

电 子 商 务 专 业

扩 招 生 人 才 培 养 方 案

（ 试 行 ）

甘 肃 农 业 职 业 技 术 学 院

二〇一九年七月修订

目 录

- 一、专业名称
- 二、专业代码
- 三、招生对象
- 四、学制与学历
- 五、学习形式
- 六、就业面向
- 七、培养目标与规格
- 八、职业资格证书
- 九、课程体系与核心课程
- 十、专业办学基本条件和教学建议
 - （一）专业教学团队
 - （二）教学设施
 - （三）教材及图书、数字化（网络）资料等学习资源
 - （四）教学方法、手段与组织形式建议
 - （五）教学评价、考核建议
 - （六）教学管理
- 十一、继续专业学习深造建议

电子商务专业扩招生人才培养方案

一、专业名称 电子商务(农业电子商务方向)

二、专业代码 630801

三、招生对象 具有高中阶段学历或同等学力(初中毕业满三年)的企事业单位在职职工(或有转岗需求的职工)、退役军人、下岗职工、农民工、村两委干部、新型职业农民。

四、学制与学历 实行弹性学制,修业年限3-6年,专科学历。

五、学习形式 工学结合、半工半读(网络学习+自学+集中面授+现场观摩考察+技能测试)

六、就业面向 本专业主要培养能够开设、管理网店,或在各类企业、商贸公司以及各种金融机构从事电子商务策划、网络营销、网络调查和市场营销等相关工作的高素质商务型电子商务人才。

七、培养目标与规格

(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(创)业能力和可持续发展的能力;掌握开设、管理网店,或在各类企业、商贸公司以及各种金融机构从事电子商务策划、网络营销、网络调查和市场营销等相关工作的高素质商务型电子商务人才。

(二) 基本规格

1、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;

(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一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

(6) 具有一定的审美和人文素养。

2、知识

(1) 掌握必备的政治理论、科学文化基础知识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、支付与安全等相关知识；

(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以及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) 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、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、产品和客户数据等各类数据,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。

八、职业资格证书

通过国家劳动和社会保障部规定的有关职业资格考试,取得相应的职业资格证书,或参加技能鉴定中心组织的有关考核,取得相应的技术等级证书。

序号	资格证书名称	颁证部门	等级
1	计算机操作员	中华人民共和国人力资源和社会保障部	初/中/高级
2	营销员	中国商业技能鉴定指导中心	初/高级/营销经理
3	电子商务员	中华人民共和国工业和信息化部	初级
4	助理电子商务师	中华人民共和国工业和信息化部	初级
5	电子商务师	中华人民共和国工业和信息化部	中级
6	高级电子商务师	中华人民共和国工业和信息化部	高级

其中,助理电子商务师必考,计算机操作员证、营销员证、电子商务员、电子商务师和高级电子商务师选考。

九、课程体系与核心课程

(一) 课程体系

1、公共课(13门)

