

2020 级电子商务专业人才培养方案

一、专业名称与代码

(一)专业名称：电子商务

(二)专业代码：630801

二、入学要求

普通高级中学毕业 中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、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)	职业资格证书或技能等级证书举例
63 财经商贸大类	6308 电子商务类	64 互联网和相关服务 51 批发业 52 零售业	20607 商务专业人员 40102 销售人员 40702 商务咨询服务人员	电子商务运营专员/网店运营专员	1+X 网店运营推广职业技能等级证书
				电子商务美工/淘宝美工	
				电子商务客服专员/电子商务客户主管	
				外贸电子商务专员/跨境电子商务专员	

五、培养目标和培养规格

(一)培养目标

培养思想政治坚定、德技并修，适应社会及经济发展需要，具有职业生涯发展基本素质，掌握网店运营管理、网店美工、商品拍摄、网店客服与管理、市场调研分析、网络营销与推

广、国际贸易等知识和技术技能，面向制造、商贸、金融、IT 等企事业单位或相关行业等领域的，德智体美劳全面发展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。

1. 素质

- Q1. 具有正确的世界观、人生观、价值观；
- Q2. 热爱祖国，拥护中国共产党的基本路线和方针；
- Q3. 具有良好的思想道德品质，严谨务实；
- Q4. 具有良好的职业道德和职业素养；
- Q5. 诚实守信、遵纪守法、自律谦让、团结协作；
- Q6. 具有吃苦耐劳、敬业精神，工作耐心细致；
- Q7. 具有良好的沟通力和一定的领导素质；
- Q7. 理论联系实际，勤奋好学；
- Q8. 具有良好的文化修养和审美情趣；
- Q9. 具有健康的心理和体格，良好的卫生习惯和生活规律。

2. 知识

- K1. 掌握有关管理学、经济法的基本理论和基本知识；
- K2. 掌握电子商务的基本理论和知识，了解电子商务运作业务各环节和交易的程序；
- K3. 掌握网店的运营、装修、推广的知识；
- K4. 掌握 Photoshop、Dreamweaver、Flash 等工具制作、设计动静态图片和网页的知识；
- K5. 掌握色彩搭配、图片处理、图片美化的知识
- K6. 掌握使用数码相机等工具拍摄产品照片，使用 Photoshop 软件处理产品图片的知识；
- K7. 掌握国际贸易理论与实务，熟知进出口贸易流程，熟知外贸业务的专业术语及国际法律法规；
- K8. 掌握通过网络平台回复国内外客户咨询，跟踪国内外客户订单，解决客户投诉的知识；
- K9. 掌握多种网络营销方式和手段，了解策划和实施网站或网店线上活动的知识。
- K10. 熟知电子商务法律、商务谈判、商务英语等专业知识；

3. 能力

(1)专业技术技能能力

1)电子技术技能

- S1. 具备基本的 SEO/SEM 能力；

- S2. 具备良好的摄影技术及文字编排能力;
- S3. 具备 photoshop、dreamweaver 等软件的使用能力;
- S4. 具备对公司宣传产品进行美工设计的能力;
- 2)商务运作技能
- S5. 具备商业经营运作能力, 能进行基本数据分析、品类优化;
- S6. 具备社会化网络推广能力, 会进行公司网站及品牌的网络推广;
- S7. 具备软文写作能力;
- S8. 熟悉网站的销售方式方法和规则制度, 具备专业的客服沟通能力;
- S9. 具备顾客心理活动的洞察能力;
- S10. 具备磋商和订立外贸合同的能力;
- S11. 具备独立从事国际货物买卖的工作能力;
- S12. 具备商务英语基本的听说读写能力;
- (2)通用能力
- S13. 自主学习能力;
- S14. 职业规划能力;
- S15. 获取新知识与信息搜集能力;
- S16. 决策能力;
- S17. 创新创业能力;
- S18. 书面和口头沟通能力;
- S19. 打字速度快, 熟悉 Office 办公软件。

