

兰州现代职业学院

农村电子商务专业

人才培养方案

学校名称：兰州现代职业学院

学校主管部门：兰州市政府

专业名称：农村电子商务

专业代码：530705

参与编写：牛成英

项目审核：兰州现代职业学院党委

完成日期：2021年4月

目录

一、专业名称及专业代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
(一)本专业职业面向.....	1
(二)本专业职业资格鉴定项目.....	2
五、培养目标与培养规格.....	2
(一)培养目标.....	2
(二)培养规格.....	3
六、课程设置及要求.....	5
(一)公共基础课程设置及要求(必修).....	6
(二)专业(技能)课程.....	8
七、教学进程总体安排.....	16
(一)全学程教学历程.....	16
(二)公共课、专业课设置及学时分配.....	16
(三)理论课、实践课设置及学时分配.....	17
八、实施保障.....	17
(一)师资队伍.....	17
(二)教学设施.....	19
(三)教学资源.....	22
(四)教学方法.....	22
(五)学习评价.....	24
(六)质量管理.....	27
九、毕业要求.....	28
十、附录.....	29
附录一:编写说明.....	29
附录二:教学进度安排.....	29

农村电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及专业代码

农村电子商务(530705)

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历

三、修业年限

三年

四、职业面向

(一)本专业职业面向

岗位类别	岗位名称
设计类	网店/店铺美工、淘宝/天猫美工、视觉营销师
网上销售类	市场调研分析、市场分析专员、市场调研主管
	农产品网店运营专员、农产品网店店长/运营主管、 淘宝/天猫店长、京东店长、农产品线上销售
营销类	网络推广、营销推广、网络营销、网络营销主管/经理
	新媒体运营专员、新媒体运营主管、农产品直播主 播、农产品直播运营、短视频拍摄与制作
	文案编辑、文案专员、内容营销
	农产品营销策划、活动策划、店铺营销策划
	农产品品牌推广、农产品品牌设计
物流类	农产品物流专员、农产品物流主管
客服类	客户服务专员、客户服务顾问、客户服务主管、用 户运营
数据分析类	农产品店铺数据分析、电商数据分析

（二）本专业职业资格鉴定项目

序号	职业资格（证书）名称	发证单位	等级	应取证书
1	高等学校英语应用能力考试证书	高等学校英语应用能力考试委员会	B级	必考
2	全国高等学校计算机水平考试合格证书	省级普通高校计算机应用水平考试委员会	一级	必考
3	农产品电商运营职业技能等级证书	北京博导前程信息技术股份有限公司	初级	选考
4	农产品电商运营职业技能等级证书	北京博导前程信息技术股份有限公司	中级	选考

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业面向农村电商领域，充分考虑农村电商企业及相关服务企业实际人才需求以及核心岗位能力要求，通过以能力为核心的人才培养模式，逐步培养学生具有农产品品牌营销推广能力、农产品网店运营能力、农产品美工设计能力、农产品直播短视频营销能力、农村电商数据化运营能力、农村电商服务能力、农村电商物流与供应链管理能力和农村电商客户关系管理能力等方面专业知识和专业技能，具备扎实的专业岗位能力和良好的职业素质。通过技能实训和入企业实践，加强学生农村电子商务实操能力和创新能力的培养，提升学生的综合素质，学生毕业后能够在农村电商企业及相关服务企业从事设计、网上销售、营销、物流、客户服务、数据分析等工作，成为满足用人单位需求的高技能、复合型

农村电子商务人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 素质

- (1) 具有良好的职业道德和法律素养；
- (2) 具有清晰的逻辑思维和表达能力；
- (3) 具备较强的独立判断和分析能力；
- (4) 具备较强的审美意识和创意思维；
- (5) 具有较好的策划和执行能力；
- (6) 具有良好文字表达能力，能准确进行各种商务写作；
- (7) 具有较强的纠纷处理能力；
- (8) 具有良好的人际沟通能力、团队管理能力和用户服务意识；
- (9) 具有积极的心态和抗压能力；
- (10) 具有一定的信息处理能力，能够收集并有效地分析和处理工作信息；
- (11) 具有较强的自我学习能力，能在工作中不断提高自身专业能力；
- (12) 具有一定的创新能力，能够运用新技术改进工作；
- (13) 具有良好的身心素质。

2. 知识

- (1) 了解三农现状及农村电商政策；
- (2) 掌握农产品分类及优质农产品辨识方法；

- (3) 掌握农产品采购的知识内容和方法；
- (4) 掌握农产品仓储管理知识；
- (5) 掌握各电商平台运营规则与方法；
- (6) 掌握网店建设的方法及技巧；
- (7) 掌握网店运营日常工作方法及技巧；
- (8) 掌握电商平台的各种营销策划方法和技巧；
- (9) 掌握短视频、直播平台的运营规则；
- (10) 了解多种移动社交平台的操作方法和技巧；
- (11) 掌握移动平台内容创作与粉丝维护的方法与技巧；
- (12) 掌握移动社交平台内容创作/编写的特点；
- (13) 掌握品牌策划与设计的理论知识；
- (14) 掌握商品拍摄及图片处理技巧；
- (15) 掌握直播策划技巧和实施流程；
- (16) 掌握短视频拍摄与后期制作技巧；
- (17) 掌握广告设计及优化技巧；
- (18) 掌握电商平台订单管理的知识；
- (19) 掌握物流发货及纠纷处理相关知识；
- (20) 掌握供应链管理的理论知识；
- (21) 掌握客户服务流程与技巧；
- (22) 掌握维护客户关系的技巧；
- (23) 掌握客户运营的基本方法；
- (24) 掌握数据分析的一般工作流程；
- (25) 掌握数据收集的技巧；
- (26) 掌握运营数据分析的方法。

