



山东轻工职业学院
SHANDONG VOCATIONAL COLLEGE OF LIGHT INDUSTRY

互联网商贸专业群课程建设方案

研讨报告

(2020 年)

互联网商贸专业群

互联网商贸专业群课程建设方案研讨报告

从职业需求角度开发专业群的课程体系，课程内容以职业能力为基础，形成以典型工作项目为主体的新型模块化课程体系，形成多个专业相互联系、相互渗透的一体化、模块化课程体系，提高人才培养的适应性和针对性。为实现专业群培养目标，互联网商贸专业群开发构建与互联网商贸模式创新相适应的动态课程体系，按照专业群人才培养目标，打破专业体系课程模式。

一、调研情况

根据专业群培养目标，我们在调研过程中以职业标准、行业规范为参照，联合专业群内深度合作企业淄博敦煌网信息科技有限公司、山东毛豆科技网络有限公司等企业，积极吸收行业（企业）参与课程建设，将企业先进的生产服务标准转化为教学标准。通过对互联网商贸专业群主要合作企业的调研发现，电子商务企业需要学生掌握现代商务管理、网络营销、网页设计以及电子商务客户管理等基础知识和操作技能，能够从事网站维护与管理、在线客服服务、网络营销、网页制作、跨境电商操作等工作。国际贸易企业需要学生具备进出口业务相关知识和操作技能，能够独立完成职业典型工作任务。物流管理企业需要学生掌握现代物流作业及管理等相关知识，具备货物运输、仓储配送、快递服务等基础作业和管理技能和技术技能。市场营销企业需要学生掌握市场营销专业所必备的基本知识和操作技能，具备市场营销经理助理、市场营销策划师等职业能力要求。

中国电子商务研究中心、中国物流与采购联合会等数据显示，截止到 2019 年底，中国网民规模已超过 9 亿人，互联网+普及率达 64.5%；全国电子商务交易额达 34.81 万亿元，其中网上零售额 10.63 万亿元，同比增长 16.5%，实物商品网上零售额 8.52 万亿元，占社会消费品零售总额的比重上升到 20.7%；电子商务从业人员达 5125.65 万人。2019 年全国快递服务企业业务量累计完成 635.2 亿件，同比增长 25.3%；业务收入累计完成 7497.8 亿元，同比增长 24.2%。2019 年我国货物贸易进出口总值 31.54 万亿元，比 2018 年增长 3.4%。

2019 年上半年，山东省电子商务交易额达到 2.02 万亿，增长 29.37%。2019 年快递业务量累计 28.89 亿件，同比增长 32.1%，快递收入累计 2883528.3 万元，同比增长 26.3%。跨境电商零售（B2C）进出口总额 1862.1 亿元，同比增长 38.3%。

淄博市 2019 年实现邮政业务收入 24.8 亿元，比上年增长 27.6%。其中，快递业务收入 9.8 亿元，增长 9.4%。完成货物贸易进出口额 883.1 亿元。每年对“互联网+”高职商贸专业人才需求约 3 万人。

淄博市高职院校中，每年培养的“互联网+商贸”专业的学生约 6000 人，远不能满足企业对人才的需求。在当前经济发展背景下，互联网商贸专业群培养的人才规格如下图所示。

二、岗位群及其特点

根据专业群培养目标，互联网商贸专业群课程建设从职业需求出发，课程内容以职业能力为基础，教学活动以典型产品（服务）为载体，经过充分调研，互联网商贸专业群的有些岗位能力是共通的，比如需要具有较牢固的谈判、管理和市场营销、网络营销、电子商务运营、电商物流等专业理论知识；能够了解电子商务发展的最新动态、现代物流管理、网络营销、跨境电子商务运营等相关知识；能够适应社会主义市场经济和互联网+时代形式，具有电商运营、电商客服、跨境操作、电商物流、快递服务、营销策划、推销技能等职业能力。依托互联网商贸专业群，4个专业的岗位能力要求以及学习任务又有差异，具体为：

