

# 福州科技职业技术学院

## 电子商务专业（高起专）继续教育人才培养方案

### 一、专业基本信息

1. 专业名称：电子商务
2. 专业代码：530701
3. 办学层次：高起专
4. 学习形式：非脱产

### 二、招生对象

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者；

### 三、基本修业年限

本专业（高起专）修业年限为 3 年，最高修业年限不超过 5 年。

### 四、职业面向

面向电子商务师、互联网营销师、营销员、市场营销专业人员、商务策划专业人员、品牌专业人员、客户服务管理员、采购员等职业，运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位(群)。

### 五、人才培养目标与规格

#### （一）人才培养目标

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零售管理、市场与网络营销、商务数据分析、互联网销售、客户服务管理、电子商务法律法规等知识，具有工匠精神和信息素养，能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发等工作的高素质技术技能人才。

#### （二）人才培养规格

## 1. 基本素质要求

热爱社会主义祖国，拥护中国共产党的领导，掌握马列主义、毛泽东思想、邓小平理论等基本原理，树立正确的世界观、人生观和价值观，具有艰苦奋斗、诚信守法、团结合作、乐于奉献的品质，具有良好的思想品德、社会公德和职业道德；达到国家体育锻炼标准，身心健康。具体要求如下：

- （1）具备良好的政治思想素质、道德品质和法律意识。
- （2）具有健全的人格、健康的体魄和良好的心理素质；
- （3）具备人文科学素养，具有一定的文化艺术修养。
- （4）具有自主意识、独立意识和坚强的意志；
- （5）具有团队精神及人际交往能力；
- （6）具有创新精神；

## 2. 主要专业能力要求

1. 具有搭建数据运营指标体系，开展行业运营、网店运营、社群运营的运营规划、渠道引流、活动策划、供应链整合的能力；

2. 具有整合营销和销售方案制订与实施、营销活动的数据分析与评估，细化销售目标、构建销售漏斗的能力；

3. 具有客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控的能力；

4. 具有结合企业的市场定位和产品营销推广目标，完成企业线上线下视觉设计与展示的能力；

5. 具有互联网产品战略规划和开发方案的制订能力，具备根据市场和客户数据分析结果进行电商产品设计与开发的能力；

6. 具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，遵守与电子商务相关的法律法规；

7. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术的能力；

8. 具有良好的学习能力、表达沟通能力和团队合作精神，具有批判性思维及创新和创业的能力；
9. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

### （三）职业资格证书

#### 1、职业技能证书

证书项目	发证部门	考证时间
全国计算机等级一、二级证书	教育部考试中心	第二学期
全国高等学校英语应用能力 (A、B 级) 证书	高等学校英语应用能力 考试委员会	第二学期

#### 2、职业资格证书

证书项目	发证部门	考证时间
图形图像处理 photoshop (6.0/7.0) 中级	国家人力资源与社 会保障部	第三学期或第四学期

## 六、主要专业课程与实习实训

### （一）公共基础课程

- 1) 《思想道德与法治》，54 学时，3 学分，安排在第一学期开设。
- 2) 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》，36 学时，2 学分，安排在第二学期开设。
- 3) 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》，54 学时，3 学分，安排在第二学期开设。
- 4) 《形势与政策》，18 学时，1 学分，以讲座、班会、线上课程等形式，分别安排在 1、2、3、4、5 学期。
- 5) 《信息技术》，总学时 54，3 学分，安排在第一学期开设。
- 6) 《大学英语 1》，总学时 54，3 学分，安排在第一学期开设。
- 7) 《大学英语 2》，总学时 54，3 学分，安排在第二学期开设。

8) 《大学语文》，54 学时，3 学分，安排在第四学期开设。

9) 《财经应用文》，54 学时，3 学分，安排在第一学期开设。

**(二) 专业基础课程：**电子商务基础、商务数据分析、管理学基础、市场营销、 财税基础、电子商务法律法规。

**(三) 专业核心课程：**网店运营、营销策划、网络营销、全媒体运营、视觉营销设计、设计构成、图像处理技术、互联网产品开发、网页设计与制作。

### 1、网店运营

本课程培养学生工作任务：运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析。运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。

主要内容和要求：

② 掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。

② 运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。

③ 能够进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。

④ 能够进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。

### 2、网络营销

本课程学生工作任务：营销活动策划与执行，工作内容主要有市场分析、活动主题与目标确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、活动过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结。 运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务。

主要内容和要求：

① 掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则，能够分析与评估市场，确定活动主题与活动目标，策划营销活动方案。

② 整合各类资源，分解活动任务。

- ③ 开展整合营销与广告投放。
- ④ 跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案。
- ⑤ 评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案。

