

江苏联合职业技术学院常熟分院

五年制高等职业教育专业实施性人才培养方案

(2025 级)

专业名称： 电子商务专业

专业代码： 530701

制订日期： 2025 年 7 月 28 日

目 录

一、专业名称（专业代码）	1
二、入学要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标	1
六、培养规格	2
七、课程设置	4
（一）公共基础课程	4
（二）专业课程	5
（三）实践性教学环节	13
八、教学进程及学时安排	14
（一）教学时间表	14
（二）专业教学进程安排表	15
（三）学时安排表	15
九、教学基本条件	15
（一）师资队伍	15
（二）教学设施	18
（三）教学资源	20
十、质量保障	21
十一、毕业要求	21
十二、其他事项	23
（一）编制依据	23
（二）执行说明	24
（三）研制团队	24

一、专业名称（专业代码）

电子商务（530701）

二、入学要求

初中应届毕业生

三、基本修业年限

五年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	互联网和相关服务（64）；批发业（51）；零售业（52）
主要职业类别（代码）	电子商务师 S（4-01-06-01）、互联网营销师 S（4-01-06-02）、采购员（4-01-01-00）、营销员（4-01-02-01）、客户服务管理员（4-07-02-03）、商务数据分析师 S（4-07-02-05）、全媒体运营师（4-13-01-05）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）
主要岗位（群）或技术领域	运营主管、营销主管、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
职业类证书	1. 电子商务师（中国通信工业协会，中级） 2. 互联网营销师（人力资源社会保障部，中高级） 3. 网店运营推广职业资格等级证书（北京鸿科经纬科技有限公司，中级）

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，规范意识、风险意识、团队意识、服务意识、爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展能力，掌握本专业知识和技术技能，具

备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、互联网和相关服务企业的运营主管、营销主管、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），能够从事网店运营、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、直播营销工作的高技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具有技能强国、报国有我的责任担当，懂运营、会核算、讲诚信、重合作，自觉维护国家、集体的利益和形象；

3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、英语、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习英语并结合本专业加以运用；

5. 掌握市场营销、电子商务基础、会计基础、图形图像处理、现代物流管理、国际贸易基础、管理学基础、经济学等方面的专业基础

理论知识；

6. 掌握网络营销、视觉营销设计、客户服务管理、社群运营、直播电商、商务数据分析与应用、网店运营推广等相关知识；

7. 掌握商务礼仪、网络消费者行为分析、短视频制作、新媒体营销、电子商务运营等专业知识；

8. 掌握电子商务运营技能、企业沙盘模拟经营、Office 2010 高级应用、网页设计与制作、毕业设计指南以及现代学徒项目等专业知识；

9. 具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析，通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；

10. 具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的的能力，能撰写和优化销售方案，跟进订单确认、供应链管理、账单管理等业务流程，完成销售分析并提出优化客户体验建议；

11. 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，能进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控，完成客服中心运营数据报表的制作及数据分析报告；

12. 具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；

13. 掌握信息技术基础知识，具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握电子商务领域数字化技能；

14. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

15. 掌握身体运动的基本知识和排球、篮球、跳绳等体育运动技能，达到国家学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫

生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

16. 掌握必备的美育知识、具有一定的文化修养、审美能力，形成音乐、书法、歌唱等艺术特长或爱好；结合常熟沙家浜红色文化及苏州地方乡土文化特色教育，提升学生文化修养、培养爱国爱乡高尚情操；

17. 树立正确的劳动观念，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

七、课程设置

（一）公共基础课程

按照国家、省、学院有关规定开齐开足公共基础课程。

开设中国特色社会主义、心理健康与职业生涯（I）、哲学与人生、职业道德与法治、思想道德与法治、毛泽东思想和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、形势与政策、语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、历史、心理健康与职业生涯（II）、国家安全教育、劳动教育、地理（经济地理）等必修课程。

结合学校实际情况，开设中华优秀传统文化、创新创业教育两门限选必修课程。

结合地方特色和专业实际情况，开设苏州民俗文化、心理健康、消费心理学、书法、优秀企业文化、新中国史、中国近现代史纲要（自考方向）、就业与创业教育、职业发展与就业指导等任选课程（表1）。

表 1：公共基础课程任选课程开设情况

序号	课程名称	课程形式	开设学期	学时	实践学时	学分	选课形式
1	苏州民俗文化	线下课程	第6学期	32	2	2	院系公选 (三选一)
2	心理健康	线上课程	第6学期	32	2	2	

序号	课程名称	课程形式	开设学期	学时	实践学时	学分	选课形式
3	消费心理学	线下课程	第6学期	32	2	2	
4	书法	线下课程	第7学期	32	2	2	院系公选 (二选一)
5	优秀企业文化	线上课程	第7学期	32	2	2	
6	新中国史	线下课程	第8学期	32	2	2	学校公选 (二选一)
7	中国近现代史纲要(自考方向)	线下课程	第8学期	32	2	2	
8	就业与创业教育	线下课程	第9学期	56	4	4	学校公选 (二选一)
9	职业发展与就业指导	线下课程	第9学期	56	4	4	
合 计				152	10	10	

(二) 专业课程

专业课程包括专业平台课程、专业核心课程和专业拓展课程。

1. 专业平台课程

专业平台课程是电子商务类专业需要前置学习的基础理论知识和基本技能，为专业核心课程提供理论和技能支撑。

开设市场营销、电子商务基础、会计基础、图形图像处理、现代物流管理、国际贸易基础、管理学基础、经济学基础等必修课程(表2)。

表2: 专业平台课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容与要求
1	市场营销	①掌握市场营销的相关概念、原理和方法，并树立正确市场营销观念； ②理解市场环境分析、消费者行为、市场细分与定位等核心内容； ③能够独立、高效完成相关资料的搜集、整理、分析，并运用市场营销4P策略解决企业实际问题； ④能够进行定性定量分析，以适应企业营销问题的实证研究、科学决策、营销管理及营销创新的需要； ⑤能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
2	电子商务基础	①掌握电子商务的基本概念、特点、分类和交易模式； ②熟悉网络营销策略和方法，并应用于电子商务实践； ③理解网络广告的类型和特点； ④熟悉电子商务发展中的技术、安全、物流配送、支付以及法