（一）物流管理专业

本专业就业岗位定位于立足鲁中、辐射山东省，分电商快递、公路快运、仓储配送三个岗位群，掌握现代物流、智慧物流作业及管理等相关知识，具备货物运输、仓储配送、快递服务等基础作业和管理技能和技术技能，面向交通运输、仓储和邮政业等服务领域，重点服务鲁中及山东省物流企业，培养从事公路快运、仓储配送、电商快递等智慧物流基层作业与管理工作的的高素质技术技能人才。

表 1 物流管理专业目标岗位群岗位能力分析

目标岗位群	目标岗位	主要工作任务
电商快递	快递经营主管	市场开发管理、快递定价、产品管理、订单处理、信息管理、业务谈判、合同管理、供应商管理、经营核算、数据统计分析管理
	快递运营主管	电商快件收取、分拨分拣、中转运输、配送、派件，质量管理等

	快递财务主管	财务处理、成本核算、数据统计分析等基础作业和管理
公路快运	快运运营主管	运输调度、车辆管理、货物堆载、配载及管理、信息技术及设备管理、分拨配送管理等
	快运经营主管	快运市场预测和营销策划、市场调查与开发、客户维护和管理，产品管理、客户沟通和维护管理、价格管理和成本控制、经营核算
	快运财务主管	快运数据统计与分析、财务处理、成本核算等基础作业和管理
仓储配送	仓储主管	仓储计划、收货、入库、理货、补货、盘点、发货、库存管理、退货等货物出入库管理，仓储设备操作及管理，信息技术应用、成本核算、统计和管理等
	配送主管	配送计划、库存控制、订单处理、补货、拣货、包装复核、车辆调度、配载、发货、配送等作业与管理
	财务主管	仓储配送财务数据统计、分析处理、成本核算等基础作业和管理

(二) 市场营销专业

经过调研分析，本专业就业岗位定位于立足鲁中、辐射山东省，分市场推广、营销管理两个岗位群，培养从事市场分析、营销策划、产品销售、网络营销等基、中层管理工作的高素质技术技能营销骨干和基层职业经理。具体目标岗位群能力分析情况如下表。

表 2 市场营销专业目标岗位群岗位能力分析

目标岗位群	目标岗位	主要工作任务
市场推广	市场专员	根据企业要求确定市场调研目标、设计调查方案、组织实地调查、统计分析结果、撰写出书面调查报告；能完成市场环境、市场需求和供给、市场行情、市场销售等方面的调研、分析和预测。
	营销专员	根据产品营销的需要制定合理的营销策略，选择合适的分销渠道分销商；灵活运用各种推销策略和技巧，促成成功交易；能有效管理营销团队，合理进行商品采购，加强供应商、中间商的管理与激励，提高营销绩效。

	销售代表（店长）	制定销售人员的任务和效益指标、确定销售人员的报酬、为销售人员制定竞争激励措施，正确实施业绩考核等；具备对销售过程、销售现场管理、销售收入回款和销售费用的初步管理能力；协调产品陈列和补货，对现场服务规范及时督导跟进。
	区域经理	根据区域市场的分析，选择目标市场，制定市场竞争策略；根据市场需求，进行产品、价格、促销、渠道等营销策划；有效管理营销团队，对现有分销渠道进行维护和管理，解决渠道冲突，并进行调整和优化。
营销管理	企划师	为企业或企业具体产品进行目标市场细分并确定市场定位，进而进行市场竞争策划、产品策划、促销策划等活动，为企业形象、公关等内容进行策划。
	陈列师	对各家店铺商品的分析、调配制定陈列和销售计划；对陈列方案的制定，实际操作、维护、监督；店铺陈列实操培训；
	运营经理	修订及执行与日常运营相关的制度体系、业务流程；策划推进及组织协调公司重大运营计划、进行市场发展跟踪和策略调整；建立规范、高效的运营管理体系并优化完善；制定公司运营标准并监督实施；制定公司运营指标、年度发展计划，推动并确保营业指标的顺利完成；制定运营中心各部门的战略发展和业务计划，协调各部门的工作，建设和发展优秀的运营队伍。

