

广东省高职院校高水平专业群建设项目

建设方案

学校名称： 广东茂名农林科技职业学院

专业群名称¹： 电子商务专业群

专业群代码： 530701

专业群负责人： 郑信朝

填表日期： 2021年4月15日

¹ 为统一规则，使用群内最能够体现专业群特色的专业名称命名；专业群代码为该专业的专业代码；本表专业名称和代码，应以教育部公布的新版高职（专科）专业目录为准。

目录

一、项目背景和必要性.....	1
（一）电子商务及互联网广告行业的迅猛发展为电子商务专业群产业链提供了契机.....	1
（二）互联网的普及应用为电子商务专业群对应产业发展提供了条件.....	2
（三）电子商务和文化创意产业的倾斜政策为电子商务专业群改革发展提供了广阔空间.....	4
（四）电子商务专业群行业人才需求持续推动.....	5
二、电子商务专业群建设总体目标.....	5
三、电子商务专业群建设内容.....	6
四、电子商务专业群建设预期成果.....	8
五、电子商务专业群建设进度.....	9
六、电子商务专业群建设经费预算.....	13

一、项目背景和必要性

(一)电子商务及互联网广告行业的迅猛发展为电子商务专业群产业链提供了契机

随着计算机技术和移动通信技术的不断发展，全球迅速进入“互联网+”模式的移动通信时代，电子商务浪潮正以不可思议的速度席卷全球，成为全球经济的最大增长点之一，发达国家纷纷制定政策，发展中国家也在加紧制定总体发展战略，大力促进电子商务在国民经济各个领域的应用，力争在新一轮国际分工中占领制点。在我国，党中央、国务院高度重视电子商务发展。特别是十八大以来，国务院及商务部等相关部委相继出台了一系列促进电子商务产业发展的政策文件，近几年“两会”中，政府工作报告又确立了“互联网+”行动计划。这些政策文件涵盖与电子商务相关的培育经济新动力、“互联网+”行动、促进跨境电子商务、推进线上线下互动、促进农村电子商务、深入实施“互联网+流通”行动计划等诸多领域。电子商务正以低成本、高效率的特点实现交易的无纸化、效率化、自动化，成为一种全新的商业模式。它的应用和推广将给社会和经济带来极大效益，它将赢得新的竞争优势，在这方面，我国已走在世界之前列。近年来，双十一电商购物节已经成为中国乃至世界的消费狂欢季，2020年各大电商将过往的双11打造成双售制，使得整个活动周期被拉长，将“购物节”打造成了“购物季”，越来越多的品牌和消费者参与这场购物狂欢，2020年双十一期间，电商平台全网销售记录再次被打破。根据有关统计资料，电子商务平台在2020年“双11”一天中，全网销售额达人民币3328亿元（其中，天猫平台销售额占总体59.1%，京东占26.5%，拼多多和苏宁分别占5.5%和3.3%），11月1日-3日实现1921亿元，合计双十一期间实现销售额5249亿元，同比增长28%。另外，近些年，全球零售电商年增速达到16.5%。预计跨境电商在全球零售电商销售占比还将提升至20%。中国电子商务研究中心发布的数据，2020年，电子商务交易额超过40万亿元、网络零售总额达到10万亿元、相关从业者超过5000万人。宏观统计数据表明电子商务人才需求极其旺盛，电子商务行业的繁荣，也促进了相关从业人员的就业。

关于广告策划与营销，据实力传播数据分析，互联网广告2015年支出增幅达19%，占全球广告市场的29.5%，2015年至2018年将保持13%的平均增速，预计到2017年超过电视广告成为全球最大的广告媒介，2018年将占全球广告市场的37.6%。

“互联网+”的广泛应用，使电子商务行业迅猛发展，电子商务已成为推动企业发展的新商业模式，极大地推动经济社会发展和产业转型升级，成为最具发展前景的新兴行业之一。

（二）互联网的普及应用为电子商务专业群对应产业发展提供了条件

在我们广东省，由于互联网的普及，电子商务与传统产业相结合，催生了以跨境电商、农村电商等为主题的经济新业态，并渐成燎原之势。根据有关统计资料，2015年，广东全省电子商务交易额约3.36万亿元，其中网络零售交易额7668.6亿元，增长39.5%，相当于全省社会消费品零售总额的24.5%，无论是电商交易总额还是网络零售额，广东都稳居全国首位。2015年“双11”，广东电子商务消费再居榜首，在阿里巴巴平台912亿元销售记录中，广东就贡献了近百亿。这些数字说明，电子商务已成为新常态下广东经济发展的新亮点。