形式与政策、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

中国特色社会之一思想、思想道德修养与法律基础、计算机应用基础、应用文写作、办公自动化应用、军事理论、历史、美育、信息检索与利用、社交礼仪。

2、专业基础课（5 门）

电商政策法规、农产品市场营销、农产品电子商务、商品知识与养护技术、市场调查与统计应用。

3、专业核心课（5 门）

农产品网络营销、网店经营与管理、移动电子商务、农产品品牌管理、摄影与图像处理。

4、拓展课（5 门）

客户关系管理、网络客服、视频制作技术与应用、电子商务文案创意与撰写、农产品物流。

（二）核心课程主要内容

课程名称	课程主要内容	课程目标	学时	学分
农产品网络营销	学生们能够掌农产品市场营销与网络营销的基础知识，能够运用网络营销常用工具进行农产品网上营销、并能够进行农产品网络营销策划，继而达到在互联网上发布农产品的信息、市场调查、促销、交易洽谈、付款结算等活动	农产品市场营销与网络营销的基础知识、网络营销市场目标分析、网络营销组合、网络营销 工具的使用、网络营销策划、 网络营销的销售管理	90	5.5
网店经营与管理	以网上开店为线索，全面了解网店经营的相关知识，培养学生掌握网店经营管理的方法与技巧，具备实战操作能力	开店前的店铺定位、注册开店、店铺装饰、商品发布、店铺推广、售后服务等实战方法与技巧等	90	5.5
移动电子商务	丰富学生移动商务领域内的知识和理论，了解移动数据通信的基本业务，熟悉移动电子商务的主要应用领域，提高学生的移动营销能力，具备使用移动设备销售商品、服务管理和提供客户服务的能力	移动电子商务工作流程和模式、相关技术及网络平台、移动电子商务的法律环境、各种移动电子商务案例	90	5.5
农产品品牌管理	介绍国外农产品品牌发展的历史和现状，总结发达国家农业品牌化建设经验，提出我国农产品品牌化经营存在的问题并对障碍因素进行分析，让学生熟悉并了解农产品	农产品品牌化经营的战略分析、我国农产品品牌化经营现状及取得的成效、农产品品牌化经营策略、农产品品牌价值的评估、农产品品牌	90	5.5

	品牌化经营的主要步骤，能够对农产品品牌进行命名、推广及评估品牌价值	的保护		
摄影与图像处理	介绍相机的正确使用及操作方法，能够了解摄影的概述和成像原理，学会运用摄影构图拍摄具有美感、质感的照片、介绍拍摄照片的不同光源，了解商品产品拍摄后期软件制作方法和技巧以及修片、后期处理技术技巧	通过本课程的学习培养学生操控单反相机，能够搭建商品拍摄场景、控制灯光、模特摆拍等商品拍摄工作所必须的知识、技能和态度，能够对摄影图像进行后期处理，使学生成为具有中级或高级电子商务师职业资格的技能型人才	90	5.5

（三）教学进度安排

1、教学计划进度表

课程类别	序号	课程名称	学时	理论教学				实践教学			开设学期和周学时						学分	备注
				小计	远程集中	集中面授	自主学习	小计	分散实训	集中实训	一	二	三	四	五	六		
公共课	1	形势与政策	48	38	34	4		10	10		√		√	√	√	√	3	
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	60	52	44	8		8	8			√					4	
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想	32	32		4	28						√				2	网络
	4	思想道德修养与法律基础	48	44	36	8		4	4		√						3	
	5	计算机应用基础	60	30	14	16		30	30		√						3	
	6	应用文写作	60	40	32	8		20	20					√			3	
	7	办公自动化	60	30	14	16		30	30						√		3	
	8	军事理论	36	36			36					√					2	网络
	9	历史	60	60			60					√	√				4	网络
	10	美育	60	60			60							√	√		4	网络
	11	信息检索与利用	36	36			36									√	2	网络
	12	社交礼仪	36	36			36									√	2	网络

	13	中华优秀传统文化	32	32			32								√	2	
	小计		628	526	174	64	288	102	102							37	
专业 课 基 础 课	14	电商政策法规	60	60	32	28					√					4	
	15	农产品市场营销	120	68	44	24		52	44	8			√	√		7.5	
	16	农产品电子商务	120	64	40	24		56	56		√	√				7.5	
	17	商品知识与养护技术	90	44	4	40		46	30	16				√		5.5	
	18	市场调查与统计应用	60	36	4	32		24		24				√		4	
	小计		450	272	124	148		178	130	48						28.5	
专业 课 核 心 课	19	农产品网络营销	90	50	26	24		40	16	24		√				5.5	
	20	网店经营与管理	90	58	26	32		32		32			√			5.5	
	21	移动电子商务	90	50	26	24		40	32	8			√			5.5	
	22	农产品品牌管理	90	62	22	40		28	4	24				√		5.5	
	23	摄影与图像处理	90	52	28	24		38	14	24		√				5.5	
	小计		450	272	128	144		178	66	112						27.5	
拓展 课	24	客户关系管理	60	34	10	24		26	10	16			√			4	
	25	网络客服	60	44	4	40		16		16					√	4	
	26	视频制作技术与应用	60	36	12	24		24	8	16		√				4	
	27	电子商务文案创意与撰写	60	40		40		20	12	8					√	4	
	28	农产品物流	60	44	36	8		16		16			√			5.5	
	小计		300	198	62	136		102	30	72						21.5	
合 计			1828	1268	488	492	288	560	328	232						114.5	

