

# 电子商务专业人才培养方案

## 一、专业名称（专业代码）

电子商务（530701）

## 二、入学要求

普通高中毕业、中等职业学校毕业或者具备同等学力者。

## 三、修业年限

学制：三年，修业年限最长不超过六年。

## 四、职业面向

表 1 本专业职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或技术领 域举例	职业资格证书举例
财经商贸大类 (53)	电子商务类 (5307)	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； 网店运营；客户服务； 直播短视频策划。	Photoshop 图形图像处理； 电子商务设计师； 互联网营销师； 数据分析师。

## 五、培养模式

本专业采取“中方课程+引进课程”培养模式，主要依据教育部公布的专业教学标准制订课程，并辅以引进的 CC 课程。

## 六、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，具有深厚的家国情怀，宽广的国际视野，较高的英文水准，良好的职业道德与工匠精神，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（岗位）工作的高素质国际化技术技能人才。

### （二）培养规格

本专业学生应在素质、知识及能力等方面达到以下要求：

#### 1. 通识教育

（1）政治思想素质：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）职业道德素质：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）公民综合素质：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）自主发展素质：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。

（5）身心健康素质：具有健康的体魄、心理和健全的人格，具有良好的自我认知，能恰当地进行自我评价与自我接纳；掌握基本运动知识和 1~2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）人文艺术素质：具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

（7）国际化素质：理解人类命运共同体的内涵与价值，有全球视野与胸怀，做好与国际文化对接、

交流、沟通的准备。

## 2.通用职业能力

(1) 具有探究学习、终身学习的能力，能适时创新学习方法及学习成果，适时更新知识和技能，适应新的环境和需求。

(2) 具有良好的中英文语言、文字表达能力和沟通能力，能与他人通过口头、书面形式进行有效沟通。

(3) 具有团队合作能力，能与团队其它成员相互合作，理顺工作关系，促进目标实现。

(4) 具有信息技术工具的应用能力，能有效地使用办公软件及其他现代信息技术工具，使各项任务顺利实现。

(5) 具有信息处理的能力，能从众多信息源中识别、收集、分析、组织信息，获得有效数据，使用合法合理的方式和手段表达和发布信息。

(6) 具有自我反思的能力，能对自己的行动、决定和结果负责，并做出反思，及时调整完善。

(7) 具有个人管理能力，能灵活应对变化，合理使用时间、资源，使项目任务顺利实现。

(8) 具有批判性思维和解决问题的能力，能通过自己已经掌握的知识与技能系统地分析、评估问题，并做出判断，提出解决问题的方法，能定性或定量地评价资料，并以此来接受别人的想法或提出质疑。

## 3.专业能力

(1) 具备商务活动基础服务能力：能够深入学习本专业的发展规律与特点，深入掌握相关信息技术解决常见的商务服务问题，具备较强的表达能力和沟通能力，应对客户咨询、异议，处理客户投诉，进行客户个性化服务等，具备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，能做好商务服务工作。

(2) 具备宏观事态分析能力：熟知本行业相关的政府宏观政策、法律法规，对其变动具有一定的敏感度，能够准确地判断出其变动对所从事商务活动的影响。掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法，能够从宏观角度思考、分析、判断商务运营管理中的问题。

(3) 具备商务营销能力：掌握线上、线下营销活动策划的基本方法。掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法。掌握销售和客户沟通与服务的方法、原则与技巧。具备开展市场调研，获取和分析客户需求、市场动态等重要市场信息的能力。

(4) 具备数据应用能力：具备数据保密意识，能够使用各种商务软件与系统对企业数据、市场数据等商务管理数据进行采集、整理、分析与应用的能力。

(5) 具备电子商务推广能力：掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法，具有网络信息采集、筛选和编辑的能力，具备适当的方式和手段发布网络推广信息的能力，能做好电子商务推广工作。

(6) 具备电子商务运营能力：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的管理方法。具有信息源收集、分析，并组织重构信息的能力，能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度。具有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。

(7) 具备自主创业的能力：具有企业家精神。具有创新与承担风险的意愿与能力。掌握申办小微企业的条件、要求及流程。能够分析电子商务平台规则和运营方式以及新媒体运营与管理的方法。