序号	课程名称	主要教学内容与要求
		律法规等内容； ⑤了解跨境电商、移动电商、直播电商等基础知识及应用； ⑥能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
3	图形图像处理	①了解图片及图像处理的基本知识； ②掌握图像修复、调色、合成、特效制作的技术原理； ③熟悉图层、通道、蒙版、路径等核心功能的操作方法； ④能够运用 Photoshop 软件进行图像编辑、合成与特效设计； ⑤能够根据需求设计海报、LOGO、Banner、商品详情页等商业作品； ⑥能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
4	会计基础	①掌握会计基本概念、会计要素与会计等式； ②理解企业会计处理流程； ③熟悉财务报表的编制与分析； ④能够独立完成企业日常业务的会计凭证填制与账簿登记； ⑤能够处理交易流水对账、应收账款管理等实务； ⑥能够运用财务软件进行账务处理； ⑦能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
5	现代物流管理	①掌握智慧物流与供应链管理的基本原理、基本知识和基本技能及方法； ②能够将智慧物流与供应链的基本理论应用于实践； ③具备解决物流以及供应链活动过程中的各种基本问题的能力； ④能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
6	国际贸易基础	①掌握国际贸易的基本概念和主要类型； ②理解国际贸易政策和常见的国际贸易措施； ③具备发现、分析和解决外贸业务问题的能力，形成遵守外贸法律法规和国际贸易惯例的职业道德和职业素养； ④能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
7	管理学基础	①掌握管理学的基本概念、原理和方法； ②理解管理职能（计划、组织、领导、控制）的核心内容； ③具备运用管理理论分析实际问题的能力； ④熟悉现代管理理论的发展趋势及应用； ⑤能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
8	经济学基础	①掌握经济学基本概念、原理及分析方法； ②理解市场机制、价格形成、资源配置等微观经济学核心内容； ③熟悉宏观经济指标及宏观经济政策； ④能够运用经济学原理分析日常经济现象； ⑤能够通过数据图表分析简单经济问题，具备初步的实证分析能力； ⑥能够挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能

2. 专业核心课程

专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的骨干课程。

开设网络营销、视觉营销设计、客户服务、社群运营、新媒体运

营、直播运营实务、商务数据分析与应用、网店运营等必修课程。（表3）。

表 3：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	网络营销（学徒制课程）	① 运用统计分析工具和市场分析软件，开展市场调研与分析； ② 运用营销推广工具和AI辅助工具，开展活动主题与目标确定； ③ 运用新媒体平台和活动策划工具，开展活动方案设计、任务分解以及资源整合； ④ 运用计算机和新媒体平台，开展活动执行； ⑤ 运用数据分析工具和新媒体平台，开展活动过程跟踪与数据分析，进行活动评估和复盘	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 能够整合各类资源，分解活动任务； ③ 能够开展整合营销与广告投放； ④ 能够跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案； ⑤ 能够评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案
2	视觉营销设计	① 运用平面设计和音视频制作软件，开展店铺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； ② 运用平面设计软件，结合产品特点与包装材质，开展产品内外包装的设计； ③ 运用平面设计软件，开展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； ④ 运用音视频制作软件，开展短视频的策划、拍摄与剪辑工作	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 能够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
3	客户服务	① 运用客服工具，开展客户咨询回复工作、异常订单处理工作、售后纠纷处理工作； ② 运用社群工具，开展客户维护工作； ③ 运用办公相关软件，开展评价管理工作； ④ 运用客服工具、社群工具及办公相关软件，完成客户服务的其他工作任务	① 掌握客户服务基础知识； ② 理解平台规则、商品知识和沟通技巧等内容，能够回复客户咨询； ③ 能够进行异常订单处理； ④ 能够进行售后纠纷处理； ⑤ 能够进行客户数据分析、引流并实施维护；

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
			⑥ 能够进行评价舆情的引导与管理
4	社群运营	<p>① 运用社交软件、自媒体工具及办公软件,开展社群定位及建群;</p> <p>② 运用社交软件、短视频平台及办公软件,开展社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行;</p> <p>③ 运用办公软件及数据分析工具,开展社群数据分析</p>	<p>① 掌握社群种类、用户消费行为、产品价值等知识,根据用户和产品或服务属性定位社群,制定社群运营方案,并在相应的社交平台上建社群;</p> <p>② 能够通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流;</p> <p>③ 能够根据用户需求、产品卖点,进行社群数据分析,制定营销体系并通过社群活动提升销售转化、活跃社群及管理粉丝</p>
5	新媒体运营	<p>① 运用剪辑工具、图文设计工具及平台自有编辑工具,开展新媒体账号的定位和包装工作;</p> <p>② 运用商品数据或信息平台、测试工具,开展店铺的选品测品工作;</p> <p>③ 运用办公相关软件、新媒体引流工具及平台后台操作,开展活动方案执行、新媒体引流工具操作、新媒体数据收集与分析等工作</p>	<p>① 掌握平台规则和新媒体运营基础知识;</p> <p>② 能够完成素材收集、短视频制作、文案脚本编写、账号信息和主页内容日常编辑、引流计划修改及上下线等操作;</p> <p>③ 能够监控并收集热点信息、商品、活动、引流、用户、内容等数据,完成投入产出比表等数据表格</p>
6	直播运营实务(学徒制课程)	<p>① 运用手机、直播平台相关工具及办公相关软件,开展直播准备;</p> <p>② 运用直播平台相关工具、商品数据信息平台及办公相关软件,开展直播商品梳理;</p> <p>③ 运用办公相关软件及AI辅助工具,开展直播脚本编写;</p> <p>④ 运用直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件,开展直播商品讲解;</p> <p>⑤ 运用直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件,开展直播过程应急处理;</p> <p>⑥ 运用数据分析工具及办公相关软件,开展直播复盘</p>	<p>① 掌握直播运营基础知识;</p> <p>② 理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播技巧和历史直播总结报告等内容;</p> <p>③ 能够完成商品信息梳理、商品定位,打造主播人设标签;</p> <p>④ 能够编制整场直播脚本、单品脚本、应急预案脚本;</p> <p>⑤ 能够进行商品讲解;</p> <p>⑥ 能够辨识受众类型,完成直播复盘</p>