3. 能力

- (1) 能够对农产品具有系统深入的认知；
- (2) 能够根据不同的农产品选择合适的电商平台；
- (3) 能够根据电商平台运营方式综合制定运营策略；
- (4) 能够分析运营数据并提出优化方案；
- (5) 能够建设网店并运营、维护网店；
- (6) 能够运营短视频、直播平台账号；
- (7) 能够运营新媒体平台账号；
- (8) 能够根据农产品特点完成社交平台日常内容的发布工作；
- (9) 能够对农产品品牌名、内涵、定位、价值等作出简单的设计；
- (10) 能够处理、美化图片；
- (11) 能够进行短视频拍摄及后期制作；
- (12) 能够进行直播策划和现场管理；
- (13) 能够进行直播数据复盘和流程优化；
- (14) 能够处理订单，恰当解决纠纷；
- (15) 能够有效的开展网络营销效果的评估；
- (16) 能够撰写网络营销分析报告；
- (17) 能够维护与供应商、物流商、客户等关系；
- (18) 能够制作物流服务商质量评估表；
- (19) 具备基本的电商创业能力。

六、课程设置及要求

全面推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材

进课堂进头脑，按规定开齐开足公共基础必修课程、专业基础课程、专业核心课程，加强专业实训教学，突出特色开设人文素养、科学素养、专业综合能力提升等选修课程、拓展课程或专题讲座，积极组织学生参加劳动实践、创新创业实践、志愿服务及其他社会公益活动，将知识、技能、素养教育融入到专业教学和社会实践。

（一）公共基础课程设置及要求（必修）

序号	公共基础课程	主要教学内容与要求
1	思想道德修养与法律基础	本门课程是中宣部、教育部规定的大学生的必修课，各专业的公共基础课。通过学习，使学生树立科学的世界观、人生观、价值观、道德观、法制观。培养学生的爱国主义情操，坚定理想信念的自觉，激发敬业创新精神，形成健全人格的品质与心理素质，掌握工作、生活中的基础法律理论，树立法治意识。通过引导和学习，使学生具备作为现代公民的道德素养和法律素养。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	本门课程是中宣部、教育部规定的大学生的必修课，各专业的公共基础课。本课程通过对马克思主义中国化理论成果怎样解决中国革命、建设、改革各个阶段问题的分析，帮助学生了解中国特色社会主义事业怎样在继往开来中不断向前发展，马克思主义中国化怎样在承前启后中持续向前推进；帮助学生深刻认识坚持马克思主义指导地位对实现中华民族伟大复兴的重要性，增强他们学习马克思主义理论的自觉性。
3	形势与政策	本课程结合当前国际国内形势以及高等教育改革形势，通过介绍当前国内外经济政治形势、国际关系以及国内外热点事件等，阐明我国政府的基本原则、基本立场与应对政策，宣传社会主义核心价值观，帮助学生树立正确的人生观、价值观。

4	大学语文（含应用文写作）	本课程以听、说、读、写为基本载体，着重培养学生的阅读与理解，表达与交流等语文应用能力，是融思想性、知识性、审美性、人文性和趣味性于一体，提高学生文化素养和职业基本素质，提升学生思想品质和审美悟性必修的公共基础课程。本课程对于提高学生的职业能力，丰富学生的职业情感，促进学生的职业发展，继承传统文化，建立精神家园、重塑人格，提升学生行为修养，为学生成长为高素质，有文化的现代职业人提供支撑和保障。
5	大学英语	本课程重点通过听、说、读、写教学，培养学生实际应用英语的能力，注重培养学生听说能力和实际应用语言的技能，特别是用英语处理与本专业职业生活相关的业务能力，培养具有一定的英语基础知识和语言技能的高素质技术技能人才。
6	计算机文化基础	本课程旨在使学生了解计算机应用基础知识，掌握windows操作系统，office办公软件和使用互联网等计算机基本操作技能，能够运用计算机进行日常的信息加工和处理，提高学生办公事务的信息化处理能力，是培养学生的信息技术素养、网络安全意识、创新意识，提高学生职业能力和就业素质的一门必修公共基础课程。
7	大学体育	本课程旨在指导学生科学有效开展身体健康锻炼，重点以体育与健康知识，技能与方法为主要学习内容，树立健康生活工作方式，养成良好体育锻炼习惯，增强学生体质健康水平，完善与职业岗位相适应的身体素质储备，提升体育和素质素养为主要目的，是为学生未来的学习、生活、工作、职业发展提供良好的身心素质基础的一门公共基础必修课。
8	高等数学	本课程旨在培养学生运用数学中的微积分学、微分方程、概率论与数理统计等相关的基本思想方法，培养学生的基本运算能力，逻辑推理能力以及解决实际问题的能力，使学生能够运用数学思维解决实际学习和工作中出现的问题，提升学生的综合素质。
9	心理健康教育	本课程旨在宣传普及心理保健知识，帮助学生认识健

