

沈阳北软信息职业技术学院

电子商务专业

自 评 报 告

系 部： 现代商务与管理系

专 业： 电子商务

完成时间： 2021-10-20

专业负责人签字： 赵小川

二〇二一年 十 月

目 录

一、专业概况及基本状态数据	1
(一) 专业概况	1
(二) 专业基本状态数据表	2
二、专业培养目标及发展规划	3
(一) 专业建设目标及成效	3
1、专业建设目标	3
2、毕业生主要就业领域与性质	4
(二) 专业定位和服务面向	4
(三) 人才培养目标	5
1、人才培养目标	5
2、人才培养目标达成度评价制度	5
3、人才培养目标修订制度	5
(四) 专业发展规划	6
1、建设背景	6
2、建设目标	6
3、建设目标及举措	7
三、人才培养方案及课程体系	10
(一) 专业人才培养方案的修订依据	10
(二) 专业培养方案	10
1、职业面向	10
2、培养目标	10
3、培养规格	10
4、课程体系设置思想	12
(三) 课程体系结构和学时分配	13
1、课程设置	13
2、课程体系修订机制	13
(四) 人才培养模式改革	14
1、探索建立面向职业的专业结构能力递增模型	14
2、着力提升授课质量，创新学徒制模式	14
3、充分发挥实践基地人才培养作用，助推学生职业技能提升	14
四、师资队伍	15
(一) 队伍建设	15
1、专业师资建设规划	15
2、专业师资建设举措	16
3、专业师资建设成效	17

4、教师职业发展.....	20
(二) 教师配置.....	22
1、教师队伍结构.....	22
2、专任教师.....	22
3、专业带头人情况.....	25
4、兼职教师情况.....	26
5、专业基础课和专业核心课主讲教师情况.....	27
(三) 教师教研与科研.....	28
1、主要教学环节的执行情况.....	28
2、教师参与科研、成果支持教学.....	30
五、专业教学基础条件.....	31
(一) 教学设施与教学资源.....	31
1、学院层面.....	31
2、专业层面.....	32
(二) 实训教学条件.....	32
(三) 顶岗实习.....	33
六、教学过程及管理.....	34
(一) 课程教学.....	34
1、教学大纲/教学标准等基本教学文件.....	34
2、专业教材的选用情况.....	35
3、考试考核.....	36
4、其他教学资源及利用.....	37
(二) 实践教学.....	38
1、实训开设与实训内容.....	38
2、实训教学大纲/教学标准等基本教学文件.....	41
3、实习开展情况.....	41
4、毕业论文.....	43
(三) 教学管理与改革.....	43
1、教学管理人员的职责及履职情况.....	43
2、开展教学研究情况.....	45
3、教改与质量工程建设.....	45
(四) 质量监控.....	48
1、教学质量保障体系.....	48
2、教学质量监控制度.....	50
3、质量监控情况.....	52
4、主要教学环节的质量要求.....	52
5、毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制.....	54
6、专业教学持续改进效果.....	55

七、人才培养质量	56
(一) 专业技能	56
1、学生的基本理论与基本技能	56
2、学生的创新精神与实践能力	56
3、毕业论文质量	61
(二) 学生综合素质	62
1、学生思想道德素养	62
2、学生接受职业生涯指导和创新创业教育指导情况	62
(三) 社会评价	62
1、当年毕业生就业率	62
2、学生评价	63
3、社会评价	64
八、特色与优势	65
(一) 专业特色	65
1、人才培养面向定位准确	65
2、课程体系设计融合“课岗融通”理念	65
3、“双师型”教学团队培育有机制保障	66
4、“现代学徒制”实现以“学生”为核心	66
5、产业平台的助力学生职业技能的提升	67
(二) 专业优势	68
1、专业师资结构合理	68
2、产教融合基础深厚	68
九、存在的问题及今后的改进措施	69
(一) 存在问题	69
1、专业教师能力需进一步提升	69
2、校外企业教师的引进渠道单一	69
(二) 具体改进措施	70
1、推进产教融合课程团队建设, 增加骨干教师参与企业实践时间	70
2、完善校外教师引进与激励举措, 吸引更多企业导师进校授课	70

一、专业概况及基本状态数据

（一）专业概况

电子商务专业隶属于沈阳北软信息职业技术学院（以下简称“北软”）现代商务与管理系，全日制，学制3年。

2011年，北软获批设立电子商务专业，并于2012年开始招生；2012年，电子商务专业隶属于计算机系，并依据所属系部要求开展课程体系设计、专业教学团队培育，并积极践行校企合作的人才培养模式，与沈阳格微软件有限责任公司（以下简称“格微公司”）的两化融合部门共同组织实施学生的毕设任务，围绕格微公司的“中国工业淘堡网”的推广设计任务以分组形式开展了一系列实践活动；2013年，北软成立电子商务教研室，格微公司的两化融合部门开始承担传统电商课程、互联网营销类课程等专业课程以及职业技能训练和毕业设计；2014年，专业对课程体系进行全面调整，围绕“中国工业淘堡网”业务设计了一系列微课，这些微课即是后来电子商务专业“产研转化课程”的雏形；2015年，围绕“中国工业淘堡网”的业务转化，电子商务专业开始明确培养面向工业的新型电子商务人才，加大实训比重，数据采集分析实训和营销实训的比例发生了变化，格微公司三大事业部的多位员工组成“企业导师”团队参与授课，并且企业的生产平台开始在专业的实践教学中得到应用。

2016年，电子商务专业从计算机系独立，升级为电子商务系。在坚持原有授课模式与思路的同时，系部将企业的生产性平台“拷贝”成教学平台，服务专业的实训教学；2017年，北软进行系部调整并重新选聘电子商务专业负责人，确定了以“系部”为核心的管理模式。在新的管理模式下，系部积极开展核心“双师”团队的建设，明确了双师的多个角色，梳理了课程体系，并创新性设计出产研转化课及其配套教材；同年，电子商务系与机器翻译系合并组成现代商务与管理系。

2017年至今，依托格微公司产业优势，电子商务专业在教学模式与方法创新，课程体系设计，“双师型”教学团队管理，实训基地与实训环境优化，以及教学资源 and 教学平台建设等方面与企业开展了深度合作，切实提升互联网新型商务人才的培养质量，并形成了多项举措和有益经验，为辽宁企业的转型升级提供了人才保障。

同时，电子商务专业也积极与沈阳麟龙科技股份有限公司、沈阳金果信息技术有限公司、抚顺新隆嘉现代农业有限公司、沈阳晨皓网络科技有限公司、沈阳东方般若信息技术有限公司、沈阳思勤传媒有限公司、聚为科技(辽宁)有限公司、沈阳美好时光文化传媒

有限公司等十余家企业开展深度校企合作，定期邀请企业专家进校以讲座形式开展专业培训，安排学生以顶岗实习形式进企实践等。

(二) 专业基本状态数据表

A 师资情况			
在编教师总数	25		
教师职称结构 (含同级别职称人员)	教授	0	
	副教授	2	
	讲师	8	
	助教及其他	11	
教师学历结构 (最高学历)	有博士学位人数	0	
	有硕士学位人数	8	
	有学士及其他学位人数	17	
B 近三年学生数量			
年度 类别	2018	2019	2020
招生数	140	251	179
在校生数	400	481	491
毕业生数	170	90	140
C 图书资源概况			
学院藏书	总藏书量	14000	
	期刊数量	6000	
专业资源 (含院系藏书)	图书数量	200	
	期刊数量	138	
	电子图书及数据库	400	
	其他文献资料概况	10	
D 实践教学条件			
主要实验、实践、实训条件（名称、教学项目、分组等）	零售基础实训室 主要实训项目： 1.电子商务全流程认知实操实训； 2.电子商务模式剖析与优化实训； 3.品类划分与管理实训； 4.商品采购业务流程分析实训； 5.用户归因分析实训； 6.营销策略分析与优化实训；	教学项目： 1、运营综合实践： 网络营销，品牌策划，活动执行，文案写作，借助新媒体平台进行营销转化。 2、职业规划与技能巩固： 自我认识与技能评估；技能巩固与演练；面试指导与实践；专业相关就业情况介绍；简历制作-针对岗位特点调整；招聘网站的熟悉与投递；实训成果检验；实践&成果报告	

	电子商务视觉设计实训室 主要实训项目： 1.平面、色彩、立体构成的视觉应用实训； 2.电商图像素材的综合处理与制作实训； 3.电商网店主题风格设计与店铺装修实训； 4.电商网站的专题策划实训； 5.电商网站前端页面的设计与制作实训	教学项目： 万企万店建设： 电商图像素材的综合处理与制作；电商网店主题风格设计与店铺装修实训；电商网站的专题策划实训；电商网站前端页面的设计与制作。
	网络营销实训室 主要实训项目： 1.网络活动策划实训； 2.软文营销实训； 3.短视频与直播营销实训； 4.社群营销实训； 5.网络推广实训	教学项目： 网络客服实战：通过与合作企业沟通签订合作协议对实战学生进行专业化电商客服指导工作，并参与到拼多多平台等电商客服实际项目中。
	电子商务数据分析实训室 主要实训项目： 1.数据采集与处理实训； 2.数据分析模型构建实训； 3.主题数据分析实训； 4.数据挖掘与分析实训； 5.数据化运营创新实训	教学项目： 1、资源深度加工： 运用各种常用办公软件，通过人机协同实现对互联网海量数据的采集、整理和加工。培养同学们数据挖掘、数据采集、数据整合能力，格式转换能力和数据处理能力。 2、数据挖掘与分析： 运用大数据资源采集机器人，进行对海量管道资源的挖掘与采集，完成大数据资源库的建设。
	电子商务运营实训室 主要实训项目： 1.网站（店）定位设计实训； 2.网店开设与运营分析实训； 3.移动商务活动策划实训； 4.移动店铺运营与分析实训； 5.跨境电子商务活动策划与管理实训	教学项目： 万企万店建设： 电商图像素材的综合处理与制作；电商网店主题风格设计与店铺装修实训；电商网站的专题策划实训；电商网站前端页面的设计与制作。

二、专业培养目标及发展规划

（一）专业建设目标及成效

1、专业建设目标

电子商务专业旨在以就业为导向培养电子商务高技术技能型人才，深入推进产教融合；充分利用网络和信息技技术，搭建电子商务操作平台，同时结合电子商务特点在网上构建自主学习平台，让学

生真实体会电子商务的实务运作，并为学生自主创业搭建平台；积极推进订单式培养，扩大与格微公司、沈阳麟龙科技等公司的产教融合成果，使“教、学、做”一体化，利用企业资源，实行任务驱动、项目导向的教学方法，在教学中强调理论联系实际，注重“讲”与“看”、“学”与“练”的结合以及课堂与实训基地、学校与企业和社会的融合，并促进校内生产性实训与校外顶岗实习的有机衔接与融通，最终实现课堂与实习一体化、实习与就业一体化。

2、毕业生主要就业领域与性质

目前，电子商务专业合作企业在 20 家以上，学生就业率达 100%，学生就业满意度在 95%以上，并且形成了以提升学生职业素养与创新能力培养为特色的人才培养模式。

电子商务专业定期开展毕业生跟踪调查，了解毕业生主要的就业领域与性质，主要以发放问卷调查表、电话访谈、座谈等方式进行。在电子商务专业学生的主要就业 22 家的企业中，均为私营企业，分别所属信息技术，文化传媒、网络科技类、商务服务业、教育机构，以及农业、道路运输业、化学原料和化学制品制造业、建筑装饰、装修和其他建筑业。依据分析结果，电子商务专业 80%以上学生从事与电商相关职业。

表 1 用人单位领域分析

用人单位 所属领域	信息技术	文化传媒	网络科技	商务服务业	教育机构	其他
数量	6	4	4	2	2	4
比例	27.2%	18.2%	18.2%	9.1%	9.1%	18.2%

（二）专业定位和服务面向

《辽宁省人民政府关于优化产业布局和调整结构的指导意见》中要求推动电子商务实现跨越发展。支持传统企业应用信息技术发展电子商务，形成一批面向消费者的网络购物平台和面向企业的电子商务现货交易平台。继续推进网上商城建设。加大培育电子商务企业力度。引导小微企业依托第三方电子商务平台开展业务。推动社区商业电子商务发展。推进农村电子商务发展，积极培育农产品电子商务企业。支持跨境多语种电子商务平台建设。积极发展移动电子商务，推动移动电子商务向工业生产经营和生产性服务业领域延伸。学院紧跟产业结构更新发展需求，科学规划专业结构和布局，建立专业建设动态调整机制，通过采取停招、撤销、新增等措施优化专业结构。

面对行业企业对人才需求的变化，电子商务专业对应开设有网店策划与设计、新媒体运营、APP 设计与运营等网络营销系列课程

以及情报挖掘、大数据分析、大数据决策、行业分析报告等大数据系列课程，并对接学生可就业企业需求，积极开展基于产业平台及真实项目的实习和实训环节，提升学生职业技能与素养，学生毕业后可凭真实项目经验自主创业，也可就业于电商平台、新媒体公司、信息科技公司以及大中型工业企业。同时，学生也可升入电子商务、国际金融、市场营销、数据科学与大数据技术等本科专业。

(三) 人才培养目标

1、人才培养目标

电子商务专业与全国“互联网+”新型示范企业开展校企合作，结合行业热点需求以及合作企业实际岗位需求，着力培养全民营销时代背景下新型电子商务人才，围绕网络营销和商务数据分析两条业务线，开设网店策划与设计、新媒体营销运营、大数据挖掘、商务数据分析等课程。学生毕业后可凭真实项目经验自主创业，也可就业于金果电商、锦圣电商等大型电子商务公司，联萌传媒、思勤传媒等传媒公司，中光电子、海泰仪表等新型工业企业。

2、人才培养目标达成度评价制度

电子商务专业建立了人才培养目标达成制度，明确了评价依据、主体、方法与周期，旨在通过有效评价，确保人才培养目标的可行性。

评价依据：国家教育政策、职业技能标准、辽宁经济社会发展的现实需求、专业定位与面向、就业跟踪反馈情况。

评价主体：电子商务专业人才培养目标达成度评价主体涵盖本专业学生、专任教师、企业导师、专业教学督导组、产教融合委员会相关成员、毕业生用人单位和学生实习实践单位、校外专家。

评价方法：专业采用内部评价与外部评价结合的多样化评价方式及评价策略。具体评价方式包括反思自查、交流研讨、问卷调查、访谈调查、座谈会等。

评价周期：专业人才培养目标达成度评价每学年进行一次，为专业培养目标的修订提供依据。

3、人才培养目标修订制度

人才培养方案是专业组织教学过程，安排教学任务，确定教学模式与手段的基本依据，是实现人才培养目标的重要环节。为加强和完善人才培养方案的管理，电子商务专业制定了人才培养目标修订制度。电子商务专业培养目标每三年修订一次，每年进行微调，现代商务与管理系主任、电子商务专业带头人、专业负责人、专业骨干教师以及企业导师组成人才培养目标修订组，结合辽宁企业转

型升级需求、行业发展趋势、学校定位及专业特色和发展规划，参考专业教师、用人单位、往届毕业生、企业专家的评价意见，对培养目标进行定期修订。修订后的培养目标送交学院产教融合委员会进行审议，最终报教务处审批，形成新的培养目标并发布执行。

“1+X”证书制度是提高人才培养质量的重要举措，并且能够促进人才培养培训模式和评价模式改革,服务于复合型技术技能人才培养。电子商务专业自 2019 年 9 月起安排专任教师参与诸如电子商务数据分析等职业技能培训，2020 年全年共派出 14 人次参与培训，为落实“1+X”证书制度奠定了师资基础，但 2019 级及之前的人才培养目标并未完全对应“1+X”证书的相关技能要求。

为发挥人才培养目标在专业教学中的引导作用，通过课程建设让“1+X”证书制度惠及专业内学生，2020 年 2 月，专业人才培养目标修订组邀请企业专家聚为科技(辽宁)有限公司首席执行官孙宇、沈阳金果信息技术有限公司人力资源总监丁佳和沈阳麟龙科技股份有限公司人资主管李金泽共同修订人才培养目标，结合电子商务专业面向以及当前电子商务领域“1+X”证书所对应的职业技能，从“素质”、“知识”、“能力”三个维度定义人才培养目标。经校企双方研讨，修订后的人才培养目标融合了电子商务数据分析、数据运营以及新媒体营销三类职业技能证书的能力标准。同时，基于这一新目标，电子商务专业在已有专业课程类别下增设新的课程子类“书证融通课”，例如：围绕网店推广运营 1+X 证书的书证融通课程有四门：书证融通课-自媒体创意与文案、书证融通课-创意视频制作、书证融通课-PhotoShop 图像处理和书证融通课-企业网店设计实战，学生在相关课程学习后能够具备考取相关职业技能等级证书的能力。

（四）专业发展规划

1、建设背景

沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业创建于 2012 年，2017 年电子商务系与机器翻译系合并为现代商务与管理系，电子商务专业成为现代商务与管理系核心专业。电子商务专业是在互联网飞速发展的时代成长起来的专业，原来的就业主要是面向互联网电子商务平台及业务培养网店运营方面的人才，随着移动互联网的发展，新媒体平台运营人才需求激增。专业据此着力打造国家电子商务专业人才培养标准与社会需求相融合、职业资格证书的内容与教学内容融合、职业资格证书与学历证书并重的双证融通人才培养模式。

2、建设目标

电子商务专业旨在以就业为导向培养电子商务高技术技能型人才，深入推进产教融合；充分利用网络和信息技

操作平台，同时结合电子商务特点在网上构建自主学习平台，让学生真实体会电子商务的实务运作，并为学生自主创业搭建平台；积极推进订单式培养，扩大与格微公司、沈阳麟龙科技等公司的产教融合成果，使“教、学、做”一体化，利用企业资源，实行任务驱动、项目导向的教学方法，在教学中强调理论联系实际，注重“讲”与“看”、“学”与“练”的结合以及课堂与实训基地、学校与企业和社会的融合，并促进校内生产性实训与校外顶岗实习的有机衔接与融通，最终实现课堂与实习一体化、实习与就业一体化。

3、建设目标及举措

（1）围绕职业岗位群构建“新商科专业群”

从职业岗位（群）分析入手，根据其工作过程所需的综合能力与相关的专项能力，结合地区发展，有针对性的设课程置，建立起以运用互联网技术从事商务活动的能力为核心的课程体系，将电子商务专业建设为满足生产、建设、服务和管理第一线需要的，具有行业和地区特色，适应辽沈地区经济繁荣和电子信息产业发展的高等职业院校的专业。

紧紧围绕职业教育高水平技术技能型人才培养要求，紧密结合辽宁企业对应用技术技能型人才的实际需要，始终秉持“聚焦‘大国工匠’”“做中国教育的突围者”的教育理念，直面基层一线需要、引入最先进应用技术教学实训平台，培养基层“用得上、可发展”的人才，向数据分析应用和直播电商、新媒体运营进行纵向延伸，围绕职业岗位群构建以电子商务专业为核心专业，商务数据分析与应用、移动商务、网络营销与直播电商为培育专业组成的新商科专业群。

（2）紧密对接企业需求，更新调整专业课程体系

在课程体系设计方面，电子商务专业主要遵循两个原则，即，对接企业需求和对接职业岗位标准。

一方面，电子商务专业主动走进企业，了解企业人才需求，也定期邀请行业企业专家进校研讨，确保课程体系的设计满足专业人才培养定位，进而提升学生就业能力。配合课程的调整，专业也会及时更新教材内容，教学内容涵盖典型企业项目；另一方面，电子商务专业国家发布的电商领域相关职业分类与标准入手，梳理出各职业分类必须具备的综合能力与专项能力，结合辽沈地区发展，按照电子商务行业职业技能标准，深入分析岗位人才技能和素养标准，对传统专业课程进行梳理、删除、拓展、重构，将1+X职业技能等级证书考核要求与教学内容融合，形成了以培养互联网营销和电子商务数据分析人才为主线的课程体系。

基础课与专业基础课		计算机技能课		网络营销工程师		大数据工程师	
电子商务基础 48H		办公软件高级应用 32H		网络营销与品牌推广 48H 书证融通课-自媒体创意与文案32H		互联网信息检索 48H	
商务礼仪与沟通 48H 书证融通课-PhotoShop图像处理 48H		商务ICT-PPT设计实用技巧 32H		移动新媒体营销 48H		商务ICT-EXCEL数据管理与分析 48H	
		书证融通课-创意视频制作 48H UI设计与制作 48H		书证融通课-企业网店设计实战 48H 自媒体发展与软文写作 32H		互联网情报分析 48H	
市场调研与分析 32H		网页设计与制作 48H 计算机网络基础 32H		商品信息采编 32H 跨境电子商务 48H		电子商务数据分析 48H	
电子商务法律法规 32H		小程序设计与制作 32H		客户服务与管理 32H		企业实训（顶岗实习） 240H	
毕业实习（必修）							