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
7	商务数据分析与应用	① 运用计算机和数据采集工具，开展数据采集工作。 ② 运用数据分析工具，开展数据分析工作； ③ 运用计算机和数据分析工具，开展运营优化工作； ④ 运用计算机和相关工具，开展数据持续跟踪工作	① 理解数据分析指标体系概念； ② 掌握数据分析的方法与方法论，能根据数据运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据； ③ 运用数据分析工具，对市场数据、客户数据、运营数据、销售数据、供应链数据进行全过程分析及可视化呈现； ④ 撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议
8	网店运营	① 运用现代化办公软件和计算机，开展网店运营规划； ② 运用指数工具和表格处理软件，开展商品选品与定价； ③ 运用表格处理软件和计算机，开展供应链管理； ④ 运用指数工具和数据分析软件，开展流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析	① 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

3. 专业拓展课程

专业拓展课程是对接电子商务行业前沿，根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，提升学生的综合职业能力。

结合地方产业特色和专业实际情况，开设网络消费者行为分析、新媒体营销、市场调研与分析、商务礼仪、短视频制作、品牌管理、电子商务运营等必修课程（表 4）。

表 4：专业拓展课程（必修课程）主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	网络消费者行为分析	① 运用数据分析工具，收集网络消费者浏览、购买、评价等行为数据；	① 掌握网络消费者行为的基本理论和特征； ② 学会使用常见的数据分

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
		② 结合心理学、社会学知识,分析消费者行为背后的动机和需求; ③ 根据分析结果,制定针对性的营销策略和产品改进建议; ④ 跟踪策略实施效果,持续优化消费者行为分析模型	析工具(如 Excel、SPSS 等)处理消费者行为数据; ③ 能够运用心理学和社会学知识解读消费者行为动机; ④ 具备制定基于消费者行为分析的营销策略的能力; ⑤ 能够对策略实施效果进行评估和优化
2	新媒体营销(学徒制课程)	① 参与企业新媒体账号(微信公众号、微博、抖音等)的日常运营,包括内容发布、粉丝互动等; ② 协助策划新媒体营销活动,如线上抽奖、直播带货等; ③ 运用数据分析工具,监测新媒体营销效果,撰写效果分析报告; ④ 跟随企业导师学习新媒体营销的前沿趋势和实战技巧	① 掌握各类新媒体平台的运营规则和特点; ② 学会撰写符合新媒体风格的文案和制作简单的营销素材; ③ 能够协助完成新媒体营销活动的策划与执行; ④ 具备基本的新媒体数据分析能力,能看懂并初步撰写分析报告; ⑤ 培养团队协作和沟通能力,适应企业实际工作环境
3	市场调研与分析	① 确定市场调研主题,设计调研方案(包括调研方法、样本选择等); ② 运用问卷星、访谈等方式收集市场数据和信息; ③ 对收集到的数据进行整理、统计和分析,提炼调研结论; ④ 撰写市场调研报告,为企业决策提供依据	① 掌握市场调研的基本流程和方法; ② 学会设计有效的调研问卷和访谈提纲; ③ 能够运用统计软件(如 Excel、SPSS)进行数据处理和分析; ④ 具备撰写规范、有价值的市场调研报告的能力; ⑤ 培养发现市场问题和机会的敏锐性
4	商务礼仪	① 在商务接待中,运用礼仪规范完成迎接、介绍、送别等环节; ② 参与商务谈判、会议等场合,展现得体的言行举止和着装; ③ 在商务通讯(电话、邮件等)中,遵循礼仪要求进行沟通; ④ 处理跨文化商务交往中的礼仪问题	① 掌握商务礼仪的基本概念和重要性; ② 学会商务接待、谈判、会议等场合的礼仪规范; ③ 能够在商务通讯中运用恰当的礼仪进行沟通; ④ 了解不同国家和地区的商务礼仪差异,具备跨文化礼仪适应能力; ⑤ 培养良好的个人形象和职业素养
5	短视频制作(学徒制课程)	① 跟随企业导师参与短视频选题策划,确定视频内容和风格; ② 运用手机、相机等设备	① 掌握短视频制作的基本流程和常用工具; ② 学会进行短视频选题和脚本设计;

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
		拍摄短视频素材,使用剪辑软件(如剪映、Premiere等)进行剪辑、配乐、字幕添加等后期制作; ③ 协助运营短视频账号,监测视频播放量、点赞量等数据; ④ 学习短视频推广的基本技巧	③ 能够独立完成简单短视频的拍摄和后期剪辑; ④ 了解短视频平台的算法和推广规则; ⑤ 培养短视频内容创作的创新思维
6	品牌管理	① 参与品牌定位工作,分析目标市场和竞争对手,确定品牌核心价值; ② 协助制定品牌推广策略,包括广告、公关活动等; ③ 监测品牌形象和口碑,处理品牌危机事件; ④ 进行品牌资产的评估和管理	① 掌握品牌管理的基本理论和品牌资产的构成; ② 学会进行品牌定位和品牌形象设计; ③ 能够参与制定品牌推广和维护策略; ④ 具备应对品牌危机的基本能力;⑤ 培养品牌战略思维和长期发展意识
7	电子商务运营	① 运用电商运营体系,开展企业电商业务整体规划与实施工作; ② 运用职业技能标准,进行电商运营团队的培训与指导工作; ③ 运用合规管理规范,开展电商业务的政策解读与风险把控工作; ④ 运用考核评价工具,完成电商运营效果的评估与改进工作	① 掌握电子商务运营的基本原理和方法; ② 能依据标准开展电商业务全流程规划与执行; ③ 能够对团队进行专业技能培训和工作指导; ④ 能准确解读电商相关政策法规,确保业务合规; ⑤ 具备按照官方标准评估运营效果并持续改进的能力