（三）电子商务专业

通过前期对电子商务、跨境电商行业及相关产业电子商务、电商人才需求的深入调研，明确电子商务专业就业岗位主要为从事网络营销、电子商务运营、在线客服、网站推广与维护等工作。跨境电商岗位的人才需求量有所增多，据统计，全国跨境电商人才缺口 450 万，仅山东省就 50 万，跨境电商岗位主要以专科学历为主，从业人员年轻化、社会经验要求低，最为迫切的跨境电商岗位是以跨境电商运营、跨境电商专员为主的跨境营销类岗位，其次是跨境电商美工以及客服。就业面向的岗位群以及对应的学习任务具体为：

表 3 电子商务专业目标岗位群岗位能力分析

目标岗位群	目标岗位	主要工作任务
电子商务营销运营	电商美工	店铺装修、美化产品图片、设计产品详情、设计店铺首页、设计制作产品促销图片。
	电商运营助理	店铺规划及选品；店铺产品上、下架；店铺日常管理；店铺活动管理；店铺后台数据分析。
	文案策划	产品基本信息的编辑及处理；产品属性、卖点的提炼及编辑；产品活动策划；店铺活动的策划。
跨境电商运营管理	阿里巴巴操盘手	利用阿里巴巴平台进行店铺的开设，产品的选择，产品上下架，产品推广，店铺活动的策划及店铺日常管理。
	跨境电商专员	熟悉主流跨境平台的运营规则及入驻条件；能够在不同平台进行店铺的开设及产品的运营。
	跨境产品开发员	熟悉主流跨境平台的运营规则及入驻条件；能够结合不同平台的特点及目标人群进行产品选择及开发。
网站管理与服务	网站管理与维护	站点页面规划与布局；站点信息的采集与编辑；站点产品、信息及服务的推广。
	网页美化	页面的布局与设计；页面装修；图片的处理与美化。
	商务信息运作管理	电子商务经营战略；电子商务资源管理；信息流管理；物流管理；资金流管理。

（四）国际商务专业

通过前期对国际商务、跨境电商行业及相关产业国际商务人才需求的深入调研，明确国际商务专业就业岗位主要为以外销员、单证员、跟单员为主的国际贸易岗位群，以跨境电商电子商务操作员、网络营销员、客户信息管理员为主的跨境电商岗位群。

表 4 国际商务专业目标岗位群岗位能力分析

目标岗位群	目标岗位	主要工作任务
国际贸易	外销员	单独处理外贸业务各环节各部门的协调沟通能力；有外贸英语口语及外贸英语函电的交流和处理能力；具有一定的国际市场营销的能力，敏锐的市场捕捉能力。
	单证员	根据合同制作商业发票、装箱单、海运提单、报关单、报检单、原产地证书等单据
	跟单员	对合同的履行过程进行全程跟踪和监督。
跨境电商	阿里巴巴操盘手	利用阿里巴巴平台进行店铺的开设，产品的选择，产品上下架，产品推广，店铺活动的策划及店铺日常管理。
	跨境电子商务操作员	熟悉主流跨境平台的运营规则及入驻条件；能够在不同平台进行店铺的开设及产品的运营。
	客户信息管理员	日常客户分类管理，客户维系；在线客户沟通；在线客服工具的选择与使用；进行售前、售中及售后的客户服务。

三、基于岗位分析的课程匹配

根据专业群培养目标，互联网商贸专业群课程建设将企业先进的生产服务标准转化为教学标准，打破学科体系课程模式，推行理实一体化教学模式，形成以典型工作项目为主体的新型模块化课程体系，使学生获得个性发展与工作岗位需要相一致的能力。结合调研，根据专业群岗位所需的共性能力及共同知识需求与相关课程进行匹配，具体如下：

表 5 互联网商贸专业群共性能力及知识课程匹配分析

	所需知识及能力	匹配课程
专业群基础课	需要具有健康的心理素质，有切合实际的生活目标和个人发展目标；	客户管理管理 沟通与表达
	需要具有良好的语言表达能力或者书面表达能力，解决实际问题的能力，终身学习能力。	沟通与表达