		康心理对成长成才的重要意义，指导学生树立心理保健意识，掌握心理健康知识和心理调适方法，指导学生学会正确认识评价自己，悦纳自己，增强社会生活的适应能力，压力管理能力，问题解决能力，人际交往能力，自我管理能力和等，培养学生拥有乐观向上，积极进取的人生态度，并能够科学规划自己的未来和人生。是学生综合职业素养能力培养的一门必修公共基础课程。
10	人文素养、科学素养选修课程	根据专业人才培养需要，提供中国传统文化、创新创业、演讲与口才、安全教育、劳动教育等人文素养、科学素养网络选修课程，每学期至少选修1门课程，通过线上学习、线下辅导，在线考试获取选修课程学分。
11	劳动教育	主要包括日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动中的知识、技能与价值观。日常生活劳动教育立足个人生活事务处理，结合开展新时代校园爱国卫生运动，注重生活能力和良好卫生习惯培养，树立自立自强意识。生产劳动教育要让学生在工农业生产过程中直接经历物质财富的创造过程，体验从简单劳动、原始劳动向复杂劳动、创造性劳动的发展过程，学会使用工具，掌握相关技术，感受劳动创造价值，增强产品质量意识，体会平凡劳动中的伟大。服务性劳动教育让学生利用知识、技能等为他人和社会提供服务，在服务性岗位上见习实习，树立服务意识，实践服务技能；在公益劳动、志愿服务中强化社会责任感。
12	中国传统优秀文化	通过学习本课程，帮助学生深入了解中国博大精深的传统文化，领略传统文化的魅力，解读传统文化的精髓，从中获得人生的启迪，提升学生的民族自尊心、自信心、自豪感，引领学生形成高尚的道德情操、正确的价值取向。

(二) 专业(技能)课程

(1) 专业基础课程

序号	专业基础课程	主要教学内容与要求
1	消费者行为学	课程紧紧围绕消费者展开,帮助学生了解什么是消费者,他们的行为有哪些,了解消费者行为对于营销、产品、市场等方面的意义,最重要的是学生必须了解哪些因素会对消费者行为产生重要影响,特别是网络消费者,通过案例进一步认知这些影响因素。
2	商务礼仪与商务谈判	课程以商务谈判流程为主线,穿插基本的礼仪知识内容,具体包括商务人员形象设计、商务谈判准备、商务谈判开局、商务谈判实质磋商、商务谈判完成、商务谈判技巧应用、商务谈判礼仪方案设计、跨文化商务谈判和综合模拟谈判。
3	统计学原理与实务	本课程是数据分析的一门基础理论课程,教学内容应该包含:统计学基本概念、知识、原理的概述,统计调查的流程方法、统计整理、数据分析方法等,同时教会学生如何利用 excel 做一些基本的数据分析与数据分析图表。
4	电子商务概论	课程围绕传统电子商务内容展开,涵盖电子商务的发展历史与现状、电子商务的基本理论、电子商务的技术基础、电子商务的主要模式、电子商务与网络营销、电子商务与物流配送、电子商务支付与安全等,是电子商务认知性理论课程。
5	移动商务基础	学生在对传统电子商务有概貌性的认知后,进一步学习移动商务,课程应该围绕移动商务基础理论知识展开,包括:移动商务兴起的条件、移动商务的带来的变革、移动商务的概念特征、移动商务的技术基础、移动商务的模式、移动商务与电子商务、移动商务与移动营销、移动商务支付与安全等。
6	市场调研与分析	本课程以应用及实践为侧重点,内容涵盖了市场调研涉及的所有活动。课程着力于市场调研理论的描述和前沿学科知识的介绍,引入近年来的新

		理论、新理念和新方法；突出应用导向，注重方法的使用，结合相关案例详细描述了方法的应用；面向实践使用，注重对实践的指导，各章节的重点难点问题都配有相应的典型案例，通过案例分析、延伸阅读等内容的设计强化市场调研与分析的应用性，可直接辅助市场调研的组织和诊断。
7	商品学	本课程主要内容包括商品分类与编码、商品自然属性、商品质量与品种、商品标准化与质量认证、商品检验、商品包装、商品养护、副食品、纺织品、日用工业品、商品与环境等常见商品学理论知识和实践性内容。
8	图形图像处理	PS 的使用能力，是设计类人员的一项基本能力，此课程以 Photoshop CC 为教学基础软件，帮助学生掌握图像处理的基础知识、软件常用工具，在实际操作中具备绘制图像、编辑图像、抠图、调色、文字处理、蒙版、滤镜等 PS 较为基础常用技能。

(2) 专业课程

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	商品拍摄	本课程涵盖摄影器材的准备、相机的使用、道具及背景的选择、光线的运用、布光的方法、构图的方法、及典型的商品拍摄实例。通过列举实例，强化实训，让学生具备商品拍摄的能力。
2	农村与农产品认知	本课程分为农村篇、农业篇和农人篇三个板块，让学生对农村基础知识、各类农产品特点、地标农产品与农产品特色挖掘、农产品质量安全体系认证以及电商新农人应掌握的基本技能和具备的基本素质有基本认识 and 了解，为农村电商工作的开展奠定基础。
3	创意文案与营销策划	本课程分为创意文案与营销策划两大板块，全面剖析现代营销学中的文案之道，立足实战，旨在用通俗易懂的语言为学生阐述提高文案写作水

		<p>平的技巧与方法,教学结合经典案例分析与文案模板进行。创意文案篇总结了文案创意理论实战技巧,进一步拓宽学生视野、洞悉文案创意本质。营销策划篇详细阐述营销策划的基本原理、基本原则及基本流程,配有各种营销策划文案范文及案例,简洁、明了地展示了营销策划文案的撰写技巧。</p>
4	直播运营实务	<p>本课程立足于当前国内直播行业的发展现状与趋势,分别以直播营销与运营、直播电商、淘宝直播作为课程主线,内容涵盖硬件配置、直播间布置、妆容搭配、直播策划、引流话术、主播IP、粉丝互动、渠道引流、营销转化、电商带货等实战技巧,全景式揭示直播运营的操作思路、工具与方法,旨在提供一站式直播解决方案,强调实践能力的培养。</p>
5	移动商务渠道推广实务	<p>本课程以项目驱动模式展开教学,共分为七个项目,具体包括移动商务营销认知、微信营销、微博营销、社群营销、二维码营销、微海报营销和O2O营销。课程强调项目的具体实施,突出移动商务渠道推广知识的提炼与总结,强调实践能力的培养。</p>
6	农产品营销策划与设计	<p>本课程以农产品特性挖掘为起点,以营销策划文案设计为主线,从农产品营销策划、农产品营销组织实施、农产品营销效果监控、农产品策划工作管理几个方面展开教学,并辅以农产品网络营销活动策划综合案例分析,突出知识、方法、技能和实践体验过程的融合,以学生的职业思维观念和实际操作能力的培养作为教学的重心,具有很强的实用性。</p>
7	农产品品牌策划与管理	<p>本课程涵盖品牌环境与概论、品牌定位与设计、农产品品牌传播与管理和农产品包装与设计四大方面内容,同时通过农产品品牌策划综合案例分析研讨,力图将品牌策划与管理基础理论与策划实务予以深度融合。课程以品牌策划的基本流</p>

