

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及专业代码

高职：电子商务 530701

中职：电子商务 730701

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

三年制（2.5+0.5）

四、培养面向

序号	对应职业（岗位）	职业技能证书	专业（技能）方向
1	客户服务	★1+x 电子商务数据分析（初级） ★1+x 网店运营推广（初级）	1. 新零售门店运营 2. 新媒体运营
2	电商美工		
3	短视频拍摄与剪辑		
4	新媒体营销		
5	门店运营与管理		
6	营销策划		

说明：可根据实际情况和技能方向取得 1 或 2 个证书，鼓励取得两个证书。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业坚持立德树人，主要面向电子商务营销服务业，培养具有与本专业相适应的文化水平和良好的职业道德，掌握一定的专业理论知识、实践技能和较强的实际工作能力，适应新零售门店运营和新媒体营销服务第一线需要，具有从事本职业领域实际工作的基本技能和初步能力，从事客户服务、美工、短视频拍摄与剪辑、新媒体运营与推广、新媒体营销、新零售门店运营与管理等工作，取得 1+X 电子商务数据分析、网店运营推广等职业技能初级证书，德智体美全面发展的高素质劳动者和技能应用型人才。

职业技能等级证书						
网店美工	客户服务	网店推广	新媒体营销	网络营销	跨境电商	

公共基础课程	专业基础课程	1+X 多模块一体化重构课程		选修课程
思想政治类课程 体育健康类课程 文化类课程 创新创业通识类课程 	市场营销基础 电子商务基础 网络营销实务 跨境电商实务 商品仓储物流 网页设计与制作 新媒体营销实务 网络客服 平台课程	网店美工 商品拍摄与图片处理（初级） 视觉设计（初级） 网店运营 电子商务数据分析 网店推广（初级） 新零售方 电子商务数据分析（初级） 网店开设（初级）	模块课程 短视频运营 网络直播 新媒体运营 跨境电商 B2C 运营 方向课程	专业选修课 电子商务法 商品管理 商务谈判 职业素养 消费者行为分析 WEB 前端开发 专题讲座 公共选修课 科学与技术类 文学与艺术类 历史与社会类 经济与管理类 健康与生活类 技能与拓展类
计算机类证书 英语类证书 	电子商务师职业资格证书 	网店美工证书 新媒体营销证书 网店推广证书 商务数据分析证书 		

认知学习与顶岗实习						
国防教育	认知实习	顶岗实习	顶岗实习	技能大赛	资格考证	社会实践

表 4 根据培养目标进行 1+X 多模块一体化课程重构

（二）培养规格

1. 职业素养

- 1) 具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。
- 2) 具有诚实守信、顾客至上的职业意识。

- 3) 具有严格遵守企业生产安全操作规程的职业态度。
- 4) 吃苦耐劳,工作责任感强,工作执行力强。
- 5) 具有较强的抗压能力、应变能力。
- 6) 具有较强的沟通能力和团队合作意识。
- 7) 具有积极的职业竞争和服务的意识。
- 8) 具有较强的安全文明生产与节能环保的意识
- 9) 具备较强的获取信息、分析判断和学习新知识的能力,有一定的创新能力。

2. 职业岗位知识和技能

- 1) 了解基本的商务礼仪常识。
- 2) 了解营销基础知识。
- 3) 掌握计算机基础知识,能使用计算机常用工具软件(包括网络工具软件)处理日常工作文档,满足工作需要。
- 4) 掌握电子商务基础知识,能熟练使用互联网交易平台处理 B2B、B2C、C2C、团购等商务活动交易。
- 5) 掌握电子商务网站图形图像制作,能完成图片制作、商品拍摄、店铺装修等美工处理工作。
- 6) 掌握电子商务网站信息采集与信息加工的相关知识,能完成信息搜集、原创、编辑、发布等信息处理工作。
- 7) 掌握电子商务物流配送相关知识,能完成商品打包、订单处理、配送等环节的重要工作,符合企业规范。
- 8) 掌握网络营销相关知识,能根据需求,操作站内和站外推广媒介,达到网络营销目的。
- 9) 掌握电子商务日常工作中客户服务相关专业知识,能按照服务规范与流程,服务客户,提出顾客接受的解决方案。