目前，我省电子商务正处于总量扩张、领域扩大、密集创新的阶段，内生动力和创新能力日益增强，呈现规模化、专业化、集聚化发展的特点。《广东省“互联网+”行动计划(2015-2020年)》的目标已经达成，《广东省电子商务中长期发展规划纲要(2016—2025)》等产业政策，将引导现有的行业性信息服务平台向集交易、支付和信息服务于一体的专业性电子商务平台转型。近年我省电子商务交易规模不断扩大，电子商务交易额呈现稳步增长态势，电子商务企业实力和影响力显著增强，电子商务支撑及衍生服务逐步改善，电子商务发展环境不断优化，文化、旅游、物流、医疗、金融等服务领域正逐步融入专业电商平台。在政策上，还积极培育多元化农村电商市场主体，鼓励电商、物流、商贸、金融、供销、邮政、快递等各类社会资源加强合作，构建农村购物网络平台。加速推进农村电商与交易服务、物流服务、金融服务的创新融合，形成农产品进城与农资、消费品下乡的双向流通格局。在技术上，物联网、大数据、云计算等新一代信息技术加速发展，技术驱动下的商业模式创新层出不穷，电子商务与经济社会各领域的融合发展进一步深化。所有这些，都对我省电子商务发展带来新的机遇及挑战，也为电子商务专业服务产业发展提供了条件。

对于互联网广告服务，随着全球数字化技术革命的推动，互联网以及移动互联网普及率不断提升。社交网站、视频网站、APP等新型传播媒介受到热捧，电商网站也日趋成熟，使得品牌主可以利用的媒介工具日趋多元化，同时新技术如需求方平台(DSP)和数据管理平台(DMP)的应用，为整合营销传播代理服务行业营造品牌传播效应提供了更为丰富的选择与方案。

在“互联网+”的信息化时代，移动互联网以更快、更新的速度冲击着传统广告行业。互联网及移动互联网的发展带来了营销传播方式的丰富，除了传统平面、电视、公关、促销外，在视频网站、博客、微博、微信等新兴互联网媒体上的创新营销发展迅猛。营销方式的多样化、碎片化、互动化使得受众触媒方式从传统的单点接触不断向多点接触演进。多渠道营销极大地提高了企业品牌形象的传播速度，然而伴随多渠道营销导致的传播节奏不协调、传播声音不一致的问题越发凸显，企业品牌形象的传播复杂度大幅度提高。同时，在传统业务模式下，多家营销服务商在各自领域共同为企业服务，他们围绕着企业，分别开展品牌咨询、广告创意、数字营销、社交媒体互动、客户关系管理业务。多家营销服务商对企业品牌文化、传播主题、创意方向的理解差异，进一步加大了企业品牌形象的塑造难度。因此，能够综合统筹线上线下各类媒体、及时优化调整营销策略，并能够提供从用户洞察、营销策划、创意实现到媒介投放的一站式服务的营销服务商将愈发受到品牌主的欢迎。

另一方面，内容营销战略的发展将对整合营销传播代理服务提供商的内容创意能力提出更高的要求。内容营销战略就是企业通过发布多种形式的媒体内容，如微信、微博、视频、电子杂志、报告等，来传递产品或品牌信息，与客户建立关系并激发消费行为的营销战略。与传统营销通过打断消费者思考或感官体验来硬性传递信息不同，借助于优质内容传播给消费者富含创意及价值的品牌信息，能够有效降低消费者的厌恶感，甚至使其产生情感体验或是价值观共鸣，进而使得消费者更易接受企业所传达的信息并对品牌产生认同。在未来内容营销战略重要性日益突出的市场环境下，整合营销传播代理服务提供商是否能够创造出个性化、信息密度高、传递明晰的品牌价值观并获得受众认可的内容产品将成为其是否能够赢得市场竞争的关键。