		程为起点，体现科学性、实用性与前瞻性。
8	客户关系管理	本课程围绕如何策划并实践客户关系管理这一主线，对客户关系管理的相关理论、实施方法和技术应用进行了说明。课程系统地阐述了客户关系管理概述、信息技术和收集客户数据、客户忠诚、客户留存策略、赢回和获取策略、数据分析与发布等内容，帮助学生在在学习中掌握客户关系管理的应用性技术与相关知识。
9	农产品物流与供应链管理	本课程从物流与供应链管理基本概述入手，以农产品为主体，阐述了农产品物流与供应链管理模式、农产品采购管理、农产品仓储管理、农产品库存管理与控制、农产品运输、农产品配送与客户服务等知识，循序渐进的引导学生学习农产品物流与供应链管理。
10	农村电商创业	本课程对电商创业系统性解析，以农村电商创业的实用案例和经典案例为载体，介绍电商创业理论，分析农村电商创业方法，启发农村电商创业思路，包含创业基础与电商创业、电商的发展与前景，创业策划书撰写技巧，农村创业资金申请，创业风险等方面的知识，为农村电商专业方向学生毕业后创业奠定基础。
11	视觉营销	本课程从认识产品图开始，从色彩与构图、画面配图处理、电商元素组合处理、文案排版、店铺版式设计、移动端设计，一条线贯穿电商视觉营销的系统内容。教材从理论到实践、从情境到案例，能够更好的帮助学生深入浅出的学习电商视觉营销。
12	短视频拍摄与后期制作	本课程为短视频全案例、全流程实操课程，全书知识点涵盖短视频创作流程、特点及常见类型；短视频制作软件在影视作品制作中的技术和方法；文案与脚本的编写原则、场景布置的技巧、拍摄工具的选择及使用方法、视频剪辑的基本规则、镜头组织的常用技巧、特效的使用、声音的处理与字幕的制作、短视频的推广策略及快速变

		现,帮助学生了解短视频拍摄及制作的基础知识及常用技巧。
13	移动商务平台营销实务	本课程立足于各移动商务平台,从网店认知、微网店开设、微网店推广、微网店促销管理、农产品垂直领域 APP 认知、拼多多等方面展开教学,帮助学生了解各移动商务平台的基础知识及其常用营销技巧。
14	多电商平台营销实务	本课程对苏宁云台网店、国美在线网店、中农网、一地一味等平台作出了基本介绍,对各平台的开设方式、网店营销手段等内容进行了详细阐述,帮助学生对各电商平台知识有进一步了解,为学生开店创业奠定良好基础。
15	农产品电商平台运营基础	本课程以项目驱动模式展开教学,共分为七个项目,具体包括:电子商务与网络零售平台认知、商品拍摄与网店装修、商品信息编辑与发布、网店推广与营销、物流与配送管理、网店经营数据分析和综合案例,课程将一个完成且真实的项目的全过程进行了分解,系统呈现了农产品电商平台运营的全过程,帮助学生进一步深化电商平台运营知识,提升技术技能。
16	数据营销	本课程以案例形式进行教学,学生在了解大数据营销基础知识后,进一步对网店数据化营销、微博数据化营销、微信数据化营销、邮件数据化营销中营销目标制定、方案制订、方案实施和效果评估内容进行知识讲解与案例剖析,并通过农产品数据化营销综合案例进一步巩固学生知识。

(3) 专业拓展课程 (选修课程)

序号	专业拓展课程	主要教学内容与要求
1	网络广告学	本课程主要内容为:了解有关网络广告的相关法律与惯例、掌握网络广告策划的基本程序、熟练掌握网络广告的策划流程、掌握网络广告经费预算的方法以及熟练掌握网络广告的管理方法。

2	电子商务法律法规	本课程主要介绍了：电子商务主体、电子合同、电子签名与电子认证、电子支付、电子商务税收、电子商务安全、电子商务中的知识产权、电子商务市场秩序、电子商务争议解决机制等电子商务相关法律知识，同时注重案例教学，以培养并提高学生的实际应用能力。
3	农村电商政策解读与行业分析	解读分析电商行业与农村电子商务相关政策，加深学生对本专业的感性认识，掌握分析市场的方法，提高学生对行业的预判能力。
4	心理学	本课程通过大量的案例分析、原因分析、内容分析等，以期让学生或电商运营人员学到更多的电商销售心理学知识。

(4) 素质拓展项目

序号	素养拓展项目	考核内容与方式	类别模块
1	特色晨读/晚读	传统文化、国内外经典作品诵读	文化素养
2	志愿者服务	累计时间达 16 个小时计 1 分，以此类推（出具主办方提供的证明）	感恩教育
3	社团活动	参加各级各类社团活动记录及指导教师评价成绩	职业素养
4	体育活动与竞赛	平时参加体育活动的记录，参加院级以上项目获奖可申请替代学分	素质教育
5	参加院校级各类比赛、作业作品展赛等活动	提供参加各级各类院校级比赛活动获奖证书，可申请替代学分	职业素养
6	勤工俭学（校内）	提供学生处开具的勤工俭学证明	职业素养
7	企业、市场、社会调研	根据专业对接行业企业，统一组织或学生个人前往企业、市场、社会开展考查调研，并完成调研报告（2000 字）	专业素养
8	职业技能大赛	参加院级及以上职业技能大赛，	专业