结合地区和学校特色,开设商品学、商品拍摄、Python 数据采集实战、网页设计制作、网店美工、人工智能、大数据基础、大数据可视化、网络广告、广告实务、新媒体文案写作、软文写作、仓储管理、配送实务、全球供应链管理、演讲与口才、沟通技巧、直播营销、电商直播、跨境数字营销、学徒制项目实训、企业模拟经营、电子商务法、马克思主义基本原理(自考方向)等任选课程(表5)。

表 5: 专业拓展课程任选课程开设情况

序号	课程名称	课程形式	开设学期	学时	实践学时	学分	选课形式
1	商品学	线下课程	第 2 学期	34	24	2	专业群互选(三选)

序号	课程名称	课程形式	开设学期	学时	实践学时	学分	选课形式
2	商品拍摄	线下课程		34	24	2	一)
3	Python 数据采集实战	线上课程		34	24	2	
4	网页设计与制作	线下课程	第4学期	68	34	4	专业群互选(二选一)
5	网店美工	线上课程		68	34	4	
6	人工智能	线上课程	第5学期	34	24	2	专业群互选(三选一)
7	大数据基础	线下课程		34	24	2	
8	大数据可视化	线下课程		34	24	2	
9	网络广告	线下课程	第6学期	34	24	2	专业群互选(二选一)
10	广告实务	线下课程		34	24	2	
11	新媒体文案写作	线下课程		34	24	2	专业群互选(二选一)
12	软文写作	线下课程		34	24	2	
13	仓储管理	线下课程	第8学期	68	42	4	专业群互选(三选一)
14	配送实务	线下课程		68	42	4	
15	全球供应链管理	线上课程		68	42	4	
16	演讲与口才	线下课程		34	24	2	专业群互选(二选一)
17	沟通技巧	线下课程	34	24	2		
18	直播营销	线下课程	第9学期	56	34	4	专业群互选(三选一)
19	电商直播	线下课程		56	34	4	
20	跨境数字营销	线上课程		56	34	4	
21	学徒制项目实训	线下课程		56	34	4	专业群互选(二选一)
22	企业模拟经营	线下课程	56	34	4		
23	电子商务法	线下课程		28	0	2	专业群互选(二选一)
24	马克思主义基本原理(自考方向)	线下课程		28	0	2	

序号	课程名称	课程形式	开设学期	学时	实践学时	学分	选课形式
合 计				446	264	28	

（三）实践性教学环节

实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动、军训等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

1. 实训

在校内外结合本专业主要岗位群实际需求和职业类证书考试要求，对接真实职业场景或工作情境，在实践中提升学生专业技能、职业能力、劳动品质和劳动安全意识。

开设网络营销技能实训、视觉营销设计技能实训、客户服务管理技能实训、直播电商技能实训、网店运营推广技能实训、电子商务综合实训等单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等实训项目（表6）。

表 6：实训项目主要教学内容与要求

序号	实训项目名称	主要教学内容与要求	实训类型
1	网络营销技能实训	① 运用统计分析工具和市场分析软件，完成模拟市场调研并输出分析报告； ② 运用营销推广工具和 AI 辅助工具，策划小型线上营销活动并执行； ③ 运用数据分析工具跟踪活动数据，进行效果评估与复盘优化	综合能力实训（依托学徒制企业进行真实项目实训）
2	视觉营销设计技能实训	① 运用平面设计软件，完成店铺 PC 端与移动端页面装修设计； ② 运用音视频制作软件，制作产品宣传短视频； ③ 结合企业真实需求，设计品牌图形元素与产品包装方案	综合能力实训（依托校企合作实训基地进行实战项目实训）
3	客户服务管理技能实训	① 运用客服工具，模拟处理客户咨询、异常订单及售后纠纷； ② 运用社群工具，开展虚拟客户维护与评价舆情引导； ③ 结合真实案例，完成客户服务全流程演练与问题解决	单项技能实训

序号	实训项目名称	主要教学内容与要求	实训类型
4	直播电商技能实训	① 运用直播设备及平台工具，完成直播前商品梳理与脚本编写； ② 模拟直播场景，进行商品讲解与应急处理演练； ③ 运用数据分析工具，对模拟直播数据进行复盘并优化方案	学徒制实训（对接企业直播团队）
5	网店运营推广技能实训	① 运用指数工具，完成商品选品与定价分析； ② 运用 SEO/SEM 技巧，进行店铺流量获取与转化实操； ③ 结合供应链管理工具，模拟处理订单履约与库存调控	综合能力实训
6	电子商务综合实训	① 整合网络营销、新媒体运营、商务数据分析等技能，运营虚拟电商项目； ② 运用全流程运营思维，完成从市场定位到售后复盘的完整业务链条实操； ③ 团队协作完成项目规划、执行与优化，输出综合运营报告	综合能力实训（对接真实电商企业项目）

2. 实习

在电子商务行业的校企合作企业（机构、单位）进行实习，开设认识实习和岗位实习。学校建有稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。

实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，注重理论与实践一体化教学。学校根据本专业技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

八、教学进程及学时安排

（一）教学时间表（按周分配）

学期	学期周数	理论与实践教学		实践性教学环节		机动周
		授课周数	考试周数	实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动、军训等	周数	
一	20	17	1	军事理论与军训	1	1
二	20	17	1	认识实习	1	1
三	20	17	1	网络营销技能实训	1	1