3. 能力

能力项目	主要内容
通用能力	1. 具有较强的语言表达能力;
	2. 具有较强的解决问题能力;
	3. 具有较强的沟通协调能力;
	4. 具有较强的团队合作能力;
	5. 具有较强的终身学习能力;
	6. 具有较强的信息技术应用能力;
	7. 具有较强的独立思考、逻辑推理、信息加工能力;
	8. 具有较强的创新创业能力。
专业能力	1. 管理技能:行使管理职能的技能;合理选择和运用管理方法的技能;分析解决企业管理中存在的问题的技能;

	2. 网络营销与策划技能：具备网络营销活动的策划与推广能力，能灵活利用全方位智能化营销手段；
	3. 数据库设计能力：具备商务信息采集、数据分析与挖掘的能力；
	4. 计算机技能：能熟练使用 OFFICE 相关软件；
	5. 电子支付与网络安全防范技能：具备电子支付管理能力，具备计算机病毒防范和网络安全防护的基本技能；
	6. 文案写作技能：能从事文案编辑相关工作，能负责新媒体平台文字内容输出；
	7. 网店美工技能：具备电偶设计与装修能力，能对店铺内容进行整体规划和布局；
	8. 客户关系管理技能：具备及时处理客户反馈意见，化解客户关系危机，维持高客户黏性的能力；
	9. 电子商务活动技能：具备电子商务活动的策划、组织和管理等技能；
	10. 网店运营推广技能：具备网上开店的基本技能，能处理图片、编辑内容，胜任商品发布与维护、促销活动策划、用户运营与管理等工作。

表：电子商务专业职业能力

六、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课和专业技能课。

公共基础课包括德育课（职业生涯规划、职业道德与法律、经济政治与社会、哲学与人生），文化课（语文、数学、英语、计算机基础），体育与健康，艺术（音乐或美术），历史以及其他自然科学和人文科学类基础课。

专业技能课包括专业核心课和专业选修课，实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

（一）课程体系

本专业课程体系由公共必修课、专业必修课、专业选修课、公共选修课构成。

序号	课程性质与类别	主要课程
1	公共基础课	思想政治、语文、数学、英语、历史、物理、化学、计算机应用基础、体育与健康、公共艺术、中华优秀传统文化、硬笔书法、职业素养、劳动教育

2	专业必修课	专业基础课	市场营销基础、电子商务基础、商品仓储物流、网页设计与制作、新媒体营销实务、客户服务
		专业核心课	商品拍摄与图片处理（初级）、视觉设计、网店开设（初级）、网店推广（初级）、跨境电商创业实务
		创业方向课	新媒体运营、跨境电商创业实务
3	专业选修课		电子商务法、商品管理、商务谈判、职业素养、消费者行为学、WEB 前端开发、专题讲座
4	公共选修课		科学与技术类；文学与艺术类；历史与社会类；经济与管理类；健康与生活类；技能拓展类

表 6 电子商务专业课程体系

（二）专业基础课程

表 7 电子商务专业基础课程

序号	课程名称	课程内容	学时（学分）
1	市场营销基础 (A1066661225)	本课程的任务是教会学生最基本的市场营销知识和技巧，能够进行市场分析、产品销售、制定营销计划等工作。能够对某个产品或者企业进行市场机会分析，制定合理的营销计划。	72（4）
2	市场营销模拟 (A1066661314)	让学生能够根据市场情况选择适宜的营销活动，具备解决实际问题的基本能力，培养学生从事相关岗位工作的职业道德，严谨的工作态度和良好的团队合作意识。	2（36）
3	电子商务基础 (A1066661243)	本课程主要介绍电子商务网站建设、交易模式、电子商务与网络营销的关系、电子商务物流、电子商务支付、电子商务安全与法律保护等电子商务基础知识，让学生对电子商务有一个整体的了解，为深入学习电子商务打下基础。	72（4）
4	跨境电商实务 (A1219001208)	本课程主要介绍跨境电商的基本概念和表现形式，跨境电商模式、跨境电商岗位、跨境物流、跨境支付、法律法规、安全等内容。培养学生从事相关岗位工作的职业道德，严谨的工作态度和良好的团队合作意识。	72（4）
5	商品仓储物流 (A1219001201)	本课程主要介绍了电商企业仓储物流中单据审核、分类整理、入库检验、货物上	36（2）