	有良好的沟通表达能力，善于同周围人沟通，有正常的人际关系。	沟通与表达 商务礼仪
	具有高尚的道德品质素质，有正确的道德观念、认知方法和实事求是、勇于实践的工作作风。	工匠精神与企业文化
	需要掌握经济学基本理论，了解市场经济的运行机制和中外经济发展的历史和现状。	经济学基础 市场营销 电子商务与现代
	需要必要的计算机应用、商务办公自动化等自然科学公共基础知识。	统计实务 商务办公自动化
专业群实践课	需要具有互联网思维，能够使用互联网平台、工具与客户沟通，达成商务交易。	职业素养与团队训练 毕业设计
	通过不同的网络平台、网站、社区及即时通讯工具进行产品或服务的营销与推广	综合实训
	客户服务、信息统计、客户管理、客户投诉处理；在线客服工具的选择与使用；日常客户分类管理，客户维系；在线客户沟通。	专业认识实习 职业体验实习 跟岗实习 顶岗实习
	需要熟悉国内外主流电商运营平台，能够使用平台进行产品、服务的产品及推广。	职业体验实习

（一）物流管理专业

结合调研，根据物流管理专业岗位的主要工作任务与相关专业课程进行匹配，具体如下：

表 6 物流管理专业岗位能力与相关课程匹配分析

目标岗位	主要工作任务	匹配课程
快递经营主管	市场开发管理、快递定价、产品管理、订单处理、信息管理、业务谈判、合同管理、供应商管理、经营核算、数据统计分析管理	物流成本管理 物流企业管理规范
快递运营主管	电商快件收取、分拨分拣、中转运输、配送、派件，质量管理等	电商物流配送实务
快递财务主管	财务处理、成本核算、数据统计分析等基础作业和管理	物流成本管理

快运运营主管	运输调度、车辆管理、货物堆载、配载及管理、信息技术及设备管理、分拨配送管理等	运输组织与管理 物流信息管理
快运经营主管	快运市场预测和营销策划、市场调查与开发、客户维护和管理, 产品管理、客户沟通和维护管理、价格管理和成本控制、经营核算	物流成本管理 物流法律法规
快运财务主管	快运数据统计与分析、财务处理、成本核算等基础作业和管理	物流成本管理
仓储主管	仓储计划、收货、入库、理货、补货、盘点、发货、库存管理、退货等货物出入库管理, 仓储设备操作及管理, 信息技术应用、成本核算、统计和管理等	仓储管理实务 条码技术与应用
配送主管	配送计划、库存控制、订单处理、补货、拣货、包装复核、车辆调度、配载、发货、配送等作业与管理	运输组织与管理 快递包装实务 物流快递服务实务
财务主管	仓储配送财务数据统计、分析处理、成本核算等基础作业和管理	物流成本管理

(二) 市场营销专业

结合调研, 根据市场营销专业岗位的主要工作任务与相关专业课程进行匹配, 具体如下:

表 7 市场营销专业岗位能力与相关课程匹配分析

目标岗位	主要工作任务	匹配课程
市场专员	根据企业要求确定市场调研目标、设计调查方案、组织实地调查、统计分析结果、撰写出书面调查报告; 能完成市场环境、市场需求和供给、市场行情、市场销售等方面的调研、分析和预测。	市场调查与预测 消费者心理分析
营销专员	根据产品营销的需要制定合理的营销策略, 选择合适的分销渠道分销商; 灵活运用各种推销策略和技巧, 促成成功交易; 能有效管理营销团队, 合理进行商品采购, 加强供应商、中间商的管理与激励, 提高营销绩效。	推销实务 市场营销策划