岗位实习合计	720								120	120	120	120	120	120	24	
总 计	2548	1268	488	492	288	560	328	232	120	120	120	120	120	120	138.5	

2、集中面授与集中实训安排表

课程类别	课程或实训项目名称	开设学期和天数												备注
		一		二		三		四		五		六		
		集中面授	集中实践	集中面授	集中实践	集中面授	集中实践	集中面授	集中实践	集中面授	集中实践	集中面授	集中实践	
公共课	形势与政策	0.5												
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论			1										
	习近平新时代中国特色社会主义思想					0.5								
	思想道德与法律基础	1												
	计算机应用基础	2												
	应用文写作			1										
	办公自动化应用			2										
	电商政策法规	3.5												
	农产品市场营销							3	1					
	农产品电子商务	3												
	商品知识与养护技术									5	2			
	市场调查与统计应用							4	3					
专业核心课	农产品网络营销			3	3									
	网店经营与管理							4	4					
	移动电子商务					3	1							
	农产品品牌管理									5	3			
	摄影与图像处理					3	3							
拓展课	客户关系管理					3	2							
	网络客服											5	2	
	视频制作技术与应用			3	2									

	电子商务文案创意与撰写											5	1	
	农产品物流					1	2							
	合 计	10		10	5	10.5	8	11	8	10	5	10	3	

说明：每学期集中面授与集中实践共 2 周，每天按 8 个学时安排，课时不够可安排在晚上授课。

（四）结构比例

1、课程学时结构比例

学习领域	公共课	专业基础课	专业核心课	拓展课	岗位实习	合计
学时数	628	450	450	300	720	2548
%	24.65	17.66	17.66	11.77	28.26	100.00

2、理论与实践的比例

学时分配	理论教学课时	实践教学课时				合计
		小计	课程分散实训	课程集中实训	岗位实习	
学时数	1268	1280	328	232	720	2548
%	49.76	50.24	——	——	——	100.00

3、生产性实践课安排表

开设学期	项目名称	内容与要求	成果形式	评价方式	备注
1	半年学习工作总结	①对本人半年来的学习、工作以及各方面的收获极进步进行梳理总结，剖析存在的问题，提出改进意见和下一步的计划打算。 ②对学院的教学与人才培养提出意见建议。	学习与工作总结	课程教学团队评价打分	
2	电子商务开展现状调查分析	①对本地开展电子商务的企业进行调研，了解企业生产管理流程、运营管理现状及电子商务开展的现状； ②结合本地电子商务企业的实际，分析企业电子商务网站技术应用、电子商务模式的优劣； ③结合上述实践内容，挑选一到两个主题，写一份社会实践报告，具体介绍被调研企业的相关现状及企业存在的问题等。	调研报告	课程教学团队评价打分	
	农产品网络营销策划方案	①根据当地实际，选择一到两种特色农产品，确定该农产品的主要销售目标市场； ②对目标市场的竞争态势、供求状况以及目标客户的需求特点、购买行为模式进行深入全面的分析； ③制定富有实操性的农产品网络营销策划方案（主要在产品定价、包装、品牌、分销渠道、促销方案上要有创	营销方案	课程教学团队评价打分	