(8) 具备良好的英语交流能力：具备商务礼仪规范应用与跨文化交际能力。具备本专业所需的英文商务演讲、客户沟通（口头和书面）、文案策划等英文表达能力。

(9) 具有初步的科学研究能力，掌握文献检索、资料查询的基本方法。

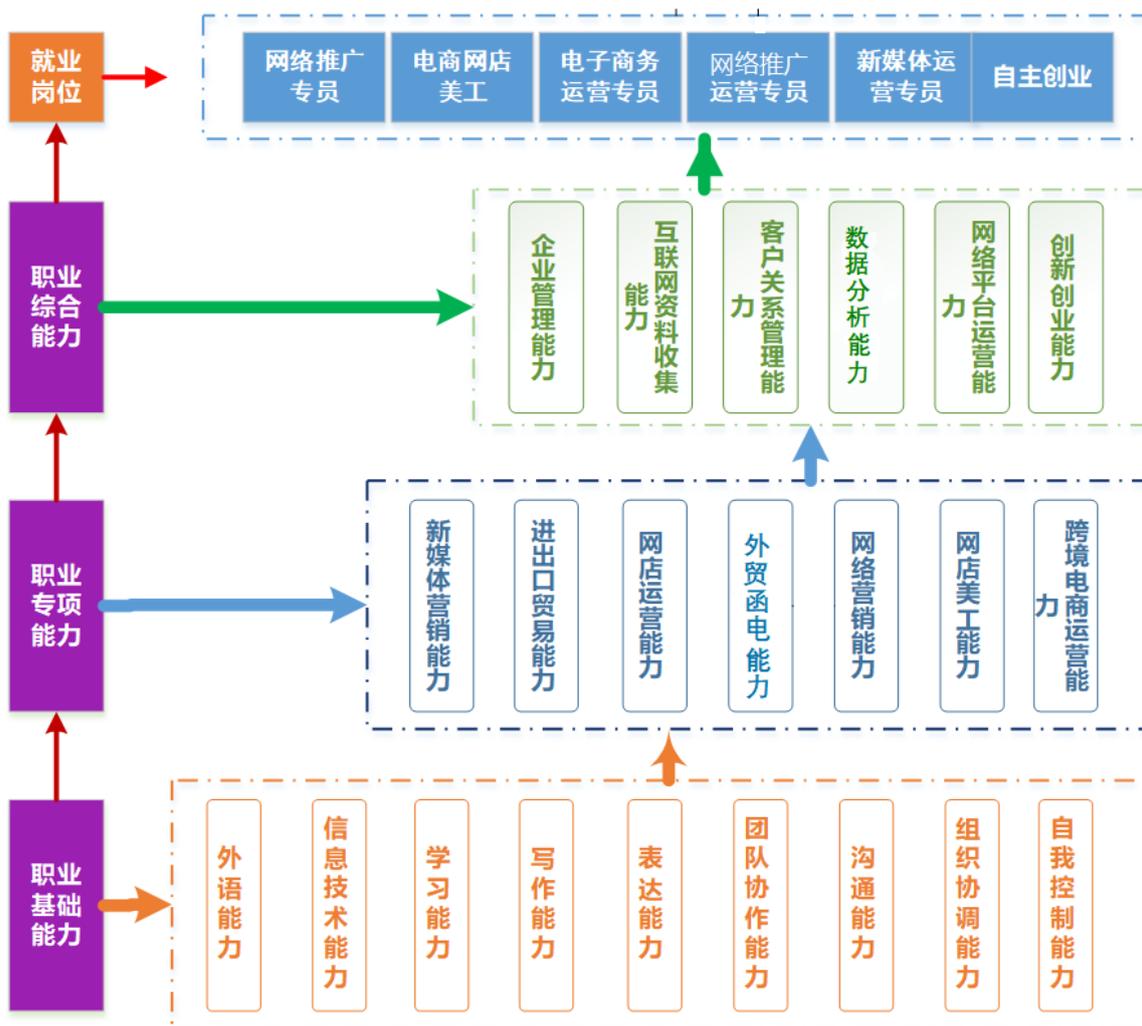


图 1 本专业的能力结构图

## 七、课程设置与学时安排

### (一) 共建专业课程设置与学时安排

#### 1. 课程体系架构

课程体系的设置服务于专业能力结构的要求，整个课程体系划分为公共课、专业基础课、专业核心课、专业拓展课、毕业实践等五大模块，为学生逐步构建职业基本素质、职业基础能力、职业专项能力和职业综合能力，以适应职业面向与岗位需求。

