

电子商务专业 人才培养方案

(2022 级适用)



枣庄经济学校

2022 年 7 月

编写说明

专业人才培养方案是专业教学的纲领性文件，是日常教学的行动指南。本方案依据教育部《关于全面提高中等职业教育教学质量的若干意见》等文件精神，结合我校目前电子商务专业的实际情况编写，此方案由电子商务专业教研组的老师们通过全方面的调研活动共同编写。本方案随着时代科技的发展进程，专业发展的变换方向，进行定期的修改完善。因编者能力有限，请相关专家、业内人士给予积极的指导及纠正。

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
五、培养目标	1
六、培养规格	1
(一) 素质要求	1
(二) 知识要求	2
(三) 能力要求	2
七、课程设置及要求	4
八、课程设置及要求	5
(一) 公共基础课程	5
(二) 专业技能课程	8
(三) 综合实训	12
(四) 顶岗实习	13
九、教学时间安排及课程建议	13
(一) 教学时间分配	13
(二) 授课计划安排表	14
十、教学实施要求	16
(一) 教学要求	16
(二) 教学资源	16
(三) 学习评价	17
(四) 质量管理	17
十一、毕业资格与要求	18
(一) 学业考核要求	18
(二) 证书考取要求	18
十二、继续专业学习深造	18

一、专业名称及专业代码

【专业名称】：电子商务

【专业代码】：730701

二、入学要求

【招生对象】：初中毕业生或具有同等学力者

【办学层次】：中职

三、修业年限

【基本学制】3年

四、职业面向

序号	专业（技能）方向	职业（岗位）举例	职业资格证书举例		职业技能证书举例
1	网店运营推广	网店运营/编辑	全国计算机等级证书（一级）		1+X 网店运营推广（初级）
2	网络营销技术	网络营销员		电子商务师（初级）	直播（初级）
3	新媒体运营技术	新媒体营销师		互联网营销师（高级）	新媒体（初级）
4	图像及视频处理	网站视觉设计师			

五、培养目标

本专业坚持立德树人、德技并修，面向电商企业、IT 公司、新媒体等行业企业，培养面向从事电商运营、新媒体运营、商业摄影、数字影音制作、直播产业等工作，具备良好的职业道德和职业素养，掌握电子商务专业对应职业岗位必备的知识与技能，具备职业生涯发展基础和终身学习能力，能胜任生产、服务、管理一线工作的，德、智、体、美、劳，全面发展的技术技能人才。

六、培养规格

（一）素质要求

1. 具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。
2. 具备网络交易安全意识，能防范个人信息泄漏，辨别网络欺诈，采用正

规渠道实施网络买卖与支付。

3. 具有较强的逻辑思维和判断力，能独立处理问题。
4. 具有一定的创业创新思维。
5. 具有与人际交往、团队协作的良好素养。

(二) 知识要求

1. 了解基本的商务礼仪常识。
2. 了解营销基础知识。
3. 掌握电子商务基础知识，能熟练使用互联网交易平台处理 B2B、B2C、C2C、团购等商务活动交易。
4. 掌握电子商务物流配送相关知识，能完成商品打包、订单处理、配送等环节的重要工作，符合企业规范。
5. 掌握电子商务网站相关知识，能根据需求设计网站风格、网页布局、网站色调等，并使用设计类工具软件呈现设计效果图。
6. 掌握电子商务日常工作中客户服务相关专业知 识，能按照服务规范与流程，服务客户，提出顾客接受的解决方案。

(三) 能力要求

1. 职业通用能力

- (1) 语言沟通能力：具有良好的语言表达和沟通能力。
- (2) 计算机应用能力：具有能使用计算机常用工具软件（包括网络工具软件）能力，处理日常工作文档、满足工作需要。
- (3) 图像处理能力：具有运用 Photoshop 软件设计制作图形的能力，具有常见图像的后期处理能力。