数字媒体营销发展迅猛，近年来，不断涌现出的新型数字媒体深刻影响了整合营销传播代理行业的发展。首先，互联网媒体尤其是移动互联网媒体的出现，完全侵占了用户的碎片化时间，2015年中国移动互联网用户平均每天的有效媒体接触时间为348分钟，手机端已凭借104分钟的使用时间已成为最受欢迎的移动媒体。其次，相较于传统媒体，新型数字媒体可以更容易地追踪并记录消费者的消费习惯，并应用实时竞价优化算法和消费者洞察算法等，向消费者推送符

合其偏好的、个性化产品信息，以帮助品牌主获得更合理的定价和更优化的广告效果。凭借上述优势，数字媒体营销正受到企业越来越多的关注。数字营销市场规模已由 2012 年的 773 亿元增加至 2015 年的 2094 亿元，年增长率维持在 30%以上，预计 2018 年将达到 4187 亿元。此外，数字媒体的传播形态也与传统媒体不同，相较于传统媒体“一对多”的中心化推送模式，数字媒体的传播形态为“多对多”的网状传播结构。在这种传播模式下，消费者既是信息的接受者也是信息的传播者，这使得营销工作的重点从信息的发布转向了发布之后如何激发用户和用户之间、用户和企业之间的互动，这对整合营销服务商提出了更高的要求。

(三)电子商务和文化创意产业的倾斜政策为电子商务专业群改革发展提供了广阔空间

党中央、国务院高度重视电子商务发展，特别是十九大以来，国务院及商务部等相关部委相继出台了《粤港澳大湾区发展规划纲要》《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》《国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》《国务院办公厅关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》（国发〔2014〕10号）等促进电子商务和文化创意产业发展的政策文件，早在2015年政府工作报告中提出“互联网+”行动计划；同时，广东省也发布了《广东“十四五”规划和2035年远景目标建议》以及其他与国家电商政策配套的政策文件，《广东省“互联网+”行动计划(2015-2020年)》的目标已经达成。《电子商务“十三五”发展规划》规划我国到2020年电子商务交易额将超过40万亿元、网络零售总额达到10万亿元左右、相关从业者超过5000万人的愿景已经实现；国家“一带一路”倡议也为跨境电子商务产业的发展提供了大力支持；《广东省电子商务中长期发展规划纲要（2016—2025）》也提出，2016年至2025年，广东电商交易总额要保持全国领先，全省电商交易额年均增长12%以上，其中跨境电商交易额年均增长20%以上，农产品电商交易额年均增长25%以上。

关于广告策划与营销，据实力传播数据分析，互联网广告 2015 年支出增幅达 19%，占全球广告市场的 29.5%，2015 年至 2018 年将保持 13%的平均增速，预计到 2017 年超过电视广告成为全球最大的广告媒介，2018 年将占全球广告市场的 37.6%。

我们广东处于国家改革开放的最前沿，三十多年的改革发展为广东积累了雄厚的物质和技术基础。我院地处粤西地区的茂名市，是华南地区最大的石油化工基地，同时也是农业大市，并以“三高”农业著称，是闻名全国的水果第一市，是粤港澳大湾区的辐射地区，是国家“一带一路”倡议在国内的重要支点，改革开放和电子商务、农村电商、文化创意产业、乡村振兴等方面的优惠政策，也为既掌握现代信息技术又有良好职业素养的实用技能型电商人才和文化创意产业人才提供了广阔的发展空间，对我院电子商务专业群的发展提供了强大的支持。加大我校电子商务专业群建设力度，具有重大的意义，是非常必要的，潜力是巨大的，也是可行的。

（四）电子商务专业群行业人才需求持续化推动

网经社-电子商务研究中心于2019年4月15日联合发布的《2018年度中国电子商务人才状况调查报告》显示，造成电商企业发展压力的最主要因素中，团队人才问题占62%，和2017年相比上升了6%，团队人才问题越来越突出。被调查的387家样本企业（包括：零售电商、电商卖家、跨境电商等）的日常招聘工作状态所示，人员比较稳定能满足企业运营要求的仅占29%，71%的电商企业面临着人才不足的问题，电子商务行业的人才缺口与其他行业相比来说是巨大的。广告策划与营销方面的人才需求也面临着相似的局面。

除了需要人才的种类较多以外，电子商务专业群涉及的电商和营销类企业对人才自身的素质要求也越来越高。电子商务产业链发展十分迅速，新思维、新技术、新形态不断涌现，日新月异的行业态势要求员工对行业有较强的敏锐度和学习能力，同时要有强大执行能力，能把学到的知识和技能进行快速落地。因此，除了专业知识技能、责任心和敬业度、团队协作能力等基本素质外，学习能力、工作执行能力、行业敏锐度与创新能力也被认为是电子商务专业群人才必须具备的素质。

