

电子商务专业人才培养方案（2020 级统招）

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务 专业代码：630801

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

基本修业年限 3 年，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

四、职业面向

本专业职业面向详见表 1。

表1 电子商务专业毕业生就业职业面向领域及主要工作岗位群

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)	主要岗位群或技术领域	职业技能等级证书
财经商贸大类 (63)	电子商务类 (6308)	互联网和相关服务 (64)； 批发业 (51)； 零售业 (52)	销售人员 (4-01-02)； 商务咨询服务人员 (4-07-02)；	网店运营推广； 电子商务数据分析； 数字营销；	网店运营推广

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、客户服务等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、知识和能力等方面达到以下要求。

1. 素质目标

（1）思政素养

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；

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；

以培养“家国情怀、民族自信、诚实守信、团队协作、工匠精神、铁人精神”作为思政育人要素，将思政元素如春风化雨般融入到课程内容中，使显性教育与隐性教育协调统一、同向设计，有效的完成学生“爱国主义、依法守纪、工匠精神、创新精神、职业素养”五维育人目标。

（2）文化素质

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；

（3）职业素质

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）身心素质

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；

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；

2. 知识目标

（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、安全消防等知识；

（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；

（9）掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识；

3. 能力目标

- (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、美学、伦理、计算、数据、交互、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、产品和客户等各类数据，对其进行分析与预测；
- (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

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。

（一）公共基础课程

根据党和国家有关文件规定结合我校特色情况，将思想政治理论、体育、大学生心理健康教育、军事理论教育、口语交际与实用写作、大学生创新创业、就业指导、劳动教育、办公自动化、大学英语等列入必修课。

（二）专业课程

1. 专业基础课程

专业基础课程9门，包括：软文营销、网页图像处理(PS)、电子商务基础与实务、网页图像处理(AI)、jQuery网页特效实现、手机网页设计、消费者心理学、电商设计、

电子商务案例分析、电商市场营销。

2. 专业核心课程

专业核心课程7门，包括：文案策划、网页设计与制作、网络营销、网店运营与推广、商品采集与处理、客户服务与管理、电子商务数据分析。

3. 专业拓展课程

专业拓展课程包括：C4D商品视觉设计、广告策划与创意、设计色彩等。

电子商务专业为1+X网店运营推广和新媒体技术试点单位，对应开展初级、中级认证课程，网页图像处理(PS)、电商设计、网络营销、网店运营与推广、商品采集与处理、客户服务与管理等课程。

（三）专业核心课程和主要教学内容与要求

专业核心课程主要教学内容如表 2 所示。

表 2 专业核心课程主要教学内容

序号	核心课程名称	学年\学时	教学内容	教学目标	职业能力要求
1	文案策划	2\68	根据具体要求进行不同类型网站内容策划与制作、栏目策划与制作、专题策划与制作；更新、维护网站页面内容；进行社区内容的策划与管理。	本课程的总体目标是通过本课程的学习使学生能够对淘宝运营和推广进行了深入讲解，并分享资深店主的成功经验，希望学完本课程之后能完全掌握网店的开设、运营管理、推广等，进而将网店做大做强。	（1）具有通过对软文写法的掌握，写作出具有受众吸引力的文章内容的能力； （2）具有对不同类型的电商活动文案的写作的能力； （3）具有通过准确定位微信公众平台来进行内容的策划与写作的能力； （4）具有通过对社群文案的了解，掌握确定社群文案主题，写作社群文案内容的方法。

					(5) 具有通过对进行新媒体文案写作前的调查，确定产品、平台与受众之间的关系，掌握提高新媒体文案内容吸引力的创意策略以及写作技巧的能力。
2	网页设计与制作	1\52	运用HTML、CSS等网页制作相关知识，根据产品页面需求，进行页面布局美化，进行网店的装修；应用文本、图像、多媒体等网页元素的方法，制作页面；运用各类动态效果及样式，丰富美化网页	本课程的总体目标是通过本课程各项目的实施，学生能够用HTML（超文本标记语言）和CSS（层叠样式表）设计实现一个静态网站；学生能够掌握HTML语言中的文本格式、列表、表单、层的作用；掌握表格、表单的使用方法，能够利用层设计布局网页；从而培养学生勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风，使学生具有较强的网页设计创意思维，为企业合格的网页设计师奠定坚实的基础。	(1) 能够运用网页设计的原理和理念进行网页设计； (2) 能够利用Dreamweaver实现对网页元素的控制； (3) 能够利用盒子布局原理对DIV进行合理的布局与定位； (4) 能够运用CSS样式的属性对网页元素的样式进行合理的设置； (5) 能够运用表格的相关属性和用法对网页页面进行布局； (6) 能够运用DIV+CSS对网页页面进行设计与制作； (7) 能够设计与实现各类综合网站的各个页面； (8) 能够对各类综合网