- (4) 创意策划能力：具有活动策划能力，具有策划文案编写能力。

2. 职业特定专业能力

专业（技能）方向—网店运营推广（1+x 课程）：

- (1) 能选择适合的电子商务模式开设网上店铺，通过调研完成商品的选择和上架经营。
- (2) 具备营销和互联网思维，能通过互联网平台销售商品或者提供服务，完成企业经营的系列活动。
- (3) 了解电子商务的法律规范，能应用相关法规维护企业权益，做到守法经营。
- (4) 能熟练使用三微一端、即时聊天工具、搜索引擎等工具开展网店运营推

广。

(5) 有较高的数据分析和信息技术应用能力、对网络经营环境能敏锐体察，善于整合资源。

(6) 具备企业电子商务化的运营能力，具备团队合作，开拓创新和创业意识。

专业（技能）方向—客户服务：

(1) 能使用标准的普通话与客户交流。

(2) 能使用规范化语言服务客户，与顾客沟通顺畅。

(3) 能理解客户需求，正确录入信息，汉字录入速度达到 70 字/分钟以上。

(4) 能按照客户关系管理流程与规范，使用 CRM 客户关系管理系统，实施大客户关系管理。

专业（技能）方向—网络营销：

(1) 能根据企业需求，开通新媒体账号，撰写不同类型的软文，符合行业规范。

(2) 能根据企业需求，开展账号运营，策划促销活动主题，撰写促销活动方案，制定促销活动实施计划，吸粉和促进下单。

(3) 能根据推广目标，开展全媒体运营，实施基础的 SEO 推广，满足基本要求。

(4) 能根据企业需求，运用整合网络营销相关知识，利用推广媒介实施网络推广，实现企业营销目标。

3. 跨行业职业能力

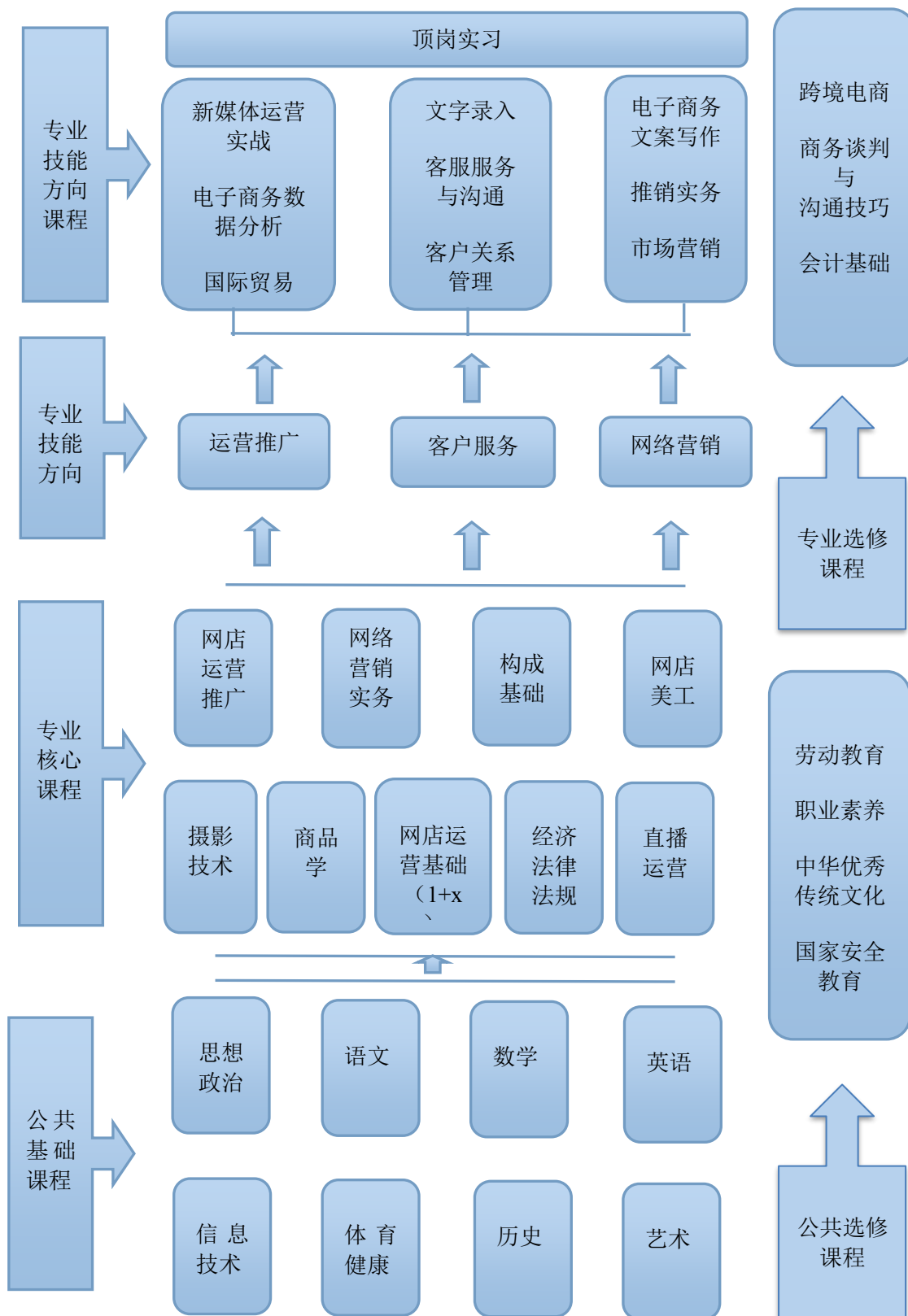
(1) 具有岗位应变能力。

(2) 具有组织、策划、沟通、执行能力。

(3) 具有创业、创新能力。

(4) 具有一定的企业管理的基础力。

七、课程设置及要求



电子商务专业课程体系框架图

八、课程设置及要求

本课程设置分为公共基础课程和专业（技能）课程两类，课程中根据需要设立选修课程。

（一）公共基础课程

公共基础课程包括思想政治课、文化课、历史、体育与健康课、艺术课及其它公共选修课程。其任务是引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，提高学生思想政治素质、职业道德水平和科学文化素养；为专业知识的学习和职业技能的培养奠定基础，满足学生职业生涯发展的需要，促进终身学习。课程设置和教学应与培养目标相适应，注重学生能力的培养，加强与学生生活、专业和社会实践的紧密联系。

思想政治课、语文、数学、外语（英语等）、历史、计算机应用基础课，体育与健康课、公共艺术（或音乐、美术）课为必修课，学生应达到国家规定的基本要求。公共基础必修课程执行国家统一制定的教学大纲。

序号	课程名称	主要教学内容与任务	参考课时
1	中国特色社会主义	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门公共基础课程。课程内容是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，阐释中国特色社会主义的开创与发展，明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位，阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容，引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。	36