		新)。			
	网络视频制作	①选定本地某农业电子商务企业，确定一个具体的内容，通过对企业分析、品牌分析、产品分析、市场分析确定创作主题，围绕主题进行视频创意设计； ②使用相关工具选择以下题材之一进行视频拍摄：宣传片、纪录、MTV、电视广告等； ③利用视频编辑工具对拍摄视频进行编辑、制作并输出。	网络视频	课程教学团队评价打分	
	半年工作总结	①对本人三年来的学习、工作以及各方面的收获极进步进行梳理总结，剖析存在的问题，提出改进意见和下一步的计划打算。 ②对学院的教学与人才培养提出意见建议。	学习与工作总结	课程教学团队评价打分	
3	电子商务物流配送	①对本地电子商务企业的物流运作模式进行调研，熟悉电子商务物流作业流程； ②对被调研企业使用的物流模式、配送体系及物流管理策略进行分析； ③为本地电子商务企业制定配送方案，主要包括订单处理、订货模式、配送方式的选择和配送成本评估等内容。	配送方案	课程教学团队评价打分	
	商品摄影与图像处理	①学生可选择当地电子商务企业进行观摩调研，选择一到两样企业所销售的商品，使用摄影工具为商品拍摄图片； ②利用 PHOTO SHOP 或其他图片处理工具对所拍摄的商品图片进行处理使其符合网页收录要求和消费者的审美需求； ③将处理好的图片在班级学习群或课程学习交流群里进行交流，让其他同学互鉴学习。	商品图片	学员互评打分	
	建立客户满意度指标体系	①学生深入当地农业电子商务企业进行调研，通过对客户的分析，了解客户的招聘体验要求； ②了解客户招聘体验平台建	调查问卷	课程教学团队评价打分	

		立的基础和模式，构建与客户接触的有效接触点，规范客户接触管理； ③立足企业面向的客户，设计一份能使客户满意的调查指标体系，并制作一份调查问卷。			
	半年学习工作总结	①对本人三年来的学习、工作以及各方面的收获极进步进行梳理总结，剖析存在的问题，提出改进意见和下一步的计划打算。 ②对学院的教学与人才培养提出意见建议。	学习与工作总结	课程教学团队评价打分	
4	市场调查与预测	①学生就当地适合发展电子商务的特色农产品进行市场调查，根据调查要求准备调查材料，设计有针对性的调查问卷； ②采用各种合适的市场调查信息收集方法收集调查结果并对数据进行分析整理（可使用 SPSS 软件）； ③根据分析数据和结论，利用图表说明，按照调研报告的基本格式撰写市场调查报告。	调查报告	课程教学团队评价打分	
	开设网店	①学生选择一到两种当地特色农产品，选择一种 B2C 或 C2C 电子商务平台注册并申请开通网上商店； ②设计网店店招、拍摄商品图片、装修网店、上传特色商品图片、撰写商品详情页并销售商品； ③将设计好的网店地址在班级学习群或课程学习交流群里进行公布，让其他同学登陆购买产品并互鉴学习。	开设网上商店	学员互评打分	
	半年学习工作总结	①对本人三年来的学习、工作以及各方面的收获极进步进行梳理总结，剖析存在的问题，提出改进意见和下一步的计划打算。 ②对学院的教学与人才培养提出意见建议。	学习与工作总结	课程教学团队评价打分	
5	商品知识	①学生可以以当地农业电子商务企业作为调查对象，搜集该企业的商品分类情况； ②根据所学内容进行商品分	调查报告	课程教学团队评价打分	