二、电子商务专业群建设总体目标

电子商务专业群将电子商务、跨境电子商务、广告策划与营销等专业进行融合，打造服务区域战略的数智化商科实训基地。通过优化创新校企合作机制，聚集行业企业优质资源，使我院电子商务专业群建设与产业发展需求紧密结合，在人才培养、师资队伍建设和实训基地建设、产学研等方面开展深度合作，从“立德树人”根本任务出发，探索校企“双主体”人才培养、“1+X”证书制度试点推

进、“双师型”教师队伍建设的途径，实施“三教”改革，打造集“教、学、做、训、赛、创、研、服”一体的产教融合实训基地。通过建设，全面提升学生就业质量，基础能力、内涵发展、师资队伍综合素质得到全面提升，社会服务能力明显提高，促进创新创业人才培养与科研成果转化，显著提升学校辐射示范引领作用，为区域经济社会发展输送一批复合创新型新商科人才，实现专业群人才供给侧和区域产业需求侧全面对接，学生的高质量就业，成为粤港澳大湾区电子商务行业的人才培养和培训服务的育训基地，服务产业升级。

三、电子商务专业群建设内容

1. 人才培养模式创新

(1) 探索校企“双主体”人才培养模式。通过与行业企业深度合作，建立校企“双主体”人才培养长效机制。从“立德树人”和行业企业人才需求出发，准确专业定位，优化课程体系设置，将新技术、新方法、新工艺、新规范等产业先进元素纳入教学标准和教学内容，更新教学内容，培养适应行业企业要求的复合型人才。

(2) 探索推进“1+X”职业技能等级证书试点制度。依据职业资格标准，对接行业岗位，将职业资格考证训练融入课程教学之中，课证融通；同时，面向社会和其他职业院校，为电子商务及广告营销从业人员提供考证与培训服务。

(3) 探索与合作行业企业共同制订对接行业岗位要求的课程标准。与合作企业共同制订开发电子商务专业群中市场营销、电子商务、数字媒体技术应用等核心课程标准和相应的样本教材。

2. 课程教学资源建设

对接电子商务专业群对应的产业链，以工作过程为导向开发专业群内优质课程资源。建设精品在线开放课程 5 门，开发微课资源 300 个。应用现代信息技术手段，建设群内外数字化教学资源和数字图书馆。

3. 教材与教法改革

作为“三教”改革的重要组成部分，在合作企业的参与下重构专业群核心课程体系。根据行业岗位能力要求制订课程标准，与合作企业共同开发专业群核心课程样本教材或者工作页。在信息技术支持下，探索开展混合式教学，促进提高学生的学习积极性。在专业教学中，推广运用项目教学、任务驱动教学、场景教学、案例教学等有效的教学方式方法。在电子商务创新创业基地中搭建创新创业平台，全面提升学生创新创业能力。

4. 教师教学创新团队

以专业带头人和骨干教师为引领，加强教师团队建设，培养高水平“双师型”教师队伍。加强专业群教师队伍管理机制建设，建立专业导师与专业带头人、骨

干教师常态交流机制，搭建导师与专业群教师交流沟通平台，建立导师定期指导课程研讨和专业建设研讨工作制度。加强专业带头人队伍建设，选拔和引进或聘任具有行业背景、专业实践能力强、教学业绩突出的教学专家和掌握行业发展前沿技术、技术服务能力强、具有行业影响力的知名企业专家作为专业带头人。加强青年骨干教师队伍建设，选拔专业基础扎实、教学水平突出、科研能力强、具有一定教研教改能力的中青年教师，培养成为专业群的骨干教师，能够独立讲授几门核心专业课程，帮带一名青年教师，实行“一对一”指导，引导青年教师快速熟悉教学、实训、科研等工作，掌握相应教学方法，全面提高教学能力。加强兼职教师队伍建设，聘请合作行业企业里优秀专家、技术骨干和能工巧匠到学院担任兼职教师，建立兼职教师库，建立一支相对稳定、动态更新的兼职教师队伍。建立完善专业教师轮训制度，专业教师每年在企业或实训基地开展不少于1个月的实践教学，探索专业教师与企业技术骨干定期不定期互换制度，提高专业教师“双师”素质；推选专业带头人和骨干教师参加“国培”“省培”和电子商务专业群对应行业企业的培训和论坛，跟踪电子商务专业群的行业发展趋势。

