

江苏联合职业技术学院苏州分院

五年制高等职业教育专业实施性人才培养方案

(2024 级)

专业名称: 电子商务

专业代码: 530701

制订日期: 2024 年 7 月

生效日期: 2024 年 9 月

制订	洪伟东	初审	周晖
审核	张祥	审批	



目 录

一、专业名称及代码	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	1
(一) 素质	2
(二) 知识	2
(三) 能力	2
七、课程设置	3
(一) 公共基础课程	3
(二) 专业课程	4
八、教学进程及学时安排	11
(一) 教学时间表	11
(二) 专业教学进程安排表	11
(三) 学时安排表	11
九、教学基本条件	12
(一) 师资队伍	12
(二) 教学设施	13
(三) 教学资源	15
十、质量保障	16
十一、毕业要求	16
十二、其他事项	17
(一) 编制依据	17
(二) 执行说明	17
(三) 研制团队	18
附件 1: 五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表 (2024 级)	19
附件 2: 五年制高等职业教育电子商务专业任选课程开设安排表 (2024 级)	20

一、专业名称及代码

电子商务（530701）

二、入学要求

初中应届毕业生

三、基本修业年限

5 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）、制造业（C）
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）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）、客户服务管理员（4-07-02-03）、全媒体运营师（4-13-01-05）
主要岗位（群）或技术领域举例	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、直播营销主管、短视频营销主管
职业类证书举例	职业技能等级证书：电子商务师（网商）中级工/高级工（苏州市职业技能鉴定中心）、互联网营销师（直播销售员）高级工（苏州市职业技能鉴定中心）

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，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、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向苏州地区制造业、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）、直播营销主管、短视频营销主管，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工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习电子商务专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，总体上须达到以下要求。

（一）素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，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. 能够熟练掌握与本专业从事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，了解相关产业文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

3. 具有较强的集体意识和团队合作意识；

4. 掌握基本身体运动知识和篮球、八段锦等运动技能，达到国家学生体质测试合格标准，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；

5. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成美术、音乐等艺术特长或爱好；

6. 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；

7. 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、全球视野和市场洞察力。

（二）知识

1. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的政治理论知识和科学文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养；

2. 掌握电子商务基础、市场营销、现代物流管理、国际贸易基础、会计基础、统计学基础、管理学基础、图形图像处理、跨境电子商务、移动电子商务等方面的专业基础理论知识；

3. 掌握网络消费者行为分析、短视频制作、新媒体营销、办公软件高级应用、供应链管理、电子商务运营等专业知识；

4. 掌握网络营销、客户服务管理、视觉营销设计等专业知识；

5. 掌握网店运营推广、商务数据分析与应用、直播电商、互联网产品开发、社群运营等专业知识；

6. 熟悉商品拍摄、商务软文写作、现代商务谈判、配送管理实务、电子商务法律等专业知识。

7. 掌握电子商务师考工中级工/高级工等专业知识。

（三）能力

1. 具有探究学习、终身学习能力，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，具备职业生涯规划能力；

2. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力；

3. 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；

4. 具有行业产品分析、市场细分的能力，能根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成运营目标；

5. 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；

6. 具有市场调查与分析、活动策划的能力，能够使用各类平台营销推广方法与营销工具，完成活动文案设计、资源整合、营销活动、广告投放、效果评估和媒体公关；

7. 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；

8. 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；

9. 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；

10. 具有用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，能够建立产品需求模型及应用场景、设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动。

11. 具有运用新媒体营销方法，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的能力。

12. 具有短视频选题策划和脚本撰写，并根据脚本拍摄、剪辑、运营短视频的能力。

七、课程设置

本专业包括公共基础课程、专业课程等。

（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、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、形势与政策等思想政治理论课程和语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、历史、地理等必修课程，心理健康教育等限选课程；根据苏州文化特色、本校优势特色开设文化苏州、转本英语、日语口语等任选课程。

（二）专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程和技能实训课程等。

1. 专业基础课程

专业基础课程的设置应注重培养学生专业基础素质与能力，为专业核心课程的学习奠定基础。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、统计学基础、管理学基础、跨境电子商务、移动电子商务等 10 门必修课程。

表：专业基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	市场营销 (68 学时)	市场营销基本概念；市场环境分析；消费者行为分析；市场营销调研；市场细分、目标市场选择、市场定位；产品策略；品牌策略；定价策略；分销渠道策略；促销策略；营销战略与整合营销等	树立正确市场营销观念；能独立、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；能进行定性与定量分析，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；培养学生正确的人生观，价值观和世界观，引导学生树立正确的市场营销道德观念，增强学生的社会责任感和服务意识，发挥课程思政育人功能
2	电子商务基础 (68 学时)	初识电子商务；电子商务交易模式及应用；网络营销；物流配送；网上支付与安全交易；网上创业等	结合电子商务发展实际讲解电子商务的基本概念、特点、分类，掌握电子商务主要交易模式及应用；创造性地将网络营销策略和方法应用于电子商务实践；熟悉电子商务发展中的技术、安全、物流配送、支付以及法律法规等内容；能进行网上创业；挖掘制度自信、网络文明、创新精神等思政元素，发挥课程思政育人功能
3	会计基础 (68 学时)	会计的概念、范围、分类；会计核算基础和原则；会计要素、会计等式、借贷记账法的运用；经济业务与原始凭证的识别，企业基本经济业务的核算；财务报表和财务会计报告等	能正确遵守会计的基本规范；能正确判断经济业务性质和内容，能准确按照会计的专门方法进行会计业务处理；熟悉财务报表，具有对企业财务状况和经营成果进行分析的能力；树立正确的会计职业观，遵章守法、诚实守信，养成细致、严谨的工作作风；进一步树立依法纳税的思想，发挥课程思政育人功能

4	图形图像处理 (68 学时)	平面设计的基本流程；图像的各种色彩模式以及基本的配色原则；图像存储的常用格式及各自的特点；基本工具以及图层、通道、蒙版、路径的使用；商品包装、海报的设计、印刷；素材图片中图像的抠取以及加工合成；对网站首页的页面设计等	了解图片及图像处理的基本知识；能运用 Photoshop 软件进行图片处理和图形设计；能运用 Photoshop 软件制作特效；能运用 Photoshop 软件进行电子商务广告设计；弘扬优秀传统文化，激发学生的民族自豪感，帮助学生树立文化自信，发挥课程思政育人功能
5	现代物流管理 (68 学时)	物流与供应链基本概念与背景；物流系统；物流功能要素；物流主要模式；物流组织与控制；智慧物流；供应链管理方法、内容以及供应链物流管理等	借助情景案例诠释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；能将智慧物流与供应链的基本理论应用于实践；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；全面了解物流职业，树立正确的物流职业观，弘扬人民利益至上，增强民族自豪，促进团结协作共赢，发挥课程思政育人功能
6	国际贸易基础 (68 学时)	国际贸易的基本概念和主要类型；国际贸易的产生与发展；国际贸易政策；关税措施；非关税措施；鼓励出口和出口管制措施；区域经济一体化；世界贸易组织等	结合贸易的产生与发展讲解国际贸易的基本概念和主要类型；借助典型案例分析国际贸易政策和常见的国际贸易措施；初步具备发现、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，初步具备发现、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，发挥课程思政育人功能
7	统计学基础 (68 学时)	统计认知；统计调查；统计整理；综合指标；时间数列；统计指数；Excel 在统计中应用等	结合统计实际，初步掌握统计学基本概念和研究方法，掌握统计调查的种类、调查方案；掌握统计分组、分配数列概念、作用；明确总量指标、相对指标、平均指标计算方法；掌握时间数列水平指标和速度指标计算与分析；掌握综合指数、平均指数分析及指数体系计算方法，能熟练掌握 Excel 在统计中应用，培养学生分析问题、解决问题的能力；培养学生的社会责任感，培养学生关注社会、关注国计民生的意识，发挥课程思政育人功能
8	管理学基础 (68 学时)	管理思想及其发展；管理的基本原理；管理的基本职能与方法；计划职能；组织职能；领导职能；控制职能；创新职能等	借助情境案例诠释管理的普遍规律、基本原理、一般方法和管理技能，综合运用对于实际问题的分析；初步具有解决一般管理问题的能力；融入工匠精神，培养学生认真负责、脚踏实地、有条有理的做事风格；结合专业内容融入家庭和国家感情、民族自豪感、社会责任感、文化自信等思想政治元素，发挥课程思政育人功能

9	跨境电子商务 (102 学时)	跨境电子商务的特点、模式,常用的跨境电子商务平台及相关知识;外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务;国际物流和国际支付知识;外贸市场网络调研、选品、采购;对外商品网上报价、发布及推广;处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护等	能根据国际市场需求和不同的跨境电商平台,进行跨境网络调研、独立寻求货源并进行采购;能够在外贸第三方电商平台建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺;具备进行平台基本操作和订单处理流程等业务操作能力和从事跨境电商运营与策划工作的基础技能;挖掘创新意识、服务“一带一路”等思政元素,培养学生的国际视野和全球意识,发挥课程思政育人功能
10	移动电子商务 (68 学时)	移动电子商务概述;移动电子商务基础技术;移动电子商务模式;移动互联网营销认知;移动支付;移动电子商务安全管理等	掌握移动电子商务基础技术在 APP 中的应用方式;能够分析移动电子商务模式优劣;了解移动支付特点;掌握移动互联网营销的常见方式及策略;掌握移动电子商务安全管理的要点,提高移动电子商务理论知识和综合思考能力;重视培养学生的辩证思维与家国情怀,不断增强学生对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信和文化自信,发挥课程思政育人功能

2. 专业核心课程

专业核心课程的设置应结合本专业主要岗位群实际需求,注重理论与实践一体化教学,提升学生专业能力,培养学生职业素养。开设网络营销、视觉营销设计、客户服务管理、社群运营、互联网产品开发、直播电商、商务数据分析与应用、网店运营推广等 8 门必修课程。