图 1 专业课程体系

(3) 以产教融合为依托，形成实用型人才培养模式

依托格微公司的产业优势，电子商务专业创新性地应用“五真”实用型人才培养模式，即真实的企业项目、真实的企业需求、真实的项目经理、真实的工作压力、真实的工作机会，充分运用格微公司“中国工业淘堡网”、“青春号”等平台中的企业资源，有针对性地培养学生职业技能，拓宽人才输出渠道，推进北软毕业生就业创业工作，围绕“链上辽宁”、“家在沈北”等平台设计出实习实训课程，学生参与课程即是在接受两化融合定制培养，成为两化融合企业急需的人才。

(4) 建设“双师型”教师队伍，提升教师综合能力

教师队伍素质和科技服务创新能力直接影响着人才培养质量，依托格微公司的团队优势，积极开展“双师型”师资队伍建设，定义并验证了“二八”双师、“五五”双师和“八二”双师等多种双师评价机制，形成了周期性轮训机制，保证教师始终能够接触到产业最新技术技能。

电子商务专业积极推进公司工程师、一线技术人员在专业群任教，形成了一支全流程生产型师资队伍。一线技术骨干和工程师，均具有数据分析、UI设计、市场推广等领域的项目实施与组织经验，带着产业经验走进课堂，实现真实岗位技能的实战传授，保证学生在课堂中学习就能积累起实际工作经验。在引进企业导师时，专业教师也会积极参与企业实践。目前，已累计有多名专业教师参与了公司的实际项目。电子商务专任教师李贺，承担电子商务专业互联网情报分析、职业技能训练等课程，同时也在格微公司从事着为多家企业提供知识服务的工作；格微公司一线技术人员赵漫与，是格微公司数字校园项目的UI设计师，同时承担电子商务专业UI

设计实践课程的授课任务，她们本身具有丰富的产业经验，能够确保学生学习到的是最实用的知识与技能，并有机会更早地积累产业经验。

（5）依托信息化平台，丰富教学内容和方式

为培养符合信息时代发展需要的专业人才，学院引进国际先进的构建主义教学理念，实施电子化教育，开发了网络教育平台-酷课网。该平台是在校大学生必备的学习平台，平台集成了授课计划、授课课件、在线作业、在线考试、在线答疑、在线交流、在线授课、知识图谱、学习路径和在线图书馆等教学模块，电子商务专业教学过程也充分利用了酷课网平台，并在使用过程中不断提出改进建议。电子商务专业教师利用酷课网和其他电子商务软件，进行电子商务虚拟实训。通过该平台学生自主学习电子商务专业核心课程的电子教案、电子课件、题库等教学资源库，使学生按其所需从网络获取知识，增加直观性、学习的灵活度，丰富教学方式。

（6）聚焦教学、培养、就业质量，构建电子商务专业质量保障体系

电子商务专业以建设品牌专业为目标，加强内涵建设，提高专业建设水平。电子商务专业教指委联合企业专家共同制定、优化专业人才培养方案；推进产教深度融合，深化学徒制，扎实开展实训、毕设工作；优化专业架构和师资结构，加强“双师型”教师队伍建设；加强课程资源建设、创新课程内容，持续开发、完善自编教材；加强线上授课资源的建设，以线上授课的专业课为突破口，打造系列院级精品课；深化教学改革，提高教师学习能力，切实提高教学水平和人才培养质量。

专业以提升教学质量为工作重心，加强专业教学管理，维护教学秩序。专业教研室严格执行学院教学管理规章制度，规范教学常规管理。实施教学过程监督，提高教学质量；继续以“三文明活动”为载体，严抓课堂效果，打造专业特色第二课堂，营造优良学风；扎实开展教务工作，发挥教务指导、服务、督查、创新作用；做好考务相关工作。

（7）结合产业需求，打造特色实训基地建设

北软实训基地由校企共同建设，可服务于电子商务、软件技术等多个专业，基地建设过程中充分汲取企业的产业优势，并依托生态教学服务平台“酷课网”，用产业经验服务学生实训；同时，借助拥有自主知识产权的工业互联网服务平台“中国工业淘堡网”、“沈阳智慧工业云”和“青春号”等平台，打通需求和服务对接、企业和学生对接的通道。

在基地运行建设过程中结合国家和行业对电子商务人才的需求

求，以及国家 1+X 证书培育计划，更新教学设施和仪器，增加模拟和仿真实训条件，建设职业技能训练环境。下一步将继续建设电子商务模拟运营中心、网络营销实训中心及依托于工业互联网建设工业电子商务人才培养基地，为专业教师和学生提供必要的技能训练环境，为社会、企业提供更多岗位培训服务。

三、人才培养方案及课程体系

（一）专业人才培养方案的修订依据

电子商务专业每年会对人才培养方案进行修订，主要依据当年国家新发布的电子商务领域政策规划、权威机构发布的电商人才需求分析，并结合相关国家职业技能标准、学院专业人才培养方案修订工作指导意见以及毕业生与用人单位的反馈意见，在人才培养规格、课程体系、实训环节与内容以及师资引进等方面进行重新论证并及时做出调整。

（二）专业培养方案

1、职业面向

对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或 技术领域举例
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

2、培养目标

电子商务专业与全国“互联网+”新型示范企业开展校企合作，结合行业热点需求以及合作企业实际岗位需求，着力培养全民营销时代背景下新型电子商务人才，围绕网络营销和商务数据分析两条业务线，开设网店策划与设计、新媒体营销运营、大数据挖掘、商务数据分析等课程。学生毕业后可凭真实项目经验自主创业，也可就业于金果电商、锦圣电商等大型电子商务公司，联萌传媒、思勤传媒等传媒公司，中光电子、海泰仪表等新型工业企业。

3、培养规格

本专业学生主要学习电子商务的基本理论；了解现代电子商务的发展动态；具备大数据分析决策的基本技能；具有真实的网络营销实践经历和新媒体运营能力；掌握计算机应用技术。

（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) 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；

(2) 知识

1) 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

2) 了解现代电子商务的发展动态；

3) 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；

4) 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；

5) 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；

6) 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；

7) 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；

8) 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；

9) 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；

10) 掌握网店运营规范与流程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) 掌握情报挖掘、大数据分析决策的基本技能；

5) 能够进行大数据平台的设计制作；

6) 能够进行网店建设与运营、微信公众号运营开发；

7) 掌握计算机操作的基本能力, 能够熟练使用办公自动化软件;

8) 能够熟练使用 Photoshop、Dreamwaver 等计算机软件进行网站设计制作;

9) 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;

10) 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;

11) 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;

12) 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;

13) 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;

14) 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理;

15) 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;

16) 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;

17) 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。

4、课程体系设置思想

电子商务专业课程体系由公共基础课程和专业课程构成, 其中:

(1) 公共基础课程

根据有关文件规定, 公共基础课程开设思想政治理论与实践、体育、军事理论与军训、劳动教育、大学生职业生涯规划与就业指导、心理健康教育、美育、公共外语等 20 余门公共基础必选课程; 开设的公共选修课涵盖党史国史、中华优秀传统文化、大学语文、创新创业教育、健康教育、职业素养等系列课程, 学生毕业前要选修并通过 6 门公共基础课程。

(2) 专业课程

专业基础课程: 开设 7 门专业基础课程, 包括: 电子商务基础、电子商务法律法规、办公软件高级应用、商务 ICT-EXCEL 数据管理与分析、商务 ICT-PPT 设计实用技巧、市场调研与分析、互联网信息检索。

专业核心课程: 开设 8 门专业核心课程, 包括: 网页设计与制

作、网络营销与品牌推广、移动新媒体营销、企业网店设计实战、互联网情报分析、电子商务数据分析、商品信息采编、客户服务与管理。

专业拓展课程：开设 8 门专业拓展课程，包括：商务礼仪与沟通、PhotoShop 图像处理、创意视频制作、计算机网络基础、UI 设计与制作、自媒体创意与文案、小程序设计与制作、跨境电子商务。

专业选修课程：开设 3 门专业选修课程，专业选修课程成绩由专业拓展积分置换。学生在校期间，通过参加专业技能比赛、技术讲座、专业社团活动、学徒制实习、产业活动、职业技能（等级）证书考试等活动及取得的相关成果，经学校认定获得的积分，专业拓展积分用来置换相应专业选修课成绩。

（三）课程体系结构和学时分配

1、课程设置

电子商务专业课程主要包含公共 20 余门公共基础课程、7 门专业基础课程、8 门专业核心课程、8 门专业拓展课程，具体学时分配如下：

表 2 课程学时分配一览表

课程类型	学时分配			说明
	总学时	理论学时	实验学时	
公共基础课	982	442	540	含 192 学时选修课
专业基础课	272	112	160	
专业核心课	352	104	248	
专业拓展课	336	80	256	
实践实训课	880	0	880	
合 计	2822	738	2084	

2、课程体系修订机制

在课程体系的设计与修订过程中，电子商务专业充分借力北软的产教融合优势，实现课程体系对接产业链，课程体系修订有企业专家参与。

（1）修订周期

课程体系修订周期为一年一次。

（2）主要参与人员

学院教务处、专业教学指导委员会、北软产教融合委员会、全体专业教师（专任教师与企业导师）和企业专家。

（3）修订程序

基于专业定位、专业培养目标与毕业要求、专业师资条件、任课教师在实际教学过程中反馈的意见及创新思路、用人单位反馈意

见对课程体系进行修订并形成初稿；北软产教融合委员会组织高教专家、企业专家对课程体系初稿进行论证，各专业根据专家意见对课程体系进行修订，形成修订稿后提交专业教学指导委员会最终审核，学院教务处与系部配合监督课程体系的执行情况。

(四) 人才培养模式改革

1、探索建立面向职业的专业结构能力递增模型

面对电子商务领域对从业者提出的新要求，电子商务专业需要着力培养具有行业背景知识且岗位技能全面的新型电子商务人才，进一步促进“新商科”人才培养模式创新。秉持难点分解、逐步求精、知识增益这一指导思想，以格微产研优势转化为手段，电子商务形成了面向职业的专业结构能力递增模型。

按照职业需要，这一模型包含有六个等级，前两个等级为基础能力等级（学科基础知识与语言沟通技能），后四个等级为专业能力等级（电商运营、跨境电商语言服务、电商客服、新媒体营销）。配合每一个能力等级，专业的课程设置也体现进阶的设计理念，还加入了对接“1+X”制度要求的书证融通课。这一人才培养模式的实施全过程会基于北软与格微公司联合开发的互联网开放式平台“酷课网”与“青春号大学生众创平台”，目前专业正在正在逐步丰富人才培养规格评价体系与管理体系。

2、着力提升授课质量，创新学徒制模式

校企共建专业课程团队，积极引入企业导师参与课堂教学，并采用真实、灵活、多样的教学方法，包括课堂讲授、案例分析、企业场景实训、顶岗实习等，培养学生分析问题和解决问题的能力，尤其在电子商务的大数据分析、设计开发和运营推广等方面；

依托格微公司的团队优势，北软创新性提出“新生态”学徒制模式，这一模式包括“认岗”-“跟岗”-“顶岗”的进阶路径以及配套的考核奖励标准。学生从“认岗”阶段开始全程接受企业工程师与一线技术人员指导，利用课余时间完成真实项目，并依据每月的综合考核成绩获得实习奖学金与升级资格。

同时，专业鼓励学生参加专业社团活动、技术讲座、专业竞赛和企业实践等，将这些活动取得的成果转化为专业拓展积分，置换相应专业选修课成绩，这不仅培养了学生的创新意识和创新能力，拓展了学生的专业知识面和提高了学生的综合素质，还使得课程的评价融合了更多动态要素，更具灵活性。

3、充分发挥实践基地人才培养作用，助推学生职业技能提升

依托学院的国家级产教融合基地，围绕“真实企业项目”开展创新创业教育，如依托“青春号”平台开展的多期就业实训营、基于中国淘堡网的“千企千网”升级工程与“万企万店”跨越工

程”，围绕“链上辽宁产业云城”开展的“链上辽宁万企万店建设有我”、“链上辽宁万企万店营销图片处理能手”等活动，这些活动有助于学生将已学习的专业知识转化为解决实际问题的能力，在毕业前完成学生到准员工的转变。

表 3 实践教学体系

环节名称	内容要求与教学方式	考核与成绩判定方式	形成的结果
职业技能训练	采用现代学徒制模式，联合格微公司，每学期围绕“链上辽宁 产业云城”、“中国工业淘堡网”、“比特能工业报告城”等生产性平台设计一系列生产性实践活动，组织电子商务专业的学生根据兴趣方向，选择参与不同的活动，活动分为线上和线下两种形式，包括：活动培训、任务分发、任务实施、任务指导、质检评分、积分发布等流程	按照学院《专业拓展积分活动管理办法和兑换标准》执行	不少于 180 分的专业拓展积分，兑换 3 门专业扩展课程
企业实训	课程从应用和技能训练的角度出发，依据项目化教学的特点，让学生在一个个项目的完成过程中，掌握从事电子商务活动的基本技能。课程虚实结合，在每个项目中结合真是网络实战任务，进行全真教学。利用项目驱动，让学生体验真实的电子商务工作环境，做到与社会的无脱节，能尽快地适应日后的工作岗位	过程考核+项目考核	实训项目成果 企业实训课程成绩
顶岗实习（即毕业实习）	一是顶岗实习实践部分；二是毕业（论文）设计部分。顶岗实习分校内实习和校外实习两种方式。根据具体实习要求和内容作出安排，在相关的实习单位，如从事电子商务、互联网和网店运营等各专业方向公司、工厂	平时表现+网站制作+中期检查+任务完成结果+论文及答辩成绩	实习报告 毕业论文

四、师资队伍

（一）队伍建设

1、专业师资建设规划

（1）改革教师评价，坚持把师德师风作为第一标准，突出教育教学实绩

电子商务专业坚持把师德师风作为评价任课教师的第一标准，坚决克服重科研轻教学、重教书轻育人等现象，把师德表现作为业绩考核、职称评聘、评优奖励等首要要求，强化教师思想政治素质考察，配合纪委推动师德师风建设常态化、长效化。健全教师荣誉制度，发挥典型示范引领作用。全面落实《新时代高校教师职业行为准则》和《沈阳北软信息职业技术学院教职工行为规范（试行）》，建立师德师风行为通报警示制度。

专业把认真履行教育教学职责作为评价电子商务专业教师的基本要求，引导教师上好每一节课、关爱学生，鼓励教师挖掘课程思政元素，践行立德树人的根本任务，并按照学院教师选聘及职称评定相关要求，严格落实教师聘用和职称评聘条件设置，把参与教研活动，编写教材、案例，指导学生毕业设计、就业、创新创业、社会实践、社团活动、竞赛展演等计入工作量。

(2) 实施教师综合素质提升计划，鼓励教师通过比赛、培训和企业实践等提高师德水平和业务能力

电子商务专业持续加强专业教师队伍建设，鼓励教师带领学生参加市级、省级、国家级职业技能大赛-电子商务赛项比赛并参与专业带头人和骨干教师、1+X 证书师资、党团发展、学生管理、教学管理等方面的各类培训；落实学院激励机制，鼓励教师利用寒暑假回归企业一线积累实践经验，切实提升综合素养、课程实施能力和信息技术应用能力；积极开展培训、锻炼、竞聘等培育形式，加大对专业骨干教师、教学名师、中层干部的培养，切实提升电子商务专业教师队伍的整体素质。

(3) 多措并举，抓好“双师型”教师的选聘与培养

电子商务专业按照学院《双师型教师管理办法》、《优秀学徒制教师评选办法》、《产教融合型课程团队（课程组）管理办法》等规定，严格落实“双师型”教师的认定、聘用和考核；持续深化与优质企业的校企合作，实行双岗双薪待遇，联合共聘共用企业讲师，通过产教融合优秀学徒制教师评选、签订师徒协议等形式，提升提升“双师型”教师的职业荣誉感和使命感；对于新入职的专业教师，优先安排在企业熟悉岗位业务流程，开展技术升级、产品研发、技术成果转化等工作，加强对年轻“双师型”教师的培养；建立教师到企业实践和企业人才到学校工作的常态化机制，积极推动企业高技能人才和专业教师双向流动。

(4) 组建产教融合型教学团队（课程组），建设一批精品课程

电子商务专业深挖格微公司、麟龙科技、金果电商等优质合作企业的平台、技能人才等优势，围绕新媒体运营、大数据分析、视觉营销、工业电商等领域遴选一批校级、省级计划精品课程，形成多个产教融合型教学团队（即课程组），围绕专业核心课建设精品课程资源，包括教学平台、课件、视频、教材、实训题库等。

2、专业师资建设举措

(1) 积极推动师德师风建设常态化、长效化，严格执行师德师风行为通报警示制度

电子商务专业严格落实《沈阳北软信息职业技术学院师德专题教育实施方案》，启动师德师风专题教育系列学习，召开师德专题

研讨会，组织教师学习师德优秀典型先进事迹、《新时代高校教师职业行为十项准则》，结合建党百年系列活动，以党史学习教育为主线，强化“四史”学习教育，提高电子商务专业教师思想政治素质，引导党员教师、干部发挥示范作用；配合纪委，积极推动师德师风建设常态化、长效化，严守师德师风行为通报警示制度，开通举报电话，跟进教师拒收礼金礼品情况等。

结合“爱的教育”优秀教师、优秀辅导员、模范教师、沈阳市师德标兵评选，明星网课、明星教师等活动，健全教师荣誉制度，发挥教师典型示范引领作用。

(2) 充分挖掘专业课程的思政元素，探索课程思政与专业课程的融合

通过在电子商务专业课程标准中增加“课程思政”设计模块、组织教师参加课程思政培训会、开展课程思政学习分享交流会、积极参与学院和辽宁省教育厅办公室开展的课程思政教学典型案例推荐工作等方式，充分挖掘电子商务专业各门专业课程在铸魂育人、雷锋精神、工匠精神等方面的思政元素，推广典型经验、营造浓厚氛围，探索课程思政与专业课程的融合。

(3) 加强“双师型”教师队伍建设

继续从格微公司三大事业部挖掘、引进具有丰富一线项目经验的企业讲师，实行双岗双薪待遇，联合共聘共用企业讲师作为电子商务专业教师；并通过讲座、专家论坛、企业实训等形式引进麟龙科技、金果电商、阿里巴巴等优质校外合作企业的一线讲师，作为校外兼职老师，逐步加大电商专业的企业讲师授课比例；建立教师到企业实践和企业人才到学校工作的常态化机制，寒暑假组织教师到企业进行项目实践，实行双岗双薪待遇，联合共聘共用企业讲师，持续加强电子商务专业“双师型”师资队伍的内涵建设。

(4) 深化教学改革，提高教师教学能力

组织申报院级、省级教育教学改革项目立项，定期组织电子商务专任教师学习交流会；制定、完善教师培训机制，提高教师教学能力；鼓励教师参加第二十五届教师教育教学信息化交流活动、辽宁省十四五规划立项、带队参加省市职业技能大赛（电子商务赛项）等，以赛促教，以赛促学，引领专业内教风和学风建设。

3、专业师资建设成效

(1) 专业教师队伍作风优良、风清气正

目前，电子商务专业专任教师共 25 人，党员教师 4 人，荣获沈阳市高校优秀学生工作 1 人、校级“爱的教育”模范教师 2 人、优秀教师 2 人、优秀辅导员 3 人。近三年，出现违背师德师风、教师职业行为准则或规范者 0 人，教师拒收礼金和礼物 20 余件。

（2）课程思政与专业课程的融合逐步深化

电子商务专业创新了专业课程教学标准的设计，增加了“课程思政”设计模块，要求和引导专业教师深挖专业课程的思政元素，目前，23 门专业课程在教学标准中有效地设计出了可融入对应专业课程的思政元素。

《跨境电子商务》课程，在讲授跨境电商现状、发展和未来趋势时，会向学生们分享行业动态和创业的案例，培养学生们创业意识，同时也培养学生们树立大国自信；在讲解 Aliexpress 和阿里巴巴国际站平台的过程中，也会重视支付方式的认知与学生资金安全意识培养，支付常见风险的梳理与学生规避支付陷阱能力的培养。

《客户服务与管理》课程，通过关系营销的案例（政府大力推进“一带一路”建设，成为中国企业最大的推销员），融入爱国情怀、世界胸怀；通过当前少数快递人员、银行工作人员泄露、买卖客户信息等违反《侵权责任法》的反面教材，以工信部《通信短信息和语音呼叫服务管理规定》，教育引导学生学习 and 思考习近平全面依法治国新理念新思想新战略，牢固树立法治观念，学会运用法律武器开展实际工作；通过企业对客户分级管理的不正确做法，导致客户认为受到歧视、从而引发企业危机的反面案例，融入社会主义核心价值观中的自由、平等、公正、法治等思政元素。