					站的各个页面进行美化 和优化； （9）能够用HTML语言完 成网站的整体连接。
3	网络营销	1\68	根据网站和网店推广 目标，筛选合理的推 广方式和新媒体营销 方法，制作页面；运 用各类动态效果及样 式，丰富美化网页	通过本课程各项目的 实践实施，使学生能够 掌握现代一种低成本、 高性价比的营销手段， 主要通过微博、微信等 平台通过“虚拟”与 “现实”的互动，建立 一个涉及研发、产品、 渠道、市场、品牌传播、 促销、客户关系等更 “轻”、更高效的营销 全链条，整合各类营销 资源，达到了以小博大、 以轻博重的营销效果； 树立科学态度及知识 产权意识，自觉依法进 行信息技术活动，为成 为一名合格的电商营 销人员打下基础。	（1）能够理解微信在微 营销中的作用； （2）能够探究微信的一 些便捷功能，利用微信与 客户交流； （3）能够使用图像 APP 软件对图片进行处理、美 化； （4）能够利用微信与辅 助软件的结合更好的推 广商品； （5）能够使用视频 APP 软件对视频进行处理、编 辑； （6）能够利用软件将图 片与视频结合更好的推 广商品； （7）能够微信进行 产品 推广及销售； （8）能够理解搜索引擎 营销的作用及设计方案； （9）能够理解网络推广 的概念、类型及设计方案 （10）能够理解网络促销

					的概念、类型及设计方案 (11) 能够理解网络营销评估的概念及方法; (12) 能够根据实际网络营销案例, 使用合适的网络营销评估工具;
4	网店运营与推广	2\60	网站(店)运营的规范与流程; 商品类型分类、编码、上架、下架; 店铺、产品和客户数据分析, 营销推广策略的制定与实施	本课程的总体目标是通过本课程的学习使学生能够对淘宝运营和推广进行了深入讲解, 并分享资深店主的成功经验, 希望学完本课程之后能完全掌握网店的开设、运营管理、推广等, 进而将网店做大做强。	(1) 能够具备一定的网络市场、商家调研与分析、规划能力; (2) 能够具备一定的产品选款、产品线布局、产品定价的能力; (3) 具有灵活扎实的应用各种推广方式和促销活动能力; (4) 能够具备较强的客户服务能力; 具备一定的订单处理和物流配送处理能力; (5) 能够具备一定的店铺效果分析能力; (6) 能够具备一定的微店、外贸网店运营能力。
5	商品采集与处理	2\102	根据摄影色彩、构图策略, 拍摄出曝光合理、主题突出的商品照片; 根据商品的特点进行创意设计, 提	通过各项目的实施, 使学生能够掌握数码相机使用方以及 Photoshop 软件的功能和应用; 能够熟练使用	(1) 能够具有符合大众群体审美的能力; (2) 能够运用数字手段进行造型表达的能力; (3) 能够掌握数码相机

			高用户关注度；运用相关软件对图片进行处理，展示从整体到局部的商品特性，突出商品卖点	数码相机对商品信息进行采集、能够运用 Photoshop 软件对商品图片进行美化与处理，主要包括设计与处理店铺网页中店招、海报、产品主图、详情页等。同时培养学生专业素养，使其具备从事电子商务专业美工类人员的职业能力。	拍摄商品的技巧与方法； （4）能够系统掌握 Photoshop 设计软件； （5）能够利用所学知识对掌握的概念及资料进行有效的分析； （6）能够熟练应用对应专业岗位的相关技术； （7）能够依据所掌握的项目设计构思、设计过程、消化所学知识并引进、吸收成自身能力进行再创造；
6	客户服务与管理	2\68	客户服务的基本技巧和客户关系管理的基本方法；客户咨询、异议、客户投诉应对；客户满意度管理和客户忠诚度管理；进行客户的个性化服务，拓展客户渠道	通过本课程教学，培养学生良好的职业态度、职业意识、职业思维和职业精神，熟练掌握客户服务技能，逐步形成管理能力和创新能力，为在行业中的发展奠定坚实的基础。	（1）具有调查客户信息、电话联系、邮寄资料获得客户需求信息的能力，具有根据自己公司的实力确认是否继续跟进客户促成订单或寻找新的客户资源的能力； （2）具有对已成为稳定期客户的售后服务的能 力； （3）具有合理分配时间以及开发新客户和维护老客户的能力，具有充分分析是否有意义需要投入时间金钱继续维护客

