以及国内外热点事件以及中国政府的基本原则、基本立场与应对政策;国家大政方针、现状以和中国所处国际地位、局势。</p>
8	中华优秀传统文化	<p>(1) 课程目标</p> <p>了解中华民族文化的主要精神;理解和认识中国传统文化的优秀要素和传统思维方式,引导学生自觉传承传统文化,增强学生民族自信心、自尊心、自豪感,启迪学生热爱祖国、热爱民族文化。</p> <p>(2) 主要教学内容</p> <p>中国传统哲学思想;中国传统道德规范和传统美德;中国传统宗教思想;古典诗歌发展历程;中国传统书法绘画;中国传统乐舞戏曲;中国悠久的美食名饮;中国古代科学、技术、艺术等文化成果。</p>
9	体育与健康	<p>(1) 课程目标</p> <p>全面提高学生身体素质,发展身体基本活动能力,增进学生身心健康,培养学生从事未来职业所必需的体能和社会适应能力。使学生掌握必要的体育与卫生保健基础知识和运动技能,增强体育锻炼与保健意识,了解一定的科学锻炼和娱乐休闲方法;注重学生个性与体育特长的发展,提高自主锻炼、自我保健、自我评价和自我调控的能力,为学生终身锻炼、继续学习与创业立业奠定基础。通过体育教学,进行爱国主义、集体主义和职业道德与行为规范教育,提高学生社会责任感。</p> <p>(2) 主要内容</p> <p>健康教育专题讲座的内容应侧重与体育教育相关的常用健</p>

		<p>康和保健知识，可包括健康的生活方式、合理膳食和营养、青春期健康、安全教育、运动创伤的预防和处置、疾病预防（职业病防治）等，有些内容可融入体育实践教学中进行讲授。田径类项目。包括跑、跳、投等内容。在教学过程中不应过多强调运动技术的系统性、完整性和规范性，可多采用游戏或者其他经过改造的运动形式进行教学。鼓励教师创新，设计学生感兴趣的综合练习，但必须有利于耐力、力量和速度这三大类基本体能素质。足球、篮球、排球的教学。可根据具体情况从中选取其中两项。在传授必要基本技能和简单战术的同时，应根据具体情况，采取降低难度和变换规则等手段，多组织对抗性游戏或者比赛，同事培养学生的人际交往能力和沟通能力。</p> <p>(3) 教学要求</p> <p>强调以学生发展为本。把增强学生体质作为学校教育的基本目标之一，在发挥教师主导作用的同时，确立学生的主体地位，尊重学生的个性发展，满足他们的兴趣和潜能开发需要。引导学生积极运用自主、探究和合作等学习方法，增强学生主动参与教学过程的积极性，提高应用知识、技能的能力。</p> <p>突出职业教育特色。充分发挥体育与健康教育在提高沟通能力、解决问题的能力、培养团队合作精神和组织能力等方面所具有的特殊作用，着力提高学生的综合职业能力。适应人才培养模式的需要，认真研究、积极探索教学模式与方法，可采取课程设置模块化、优化课程内容和灵活变通实施方法等措施，改革创新教学组织形式。</p>
--	--	---

(二) 专业核心课程

表 6-2-1 商品学课程描述

课程名称	商品学	学时数	36
课程目标	<p>通过《商品学》的教学，要求学生了解商品质量及管理方法、商品标准、商品分类及鉴别、商品包装、储存等基本知识，掌握商品的鉴别选购等实用性知识和技能，逐步增强商品学意识，并将相关内容应用于商业实践，促进商品经营的顺利开展。同时，学生不仅掌握商品学的基本概念、理论和基本操作技能，而且要逐渐培养学生发现、分析和解决商品学问题的能力，逐步增强利用商品学知识进行分类、预测和处理的能力，并应用于商业实践，促进商品经营的顺利开展，立足于通过“懂商品”达到为其专业服务的目的。</p>		
主要内容	<p>本课程主要包含了商品标准、商品组成与性能、商品检验与质量认证、商品分类、商品包装、商品养护、商品资源和环境等内容。使从事与商品流通相关的各管理专业的学生研究和掌握商品使用价值，识别和判断商品使用价值，正确利用和发挥商品使用价值，以及在流通领域中如何保护商品使用价值。</p>		
教学要求	<p>项目导向，任务驱动，过程性考核与结果性考核相结合。教学过程中，采取教学做一体教学，尽量给学生提供丰富的实践机会。根据平时作业、课堂抽查和学习态度等方面进行评价，其中学习态度根据平时作业上交的及时性与独立性、考勤情况和课堂纪律等方面进行综合评分，应注重学生</p>		

动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予以特别鼓励，全面综合评价学生能力。

表 6-2-2 商务礼仪课程描述

课程名称	商务礼仪	学时数	36
课程目标	通过学习能够将商务礼仪运用于商务活动，使学生走上社会表现出良好的精神风貌和礼仪行为，能够较为自然和娴熟地进行商务应酬，逐步培养良好的气质、风度和涵养，体现较高的综合素质，同时能够增强其适应社会和职业变化的能力。		
主要内容	商务礼仪课程精选了符合商务活动过程的典型而实用的教学内容，包括商务礼仪基础知识、商务人员形象塑造、商务交往礼仪、商务活动礼仪等。在教学内容的组织上坚持“理论够用、适度”的原则，注重通过训练让学生养成良好的礼仪习惯，使学生具备基本的礼仪素养，掌握各类礼仪的基本技巧、规范及操作方法，能以良好的个人风貌得体地与人交往，更好地胜任岗位工作。同时使其专业的高职学生展示自身良好的个人礼仪形象，掌握现代交际的基本礼仪规范，具备良好的礼仪素养。		
教学要求	项目导向，任务驱动，过程性考核与结果性考核相结合。根据学生未来就业岗位群的要求，结合企业开展商务活动的具体实际需要，精选了符合商务活动过程的典型而实用的教学内容，包括商务礼仪基础知识、商务人员形象塑造、商务交往礼仪、商务活动礼仪等，并将这些内容合理序化，形成了商务人员从职业形象塑造到商务交往、再到开展商务活动等一套完善有序的教学内容。同时，还精心设计与教学内容相关及相对应实训环节，以构建理论与实践交融，教、学、做、练一体化的课程体系，在教学中积极贯彻“工学结合，突出实践能力培养”的精神，积极改革人才培养模式，在教学内容安排上从礼仪的概念出发，从小到大一环一环向外扩展，涵盖商务礼仪的基本内容。重视运用图、表、例、相关实物说明问题，便于教师训练和学生自学。既包括对基本理论知识的讲授，又包括对基本理论的应用实践；在教学内容上追求先进、科学、合理。		