		获奖可申请替代学分	素养
9	假期社会实践	利用业余时间或假期参加时间，完成实践报告（2000字），获奖可申请替代学分	职业素养
10	参加各类专题讲座、研讨	参加院校组织的安全教育、社会责任、绿色环保、管理等人文素养、科学素养方面的专题讲座、专题研讨活动，提供每学期参加活动一览表及一份总结报告（2000字）	素质教育

(5) 专业实践教学

序号	专业实践项目	考核内容与方式	类别模块
1	企业认知实习	参加企业参观、见习、认知实习，提交认知实习报告（2000字）	职业素养
2	校内专项实训	根据专业课程安排，完成校内实训室实训项目训练，通过实训项目评比、实训作品评比考核，获奖可申请替代学分	专业技能
3	企业工学交替实训	根据教学安排，赴企业开展阶段性工学交替实训，填写工学交替实训手册，由企业师傅、指导教师、学生共同评出实训成绩，根据实训情况16-18学时计1学分	专业技能
4	顶岗实习	根据教学安排，学生赴企业开展不少于6个月的顶岗实习，填写顶岗实训手册，撰写顶岗实习总结，由企业师傅、指导教师、学生共同评出顶岗实训成绩	素质教育
5	毕业设计	根据专业特色，在教师指导下进行选题，完成开题报告、毕业设计，通过答辩，获得相应学分。	职业素养

本专业实践教学学时安排占总学时数50%以上。通过实

施“校内基地基本技能实训”“校外企业见习、实践进行职业能力训练”“企业工学交替、顶岗实习就业能力训练”的“三训结合实训教学模式”，有效组织学生赴企业认知实习、跟岗实习、顶岗实习等多种实习方式，强化以育人为目标的实习实训考核评价。认真落实学生顶岗实习6个月的规定，加强校内外实训基地建设，强化学生实习实训。统筹推进文化育人、实践育人、活动育人，广泛开展各类社会实践活动。

七、教学进程总体安排

(一) 全学程教学历程

农村电子商务专业全学程教学历程表

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	A	A	B	B	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	D	D
二	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	D	D
三	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	E	E	D	D
四	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	E	E	D	D
五	C	C	G	G	G	G	G	G	G	G	E	F	F	F	F	F	F	F	F	F
六	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F

注：A 入学教育，B 军事训练，C 课程教学，D 复习考试，E 技能鉴定，F 顶岗实习，G 毕业设计

(二) 公共课、专业课设置及学时分配

高职每学年安排40周教学活动。三年制高职总学时数不低于2500，鼓励学生自主学习，公共基础课程学时应当不少于总学时的1/4。高职选修课教学时数占总学时的比例均应当不少于10%。一般以16—18学时计为1个学分。鼓励将学生取得的行业企业认可度高的有关职业技能等级证书或已掌握的有关技术技能，按一定规则折算为学历教育相应学分。

1. 课程学时学分分配

学分分配	学时总数	学分总数	备注
总学时	≥2500	130-150	
公共基础课	≥625	≥35	
选修课	≥250	≥15	
实践课	≥1300	≥72	

2. 替代学分和奖励学分核算

项目	一等奖/高级	二等奖/中级	三等奖/初级
国家级获奖	12	10	8
省级获奖	10	8	6
市、院级获奖	8	6	4
系部级获奖	4	2	1
职业资格证书	6	4	2
技能等级证书	6	4	2
品德评价证书	6	4	2

(三) 理论课、实践课设置及学时分配

理论与实践教学时数比例表

课程类别	学时数	占总学时百分比	备注
理论教学	1144	45.96%	
实践教学	1345	54.04%	
总学时	2489	100%	

注：1、理论教学总学时包含公共课与专业课总学时（不含实验课）

2、实践教学总学时包含实验、实训学时数

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

学院农村电子商务专业现有从事专业课教学的教师 11 人。其中高级职称 4 人，中级职称 6 人，本科及以上学历比例为 100%。11 人是具有电子商务专业职业资格证书或有企

业工作经历的“双师型”教师，专任教师双师型比例 100%。农村电子商务专业教学团队平均年龄 38 岁，中青年教师比例高，师资基础较好，教师工作状态积极，发展潜力大，今后学院将通过加强师资培训，选派教师赴企业实践、加大人才引进、外聘企业兼职教师等不断优化师资结构，提高教学团队的教学、科研和企业项目实践能力，以农村电子商务专业人才培养质量。

2. 专任教师

电子商务专业专任教师能够严格遵守师德规范，努力争做有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心的“四有教师”；11 人具有本科及以上学历，其中研究生学历 5 人；11 人具有高校教师资格证书；6 人次参加了电子商务专业国家级骨干教师培训、省级骨干教师培训、国家级骨干教师赴企业实践锻炼，学院农村电子商务专业专任教师能够通过参与校企合作工作、指导学生赴企业工学交替实践、顶岗实习等，完成教师赴企业实践任务。通过开展教学实践，具有扎实的电子商务相关理论功底和实践能力，较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究，胜任学院农村电商专业教育教学工作任务。

