



重庆航天职业技术学院
Chongqing Aerospace Polytechnic

高等职业教育2024级 专业人才培养方案



重庆航天职业技术学院教务处制



目录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	3
（一）培养目标	3
（二）培养规格	4
六、课程设置及要求	4
（一）课程设置	4
（二）课程内容及要求	5
七、教学进程总体安排	16
八、实施保障	18
（一）师资队伍	18
（二）教学设施	18
（三）教学资源	19
（四）教学方法	20
（五）学习评价	20
（六）质量管理	21
九、毕业要求	22
（一）学分要求	22
（二）取证要求	22



2024 级电子商务专业（二年制）人才培养方案

一、专业名称及代码

高职阶段：电子商务（530701）

中职阶段：电子商务（730701）

二、入学要求

高中毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

基本修业年限 2 年。

四、职业面向

1. 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）	就业岗位（群）	就业岗位所在企业工单举例（链接）	职业资格证书
财经商贸大类（53）	电子商务类（5307）	批发业（51）；零售业（52）；互联网和相关服务（64）	销售人员（4-01-02）；商务咨询服务人员（4-07-02）	电子商务师；互联网营销师；全渠道营销主管	上海懿姿电子商务有限公司各岗位工单： 1. 运营经理工单 2. 推广组工单 3. 淘宝天猫团队工单	1+X 网店运营推广职业技能证书（中级）； 1+X 数字营销技术职业技能证书（中级）

2. 接续学习专业

接续普通本科专业：电子商务、市场营销、物流管理、国际经济与贸易、网络与新媒体、财务管理等

3. 职业发展或典型工作任务解析

就业岗位	典型工作任务	工作任务解析
电子商务师	1. 电子商务战略规划 2. 平台运营 3. 营销推广 4. 风险管理 5. 客户服务	1. 制定战略规划：深入了解企业的商业模式、市场需求和竞争环境，为企业制定具有可行性和前瞻性的电子商务战略规划。 2. 参与商业计划制定：参与制定电子商务平台的商业计划，包括市场定位、产品定价、销售目标等。



		<p>3. 日常运营:负责电子商务平台的日常运营和管理,包括商品上架、订单处理、客户服务、营销推广等。</p> <p>4. 网店管理:负责网店定期更新版面、推进店铺营销活动,保持网店的正常运作,并能策划店铺及产品推广方案。</p> <p>5. 库存管理:管理库存,安排配货、发货等物流相关事项。</p> <p>6. 制定营销策略:制定并执行电子商务营销推广计划,通过搜索引擎优化(SEO)、社交媒体营销(SMM)、电子邮件营销(EDM)等手段</p> <p>7. 推广活动:负责网络营销和推广工作,包括制定和实施电子商务平台的市场推广策略,通过搜索引擎优化、社交媒体推广、广告投放等方式提升品牌曝光和网站流量。</p> <p>8. 数据分析:利用数据分析工具和技术,对销售数据、用户行为等进行分析,为决策提供依据,评估电子商务业绩并提出改进措施。</p> <p>9. 关注风险与安全:关注电子商务领域的风险和安全问题,制定并执行相应的风险管理措施,熟悉电子商务法律法规和行业标准,确保企业的合规经营。</p> <p>10. 客户沟通:与客户进行沟通和协调,解答他们的问题和解决投诉,提供满意的售后服务,建立良好的客户关系。</p>
<p>互联网营销师</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 策略制定与规划 2. 市场调研与分析 3. 营销活动执行与监控 4. 数据分析与优化 5. 客户关系维护 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制定营销策略:根据公司的业务目标 and 市场情况,制定相应的营销策略,包括品牌推广、产品推广、渠道推广等。 2. 制定营销计划:在营销策略的指导下,制定具体的营销计划,包括广告投放、促销活动、社交媒体营销等。 3. 进行市场调研:了解目标客户的需求和行为习惯,分析竞争对手的营销策略 and 市场表现,为制定营销策略提供数据支持。 4. 研究数字化平台:研究数字化平台的用户定位和运营方式,以及市场行情和竞品动态。 5. 实施营销活动:负责营销活动的实施和监控,包括广告投放、促销活动、社交媒体营销等。 6. 监控活动效果:对营销活动的效果进行实时监控和评估,根据数据结果调整营销策略和计划。 7. 分析营销数据:对营销活动的效果进行深入分析和评估,包括用户行为、转化率、ROI 等关键指标。通过分析数据,可以发现营销活动中存在的问题和机会,为后续的优化提供数据支持。



		<p>8. 优化营销策略：根据数据分析结果，对营销策略和计划进行优化和调整。这包括改进营销内容、调整投放渠道、优化用户体验等方面，以提高营销效果和 ROI。</p> <p>9. 维护客户关系：与客户保持良好的沟通和合作关系，提高客户满意度和忠诚度。这要求互联网营销师具备出色的沟通能力和客户服务意识，能够及时解决客户问题并满足客户需求。</p>
<p>全渠道营销 主管</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 策略规划与执行 2. 渠道管理与优化 3. 市场调研与分析 4. 客户关系管理 5. 团队管理与培训 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制定全渠道营销策略：根据公司的整体业务目标和市场环境，制定全渠道营销策略，包括线上线下渠道的整合、营销策略的创新等。 2. 执行营销策略：负责将制定的全渠道营销策略转化为具体的执行计划，并监督计划的实施过程。 3. 渠道建设与管理：负责全渠道的建设和管理，包括线上渠道（如电商平台、社交媒体、官网等）和线下渠道（如实体店、分销商、代理商等）的拓展和维护。 4. 渠道优化：根据市场反馈和数据分析结果，对全渠道进行持续优化，包括渠道结构的调整、渠道资源的整合、渠道效率的提升等。 5. 市场调研：定期进行市场调研，了解消费者需求、竞争对手动态、行业趋势等信息，为公司制定营销策略和决策提供依据。 6. 数据分析：利用数据分析工具和方法，对全渠道营销数据进行分析和挖掘，发现潜在问题和机会。 7. 客户维护：负责维护公司与客户之间的良好关系，包括客户沟通、投诉处理、售后服务等。 8. 客户分析：对客户群体进行深入分析，了解客户的购买行为、偏好、需求等信息。 9. 团队组建与管理：负责组建和管理全渠道营销团队，包括团队成员的招聘、培训、考核等工作，确保团队的高效运作和整体能力的提升。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和互联网销售、零售管理、市场与网络营销、商务数据分析、客户服务管理、电子商务法律法规等知识，具备运营数据采集与分析、用户运营与管理、商品发布与优化、视觉营销设计等能力，具有工匠精神和信息素养，具有职业道德与敬业精神、团队协作能力、创新与创业能力，能够从事数据化运营、网店运营、营销活动策划与执行、客户服务管理、视觉设计等工作的高素质技术技能人才。



（二）培养规格

1. 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。

(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 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