表 6-2-3 经济学基础课程描述

课程名称	经济学基础	学时数	72
课程目标	经济学基础是解释说明现代市场经济运行规律和治理方法，并指导现代市场经济有序运行。课程紧紧贯彻高等职业教育人才培养模式的要求，即“基础理论够用、实用，强化实践环节，突出实际运用”的原则，通过本课程的学习，使学生全面系统地掌握经济学的基本概念和基本理论，了解市场经济运行的一般原理和政府对国民经济进行宏观调控的依据与方法、手段。培养学生利用所学到的经济学知识分析经济现象，具备思考并提出解决经济问题对策的能力。		
主要内容	《经济学基础》主要分微观与宏观两部分。微观经济学的基本内容包括：经济学导论、均衡价格理论、消费者行为理论、生产者行为理论、市场论、分配理论以及相关的微观经济政策；宏观部分的基本内容包括：国民收入核算理论、国民收入决定理论、失业与通货膨胀理论、开放经济理论、宏观经济政策等。		
教学要求	项目导向，任务驱动，过程性考核与结果性考核相结合。针对初涉经济学的高职学生的特点，着重介绍经济学的基本原理、规律与分析方法，摒弃繁琐的数学分析与运算模型。在教学过程中，注意把握住教学目的和		

	要求, 结合日常生活中常见的经济现象及经济热点问题剖析经济学各章节的重点和难点问题, 启发学生积极思考问题, 增强其逻辑分析能力。学生通过对基本经济理论、基本经济知识和主要经济规律的学习, 既能够更好的理解和掌握专业课程, 又能够做到理论联系实际, 运用已学的经济理论知识去分析现实经济现象, 做到学以致用。
--	--

表 6-2-4 电子商务实务课程描述

课程名称	电子商务概论	学时数	72
课程目标	<p>通过本课程的学习, 学生能够对什么是电子商务, 电子商务与人们日常学习、生活和工作的关系, 以及企业电子商务应用现状有较为全面、深入的理解; 掌握电子商务活动中常用的网络调研、交易、营销、支付、物流等基本技能; 能进行企业电子商务应用的调研分析和方案策划; 培养学生树立独立思考、吃苦耐劳、勤奋工作的意识以及诚实、守信的优秀品质, 为今后从事电子商务工作奠定良好的基础, 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。</p>		
主要内容	<p>本课程主要包含理解传统商务和电子商务, 电子商务的框架结构, 了解电子商务法律法规, 了解电子商务标准, 电子数据交换三种典型的电子商务交易模式, 及特点。交易中心在电子商务中的作用; 了解电子货币、电子支付, 掌握网上银行的使用, 掌握网上第三方支付工具的使用; 了解电子商务安全基本知识, 理解信息加密技术、数字签名, 掌握数字证书的使用方法; 了解移动商务基础知识, 了解移动银行及移动办公, 掌握移动网络银行的使用方法; 了解网上开店的基本知识, 掌握开通网上商店的方法和店铺装修, 掌握网上交易的方法及网店管理的方法等。本课程对接职业岗位认知任务。</p>		
教学要求	<p>项目导向, 任务驱动, 过程性考核与结果性考核相结合。作为一门实践性突出的专业基础课程, 在课程的整个教学过程中, 强调突出实践教学、研究性学习为主的教学模式。所有学习性工作任务通过多媒体演示、案例教学、情境模拟、实际演练等多种教学方法的有机结合来完成。学生的研究性学习以 3-4 人组成的小组为单位, 小组成员自主、共同完成学习任务。为了更好的获得课程教学的效果, 采取课内教学和机房上机相结合的方式。</p>		

表 6-2-5 市场营销实务描述

课程名称	市场营销基础	学时数	72
课程目标	<p>通过学习市场营销学在市场经济问题和企业营销问题分析中的重要作用, 掌握市场营销学理论的基本内容及掌握市场分析(包括市场调查与预测、消费者行为分析)的基本原理和方法, 初步根据具体任务和条件从事企业营销问题的调查研究。结合专业在定性分析的同时做好定量分析, 以适应企业营销问题的实证研究、科学决策和营销管理的需要, 结合其他课程中的一些理论和方法能独立进行有关资料的搜集、整理、分析进而解决企业营销中发生的问题, 运用营销策略解决企业市场营销中的实际问题。</p>		

主要内容	市场营销导论, 营销环境分析, 宏观营销环境分析, 微观营销环境分析, 消费者行为分析, 竞争者分析, 市场调查与预测, 市场细分与目标, 市场选择, 产品策略, 定价策略, 分销渠道策略, 促销策略, 新零售下的营销。
教学要求	本课程是一门实践性很强的课程, 学生学习过程中必须理论联系实际, 把所学的理论应用于企业市场营销的实际。教师授课采用专题研讨教学、案例教学、情景模拟教学、实践教学等多种形式开展互动式教学, 针对我国企业市场营销案例进行讨论, 把课堂教学与学生自主学习结合起来。课程实施突出实践性, 充分利用校内实训室的模拟实训系统, 结合案例材料分析、社会调研等方式, 鼓励学生通过实践、讨论、合作、探究等方式, 培养其市场营销管理综合应用能力。倡导“目标驱动型”的教学途径, 充分利用现代教育技术和手段, 丰富教学内容, 创造条件让学生能够探究他们自己感兴趣的问题并自主解决问题。

