

湖北十堰职业技术（集团）学校

中等职业学校财经商贸类

电子商务专业 人才培养方案

专业类别：财经商贸大类（电子商务类）

专业名称：电子商务专业

专业代码：730701

编制团队：财经商贸专业部

主要参与企业：湖北天晨网络科技股份有限公司

审批部门：湖北十堰职业技术(集团)学校学术委员会

编制时间：2022年4月

修订时间：2023年8月

目 录

一、专业名称与代码.....	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.....	2
（一）素质要求.....	2
（二）培养规格.....	2
七、课程结构.....	3
八、课程设置及要求.....	4
（一）公共基础课.....	4
（二）专业技能课.....	6
（三）综合实训课.....	9
（四）岗位实习.....	9
九、教学进程总体安排.....	10
（一）基本要求.....	10
（二）教学活动时间分配.....	10
（三）课程设置与教学进程安排表.....	11
（四）课外素质教育安排.....	13
十、实施保障.....	14
（一）师资队伍.....	14
（二）教学设施.....	15
（三）教学资源.....	16
（四）教学方法.....	16
（五）学习评价.....	17
（六）质量管理.....	18
十一、毕业要求.....	19
十二、附件.....	19

一、专业名称（专业代码）

电子商务（730701）

二、入学要求

初中毕业或具有同等学历者

三、基本学制

3 年

四、培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和电子商务基础、营销基础、商品零售、数据采集与分析等知识，具备商品拍摄与素材编辑、店铺和账户日常维护、运营数据采集、营销推广执行、直播销售、视觉设计制作、客户咨询服务等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事店铺运营辅助、新媒体运营辅助、网络推广、新媒体营销执行、直播销售、直播辅助、视觉设计、客户服务等工作的技术技能人才。

五、职业面向

面向电子商务师、互联网营销师、市场营销专业人员、采购员、营销员等职业，店铺运营助理、新媒体运营助理、网络营销推广专员、新媒体营销专员、直播销售员、视觉设计、客服专员等岗位（群）。

所属专业 大类(代码)	所属专业类 (代码)	对应专业 (代码)	主要职业 类别(代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书 技能等级证书 1+X 证书举例
财经商贸 73	电子商务 7307	电子商务 730701	电子商务师 4010202 营销师 4010201 商务策划师 2021412 会展策划师 2021413 品牌管理师 2021415	电子商务员 网络推广员 网络营销专员 网络编辑 在线客服 网络广告销售 代表	电子商务师（初级） 网络编辑员 计算机操作员 普通话水平测试 等级证书

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

（一）素质要求

具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决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导下，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。能够自觉遵守学校和实习企业的规章制度，心理健康；具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新思维。和谐互助，具有积极协助同事完成设计任务的意识；具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项中华优秀传统文化艺术特长或爱好。

（二）知识要求

文化知识：

- （1）掌握语文、数学、外语等必需的科学文化基础知识。
- （2）掌握体育运动的基本知识和科学锻炼身体的技能，达到国家规定的《体育合格标准》和军事训练合格标准。
- （3）掌握思想道德修养与法律基本知识，形成崇高的理想信念和爱国主义精神，确立正确的人生观和价值观，增强学法、守法、用法的自觉性，全面提高思想道德素质和法律素质。