		类、条形码搜集与验证、识别伪劣商品、进行商品品评与鉴定等； ③根据调查结果，比较该农业电子商务企业中商品分类的优缺点，针对企业的实际情况对商品分类方式提出整改建议。			
	农产品品牌管理	①学生自选某一品牌或自创品牌； ②针对所选品牌展开调查，调查对象主要是消费者、渠道商、竞争者和企业本身（调查围绕品牌延伸及发展、品牌危机处理、品牌形象塑造、品牌创新等展开，提交设计方案）； ③根据调查结果，对所选品牌的运营活动给出评价，并对存在的问题提出适当的建议。	设计方案	课程教学团队评价打分	
	半年学习工作总结	①对本人三年来的学习、工作以及各方面的收获极进步进行梳理总结，剖析存在的问题，提出改进意见和下一步的计划打算。 ②对学院的教学与人才培养提出意见建议。	学习与工作总结	课程教学团队评价打分	
6	电子商务网站创意及策划	①学生结合所学专业知识及对网上同类系统的调研分析，选择当地某个电子商务企业进行调查分析； ②根据被调研电子商务企业的实际情况，利用所学内容为其进行电子商务创意计划（从创意背景分析、SWOT分析、创意特色、网站架构、网络营销、网站运营、财务分析、盈利模式、融资计划等多方面进行阐述）。	电子商务创意计划书	课程教学团队评价打分	
	半年学习工作总结	①对本人半年来的学习、工作以及各方面的收获极进步进行梳理总结，剖析存在的问题，提出改进意见和下一步的计划打算。 ②对学院的教学与人才培养提出意见建议。	学习与工作总结	课程教学团队评价打分	
	职业发展规划	①结合本人实际，制定务实可行的职业发展规划。 ②结合本人的职业发展规划，	职业规划	学员互评打分	

		如何在当地农村电子商务企业发展中发挥应有作用。			
--	--	-------------------------	--	--	--

4、学制与学分要求

基准学制为 3 年，实行学分制教学管理模式，修业年限为 3~6 年。学生至少应修满 138.5 学分。

5、毕业条件

学员至少修满 138.5 学分，即可正常毕业。其中获得全国计算机等级证书的，可免修计算机应用基础课程；获得一种专业职业资格证书的，可免修一门专业核心课。

学生入学后，进行文化素质和专业技能测试，结合学生已有工作经历，换算为入学基础学分，替代部分课程。

基础学分计算办法如下：

按百分制折算，分数在 85 分以上，基础学分为 8 学分，可替换专业基础课和专业核心课程各一门；

按百分制折算，分数在 70-84 分，基础学分为 4 学分，可替换专业基础课或专业核心课程一门。

十、专业办学基本条件和教学建议

（一）专业教学团队

工学结合人才培养模式的实施，必须拥有一支具有先进职教理念、扎实专业功底、熟悉实践操作技能的师资队伍。为保证人才培养目标的实现，本专业应组建一支由专任教师、行业、企业兼职教师组成的双师结构的教师团队，生师比应达到教育部规定的基本标准 18:1，并在此基础上有所提升。专任教师的“双师”比应达到 50%以上，高级职称教师的比例应达到 30%以上；中青年教师（40 周岁以下的教师）中具有研究生学历或硕士及以上学位的教师所占比例应达到 20%，以满足日常教学的需要。职业核心课程的教学应由校内专任教师和行业、企业的兼职教师共同完成。其中，实践部分应以行业、企业兼职教师指导为主，行业、企业兼职教师数量所占比例应不低于本专业教师数量的 30%，所承担的专业课程课时比例不低于每门专业课课时量的 1/3。职业核心课专任教师应具有职业资格证书，或者具有 3 年以上在行业、企业工作的经历或实习经历。

1、专任教师任职条件

- (1) 具有高校教师资格证和中级以上专业技术职称；
- (2) 具有职业资格证书或在农业行业、企业工作 3 年以上；
- (3) 熟悉农业生产经营活动，精通经济管理专业的基本理论与知识；
- (4) 具有比较丰富的社会实践经验，熟悉农业企业的业务活动与管理流程；
- (5) 具有较强的教研、科研能力。