另外，电子商务专业积极配合学院完成辽宁省教育厅办公室在 2020 年和 2021 年开展课程思政教学典型案例推荐工作，并以此为契机，申报了“将爱国教育与提升民族责任感融入《自媒体创意与文案》课堂”、“将培养家国情怀和作为当代大学生应该有怎样的使命感融入《短视频设计与制作》课堂”等若干个校级课程思政教学典型案例。

（3）专业教师与企业讲师实现双向流动，形成一直全流程生产型“双师型”教学团队

按照学院《双师型教师管理办法》、《优秀学徒制教师评选办法》、《产教融合型课程团队（课程组）管理办法》等规定，选拔并认定双师型教师、评选优秀学徒制教师、组建产教融合型课程团队，并与格微公司实行“双岗”、“双师”的“双薪”激励机制。

近 3 年，电子商务专业从格微公司三大事业部，尤其是“链上辽宁产业云城”技术团队和运营部门，挖掘、引进了 15 位具有丰富一线真实项目经验，涵盖技术总监、市场总监、业务经理、运营推广等多个岗位的企业讲师，在引进企业导师时，确保企业导师来自工作流程所涉及的各个岗位，保证学生在课堂上获得的技能精准对接具体工作岗位能力需求，提升学生就业能力，并将这些企业导师认定为“二八型双师”；将 5 位电子商务专业教师安排在格微公司

三大事业部的新媒体运营、“链上辽宁产业云城”店铺建设和运营、“青春号”运营等技术岗位承担企业真实工作，实行双岗双薪待遇，实现校企联合共聘共用企业讲师，认定为“五五”型双师；以讲座、专家论坛、实习实训合作等形式引进麟龙科技、金果电商、阿里巴巴等优质校外合作企业的一线讲师，作为兼职老师并认定为“八二”型双师，并在寒暑假组织行政管理岗位教师和辅导员等到企业进行挂职锻炼，持续加强电子商务专业“双师型”师资队伍的内涵建设。

目前，电子商务专业专职教师与企业讲师共建产教融合型课程团队3个，即工业电商类课程团队、新媒体运营类课程团队和大数据分析类课程团队，主要围绕遴选的重点计划课程，对标省级精品课要求建设精品课程资源，开发符合国家高职教材要求的项目案例式教材、实训手册等。

（4）教师积极参与学生指导，相关激励举措逐步完善

为鼓励教师积极参与学生指导，北软和格微公司依托产教融合机制，共同制定了面向专业教师和企业导师的激励机制。对于走进企业参与实践的电商专业双师教师，格微公司负责安排工位，指定负责指导的技术人员，并根据考评规则发放奖励。进入企业后，专业教师可以参与格微公司真实项目，按完成的实际工作内容获得绩效工资；作为产业教学平台转化负责人或参与者，得到成果转化奖励；参与新课程体系授课内容，可享受额外课时费；对于格微公司企业导师，可成为产业教学平台转化负责人或参与者享受成果转化奖励；参与学徒制教学，按所带的徒弟的数量和质量获得奖励。参与产教融合课程体系建设的员工，特别是管理型员工，此部分工作也将纳入绩效工资评定。

在师徒制教学环节，校企双方从学习奖励与竞赛奖励两个维度创新奖学金的发放形式，目的是为格微公司的“青春号”众包提供资金池。在学习奖励方面，徒弟可按月获得助学金、按季获得奖学金；师傅则是依据教授质量考核评定按月获得奖金；在竞赛奖励方面，徒弟在取得各类职业技能竞赛名次后获得奖学金；师傅则是按照徒弟在各类职业技能竞赛中的获奖等级获得奖金。

电子商务专业认真落实学院的激励措施，结合人才培养目标与规格，有序组织专业所属教师参与学徒制并指导学生参与职业技能大赛。

在北软-格微联合举办的“青春号-Capstone 训练营”活动中，电子商务专业教师积极响应，指导大数据加工处理、市场营销等方向学生开展实践活动，在2019年度的“产教融合奖学金”评比中，专业教师郑莹莹、邵亚波、张娜指导的11位学生，分别被授予最佳贡

献奖与最佳勤奋奖，并得到产教融合项目奖学金。在大赛辅导方面，电子商务专业每年派出 2 位指导老师，率领队伍参与辽宁省职业技能大赛（高职组）市场营销赛项及电子商务赛项。在 2018 年辽宁省职业技能大赛（高职组）中，在指导教师赵小川的带领下，我校电子商务专业学生荣获电子商务赛项三等奖。

4、教师职业发展

2018 年至 2020 年，电子商务专业专任教师参加校级、市级、省级和国家级培训 57 人次，其中，参与产教融合方面培训 23 人次；参加 1+X 培训师资培训并获得资格证书 19 人次；科研人才培训 4 人次；学生管理提升 4 人次；党团建设与发展 5 人次。

电子商务专业省级在研课题 1 个，获得省级教学成果奖二等奖 1 个，参加第二十五届教师教育教学信息化交流活动课程 1 门，校级教研教改立项 2 个。同时，电子商务专业鼓励教师参加国家级、省级等各级各类师资培训，以下为电子商务教师近三年参加培训情况。

表 4 近三年教师参加培训情况（部分）

姓名	培训名称	级别	培训时间	培训类别
李贺	电子商务数据分析职业技能培训	国家级	2020.03	1+X 证书 师资
赵小川	网店运营推广职业技能培训	国家级	2019.09	1+X 证书 师资
李贺	电子商务数据分析初级、中级	国家级	2020.12	1+X 证书 师资
王卓	电子商务数据分析初级、中级	国家级	2020.12	1+X 证书 师资
周立强	电子商务数据分析初级、中级	国家级	2020.12	1+X 证书 师资
王海蒙	电子商务数据分析初级	国家级	2020.08	1+X 证书 师资
牛晓棠	电子商务数据分析初级	国家级	2020.08	1+X 证书 师资
华雷思	电子商务数据分析初级	国家级	2020.08	1+X 证书 师资
周立强	电子商务数据分析中级	国家级	2020.08	1+X 证书 师资
王林	电子商务数据分析中级	国家级	2020.08	1+X 证书 师资
华雷思	电子商务数据分析中级	国家级	2020.08	1+X 证书 师资
陈昕彤	电子商务数据分析中级	国家级	2020.08	1+X 证书 师资
刘思晗	1+X 证书跨境电商 B2B 数据运营师资培训	国家级	2021.04	1+X 证书 师资
刘思晗	1+X 新媒体营销师资培训	国家级	2021.09	1+X 证书

				师资
华雷思	1+X 新媒体营销师资培训	国家级	2021.09	1+X 证书 师资
华雷思	1+x 证书跨境电商 B2B 数据运营师资培训	国家级	2021.04	1+X 证书 师资
陈建军	国家两化融合咨询师培训	国家级	2020.5	两化融合
王海蒙	2021 年省高校辅导员培训班第 1 期	省级	2021.09	学生管理
王林	2021 年省高校辅导员培训班第 3 期	省级	2021.10	学生管理
曾兆伟	辽宁省科学技术学会骨干科技人才培训	省级	2019.8	科学研究
曾兆伟	山东省泰安市科技服务人才提升培训	省级	2019.3	科学研究
曾兆伟	沈阳市知识产权产业技术战略培训	市级	2021.2	科学研究
曾兆伟	沈阳市数字经济（大数据领域）科技大讲堂	市级	2020.6	科学研究
廉鹏	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
郑莹莹	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
周立强	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
王珩旭	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
王晓旭	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
田磊	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
赵小川	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
李贺	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
王海蒙	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
华雷思	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
牛晓棠	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
陈昕彤	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
刘思晗	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
裴红	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
赵长仲	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
王卓	2020 年度北软-格微产教融合	校级	2020.12	产教融合

	合总结大会			
高洁	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
高晶	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
赵漫与	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
刘慧明	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
李宏宾	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
孙宇	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合
王林	2020 年度北软-格微产教融合总结大会	校级	2020.12	产教融合

表 5 近三年新进教师教学培养与工作情况

姓名	入职时间	毕业学校与专业	首次承担的课程与时间	培训方式	考察方式	其它承担的课程
赵漫与	2019.04	沈阳建筑大学设计学	Photoshop 图像处理 2019.10	集中培训	面试+笔试	UI 设计基础
王林	2019.07	沈阳北软信息职业技术学院电子商务	创意视频制作 2019.10	集中培训	面试+笔试	互联网常用工具

(二) 教师配置

1、教师队伍结构

电子商务专业校内专任教师共 25 人，校外兼课老师 9 人，其中，副教授 2 人，讲师 14 人，并且专业教学团队中有双师型教师 20 人，“双师型”教师占比达到 80%，电子商务专业已逐渐形成了一只高素质的、专兼结合的双师型教师队伍。

2、专任教师

电子商务专业专任教师的年龄结构和职称获得情况如下表所示。

表 6 专任教师队伍总体状况

	35 岁以下	36 - 45 岁	46 - 60 岁	60 岁以上	左边合计	博士	硕士
正高	0	2	0	0	2	0	1
副高	0	0	0	0	0	0	0
中级	6	2	0	0	8	0	3
其它	13	2	0	0	15	0	5

合计	19	6	0	0	25	0	9
----	----	---	---	---	----	---	---

表 7 双师型教师状况

姓名	年龄	工程经历
廉鹏	42	现任沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业带头人兼沈阳格微软件有限责任公司工业互联网与大数据服务事业部 CEO。多年来，作为电子商务专业带头人，致力于工业互联网领域的研究，带领团队建设运营中国工业淘堡网，促进企业提升“智造”能力；2018 年，打造‘大数据·比特能’管道平台，支撑两化融合和军民融合的公共服务平台与企业大数据定制服务中心建设工作；2019 年，打造“沈阳市工业生产要素服务平台”，促进全市产业链上下游企业的产品、技术和服务等资源的供需对接。2020 年，承担辽宁省工业互联网创新发展专项资金项目“链上辽宁产业地图与生产要素服务平台”的建设工作，并将电子商务专业课程与平台任务融合对接，搭建工业电商实训平台。
郑莹莹	33	郑莹莹，本科，学士，现为沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业教师兼沈阳格微软件有限责任公司工业互联网与大数据服务事业部大数据工程师。授课科目为：互联网信息检索、数字化技能训练，数据实训等课程。多次参与格微公司重大项目：中国工业淘堡网、沈阳智慧工业云平台、链上辽宁产业云城等，负责大数据信息挖掘，资源库建设等，积累丰富项目经验。
曾兆伟	38	曾兆伟，本科，学士学位，讲师，现任沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业教师兼沈阳格微软件有限责任公司工业互联网与大数据服务事业部市场总监，致力于工业电子商务及企业网络营销领域的研究，带队及参与国家知识产权局百万专利翻译项目、沈阳市两化融合重点专项、中国工业淘堡网、沈阳智慧工业云平台、沈阳科技引擎平台、国家科技部蓝科网科技服务平台专项、辽宁省“链上辽宁产业地图及生产要素平台”项目等，亲自参与二千余家工业企业项目服务。主要研究方向：企业网络信息化、企业网络营销、工业电子商务。结合比特能大数据管道，通过中国工业淘堡网新型工业化支撑体系，打造工业电子商务平台,为我省传统工业企业新时代创新发展助力、赋能。多年来，承担过北软网络技术专业《LINUX 网络操作系统》、《windows 网络操作系统》、《网络综合布线》、《网络安全》等专业技术课程授课，并为电子商务专业引入并承担《网络营销》、《新社群经济与社群营销》课程教学，从基础理论、技能技巧、行业案例、再到实操实践、亲身参与真实业务的全生命周期式、产教融合式教学，融合“工业电子商务、企业互联网新销售”深入化、专项化、专业化及产教融合化的前沿知识，为电子商务专业带来实用化、感受化的学习体验。获奖情况：《全民营销时代背景下新型电商运营人才培养模式和成效》获 2020 年辽宁省职业教育与继续教育教学成果二等奖，发表论文：《两化融合型电子商务人才培养模式与实施》。
周立强	33	现任沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业教师。主研方向：办公软件。授课科目：DTP 图文混排与设计实战、PPT 设计实用技巧、EXCEL 数据管理与分析，曾获得 1+x 电子商务数据分析师初、中级讲师证书。社会兼职：沈阳格微软件有限责任公司翻译服务部知识工程师，参与大小翻译项目众多，负责翻译项目文档译前处理及译后排版工作。
王珩旭	31	王珩旭，本科，学士。现为沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业教师兼沈阳格微软件有限责任公司知识管理研发部部长。教授课程：小程序设计与制作等。多次参与格微公司重大项目：中国工业淘堡网、北京军工数字地图、624 成都情报系统，601 情报系统等。
田磊	37	田磊，本科，学士学位，助教。现任沈阳格微软件有限责任公司工业互联网与大数据服务事业部运营服务部部长，兼职北软信息职业技术学院教师，多年来从事企业大数据服务方向研究，钻研数据分析、企业供需对接等工业互联网领

		域的企业服务。曾主讲《比特能实战》、《互联网情报分析》、《互联网竞争情报挖掘训练》、《专利分析方法》等课程，主导参与编辑了校内教材《比特能实战》，多年参与带师徒制的学生实训参与企业服务实践，并在2017年被评为校企业实践优秀教师。从2015年至今参与并带队从事工业互联网、两化融合企业服务项目的数据分析、企业配置、数据资源、企业服务等，主要项目有沈北新区企业宝、国家军民融合项目、沈阳智慧工业云平台、链上辽宁生产要素服务平台（辽宁产业地图）等项目的设计、数据分析配置、企业服务，目前正带领电子商务系部分同学参与链上辽宁项目的企业会员营销实训。
赵小川	28	赵小川，本科，学士学位，讲师。主要研究方向：电子商务、网络推广，授课科目：网络营销与品牌推广、移动互联网营销实战、网店运营设计、获奖：2019年沈阳市高校优秀学生工作；2017年辽宁省职业技能大赛优秀指导教师，学术成果：2018年辽宁省教学成果奖三等奖《基于产教融合体系下的新语言工程专业人才培养模式》，《全民营销时代背景下新型电商运营人才培养模式和成效》获2020年辽宁省职业教育与继续教育教学成果二等奖，《新工科背景下产教融合人才培养模式的创新与实践》获2020年辽宁省职业教育与继续教育教学成果二等奖，社会兼职：格微公司产教融合运行部部长；培训：2017年LN17-10师资培训《辽宁省高（中）等职业院校“产业升级转型带来的营销模式创新”市场营销类骨干教师培训》；2020年辽宁省1+x证书制度试点院校教师培训《网店运营推广》
孙宇	38	孙宇，本科，学士。现任沈阳北软信息职业技术学院产教融合学徒制指导教师，沈阳格微软件有限责任公司资源采集加工部部长。多年来一直从事于互联网大数据的挖掘采集，清洗整理，可视化分析的研究和产教融合的教学工作。先后参与国家知识产权局百万专利翻译项目、沈阳市两化融合重点专项、中国工业淘堡网、沈阳智慧工业云平台、沈阳科技引擎平台、国家科技部蓝科网科技服务平台专项、沈阳生产要素与供需服务平台、“链上辽宁·产业云城”项目的资源库建设和项目运维工作。承担北软电子商务专业的《互联网检索实务》《互联网常用工具》《快速建站》《大数据实训》《工业互联网情报采集工程师实战》等课程。
陈建军	42	陈建军，副教授，硕士，多年来一直从事于计算机科学领域、知识管理、电子商务方向的研究、开发与教学工作，曾作为主要成员参与完成了国家863项目、国家自然科学基金项目、国家科技支撑计划、国家级现代服务业综合试点项目、辽宁省协同翻译工程实验室、沈阳市两化融合发展促进中心建设等国家、省、市课题项目30余项。
李贺	33	教授科目：互联网情报分析、电子商务数据分析、大数据企业实战等课程。2015-2016年，参与格微软件有限责任公司“中国工业淘堡网”大数据服务项目。2017年-至今，假期时间参与格微软件有限责任公司项目，包括：数据检索、数据采集、数据分析等工作。2020年，参与辽宁省1+x证书制度试点院校教师培训并获得培训讲师证书，包括《电子商务数据分析》初中级、《网店运营推广》初级证书。
华雷思	34	现作为沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业教师，曾获得1+x电子商务数据分析师中级、跨境电商B2B数据运营讲师等证书，多年来，一直教授电子商务专业学生英语，主讲课程为“跨境电子商务与商务英语实战”。
刘思晗	30	刘思晗，女，学士。现作为沈阳北软信息职业技术学院教师，主要授课科目为：移动互联网营销实战、工业互联网与工业电子商务平台营销实战、客户服务与管理、电子商务基础、企业网店设计实战等。同时参与沈阳格微软件有限责任公司“链上辽宁·产业地图”项目。参与平台推广等营销活动。2021年分别获得1+x跨境电商B2B数据运营分析中级认证讲师与1+x新媒体运营初级认证讲师。
裴红	29	裴红，女，学士。现为沈阳格微软件责任有限责任公司知识与服务事业部Java web开发工程师。曾教授课程Html与javascript基础课程。多次参与格微公司

		重大项目：中国工业淘堡网、北京军工数字地图、624 成都情报系统，601 情报系统等。
王卓	34	王卓，硕士研究生，现为沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业教师兼沈阳格微软件有限责任公司工业互联网与大数据服务事业部大数据工程师，曾授课科目为：互联网信息检索、企业大数据实战、互联网情报分析。多次参与格微公司重大项目：中国工业淘堡网、沈阳智慧工业云平台、链上辽宁产业云城等，负责平台搭建，大数据信息调取，项目运维，供需服务等，积累丰富项目经验。2020 年参与 1+X 国培电子商务数据分析方向完成培训，获得初中级证书。
高洁	32	高洁，硕士研究生，现为沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业教师兼沈阳格微软件有限责任公司工业互联网与大数据服务事业部大数据工程师，曾授课科目为：互联网信息检索、互联网情报分析。多次参与格微公司重大项目：中国工业淘堡网、沈阳智慧工业云平台、链上辽宁产业云城等，负责平台搭建，大数据信息调取，项目运维，供需服务等，积累丰富项目经验。2020 年参与 1+X 国培电子商务数据分析方向完成培训，获得初中级证书。
高晶	32	高晶，硕士研究生，现为沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业教师兼沈阳格微软件有限责任公司工业互联网与大数据服务事业部大数据工程师，曾授课科目为：专利分析方法、互联网信息检索、互联网情报分析。多次参与格微公司重大项目：中国工业淘堡网、沈阳智慧工业云平台、链上辽宁产业云城等，负责平台搭建，大数据信息调取，项目运维，供需服务等，积累丰富项目经验。
赵漫与	25	赵漫与，硕士研究生，教授科目：Photoshop 图像处理、UI 设计与基础。2020-至今，参与格微软件有限责任公司数字校园部门中酷课网、青春号、链上沈北、智汇北软、产业云城图片处理等项目，具体内容包括网站海报设计、网站界面设计、酷课网整套图标设计、banner 设计、智慧北软小程序界面设计等内容。
刘慧明	32	刘慧明，研究生，硕士学位。现为沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业教师兼沈阳格微软件有限责任公司工业互联网与大数据服务事业部比特能管道部产品经理，曾任大数据工程师。近年来一直从事于情报采集系统与翻译系统的原型设计和系统整体进度与质量把控的工作，先后参与了国家天文台、中航发、信息感知汇聚系统、中国工业淘堡网、沈阳智慧工业云平台等项目。曾授课互联网信息检索、企业大数据实战、互联网情报分析等课程。
李宏宾	36	作为沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业教师，教学科目为计算机网络基础及网络基础基本技能，同时在格微公司承担网络技术维护工作。
赵长仲	32	赵长仲，本科，学士。现为沈阳北软信息职业技术学院电子商务专业教师兼沈阳格微软件有限责任公司工业互联网与大数据服务事业部产品开发部部长。曾教授 Html 与 javascript、java 等基础课程，一直从事于大数据服务、物联网、工业互联网等领域，先后参与中国工业淘堡网、沈阳市三合一公共服务平台、链上辽宁及多个相关领域课题。

3、专业带头人情况

项目负责人廉鹏，男，1979 年 10 月出生，大学本科学历。现任格微公司工业互联网与大数据服务事业部 CEO，沈阳北软信息职业技术学院副教授。多年来，一直从事人工智能领域相关技术研究、产品研发和产业化推广工作，参与完成国家自然科学基金、国家八六三计划、国防预研、国防基础科研、国家科技支撑计划、国家中小企业创新基金项目、国家电子信息产业发展基金等国家、