		架、盘点管理、配货包装与退换货等相关工作内容，使学生熟悉商品仓储物流的基本理论和基本知识，掌握商品仓储物流的方法，具备初级物流人才的职业必备技能	
6	网页设计与制作 (A1066661242)	本课程主要介绍了电子商务网页设计、网页制作、网店首页与详情页的设计与制作等企业相关工作内容，使学生能设计、懂制作，从而掌握网页设计与制作的工作能力。	36 (2)
7	新媒体营销实务 (A1211001104)	本课程主要介绍了新媒体推广策划、新媒体内容制作与推广、活动策划及裂变式涨粉、用户留存与变现等企业相关工作内容，使学生能够懂得新媒体营销岗位的工作技能，胜任岗位工作。	72 (4)
8	网络客服 (A1211001307)	本课程主要介绍网络客服的核心业务流程，包括售前咨询、售中沟通、售后服务、客户关系管理、客服管理等内容，使学生具备客服岗位各个环节工作的能力。	36 (2)

(三) 多模块一体化重构课程体系

表 8 专业核心课程

课程等级	课程名称	课程内容	学时 (学分)
初级	商品拍摄与图片处理 (A1066661252)	《图片处理与视频制作》是美工岗位必备基础技能课程，本课程基于企业典型工作任务，融入真实工作项目。在学习过程中，学生通过完成海报制作、不同材质商品拍摄、Vlog 短视频制作等项目实训，逐步达成学习目标，掌握图片处理与视频制作能力，胜任企业相关工作。	36 (2)
	网店运营基础 (A1066661221)	定位于网店运营助理岗位，主要面向网店装修、网络编辑、网店美工、网店客服、线下销售等岗位群，完成商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作、客户问题处理、交易促成以及客户关系维护等工作任务，具备开好店的能力。	108 (2+4)
	电子商务数据分析 (A0905001313)	能够掌握数据采集和数据处理的知识、方法和工具，通过数据平台、问卷调研等工具或途径获取电子商务企业内、外部数据。能够根据数据分析的目的和主题，通过 Excel 等数据处理工具对采集到的数据进行处理	72 (4)

		与基础分析。能够监测企业经营数据，及时发现数据异常，完成数据图表、报表制作，并根据数据表现做营销策划等工作，提高实践能力和现代职业意识。	
中 级	视觉设计 (A1211001205)	《视觉设计》为网店美工岗位中级模块，包含网店美工各个工作环节所需要具备的知识和技能，包括产品主图设计、直通车主图设计、宣传海报设计、促销海报设计、店招店标设计、banner 设计、宝贝陈列设计、详情页设计，并从视觉设计的角度指导学生掌握设计理念与技巧，提供源自于真实工作情境的工作页实训，让学生在项目实战过程中系统性、有目标地掌握视觉设计相关知识与技能。	72 (4)
	新媒体运营 (A0902001272)	《玩转新媒体运营》基于新媒体运营相关岗位职业功能与典型工作任务，包含新媒体运营各个工作环节所需要具备的知识和技能，如新媒体内容制作、内容定位、用户定位、新媒体平台推广、活动运营、用户运营等，提供源自于真实工作情境的工作页实训，让学生在项目实战过程中系统性、有目标地掌握新媒体运营相关技能与知识。	72 (4)
	跨境电商创业实 务 B2C (A1219001208)	《跨境电商创业实务 B2C》是跨境电商一体化课程结构方向模块课程，包含跨境电商 B2C 运营各个工作环节所需要具备的知识和技能，如亚马逊开店、选品、站内外推广、活动策划、数据运营等，提供源自于真实工作情境的工作页实训，让学生在项目实战过程中系统性、有目标地掌握跨境电商 B2C 相关技能与知识。	72 (4)

(四) 综合实训

为提升学生的综合职业能力，采取集中实训或社会实践等教学组织形式，帮助学生形成从事商品经营活动所应具备的职业素质和能力，增强其工作适应能力，为未来就业奠定良好的基础。具体安排如下表：

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	新零售门店运营	借助校外实训基地和校内格子铺、新零售实训室等创业平台，开展社会实践和个人创业活动。学习个人创业的相关知识，开展问卷调查、商圈考察等市调工作，进行基本的开店选址、业务创新、营销策划等工作，提高实践能力和现代职业意识。	36

2	客服岗位技能训练	跟踪顾客、提供资讯、顾客投诉与突发事件应对的技能训练,达到能够独立上岗开展客服工作的水平。	36
3	电商创业实务	借助校外实训基地和校内格子铺、新零售实训室等创业平台,开展社会实践和个人创业活动。学习个人创业的相关知识,开展问卷调查、商圈考察等市调工作,进行基本的开店选址、业务创新、营销策划等工作,提高实践能力和现代职业意识。	72
合计			180
综合实训学时占总教学学时 7%			