5. 实践教学基地

加强校外实训基地建设。以电子商务专业群内相关岗位的“1+X”职业技能等级证书和专业技能竞赛为基础，不断完善校内电子商务专业群实训基地，为职业技能考证和专业课程教学以及社会培训服务提供实训支持；继续加强与行业企业的紧密联系，探索校政企联运机制，加强以政府引导、引入行业知名企业，校企合作共建校外实训基地，为专业教师提供专业实践岗位，为专业群内各专业学生提供实习岗位，为专业实践教学服务。

6. 技术技能平台

依托学校电子商务专业创新创业基地，创建线上与线下结合的电子商务O2O体验中心，实现生鲜农产品追踪追溯、生鲜农产品加工与配送等实训任务；在创新创业基地里，引企入校，提供数字媒体技术、全媒体广告营销、电商物流、旅游电商等合作项目；建立线上+线下的培训体系，引入“阿里巴巴百城千校-百万英才”项目，使学生能得到阿里巴巴等业界权威企业的专业技能认证。

7. 社会服务

加强和深化校企合作，开展社会培训。充分利用校企各自优势资源，与行业企业合作开发培训项目、培训课程、培训教材；在乡村振兴和农村电商的政策扶持下，开展面向农村和中小微企业的电子商务、电商物流、全媒体广告策划与营销等培训服务项目；向社会提供“1+X”职业技能等级证书的教务与培训工作，服务电子商务专业群对应产业。

8. 国际交流与合作

以国家“一带一路”倡议为契机，开拓国际交流与合作新途径。创造条件安

排专业群师资特别是骨干教师与“一带一路”沿线国家同行开展国际合作与交流学习。

9. 可持续发展保障机制

建立完善机制，从制度、组织、人员、经费、运行等方面保障，确保上述措施的实施。

四、电子商务专业群建设预期成果

电商专业群建设的实施，将实现以下预期成果：

1. 增强学校综合办学能力。通过电商专业群的建设，专兼结合的“双师型”教学队伍明显壮大，校企“双主体”技术技能人才培养模式得以确立，人才培养质量得到社会普遍认可；科研、教研和教学建设成果显著，综合办学实力增强；学校成为适应当地经济和社会发展需要、特色鲜明的、在省内有较大影响的院校。

2. 提升生源质量和规模。通过电商专业群的建设，能吸引更多优质生源，使学校办学规模适当扩大，实现办学效益和社会效益的稳步提高。

3. 创新校企合作及协同育人机制。通过电商专业群的建设，克服校内资源碎片化，有效利用行业企业资源参与人才培养，建成校企资源共享的协同育人平台。

4. 学生的就业竞争力得到提升。通过电子商务专业群建设，专业技能培养与职业精神养成相融合，创新创业教育成效显著，学生的就业竞争力得到提升。

5. 建起优质教学资源。通过电商专业群建设，打造智慧化校园，信息管理平台和网络教学平台，专业群精品在线开放课程的建设，教学资源得到优化。

6. 教师队伍结构得到优化。通过电商专业群的建设，专业带头人、骨干教师和兼职教师得到锻炼，专业老师的“双师”素质得到显著提升，“双师型”教师比例将达到 50%以上。