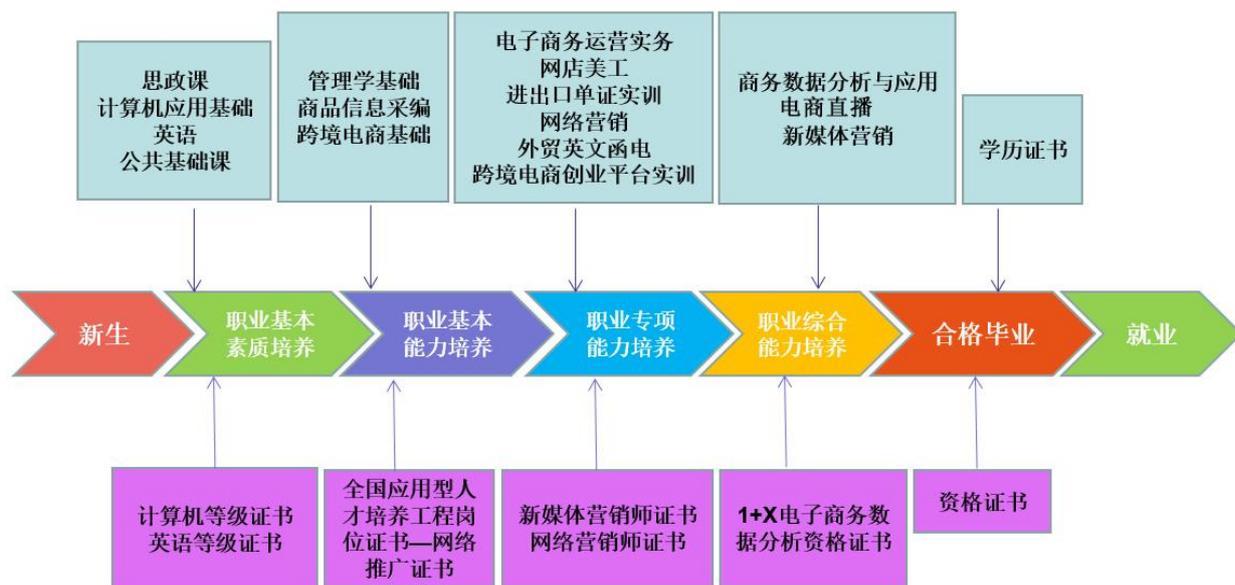


图 2 课程体系与职业能力之间的匹配关系

## 2.学时、学分安排

表 1 共建专业课程学时、学分分配表

课程性质	课程属性	课程门数	学时	学分	学时比	学分比	平均周学时分配					
							1	2	3	4	5	6
公共课	必修	12	836	44	30.36%	30.28%	19	17	4	2	0	
	选修	3	108	6	3.92%	4.23%						
专业基础课	必修	6	468	26	35.44%	38.30%	4	4	8	8		
专业核心课	必修	6	504	28					8	4	12	
专业拓展课	选修	4	288	16	10.50%	11.35%				8	8	
毕业实践	必修	2	550	22	20.05%	15.60%						22W
合计		33	2,754	142			23	21	20	22	20	
	其中专业实践学时占总学时					54.07%						
	选修课学时占比					14.38%						
	引进课程学时占专业课学时比					22.86%						

## 3.课程说明

公共基础课的课程说明见培养方案的通用部分。

表 3 专业基础课程说明

序号	课程名称	主要教学内容	课程思政要点
1	国际商务基础（引进）	本课程是商学院的专业基础课。课程主要介绍与商业相关的广泛的商业概念、实践和理论。通过当今的全球商业环境分析检索，引领学生对商业功能区域之间相互关系的认知和处理。就具体企业而言，需要理解人力资源、运营管理、市场营销和销售、会计和金融等的运作进行基础研究，能够根据所学基础知识分析案例，并树立必要的职业技能、职业道德和职业信心，发展和提高学生在	介绍中国商务变迁和经济成就增强民族自豪感和家国情怀。在国际市场的学习中融入全球经济共同体意识。

		团队中有效工作的能力，通过此课程学习培养学生的商业运作国际视野和感知，对大商科的认知能力和感悟能力，为将来的职业发展奠定基础。	
2	市场营销学 (引进)	本课程旨在引领学生建立现代立市场营销的大视野，着重于在多变的市场环境中，了解以顾客为中心的市场营销观念的重要性，如何正确开发/设定和管理产品、服务，价格，促销以及分销等营销活动。营销环境辨析、营销计划与战略、消费者市场及其购买行为分析、目标市场选择策略、营销组合策略、营销的竞争性策略、营销的组织与控制，运用恰当的市场营销原理来撰写商业计划书。	市场分析调研中不作假，讲诚信。树立符合中国当代本质特征和文化遗产的营销观。企业制定营销战略要结合国家发展的战略和目标。营销计划和策略要符合社会主义核心价值观。消费者市场分析是要引导正确的消费观。
3	经济学基础	了解生产、交换、货币、通货膨胀、失业、需求与供给、社会主义市场经济的基本理论、经济模式、市场经济的产权制度、分配制度等方面的知识；掌握微观经济理论和宏观经济分析方面的应用性知识；熟悉社会总供求的平衡与失衡方面、国际贸易与国际金融方面的基础知识等。学生通过本课程的学习，可以形成对社会主义市场经济的正确认识，加深理解和掌握经济学原理，提供经济分析与决策能力，为本专业的其他课程学习提供广阔的视野。	将我国政治经济制度与他国进行对比教学，培养学生辩证思维，感受我国社会主义制度的优越性，增强学生制度自信。宏观经济学习中融入国家的宏观调控政策和案例，促进学生爱国、爱党的情怀。培养学生经世济民的使命感。
4	管理学基础	本课程主要讲述管理学的基本概念和管理理论的发展历程，学生可以掌握计划、组织、领导及控制等管理职能的相关知识；掌握决策、激励、沟通、控制、创新等领域的知识与方法；熟悉主要的管理工具和管理分析方法。	在教学中融入东方管理智慧、中国共产党的组织管理经验等增强学生的民族自豪感和文化自信。将管理工具引申到学生的自我管理，贯彻“立德树人”的思想。
5	商品信息采编	本课程主要学习商品信息概述、色彩设计与构图、数码相机的基本操作、日用品的拍摄、箱包皮具的拍摄、金属、玻璃制品的拍摄、服装的拍摄、商品图片基本处理等，通过该课程的学习，使学生在原先已掌握的网店美工基础之上，进一步掌握商品图片、商品视频拍摄与处理，商品主图、商品详情页等的设计与制作等知识和操作技能。	培养学生具备较好的版权保护意识，在信息采集过程中具有严谨的工作态度。
6	跨境电商基础	本课程教学内容主要包括跨境电子商务概述，跨境电子商务平台介绍与选择，国际物流与跨境支付，跨境电子商务经营战略等，帮助学生熟悉跨境电商的经营模式。	培养学生接力跨境电商发展的使命感，树立大国自信、建立家国情怀。