					户的能力； （4）具有在限量的客户资源库里快而准地寻找目标客户的能力，具有快速通过各种技术手段实现稳定客户的形成的能力。
7	电子商务数据分析	2\68	电子商务数据分析的思路与流程；采集电子商务平台数据并运用EXCEL等软件进行数据处理；电子商务数据分析方法、数据分析与预测；分析报告撰写等	本课程以 Excel 在电商运营商务数据分析中的实际应用为主线，从商务数据的知识入手，掌握商务数据的分析方法。同时，针对网店运营的各个环节，对用户画像、市场行情、店铺运营、营销推广等方面能够熟练分析，加强对知识的理解与运用。	（1）能够熟练使用指标计算公式对相应指标进行计算； （2）能够熟练使用数据采集工具； （3）能够使用 Excel 分类汇总、数据透视表等方法对数据进行分类统计； （4）能够根据数据处理目标对数据进行清洗、转化及排序等操作； （5）能够利用 Excel 进行数据描述性统计分析； （6）能够利用图表趋势预测法和时间序列预测法对电子商务日常运营数据进行趋势分析； （7）能够使用同比分析法、环比分析法对本期和同期、本期和上期的数据进行分析；

					（8）能够运用频数分析法、分组分析法、结构分析法、平均分析法、交叉分析法和漏斗图分析法对电子商务数据进行分析； （9）能够进行常见图表的制作和美化。
--	--	--	--	--	--

（四）实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。在校内外进行运营、客服、美工相关岗位的实训。在电商企业、批发业、零售业等行业进行电商实习。

（五）相关要求

课程设置上注重理论与实践一体化教学；设置安全教育、社会责任、基本素养等方面的选修课程，并将德育内容融入专业课程教学；将创新创业教育融入专业课程教学和相关实践性教学；组织学生加入社团参加德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

七、教学进程总体安排

（一）总体教学进程安排表

表3 总体教学进程安排表

总体教学安排	项目	学分	分学期安排时间（周）						总计（周）
			I	II	III	IV	V	VI	
课程教学与实践	课程教学	133	13	19	17	19	8		76
	复习考试		1	1	1	1	1		5
	顶岗实习	27					9	18	27(合6个月)
	毕业设计（论文） 综合考核与答辩	1						1	1
其它	入学教育及军训	2	2						2
	毕业教育	1						1	1

	机动		1	1	1	1	1		5
	假期		7	5	7	5	7		31
合计周数		164	24	26	26	26	26	20	148

（二）教学与实践学时分配表

表 4 教学与实践学时分配表

教学项目	学时	所占比例	备注
公共基础教学	648	25	
专业理论教学	388	14	
专业实践教学	1414	51	
选修课程教学	256	10	
教学活动总学时	2706	100	含公共课

（三）教学进程总体安排

表 5 教学进程表

课程性质	课程类别	序号	课程代码	课程名称	学分	总学时	课程类型		学期理论教学周及周学时					
							理论	课内实训	I	II	III	IV	V	VI
									13周	19周	17周	19周	8周	
必修	公共基础课	1	10065	思想政治理论	10	168	168		2	2	2	2	4	
		2	10020	体育	8	136	136		2	2	2	2		
		3	10021	军事理论教育	2	36	36							
		4	20024	大学生创新创业	2	26	26		2					
		5	10050	劳动教育	1	16	16							
		6	20021	大学生心理健康教育	2	32	32			2				
		7	20026	口语交际与实用写作	2	38	38			2				
		8	7JR99	办公自动化	4	76	20	56		4				
		9	20001	大学生英语	2	38	38			2				
		10	10056	就业指导	2	36	36					2		
		11	00015	中国文化概论	2	38	38					2		
		12	7DS18	电商英语	2	32	10	22					4	
		13	00019	数码摄影	2	16	16						2	
	专业基础课	14	7RJ60	职业素养	2	26	26		2					
		15	7DS19	电子商务基础与实务	3	26	10	16	2					