五、电子商务专业群建设进度

序号	建设内容		年度目标				
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
1	人才培养模式创新	1. 校企“双主体”人才培养模式	建设目标： 拟订校企“双主体”人才培养模式。 验收要点： 校企“双主体”人才培养模式初步方案。	建设目标： 成立电子商务专业群各专业建设指导委员会。 验收要点： 各专业建设指导委员会。	建设目标： 建构校企“双主体”人才培养模式。 验收要点： 校企“双主体”人才培养模式。	建设目标： 依托电子商务专业群校企“双主体”人才培养模式，实施精准育人。 验收要点： 校企“双主体”人才培养模式成效。	建设目标： 建成电子商务专业群校企合作基础平台。 验收要点： 电子商务专业群校企合作基础平台。
		2. 推进“1+X”职业技能等级证书试点制度	建设目标： 拟订“1+X”职业技能等级证书试点制度实施方案。 验收要点： “1+X”职业技能等级证书试点制度实施方案。	建设目标： 申报“1+X”职业技能等级证书考点。 验收要点： “1+X”职业技能等级证书考点。	建设目标： 实施“1+X”职业技能等级证书考试。 验收要点： “1+X”职业技能等级证书考试。	建设目标： 实施“1+X”职业技能等级证书考试。 验收要点： 实施“1+X”职业技能等级证书考试。	建设目标： 全面实施“1+X”职业技能等级证书考试。 验收要点： 实施“1+X”职业技能等级证书考试。
		3. 合作行业企业共同制订对接行业岗位要求的课程标准	建设目标： 拟订专业调研方案。 验收要点： 专业调研方案。	建设目标： 开展专业群内各专业典型工作任务与职业能力分析。 验收要点： 各专业典型工作任务与职业能力分析表。	建设目标： 拟订核心专业课程的课程标准。 验收要点： 核心专业课程的课程标准初稿。	建设目标： 修订完善核心专业课程的课程标准。 验收要点： 核心专业课程的课程标准。	建设目标： 完成专业群专业课程标准的制定。 验收要点： 专业群专业课程标准。
2	课程教学资源建设	1. 建设精品在线开放课程及数字图书馆	建设目标： 拟订精品在线开放课程及数字图书馆建设方案。 验收要点： 精品在线开放课程及数字图书馆建设方案。	建设目标： 开展精品在线开放课程及数字图书馆建设。 验收要点： 精品在线开放课程初稿；数字图书馆。	建设目标： 开展精品在线开放课程及数字图书馆建设。 验收要点： 精品在线开放课程初稿；数字图书馆。	建设目标： 开展精品在线开放课程及数字图书馆建设。 验收要点： 精品在线开放课程初稿；数字图书馆。	建设目标： 开展精品在线开放课程及数字图书馆建设。 验收要点： 精品在线开放课程初稿；数字图书馆。
		2. 开发微课资源	建设目标： 拟订开发微课	建设目标： 开展开发微课	建设目标： 开展开发微课	建设目标： 修订完善微课	建设目标： 完成专业群开

序号	建设内容		年度目标				
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
			资源方案。 验收要点： 开发微课资源方案。	资源。 验收要点： 微课资源30个。	资源。 验收要点： 微课资源50个。	资源。 验收要点： 微课资源100个。	发微课资源。 验收要点： 专业群微课300个。
3	教材与教法改革	1. 教材改革	建设目标： 拟订开发校本教材方案。 验收要点： 开发校本教材方案。	建设目标： 拟订开发校本教材方案。 验收要点： 开发校本教材方案。	建设目标： 拟订开发校本教材方案。 验收要点： 开发校本教材方案。	建设目标： 拟订开发校本教材方案。 验收要点： 开发校本教材方案。	建设目标： 拟订开发校本教材方案。 验收要点： 开发校本教材方案。
		2. 教法改革	建设目标： 拟订教法改革方案。 验收要点： 教法改革方案。	建设目标： 开展教法改革方案。 验收要点： 教法改革成果。	建设目标： 开展教法改革方案。 验收要点： 教法改革成果。	建设目标： 开展教法改革方案。 验收要点： 教法改革成果。	建设目标： 开展教法改革方案。 验收要点： 教法改革成果。
4	教师教学创新团队	1. 专业群教师队伍管理机制建设	建设目标： 拟订专业群教师队伍管理机制建设方案。 验收要点： 专业群教师队伍管理机制建设方案。	建设目标： 落实专业教师轮训。 验收要点： 专业教师轮训制度；挂职锻炼证明；“国培”“省培”证明。	建设目标： 落实专业教师轮训。 验收要点： 专业教师轮训制度；挂职锻炼证明；“国培”“省培”证明。	建设目标： 落实专业教师轮训。 验收要点： 专业教师轮训制度；挂职锻炼证明；“国培”“省培”证明。	建设目标： 落实专业教师轮训。 验收要点： 专业教师轮训制度；挂职锻炼证明；“国培”“省培”证明。
		2. 专业带头人培养	建设目标： 拟订引进、培养专业带头人方案。 验收要点： 引进、培养专业带头人方案。	建设目标： 开展专业带头人培养。 验收要点： 专业带头人培养成果。	建设目标： 开展专业带头人培养。 验收要点： 专业带头人培养成果。	建设目标： 开展专业带头人培养。 验收要点： 专业带头人培养成果。	建设目标： 开展专业带头人培养。 验收要点： 专业带头人培养成果。
		3. 骨干教师培养	建设目标： 拟订骨干教师培养方案。 验收要点： 骨干教师培养方案。	建设目标： 开展骨干教师培养。 验收要点： 骨干教师培养成果。	建设目标： 开展骨干教师培养。 验收要点： 骨干教师培养成果。	建设目标： 开展骨干教师培养。 验收要点： 骨干教师培养成果。	建设目标： 开展骨干教师培养。 验收要点： 骨干教师培养成果。
		4. 青年教师培养	建设目标： 拟订青年教师培养方案。	建设目标： 开展青年教师培养。	建设目标： 开展青年教师培养。	建设目标： 开展青年教师培养。	建设目标： 开展青年教师培养。