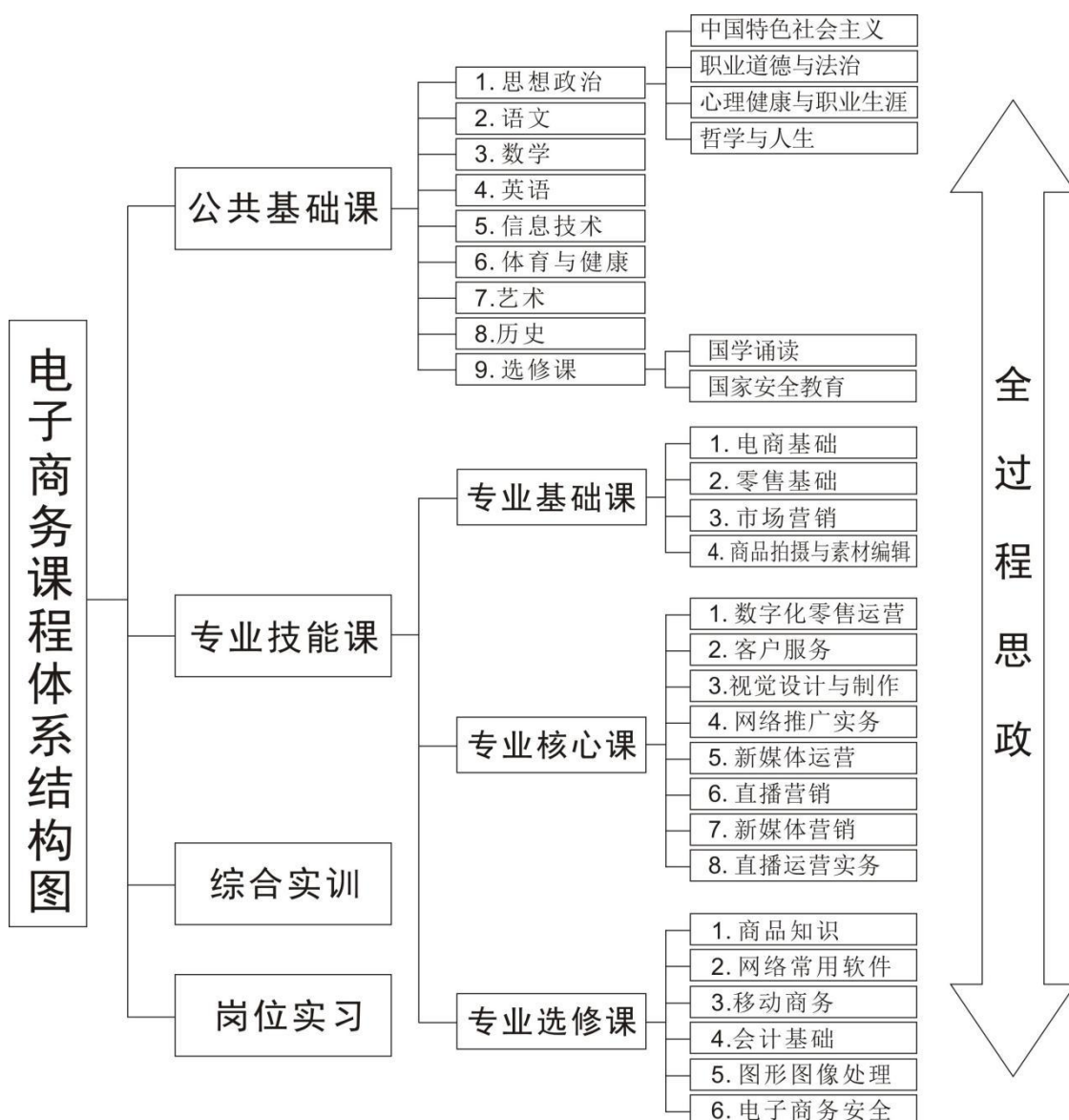
专业知识：

- 1、了解基本的商务礼仪常识和营销基础知识。
 - 2、掌握计算机应用基础知识，能使用计算机常用工具软件（包括网络工具软件）处理日常工作文档，满足工作需要。
 - 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、团购等商务活动交易。
 - 4、掌握电子商务网站信息采集与信息加工的相关知识，能完成信息搜集、原创、编辑、发布等信息处理工作。
 - 5、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。
 - 6、掌握电子商务网站相关知识，能根据需求，设计网站风格、页面布局、网站色调等，并使用设计类工具软件呈现设计效果图。
 - 7、掌握网络营销相关知识，能根据需求，操作站内和站外推广媒介，达到网络营销目的。
 - 8、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. 掌握平台运营规则，具有根据运营要求完成店铺、账号创设和维护等能力；
2. 具有网络营销推广的能力，包括通过站内外推广工具和媒介开展营销工作的能力；
3. 具有视觉营销设计的能力，包括店铺视觉设计、图文和短视频制作的能力；
4. 具有市场销售的能力，包括商品销售、直播创建和直播维护的能力；
5. 掌握客服规范，具有客户咨询回复、异常订单处理、售后纠纷处理、客户维护等能力；
6. 具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，遵守电子商务相关的法律法规；
7. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术能力；
8. 具有良好的表达沟通能力、团队合作精神、创新精神和创业意识；
9. 具有终身学习和可持续发展的能力。

七、课程结构



八、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课和专业技能课。

公共基础课包括思政课、文化课、体育与健康、艺术、历史，以及其他自然科学和人文科学类基础课。

专业技能课包括专业基础课、专业核心课和专业选修课，实习实训是专业技能课教育的重要内容，含校内外实训、岗位实习等多种形式。

（一）公共基础课

公共基础课程共 13 门，其中 11 门必修课，2 门选修课，学生选修不少于 1 门。学生入校时进行的为期 2 周军训教育，军训教育课时为 60 节，公共基础课程的总课时为 1008 节（必修课 972）节。