表: 专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	网络营销 (68 学时)	认识网络营销环境;网络营销工具的选择;网络商务信息的收集、发布,网络市场的调研、网络促销、网站推广、网络营销策略策划;网络营销活动策划等	了解网络营销理论体系,熟悉网络虚拟市场,开展营销活动的方法、工具、手段和技巧;掌握网络营销的基本理论和核心内容;掌握网络营销的方案策划、网络营销策略的操作技能;树立诚实、守信的职业道德,良好的人格和正确的价值取向,发挥课程思政育人功能
2	视觉营销设计 (68 学时)	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、新媒体视觉设计等	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;结合产品特点与包装材质设计产品内外包装;熟练进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计,及时关注新媒体发展动态,提出视觉提升方案;能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动;培养学生的电商视觉审美素养、团队合作精神和创新设计意识,发挥课程思政育人功能

3	客户服务管理 (68 学时)	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，拓展客户渠道等	了解客户服务管理的内涵和基本方法；掌握客户服务管理的主要业务与流程；掌握客户细分管理策略；能进行客户满意度管理和客户忠诚度管理；能进行客户的个性化服务，拓展客户渠道等；了解数据挖掘方法在客户关系中的基本应用；培养勇于开拓进取的精神，艰苦奋斗的精神，热爱劳动的精神，树立民族自尊心、自信心和自傲感，发挥课程思政育人功能
4	社群运营 (68 学时)	社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析等	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群；能通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流；能根据用户需求、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；培养民族自信、文化自信与企业家精神，创新学习思维，诚信经营，用心服务，发挥课程思政育人功能
5	互联网产品开发 (68 学时)	产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、DEMO 原型设计与打样、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等	掌握 PEST 和 SWOT 分析方法，能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；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；进行电商产品呈现方式及 UI 原型设计，跟进产品开发进度；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；树立利用互联网产品创新弘扬中华传统美德、建设美好国家社会的社会主义核心价值观，发挥课程思政育人功能
6	直播电商 (68 学时)	认识直播电商和主流直播电商平台；组建直播团队，搭建直播场地，进行直播选品；直播电商内容策划；直播预热引流；进行直播活动；直播复盘优化分析等	了解直播电商发展、内涵和产业链，熟悉主流直播电商平台；能根据直播岗位组建直播团队，掌握直播场景搭建的组合技巧，选择合适的直播商品；掌握直播的整体流程和基本步骤，能进行直播脚本策划，掌握直播间大型活动策划的技巧；熟悉直播流量来源，掌握直播预热引流的步骤和方法，能使用付费工具进行直播引流；掌握直播间的话术设计技巧，进行直播间的商品管理，优化直播活动；掌握分析直播电商效果评估指标并判断直播运营的效果，能进行直播复盘和直播方案改进；初步具备电商直播的运营与管理能力；培养良好的人文素养、职业道德和创新意识，以及精益求精的工匠精神、较强的就业能力和可持续发展能力，与时俱进，发挥课程思政育人功能

7	商务数据分析与应用 (68 学时)	数据分析工作流程分析；商务数据分析指标体系；数据分析方法和工具运用；流量来源分析；成交转化率分析；网店商品分析；网店客服服务分析；行业数据分析；客户行为分析；订单漏斗分析；店铺优化方案实施与效果评估等	熟知商务数据分析的思路与流程；掌握采集电子商务平台数据并运用 Excel 等软件进行数据处理的能力；掌握商务数据分析方法、数据分析与预测；分析报告撰写；培育并践行社会主义核心价值观、企业价值观、个人价值观，团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神，发挥课程思政育人功能
8	网店运营推广 (102 学时)	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、运营绩效分析等	掌握 SEO、SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识；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；能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；能进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化；深化社会主义核心价值观“法治”、“诚信”、“敬业”，引导学生树立遵纪守法、诚实守信、爱岗敬业的职业精神，发挥课程思政育人功能

3. 专业拓展课程

专业拓展课程的设置对接电子商务行业前沿，促进学生全面发展，培养学生综合职业能力。专业拓展必修课程开设网络消费者行为分析、供应链管理、电子商务运营、办公软件高级应用、短视频制作、新媒体营销、市场调研与分析等课程。根据苏州地区文化特色及本校优势特色，专业拓展任选课程开设国际商务文化与礼仪、商品拍摄、商务软文写作、电子商务师考工、现代商务谈判、配送管理实务、电子商务法律等课程。

表：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 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	网络消费者行为分析 (68 学时)	初识网络消费者行为；获取网络市场信息；把握网络消费者购买决策；分析网络消费者行为的个性特征；解构网络消费者行为的群体特征；探究影响网络消费者行为的外部因素；探究影响网络消费者行为的营销因素；感知网络消费风险，保护网络消费者权益，开拓网络消费市场。	掌握网络消费者行为分析的一般知识、网络市场调研的方法、网络消费者购买决策的内容和过程，认识网络消费者个体和群体的特征以及网络消费者权益，掌握影响网络消费者行为的外部因素和营销因素；具备识别网络消费风险的能力，掌握保护网络消费者权益的方法，具备开拓网络消费者市场的能力；培养良好的团队合作能力、良好的市场洞悉意识，养成良好的工作态度；建立勇于开拓进取、艰苦奋斗、热爱劳动的精神，树立民族自尊心、自信心和自傲感，为国家建设做贡献，发挥课程思政育人功能

2	短视频制作 (68 学时)	全面认识短视频；短视频内容的策划和定位；短视频的构图方法；短视频的拍摄准备与技巧；抖音等平台短视频的拍摄和剪辑等	掌握短视频选题的策划和脚本的撰写方法；掌握视频剪辑软件的主要功能和操作方法；能够将制作好的短视频发布到各个平台；培养学生对新媒体平台的了解和认知，适应新时代电商人才培养发展要求；挖掘立德树人、文化传承、创新精神、团队合作等思政元素，发挥课程思政育人功能
3	新媒体营销 (68 学时)	新媒体营销概念及常见营销方法；微博、微信、短视频、自媒体、社群、游戏等新媒体营销方法和技巧；营销数据的初步分析	结合典型案例诠释新媒体的概念及新媒体应用的方法和技巧；创设工作情境，灵活运用微博、微信、短视频、自媒体、社群、游戏等新媒体针对特定客户群体进行恰当的产品营销；运用数据分析工具对营销活动进行数据分析和统计；严格遵守新媒体营销职业道德底线和法律红线，输出对顾客有价值的产品；弘扬中国传统文化、增强民族自信；培养精益求精、开拓创新的工作态度，发挥课程思政育人功能
4	办公软件高级应用 (68 学时)	Windows 操作系统基础；Word 高级应用；Excel 高级应用；PowerPoint 高级应用、Office 组件协同操作等	掌握 Word、Excel、PowerPoint 等软件的高级应用技巧；具备现代办公信息化处理能力；能高效处理复杂文档、长文档；提升办公自动化技能；增强计算思维和问题解决能力；挖掘培养正确的价值观、融合中华优秀传统文化、强化实践操作能力、增强文化自信和职业素养等思政元素，发挥课程思政育人功能
5	供应链管理 (68 学时)	供应链采购管理；供应链库存管理；供应链生产管理；供应链关系管理；供应链信息管理；供应链战略管理；供应链管理组织结构；供应链物流网络规划；供应链成本与绩效管理	培养供应链管理意识；掌握供应链管理的基本框架和基本理论；具备供应链管理的基本知识、基本方法与手段；树立协调、合作的思想观念和全球竞争意识；能结合企业的供应链管理实践，创造性地运用供应链管理的基本原理与方法，提高企业供应链管理的绩效，增强企业的核心竞争力；强调采购与供应链管理在现代企业经营中的重要性，引导学生树立服务社会、推动产业发展的意识和责任感，发挥课程思政育人功能

6	电子商务运营 (68 学时)	电子商务运营概述；商品选择与渠道管理；网络平台的选择与应用；网店运营与推广；客户管理和网络客服；电子商务物流等	能够采用实例的方式讲解电子商务项目的运营方式及电子商务企业的运营实践；增强集体主义观念和社会主义法治观念，强化遵守电商平台规则、依法经营、诚信运营的经营理念；在互联网竞争环境下，严守法律底线，秉承诚信经营的原则，做守法诚信的经营者，发挥课程思政育人功能
7	市场调研与分析 (68 学时)	市场调查与分析的产生和发展；市场调查与分析的必要性；市场调查与分析的基本知识和方法；调查资料的整理与分析；市场调查与分析报告的撰写等	掌握市场调查与分析的方法；明确市场调查与分析在企业中的重要性；理解市场调查与分析的基本知识；能根据实际情况选择正确的方法来进行市场调查与分析；具备阅读和处理市场调查数据并撰写市场调查与分析报告的能力；挖掘实事求是、创新开拓、严谨细致等思政元素，发挥课程思政育人功能

4. 技能实训课程

技能实训课程的设置应结合电子商务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、职业能力和劳动品质。开设网络营销实训、视觉营销设计实训、客户服务管理实训、直播电商实训、网店运营推广实训、跨境电子商务实训、电子商务综合实训等。

表：技能实训课程主要教学内容与教学要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	网络营销实训 (1 周/30 学时)	论坛营销；博客营销；微信营销；微博营销；分类信息营销；IM 营销等	创设虚拟情境，掌握网络营销的常用方法；灵活运用营销策略开展商务活动；掌握各种方法的步骤与技巧，树立诚实守信、创新发展理念
2	视觉营销设计 实训 (1 周/30 学时)	网店常用模块视觉营销设计、网店品牌形象设计、图片处理、促销广告设计等	对接真实工作情景，初步具备网店布局和页面设计、文案视觉、网店品牌形象设计、商品主辅图设计、商品详情页设计、促销海报设计等能力，培养学生审美意识、创新发展理念
3	客户服务管理 实训 (1 周/30 学时)	寻找开发潜在客户；客户信息管理；客户体验管理；客户满意管理；客户忠诚管理等	对接真实工作情景，掌握客户服务管理主要业务与流程；掌握客户细分管理策略；了解数据挖掘方法在客户关系中的基本应用，树立客户至上理念