表 6-2-6 会计基础课程描述

课程名称	会计基础	学时数	36
课程目标	《会计基础》是物流管理专业的基础课程, 本课程旨在使学生掌握会计学的基本概念、基本理论和基本操作技能, 而且要逐渐培养学生发现会计问题、分析和解决会计问题的能力, 逐步增强会计意识, 熟练掌握会计专业技术、会计实务的基本流程, 初步具备运用会计语言反映经济业务并对实务中所披露的会计信息予以理解和加以运用的基本能力。		
主要内容	本课程主要包括会计概述、会计要素与会计科目、会计等式与复式记账法、会计凭证、会计账簿、财务处理程序、财产清查、财务会计报告、会计档案、主要经济业务事项账务处理。		
教学要求	项目导向, 任务驱动, 理论与实践结合, 过程性考核与结果性考核相结合。过程性考核注重学生平时学习态度、课堂纪律、基本职业素养的养成教育, 包括出勤、课堂纪律、平时测试等; 终结性考核注重学生理论知识、实际技能的掌握情况, 包括应知、应会两部分。		

表 6-2-7 现代物流管理课程描述

课程名称	现代物流管理	学时数	36
课程目标	《现代物流管理》是物流管理专业的基础课程, 本课程旨在通过对物流基础知识的学习, 使学生掌握物流管理的相关基础知识, 掌握物流管理的基本理论和技术方法, 认识到学习物流专业课程对未来就业的必要性和重要性。		
主要内容	本课程主要包括认识现代物流与物流职场分析、物流运输和运输方式选择、仓储管理和出入库操作、物流配送和配送中心管理、装卸包装与流通加工、物流信息技术、第三方及第四方物流、国际物流。		
教学要求	项目导向, 任务驱动, 理论与实践结合, 过程性考核与结果性考核相结合。能熟练描述出运输系统的构成要素, 各种运输方式的技术经济特征; 能按合理的运输组织流程, 处理两种及以上运输方式的货运组织工作; 能够操作商品进库、出库和在库保管的作业流程等, 立足于培养学生从事物流工作所必需的基本知识、操作方法和操作技能, 强调“做中学、学中做,		

	学中教”。
--	-------

表 6-2-8 电子商务法律法规课程描述

课程名称	电子商务法律法规	学时数	36
课程目标	<p>在本门课程的教学过程中，学生学习掌握电子商务法的基本原理、电子商务立法概况、数据电文法律制度、电子签名法律制度、电子认证法律制度、电子合同法律制度、电子信息交易法律制度、电子商务安全问题、电子商务纠纷等必备知识，培养学生运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中遇到的相关法律问题的能力。学生在学习过程中，学会独立思考，积累解决实际问题的经验并学习深入的专业理论知识，主动构建自己的经验和知识，促进学生职业素养的养成，使学生了解电子商务法律相关知识，为以后从事电子商务活动提供法律保障。</p>		
主要内容	<p>本课程包括电子商务法概述、电子商务主体认定的法律制度、电子签名法律制度、电子支付法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度，以及其他相关电子商务法律制度。每章都配有引导性案例、学习目标、自测题、实训题与小组任务。教学过程中力求达到理论与实践相结合，教与学互动，引导学生主动思考，强化学生对电子商务法知识的掌握与运用。</p>		
教学要求	<p>项目导向，任务驱动，过程性考核与结果性考核相结合。教师讲授以课程标准为指南，结合案例和电子素材，通过讲解、答疑等方式培养学生独立思考、解决问题的能力。在教学过程中，教师结合教学进度、教学重点和难点，安排适当的习题训练，并对习题中的问题进行指导。通过课堂讨论、案例分析、课程论文设计、社会调研等方式进行。在每个模块的教学过程中都给学生进行案例分析和现实问题课堂讨论，学生可事先上网查寻有关题目和参考资料。</p>		

(三) 专业方向课程

表 6-2-1 PS 美工技术课程描述

课程名称	PS 美工技术	学时数	72
课程目标	<p>通过本课程的学习，学生能够熟悉 Photoshop CS6 系统基本操作以促进学生在图像处理与设计方面的发展，能为学生未来生活、工作和学习奠定重要的基础。能使学生掌握必备的 Photoshop 软件基础知识和基本技能，培养学生的创新意识和实践能力。另一方面，以学生图形图像处理以及平面设计的职业能力培养为目标，将帮助从未接触 Photoshop 的初学者在短时间内熟练掌握图形图像处理设计的技能，并应用到实际工作中。</p>		
主要内容	<p>通过本次课程的学习，学生能够掌握 PS 软件中基本常用工具的使用，能够熟练运用绘图工具、修图工具；掌握图像编辑与色彩处理；掌握路径与文本功能；能够应用通道和蒙版、应用滤镜；能够熟练运用相关工具对图像进行编辑、图像修饰及修补、图片的色彩，制作特殊艺术效果等。</p>		
教学要求	<p>项目导向，任务驱动，过程性考核与结果性考核相结合。PS 美工教学过程中注重培养学生的思考和动手能力，把知识点穿插在实例中进行教学，一方面启迪学生去思考实例是如何实现的，另一方面让学生通过操作完成实例的创作。使学生在轻松愉快的过程中完成学习任务，掌握 Photoshop 的使用。教师重视实例的选择，要求实例能突出新知识，同时也兼顾旧知识点操作的难度要适中，通过教学过程中的启迪和帮助能够</p>		

	完成教学任务。以真实设计项目和典型案例为载体，采用理实一体化教学模式，以学生为中心，采用项目导向、任务驱动、案例教学等行动导向教学法实施教学，充分调动学生的学习积极性；合理利用网络资源，多渠道拓展职业能力。
--	---