六、课程设置及教学进程

(一)课程进程表, 见表一。

表一：2020级电子商务专业教学计划进程表
重庆航天职业技术学院普通高等职业教育

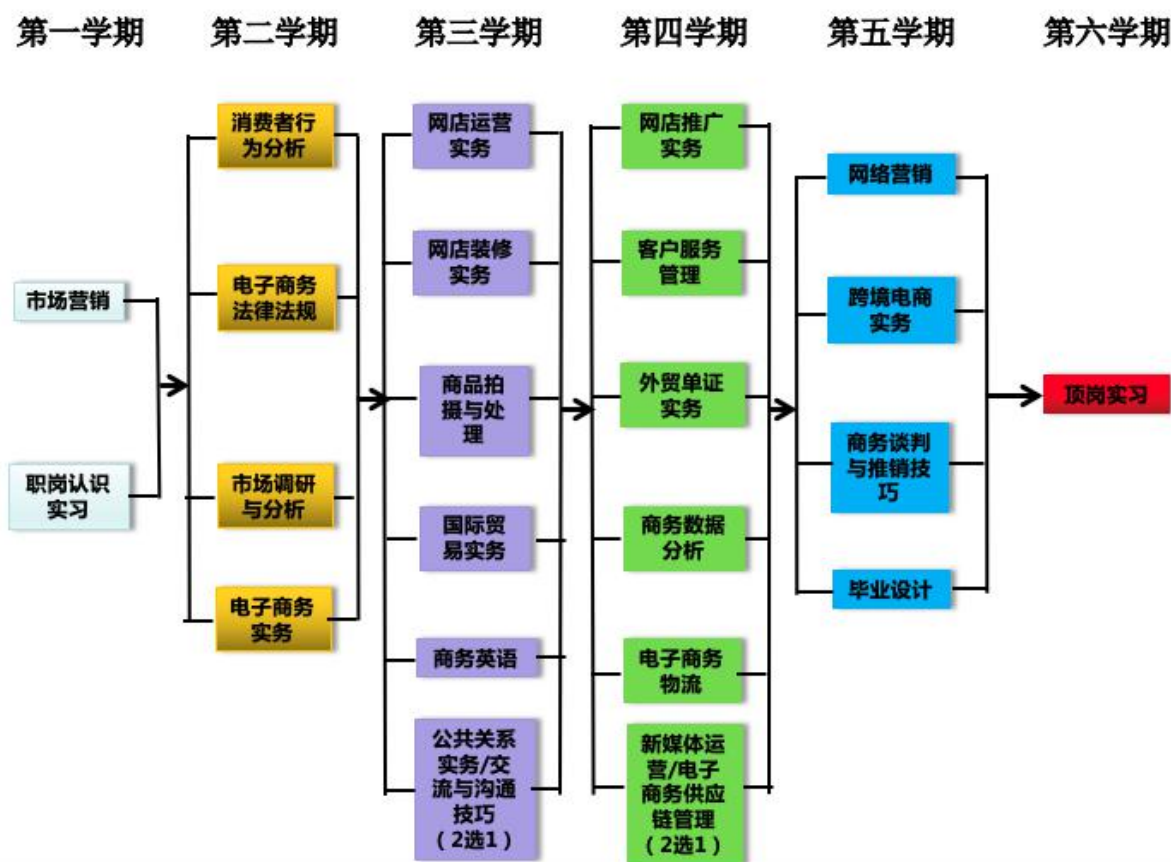
2020级 电子商务 专业教学计划进程表												2020.07							
课程类别	课程序号	课程代码	课程名称	计划内学时数					考核方式		开课学期与学时						系部		
				性质	学分	总学时数	理论教学	课内实践	实习实训	考试	考查	一	二	三	四	五		六	
通识教育课	1	11020008	思想道德修养与法律基础	B	3	54	54				1	54							基础学科部
	2	11030008	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	4	72	54	18				2		72					基础学科部
	3	00021087	大学生心理健康教育	B	2	32	32				1		32						学生处
	4	00001079	军事理论	B	2	36	36					1	36						武装部
	5	00021080	军事技能	B	2	36			2w			1	36						武装部
	6	00021078	大学生安全教育	B	2	32	32					1	32						武装部
	7	11040001	形势与政策	B	1	40	40					5	8	8	8	8	8		党办
	8	00010005	职业发展与就业指导	B	1	18	18					3			18				学生处
	9	00010022	航天精神与航天文化	B	1	16	16					3			16				德育教研室
	10	10030005	经济数学1	B	3	54	46	8				2			54				基础学科部
	11	10030001	基础英语1	B	3	54	36	18				1			54				基础学科部
	12	10030002	基础英语2	B	3	54	36	18				2			54				基础学科部
	13	10010001	体育1	B	1	26	4	22				1	26						基础学科部
	14	10010002	体育2	B	1	28	4	24					2		28				基础学科部
	15	05030110	计算机应用基础	B	3	54	24	30				1			54				基础学科部
	16		科学与人文素质模块	X	2	32	32						2-5						教务处
	17	公共选修课	科学与人文素质模块	X	2	32	32						2-5						教务处
	18		创新创业教育模块	X	2	32	32						2-5						教务处
小计					38	702	528	138	36	占总学时的： 26.59%									
专业必修课	19	03011019	职业认识实习（电子商务专业）	B	1	30	0	30			1	30						管理工程系	
	20	03031028	市场营销	B	3	54	40	14			1		54					管理工程系	
	21	03031120	市场调研与分析	B	3	54	36	18			2			54				管理工程系	
	22	03021017	电子商务法律法规	B	2	36	36					2		36				管理工程系	
	23	03041039	★电子商务实务	B	4	72	40	32			2			72				管理工程系	
	24	03031121	消费者行为分析	B	3	54	30	24				2		54				管理工程系	
	25	03031082	★商品拍摄与处理	B	3	54	30	24			3				54			管理工程系	
	26	03051014	★网店运营实务	B	5	90	50	40			3				90			管理工程系	
	27	03031049	国际贸易实务	B	3	60	30	30				3			60			管理工程系	
	28	03031025	商务英语	B	3	54	40	14				3			54			管理工程系	
	29	03031081	★网店装修实务	B	3	60	30	30			3				60			管理工程系	
	30	03041023	外贸单证实务	B	4	72	36	36				4				72		管理工程系	
	31	03031105	★商务数据分析	B	3	54	30	24				4				54		管理工程系	
	32	03041038	★客户服务管理	B	4	72	40	32				4				72		管理工程系	
	33	03030073	电子商务物流	B	3	54	40	14				4				54		管理工程系	
	34	03031083	网店推广实务	B	3	60	30	30				4				60		管理工程系	
	35	03031024	商务谈判与推销技巧	B	3	54	40	14				5					54	管理工程系	
	36	03041014	★网络营销	B	4	72	36	36				5					72	管理工程系	
	37	03031092	跨境电商实务	B	3	54	40	14				5					54	管理工程系	
38	03081006	毕业设计（电子商务）	B	8	240				8W		6					240	管理工程系		
39	03161010	顶岗实习（电子商务）	B	16	480				16W		5					480	管理工程系		
小计					84	1830	654	456	720	占总学时的： 69.32%									
专业选修课	40	03031012	公共关系实务	X	3	54	30	24			3			54				管理工程系	
		03031108	交流与沟通技巧	X	3	54	30	24			3			54				管理工程系	
	41	03030081	电子商务供应链管理	X	3	54	40	14				4			54			管理工程系	
		03031140	新媒体运营	X	3	54	30	24				4				54		管理工程系	
小计					6	108	65	43	0	占总学时的： 4.09%									
素质拓展教育					6					至少取得6学分						学生处			
合计					134	2640	1247	637	756	开课门数	11	9	9	7	5	1			
必修学分：116		选修学分：12		素质拓展学分：6				理论学时：1247.0/1393.0=1/1.12											

专业负责人签字：黄洪谊
教务处处长签字：陈磊

系主任签字：[Signature]

专业指导委员会主任签字：吴斌
教学院长签字：陈磊

(二)专业课程地图，见图一。



图一：专业课程地图

七、课程描述

(一)《电子商务实务》(Electronic commerce practice)，学期：第二学期，学时：72 学时

1. 课程性质

本课程是专业核心必修基础课程，通过本课程的学习需要掌握日常电子商务概念，发展过程、日常的电子商务交易模式，希望通过与个人关系密切的C2C电子商务的专业学习，为以后的电子商务课程学习打下坚实的基础。前沿课程：《企业管理实务》、《计算机应用基础》；后续课程：《网络营销》、《网店运营实务》等。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)电子商务的基本概念和特点；
- (2)电子商务交易系统的组成及常用技术；
- (3)常用安全控制体制和技术：认证技术、安全协议、防火墙技术等；

- (4)网上支付系统应用的特点与模式;
- (5)网络营销方法与订单处理、商品配送模式;
- (6)电子商务在制造业、金融、政务等领域的应用模式。

2.2 技能要求

- (1)具有应用电子商务基本原理和方法,开展网络商务营销、促销的能力;
- (2)具有应用网络收集商务信息,进行网上购物、网上采购、网上谈判,网上咨询的能力;
- (3)运用数据加密、数字签名、数字证书等网络安全控制技术的能力;
- (4)具有应用网络等工具有效开展客户服务、客户管理的能力;
- (5)具有构建商务网站,进行简单网站规划设计和美化的能力。

2.3 素质目标

需要掌握如下素质:用心尊重他人、不断激励自我;善于整合资源、乐于团队协作;关注特色亮点、强化表达沟通;勇于企业实践、注重学以致用;拥抱环境变化、不断开拓创新。

3. 课程内容

学习情境1:认识电子商务。

学习情境2:利用搜索引擎、电子邮件、新闻组收集并整理网络商务信息。

学习情境3:网上开店基本流程、网店设计、网店商品管理、网店交易管理与客户管理

学习情境4:网络营销策略设计、网络营销常用方法、网络广告设计与制作。

学习情境5:网上银行的申请与使用、支付宝的申请与使用、电子钱包管理。

学习情境6:认识物流、物流信息技术、网店物流、电子商务供应链管理。

学习情境7:电子商务网站开发环境构建、电子商务网站整体策划、网络数据库的配置使用、电子商务网站制作、电子商务网站的发布与管理。

学习情境8:数字证书的安装与使用、数字签名系统安装与使用、防火墙技术使用、电子商务安全协议使用。

(二)《职岗认识实习(电子商务专业)》(Job cognition practice(E-commerce Major)), 学期: 第一学期, 学时: 30 学时