4	直播电商实训 (1周/30学时)	直播脚本设计、直播内容演示、开播准备和下播复盘、直播设备与场景选择、直播选品和展示、化解直播危机、粉丝管理等	对接职业技能大赛或真实工作任务,初步具备直播脚本设计的能力;具备直播内容演示能力;初步具备开播准备和下播复盘的能力;具备直播设备与场景选择能力;初步具备直播选品和展示的能力;初步具备化解直播危机的能力;具备粉丝管理的能力,实现电商直播,助力乡村振兴目标
5	网店运营推广实训 (1周/30学时)	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	对接职业技能等级证书,制定网店运营目标、推广策略及预算;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;优化运营和客户管理策略,完成用户拉新、留存、促活和转化,实现全面发展,服务国家发展目标
6	跨境电子商务实训 (1周/30学时)	外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务;外贸市场网络调研、选品、采购;对外商品网上报价、发布及推广;处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护	对接真实工作情景,进行跨境网络调研、独立寻求货源并进行采购;能够在外贸第三方电商平台建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺,助力“一带一路”发展目标
7	电子商务综合实训 (1周/30学时)	商品选择与渠道管理;网络平台的选择与应用;网店运营与推广;客户管理和网络客服;电子商务物流等	对接真实工作情景,综合运用所学专业知识和技能,完成电子商务项目的运营流程及电子商务的运营实践,实现德技并修、全面发展目标

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		集中实践教学课程和环节		机动周
		授课周数	考试周数	实训、实习、毕业论文、社会实践、入学教育、军训等	周数	
一	20	17	1	军事理论与训练	1	1
二	20	17	1	劳动实践	1	1
三	20	17	1	网络营销实训	1	1
四	20	17	1	视觉营销设计实训	1	1
五	20	17	1	客户服务管理实训	1	1
六	20	17	1	直播电商实训	1	1
七	20	17	1	网店运营推广实训	1	1
八	20	17	1	跨境电子商务实训	1	1
九	20	17	1	电子商务综合实训	1	1
十	20	0	0	毕业论文、岗位实习	18	2
合计	200	153	9		27	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	2010	39.96%	不低于 1/3
2	专业课程	2420	48.11%	/

3	集中实践教学环节	600	11.93%	/
总学时		5030	/	/
其中：任选课程		646	12.84%	不低于 10%
其中：实践性教学		2545	50.60%	不低于 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 18 人，目前在校学生数 360 人，学生数与本专业专任教师数比例为 20:1，“双师型”教师 14 人，占比约 78%，高级职称教师 6 人，占比 33%，研究生学历教师 9 人，企业兼职教师 4 人，专任教师队伍职称、年龄等梯队结构合理。同时选聘八公电商 B2C 事业部运营总监郭宇翔、苏州实益科技有限责任公司电子商务项目负责人欧庆欣等担任企业导师，组建了一支校企合作、专兼结合的教师团队，并定期开展专业教研活动。

2. 专任教师

专任教师有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；均具有教师资格证和电子商务专业有关证书；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；具有电子商务专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘电子商务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；能够跟踪电子商务行业新经济、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 个月在企业或实训基地实训，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人李娜老师，副教授（高级讲师），江苏联合职业技术学院电子商务专业带头人，姑苏教育拔尖人才，苏州市名教师，苏州市学科带头人，阿里学院讲师、淘宝大学讲师，电子商务师，长期工作在电子商务专业教学一线，定期下企业调研与岗位实习，了解行业企业对本专业人才的需求。教学理念先进、专业知识与技能娴熟，贯彻执行课程思政、岗课赛证，教学效果好。开设市区级以上公开课 17 节。具有较强的科研水平，主持省市级课题 3 项，主要参与省市课题 2 项，发表专业论文十余篇，注册专利 2 项。主持市级

名师工作室，在专业领域有一定的影响力，开设专业类讲座数次，执裁省市级电子商务类技能大赛或教学能力大赛，经验丰富。

4. 兼职教师

兼职教师 4 名，主要从校企合作单位，如苏州太湖雪丝绸股份有限公司、苏州八公电商科技有限公司、苏州实益科技有限责任公司等本地优秀电商行业企业中聘任，兼职教师均具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，了解教育教学规律，能承担相关专业课程教学、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

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

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实训场所

校内外实训场所符合面积、安全、环境等方面的要求，实验、实训设施（含虚拟仿真实训场景等）先进，能够满足实验、实训教学需求，实验、实训指导教师确定，能够满足开展网络营销、视觉营销设计、直播电商、客户服务管理、网店运营推广等实验、实训活动的要求，实验、实训管理及实施规章制度齐全。

表：校内外实训场所基本情况

序号	校内外实训场所	主要功能	主要设施设备配置建议
1	网络营销实训室	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	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
2	视觉营销实训室	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	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及配套桌椅等设备
3	客户服务实训室	CRM 和 ERP 系统、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、	配备计算机、IP 电话机、耳机、客户关系管理教学软件

		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	
4	直播电商实训室	以直播活动的策划、筹备、推广、实施、复盘为核心,可对学生进行直播营销全过程的教学与实训。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	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
5	电子商务运营实训室	用于电子商务运营、商务数据分析与应用、跨境电子商务实践及供应链管理等课程的教学实训	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅,电子商务运营技能竞赛平台、沙盘模拟系统、网店运营推广教学软件
6	新媒体营销实训室	用于社群营销、内容营销、新媒体推广、互联网产品销售、整合营销等内容的教学与实训。满足学生进行商品拍摄、短视频录制、直播、图片视频处理、H5 动态页面制作、新媒体营销策划、软文撰写、微信营销、微博营销、短视频营销等新媒体营销实训及相应的课堂教学、考核评价的需求	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅,摄影摄像硬件:单反相机、三脚架、三灯套装、摄像机、手机、静物摄影台、商品展台、直播套装等

3. 实习场所

具有稳定的校外实习基地。遵循长期规划、深度合作、互助互信的原则,经实地考察后,确定合法经营、管理规范,人才培养、选拔体系比较完善的明基电通科技有限公司苏州分公司、苏州八公电商科技有限公司、苏州实益科技有限责任公司等行业龙头企业为实习基地。能提供网络营销推广、网店(站)运营管理、视觉营销设计师、电商客服等相关实习岗位,能涵盖当前电商产业发展的主流技术,可接纳一定规模的学生实习;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;有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度,有安全、保险保障。符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求。

表: 主要校外实习场所基本情况

序号	企业名称	地址	联系人	合作形式	主要岗位
1	明基电通科技有限公司苏州分公司	苏州高新区竹园路 181 号	王靖雯	校外实习	营销推广、电商直播、客户服务等

2	苏州实盛网络科技有限公司	苏州市平泖路 1001 号平江新城现代服务大厦 6 楼 F3	欧庆欣	校外实习	网店美工、网店客服、网店运营、电商直播等
3	苏州八公电商科技有限公司	苏州市相城区高铁新城太阳路 2266 号 5 幢 408 室	郭宇翔	校外实习	营销推广、电商直播、短视频运营等

（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

依据国家、省、学院关于教材的相关管理规定，学校制定《苏州分院教材管理办法》等内部管理制度，严格执行教材选用制度，公共基础课统一使用规定教材，专业课、实践课按要求在联院系统内选用教材。通过教研室-系部-教学管理处层层检查、审核、审批教材，杜绝不合格的教材进入课堂。专业课程教材体现电子商务行业新技术、新规范、新标准、新形态。学校经规范程序，通过学院教材管理系统择优选用学院出版的院本教材或推荐教材。

2. 图书文献配备

图书文献配备能满足电子商务人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。学校图书馆包含纸质图书、电子期刊、电子图书等资源，配有万方数据库等文献期刊资源库，并组建专业文献服务群提供在线技术支持。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。配置电子商务新经济、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

应用数字化管理和服务平台，在超星平台建设教学资源库、虚拟电子商务教研室，适应学生自主学习和泛在化学习的需要。目前已建立“天猫旗舰店线上运营项目”“网店运营与推广”“商品知识”“电子商务基础”“电子商务运营”等校级精品课程，内含教案、教学课件、微课视频等资源，种类丰富、形式多样、使用便捷，课程资源进行动态更新，能满足日常线上线下混合式教学要求。虚拟仿真实训基地配有天行健君电子商务模拟教学系统、ITMC 中职电子商务综合实训与竞赛系统客户服务模块、ITMC 中职电子商务综合实训与竞赛系统网店装修模块等、中教畅享网店运营推广平台等虚拟仿真平台，创造实训环境，提升教学效果。

十、质量保障

1. 依据学校《人才培养方案管理制度》，加强专业调研、专业论证和课程评估，制订并滚动修订专业实施性人才培养方案，确保培养方案与时俱进，符合社会的发展需求。

2. 依据学校《课程标准管理制度》，制订并滚动修订课程标准，积极引进企业优质资源，校企合作开设课程、共建课程资源，使课程内容更加贴近市场需求，满足学生的学习需求。

3. 依据学校《教育教学质量监控体系运行条例（修订稿）》等相关制度，加强教学质量监控管理，持续推进人才培养质量的诊断与改进。

4. 依据学校《教学过程管理办法》，加强日常教学巡查和专项督查，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，强化教学组织能力，保持优良的教育教学秩序，推进有效课堂建设。

5. 学校作为联院电子商务专业建设指导委员会的成员单位，积极参加专指委举办的各类专业建设和教学研究活动。

6. 依据学校《教研活动制度》，建立集中教研制度，定期召开教学研讨会议，定期开设公开课、示范课并集中评课，通过集中研讨、评价分析等方式，有效提升教师教学能力，加强教师队伍建设，持续提高人才培养质量。

7. 依据学校《学生综合素质评价发展规划》《学生综合素质评价实施方案》《学生综合素质评价量化指标评分细则》等制度，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。

8. 依据学校《顶岗实习考核办法》《毕业生跟踪调查制度》，加强实习生过程管理，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。