序号	建设内容		年度目标				
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
	5. 兼职教师库		验收要点: 青年教师培养方案。	验收要点: 青年教师培养成果。	验收要点: 青年教师培养成果。	验收要点: 青年教师培养成果。	验收要点: 青年教师培养成果。
			建设目标: 拟订兼职教师培养方案。 验收要点: 兼职教师培养方案。	建设目标: 建立兼职教师库, 聘请兼职教师。 验收要点: 兼职教师工作成果。	建设目标: 建立兼职教师库, 聘请兼职教师。 验收要点: 兼职教师工作成果。	建设目标: 建立兼职教师库, 聘请兼职教师。 验收要点: 兼职教师工作成果。	建设目标: 建立兼职教师库, 聘请兼职教师。 验收要点: 兼职教师工作成果。
5	实践教学基地	1. 校内实训基地	建设目标: 拟订校内实训基地建设方案。 验收要点: 校内实训基地建设方案。	建设目标: 补充、完善现有校内实训室功能。 验收要点: 补充、完善现有校内实训室工作方案及建设成果材料。	建设目标: 补充、完善现有校内实训室功能。 验收要点: 补充、完善现有校内实训室工作方案及建设成果材料。	建设目标: 新建校内实训室, 补充、完善现有校内实训室功能。 验收要点: 新建、补充、完善现有校内实训室工作方案及建设成果材料。	建设目标: 新建校内实训室, 补充、完善现有校内实训室功能。 验收要点: 新建、补充、完善现有校内实训室工作方案及建设成果材料。
		2. 校外实训基地	建设目标: 拟订校外实训基地建设方案。 验收要点: 校企合作协议书; 校外实训基地建设方案。	建设目标: 新建校外实训基地, 发挥校外实训基地作用。 验收要点: 校企合作协议书; 校企合作成果。	建设目标: 新建校外实训基地, 发挥校外实训基地作用。 验收要点: 校企合作协议书; 校企合作成果。	建设目标: 新建校外实训基地, 发挥校外实训基地作用。 验收要点: 校企合作协议书; 校企合作成果。	建设目标: 新建校外实训基地, 发挥校外实训基地作用。 验收要点: 校企合作协议书; 校企合作成果。
6	技术技能平台	1. 电子商务创新创业基地建设	建设目标: 电子商务创新创业基地建设。 验收要点: 电子商务创新创业基地建设方案。	建设目标: 引企入校进驻电子商务创新创业基地。 验收要点: 企业进驻基地合作方案及工作成果。	建设目标: 引企入校进驻电子商务创新创业基地。 验收要点: 企业进驻基地合作方案及工作成果。	建设目标: 引企入校进驻电子商务创新创业基地。 验收要点: 企业进驻基地合作方案及工作成果。	建设目标: 引企入校进驻电子商务创新创业基地。 验收要点: 企业进驻基地合作方案及工作成果。
		2. “1+X”职业技能证书考试训练场建设	建设目标: “1+X”职业技能证书考试训练场建设。 验收要点: “1+X”职业技能证书考试训练场建设方案。	建设目标: 实施“1+X”职业技能证书考试制度。 验收要点: “1+X”职业技能证书考试成果。	建设目标: 推广实施“1+X”职业技能证书考试制度。 验收要点: “1+X”职业技能证书考试成果。	建设目标: 推广实施“1+X”职业技能证书考试制度。 验收要点: “1+X”职业技能证书考试成果。	建设目标: 推广实施“1+X”职业技能证书考试制度。 验收要点: “1+X”职业技能证书考试成果。