2	心理健康与职业生涯	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门公共基础课程。课程内容是基于社会发展对中职学生心理素质、职业生涯发展提出的新要求以及心理和谐、职业成才的培养目标，阐释心理健康知识，引导学生树立心理健康意识，掌握心理调适和职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题，培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，根据社会发展需要和学生心理特点进行职业生涯指导，为职业生涯发展奠定基础。	36

3	职业道德与法治	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门公共基础课程。课程内容是着眼于提高中职学生的职业道德素质和法治素养,对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生理解全面依法治国的总目标和基本要求,了解职业道德和法律规范,增强职业道德和法治意识,养成爱岗敬业、依法办事的思维式和行为习惯。	36
4	哲学与人生	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门公共基础课程。课程内容阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论,讲述辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义;阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义;引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观,为学生成长奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	36
5	语文	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门公共基础课程。课程的任务是在义务教育的基础上,进一步培养学生掌握基础知识和基本技能,强化关键能力,使学生具有较强的语言文字运用能力、思维能力和审美能力,传承和弘扬中华优秀传统文化,接受人类进步文化,汲取人类文明优秀成果,形成良好的思想道德品质、科学素养和人文素养,为学生学好专业知识与技能,提高就业创业能力和终身发展能力,成为全面发展的高素质劳动者和技术技能人才奠定基础。	198
6	数学	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门公共基础课程。课程内容承载着落实立德树人根本任务、发展素质教育的功能,具有基础性、发展性、应用性和职业性等特点。课程的任务是使中等职业学校学生获得进一步学习和职业发展所必需的数学知识、数学技能、数学方法、数学思想和活动经验;具备中等职业学校数学学科核心素养,形成在继续学习和未来工作中运用数学知识和经验发现问题的意识、运用数学的思想方法和工具解决问题的能力;具备一定的科学精神和工匠精神,养成良好的道德品质,增强创新意识,成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。	144
7	英语	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门公共基础课程。课程的任务是在义务教育基础上,帮助学生进一步学习语言基础知识,提高听、说、读、写等语言技能,发展中等职业学校英语学科核心素养;引导学生在真实情境中开展语言实践活动,认识文化的多样性,形成开放包容的态度,发展健康的审美情趣;理解思维差异,增强国际理解,坚定文化自信;帮助学生树立正确的世界观、人生观和价值观,自觉践行社会主义核心价值观,成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。	144