表 6-2-2 网络营销课程描述

课程名称	网络营销	学时数	72
课程目标	通过该课程的学习，培养学生对网络营销重要性的认识，使学生们能够系统掌握网络营销的基本原理和方法，了解网络营销的技术基础，灵活掌握运用网络营销的基本工具和方法，开展网络营销各项职能，从而在实践中有效地帮助企业进行有效的网上经营活动，使企业切实以顾客为导向，提高企业网络经营管理水平，最终培养市场欢迎的具有实际操作能力的电子商务专业的应用型专门人才。		
主要内容	本课程以企业网络营销岗位能力和工作流程为导向设计项目课程和实践教学内容，包括网络营销认识、网络市场调研分析、网络品牌建立、即时通讯营销、搜索引擎营销、博客营销与微博营销、微信营销、email营销、网络广告、网络营销实战等十个任务，每个任务中，既包括网络营销基本技能的训练，也涵盖了学生实践内容，既有团队合作完成的内容，又有独立完成的任务。		
教学要求	项目导向，任务驱动，过程性考核与结果性考核相结合。课程教学以企业营销工作流程为起点设计课程教学内容，把整个网络营销课程和实际运作紧密结合起来，打破教材体系的框架，把所有的知识汇集起来，以一个问题或目标为主线，把整本书的教学演变为一个连贯的、实际操作的业务训练，使课程的教学内容实现了“项目化、任务化、实战化”。通过对网络营销各工作岗位群的工作流程分析，模块化工作任务，培养学生独立分析和解决网络营销实践中存在的问题的实际能力；另一方面对于理论方面的教学，坚持以案例导入、在案例分析中理解相关知识的学习，启迪学生的思维，培养学生独立分析和解决网络营销实践中存在的问题的实际能力，掌握在网络条件下开展市场调研、网络营销的方法和技术手段。		

表 6-2-3 商品拍摄课程描述

课程名称	商品拍摄	学时数	54
课程目标	本课程以拍摄技术及审美学习为出发点，培养与摄影及相关职业岗位相适应的技能。通过理论学习和操作实践，使学生知道商品拍摄的基本概念、摄影原理，学会数码相机的使用方法和操作技巧、摄影的构图方法和用光原则，最终可以独立拍摄出符合标准的摄影作品。突出能力“职业性”和技术“应用性”，学生通过该课程的学习，能具备摄影师的现场观察能力、形象思维能力、操控表现能力，能够完成各类摄影创作的任务。通过项目任务促使同学们自主学习，制定工作计划、发现问题、解决问题。深化对职业能力的理解，既重视显性的专业技能教育，又重视职业能力的隐性人格培养。		
主要内容	本课程主要内容包含了解各种常用摄影器材的性能；掌握摄影的基本技能；懂得照片的评析；能对服装类、数码类、首饰类等商品进行拍摄；能对拍摄好的商品图片进行裁剪与倾斜矫正商品拍摄的轻微变形；能对拍摄好的商品图片进行抠图；能对拍摄好的商品图片调整图像大小，改变像素总质量以及分辨率；能对拍摄好的商品图片进行色阶，曲线和色相饱		

	和度调整；能制作并批量添加水印，防止图片被盗；培养和提高各方面综合素质，增强观察力、表现力和审美能力；在学习过程中注意理论联系实际，注重实际技能的培养。
教学要求	项目导向，任务驱动，校企合作，过程性考核与结果性考核相结合。从教学手段讲，应将课堂讲授多媒体授课、参观、电教、课堂讨论、综合实习结合起来，用丰富的教学手段，提高该课程的教学效果。以专项摄影作业为依据，综合评价学生对摄影技能掌握的程度以及构图，审美的掌握程度。要求所拍摄的作品构图合理，层次丰富，内容有深度，拍摄主体明确。体现出技术、艺术和哲学的完整体系。

表 6-2-4 跨境电商实务课程描述

课程名称	跨境电商实务	学时数	36
课程目标	通过本课程的学习，使学生掌握跨境电子商务的基本理论、发展趋势及前景，认识跨境电子商务的特点、跨境电子商务的模式，了解目前国内外几种常用的跨境电子商务平台及相关知识；熟悉外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务；掌握国际物流和国际支付知识；掌握外贸市场网络调研、选品、采购；掌握对外产品网上报价、发布及推广；掌握处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护；掌握在跨境交易的整个过程中相关问题的正确处理等专业知识和业务操作。		
主要内容	本课程主要内容包含跨境网络调研；独立寻求货源并进行采购；在外贸第三方电商平台建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺；进行平台基本操作和订单处理流程等业务；从事跨境电商运营与策划工作		
教学要求	项目导向，任务驱动，校企合作，过程性考核与结果性考核相结合。能够找出背景行业产品的精确归类及产品的 HS 编码，会使用业务联系常用的办公工具如传真机、打印机、复印机及数码相机等，能处理相关图片、文档，能制作报价单、产品资料及宣传册，能利用宣传册及网站介绍企业和产品。能注册跨境网店并激活国际支付宝。了解国际物流知识，能进行包邮和不包邮设置，掌握跨境电子零售的出货流程。掌握平台规则，能准确选择产品类目，并合理拟定产品英文标题和选定关键词。		

表 6-2-5 国际贸易课程描述

课程名称	国际贸易	学时数	36
课程目标	《国际贸易》是物流专业的专业方向课。本课程专门研究国际间商品交换的具体过程，涉及到国际贸易理论与政策、国际商法、国际贸易惯例、国际货物运输与保险、国际汇兑与结算、电子商务等多个学科知识的综合运用，是一门融知识传授、技能培养、职业素质养成为一体的实践性很强的课程。它以商品进出口贸易为研究对象，以我国外贸方针政策为指导，阐明商品进出口业务的基本理论、基本知识和基本技能。		
主要内容	交易前的准备、合同磋商和订立、品名、品质、数量与包装条款、价格及价格条款的订立、货物运输及运输条款的订立、运输保险及保险条款订立、货款结算及支付条款的订立、检验、索赔、不可抗力及仲裁条款、出口合同的履行。		
教学要求	项目导向，任务驱动，理论与实践结合，过程性考核与结果性考核相结合。让学生们具备从事国际贸易相关工作的职业能力，熟知国际贸易惯例、熟悉国际贸易流程、具备独立开展进出口业务技能，既能胜任外贸一线岗位，又具备可持续发展能力。		

