

电子商务

专业人才培养方案 (高职全日制)



二〇一九年九月

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	1
(一) 培养目标.....	1
(二) 培养规格.....	2
1. 素质.....	2
2. 知识.....	3
3. 能力.....	4
六、课程设置.....	5
(一) 公共基础课程.....	5
(二) 专业(技能)课程.....	9
1. 专业课程设计思路.....	9
2. 专业(技能)课程设置及要求.....	10
七、教学进程总体安排.....	16
八、实施保障.....	20
(一) 师资队伍.....	20
(二) 教学设施.....	20
1. 校内实训基地.....	20
2. 校外实训基地.....	20
(三) 教学资源.....	21
(四) 教学方法.....	21
(五) 学习评价.....	22
1. 学生学业评价.....	22
2. 学生学业评价制度.....	24
(六) 质量管理.....	25
九、毕业要求.....	26
十、附录.....	27

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：630801

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向

表 1 职业面向

所属专业 大类 (代码)	所属专业 类 (代码)	对应 行业 (代码)	主要职 业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书或技 能等级证书举例
财经商贸 类 (63)	电子商务 类 (6308)	互联网和相关 服务 (64)； 批发业 (51)； 零售业 (52)	销售人员 (4-01-02)； 商务咨询服务 人员 (4-07-02)	营销推广； 运营管理； 客户服务	电子商务师、助理 电子商务师、电子 商务员

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养理想信念坚定，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。

（二）培养规格

1. 素质

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。

（2）坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感。

（3）崇尚宪法、遵规守纪、崇德向善、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。

（4）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。

（5）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。

（6）具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处。

（7）具有职业生涯规划意识。

（8）具有良好的身心素质和人文素养。

（9）具有健康的体魄和心理健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能。

（10）具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱

好。

(11) 掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力；拥有积极的人生态度和良好的心理调试能力。

2. 知识

(1) 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础和中华优秀传统文化知识。

(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方法。

(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。

3.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图片;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,并根据店铺、产品和客户等各类数据,对其进行分析和预测。

(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。

六、课程设置

高等职业教育的目的主要是培养应用型、技术型人才。其本质特征是传授专业基本知识和培养基本技能的实际应用能能力，即具有鲜明的实用性和实践性，其规格特征是培养技能型人才。因此，技能型人才培养的目标要求是：既要掌握“必需够用”的专业理论知识，又要掌握基本的专业实践技能，关键是要具有综合职业能力和全面的素质。

为更加准确地分析电子商务专业毕业生未来将从事的工作过程特征，结合当地企业的特点，提取典型工作任务，进行了典型工作任务和工作过程特征分析。归纳任务领域，转化学习领域，通过分析整理，得出本专业课程设置内容。

（一）公共基础课程

表 2 公共基础课程设置及要求

公共必修课程 1：军事课	
课程目标	通过军事课教学，让学生了解军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。
主要内容	军事理论、军事技能
教学要求	以习近平总书记强军思想和关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼于培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。
公共必修课程 2：思想道德修养与法律基础	
课程目标	通过本课程的学习，使学生具有明确的职业理想、良好的职业道德、科学的职业价值观和较完善的职业纪律素质，为电子商务专业人才培养目标的实现及学生成长成才和终身发展打下坚实的基础。

主要内容	人生与人生观、正确的人生观、坚定理想信念、弘扬中国精神、践行社会主义核心价值观、明大德守公德严私德、遵法学法守法用法。
教学要求	本课程是一门融思想性、政治性、科学性、理论性和实践性于一体的课程，应以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，从新时代对青年大学生的新要求切入，以人生选择-理想信念-精神状态-价值理念-道德觉悟-法治素养为基本线索，针对大学生成长过程中面临的思想道德和法律问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育。
公共必修课程 3：毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	
课程目标	通过学习，指导学生运用马克思主义的世界观和方法论去认识和分析问题，正确认识中国国情和社会主义建设的客观规律，确立建设中国特色社会主义的理想信念，增强在中国共产党领导下全面建设小康社会、加快推进社会主义现代化的自觉性和坚定性；引导大学生正确认识肩负的历史使命，努力成为德智体美劳全面发展的中国特色社会主义事业的建设者和接班人。
主要内容	毛泽东思想、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果、邓小平理论、“三个代表”思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想。
教学要求	要求学生理解马克思主义中国化进程中将马克思主义基本原理与中国具体实际相结合的主线，理解中国化马克思主义理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，重点掌握中国特色社会主义理论体系，从而树立正确的世界观、人生观、价值观，能够坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，努力培养德智体美劳全面发展的有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义事业的建设者和接班人。
公共必修课程 4：形势与政策	
课程目标	通过形势与政策的教育，使学生开阔视野，全面准确地理解党的路线、方针和政策，不断提高大学生认识把握形势的能力，逐步树立马克思主义的形势观、政策观。及时了解和正确认识国内外重大时事，使大学生在改革开放的环境下有坚定的立场、有较强的分析能力和适应能力，自觉坚持党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验，做合格的社会主义建设者和可靠接班人。
主要内容	两岸和平统一、走好城乡融合发展之路、中国特色大国外交作为与担当、政治建设：党的根本性建设、中国经济行稳致远、壮丽 70 年—奋斗新时代。
教学要求	帮助大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略。要求及时、准确、深入地推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂进学生头脑，宣传党中央大政方针，牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，培养担当民族复兴大任的时代新人。
公共必修课程 5：体育	