四	20	17	1	视觉营销设计技能实训	1	1
五	20	17	1	客户服务管理技能实训	1	1
六	20	17	1	直播电商技能实训	1	1
七	20	17	1	网店运营推广技能实训	1	1
八	20	17	1	电子商务综合实训	1	1
九	20	14	1	毕业设计	4	1
十	20	0	0	岗位实习	18	2
合计	200	150	9		30	11

(二) 专业教学进程安排表 (见附件)

(三) 学时安排表

序号	课程类别	学时	占比	要求
1	公共基础课程	1948	39.47%	不少于总学时的25%
2	专业课程	2088	42.30%	/
3	实践性教学环节	900	18.23%	/
总学时		4936	/	/
其中: 选修课程		598	12.12%	不少于总学时的10%
其中: 实践性教学		2643	53.55%	不少于总学时50%

说明: 实践性教学学时包括采用理实一体化形式进行教学的实践学时和集中实践形式进行教学的实践学时。

九、教学基本条件

(一) 师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍, 将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

电子商务专业专任教师 17 人, 现有学生数约 220 人, 专任教师生师比为 16.9:1, 双师型素质教师人数占专任专业教师总数比例为 76.9%。高级职称专任教师的比例为 29.41%。电子商务专业教学团队年龄结构衔接合理、数量稳定, 学历符合办学要求, 职称结构分布科学, 既体现“以老带新”, 更突出青年教师在教学团队中的骨干作用。

团队同时选聘学徒制项目合作企业苏州常来网电子商务有限公司、常熟市安达洲贸易物流园区有限公司、江苏固德供应链管理有限公司、江苏中和动能科技有限公司、常熟市鲲美新零售发展有限公司、

常熟市东南街道乾途化妆品商行、常熟海虞电子商务产业园有限公司等企业里具有行业影响力的企业工匠作为兼职教师，担任产业导师，组建了一支校企合作、专兼结合、德才兼备、敬业乐群、教育特色的教师团队，并定期开展专业教研活动。

表 7：专业教学团队一览表

序号	姓名	类型	学历/学位	职称	双师型称号
1	陈慧频	专业带头人	研究生/硕士	高级讲师	财经商贸专业 中级双师型
2	屈建龙	专业专任教师	研究生	副教授	财经商贸专业 中级双师型
3	孟娟	专业专任教师	研究生	高级讲师	财经商贸专业 中级双师型
4	周颖芳	专业专任教师	研究生	高级讲师	财经商贸专业 中级双师型
5	乔金花	专业专任教师	大学本科	高级讲师	财经商贸专业 初级双师型
6	曹品	专业专任教师	博士/ 研究生	讲师	
7	徐瑛芝	专业专任教师	研究生	讲师	财经商贸专业 中级双师型
8	王佳	专业专任教师	研究生	讲师	财经商贸专业 中级双师型
9	缪雨	专业专任教师	大学本科	讲师	财经商贸专业 初级双师型
10	荆宏	专业专任教师	研究生	讲师	财经商贸专业 中级双师型
11	唐利明	专业专任教师	大学本科	讲师	计算机专业 初级双师型
12	朱艺丰	专业专任教师	大学本科	助理讲师	
13	杨光	专业专任教师	研究生	助理讲师	
14	瞿丹萍	企业兼职教师	大学本科	高级电子商务师	
15	侯忠蕊	企业兼职教师	大专	T1 级电商讲师	
16	周林杰	企业兼职教师	大学本科	电商操盘手	
17	吴秋月	企业兼职教师	大学本科	高级电子商务师	

2. 专业带头人

专业带头人陈慧频老师，具有高级讲师职称，苏州市职业教育财经商贸教科研中心组成员，先后参加省、市教学大赛，获得省级三等奖；积极撰写研究性论文，已有多篇在省级刊物上发表；合著编撰专业书籍出版；并指导学生参加省“互联网+”创新创业大赛、省人力资源竞赛，取得江苏省二等奖及三等奖的成绩，荣获常熟市优秀教育工作者称号。有较强的实践能力，能够较好地把握国内外互联网及相关服务、批发业、零售业、商务服务业等行业、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，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在校电子商务专业改革发展过程中起引领。

3. 专任教师

专任教师 13 人，100%具有高校教师资格和电子商务专业领域相关证书；研究生以上学历比例为 69.23%，其中博士学历 1 人占比 7.69%，具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；本院电商教师团队多次被授予市级优秀教研组、三八红旗集体、巾帼文明岗，具有扎实的电子商务相关理论功底和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

学校制定了《江苏联合职业技术学院常熟分院兼职教师聘任与管理办法》，兼职教师主要从电子商务相关行业企业聘任，目前聘请了 4 名兼职教师，专兼教师比为 3.3:1，均具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及

以上职业技能等级，了解教育教学规律，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专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实验室、实训室和实训实习基地。

1. 专业教室

学校被评为江苏省智慧校园，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施，具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。教室配备鸿合智能交互平板、多媒体计算机、音响设备。具有应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实验、实训场所

本专业校内外实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展网络营销、视觉营销设计、直播运营、客户服务管理、网店运营推广等实验、实训活动的要求。在实训中积极运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

表 8：校内外实训场所基本情况

序号	校内外实验、实训场所	主要设施设备配置建议	主要功能
1	网络营销实训室（产教融合实训场所）	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，网络营销、新媒体营销等教学软件	用于消费者行为分析、选品与采购、市场调研与分析、市场营销、网络营销、新媒体营销、网络推广等课程的教学与实训
2	视觉营销实训室（产教融合实训场所）	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及配套桌椅等设备	用于创建网站和网站管理、维护功能，可用于网页设计、网络媒体策划与编辑、网页界面、网络广告和商务网站等实验和实训教学