课		16	7DS24	软文营销*	3	52	16	36	4						
		17	7DS02	网页图像处理 (PS)*	5	78	20	58	6						
		18	7DS01	网页图像处理 (AI)*	4	68	20	48		4					
		19	7DS08	jQuery 网页特效实 现*	6	102	30	72		6					
		20	7DS27	电商市场营销	4	60	28	32			4				
		21	7DS07	手机网页设计	4	60	20	40			4				
		22	7DS06	电商设计*	6	90	30	60			6				
		23	7DS29	消费者心理学*	2	32	10	22					4		
		24	7DS20	电子商务案例分 析*	2	32	10	22					4		
	专业 核心 课程	25	7DS26	网页设计与制作*	3	52	16	36	4						
		26	7DS04	网络营销*	4	68	20	48		4					
		27	7DS31	文案策划*	4	68	34	34			4				
		28	7DS16	网店运营与推广*	4	60	20	40			4				
		29	7DS17	客户服务与管理*	4	68	28	40				4			
		30	7DS21	商品采集与处理*	6	102	30	72				6			
	专业 拓展 课程	31	7DS30	电子商务数据分 析*	4	68	20	48				4			
		32	7DS33	网店运营推广实战 (一)	2	28		28		14					
		33	7DS33	网店运营推广实战 (二)	2	36		36			18				
		34	7DS33	新媒体技术实战	2	36		36				14			
		35	7DS51	毕业设计（论文）		26								1	
		36	7DS50	顶岗实习									9	18	
	必修课合计					117	1926	998	902	26学时左右					
选 修 课	专业 选修 课	37	7DS22	设计色彩	2	26	10	16	2						
		38	7DS32	C4D 商品视觉设计	4	76	26	50				4			
		39	7DS28	广告策划与创意*	2	32	10	22					4		
	公共 选修 课				4	72									
		思政 选修 课	1		党史	2	32								
			2		法律	2	32								
建议选修课					16	256			占总学时10%						

（四）集中实践教学安排表

表6 集中实践教学安排表

序号	课程代码	技能项目	学分	周数	学时	安排学期	实训地点	考核方法
1	20022	军事训练与入学教育	3	2	52	I	校内	现场考核
2	7DS50	顶岗实习	27	27	486	VI	校外实训基地	报告结合现场考核
3	7DS51	毕业设计（论文）及答辩	2	1	26	VI	校外实训基地	设计（论文）、答辩
4	20023	毕业教育	2	1	26	VI	校内	考勤
合 计			34	31	590			

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 师资队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例为22:1，具有双师素质教师5人，教授1人，讲师4人、平均年龄40岁，组成了一支梯队结构合理、教学能力强的队伍。

2. 专业带头人

专业带头人为讲师职称，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。

3. 专任教师

专任教师均具有高校教师资格；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、计算机科学技术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；有近2年累计四位教师具有2个月的企业实践经历。

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. 专业教室基本条件

专业教室配备了黑（白）板、多媒体计算机、投影设备，Wi-Fi环境，并实施网络安全防护措施，符合专业教室的基本要求。

2. 校内实训室（基地）要求

电子商务一体化实训中心

（1）专业云教室

云教室采用的是升腾威讯云实训管理平台，通过构建统一的管理平台，实现虚拟终端的集中管控，提供一个简单管理、安全办公、经济成本的桌面云解决方案，解决了桌面云使用过程中管理难、风险大、成本高等问题。

同时配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或Wi-Fi环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

（2）电商运营中心

实训中心分为路演厅、工作室、运营室、商品采集室四个区域，配备了展板、货架、商品、南京奥派的七巧板商城软件，投影设备、白板、计算机，安装Photoshop、Illustrator、Dream-weaver等软件；网络接入或Wi-Fi环境；配备数码相机、相机三脚架、引闪器、反光板、柔光灯、摄影灯架、静物台、拍摄幕布、背景板等摄影器材，满足大型商品、小型商品以及人物的拍摄需要；拍摄区全遮光环境；配备商品展示柜、相关搭配道具及商品等。实训室支持视频采编、图形图像处理、商品信息采编、微营销、客户服务与管理、网店运营与推广、商务网站设计与制作等课程的教学与实训。