课程目标	通过本课程的学习，学生能够掌握《体育与健康》的基本知识和运动技能，学会学习体育锻炼的基本方法，形成终身锻炼的意识和习惯。熟练掌握两项以上锻炼身体的基本方法和技能并能做到科学的进行体育锻炼，提高自己的运动能力，掌握常见运动损伤的处理方法。
主要内容	健康知识（健康、亚健康、基础理论知识、运动损伤、女子体育锻炼等）；技能（田径、广播体操、健美操、篮球、太极拳、足球、羽毛球）。
教学要求	通过形式多样的教学手段、丰富多彩的活动内容，促使学生主动参与体育活动，培养他们参与体育活动的兴趣和爱好，形成坚持锻炼的习惯和终身体育的意识。
公共必修课程 6：心理健康教育	
课程目标	本课程旨在使学生理解心理学与学习和生活的密切相关性；调动学生改善自我的强烈愿望和动机，继而培养良好的行为习惯；注重提高学生的素质和能力，重新认识自我，挖掘潜能，发展自我。
主要内容	心理学中与其学习与生活有关的理论和基本概念、高职生心理健康的标准及意义、高职生的心理发展特征及异常表现、自我调适的基本知识。
教学要求	使学生能完成角色转换,明确生活目标;学会合作,发展交往能力;主动适应,善于控制环境;自我探索技能,心理调适技能及心理发展技能等。
公共必修课程 7：信息技术	
课程目标	提高学生的计算机素养，使学生具有利用计算机分析问题、解决问题的意识与能力，为将来应用计算机知识和技能解决专业实际问题打下必要的基础。
主要内容	信息与计算机科学、微机硬件系统、软件系统、多媒体技术基础、数据库技术基础、程序设计基础、通信与网络技术、信息系统安全。
教学要求	掌握计算机基本应用技能，掌握计算机软硬件技术的基本概念，理解典型计算机系统的基本工作原理，理解信息技术与计算科学的基本概念，了解信息处理的基本过程，了解计算机网络、数据库、多媒体等技术的应用领域、基本概念和相关技术，培养信息系统安全与社会责任意识。
公共限选课程 1：应用文写作	
课程目标	培养学生系统掌握常用应用类文章的实际用途及写作要领，以适应当前和今后在工作、生活、学习以及科学研究中的写作需要，为学生学习专业课打下坚实基础。
主要内容	写作总论、公文写作、事务文书、财经文书、社交礼仪文书、就业文书。
教学要求	打破传统的课堂上只重视讲授的模式，实现“教、学、做”一体化。通过案例分析、错题辨析、情景模拟训练，以学生的活动为主体，让学生在活动中生疑、生趣，完成教学任务。
公共限选课程 2：高等数学	
课程目标	重视与高中（职高）知识的衔接及各专业知识的需求，以掌握概念、强化

	应用为重点，贯彻拓宽基础、强化能力、立足应用的原则。教学内容应由浅入深、由易到难，循序渐进，既兼顾数学本身的系统性，又要贯彻理论联系实际的原则，强调应用性和实用性。逐步培养学生具有初步抽象概括问题的能力、一定的逻辑推理能力、比较熟练的运算能力以及自学能力。
主要内容	线性代数、微积分、微分方程
教学要求	在重点讲清基本概念和基本方法的基础上，适度淡化基础理论的严密论证和推导，加强与实际联系较多的基础知识和基本方法教学。注重基本运算的训练，简化过分复杂的计算和变换；结合数学建模突出“以应用为目的，以必需够用为度”的教学原则，加强对学生应用意识、兴趣、能力的培养；让学生学会利用常用的数学软件，完成必要的计算、分析和判断；教学过程中，逐步使用现代教学手段，尽量结合使用电子教案进行日常教学；教学中以极限、导数、积分、微分方程及应用等知识为主线，着力培养学生利用数学原理和方法消化吸收工程概念和工程原理的能力。
公共限选课程 3：大学英语	
课程目标	本课程将基础语言交流项目和职业模拟项目贯穿其中，进行语言能力与职业能力的无缝对接，以实现知识传授、技能培养、职业能力的一体化，最终实现提高职业能力素养的目标。
主要内容	高职英语听说读写译，以《新航标职业英语教学大纲》为导向，以应用（application）为目的，以实践（practice）为核心，以知识（Knowledge）为主线，以职业（vocation）为背景，设计整个课程的教学过程。
教学要求	要求学生能听懂有关话题的演讲、讨论、辩论和报告的主要内容。能就国内普遍关心的问题如环保、人口、和平与发展等用英语进行交谈，表明自己的态度和观点。能利用各种机会用英语进行真实交际。
公共限选课程 4：中华优秀传统文化	
课程目标	本课程以学习和研究中华民族数千年所创造的灿烂文化为目的，使学生了解祖国的历史文化、提高人文素质、增强民族自信心、自尊心和自豪感，培养高尚的爱国主义情操，从而创造中华民族的美好未来。
主要内容	中国文化的历史地理环境、中国文化植根的经济基础、中国文化依赖的社会政治结构、中国传统文化的发展历程、多民族文化融合与中外文化交汇。
教学要求	本课程的教学，主要培养学生运用辩证唯物主义的观点，历史的、科学的分析中国传统文化的特点，准确而深刻的认识中华民族、认识中国的国情，以理性态度和务实精神继承传统、创造新的先进文化。
公共限选课程 5：美育课程	
课程目标	使学生了解马克思主义美学的基本原理，以及美育的意义、任务和途径，从而初步树立正确、进步的审美观，培养高尚、健康的审美理想和审美情趣，提高审美能力。
主要内容	美的概念、审美门户、审美范畴、审美意识、审美心理、自然审美、社会审美、科学审美与技术审美、艺术审美。