3	客户服务实训室（教学实训场所）	配备计算机、IP 电话机、耳机、客户关系管理教学软件	用于 CRM 和 ERP 系统操作、金融问题处理、订单取消与修改、价格保护、配送催单流程、售后退换货流程、POP 仲裁流程、升级与转接流程、关单标准、数据分析、排班与现场管理、服务营销流程及技巧、外呼技巧、提升在线导购的员工销售技巧、客户客诉处理方法、客户类型分析及处理技巧、投诉处理实务、客诉处理步骤精要、跨部门沟通、电商战略与财务、业务提升实战等实验和实训教学
4	直播运营实训室（产教融合实训场所）	配备服务器、外置声卡、播音级麦克风、支架、音箱、监听耳麦、工作台、柔光灯箱、环形补光灯、摄录机等	用于直播营销全过程的教学与实训，以直播活动的策划、筹备、推广、实施、复盘为核心，兼具仿真平台实训和教师在线教学双重功能，以直播营销策划、直播推广与引流、直播营销实施、直播营销复盘、粉丝运营等模块指导学生直播营销的技能实训。实训系统设计了直播效果标准评分表，辅助教师完成学生直播效果的评价
5	电子商务运营实训室（教学实训场所）	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，网店运营推广教学软件	用于电子商务运营、跨境电子商务实践及供应链管理等课程的教学实训
6	商务数据分析与应用实训室（教学实训场所）	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，商务数据分析教学软件	用于电子商务交易数据分析、网店运营管理、数据分析决策等项目的实验教学，通过模拟实战训练提升学生的电子商务操作技能和运营管理能力

3. 实习场所

本专业的实习场所符合教育部等八部门印发的《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4号）、教育部等六部门印发的《职业学校校企合作促进办法》（教职成〔2018〕1号）等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求的8家行业龙头企业为实习基地，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地能提供运营主管、营销主管、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与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可满足本专业学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的规章制度，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表 9：主要实习场所基本情况

序号	合作单位名称	主要提供的岗位	合作模式
1	苏州常来网电子商务有限公司	网店运营、客服、仓储管理、网店美工	现代学徒制
2	常熟市安达洲贸易物流园区有限公司	云仓管理、运营管理、销售岗位	现代学徒制
3	江苏固德供应链管理有限公司	国际货运代理、供应链管理、物流管理	现代学徒制
4	江苏中和动能科技有限公司	视觉设计、网店运营、主播、新零售营销	现代学徒制
5	常熟市鲲美新零售发展有限公司	网店运营、网店客服、主播、助播	现代学徒制
6	常熟市东南街道乾途化妆品商行	短视频拍摄与剪辑、主播、助播	现代学徒制
7	国顺数创园（云仓）基地	直播电商、主播、助播、视频拍摄与剪辑	校企合作
8	常熟海虞电子商务产业园有限公司	网店运营、直播电商、网店客服	现代学徒制

（三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用

学校严格落实《江苏联合职业技术学院教材建设与管理实施办法》，制定《江苏联合职业技术学院常熟分院教材建设管理办法》，构建“教研组推荐、系部审核、教学管理处审批”三级遴选机制，优先选用联院教材库中的国规、院规教材。对接行业新技术、新规范，引入数字教材、活页式教材等新形态，实现动态更新。同时，立足专业特色与人才培养需求，开发校本教材，将区域产业资源与校企合作

成果转化为教学资源，切实提升教材的专业性与适用性。

2. 图书文献配备

学校图书馆每年有专项经费购置专业图书，现有纸质图书 2 万余册，超星汇雅电子书 18 万册，兼顾传统纸质文献与数字资源优势，为师生提供多元化的学术资源服务，能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理和文化类文献等。并及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配置

学校建设、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。

（1）音视频素材 包含电商平台运营、直播带货、跨境电商等真实案例视频。操作演示涵盖网店开设、商品上架、SEO 优化、数据分析工具的使用教程。

（2）教学课件 进行模块化设计，按“基础-进阶-实战”分层，包括相关课程 PPT 及配套习题。

（3）数字化教学案例库 通过联合电商企业，引入真实项目数据，丰富教学内容，提升学生实践能力。

（4）虚拟仿真软件 模拟电商运营平台，模拟店铺装修、竞品分析、物流成本计算等场景。

（5）数字教材 教材内容同步行业动态，每学期修订增补。在电子教材中插入交互式图表、短视频解析等。

十、质量保障

1. 依据江苏联合职业技术学院《关于深入推进五年制高等职业教育人才培养方案制（修）订工作的通知》及常熟分院《关于做好 2025

级五年制高职专业实施性人才培养方案研制及报审工作的通知》，加强专业调研及专业论证，科学制订实施性人才培养方案。

2. 依据江苏联合职业技术学院《五年制高职学生综合素质评价实施方案》《五年制高职学生综合素质评价指标》和常熟分院《全员导师制实施方案》，对学生五年全周期、德智体美劳全要素进行纵向与横向评价，引导学生积极主动发展，促进五年制高职学生个性化成长和多样化成才。

3. 依据常熟分院《课程标准（教学大纲）编写与管理规定》，在课程标准制定与滚动修订中，明确人工智能技术应用及数字化技能培养的具体要求，将 AI + 课堂教学目标、数字化教学资源建设标准纳入课程标准体系，确保课程内容与数字化教学改革要求有效适配。

4. 依据常熟分院《学校内部质量保证体系建设与运行实施方案》《学校教学质量监督工作办法》《学校教学评价实施办法》《教师教学质量评价办法》，对课堂质量、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设进行管理，并引进企业联动机制，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

5. 依据常熟分院《学校教学诊断与改进管理办法》，加强教学质量监控管理，持续推进课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进。

6. 依据常熟分院《关于进一步规范教学行为，提高课堂教学质量的实施意见》《学校督导质控员管理办法》，加强日常教学的运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律，强化教学组织功能。

7. 依据常熟分院《关于进一步规范教师理论学习与教研活动的实施意见》，每两周召开一次教研活动，定期组织集体备课，开设公开课、示范课并集中评课，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。