运营室安装了符合1+X网店运营推广认证的初级和中级的淘宝平台，能够满足日常网店运营教学和1+X认证实现的相关需求。

3. 校外实训基地要求

具有稳定的校外实训基地2处；能够开展网络营销推广、网站（店）运营管理、美工设计、电商客服等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

4. 信息教学条件

目前有可利用的4门课程资源；授课教师利用信息化教学资源、教学平台，采用多种创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

由电商专业教师录制的《电商创业初养成》、《网络走进生活》慕课已经在智慧树

平台上发布，投入使用。

（三）教学资源

1. 教材选择与要求

按照国家规定选用优质教材，教研室开会研讨经过讨论择优选用教材。

2. 图书文献配备基本要求

教研室有专业类图书文献主要包括：电商法律法规、视觉营销、图像处理、数据分析、网络营销、移动电商等相关专业的实务案例类图书。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设了专业课程的教学课件、微课程等专业教学资源，能满足教学要求。

（四）教学方法

本专业教学方式一直在不断进行尝试和改革，目前主要采用项目课程的设计思路，努力以典型任务为载体，实施跨章节教学，融合理论知识与实践知识，以更好地培养学生综合职业能力。建议可进一步实行合作教学、任务驱动、项目导向等多种形式的“做中学、做中教”的教学模式，根据专业教学的需要，在不同的时间段安排学生开展专业课程工学结合的教学活动，组织学生进行认知实习、专业实习、课程实训及顶岗实习等各种实践，全面提高学生的实际操作能力和水平。

（五）学习评价

从专业技能、方法能力与社会能力或者从知识、技能、态度三方面寻找指标，要关注学习者的个体差异，评价主要采用过程性评价、结果性评价及其组合方式进行。

本专业的教学评价已初具一定体系，建议在以提升岗位职业能力为重心的基础上，能针对不同的教学与实践内容，构建多元化专业教学评价体系。教学评价的对象应包括学生的知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质及 1+X 认证标准等方面，突出能力的考核评价方式，体现对综合素质的评价；吸纳更多行业企业和社会有关组织参与考核评价。

（六）质量管理

（1）建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

(2) 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

九、毕业要求

(1) 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

(2) 充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、附录

专业建设指导委员会成员

序号	姓名	性别	工作单位职务或职称	会内职务
1	郝华涛	男	黑龙江林业职业技术学院教学副院长 教授	理事长
2	郝世峰	男	黑龙江林业职业技术学院信息工程学院 教授	主任委员
3	敖桂文	女	黑龙江林业职业技术学院信息工程学院 教授	副主任委员
4	张萍	女	黑龙江林业职业技术学院信息工程学院 讲师	委员
5	崔立标	男	杭州赢动电子商务有限公司 数字经济研究专家	委员
6	李广轩	男	北京中教畅享有限公司黑龙江区教学秘书	委员

人才培养方案审批

方案制（修）订人签字： 年 月 日

专业建设指导委员会主任签字： 年 月 日

教务处审核签字： 年 月 日

主管领导批准签字： 年 月 日

人才培养方案执行调整记录

序号	时间	调整内容	调整原因	系主任签字	教务处签字

排课说明：

1、 第一学期课程安排：

序号	课程名称	周数													学时
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	职业素养	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
2	电子商务基础与实务	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
3	软文营销*	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	102
4	网页图像处理(PS)*	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	78
5	网页设计与制作*	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
6	设计色彩	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26

2、 第二学期课程安排：

序号	课程名称	周数																			学时
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
1	网络营销	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			68
2	网页图像处理(AI)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			68
3	jQuery 网页特效实现	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			102
4	网店运营推广实战(一)																		14	14	28

3、 第三学期课程安排：

序号	课程名称	周数																	学时
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	电商市场营销	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			60
2	网店运营*	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			60
3	手机网页设计	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			60
4	电商设计	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			90
5	文案策划	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
6	网店运营推广实战（二）																18	18	36

4、 第四学期课程安排：

序	周数																				学
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	

号	课程名称																				时
1	C4D 商品视觉设计	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
2	客户服务与管理*	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			68
3	商品信息采集*	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			102
4	电子商务数据分析	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			68
5	新媒体技术实战																		14	14	28

5、第五学期课程安排：

序 号	周数 课程名称	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	学时
1	消费者心理学*	4	4	4	4	4	4	4	4										68
2	电子商务案例分析*	4	4	4	4	4	4	4	4										68
3	广告策划与创意*	4	4	4	4	4	4	4	4										68
4	顶岗实训									30									270