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. 完成本方案所制定的各教学环节活动，各门课程及毕业论文成绩考核合格。
3. 取得学校实施性方案所规定的通用能力证书、取得电子商务师中级工/高级工职业技能等级证书。
4. 修满学校实施性方案所规定的 274 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. 《高等职业教育专科电子商务专业简介》；
4. 《高等职业教育专科电子商务专业教学标准》；
5. 《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）；
6. 《省教育厅关于印发五年制高等职业教育语文等十门课程标准的通知》（苏教职函〔2023〕34号）；
7. 《江苏联合职业技术学院五年制高等职业教育电子商务专业指导性人才培养方案（2023版）》。

（二）执行说明

1. 学时安排与学分。坚持“4.5+0.5”模式，即第1—9学期同时进行理论教学和实践教学，第10学期安排岗位实习。每学年教学时间36周。入学教育和军训安排在第一学期。
2. 理论教学和实践教学按16—18学时计1学分。军训、入学教育、社会实践、毕业论文、岗位实习等，1周计30个学时、1个学分。学生取得行业企业认可度高的有关职业技能等级证书或已掌握有关技术技能，可按一定规则折算为学历教育相应学分。在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛并获奖的，按照获奖级别和奖项，给与相应学分奖励。
3. 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，充分发掘各类课程的思想政治教育资源，发挥所有课程育人功能。
4. 加强和改进美育工作，以美术、音乐课程为主体开展美育教育，艺术教育必修内容安排不少于2个学分，选修内容安排不少于2个学分，积极开展艺术实践活动。
5. 根据教育部要求，以实习实训课为主要载体开展劳动教育，并开设劳动精神、劳模精神和工匠精神专题教育不少于16学时。同时，在其他课程中渗透开展劳动教育，在课外、校外活动中安排劳动实践。鼓励设立劳动周。
6. 学校制定毕业论文课题范围和指导要求，配备指导老师，严格加强学术道德规范。
7. 岗位实习是学生在校学习的重要组成部分，是培养学生综合职业能力的主要教学环

节之一。严格执行教育部颁发的《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业院校电子商务专业岗位实习标准》要求，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。

（三）研制团队

序号	姓名	单位名称	职称/职务	承担角色
1	洪佳敏	江苏联合职业技术学院 苏州分院	讲师/教研室主任	执笔人
2	李 娜	江苏联合职业技术学院 苏州分院	副教授/系主任	审核人
3	周 晔	江苏联合职业技术学院 苏州分院	高级讲师/主任助理	审核人
4	于红悦	江苏联合职业技术学院 苏州分院	助理讲师/骨干教师	成员
5	阮卫华	江苏经贸职业技术学院	副教授	高校专家
6	周 南	苏州农业职业技术学院	财经管理学院系主任	高校专家
7	朱 萍	苏州太湖雪丝绸股份有限公司	人力资源部经理	企业专家
8	欧庆欣	苏州实益科技有限公司	电商部经理	企业专家
9	郭宇翔	苏州八公电商科技有限公司	B2C 事业部运营总监	企业专家

附件 1：五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表（2024 级）

附件 2：五年制高等职业教育电子商务专业任选课程开设安排表（2024 级）

附件 1：五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表（2024 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	17+1 周	18 周			
公共基础课程	必修课程	思想政治理论课程	1	中国特色社会主义	36	0	2	2										√		
			2	心理健康与职业生涯	36	0	2		2									√		
			3	哲学与人生	36	0	2			2								√		
			4	职业道德与法治	36	0	2				2							√		
			5	思想道德与法治	51	18	3					3						√		
			6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	34	0	2							2				√		
			7	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	51	0	3								3			√		
			8	形势与政策	24	0	1							总 8	总 8	总 8			√	
		9	语文	306	48	18	4	4	4	2	2	2						√		
		10	数学	272	24	16	4	4	2	2	2	2						√		
		11	英语	272	48	16	4	4	2	2	2	2						√		
		12	信息技术	136	64	8	2	2	2	2								√		
		13	体育与健康	306	256	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2			√		
		14	艺术（美术、音乐）	36	12	2	2												√	
		15	历史	72	0	4	2	2										√		
		16	地理	68	12	4	2	2											√	
	限选课程	17	心理健康教育	34	17	2						2							√	
	任选课程	18	（见选修课程安排表）	204	60	12							2	6	4				√	
公共基础课程小计					2010	559	117	24	22	14	12	11	10	6	11	6	0			
专业课程	专业基础课程	必修课程	1	市场营销	68	34	4	4										√		
			2	电子商务基础	68	26	4		4										√	
			3	会计基础	68	20	4			4										√
			4	图形图像处理	68	34	4			4									√	
			5	现代物流管理	68	22	4				4								√	
			6	国际贸易基础	68	34	4				4									√
			7	统计学基础	68	24	4					4								√
			8	管理学基础	68	34	4					4								√
			9	跨境电子商务	102	80	6								6				√	
			10	移动电子商务	68	34	4									4			√	
	专业核心课程	必修课程	11	网络营销	68	34	4			4									√	
			12	视觉营销设计	68	34	4				4								√	
			13	客户服务管理	68	30	4					4							√	
			14	社群运营	68	34	4					4							√	
			15	互联网产品开发	68	34	4						4						√	
			16	直播电商	68	36	4							4					√	
			17	商务数据分析与应用	68	44	4								4				√	
			18	网店运营推广	102	62	6								6				√	
	专业拓展课程	必修课程	19	网络消费者行为分析	68	34	4				4									√
			20	新媒体营销	68	34	4						4							√
			21	短视频制作	68	34	4							4						√
			22	办公软件高级应用	68	34	4								4					√
			23	供应链管理	68	34	4									4				√
			24	电子商务运营	68	34	4										4		√	
			25	市场调研与分析	68	34	4										4			√
	任选课程	26	（见选修课程安排表）	442	288	26		2	2		2	6	2	4	8				√	
	技能实训课程	必修课程	27	网络营销实训	30	30	1			1 周										√
			28	视觉营销设计实训	30	30	1				1 周									√
			29	客户服务管理实训	30	30	1					1 周								√
			30	直播电商实训	30	30	1						1 周							√
			31	网店运营推广实训	30	30	1							1 周						√
			32	跨境电子商务实训	30	30	1								1 周					√
			33	电子商务综合实训	30	30	1										1 周			√
专业课程小计					2420	1386	137	4	6	14	16	18	18	20	14	20				
集中实践教学环节		1	军事理论与训练	30	30	1	1 周											√		
		2	劳动实践	30	30	1		1 周										√		
		3	毕业论文	120	120	4									4 周			√		
		4	岗位实习	420	420	14										14 周			√	
集中实践教学环节小计					600	600	20	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	18 周			
合计					5030	2545	274	28	28	28	28	29	28	26	25	26	18 周			

附件 2：五年制高等职业教育电子商务专业任选课程开设安排表（2024 级）

任选课程类别	序号	课程名称	开设学期	学时	学分	选课方式
公共基础课程任选课程	1	转本英语（上）/名著欣赏/电影赏析	第 7 学期	2	2	专业群内混班选课
	2	转本英语（下）/艺术鉴赏	第 8 学期	2	2	
	3	文化苏州/演讲与口才	第 8 学期	4	4	
	4	日语口语/古诗词鉴赏	第 9 学期	4	4	
小 计				12	12	
专业拓展课程任选课程	1	国际商务文化与礼仪/商品学	第 2 学期	2	2	专业群内混班选课
	2	商品拍摄/消费心理学	第 3 学期	2	2	
	3	商务软文写作/新媒体文案创作与传播	第 5 学期	2	2	
	4	电子商务师（中级工）/网页设计与制作	第 6 学期	4	4	
	5	摄影与摄像/商务情景对话	第 6 学期	2	2	
	6	现代商务谈判/沟通技巧	第 7 学期	2	2	
	7	配送管理实务/仓储管理实务	第 8 学期	4	4	
	8	电子商务法律/经济法	第 9 学期	4	4	
	9	电子商务师（高级工）/电子商务网站建设与维护	第 9 学期	4	4	
小 计				26	26	

江苏联合职业技术学院苏州分院

五年制高等职业教育专业实施性人才培养方案

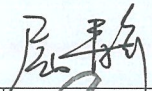
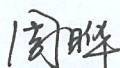
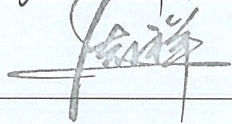
(2024 级)

专业名称: 跨境电子商务

专业代码: 530702

制订日期: 2024 年 7 月

生效日期: 2024 年 9 月

制订		初审	
审核		审批	

目 录

一、专业名称及代码	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
(一) 素质	2
(二) 知识	2
(三) 能力	3
七、课程设置	3
(一) 公共基础课程	4
(二) 专业课程	4
八、教学进程及学时安排	11
(一) 教学时间表	11
(二) 专业教学进程安排表	12
(三) 学时安排表	12
九、教学基本条件	12
(一) 师资队伍	12
(二) 教学设施	13
(三) 教学资源	15
十、质量保障	16
十一、毕业要求	16
十二、其他事项	17
(一) 编制依据	17
(二) 执行说明	18
(三) 研制团队	19

附件 1：五年制高等职业教育跨境电子商务专业教学进程安排表（2024 级）

附件 2：五年制高等职业教育跨境电子商务专业任选课程开设安排表（2024 级）

一、专业名称及代码

跨境电子商务（530702）

二、入学要求

初中应届毕业生

三、基本修业年限

5 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）	制造业（13~43）、批发业（51）、零售业（52）、互联网和相关服务（64）、商务服务业（72）
主要职业类别（代码）	国际商务专业人员（2-06-07-01）、电子商务师 S（4-01-06-01）、互联网营销师 S（4-01-06-02）、物流服务师 L（4-02-06-03）、供应链管理师 S（4-02-06-05）、客户服务管理员（4-07-02-03）
主要岗位（群）或技术领域举例	跨境电商运营专员；海外推广专员；跨境电商数据分析专员；跨境电商客服专员；视觉营销设计专员；跨境物流专员
职业类证书举例	职业技能等级证书：跨境电子商务师（苏州市人力资源和社会保障局）、国际商务单证员（中国对外贸易经济合作企业协会）