8	信息技术	<p>本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门公共基础课程。课程内容是学生通过对信息技术基础知识与技能的学习,树立正确的信息社会价值观和责任感,培养符合时代要求的信息素养与适应职业发展需要的信息能力。课程的任务是全面贯彻党的教育方针,落实立德树人根本任务,满足国家信息化发展战略对人才培养的要求,围绕中等职业学校信息技术学科核心素养,吸纳相关领域的前沿成果,引导学生通过对信息技术知识与技能的学习和应用实践,增强信息意识,掌握信息化环境中生产、生活与学习技能,成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。</p>	108
9	体育与健康	<p>本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门公共基础课程。课程内容是以身体练习为主要手段,以体育与健康的知识、技能和方法的传授为主要内容,以培养中等职业学校学生的体育与健康学科核心素养和促进学生身心健康发展为目标的综合性课程。</p>	162
10	历史	<p>本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门公共基础课程。课程的任务是在义务教育历史课程的基础上,以唯物史观为指导,促进中等职业学校学生进一步了解人类社会形态从低级到高级发展的基本脉络、基本规律和优秀文化成果;从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系,增强历史使命感和社会责任感;进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,培育和践行社会主义核心价值观;树立正确的历史观、民族观、国家观和文化观;塑造健全的人格,养成职业精神,培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。</p>	72
11	艺术	<p>本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门公共基础课程。课程内容坚持立德树人,充分发挥艺术学科独特的育人功能,以美育人,以文化人,以情动人,提高学生的审美和人文素养,积极引导学主动参与艺术学习和实践,培养学生感受美、鉴赏美、表现美、创造美的能力,帮助学生塑造美好心灵,健全健康人格,厚植民族情感,增进文化认同,坚定文化自信,成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。</p>	36

（二）专业技能课程

1. 专业核心课

电子商务专业（技能）课程的任务是培养学生掌握必要的专业知识和职业技能，提高学生就业、创业能力和适应职业变化的能力。按照相应职业岗位（群）的能力要求，以“分段递进（基础能力——专项（岗位）能力——综合能力）”的方式，并开设了《客户服务与沟通》等多门“以岗定学”的课程，同时，为实现“课程内容与职业标准与教学课程与工作过程”的衔接，开设1+X网店运营推广职业技能等级证书的内容学习，实现“课证相融”，更符合企业的岗位需求。

序号	课程名称	主要教学内容与任务	参考课时
1	网店运营推广	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门专业基础课程。了解网络零售市场的基本特点，电子商务 B2B、B2C、C2C 等典型电子商务运营模式；掌握网络零售的主要交易流程，能进行网络影响，人群定向、产品定位、访客定向等，能进行直通车投放、钻展、引力魔方等付费推广。最终帮助店铺或企业引流的目的。	72
2	摄影技术	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门专业基础课程。了解拍摄和美工工作职责；能根据拍摄要求调试相机，拍摄出清晰地体现商品卖点的照片；能正确展示商品，形成商品详情页；掌握促销图设计制作相关知识，能使用设计类工具软件制作商品促销信息，突出商品卖点。	36
3	商品学	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门专业基础课程。了解产品和产品运营流程，能够对产品特点及卖点进行准确描述并且在网店的日常选品方面能够根据地域、时间、产品特点、店铺特点等进行合理的选择。	72