表 4 专业核心课程说明

序号	课程名称	主要教学内容	课程思政要点
1	电子商务运营实务	本课程主要学习电子商务认知、网络营销、电子支付、电子商务安全、电子商务物流、网店运营等知识。通过该课程的学习，使学生掌握电子商务运营的基本方法与流程，熟悉电子商务运营的基本技能，初步具备创建并运营管理网店的能力。对应职业资格证书有网店运营师。	培养资金安全意识，激发学生创新的使命感，树立正确的学习观和成才观，树立正确的商业伦理观。
2	网店美工	本课程主要学习网店常用图片设计制作、主图与主图视频设计制作、PC端与移动端详情页设	培养学生具备较好的版权意识和网络安全

		计制作,无线端网店页面装修等知识和操作技能。通过该课程的学习,使学生在原先已掌握的电子商务基础上,进一步掌握视觉营销的理念、美工设计的思路、美工中常用的 Photoshop 技能等。	意识。
3	进出口单证实训	本课程内容围绕进出口贸易业务过程中涉及的托运单证、报关报检单证和结汇单证的制作要领、进出口单证和官方单证的办理以及单证的管理知识等内容。	培养学生具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神,具有扎实的国际贸易专业知识和丰富的实操经验。
4	网络营销	本课程主要学习网络营销赖以生存的内外环境、网络消费者的购买动机、购买程序和实际购买操作,网络消费行为,网络市场细分、网络目标市场、市场定位的基础和方法、网络促销方法、促销组合,网络广告相关知识等,通过该课程的学习,使学生从互联网技术,市场营销和信息管理等多学科的角度,了解网络营销的发展,理解网络营销的实施过程,掌握网络营销的方法和渠道,熟练掌握主流网络营销工具的应用。对应职业资格证书有网络营销师资格证书。	培养学生编写真实的网络营销内容,在网络营销过程中不传谣、不造谣,保证内容的真实性。
5	商务数据分析与应用	本课程主要学习电子商务数据分析概述、数据采集、数据的分类与处理、数据描述性分析、基础数据监控与报表制作。通过该课程的学习,使学生掌握商务领域的数据类型、原理,进而进行数据整理和分析,以培养学生市场调查与数据分析工具的使用能力。对应职业资格证书有 1+X 电子商务数据分析资格证书。	培养学生具备法律意识,能够遵守个人隐私和数据保密等法律规则,在数据采集过程中做到不侵权、不违法。
6	跨境电商创业平台实训	通过该课程学习,使学生对国际贸易中跨境电商的概念、一般流程、方法和要求有初步了解,重点掌握敦煌网平台的运营,能够合理分析竞争对手,并制定相关策略来改进其店铺并最终实现真正的贸易,在课程过程中赚取外汇,扩展大学生实践创新能力。通过本课程,使得学生学习从事跨境电商工作的基本方法与能力,延伸学生的国际贸易实务知识,最终使学生对整个国际贸易的跨境电商业务流程有清晰的认识,并能运用所学知识进行实际跨境电商相关业务操作。	培养学生将专业核心知识、关键能力,同职业必备品格和正确价值观有机结合的能力,培养学生的责任感、使命感。

表 5 专业拓展课程说明

序号	课程名称	主要教学内容	课程思政要点
1	公开演讲(引进)	本课程主要教授实用的公开演讲策略,以如何开发、设计并实践思路清晰、自信和热情的公开演讲为教学主要内容。	培养学生在公开场合发表观点的能力,强调通过口语表达中节奏的微小变化和音调的强调技巧等软技能帮助学生在沟通中构筑有效的人际关系和团队建设能力。
2	视觉叙事(引进)	本课程主要讲授如何通过开发、设计非语言的叙事内容(视觉叙事),包括叙事材料的准备,主题设计和开发,帮助在越来越依赖数字媒体的世界里提供通过媒体讲故事的综合方法。	在数字媒体爆发的时代背景下,培养学生有效利用数字媒体高效表达观点的能力,同时培养学生在数字媒体中表达观点时需要具备的必要品格

