



## 目 录

一、 专业名称与代码 .....	3
二、 入学要求 .....	3
三、 修业年限 .....	3
四、 职业面向 .....	3
五、 培养目标与培养规格 .....	4
(一) 专业培养目标 .....	4
(二) 人才培养规格 .....	4
六、 课程设置及要求 .....	6
(一) 课程设置 .....	6
(二) 课程内容和要求 .....	8
(三) 综合实训 .....	17
(四) 顶岗实习 .....	17
七、 教学进程总体安排 .....	17
(一) 基本要求 .....	17
(二) 学时比例表 .....	18
八、 实施保障 .....	21
(一) 师资队伍 .....	21
(二) 校内外实训基地 .....	24
(三) 教学资源 .....	26
(四) 教学方法 .....	27
(五) 学习评价 .....	28
(六) 质量管理 .....	29
九、 毕业要求 .....	30
十、 附录 .....	30

## 电子商务专业人才培养方案

### 一、专业名称与代码

专业名称：电子商务

现专业代码：730701

### 二、入学要求

本专业办学层次为中职，招生对象为初中毕业生或具有同等学历者。

### 三、修业年限

本专业学制三年，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

### 四、职业面向

表 1 本专业职业面向

所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应行业(代码)	主要职业类别(代码)	主要岗位类别(或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸类(12)	电子商务730731	互联网和相关服务(64)	销售人员(4-01-02) 电子商务师(4-99-00-01)	电商客服 电商美工 网店运营 自媒体运营	网店运营推广职业技能等级证书、1+X 跨境电商职业技能等级证书、1+X 自媒体职业技能证书等

## 五、 培养目标与培养规格

### （一） 专业培养目标

围绕企业对中职电子商务专业毕业生的能力需求，结合我校电子商务专业毕业生就业方向，确定我校电子商务专业的人才培养目标为：坚持立德树人，培养思想政治坚定，德智体美劳全面发展，适应电子商务发展的需要，掌握电子商务专业必要的基础理论，能熟练掌握从事电子商务领域实际工作所需基本能力和技能，熟悉各类电子商务活动的业务流程，具备电子商务网络客服、摄影及美工、企业电子商务运营、网络营销、直播推广、短视频制作等专业技能，具有扎实专业基础、较强创意策划能力、运营推广能力、较高综合素质，胜任电子商务部门从事电商客服、美工、网店运营、新媒体运营等工作的高素质互联网复合型、技能应用型人才。

### （二） 人才培养规格

#### 1、知识

- （1）掌握安全操作、环境保护及电子商务等法规相关知识。
- （2）掌握网络市场调查与分析、产品文案设计的知识和方法。
- （3）掌握客户服务的流程和方法，以及处理客服售前、售中、售后问题的方法。

(4) 熟悉网店网站页面的美化, 熟悉 Photoshop, Dreamweaver 软件操作。

(5) 掌握新媒体营销的基础知识, 掌握直播的流程、标准和规范, 掌握短视频策划、拍摄、制作的方法。

## 2、素质

- (1) 热爱祖国, 拥护中国共产党, 具有坚定的政治立场。
- (2) 热爱本职工作, 积极上进, 爱岗敬业, 树立劳动精神。
- (3) 品行端正, 遵纪守法, 诚实守信, 具有良好的职业道德。
- (4) 具有较强的业务素质, 精益求精, 树立工匠精神。
- (5) 具有良好的责任心, 能承受较强的工作压力; 工作仔细, 吃苦耐劳。
- (6) 具有良好的商务礼仪、沟通和表达能力以及强烈的团队合作意识。
- (7) 具有“客户至上”的服务观念。

## 3、能力

- (1) 具有产品、用户和市场的调研分析能力, 具有影像拍摄能力和图形图像处理的基础操作技能。
- (2) 具有基础的短视频制作能力、直播能力以及新媒体营销运营能力。
- (3) 能根据职业岗位的需求, 主动运用电商技术解决具体业务问题。

### 专业方向 1——客服方向

- (1) 具有较强的语言表达和沟通能力。
- (2) 具有较强的服务意识, 具备解决客户问题的能力。
- (3) 具有利用电话、网络等工具联络客户, 正确处理售前、售中、售后问题的能力。

## 专业方向 2——美工方向

- (1) 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。
- (2) 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。

## 专业方向 3——运营方向（面向订单班培养）

- (1) 具备文案设计的基本能力，对移动互联网有较好的认知和掌握；具备产品、用户和市场的调研分析能力。
- (2) 初步具有对网络运营数据进行整理、归纳、分析并制定基本策略的能力，具有搜索引擎优化和视觉营销的基本知识和初步运用能力。
- (3) 具备短视频策划、制作、推广的基本能力。
- (4) 具备直播推广能力，熟悉主流新媒体平台账号开通与操作，熟悉其推广规则，了解主要引流工具和流量优化方法。
- (5) 具备新媒体账号吸粉推广、社群运营、会员管理、价值输出的能力；对社会热点的敏感关注度和价值提炼能力。

## 六、 课程设置及要求

### （一）课程设置

本专业课程包括公共基础课程和专业课程。课程性质分为必修课程和选修课程。

#### 1. 公共基础课程

公共基础课程包括根据学生全面发展需要设置的思想政治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术等必修课程，还包括根据学生职业