1. 课程性质

本课程是电子商务专业的一门专业基础课,课程的目的是让学生对电子商务职业和岗位有较为清晰的认识,明白在互联网+的大背景下电子商务职业的特征以及具体岗位的要求。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)掌握电子商务的基本运作模式;
- (2)掌握网站运营、推广的基本内容;

(3)了解电子商务职业岗位的性质和内容；

(4)了解电子商务在相关行业的应用。

2.2 技能目标

(1)基本掌握电子商务常规业务的操作方法；

(2)基本掌握网络营销、网络支付、物流配送的方法；

(3)基本掌握常见的电商网店策划、编辑、运营的基本流程；

(4)初步具备电子商务工作的能力；

(5)初步具备电子商务在相关行业应用的能力。

2.3 素质目标

(1)培养学生学习能力、工作能力、创新思维能力。

(2)培养学生严谨、敬业的职业态度。

3. 课程内容

学习情境1：互联网+职场大环境：需求和趋势；

学习情境2：电子商务职业岗位定位和规划

学习情境3：职场心态和团队意识

学习情境4：电商职场达人——运营类

学习情境5：电商职场达人——策划类

学习情境6：电商职场达人——技术类

(三)《商务英语》(Business English)，学期：第三学期，学时：54 学时

1. 课程性质

《商务英语》是电子商务专业开设的一门专业必修课，通过本课程的学习，学生应在原有英语基础知识上强化商务知识的学习和商务英语语言应用能力的训练，进而既具备商务基础知识又能不断提高商务英语语言综合技能，为学生从事跨境电子商务打下外语基础。

2. 课程目标

2.1 知识目标

(1)了解电子商务发展方向和动态；

(2)掌握基本的电子商务专业领域英语词汇；

(3)学习商务文体的特点和商务语篇结构。

2.2 技能目标

(1)能够阅读英文的专业资料；

(2)有一定的英汉互译水平；

(3)能进行跨国电子商务交流。

2.3 素质目标

掌握现代公关理论和技能,涉外电子商务法律、经贸和工商业务等方面的知识与法规,熟悉电子商务业务及语言交流规范,具备良好的业务素养和综合能力。

3. 课程内容

学习情境1: Team work (团队合作)

学习情境2: Brand power (品牌魅力)

学习情境3: Manufacture process (生产流程)

学习情境4: Product presentation(产品展示)

学习情境5: company profile(公司介绍)

学习情境6: business negotiation(商务谈判)

学习情境7: entertain client(招待客户)

学习情境8: career development(职业规划)

(四)《网络营销》(Network marketing), 学期: 第五学期, 学时: 72 学时

1. 课程性质

通过本课程让学生熟练掌握网络信息的搜集与分析、企业网络营销平台的建设规划、企业网络推广、网络贸易实践、个人网络创业的工作技能,具备从事全程的CtoC、BtoB、BtoC网络营销能力,提高网络经济意识、基于网络环境的商务能力和网络创业创新的职业素质。前沿课程有《电子商务实务》、《市场营销》、《网店运营实务》; 后续课程有《新媒体营销》、《电子商务物流》、《跨境电商实务》。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)掌握网络营销的运营与策划的基础知识;
- (2)掌握网络营销策略的实施手段,如网络产品定位、配送渠道、客户沟通、网络促销等。
- (3)掌握主流的B2B、B2C平台的日常操作;
- (4)掌握网络创业及淘宝开店与经营的基础知识;
- (5)网络营销方法与订单处理、商品配送模式;

2.2 技能目标

- (1)具有日常网络信息和网络贸易信息的搜集与分析能力;
- (2)具有小型企业的网站信息处理能力;
- (3)具备小型网站推广能力;
- (4)具有B2C平台运营与推广力;
- (5)具有以阿里巴巴为代表的B2B平台信息发布、运营与推广能力。

(6)具有帮助企业建立C2C销售渠道的能力。

2.3 素质目标

用心尊重他人、不断激励自我；善于整合资源、乐于团队协作；勇于企业实践、注重学以致用；拥抱环境变化、不断开拓创新。

3. 课程内容

学习情境1：网络日常信息的搜索与分析，网络贸易信息的搜集与分析

学习情境2：网络营销策略规划，企业营销型网站建设规划， B2B 平台基本使用技巧。

学习情境3：企业网络推广前期调研，企业网络推广方案的制定与实施

学习情境4：利用平台展示产品，搜索整理产品，网络贸易，网络贸易平台的评估与选择

学习情境5：网上店铺创建，网上店铺经营

(五)《商品拍摄与处理》(Product shooting skills)，学期：第三学期，学时：54 学时

1. 课程性质

《商品拍摄与处理》是高等职业技术学院电子商务专业的一门职业能力必修课。课程的前沿课程有《电子商务实务》、《市场营销》，课程的并行课程有《网店运营实务》、《网店装修实务》。通过本课程的学习使学生产品拍摄的基本理论与实践。使学生熟练地运用不同层次的摄影设备完成产品摄影整个业务操作过程，达到网络店铺产品拍摄人才的相关要求。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)有一定的摄影基础概念；
- (2)了解网店摄影的通用器材和通用设备性能；
- (3)有一定的光学摄影基础；
- (4)了解不同类型产品的摄影知识基础。

2.2 技能要求

- (1)掌握网店通用器材和设备使用技巧；
- (2)掌握带模特的产品拍摄。
- (3)掌握不同大类静物的拍摄技巧；
- (4)掌握商业摄影的基础思维；
- (5)能将现有商业摄影借鉴到商业产品上来。

2.3 素质目标

- (1)具备良好的政治思想素质、职业道德和法律意识；
- (2)具有健康的心理、良好的人际交往能力、团队合作精神和客户服务意识；

(3)拥有健康的体魄，能适应施工岗位对体质的要求。

3. 课程内容

学习情境1：网络店铺产品摄影通用器材和设备

学习情境2：网店服装拍摄：万用布光法

学习情境3：带模模特的摄影方法

学习情境4：产品拍摄—从网店摄影到广告摄影的进阶技术

学习情境5：网店五金产品拍摄

学习情境6：网店手表和化妆品摄影

学习情境7：网店珠宝拍摄和修图

学习情境8：酒瓶和包装摄影

学习情境9：菜式拍摄和修图

学习情境10：音响拍摄(现场和影棚拍摄)

学习情境11：酒店和建筑摄影

学习情境12：商业摄影思维

学习情境13：影视广告拍摄对商业摄影的借鉴

(六)《网店运营实务》(Shop operation practice)，学期：第三学期，学时：90 学时

1. 课程性质

《网店运营实务》是电子商务专业的专业必修课课程。

本课程针对电子商务专业学生成为第三方店铺店长的这一需求，全面地介绍了在网上开店前的准备工作、如何选择主营产品、申请开店、店铺装修、商品图片处理与美化、网店营销与推广、客户服务、选择物流等方面的内容。本课程强调实战，紧贴淘宝网官方最新运营规则，并以“注意”或“提示”的形式提供了大量实用技巧，帮助淘宝网店长解决运营、管理中遇到的实际问题，进而提升其销售业绩和利润水平。。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)掌握建立第三方平台的准备
- (2)根据企业的实际需要选择适合开展电子商务的产品
- (3)掌握促成第一笔交易的知识
- (4)掌握店铺装修前的准备知识
- (5)掌握设计店招的基础知识
- (6)设计合理美观的产品分类