教学要求	本课程要充分利用多媒体教室的现代化音像手段，在教学过程中需播放图片、音频和视频等资料，做到直观、形象、深刻；审判实践环节可适当安排观赏演出、参观展览、分析文学或影视作品等活动，使课堂教学上的理论讲授能通过学生的审美实践得到进一步的理解和掌握。
公共限选课程 6：创业创新教育	
课程目标	把立德树人作为根本任务，培养学生的学习能力、交流沟通能力、团队协作、实践能力、创造能力、就业能力、创业能力等职业通用能力。
主要内容	职业化精神、职场沟通、职业形象、职场协助、时间管理、健康管理、学习管理、创新能力等。
教学要求	在教学过程中，要遵循学生职业素养养成的基本规律，以行动导向的工作任务为载体组织教学内容，通过校内外实训活动，强化学生基本素养的认知和体验。
公共限选课程 6：创业创新教育	
课程目标	使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识，具备必要的创业能力，使学生树立科学的创业观；具备创业知识、创业能力与创业精神。
主要内容	大学生创业、创业、创新与创业管理、创业者与创业团队、市场和商机、创业方案策划、市场和创业机会、初期创业企业管理、创业企业激励。
教学要求	本课程是一门理论性、政策性、科学性和实践性综合的课程，应遵循教育教学规律，坚持理论讲授与案例分析相结合，设计真实的学习环境，提供完备的支持条件，拓展有效的实践途径。
公共限选课程 7：职业发展与就业指导	
课程目标	通过本课程的学习，大学生应当基本了解职业发展的阶段特点，较为清晰的认识自己的特性、职业的特性及社会环境，了解就业形势与政策法规，掌握劳动力市场信息、相关的职业分类，树立起职业生涯规划自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观。
主要内容	大学生自我认知与探索、职业生涯发展环境认知、规划的决策与方法、制定与实施、大学生职业生涯规划评估调整及心理维护、职业生涯规划书的制作。
教学要求	使学生掌握新时期的就业观念，掌握求职资料准备的基本要求，掌握获取就业信息的方法，指导学生进行职业生涯规划，使学生了解当前的就业政策法规及就业协议的内容、签订。通过对社会、职业和自己的认知，树立良好的形象，建立和谐人际关系，积极适应职业角色和社会环境，完成从“学校人”到“社会人”转变的准备。

（二）专业（技能）课程

1. 专业课程设计思路

根据高职高专教育的特点，在人才培养方面注重职业岗

位能力要求与专业教学计划的有机结合，以电子商务社会工作岗位技能为导向，在专业方向定位上侧重于商务信息处理和网站运营管理路线，服务于临汾地方经济和行业经济。打破原有人才培养模式，依托学校电子商务实训模拟中心（室）及临汾众多的中小型企业，构建“学训交替”的人才培养模式。

电子商务“学训交替”人才培养模式是指从电子商务社会工作岗位认知入手，根据电子商务社会工作岗位的技能需要设置理论教学课程，并以课程实训强化理论提高技能，拿出一个学期的时间集中进行校内模拟综合实训，加强学生技能训练。

2.专业（技能）课程设置及要求

表3 专业（技能）课程设置及要求

专业基础课程 1：经济学基础	
课程目标	本课程旨在经济学基础知识的介绍和应用。通过本课程的学习，一方面使学生掌握现代经济学的基本理论、基本概念和基本方法，为进一步学习财经类的专业课程及将来从事经济工作奠定基础；另一方面使学生能分析和运用现代经济学知识，即根据实际情况有分析地把这些知识运用于实际工作中。
主要内容	本课程包括微观经济学和宏观经济学两部分。总体介绍了经济学的基本原理、分析工具与方法、理论运用和政策分析。主要内容包括：市场理论，消费者行为理论，厂商行为理论，国民收入核算与决定论，经济增长和经济周期，宏观经济政策等等。
教学要求	学生对本课程中的基本概念、基本理论、基本方法能够有比较全面系统的认识和正确掌握，并初步具备经济学的科学思维方法；学生能够运用经济学的基础理论和有关原理，解释和探索本专业领域内的相关问题，紧密联系实际，解决实际问题，切实提高分析问题、解决问题的能力。
专业基础课程 2：管理学基础	
课程目标	通过本课程的学习，让学生了解管理学的基本构架、基本概念，让学生掌握管理的基本方法、基本手段，初步拥有解决管理问题的能力。

主要内容	管理的概念、属性、管理的机制与方法、管理职能、管理思想等。
教学要求	在本课程教学过程中要尽量做到理论性、系统性与实践应用性的结合，针对我国的管理实践，积极借鉴发达国家的先进管理经验。
专业基础课程 3：市场营销	
课程目标	本课程以企业的市场营销活动过程为导向，要求学生将对将要就业的行业企业进行市场调研，形成感性认识，学会企业营销策略分析，赏析成功的营销策划方案，模拟演练商品推介，训练销售沟通技巧，学会分析设计小的促销活动，懂得建立渠道优势，能够进行客户关系管理，重视营销人员自我素质的修炼，树立以客户需求为中心的营销核心理念，形成科学的系统的营销思维模式。
主要内容	市场营销企业活动中的地位和作用；现代市场营销的基本特征和内容；营销组合中诸策略要素的内容和组合的逻辑。
教学要求	立足于高职高专的培养目标，从市场营销学科的特性出发，不仅要求学生掌握市场营销基本观念、原理、方法，还要求学生把所学的专业知识采用课程实训方法，运用到营销实践中去，分析和解决实际问题，并通过实战，使学生具备企业营销执行的基本技能，增强岗位工作所需的职业素质。注重在教学过程中培养学生的能力和素质，充分调动学生学习的主动性、积极性和创造性，强调教师为主导、学生为主体的教练式教学法。
专业基础课程 4：电子商务概论	
课程目标	本课程的教学旨在通过本课程学习，让学生掌握电子商务的基本理论、基本知识，了解电子商务的基本技术、基本应用和基本法规等内容，从而对电子商务有一个整体的了解和认识，为学生提供全面的、进一步学习电子商务其它课程所需要的基本知识，为专业学习奠定坚实的理论基础。
主要内容	电子商务的基本理论、基本知识，电子商务的基本技术、基本应用和基本法规等内容。
教学要求	本课程的教学应遵循循序渐进的原则，讲授基本概念及相关理论问题时，应做到概念准确、层次分明、逻辑清晰，使学生对电子商务的基本内容有全面系统的认识。同时，应特别注意理论与实践相结合讲授本课程，通过案例分析培养学生的感性认知和分析问题的能力。
专业基础课程 5：电子商务法律法规	
课程目标	通过本课程的学习，使学生了解电子商务法律相关知识，为以后从事电子商务活动提供法律保障。
主要内容	我国电子商务经营者的现状、管理问题；电子合同的法律问题；电子商务中的知识产权的保护（商标与域名的法律保护）；网络隐私权的保护；网络征税；网络管辖权等。