8. 常熟分院成立 AI、编程、机器人等精品社团，构建“人工智能赋能教育教学课程建设体系”，实现分层教学。学校对泛雅平台、学习通 APP、智慧课堂等基础教学平台进行了智能化升级，深度整合了 DeepSeek 等大模型技术，同时，国家级教学资源库、省级虚拟仿真实训基地为混合式教学提供强力支撑。学生可通过 AI 助教实现课程导航、资料检索、互动问答及个性化学习建议与资源推荐，提升学习效率。教师借助 AI 工具高效备课、自动生成知识图谱、互动习题，通过学情分析系统智能诊断学生测试结果，制定个性化教学策略。

9. 依据常熟分院《学校毕业生就业工作量化督导实施办法》，通过毕业生就业跟踪调研，对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况、企业满意度等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

十一、毕业要求

学生学习期满，经考核、评价，符合下列要求的，予以毕业：

1. 综合素质毕业评价等级达到合格及以上。
2. 根据本方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满 276 学分。

十二、其他事项

（一）编制依据

1. 《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13 号）；
2. 《教育部职业教育与成人教育司关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61 号）；
3. 《职业教育专业目录》（2021 年）；
4. 《职业教育专业简介》（2022 年修订）；
5. 《职业教育专业教学标准》（2025 年修（制）订）；

6. 《职业学校专业（类）岗位实习标准》；
7. 《关于深入推进五年制高职人才培养方案制（修）订工作的通知》（苏联院教〔2023〕32号）；
8. 《省教育厅关于印发五年制高等教育语文等十门课程标准的的通知》（苏教职函〔2023〕34号）；
9. 《江苏联合职业技术学院五年制高等教育电子商务专业指导性人才培养方案（2025版）》（苏联院教〔2025〕20号）。

（二）执行说明

1. 学校深入校企合作企业和岗位生产一线开展调研，精准把握职业能力要求，将行业新方法、新技术、新工艺、新标准深度融入实施性人才培养方案。规范实施“4.5+0.5”人才培养模式，每学期教学周期为18周，其中第一至第九学期为在校理论学习与实践教学，第十学期为岗位实习。

2. 中国特色社会主义、心理健康与职业生涯（I）、哲学与人生、职业道德与法治、历史、艺术按18周计算学时，其余公共基础课程按实际授课周数计算学时，每18学时折算1学分。专业课程按实际开设周数计算学时，每18学时折算1学分。实践性教学环节按实际开设周数计算学时，1周为30学时，并折算1学分。

3. 公共基础课程，因集中实践周导致学时不足的部分会通过多元化教学形式补足。《中国特色社会主义》课程总学时不低于36学时，其中正常教学安排32学时，通过专题讲座补足4学时；《心理健康与职业生涯》（I）课程总学时不低于36学时，其中正常教学安排32学时，通过网络课程补足4学时；《哲学与人生》课程总学时不低于36学时，其中正常教学安排32学时，利用网络课程补足4学时；《职业道德与法治》课程总学时不低于36学时，其中正常教学安排30学时，利用专题讲座的形式补足6学时；《艺术》课程总课时不低于36学时，其中正常教学安排32学时，利用网络培训补足4学时。

4. 坚持立德树人根本任务，全面加强思政课程建设，整体推进课程思政深度实施，充分发掘各类课程蕴含的思想政治教育资源，推动所有课程与思政教育有机融合，全面发挥课程育人功能。合理开设《劳动教育》，融入劳动思想，培育创新创业精神，在实习实践中嵌入劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育；开设《创新创业教育》，锤炼学生创业思维与实践能力，助力创意落地；开设《体育》，提升体能技能，培育规则、拼搏与协作意识，引导终身锻炼；开设《艺术》，提升审美与表现力，厚植人文底蕴，增强文化自信。同时通过开设专题课、举办讲座、开展主题实践、优化校园文化、组织社团活动和志愿者活动等多元举措，将“五育”要素融入人才培养全程，助力学生德智体美劳全面发展。

5. 学校紧密对接常熟区域经济发展与行业升级需求，基于办学定位和应用型人才培养目标，实施专业课程的模块化重构。通过引入真实生产项目与典型工作任务，将行业前沿的新技术、新工艺、新方法、新标准融入教学体系，创新开展项目式、情境式教学模式。同时，依托人工智能等数字技术推进课程教学的数字化转型，持续探索现代学徒制试点专业的课程体系创新。

6. 实践性教学中，军事理论与军训于第一学期开学前开展，为期1周；认识实习安排在第一学期，为期1周；毕业设计在第九学期，为期4周；岗位实习在第十学期，为期18周。其余实践性教学分散各学期有序进行，形成从基础认知到综合应用、校内历练到岗位实战的梯度链条，循序渐进提升实践能力，衔接职业发展需求。

7. 以学生兴趣与发展需求为导向，开设涵盖人文类、专业拓展类的任选课程。结合地区与校本特色，设置如苏州民俗文化、心理健康、消费心理学、就业与创业教育等特色内容，采用线上线下融合模式授课。考核突出过程性评价，综合作业、实践表现及学习成果进行评定，以激发学生主动性，提升综合素养。

8. 将互联网营销师中级技能考证要求融入到网络营销技能实训的教学,将电子商务师中级技能考证要求融入到电子商务综合技能实训教学,将网店运营推广职业资格等级证书中级技能考证要求融入到网店运营推广技能实训教学,通过过程性评价对学生进行考核,同时鼓励学生参加人力资源和社会保障部相关证书的考核,取得证书的学生可替代相应实践性教学,以此确保学生具备与证书等级相匹配的实操能力。同时推进通用能力训练,培养学生沟通、协作、信息处理等能力。

9. 岗位实习实施过程中学校严格执行教育部颁发的《职业学校学生实习管理规定》,与合作企业共同制定岗位实习计划、实习内容,共同商定指导教师,共同制定实习评价标准,共同管理学生实习工作。