(7)设计促销页面

(8)掌握基础的第三方平台销售技巧

2.2 技能要求

(1)有一定的拍摄技巧。

(2)有一定的产品选择技巧

(3)有一定的产品处理技巧

(4)有基本的店铺综合没感处理能力

(5)有一定的网络店铺营销策划能力

(6)熟悉了解日常的电子商务平台交流工具、支付工具的使用

(7)了解店铺的基础推广技巧

2.3 素质目标

(1)培养商务意识及自学能力

(2)提高资料收集和整理能力

(3)提高团队沟通和合作能力

3. 课程内容

学习情境 1：网上开店前的准备

学习情境 2：我该卖什么商品

学习情境 3：网上开店初申请

学习情境 4：开通淘宝网店铺

学习情境 5：网店初运营完成店铺第一单交易

学习情境 6：店铺装修前的准备

学习情境 7：设计个性化店标与店招

学习情境 8：设计合理美观的宝贝分类

学习情境 9：设计促销活动区和促销活动页

学习情境 10：商品图片处理与美化设计

学习情境 11：淘宝店铺营销

学习情境 12：淘宝店铺的免费推广

学习情境 13：淘宝店铺的付推广

学习情境 14：规范客户服务，打造皇冠店铺

学习情境 15：选择最佳物流方式，降低运营成本

学习情境 16：网上开店经验谈

(七)《网店装修实务》(Shop decoration practice), 学期: 第三学期, 学时: 60 学时

1. 课程性质

本课程根据网店装修的整体流程, 循序渐进地介绍了网店装修的基础知识、设计网店的店标、设计网店的公告模板、设计网店的分类导航、设计网店的商品描述模板、设计旺铺的店招、设计旺铺的促销区, 以及网店的其他装修等全方位装修知识。前沿课程有《电子商务实务》、《网店运营实务》; 后续课程有《网络营销》、《客户服务管理》。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)网店装修的基础知识。
- (2)了解网店店招的基本内容。
- (3)了解网店公告的基本内容。
- (4)掌握网店分类导航的搭配设计。
- (5)掌握网店商品描述模板的设计。
- (6)掌握网店促销区的规划。

2.2 技能目标

- (1)能根据网店自身的情况设计店招。
- (2)能根据要求设计网店公告。
- (3)能根据实际情况设计店铺的分类导航。
- (4)能根据店铺的情况设计商品描述。
- (5)熟练掌握不同情况网店促销区的设计。

2.3 素质目标

- (1)具有勤奋学习的态度, 严谨求实、创新的工作作风;
- (2)具有良好的心理素质和职业道德素质;
- (3)具有高度责任心和良好的团队合作精神;
- (4)具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力;
- (5)应用业务综合素质。

3. 课程内容

学习情境1: 网店装修的基础知识, 主要包含网店装修的必要性、网店装修前的准备、网店装修的一般流程、网络图片存储空间的获取、评析优秀网店的装修。

学习情境2: 精心处理商品图片 主要包含图片的准备与拍摄技巧、调整图片大小、调整图片色彩、调整曝光失误的图片、更换图片背景、提高图片清晰度。

学习情境3：设计网店的店标，主要包括制作店标的标准、设计首饰类店标的要点、设计服饰类店标的要点、设计母婴用品类店标的要点、应用新店标。

学习情境4：设计网店的公告模板，主要包括制作公告模板的标准、设置公告中的文字样式、设计精美的图片公告、将图片公告应用到网店中、设计内容丰富的公告模板。

学习情境5：设计网店的分类导航，主要包括制作分类导航的标准、设计通用分类导航、制作首饰类网店的分类导航、

学习情境6：设计网店的商品描述模板，主要包括制作商品描述模板的标准、设计宽版商品描述模板、设计窄版商品描述模板。

学习情境7：设计旺铺的店招，主要包括制作旺铺店招的标准、不同标准案例店招的设计

学习情境8：设计旺铺的促销区，主要包括制作旺铺促销区的标准、不同标准案例促销区的设计

学习情境9：网店的其他装修，主要包括为商品添加水印，为商品制作边框模板，为网店添加背景音乐，为网店添加计数器

(八)《新媒体运营》(New media operations)，学期：第四学期，学时：54 学时

1. 课程性质

《新媒体运营》是电子商务专业的一门职业拓展课。课程旨在引导学生将所学的新媒体基础知识与企业岗位技能进行整合，以项目驱动的方式组织教学来提高学生的新媒体实际运营能力，使学生进一步了解新媒体运营的本质，在项目的实践过程中激发学生的创新意识，提高学生在新媒体实际运营过程中分析问题和解决问题的能力。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)了解新媒体运营的基础；
- (2)理解新媒体运营的基本要素；
- (3)深入理解新媒体运营的具体操作；
- (4)理解微信运营的操作流程；
- (5)深入理解文案策划的具体实施步骤；
- (6)深入理解活动运营以及推广的操作流程；
- (7)了解自媒体平台的操作流程以及方法；
- (8)深入理解音频自媒体以及短视频自媒体的运营要点。

2.2 能力目标

- (1)掌握微信运营的操作流程；

- (2)掌握文案写作的技巧;
- (3)掌握主流自媒体平台的平台规则以及特点;
- (4)熟练掌握短视频自媒体和音频自媒体的内容生产和传播规则;
- (5)掌握活动运营和推广的操作方法;
- (6)掌握用户运营的操作流程。

2.3 素质目标

- (1)培养学生实践动手操作能力;
- (2)树立科学的设计创新意识;
- (3)形成“以人为本”的设计观念;
- (4)锻炼语言表达能力;
- (5)培养学生沟通能力和协作精神;
- (6)培养学生爱岗敬业的工作作风;
- (7)培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心。

3. 课程内容

学习情境 1: 新媒体运营解读

学习情境 2: 新媒体运营之微信运营

学习情境 3: 内容运营之文案策划

学习情境 4: 新媒体运营之自媒体运营

学习情境 5: 新媒体运营之活动运营

学习情境 6: 新媒体运营之推广运营

学习情境 7: 短视频自媒体与音频自媒体运营

学习情境 8: 新媒体运营之用户运营

(九)《国际贸易实务》(Practice of international trade), 学期: 第三学期, 学时: 60 学时

1. 课程性质

《国际贸易实务》是一门专门研究国际间商品交换的具体过程的学科, 是一门具有涉外活动特点的实践性很强的综合性应用科学。它涉及国际贸易理论与政策、国际贸易法律与惯例、国际金融、国际运输与保险等学科的某些基本原理、基本知识和基本技能的运用, 它是电子商务专业必修的主要基础课程。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)具有从事国际贸易专业必需的贸易基础知识