序号	课程名称 (课程代码)	主要教学内容和要求	课时
1	中国特色社会主义 (000013)	本课程旨在对学生进行中国特色社会主义思想教育。其任务是引导学生树立正确的理解只有社会主义才能救中国，只有中国特色社会主义才能发展中国，这是历史的结论、人民的选择。展望未来，我们更加坚信，只有坚持和发展中国特色社会主义，才能实现中华民族伟大复兴。	36
2	职业道德与法治 (000010)	本课程旨在对学生进行法律基础知识教育。其任务是提高学生的职业道德素质和法律素质，引导学生树立正确的荣辱观，增强社会主义法治意识。	36
3	心理健康与职业生涯 (000008)	本课程的任务是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
4	哲学与人生 (000011)	本课程旨在对学生进行哲学教育的基础上，使学生能以一种 反思的精神、批判的态度和超越的情怀理解生活、把握人生。建立良好的人生观、价值观。为今后的职业道路建立正确的世界观。	36

5	语文 (000001)	在初中语文的基础上，进一步加强现代文和文言文阅读训练，提高学生阅读现代文和浅易文言文的能力；加强文学作品阅读教学，培养学生欣赏文学作品的的能力；加强写作和口语交际训练，提高学生应用文写作能力和日常口语交际水平。通过课内外的教学活动，使学生进一步巩固和扩展必需的语文基础知识，养成自学和运用语文的良好习惯，接受优秀文化熏陶，形成高尚的审美情趣。	144
6	数学 (000002)	在初中数学的基础上，进一步学习数学的基础知识。通过教学，提高学生的数学素养，培养学生的基本运算、基本计算工具使用、空间想象、数形结合、思维和简单实际应用等能力，为学习专业课程打下基础。	144
7	英语 (000003)	在初中英语的基础上，巩固、扩展学生的基础词汇和基础语法；培养学生听、说、读、写的基本技能和运用英语进行交际的能力；使学生能听懂简单对话和短文，能围绕日常话题进行初步交际，能读懂简单应用文，能模拟套写语篇及简单应用文；提高学生自主学习和继续学习的能力，并为学习专门用途英语打下基础。	72
8	历史 (000019)	通过对历史的学习，能够使中等职业学校学生拓展历史视野，发展历史思维，提高历史学科核心素养，树立正确的世界观、价值观、人生观和历史观，塑造健全人格，养成职业精神，树立起家国情怀。	72
9	信息技术 (000020)	在初中相关课程的基础上，进一步学习计算机的基础知识、常用操作系统的使用、文字处理软件的使用、计算机网络的基本操作和使用，掌握计算机操作的基本技能，具有文字处理能力，数据处理能力，信息获取、整理、加工能力，网上交互能力，为以后的学习和工作打下基础。	180

10	体育与健康 (000007)	<p>在初中相关课程的基础上，进一步学习体育与卫生保健的基础知识和运动技能，掌握科学锻炼和娱乐休闲的基本方法，养成自觉锻炼的习惯；开设健康教育课，明确“健康第一”的指导思想，把增强学生健康素质作为学校教育的基本目标之一，促进学生健康成长。培养学生的健康意识与公共卫生意识，掌握健康知识和技能，促进学生养成健康的行为和生活方式，提升学生的健康素质。</p>	180
11	艺术 (000015)	<p>掌握基本的乐理知识，掌握基本的唱歌发声方法，了解音乐、美术鉴赏的基本知识。</p> <p>选择旋律优美、耳熟能详，具有经典性、时代性的名曲佳作，加深学生对不同时期、不同地区、不同民族音乐所蕴涵的文化内涵与精神品质的理解；选择具有经典性、代表性和时代性的各种美术佳作，更好地理解各民族文化内涵，使学生了解并尊重中西方文化差异，拓展审美视野，形成积极健康的审美观。</p>	36
12	国学诵读 (选修) (000014)	<p>本课程包括经典诵读、文化知识、文学鉴赏、道德教育和实践活动等方面。教学要求学生准确、流利、有感情地诵读经典，同时理解文化内涵、培养文学素养和道德观念，并通过实践活动亲身体验传统文化的魅力。</p>	18
13	国家安全教育（选修） (000017)	<p>通过本部分内容的学习，学生能够掌握国家安全法律知识和基本常识，理解坚持总体国家安全观、走中国特色国家安全道路的重要意义及基本要求，懂得国家安全是头等大事；能够认清国家安全形势，树立国家安全、人人有责的观念，增强危机忧患意识，强化爱国主义情感；能够遵守宪法、法律法规关于国家安全的规定，学会正确应对、课程内容：日常生活中突发安全事件的方法，履行维护国家安全的义务，不做有损国家安全的事，敢于同损害国家安全的行为作斗争，为维护国家安全做出应有的贡献。</p>	18