(五) 顶岗实习

顶岗实习是重要的实践教学环节,学校和企业应共同制订顶岗实习方案,主要针对商品陈列、商品导购、商品销售和客户服务等工作实行专业对口实习。顶岗实训安排在第六学期,共 540 学时。

七、学时安排

表 9 电子商务专业课程学时学分构成

序	课程性质与类别		学时	占总学时比例 (%)	学分	占总学分比例 (%)
1	公共必修课		1134	36.41%	65	37.14%
2	专业必修课	专业基础课	360	11.56%	20	11.43%
		专业核心课	1152	36.99%	64	36.57%
3	专业选修课		252	8.09%	14	8%
4	公共选修课		216	6.94%	12	6.86%
合计			3114	100%	175	100%

每学年为 52 周,其中教学时间 40 周(含复习考试),累计假期 12 周;周学时一般为 28 学时,顶岗实习按每周 30 小时(1 小时折合 1 学时)安排。

18 学时为 1 学分,3 年制总学分不得少于 170。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动以 1 周为 1 学分,共 5 学分。

学期	学期周数	教学周数		考试周数	机动周数
		周数	其中:综合的实践教学及教育活动周数		
一	20	18	1 (军训)	1	1
			1 (入学教育)		
二	20	18	2 (企业认知实习)	1	1
三	20	18	2 (下企业教学实习)	1	1

四	20	18	2（社会实践活动）	1	1
五	20	18	2（下企业教学实习）	1	1
六	20	20	注：顶岗实习 19 周，毕业教育 1 周		
总计	120	110		5	5

八、教学进程总体安排

表 10 电子商务专业教学周数安排

学年	第一学年		第二学年		第三学年		合计
学期	一	二	三	四	五	六	
教学周数	20	20	20	20	20	20	120
课程周数	18	18	18	18	18		90
顶岗实习						18	18
考试周数	1	1	1	1	1	1	6
机动周数	1	1	1	1	1	1	6

九、实施保障

（一）师资队伍

专业教师学历职称结构合理，专任教师 14 名，其中高级专业技术职务的专任教师 5 名；中级专业技术职务的专任教师 7 名，初级专业技术职务的专任教师 2 名，其中“双师型”专业教师 5 名，其中“双师型”教师比例达 33%；企业一线技术人员和能工巧匠，为校内外实习实训基地现场指导教师。

（二）教学设施

1. 校内实训设施

我校已建成校内实训实习必须具备的实训室，主要工具和设施设备的名称、数量见下表

电子商务专业主要实训设施一览表

序号	实训室名称	主要工具和设施设备	
		名称	数量
1	校园格子铺实训室	经营格子	85 格
		玻璃柜组	12 个
		收银机	1 台
		收银台	1 个
		店铺管理软件	1 套
		计算机	1 台

		扫描枪	12 只
		打印机	1 台
		各类销售商品	1000 件
		商务洽谈桌椅	1 套
		售货车	20 辆
		铁皮柜	20 个
		监控电视	1 台
		格子铺电子商务平台（实战版）	1 套
2	超市综合实训室	计算机	2 台
		收银一体机	5 台
		超市经营管理系统	1 套
		货架	20 组
		服装模特	6 套
		流水作业台	4 组
		自动售货机	1 台
		电子储存柜	1 个
		购物车	10 个
		各类实训商品	1000 件
		多功能工作桌（会议、POP 制作、营销策划等）	5 张
		监控电视	1 台
3	沙盘实训室	企业经营沙盘（物理）	8 组
		电子沙盘	1 套
		计算机	12 台
		多媒体教学设备	1 套
4	新零售实训室	计算机	2 台
		服装模特	10 个
		服装流水台	8 组
		收银台	1 个
		门店管理系统	1 套
		货架（衣架）	2 组
		实训商品	500 件
5	物流配送实训室	手动液压托盘车	10 辆
		半电动堆高车	4 辆
		电动推高车	4 辆

		叉车	6 辆
		重型货架	8 组
		立体车库	2 间
		电子辅助分拣设备	1 套
6	电子商务实训室	市场营销实训软件	1 套
		网络营销实训软件	1 套
		电子商务实训软件	1 套
		市场调查实训软件	1 套
		客户服务实训软件	1 套
		连锁加盟创业实训软件	1 套
		工商管理注册实训软件	1 套
		超市收银实训软件	1 套
		国际贸易实训软件	1 套
		ERP 实训软件	1 套
		物流实训软件	5 套