10. 毕业设计强化实践导向,聚焦专业实操能力培养,围绕实际项目开展设计,注重成果应用价值与创新性。

11. 学生通过计算机、英语相关等级考试,或取得职业技能等级证书、1+X证书的,可依照常熟分院《学校学分奖励办法(试行稿)》获得学分奖励。

12. 根据教育部要求,以实习实训课为主要载体开展劳动教育,同时依托苏州常来网有限公司、苏州中和集团、常熟安达洲贸易物流有限公司等学徒制企业开展集中教学实践环节,培养学生综合职业能力。将网络营销、直播运营实务、新媒体营销、短视频制作等课程设置为现代学徒制的项目课程,采用校企联合培养模式,依托苏州常来网现代化实训基地及校内相关实训平台,采用双导师制度进行授课及评价,并设置了与互联网营销师或电子商务师等职业技能相对应的课程,逐步探索书证融通、课程融通的建设方向。

(三) 研制团队

序号	姓名	单位名称
1	陈慧频	江苏联合职业技术学院常熟分院

序号	姓名	单位名称
2	朱正良	江苏联合职业技术学院常熟分院
3	张喻玉	江苏联合职业技术学院常熟分院
4	徐琰芝	江苏联合职业技术学院常熟分院
5	周颖芳	江苏联合职业技术学院常熟分院
6	王剑华	苏州工学院商学院
7	赵超	南京中教畅享互联网科技有限公司
8	孙广哲	常熟市东南街道乾途化妆品商行

附件：五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表（2025级）

附件：

五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表（2025级）

类别	性质	序号	课程名称	学时及学分			每周教学时数安排										考核方式		
				学时	实践教学学时	学分	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	考试	考查	
							17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	14+4周	18周			
公共基础课程	思想政治理论课程	1	中国特色社会主义	36	8	2	2										√		
		2	心理健康与职业生涯（I）	36	8	2		2									√		
		3	哲学与人生	36	8	2			2								√		
		4	职业道德与法治	36	8	2				2							√		
		5	思想道德与法治	48	16	3					3						√		
		6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	8	2							2				√		
		7	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	8	3								3			√		
		8	形势与政策	24	8	1						总8	总8	总8			√		
	必修课程	9	语文	288	48	18	4	4	4	2	2	2					√		
		10	数学	256	24	16	4	4	2	2	2	2					√		
		11	英语	256	48	16	4	4	2	2	2	2					√		
		12	信息技术	128	64	8	2	2	2	2							√		
		13	体育与健康	288	256	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2		√		
		14	艺术（美术、音乐）	36	12	2	1	1										√	
		15	历史	72	4	4	2	2									√		
		16	心理健康与职业生涯（II）	16	8	1							1					√	
		17	国家安全教育	16	4	1								1				√	
		18	劳动教育	16	4	1	1											√	
	必修课程	19	地理（经济地理）	64	12	4	2	2									√		
		20	中华优秀传统文化	32	6	2							2					√	
	选修课程	21	创新创业教育	32	6	2							2					√	
		22	（课程开设情况见正文表1）	152	10	10						2	2	2	4			√	
公共基础课程小计				1948	578	120	24	23	14	12	11	10	9	10	6	0			
专业课程	专业平台课程	1	市场营销	68	34	4	4										√		
		2	电子商务基础	68	34	4		4									√		
		3	图形图像处理	102	68	6			6								√		
		4	会计基础	68	20	4				4							√		
		5	现代物流管理	68	34	4					4						√		
		6	国际贸易基础	68	34	4						4					√		
		7	管理学基础	68	34	4							4				√		
		8	经济学基础	68	34	4								4			√		
	专业核心课程	9	网络营销（学徒制课程）	68	34	4			4								√		
		10	视觉营销设计	102	68	6				6							√		
		11	客户服务	68	42	4					4						√		
		12	社群运营	68	34	4						4					√		
		13	新媒体运营	68	34	4							4				√		
		14	直播运营实务（学徒制课程）	102	68	6							6				√		
		15	商务数据分析与应用	68	34	4								4			√		
		16	网店运营	102	68	6									6		√		
	专业拓展课程	17	网络消费者行为分析	68	34	4			4								√		
		18	新媒体营销（学徒制课程）	68	34	4					4						√		
		19	市场调研与分析	34	17	2				2							√		
		20	商务礼仪	68	44	4							4				√		
		21	短视频制作（学徒制课程）	68	42	4								4			√		
		22	品牌管理	56	28	4									4		√		
		23	电子商务运营	56	28	4									4		√		
	选修课程	24	（课程开设情况见正文表5）	446	264	28		2		4	2	4		6	10		√		
专业课程小计				2088	1165	126	4	6	14	16	18	18	18	14	18	0			
实践性教学环节	1	军事理论与军训	30	30	1	1周											√		
	2	认识实习	30	30	1		1周										√		
	3	网络营销技能实训	30	30	1			1周									√		
	4	视觉营销设计技能实训	30	30	1				1周								√		
	5	客户服务管理技能实训	30	30	1					1周							√		
	6	直播电商技能实训	30	30	1						1周						√		
	7	网店运营推广技能实训	30	30	1							1周					√		
	8	电子商务综合实训	30	30	1								1周				√		
	9	毕业设计	120	120	4									4周			√		
	10	岗位实习	540	540	18										18周		√		
实践性教学环节小计				900	900	30	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	4周	18周			
合计				4936	2643	276	28	29	28	28	29	28	27	24	24	0			

说明：中国特色社会主义、心理健康与职业生涯（I）、哲学与人生、职业道德与法治、历史、艺术按18周计算学时，其余公共基础课程按16周计算学时，每16~18学时折算1学分。专业课程按实际开设周数计算学时，每16~18学时折算1学分。实践性教学环节按实际开设周数计算学时，1周为30学时，并折算1学分。

撰写要求：所有课程（包括选修课程）都应明确学时、实践教学学时、学分、开设学期和考核方式。