(2)掌握国际贸易实务应用的基本理论和基本方法

(3)理解国际贸易各环节操作应用的实现过程。

2.2 技能要求

(1)熟悉国际贸易惯例；

(2)具有国际贸易理论与实务一般认识能力；

(3)具有贸易谈判、价格及佣金的计算并根据合同缮制发票、箱单、汇票等相关单证具体操作能力。

(4)具备分析和解决国际贸易实际问题的基本能力。

2.3 素质目标

通过本课程的学习，树立诚实守信、求真务实的职业道德观念，养成严谨、踏实、认真负责的工作作风，培养创新意识。

3. 课程内容

学习情境1：国际贸易实务概述

学习情境2：货物的品质、数量与包装

学习情境3：贸易术语和价格

学习情境4：国际货物运输

学习情境5：国际货物运输保险

学习情境6：国际货款的收付

学习情境7：贸易纠纷的预防和处理

学习情境8：国际货物买卖合同的商订与履行

(十)《外贸单证实务》(Practice of foreign trade documents)，学期：第四学期，学时：72 学时

1. 课程性质

《外贸单证实务》课程是电子商务(对外经济贸易方向)专业的专业核心课程，本课程要求学生牢固掌握必需的国际贸易基础知识和进出口业务活动所涉及到的信用证、发票、汇票、产地证等单据和证书的缮制及审核。具有实践能力和创新创业意识，具有较强商务英语沟通交流能力、进出口合同履行能力、办理国际货物通关和运输的能力，能适应市场经济需要的、服务外贸业务第一线的高技能应用型人才。本课程实训环节标准贯彻落实“以服务为宗旨，以就业为导向”的原则；以专业培养目标为依据，以电子商务企业实际操作规程为准则。通过专业软件训练平台，在高仿真的模拟实训环境中，帮助学生了解、掌握国际贸易操作的具体流程，培养学生具备从业人员的综合技能和基本素养及制单的关键能力。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)了解外贸单证工作的基本要求及重要性、熟悉单证的含义和种类；
- (2)了解信用证、汇付和托收三种支付方式的含义及业务流程；
- (3)掌握合同和信用证条款，审核和修改信用证；
- (4)掌握发票、汇票、订舱委托书、原产地证书等单证的内容和缮制要点；
- (5)掌握审单的一般程序及审单要点
- (6)掌握交单结汇的含义以及单据归档要求。

2.2 技能要求

- (1)能够与外商建立贸易关系，签订外销合同；
- (2)能够审核和修改信用证；
- (3)能够根据信用证及货物装运信息等缮制信用证项下常用的单据；
- (4)能够根据外贸合同和货物装运信息正确缮制和办理汇付项下的外贸单据；
- (5)能够根据外贸合同和货物装运信息正确缮制和办理托收项下的外贸单据；
- (6)能正确的进行外贸单证的交单、归档处理。

2.3 素质目标

- (1)实事求是，发现有错及时积极改正；
- (2)专心、细心的工作态度；
- (3)团队协作精神；
- (4)与进出口各部门沟通协作能力

3. 课程内容

学习情境1：单证概述

学习情境2：开证申请书的制作

学习情境3：对照合同审核和修改信用证

学习情境4：发票和装箱单的制作

学习情境5：订舱及订舱委托书的制作

学习情境6：一般原产地证书和普惠制原产地证书的制作

学习情境7：报检申请书的制作

学习情境8：报关申请书的制作

学习情境9：装船通知和受益人证明等相关单据的制作

学习情境10：汇票的制作

学习情景11：审单、交单收汇和单证归档操作

(十一) 《公共关系实务》(Public Relation Business), 学期: 第三学期, 学时: 54 学时

1. 课程性质

《公共关系实务》是电子商务专业的专业选修课程, 本课程以公共关系学的基本理论为基础, 以公共关系实务训练为核心, 通过课堂教学、案例研讨和课程实训, 重点培养学生的公共关系应用能力, 是一门实践性很强的工作实务课。该课程对学生商务职业行为能力的培养具有极其重要的导航功能。

2. 课程目标

2.1 知识目标

通过课程的教学与实训, 使学生树立公关意识, 基本掌握公关原理和方法。

- (1)能认识公共关系与庸俗关系、人际关系、市场营销、广告及宣传的区别;
- (2)了解公共关系的基本职能和目标;
- (3)掌握公关部在企业中的性质和地位以及企业设置公关部的模式和特点;
- (4)掌握正确处理内部员工关系和股东关系的基本手段;
- (5)能较熟练掌握企业外部公关的基本方法和手段;
- (6)能较熟练完成企业公共关系活动调研, 并撰写调研报告;
- (7)能就企业公关专题活动进行策划, 并撰写活动策划书;
- (8)能根据企业公共关系危机发展的不同阶段, 提出解决方案并实施

2.2 技能要求

本课程重在培养职业商务人员的公共关系实务工作技能与素质, 通过本课程的教学与实训, 主要培养学生的:

- (1)形象管理能力;
- (2)公关策划能力;
- (3)协调关系能力;
- (4)良好的礼仪素养。

2.3 素质目标

- (1)道德素质, 学生应树立以顾客为中心, 以竞争为导向, 以企业能力为基础的营销价值观念, 具有良好的职业道德情操与素养;
- (2)业务素质, 学生应具备从事营销公关工作的专业知识、职业经历等;
- (3)身体素质, 学生应具有健康的体魄、健全的心理和良好的生活习惯。

3. 课程内容

学习情境 1: 认识公共关系。初步认识公共关系, 公众分析, 公关机构管理。

学习情境 2: 形象管理。组织形象调研, CIS 导入与策划。

学习情境 3：公系策划。公共关系专题活动策划，公关实施与评估，公共关系危机管理。

学习情境 4：传播沟通。公共关系传播及其实施技巧，公关协调与沟通。

(十二)《跨境电商实务》(Cross-border electronic business)，学期：第五学期，学时：54 学时

1. 课程性质

《跨境电商实务》是高等职业院校电子商务专业的专业基础课。本课程主要培养具有较强职业能力、专业知识和良好职业素质的跨境电商专员。通过本课程的学习，学生能理解跨境贸易电子商务的基本概念、基本政策，熟悉跨境第三方操作平台规则，掌握跨境电商操作基本工作流程，具备跨境店铺运营管理、客服服务和电商操作技术等业务能力。该课程要以《外贸基础》、《电子商务基础》为基础。

2. 课程目标

通过在校内理实一体化实训室的全真操作(跨境电商企业的全真操作)，根据项目教学要求，让学生掌握八项基本业务操作技能，即跨境店铺注册操作、跨境物流与海外仓操作、海外市场调研操作、跨境选品和产品信息化操作、跨境产品定价、刊登和发布操作、跨境店铺优化及推广操作、接订单、发货、出境报检报关操作、收款、售后服务及客户维护操作等业务操作能力，培养学生踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风以及善于沟通和团队合作的工作品质，为学生走上跨境电商工作岗位和跨境电商创业打下坚实的基础。

职业能力目标：

- (1)能顺利开通跨境电商店铺账号
- (2)能熟练设计跨境物流方案、合理选择跨境物流方式
- (3)能深入调研海外市场跨境电商发展情况、形成可供企业采纳的调研报告
- (4)能独立完成跨境电商选品及产品的信息化工作
- (5)能合理设置跨境电商产品价格、完成产品刊登和发布
- (6)能制定跨境产品和店铺优化方案、通过合适的方法和渠道在平台内外进行推广
- (7)能及时处理订单、提升客户体验感和满意度
- (8)能及时处理争议订单，维护老客户、开发新客户