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，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、职业道德和创新意识，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，面向苏州地区应用跨境电子商务的制造业、批发业、零售业、商务服务业、互联网和相关服务企业的跨境电商运营专员、海外推广专员、跨境电商数据分析专员、跨境电商客服专员、视觉营销设计专员、跨境物流专员等岗位群，能够从事跨境电商店铺运营、视觉营销设计、海外推广、跨境电商数据分析、跨境

电商客户服务及跨境物流管理等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上,全面提升素质、知识、能力,掌握并实际运用岗位(群)需要的专业核心技术技能,总体上须达到以下要求。

(一) 素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,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. 能够熟练掌握与本专业从事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,了解相关产业文化,遵守职业道德准则和行为规范,具备社会责任感 and 担当精神;

3. 具有较强的集体意识和团队合作意识;

4. 掌握基本身体运动知识和篮球、八段锦等体育运动技能,达到国家学生体质测试合格标准,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;

5. 掌握必备的美育知识,具有一定的文化修养、审美能力,形成美术、音乐艺术特长或爱好;

6. 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。

(二) 知识

1. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的思想政治理论和科学文化基础知识,具有良好的科学素养与人文素养;

2. 掌握跨境电子商务基础、市场营销、现代物流管理、国际贸易基础、会计基础、管理学基础等方面的专业基础理论知识;

3. 掌握进出口贸易实务、国际商务单证理论与实务、跨境电商政策法规、视觉营销设计、跨境供应链管理、国际商务文化与礼仪等相关知识;

4. 掌握跨境电商选品管理、跨境电商客户服务、国际市场推广、跨境电商运营、跨境电商数据分析与应用等专业知识；

5. 掌握外贸英语函电、跨境电商物流与海外仓运营、跨境电商支付与结算等专业知识。

（三）能力

1. 具有探究学习、终身学习能力，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，具备职业生涯规划能力；

2. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力；

3. 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，基本掌握跨境电商运营、产品选品、海外推广、数据分析、跨境物流等领域数字化技能；

4. 具有较强的集体意识和团队合作意识，学习一门外语并结合本专业加以运用，具有良好的国际视野和跨文化交流能力；

5. 具有跨境电商选品分析和运营能力，能进行产品市场数据采集与分析，完成产品选择、店铺注册、产品发布、店铺运营、站内活动策划等活动；

6. 具有跨境电商站外推广的能力，能结合产品和品牌特点进行推广方案策划，完成海外社媒营销、搜索引擎营销、广告投放等站外推广活动；

7. 具有使用跨境电商数据分析方法和工具的能力，能制定数据分析方案，完成运营数据分析、推广效果分析、产品需求分析、竞争对手分析、用户行为和特征分析等，并提供数据分析报告和可视化展示；

8. 具有视觉营销设计能力，能根据运营目标和用户偏好，进行产品和活动的场景布置和拍摄，利用图形图像处理软件、音视频剪辑软件完成店铺、活动的视觉设计与内容优化；

9. 具有跨境客户服务、跨境供应链管理能力，能完成售前咨询、订单跟进、异常处理、客户维护，能制定跨境物流方案，完成采购管理、仓储管理、发货管理、服务商管理、物流数据分析和风险管理。

七、课程设置

本专业包括公共基础课程、专业课程等。

（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、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、形势与政策等思想政治理论课程和语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、历史地理等必修课程；心理健康教育等限选课程；根据苏州地区文化特色、本校优势特色开展普通话、文化苏州、文字录入、硬笔书法、演讲与口才、电影赏析、艺术鉴赏、古诗词鉴赏、创业与就业教育、转本英语等任选课程。

（二）专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程和技能实训课程等。

1. 专业基础课程

专业基础课程的设置应注重培养学生专业基础素质与能力，为专业核心课程的学习奠定基础。开设市场营销、国际贸易基础、跨境电子商务基础、国际商务文化与礼仪、商务数据分析、跨境电商政策法规、现代物流管理、会计基础、管理学基础、跨境供应链管理等 10 门必修课程。

表：专业基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称（学时）	主要教学内容	教学要求
1	市场营销 (68 学时)	市场营销基本概念；市场环境分析；消费者行为分析；市场营销调研；市场细分、目标市场选择、市场定位；产品策略；品牌策略；定价策略；分销渠道策略；促销策略；营销战略与整合营销	树立正确市场营销观念；能独立、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；能进行定性与定量分析，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；挖掘公平竞争、诚信经营、品牌意识、消费者权益保护意识等思政元素，引导学生树立正确的市场营销道德观念，增强学生的社会责任感和服务意识

2	国际贸易基础 (68 学时)	国际贸易的基本概念和主要类型；国际贸易的产生与发展；国际贸易政策；关税措施；非关税措施；鼓励出口和出口管制措施；区域经济一体化；世界贸易组织	结合贸易的产生与发展讲解国际贸易的基本概念和主要类型；借助典型案例分析国际贸易政策和常见的国际贸易措施；初步具备发现、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；挖掘民族自信、责任担当、诚实守信和国家利益维护等思政元素，初步具备发现、分析和解决外贸业务问题的能力，形成遵守相关法律法规和国际贸易惯例的职业道德和职业素养
3	跨境电子商务基础 (68 学时)	跨境电子商务的基本理论、发展趋势及前景；跨境电子商务的特点、跨境电子商务的模式；常用的跨境电子商务平台及相关知识；外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务；国际物流和国际支付知识；外贸市场网络调研、选品、采购；对外产品网上报价、发布及推广；处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护；在跨境交易的整个过程中相关问题的正确处理等专业知识和业务操作	能根据国际市场需求和不同的跨境电商平台，进行跨境网络调研；独立寻求货源并进行采购；能够在外贸第三方电商平台建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺；能够进行平台基本操作和订单处理流程等业务操作能力和从事跨境电商运营与策划工作的基础技能；挖掘全球视野、家国情怀等思政元素，树立爱岗敬业、团结协作、诚实守信以及创新创业的课程思政目标
4	国际商务文化与礼仪 (68 学时)	国际商务文化与礼仪认知；国际商务基本礼仪；国际商务谈判文化与礼仪；国际营销文化与礼仪；国际商务沟通文化与礼仪；国际商务企业管理文化与礼仪	知晓主要国家文化与商务礼仪；掌握商务职场和办公礼仪的规范与技巧；了解商务礼仪中的几种常用场合；归纳仪式礼仪的要点与注意事项；挖掘跨文化沟通、文明互鉴等思政元素，培养良好个人品德、家庭美德、职业道德、社会公德，自觉加强个人道德礼仪修养，助力学生在职场的可持续发展
5	商务数据分析 (68 学时)	数据分析工作流程分析；商务数据分析指标体系；数据分析方法和工具运用；流量来源分析；成交转化率分析；网店商品分析；网店客服服务分析；行业数据分析；客户行为分析；订单漏斗分析；店铺优化方案实施与效果评估等	熟知电子商务数据分析的思路与流程；掌握采集电子商务平台数据并运用 Excel 等软件进行数据处理的能力；掌握商务数据分析方法、数据分析与预测；分析报告撰写；挖掘数字工匠、助力数字中国等思政元素，树立实事求是、诚实守信的思政育人目标

6	跨境电商政策法规 (68 学时)	跨境电子商务的立法概况；跨境电子商务平台规则；跨境电子商务合同的法律制度；跨境电子商务支付的法律制度；跨境电子商务的知识产权保护；跨境电子商务的物流法律制度；跨境电子商务的税收法律制度；跨境电子商务海关监管和检验检疫法律制度；跨境电子商务的风险防范与争议解决法律制度	明确跨境电子商务立法概况；掌握跨境电子商务各平台规则；掌握跨境电子商务支付、物流、税收和检验检疫法律制度；能够运用相关政策法规规避风险，解决相关争议；挖掘合规经营、法治精神等思政元素，树立实事求是、诚实守信、文明守法的思政育人目标
7	现代物流管理 (68 学时)	物流与供应链基本概念与背景；物流系统；物流功能要素；物流主要模式；物流组织与控制；智慧物流；供应链管理方法、内容以及供应链物流管理	借助情景案例诠释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；能将智慧物流与供应链的基本理论应用于实践；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；挖掘诚信为本、团队协作、客户至上、社会责任等思政元素，树立爱岗敬业、团队协作、诚实守信的思政育人目标
8	会计基础 (68 学时)	会计的概念、范围、分类；会计核算基础和原则；会计要素、会计等式、借贷记账法的运用；经济业务与原始凭证的识别，企业基本经济业务的核算；财务报表和财务会计报告	能正确遵守会计的基本规范；能正确判断经济业务性质和内容，能准确按照会计的专门方法进行会计业务处理；熟悉财务报表，具有对企业财务状况和经营成果进行分析的能力；挖掘实事求是、诚实守信、遵纪守法的思政育人目标
9	管理学基础 (68 学时)	管理思想及其发展；管理的基本原理；管理的基本职能与方法；计划职能；组织职能；领导职能；控制职能；创新职能等	借助情境案例诠释管理的普遍规律、基本原理、一般方法和管理技能，综合运用对实际问题的分析；初步具有解决一般管理问题的能力；挖掘中华优秀传统文化、创新意识、管理意识等思政元素，树立爱岗敬业、团结协作、诚实守信以及创新创业的课程思政目标
10	跨境供应链管理 (68 学时)	跨境电商供应链概念；供应链策略规划；跨境采购与供应商管理；跨境物流与运输管理；跨境仓储与库存管理；跨境质量与风险管理；跨境信息技术与数据管理；跨境供应链绩效评估与优化；跨境供应链数字化转型	掌握跨境产品采购环节操作技巧、物流方案制定方法与实施流程；能够通过销售数据分析采购需求，建立供应商资源库，采购基于生产流程的外协外购物资；能够选择合适的跨境仓储方式，并有效管理跨境库存；挖掘绿色供应链、可持续发展等思政元素，树立爱岗敬业、团队协作、诚实守信的思政育人目标