			和正确价值观,培养学生的责任感、使命感。
3	外贸英文函电	本课程主要讲授外贸英文函电的常见格式、专用词、惯用句型。具体包括:建交函、邀请函、询盘函、发盘函、还盘函、受盘函、合同与确认函、催证函、改证函、装船指示、装船通知、投保函、投诉函和理赔函等外贸英文函电。	培养学生社会主义核心价值观,让学生做到爱国、守法。
4	电商直播	本课程主要学习电商直播行业的发展历程、目前各主流平台的运营模式、主播人设的打造、直播设备的选择、直播场景的塑造等。通过本课程的学习,使学生了解电商直播相关知识,为以后从事电子商务活动提供专业技能。	培养创业精神,树立服务乡村的社会责任感,做到知法守法。
5	新媒体营销	本课程主要学习新媒体营销基础、体验新媒体运营平台、短视频营销、网络直播、众创新媒体内容、运用新媒体营销工具、挖掘与运营用户、搭建与运营社群等。通过该课程学习,使学生掌握新媒体营销的基本方法与流程,熟悉新媒体营销的基本技能,初步具备创建并运营管理新媒体平台的能力。对应职业资格证书有新媒体营销师。	培养学生的团队合作、参与奉献、互帮互学精神,树立服务乡村的社会责任感,塑造劳动精神。

表 6 毕业实践课程说明

序号	课程名称	主要教学内容	课程思政要点
1	顶岗实习	电子商务专业学生的顶岗实习,面向电子商务公司、互联网公司、外贸公司等营销、客服、运营顾问等岗位(群)。学生通过专业顶岗实习,了解企业的运作、组织架构、规章制度和企业文化;掌握岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能;养成爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神,增强学生的就业能力。	使学生养成爱岗敬业、诚实守信、团队合作等职业精神,增强遵纪守法意识和行为习惯,增强学生就业能力。
2	毕业设计(论文)	毕业论文应在符合电子商务专业培养目标的选题下,尽可能结合电子商务行业、企业的实际问题,促进教学、实践的有机结合,应有一定的深度与广度,工作量饱满,并有所创新;学生根据实习工作经验、阅读文献资料、进行典型调查等工作基础上,运用所学知识,独立完成报告或论文。	通过撰写毕业论文,培养学生运用所学专业知识和分析问题、解决问题的能力,为我国电子商务发展提出自己的见解,培养学生严谨的学习工作态度和爱国情怀。

#### 4.培养规格实现矩阵(见附图1)

#### 5.教学进度安排

- (1) 教学计划进度表——共建专业(附表1)
- (2) 教学活动时间分配表(附表2)

### 八、毕业条件

学生需要通过规定年限的学习,须修满专业人才培养方案所规定的学时学分且平均 GPA 达 2.0 以上,完成规定的教学活动,达到此前培养规格所规定的通识教育、通用职业能力和专业能力等方面要求。

### 九、实施保障

#### 1. 师资队伍

本专业共有校内师资 7 名,其中中级职称 6 人,初级职称 1 人。另有企业兼职教师 1 人。教师中具有双师背景的占 100%。师资队伍一栏表见表 7。

表 7 师资队伍一览表（按课程负责人列）

序号	姓名	单位	职称	专业特长	主讲课程	专兼职
1	戴月	苏州百年职业学院	讲师	新媒体营销、社交电商	商务数据分析与应用、商品信息采编、电子商务运营实务、新媒体营销等。	专职
2	马晓思	苏州百年职业学院	讲师	跨境电商	网店美工、网络营销、电子商务法律法规等。	专职
3	刘金梅	苏州百年职业学院	讲师	国际经济与贸易	国际商务基础等。	专职
4	童姝睿	苏州百年职业学院	讲师	市场营销	市场营销学（引进）等。	专职
5	郭健	苏州百年职业学院	讲师	市场营销	商务数据分析、网络营销等。	专职
6	何慧琳	苏州百年职业学院	讲师	市场营销	市场调研、零售经营实务、客户关系管理等。	专职
7	徐晨郁	苏州百年职业学院	讲师	中小企业管理	创业实务等。	专职
8	李屿焘	苏州云宜融智能科技有限公司	无	新媒体营销	创业实务、新媒体营销等。	兼职

## 2.教材与课程资源

### （1）教材选择原则

①教材的选用应结合区域和学校实际，服务人才培养；选用过程须公开、公平、公正，并履行规定的审核、审批程序。

②必须使用国家统编的思想政理论课教材、马克思主义理论研究和建设工程重点教材。

③专业核心课程和公共基础课程教材原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用。

④国家和省级规划目录中没有的教材，可在职业院校教材信息库选用。

⑤不得以岗位培训教材取代专业课程教材；不得选用盗版、盗印教材优先选用近三年出版的新教材或修订版教材。

⑥选用的教材必须是通过审核的版本，擅自更改内容的教材不得选用，未按照规定程序取得审核认定意见的教材不得选用。

⑦选用境外教材，按照国家有关政策执行：根据中外合作办学专业教学的安排，部分专业教材可以选择境外教材。如课程选用国外原版教材（含影印版或复印资料），各二级学院教材选用工作组要组织专家对教材的政治性、思想性、科学性和适应性进行全面审查，并形成书面使用审查意见，提交学校教材工作委员会审定批准。鼓励选用我国出版社翻译出版、影印出版的国外优秀教材。坚持按需选用，凡选必审，为我所用，严格把关；严格进口教材选用管理。