省、市重点科研课题 30 余项。作为项目骨干和负责人先后参与辽宁省联通宽带计费平台、航空领域企业知识工程、装备制造业知识服务、中国工业淘堡网建设等工作。带领团队十年时间打造“大数据·比特能”管道平台，支撑两化融合和军民融合的公共服务平台与企业大数据定制服务中心建设工作，完成国家、省、市等各级科技和产业服务平台 60 余个项目的技术研发与实施。在国家工业互联网战略中，带领团队勇抓机遇、开拓创新，以知识服务、信息化服务和人才服务为核心建设运营中国工业淘堡网，促进企业提升“智造”能力。

2018 年，承担“沈阳市智慧工业云平台”研发与企业服务工作，完成全市 1442 户规模以上工业企业大数据定制化服务；2019 年，打造“沈阳市工业生产要素服务平台”，促进全市产业链上下游企业的产品、技术和服务等资源的供需对接。2020 年，承担辽宁省工业互联网创新发展专项资金项目“链上辽宁产业地图与生产要素服务平台”的建设工作。

4、兼职教师情况

电子商务专业校外兼职教师均来自格微公司，教师情况及承担课程情况如以下两个表所示。

表 8 兼职教师状况

姓 名	单 位	专业职称 与职务	兼职时间	承担的教学 工作	近三年实际工作量
张宇	沈阳格微软件 有限责任公司	员工	2018.09- 2019.01	《互联网信息 检索》授课	96 学时
金丽媛	沈阳格微软件 有限责任公司	员工	2018.09- 2019.07	校外讲座	40 学时
梁雪	沈阳格微软件 有限责任公司	讲师/员工	2018.09- 2020.01	《基于大数据 的企业决策 支持训练》 授课	128 学时
邵亚波	沈阳格微软件 有限责任公司	助教/员工	2019.03- 2019.07	《快速建站技 术》授课	64 学时
路世东	沈阳格微软件 有限责任公司	讲师/高级 项目经理	2019.03- 2020.01	工业互联网 项目实训	80 学时
张娜	沈阳格微软件 有限责任公司	助教/员工	2019.03- 2019.07	数据资源采 集加工实训	80 学时
刘盛新	沈阳格微软件 有限责任公司	讲师/高级 项目经理	2018.03- 2018.07	《网站设计基 础与 html 语 言入门》授 课	96 学时
刘博	沈阳格微软件 有限责任公司	员工	2019.03- 2020.01	图形图像处 理实训	64 学时
沈朝群	沈阳格微软件 有限责任公司	员工	2019.03- 2021.07	客户服务技 巧实训	240 学时

表 9 近三年由行业或企事业兼职教师承担的课程

课程名称	课程性质与开设年 级	学分与 课时数	兼职教师工 作量比例	考核方式
互联网信息检索	必选 2017/2018/2019 级	32 学时	50%	过程考核+笔试
基于大数据的企业决策 支持训练	必选 2017/2018/2019 级	48 学时	100%	过程考核+笔试
快速建站技术	必选 2017/2018/2019 级	48 学时	100%	过程考核+实操
网站设计基础与 html 语 言入门	必选 2017/2018/2019 级	64 学时	100%	过程考核+笔试
互联网常用工具	必选 2017/2018/2019 级	32 学时	50%	过程考核+笔试
互联网情报分析	必选 2017/2018/2019 级	32 学时	50%	过程考核+实操
客户服务与管理	必选 2017/2018/2019 级	32 学时	50%	过程考核+笔试
工业互联网与工业电子 商务平台营销实战	必选 2017/2018/2019 级	64 学时	50%	过程考核+笔试

5、专业基础课和专业核心课主讲教师情况

电子商务专业开设专业基础课 7 门，专业核心课 8 门，专业拓展课 8 门，均由专任教师承担。

表 10 专业基础课与专业核心课主讲教师情况

姓名	课程名称	课程类型	学历	行业、企业一 线工作时间	专业技术职务（最 高）	
					等级	名称(全 称)
刘思晗	电子商务 基础	专业 基础课	本科	4	中级	讲师
	市场调研 与分析	专业 基础课				
曾兆伟	客户服务 与管理	专业 核心课	本科	12	中级	讲师
周立强	办公软件 高级应用	专业 基础课	本科	10	初级	助教
	商务 ICT- EXCEL 数 据管理与 分析	专业 基础课				
牛晓棠	商务 ICT- PPT 设计 实用技巧	专业 基础课	本科	8		
赵小川	网络营销 与品牌推 广	专业 核心课	大学 本科	3	中级	讲师

	书证融通课-企业网店设计实战	专业核心课				
李贺	互联网情报分析	专业核心课	硕士研究生	3	中级	讲师
	电子商务数据分析	专业核心课				
陈昕彤	移动新媒体营销	专业核心课	专科	3		
	商品信息采编	专业核心课				
	书证融通课-自媒体创意与文案	专业拓展课				
黄雷鸣	网页设计与制作	专业核心课	研究生	8	中级	讲师
王卓 高晶 高洁	互联网信息检索	专业基础课	研究生	6	中级	讲师
王海蒙	商务礼仪与沟通	专业拓展课	专科	5	初级	助教
赵漫与	书证融通课-PhotoShop图像处理	专业拓展课	研究生	0	初级	助教
	UI设计与制作	专业拓展课				
李宏宾	计算机网络基础	专业拓展课	本科	0	初级	助教
王林	书证融通课-创意视频制作	专业拓展课	专科	0		
华雷思	跨境电子商务	专业拓展课	本科	6	中级	讲师
王静娴	小程序设计与制作	专业拓展课	本科			

（三）教师教研与科研

1、主要教学环节的执行情况

电子商务专业对教学流程进行全流程管理，依托学院相关质量保障制度以及电子商务专业制定的各项监督举措，确保各教学环节有序执行。

（1）教学计划与课程标准的编制

电子商务专业每年对教学计划进行更新，同时严格按照教务处

要求控制总学时和总学分。在深入分析电子商务专业人才培养定位以及岗位必备技能的基础上，设计各个课程分类下的具体课程并确定相应的课程性质。整体教学计划突出实践能力的培养，理论课程与实践课程比例为 1:2.8。在大一年级，课程以公共基础课和专业基础课为主，从大二上学期至大三上学期，专业核心课和专业拓展课的比例逐渐加大，同时，在大三上学期开设了企业实训（顶岗实习）课程，在大三下学期，学生要完成毕业设计。

电子商务专业分类制定了“理实一体化”课程、理论课程和实训课程的“课程标准模板”，并且对每个部分的具体撰写内容有详细描述，为专业教师的课程标准编制起到了引导作用。专业教师在制定课程标准时，严格依据专业教学计划和课程标准模板，深入剖析课程，阐明课程的定位及作用、与其他课程的关系、教学目标、教学内容安排及标准、课程思政、教学建议、课程实施条件、评价建议以及教学实施样例。课程标准的编制也是教师重新梳理课程授课思路的过程，以更客观的角度重新认识自己的课程，为课程改革奠定了实践基础。

（2）理论教学与实践教学的执行

在理论教学和实践教学过程中，专业教师按照教学大纲的要求，根据教学日历的安排实施讲授，准确把握课程结构层次和重点难点，重点加强对学生职业技能和素养、创新能力和探索精神的培养。为了保障理论和实践教学活动的有序开展，除遵循学院相关制度《沈阳北软信息职业技术学院教学管理文件汇编手册》开展教学活动外，专业教指委也在备课、课堂讲授、辅导答疑、批改作业等方面提出了多项举措，加强对课堂教学活动的监督与管理，用制度保障教学质量的提升。具体包括：

遵循学院的专业教学质量检查制度《沈阳北软信息职业技术学院教学巡查检查制度》，坚持常规性教学检查，针对学期初、学期中、学期末的教学特点有针对性地进行监控和检查，并形成自查报告《现代商务与管理系-期中教学检查自查报告》；

严格执行听课制度《北软院字〔2020〕30 号-听课制度》，完成《沈阳北软信息职业技术学院教师课堂教学评估表》和《沈阳北软信息职业技术学院课堂教学质量评价表》的填报工作，及时发现和沟通教学活动中存在的问题，保证教学管理工作的针对性和有效性；

制定教学信息员制度《电子商务专业学生教学信息员制度》和相关填报表《信息员反馈表》、《信息员反馈信息汇总》，切实有效地提高教学水平；

成立电子商务教学督导组，在沈阳北软信息职业技术学院级教

学指导委员会现代商务与管理系分委会的指导下，制定详细的计划，进行教学监控，并形成综合监控意见。

落实学院学生评教制度《沈阳北软信息职业技术学院学生评教制度》，通过学生打分、座谈会等形式监控教学过程质量，并填写《电子商务专业会议记录及总结》。

（3）实习与毕业设计的开展

实习教学与毕业设计是相互关联的两个环节。实习教学以顶岗实习的方式开展，专业教师与企业导师以团队形式负责一个实习方向，实习项目基于企业真实项目设计，实习环节对接工作流程。校企双方联合制定考核标准并加强过程控制，形成《用人单位评价报告》。

电子商务专业毕业设计严格遵循《毕业设计实施方案》的要求，分为校内毕设和校外毕设两类。对于校内毕设，专业在毕设方向与指导教师的选择上，充分依托格微公司的行业与团队优势，毕业设计方向划分成数据采集与处理、网店客服等五个方向，毕设指导教师团队有格微公司技术总监的加入，毕设过程成为大三上学期《企业实训》课程的延续；对于校外毕设，指导教师会遵循《沈阳北软信息职业技术学院校外毕业设计管理规定》，要求学生在毕业设计中后期以及毕设结束后带回《校外毕业设计周检查记录》、《校外毕业设计鉴定表》、《毕业设计体会》等，并分别形成《校外毕业设计中后期检查》等文件。

2、教师参与科研、成果支持教学

电子商务专业有序组织专任教师申报院级、省级教育教学改革项目立项，定期组织电子商务专任教师学习交流会；制定、完善教师培训机制，提高教师教学能力；鼓励教师参加教师教育教学信息化交流活动、辽宁省十四五规划立项、指导学生参加省市职业技能大赛（电子商务赛项）等，以赛促教，以赛促学，引领专业内教风和学风建设。

在课程建设方面，围绕电子商务数据分析、网店运营推广、跨境电商 B2B 数据运营和新媒体营销师资培训等“1+X”证书，开设包括自媒体创意与文案、PhotoShop 图像处理、企业网店设计实战、创意视频制作等课程，实现书证融通，培训考点转化为知识点，培训辅导融入课程教学环节。

在产教融合成果转化方面，格微公司与北软联合建设了多个面向工业互联网领域以及服务创新创业的产业平台，电子商务专业的多位老师参与了这些平台的搭建和运营推广工作，并在实际教学过程中，将这些产业平台转化为学生可在上面进行仿真模拟练习的教学实训平台。

“中国工业淘堡网”是格微公司联合北软为振兴东北老工业基地建立的以产学研一体化为基础的工业大数据和工业互联网综合服务平台，已经与 4033 家两化融合企业建立了合作关系，这些企业可以满足学生实训、顶岗实习及就业需要。同时，学生也可以参与围绕中国工业淘堡网开展的实习实训课程，接受两化融合定制培养，成为两化融合企业急需的人才。

“沈阳智慧工业云”平台由北软与格微公司校企合作共建并推广。电子商务专业基于这一平台开展“一师一徒一企”模式的工学交替教学实践活动，主要内容是为“沈阳智慧工业云”平台上的合作企业提供个性化定制服务，安排 VIP 企业私人客服。在这一过程中，企业导师对学生进行专门项目指导，学生能够参与到项目实施的每个环节，实现实际中学习、在项目中提高，在进入企业前就达到“准员工”水平。

“青春号”是由格微公司与北软校企合作共建的大学生创新创业平台。北软依托此平台开办了“Capstone 就业实训营”，旨在发现和培养一批具备创业意识、具有创新能力的同学，将他们从传统专业学习模式中解放出来，着力进行创业创新技能培养，提高创业成功的几率。自 2017 年 10 月起，已面向电子商务专业开设了营销（初中高级）、社群网络运营、社群数据分析、市场策划、在线客服等方向的 3 期训练营课程；2019 年相继启动了“高级就业”（第二期）训练营和“社群运营”（第三期）训练营，截止 2020 年 9 月共计 93 人参与。

五、专业教学基础条件

（一）教学设施与教学资源

1、学院层面

北软校区占地面积 435 亩，基本建设分三期完成：第一期已经完成建筑面积 67085 m²，其中包括综合教学楼（27808 m²）、体育场及附属设施（3000 m²）、变电所、供水泵房、校门收发室保安用房等公共设施配套（2300 m²）；第二期完成建筑面积 37400 m²，其中，大数据图书馆 15200 m²、多功能体育馆 6200 m²、学生公寓 16000 m²。第三期建筑面积约 39900 m²。其中，计划完成实训中心大楼约 19200 m²、实训接待中心 3600 m²。

北软建立了完善的校园网络，校园网骨干带宽达到 10Gbps，全面实现百兆到桌面的目标。校园网信息点数量 2400 个，有线网络终端数达到 2800 余个。建立了覆盖全院的 WIFI 网络，共布设 WIFI 接入点 100 个，实现了全院终端的外网访问和认证管理。信息系统建设方面，建立了全院统一的教学管理与办公平台，全部的教学活动均实现了信息化管理；建立并完善了“酷课网”教学过程信息化

平台，总访问量达到 500 多万次，极大的提升了教学效果和质量。

2、专业层面

电子商务专业现有专职教师 25 人，双师型教师 20 人，副教授职称 2 人，讲师 8 人，助教 12 人。

自编教材 20 余本，包括《互联网营销实战》、《商务数据采集与跟踪》、《商务数据分析基础》、《数据可视化》、《互联网大数据（比特能实战）》、《基于大数据的企业决策支持训练》、《互联网情报分析》、《互联网常用工具》、《中国工业淘堡网典型企业营销案例精析》、《跨境电商客服技巧》等。

校内实践基地 1 个（400 工位），专用实验室机房 2 个（80 座位），共用实验室机房 4 个（80-100 座位），笔记本机房 4 个（80-100 座位）；教育教学平台 1 个（酷课网），实践教学平台 3 个（中国工业淘堡网、紫云台-大数据服务平台、沈阳智慧工业云平台）创新创业平台 1 个（青春号）。

电子商务实习校企共建实践基地总建设资金近 1000 万元，其中基础性设施建设经费约为 650 万元、设备投入 350 万元，实训基地位于北软大数据图书馆三层和四层，可同时进行多个项目。其中，三层设工位 450 个，是大一、大二学生的职业技能课程/项目实践课程的授课场所；四层为格微公司实际工作场地，按实训方向设有专门的学生企业实践工位，总计 150 个，完全满足电子商务专业学生企业实训课程/现代学徒制的课程需要。

（二）实训教学条件

电子商务专业建有各类实验室，配套设施齐全，能够满足课程实践环节的授课需要；同时，北软与格微公司联合建立实践基地，电子商务专业的企业实训课程即是在该基地中完成，实践基地中的平台与师资能够满足 UI 设计、现代互联网营销等 5 大企业实训方向的教学要求。

表 11 本专业教学所使用实验室状况

实验室名称	主要实训项目	主要对应专业课	配套实训平台	专职管理人员
零售基础实训室	网络营销、品牌策划、活动执行、文案写作、借助新媒体平台进行营销转化等运营综合实训	商品信息采编 自媒体创意与文案	家在沈北	赵长仲
电子商务运营实训室	“链上辽宁 产业云城”平台万企万店建设实训	网络营销与品牌推广 移动新媒体营销 书证融通课-企业网店设计	链上辽宁 产业云城	田磊
电子商务视觉设计	“链上辽宁 产业云城”平台万企万店建设实践	Photoshop 图片处理 网页设计与制作		崔婷婷

实训室				
网络营销实训室	短视频与直播营销实训、社群营销实训、网络推广实训、淘宝客服实战	创意视频制作 客户服务与管理	青春号直播平台	曾兆伟
电子商务数据分析实训室	企业资源深度加工及处理实训、商务数据挖掘与分析实训	市场调研与分析 互联网信息检索 互联网情报分析 电子商务数据分析	中国工业淘堡网	王珩旭

表 12 校企联合建立实践基地的情况

基地名称	校外合作方	承担的教学任务	学生在基地考核方式
沈阳格微软件有限责任公司产教融合实训基地	沈阳格微软件有限责任公司	互联网大数据的采集与跟踪 UI 设计 现代互联网营销 工业大数据及工业决策 微平台的设计与制作 企业实训--“链上辽宁 产业云城”万企万店建设方向 《工业互联网与工业电子商务平台营销实战	过程控制+项目完成度评价
阿里巴巴淘宝客服实训基地	沈阳鹏凌程商务信息有限公司	企业实训--网络客服方向	过程控制+项目完成度评价
沈阳比特能信息技术有限公司产教融合实训基地	沈阳比特能信息技术有限公司	新社群经济微营销 比特能工业报告城运营推广实训	过程控制+项目完成度评价

(三) 顶岗实习

电子商务专业的顶岗实习（即毕业实习），分为顶岗实习和毕业论文撰写、毕业答辩三个环节，顶岗实习环节分为校内跟岗实习和校外企业实习两种形式。在顶岗实习阶段，专业会将选择校内实习的学生集中安排在格微公司和沈阳比特能信息技术有限公司内，接受企业导师的全程实习指导；选择校外实习的学生，专业会依据学院和系部的相关毕设管理规定，持续跟进学生顶岗实习的情况及毕业论文进度与质量。

表 13 近三年学生实际进入社会和企事业单位实践基地的情况

年级	学生人数	实习基地	平均实习教学周数	实习内容
2018	60	沈阳格微软件有限责任公司产教融合实训基地	8 周	“链上辽宁 产业云城”万企万店建设
	40	阿里巴巴淘宝客服	8 周	淘宝售前售后客服

		实训基地		
	24	沈阳比特能信息技术有限公司产教融合实训基地	8 周	比特能工业报告城运营推广实训
2019	70	阿里巴巴淘宝客服实训基地	6 周	淘宝售前售后客服
	98	沈阳比特能信息技术有限公司产教融合实训基地	6 周	比特能工业报告城运营推广实训
2020	95	沈阳比特能信息技术有限公司产教融合实训基地	4 周	比特能工业报告城运营推广实训

表 14 顶岗实习单位

单位名称	所在城市	近三年顶岗实习学生人数
沈阳比特能信息技术有限公司	沈阳	20
沈阳金果信息技术有限公司	沈阳	33
抚顺新隆嘉现代农业有限公司	抚顺	4
沈阳晨皓网络科技有限公司	沈阳	4
沈阳东方般若信息技术有限公司	沈阳	10
沈阳格微软件有限责任公司	沈阳	30
沈阳学创物业管理有限公司	沈阳	14
绥中县大海餐具消毒服务中心	葫芦岛	2
沈阳思勤传媒有限公司	沈阳	10
聚为科技(辽宁)有限公司	鞍山	28
沈阳麟龙科技股份有限公司	沈阳	30
沈阳美好时光文化传媒有限公司	沈阳	20

六、教学过程及管理

(一) 课程教学

1、教学大纲/课程标准等基本教学文件

电子商务专业的公共基础课程、专业基础课程、专业核心课程以及专业拓展课程均配套有包括课程标准、教案、教学日历、考核分析与总结在内的基本教学文件。

课程标准：根据“理实一体化”和“理论”课程特点，专业设计有有两种格式的课程标准，面向“理实一体化”课程主要说明课程定位（课程在专业培养中的定位及作用、本课程与其它课程的关系）、课程设计理念及思路、课程的教学目标（知识/技能/情感/任务）、教学内容安排及标准（项目教学设计）、课程思政、教学建议、课程实施条件（教师、校内外实践教学条件、教学资源）、评价建议以及教学实施样例九个部分；面向“理论”课程主要说明课程定位（课程在专业培养中的定位及作用、本课程与其它课程的关系）、课程设计理念及思路、学习目标（知识/技能/情感）、课程内

容标准与要求（课程教学单元设计）、课程思政、教学建议、课程实施条件（教师、教学硬件环境、教学资源）、评价建议以及教学实施样例九个部分。

教案与教学日历：依据学院统一格式以及对应课程标准编写，教案主要包括授课题目、授课类型、教学目的、教学内容、教学方法、教学手段、教学过程、教学反思等内容；教学日历重点突出课程章节与对应环节设计。

考核分析与总结：主要是针对课程期末成绩进行，除基本课程信息外，还包括了考试总体情况统计，以及从执行教学大纲情况、授课情况（包括课程内容、教学方法、教学手段、答疑、实验等）、教材使用情况（具体说明；包括建议和意见等）、学生成绩评定办法和对今后课程教学的建议五个方面进行阐述的考核总结。