说明：主要工具和设施设备的数量按照标准班（50人/班）配置。

2. 校外实训基地

我校电子商务专业目前主要与夏商集团、沃尔玛公司、邮政EM、万杰隆等知名企业开展校企合作，建立校外实训基地。实训基地实训设备设施配置合理，实训内容和形式贴近实际经营业务，能承担职业礼仪、商品陈列、理货补货、商品包装、导购、收银、采购、商品组装与调试、营销策划、客户服务、网络推广等岗位的技能训练。

教学活动的实施，提供教师企业挂职锻炼岗位，实现教师轮岗实践，提升教师“双师素质”。

（三）教学资源

本专业教材、图书和数字资源以学生为主体，以综合能力培养为目标，以职业标准为依据，以岗位能力需求为导向，以职业任务（典型工作任务）为载体，围绕职业等级标准采取一体化建设思路，重构原有专业技能课程体系，进而进行“三教改革”，使得一体化课程在满足原有学业要求基础外，还适用于职业岗位等级证书考核要求，让学生能够掌握企业岗位所要求的知识与技能。

（四）教学方法

本专业课程教学坚持学生主体、全人发展、知行合一、因材施教等教学理念，采用包含混合式教学、项目式教学、翻转课堂、测评课堂、企业订单、学习路径、竞赛教学等多模式、全场景、模块化教学模式，让学生在学中做、在做中学，激发学生主动性与积极性。

（五）教学评价

体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，教学评价注意吸收电商行业企业参与。校内校外评价相结合，电子商务相关职业技能鉴定与学业考核相结合，过程性评价，应从情感态度、对应技能方向岗位能力、职业行为等多方面对学生在整个学习过程中的表现进行综合测评；结果性评价应从完成项目的质量、技能的熟练程度等方面进行评价。过程性评价内容包括：参加学习的课时、学习过程的参与程度、过程成果、技术操作与应用。结果性评价内容包括：分小组汇报总结，上交项目实施报告，汇报演讲、项目答辩考核成绩等；终结性评价内容包括：技能课程成果、综合实训成果和顶岗实训成果三部分。考核评价应纳入一定的电商企业专业人员评价（课堂成果、顶岗实习评价）。各阶段评价还要重视对学生遵纪守法、规范操作等职业素质的形成，兼顾对节约意识、网络安全意识的考核。

（六）学习评价

包括对专业知识、专业技能和关键能力三个方面的评价，各专项评价所采用的考核方式分别为专业知识的评价主要采取笔试的形式进行考核；专业技能的评价主要采取实际操作的形式进行考核；关键能力的评价主要以学生平时的综合表现进行考核，涉及情感、态度、意识、习惯、方法、合作和创新等涵盖出勤及仪容仪表、学习态度、计划可行性、工作态度与习惯、发现问题的敏锐性、处理问题的及时性、沟通能力和合作精神等方面的考核。

1. 考试课程：学习成绩是根据学生期末考试成绩、平时成绩（包括平时考勤、课题完成、平时作业、课堂表现、平时测验等）、实习成绩综合评定。基本原则：进行考试的课程，期末考试成绩占 30%、平时成绩占 70%。

2. 考查课程：学习成绩根据平时成绩和阶段性测验成绩综合评定。平时成绩可根据学生出勤、听课、作业、课堂提问等情况评定，一般测验成绩占总成绩的 30%，平时成绩占 70%。

对学生学习评价选择传统理论考试和实操考试的方式进行，注重过程评价，根据每次课程教授知识记录学生的掌握情况，具体包括实习心得、实习报告，课前、课中、课后作业完成情况，小组作业完成情况等。

课程考核突出过程性考核，提高过程性考核成绩的占比，体现成绩形成的过程和能力掌握的过程。适当增加过程性考核手段，以能力考核为主、知识素质考核为辅。

（七）质量管理

1. 加强专业教学质量标准文件的监控，强化专对人才培养方案、课程建设、教材

建设、实践教学的指导和监控。

在学校、教务处、教学部二级管理基础上，建立专业专业指导委员会、课程建设小组等机构，强化专业建设的服务与监控。在明确专业部主任、教研组长、实训室负责人、各核心课程负责人等专业教学岗位工作职责的基础上，进一步规范各岗位的工作内容和质量标准。