表 6-2-6 网店客服课程描述

课程名称	网店客服	学时数	120
课程目标	<p>过本课程学习，培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等工作，注重将“工匠精神”融入到教学过程中，培养学生的学习能力、实践能力、创新能力和吃苦精神，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础，更要为学生的职业生涯中有能力不断获得新的职业技能和职业资格，创造更广阔的发展空间。</p>		
主要内容	<p>本课程内容方面主要分为四部分：第一部分为售前准备工作，包括新员工入职培训、售前的知识储备、网店客服概述、流程培训和准备工作等；第二部分为售中问题处理，包括客户接待与沟通、有效订单的处理等；第三部分为售后问题解决，包括交易纠纷的处理、调控情绪与压力等；第四部分为客户关系管理，主要包括客户关系管理基础、客户关系管理工具、客户关系管理实操等内容。</p>		
教学要求	<p>项目导向，任务驱动，校企合作，过程性考核与结果性考核相结合。本课程以淘宝网店的客户服务实际工作任务为载体设计学习项目。课程设计了4个学习项目和6个学习性工作任务，对应具体学习性工作任务，灵活运用情境教学法、任务驱动法、讲授法、案例分析法、讨论法、角色扮演法等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教学效果。通过对客户服务岗位典型工作任务分析，对典型工作任务和工作要求进行描述，基于工作过程对工作任务进行序化，按照学生的认知规律，由简单到复杂设计学习项目和学习性工作任务，最终形成项目导向、任务驱动的教学模式。</p>		

表 6-2-7 电商视觉设计课程描述

课程名称	电商视觉设计	学时数	150
课程目标	<p>本课程通过理实一体化的教学理念，采用项目实战的教学方法，培养学生运用网络资源，深入理解网店视觉营销基础知识，掌握网店布局、文案视觉、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计和视觉营销数据化等职业能力，本课程具有一定的综合性实践性，是培养网店美工及运营人员的一门综合技能训练课。</p>		
主要内容	<p>理解并掌握视觉营销的基本方法及基本概念；能够熟练使用视觉营销工具进行各项活动；利用视觉营销和文案设计进行广告图片设计；掌握淘宝店铺风格与色彩搭配，宝贝店铺 LOGO、招牌、宝贝特效设计、宝贝详情页制作、淘宝店铺促销广告设计、网店促销海报的制作（网店特价、打折、积分、促销商品）、淘宝店铺装修设计等；熟练运用网络营销工具，能在实际工作中得到应用。</p>		
教学要求	<p>项目导向，任务驱动，校企合作，过程性考核与结果性考核相结合。本课程主要根据网店美工及运营等岗位需要，采用典型工作任务项目化课程开发模式，打破原有的以理论为主的内容结构和课序，根据工作任务进行课程项目设计，重视实践教学，遵循科学的职业教育理念，确定本课程学习目标和学习内容。让学生通过项目化的实践，在真实的学习情境中学习并掌握网店视觉设计能力。</p>		

表 6-2-8 新媒体运营课程描述

课程名称	电商运营推广	学时数	120
课程目标	要求学生运用所学的知识，能够进行站内活动的报名与策划技巧、站外活动的策划技巧、内容营销渠道推广、店铺诊断技数据分析，并熟悉三大付费推广工具（直通车、钻石展位、淘宝客），培养和提高学生的实际动手能力，解决实际问题的能力团队协作能力。增加学生的职业素养，提高职业能力和适应能力，增强社会责任感和自信心。		
主要内容	新媒体文案写作：1、卖货文案流程撰写 2、卖货文案案例解析 3、如何做一篇成功的电商文案 4、短文案解析 新媒体活动运营：1、活动运营的 sop 设计基础 2、活动运营的 sop 设计实战		
教学要求	项目导向，任务驱动，校企结合，过程性考核与结果性考核相结合。注重实操技能，注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核。		

表 6-2-9 电商运营推广课程描述

课程名称	电商运营推广	学时数	150
课程目标	本课程通过边做边学的方式，让学生在掌握电商运营与推广专业技能的同时，了解网购的特殊性，用专业的电商运营技能去运营网店，能靠运营技能，推广方法、数据分析来促成网购的成交。课程通过真实工作流程导向的方式，采用循序渐进的方法，培养学生的网店数据分析与营销能力、电商付费投放推广能力、活动营销策划能力以及沟通交流能力、团队管理能力，最终确保学生完全掌握电商运营与推广的专业技能，顺利实现就业和创业。		
主要内容	通过本课程的学习，学生能够把握不同产品的线上运营工作，形成一套完整的运营系统，运用平台的多种推广模式把店铺产品推广出去，在此过程中要学会三大付费营销工具的使用，掌握直通车的本质和核心玩法，以及根据数据分析完成店铺单品的爆款打造，并结合直通车、钻展、淘宝客、圈粉推广、内容推广、网红营销、微淘、有好货等运营手段，完成产品发布、设置、运营推广和合理的布局，通过站内的官方推广活动和站外的自主推广手段，完成整个店铺的线上推广交易工作。		
教学要求	项目导向，任务驱动，校企结合，过程性考核与结果性考核相结合。本课程要求学生具有一定的店铺运营能力，部分内容需要创建情景，开展情景教学。教学以实践为主，提炼学生在运营店铺中出现的客户交流情景，使教学更直观，更能激发学生的学习积极性。课程考核采取理论考核与实训考核相结合的方式，注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核。对有创新的学生给予特别鼓励。		