（二）专业（技能）课

1、专业基础课

专业基础课为 4 门课程，总课时为 432 节。

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	电子商务基础 (040014)	了解电子商务相关的法律法规、行业政策和网络安全知识；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，能进行网络商情信息的处理加工；熟悉网上银行和第三方支付平台业务；能应用电子商务平台进行网上商店的搭建和日常商务交易处理。	108
2	零售基础 (000041)	要求学生能够掌握零售营销的基本概念、原理和方法，并指导学生将所学知识和方法应用于企业的零售营销活动中，使学生掌握企业营销岗位所需要的专业技能，并通过各种教学活动的设计操作，提高学生日后走向工作岗位所需的综合性职业素质。	108
3	市场营销 (050039)	了解市场营销的知识体系与应用方法，更重要的是要使学生牢固树立以消费者为中心的营销观念，在实践中能以市场为导向，进行产品开发、定价、分销、促销等营销活动，提高企业经营管理水平，从而实现把开发新技术、新产品同开发新市场结合起来，使社会生产适应市场需求的变化。	108
4	商品拍摄与素材编辑 (040041)	了解商品电子化工作职责；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。	108

2、专业核心课

专业核心课为 8 门课程，总课时为 720 节。

序号	课程名称 (课程代码)	主要教学内容和要求	参考学时
1	数字化 零售运营 (060058)	通过数据分析来了解顾客的购买行为、喜好和需求，数字化零售运营需要拓展多种数字化渠道，以便更好地满足消费者的购物需求。数字化零售运营需要注重用户体验，提供优质的服务和产品，确保顾客的满意度和忠诚度。，能够通过对数据进行分析 and 挖掘，发现业务问题和机会，提出改进措施。	72
2	客户服务 (060030)	了解产品和网购流程知识，电商客服各种业务类型的工作要求以及接待、沟通等方面的知识；掌握电商客服的专业服务用语和礼仪；能正确回复客户咨询，有效处理客户投诉；会准确分析客户需求，针对客户需求给予满意的解决方案。	72
3	视觉设计 与制作	掌握网店装修的基本概念，使用常用的 PhotoShop 来实现各种功能和表现，解决在网店美工中装修网店时遇到的各种专修效果问题，能够设计装修出常见的各种店铺风格的店铺首页以及商品详情页等，具备表达恰当、美观大气并能够体现商品特点的网店装修和美工的能力。	108
4	网络推广 实务	了解网络推广的含义，能分析现状，寻找潜在用户，制定推广策略；能运用电子邮件进行推广；了解搜索引擎优化推广的工作内容、运作方法及操作规范，能完成选择关键词、建设友情链接、发布外部链接及推广效果。	108

5	新媒体运营	引导学生将所学得新媒体基础知识与企业岗位技能进行整合,提高新媒体实际运营能力。进一步了解新媒体运营得本质,在项目得实践过程中激发学生得创新意识,提高学生在新媒体实际运营过程中分析问题与解决问题得能力以便使学生实现从学校到社会得平滑过渡。	72
6	新媒体营销	了解新媒体平台进行营销推广的有效方法及实战技巧,内容涵盖新媒体营销策略、新媒体数据分析、短视频营销、直播营销、音频营销、微信公众号营销、微博营销、社群营销、自媒体营销、新媒体营销矩阵以及新媒体内容变现等,掌握新媒体营销,帮助学生全面掌握新媒体营销的技能。	108
7	直播销售	能负责直播内容架构,整理、包装有价值的优质内容,组织策划活动;有计划制定直播内容,按时保质完成内容直播与导流;执行直播节目、形象得体、能说会道、对直播节目质量负责,促进店铺成交;对日常运营数据进行跟踪和研究,定期分析运营效果,持续优化运营体系。	108
8	直播运营实务	能选择恰当的站外营销推广方法,正确操作相关工具软件,增加直播室的流量;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;能根据直播营销的不同阶段,运用新媒体分析工具检测运营指标的变化,实现检测推广效果的目的。	72