2. 知识目标

(1) 掌握有关管理学、经济学的基本理论和基本知识；

(2) 掌握电子商务的基本理论和知识，了解电商业务各环节和交易的程序；

(3) 掌握网店的运营、装修、推广的知识；

(4) 掌握 Photoshop、Excel、PowerBI 等工具的运用；

(5) 掌握色彩搭配、图片处理、图片美化的知识；

(6) 掌握使用数码相机等工具拍摄产品照片，使用软件处理产品图片的知识；

(7) 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；

(8) 掌握基于平台的电商直播知识，短视频拍摄与制作知识；

(9) 熟知电子商务法律、商务谈判等专业知识；

(10) 掌握分析处理电子商务平台的用户行为数据、销售数据、库存数据的知识；

(11) 掌握与客户沟通、与团队成员沟通，提高沟通效率的知识与技巧。

3. 能力目标

(1) 具备基本的 SEO/SEM/信息流推广能力；

(2) 具备良好的摄影技术及文字编排能力；

(3) 具备 photoshop、Excel、PowerBI 等软件的使用能力；

(4) 具备对企业宣传产品进行视觉设计的能力；

(5) 具备电商平台运营管理能力，能进行基本数据分析、数据可视化；

(6) 具备新媒体推广能力，会进行公司网站及品牌的网络推广；

(7) 具备电商直播活动策划、脚本撰写、数据分析能力；

(8) 具有绿色低碳理念，具有适应产业数字化发展需求的能力；

(9) 具有良好的学习能力、表达沟通能力和团队合作精神；

(10) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

六、课程设置及要求

（一）课程设置

本专业的课程主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家相关文件规定，本专业开设思想道德与法治、毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、航天精神与航天文化、形势与政策、军事理论、军事训练、体育、信息技术、就业指导与职业发展、创新创业教育、心理健康教育、中国传统文化概况、劳动教育、英语、高等数学等 16 门公



共基础必修课程。

开设中国共产党党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、遨游电世界、航空航天概论、生活中的大数据思维、大学美育、趣味编程、钢笔淡彩、体育与健康、多媒体软件制作等 12 门公共选修课。