4	网络营销 实务	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门专业基础课程。了解网络营销的含义，明确网络营销岗位设置。能够独立完成消费人群分析、完成消费动机分析等；能够针对产品准确进行市场定位、制定产品销售策略等；能够运用多种网络营销方式推广销售产品；能够以直播的方式独立完成从选品到售后推广等环节的工作。	72
5	网店运营 (1+x)	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门专业基础课程。了解网店运营的规范与流程，明确网店运营的核心工作内容；能独立完成网店整个交易过程；能美化网店页面，制作商品展示页面；能根据不同商品类型正确进行商品分类、编码等，提炼商品卖点；能根据网店运营目标，选择合适的网络营销工具推广店铺，做好客户服务，实现交易。	144
6	构成基础	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门专业基础课程。了解主图、详情制作过程中的构成基础，能够了解店铺页面布局、排版以及色调搭配；能根据类目产品特点设计符合产品特点的 banner、logo、主图、以及详情。	36
7	网店美工	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门专业基础课程。了解网站内容编辑岗位职业道德，能根据企业具体需求进行网络信息筛选与归类；能根据产品特征编辑产品推广信息与宣传软文；能根据企业网站需求撰写宣传稿件和企业宣传软文、开展网络专题策划、开展网络互动活动，并有效进行网络社区管理。	72
8	经济法律 法规	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门专业基础课程。了解电子商务法律法规，能针对各大电商平台交易规则制定网店交易规则；根据电子商务法处理日常交易中心的违规现象，做到知法、懂法。	36
9	直播运营	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门专业基础课程。了解直播过程中营注意的事项，能够熟知直播软件的使用方法。能根据不同直播场景选择恰当的直播方式，并能够在真实的交易环境中做到从产品、内容、活动到复盘的全面掌握。	36

2. 专业（技能）方向课

(1) 运营推广方向

序号	课程名称	主要教学内容与任务	参考课时
1	新媒体运营实战	本课程是中等职业学校电子商务专业运营推广方向必修的一门专业技能方向课程。了解新媒体运营的规范与流程，明确运营的核心工作内容；能独立完成整个运营过程；能优化内容，策划活动；能根据不同商品类型正确进行商品分类、编码等，提炼商品卖点；能根据运营目标，选择合适的网络营销工具，推广店铺，做好客户服务，实现交易。	108
2	电子商务数据分析	本课程是中等职业学校电子商务专业运营推广方向必修的一门专业技能方向课程。了解常用的第三方数据分析工具、速卖通、亚马逊评价体系、单品运营分析内容；熟悉平台内的主要数据分析工具，熟悉淘宝评价体系、店铺销售数据分析指标；掌握有效数据获取途径、网店的基本流量分析指标能根据分析结果提出针对性运营方案。	108
3	国际贸易	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门专业基础课程。了解国际贸易产生发展的基本理论，掌握国际贸易主要政策与措施，WTO的基本原则，关税与非关税壁垒措施，了解国际经贸发展变化趋势，学会运用国际贸易惯例和国际贸易法律知识解决实际问题。	108

(2) 客户服务方向

序号	课程名称	主要教学内容与任务	参考课时
1	文字录入	本课程是中等职业学校电子商务专业客户服务方向必修的一门专业技能方向课程。能按照正确的键盘指法完成录入任务；能熟练使用一种中文（简体）拼音输入法；能设置输入法属性；掌握特殊符号的输入方法；能正确听取客户要求，同步完成记录；文字录入速度达到 70 字/分钟。	108

2	客户服务与沟通	本课程是中等职业学校电子商务专业客户服务方向必修的一门专业技能方向课程。了解客户心理知识；掌握与客户沟通的技巧与方法；能通过电话或网络即时通信工具有效明确地向客户传达服务信息、态度；能通过准确解读客户信息；掌握客户想法、感受与态度；会对客户进行有利于问题解决的提问、倾听、表达。	108
3	客户关系管理	本课程是中等职业学校电子商务专业客户服务方向必修的一门专业技能方向课程。了解客户关系管理的意义；掌握客户关系管理的基本方法；能熟练操作CRM软件；会进行大客户关系管理、客户满意度管理以及客户忠诚度管理。	108