（三）证书替代课程（含公共课程的证书）

表 7 证书替代课程

证书名称	替代课程
计算机操作员	计算机应用基础
文秘资格证书	应用文写作

商务礼仪师	商务礼仪
网店运营推广	电商运营推广
电子商务师	电子商务实务
电子商务（网店开设与装修）	PS 美工技术
电子商务（客服）	网店客服

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学时			学分	按学年、学期教学进程安排 (周学时/教学周数)						备注		
				总学时	理论学时	实践学时		第一学年		第二学年		第三学年				
								1	2	3	4	5	6			
								18	18	18	18	18	20			
	10	中国传统文化	0000130004	36	36	0	2									
	11	图像处理基础	0000130005	36	36	0	2									
	12	中国近代史	0000130006	36	36	0	2									
	小计(占总课时比例 7.39%)				252	252	0	14		2	6	6				
专业核心课程	1	商品学	0403121001	36	18	18	2	√								
	2	商务礼仪	0403121002	36	18	18	2	√								
	3	经济学基础	0403121003	72	36	36	4	√								
	4	电子商务实务	0403121004	72	42	0	3		√							
	5	职业认知实习	0403121022	30	0	30	1		√						1周	
	6	市场营销基础	0403121005	72	36	36	4		√							
	7	会计基础	0403121006	36	18	18	2			√						
	8	现代物流管理	0403121007	36	18	18	2			√						
	9	电子商务法律法规	0403121008	36	18	18	2				√					
	小计(占总课时比例 12.48%)				426	204	192	22	8	8	4	2				
	专业课程	1	PS美工技术	0403121009	72	36	36	4		√						
		2	商品信息采编	0403121011	36	18	18	2			√					
		3	网络营销	0403121012	72	36	36	4			√					
		4	商品拍摄	0403121013	54	36	18	3				√				
		5	跨境电商实务	0403121014	36	18	18	2				√				
		6	国际贸易实务	0403121024	36	18	18	2				√				
		7	网店客服	0403121023	120	60	60	2			√					4周
		8	电商视觉设计	0403121017	120	60	60	4			√					4周
		9	新媒体运营	0403121015	120	60	60	3				√				4周
		10	电商运营推广	0403121016	120	60	60	4				√				4周
11		综合实训	0403150001	420	0	420	14					√			14周	
12		毕业设计(论文)	0403150002	120	120	0	4					√			4周	
13		毕业顶岗实习	0403150003	600	0	600	20						√		20周	
小计(占总课时比例 56.45%)				1926	522	1404	68		4	12	14	18w	20w			
专业选修	1	人际沟通	0403141011	36	18	18	2		√						选修6	
	2	个人理财	0403141012	36	18	18	2		√						选修6	

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学时			学分	按学年、学期教学进程安排 (周学时/教学周数)						备注	
				总学时	理论学时	实践学时		第一学年		第二学年		第三学年			
								1	2	3	4	5	6		
	3	品牌管理	0403141013	36	18	18	2			√					
	4	新生代商业模式	0403141007	36	18	18	2			√					
	5	ERP 沙盘模拟原理与应用	0403141005	36	18	18	2			√					
	5	企业管理	0403141010	36	18	18	2				√				
	6	广告策划	0403141004	36	18	18	2				√				
	小计 (占总课时比例 3.17%)			108	54	54	6		2	2	2				
其他	1	军训	0000110028	60	0	60	1	√							2周
	2	入学教育	0000110008	2	2	0	1	√							讲座
	3	社会实践	0000110029	30	0	30	1		√						1周
	4	毕业教育	0000110030	2	2	0	1				√				讲座
	小计 (占总课时比例 2.75%)			94	4	90	4	2	1		1				
周课时及学分合计				341 2	142 6	195 6	145	28	28	25	26	18 w	20w		
总学时			3412	不低于 2500											

说明：1. 毕业顶岗实习以外的专业技能课程学时包含课程内理实一体化的技能实训或专门化集中实训的时间。2. 其他含军训、入学教育、社会实践、毕业教育等。

表5 电子商务专业各类课程学时分配表

序号	课程类别	学时	比例	备注
1	公共基础课程	858	25.15%	其中：理论课时为1426学时，占41.79%；实践课时为1956学时，占57.33%。
2	专业核心课程	426	12.48%	
3	专业方向课程	1926	56.45%	
4	专业选修课程	108	3.17%	
5	其他	94	2.75%	
	合计	3412	100%	

八、实施保障

（一）师资队伍

学校重视师资队伍建设，目前，本专业任课教师均具有本科及以上学历，具有高等职业学校相关专业教师资格证书，配备较合理的专业教师梯队，积极开展校企合作，共用师资。电子商务专业专职教师13名，兼职教师5名，专兼结合师资共18人。专兼职教师中，高级职称7名，中级职称4名，硕士研究生11名。教师不仅有扎实的理论基础，且均有多年的教学经历，积累了丰富的教学经验。这支教师队伍无论学历结构、年龄结构等方面都比较合理，完全能够胜任电子商务专业相关课程的教学工作，强大的师资队伍为电子商务管理专业的增设提供了基本的师资保障。

（二）教学设施

学校驻地与公共实训基地相邻，公共实训基地的实验设备可以满足学生专业实践技能的要求。学校已建成新媒体电商运营实训室、摄影棚、项目工作室、新零售展列馆等实训室，拟建电子商务专业产教融合双创实训基地、电子商务综合实训室、电子商务创业实训室，跨境电子商务实习基地等项目，为电子商务管理专业技能的提升及学生集中实训实践提供了实验教学条件的保障。校企合作企业为学生的顶岗实习提供了平台。

（三）教学资源

对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。

本专业教材以十三五规划教材为主，注重技能性，并配备多样化教学资源。学校建有现代化的多媒体教室、设备完善的专业实训室，还有长期稳定的校企合作企业，已经与北京新迈尔科技有限公司建立长期的校企合作关系，完全能满足专业教学需要。