2. 专业课程

(1) 专业基础课包括：企业管理基础、数据可视化、商务数据分析、市场调查

(2) 专业核心课包括：网店运营、商品拍摄与处理、网络营销、数字营销、零售门店 O2O 运营

(3) 专业拓展（或选修）课包括：直播营销、商务谈判与推销技巧、交流与沟通技巧、跨境电商实务

(4) 实践教学环节（实习实训课程）包括：互联网销售综合实训、毕业设计、岗位实习

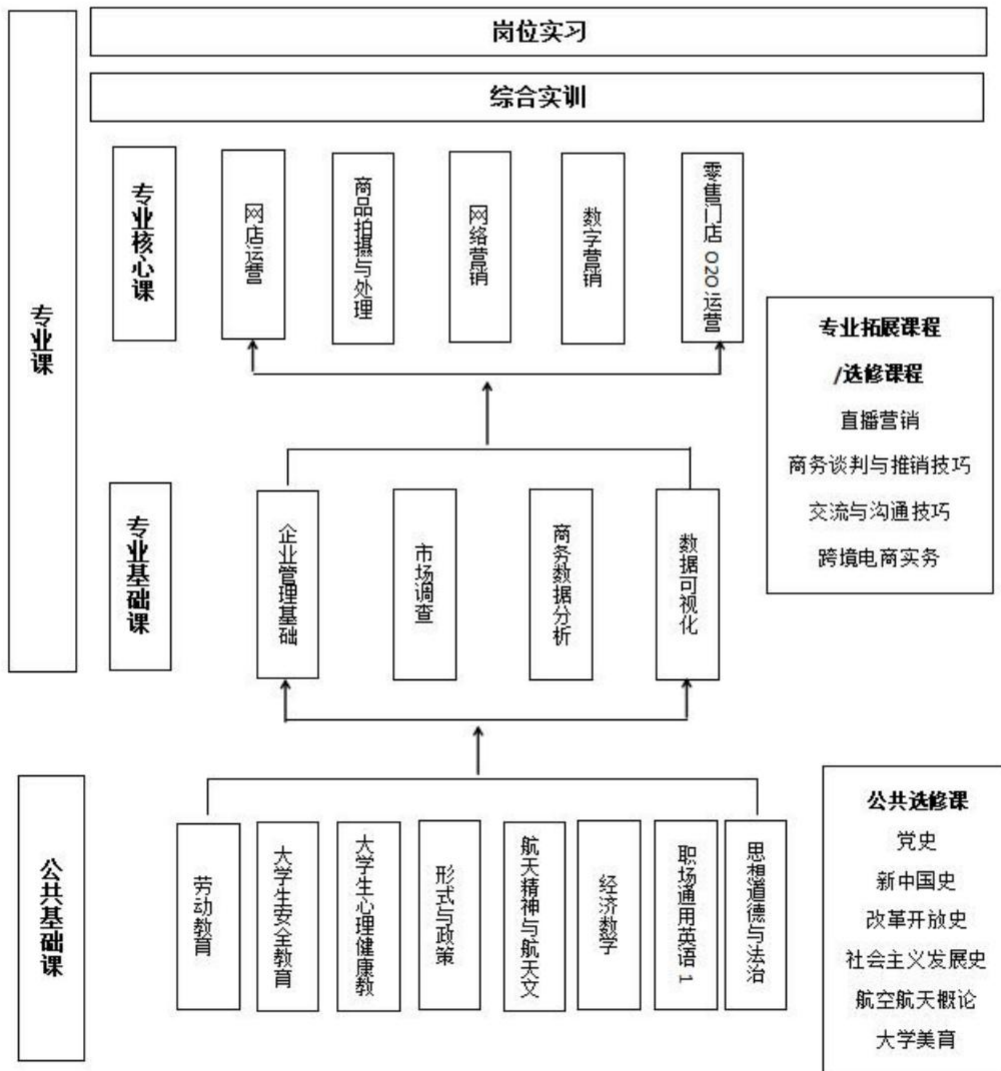


图 1 课程结构图

(二) 课程内容及要求

1. 公共基础课程



(1) 公共基础必修课

序号	课程名称	课程目标、主要内容和教学要求
1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 (32 学时/2 学分)	<p>课程目标: 准确的把握马克思主义中国化进程中形成的理论成果; 对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加深刻的认识; 对中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更透彻的理解; 对运用马克思主义立场、观点和方法分析问题和解决问题能力的提升有更加切实的帮助, 不断提高政治理论素养和思维能力;</p> <p>主要内容: 本课程全面系统展示了毛泽东思想的主要内容和历史地位; 阐述邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观各自形成的社会历史条件、形成发展过程、主要内容和历史地位; 阐述习近平新时代中国特色社会主义思想。</p> <p>教学要求: 课堂教学与课外读书相结合, 特别重点强调增加“红色经典”阅读; 课堂专题教学与课后服务相结合。社会实践教学改革, 建立实践教学基地, 参观考察, 网络实践及课后社会调查等方式。最终目标提高学生运用马克思主义的思维观点分析问题解决问题, 提高大学生自身的道德修养、职业关键能力等综合素质, 实现大学生的全面发展。</p>
2	习近平新时代中国特色社会主义思想概论 (48 学时/3 学分)	<p>课程目标: 旨在帮助大学生深入学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求, 进一步增强大学生的“四个意识”, 坚定“四个自信”, 做到“两个维护”。</p> <p>主要内容: 本课程主要讲授中国共产党把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合产生的最新理论成果, 重点包括习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、坚持和发展中国特色社会主义总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、实现中华民族伟大复兴的重要保障、中国特色大国外交、坚持和加强党的领导。</p> <p>教学要求: 以教材为根, 以学生为本, 注重课堂教学设计, 强化实践教学, 组织学生讨论, 提高分析问题、解决问题的能力, 组织学生积极参与思政课学习竞赛活动, 提升学生的理论水平和思想境界。</p>
3	形势与政策 (24 学时 /0.6 学分)	<p>课程目标: 了解国家政策以及国际和国内形势, 开拓视野、构建科学合理的知识体系, 培养关心时事政策的良好意识; 能够正确认清社会形势, 领会党的路线方针政策, 培养学生敏锐的洞察力和深刻的理解力, 提高学生的理性思维能力和社会适应能力。</p> <p>主要内容: 本课程主要学习党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验; 党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施; 对当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势和我国的对外政策, 世界重大事件及我国政府的原则立场; 马克思主义形势观、政策观。</p> <p>教学要求: 认真研读、领会教材内容和教育部颁发的教学要点, 并且紧密围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想, 把坚定“四个自信”贯穿教学全过程。注重考核学生对马克思主义中国化最新成果的掌握水平, 考核学生对新时代中国特色社会主义实践的了解情况。</p>
4	大学生心理健康教育	<p>课程目标: 了解心理健康常识、能全面正确认识自我, 掌握常见的情绪调节方法, 有效处理人际沟通中的差异和冲突, 掌握人际交往技巧,</p>



	(32 学时/2 学分)	<p>树立健康的恋爱观和性观念，能正确应对压力，提高挫折承受能力和生命韧性。</p> <p>主要内容：本课程主要学习心理健康的概念、标准，心理异常的识别，正确认识心理咨询，我校心理健康教育资源介绍；情绪的概念、意义及功能，大学生常见情绪困扰，如何正确表达情绪和管理情绪；人际关系的建立及发展过程，大学生人际交往技能培养；沟通的要素及内在过程，有效沟通的原则及基础，正确处理沟通中的差异和冲突。</p> <p>教学要求：通过本课程的学习学生应能够正确地认识自我，并愉快地接纳自己，了解自己的优点和不足，从而更好地完善自己。学生能够感受到学习知识的乐趣，并掌握一些学习的策略，从而更加主动地去学习。学生通过激发广泛的情趣和引导学生自觉锻炼健康的体魄，享受高质量的家庭生活，从而更加快乐地生活。</p>
5	劳动教育 (16 学时/1 学分)	<p>课程目标：理解劳动教育的内涵、特征及意义。了解当前劳动教育的主要途径和措施。</p> <p>主要内容：本课程主要学习劳动教育的内涵、特征。</p> <p>教学要求：通过教与学，提升大学生的劳动意识，使其在态度、知识和技能三个层面达到相应的目标。</p>
6	航天精神与 航天文化 (16 学时/1 学分)	<p>课程目标：通过全面介绍航天领域知识、发展历程及国家相关政策，培养学生的航天情怀与高尚品质，提升其综合素质。课程不仅注重理论与实践的结合，还融入了思政元素，旨在增强学生的社会责任感与使命感，为国家的航天事业和现代化建设培养具有坚定理想信念、扎实专业知识及优秀综合素质的优秀人才。</p> <p>主要内容：该课程全面覆盖航天基础、精神文化、未来展望及思政教育，旨在通过理论与实践结合，培养学生航天情怀、高尚品质与综合能力。</p> <p>教学要求：理论实践结合，注重思政融入，培养航天情怀与素养。</p>
7	大学生安全 教育 (36 学时/2 学分)	<p>课程目标：理解安全教育的内涵、特征及意义。了解当前安全教育的主要途径和措施。掌握基本的安全知识，包括生活安全、交通安全、网络安全、心理安全等方面的知识，提高学生的安全素养。掌握大学生如何提高自身的安全防范意识。</p> <p>主要内容：本课程主要学习安全教育的内涵、特征。日常生活安全教育，包括防触电、防煤气中毒、防火、家务劳动安全、饮食卫生安全等。网络与公共安全，避免网络诈骗，交通与旅游安全，确保在旅途中的人身和财产安全。同时关注学生的心理健康，提供必要的心理安全教育和应对策略。</p> <p>教学要求：通过教与学，使学生理解安全问题的社会、校园环境，了解安全问题的基本内容和分类知识以及安全保障的基本知识。提升大学生的安全防范意识，使其在态度、知识和技能三个层面达到相应的目标。</p>
8	职业发展与 就业指导 (16 学时/1 学分)	<p>课程目标：能够全面掌握职业的基本知识，为符合职业要求做准备。全面了解面试的考核内容和必要的面试的技巧；了解大学生就业形势和现行政策。运用职业测评系统，进行自我认知，了解个人优势和不足，合理定位并做好职业生涯规划。</p> <p>主要内容：本课程主要学习职业与职业生涯规划设计，职业的特征和</p>



	<p>发展趋势、职业生涯规划的基本步骤；人职匹配和职业测评的方式方法，职业兴趣与气质性格以及价值观的常用测评工具使用；我国就业形势与政策对就业影响的优势和劣势。</p> <p>教学要求：理解当前高校毕业生的就业形势，包括对整体就业市场、不同专业领域的就业趋势和特点等方面的了解。求职材料准备的基本要求，包括简历撰写、求职信写作、面试准备等内容。学生需要了解就业信息的特性和作用，以及如何获取、整理和使用就业信息。</p>
--	---

(2) 公共基础选修课

序号	课程名称	课程目标、主要内容和教学要求
1	党史 (16 学时 /1 学分)	<p>课程目标：了解中国共产党的建立和发展历程，系统把握中国共产党领导中国人民从站起来、富起来到强起来的奋斗历程及其内在规律，深刻领会马克思主义普遍真理与中国革命、建设、改革实践相结合的一系列重大理论成果。</p> <p>主要内容：本课程主要涵盖了中国共产党的历史上的重要人物和重大历史事件，以及中国共产党成立的重大意义，还有中国共产党领导人民进行革命和建设道路艰辛探索的历史过程及取得的重大成就等。</p> <p>教学要求：通过教学，要培养学生正确认识和评价中国共产党历史上的重要人物和重大历史事件的能力，同时也要让学生运用所学的理论知识联系实际分析问题和解决问题的能力。</p>
2	新中国史 (16 学时 /1 学分)	<p>课程目标：掌握中国近现代史的主要事件和人物的历史背景和历史意义。理解中国近现代史的进程和发展，认识现代化建设的历史经验和教训。培养学生的历史思维能力，提高历史素养和文化素质。</p> <p>主要内容：本课程主要学习中国近现代史的重大事件和人物。中国近现代史的进程和发展。现代化建设的历史经验和教训。历史素养与文化素质的培养。</p> <p>教学要求：通过本课程的学习使学生系统掌握中国近现代史的基本知识，包括主要事件、人物、进程和发展等。能够理解和分析中国近现代史中的重要问题，如现代化建设的历史经验和教训。能够提高历史素养和文化素质，具备对历史事件的独立思考能力和判断力。</p>
3	改革开放史 (16 学时 /1 学分)	<p>课程目标：旨在帮助学生正确把握中国共产党领导人民进行改革开放的历史进程及其内在的规律性，深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想，激发学生爱党爱国，勇担民族复兴大任的紧迫感和使命感。</p> <p>主要内容：本课程系统讲解党和国家改革开放理论和内容等基本知识；正确地评价改革开放中的重要人物和重大历史事件；探讨中国共产党领导人民进行改革开放道路艰辛探索的基本规律；分析总结中国共产党领导人民取得改革开放的伟大功绩和经验教训。</p> <p>教学要求：学习重大历史节点、历史事件、历史人物、历史环境、历史思想、历史影响，同时将历史与现实结合开展教学，有效提升学生的政治认同、思想认同、情感认同。</p>
4	社会主义发展史 (16 学时)	<p>课程目标：促进学生了解社会主义在磨难和淬炼中奔涌向前之路，引导学生讲信念、讲信心，树立共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想。</p>