3、专业选修课

专业选修课为 6 门课程,学生选修 2-3 门,每门课时为 36 节,总课时 72 节。

- (1) 商品知识。
- (2) 网络常用软件。

- (3) 移动商务。
- (4) 会计基础。
- (5) 图形图像处理。
- (6) 电子商务安全。

(三) 综合实训课

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。

综合实训教学实践安排在第五学期，对应“综合实训”课程，实训项目见下表，依据专业实际情况，可任选其二，每门课时为 198 节，总课时 396 节。

综合实训项目	实训时间	实训内容	实训地点
网店运营	198 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、商品分类建设、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，以网店运营数据指标为标准考核学生。	校内
客户服务综合实训	198 学时	建议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
网店编辑综合实训	198 学时	建议与中小型电商企业合作，承接企业外包项目，重点开展产品图片采集与处理、产品信息编辑与上传、网站咨询更新与维护、交互平台使用与维护等实训项目，提升学生综合应用能力。	校内或校外
新媒体运营实训	198 学时	建议与中小型电子商务企业合作，承接企业外包项目，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、博客营销、建设友情链接等综合实训，提升学生综合应用能力。	校内或校外

（四）岗位实习

岗位实习 6 个月，总课时为 540 节。

岗位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，保证学生岗位实习的岗位与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。要加强岗位实习过程管理，切实保障学生的安全与权益，构建校企共同指导、共同管理、合作育人的岗位实习工作机制。

九、教学进程总体安排

（一）基本要求

每学年为 52 周，期中教学时间 40 周（含复习考试），累计假期 12 周，周学时一般为 28 学时，在校期间总学时为 2628 学时；6 个月岗位实习学时为 540 学时；3 年总学时数为 3168 学时。课程开设顺序和周学时安排，学校可根据实际情况调整。学校实行学分制，一般 16-18 学时为 1 学分，3 年制中学分不得少于 178 分，军训、社会实践、入学教学、毕业教学等活动以 1 周 1 学分，共 5 学分。

公共基础课学时约占总学时的 1/3，允许根据行业人才培养的实际需要在规定的范围内适当调整，但必须保证学生修完公共基础课的必须内容和学时。

专业技能课学时约占总学时的 2/3，在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要集中或分阶段安排实习时间，岗位实习应安排在第三学年。课程设置中应设选修课，其学时数占总学时的比例应不少于 10%。

（二）教学活动时间分配

教学活动时间分配表

单位：周

学 年	第一学年		第二学年		第三学年		合 计
学 期	一	二	三	四	五	六	
学科课程讲课周数	16	18	18	18			70
学科课程校内实践					8		8
军训、入学教育	2						2
岗位实习					10	20	30
机动	1	1	1	1	1		5
复习考试	1	1	1	1	1		5
假期(志愿者服务、社会实践)	6	6	6	6	6	6	36
总 周 数	26	26	26	26	26	26	156

(三) 课程设置与教学进程安排表

《电子商务》专业课程设置计划 2023 年 7 月修订。

课程类别	课程名称		授课类型	学分	学时	学期(20 周/周学时)					
						第一 学期	第二 学期	第三 学期	第四 学期	第五 学期	第六 学期
公共基础课	中国特色社会主义		思政课	2	36	2					
	心理健康与职业生涯		思政课	2	36		2				
	哲学与人生		思政课	2	36			2			
	职业道德与法治		思政课	2	36				2		
	语文		文化课	8	144	2	2	2	2		
	数学		文化课	8	144	2	2	2	2		
	英语		文化课	4	72			2	2		
	信息技术		理实一体课	10	180	6	2	2			
	体育与健康		活动课	10	180	2	2	2	2	2	
	艺术		实践课	2	36		2				
	历史		思政课	4	72	2	2				
	公共基础课小计			54	972	16	14	12	10	2	
专业技能课	专业基础课	电子商务基础	理论课	6	108	6					
		零售基础	理论课	6	108		6				
		市场营销	理论课	6	108			6			
		商品拍摄与素材编辑	理实一体课	6	108				6		
		专业基础课小计		24	432	6	6	6	6		
	专业核心课	数字化零售运营	理实一体课	4	72	4					
		客户服务	理实一体课	4	72		4				
		视觉设计与制作	理实一体课	6	108		6				
		网络推广实务	理实一体课	6	108				6		
		新媒体运营	理实一体课	4	72			4			
		新媒体营销	理实一体课	6	108				6		
		直播销售	理实一体课	6	108					6	
		直播运营实务	理实一体课	4	72			4			
		专业核心课小计		40	720	4	10	8	12	6	