3. 专业带头人

学院在农村电子商务专业专任教师中，选拔培养 1-2 名具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外电子商务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对农村电子商务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，在本区域或本领域具有一定的专业影响力的专业带头人，学院将通过支持专业带头人参加国内外进修培训、参与企业产学研实践、参与课题研究，辅导学生技能竞赛、编写校本教材、开发课程资源等多种途径，不断提升专业带头人的理论水平、技术能力和教学能力，带动专业教学团队建设，在专业建设与课程改革中发挥重要作用。

4. 兼职教师

为了补充学院专业师资不足，优化师资队伍结构，提升专业教学团队的整体素质，根据专业教学需要，学院建立电子商务专业兼职教师库，要求企业兼职教师学习职业教育改革最新理论，按照职业教育改革实施方案的相关规定实施教学；要求企业兼职教师参与本专业的教研活动，定期参与电子商务、农村电子商务相关教学和实训、实践；为学生提供企业现场教学，企业课堂讲学等内容。把企业新的技术、新的管理理念引入教学当中，对教学中存在的问题及时进行总结和反思。

（二）教学设施

1. 具备的专业教室基本条件

每个教学班均配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或WiFi环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 本专业校内实训室条件

序号	实训室名称	实训室功能
1	农产品电商运营实训室	该实训室主要是为了满足学生对农产品包括平台运营、营销推广、客户服务及相关运营数据分析技能的训练，综合提升学生农产品电商运营的实践及就业能力。
2	农村电商物流与供应链实训室	农村电子商务物流与供应链实训室主要帮助学生从采购到仓储、打包配送等整个物流流程的学习与展示，包含相关设备、包装材料的认知，同时配合电商物流等相关软、硬件进行货物分拣、打包和票据流转，使学生不仅对农村电商物流与供应链有整体性了解，还能对流程中核心岗位技能进行基础训练，加强学生对农村电商物流与供应链管理的认知，提升实操能力。
3	短视频/直播实训室	该实训室主要是满足学生对农产品直播运营、短视频拍摄和后期制作实训需求，该实训室需具备农产品直播运营、短视频及后期制作的器材及环境所需的基础硬件条件，同时还应有短视频后期制作的软硬件条件，基于直播和短视频的实操训练，最终逐渐培养学生农村电子商务网络营销的实操能力。
4	商品拍摄与图片处理实训室	该实训室主要是满足学生对拍摄和图片处理实训需求，该实训室需具备商品拍摄器材及环境所需的基础硬件条件，同时还应有商品图片设计处理的软硬件条件，基于商品拍摄和图片设计处理，最终逐渐培养学生农村电子商务视觉营销设计的实操能力。
5	商务谈判实训室	在商务谈判实训室中，学生可以通过亲身体验不同的典型谈判过程来理解授课中所讲述商务谈判理论与谈判技巧，通过不同谈判任务不断提高和掌握商务谈判的综合技能。
6	农村电商创新创业实训室	该实训室主要是满足学生利用校园环境体验运营农村电商真实项目的实践需求，提供有农村电商服务站类似的场景台，让学生按照其运营流程真实完成站点的项目运营管理，并且可以以仿真化的企业环境，满足承接企业项目任务的实践需求。

3. 本专业校外实训室基地建设情况

本专业第 5、6 学期为学生专门进行校外见习、实习时段，加强与电子商务、农村电子商务大中型企业、服务机构

的密切合作，与农村电商相关企业、服务站点/中心、县域电子商务园区建立战略合作关系，实践“订单式”培养、“顶岗实习实训”等多种工学结合的校企合作模式，实现校企共赢发展。

4. 本专业学生实习基地建设情况

具有稳定的校外实习基地；经营业绩良好、能够提供实践指导教师；具有完善的培训机制和提供住宿条件的企业作为学生实训基地；有保证实习生日常工作、学生、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的情况

主动适应“互联网+职业教育”新要求，修订完善学院“三延伸两融合”教学模式改革实践，全面提升教师信息技术应用能力，积极推进信息技术与教学融合实践，通过数字化校园环境建设、数字化教学资源库应用与建设，加快建设智能化教学支持环境，推动大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的广泛应用，引导鼓励教师利用信息化教学资源、教学平台，仿真模拟平台实施教学，积极推动教师角色的转变和教育理念、教学观念、教学内容、教学方法以及教学评价等方面的改革，为学生终身学习服务。具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；教师开发并利用信息化资源、教学平台、创新教学法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

1. 教材选用情况

学院制定完善教材选用制度，建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，坚持按照国家规定选用规划教材或能够体现新技术、新工艺、新规范等的高质量教材，支持和鼓励教师开发符合国家要求的校本教材，制定严格的校本教材使用规范。

2. 图书文献配备情况

学院建有 3.6 万平方米的图书馆，馆藏图书文献纸质版 23 万册，电子版图书 60 万册，配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，并为师生提升了方便的查询、借阅。购置了期刊库、有 400 多门网络课程的超星尔雅学习平台，专业类图书和学术期刊逐年采购和补充，能够满足本专业教育教学研究需要。