2、专业教材的选用情况

电子商务专业教材包括公开出版的电商类教材以及专业课程团队撰写的自编教材，自编教材有纸板和电子版两种形式，电子版教材及其配套课程资源均展示于“酷课网”中任课教师的课程空间中。

电子商务专业严格执行《沈阳北软信息职业技术学院教材选用管理办法》，认真预选、试用、正式订购适合电子商务专业学生的教材，实现教材订购流程规范化，并要求教师提前依据样书备课，授课中尽量使用教材，在过程中注意收集学生反馈，真正为学生选择适合的教材，教材利用率和学生好评率实现“双高”。目前，电子商务专业现有教学参考用书 130 余册。

依据《沈阳北软信息职业技术学院自编教材管理办法》，积极推进各课程教学团队开展自编教材编制工作。近三年，共有 11 名电子商务专业教师，包括专职教师、双师型教师、企业导师，积极参与到自编教材的编写和改版工作中，教材的质量和数量都有了明显提升，2018 年自编教材 2 本，2019 年自编教材 2 本，2020 年自编教材 2 本，改版教材 3 本。截止到 2021 年 9 月，电子商务专业形成了近 20 本自编教材，主要涉及大数据分析、工业电商、新媒体运营等系列教材，如《互联网营销实战》、《互联网大数据（比特能实战）》、《基于大数据的企业决策支持训练》、《互联网情报分析》、《互联网常用工具》、《中国工业淘堡网典型企业营销案例精析》、《跨境电商客服技巧》等。这些自编教材也以结构化的电子教材形式发布在“酷课网”上，实现词粒度碎片化关联和重点知识的标记，同时支持任何位置的师生沟通。与教材配套的实训手册、题库、视频微课等课程信息化学习资源也同步上传至对应“酷课网”课程空间中，全面支持学生线上和线下、课上和课下的学

习。



图2 专业核心课《企业网店设计实战》课程空间资源

3、考试考核

学院出台了《沈阳北软信息职业技术学院过程控制管理办法》、《沈阳北软信息职业技术学院课程重修管理办法》、《沈阳北软信息职业技术学院考勤管理规定》、《沈阳北软信息职业技术学院学生考勤查分流程说明》、《沈阳北软信息职业技术学院学生查卷流程说明》、《沈阳北软信息职业技术学院“开放式考试”管理规定》、《沈阳北软信息职业技术学院试卷管理规定》、《沈阳北软信息职业技术学院试卷评阅规范》与《沈阳北软信息职业技术学院监考管理规定》等考试考核相关规定，电子商务专业严格执行并认真落实。

电子商务专业考核旨在全程、动态地掌握学生的学习效果，促进学风建设，提高教学质量，并实现成绩考核的全面客观、公平合理。电子专业学生在校期间要修满 2822 学时的课程，包括 20 余门公共基础必选课程，6 门公共选修课程，7 门专业基础课，8 门专业核心课，8 门专业拓展课；3 门专业选修课程；2 门实践实训课程。其中，公共基础课、专业基础课、专业核心课和专业拓展课成绩的评定依据学院关于过程控制的相关要求，由平时、阶段测试/期中考试、作业和期末考试成绩四个部分构成；专业选修课程成绩由专业拓展积分置换，经学校认定后，学生在校期间通过参加专业技能比赛、技术讲座、专业社团活动、学徒制实习、产业活动、职业技能（等级）证书考试等活动及取得的相关成果可获得相应专业拓展积分；实践实训类课程，包括企业实训和毕业设计两个部分，除依据学院过程控制规定外，考核成绩还要考虑项目完成情况和毕设期间各阶段表现。

表 15 不同类型课程的成绩比例分配表

成绩类型 \ 课程类型	有实验课程	无实验课程	全程在机房的课程	说明
平时成绩	10%	10%-20%	10%	
课后作业	10%	10%	10%	
实验成绩	10%	无	0% - 10%	
阶段测试成绩	20%	20%	20%	
期末考试成绩	50%	50% - 60%	50%-60%	期末考试成绩不能低于 50%

4、其他教学资源及利用

电子商务专业充分运用教学平台提供线上学习资源，让学生的学习不再受地点的限制，并充分转化产业平台中可用于教学的资源，提升实训教学环节的授课质量。

(1) 依托教学平台“酷课网”和产业平台“链上辽宁产业云城”高质量支撑实训教学

“酷课网”是北软与格微公司联合开发的智能化生态教学平台，能够支撑专业教学全流程。“酷课网”以学生和教师为主体、个人电子终端和网络教学资源为载体的，提供线上线下混合学习与授课机制，覆盖课前、课中、课后学习环境的数字化教与学的平台，能够满足电子商务专业的学生、教师、管理者所有教学活动需求，其中积累的海量教育大数据为电子商务专业的高效数字化管理提供了有力支撑。

“链上辽宁产业云城”平台可用于电商专业学生的实训课、专业拓展活动等多个环节，通过在平台上完成真实的任务，学生的营销推广能力、店铺建设与运营能力、团队合作能力、客户开发与服务能力等职业技能得到显著提升。

(2) 微课视频、题库资源建设工作成效显著

2019 年末，电子商务专业将 5 门课程作为精品课程资源建设试点，同时，鼓励其他课程积极建设精品课程资源和信息化资源。2020 年 6 月份，经过一个学期的建设，计划的 5 门课程精品课程资源已全部建设完成，包括课件 213 个，微课视频 298 个，题库案例 186 个。这一批试点课程的资源建设工作也为其他课程资源的建设工作提供了思路，截止到 2021 年 8 月，电子商务专业共完成了 13 门课程的精品课程资源建设工作，PPT 课件 585 个，微课视频共 645 个，题库案例 305 个，几乎覆盖了电子商务专业所有专业基础

课程和核心课程。

（二）实践教学

1、实训开设与实训内容

电子商务专业遵循《高等职业学校电子商务专业教学标准》的要求，制定对应实习实训的规划，并集中开设实训课程。实训类课程主要包括认知类实训课程和专业理论课程结束后集中进行的课程综合实训。其中认知类实训课程为电子商务专业的基础技能实训，由教师组织学生电子商务数据挖掘，网店运营，新媒体宣传等行业基本技能进行联系，同时对电子商务行业运作情况进行初步认知，使学生对电子商务领域的发展概况做到大致了解。电子商务专业设置有理实一体化课程 5 门以及独立设置的实训类课程 2 门。

（1）理实一体化课程

专业课《电子商务数据分析》、《互联网情报分析》、《自媒体创意文案》《PhotoShop 图像处理》《创意视频制作》需要学生在理论课程结束之后，通过角色扮演、上机模拟等，掌握相关专业岗位业务操作流程，提升学生的实际动手能力。

（2）独立设置的实训课程

电子商务专业独立设置的实训课程是《职业技能训练》与《企业实训》。

《职业技能训练》课程分多个学期进行，通常为期 2 周到 4 周，旨在让学生形成专业相关岗位认知，增强对相关理论课程知识点的理解和应用能力。

面向 18 级毕业生开展的《职业技能训练》全程在校内进行，实习指导教师的基础知识、基本技能、基本素养等方面对学生进行强化培训，利用仿真实训平台，帮助学生形成对专业岗位职能的基本认知，并指导学生完成基本岗位业务，同时，也会组织应聘面试技巧等方面的专门训练，助力基本职业素养养成。《职业技能训练》突出特定岗位能力培养，训练内容实现了课堂专业知识向某一岗位实操技能的转化。在此期间，学生要上交相关实习作业。

《企业实训》课程坚持开展以“就业引导”为核心理念的职业技能强化训练，帮助学生牢固掌握岗位核心技能，提升学生发现和解决实际问题的能力，在毕业前具备“准员工”素质。

《企业实训》课程主要是在校内实践基地由格微公司、沈阳金果信息技术有限公司、沈阳学创物业管理有限公司、聚为科技(辽宁)有限公司、沈阳麟龙科技股份有限公司以及沈阳鹏凌程科技有限公司等企业的企业导师负责授课，形式包括集中模拟实训、专业讲座等形式，课程周期通常为 2 个月，学生同样需要提交实习作业并由

由相关企业导师和校内负责教师给出实习评语及成绩。

表 16 实践环节的总体情况

课程	实验项目	实验类型	教学方式	学时	考核与成绩判定方式
职业技能训练	职业技能训练 1-初识电子商务师	验证性	课程+拓展活动积分	80	课程采取考试的形式；扩展活动根据参与情况评定积分
	职业技能训练 2-初识新媒体运营师	验证性	课程+拓展活动积分	80	
	职业技能训练 1-初识商务数据分析师	验证性	课程+拓展活动积分	80	
企业实训	数据挖掘与分析	设计性	与格微、比特能等合作企业在产教融合基地共同管理、指导学生完成企业任务的集中模拟实训	320	任务完成度+过程控制+平时表现
	万企万店建设	设计性		320	
	资源深度加工	设计性		320	
	网络客服实战	设计性		320	
毕业实习	校内校外企业顶岗实习	综合性	与就业合作企业，在就业基地共同管理、指导学生完成定岗实习（允许学生自主选择就业企业）	640	任务完成度+中期检查成绩+期末成绩

表 17 《企业实训》课程教学项目设计

序号	项目(任务)	目标	内容设计	学时建议	教学方法、手段与资源利用	教学条件	考核评价	必备理论知识及情感态度
1	数据挖掘与分析	数据挖掘技能培养	运用大数据资源采集机器人，进行对海量管道资源的挖掘与采集，完成大数据资源库的建设。	320	1、运用大数据资源采集机器人，进行对海量站源 2、资源的挖掘与采集， 3、完成政府、行业、企业等大数据资源库的建设。	电子商务数据分析实训中心	任务达标即可通过	1.对实习内容感兴趣，熟悉计算机 2.有责任心、勤奋认真 3.自带笔记本

2	万企万店建设	网页设计技能培养	通过互联网深度检索、信息挖掘的方法，收集企业的相关信息	320	1、使用青春号众筹众包平台进行任务包发放及领取。 2、项目老师分组进行实践指导 3、访问链上辽宁地址： http://lsln.gytaobao.cn/elogin ； 登录任务包内指定的账号和密码	商品信息采编实训中心	任务达标即可通过	1.对互联网大数据感兴趣，平时喜欢上网浏览各种信息类网站 2.态度端正，做事认真，有耐心，有责任心。
3	资源深度加工	数据采集与处理技能培养	运用各种常用办公软件，通过人机协同实现对互联网海量数据的采集、整理和加工。培养同学们数据挖掘、数据采集、数据整合能力，格式转换能力和数据处理能力。	320	1、通过互联网常用工具， 2、对海量资源进行深度采集及加工整理。	电子商务数据分析实训中心	任务达标即可通过	1.对互联网大数据感兴趣，平时喜欢上网浏览各种信息类网站 2.态度端正，做事认真，有耐心，有责任心。
4	网络客服实战	网店客服相关技能培养	通过与合作企业沟通签订合作协议对实战学生进行专业化电商客服指导工作，并参与到拼多多平台等电商客服实际项目中	320	1、每个方向的整体任务安排后期（带店3分钟回复率及30秒回复率差值百分比统一打分） 2、课后总结任务安排 3、学生每天上岗实践（带店数量及完成情况）及考勤情况	客户服务与管理实训中心	任务达标即可通过	思维活跃有独立思考能力，对客服话术与后台维护有一定基础。
5	网络营销模拟及就业指导方向	运营技能培养	职业规划与技能巩固	320	1、自我认识与技能评估；自我认识-设计个人画像；性格测试-技能倾向；职业测试-	网络营销实训室	任务达标即可通过	面向全体电商毕业生

				职业倾向 2、技能巩固与演练；技能分组；视频剪辑&美工修图；文案策划&新媒运营；沟通话术；工具使用 3、面试指导与实践；专业相关就业情况介绍；简历制作-针对岗位特点调整；招聘网站的熟悉与投递；面试模拟与指导 4、实训成果检验；实践&成果报告			
--	--	--	--	---	--	--	--

2、实训教学大纲/教学标准等基本教学文件

围绕实训教学环节的对应课程《职业技能训练》、《企业实训》和《毕业设计》，电子商务专业形成了包括课程标准、教案、教学日历、考核分析与总结在内的基本教学文件。

教学标准：专业配套设计有针对实训课程的课程标准，其中主要说明课程定位、课程设计理念及思路、课程的教学目标（知识/技能/情感/任务）、课程的内容与要求（实践教学项目设计）、课程实施条件（教师、校内外实践教学条件、教学资源）、课程思政、评价建议以及实施样例八个部分；

教案与教学日历：依据学院统一格式以及对应课程标准编写，教案主要包括授课题目、授课类型、教学目的、教学内容、教学方法、教学手段、教学过程、教学反思等内容；教学日历重点突出课程章节与对应环节设计。

考核分析与总结主要是针对课程期末成绩进行，除基本课程信息外，还包括了考试总体情况统计，以及从执行教学大纲情况、授课情况（包括课程内容、教学方法、教学手段、答疑、实验等）、教材使用情况（具体说明；包括建议和意见等）、学生成绩评定办法和对今后课程教学的建议五个方面进行阐述的考核总结。

3、实习开展情况

电子商务专业的实习环节指的是毕业设计的顶岗实习阶段（大三下）。顶岗实习分校内实习和校外实习两种方式。在校内参与毕

业设计顶岗实习的学生需在学校统一管理下完成毕业设计的全过程，选择校外毕业设计顶岗实习的学生需在开学第一周申请办理，学生可以任选其中一种形式，但是要求所有学生都要掌握网站制作技术，完成网站的设计和制作，网站制作的成绩在总成绩中占10%。

(1) 校内跟岗实习

电子商务专业依托于格微公司的天然优势，设置对应的跟岗实践岗位，如数据挖掘，数据深度处理，网店运营，新媒体运营，等实习实践岗位，并结合“链上辽宁产业地图”，“产业云城”，“智慧工业园”，“业主帮小程序”等十多个线上真实企业项目，学生在跟岗实习阶段，能够快速积累产业经验，巩固已掌握的专业知识，积累工作经验，有助于明确就业方向。

(2) 校外企业实习

专业与“沈阳麟龙科技有限公司”，“沈阳金果电商有限公司”，“沈阳思勤传媒有限公司”，“沈阳聚为科技有限公司”，“沈阳鹏凌程有限公司”等多家企业进行深度合作，这些企业为学生提供了网店运营，新媒体运营，网络营销，美工设计，文案策划，活动策划，数据分析等多个顶岗实习岗位。校外企业实习课程，主要采取分散实习形式，学生主动提出实习申请，各系审核后，由学生到相关企业进行实习。

表 18 顶岗实习总体安排

教学周	毕设阶段	具体工作	上交材料
第 1-2 周	分组	组织分组选题、学生动员	提交毕业设计教师分组统计表到教务处；提交毕业设计学生分组统计表到教务处，并将信息录入教学平台
第 3-12 周	实施阶段	学生按照要求做毕业设计实施，各组按照计划指导学生具体实施（运营、美工、客服、数据加工及分析等）	
第 7 周	中期检查	检查学生任务进度、出勤情况等，评定学生的中期成绩；各系以专业为单位向教务处提交中期检查表；并将成绩录入到系统中；	按照模板要求，以系为单位将期中评定表提交给教务处
第 12-13 周	写论文	学生在老师的指导下撰写论文；	
第 14-16 周	答辩	各系组织指导组进行分批次答辩： 示范性答辩：成绩优秀、对同年级和低年级学生有示范作用的学生； 第一批答辩：正常进度，任务、出勤、报告等	

		各方面符合要求的学生； 第二批答辩：报名专升本统一延期，任务、出勤、报告等各方面符合要求的学生；因其他原因延期，并已符合要求的学生； 具体答辩资格及要求参照“第五条答辩管理”	
第 16 周	答辩成绩提交	各系向教务处提交毕业设计最终成绩；教务处向院长办公会提交毕业名单；	以系为单位提交毕业审核名单
	延期答辩、补做实习	1.不符合第一批、第二批答辩要求的学生的答辩，时间待定；2.以前学期“职业技能训练”等实习环节没通过的学生，进行补做实习；	

4、毕业论文

按照学院《沈阳北软信息职业技术学院毕业设计管理办法》、《沈阳北软信息职业技术学院校外毕业设计管理规定》要求，电子商务专业也制定了《电子商务专业毕业设计实施方案》并开展校外毕业论文中期检查。中期检查后，指导教师需要将检查结果形成记录表，其中主要记录毕业论文中期检查成绩、进度、已经完成百分和教师评语，经专业负责人审批后，将成绩录入教学平台，落实学院和系部的过程控制要求。

（三）教学管理与改革

1、教学管理人员的职责及履职情况

电子商务专业教学管理人员包括：专业负责人和教务秘书，对应职责分工如下。

（1）专业负责人

工作	岗位职责
教学研究 与改革	组织制订本专业人才培养方案与教学计划 组织每月的教学研讨会 审核专业教师的教学计划和教学大纲 制、修订教学管理文件 修订和完善《教学质量保证体系》
专业和课程建设	新专业申报 负责推进专业建设 开展课程建设、精品课程建设 教材选用和教材建设 主持教学方法研究 负责产教融合课程团队建设

工作	岗位职责
实践教学 管理	顶岗实习管理 毕业论文管理 毕业实习管理 大学生创新创业管理 学科竞赛管理 产教融合实训基地建设
教学质量 监控与评估	期中教学检查 期末教学小结和学年教学总结工作 教学基本文件检查 教学进度计划落实情况检查 试卷、毕业论文、毕业实习质量检查 听课组织和协调 学生评教管理 专业评估组织与协调 核准教师调课、停课手续 教学事故认定
教师教学 激励与培训	教学竞赛评选 教学成果奖等的立项和申报工作 优秀教材奖评选 优秀教师评选 寒、暑期教师培训组织 教风建设
其他	教学实训平台管理 各类教学工作数据整理和总结报告撰写 外聘教师课时费用计算 指导、督促教务秘书做好学籍管理、成绩管理、教学资料归档、上报等工作。

(2) 教务秘书职责

工作	岗位职责
教学计划实施管理	参与制订专业培养方案与教学计划 教学计划调整 新开课程申请 教学平台配置课程空间 协助教学副主任安排、落实院系部的教学任务，负责管理院系部日常的教学运行。
课程管理	课程表的编制与管理 选课组织 课程免听、免修、重修组织 受理调、停课申请，办理调（停）课手续

工作	岗位职责
成绩与学籍管理	学籍管理 成绩管理 学生毕业资格初审等工作
教学环节管理	组织针对教师的教学状况的查课与学生评教工作 熟悉院系部的教学信息，及时处理教学工作中存在的问题。 协助系部主任组织开学、期中和期末的教学检查 配合系部领导和教务处做好院系部教学质量监控的组织与实施工作 协助教学院长、主任做好毕业设计(论文)等实践性教学的组织管理工作
其他	负责院系部各种教学档案的收集、整理和归档准确及时反馈教务处发布的各种信息 及时转发教务处下发的通知、文件等 完成上级领导和主管部门指定的其他工作

2、开展教学研究情况

一方面，电子商务专业对各教学环节执行情况进行过程监控。专业每月至少举行 1 次教学研讨活动，主要围绕近期课堂授课和教学管理问题展开，由专业负责人主持会议，会前由专业教务秘书发布会议主题，全体专任教师必须参会，会议讨论问题涉及跨部门合作问题时，将邀请学院相关部门领导和人员参会；如涉及校企共建课程、实践基地建设等问题，还将邀请企业导师或企业方负责人参会。

另一方面，电子商务专业鼓励专业骨干教师与格微公司技术总监和一线技术人员联合申报省级成果奖和课题。2018 年 3 月联合申报辽宁省教学成果奖“基于大数据面向产教融合的智能化生态教学平台——“酷课网””和“民办高职院校现代学徒制实施过程研究报告”，分获二等奖和三等奖；2020 年 10 月联合申报辽宁省教学成果奖“全民营销时代背景下新型电商运营人才培养模式与成效”，获二等奖（2021 年公布）；2021 年 3 月校企联合开展“辽宁省民办教育协会教育科学“十四五”规划批准立项课题——全民营销时代新型工业电商人才培养模式研究”立项申报，并获批建设；2021 年 10 月 27 日，辽宁省教育厅发布《辽宁省教育厅关于对职业教育 2021 年现代学徒制示范专业评审结果的公示》，电子商务专业入选“现代学徒制示范专业”。

3、教改与质量工程建设

电子商务专业重视教学改革，在这一过程中，除学院提供相关教学资源以及相关制度保障外，专业自身也在持续探索适用于电子商务专业学生特点的教学模式和教学方法，不断总结与改进，提升人才培养质量。