销售代表	制定销售人员的任务和效益指标、确定销售人员的报酬、为销售人员制定竞争激励措施，正确实施业绩考核等；具备对销售过程、销售现场管理、销售收入回款和销售费用的初步管理能力；协调产品陈列和补货，对现场服务规范及时督导跟进。	展示与陈列
区域经理	根据区域市场的分析，选择目标市场，制定市场竞争策略；根据市场需求，进行产品、价格、促销、渠道等营销策划；有效管理营销团队，对现有分销渠道进行维护和管理，解决渠道冲突，并进行调整和优化。	市场调查与预测
企划师	为企业或企业具体产品进行目标市场细分并确定市场定位，进而进行市场竞争策划、产品策划、促销策划等活动，为企业形象、公关等内容进行策划。	市场调查与预测 茶艺
陈列师	对各家店铺商品的分析、调配制定陈列和销售计划；对陈列方案的制定，实际操作、维护、监督；店铺陈列实操培训；	展示与陈列 茶艺 服装营销基础
运营经理	修订及执行与日常运营相关的制度体系、业务流程；策划推进及组织协调公司重大运营计划、进行市场发展跟踪和策略调整；建立规范、高效的运营管理体系并优化完善；制定公司运营标准并监督实施；制定公司运营指标、年度发展计划，推动并确保营业指标的顺利完成；制定运营中心各部门的战略发展和业务计划，协调各部门的工作，建设和发展优秀的运营队伍。	网店策划经营

（三）电子商务专业

结合调研，根据电子商务专业岗位的主要工作任务与相关专业课程进行匹配，具体如下：

表 8 电子商务专业岗位能力与相关课程匹配分析

目标岗位	主要工作任务	匹配课程
电商美工	店铺装修、美化产品图片、设计产品详情、设计店铺首页、设计制作产品促销图片。	Photoshop 网络信息采集与编辑
电商运营助理	店铺规划及选品；店铺产品上、下架；店铺日常管理；店铺活动管理；店铺后台数据分析。	网络信息采集与编辑 电子商务案例分析 电子商务
文案策划	产品基本信息的编辑及处理；产品属性、卖点的提炼及编辑；产品活动策划；店铺活动的策划。	网络信息采集与编辑 新媒体视听创意与策划 视觉营销设计

阿里巴巴操盘手	利用阿里巴巴平台进行店铺的开设,产品的选择,产品上下架,产品推广,店铺活动的策划及店铺日常管理。	电子商务案例分析 电商运营管理实务
跨境电商专员	熟悉主流跨境平台的运营规则及入驻条件;能够在不同平台进行店铺的开设及产品的运营。	电子商务案例分析
跨境产品开发员	熟悉主流跨境平台的运营规则及入驻条件;能够结合不同平台的特点及目标人群进行产品选择及开发。	电子商务 网店运用推广
网站管理与维护	站点页面规划与布局;站点信息的采集与编辑;站点产品、信息及服务的推广。	Photoshop 网络信息采集与编辑
网页美化	页面的布局与设计;页面装修;图片的处理与美化。	Photoshop 网络信息采集与编辑
商务信息运作管理	电子商务经营战略;电子商务资源管理;信息流管理;物流管理;资金流管理。	网络信息采集与编辑 网店运营推广 网店数据化运营

(四) 国际商务专业

结合调研,根据国际商务专业岗位的主要工作任务与相关专业课程进行匹配,具体如下:

表9 国际商务专业岗位能力与相关课程匹配分析

目标岗位	主要工作任务	匹配课程
外销员	单独处理外贸业务各环节各部门的协调沟通能力;有外贸英语口语及外贸英语函电的交流和处理能力;具有一定的国际市场营销的能力,敏锐的市场捕捉能力。	进出口业务操作 国际贸易理论与实务 外贸函电
单证员	根据合同制作商业发票、装箱单、海运提单、报关单、报检单、原产地证书等单据	外贸单证实务 国际贸易理论与实务
跟单员	对合同的履行过程进行全程跟踪和监督。	外贸跟单实务

阿里巴巴操盘手	利用阿里巴巴平台进行店铺的开设，产品的选择，产品上下架，产品推广，店铺活动的策划及店铺日常管理。	国际贸易理论与实务 财经应用文写作 跨境电子商务运营实务
跨境电子商务操作员	熟悉主流跨境平台的运营规则及入驻条件；能够在不同平台进行店铺的开设及产品的运营。	国际贸易理论与实务 国际结算
客户信息管理员	日常客户分类管理，客户维系；在线客户沟通；在线客服工具的选择与使用；进行售前、售中及售后的客户服务。	财经应用文写作 跨境电子商务客户服务

互联网商贸专业群

2020 年