<p>教学要求</p>	<p>教师必须具备扎实的理论知识，过硬的操作技能，最好为“双师”素质教师，具有丰富的实践经验，能与企业合作共同开发和建设课程，为企业提供服务，到企业去锻炼，积累工作经验。有很强的执教能力，快速反应能力，能及时、准确地解决学生遇到的各种问题。要有责任心和使命感，不仅能传授学生知识，更应该教会学生如何做人。</p>
<p>专业基础课程 6：公共关系</p>	
<p>课程目标</p>	<p>通过学习本课程，使学生掌握“公共关系”基本理论与实务操作知识，正确认识公共关系学与电子商务专业的关系，树立公共关系为市场经济服务、为社会发展服务的观念，从而掌握公共关系为社会实践服务的本领。</p>
<p>主要内容</p>	<p>公共关系的构成要素、职能、作用；公共关系实务方法论。</p>
<p>教学要求</p>	<p>在“理论篇”的教学中，着重阐释公共关系原理，以公共关系的“社会—公众—传播”三要素为重点来阐述公共关系的性质、职能、类型、原则与规范；在“实务篇”中，以“信念—传播—效果”方法论为立足点，对涉及以言语、文字、实像为媒介的公共关系实务操作，结合案例分析，作深入浅出的、形象生动的分析与研究。</p>
<p>专业基础课程 7：商务英语</p>	
<p>课程目标</p>	<p>通过本课程的学习，了解经贸英语知识，并提高听、说、读、写、译方面的基本能力；掌握商务英语中的会话内容、基本词汇、专业术语、基本句型以及商务英语沟通技巧。培养学生在具体的商务工作环境中运用英语的实际能力，包括能够用英语建立及保持商务联系，能够用英语作为语言工具提供及获取商务信息，能够使用英语处理日常商务工作等。侧重培养学生的听说能力。</p>
<p>主要内容</p>	<p>日常用语、时事新闻、乘坐飞机、机场接送、入住宾馆、打电话、市内交通、饭店用餐、游览景点、购物、日常安排、公司产品介绍等。</p>
<p>教学要求</p>	<p>能读懂中等难度的商务英语文章，了解作者的观点和态度，理解准确率要达到 75%以上；能够翻译一般性商务材料，要求认知词汇量达到 6000 至 7000 个单词，其中熟练掌握约 5000 个单词。</p>
<p>专业核心课程 1：网店经营与管理</p>	
<p>课程目标</p>	<p>该课程主要学习网店经营应具备的素质要求、前期准备和条件、货源的选择、买卖流程的操作、网店安全、网店装修、交易技巧、店铺营销等内容。</p>
<p>主要内容</p>	<p>网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。</p>
<p>教学要求</p>	<p>按照电子商务专业人才岗位能力需求，以具体工作项目为载体，设计、组织课程内容，形成以工作任务为中心、以技术实践知识为焦点及以技术理论知识为背景的课程内容结构，实现学科课程向工作(任务)体系课程的跨越。</p>
<p>专业核心课程 2：网络营销技术</p>	
<p>课程目标</p>	<p>让学生掌握网络营销的基本策略（产品策略、价格策略、渠道策略和促</p>

	销策略)；让学生掌握网络营销常用的几种工具和方法；了解网络营销的各种技巧。
主要内容	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
教学要求	该课程是一门应用性很强的课程，主要运用大量案例讲解网络营销的各种知识和方法，让学生了解网络营销的外部环境、网络营销对象的特征、购买动机和行为、购买模式以及影响购买的因素等内容。
专业核心课程 3：客户关系管理	
课程目标	通过本课程的学习，学生能树立“客户资源已经成为最宝贵财富”的管理思想，系统掌握客户关系管理的基本理论、方法与应用技术，并能对客户关系的链进行有效管理，在 CRM 之下开展现代新的市场营销策略。
主要内容	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。
教学要求	本课程内容分为客户关系管理理念、客户关系建立、客户关系加强、客户关系维护、客户关系恢复和客户关系管理技术六大块。符合高职学生职业能力培养的规律和要求。
专业核心课程 4：商品信息采集与处理	
课程目标	该课程包括商品信息采集的基本知识、色彩和构图的基本理论以及数码相机的基本操作等内容。
主要内容	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征，突出商品卖点。
教学要求	通过学习重点掌握商品图片的拍摄方法与技术，掌握商品图片的处理方法。
专业核心课程 5：网页设计与制作	
课程目标	本课程的教学目标是使学生掌握网页制作的基本知识和基本技能，掌握网页内容对象的制作方法，具有对网页内容多个对象进行合理布局与设计的初步能力。
主要内容	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。
教学要求	在教学过程中要注重 Dreamweaver、Firework 或 Photoshop 和 Flash 软件的主要功能，其中 Dreamweaver 主要是完成网页设计和网站管理；Firework 或 Photoshop 主要进行图像的设计与编辑；Flash 主要开发适应网络传输的流媒体电脑规划。并且要培养学生综合使用这些软件的能力，注重学生动手能力的培养和上机试验。教学过程中应该以 Dreamweaver 为主，在讲授理论的同时加入具体的设计项目实验，力求达到实战的效果，避免空洞的理论学习。
专业核心课程 6：电子商务物流	