（四）教学方法

1. 理论课程的教学

根据“以岗定教”人才培养模式的要求，理论课程的教学以“必需、够用”为原则，以定性研究为主，定量研究为辅，在满足后续课程需要的前提下，还要保证学生可持续发展的需要。课程实施前，首先要进行课程设计，将课程内容、课程目标、教学方法与手段落实到每一个教学环节中。教学过程要从实际应用出发，引出问题，通过分析讲解解决问题，同时保证足够的实验验证时间。

2. 理实一体化课程的教学

（1）实施准备

所有理实一体化课程在实施前，必须进行课程设计。即在课程标准或大纲的指导下，对课程进行学习情境设计、学习子情境设计以及教学单元设计，通过设计，把课程的教学目标逐一落实到每一个教学单元上去。

①学习情境设计

要求教师从人才培养的高度出发，通过校企合作，将课程内容通过若干个教学载体（学习情境）呈现出来，并进一步明确每一个教学载体所对应的专业能力目标、方法能力目标以及社会能力目标，并对每个载体的工作任务、主要知识内容、建议教学方法、教学资料要求、教学场地要求、学生知识与能力准备、教师知识与能力要求、考核与评价等做出明确的说明。

②学习子情境设计

要求教师在学习情境设计的基础上，将每一个学习情境进一步划分为学习子情境，明确学习子情景的知识目标、能力目标、素质与情感目标，明确教学内容、教师行动、教师期望、学生行为、学生愿望，提出教学方法建议、媒体与工具、教学环境建议、学生基础要求、教师能力要求、学习效果评估等建议。

③单元教学设计

要求教师将学习子情景进一步划分为以最小教学时间为单位（一般为2学时）的教学单元，并进一步明确每个教学单元的教学目标，明确教学各环节的具体内容及时间分配。并以此为依据编写教案。

④教学环境设计

要求教师在开课前，充分考虑本课程所对应企业工作岗位的要求，把企业员工的工作环境创造性地移植到学校教室，在如何分配工作任务、制订工作计划、实施工作计划、检查工作任务完成情况等方面进行有目的的统筹，为实施“零距离”人才培养创建条件。

（2）组织实施过程

实施基于工作过程的“岗位化”教学时，要求教师在事先设计好的情境中扮演好所需要的角色，密切关注学生学习的全过程，牢牢把学生学习的过程控制在有效的活动范围之内，确保每个教学单元的教学质量。在组织学习团队、下达落实工作任务、工作质量检查等方面开展有效的工作。

①组织学习团队

把班级看作一个营销团队，分成若干个小组，确定组长人选，明

确各人选的岗位责任制，为实施“岗位化”教学进行学习团队的组织。

② 下达工作任务

将以教学载体为形式的教学内容，以工作任务的形式向学习团队逐级下达。学习团队将以完成每项工作任务为目标，开展工作（学习）。

③ 实施课程教学

基于工作过程的“岗位化”教学，要求教学过程与工作过程近似，教学环境与工作环境近似。因此，教学过程要求按照普遍的工作规律或步骤开展，即按照资讯、决策、计划、实施、检查、评价的步骤开展教学，使学生通过教学过程了解工作过程，同时掌握必要的知识与技能。

（3）专项实训教学

专项实训课程实施前，教师要写出实训任务书，向学生明确实训的目的、要求、任务、时间安排等，必要时还要写出实训指导书，明确实训的具体操作方法及手段，同时注意理论对实践的指导作用，使学生在实训过程中始终处于理论实践的有机结合过程中，并尽量使实训教学与实际工作一致起来，实现实训教学的工学结合。

（4）顶岗实习

顶岗实习是认识企业、接触社会实现人才培养零距离要求的重要环节之一。与就业实习相结合，可通过自主就业选择顶岗实习岗位，也可统一由就业科安排顶岗实习岗位。

学生顶岗实习时间不得少于顶岗实习时间的 80%，否则，毕业证书延期发放。

（5）课外活动

课外活动是人才培养的重要环节之一。要求在年级辅导员的指导下，以班级为单位开展各种适合青年学生特点的丰富多彩的技术创新、文艺体育、演讲辩论等活动。通过活动，锻炼学生的组织能力、协调沟通能力等等。每学期开始，由班委会、团支部根据团总支、学生科工作安排制定出班级活动计划，报团总支、学生科审批。批准后的活动计划要按时保质的完成。

（五）教学评价

教学评价应采取阶段评价和目标评价相结合，理论考核与实践考核相结合。结合课堂提问、学生项目制定、项目实施过程、技能竞赛及项目完成情况，综合评定学生的成绩。课程考核总成绩由平时成绩和期末考试成绩构成。平时成绩是教师根据学生的作业情况、到课情况及测验、课堂提问、辅导答疑等方式对学生掌握知识程度的了解所给予的评定成绩。学生课程设计、毕业设计（论文）等综合性较强的实践环节的成绩由系采用评阅、答辩等方式评定。凡是考核综合成绩达到 60 分或合格以上的，即获得该门课程的标准学分。

1. 理论课程的考核

理论课程分为考试课和考查课，理论课程成绩按百分制计分，包括平时成绩、实践成绩及期末考试成绩三部分。考试课平时成绩根据学生出勤情况、作业完成情况、参与讨论学习情况以及期中测验情况进行评定；考查课平时成绩根据学生出勤情况、作业完成情况、参与讨论学习情况以及期中测验情况进行评定；实践成绩从学生参加实训、

完成实训、实训报告等方面进行综合评定，实践成绩达不到要求者，取消其参加期末正常考试的资格；期末考试从检查学生的知识应用能力入手进行拟题，以客观题为主，避免偏、难题型，全面考察学生对本门课程的掌握情况。