	综合实训	实训课	22	396					22	
	岗位实习	实习课	30	540						30
	实训实习课小计		52	936					22	30
选修课	公共基础选修课		2	36			2			
	专业技能选修课		4	72			2	2		
	选修课小计		6	108			4	2		
合计			176	3168	26	30	30	30	30	30

说明：本表不含军训、社会实践、入学教育、第二课堂拓展、毕业教育安排所需学时，学校可根据实际情况灵活设置。

电子商务专业课程结构与学时安排表：

课程类别		课程门数	学分	学时分配			占总学时比例	
				理论	实践	合计	实际占比	国家/学校标准
公共基础课程		11	54	972	——	972	含选修课 31.81%	1/3
专业基础课程 专业核心课程		12	64	324	828	1152	34.36%	——
选修课	公共选修课	2	2	36	——	36	10.25%	≥10%
	专业选修课	6	4	——	72	72		
	第二课堂拓展课	7	12		216	216		
综合实践教学		2	22	——	396	396	11.56%	——
岗位实习		1	30	——	540	540	12.02%	——
合计（不含第二课堂）		34	176	1332	1836	3168	100%	——
占总学时比例				42%	58%	100%	——	——

（四）课外素质教育安排

结合专业特点、学校特色创新安排彰显职教类型特色的素质教育活动，从思想成长、科技创新、文体活动、志愿公益、社会实践和综合评比等组成，总计不少于 12 学分。

素质教育模块	主要活动名称	具体活动名称	考评方式	学分
思想成长类	入党积极分子、团课学习、主题团日活动、思想政治类主题讲座、人文类讲座等。	团课学习	测试+出勤	2
科普创新类	聆听创新创业各类学术报告、专题讲座，参加创新创业训练营活动。	科普专题讲座	测试+出勤	2
文体活动类	参加校院组织各类文体活动、美育活动。	第二课堂	出勤	2

志愿公益类	参加校院关爱留守儿童、帮扶孤寡老人等志愿活动，参加学校组织各类服务性劳动活动。	等志愿活动	出勤	2
社会实践类	参与社会实践活动、技能训练、生产劳动实践。	技能训练	出勤	2
综合评比	参与国家、省级、学校等三好学生、优秀学生干部、优秀团员、优秀团干部及其他荣誉称号；担任各级团、学、社干部。	荣誉称号	获得	2

十、实施保障

（一）师资队伍

根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的有关规定，进行教师队伍建设，合理配置教师资源。专业教师学历职称结构应合理，配备具有相关专业中级以上专业技术职务的专任教师，建立“双师型”专业教师团队，有业务水平较高的专业带头人。聘请行业企业高技能人才担任专业兼职教师，兼职教师应具有高级及以上职业资格或中级以上专业技术职称，能够参与学校授课、讲座等教学活动。

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务、企业管理、人文地理、数字媒体、直播营销等相关专业本科及以上学历；具有扎实的专业理论功底和一年及以上电子商务等行业实践经历；具有信息化教学能力，能够开展课程教学改革和行业科学研究；每五年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对电子商务专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

主要从直播平台、多媒体公司等相关企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的电子商务专业知识和丰富的实际工作经验，具有扎实的商业

经营管理专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

本专业配备校内实训实习室和校外实训基地。

1. 校内实训实习室

校内实训实习配备客户服务综合实训室、网络营销综合实训室、网络编辑实训机房，主要设施设备及数量见下表。

序号	实训室名称	主要工具和设施设备		备注	
		名称	数量	功能	适用课程
1	客户服务综合实训室	计算机	45	1、保障客户服务方向专业技能训练。 2、保障客户服务外包项目实践教学。	电子商务客户服务、文字录入、沟通技巧、客户关系管理。
		客户关系管理软件	一套		
		程控交换机	一台		
2	网络营销综合实训室	计算机 优 优 汇 联 C2C 软件	45 一套	1、保障专业基础技能训练。 2、保障网络营销方向的专业技能训练。 3、保障店铺运营综合实训教学。	电子商务基础、电子商务物流、网络营销实务、店铺运营、网络推广、活动策划与实施、商务软文写作。
3	网络编辑实训机房	计算机	45	1、保障网店编辑方向的专业技能训练。 2、保障网店编辑方向的校企综合实训教学。	网页设计、电子商务网页制作、网络广告制作、网站内容编辑、网店装修、商品拍摄与图片处理
		优优汇联C2C 软件	一套		
		网络服务器	一套		
		摄影设备	一套		