课程目标	本课程实现专业培养目标中的任务,该课程以电子商务物流理论教学为主,实践教学为辅,重点突出电子商务环境下物流的新进展、新观念和新动力,培养电子商务专业学生物流管理业务能力。使学生掌握物流运作实际操作技能,为今后学习和工作打下基础,提高自己的综合竞争力。
主要内容	本课程结合各种应用的案例和成熟的 TPL 产品,使学生对电子商务物流管理有一个全面、深入的认识和了解,并掌握 TPL 软件的操作流程和方法,为将来参与企业物流运作和管理做准备。
教学要求	通过本课程的教学,学生能了解电子商务和物流的基本概念和相互关系,了解物流活动的全过程,掌握电子商务物流模式,了解电子商务下物流配送中心的作业流程,对电子商务下物流供应链管理有一定程度的认识,了解和掌握物流信息技术和管理信息系统在电子商务物流中的应用,了解电子商务下国际物流的内容及其发展现状及趋势。
专业核心课程 7: 移动商务	
课程目标	学生应掌握包括移动电子商务发展概况、移动电子商务的总体框架和支持技术、安全解决方案、平台的构建与管理、智能终端、业务管理等方面,并在此基础上掌握移动电子商务情景、移动支付、移动广告、移动社区等方面的应用。
主要内容	新媒体发展趋势和社交网络特性;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;根据后台数据完成促销活动、品牌推广活动和移动营销活动。
教学要求	通过本课程的学习,学生应具备基本的电子商务企业从业人员的基本职业素养和判断能力,能够熟练运用电子商务的相关知识解决企业的主要问题,尤其是移动商务营销方面的问题,具有继续学习和可持续发展能力。
专业拓展课程 1: 品牌管理	
课程目标	通过品牌管理的学习,使学生能对企业品牌进行设计、开展品牌维护与拓展,使企业品牌管理有序,达到品牌价值高和逐步成为国际品牌的目的。
主要内容	品牌的基本理论、基本知识和品牌管理方法,品牌的重要性,品牌的发展、品牌形象、品牌资产、品牌战略和品牌管理等。
教学要求	在教学实践中,要求课堂讲授与案例分析相结合,借助课堂讨论、社会实践、市场调查、品牌策划等多种形式,培养学生的知识应用能力和决策能力。
专业拓展课程 2: 新媒体营销	
课程目标	通过本课程的学习,让学生们了解并掌握新媒体营销的基本知识、最新发展以及相关原理,新媒体营销的最新发展状况,熟练掌握新媒体营销的概念、特征、营销的特征及主要载体,并通过大量案例分析,使得学生能够接触到业界前沿的最新成果。
主要内容	门户网站营销、网络视频营销、搜索引擎营销、电子邮件营销、网上论坛营销、博客营销、微博营销、微信营销、手机媒体营销以及数字媒体营销等。
教学要求	在本课程的教学过程中,要结合前沿的媒体,能让学生自己实践操作,效果会更好。

专业拓展课程 3：市场营销实训	
课程目标	市场营销实训通过市场营销实训软件，让学生进行上机实战演练，模拟现实企业制定营销策略，训练学生正确的营销思维，培养学生良好的市场营销意识，提高学生的市场营销理论的应用能力和实践创新能力。
主要内容	实训综述；实训分组；电子企业经营沙盘的模拟操作；小组讨论与教师点评；个人、小组总结汇报；撰写实训报告。
教学要求	建议安排在专门的营销实训中组织实施，如条件不具备，可借助相近专业实训条件组织进行。
专业拓展课程 4：图像处理实训	
课程目标	通过该课程的学习，使学生系统学习电子商务专业图像处理之“道”“器”“术”三个层面的知识体系，掌握商品拍照技巧，Photoshop（美图、光影）图形图像处理的图文设计能力，详情页的设计思路及网店的装修设计等能力。
主要内容	本课程内容包含包含移动电商入门、手机淘宝、移动电商开店和微营销等的基础知识介绍和实战操作。专业知识的学习能够掌握基础知识，通过实战操作指导学生完成具体的任务来掌握技能。
教学要求	建议安排在专门的电子商务实训中组织实施，如条件不具备，可借助相近专业实训条件组织进行。
专业拓展课程 5：网页设计实训	
课程目标	使学生对企业网站建设的诸多方面有一个比较全面的认识 and 了解，并了解企业网站建设的整体结构，掌握企业网站，尤其是商业网站的系统规划、分析、系统设计。
主要内容	学生应根据每个上机实验的题目和教师所提要求，事先准备好设计素材；课程结束，每个同学制作一个电子商务网站，并上交设计作品和设计说明书。
教学要求	建议安排在专门的电子商务实训中组织实施，如条件不具备，可借助相近专业实训条件组织进行。
专业拓展课程 6：网店开设与装修	
课程目标	本门课程是电子商务核心课程的综合实训课程，在学生具备电子商务各岗位核心能力基础上，再通过本课程的学习，使学生对职业岗位有更深入的认识，更能提升其各项岗位核心能力。
主要内容	按照开店流程完成网店注册、认证、设置操作；设计网店首页的“店铺招牌、导航、商品分类、广告图、轮播图、商品推荐”的设计制作等。
教学要求	通过该实训使学生能够应用所学知识分析问题、解决实际问题，提升实际综合管理技巧和较好的逻辑思维能力，能在今后的工作中快速适应工作岗位。
专业拓展课程 7：网店运营推广	
课程目标	本门课程是电子商务核心课程的综合实训课程，在学生具备电子商务各岗位核心能力基础上，再通过本课程的学习，学生将对职业岗位有更深入的认识，更能提升其各项岗位核心能力。
主要内容	模拟电子商务企业的开店、采购、推广、运营、财务等经营过程。

教学要求	通过该实训使学生能够应用所学知识分析问题、解决实际问题，提升实际综合管理技巧和较好的逻辑思维能力，能在今后的工作中快速适应工作岗位。
专业拓展课程 8：网店客户服务	
课程目标	本课程是电子商务核心课程的综合实训课程，在学生具备电子商务各岗位核心能力基础上，再通过本课程的学习，学生将对职业岗位有更深入的认识，更能提升其各项岗位核心能力。
主要内容	学生通过在线即时聊天工具完成多类目商品售前、售中、售后服务。
教学要求	通过该实训使学生能够应用所学知识分析问题、解决实际问题，提升实际综合管理技巧和较好的逻辑思维能力，能在今后的工作中快速适应工作岗位。