	/1 学分)	<p>主要内容: 结合学生的需要, 围绕马克思主义理论的传播历史, 社会主义运动波澜壮阔、跌宕起伏的发展历程, 重点突出“信念”主题, 讲好“信念”的故事。</p> <p>教学要求: 学习重大历史节点、历史事件、历史人物、历史环境、历史思想、历史影响, 同时将历史与现实结合开展教学, 有效提升学生的政治认同、思想认同、情感认同。</p>
5	<p>创新创业教育 (32 学时 /2 学分)</p>	<p>课程目标: 了解创新创业的基本知识和理论, 掌握创新创业的基本流程和方法, 理解创新创业的法律法规和相关政策。具备创新创业的各项能力, 包括批判性思维、洞察力、决策力、组织协调能力和领导力等。</p> <p>主要内容: 本课程主要学习创业的概念、要素、特征等, 使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识。创新创业基本流程和方法: 包括商业模式开发的过程、策略及技巧等, 创新创业的基本流程和方法。创新创业法律法规和相关政策。</p> <p>教学要求: 通过本课程的学习, 使学生系统掌握创新创业的基本知识和理论, 能够理解和分析创新创业中的重要问题。具备必要的创新创业能力, 能够应用所学知识和理论进行实践操作。熟悉创新创业的基本流程和方法, 能够掌握创业过程中的关键步骤。</p>

2. 专业课程

(1) 专业基础课

序号	课程名称	课程目标、主要内容和教学要求
1	<p>企业管理实务 48 学时 3 学分</p>	<p>课程目标: 掌握企业管理的基本知识、掌握管理的基本技能以及使用管理的基本工具和软件; 能够应用计划、组织、领导、控制或创新等融合到企业的经营管理、营销管理、生产管理、人力资源管理、财务管理、创业管理等具体实务活动中。</p> <p>主要内容: 本课程主要学习企业的组建, 企业战略的确定, 企业组织结构设置, 企业人力资源管理, 企业生产运作管理, 企业物流与供应链管理, 企业市场营销管理, 企业质量管理。</p> <p>教学要求: 以任务驱动的项目教学模式, 对于知识部分的教学主要采用案例分析、启发引导、辩论讨论、自主学习等方法, 对于项目任务部分的教学主要采用实地调查、角色扮演、汇报交流、体验实战等方案进行。教学项目尽可能来自企业, 使教学内容能充分体现工学结合。</p>
2	<p>商务数据分析 48 学时 3 学分</p>	<p>课程目标: 掌握数据分析原理、方法和工具, 能够解读商务数据, 洞察市场趋势, 优化决策过程, 提升业务绩效, 助力企业实现精准策略制定与高效运营管理。</p> <p>主要内容: 本课程主要学习商务数据分析理论基础、办公自动化软件 Excel 的常用分析工具和分析方法、商务数据分析模型等方面, 培养逻辑思维与创新能力。</p> <p>教学要求: 强调项目式学习, 结合真实案例, 注重数据分析技能的培养。通过任务驱动, 让学生在实践中学习, 理实一体, 学做合一。注重培养学生的团队协作与沟通能力, 以及职业素养, 为未来的商务数据分析工作打下坚实基础。</p>



3	数据可视化 48 学时 3 学分	<p>课程目标: 掌握掌握数据收集、处理与转换的基本技能,能够熟练运用各类可视化工具和技术,将复杂的数据信息转化为直观、易懂、富有洞察力的视觉图表和图像,从而有效传达数据背后的故事与趋势,辅助决策制定与问题发现。。</p> <p>主要内容: 本课程主要介绍数据可视化的概念、意义及基本原则,随后深入学习常用工具如 Power BI、Python 等,并探讨静态、交互及动态可视化技术。此外,课程还着重于图表设计原则与技巧,包括颜色、标签、比例等要素的处理,以及数据清洗与预处理的重要性。</p> <p>教学要求: 课程强调实践与应用,通过项目式、任务式、案例式、情景化等多种教学模式,全面提升学生的数据可视化能力,要求学生参与实际的数据可视化项目,通过完成具体的任务来掌握数据处理、图表设计与分析技能;同时,通过丰富的案例分析,学生将学习到不同领域和行业中的数据可视化应用实践;此外,情景化教学将模拟真实的工作环境,让学生在解决实际问题的过程中,深入理解数据可视化的原理与技巧。。</p>
4	市场调查 48 学时 3 学分	<p>课程目标: 使学生全面掌握市场调查的基本概念、原理、方法及流程,从设计调研方案、编制调查问卷到数据分析与报告撰写,每一步都能熟练运用。学生将能够根据不同需求进行市场信息的收集与分析,运用抽样、统计等方法确保数据的准确性,并最终形成具有指导意义的调查报告,为企业决策提供科学依据。</p> <p>主要内容: 涵盖了市场调查的全方位知识和技能,包括市场环境的分析、消费者需求的调研、市场供给的评估、市场营销因素的考察以及市场竞争情况的分析。学生将学习如何设计有效的调查方案,编制科学合理的调查问卷,运用多种调查方法收集数据,并通过统计分析技术处理数据,最终撰写出具有指导意义的调查报告。</p> <p>教学要求: 本课程注重实践与理论的深度融合,通过项目式教学,学生将课程内容转化为可操作的现实工作任务,任务式教学则以明确的任务为导向,驱动学生主动学习,通过完成任务来掌握市场调查的知识与技能。案例教学则通过引入真实或模拟的市场调查案例,让学生在分析、讨论和解决问题的过程中,提升解决实际问题的能力,通过模拟真实市场环境和调查场景,让学生在实践中体验和学习的市场调查的技巧和方法。</p>

(2) 专业核心课

序号	课程名称	课程目标、主要内容和教学要求
1	网店运营实务 80 学时 5 学分	<p>课程目标: 掌握网店运营的基本知识和技能,包括网店开设、商品管理、营销推广、客户服务等各个环节的操作流程和方法。通过系统学习,学生能够熟练运用各种电商平台工具,有效管理网店运营过程中的各项事务,制定并执行有效的营销策略,提升网店的曝光率和转化率。培养学生网店运营推广技能,考取 1+X 证书。</p> <p>主要内容: 本课程主要学习网店开设的基本操作、商品拍摄与发布、店铺装修与设计、营销推广策略的制定与执行、客户服务与管理、市场分析、选品采购、定价策略、订单处理与物流配送等运营知识,</p>