序号	建设内容		年度目标				
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
7	社会服务	1. “1+X”职业技能证书考试培训服务	建设目标： 拟订“1+X”职业技能证书考试对外培训服务方案。 验收要点： “1+X”职业技能证书考试对外培训服务方案。	建设目标： 实施“1+X”职业技能证书考试对外服务。 验收要点： “1+X”职业技能证书考试对外服务成果。	建设目标： 实施“1+X”职业技能证书考试对外服务。 验收要点： “1+X”职业技能证书考试对外服务成果。	建设目标： 实施“1+X”职业技能证书考试对外服务。 验收要点： “1+X”职业技能证书考试对外服务成果。	建设目标： 实施“1+X”职业技能证书考试对外服务。 验收要点： “1+X”职业技能证书考试对外服务成果。
		2. 农村电商服务	建设目标： 拟订农村电商服务方案。 验收要点： 农村电商服务方案。	建设目标： 开展农村电商对外服务。 验收要点： 开展农村电商对外服务成果。	建设目标： 开展农村电商对外服务。 验收要点： 开展农村电商对外服务成果。	建设目标： 开展农村电商对外服务。 验收要点： 开展农村电商对外服务成果。	建设目标： 开展农村电商对外服务。 验收要点： 开展农村电商对外服务成果。
8	国际交流与合作	搭建电子商务专业群国际合作交流平台	建设目标： 拟订骨干教师与“一带一路”沿线国家同行合作交流方案。 验收要点： 交流学习方案。	建设目标： 骨干教师每年与“一带一路”沿线国家的同行交流学习1次。 验收要点： 相关文件及交流成果。	建设目标： 骨干教师每年与“一带一路”沿线国家的同行交流学习1次。 验收要点： 相关文件及交流成果。	建设目标： 骨干教师每年与“一带一路”沿线国家的同行交流学习1次。 验收要点： 相关文件及交流成果。	建设目标： 骨干教师每年与“一带一路”沿线国家的同行交流学习1次。 验收要点： 相关文件及交流成果。
9	可持续发展保障机制	可持续发展保障机制	建设目标： 建设可持续发展保障机制。 验收要点： 可持续发展相关保障制度。	建设目标： 执行可持续发展保障制度。 验收要点： 可持续发展相关保障制度执行报告。	建设目标： 执行可持续发展保障制度。 验收要点： 可持续发展相关保障制度执行报告。	建设目标： 执行可持续发展保障制度。 验收要点： 可持续发展相关保障制度执行报告。	建设目标： 执行可持续发展保障制度。 验收要点： 可持续发展相关保障制度执行报告。

六、专业群经费预算

序号	建设内容		经费预算（万元）				
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
1	人才培养模式创新	1. 校企“双主体”人才培养模式	10	5	5	5	5
		2. 推进“1+X”职业技能等级证书试点制度	20	5	5	5	5
		3. 合作行业企业共同制订对接行业岗位要求的课程标准	10	10	10	10	10
2	课程教学资源建设	1. 建设精品在线开放课程及数字图书馆	100	50	50	50	50
		2. 开发微课资源	50	50	50	50	50
3	教材与教法改革	1. 教材改革	50	50	50	50	50
		2. 教法改革	20	20	20	20	20
4	教师教学创新团队	1. 专业群教师队伍管理机制建设	10	10	10	10	10
		2. 专业带头人培养	10	10	10	10	10
		3. 骨干教师培养	10	10	10	10	10
		4. 青年教师培养	5	5	5	5	5
		5. 兼职教师库	2	2	2	2	2
5	实践教学基地	1. 校内实训基地	80	80	80	80	80
		2. 校外实训基地	10	5	5	5	5
6	技术技能平台	1. 电子商务创新创业基地建设	5	5	5	5	5
		2. “1+X”职业技能证书考试训练场建设	30	30	30	30	30
7	社会服务	1. “1+X”职业技能证书考试培训服务	5	5	5	5	5
		2. 农村电商服务	5	5	5	5	5
8	国际交流与合作	搭建电子商务专业群国际合作交流平台	10	10	10	10	10
9	可持续发展保障机制	可持续发展保障机制	10	10	10	10	10