### 3、视觉营销设计

本课程学生工作任务：店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计。运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。

主要内容和要求：

- ① 掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。
- ② 能够根据店铺定位进行 PC 端、移动端页面装修，设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料。
- ③ 结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。
- ④ 能够进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时分析新媒体发展，提出视觉提升方案。
- ⑤ 能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。

### 4、互联网产品开发

本课程学生工作任务：产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、UI 设计与打样、产品开发实施与推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核。运用平面设计软件、UI 设计软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。

主要内容和要求：

- ① 掌握 PEST 和 SWOT 分析方法，熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具。
- ② 能够分析产品投放的投资回报率，制定互联网产品战略规划和开发方案，并建立产品需求模型和应用场景。
- ② 能够进行电商产品呈现方式及 UI 设计，跟进产品开发进度。
- ④ 选择产品发布渠道，撰写产品渠道测试报告，组织实施产品发布；对电商产品开发进度进行评估与考核。

**（四）职业能力拓展课程：**电商摄影、客户关系管理、跨境电子商务

实训、广告实务、品牌与管理。

**（五）实习实训：**对接真实职业场景或工作情境，在校内外进行数据化运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、智能客服、视觉营销设计等实训。在互联网和相关服务、批发业、零售业等现代服务类、商贸流通类、生产制造类等企业单位的电子商务应用部门等场所进行岗位实习。

## 七、教学形式

教学环节主要包括网上教学（含直播）、线下教学、辅导答疑、实践教学、自主学习、评价考核等。

1. 每门课程均建有“网上课堂”，内容包括教学基本文件，以及网络课程、课件、案例库、题库等多种数字化教学资源。

2. 网上教学形式包括视频点播、实时直播教学、实时和非实时 BBS 教学和辅导答疑、网上测评等形式。

3. 教师通过线下教学，辅导答疑指导学生学习，学生利用学校提供的教材和多种数字化教学资源自主学习。

4. 考核包括形成性考核和终结性考试：

（1）过程性考核。学生必须在规定的时间内按照要求完成过程性考核，凡不能完成过程性考核总量的二分之一者，不得参加该课程的终结性考试。课程实践不合格者，不能取得该门课程的学分。

（2）终结性考试。每学期期末学生参加学校统一组织的考试。

## 八、学时与学分分配

### （一）学制

本专业学制分 3 年制，最低毕业总学分为 91 学分。本专业合计 1638 学时，总学分为 91 学分。其中线上教学的学时为 997 学时，线下教学的学时为 527 学时。学分计算：按每 18 学时、计为 1 学分。

**学时与学分分配表**

序号	课程模块	学分	总学时	学时分配			占总学时比例
				线上教学	线下教学	实践	

1	公共基础课程	26	468	306	156	6	28%
2	专业基础课程	18	324	207	117		20%
3	专业核心课程	18	324	216	108		20%
4	职业能力拓展课程	21	378	252	126		22%
5	实践性教学课程	8	144	16	20	108	9%
合计		91	1638	997	527	114	

## 九、教学实施保障

### （一）师资队伍

本专业共有专业教师 10 人。目前有副高 1 名，中级 4 名，初级 5 名，其中双师型教师 5 名，兼职教师 5 名。教师队伍结构优化，梯队合理。本专业教师能基本满足专业教学要求。

### （二）教材选用

教学教材选用全国高职高专应用型规划教材，教材的选用征订严格按照学院要求执行，优先使用教育部推荐的统编高职高专教材。充分利用图书馆资源、网络资源、精品课程、优质核心课程，为学生的知识补充提供充足的资源保障。

### （三）教学及实验实训条件

#### 1、校内专业实训室

表 1：实训室功能与实训要求

序号	实训室功能	实训目标	设备要求
1	产品创作室	进行手绘作品；艺术设计；自由产品创作	自由拼接型活动桌子（配套椅子）
2	多媒体机房	电脑操作设计产品；全媒体运营实训	高端配置计算机

#### 2、校外实习基地

序号	名 称	功 能
1	福建星网锐捷通讯股份有限公司福州分公司	生产性实训、顶岗实习
2	福州朴朴电子商务有限公司	生产性实训、顶岗实习

#### **（四）设施资源**

（1）教学平台：学生在线学习使用良师云课堂平台进行线上学习。

（2）数字化资源：学院平台提供线上网络课程、在线开放课程和直播课程教学。学院自主开发部分线上网络课程，同时还为学生提供丰富的专业书籍和电子数据库资源，供学生辅助学习。