3. 课程内容

学习情境 1：基础操作：开通商铺、管理产品、交易管理

学习情境 2：平台规则：注册规则、发布规则、交易规则、放款规则、评价规则

学习情境 3：市场选品：站内选品、站外选品

学习情境 4：跨境物流：邮政物流、商业快递、专线物流

学习情境 5：市场营销：速卖通营销、速卖通直通、速卖通大促

学习情境 6：数据分析：行业数据分析、店铺经营分析

学习情境 7：客户服务：海外客户速卖通初体验、信用评价、店铺好评

(十三)《电子商务物流》(Electronic commerce logistics)，学期：第四学期，学时：54 学时

1. 课程性质

《电子商务物流》是电子商务专业的一门职业技术能力课。通过本课程的教学，要求学生熟练地、系统地掌握现代物流管理基础知识、基本理论，掌握现代物流管理相关方法和技能，并能理论联系实际，培养学生的分析问题、判断问题和解决问题的能力，为以后从事相关的电子商务物流相关工作打好基础。

本课程主要学习现代物流管理基础知识、基本理论，重点讲述现代物流管理的各种理论和实践操作，使学生了解物流相关的各种理论知识，掌握物流相关操作技能。为提高学生物流方面的素质，增强物流理论与实践能力打下基础。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)掌握电子商务与现代物流知识；
- (2)掌握主要电子商务物流技术；
- (3)掌握电子商务下的供应链管理知识；
- (4)掌握企业采购与供应物流管理知识；
- (5)掌握电子商务下生产物流计划与控制知识；
- (6)掌握现代销售与回收物流管理知识；
- (7)掌握仓储管理与库存控制、保管原则知识；
- (8)了解搬运装卸与运输、包装合理化知识；
- (9)掌握电子商务配送与配送中心知识；
- (10)了解现代物流运作模式知识；
- (11)了解物流服务管理流程，理解物流服务管理原则。

2.2 技能要求

- (1)能够掌握主要物流技术；
- (2)能够设计搬运和运输方案；
- (3)能够设计包装外观；
- (4)能够进行配送中心规划设计；
- (5)培养学生的自学的的能力，利用网络、文献等获取信息的能力。

2.3 素质目标

- (1)分析实际问题并提出新的解决方案的能力；
- (2)具备良好的职业道德和行业规范；
- (3)具有较强的商务交流、人际沟通和合作协调能力；
- (4)具有现代物流从业人员的精神和气质，爱岗敬业，以及较强的服务意识；
- (5)具有良好的心理素质和协作精神。

3. 课程内容

学习情境1：电子商务与现代物流

学习情境2：电子商务物流技术

学习情境3：电子商务下的供应链管理

学习情境4：企业采购与供应物流管理

学习情境5：电子商务下生产物流计划与控制

学习情境6：现代销售与回收物流管理

学习情境7：仓储管理与库存控制

学习情境8：搬运装卸与运输合理化

学习情境5：包装合理化

学习情境9：电子商务配送与配送中心

学习情境10：现代物流运作模式

学习情境11：物流服务与成本管理

(十四)《客户服务管理》(Customer service management)，学期：第四学期，学时：72 学时

1. 课程性质

本课程针对客服工作的所有重点内容展开讲述，力图将零基础网店客服培养为客服达人。本课程的前沿课程《电子商务概论》、《网络营销》、《网店运营实务》、《网店推广实务》、《网店装修实务》等电子商务核心课程，后续课程有《电子商务综合技能实训》。通过本课程学习让学生初步具有解决一些网络销售管理方面问题的能力，培养学生的综合管理素质。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)了解客服是做什么的，需要掌握哪些知识；
- (2)掌握售前客服所应该具备的心态、知识储备、工作能力；
- (3)掌握握售后客服流程的主要工作内容和工作环境；
- (4)掌握客服的考核方法；

(5)掌握客服的招聘、培训和管理；

2.2 技能要求

(1)掌握网络销售前的销售技巧和话术；

(2)掌握售后客服的工作技巧和话术；

(3)掌握客服的考核技巧。

(4)掌握客服管理技巧。

2.3 素质目标

(1)具有诚实守信的品德；

(2)具有吃苦耐劳的精神；

(3)具有敬业、奉献和团队精神；

(4)具有较强的责任心；

(5)具有较强的法律意识。

3. 课程内容

学习情境1：了解网店客服的基本概况

学习情境2：售前客服流程

学习情境3：售前客服经典案例解析与销售技巧和话术

学习情境4：售后客服流程

学习情境5：售后客服经典案例解析与售后技巧和话术

学习情境6：客服销售数据监控

学习情境7：客服的招聘、培训和管理

(十五)《商务谈判与推销技巧》(Business negotiation and selling skills), 学期: 第五学期, 学时: 54 学时

1. 课程性质

《商务谈判与推销技巧》是一门跨学科综合性边缘学科，是高等职业技术学院电子商务(对外经济贸易)专业的一门职业能力选修课，它对培养对外贸易人才意义重大。学生通过本课程的学习，可以掌握商务谈判与推销技巧的基本概念、原理和方法，掌握企业商务谈判与推销技巧岗位技能，并在实践训练中提升学生的职业素质，使学生成为专业理论、岗位技能、职业素养兼备的合格人才。

2. 课程目标

2.1 知识目标

(1)使学生全面掌握商务谈判与推销技巧的原理、策略、技巧；

(2)具有胜任商务谈判与推销技巧实际工作的理论基础；

(3)具有现代市场经济意识和拥有较强的推销实践技能。

2.2 技能要求

(1)推销能力：学生能够进行寻找客户、接近客户、推销洽谈、客户异议处理、促成交易、推销管理各环节实际操作；

(2)谈判能力：学生能够进行商务谈判人员组织、商务谈判方案制定、谈判开局、谈判磋商各阶段的实际操作、正确运用谈判礼仪。

2.3 素质目标

(1)平等诚信能力

(2)自信执着能力

(3)沟通表达能力

(4)团队合作能力

(5)评判创新能力

(6)组织协调能力

(7)刻苦耐挫能力

(8)应急应变能力

3. 课程内容

学习情境1：商务谈判计划与管理

学习情境2：商务谈判的原则与要领

学习情境3：谈判的开局与磋商

学习情境4：较量过程中的商务谈判

学习情境5：协调过程中的商务谈判

学习情境6：价格谈判

学习情境7：国际商务谈判

学习情境8：商务谈判的结束

学习情境9：谈判中常见问题的处理

(十六)《电子商务法律法规》(Electronic commerce laws and regulation)，学期：第二学期，学时：36 学时

1. 课程性质

《电子商务法律法规》是电子商务专业的专业基础课，为培养应用型人才进行有益的探索，培养学生分析问题和解决问题的能力、职业道德素养及可持续发展能力，为电子商务专业学生顺利就业打下基础。课程包括电子商务法概述、电子签名与认证法律制度、电子合同