		<p>以及 SEO 优化、SEM 优化、信息流优化网店推广技巧。</p> <p>五新内容：新规范 各大电商平台不断推出新的运营规范和政策，如商品发布规范、售后服务规范、广告推广规范等。课程会及时更新这些规范，确保学生掌握最新的运营要求和标准。</p> <p>课程还会涉及与电子商务相关的法律法规和行业标准，如消费者权益保护法、电子商务法、网络交易管理办法等。这些规范对于保障消费者权益、维护市场秩序具有重要意义，课程会引导学生了解并遵守这些规范。</p> <p>附研报链接如：</p> <p>教学要求：强调项目式、任务式、案例式和情景化教学方法的综合运用，旨在通过实际项目操作、任务完成、案例分析以及模拟情景演练，使学生深入理解和掌握网店运营的各个环节，培养实践能力和问题解决能力。</p>
2	商品拍摄与处理 48 学时 3 学分	<p>课程目标：掌握商品拍摄的基本概念、技巧及后期处理方法，能够独立完成商品拍摄并处理图片，以展示商品的外观、特点和质量，为电商销售提供高质量的产品展示。</p> <p>主要内容：主要学习商品拍摄的基础知识与技巧、图片处理的方法与技能两大方面。课程首先介绍商品拍摄的基本原则、设备使用、拍摄技巧及后期处理流程，包括单反相机的设置、摄影棚灯光的布置、拍摄环境的构建、以及如何利用 Photoshop 等软件进行图片的精修和优化。</p> <p>五新内容：新技术 新规范 课程会教授学生如何利用最新的拍摄技术，如 HDR（高动态范围）拍摄、微距拍摄、夜景拍摄等，来捕捉商品的细节和特色。同时，还会介绍如何运用不同的拍摄角度、光线和构图技巧，来展现商品的魅力和价值。</p> <p>课程会介绍商品拍摄与处理行业标准和规范，如图片的尺寸、分辨率、色彩模式等要求，以及拍摄过程中的注意事项和禁忌。商品拍摄的版权和法律问题也是不可忽视的，课程会强调版权意识的重要性，并介绍相关的法律规范和案例。</p> <p>附研报链接如：</p> <p>教学要求：强调实践性、操作性和情境体验性，通过项目式、任务式、案例式和情景化教学方法的综合运用，使学生能够在真实或模拟的商务环境中，系统地掌握商品拍摄与后期处理的理论知识和实操技能。课程应设计具有实际应用价值的项目任务，结合典型商品拍摄与处理案例，让学生在完成具体任务的过程中，深入理解商品摄影的构图、光线运用、色彩管理以及后期处理技巧，从而提升学生的综合实践能力和职业素养。</p>
3	数字营销 48 学时 3 学分	<p>课程目标：掌握数字营销的核心理论、技术和工具，包括搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销（SMM）、电子邮件营销（EDM）、内容营销（Content Marketing）等，以及相关的数据分析方法和工具。能够独立进行市场分析，理解目标受众的行为和需求，制定并执行有效的数字营销策略。熟练运用各种数字营销平台和技术，进</p>



		<p>行品牌推广、产品促销和客户关系管理。</p> <p>主要内容：包括数字营销的基础理论、核心技术和应用实践。首先，课程将介绍数字营销的基本概念、发展历程以及在现代营销中的重要性。其次，课程将详细讲解搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎营销（SEM）、社交媒体营销（SMM）、内容营销等数字营销的核心技术，包括其原理、方法和最佳实践。此外，课程还将涵盖数字营销中数据分析的关键角色，教授学生如何使用数据分析工具来监测和评估营销效果。最后，通过案例研究和模拟项目，学生将能够运用所学知识进行实际操作，提高数字营销策略的制定和执行能力。</p> <p>五新内容：新技术</p> <p>课程会教授如何收集和分析用户数据，构建精细化的用户画像，为个性化营销提供支持。同时，利用大数据挖掘技术分析市场历史数据，预测未来市场趋势和消费者需求。</p> <p>随着社交媒体和短视频平台的兴起，课程会详细介绍如何利用这些平台进行品牌推广和用户互动，如通过短视频和直播展示产品特点，与网红、意见领袖合作等。</p> <p>附研报链接如：</p> <p>教学要求：强调实践与应用，通过项目式、任务式、案例式和情景化教学相结合的方式，使学生能够在真实的营销环境中学习和应用数字营销技术。课程要求学生参与具体的数字营销项目，通过完成实际任务来掌握数字营销的核心技能；同时，通过案例分析和讨论，深入理解数字营销的实际应用和挑战；情景化教学则模拟真实的营销场景，让学生在模拟环境中进行角色扮演和策略制定，提高应对复杂营销问题的能力。</p>
4	<p>网络营销 48 学时 3 学分</p>	<p>课程目标：掌握网络营销的基本理论、策略与工具，能够独立完成市场分析、营销策略的制定与执行，熟练运用各种网络营销手段进行品牌推广和销售增长，同时培养学生的创新思维和团队协作能力。</p> <p>主要内容：内容涵盖网络营销的全方位知识，包括网络营销的基本概念、市场定位、平台建设、产品推广、方案策划与实施以及效果评估与优化等方面。学生将学习网络营销的基本理论，了解网络市场环境，掌握网络营销平台的建设技巧，学习网络产品的在线推广方法，并能够独立策划和实施网络营销方案。同时，课程还注重培养学生的实际操作能力，包括网络营销效果评估与优化的技能，以及运用各种网络营销工具和方法进行品牌推广和销售增长的能力。</p> <p>五新内容：新技术 新规范</p> <p>新的营销平台和技术不断涌现。课程会关注并介绍这些新兴平台和技术，如短视频平台（抖音、快手）、直播营销、小程序营销、AI 智能推荐等。这些新技术和平台为网络营销提供了更多的可能性和创新空间。</p> <p>网络营销涉及到众多法律法规和合规要求，如广告法、消费者权益保护法、网络安全法等。课程会详细介绍这些法律法规和合规要求，帮助学生了解并遵守相关规定，避免违法违规行为的发生。</p> <p>附研报链接如：</p>