七、教学进程总体安排

表 4 学时安排

类别	性质	学时	学时分配		课程占总学时比例
			理论学时	实践学时	
公共基础课程	公共基础必修课程	494	200	294	25.6%
	公共基础限选课程	334	206	128	
专业（技能）课程	专业（技能）基础课程	588	390	198	18.2%
	专业（技能）核心课程	640	320	320	19.8%
	专业（技能）拓展课程	602	80	522	18.7%
	顶岗实习	520	0	520	16.1%
	毕业论文/毕业设计/毕业考试	52	0	52	1.6%
合计		3230	1196	2034	100%
总学时		3230			
选修课学时		334	实践学时		2034
选修课占比		10.3%	实践学时占比		63%

表 5 教学进程总体安排

类别	性质	序号	课程代码	课程名称	考核类型		考核方式	学时分配			教学活动及各学期周学时分配						占总学时比
					考试	考查		计划学时	理论教学	实践教学	第一学年		第二学年		第三学年		
											第一 学期 20周	第二 学期 20周	第一 学期 20周	第二 学期 20周	第一 学期 20周	第二 学期 20周	
公共基础课程	公共必修课程	1	10000 0101	军事课	▲		++	148	36	112	集中 三周						4.6%
		2	10000 0102	思想道德 修养与法 律基础	▲		+	34	26	8	2						1.1%
		3	10000 0103	毛泽东思 想和中国 特色社会 主义理论 体系概论	▲		+	80	60	20		4					2.5%
		4	10000 0104	形势与政 策		○	++	16	16		2次 课程	2次 课程	2次 课程	2次 课程			0.5%
		5	10000 0105	体育	▲		+++	114	12	102	2	2	2				3.5%
		6	10000 0106	心理健康 教育		○	+	34	16	18	2						1.0%
		7	10000 0107	信息技术		○	++	68	34	34	4						2.1%
		小计							494	200	294	10	6	2			
	公共 限选 课程	1	10000 0221	应用文写 作		○	+	68	50	18	4						2.1%
		2	10000 0209	高等数学		○	+	74	60	14	2	2					2.3%
		3	10000 0210	大学英语		○	+	34	20	14	2						1.1%
		4	10000 0214	中华优秀 传统文化		○	+	40	20	20				2			1.2%
		5	10000 0215	美育课程		○	+	40	20	20				2			1.2%

	6	10000 0220	职业素养		○	+	26	16	10					1周		0.8%
	7	10000 0216	创新创业教育		○	+	26	10	16					1周		0.8%
	8	10000 0213	职业发展与就业指导		○	+	26	16	10					1周		0.8%
	小计							334	206	128	8	2		4		10.3%
	合计							828	406	422	18	8	2	4		25.6%
专业(技能)课程	专业(技能)基础课程	1	63080 1101	经济学基础	▲		+	68	50	18	4					2.1%
		2	63080 1102	管理学基础		○	+	80	60	20	4					2.5%
		3	63080 1103	市场营销	▲		+	80	40	40		6				2.5%
		4	63080 1104	电子商务概论	▲		+	120	60	60			6			3.6%
		5	63080 1105	电子商务法律法规		○	+	80	60	20		4				2.5%
		6	63080 1106	公共关系		○	+	80	60	20		4				2.5%
		7	63080 1107	商务英语		○	+	80	60	20		4				2.5%
	小计							588	390	198	8	18	6			18.2%
	专业(技能)核心课程	1	63080 1208	网店经营与管理	▲		+++	80	40	40			4			2.5%
		2	63080 1209	网络营销技术		○	+	80	40	40			4			2.5%
		3	63080 1210	客户关系管理	▲		+	120	60	60				6		3.7%
		4	63080 1211	商品信息采集与处理	▲		+++	120	60	60			6			3.7%
		5	63080 1212	网页设计与制作		○	++	80	40	40			4			2.5%
6		63080 1213	电子商务物流		○	+	80	40	40				4		2.5%	

	7	63080 1214	移动商务	▲		++	80	40	40				4			2.5%	
	小计						640	320	320				18	14		19.9%	
专业 (技能) 拓展课程	1	63080 1315	品牌管理	▲		+	80	40	40				4			2.5%	
	2	63080 1316	新媒体营 销		○	+	80	40	40				4			2.5%	
	3	63080 1317	市场营销 实训		○	++	26		26					1周		0.8%	
	4	63080 1318	图像处理 实训		○	++	52		52					2周		1.6%	
	5	63080 1319	网页设计 实训		○	++	52		52					2周		1.6%	
	6	63080 1320	网店开设 与装修	▲		+++	104		104					4周		3.2%	
	7	63080 1321	网店运营 推广	▲		+++	104		104					4周		3.2%	
	8	63080 1322	网店客户 服务	▲		+++	104		104					4周		3.2%	
	小计							602	80	522					8		18.6%
	合计							1830	790	1040	8	18	24	22			56.7%
实习 毕业	顶岗实习						520		520							16.1%	
	毕业设计						52		52							1.6%	
合计							3230	1196 , 37.0 3%	2034 , 62.9 7%							100%	
课程总数		39															
注：顶岗实习时间一般为6个月，折算520学时（医护专业为1040学时）。毕业论文/毕业设计/毕业考试共计52学时。考核方式中，期末考试用“+”表示；过程性考核+期末考试用“++”表示；过程性考核+平时成绩+期末考试用“+++”表示。																	