法律制度、知识产权保护法律制度、消费者权益与隐私权保护法律制度等，强化学生对电子商务法知识的掌握与运用。

2. 课程目标

2-1 专业能力目标：

- (1)能掌握电子商务法的基本原理；
- (2)能了解电子商务立法概况；
- (3)具备运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中相关法律问题的能力。

2-2 方法能力目标：

- (1)具有分辨法律问题归属的能力；
- (2)具有依据法律问题的性质寻找相关工具书及案例的能力；
- (3)具有独立分析和解决电子商务法律问题的能力；
- (4)具有自主学习和终身学习的能力。

2-3 社会能力目标：

- (1)城市守信的职业道德和敬业精神；
- (2)创新能力和用于实践的能力；
- (3)组织协调能力；
- (4)沟通和交流能力；
- (5)团队意识和妥善处理人际关系的能力；
- (6)良好的心理承受能力；
- (7)适应环境变化的能力。

3. 课程内容

学习情境1：认知电子商务法

学习情境2：电子商务立法概况

学习情境3：数据电文法律制度

学习情境4：电子签名法律制度

学习情境5：电子认证法律制定

学习情境6：电子合同法律制度

学习情境7：电子信息交易法律制度

学习情境8：电子商务安全问题

学习情境9：电子商务纠纷的解决

(十七)《市场调研与分析》(Market Research and Analysis), 学期: 第二学期, 学时: 54 学时

1. 课程性质

本课程是一门实践性很强的课程, 要求以企业市场调研与分析工作的实际需要为主线, 以必需、够用为原则, 突出对市调分析和预测能力的培养, 力图达到对市场调研与分析实际运用的指导, 并通过实践训练增强学生调查方案设计能力、调查资料收集、整理与分析能力、调查报告撰写能力和运用相关资料进行一定市场预测能力。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)掌握市场调查的内容、范围及对象的确定的基本方法
- (2)掌握市场调查与分析的信息渠道及收集方法
- (3)掌握市场调查与分析的调查技术的使用和选择
- (4)掌握调查报告的编写规范和内容结构

2-2能力目标:

- (1)系统地了解市场调查与预测的知识体系与研究方法
- (2)使学生树立以市场为导向的营销理念开展企业市场调查活动
- (3)使学生, 能够根据具体任务和条件从事一般营销问题的市场调查能力
- (4)使学生在掌握市场调查基础知识的基础上, 结合其他课程中的一些理论和方法, 能初步完成有关案例的市场调查活动, 进而解决企业市场调查工作中发生的实际问题
- (5)使学生具备自我推销的能力, 有良好的语言表达能力及处理人际关系的能力。

2-3素养目标

- (1)诚实守信的品质
- (2)团队合作的能力
- (3)坚忍不拔的毅力
- (4)时时创新的认识

3. 课程内容

学习情境1: 制定市场调查方案

学习情境2: 选择市场调查方法

学习情境3: 培训调查人员队伍

学习情境4: 组织实施市场调查

学习情境5: 分析市场调查资料

学习情境6: 撰写市场调查报告

(十八)《消费者行为分析》(Customer behavior analysis), 学期: 第二学期, 学时: 54 学时

1. 课程性质

本课程是一门应用性较强的课程, 以学生较全面掌握消费心理学和消费行为学的基本知识和技能为主要任务, 要求学生通过消费心理学和消费行为学理论的学习和实际操作, 掌握一定的心理学和消费行为学的基础知识, 提高运用消费行为学从事相关工作的能力。

2. 课程目标

2.1 知识目标

(1)具备感知、记忆和注意、学习和联想、思维和想象等消费者心理与行为的基本理论知识。

(2)掌握消费者个性心理知识。

(3)掌握消费者的决策过程, 了解消费者的特征和购买类型。

(4)熟悉社会因素对消费者行为的影响, 掌握消费者群体对个体消费者行为的影响。

(5)熟悉文化和亚文化对消费者行为的影响。

(6)掌握商标、包装、价格等市场营销因素对消费者行为的影响及如何通过改变营销因素来引导消费者行为。

2-2能力目标:

(1)能从事与消费者消费活动有关的信息搜集、信息整理和信息分析, 并具备发现问题、分析问题和解决问题的能力的基本能力。

(2)会察言观色、善于换位思考, 能准确把握消费者心理活动, 具有较强的感知能力、观察能力和判断能力;

(3)能分析影响消费者行为的心理因素, 并能通过一些手段并运用心理因素引导消费者行为;

(4)能够依据市场细分、产品定位与消费者行为的关系, 依据消费者需求进行产品开发;

(5)分析市场营销因素对消费者行为的影响, 并能运用理论影响消费者的购买行为;

(6)具有较强的口头表达能力、思维敏捷、反应迅速, 具有较强的亲和力、人际沟通能力和组织协调能力。

2-3素养目标

(1)发现问题、分析问题和解决问题的能力

(2)团队合作能力、敬业精神

(3)认真细致和创新能力

(4)实事求是的工作作风

(5)职业道德意识

3. 课程内容

学习情境1：消费者行为认知

学习情境2：消费者购买决策

学习情境3：消费者感知、记忆和学习

学习情境4：消费者个性、自我概念与生活方式

学习情境5：消费者态度

学习情境6：消费者需要与动机

学习情境7：消费者群体沟通与创新扩散

学习情境8：消费文化与消费行为

学习情境9：消费者购后行为

(十九)《商务数据分析》(Business Data Analysis), 学期：第四学期, 学时：54 学时

1. 课程性质

本课程是市场营销专业的专业必修课程，培养具有现代商务管理领域所需数据分析能力，注重信息管理以及信息系统分析、设计、实施、管理和评价等方面的基本理论和方法。通过本课程的学习，学生掌握数据资料的收集、处理、分析和数据分析报告的撰写方法和思路，及运用相关数据处理工具，尤其是运用EXCEL进行数据分析的基本方法。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)掌握数据资料收集方法；
- (2)掌握数据信息处理和分析的方法，并能初步做出市场预测；
- (3)掌握运用EXCEL进行数据处理和分析的基本方法；
- (4)具备撰写数据分析报告的能力。

2.2 技能目标

- (1)具有搜集、处理、使用调查信息的能力；
- (2)能使用专业知识分析企业市场营销活动中存在的问题；
- (3)能应用现代计算工具和软件分析数据资料。

2.3 素质目标

- (1)具有良好的职业道德和敬业精神；
- (2)具有组织协调能力；
- (3)具有沟通与交流能力；
- (4)具有团队意识和妥善处理人际关系的能力；

(5)具有理论联系实际的素质和创新能力。

3. 课程内容

学习情境1：走进数据分析。数据资料的类型。

学习情境2：数据资料的收集。网络调查法。

学习情境3：数据资料的处理。利用EXCEL进行数据处理基础，数据处理内容和方法。

学习情境4：数据资料的分析。数据分析的常用方法，数据的展现，市场营销中的数据分析。

学习情境5：撰写数据分析报告。

(二十)《市场营销》(Marketing management)，学期：第一学期，学时：54 学时

1. 课程性质

《市场营销》属于电子商务专业的一门专业必修课，是一门以经济科学、行为科学和现代管理理论为基础，研究以满足消费需求为中心的企业市场营销活动及其规律性的综合性应用科学，属于管理学范畴。课程设置目的是通过课程的学习，了解企业经营销售活动的基本理论和规律，逐步掌握在现代企业营销中，科学制定企业营销决策的理论和方法，以适应改革开放和市场经济的要求。通过本课程学习，可以支撑和带动专业课程体系中其他课程的学习，要求学生以职业营销人的身份学习现代市场营销的基础理论、基本原理和技能，使学生初步具备市场调研、市场分析、市场开发、产品销售与渠道管理的能力，能胜任企业营销或与营销相关的其他技术、管理与服务工作。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)熟练掌握市场营销基本理论、方法；
- (2)能正确进行企业市场细分与目标市场选择，市场定位设计与分析；
- (3)能初步制定企业竞争战略；
- (4)能运用产品策略，设计品牌方案、制定产品营销方案；
- (5)能运用价格策略，设计企业产品价格方案；
- (6)能运用分销策略，初步设计企业分销方案；
- (7)能运用促销策略，设计企业产品促销方案；
- (8)能运用营销活动的管理与控制基本理论和基本方法进行营销日常管理。

