

闽西职业技术学院

2019 级电子商务专业人才培养方案（面向退役军人）

一、招生对象与学制

（一）招生对象：具有高中、中职学历或同等学力的在岗退役士兵

（二）学制：实行弹性学制，基本修业年限为 3 年，允许学生在 3-8 年内完成学业。

二、人才培养目标与规格

（一）人才培养目标

本专业主要面向各生产或经营企业，从事电子商务运营与推广、网络营销、网络客户服务、网店美工以及商务网站建设与维护、电商数据分析等工作。培养熟悉企业经营运作及电子商务活动的基本流程，具有使用网络开展商务活动的的能力，具有社会主义市场经济适应能力和竞争能力，具有创新创业意识、精深专业技能和良好职业素养的技术技能型人才。

（二）人才培养规格

本专业所培养学生应具备的主要知识、能力、素质和证书要求：

1. 知识要求

（1）了解我国社会主义市场经济的基本特征。

（2）掌握经济分析最基本的概念、原则和方法。

（3）掌握电子商务专业必备的文化基础知识，能在与电子商务有关的机构、网站、企业从事电子商务实际工作。

（4）具备从事本专业领域实际工作的基本知识和基本技能。

（5）具有较强的电子商务处理及商务开拓综合的知识和能力。

2. 技能要求

（1）核心专业能力：利用互联网平台进行商务活动的的能力。

（2）主要专业能力：①网络市场营销策划和实施能力；②电子商务运营与推广能力；③网络客户服务与网店设计与装修能力

(3) 其他能力：①市场营销策划实施能力；②企业经营管理能力；③计算机互联网应用能力；④经济与管理应用文写作能力；⑤自学能力与创新创业能力。

3. 素质要求

(1) 热爱祖国，具有较高的政治素质以及强烈的使命感和责任感，具有为实现中国梦而努力奋斗的理想信念。

(2) 热爱电子商务职业，遵纪守法，团结协作，爱岗敬业，树立服务质量第一的思想，具有良好的职业道德。

(3) 具有健康的体魄，美好的心灵和良好的审美观。

4. 证书要求：

(1) 毕业证书。

(2) 鼓励退役军人结合岗位需求、岗位表现、岗位能力，积极取得多类职业技能等级证书。

三、专业面向的主要职业岗位及任职要求

专业面向的主要职业岗位及任职要求

专业名称		电子商务		
序号	主要职业岗位	职业岗位描述	任职要求	对应课程
1	互联网贸易	进行网上信息收集、汇总；洽谈、合同确认；支付方式说明、后台收款操作；网络采购流程；网上调查问卷的设计；采购、销售和库存的	具备网上订单处理、电子合同签订、网上支付与结算、购销存管理、网上采购招投标、物流配送、会计核算分析能力	电子商务基础、C to C网店经营、移动电子商务
2	互联网营销	进行文案策划与写作；建站、图像采集、网络维护；搜索引擎使用、营销推广	具备网络调查问卷的设计能力、商业情报检索与分析能力、产品图像采集与处理能力、撰写调研分析报告的能力、运用网络推广工具的能力、制定网络营销策略的能力、使用网络交流工具的能力、商务网站搭建与维护能力	互联网营销实务、市场营销基础、消费行为实务、电商客服

四、课程体系

1. 公共基础平台

课程名称	承担教学部门	学时/学分	开设学期	考核类型	备注
职业生涯规划	学工处	16/1	第二学期	考查	学院统一规划各类系列讲座，承担教学部门负责组织落实，各系负责组织学生，以讲座形式开设。
就业与创业指导	学工处	24/1.5	第五学期	考查	
心理健康教育	学工处	32/2	第一学期	考查	
形势与政策	思政部	16/1	每学期	考查	
古田精神与当代大学生	思政部	16/1	第一学期	考查	按上、下半学期开设
闽西革命史	思政部	16/1	第四学期	考查	按上、下半学期开设
思想道德修养与法律基础	思政部	48/3	第一学期	考试	理论学时 32、实践学时 16
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	思政部	64/4	第二学期	考试	理论学时 48、实践学时 16
中华传统文化	教务处	16/1			
中华诗词之美	教务处	32/2			
音乐鉴赏	教务处	32/2			
书法鉴赏	教务处	32/2			
影视鉴赏	教务处	32/2			
尔雅课程 1	教务处	32/2			
尔雅课程 2	教务处	32/2			