2. 专业核心课程

专业核心课程的设置应结合本专业主要岗位群实际需求，注重理论与实

践一体化教学，提升学生专业能力，培养学生职业素养。开设进出口贸易实务、国际商务单证理论与实务、视觉营销设计、跨境电商选品管理、跨境电商客户服务、国际市场推广、跨境电商运营、跨境电商数据分析与应用等 8 门必修课程。

表：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称（学时）	主要教学内容	教学要求
1	进出口贸易实务 （68 学时）	商品品名、品质、数量、包装基础知识；贸易术语和商品的价格；国际货物运输和保险；国际货款的收付；争议的预防与处理；交易磋商与合同签订；出口合同的履行	掌握国际贸易术语、商品价格、国际货物运输等进出口贸易基础知识，并能简单运用进出口贸易基础理论来解决相关问题；能较好地运用进出口贸易理论与实务知识进行进出口贸易的操作，并能在将来的工作岗位中很快适应岗位要求；挖掘公平贸易、契约精神、互利共赢等思政元素，树立正确的人生观和价值观，坚定理想信念，不忘初心，诚信经营，遵守商业伦理和职业道德
2	国际商务单证理论与实务 （68 学时）	缮制商业发票、装箱单、订舱委托书、报检单、报关单、产地证、海运提单、投保单、保险单、汇票、受益人证明、装运通知等单据；审核和修改信用证	掌握国际贸易出口贸易和进口贸易的单证操作流程；能准确运用国际贸易结算工具、结算方式进行业务处理；能缮制合同、信用证等全套单据；能根据合同、信用证、法律法规、国际惯例等审核全套单据；掌握国际贸易单证操作中涉及的成本核算、报价核算、运费、保险费、佣金、汇率兑换、利息等相关计算；具备国际商务单证员岗位的基本能力；挖掘工匠精神、诚信规范等思政元素，培养精益求精的工匠精神，提升严谨细致、准确高效的职业能力
3	视觉营销设计 （68 学时）	跨境电商产品拍摄；常用的视觉营销设计；商品品牌形象设计；图片处理；A+页面、促销广告设计等	学会跨境电商产品拍摄；常用的视觉营销设计；商品品牌形象设计；图片处理、A+页面、促销广告设计等；挖掘审美意识、创新思维、工匠精神等思政元素，树立爱岗敬业、团结协作、创新创业、精益求精的思政育人目标
4	跨境电商选品管理 （68 学时）	跨境电商选品市场调研与分析；确定目标市场；跨境电商出口选品的原则和方法；选品的分析论证；选品的利润计算	掌握跨境电商选品的多维度市场调研的方法；掌握市场调研数据分析并进行决策；掌握跨境电商出口选品的原则和方法；掌握选品的利润计算方法；挖掘绿色消费、创新驱动等思政元素，树立爱岗敬业、团结协作、创新创业的思政育人目标

5	跨境电商客户服务 (68 学时)	跨境电商客户服务与管理岗位认知; 跨境电商客户服务的话术; 寻找开发潜在客户; 客户信息管理; 大客户管理; 客户体验管理; 客户满意管理; 客户忠诚管理	了解跨境电商客户服务与管理的内涵; 掌握客户服务与管理的主要业务与流程; 掌握客户细分与管理策略; 了解数据挖掘方法在客户关系中的基本应用; 挖掘服务至上、积极心态、人文关怀等思政元素, 树立爱岗敬业、团结协作、诚实守信、服务他人的思政育人目标
6	国际市场推广 (68 学时)	跨境电商网络营销; 跨境网络市场调研; 跨境网络市场分析; 社会化媒体营销; 电子邮件营销; 跨境网络营销策划	掌握跨境电商网络市场调研方法; 站外推广方法和技巧; 短视频推广相关流程; 能进行跨境网络市场调研; 能制定结合产品和品牌特点的推广方案, 使用当地语言撰写推广文案; 选择广告投放平台; 建立并维护品牌社交媒体形象; 挖掘传递正面价值观、提升国家软实力等思政元素, 树立爱岗敬业、团结协作、创新创业以及国际视野的思政育人目标
7	跨境电商运营 (136 学时)	跨境平台店铺注册; 跨境物流与海外仓操作; 海外消费者习惯调研; 数据化选品和视觉设计; 跨境产品刊登和发布; 跨境产品刊登和发布; 订单处理操作; 客户维护	掌握店铺注册、产品上架流程; 关键词收集和筛选方法; 关键词、详情页主图编辑技巧; 站内广告组设置与优化方法; 能策划运营活动并实施; 分析店铺绩效数据, 调整运营策略; 制订店铺补发货计划; 挖掘数据驱动、精益管理等思政元素, 树立爱岗敬业、团结协作、诚实守信以及国际视野的思政育人目标
8	跨境电商数据分析与应用 (68 学时)	跨境电商数据分析的定义; 跨境电商数据分析方法与指标; 跨境电商数据的采集、清洗和处理; 跨境电商数据化选品; 跨境电商市场数据分析; 跨境电商客户数据分析; 跨境电商店铺管理数据化; 跨境电商数据可视化	掌握跨境电商数据分析方法, 制定数据分析方案; 能根据市场调研结果, 确定竞争对手, 挖掘消费群体特征, 分析目标市场需求, 实时对比投放广告指标数据并提出优化方案; 搜集用户体验数据, 跟踪和分析用户反馈, 运用分析工具提供可视化数据展示, 撰写数据分析报告; 挖掘数据伦理、信息安全、数据合法合规等思政元素, 树立实事求是、诚实守信、精益求精的思政育人目标

3. 专业拓展课程

专业拓展课程的设置应对接跨境电子商务行业前沿, 促进学生全面发展, 培养学生综合职业能力。专业拓展课程课程 6 门, 开设外贸英语函电、网页设计与制作、商品学、跨境电商物流与海外仓运营、短视频拍摄与制作、跨境电商通关实务等。专业拓展任选课程开设国际商务英语、商务文案写作、日语口语、商品拍摄、新媒体营销、国际商务跟单理论与实务、商务谈判、国际汇兑与结算等。

表：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 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	外贸英语 函电 (68 学时)	书写磋商函电；书写 履约函电；书写争议处理 函电等	借助情境案例诠释外贸英文函电的常见 格式、专用词、惯用句型；能书写建交函、询 盘函、发盘函、还盘函、受盘函、催证函、改 证函、装船指示、装船通知、投保函、投诉函、 索赔函和理赔函等外贸英文函电；培养学生正 确的价值观、国际观和社会观
2	网页设计与制作 (68 学时)	初识 DreamWeaver， 制作图文并茂的网页，页 面布局设计，CSS 样式设 计，表单的应用，使用行 为，模板和库，静态网页 综合作业	掌握网页设计的基本概念，能够利用常见 网页制作软件设计制作出常见的静态网页；了 解常用脚本语言，了解动态网页设计方法，初 步掌握动态网页的设计，挖掘终生学习、分析 问题和解决问题的能力，培养锐意进取、精益 求精的工匠精神
3	商品学 (68 学时)	商品质量和品种为 中心，从经济、管理、环 境等多视角，系统地阐述 了商品的本质、商品学的 研究对象、商品分类及条 形码、商品质量、商品标 准、商品检验、商品包装 等知识。	运用外贸商品学的有关理论知识与方法 技能，在进出口贸易中熟练的判断、评价商品 等级，检验商品质量，根据商品特性包装、运 输、保管货物商品等，为将来从事外贸业务提 供基本的商品学知识框架，培养系统思维能力 和解决对外经济贸易活动中涉及商品科学的 实际问题。培养精益求精的工匠精神，增强民 族自信，遵守外贸行规
4	跨境电商物流与海 外仓运营 (68 学时)	跨境电商物流市场； 跨境进口物流渠道；出口 直邮物流；境外清关及配 送；保税物流；海外仓建 设运营；电商平台物流； 物流科技赋能；决胜跨境 物流旺季	了解跨境电商物流的基本流程；掌握海外 仓库运营的核心知识；能够使用物流管理软件 和技术工具；能够追踪货物运输过程，确保交 货时间和服务质量；培养学生具备国际合作意 识和文化敏感度，以应对跨国物流合作的复杂 性
5	短视频拍摄与制作 (68 学时)	全面认识短视频；短 视频内容的策划和定位； 短视频的构图方法；短视 频的拍摄准备与技巧；抖 音等平台短视频的拍摄 和剪辑等	掌握短视频选题的策划和脚本的撰写方 法；掌握视频剪辑软件的主要功能和操作方 法；能够将制作好的短视频发布到各个平台； 培养学生对新媒体平台的了解和认知，适应新 时代电商人才培养发展要求。树立爱岗敬业、 实事求是以及创新创业的思政育人目标

6	跨境电商通关实务 (68 学时)	认识海关及海关业务改革; 海关对跨境电商相关企业的管理; 跨境电商通关模式及数据申报; 跨境电商进口通关流程; 跨境电商进口通关流程; 跨境电商关务技能	了解国际贸易通关的基本流程; 掌握国际贸易和通关的法规和政策; 能够处理和管理相关通关文件和证明文件; 能够应对通关过程中可能面临的风险; 培养学生严格遵守国际贸易和通关法规的观念, 确保通关操作的合法合规性
---	---------------------	--	--

4. 技能实训课程

技能实训课程的设置应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、职业能力和劳动品质。包括进出口业务流程模拟实训、国际商务单证理论与实务实训、视觉营销设计实训、跨境电商客户服务实训、国际市场推广实训、跨境电商运营实训、跨境电商专业综合实训等。