八、实施保障

(一) 师资队伍

目前我专业有校内专任教师15人，其中：“双师”型

教师 9 人；研究生学历或硕士学位以上学位 8 人；聘用来自行业企业兼职教师 2 人，均是行业企业的技术专家。

专业师资队伍年龄、职称、学历、双师结构合理，专业师资队伍整体呈梯队结构状态，是一支年富力强、专兼结合的稳定教学团队。

（二）教学设施

1. 校内实训基地

表 6 校内实训基地一览表

序号	实训室名称	主要硬件	主要软件	主要实训项目
1	电子商务综合实训室	多媒体投影设备 教师机(1台) 学生机(40台)	德意通电子商务 软件实验室	电子商务应用实训 计算机操作实训 网络技术实训 网络营销实训
2	网络技术实训室	多媒体投影设备 教师机(1台) 学生机(40台)	网站设计软件 图片处理软件	商务网站建设实训 网站策划与推广
3	商品拍摄工作室	多媒体投影设备 教师机(1台) 商品拍摄台(10组) 学生相机(10台) 教师用相机(1台)	图片处理软件	实物拍摄实训

2. 校外实训基地

表 7 校外实训基地一览表

序号	名称	地点	实训项目
1	山西银钜亿商贸有限公司	临汾	市场调查、网页设计
2	山西汽运集团迎泽物流有限公司临汾全峰分公司	临汾	物流管理、客服管理
3	山西永贯电子商务有限公司	临汾	网络营销、客服管理

（三）教学资源

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。

（四）教学方法

依据专业培养目标、教学标准、课程教学要求，利用现代信息化手段，采用现代教学方法，组织教学。在教学过程中，教师要依据以行动为导向的教学方法，在课程教学过程中，重点倡导将“要我学”过渡为“我要学”的学习理念，突出“以学生为中心”，加强创建真实的企业情景，强调探究性学习、互动学习、协作学习等各种学习策略，充分应用行动向导教学法，采用任务驱动教学法、项目教学法、小组协作学习、角色扮演教学法、案例教学法、头脑风暴法、模拟教学法、自主学习法等多种教学方法，践行“做中学”，教学过程突出“以学生为中心”，从而促进学生职业能力的培养，有效地培养学生解决问题及可持续发展的能力。

（五）学习评价

1. 学生学业评价

表 8 学生综合素质评价表

一级指标	二级指标	基本观测点	评分标准	评分	
				小项得分	小项汇总
一、思想品德	1.1 应得分		基础分	60	

一级指标	二级指标	基本观测点	评分标准	评分		
				小项得分	小项汇总	
分值	1.2 奖励分	1. 获得省级、市级、学院、系部、班级表彰的个人奖励	国家级奖 15 分，省级奖 12 分，市级奖 10 分，院级奖 8 分，系级奖 6 分，班级奖 3 分。（同一项表彰不得重复奖，只取最高分）。			
		2. 被评为模范宿舍	每次舍长奖 2 分，其他成员奖 1.5 分。			
		3. 被学院评为优秀团体（主要是指学生社团）	主要负责人奖 4 分，其他成员奖 3 分。			
		4. 本学期担任院、系学生会和自律委员会、班干部根据职务加分	院学生会主席奖 5 分，副主席奖 4 分，部长（含副部长）奖 3 分，成员奖 2 分。系学生会主席奖 4 分，副主席奖 3 分。部长（含副部长）奖 2 分，成员奖 1 分。担任班干部奖 2 分。（干部兼职只按最高项奖分，不计双重分）。			
	1.2 扣减分	1. 受到通报批评、警告、严重警告、记过、留校察看等行政处罚	通报批评扣 5 分，警告扣 10 分，严重警告扣 15 分，记过扣 20 分，留校察看扣 40 分。			
		2. 旷课、迟到、早退	旷课每学时扣 2 分，迟到、早退每次扣 1 分。			
		3. 学院、系部、班级活动（包括班会、劳动）缺勤	缺勤一次扣 2 分			
		4. 受到通报批评的宿舍	舍长扣 2 分，其他成员扣 1 分			
	思想品德成绩	思想品德分值=基础分+奖励分-扣减分 （注：若班级思想品德分值中有大于 100 分时，则班级所有同学的思想品德分应乘以系数 $K=100/（第一名同学思想品德分）$ ）				
	二、文体活动 分值	2.1 应得分	基础分		60	
		2.2 奖励分	1. 参加市级以上科技文化体育活动	获奖前六名的个人分别奖 16 分、14 分、12 分、10 分、8 分、6 分；获集体一、二、三等奖的个人分别奖 12 分、10 分、8 分；获鼓励集体奖的个人奖 4 分。		
			2. 参加院级科技文化体育活动	获奖前 8 名的个人分别奖 15 分、13 分、11 分、9 分、7 分、5 分、3 分、1 分。		
2.2 扣减分		1. 违反科技文化体育活动纪律	违反活动纪律扣 10 分。			
		2. 凡院系要求统一参加的文体活动而无故不参加	每人每次扣 2 分。			
文体活动	文体活动分值=基础分+奖励分-扣减分					

一级指标	二级指标	基本观测点	评分标准	评分	
				小项得分	小项汇总
	分值	(注:若班级文体活动分值中有大于100分时,则班级所有同学文体考核分应乘以系数 $K=100/(\text{第一名同学文体考核分})$)			
三、学业成绩 学业成绩 学业成绩 学业成绩 学业成绩 学业成绩	3.1 应得分	基础分	按该生本学期所学课程的平均成绩计算。若成绩按优、良、中、及格、不及格评定时,则相应转换为95分、85分、75分、65分、55分。		
	3.2 奖励分	1. 所评学期内,考取与本专业学习、专业技能、职业资格相关证书	获得学院规定的证书,每一个证书加2分;获得国家计算机二级、三级证书者分别奖4分、8分。		
		2. 所评学期通过英语A、B级	通过英语A、B级考试者分别奖4分、2分;通过英语四级考试者奖8分。		
		3. 在省级、市级、院级以上报纸、期刊上发表文章	省级每篇奖15分;市级每篇奖10分;院级每篇5分。		
	3.3 扣减分	1. 考试作弊、违纪	除思想品德测评扣分外,该科成绩以零分计算。		
		2. 各类证书有弄虚作假	取消原加分,再扣8分。		
	学业成绩 学业成绩 学业成绩 学业成绩 学业成绩 学业成绩	$\text{学业成绩分值} = \text{应得分} + \text{奖励分} - \text{扣减分}$ (注:若班级学业成绩分值中有大于100分时,则班级所有同学学业考核分应乘以系数 $K=100/(\text{第一名同学文体考核分})$)			
综合成绩		$\text{综合成绩得分} = \text{思想品德测评成绩} * 20\% + \text{文体活动测评成绩} * 10\% + \text{专业学习测评成绩} * 70\%$			
测评审核	班主任签名		系部意见		