2. 加强教学过程监控。健全教务处、督导室、教学部、教研组巡查体系，实施“推门听课”，引进兄弟院校、企业专家教学巡视和听课制度，健全教学过程监控组织体系。落实教研组长专业日常教学质量管理与检查制度、教学督导制度、教师听课制度、学生评教制度、教师评学制度、企业专家评教、企业专家评学、教学信息网上反馈等制度，完善教学环节监控。本专业坚持“需求导向、自我保证、多元诊断、重在改进”的质量方针，吸纳政府、行业、企业、学生、家长、社会参与，学院履行质量保证主体责任，组织实施人才需求调研、毕业生跟踪调研、教学检查、教学督导、听课评课、学生评教、教师评学、成绩分析、毕业资格审核、成绩核查、学情调研、人才培养工作状态数据信息采集、专业检查（评估或认证）、专业诊改、课程诊改、教师诊改等质量保证工作，形成常态化、可持续、全过程的人才培养质量保证机制。

电子商务专业质量保证

序号	质量保证方式	实施时间	呈现形式
1	行业企业调研	每年 7-8 月	调研报告
2	毕业生跟踪调研	每年 7-8 月	调研报告
3	教学检查	每学期	检查报告
4	教学督导	每学期	督导简报
5	学生评教	每学期	评教报告
6	教师评学	每学期	评学报告
7	听课评课	每学期	听课记录
8	成绩分析	每学期	分析报告
9	学情调研	每学期期中	调查报告
10	毕业资格审核	第六学期	审核报告
11	人才培养工作状态信息采集	每年 9 月	质量报告
12	教师年度绩效考核	每年 7 月	绩效报告
13	专业检查(评估或认证)	每三年	评估（检查或认证）报告

九、毕业要求

1. 福建省学业水平考试等级C及以上；
2. 我校实行弹性学分制，18学时为1学分，3年制总学分不得少于168，专业核心课必须合格及以上；鼓励取得相应的职业资格证书。
3. 军训、社会实践、入学教育、毕业教育、校园酒店式实训等活动合格。

十、附录

电子商务专业教学进程总体安排

		序号	课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时	周课时数					
								一	二	三	四	五	六
课程性质与类别		1	思想政治	8	144	120	24	2	2	2	2		
		2	语文	12	216	216	0	2	2	4	4		
		3	数学	10	180	216	0	2	2	2	4		
		4	英语	10	180	216	0	2	2	4	2		
		5	历史	2	36	36	0					2	
		6	信息技术	6	108	54	54	4	2				
		7	体育与健康	10	180	36	144	2	2	2	2	2	
		8	公共艺术	2	36	24	12	2					
		9	中国商业史	2	36	24	12			2			
		10	硬笔书法	2	36		36		2				
		11	职业素养	2	36	24	12	2					
		12	劳动教育	2	36	12	24		2				
				小计		68	1224	978	318	18	16	16	14
专业必修课	专业基础课	1	市场营销基础	4	72	36	36	4					
		2	电子商务基础	4	72	36	36	4					
		3	新零售实务	4	72	36	36					4	
		4	市场营销模拟	2	36	18	18		2				
		5	商品仓储物流	4	72	36	36		4				
		6	网页设计与制作	2	36	18	18			2			
		7	新媒体营销实务	4	72	36	36			2	2		
				小计		24	432	216	216	8	6	4	2

专业核心课	1	商品拍摄与图片处理	4	72	12	60		4				
	2	商务数据分析	4	72	12	60						
	3	视觉设计	4	72	24	48			4			
	4	跨境电商创业实务	4	72	24	48				4		
	5	短视频制作	4	72	24	48		4				
	6	网络直播	4	72	24	48					4	
	7	新媒体运营	4	72	24	48					4	
	8	网店运营基础	6	108	40	68				2	4	
	9	顶岗实习	30	540	0	540						30
	小计		64	1152	192	924	0	8	4	6	12	30
专业选修课	1	电子商务法	2	36	24	12				2		
	2	网络客服	2	36	12	24			2			
	3	商务礼仪	2	36	12	24	2			2		
	4	跨境电商平台运营	2	36	18	18				2		
	5	消费者行为学	2	36	24	12					2	
	小计		14	252	138	114	2	0	2	6	4	0
任意选修课	1	科学技术类	2	36	18	18						
	2	文学艺术类	2	36	18	18					2	
	3	历史社会类	2	36	18	18						
	4	经济管理类	2	36	18	18				2	2	
	5	技能拓展类	2	36	18	18						
		小计	12	216	108	108	0	0	0	0	4	0
合计			182	3276	1632	1680	28	30	28	30	28	30

说明：本专业共开设课程 42 门，3276 学时，182 学分。其中，理论教学 1632 学时，占总学时的 49.8%；实践教学 1680 学时，占总学时的 51.2%。