（1）总体设计

专业教学理念改革：在学院“爱的教育 快乐学习”的教育理念

下，电子商务专业确立了“提高师生之间互动性，强化教学活动动态性，增加学习过程体验性”的专业教学理念，培养学生的价值认知与判断能力、跨专业能力和创新能力。

专业教学模式改革：通过实验、实训、实习三个关键环节的改革，普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学、学徒制等新型教学模式，带动专业调整与建设，引导课程设置、教学内容改革。

专业教学方法改革：适应“互联网+职业教育”发展需求，在学院进行建设智慧教育示范校建设的背景下，实施专业数字化教学改革，运用现代信息技术改进教学方式方法，提升电子商务专业信息化应用水平和师生信息技术素养。

(2) 改革内容与举措

举措 1：深化校企合作、产教融合，建设贴近实际岗位的实训环境

以校企合作、育训结合为教法改革切入点，改革电子商务专业的职业技能训练、企业实训和毕业实习，从而带动电子商务专业的课程体系调整与专业内涵建设，引导教师改革教学内容、教学方法及考试方法，研究制定适应不同学生专业发展方向的培养方案。

在校企共建的实训基地中，电子商务专业利用“中国工业淘堡网”、“沈阳智慧工业云”、“青春号”等平台开展“工学交替”的教学实践活动。利用这些平台中的资源，面向具体岗位需求开展项目实训，突出能力进阶，磨砺学生的岗位技能，并由专业教师和企业导师共同对任务完成情况做出评价，为用人单位和学生建立高效的关联，实现人才精准送推。同时，继续举办“青春号-Capstone 训练营”，培养学生创新创业意识，并推荐优秀学生去企业就职。

举措 2：建立伴随化的师徒关系，探索现代学徒制教学模式

合作企业鼓励优秀员工成为“师傅”，和 1-2 名“徒弟”结成师徒关系，成为学生“学习上的老师，工作上的师傅，生活中的朋友”，助力学生成长为合格员工。



图 3 伴随化的师徒关系

举措 3：推动现代信息技术与智慧教学融合

电子商务专业通过分析线上、线下教学模式的优劣势，积极探索线上线下混合教学模式的常态化，大幅提升教师信息技术应用能力，利用大数据实施“成果导向”的过程性考核，做好学习成果评价与认定，培养学生适应毕业“首岗”要求的能力和素养，引导学生自我管理、主动学习，适应未来数字化革命的新挑战。

举措 4：考核指标融合教改要素

电子商务专业将围绕“教法”改革开展的课程、教材和实训基地建设等指标纳入相关负责人的年度考核体系标准中，鼓励开展以“学生为中心”的课堂革命，切实提升教学质量与人才培养效果。

(3) 改革效果

效果 1：优秀教学方法典型案例涌现

电子商务专业的部分理论类课程和所有实训实践类课程均以项目式教学方式讲授，专业鼓励任课教师设计渐进式作业。在书证融通课《自媒体创意与文案》中，课程教师与格微公司新媒体运营部门共同开展教学内容涉及，授课案例选用企业真实项目，知识技能设计对接典型岗位需求，并营造不同的商业情境，组织学生分组训练。教师围绕真实案例，指导学生撰写各类文案并有重点地开展反复写作训练，提高学生软文写作水平，达到学以致用目的；在书证融通课《创意视频制作》课程中，教师会采用模拟练习法，比如模拟省职业技能大赛赛题的操作系统和流程，使学生熟悉客户服务、情境营销、数据分析、活动策划方案、市场调研报告等实践环节。

(2) 专业拓展积分活动和职业技能大赛，夯实学生的专业技能

围绕格微公司“链上辽宁产业云城”、“比特能工业报告城”等产业平台，开展了“我为比特能工业报告城代言”、“链上辽宁万企万店建设有我”、“链上辽宁万企万店营销图片处理能手”、“我在抖音与母校相遇”、电子商务职业技能大赛等一系列的专业拓展活动，活动融合线上和线下两种形式，充分利用学生的碎片化时间，丰富学生课余生活的同时，夯实学生的专业技能。

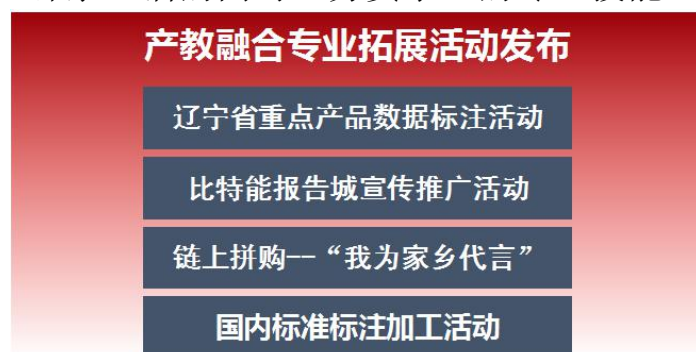


图 4 第三期产教融合活动发布

(3) 建立分阶段考核选拔的动态学徒制模式，并实现“一师一徒一企”模式

电子商务专业与格微公司、沈阳鹏凌程集团等企业建立良好的校企合作关系，联合制定招生招工方案，并建立了“分阶段考核选拔”的学徒制模式。大一为“孵化期”，学徒制人数在 50 左右，学员除在校学习基础知识及技能外，学校组织学生进入企业短期认识实习感受企业文化、调研企业运行等；大二进入“择优期”，注重培养产业素质，学生进入企业实习，建立师徒关系，进行深度了解及互选，互选后学徒制班人数 30 人左右；大三为“强化期”，一般为 25 人左右，学徒制学徒正式进入企业顶岗实习。

针对“沈阳智慧工业云”平台上的合作企业开展个性化定制服务，实现“一师一徒一企”模式。企业导师对学生进行专门技术培训和项目指导，学生能够参与到项目实施的每个环节，确保向企业输送的是带着“实战”经验的“准员工”；同时，充分利用“中国工业淘堡网”中的企业资源，开展学生实训、顶岗实习。

(4) 积极推进 1+X 试点、考点建设及书证融通工作

目前，电子商务专业已申请 3 个“1+X”证书试点，包括网店运营推广、电子商务数据分析和跨境电子商务运营，近三年已有 10 余位教师通过技能培训考试，在课程内容方面也已将原有课程调整为书证融通课。

(5) “认岗、跟岗、顶岗”能力递增模式形成

电子商务专业与 40 余家企业建立了就业合作关系，并与其中 8 家企业开展深度产教融合，面向企业人才需求，积极开展产教融合课程、教学实训平台、实践实训模式（现代学徒制、企业实训）、毕业实习等方面的改革。通过调研企业人才需求，分析典型岗位的工作过程以及岗位所需能力，构建了能力递增模型，逐步形成了促进毕业与就业的“认岗、跟岗、顶岗”实践实训模式”。

(四) 质量监控

遵循学院的 PDCA-8 字形螺旋质量监控机制，围绕教学质量、培养质量、就业质量等方面，构建起电子商务专业教学质量保障体系。明确主要教学环节质量标准，建立健全教学基本规范和教学管理基本流程，实现教学工作各环节运行管理有章可循、有据可依。在教学运行过程中，同步对这些制度进行不断优化和完善，基本实现了质量标准科学化、过程监控全程化、结果处理规范化的教学质量监控机制。

1、教学质量保障体系

电子商务专业教学质量保障体系包括一个目标、一个标准、两个系统，即：培养目标、各主要教学环节质量标准、教学质量保障

系统、教学质量监控系统。

教学质量保障系统围绕培养目标输入教学资源，根据教学质量标准进行过程管理，输出符合规格人才的过程。通过我院特色教学系统——酷课网，保障教学各环节的平稳运行。

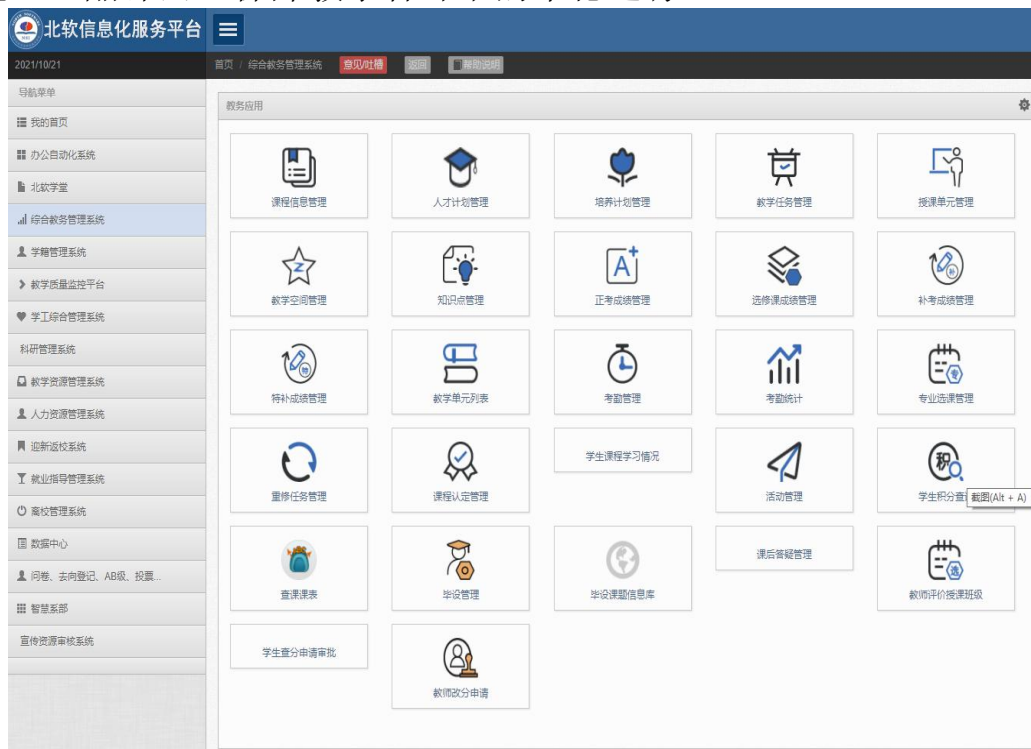


图 5 教学质量保障系统

酷课网平台集成了本专业的授课计划、授课课件、考试管理、考勤管理、成绩管理、教学资源管理等。

2021年电子商务三年人才计划信息列表 (以下所有学期总课程数:45,所有课程总学时数:2518)										
2021学年第1学期 (该学期总课程数:10,所有课程总学时数:424)										
No.	课程名称	课程类型	考核类型	课程性质	总学时	周学时	实验学时	教学单位	课程性质	课程层次
1	[5401303]商务礼仪	考试课	考试(闭卷/开卷)	专业基础课程	32	2	0	学时	必修课	否
2	[5401305]商务谈判与文案	考试课	考试(闭卷/开卷)	专业基础课程	32	4	0	学时	必修课	否
3	[50021037]管理心理学	考试课	考试(闭卷/开卷)	公共基础课程	48	4	16	学时	必修课	否
4	[50034006]劳动教养课程1	考试课	考试(闭卷/开卷)	公共基础课程	36	4	30	学时	必修课	否
5	[50044001]实训1	课程实训	考试(闭卷/开卷)	公共基础课程	80	40	80	学时	必修课	否
6	[50011001]体育1	考试课	考试(闭卷/开卷)	公共基础课程	28	2	28	学时	必修课	否
7	[50061003]英语基础	考试课	考试(闭卷/开卷)	公共基础课程	56	4	0	学时	必修课	否
8	[54012036]办公自动化应用	考试课	考试(闭卷/开卷)	专业基础课程	32	4	32	学时	必修课	是
9	[54012037]电子商务基础	考试课	考试(闭卷/开卷)	专业基础课程	48	4	16	学时	必修课	是
10	[54012038]互联网金融概论	考试课	考试(闭卷/开卷)	专业基础课程	32	4	32	学时	必修课	是
2021学年第2学期 (该学期总课程数:11,所有课程总学时数:452)										
No.	课程名称	课程类型	考核类型	课程性质	总学时	周学时	实验学时	教学单位	课程性质	课程层次
1	商务沟通	考试课	考试(闭卷/开卷)	专业基础课程	32	2	0	学时	必修课	否
2	商务谈判与文案	考试课	考试(闭卷/开卷)	专业基础课程	48	4	48	学时	必修课	是
3	商务谈判与文案	考试课	考试(闭卷/开卷)	专业基础课程	32	2	32	学时	必修课	否
4	Photoshop图像处理	考试课	考试(闭卷/开卷)	专业基础课程	48	4	48	学时	必修课	是
5	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	考试课	考试(闭卷/开卷)	公共基础课程	48	4	16	学时	必修课	否
6	大学生心理健康教育	考试课	考试(闭卷/开卷)	公共基础课程	48	4	16	学时	必修课	否

图 6 人才计划管理

面向学生，集成了在线作业、在线考试、在线答疑、在线交流、在线授课、知识图谱、学习路径和在线图书馆等学习模块。

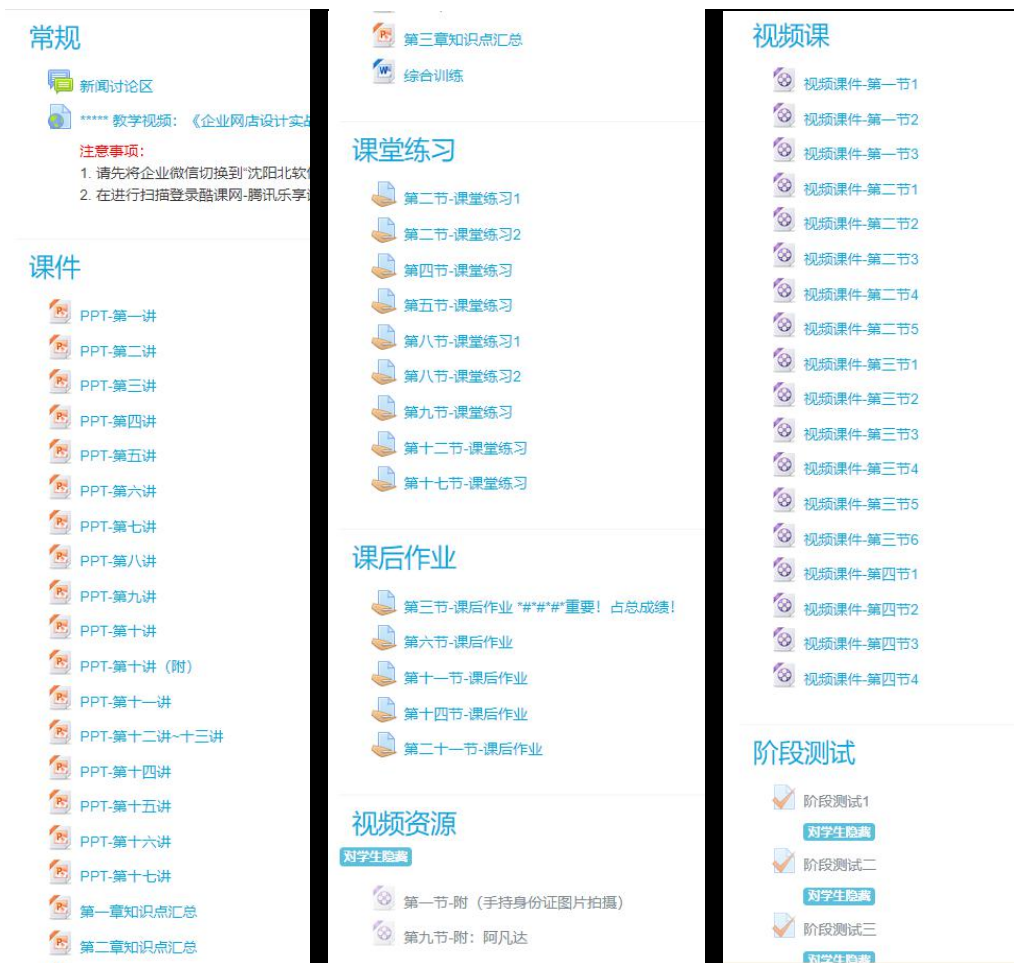


图 7 学生学习模块与资源

教学质量监控系统包括目标的确定。各主要教学环节质量标准建立、信息的收集、评估、信息反馈、调控环节。分为考试汇总、过程成绩监控、教师测评、教师考勤监控、学生考勤监控等。

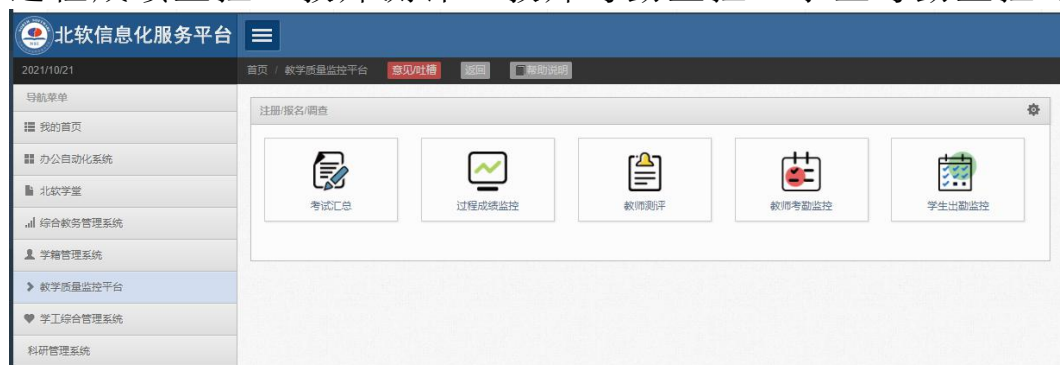


图 8 教学质量监控系统

2、教学质量监控制度

电子商务专业建立了教学检查、教学督导、教学信息员等制度,对教学质量实施过程监控,确保每名教师能够认真履行相关教学制度,进而提升教学质量,满足专业人才培养目标的要求。

(1) 教学质量检查制度

电子商务专业坚持常规性教学检查。一是开展了教学运行检查,学期初重点检查教师上课和学生到课情况及教学安排是否妥当,教学运行是否正常;学期中着重检查教学计划的执行情况、教学秩序的正常与否等;学期末检查主要以“抓考风促学风”为重点,同时对期末考试的各项工作进行检查。二是开展了教学效果检查,主要检查学生试卷、作业、阅卷等。三是开展了毕业设计的检查,包括论文选题、开题报告、中期检查、答辩及成绩评定等。

(2) 听课制度

电子商务专业严格执行学院制定的听课制度。院领导、系主任、专业负责人深入课堂听课,通过听课制度的执行,了解教学情况,倾听师生意见,沟通存在的问题,并及时反馈给学院和教务处,保证了教学管理工作的针对性和有效性。学校领导每学期听课不少于4次,教务处每学期听课不少于8次,系主任每学期听课不少于8次,专业负责人每学期听课不少于8次,专任教师每学期不少于3次,同一课程团队成员间相互听课每月至少1次。

(3) 教学信息员制度

电子商务专业根据学院要求制定了“电子商务专业教学信息员工作要求”,对学生教学信息员的个人素质、工作职责等都做了明确规定。这一制度的建立,对专业教学指导委员会分委会及时全面了解教学动态,提高教学管理水平,推动教学改革都起到了积极作用。

教学信息员及时收集日常教学过程中的有关信息和广大师生对教学的合理化要求和建议,并及时、客观地向教研室主任反映,同时将专业有关信息和处理意见及时反馈给学生,做好专业教研室与学生、教师与学生之间沟通工作。

(4) 教学督导制度

电子商务专业按照学院要求成立教学督导组,通过听课、座谈、走访等形式,监测与评价教学质量保障体系运行中的教学资源、教学过程、教学成效等各项教学管理工作。每学期制定详细的计划,收集并分析教师教学情况、学生信息员提供的相关信息,并向专业教学督导组反馈意见。每学期专业教学督导组就专业的监控情况进行汇总,形成综合监控意见,提交专业教研室。

(5) 学生评教制度

每学期要求学生填写评教表,对所有任课教师的教学态度、教学内容、教学方法和教学效果等情况打分,评价结果数据统一处理后,由专业教研室反馈给教师。同时,专业定期召开学生代表座谈会,征求学生对任课教师的意见和建议。这些结果既作为教师改进教学的参考,也作为评价和考核教师教学效果的依据。

3、质量监控情况

电子商务专业建立了主要由专业负责人、专业教务秘书、专业骨干教师组成的教学督导组，监督与管理人才培养的全过程，确保教学管理制度与人才培养方案在教学运行过程中得到有效实施。同时，收集和分析教学过程控制数据，以便为改进专业管理、提升教学质量提供依据。

建立专业教学质量检查制度，坚持常规性教学检查，针对学期初、学期中、学期末的教学特点有针对性地进行监控和检查。严格执行听课制度，对教学环节存在的问题及时发现、及时沟通，保证教学管理工作的针对性和有效性。制定教学信息员制度，切实有效地提高教学水平。成立教学督导组，每学期制定详细的计划，并进行教学监控，形成综合监控意见。落实学生评教制度，通过学生打分、座谈会等形式监控教学过程质量。