2、兼职教师任职条件

- (1) 具有 5 年以上在农业行业、企业及相关职业岗位工作的经历，有丰富的实际工作经验；
- (2) 具有中级以上专业技术职称；
- (3) 具有较强的教学组织能力和语言表达能力；
- (4) 具有较强的责任心和事业心。

3、我院电子商务专业（农村电子商务方向）教学团队情况

我院电子商务专业现有专兼职教师 15 人（不包括公共课教师），其中，专任教师 6 人，在专任教师中，具有高级职称的 2 人，比例为 13.3%，中级职称的 4 人，比例为 26.7%，具有硕士学位的 3 人，比例为 2.0%。校外兼职教师 8 人，比例为 32.0%。专兼职教师的基本情况与所代课程如下表所示。

电子商务专业专兼职教师基本情况与所代课程

序号	课程类别	课 程 名 称	负责人	团队成员	
				校内教师	校外教师
1	公共课	形势与政策	罗 晶	张胜闻、卫军利、祁彦恬、郭昱皓	许继平、祁建忠、史继荣、温永明、孙小龙、王东成
2		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	马凯丽		
3		思想道德修养与法律基础	冯秀菊	柳娟娟、卫军利、罗晶、田喆、郭昱皓	李承军、陈锦霞、达朝花、马小亮、刘小宏、李明伟、牛选军、杨娇娜、魏存珍
4		计算机应用基础	张 研	靳恒清、马红玲、何万风、王一平、汪利鸿、李芳、赵	张虎、雒满恒、王平、柴小刚、席小勇、李珍兰、杨丽

				鹏、杨多海、 张霖、巩国兴	
5		应用文写作	郭晓雯	任向红、常 红、田喆、余 文娟	刘明民、郭海海、 乔继泽、马华、 董昌阳、赵东风、 唐占艳、李杨
6		办公自动化应用	张 研	靳恒清、马红 玲、何万凤、 王一平、汪利 鸿、李芳、赵 鹏、杨多海、 张霖、巩国兴	雒满恒、柴小刚、 王平、席小勇、 杨选武、王玉芳、 吕福海
7	专业 基础 课	农产品物流	李泞汐	王弘、高维琚	
8		电商政策法规	张明桢		
9		农产品市场营销	许开录	薛骞、权建萍、 米海峰、马万 峰、赵丽丽、 吕家敏	欧尔鹏、王少璠、 米盈霞、魏林军
10		农产品电子商务	赵珂巍	李泞汐、吕淑 遥、吴凡	
11		商品知识与养护技术	鲁敏	文莉菲	
12		市场调查与统计应用	王 轩	王海鸿	杨慧洁、罗浩、 赵林锁、马进虎
13	专业 核 心 课	农产品网络营销	刘宗盛	张明桢	欧尔鹏 马金莲 王少璠 米盈霞 魏林军 祁金芳
14		网店经营与管理	赵珂巍	吴凡、吕淑瑶	
15		移动电子商务	吕淑瑶	豆倩倩	王金海 魏佳文 张虎
16		农产品品牌管理	高维琚		
17		摄影与图像处理	杨多海	巩国兴	郭涛萍
18	拓 展 课	客户关系管理	常 红	赵丽丽	
19		网络客服	魏域侠	吕家敏、吴凡	
20		视频制作技术与应用	巩国兴		耿浩青
21		电子商务文案创意与撰写	常 红	常馨艺	