2.2 技能目标

《市场营销》课程重在培养职业营销人员的综合营销技能与素质，通过本课程的教学与实训，主要培养学生的4大关键能力：

- (1)市场调研与分析能力；

- (2)市场开发分析能力;
- (3)企业营销计划能力;
- (4)营销管理能力。

2.3 素质目标

(1)道德素质，学生应树立以顾客为中心，以竞争为导向，以企业能力为基础的营销价值观念，具有良好的职业道德情操与素养，具体包括：诚信、责任、公德、价值取向、行为规范等；

- (2)业务素质，学生应具备从事营销工作的专业知识、职业经历等；
- (3)身体素质，学生应具有健康的体魄、健全的心理和良好的生活习惯。

3. 课程内容

学习情境1 认识营销。了解市场，理解营销、市场营销观念。

学习情境2 市场营销调研。市场调研立项、拟定调研计划、收集“第二手资料”、制定调查问卷、实地问卷调查、整理、分析资料、撰写市场营销调研报告。

学习情境3 市场开发。确定市场细分指标、选择目标市场、市场定位设计与分析、撰写市场开发项目分析报告。

学习情境4 制定营销计划。设计品牌名称标志、制定产品营销方案、设计企业产品价格方案、设计企业产品分销方案、设计企业产品促销方案、完成企业营销计划。

学习情境5 营销日常管理。市场后勤管理、市场营销控制。

(二十一)《电子商务供应链管理》(E-supply chain management), 学期: 第四学期, 学时: 54 学时

1. 课程性质

《供应链管理实务》是电子商务专业必修课程之一，是学生学习供应链管理业务操作的专业课程，其内容主要包括供应链的认知、供应链的构建、供应链的优化、供应链的运作等，是以制造商、批发商、零售商、物流商主导的供应链管理为重点进行工作过程系统化，并研究供应链管理的评价、供应链资源的整合等的一门专业课程。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)掌握供应链管理的思想;
- (2)掌握采购的基本流程;
- (3)掌握库存管理和风险分担;
- (4)明确物流信息沟通在供应链管理中的重要价值;
- (5)熟悉不同配送战略对供应链的影响;

(6)掌握具体知识是时间滞延、信息不充分对供应链产销系统的影响;

(7)掌握突破一定的习惯思维方式,以结构性或系统性的思考才能找到问题并有改善的可能。

2.2 技能目标

(1)信息(需求预测、客户管理)解决能力;

(2)供应链中采购、库存解决能力;

(3)供应链中业务外包(配送)问题解决能力;

(4)供应链管理中的财务管理能力;

(5)供应链绩效评估能力;

(6)训练或培养学生基于供应链的基本思考操作技能。

2.3 素质目标

(1)人际沟通能力

(2)信息沟通技术的学习和应用能力

(3)创新创造性思维方式

(4)团队合作和奉献精神

(5)组织管理和协调能力

(6)异常事件的处理能力

3. 课程内容

学习情境1 认识营销。了解市场,理解营销、市场营销观念。

学习情境2 市场营销调研。市场调研立项、拟定调研计划、收集“第二手资料”、制定调查问卷、实地问卷调查、整理、分析资料、撰写市场营销调研报告。

学习情境3 市场开发。确定市场细分指标、选择目标市场、市场定位设计与分析、撰写市场开发项目分析报告。

学习情境4 制定营销计划。设计品牌名称标志、制定产品营销方案、设计企业产品价格方案、设计企业产品分销方案、设计企业产品促销方案、完成企业营销计划。

学习情境5 营销日常管理。市场后勤管理、市场营销控制。

(二十二)《交流与沟通技巧》(Communication and communication skill), 学期: 第三学期, 学时: 54 学时

1. 课程性质

《交流与沟通技巧》是电子商务专业的专业选修课程,本课程体系主要建立以商务沟通为中心,涵盖心理学、商品学、营销学等。主要功能在于通过学习,使学生熟悉商务沟通过程中有关操作的各基本环节,是一门拓展性课程。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- (1)了解交流与沟通的定义、特点，动因；
- (2)理解沟通目标和对象的确定，确定各交易条件的最低可接受限度方法；
- (3)理解掌握商务沟通的基本原则。
- (4)理解商务沟通中的价格策略、应对策略、商务沟通地位应对策略、商务沟通对方应对策略。

2.2 技能目标

- (1)会商务沟通的要素程序和成败标准；
- (2)会进行商务沟通背景调查的内容、地点的选择和场景布置；
- (3)能够运用商务沟通的基本原则；
- (4)能够运用沟通中各种技巧

2.3 素质目标

- (1)具有较好的团队合作精神，善于交流沟通；
- (2)思维活跃，具有开创精神
- (3)具备良好的人文科学素养；
- (4)具备良好的社会责任心及自我管控能力。

3. 课程内容

学习情境1 商务沟通的准备

学习情境2 商务沟通的基本原则

学习情境3 商务沟通的策略

学习情境4 商务文化礼仪与禁忌

八、毕业要求

毕业前至少取得 132 学分。(其中公选课学分不低于 6 学分，素质拓展教育学分不低于 6 学分)。且要求：

1. 获得全国高等学校英语应用能力过级证书(B 级)。
2. 获得 1+X 职业技能证书一项。

九、继续专业学习深造建议

学生如有继续专业学习深造的需要，可选择通过专转本、自考本科学习、成人教育本科、网络教育等方式进行学历再深造。

根据本专业毕业生自身情况，可以选择继续学习以提升专业技能水平，或继续升学提升

学历层次。

1. 专升本

本专业专升本考试科目：大学英语、计算机基础、大学语文(或高等数学)。

2. 专本衔接

本专业可报考“专科与本科衔接”自学考试。“专科与本科衔接”自学考试的课程分为统考课程、学分互认课程和毕业论文。统考课程由重庆市教育考试院统一组织考试；学分互认课程和毕业论文由主考院校和学院自考办组织考核。规定的课程成绩全部合格者，发给由重庆市教育考试院和主考院校共同盖章、国家承认学历的自考本科毕业文凭；符合学位授予条件的毕业生，由主考院校依照有关文件的规定，授予毕业证书。