专业教研室配合学院招生就业处开展毕业生跟踪调查，涵盖毕业生在校期间素质分析、择业情况、整体就业情况等，对本专业的专业课程设置、基础课程设置、就业工作等工作质量进行监控。专业教研室配合学院招生就业处根据专业整体发展需要制定社会评价机制，广泛听取师生和用人单位对电子商务专业人才培养工作的意见和建议。采用定性与定量相结合的方式，对收集的信息进行综合分析，以制定有针对性的整改措施，从而改进教学方式与方法。

4、主要教学环节的质量要求

表 19 主要教学环节的质量要求

环节名称	质量要求要点与考核责任者	考核基于的数据	考核周期与改进措施	记录文档形式/位置
教学计划	要点: 1、总学时和总学分设置合理； 2、课程性质与课程分类比例合理； 3、课程设置符合专业人才职业发展要求。 考核责任者: 1、专业负责人 2、专业教指委	专业人才培养方案与	周期: 每一个授课学期，包括开课前检查，以及期中执行情况检查 改进措施: 1、专业教指委定期组织开展专业建设研究，对标国家相关职业技能标准确定专业面向与培养目标； 2、专业教指委组织系部骨干教师对标分析其他院校电商专业培养方案，学习并优化本专业教学计划。	专业教指委及学院教务处存档
课程标准	要点: 1、课程性质与课程定位阐述清晰，有课程思政环节设计； 2、课程目标设置合理，注重知识、能力、素质协调发展，突出创新意识的培养； 3、教学内容安排及标准符合课程性质要求； 4、课程实施条件运用合理。 考核责任者: 1、任课教师 2、课程团队负责人 3、专业负责人	各专业授课教师的课程标准文件	周期: 每一个授课学期，包括开课前检查，以及中中和结课后执行情况检查 改进措施: 1、课程团队负责人按照课程类型具体说明课程标准中各部分具体体现内容； 2、专业负责人定期组织带领团队成员学习国家发布的相关岗位的职业技能标准； 3、专业负责人定期组织开展课程建设研讨会，邀请企业专家参会，促进专业教师深入理解岗位职责与具体能力要求。	授课教师保留经修订并审核通过的课程标准，并提交至教学管理平台

理论教学	要点: 1、备课: -根据教学大纲,合理精选内容; -依据学生基础,处理好本课程与先修课和后续课之间的衔接; 2、课堂讲授: -按照教学大纲要求完成授课; -课程结构层次和重点难点设置合理; -教学方法和教学手段多样 3、辅导答疑: -易出现问题知识点把握准确; -因材施教,有针对性; -注重积累总结,服务教研教改; 4、作业批改 -满足规定作业次数和作业量 -作业批改及时,有分数,有评价; 5、考试考核: -平时成绩、阶段测试/期中考试、作业成绩、期末考试成绩与评价标准设计合理; -过程控制比例依据学院要求设置; -试卷命题、评阅和总结工作到位; -补考、重修依规进行。 考核责任者: 1、任课教师 2、课程团队负责人 3、专业负责人 4、专业教指委	1、教案; 2、课件; 3、听课记录; 4、学生评教记录; 5、“酷课网”中保留的辅导答疑记录; 6、“酷课网”保留的学生作业批改记录; 7、“酷课网”保留的过程成绩。 8、考核分析与总结	周期:每一个授课学期,包括开课前检查,期中抽查和结课后执行情况检查 改进措施: 1、贯彻执行课程组内以及专业内互听课制度,形成听课记录,课程团队负责人负责收集; 2、定期开展学生评教活动,并提炼要点反馈给相应任课教师; 3、开展由专业教指委牵头的期中教学检查自查工作,形成报告供专业内教师对照自查; 4、探索制定依托“酷课网”开展线上线下辅导答疑的机制,并给予适当奖励; 5、专业负责人不定期抽查作业批改情况,及时反馈。	1、教案:任课教师自行保留,并提交课程团队负责人及学院教务处存档备查; 2、课件提交至“酷课网”相应课程空间备查; 3、听课记录、学生评教表由专业负责人,并提交专业教指委和学院教务处备查; 4、辅导答疑记录保留在“酷课网”相应课程空间中; 5、课后作业保留在“酷课网”相应课程空间中,并在指定位置填写分数与评价。
实训教学	要点: 1、实训设备与平台配置符合教学要求; 2、实践教学环节对接真实工作流程实践,实训内容起到强化理论知识点的作用; 3、实践教学内容能围绕真实企业项目设计,融合真实项目经验; 4、考试考核: -平时成绩、阶段测试/期中考试、作业成绩、期末考试成绩与评价标准设计合理; -过程控制比例依据学院要求设置; -试卷命题、评阅和总结工作到位; -补考、重修依规进行。 考核责任者: 1、任课教师 2、课程团队负责人 3、专业负责人 4、专业教指委	1、实践教学项目设计文档; 2、学生项目实训结果; 3、听课记录; 4、学生评教记录; 5、“酷课网”保留的过程成绩; 6、考核分析与总结。	周期:每一个授课学期,包括开课前检查,以及期中和结课后执行情况检查 改进措施: 1、贯彻执行课程组内以及专业内互听课制度,形成听课记录,课程团队负责人负责收集; 2、定期开展学生评教活动,并提炼要点反馈给相应任课教师; 3、定期邀请企业专家、一线技术人员参与实训课教学研讨。	1、教案(含“实践教学项目设计”内容):任课教师自行保留,并提交课程团队负责人及学院教务处存档备查; 2、听课记录、学生评教表由专业负责人,并提交专业教指委和学院教务处备查; 3、课后作业保留在“酷课网”相应课程空间中,并在指定位置填写分数与评价; 4、教学研讨会会议记录及总结。
实习教学	要点: 1、实习分组、任务方向、实习环节与评价标准设计合理; 2、实习期间定期检查机制; 3、实训报告、实习总结评价及时; 4、过程控制比例依据学院要求设置。 考核责任者: 1、指导教师 2、专业负责人 3、专业教指委	1、实习教学大纲; 2、实习报告中期情况记录; 3、实习报告与总结及评价记录。	周期:大三年级第2学期 改进措施: 1、校企围绕人才培养目标与实习企业优势联合设计实习环节实施方案; 2、探索构建适用于实习环节的“过程控制”措施; 3、加强与实习企业的定期沟通,并开展共同评价。	1、实习报告择优存档; 2、实习报告中期情况记录由指导教师保留并提交至专业负责人备查; 3、实习报告与总结及评价记录由指导教师保留并提交至专业负责人和专业教指委备查。

毕业设计	要点: 1、毕业论文的类别/方向设置合理; 2、毕设中期检查和总结评价及时客观; 3、毕业论文质量严格控制; 4、毕业论文答辩组织合理, 答辩记录完整; 5、毕业论文成绩评定严格执行评分标准; 6、毕设工作总结整理归档。 考核责任者: 1、毕设各方向负责人 2、专业负责人 3、专业教指委	1、毕业设计课程标准; 2、毕业设计中期检查表; 3、毕设论文及检查、评价记录; 4、毕设答辩记录与成绩单; 5、毕设工作总结。	周期: 大三年级第 2 学期 改进措施: 1、探索建立毕设各环节的评价标准指南, 全流程把控质量; 2、依托合作企业, 为学生提供有效的实习环节, 为毕业论文写作奠定实践基础; 3、强化指导教师的科研设计能力, 为学生毕业论文的选题和分析论证环节提供有效指导。	1、毕设论文择优存档; 2、毕设中期情况记录由指导教师保留并提交至专业负责人备查; 3、毕设论文及检查、评价记录由指导教师保留, 并提交至专业负责人和专业教指委待查; 4、毕设答辩记录、成绩以及毕设工作总结由指导教师保留, 并提交至专业负责人和学院教务处待查。
-------------	--	--	--	---

5、毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

电子商务专业形成了毕业生跟踪调查以及社会评价等制度, 及时准确地获得教学结果反馈。

(1) 毕业生跟踪调查制度

毕业生的跟踪调查是教学质量信息反馈的基本途径。电子商务专业教研室配合学院招生就业处根据专业整体发展制定本专业毕业生跟踪调查制度, 确定调查时间、内容、方式等具体事宜, 辅导员负责发放和回收问卷; 专业就业专员对毕业生跟踪调查分析报告进行汇总、分析。毕业生调查每年 1 次, 针对毕业 1-5 年的学生, 调查覆盖率达到当年毕业生人数的 20% 以上; 针对毕业 5 年以上的学生, 选择有代表性的调查对象, 充分考虑地域分布、企业类型、岗位工种等差异, 对优秀的毕业生、创业学生、在单位做出特殊贡献的毕业生进行重点调查。

调查内容涵盖毕业生在校期间素质分析、择业情况、整体就业情况, 毕业生对目前工作及岗位的评价, 对专业培养在工作中影响程度的评估, 以及对本专业的专业课程设置、基础课程设置、就业工作的评价及建议等方面的内容。

(2) 社会评价制度

电子商务专业教研室配合学院招生就业处根据专业整体发展需要制定社会评价机制; 由专业负责人与教务秘书负责组织人员进行走访用人单位、校企合作交流、组织访谈和调查问卷的发放和手绘等具体调查工作, 并进行问卷汇总分析, 形成专业调查分析报告。用人单位调查每年 1 次, 主要覆盖来本专业招聘的代表性用人单位和毕业生较集中的代表性用人单位。

调查内容涵盖用人单位对毕业生综合素质的评价, 用人单位对

毕业生的要求，以及对本专业就业工作的评价和建议。

6、专业教学持续改进效果

（1）评价结果分析与应用

每学期听课总次数达 80 余次，形成听课记录表、教学工作总结等相关文件用于检验课堂教学质量。每月组织至少 1 次教学研讨会，将教师听课后提出的建议进行整合，改进课堂教学质量。

专业信息员每周进行一次信息反馈，由教务秘书进行信息员反馈信息整理并提交专业负责人。学生座谈会每月组织一次，由专业负责人、教务秘书、骨干教师共同参与，收集学生反馈信息并形成座谈会记录。每月由专业负责人组织在教学研讨会上对学生提出的问题进行整改研讨，制定整改方案。

每学期以“课程打分+课程建议”结合的形式组织一次学生评教，评教结果反馈给专业负责人，教研室主任根据学生反馈情况结合学期中进行的教学检查结果，对教师教学质量进行评价。

每年 9-10 月，进行毕业生跟踪调查，从毕业 1-5 年的学生中随机筛选 20%，发放毕业生就业创业调查问卷。专业教研室就回收的调查问卷进行数据整理和分析，分析内容包括：该生在校期间素质分析与择业情况对比，该生在校期间择业观与毕业后就业情况对比、专业整体就业情况与专业课程设置对比。从毕业 5 年以上的学生中选择优秀毕业生进行微信、电话或面对面等方式一对一调查，分析学生未来发展，对比专业人才培养计划进行改进。

每年 11-12 月，进行用人单位评价调查，重点调查与本专业建立深度产教融合的 3 家企业，专业负责人面对面向企业总监进行调研，了解对本专业学生的就业评价。同时从 100 家与本专业建立合作关系的企业中随机抽取 5 家企业进行走访调查。专业教研室对调研结果进行汇总分析，根据行业、企业需求，调整人才培养体系。

（2）持续改进成效

近 3 年电子商务专业任课教师教学质量综合测评优良率逐年上升，学校督导组测评优良率在 88%以上，学生满意度逐年提高，均在 90%以上。2021 届 124 名毕业生 31 门专业课平均成绩达到 70.2~90.5 分，其中 18 门课程一次及格率达到 90%以上。同时，电子商务专业在近 3 年建成校级精品资源共享课 1 门、精品资源公开课 1 门、校级精品课 7 门，有 2 门教材列为校级立体化教材，获省级教学成果奖 2 个，并有 1 个省级在研课题和 2 个校级教研教改立项。

专业教学成效也获得了企业专家的高度评价。由格微公司专家导师廉鹏（组长）、沈阳鹏凌程科技有限公司专家导师黄建涛、沈阳麟龙科技股份有限公司专家导师于洪涛、沈阳金果电子商务有限

公司专家导师李志组成的企业专家组在专业定位、教学团队建设、人才培养质量等方面对电子商务专业给予了高度评价。

七、人才培养质量

(一) 专业技能

1、学生的基本理论与基本技能

电子商务专业学生的各类课程考试成绩分布正常。2021 届 124 名毕业生 31 门专业课平均成绩达在 70.2 到 90.5 分之间，其中 18 门课程一次及格率达到 90%以上。下表是 5 门主要课程的补考率和重修率。

表 20 课程考试成绩分布

课程	正考通过率	补考率
电子商务法律法规	92.6%	17.0%
办公软件高级应用	92.4%	10.4%
商务 ICT-EXCEL 数据管理与分析	85.7%	24.4%
商务 ICT-PPT 设计实用技巧	81.7%	27.4%
互联网信息检索	86.6%	23.7%

2、学生的创新精神与实践能力

表 21 近三年在校生在党团组织各项活动中获奖情况

序号	活动（竞赛）名称	主办单位	获奖学生姓名或团队名称	奖励名称	获奖时间	获奖级别	获奖等级
1	2018 年辽宁省职业技能大赛（英语口语）赛项	辽宁省教育厅	杨双铭	2018 年辽宁省职业技能大赛（英语口语）赛项非专业组三等奖	201812	省级	三等奖
2	2019 年辽宁省职业技能大赛（英语口语）赛项	辽宁省教育厅	杨双铭	2019 年辽宁省职业技能大赛（英语口语）赛项非专业组二等奖	201912	省级	二等奖
3	辽宁省第七届“中国梦、强军梦”大学生爱我国防比赛	中共辽宁省委宣传部 辽宁省教育厅 辽宁省军区政治工作局	周一杰	辽宁省第七届“中国梦、强军梦”大学生爱我国防比赛三等奖	202012	省级	三等奖
4	2021 年中共沈阳市教科工委“永远跟党走”主题征文活动	中共沈阳市教科工委	李琨鹏	2021 年中共沈阳市教科工委“永远跟党走”主题征文二等奖	202107	市级	二等奖

5	2018 年辽宁省职业技能大赛（电子商务）赛项	辽宁省教育厅	王曦	2018 年辽宁省职业技能大赛（电子商务）赛项三等奖	201805	省级	三等奖
6	2018 年辽宁省职业技能大赛（电子商务）赛项	辽宁省教育厅	陈希阳	2018 年辽宁省职业技能大赛（电子商务）赛项三等奖	201805	省级	三等奖
7	2018 年辽宁省职业技能大赛（电子商务）赛项	辽宁省教育厅	杜雨霏	2018 年辽宁省职业技能大赛（电子商务）赛项三等奖	201805	省级	三等奖
8	2018 年辽宁省职业技能大赛（电子商务）赛项	辽宁省教育厅	王畅	2018 年辽宁省职业技能大赛（电子商务）赛项三等奖	201805	省级	三等奖
9	2019 年“普译奖”全国大学生写作大赛（决赛）	《海外英语》杂志	李明洁	2019 年“普译奖”全国大学生写作大赛专科组（决赛）二等奖	201912	国家级	二等奖
10	2019 年“普译奖”全国大学生写作大赛（决赛）	《海外英语》杂志	李政洁	2019 年“普译奖”全国大学生写作大赛专科组（决赛）二等奖	201912	国家级	二等奖
11	2019 年“普译奖”全国大学生写作大赛（初赛）	《海外英语》杂志	李明洁	2019 年“普译奖”全国大学生写作大赛专科组（初赛）优秀奖	201912	国家级	优秀奖
12	2020 “外研社国才杯”全国英语写作大赛（高职组）辽宁省复赛公共英语组三等奖	外研社	毕庆华	2020 “外研社国才杯”全国英语写作大赛（高职组）辽宁省复赛公共英语组三等奖	202010	国家级	三等奖
13	2019 年“普译奖”全国大学生写作大赛（初赛）	《海外英语》杂志	李政洁	2019 年“普译奖”全国大学生写作大赛专科组（初赛）优秀奖	201912	国家级	优秀奖
14	2017-2018 年度辽宁省政府奖学金	辽宁省教育厅	刘筱阳	辽宁省政府奖学金	201812	省级	
15	2018-2019 年度国家奖学金	中华人民共和国教育部	王林	国家奖学金	201912	国家级	
16	2019-2020 年度辽宁省政府奖学金	辽宁省教育厅	秦安泽	辽宁省政府奖学金	202012	省级	

17	2018 年度沈阳市优秀团学干部	共青团沈阳市委员会 中共沈阳市教科工作委员会 沈阳市学生联合会	刘筱阳	2018 年沈阳市优秀团学干部	201812	市级	
18	2019 年度沈阳市优秀团学干部	共青团沈阳市委员会 中共沈阳市教科工作委员会 沈阳市学生联合会	王林	2019 年度沈阳市优秀团学干部	202001	市级	
19	辽宁省普通高等学校 2019 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	李双	辽宁省普通高等学校 2019 届优秀毕业生	201812	省级	
20	辽宁省普通高等学校 2019 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	李新宇	辽宁省普通高等学校 2019 届优秀毕业生	201812	省级	
21	辽宁省普通高等学校 2019 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	陈希阳	辽宁省普通高等学校 2019 届优秀毕业生	201812	省级	
22	辽宁省普通高等学校 2019 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	刘筱阳	辽宁省普通高等学校 2019 届优秀毕业生	201812	省级	
23	辽宁省普通高等学校 2019 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	杨德庆	辽宁省普通高等学校 2019 届优秀毕业生	201812	省级	
24	辽宁省普通高等学校 2020 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	刘馨雨	辽宁省普通高等学校 2020 届优秀毕业生	201912	省级	
25	辽宁省普通高等学校 2020 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	葛士友	辽宁省普通高等学校 2020 届优秀毕业生	201912	省级	
26	辽宁省普通高等学校 2020 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	杨欣萍	辽宁省普通高等学校 2020 届优秀毕业生	201912	省级	
27	辽宁省普通高等学校 2020 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	王林	辽宁省普通高等学校 2020 届优秀毕业生	201912	省级	
28	辽宁省普通高等学校 2020 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	孙静	辽宁省普通高等学校 2020 届优秀毕业生	201912	省级	
29	辽宁省普通高等学校 2020 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	阎情	辽宁省普通高等学校 2020 届优秀毕业生	201912	省级	
30	辽宁省普通高等学校 2021 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	李依珊	辽宁省普通高等学校 2021 届优秀毕业生	202012	省级	

31	辽宁省普通高等学校 2021 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	娄文桐	辽宁省普通高等学校 2021 届优秀毕业生	202012	省级	
32	辽宁省普通高等学校 2021 届优秀毕业生	辽宁省教育厅	秦安泽	辽宁省普通高等学校 2021 届优秀毕业生	202012	省级	
33	2018 年沈阳市“十百千”大学生评选表彰活动	辽宁省教育厅	王林	2018 年沈阳市优秀大学生	201812	省级	
34	2018 年沈阳市“十百千”大学生评选表彰活动	辽宁省教育厅	刘筱阳	2018 年沈阳市优秀大学生	201812	省级	
35	2019 年沈阳市“十百千”大学生评选表彰活动	中共沈阳市教科工作委员会	王林	2019 年沈阳市模范大学生	201910	市级	
36	2019 年沈阳市“十百千”大学生评选表彰活动	中共沈阳市教科工作委员会	秦安泽	2019 年沈阳市优秀大学生	201910	市级	
37	2019 年沈阳市“十百千”大学生评选表彰活动	中共沈阳市教科工作委员会	阎情	2019 年沈阳市优秀大学生	201910	市级	
38	2019 年沈阳市“十百千”大学生评选表彰活动	中共沈阳市教科工作委员会	孙静	2019 年沈阳市优秀大学生	201910	市级	
39	2020 年沈阳市“十百千”大学生评选表彰活动	中共沈阳市教科工作委员会	秦安泽	2019 年沈阳市模范大学生	202011	市级	
40	2020 年沈阳市“十百千”大学生评选表彰活动	中共沈阳市教科工作委员会	冯浩宸	2019 年沈阳市优秀大学生	202011	市级	
41	辽宁省 2020 年度“中国电信奖学金 飞 Young”候选人	中国光华科技基金会 中国电信集团有限公司政企客户事业部	冯浩宸	辽宁省 2020 年度“中国电信奖学金 飞 Young”省级候选人	202108	国家级	
42	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	毕庆华	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
43	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	冯浩宸	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	