（二）教学设施

1、校内仿真实训

实训基地和教学设备的基本情况一览表

序号	实训室名称		面积(平方米)	实验/实训项目	主要设备及软件	同时实训学生人数
1	计算机实训室		300	计算机操作	电脑	300 人
2	物流管理沙盘模拟实训室		100	第三方物流企业管理模拟经营实训	电脑、物流管理模拟沙盘实训软件、投影仪及幕布	72 人
3	物流实训室		50	仓储与配送、第三方物流业务流程模拟、物流行业职业情景实战系统	电脑、软件	50 人
4	跨专业实训基地		360	综合职业能力培养	电脑、投影仪及幕布、电视、打印机、音响设备、服务器、触摸一体机、点钞机、复印机、跨专业实训软件	120 人
5	电子商务实训基地	OTO 体验店（电子商务创业中心）	40	学生网上创业开店	货柜、货架、电脑、POS 机	10 人
		电子商务综合实训室	100	主要进行网页设计与制作、电子商务网站建设、现代营销实训等单项技能实训、电子商务综合实训	电脑、投影仪及幕布、营销实训软件	60 人
		摄影及图片处理实训室	50	摄影、图片处理	相机、摄影台、电脑	18 人
		谈判推销实训室	40	电话及网络进行客户开发、客户关系维系、信息反馈与管理，提升学生服务意识和客户管理能力。与企业合作进行。	电脑、电话、	10 人

2、校外实训条件

应发展比较稳定的满足学生专业实践教学要求和学生生产性顶岗实习的校外实习基地，以便给本专业学生提供真实的实训环境和工作场所，保证学生顶岗实习和情境化教学的顺利实施，增加学生的感性认知，丰富学生的社会实践经验，强化提升学生的动手操作能力和就业创业能力。目前，供本专业学生开展课程集

中实训、观摩考察学习与生产性顶岗实习的校外实习基地有：江苏顺丰通讯服务有限公司、兰州大创就业服务有限公司、北京苏宁电器有限公司、中国人本集团——台州人本十足便利店有限公司、十足集团股份有限公司、西安华讯得贸易有限公司（兰州京东）、西安华讯得贸易有限公司（西安京东）等。电子商务专业与各校外实践教学基地的合作关系与建设标准如下表所示。

电子商务专业（农村电子商务方向）校外实习基地一览表

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途 ³	合作深度要求
1	顶岗实习基地	江苏顺丰通讯服务有限公司 兰州大创就业服务有限公司 北京苏宁电器有限公司	接受顶岗实习	紧密合作型
2	生产性实训基地	中国人本集团——台州人本十足便利店有限公司 十足集团股份有限公司 西安华讯得贸易有限公司（兰州京东） 西安华讯得贸易有限公司（西安京东） 江苏顺丰速运有限公司	接受生产性实习	深度合作型
3	认识实习基地	西安苏宁物流有限责任公司 兰州苏宁电器有限公司 北京宅急送快运股份有限公司 天天快递有限公司 华拓数码科技（昆山）有限公司 税友软件股份有限公司甘肃分公司 文清财物咨询服务有限公司 方正科技信息产品有限公司	接受观摩考察	一般合作型

（三）教学资源

本专业应建设提供便于学生自主学习、内容丰富、使用便捷、更新及时的各类教学资源。各任课教师应在精品课程网站和互动平台上详细罗列出供学生自学或阅读的教材、辅助教材、专业图书、期刊杂志、参考文献、多媒体课件和优质数字化网络教学资源，以供学生在网上根据自己的时间和情况进行“碎片化”学习。专业教学团队应安排专人负责进行学习资源的更新和网上答疑，通过与学生互动，及时了解学生的需求和学习情况，以满足学生多元化、个性化学习的需要。

电子商务专业（农村电子商务方向）专兼职教师基本情况与所代课程

序号	课程类别	课 程 名 称	所选教材	数字化（网络）教学资源
1	公共	形势与政策	统编教材	1、爱课程网： http://www.icourses.cn/home/ 2、智慧职教云学校专属
2		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	统编教材	