		<p>教学要求: 要求强调项目式、任务式、案例式和情景化教学的结合。课程将围绕真实的网络营销项目展开, 要求学生分组完成具体的营销任务, 如制定营销策略、实施在线推广等。同时, 课程将引入大量行业案例, 让学生通过分析案例, 深入理解网络营销的运作机制和策略应用。此外, 情景化教学将模拟真实的工作场景, 让学生在模拟环境中进行角色扮演, 提高实际操作能力和应对复杂问题的能力。</p>
5	零售门店 O2O 运营 48 学时 3 学分	<p>课程目标: 旨在帮助学生或从业者全面掌握零售门店的 O2O (线上到线下) 运营模式, 掌握 O2O 运营的基本概念与原理, 熟悉零售门店 O2O 运营的策略与技巧, 能够制定并执行零售门店 O2O 运营计划。</p> <p>主要内容: 本课程全面覆盖零售门店 O2O 运营的理论基础、实战策略与技巧, 包括线上线下融合模式、营销策略、顾客体验优化、数据分析与决策制定等关键环节, 旨在培养学生在新零售环境下的综合运营能力。</p> <p>五新内容: 新技术 新规范</p> <p>课程中会涵盖如何利用数字化手段对零售门店进行管理和运营, 包括线上商城的搭建、大数据分析、用户画像构建等。这些技术能够帮助企业更好地了解消费者需求, 优化库存管理, 提升销售效率。课程中会教授如何利用互联网营销手段, 如 SEO、SEM、社交媒体营销等, 提升零售门店的线上曝光度和转化率。</p> <p>课程会教授如何制定和执行线上线下融合运营的策略和规范, 以确保消费者在两个渠道之间能够获得一致且优质的购物体验。</p> <p>附研报链接如:</p> <p>教学要求: 通过项目式、任务式、案例式、情景化等多种教学模式, 根据课程内容设置具体的学习任务, 如市场调研、营销策划、数据分析等, 选取国内外成功的零售门店 O2O 运营案例, 鼓励学生参与完整的 O2O 运营项目, 模拟零售门店 O2O 运营的真实场景, 使学生能够在模拟真实或实际的工作环境中, 深入理解并掌握零售门店 O2O 运营的核心知识和技能。</p>

(3) 专业拓展课 (或专业选修课)

序号	课程名称	课程目标、主要内容和教学要求
1	直播营销 48 学时 3 学分	<p>课程目标: 旨在让学生掌握直播营销的基本理论、策略和方法, 数字营销的关键知识和技能, 内容创作与传播的技巧, 以及如何通过多种渠道有效传播直播内容, 让学生能够熟练运用直播技术进行产品推广和品牌建设, 通过数据分析优化直播营销策略, 建立和维护与观众的良好关系, 遵守相关法律法规。</p> <p>主要内容: 涵盖了直播营销的基本概念、特点和发展趋势, 介绍了主流直播平台的运营规则和操作流程, 同时详细讲解了直播营销策略的制定、内容策划、受众分析以及互动设计技巧。课程还通过实战案例分析, 让学生了解成功的直播营销操作方法和策略, 并探讨直播营销未来的发展趋势和挑战。</p> <p>教学要求: 注重实践与理论相结合, 通过项目驱动、任务导向、案例分析以及情景模拟等多种教学方法, 使学生能够在模拟或真实的</p>



		直播环境中进行学习和实践。学生将被要求参与直播项目的规划与实施，承担具体任务，以锻炼其实际操作能力；通过分析行业案例，学习成功经验和策略；在模拟的直播场景中，进行角色扮演和互动实践，以加强沟通技巧和应变能力。
2	交流与沟通技巧 48 学时 3 学分	<p>课程目标：旨在让学生掌握有效的倾听、表达和反馈技巧，能够清晰、自信地沟通，并在复杂环境中解决沟通难题，提升人际交往能力。</p> <p>主要内容：聚焦于培养学生全面而深入的沟通能力。课程不仅详细讲解了沟通的基础理论，还着重训练学生的倾听、表达和反馈技巧，使学生能够准确理解他人，清晰表达自己的观点，并给予有效的反馈。</p> <p>教学要求：旨在通过项目式、任务式、案例式和情景化教学，全面提升学生的沟通实践能力。学生需参与实际沟通项目，通过完成任务来锻炼沟通技巧；分析真实案例，学习解决沟通难题的策略；在模拟的情境中角色扮演，体验不同沟通场景的挑战。</p>
3	商务谈判与推销技巧 48 学时 3 学分	<p>课程目标：掌握商务谈判的基本原则、策略与技巧，能够熟练运用这些技能进行有效的商务洽谈和成功推销产品或服务。</p> <p>主要内容：课程介绍了商务谈判的基础理论、原则与策略，包括谈判前的准备、谈判中的沟通技巧、谈判策略的选择与运用，以及谈判后的跟进与维护。其次，课程详细讲解了推销技巧，包括目标市场的分析、顾客需求的识别、产品展示与演示、异议处理与成交技巧等。此外，课程还强调了商务谈判与推销中的礼仪规范，如着装、言谈举止等，以提升学生的职业素养。</p> <p>教学要求：注重实践应用，通过项目式、任务式、案例式和情景化教学，使学生能够在真实或模拟的商务环境中锻炼和提升商务谈判与推销能力。学生需参与实际商务谈判项目，完成推销任务，分析典型案例，并在模拟场景中模拟谈判与推销过程，从而深入理解并掌握商务谈判与推销的核心技巧与策略。</p>
4	跨境电商实务 48 学时 3 学分	<p>课程目标：掌握跨境电商的基本概念、原理及其运营模式，跨境电商的核心业务技能，跨境电商的法律法规和税收政策，能够熟练运用跨境电商平台，独立设计跨境物流方案，进行海外市场调研，制定并执行有效的跨境电商营销策略，处理跨境电商中的订单、物流、支付等问题，提升客户满意度和忠诚度。</p> <p>主要内容：课程将系统介绍跨境电商的基本概念、发展历程、主要模式以及当前市场的现状与趋势。深入讲解跨境电商平台的选择与运营策略，详细介绍跨境电商物流体系，包括国际物流方式、运费模板设置、海外仓储等关键要素。在店铺营销推广方面，教授制定有效的推广方案、运用搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销（SMM）等手段提升店铺曝光度和销售额。</p> <p>教学要求：要求注重实践性和应用性，通过项目式、任务式、案例式和情景化教学相结合的方式，使学生能够在真实或模拟的跨境电商环境中学习与实践，完成实际运营任务，通过分析真实案例，学生能够深入理解跨境电商的运作机制和问题解决方案。情景化教学将模拟跨境电商的各类场景，让学生在角色扮演中体验并学习如何</p>