2. 学生学业评价制度

建立科学的学生学业评价手段和方法,建立了项目过程考核与期末考试相结合的方法,加强项目过程考核评价,注重评价的多元性,全面考核学生的知识、能力、素质的综合情况。各类课程考核方法及成绩评定方法如下:

(1) 公共基础课程的考核

公共基础课程的考核应根据课程特点和要求制定相应的考核方法及成绩评定标准,按照学院统一规定执行。分为纯

理论课程考试与技能达标考核，纯理论课程考试采用项目平时考核与期末考核相结合的方法，课程平时考核按照项目分别考核，每个项目按照平时考核内容确定项目成绩，再依据权重确定平时考核成绩。

对理论讲授课程可以采取作业、课堂提问等形式，最后进行综合考核，过程考核占总成绩的 40%，综合考核占 60%。

表 9 纯理论课程平时考核内容及成绩评定

学期	过程性考核			结果性考核
第 1-5 学期	过程性考核（40%）			结果性考核（60%）
	出勤考核（10%）	日常表现（10%）	作业（20%）	

对于有技能达标标准和认证考试课程采用技能达标或技能认证考核进行。如计算机应用基础必须达到全国计算机等级（1 级）考试水平，体育必须达到国家要求的体能标准。

（2）专业单项技能和职业综合技能、职业素质拓展课程

专业单项技能和职业综合技能、专业拓展课程均为项目化课程，考核方式注重过程考核，每个课程包含若干个项目，每个项目考核涵盖知识、能力、素质三方面，考核成绩评定既要重视项目成果，也要重视项目实施过程中的职业态度、科学性、规范性和创造性。

对理实一体化课程考核如下表：

表 10 对理实一体化课程的考核

学期	过程性考核			结果性考核
第 1-5 学期	过程性考核 (40%)			结果性考核 (60%) 期末进行理论考试
	出勤考核 (10%)	日常表现 (10%)	实训任务、作业 (20%)	
	出勤次数	回答问题、参与讨论。 积极参与小组活动。	作业和实训是否能按时完成	期末考试卷面成绩

表 11 实训课的考核

学期	过程性考核		结果性考核
第 1-5 学期	过程性考核 (40%)		结果性考核 (60%) 进行实践考试
	出勤次数	回答问题、参与讨论 实训任务完成情况	实践考试

(六) 质量管理

学院制定了教师教学工作规范制度，制定了培养方案、教学大纲、课堂教案、课堂教学、实验教学、实训教学、课程设计、课程考试、毕业设计等主要教学环节的质量标准，以其指导监控教学运行过程。

由院、系两级教学督导制度、教师听课制度、学生评教制度、教学检查与评价制度对教师的教学工作起到监督、督促的作用。

1.院、系两级教学督导制度

院级、系（专业）两级教学指导委员会负责对教学过程实施中影响教学质量的各个环节进行监督、评价，直接对分管教学院长负责，并接受院级教学指导委员会的监督指导。

2.领导干部听课制度

学院和系部各级党政干部深入教学第一线，及时了解教学情况，倾听师生意见，发现并解决教学中存在的问题，避免教学一线与管理层的脱节，保证教学管理工作的针对性和有效性。

3.学生评教制度

每学期期末，以班为单位，选取部分学生、课代表和学生干部，举行学期座谈会，对任课教师评分，给学生以畅通的渠道反映本专业的教学管理、办学条件和教学质量中存在的问题，并对教学提出意见和建议，使管理和教学更加贴近学生、贴近实际。

4.教学检查制度

根据《学院教学检查与管理办法》，每学期系里安排不少于3次的集中教学检查和不定期的抽查，发现问题并及时解决问题，进行归纳分析和总结，以保证正常教学工作的进行。

九、毕业要求

1.学生需完成三年的学习，修满电子商务专业人才培养方案中的所有课程，并在期末考核中全部通过，达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。

2.学生能够充分利用所学的理论知识和实践技能，结合学科特点，圆满地完成毕业设计，以达到毕业的要求。

3.要求学生“素质教育考核合格、学业成绩合格、专业综合水平测试合格、岗位实践合格”。

十、附录

- 1.临汾职业技术学院人才培养变更审批表
- 2.临汾职业技术学院课程变更审批表

附录 1

临汾职业技术学院人才培养变更审批表

系 部		年 级	
专业名称			
变更情况 说 明	教研室主任签字： 年 月 日		
系 部 审核意见	系主任签字： 年 月 日		
教 务 处 审核意见	教务处长签字： 年 月 日		
分管领导 审核意见	分管院长签字： 年 月 日		

注：如变更内容较多，可附详细计划表说明情况。

教务处制

附录 2

临汾职业技术学院课程变更审批表

系 部		课程名称	
开设年级		开设学期	
变更内容	增设课程 <input type="checkbox"/> 取消课程 <input type="checkbox"/> 减少课时 <input type="checkbox"/> (原____课时, 变更为____课时) 增加课时 <input type="checkbox"/> (原____课时, 变更为____课时) 其 它 <input type="checkbox"/>		
变更原因 (详细说明)	教研室主任签字: 年 月 日		
系 部 审核意见	系主任签字: 年 月 日		
教 务 处 审核意见	教务处长签字: 年 月 日		
分管领导 审核意见	分管院长签字: 年 月 日		

注: 如变更内容较多, 可附详细计划表说明情况。

教务处制