3	课	思想道德修养与法律基础	统编教材	在线教学平台： http://zjy.icve.com.cn/ 3、网易公开课： https://open.163.com/ 4、超星数字资源： https://www.wjx.cn/jq/27770482.aspx 5、i 博导网 http://www.ibodao.com/ 6、博星卓越电子商务教学实验系统 7、博星卓越电子商务运营技能竞赛平台 8、ITMC 市场调查与分析实训系统 9、博星卓越综合物流教学实验系统 10、ITMC 网点客户服务与实训软件 11、ITMC 物流职业情境实战系统
4		计算机应用基础	统编教材	
5		应用文写作	统编教材	
6		办公自动化应用	统编教材	
7	专业基础课	农产品物流	统编教材	
8		电商政策法规	统编教材	
9		农产品市场营销	统编教材	
10		电子商务基础	统编教材	
11		商品知识与养护技术	统编教材	
12		市场调查与统计应用	统编教材	
13	专业核心课	农产品网络营销	统编教材	
14		网店经营与管理	自编教材	
15		移动电子商务	统编教材	
16		农产品品牌管理	统编教材	
17		摄影与图像处理	统编教材	
18	拓展课	客户关系管理	统编教材	
19		就业与创业指导	统编教材	
20		网络客服	统编教材	
21		视频制作技术与应用	统编教材	
22		电子商务文案创意与撰写	统编教材	

（四）教学方法、手段与教学组织形式建议

适应扩招学生的特点，试行“农学结合、半农半读、工学交替”的人才培养模式。“农闲季节”开展学生专业理论知识培养，“农忙季节”开展专业实践教学。教学过程与农业生产过程结合。根据农业生产实际，开展针对性教学，一边从事生产，一边开展学习。根据学员工作时间，开展错峰教学（农忙与农闲、节假日）。具体教学组织形式包括：

- 1、集中讲授：集中讲授分为集中面授和远程集中授课。其中集中面授按就近原则，在全省各地分设多个教学点进行现场教学。远程集中授课是指通过远程直播平台，按照人才培养方案教学进度，安排固定时间，通过网络进行集中授课。授课结束后，组织考试。
- 2、自主学习：主要通过智慧职教、学习通等网络教学平台，学生按教学进度自行注册，并安排自主学习。学习内容包括视频、教学课件、作业、实训、测验等，课程结束后，教学平台自动自成学习成绩。

3、实习实训：实操分为分散实训、集中实训和岗位实习三种。分散实习随课程进行安排，由任课教师通过网络课程平台发布实训作业，学员完成后通过网络平台提交实训成果，任课教师评定成绩；集中实训则由各教学点集中安排，实训结束后，单独评定成绩。岗位实习是结合某学期开设课程和岗位实际，学员完成规定实习内容，并通过网络教学平台提交实训成果，由课程负责人单独评定成绩。

（五）教学评价、考核建议

采用“过程性评价+终结性考试”的考核方式，理论知识主要通过网络与自学方式进行，集中面授以实践教学为主，面授时间每学期安排 2-6 周，进行集中答疑、技能训练与考核以及毕业设计、终结性考试等。终结性考试方式除笔试外，还可以采取口试、答辩和现场测试、操作等多种考试形式。

（六）教学管理

建立规范的教学管理制度，规范校内生产性实训和企业顶岗实习期间的教学管理。学生必须按要求修够规定的学分才能毕业。

设立教学管理组织，实施校、系二级管理。教学督导室、教务处和各专业共同完成。教学督导室负责教学过程的全方位监督，以评估教师的教学质量为主，相关人员渗入教学各个环节，从教学过程到安全教学，发现问题及时反馈相关部门和人员调整或解决。教务处组织各系负责教学的日常运转和管理，并根据教学督导室发现的问题和意见，及时进行调整和改进。系部负责教学任务的具体落实、教学过程的具体运作和教学评价的具体执行，并评价学生的学习质量为主，教师是学生学习质量考核的主体，系部做好考核方案的制定和考核结果的认定。

十一、继续专业学习深造建议

毕业后学生可通过专升本考试进入本科阶段学习，或进行本科函授和成人教育等考试进入相关专业继续学习和深造。