2. 专业基础平台

序号	课程名称	开设学期	考核方式	学分	总学时	实践学时
1	电子商务基础	第一学期	考试	3	48	16
2	经济法基础	第二学期	考试	3	48	16

3	管理学基础	第二学期	考试	3	48	16
4	经济学基础	第一学期	考试	3	48	16
5	市场营销基础	第二学期	考试	3	48	16
6	客户关系管理	第四学期	考试	3	48	16
7	推销实务	第三学期	考试	3	48	16
8	营销策划	第五学期	考试	3	48	16
9	商务口才与写作	第五学期	考试	3	48	16
10	公共关系原理与实务	第四学期	考试	3	48	16
11	消费行为实务	第二学期	考试	3	48	16
12	企业管理	第三学期	考试	3	48	16
13	聆听与沟通——职场人际交往读心术	第一学期	考试	3	48	16
14	股票与期货	第四学期	考试	3	48	16
15	一带一路物流地理	第三学期	考试	3	48	16
16	人力资源管理	第五学期	考试	3	48	16
17	管理心理学	第四学期	考试	3	48	16

3. 学习领域（对其他专业是“专业核心平台”）

序号	课程名称	开设学期	学分	总学时	学习场所
1	C to C 网店经营	第三学期	4	64	机房
2	互联网营销实务	第五学期	4	64	机房
3	电商客服	第四学期	4	64	机房
4	移动电子商务	第五学期	4	64	机房

五、专业学分要求

本专业学生应修满 128.5 学分，通过毕业资格审查，方可准予毕业。

六、教学计划

专业： 电子商务

填表人： 张赠富

时间： 2019 年 9 月 日

课程类别	序号	课程名称	学分数	学时数			各类课程按学期设置的周课时					
				共计	讲课	实践	一	二	三	四	五	六
							16	18	18	18	18	16
实际教学周数												
公共基础平台	1	思想品德与法律基础	3	48	32	16	3					
	2	毛泽东思想与中国特色社会主义概论	4	64	48	16		4				
	3	形势与政策	1	16	16		4	4	4	4		
	4	职业生涯规划	1	16	16			2				
	5	就业与创业指导	1.5	24	24						2	
	6	心理健康教育	2	32	32		2					
	7	古田精神与当代大学生	1	16	16		2					
	8	闽西革命史	1	16	16					2		
	9	中华传统文化	1	16	16	0	1					
	10	中华诗词之美	2	32	32	0	2					
	11	音乐鉴赏	2	32	32	0		2				
	12	书法鉴赏	2	32	32	0		2				
	13	影视鉴赏	2	32	32	0		2				
小 计			23.5	376	344	32	14	16	4	6	2	
专业基础平台	1	电子商务基础	3	48	32	16	3					
	2	经济法基础	3	48	32	16		3				
	3	管理学基础	3	48	32	16		3				
	4	经济学基础	3	48	32	16	3					
	5	市场营销基础	3	48	32	16		3				
	6	客户关系管理	3	48	32	16				3		
	7	推销实务	3	48	32	16			3			
	8	商务礼仪	3	48	32	16					3	
	9	商务口才与写作	3	48	32	16					3	
	10	公共关系原理与实	3	48	32	16				3		