（3）教学设施：配备多媒体教室、计算机房、实验实训室，配备投影仪、音响、电视机等多媒体设备和教学辅助设备，便于讲师进行课堂教学。

（4）实践教学场地：学校为学生提供实践教学场地，包括软件开发实验室、项目实训中心等，增强学生工程实践能力和解决问题的能力。

（5）安全保障措施：确保教学设施、教学资源 and 师生人身财产安全，做好信息安全防护措施。

#### **（五）质量管理**

质量监控体系由教务管理体系、督导监控体系、毕业生及用人单位评价体系组成。教务管理体系是直接面向教学过程的管理体系，遵循期初、期中、期末的管理规范，通过资料检查、现场巡查、听课检查、教师评学、学生评教、教师座谈会、学生座谈会等方式，检查和监督教学各个环节的秩序和质量。督导监控体系是学校重要的质量监督环节，主要采用督导听课的方式，遵循全面覆盖、重点督导的原则，对教师课程质量进行督导。毕业生及用人单位评价体系是学校面向社会建设建立的开放式评价体系，围绕毕业生知识、技能、素质等人才培养关键要素，采用企业调研、毕业生跟踪调查等方式，征询社会对学校的评价意见。

#### **（六）经费保障**

学院将继续深入贯彻落实国务院加快发展现代职业教育精神，以立德树人为根本，服务行业与当地经济发展为宗旨。加大教育经费的投入，不断深化教育教学改革，加大对专业建设和人才培养等的投入。

### **十、考核与毕业要求**

#### **1. 成绩考核评价**

过程性考核与终结性考核相结合。公共基础课和专业课的期末考试为闭卷考试，课程总成绩由平时成绩与期末考试成绩加权构成，其中平时成绩占总成绩的30%，期末考试成绩占总成绩的70%。各门课程应根据本课程的特点和要求，可弹性修改加权系数评定课程的最终成绩。原则上平时成绩不低于20%，期末成绩不超过80%。

## 2. 毕业要求

本专业学生必须学完规定课程，经考核成绩全部合格，必须修满100学分。经鉴定思想品德符合要求，符合学校学生学籍管理规定中的相关要求，准予毕业。

## 十一、教学进程表（见附表1）

附表 1

电子商务（高起专）专业教学进程表

课程类别	序号	课程代码	课程名称	学分	总学时	各学期学时分配										考核方式	
						线上教学	线下教学	实验实训	一	二	三	四	五	六	过程性考核	终结性考核	
																闭卷	开卷
公共基础课	1	100001	思想道德与法治	3	54	36	18		54							√	
	2	100002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	36	28	8		36							√	
	3	100003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	54	36	18		54							√	
	4	100004	形势与政策	1	18	12	6		4	4	4	4	2		√		
	5	100005	信息技术	3	54	32	16	6	54							√	
	6	100006	大学英语 1	3	54	36	18		54							√	
	7	100007	大学英语 2	3	54	36	18		54							√	

	8	100008	大学语文	3	54	36	18			54						√	
	9	100009	心理健康教育	2	36	18	18		18	18						√	
	10	100011	财经应用文写作	3	54	36	18		54								
专业 课	11	310019	电子商务基础	3	54	36	18		54							√	
	12	310016	市场营销基础	3	54	36	18			54						√	
	13	330007	消费者行为分析	3	54	36	18				54					√	
	14	330001	电子商务法律法规	2	36	27	9				36					√	
	15	330002	选品与采购	2	36	18	18				36					√	
	16	310003	管理学	3	54	36	18				54					√	
	17	330014	电子商务物流	2	36	18	18					36				√	
	18	330012	网页设计与制作	3	54	36	18					54				√	
	19	330006	网络营销	3	54	36	18					54				√	
	20	330005	网站（店）运营	3	54	36	18					54				√	
	21	330004	客户关系管理	3	54	36	18						54			√	
	22	330015	移动商务	3	54	36	18						54			√	
	23	330011	Premiere 视频采编	3	54	36	18						54			√	
职业 能力 拓展 课	24	330008	设计构成	3	54	36	18		54							√	
	25	330010	图形图像处理	3	54	36	18			54						√	
	26	310005	经济学基础	3	54	36	18				54					√	
	27	330003	广告实务	3	54	36	18					54				√	
	28	310014	财务管理	3	54	36	18					54				√	
	29	330009	金融概论	3	54	36	18						54			√	
	30	330013	跨境电子商务	3	54	36	18						54			√	
实践 教学 环节	31	100010	入学教育	1	18	8	10		18							√	
	32	100011	毕业教育	1	18	8	10							18		√	
	33	100012	毕业设计	6	108			10	8						10	8	√
合 计				91	1638	997	52	11	36	32	23	31	27	12			
百分比 (%)						61	32	7						6			

备注：1.学分与学时换算，按照 1 学分 18 学时进行换算。

2.请在考核方式中选择“√”填写。