(3) 网络营销方向

序号	课程名称	主要教学内容与任务	参考课时
1	电子商务文案写作	本课程是中等职业学校电子商务专业网络营销方向必修的一门专业技能方向课程。了解现代商务文书写作基础知识；掌握常用商务文书的结构、格式及其写作基本要求；能撰写常用的商务文书；了解商务软文的常见形式与撰写技巧；能为企业撰写营销方案。	108
2	推销实务	本课程是中等职业学校电子商务专业网络营销方向必修的一门专业技能方向课程。了解商业活动的具体内容和实施策划活动的工具和手段；掌握活动策划案的结构、格式及其写作基本要求；能根据电商活动的类型，策划有效的活动主题，能根据活动主题和活动目的，撰写策划方案；能根据策划方案，制定实施计划，合理调配资源。	108
3	市场营销	本课程是中等职业学校电子商务专业必修的一门专业基础课程。能选择恰当的站外营销推广方法，正确操作相关工具软件，增加网站的流量；能根据第三方平台规范及特点，选择适合自身的平台内部营销推广方法，正确操作后台；能根据网站营销的不同阶段，运用网站分析工具监测网站指标的变化，实现监测推广效果的目的。	108

(三) 综合实训

综合实训教学以提升学生综合职业能力为教学目标,与企业合作开发综合实训项目,采取集中实训的教学组织形式,校企教师共同管理和考核学生。

综合实训教学时间安排在第五学期,实训项目见下表:

综合实训项目	实训时间	实训内容与要求	实训地点
网店运营推广实训(1+x)	72学时	依托第三方电子商务平台,指导学生开设独立店铺,完成网店装修、商品分类、商品信息编辑发布、网店推广、客户服务、数据分析任务,实施网店运营全流程,以网店运营指标数据为标准考核学生。	校内
客户服务综合实训	72学时	与优质电商企业合作,完成产品咨询、产品推荐、促进下单、客户回访、订单查询等客户服务岗位生产性实训,学生掌握标准化服务流程,融入企业文化,积累实战经验。	校外
新媒体运营实训	72学时	与中小型电商企业和传媒企业合作,承接企业外包项目,重点开展新媒体账号运营、短视频制作、产品图片采集与处理、产品信息编辑与上传、新媒体平台资讯更新与维护、社交平台使用与维护等实训项目,推广商城网站或企业网站,重点开展搜索引擎优化、微博营销、微信营销提升学生全媒体综合运营能力。	校内 或 校外
创业实践综合实训	72学时	与中小型电商企业合作,承接企业外包项目,学会制作创业计划书、开展营销方案设计和选品直播等等综合实训,提升学生综合应用能力。	校内 或 校外

综合实训是本专业必修的综合性训练课程,主要任务是通过企业实习,让学生熟练掌握专业需要的基本操作流程,增强学生的专业认同感和职业意识;学习并运用专业技能实际体验工作岗位任务,熟悉工作流程,进一步了解学习领域目

标、内容及要求，提高学生的职业素养与综合能力。

（四）顶岗实习

顶岗实习是本专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节，要认真落实教育部、财政部关于《中等职业学校学生实习管理办法》的有关要求，保证学生顶岗实习的顶岗与其所学专业面向的岗位群基本一致。在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要，通过校企合作，实行工学交替、多学期分阶段安排学生实习。要加强顶岗实习过程管理，切实保障学生的安全与权益，构建校企共同指导、共同管理、合作育人的顶岗实习工作机制。

九、教学时间安排及课程建议

（一）教学时间分配

学期	学期周数	教学周数		考试周数	机动周数	
		周数	其中：综合的实践教学教育活动周数			
一	20	18	1	军训	1	1
			1	入学教育		
二	20	18			1	1
三	20	18	1	认知实习	1	1
四	20	18	1	1+X 网店运营推广实训	1	1
五	20	18	1	毕业实训	1	1
六	20	20	4	跟岗实习	/	/
			16	顶岗实习	/	
总计	120	110	25		5	5