2. 理实一体化课程的考核

学生成绩的评定，主要依据学生的平时表现、任务完成情况及最终考核来确定，以任务完成的过程评价为主，采用累计计分制。其中，过程评价包括平时上课的表现、任务的完成及任务答辩情况；最终考核采用抽签方式，从题库中选择考核题目，考核题目的设计以考察学生的综合运用能力为原则，兼顾基本知识、基本理论的掌握，成绩根据考核题目完成情况给出。

3. 单项实训课程的考核

单项实训考核按优、良、及格、不及格四级计分。

4. 顶岗实习的考核

顶岗实习考核按优、良、及格、不及格四级计分。顶岗实习成绩包括平时成绩、实习报告及论文成绩和毕业答辩成绩三部分，比例为4：4：2。

对照抄企业及他人资料而没有消化，平时对企业生产实际一无所知者；实习不认真，违反企业和校方规定，无组织无纪律者；应给“不及格”成绩。

在一个企业岗位上的顶岗实习不得少于三个月，否则该岗位实习按不及格处理。

不论什么原因，凡超过一周时间未进行实习者，一律不给成绩，按“缺顶岗实习”对待。

对无故不参加实习的学生或实习不及格者，按学院学生学籍管理规定不予毕业。因故经批准未参加顶岗实习或顶岗实习不及格者，由学校负责另行安排顶岗实习并考核其顶岗实习成绩。

（六）质量管理

为了确保专业人才培养的质量及教学质量，本专业参照学院教学质量相关管理办法，同时结合专业自身情况，采取过程监控、多元评价的评价与监控体系。具体如下：

1. 教学质量的多元评价与监控

根据教学目标和教学原则，通过教学质量控制与保障，对教学工作开展情况及质量进行检查与控制，进一步稳定教学秩序，保证专业培养计划的实施，达到教学预期效果。

首先，建立完善针对教育教学规划、培养计划、教学建设、人力资源、教学设备、教学准备与实施、学生管理和日常教学检查进行监测和控制的规章制度。

其次，落实教学质量监测和检查的组织机构、人员，制定具体的教学质量控制计划。根据规章制度中已制定的质量评判标准和相应的监测点有效开展教学质量监测和控制工作。严格执行各项规章制度，保证各教学环节质量标准的实施。对严格执行教学质量标准、教学优秀的教师进行表彰和奖励；对执行不严、不按规范进行教学的教师，通过通报、告诫等方式进行批评教育，使教师的质量意识得到增强，提高了教师执行各项教学质量标准的自觉性。

再次，制定教学质量检查计划，定期开展教学质量检查。教学质量检查贯穿教学工作全过程，把经常性检查和阶段性检查紧密结合起

来有计划地进行。每学期按时间分为期初检查、期中检查和期末检查，以期中检查为重点。

2. 建立有效的教师管理机制

(1) 培训制

对新教师进行岗前培训，学习教育理论，教师职责和规章制度，熟悉教学环节。

(2) 试讲制

每名新教师上岗前必须经教研室同行专家通过才能正式走上讲台。

(3) 导师制

制定详实的培养计划，为每个新教师指定一位教学经验丰富的老教师作为指导教师。老教师进行示范教学，传授教学方法和教学经验，负责相关教学思想、方法、内容、教学环节的传帮带，言传身教，潜移默化。严格导师听课制度，并及时将意见反馈。

(4) 交流制

加强与兄弟院校的学术交流。包括：走出去，参加各种新方法、新理念、新技术的培训、学习和交流；请进来，请有关知名专家到学校传经送宝。

(5) 聘任聘用制

专任教师实行技术职称评聘分开，建立由企业技术人员、技术能手兼职教师资源库。

(6) 考核制

要求青年教师开展业务学习，写读书笔记、教学心得体会、论文等。做到期初有计划，期中有检查，期末有考核。

3. 完善教师考评机制，激励约束到位

实施积极的教师评价制度，努力促进教师专业成长，更好地促进专业发展。建立积极的教师考评激励制度，用制度管人，调动教师的

主观能动性。制定教师工作考评办法，做好三个管理：计划管理、过程管理、质量管理。建立完备的跟踪评价档案，使每一位教师的工作以量化方式记入档案，每学期末将业务培训、教学能力、专业建设、科研教研成果、学生素质培养纳入评价体系。

4. 实行专业班主任制度

为适应管理的需要，发挥教师在指导学生科学选课、专业发展、关心学生健康成长等方面的积极作用，实行专业班主任制度。

5. 建立听课和教学督导制度

开展定期听课和各教学环节质量检查和评价工作。督导组通过检查性听课、参与教学质量评估、督查各教学运行环节、抽检各类教学档案、及时了解教与学的情况，对教学过程进行督查，在教学质量监控中发挥不可替代的作用。由督导组对骨干教师、青年教师进行动态跟踪评价，全过程掌握教学效果和质量，有效促进教师教学质量的提高。

6. 建立学生监督机制，实行学生评教制度

组织班级学生信息员工作，发放《学生教学调查表》征求学生对教学方面的意见。坚持每学期通过教学评价系统对任课教师进行课堂教学质量评估，对沟通教与学，促进教学质量提高起到良好作用。

7. 实行毕业生毕业调查反馈制度

组织对离校毕业生进行问卷调查，从教学的各个方面设置问题，让经过三年大学生活的学生对学校有一个客观评价，并对问卷进行统计和分析，从而发现办学中的问题和不足。

九、毕业要求

（一）课程修习成绩或学分要求

本专业实行学分制，学生应修满至少 140 学分，方准毕业。学生必须完成本专业人才培养方案规定的课程教学环节和实践环节，且每

门课程不低于 60 分，可取得本门课程学分。学分取得的主要方式有必修课、选修课、竞赛成绩置换、英语等级证书置换、专业证书置换等。学生课程考核不合格，只有一次补考机会。补考不及格将应按学校规定参加重考重修。达到学校毕业要求的，由学校颁发专科毕业证书。

（二）其他要求

学生应严格遵守国家法律法规法纪，触犯国家刑法或严重违规违纪者，不允许毕业。

十、附录

无。