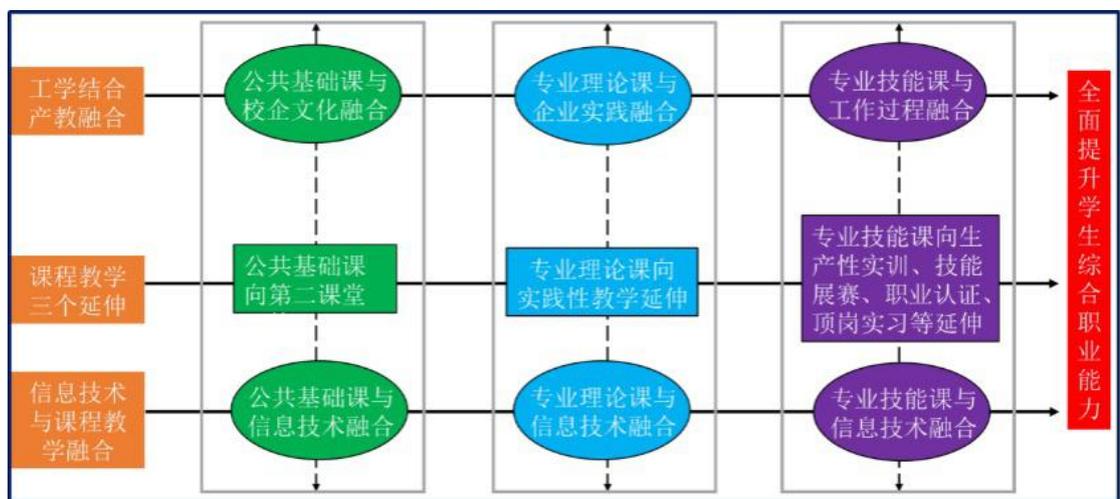
3. 数字教学资源配置情况

学院旅游管理专业建设和配备有多种教学资源，有丰富的音视频素材、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，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

构建适应“互联网+职业教育”新要求，积极推进“公共基础课向第二课堂和校企文化融合延伸”“专业理论课向实践性教学延伸”“专业技能课向工学结合、技能展赛、顶岗实习岗位技能延伸”“信息技术与教学融合”“产教融合”

的“三延伸两融合”教学模式改革实践，充分利用数字化教学资源、校企合作资源，推进本专业开展项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学、仿真模拟教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，逐步推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式，加大实践教学力度，做好专业实训教学超过 50%，提高课堂教学质量，强化学生职业技能训练。



图：“三延伸两融合”教学模式图示

本专业构建了“以岗位职业能力需求为核心、以职业能力培养为主线、岗位工作为导向”的课程体系，通过实施“专业—岗位—能力—任务—项目—课程”六位一体式双向融通的人才培养模式，通过开展“课程教学项目化、实践教学任务化、技能训练标准化、实训项目专门化、顶岗实习岗位化”，将职业素质训练贯穿于教学及实训的各个环节，建设特色课程，有效实施“校内基地基本技能实训”“校外企业见习、实践进行职业能力训练”“企业工学交替、顶岗实习就业能力训练”的“三训结合实训教学模式”，促进校企文化融合，强化学生职业能力培养。

（五）学习评价

根据学院构建的“六位一体”多元化学生综合能力评价体系要求，充分利用数字化校园环境建设的优势，严格落实本专业培养目标和培养规格要求，有效开展“学生品德评价、学业成绩评价、拓展活动参与评价、技能定级评价、工学交替评价、顶岗实习评价”等六个方面的综合评价，引入

图：“六位一体”多元化学生综合能力评价体系

自评、互评、企业评、社会评等多元评价，客观公正、全过程、全方位进行学生综合能力评价，引导学生自我管理、主动学习提高学习效率。为学生搭建展示才能的舞台，提高学生的综合职业能力。

1. 有效开展学生思想品德评价，建立学生成长档案。坚持把立德树人作为根本任务，深化“三全育人”综合改革，全面推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课



堂进头脑，积极培育和践行社会主义核心价值观。通过加强学生思想品德教育，在学生的思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育各环节融入社会主义

核心价值观，推动专业课教学与思想政治理论课教学紧密结合，切实提升思想政治工作质量。通过制定学生思想品德评价标准，利用数字化教学环境建设、大数据分析等先进手段，建立学生思想品德成长档案，根据学生在校综合表现和参与各类活动的情况，在本专业各班开展学院、家庭、社会共同参与的学生思想品德评价改革。

2. 开展多形式学生学业成绩评价，完善学生学籍档案。

根据农村电子商务专业学生在校期间开设的课程，根据公共基础课、专业理论课、专业技能课等课程教学特点和电商专业专业特色，制定各学科考核标准和考试评价细则，采用理论测试、理论与技能测试相结合、技能竞赛、作业作品展评、技能定级等多种形式考核评价学生的学业成绩，修订和完善学生学籍档案，探索基于数字化教学环境，加强学生学籍档案管理的新模式，实现学生学业成绩信息化管理。

3. 重视学生专业拓展活动评价，强化学生职业素养培养。

制定农村电子商务专业技能竞赛、作业展评、社团活动评价标准，构建以赛促学、以赛促练、以赛促评综合评价改革。结合农村电子商务专业各学科教学特点，积极组织农村电子商务专业各年级各学科学生广泛开展“科科有训练、周周有展示、学期有竞赛、层层有选拔”活动，实现以赛促学、以赛促练、以赛促评。制定农村电子商务专业各学科各年级各项目竞赛训练队活动方案、社团活动、作业作品展评的计划、实施方案、竞赛规程、评价标准，学生奖励制度等，鼓励学生结合自己的特长、兴趣参加学院各类竞赛训练、各种社团

活动及作业作品展评活动等，整理归档各类活动资料，总结竞赛训练、社团活动、作业作品展评等活动的开展对促进学生专业技能和专业综合能力提升的成果。

4. 积极参与实施 1+X 证书制度试点。充分发挥学院职业技能鉴定所的服务功能，结合学院农村电子商务专业的课程特点，以电子商务专业相对应的岗位工种开展职业资格准入工作为抓手，认定技能和等级考试的科目，根据技能定级评价，鼓励学生制定技能定级标准和技能定级培训方案等，引进企业技能评价标准和职业资格认证，通过鼓励学生考取行业、企业认证有职业资格证书，积极开展“1+X”证书试点工作，实现“以定促学，以定促评”评价模式改革。