(二) 授课计划安排表

课程类别	课程性质	序号	课程名称	合计		按学年、学期教学进程安排 (周学时/教学周数)						考核方式
				学时	学分	第一学年		第二学年		第三学年		
						一	二	三	四	五	六	
						18	18	18	18	18	20	
公共基础课程	必修课程	1	中国特色社会主义	36	2	2						考试
		2	心理健康与职业生涯规划	36	2		2					考试
		3	哲学与人生	36	2			2				考试
		4	职业道德与法治	36	2				2			考试
		5	语文	198	11	2	2	2	2	3		考试
		6	数学	144	8	2	2	2	2			考试
		7	英语	144	8	2	2	2	2			考试
		8	信息技术	108	6	4	2					考试
		9	体育与健康	162	9	2	2	2	2	1		考试
		10	艺术	36	2			1	1			考查
		11	历史	72	4	2		2				考试
	小计(占总学时的31.58%)			1008	56	16	12	13	10	4		
	限定选修课程	1	中华优秀传统文化	18	1		1					考试
		2	劳动教育	18	1	1						考查
		3	职业素养	18	1				1			考查
		小计(占总学时的1.69%)			54	3	1	1	0	1		
	任意选修课程	1	书法	36	2	1			1			考查
		2	普通话口语交际	36	2			1				考查
		3	礼仪	36	2	1			1			考查
		4	创业指导	36	2					2		考查
		小计(占总学时的4.51%)			144	8	2	0	1	2	2	
专	1	电子商务基础(1+X)	144	8	4	4					考试	
	2	摄影技术	36	2			2				考试	
	3	经济法律法规	36	2			2				考试	
	4	商品学	72	4			4				考试	
	5	网店美工	72	4	2	2					考试	

专业技能课程	业核心课程	6	网店运营推广	72	4				4			考试		
		7	网络营销实务	72	4				4			考试		
		8	构成基础	36	2	2						考试		
		9	直播运营	36	2				2			考试		
		小计（占总学时的18.05%）		576	32	8	8	8	8					
	专业推广方向	运营推广	1	新媒体运营实战	108	6				6			考试	
			2	电子商务数据分析	108	6			6				考试	
			3	国际贸易	108	6		6					考试	
		小计（占总学时的10.15%）		324	18		6	6	6					
		客户服务方向	1	文字录入	108	6		6						考试
			2	客户服务与沟通	108	6			6					考试
			3	客户关系管理	108	6				6				考试
			小计（占总学时的10.15%）		324	18		6	6	6				
		网络营销方向	1	电子商务文案写作	108	6			6					考试
			2	推销实务	108	6				6				考试
			3	市场营销	108	6					6			考试
			小计（占总学时的10.15%）		324	18			6	6	6			
		专业选修课程	1	商务谈判	36	2								考查
	2		跨境电子商务	36	2				2	2			考查	
	3		会计基础	36	2								考查	
小计（占总学时的3.38%）			108	6					2	2				
综合实训	1	客户服务综合实训	72	4					4			考试		
	2	网店运营推广实训	72	4					4			考试		
	3	新媒体运营实训	72	4					4			考试		
	4	创业实践综合实训	72	4					4			考试		
	小计（占总学时的9.02%）		288	16						16				
实习	1	认知实习（1周）	30	2			30					考查		
	2	跟岗实习（4周）	120	7						30		考查		
	3	顶岗实习（16周）	480	16						30		考查		

	小计（占总学时的 19.74%）		630	35			30			60	
社会综合实 践活动	1	军训	30	1	1周（第1学期）					考查	
	2	入学教育	30	1	1周（第1学期）					考查	
	小计（占总学时的 1.88%）		60	2							
总学时及学分合计			3192	176	30	29	29	28	30	20周	

十、教学实施要求

（一）教学要求

依据专业培养目标、课程教学要求，充分考虑学生的学习能力与教学资源实际，采用适当的教学方法，体现学生为主体，突出实践性，提高学生的综合素质，培养学生的职业能力。

1. 公共基础课程可采用讲授法教学、启发式教学、探究式教学等方法，通过自主学习、课堂讨论、知识竞赛等形式，调动学生学习的积极性。通过公共基础课的学习，提升学生的文化素养，为专业基础课和专业技能课的学习奠定基础。