		务										
	11	消费行为实务	3	48	32	16		3				
	12	企业管理	3	48	32	16			3			
	13	聆听与沟通——职场人际交往读心术	3	48	32	16	3					
	14	股票与期货	3	48	32	16				3		
	15	一带一路物流地理	3	48	32	16			3			
	16	人力资源管理	3	48	32	16					3	
	17	管理心理学	3	48	32	16				3		
	小 计		51	716	544	272	9	12	12	12	9	
学 习 领 域 平 台	1	C to C 网店经营	4	64	32	32			4			
	2	互联网营销实务	4	64	32	32					4	
	3	电商客服	4	64	48	16				4		
	4	移动电子商务	4	64	48	16					4	
	小 计		16	256	160	96	0	0	4	4	8	
校 选 课	1	尔雅课程 1	2	32								
	2	尔雅课程 2	2	32								
	小 计		4	64								
综 合 实 训 (含 毕 业 顶 岗 实 习)	1	毕业顶岗 实习	34	1020	0	1020					30	
	小 计		34	1020	0	1020	0	0	0	0	0	30
学期学分、学时累计			128.5	2432	1048	1420	23	28	20	22	19	30
备注：为避免出现周学时、总学时、学分、总学分之间相互矛盾不统一（完成周学时完不成总学时，完成总学时却完不成总学分）的情况，采取学时包干方法，不再设周学时，只设总学时，以总学时和理论周数反推周学时。专业人才培养方案中，每学期限定为 430±10 学时，三年总学时为 2500-2600 学时，顶岗实习为 1020 学时。												

七、教学学时（或学分）比例表

类别	学时		学分	
	总学时	百分比 (%)	总学分	百分比 (%)
公共基础平台	376	15.46	23.5	18.29
专业基础平台	716	29.44	51	39.69
学习领域（专业核心平台）	256	10.52	16	12.45
校选课	64	2.64	4	3.11
综合实训 （含顶岗实习）	1020	41.94	34	26.46
合计	2432	100	128.5	100

八、教学组织形式及学习评价

1. 教学组织形式

实行分类教学管理，已就业的退役军人定制人才培养方案，单独编班，单独教学，创新教学组织形式，育训结合、工学交替、在岗培养，统筹利用周末、节假日、寒暑假等时间，实施弹性学习时间，实施灵活多元的教学模式。

依据课程类型及属地招生规模，采取线上和线下学习相结合，集中教学和自主学习相结合，学校学习和企业学习相结合，根据学生需求“送教进社区”、“送教入企业”，与行业企业联合开展实践教学、实训，各类课程学习形式及学时比例分配如下：

A类（纯理论）课程和B类（理论+实践）课程：学习形式主要以面授、辅导、答疑为主，所占学时约为课程总学时的40%；同时学生以自学为辅，所占学时约为课程总学时的60%。

C类（纯实践）课程：学习形式主要以基于专业岗位相关工作任务的完成，学校教师和企业人员共同参与工作任务的指导。

2. 学习评价

依据课程类型及生源特点，采取灵活多样的考试和考核形式，包括笔

试，面试，作品评价、任务考核，业绩考核、工作表现等，突出过程性考核和在岗工作评价，探索多元主体考核评价，行企业、学校等不同主体相结合对学生学习和学业进行考核和评价，具体执行如下：

A类（纯理论）课程：课程考核包括课程网络学习过程性考核（60%）和期末终结性考核（40%）。

B类（理论+实践）课程：课程考核包括课程网络学习过程性考核（50%）、在岗工作评价（30%）和期末终结性考核（20%）。

C类（纯实践）课程：校企“二元”考核，以企业评价为主。

九、教学基本条件

（一）师资队伍

拥有一支在专业建设中发挥中坚作用、满足教学需要、相对稳定、经验丰富的专业骨干教师队伍。电子商务专业现有 9 位专任教师，其中高级职称 3 人，中级职称 5 人；具有“双师型”教师 6 人；1 名省级专业带头人培养人选；5 位教师具有硕士学位。45 岁以上 2 人，占 22.2%，45 岁以下 7 人，占 77.8%。聘用有实践经验的行业专家、企业工程技术人员、高技能人才和社会能工巧匠担任兼职教师，建设一支以企业（行业）技术人员为主体、相对稳定、动态更新的兼职教师队伍。目前有 3 位兼职教师。