2. 校外实训基地

选择优质企业开展校企合作，建立校外实训基地，保障短期实践项目教学、岗位实习等教学活动的实施，提供教师企业挂职锻炼岗位，实现教师轮岗实践，提升教师“双师素质”。

（三）教学资源

1. 教材及图书

严格执行国家关于教材选用的有关要求，采用最新版本的中等职业学校“十四五”规划教材，并根据校企合作、产教融合、理实一体等人才培养模式和教学模式的需要，以及课程体系改革与建设的需要，以项目为导向、任务驱动为基础的专业核心课程教材，以使专业技能人才职业素质与职业技能的培养培训更加贴近于实际。

图书馆配置较为丰富的电子商务专业教材、期刊、专业图书，内容涵盖本专业领域的各个方面。馆藏本专业图书生均不少于 30 册以上，中外期刊不少于 10 种以上，并保持每年持续递增、更新。

2. 数字资源

本专业优先引进、开发专业课，尤其是专业核心课程网络教学平台，并对师生开放。网络教学平台主要包括以下资源库：教师资源库、专业标准库、课程标准库、网络课程库、教学设计库、多媒体课件库、试题库、图片库、专业信息文献库、案例库等，同时要具有流畅的交互功能，满足学生检索导航、答疑、讨论、提交作业等。网络教学平台专门设置外接专业导航，链接图片类、视频类、音效类、作品类主流专业资源网站和教学资源网站，为师生提供更加广泛、更加便捷、更加丰富的网络资源。

（四）教学方法

名 称	实 施 要 点	主要适用课程
启发式教学	教师要以学生为中心，充分发挥学生的主体作用，激发课堂活力，提高学生求知欲。教学设计要针对学生特点，增强启发性、互动性、直观性和情景性设计，并在教学过程中实施落实。	各门课程必须采用的最基本的教学方法
案例教学 分组讨论 情景演练	以典型案例为基础，灵活运用分组讨论、角色扮演、启发引导等教学方法，鼓励学生积极思考，主动参与课堂讨论，培养学生应用知识、技能，分析问题、解决问题的能力。	主要用于公共基础课教学

理实一体 项目教学 任务驱动	在专业实训室以制作项目或课程项目为引导,基于 项目工作过程分解为若干个工作任务,并以任务驱动为基础,采取理实一体的教学方法,同步进行专业理论与 专业技能的学习,从而激发学生的学习兴趣,提升知识应用能力,提升技能解决实际问题能力,以实现“学中做、做中学”技能人才培养模式。	专业基础课程
岗位实践	利用岗位实习,完成学生职业岗位实践 能力的培养培训。岗位实习主要以“师带徒”,让学生初步了解企业运行与管理模式,了解计算机产品的设计流程与制作工艺,熟知各个工作岗位的业务范围、工作职责和技术要求。让学生以预备员工的身份正式加盟订单培养企业,在师傅的指导下,学会独立完成产品设计与制作任务,积累工作经验,以便学生如期实现专业对口就业。	专业核心课程

（五）学习评价

1. 建立评价标准

公共基础课程按照教育部公共基础必修课课程标准进行评价,公共选修课按照学校统一课程标准进行评价,专业课程根据国家职业资格标准、行业企业技术规范建立 职业素质、理论知识、专业技能等方面综合评价标准。依据评价标准逐步建立和完善所有课程评价试题库,建立数字化考核系统。

2. 成绩评价形式

考试课程成绩评定采用百分制,60分为及格,100分为满分。

考查课程、社会实践、岗位实习成绩评定采用优、良、中、及格和不及格五级制。

3. 课程成绩比例

过程考核占课程总成绩30%,期中考试占20%,期末考核或结课考核占课程总成绩 50%。

4. 强化过程考核

根据培养目标、培养规格的要求,教师要加强教学过程的管理与考核,建立课题评价、任务评价、项目评价、单元测试、周测试、月测试等过程考核评价体系,扎扎实实

打牢学生的素质、知识、能力基础，根据不同课程的特点和要求采取笔试、口试、实操、社会实践、技能竞赛、作品展示、成果汇报等多种方式进行考核。

5. 结课考核模式

课程期末考核、结课考核改变单一试卷评价模式，尤其是专业课考核，以能力考核为核心，逐步建立“理论考核+技能操作+课题答辩+创新能力”综合评价模式，全方位评价学生的课程综合能力。