（2）教材的选择程序：每学期结束前组织专业（教研室）全体教师（含外聘）进行集体研究讨论，选择下一个学期适用的教材，二级学院教材选用工作组初审后报学校教材工作委员会审批和公示。

本专业的课程教材推荐如表 8

表 8 专业课程教材推荐一览表

序号	课程名称	教材名称	出版社	出版时间	作者	书号
1	国际商务基础	Contemporary Business,	John Wiley & Sons	2020	Boone, L., Khan, M., et.	9781119192114

		Canadian Edition.	Canada, Ltd		al.	
2	市场营销学(引进)	市场营销学(第13版)	机械工业出版社	2019	加里·阿姆斯特朗	9787111624271
3	经济学基础	经济学基础	西南财经大学出版社	最新版	矫立军	9787811381535
4	管理学基础	管理学基础	中国人民大学出版社	最新版	张云河	9787300269610
5	跨境电商基础	跨境电商营销实务	中国人民大学出版社	2018	龙朝晖	9787300263649
6	跨境电商创业平台实训	跨境电子商务操作实务	大连理工大学出版社	2017	张云勤 朱加宝 丁红朝	9787568508858
7	外贸英语函电	外贸英语函电	大连理工大学	2014	王珍	9787561184714
8	商务数据分析与应用	电子商务数据分析基础(初级)	高等教育出版社	2020	北京博导前程信息技术股份有限公司	9787040474114
9	网络营销	网络营销——基础、策略与工具(第2版)	人民邮电出版社	2020	何晓兵	9787115535771
10	电商直播	电商直播	电子工业出版社	2021	戴月	9787121421020
11	新媒体营销	新媒体营销	电子工业出版社	2022	戴月	9787121429002

### 3.教学设施

#### (1)校内实训基地

为满足教学做一体化及实习实训课教学需求,电子商务专业可充分利用学院实训中心,相关实训室有2个,可开设的专业实训课程如表9所示:

表9 校内实训设施一览表

序号	实训室名称	承担的主要实训项目或课程
1	商务技能实训室	商务数据分析与应用、商品信息采编、进出口单证实训等。
2	“校中企”实训室(金融服务实训室)	网店美工、跨境电商等。

#### (2)校外实训基地

学校现有苏州云宜融智能科技有限公司、数字产业学院等校外实训基地,学生可以通过在基地进行课程实践及实习,成为信息化电子商务人才。具体如表10所示。

表10 校外实训基地一览表

序号	企业名称	基地主要作用
1	苏州云宜融智能科技有限公司	学生课程见习、实习,参与实训指导。
2	数字产业学院(杭州)	参与实训指导。

### 4.顶岗实习要求与管理

顶岗实习是必修课程,不得免修,如成绩不合格,必须重修。实习期间,学生在企业顶岗工作,既是企业的(准)员工,又是学校的学生,具有双重身份,校企双方均负有教育和管理的职责。顶岗实习一般安排在第五学期和第六学期,累计不少于6个月。二级学院可结合本部门专业教学进程的特点与需要,适当调整实习时间安排。实习岗位原则上要求和学生所学专业对口。

### （1）顶岗实习组织管理

顶岗实习工作实行学校、二级学院、专业三级负责制，设立学校顶岗实习工作领导小组、二级学院顶岗实习工作管理小组、专业顶岗实习指导小组组成的三级管理机构。

学校顶岗实习工作领导小组由分管教学的副校长任组长，教学科研处、学生工作处、招生就业处负责人担任副组长，成员包括各二级学院院长。

学校顶岗实习工作领导小组负责对全校顶岗实习工作的领导、管理制度的制定和实习的组织管理、督促检查等工作。

教学科研处作为教学归口部门，负责对全校顶岗实习管理工作监控并检查工作的开展情况；负责建立健全学校顶岗实习管理制度；协调相关部门工作；收集全校顶岗实习工作信息进行统计分析并提出改进工作的意见和建议。

学生工作处作为学生管理归口部门，负责指导并督促二级学院顶岗实习期间的学生管理工作，处理各类学生突发事件。

招生就业处作为就业归口部门，积极协助二级学院落实学生顶岗实习单位，指导并配合二级学院的就业工作。

### （2）对学生的要求

按照《顶岗实习教学标准》要求，制定个人顶岗实习计划，认真完成实习任务。实习开始前向指导教师提交经实习单位盖章的《顶岗实习协议》

认真参加岗位技能和专业技术应用能力的训练，努力使自己的综合实践能力和社会适应能力得到锻炼、培养和提高。

主动与指导教师联系，每两周至少要与学校指导教师联系一次，提交顶岗实习工作周记、按要求汇报顶岗实习情况、完成顶岗实习工作周记。

实习学生应牢记“安全第一”，加强自我保护，维护自身合法权益，如遇问题及时向校内指导教师汇报。

加强组织纪律观念，遵守所在单位和学校的各项规章制度。

顶岗实习原则上不允许请假；如遇特殊情况，须经校内指导教师和顶岗实习单位同意，并履行请假手续；请假3天及以上的，需由本人提出书面申请，指导教师和顶岗实习单位审核，报二级学院审批，教学科研处备案。