5. 企业共同参与学生工学交替实践评价，提升学生综合实践能力。充分发挥农村电子商务专业校企资源优势，依托校内外实训基地，广泛开展学生实训基地见习、工学交替实践，制定学生工学交替实践考核评价细则、优秀实习生评价标准等，通过校企双方面共同评价学生工学交替实习的真正。

6. 利用信息化平台，加强学生顶岗实习跟踪管理，形成多元参与的顶岗实习评价机制。创新学生顶岗实习管理机制，完善农村电子商务专业校企共同评价学生综合能力的内容和形式。广泛与电子商务专业合作企业研讨，制定校企合作协议，学生赴企业顶岗实习管理制度，学生实习就业协议等，完善班主任参与顶岗实习学生管理的相关规定，根据学生顶岗实习成绩评定表，实习总结，企业实习员工评价等相关资料综合评定学生顶岗实习成绩。依托数字化校园环境建设，

逐步实现学生顶岗实习远程管理，创新基于网络平台的学生自评、互评、班主任评价、企业管理者评价等方式。

（六）质量管理

1. 为落实《国家职业教育改革实施方案》，推进国家教学标准落地实施，提升本专业教育教学质量，根据每年度《职业院校人才培养工作状态数据采集》、《职业院校教育质量年报》及甘肃省职业院校教学质量诊断与改进机制等工作要求，学院建立建全专业教学质量监控管理制度，不断完善课堂教学、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，达成人才培养规格。

2. 学院与二级学院不断修订完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 学院与二级学院共同合作，建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、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。

4. 通过各专业教学部或专业教研积极参与教学质量诊断与改进工作，充分利用人才培养工作状态数据、质量年报、诊断与改进等评价分析结果，根据产业发展趋势和行业人才需求，引进行业企业、第三方评价机构等多方参与的专业人

人才培养方案动态调整机制，强化教师参与教学和课程改革的效果评价与激励，做好人才培养质量评价与反馈，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

根据农村电子商务专业人才培养方案规定，学生的毕业要求是：学生通过三年学习，需达到以下毕业要求：

（一）学时学分及成绩要求：

学生必须完成不低于 2500 学时的教育教学活动，各门功课考核合格，至少考取一个与本专业相关的职业资格证书，修满不低于 150 学分的总学分，其中必修学分不低于 130，选修学分或专业拓展项目替代学分不低于 20。

（二）基础素养能力要求：

1. 具有良好的思想道德和职业道德修养；
2. 具有良好的文化修养；
3. 具有良好的身体素质；
4. 具有良好的心理素质。

（三）职业能力要求：

1. 具备从事农村电子商务行业的基本能力；
2. 具备农村电子商务各岗位的基本技术与技能；
3. 具备电子商务企业基层的管理能力。

（四）跨行业职业能力：

1. 具有适应岗位变化的能力，该专业毕业生也能从事与电子商务行业岗位的工作；
2. 具备市场营销及策划的能力，能从数字营销等工作。

十、附录

附录一：编写说明

（一）方案编制依据：本计划以教育部《关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》、《关于制订高职高专教育专业教学计划的原则意见》和 2018 年兰州现代职业学院人才培养方案修订指导意见等文件为依据，并结合本专业目前的实际情况编写。

（二）方案的特点：本计划把社会主义核心价值体系贯彻到人才培养方案中，重视培养学生的诚实品质、敬业精神和责任意识，以"以服务为宗旨、以就业为导向"为指导设计学生的知识、能力、素质结构和人才培养方案，以培养高素质技能型人才为目标构建课程和教学内容体系，加大了实践教学环节的比例

（三）学分说明：本专业毕业的最低学分为 130 学分。

附录二：教学进度安排

课程类型	课程名称	学时	学分	周学时	学时分配		学年、学期及周学时						考核		备注
					理论学时	实践学时	一		二		三		考试	考查	
							1	2	3	4	5	6			
公共基础课	思想道德修养与法律基础	60	3	4	54	6	4						√		
	毛泽东和中国特色社会主义理论体系概念	72	4	4	60	12		4					√		
	大学英语	99	6	3	99	0	3	3					√		
	高等数学（含专业数学）	66	4	4	66	0	2	2						√	
	大学语文（含应用文写作）	66	4	2	66	0	2	2					√		
	普通话	33	2	1	15	18	1	1						√	
	计算机文化基础	96	5	4	48	48	4	2					√		
	大学体育	138	8	2	21	117	2	2	2	2			√		
	职业生涯规划	18	1	1	18	0			1					√	
	形势与政策	69	4	1	63	6	1	1	1	1				√	
	艺术欣赏	30	2	2	30	0	2							√	
	大学生创新创业	28	2	2	28	0					2			√	
	就业指导课	28	2	2	28	0					2			√	
	心理健康教育	36	2	2	36	0		2						√	
	中华优秀传统文化教育	16	1	1	6	10	1							√	
劳动教育	16	1	1	6	10	1							√		
小计		871	51	36	644	227	23	19	4	3	4				
专业基础	经济学	56	2	4	56	0					4			√	
	消费者行为学	36	3	2	36	0		2					√		
	市场营销	72	4	4	36	36			4				√		
	商务礼仪与商务谈判	56	3	4	28	28					4			√	

课程 类型	课程名称	学时	学分	周学时	学时分配		学年、学期及周学时						考核		备注	
					理论 学时	实践 学时	一		二		三		考试	考查		
							1	2	3	4	5	6				
	军事训练（含入学教育）	148	4		36	112	2 周									
	毕业（顶岗）实习	360	20			360						20 周				
	毕业（论文）设计	72	4			72					4周					
	就业前心理辅导专题										1周					
	专业发展专题										讲座					
	素质拓展课 I	10				10										
	素质拓展课 II	10				10										
	素质拓展课 III	10				10										
	合计	2831	153	114	1388	1443	28	29	28	28	18					