2. 专业核心课程采用启发式教学、案例教学、任务教学等方法，使学生具备电子商务专业基础知识和基本技能，为后续专业课程的学习奠定扎实的基础。

3. 专业技能方向课程采用理实一体化教学、任务驱动教学、项目教学等教学方法，通过集中讲解、师生互动、小组讨论、案例分析、分组实训、综合实践等形式，使学生掌握专业知识和专业技能。

4. 选修课程可以根据课程特色和学生个人特长，灵活采用各种教学方法开展教学。

（二）教学资源

教学资源包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格教材进入课堂。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，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

根据学生特点创新教材形态，推行科学严谨、深入浅出、图文并茂、形式多样的活页式、工作手册式教材，校企合作开发专业课的校本教材。

2. 图书资料配备要求

图书、文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书主要包括：网店推广类、客户服务类、营销类等方面的专业类图书。

3. 数字资源配备要求

基于学校网络教学平台，建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、教学案例库、典型实训项目、技能操作习题、1+X 证书理论题库、电子商务客服实训系统、推广实训系统等数字资源。

（三）学习评价

评价体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，评价吸收电商行业企业参与，校内校外评价结合，引入 1+x 课证融通评价内容，采用多元化的考核方式。推行过程考核和项目任务的结果性考核相结合的综合评价模式，通过项目进度和任务完成度监控学生的学习进度，全程评价学生的学习态度，实操完成质量、任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、个人能力与团队意识、自主学习与创新思维等多维化考核评价体系，同时尝试让学生、市场、企业等也逐渐成为评价主体，并根据不同内容采用不同的评价标准。

根据实施的“项目导向、任务驱动、教学做一体化”的教学模式，采用过程评价、阶段评价和项目式结果性综合评价相结合的方式。

过程性评价，应从情感态度、对应技能方向岗位能力、职业行为等多方面对学生在整个学习过程中的表现进行综合测评。过程性评价内容包括：参加学习的课时、学习过程的参与程度、过程成果、技术操作与应用。

结果性评价，应从完成项目的质量、技能的熟练程度等方面进行评价。结果性评价内容包括：分小组汇报总结，上交项目实施报告，汇报演讲、项目实操、答辩考核成绩等；终结性评价内容包括：技能课程成果、综合实训成果和顶岗实训成果三部分。

考核评价应纳入一定的电商企业专业人员评价（课堂成果、顶岗实习评价）各阶段评价还要重视对学生遵纪守法、规范操作等职业素质的形成，兼顾对节约意识、网络安全意识的考核。

（四）质量管理

1. 建立专业建设和教学过程质量监督机制，健全专业教学质量监控管理制度，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，达到人才培养规格。

2. 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. 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. 完善教学诊断与改进机制，充分利用评价分析结果有效改进专业教学，针对人才培养过程中存在的问题，进行诊断与改进，持续提高人才培养质量。

十一、毕业资格与要求

根据《学生学籍管理规定》和《学生综合素质评价实施方案》结合电子商务专业实际情况，本专业学生毕业标准要求如下：

通过三年的培训学习，对达到下列要求的德智体全面发展的德技双馨的学生，方可颁发毕业证书：

（一）学业考核要求

1. 学习习近平新时代中国特色社会主义思想，具有良好的思想道德素质、专业精神、职业精神和工匠精神，遵守学校规章制度，身心健康，未受到任何处分。

2. 具备相应的专业知识及专业技能，学校规定的所有文化和专业课程（包含专业理论和专业技能课程）均达到合格以上，取得相应的 176 学分。

3. 完成学校开设的优秀传统文化及素养课程的学习，具备良好的职业素养。

4. 完成规定的各类认知实习、跟岗实习和岗位实习等，具备相应的实践能力，并崇尚劳动、尊重劳动，学用相长、知行合一。

（二）证书考取要求

能够取得全国计算机等级一级证书或 1+X 合格证书等技能证书。

十二、继续专业学习深造

主要接续专业：

高职：电子商务、工商管理、市场营销

本科：电子商务、工商管理、市场营销