在实习期间，实习学生（除非常特殊情况者）必须服从分配，按照要求顶岗实习，完成实习任务。实习期间，若中途更换实习单位，需及时向校内指导老师汇报，并提交新的《顶岗实习协议》备案。

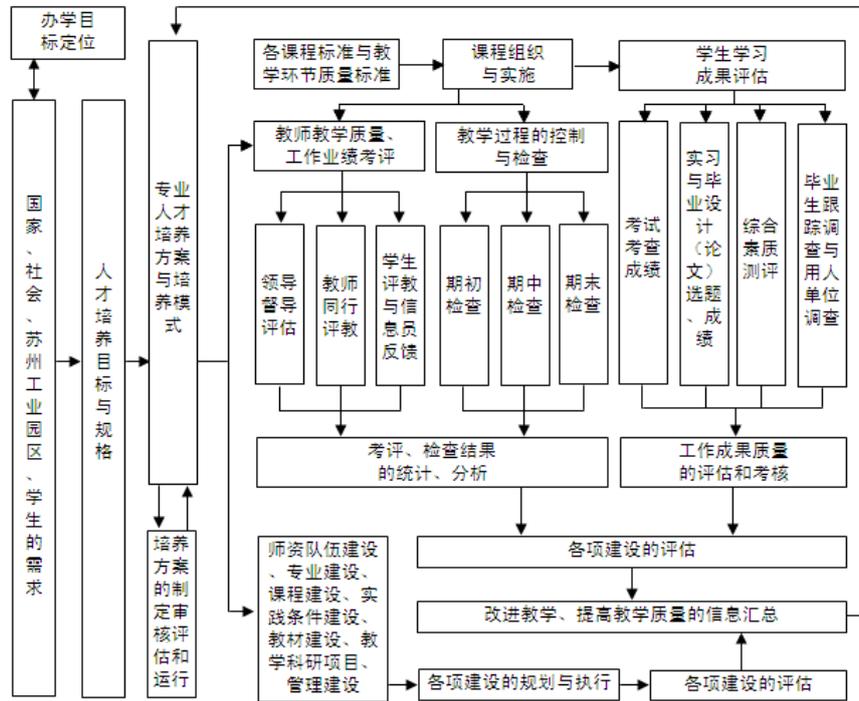
在顶岗实习过程中，发生重大问题，学生本人应及时向实习单位和校内指导教师报告，指导教师要及时向二级学院和实习单位双方负责人报告。

顶岗实习结束后，学生须撰写《顶岗实习总结》。

## 十、质量保障

学校以建立目标体系、完善标准体系和制度体系、提高利益相关方对人才培养工作质量的满意度为目标，按照“需求导向、自我保证、多元诊断、重在改进”的工作方针，切实履行人才培养工作质量保证主体的责任，建立常态化的内部质量保证体系和可持续的诊断与改进工作机制，建立《苏州百年职业学院教学质量监控与保障体系》，不断提高我校人才培养质量。