表：技能实训课程主要教学内容与教学要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	进出口业务流程模拟实训 (1 周/30 学时)	国际贸易业务流程解读; 商品类别判断; 合同条款解读; 合同商订; 合同履行; 结算办理	创设虚拟情境, 能进行各类商务资讯的搜索; 能摘录合同要件 (商品的品名、数量、包装等); 能辨别各种包装标志, 能设计唛头和选择包装方式; 能进行佣金及折扣的计算, 并准确地进行 FOB、CFR、CIF 等贸易条件下的价格换算; 能填制合同; 能进行汇付、托收和信用证结算的基本操作, 培养学生的问题解决能力、沟通协调与团队合作能力
2	国际商务单证理论与实务实训 (1 周/30 学时)	审核信用证; 商业发票的填制; 装箱单的填制; 运输单据的填制; 报检单据的填制; 原产地证明书的填制; 保险单据的填制; 报关单据的填制; 汇票的填制; 出口收汇核销单的填制	对接职业技能等级证书, 能分析外贸合同、信用证的内容, 能根据外贸合同审核信用证并进行修改; 能缮制商业发票、装箱单、托运单, 办理出口货物托运手续; 能对一般贸易下的出口业务, 进行出境货物报检、报关单证的缮制及办理相关手续; 能缮制并申领原产地证书; 能办理出口货物投保; 能审核海运提单; 能缮制全套结汇单证并办理交单手续; 能根据合同申请开立信用证; 能办理进口托运和投保; 能进行实际业务中制单软件的操作, 培养学生细心、准确的职业习惯、风险预防和控制意识

3	视觉营销设计实训 (1周/30学时)	跨境电商产品拍摄；常用的视觉营销设计；商品品牌形象设计；图片处理；A+页面、促销广告设计等	对接真实工作情景，学会A+页面设计；商品品牌形象设计；商品主辅图设计；商品详情页设计；促销海报设计等，培养学生审美意识、创新发展理念
4	跨境电商客户服务实训 (1周/30学时)	售前咨询回复；销售中的服务沟通；售后服务跟进；纠纷处理	对接真实工作情景，掌握售前、售中和售后相关问题回复技巧；能够设置回复模板；处理各类客户纠纷问题，树立客户至上理念
5	国际市场推广实训 (1周/30学时)	EDM推广、SEO推广、SEM推广、Facebook推广、YouTube推广、Twitter推广和展会推广七种推广模式所必需的理论知识、具体操作方法和模拟操作	创设虚拟情境，掌握EDM推广、SEO推广、SEM推广、Facebook推广、YouTube推广、Twitter推广和展会推广七种推广模式所必需的理论知识、具体操作方法，培养学生市场洞察能力、营销创意与执行能力
6	跨境电商运营实训 (1周/30学时)	跨境电商B2B平台的注册、产品上架、产品定价、平台运营、营销推广；跨境电商B2C平台的注册、产品上架、产品定价、平台运营、营销推广	对接职业技能等级证书，掌握跨境电商B2B平台和B2C平台的注册、产品上架、产品定价、广告铺设；熟悉平台运营；掌握用数据分析结果指导平台运营的方法，培养学生持续学习和创新能力
7	跨境电商专业综合实训 (1周/30学时)	跨境电商平台认知；跨境电商各平台业务开展；跨境电商完整业务流程操作	对接真实工作情景，掌握跨境支付、跨境物流、产品管理、海外推广和运营分析；能在主流跨境电商平台开展跨境电商业务，实现德技并修、全面发展目标

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		集中实践教学课程和环节		机动周
		授课周数	考试周数	实训、实习、毕业设计(论文)、社会实践、入学教育、军训等	周数	
一	20	17	1	军事理论与训练	1	1
二	20	17	1	劳动实践	1	1
三	20	17	1	进出口业务流程模拟实训	1	1
四	20	17	1	国际商务单证理论与实务实训	1	1
五	20	17	1	视觉营销设计实训	1	1
六	20	17	1	跨境电商客户服务实训	1	1
七	20	17	1	国际市场推广实训	1	1
八	20	17	1	跨境电商运营实训	1	1
九	20	17	1	跨境电商专业综合实训	1	1
十	20	0	0	毕业论文、岗位实习	18	2
合计	200	153	9		27	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	2004	39.89%	不低于 1/3
2	专业课程	2420	48.17%	/
3	集中实践教学环节	600	11.94%	/
总学时		5024	/	/
其中：任选课程		640	12.74%	不低于 10%
其中：实践性教学		2530	50.36%	不低于 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

跨境电子商务专业专任教师 19 人，目前在校学生数为 80 人，师生比例为 1:4，双师素质教师 17 人，占比 89.47%。高级职称 4 人，占比 21.05%。研究生学历教师 11 人，占比 57.89%。企业兼职教师 4 人。专任教师队伍职称、年龄，形成合理的梯队结构。强化校企合作、建设校企双团队教师队伍，并定期开展专业教研活动。

2. 专任教师

专任教师要有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有高校教师资格和本专业领域有关证书；具有跨境电子商务、电子商务、国际经济与贸易、市场营销、商务英语等相关专业本科及以上学历；具有本专业理论和实践能力；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 个月在企业或实训基地实训，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人周晔具有高级讲师职称，积极关注职业教育发展，能够较好地把握国内外外经外贸行业、专业发展，能联系行业企业，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。先后被评为苏州市优秀教育工作者、苏州市教坛新秀等。获得过江苏省教学能力大赛三等奖，苏州市教学大赛一等奖、江苏省创新创业比赛三等奖等，主持省市级课题多项，参与编写教材 2 本，获得实用新型专利 2 项，发表论文十余篇，被聘为苏州市职业教育财经商贸类教科研中心组组员。

4. 兼职教师

兼职教师 4 名，主要从校企合作单位，如苏州太湖雪丝绸股份有限公司、苏州八公电商科技有限公司、苏州实益科技有限责任公司等本地优秀电商行业企业中聘任，兼职教师均具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，了解教育教学规律，能承担相关专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。定期开展专业教研活动，服从学校对兼职教师的管理办法。

（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

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实训场所

校内外实训场所符合面积、安全、环境等方面的要求，实验、实训设施（含虚拟仿真实训场景等）先进，能够满足实验、实训教学需求，实验、实训指导教师确定，能够满足开展跨境电商运营、选品管理、国际市场推广、数据分析与应用、客户服务、视觉营销设计、跨境供应链管理等实验、实训活动的要求，实验、实训管理及实施规章制度齐全。鼓励开发虚拟仿真实训项目，建设虚拟仿真实训基地。

表：校内外实训场所基本情况

序号	校内外实训场所	主要功能	主要设施设备配置建议
1	外贸综合实训室	用于进出口业务操作、国际商务单证操作等课程的课内实训和集中实训	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，配备外贸业务综合模拟软件、外贸单证实训软件
2	跨境电商营销推广实训室	用于选品管理、国际市场推广等课程的课内实训	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，配备营销模拟软件、跨境电商营销与运行决策软件
3	跨境电商运营实训室	用于跨境电商运营、跨境电商专业考证等课程的课内实训和集中实训	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，配备跨境电商理实一体化软件、数据化全球贸易通教学实训软件、互联网+国际贸易综合技能大赛软件
4	智慧商务情景模拟实训室	用于入学教育、新媒体营销、中外贸企业岗位认知等课程的教学与实训。外贸项目策划与运营综合实训等实训教学。	绿幕、提词器、摄录设备、交换机、多媒体教学设备、触摸显示屏、VGA收发器、电动幕布、柜台等。教学及实训软件、触摸显示查询软件
5	商务数据分析实训室	用于商务数据分析教学，包括数据分析技术、销售数据分析、市场数据分析、产品数据分析、客户数据分析、供应链数据分析、运营管理数据分析等项目的教学与实训	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，配备办公软件、爬虫软件、ETL工具、数据分析工具、数据分析实训系统
6	国际商务礼仪与沟通实训室	用于国际商务沟通、国际商务文化与礼仪等课程的实训教学。主要用于国际商务礼仪与交往课程的实训教学，含主要仪态训练和引导、接待训练等	配备化妆镜、梳妆台、成套服装、镜墙、信息化教学平台、移动大屏、办公软件等设备设施。
7	视觉营销实训室	用于视觉营销设计、网页设计、网络媒体策划与编辑、网络广告、商品品牌形象设计、A+页面、促销广告设计等课内实训和集中实训	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，配备图像处理软件、视频处理软件、网页设计软件等
8	太湖雪产业学院	引入与企业共建生产实训场所，供学生进行全真业务操作。	

3. 实习场所

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》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，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。如苏州进出

口（集团）有限公司、苏州太湖雪丝绸股份有限公司、苏州实益科技有限责任公司等企业。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求,实习基地应能提供跨境电商运营专员、海外推广专员、跨境电商数据分析专员、跨境电商客服专员、视觉营销设计专员、跨境物流专员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,可接纳一定规模的学生实习;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,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：主要校外实习场所基本情况

序号	企业名称	地址	联系人	合作形式	主要岗位
1	苏州太湖雪丝绸股份有限公司	苏州市吴江区震泽镇金庙路与頔塘路交汇处附近西	陆慧婷	校外实习	营销推广、运营管理、产品直播等
2	苏州实益网络科技有限公司	苏州市平泖路 1001 号平江新城现代服务大厦 6 楼 F3	欧庆欣	校外实习	网店客服、网店运营、跨境电商营销等
3	苏州进出口（集团）有限公司	苏州市西环路 1638 号（国际经贸大厦内）	潘恒亚	校外实习	外贸单证、外贸跟单、国际货代等

（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

依据国家、省、学院关于教材的相关管理规定,学校制定《江苏联合职业技术学院苏州分院教材管理办法》,健全内部管理制度,经过规范程序择优选用教材。通过教研室-系部-教学管理处层层检查、审核、审批教材,杜绝不合格的教材进入课堂。专业课程教材体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态。根据跨境电子商务专业发展需要,开发校本教材。

2. 图书文献配备

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。专业类图书文献主要包括跨境电子商务基础、跨境电子商务运营、视觉设计、营销推广、商务数据分析、跨境电子商务客户服务、供应链管理、跨境物流及海外仓、消费者心理、零售、经济、管理、信息技术等。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

学校电子图书馆包含电子期刊、电子图书和音频等不同的数字化资源，并建有数字图书馆资源管理系统，每月定期更新数字图书资源。应用数字化管理和服务平台，在超星平台建设教学资源库、虚拟国际商务教研室，配备与跨境电子商务专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、数字教材等专业教学资源库。目前已建立《国际商务文化与礼仪》《国际贸易基础》《跨境电商营销》《市场营销》等多门在线课程，内涵丰富教学资源，使用便捷，课程资源进行动态更新，能满足日常线上线下混合式教学要求。