44	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	李依珊	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
45	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	安乐女	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
46	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	李子桐	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
47	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	门明杨	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
48	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	刘澳	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
49	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	赵婷婷	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
50	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	杨京	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
51	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	高阳	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
52	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	刘泰宇	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
53	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	刘洋	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
54	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	李思雨	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
55	2019-2020 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	聂瑞	2019-2020 年度国家励志奖学金	202010	国家级	
56	2017-2018 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	李双	2017-2018 年度国家励志奖学金	201910	国家级	
57	2017-2018 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	何铭君	2017-2018 年度国家励志奖学金	201910	国家级	
58	2017-2018 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	孔天媛	2017-2018 年度国家励志奖学金	201910	国家级	
59	2017-2018 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	谭明秀	2017-2018 年度国家励志奖学金	201910	国家级	
60	2017-2018 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	贺东雪	2017-2018 年度国家励志奖学金	201910	国家级	

	学金						
61	2017-2018 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	宁祎	2017-2018 年度国家励志奖学金	201910	国家级	
62	2017-2018 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	张家庚	2017-2018 年度国家励志奖学金	201910	国家级	
63	2017-2018 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	张钰瑞	2017-2018 年度国家励志奖学金	201910	国家级	
64	2017-2018 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	宋京桐	2017-2018 年度国家励志奖学金	201910	国家级	
65	2017-2018 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	郑晓琳	2017-2018 年度国家励志奖学金	201910	国家级	
66	2018-2019 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	张家庚	2018-2019 年度国家励志奖学金	201810	国家级	
67	2018-2019 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	宋京桐	2018-2019 年度国家励志奖学金	201810	国家级	
68	2018-2019 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	李博	2018-2019 年度国家励志奖学金	201810	国家级	
69	2018-2019 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	宁祎	2018-2019 年度国家励志奖学金	201810	国家级	
70	2018-2019 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	李子桐	2018-2019 年度国家励志奖学金	201810	国家级	
71	2018-2019 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	苑春旭	2018-2019 年度国家励志奖学金	201810	国家级	
72	2018-2019 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	安乐女	2018-2019 年度国家励志奖学金	201810	国家级	
73	2018-2019 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	李赛雪	2018-2019 年度国家励志奖学金	201810	国家级	
74	2018-2019 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	侯滋勃	2018-2019 年度国家励志奖学金	201810	国家级	
75	2018-2019 年度国家励志奖学金	辽宁省教育厅	刘佳乐	2018-2019 年度国家励志奖学金	201810	国家级	

3. 毕业论文质量

电子商务专业依照《沈阳北软信息职业技术学院毕业设计管理办

法》、《沈阳北软信息职业技术学院校外毕业设计管理规定》和《电子商务专业毕业设计实施方案》开展毕业设计工作，专业的毕业答辩流程规范，评分客观公正，近三年 80%以上的毕业论文是在实习和社会实践中完成，毕业论文质量基本合格。

（二）学生综合素质

1、学生思想道德素养

学生思想道德素质较好，每年积极参加献血等公益活动以及志愿者行动。

2、学生接受职业生涯指导和创新创业教育指导情况

电子商务专业重视学生创新创业方面的培养，一方面通过“青春号”为学生提供创新创业平台，形成需求和服务对接、企业和学生对接的通道，自 2017 年起，开设“Capstone 就业实训营”，将具备创业意识、具有创新能力的同学从传统专业学习模式中解放出来，着力进行创业创新技能培养，为学生的就业创业打下基础，并且实训优秀的学生可以直接被企业录用；另一方面通过“中国工业淘堡网”开展“千企千网”升级工程与“万企万店”跨越工程，践行“两化融合战略”，为 1400 户企业免费提供信息化服务，并将大学生推荐到企业中，为辽宁 1 万余户中小微企业免费建立网店，加快企业转型升级。

表 22 创新创业教育指导

渠道名称	指导 执行者	指导方式	受益 学生人数
“青春号 Capstone”就业实训营	专业教师企业 导师	师徒制	93
中国工业淘堡网-“千企千网” 升级工程与“万企万店”跨越工 程	专业教师企业 导师	顶岗实习	500

表 23 学生职业规划与就业指导

渠道名称	指导执行者	指导方式	受益人数
校内授课与 企业参观	院招生就业处	定期宣讲	206

（三）社会评价

1、当年毕业生就业率

（1）毕业生就业情况

表 24 2019-2021 年毕业生就业状况

年份	毕业 生数	毕业 率	获学位 率	一次 就业 率	分类就业状况		
2019	153	100%	100%	90%	省内就业:	省外就	专升本: 2 人

					145 人	业：6 人	
2020	82	100%	100%	92%	省内就业： 73 人	省外就 业：3 人	专升本：6 人
2021	124	100%	100%	95%	省内就业： 115 人	省外就 业：3 人	专升本：5 人 应征义务兵：1 人

(2) 近三年招生情况

2019 年我校电子商务专业在辽宁省范围内计划招生 312 人，其中单招 178 人，高招 134 人。共计录取 251 人，实际报到 224 人，报到率为 89.24%，达到学院招生报到人数的要求。文科最低录取分数线为 155 分，理科最低录取分数线为 154 分。

2020 年我校电子商务专业在辽宁省范围内计划招生 198 人，其中单招 40 人，高招 158 人。共计录取 179 人，实际报到 161 人，报到率为 89.94%，达到学院招生报到人数的要求。文科最低录取分数线为 156 分，理科最低录取分数线为 152 分。

2021 年我校电子商务专业在辽宁省范围内计划招生 184 人，其中单招 54 人，高招 130 人。共计录取 92 人，实际报到 81 人，报到率为 88.04%，达到学院招生报到人数的要求。历史类最低录取分数线为 150 分，物理类最低录取分数线为 150 分。生源质量经过几年的提升，逐步进入稳定期，并继续保持良好态势。

(3) 专业生源概况与生源质量保障措施

电子商务专业主要面向辽宁省内招生，省内学生人数占专业总人数的 90%左右，同时也有约 10%的学生来自吉林、新疆等省份。招生方式分为单独招生考试和高考招生两种形式，两种招生形式学生数约为 1:1。单独招生考试确保了学生对专业办学的认可度，对于专业领域的兴趣度，保障了专业教学活动的有序进行。

表 25 专业生源概况

年份	招生人数	高招人数	单招人数
2019	251	161	90
2020	179	132	47
2021	92	70	22

2、学生评价

近 3 年电子商务专业任课教师教学质量综合测评优良率逐年上升，学校督导组测评优良率在 88%以上，学生满意度逐年提高，均在 90%以上。

表 26 学生评教概况

年份	年级	参评学生数	被评价教师数	平均分
2018	2016/2017/2018 级	200	18	99.54
2019	2017/2018/2019 级	215	18	98.92

2020	2018/2019/2020 级	250	20	99.31
------	------------------	-----	----	-------

3、社会评价

电子商务专业开展了毕业生跟踪调查，了解近三届毕业生主要的岗位能力水平，依据调研结果与用人单位的真实反馈，创新人才培养模式、准确定位人才培养目标，提高电子商务专业毕业生的综合素质。

调查结果显示，用人单位对我校电子商务专业毕业生的总体评价为：80%非常满意、20%比较满意、满意和不太满意为 0%，可以看出，用人单位对我校电子商务毕业生总体上是非常满意的。具体的评价项目与评价结果如下表所示。

表 27 用人单位具体评价满意情况

评价项目	非常满意	比较满意	满意	不太满意
职业道德	100%	0%	0%	0%
专业知识与技能	90%	0%	10%	0%
文化基础	80%	0%	20%	0%
个人能力与素质	90%	0%	10%	0%

在关于用人单位对电子商务人才培养上需要加强方面的调研中，调查结果显示，50%选择电子商务专业理论知识和技能；60%选择相关专业社会实践能力、电子商务专业技能；80%选择管理或营销其他方面的知识和技能；40%选择相关行业的知识、其他专业社会实践能力、人际交往能力、表达能力等其他综合素质。由此可以得出结论，电子商务毕业生的总体水平已经得到社会的认可，学生素质有了较大提高，但是文化基础方面有待加强。学校需要加强管理或营销方面的知识和技能的训练。这样才能真正让学校培养与企业需求无缝衔接，让学生毕业时更自信地面对社会的各种挑战。

表 28 学生能力达成跟踪评价

评价目标	评价方式及内容	评价人	评价周期	形成的记录文档
社会能力	就业调查问卷及平均薪资	王海蒙	一年	就业调查数据分析报告
专业水平	考试考核，阶段试卷及期末试卷	李萍	一学期	试卷及成绩分析
专业能力	实习实训，任务数量及任务质量	赵小川	一学期	实践总结报告

八、特色与优势

（一）专业特色

1、人才培养面向定位准确

本专业培养可胜任企事业单位网络营销与策划、网上交易、电子支付、选品与采编等日常业务处理工作；电子商务平台建设工作；以及电子商务经营管理等相关工作的技术技能型人才。

（1）电子商务专业人才适应岗位

营销服务型-网络营销与客户服务：网络营销员、客户服务及呼叫中心服务员、网络编辑师；

技术服务型-电子商务系统（网站）规划设计：网页制作员、网站规划、编辑、管理员；

管理服务型-电子商务数据分析与处理：数据分析师、电子商务师、数据库管理员等。

（2）电子商务人才培养思路

电子商务专业在人才培养方面的基本思路可概括为依托企业产研优势，实现人才能力真正对接产业需求。具体表现在：

紧跟行业发展动态，调整更新课程体系，实现课程的实用性和适应性；

坚持以就业为导向，将职业技能认证要求与教学内容深度融合，落实“1+X”证书制度，提高就业竞争力；

坚持新型学徒制实践教学形式和开展各类自主实践活动，构建以提升学生职业素养与创新能力培养为特色的人才培养模式。

2、课程体系设计融合“课岗融通”理念

（1）围绕“岗位”打造课程体系，在创新中重构课程体系

对标国家发布电子商务相关领域职业技能标准，明确营销服务型、技术服务型与管理服务型电子商务人才需要具备的综合能力、专业知识、技术技能、工程实践能力，据此进行课程体系的设计。依据综合能力标准，确定公共基础课程和专业基础课程；依据专业知识与技术技能要求，设计专业核心课与专业拓展课；依据工程实践能力，开设企业实训（顶岗实习）课程，形成个性化、系统化且适应职业需求的课程体系、课程标准、教学标准，在课程层面实现人才输入端和输出端的有效衔接。

（2）形成对接实际工作流程的“进阶式”实训课程体系

在实训课程环节，要形成对接岗位专业能力和职业素养的课程。首先，对于实践和实训类课程，进行工作流程的解构和系统化处理，分析其中涉及到的工序、流程、模块，形成突出技能性和案例化的实训课程内容；其次，基于企业真实项目的类型和难度，形成“项目实践”到“项目实战”分层实践课程体系。

(3) 编制以“职业技能素养”为主线的多形式教材

课程教材内容要基于岗位与教学方法需要编写，同时要能够满足“线上+线下”学习的需要。通过分析现场化教学、情境化教学、案例化教学、项目化教学等教学方法的需要，研究制定教材编制指导规范，形成一系列以职业需求和产业需求为导向、兼顾职业技能与职业素养的提升的教材。

3、“双师型”教学团队培育有机制保障

(1) 制定团队认定规则与激励与评价办法

制定关于产教融合型教学团队管理、“双师型”教师管理的办法或规定，以课程为单位，研究明确课程组成员需要具备的知识结构、教学水平、企业实践经历、综合素养，整体提升团队的教研教改能力；结合团队中“双师”特点制定灵活多样的激励与评价指标，如项目化教学完成情况、职业技能大赛名次、创新创业成果、社会服务成效等。

(2) 形成校企定向课程团队培养机制

研究设计校企双方互设培训课堂的机制。引导和促进企业一线技术人员、工程师和项目经理向“企业导师”的有效、有序、有质量转化，“企业导师”进校与专任教师组成团队，一是结合项目式教学活动，帮助专任教师提升实践能力，二是围绕电商类职业技能等级证书设置课程，开展专门实训，与专任教师共同推进“1”和“X”的有机衔接；推进专任教师“进企”，一是与企业导师组成课题组，提升企业导师教研教改能力，二是面向企业职工开展在岗培训，让企业从产教融合中真正获益。

(3) 鼓励教学团队开展创新教学形式

鼓励企业导师带项目、课题进课堂，指导学生参与创新实践活动，训练学生发现问题、思考问题和解决问题的科学素养；通过打通场景化进修路径，促进教师参与企业真实项目、课题，利于结合自身实际工作过程对课程进行系统化处理，创新实践内容和实训项目。

4、“现代学徒制”实现以“学生”为核心

“现代学徒制”模式的创新是旨在形成以“学生”为核心的双子模型，保证现有专业教学秩序稳定，围绕企业释放出的产业技能活动，开展融合积分制的学徒制，通过项目引导的方式锻炼学生的技术能力和业务理解能力。其核心模式可概括为“工时换学时，以学时兑积分，以积分顶成绩，成绩变技能”。

(1) 设计“分层学徒制”的基本实施框架

在“现代学徒制”的人才培养理念下，设计多阶段、多层次的学习模式，并实施“坐班制”。首先梳理出工业互联网平台中的真

实需求，形成诸如仿真数据加工、数据采集、标注标引加工等具体的生产实践活动以及专业技能比赛、专业技术培训、技术讲座等其他技能提升活动，同时评估任务与活动难度与能力要求；其次，依据学生的能力水平与培养目标，形成三至四个“学徒制”层次，并依据工作经验再细分出子层级；然后，将任务和活动对接到相应层级，并配套制定严格的奖励与评价以及晋级标准，考核达标即升级，反之则降级。学生参与学徒制的工时可以转换为学时。

（2）实施“积分制”激励学生参与积极性

设计面向动态项目的教学评价指标，进行更为灵活且具激励性的评价。具体实施过程中，首先，明确积分的获得标准，不仅可来自于“学徒制”，也可以来自企业真实活动，积分的获得依据明确的评价标准，确保“含金量”；其次，规定积分制的兑换规则，兑换内容要覆盖课程、评奖评优、就业推荐等多个方面，目的是让学生认可此评价方式。

（3）引入配套管理制度促进“生态制”产教融合形成

建立各项规章制度的目的是将“现代学徒制”的各方按规则置于设定的模式中，使之形成整体，相互影响、相互促进，并在一定时期内处于相对稳定的动态平衡状态。首先，面向整个“学徒制”培养目标、流程和阶段设计制度，形成以硬性规定保障“学徒制”人才培养质量；其次，面向学生职业素养的养成执行制度，引导学生有计划、有目标地完成知识学习，有压力、有动力地实施项目，有规矩、有方法地解决问题，实现在校期间完成“岗位必需技能”培养。

5、产业平台的助力学生职业技能的提升

（1）用真实产业平台服务实践教学

产业平台用于实践教学，有助于实现实训课程教学模式的重构，部分模块的开发和运行期间，可以将建设工作转化为实践教学内容，平台的具体负责人是此部分内容的“企业导师”，以演示实践教学形式，向学生“输出”实际工作经验。如在“链上辽宁·产业云城”生产要素供需服务平台建设期间，企业导师指导电商专业学生参与数据采集、企业微站建设与平台推广工作；在平台公众号建设期间，企业导师指导电商专业学生搭建部分模块（如“供需通”中的企业店铺），并在此过程中为学生讲解平台涉及行业的理论知识，以强化学生对“工业产品”的了解；平台上线运行后，也将逐步开启面向电商专业学生的平台企业客服实训。

（2）依托平台精准对接企业人才需求

对接平台中优势企业的具体项目，组织学生完成企业真实任务，培养学生创新创业意识，并积累学生完成任务过程中产生的大

数据资源，为用人单位和学生建立高效的关联，实现人才精准推送。如，电商专业毕业生去“链上辽宁”平台中企业，是带着“产品”的，这些产品是学生在实训课上自己搭建的企业网店，而且在去到企业前，学生也一直代理运营这些网店，对于企业及其业务和产品有着深入了解，进入企业后能够快速承担推广企业产品的工作。

（二）专业优势

1、专业师资结构合理

电子商务专业拥有一支熟悉电子商务领域发展现状与人才需求、具备丰富电子商务理论知识与教学经验、拥有电商行业企业实践经历、能够进行教学资源开发、设计、建设的专兼职教师队伍。电子商务专业校内专任教师共 25 人（双师型教师 20 人，副教授 2 人，讲师 14 人），校外兼课老师 9 人，“双师型”教师占专任教师比例已经达到 80%，承担本专业课程教学任务的教师职称结构合理。

2、产教融合基础深厚

格微公司是北软的举办者，产教融合基础深厚。基于 20 年的产教融合实践，北软探索出遵循“以产促教”和“以教兴产”的产教融合新模式，成为电子商务专业推进产教融合的有效。

格微公司技术、平台、资源、项目、团队、合作等优势，创新性凝练出“1+1=3/4/5/6/7”人才培养模式，这也是电子商务专业人才培养的理念与模式。校企共同开发了基于大数据面向产教融合的智能化生态教学平台——“酷课网”，深入教学全过程，融合课上、课下活动，实现泛在化的教与学，基于这一平台，电子商务专业实现了教学质量与管理效率的提升；学院进行产教融合型课程及课程组认定，践行融合式授课团队，并已同步形成《产教融合型课程认定原则》、《产教融合型课程团队（课程组）管理办法》和《双师型教师管理办法》，这些举措为电子商务专业开展课程与教学团队建设提供了有效遵循；校企联合开发的产学研一体化为基础的工业大数据和工业互联网综合服务平台——“中国工业淘堡网”、旨在提升企业应用互联网和大数据提升技术创新能力的“沈阳智慧工业云”平台以及解决辽宁企业生产要素供需智能对接问题的“链上辽宁产业地图与生产要素服务”平台，能够满足电子商务专业开展职业能力培养的需求，围绕这些平台上的企业资源，电子商务专业开展定制培养和现代学徒制教学，拓宽了学生就业渠道。

九、存在的问题及今后的改进措施

(一) 存在问题

1、专业教师能力需进一步提升

电商领域知识动态更新速度快，新理念、新技术、新形式不断涌现，亟需新媒体、内容创作、社群方向、客服、地推、网销、专业数据分析与应用等方向人才，特别是在工业电子商务领域，国家发布了《工业互联网产业人才岗位能力要求》，对人才的专业知识、技术技能和综合能力提出了十分具体的要求。这其实也在对专业师资队伍的教学水平提出了更高的要求，专业教师不仅要具备扎实的理论知识，更要具备深厚的行业背景，因此，需要持续深入行业一线，去提升自身专业水平，以便适应行业发展所带来的新的人才能力需求。目前，电子商务专业拥有教师 25 人，包括骨干教师 14 人。骨干教师中，最长的行业企业一线工作年限为 13 年，最短 1 年；若以天数计算，以本学年为例，骨干教师平均企业一线工作时间为 75 天，考虑到其中有部分教师因为课程安排未参与企业实践，从整体看，骨干教师的企业实践时间仍有提升空间。

表 29 电子商务专业骨干教师企业工作时间

姓名	行业、企业一线工作时间	
	历年（年）	本学年（天）
廉鹏	13	200
周立强	7	200
王晓旭	3	200
赵小川	3	200
李贺	6	61
王海蒙	5	10
陈昕彤	3	20
刘思晗	1	60
王卓	6	120
高洁	0	120
高晶	0	120
赵漫与	0	120
李宏宾	0	120
曾兆伟	14	95
王林	0	15

2、校外企业教师的引进渠道单一

由于格微公司与北软具备天然的产教融合基础，格微公司相关专业的技术人员可以及时并充分了解电子商务专业企业导师的引进标准、激励举措和评价指标，专业也能够就相关问题与企业及时沟通，因此，参与课程授课的人数也在逐年提升，但是，其他电商企业对于电子商务专业及其关于企业导师的相关举措了解有限，这使得其技术人员参与专业教学的意愿不高，而从学生知识技能的获取

效率以及就业选择方面来看，因此，电子商务专业需要扩大企业导师的引进范围。

（二）具体改进措施

1、推进产教融合课程团队建设，增加骨干教师参与企业实践时间

继续推进产教融合课程团队的建设，团队的形成有利于优势互补，并且也为专业教师进企参与项目实践创造了机会。专业计划在现有的3个课程团队的基础上，通过细化领域，增加2-3个课程团队；通过优化建设标准，在现有团队中纳入新成员，并配套更新团队成员考核与评价标准。

2、完善校外教师引进与激励举措，吸引更多企业导师进校授课

针对其他企业导师引进不足的问题，专业将继续落实学院关于企业导师的激励机制，并结合专业特点研究制定《电子商务专业校外教师引进与激励举措》，同时通过毕业生跟踪调研，了解并筛选优质的学生就业企业，有针对性地宣传专业在企业导师引进方面的具体做法，增强企业对专业的认可，提升企业内技术人员进校参与教学的意愿，逐步扩大专业企业导师的引进范围。