	与客户、供应商等各方进行有效沟通。
--	-------------------

(4) 实践教学环节

序号	实践环节名称	主要内容、课程目标和教学要求
1	互联网销售综合实训 30 学时 1 学分	<p>课程目标：使学生全面掌握互联网销售的核心理念与关键技能，并能够在实践中熟练运用。学生需掌握互联网销售的基本概念和策略，熟悉各类营销工具的使用，能够分析市场趋势与竞争对手，精准定位目标受众，并制定和执行有效的网络营销计划。同时，学生还需能够运用数据分析工具对营销活动进行监测与优化，确保销售活动的精准高效。</p> <p>主要内容：课程涵盖基础、市场分析、营销策略、计划执行、数据分析及实战模拟，旨在培养学生全面掌握互联网销售技能，从市场分析到策略制定，再到执行与优化，通过实战模拟提升综合能力，</p> <p>教学要求：课程通过模拟真实商业环境，设置具体项目任务，让学生在实践中掌握互联网销售的核心技能。通过案例分析，学生能够深入理解市场趋势、策略运用及问题解决方法。同时，情景化教学使学生置身于真实的销售场景中，通过角色扮演、团队协作等方式，提升实际操作能力和应变能力。这种教学模式旨在培养学生的综合素质，使其具备在互联网销售领域中的竞争力和创新能力。</p>
2	毕业设计 240 学时 8 学分	<p>课程目标：培养学生综合运用所学专业知识和技能解决实际问题的能力，使学生能够对所学知识进行系统整合和深化。锻炼学生独立开展研究和项目设计的能力，包括调研、分析、设计、实施和评估等全过程。</p> <p>主要内容：</p> <p>选题：学生根据自己的兴趣、专业方向和社会需求，在教师的指导下确定毕业设计题目。</p> <p>文献调研：广泛收集与课题相关的国内外研究资料，了解课题的研究现状和发展趋势。</p> <p>方案设计：根据课题要求和调研结果，制定合理的研究或设计方案，包括技术路线、实验方法、预期成果等。</p> <p>实验研究或设计开发：按照设计方案进行实验、计算、分析或系统开发等工作。</p> <p>结果分析与讨论：对实验结果或设计成果进行深入分析，与预期目标进行对比，讨论存在的问题和改进措施。</p> <p>撰写毕业设计报告：按照规范的格式和要求，撰写详细的毕业设计报告，包括摘要、引言、正文、结论、参考文献等部分。</p> <p>教学要求：</p> <p>学生认真撰写毕业设计报告，语言表达准确、流畅，图表清晰、规范，数据真实、可靠。指导教师应认真履行职责，为学生提供必要的指导和帮助，定期检查学生的工作进度和质量。学校应建立严格的毕业设计评审和考核机制，确保毕业设计的质量和水平。</p>
3	顶岗实习 480 学时 16 学分	<p>课程目标：使学生将在学校所学的专业知识和技能应用到实际工作中，实现理论与实践的有机结合。培养学生独立工作的能力，提高解决实际问题的水平。让学生熟悉所在岗位的工作流程和职业规</p>



	<p>范，适应职场环境。引导学生树立正确的职业价值观和职业道德观，增强职业素养。</p> <p>主要内容：工作岗位实践：学生在企业的具体岗位上，按照企业的要求和标准完成工作任务。</p> <p>职业技能提升：在实践中不断提升专业技能，如操作技能、沟通技能、管理技能等。职场文化体验：了解企业的文化、价值观，适应企业的工作氛围和团队协作方式。</p> <p>教学要求：学生需严格遵守实习企业的规章制度，服从企业的工作安排和管理。认真履行岗位职责，积极主动地完成工作任务，保证工作质量。定期向学校指导教师汇报实习进展，虚心接受教师的指导和建议。</p>
--	--

七、教学进程总体安排

（一）教学周安排表

活动名称	学期				合计	备注
	一	二	三	四		
入学教育					0	
军训					0	
理论教学	18	17	10	-	45	
综合实训 生产性实训	0	1		0	1	
认识实习					0	
岗位实习				16	16	
毕业教育			8	1	9	
考试周	1	1	1		3	
机动周	1	1	1	3	6	
合计	20	20	20	20	80	



(二) 教学计划（进程）表

重庆航天职业技术学院高等职业教育

2024级电子商务（二年制）专业教学计划进程表													
课程类别	课程代码	课程名称	课程类别	考试/考查	学分	课程学时	理论学时	实践学时	学期（理论教学周数） 学期总课时数				开课部门
									1	2	3	4	
公共基础 必修课程	11020010	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	考查	2	32	24	8		32			马克思主义学院
	11030010	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	必修	考查	3	48	48		48				马克思主义学院
	00010017	形势与政策1	必修	考查	0.5	8	8		8				马克思主义学院
	00010018	形势与政策2	必修	考查	0.5	8	8			8			马克思主义学院
	00010019	形势与政策3	必修	考查	0.5	8	8				8		马克思主义学院
	00010022	航天精神与航天文化	必修	考查	1	16	16			16			马克思主义学院
	00021078	大学生安全教育	必修	考查	2	32	12	20	16				武装部
	00010005	职业发展与就业指导	必修	考查	1	16	16					16	就业处
	00010025	劳动教育	必修	考查	1	16	16		16				学生处
	00021087	大学生心理健康教育	必修	考试	2	32	32		32				学生处
	10030014	经济数学	必修	考试	3	48	40	8	48				基础学科部
	10040002	职场通用英语1	必修	考试	4	64	48	16	48				基础学科部
	00010006	国家安全教育	必修	考查	1	16	16		16				
公共基础必修课小计					21.5	344	292	52	216	56	8	16	
公共选修课程	创新创业教育模块		限选	考试/考查	2	32	12	20	/				教务处
	科学与人文素质模块		任选	考试/考查	2	32	12	20	/				教务处
应修公共选修课小计					4	64	24	40					财经商贸学院
专业基础 课程	03031192	企业管理基础	必修	考试	3	48	24	24	48				财经商贸学院
	03031215	市场调查	必修	考试	3	48	24	24	48				财经商贸学院
	03031216	商务数据分析	必修	考试	3	48	24	24		48			财经商贸学院
	03031217	数据可视化	必修	考查	3	48	24	24			48		财经商贸学院
专业基础课小计					12	192	96	96	96	48	48	0	
专业核心 课程	03051019	网店运营	必修	考试	5	80	40	40	80				财经商贸学院
	03031218	商品拍摄与处理	必修	考试	3	48	24	24	48				财经商贸学院
	03031188	网络营销	必修	考试	3	48	24	24		48			财经商贸学院
	03041076	数字营销	必修	考试	4	64	32	32		64			财经商贸学院
	03031219	零售门店O2O运营	必修	考试	3	48	24	24		48			财经商贸学院
专业核心课小计					18	288	144	144	128	160	0	0	
专业拓展 (选修) 课程	03031190	直播营销	必修	考试	3	48	24	24		48			财经商贸学院
	03031220	商务谈判与推销技巧	必修	考查	3	48	24	24			48		财经商贸学院
	03031191	跨境电商实务	选修	考查	3	48	24	24		48			财经商贸学院
	03031221	交流与沟通技巧	选修	考查	3	48	24	24		48			财经商贸学院
应修专业拓展（选修）课小计					9	144	72	72	0	96	48	0	
实践教学 环节	03011026	互联网销售综合实训	必修	考查	1	30		1W		1W			财经商贸学院
	03041069	毕业设计（电子商务2年制）	必修	考查	4	120		4W			4W		财经商贸学院
	03161010	顶岗实习（电子商务）	必修	考查	16	480		16W				16W	财经商贸学院
实践教学环节小计					21	630	0	21W	0	1W	4W	16W	
素质拓展教育					6.0				至少取得6学分				学生处
合计					91.5	1662	628	1034	440	390	224	496	



八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

专业拥有专任教师 10 人，专职教师 5 人，兼职教师 5 人，其中副教授 6 人，讲师 4 人，硕士 10 人。双师素质教师 10 人。另外还经常邀请企业教师入校开展专题讲座和课程实践指导。

专兼职教师数量与结构

职称结构	副教授（高级工程师）	讲师（助教）
	6（60%）	4（2%）
学历结构	硕士	本科
	10（80%）	0（-）

2. 专任教师

专任教师具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务、管理科学与工程、工商管理等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外电子商务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