（二）教学设施

1. 校内实训基地

电子商务专业积极吸纳行业企业参与实训基地建设与人才技能培养，探索“校中企”“企中校”等实习实训基地建设模式，搭建起校企协同育人创新创业基地，通过校企合作，共同打造产学研互动的实践教学、科研和项目孵化平台。经过多年的建设，现有校内实训基地 3 间。

表 1：现有校内实训基地一览表

电子商务专业校内实训基地一览表									
序号	名称	地点	主要使用专业	面积	主要设备	设备值（万元）	软件（万元）	可容纳人	主要承担的课程或环节

								数	
1	商务谈判实训室	实训大楼 811-812	电商、物流、营销、工商、人力、金融	110	商务谈判桌、商务谈判椅、led屏、投影	4.21		50	管理学基础 商务谈判 人身保险实务
2	电商国贸综合实训室	实训大楼 911-912	电商、国贸	110	服务器1台、台式机15台	19.8	54.1	45	C2C网店经营 互联网营销实务 消费行为实务 视觉营销 电子商务实务
3	VBSE综合实训室	实训大楼 813-815	电商、物流、营销、工商、人力、金融	180	台式机106台、交换机、服务器等	60.5	30	106	

2. 校外实训基地

在现有基础上，电子商务联合更多的行业知名企业，建设高水平的校外实习实训基地。目前与龙岩远山电子商务有限公司等7家大中型企业进行深度校企合作，计划新增龙岩格威电子商务公司、厦门一课信息技术有限公司、新罗区电子商务产业园、永定区互联网孵化园区、连城莲冠电商物流产业园等5个校外实习实训基地。结合商贸服务行业业态多样、业务类型复杂的特点，选择商贸服务产业链不同环节具有影响力的企业，提高校外实习实训基地的覆盖面和代表性，建成1个大学生省级校外实践教学基地。

表2：现有校外实训基地一览表

序号	校外实训基地名称	功能及服务
1	龙岩远山电子商务有限公司	认知实习、教学实习、顶岗实习
2	福建佳丽斯家纺有限公司	认知实习、教学实习、顶岗实习
3	福建东正信息科技有限公司	认知实习、教学实习、顶岗实习
4	龙岩网	教学实习、顶岗实习
5	福建供销百农汇农产品有限公司	认知实习、教学实习、顶岗实习
6	众事达（福建）信息技术股份有限公司	教学实习、顶岗实习
7	益达（广州）教育科技有限公司	教学实习、顶岗实习

3. 多措并举，提升实习实训基地功能

加强与企业在实践教学、顶岗实习、教学方案设计与实施、指导教师配备、协同管理等方面的合作，设计开发有行业代表性的精品实训项目。校企合作共同规划学生在校内外实习实训基地的实践学习内容，包括：认知实习、课程实训、集中实训、教学顶岗实习、毕业顶岗实习、订单培养等；根据基地资源特性，开展应用研究、学术交流、职业培训、课程体系开发、教学资源建设等多样化的校企合作，配备指导教师进行协同管理，确保实习实训的教学效果和技能训练水平。遴选多家企业进行深度合作，开展横向课题研究、技术推广、社会服务等。

（三）教学平台与资源

主要依托校企深度融合企业-北京世纪超星信息技术发展有限责任公司的产品“学习通”APP以及“网络教学云平台”进行线上教学与自主学习，同时引进和用好职业教育专业教学资源库，如爱课程、智慧树、职教云等在线课程资源，利用信息技术打造移动端的“无边界课堂”。

教师通过平台新建课程、发布课程资源、在线直播、移动录播、布置作业、在线答疑、安排线上考试、建立统计课程数据库；学生通过平台在线视频学习、在线课件学习、查阅课程资源、在线讨论、在线考试、在线问卷、查看课程消息提醒、查看学习统计数据；管理人员通过平台从入学开始为学生建立动态数字化的学习档案，进行质量监控和学籍预警。