

广州华夏职业学院 2025 级成人高等教育人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务，专业代码：530701

二、入学要求

具有高中阶段（含普通高中、中职、中专、职中、技校）毕业文化程度或同等学力人员，通过参加全国成人高考正式录取的学生。

三、修业年限及学习形式

高起专最低修业年限 2.5 年，最高修业年限不超过 5 年。学习形式为函授。

四、培养目标及培养规格

培养目标：本专业培养思想政治坚定、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。

培养规格

（一）素质

1. 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。

2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇尚向善、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。

3. 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. 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。

5.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，养成良好的健身与行为习惯。

6.具有一定的审美和人文素养。

（二）知识

1.掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识。

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办法。

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。

（三）能力

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。

五、课程设置及要求

课程类别	学时	占总学时比例 (%)
公共基础课课程	480	30
专业基础课	320	20
专业核心课	608	38
专业拓展课	192	12
合计	1600	100

六、核心课程简介

（一）视觉营销设计

该课程的主要教学内容包括根据摄影色彩、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。

（二）网络编辑

该课程主要教学内容包括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。

（三）网页设计与制作

该课程的主要教学内容包括运用 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。

（四）网络营销

该课程的主要教学内容包括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；网络推广和营销方案制定与实施；营销推广方案效果评估与优化。

（五）客户服务与管理

该课程主要教学内容包括客户服务的基本技巧和客户管理的基本方法；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。

（六）电子商务数据分析与应用

该课程主要教学内容包括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 Excle 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。

（七）网店运营

该课程主要教学内容包括网站（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。

（八）短视频制作与运营

该课程主要教学内容包括短视频创意制作以及短视频运营；以抖音平台、淘宝/拼多多电商平台，进行短视频策划、拍摄、营销推广、转化等账号的运营与管理；根据后台数据完成促销活动、品牌推广活动和转化营销活动。

七、教学实施保障

（一）师资队伍

教师队伍要考虑职称、年龄、形成合理的梯队结构。

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有企业管理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；有每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

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，具有中级及以上相关专业职称，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

依据人才培养方案设置的课程体系、实践教学体系和顶岗实习的要求，做好本专业《实习实训基地建设规划》，配备能够满足本专业正常的课程教学、专业实训、顶岗实习等所需，设施安全、设备先进、工位数足够、具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件的专业教室、校内实训室、稳定的校外实训基地和顶岗实习基地。

（三）教学资源

按照国家规定配备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。规范教材选用程序，严格执行教材选用规定，禁止不合格的教材进入课堂；建设和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，逐步达到种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

按本专业人才培养的特点，针对不同的教材、不同的课程和学生实际情况，从事教学活动时，选择合适的教学方法，如：项目教学法、案例教学法、任务驱动法、兴趣小组教学、校企合作教学和模拟教学等都比较适合本专业的教学。也可以探索一些新的科学、有效的教学方法。采用知识讲授、案例教学、情境教学、项目教学、任务驱动、行动导向等多种形式，综合运用讲授、演示、举例、归纳、演绎、讨论、练习、实操等多种手段实施教学，引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

（五）学习评价

对学生学习评价的方式要多样化，评价时应结合评价内容于学生特点加以选择，以过程性评价为主，即可以用书面考试、口试、活动报告等方式，也可以采用课堂观察、课后访谈、作业分析、实践活动等形式，还可以采用多种评价方式相结合对学生进行评价。评价时应注重对学生学习过程的评价，恰当评价学生基础知识和基本技能的掌握和理解，重视对学生发现问题和解决问题的能力进行评价，测试命题必须依照《课程标准》的要求进行。对学生的学习评价不仅关注学生学习的结果，把学生在学习过程中主动参与程度、与同学合作交流的意识与态度也作为评价重点，注重学生人文素养和道德修养的综合提高。

（六）教学质量管埋

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，提高人才培养规格的达成度。执行毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，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。

八、教学形式及学时、学分要求

（一）教学形式采取线上教学+线下教学+实验实训相结合的形式；

（二）课程总学时=线上教学学时+线下教学学时+实验实训学时；

（三）面授每天按 12 学时计，具体时间安排如下：

9:00—10:20	1-2 节
10:40—12:00	3-4 节
13:20—14:40	5-6 节
14:50—16:10	7-8 节
16:20—17:40	9-10 节
19:00—20:20	11-12 节

九、考核与毕业要求

学生通过规定修业年限的学习，修满专业人才培养方案所规定的学分，达到专业人才培养目标和规格相关要求，准予毕业，颁发毕业证书。

十、课程设置与教学进程表（见附表）

附表

电子商务专业课程设置与教学进程表

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	过程性考核	终结性考核					
															闭卷	开卷				
公共基础课	1		入学教育	1	16		12	4	16								√			
	2		劳动教育	1	16		8	8	4	4	4	4					√			
	3		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48		48		12	12	12	12							√	
	4		思想道德与法治	3	48	48			48									√		
	5		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	32				32								√		
	6		党史	1	16		16				16							√		
	7		形式与政策	2	32		32		6	6	6	6	8						√	
	8		军事理论	2	32	32				32								√		
	9		心理健康教育	2	32		32		6	6	6	6	8						√	
	10		职业发展与就业指导	2	32		32		6	6	6	6	8						√	
	11		大学体育	7	112	32		80	32	20	20	20	20	20	√					
	12		大学语文	2	32		24	8		32								√		
	13		计算机办公软件应用	2	32	32			32											
小计				30	480	176	204	100	162	150	70	54	44							
专业基础课	1		电子商务基础	4	64	64			64								√			
	2		管理学基础	4	64	44	20		64									√		
	3		电子商务法律法规	4	64	64				64							√			
	4		商贸礼仪与职业素养	4	64	44	20					64						√		
	5		市场营销	4	64	52	12				64						√			
	小计				20	320	268	52	0	128	64	64	64	0						
专业核心课	1		视觉营销设计	4	64	64			64								√			
	2		网络编辑	4	64	64					64						√			
	3		网页设计与制作	4	64	64				64								√		
	4		网络营销	4	64	56	8		64									√		
	5		客户服务与管理	3	48	28	20			48								√		
	6		电子商务数据分析与应用	3	48	48						48						√		
	7		网店运营	6	96	88	8					96						√		

	8	短视频制作与运营	5	80	68	12					80				√
	9	专业学习综合报告	2	32		8	24				32	√			
	10	企业岗位认知	3	48		8	40				48	√			
	小计		38	608	480	64	64	128	112	160	128	80			
专业拓展课	1	供应链管理实务	4	64	64				64						√
	2	跨境电子商务	4	64	64					64					√
	3	品牌策划与管理	4	64	64						64				√
	小计		12	192	192				64	64	64				
合 计			100	1600	1116	320	164	418	390	358	310	124			
百分比 (%)					69.75	20	10.25	26.12	24.38	22.37	19.38	7.75			

备注：1.课程类别分为公共基础课、专业基础课、专业核心课、专业拓展课。

2.学分、学时按照 1 学分 16 学时进行换算。