1. 专业教室

教学要求在理论实践一体化教室（多媒体教室）完成，以实现“教、学、做”合一，要求实验室具备各类移动设备并能安装软件运行环境，提供快速运行软件环境，还要求安装多媒体教学软件，方便下发教学任务和收集学生课堂实践任务。同时，成立学习小组，实践课堂讨论、时间和课外的拓展学习。



教室类别	主要设备	座位数	教室数
多媒体教室	白板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、互联网接入环境	50	
智慧教室	智慧电脑、投影设备、音响设备、互联网接入环境	50	

2. 校内实训室

根据专业课程设置，按课程实践课程内容，配置相应的实践教学条件。按实践教学班人数不高于 50 人/班建设实践教学条件。根据情况，可实施分组教学。

实训室名称	主要功能	主要设备、规格、数量	面积	工位数
网店运营推广实训室	实训室支持网店运营、商务数据分析、跨境电商实训等课程的教学与实训	服务器、计算机、投影设备、白板、网络接入环境，可运行 Chrome、Firefox、Safari 等常用浏览器	80	50
商品拍摄实训室	实训室支持商品拍摄与处理、销售管理实务等课程的教学与实训	服务器、计算机、投影设备、白板、网络接入环境，可运行 Chrome、Firefox、Safari 等常用浏览器	100	55
直播营销实训室	实训室支持直播营销、网络营销实务等课程的教学与实训	直播设备、服务器、网络接入环境	30	10
电子商务服务中心	实训室支持市场调查、电子商务技能大赛等课程的教学与实训	服务器、计算机、网络接入环境，可运行 Chrome、Firefox、Safari 等常用浏览器	50	20

3. 校外实习（实训）基地

能够提供开展电子商务专业相关实习实训活动，实习设施齐备，实训岗位实训指导教师确定，实习管理及实施规章制度齐全。建立与本专业紧密联系的校外实习基地数量或规模，能够满足专业学生校外实习实训需求。

基地名称	主要功能和作用	接收人数
重庆网商协会	提供实习基地和条件	20
成渝 RCEP 跨境贸易中心	提供实习基地和条件	20
重庆金夫人儿童天堂	提供实习基地和条件	20

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用高等职业院校规划教材中的优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选教材。

2. 图书文献配备基本要求 图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工



作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：软件技术政策法规、有关职业标准，有关软件技术的实务案例类图书和两种以上软件技术专业学术期刊。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

1. 引入“慕课”和“翻转课堂”的教学手段

建成“云端+移动端”课程体系，形成“慕课+翻转课堂”的课程教学模式。翻转课堂的实施使得师生角色互换，教师成为学生学习的指导者与帮助者；使得教学目标更加注重过程、方法以及情感、态度与价值观。翻转课堂更多地采用讨论法与探究法，这些方法针对特定问题，刺激学生思考与交流，使学生获得多元化的思维空间，从而培养其情感、态度与价值观。而慕课实现了包括学习进度管理、在线交流答疑、作业批改等覆盖教学全过程的新型在线教育，教学互动性强，将极大地促进师生间的互动教学以及生生间的互动协同学习。

2. 通过“赛教结合”和“工学结合”的教学方式

职业技能大赛开创性地把高校、学生、企业、互联网商务平台进行充分整合，把企业的真实商务问题作为比赛题目，鼓励大学生主动学习，广泛参与和应用软件工具来解决企业问题。以竞赛为契机，有计划、系统地组织学生参赛，“以赛促教、以赛促学 以学促赛、以赛促训”，带动电子商务人才培养“工学结合”教学环节的开展。

3. 推行有效课堂，提高课堂教学质量

制定和完善有效课堂标准，推行专业群各专业核心课程有效课堂试点，并逐步推进专业群其它课程有效课堂认证。有效课堂的实施过程中，课堂设计富于变化，能激发学生的学习兴趣 and 积极性；能关注差异，精心设计师生互动，课堂节奏连贯紧凑，课后教学反思及时有效。

（五）学习评价

1. 考核方式：

理论与实践一体化评价。本专业大部分课程考核采用过程考核和目标考核相结合的评价方法，过程考核主要在教学过程中对学生的学习态度、操作能力、课堂讨论、作业



等情况进行的评价；目标考核是在课程结束时，对学生在知识和技能的整体掌握情况的评价。以公平地评价学生学习的效果。也使学生更注重学习过程，提高了学生学习兴趣。

2. 考核比例及要求：

(1) 平时成绩占 20%。主要包括对课堂提问、讨论、作业及单项实训等情况进行评价计分；

(2) 综合实训占 10%。采用学生自评、学生互评、教师评价方式对学生进行评价，学生提交实训报告，其中包括学生自评成绩、实训小组评定成绩，教师给出综合成绩。

(3) 期末考试成绩占 70%。采用闭卷形式，建试题库，从中抽取，并结合从业资格考试内容进行笔试。

(六) 质量管理

教学管理是在主管院长的领导下，实行学院、分院（系）两级负责，学院是教学管理的主体力量，主要通过以下形式进行：

1. 建立教学管理组织协调系统，专业教研室配合教务处、各分院（系）对日常课堂教学及教学建设工作进行管理和监控，及时解决教学中出现的问题。

2. 学院、分院（系）两级督学系统，聘请有丰富教学经验和教学管理经验的老教师与其他教学管理人员组成校院两级科学小组，实现“督教、督学、督管”。

3. 分院（系）同行教师评价系统，由分院（系）进行主讲教师的聘任，教师试讲和教学效果评价工作。

4. 学生信息员系统，聘任学生担任本专业的教学质量监督言息员，及时掌握专业的教学信息，对教学中存在的问题及时向分院（系）、学院进行反馈。

5. 教师—学生双向课堂教学效果反馈系统，每天组织学生填写《课堂教学反馈》小程序，对所有上课教师的教学效果进行反馈。同时，教师每学期应至少填写一次《课堂教学信息卡》，将课堂教学过程出现的问题（如学生的学习效果、学习风气、教学条件、教学设备的使用情况）反馈给学院督导。

6. 网络教务反馈系统，通过网络获取教学信息。

为了达到全面控制教学过程、提高教学质量的目的，进行课堂教学检查时，各类检查人员应填写相应的评估表和反馈表，及时对评估表和反馈表进行统计处理，将结果反馈给教师所在的教研室，并以适当的方式反馈给教师。每学期以分院（系）为单位，综合各种渠道的检查结果和反馈结果，采取先定量后定性的办法，对所有任课教师的教学



效果和质量进行评价。评价结果经分院（系）审核后，将结果存入教师教学工作档案，作为教师晋职、评优的重要依据。每学期，学院教务处对教学质量方面存在的共性问题采取简报、总结等形式，对存在的个性问题采取座谈会、个别交流、文字材料等形式，以随时总结经验，改进教学。

九、毕业要求

（一）学分要求

毕业前至少取得 84 学分。（其中公选课学分不低于 4 学分，素质拓展学分不低于 6 学分。）

（二）取证要求

要求获得以下职业技能证书的至少一项：

1. 教育部：“网店运营推广 1+X”证书 中级
2. 教育部：“数字营销技术 1+X”证书 中级
3. 其他职业技能证书