教学质量监控与保障体系的组织系统由决策系统、管理与执行系统、检查与评价系统和教学过程监控系统等四个方面构成，是一个逐层向下控制，逐层向上负责的质量管理系统。



### 十一、特色与其他

以就业及其岗位为导向，职业技能为主线，综合素质为核心，把学生培养成为适应市场需要的高素质技能型专门人才。

我们注重实践性教学，注重与市场接轨，实行开放办学，形成校企融合式的人才培养模式，注重培养实战应用，具有团队意识和协作精神的人才。

附图 1：培养规格实现矩阵

附表 1：教学计划进度表——共建专业

附表 2：教学活动时间分配表

附表 3：教学计划进度表——CC 专业



附表 1：教学计划进度表——共建专业

电子商务专业（共建）教学计划进程表

课程性质	课程代码	课程名称（中文）	课程名（英文）	学分	课程属性	学时		考核方式	学期课堂周课时						授课语言	备注	
						共计	实践		1	2	3	4	5	6			
公共课	COM027	思想道德与法治	Value, Morality and Rule of Law	3	必修	54	30	考试	3							中文	
	COM025	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	Contemporary Chinese Political Theories	2	必修	36	14	考试		2						中文	
	COM026	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era	3	必修	54	32	考试		3						中文	
	COM024-1	形势与政策	Situation and Policy	0.25	必修	4	0	考查	2							中文	每学期2次课，第4学期统计成绩，不计入学期课内学时
	COM024-2	形势与政策	Situation and Policy	0.25	必修	4	0	考查		2					中文		
	COM024-3	形势与政策	Situation and Policy	0.25	必修	4	0	考查			2				中文		
	COM024-4	形势与政策	Situation and Policy	0.25	必修	6	0	考查				2			中文		
	COM015	军事理论	Military Theories	2	必修	36	22	考试	2							中文	8周，拓展学时18
	COM016	职业发展与就业创业指导 I	Career Development & Job Search I	1	必修	18	6	考查								中文	8周
	COM019	大学生心理健康教育	Mental Health Education	2	必修	36	18	考查		2						中文	隔周上课，拓展学时18
	COM017	职业发展与就业创业指导 II	Career Development & Job Search II	1	必修	18	6	考查								中文	隔周上课
	COM018	职业发展与就业创业指导 III	Career Development & Job Search III	1	必修	18	6	考查								中文	四次讲座、拓展学时6
	COM005	军训与入学教育	Military Training	2	必修	80	70	考查	2W							中文	
	COM020	体育 I	Physical Education I	2	必修	36	24	考查	2							中文	2课时*14周+拓展学时8
	COM021	体育 II	Physical Education II	2	必修	36	24	考查		2						中文	
	COM022	体育 III	Physical Education III	2	必修	36	24	考查			2					中文	
	ENG005-1	基础英语 I (核心)	English Foundation I (Core)	8	必修	144	32	考试	8							英文	8课时*14周+拓展32学时
	ENG005-2	基础英语 I (进阶)	English Foundation I (Extensive)														
	ENG006-1	基础英语 II (核心)	English Foundation II (Core)	8	必修	144	36	考试	6							英文	6课时*18周+拓展36学时
	ENG006-2	基础英语 II (进阶)	English Foundation II (Extensive)														
COM023	计算机应用基础	Computing Fundamentals	3	必修	54	27	考试	4							中文	4课时*14周	
COM012	劳动教育	Labor Education	1	必修	18	12	考查	2							中文	3次理论课+课外劳动实践12学时	
	公共选修课		6	选修	108	0	考查		2	2	2				中文	隔周，拓展学时(18*3)	
小计				50		944	383		19	17	4	2	0	0			
专业基础课	SCB910	*国际商务基础（引进）	Fundamentals of Business	4	必修	72	36	考查	4						双语	4课时*14周+拓展学时16	
	SCB913	*市场营销学（引进）	Principles of Marketing	4	必修	72	24	考查		4					双语		
	SCB911	*经济学基础	Principles of Economics	4	必修	72	22	考查			4				中文		
	BEM102	管理学基础	Introduction to Management	6	必修	108	54	考试			4				中文	辅修课，拓展课时36	
	ECM102	商品信息采编	Product Information Compilation	4	必修	72	36	考查				4			中文		
	IET106	跨境电商基础	Fundamentals of Cross-Border E-Commerce	4	必修	72	24	考试				4			中文		
	小计				26		468	196		4	4	8	8	0	0		
专业核心课	ECM107	电子商务运营实务	Operations in E-Commerce	4	必修	72	36	考查			4				中文		
	ECM104	网店美工	Website Design for Online Shops	6	必修	108	54	考试			4				中文	辅修课	
	IET104	进出口单证实训	Import and Export Documents and Practices	4	必修	72	60	考查				4			中文		
	ECM105	网络营销	E-Marketing	4	必修	72	36	考试					4		中文		
	ECM103	*商务数据分析与应用	Business Statistical Analysis	4	必修	72	42	考试					4		中文		
	IET105	跨境电商创业平台实训	Cross-Border E-Commerce Entrepreneurship Practices	6	必修	108	88	考查					4		中文	辅修课	
	小计				28		504	316		0	0	8	4	12	0		
专业拓展课	PRCS-102(MC)	*公开演讲（引进）	Public Speaking	4	限选	72	0	考查				4			英文		
	PRCS-103(MC)	*视觉叙事（引进）	Visual Storytelling	4	限选	72	0	考查					4		英文		
	IET107	外贸英文函电	English Correspondence for Foreign Trade	4	选修	72	60	考试				4			中文		
	ECM108	电商直播	E-commerce live	4	选修	72	22	考查					4		中文		
	ECM106	新媒体营销	New Media Marketing	4	选修	72	22	考查					4		中文		
	小计				16		288	44		0	0	0	8	8			
毕业实践	ECMP01	顶岗实习	Internship	18	必修	450	450	考查							18W	中文	
	ECMP02	毕业设计（论文）	Final Year Project	4	必修	100	100	考查							4W	中文	
	小计				22		550	550							22W		
合计				142		2754	1489		23	21	20	22	20				

注：  
 1. 考核方式：考试/考查，考试：平时考核+期末考试；考查：平时考核。每学期考试课程不应少于2门。  
 2. 每学期安排20个教学周，其中18周为常规教学周（含复习、考核），2周为实践周。  
 3. 实践周安排在寒暑假，学分纳入第二课堂学分，由学工处统筹。  
 4. 标注“\*”的课程为互联网商贸群共享课程

附表 2：教学活动时间分配表

周次	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
学期																				
一	入学与军训			理论（含实践）教学													答疑考核		实践周	
二	理论（含实践）教学													答疑考核						
三	理论（含实践）教学													答疑考核						
四	理论（含实践）教学													答疑考核						
五	理论（含实践）教学													答疑考核		毕业实践				
六	毕业实践																		毕业教育	