6. 校企结合评价

按照“校企合作、产教融合”人才培养模式要求，采取企业专家与学校教师联合方式共同进行专业课程考核、岗位实习考核。专业课程考核要引入国家职业资格标准和行业企业技术规范，按照企业要求与课程目标进行评价，注重能力与实际工作的相关程度，将职业素质、理论知识、专业技能的单方面“要素”考核转变为完整工作任务评价。岗位实习考核根据学生在项目实习时理论联系实际的情况、分析问题与解决问题的能力，并结合实际表现、工作态度、遵守纪律与规章制度的情况、生产实习的态度和完整的工作量以及在生产实习过程中的主动性和创造性等，由校企教师联合作出评价。

7. 增值评价

按学分衡量毕业要求的学生，除修满应修课程，成绩合格获得学分外，参加其他各项活动获得表彰可获得增值学分，具体如下：

增值项目	学分			
三好学生（1个）可累加	1			
优秀学生干部（1个）可累加	1			
技能大赛、文明风采大赛	国家	省	市	校
	4	3	2	1
好人好事、见义勇为受表彰	1			

（六）质量管理

本专业质量管理统一执行学校质量管理规定和各项质量标准，加强人才培养过程的管控，构建自我诊断、持续改进的内部质量保证体系，持续提升管理水平和人才培养质量。

1. 构建内部质量保证体系

建立学校全方位、全过程的培养质量监控机制，制定由学校、系部、任课教师分级管理、分层负责的质量监控体系，各层级分别明确各自每项工作的年度建设目标、任

务，建立上下衔接、左右呼应完整的目标链；完善部门工作标准、专业与课程标准、师资队伍建设标准、学生发展标准，健全工作标准体系，完善培养目标跟踪考核办法。

2. 构建多方参与的质量保证机制

按照企业岗位用人标准，构建学校、行业、企业和其他社会组织等共同参与的对教育教学全过程、全方位有效监控的质量保证体系，以促进人才培养质量的持续提升。以职业综合素质、专业技术能力为核心，综合评价和考核学生。建立学校、实习企业、就业企业、家庭多方参与的多元化的学生评价制度，引入学分银行，设创业、竞赛、项目、考证等奖励学分；改变单一的考试方式，采用活动式、答辩式、操作式、合作完成任务式等方式考核学生；将学生学习的全过程分项纳入评价指标体系中。

3. 建立教学诊断与改进运行机制

根据教育教学质量保证体系要求，依托学校质量管理平台，建立健全教学督导制度，实行教学质量动态监控，结合学校整体发展、专业发展、课程建设、教师发展、学生发展目标和标准，建立“目标、标准、运行、诊断、改进”运行机制，使教学诊断与改进工作做到常态化和周期性，真正发挥教学诊断在提升教学质量、提高人才培养质量中的积极作用，实现学校办学可持续发展。

十一、毕业要求

依据教育部印发的《中等职业学校学生学籍管理办法》关于毕业与结业的规定，并结合电子商务专业的实际情况，达到以下要求的学生，可准予毕业：

- （一）修满本专业教学计划规定的全部课程且成绩合格，或参加其他活动活的增值学分，总学分不低于178学分；
- （二）获得至少一项技能等级证书或1+X证书；
- （三）岗位实习鉴定合格。

十二、附件

附录（纸质版扫描）

备案表

<p>制定本专业人才培养方案的依据</p>	<p>电子商务专业人才培养方案的制定依据国家中等职业学校《电子商务专业教学标准》和教育部1+X职业技能证书《1+X网店运营推广证书》考核标准制定。</p>
<p>本专业人才培养方案的特点</p>	<p>电子商务专业人才培养方案遵循职业教育的规律，充分体现了职业教育的特点，以岗位需求为导向，以系统培养为主线明确专业人才培养的目标和人才培养的规格，科学设计课程体系，合理配置教学资源，优化教学质量，注重学生职业素质、职业能力和知识运用能力的培养。</p> <p>人才培养方案充分挖掘合作企业的教学资源，优势互补，资源共享，在人才培养的各方面开展合作，充分体现了工学结合特点。</p>
<p>学校党组织审批意见</p>	<div data-bbox="746 1151 1054 1458" data-label="Image"> </div> <p>(公章)</p> <p>2023年 9 月 1 日</p>
<p>中等职业教育专业建设指导委员会备案意见</p>	<p>(签章)</p> <p>年 月 日</p>