十、质量保障

1. 依据学校《人才培养方案管理制度》，加强专业调研、专业论证和课程评估，制订并滚动修订专业实施性人才培养方案，确保培养方案与时俱进，符合社会的发展需求。

2. 依据学校《课程标准管理制度》，制订并滚动修订课程标准，积极引进企业优质资源，校企合作开设课程、共建课程资源，使课程内容更加贴近市场需求，满足学生的学习需求。

3. 依据学校《教育教学质量监控体系运行条例（修订稿）》等相关制度，加强教学质量监控管理，持续推进人才培养质量的诊断与改进。

4. 依据学校《教学过程管理办法》，加强日常教学巡查和专项督查，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，保持优良的教育教学秩序，推进有效课堂建设。

5. 学校作为联院国际商务专业建设指导委员会的成员单位，积极参加专指委举办的各类专业建设和教学研究活动。

6. 依据学校《教研活动制度》，建立集中教研制度，定期召开教学研讨会

议，定期开设公开课、示范课并集中评课，通过集中研讨、评价分析等方式，有效提升教师教学能力，加强教师队伍建设，持续提高人才培养质量。

7. 依据学校《学生综合素质评价发展规划》《学生综合素质评价实施方案》《学生综合素质评价量化指标评分细则》等制度，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。

8. 依据学校《顶岗实习考核办法》《毕业生跟踪调查制度》，加强实习生过程管理，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。

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. 完成本方案所制定的各教学环节活动，各门课程及毕业设计（论文）成绩考核合格。

3. 取得学校实施性方案所规定的通用能力证书：取得全国公共英语等级考试（PETS）二级、全国计算机等级考试一级证书或相对应的学分；取得本方案所列举的国际商务单证员/电子商务师（跨境电子商务师）等级证书或相对应的基本学分。取得本方案所规定的职业类证书或相对应的基本学分。

4. 修满本方案所规定的 274 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. 《高等职业教育专科跨境电子商务专业简介》；

4.《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）。

5.《省教育厅关于印发五年制高等职业教育语文等十门课程标准的通知》（苏教职函〔2023〕34号）

6.《江苏联合职业技术学院五年制高等职业教育跨境电子商务专业指导性人才培养方案（2024版）》

（二）执行说明

1. 坚持实施“4.5+0.5”人才培养模式，即第1—9学期同时进行理论教学和实践教学，第10学期安排顶岗实习。每学年教学时间40周。入学教育和军训安排在第一学期开设。

2. 理论教学和实践教学按16—18学时计1学分。军训、入学教育、社会实践、毕业设计（或毕业论文、毕业教育）、顶岗实习等，1周计30个学时、1个学分。学生取得行业企业认可度高的有关职业技能等级证书或已掌握有关技术技能，可按一定规则折算为学历教育相应学分。在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛并获奖的，按照获奖级别和奖项，给与相应学分奖励。

3. 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，充分发掘各类课程的思想政治教育资源，发挥所有课程育人功能。

4. 加强和改进美育工作，以美术、音乐课程为主体开展美育教育，艺术教育必修内容安排不少于2个学分。积极开展艺术实践活动。

5. 将劳动教育、创新创业教育等融入专业课程教学和有关实践教学环节中，在劳动实践周中开设劳动精神、劳模精神和工匠精神专题教育不少于16学时。依托学校“彩虹德育”品牌、系部“一米菜园”等劳动教育实践基地开展教育。同时，在其他课程中渗透开展劳动教育，在课外、校外活动中安排劳动实践。

6. 学校制定毕业论文课题范围和指导要求，配备指导老师，严格加强学术道德规范。

7. 岗位实习是学生在校学习的重要组成部分，是培养学生综合职业能力的主要教学环节之一。严格执行教育部颁发的《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业院校国际商务专业岗位实习标准》要求，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。

(三) 研制团队

序号	姓名	单位名称	职称/职务	承担角色
1	屈静	苏州高等职业技术学校	讲师/教研室主任	负责人/执笔人
2	李娜	苏州高等职业技术学校	高级讲师/系部主任	审核人
3	周晔	苏州高等职业技术学校	高级讲师/主任助理	审核人
4	冷洁	苏州高等职业技术学校	讲师	成员
5	顾燕菁	苏州高等职业技术学校	讲师	成员
6	蒋碧雅	苏州高等职业技术学校	讲师	成员
7	杭天璆	苏州高等职业技术学校	助理讲师	成员
7	周南	苏州农业职业技术学院	财经管理学院系主任	高校专家
8	潘恒亚	苏州进出口(集团)有限公司	总经理	企业专家
9	欧庆欣	苏州实益科技有限公司	总经理	企业专家
10	朱萍	苏州太湖雪丝绸股份有限公司	人力资源部经理	企业专家

附件 1：五年制高等职业教育跨境电子商务专业教学进程安排表（2024 级）

附件 2：五年制高等职业教育跨境电子商务专业任选课程开设安排表（2024 级）

附件 1:

五年制高等职业教育跨境电子商务专业教学进程安排表（2024 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	17+1周	18周			
公共基础课程	必修课程	思想政治理论课程	1	中国特色社会主义	36	0	2	2										√		
			2	心理健康与职业生涯	36	0	2		2									√		
			3	哲学与人生	36	0	2			2								√		
			4	职业道德与法治	36	0	2				2							√		
			5	思想道德与法治	51	18	3					3						√		
			6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	34	0	2							2				√		
			7	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	51	0	3								3			√		
			8	形势与政策	24	0	1							总 8	总 8	总 8		√		
		9	语文	306	48	18	4	4	4	2	2	2					√			
		10	数学	272	24	16	4	4	2	2	2	2					√			
		11	英语	272	48	16	4	4	2	2	2	2					√			
		12	信息技术	136	64	8	2	2	2	2							√			
		13	体育与健康	306	256	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2		√			
		14	艺术（美术、音乐）	36	12	2				2								√		
		15	历史	72	0	4	2	2									√			
		16	地理	68	12	4	2	2										√		
	限选课程	17	心理健康教育	34	17	2					2							√		
	任选课程	18	（见选修课安排表）	198	99	12	2	2	2	2				2	2			√		
公共基础课程小计					2004	598	117	24	24	16	16	13	8	4	7	4	0			
专业课程	专业基础课程	必修课程	1	市场营销	68	34	4	4										√		
			2	国际贸易基础	68	34	4		4									√		
			3	跨境电子商务基础	68	34	4			4								√		
			4	国际商务文化与礼仪	68	34	4				4								√	
			5	商务数据分析	68	44	4					4						√		
			6	跨境电商政策法规	68	34	4						4					√		
			7	现代物流管理	68	22	4							4				√		
			8	会计基础	68	20	4							4					√	
			9	管理学基础	68	34	4								4				√	
			10	跨境供应链管理	68	34	4								4				√	
	专业核心课程	必修课程	11	进出口贸易实务	68	34	4			4								√		
			12	国际商务单证理论与实务	136	68	8			4	4							√		
			13	视觉营销设计	68	34	4					4						√		
			14	跨境电商选品管理	68	34	4					4						√		
			15	跨境电商客户服务	68	34	4						4					√		
			16	国际市场推广	68	34	4							4				√		
			17	跨境电商运营	136	68	8								4	4	4	√		
			18	跨境电商数据分析与应用	68	34	4									4		√		
		限选课程	19	商品学	34	18	2				2									
			20	外贸英语函电	68	34	4					4							√	
			21	网页设计与制作	68	34	4						4						√	
			22	商品拍摄	34	20	2						2						√	
			23	跨境电商物流与海外仓运营	68	34	4							4					√	
			24	短视频拍摄与制作	68	34	4								4				√	
			25	跨境电商通关实务	68	34	4									4			√	
	任选课程	26	（见选修课安排表）	442	250	26		2		2		6	4	4	8			√		
	技能实训课程	必修课程	27	进出口业务流程模拟实训	30	30	1			1周									√	
			28	国际商务单证理论与实务实训	30	30	1				1周								√	
			29	视觉营销设计实训	30	30	1					1周							√	
			30	跨境电商客户服务实训	30	30	1						1周						√	
			31	国际市场推广实训	30	30	1							1周					√	
			32	跨境电商运营实训	30	30	1								1周				√	
			33	跨境电商专业综合实训	30	30	1									1周			√	
专业课程小计					2420	1333	137	4	6	12	12	16	20	20	20	20				
集中实践教学环节			1	军事理论与训练	30	30	1	1周										√		
			2	劳动实践	30	30	1		1周										√	
			3	毕业论文	120	120	4									4周			√	
			4	岗位实习	420	420	14										14周			√
集中实践教学环节小计					600	600	20	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	18周				
合计					5024	2530	274	28	30	28	28	29	28	24	27	24	18周			

附件 2:

五年制高等教育跨境电子商务专业任选课程开设安排表（2024 级）

任选课程类别	序号	课程名称	开设学期	学时	学分	选课方式
公共基础课程任选课程	1	硬笔书法/书法	第 1 学期	2	2	专业群内混班选课
	2	普通话/演讲与口才	第 2 学期	2	2	
	3	文化苏州/文字录入	第 3 学期	2	2	
	4	电影赏析/艺术鉴赏	第 4 学期	2	2	
	5	转本英语（上）/就业与创业教育	第 8 学期	2	2	
	6	转本英语（下）/古诗词鉴赏	第 9 学期	2	2	
小 计				12	12	
专业拓展课程任选课程	1	商务英语听说/国际商务英语	第 2 学期	2	2	专业群内混班选课
	2	商务英语口语/商务英语写作	第 4 学期	2	2	
	3	日语口语/商务情景对话	第 6 学期	4	4	
	4	商务文案写作/商务应用文写作	第 6 学期	2	2	
	5	新媒体营销/社群营销	第 7 学期	4	4	
	6	电子商务师考工/高级办公软件应用	第 8 学期	4	4	
	7	电子商务师考工/ERP 原理及应用	第 9 学期	4	4	
	8	商务谈判/国际汇兑与结算	第 9 学期	4	4	
小 计				26	26	