发展设置的中华优秀传统文化、劳动教育、职业素养等限定选修课程，以及根据地方、学校特色和学生多样化需求开设的任意选修课程。

## 2. 专业课程

专业课程包括专业核心课程、专业方向课程和专业选修课程，并涵盖实习实训等有关实践性教学环节。

专业核心课程一般设置 9 门，包括网店美工、电子商务基础、网店运营基础、新媒体营销、电子商务文案策划、商品拍摄及图片处理、实用会计等。

专业方向课设置三个方向课程，每个方向设置 8 门课程。

专业选修课包括 VBSE 创业基础课程、电商 O2O 运营、职业技能证书强化训练等。

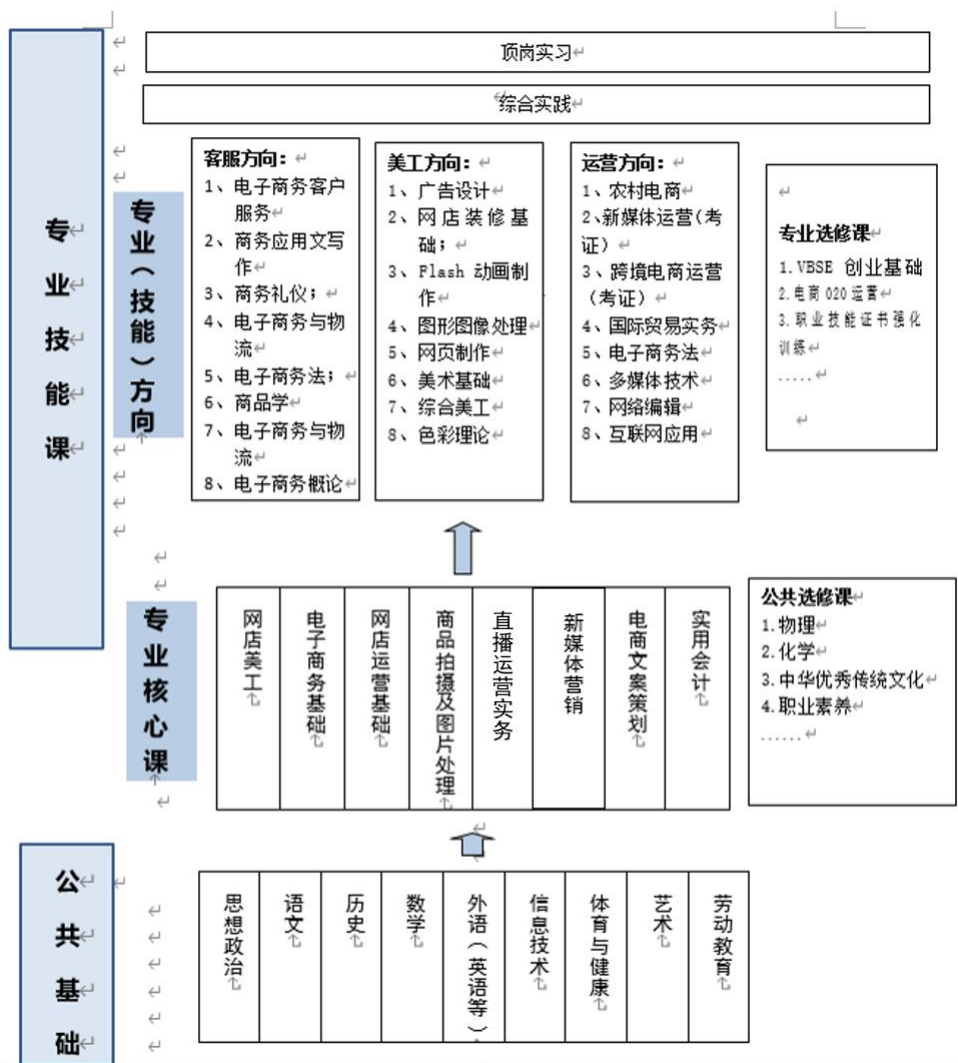


图 1 电子商务专业课程结构体系

实训包括专项实训、综合实训等多种形式，不同专业方向实训内容不同。

实习包括认识实习、跟岗实习、顶岗实习等多种形式。

## (二) 课程内容和要求

本专业课程主要教学内容和要求应贯彻思想政治教育和“三全育人”的要求，把立德树人融入到思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育等各个环节。

### 1、公共基础课程



表 2 公共基础课程描述

序号	课程代码	课程名称	主要教学内容与要求	参考学时
1	GG4000A	思想政治	包括中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、职业道德与法治、哲学与人生四个必修模块。依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位要求密切结合。	144
2	GG1101A	语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位要求密切结合，注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。	198
3	GG2011A	数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位要求密切结合，注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。	144
4	GG3001A	英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位要求密切结合，注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。	144
5	GG5001C	体育与健康	依据《中等职业学校艺术课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位要求密切结合。	180
6	GG4007A	历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位要求密切结合。	72

7	GG6002B	信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位需求密切结合。建议选取“计算机与移动终端维护、实用图册制作、数据报表编制”等与本专业能力培养密切关联的拓展模块教学项目，为后续专业课程的学习奠定基础。	108
8	GG0201A	公共艺术	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位需求密切结合，注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。	36
9	GG0001A	劳动教育	劳动教育以实训课为主要载体进行开展，内容包括劳动精神、劳模精神、工匠精神三个主题内容的教育。增强学生的职业荣誉感，提高学生职业技能水平，培育学生精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。	18

## 2、专业课程

### (1) 专业核心课程

专业核心课参照行业企业实际岗位需要开设，按照企业岗位标准或相关职业技能等级证书标准，遴选岗位典型工作任务作为教学内容，并由企业技术骨干、课程专家和学校专业教师共同开发课程资源，课程设置及其教学内容可以根据行业企业需求变化进行适当调整。

表 3 专业核心课程描述

序号	课程代码	课程代码	主要教学内容和要求	参考学时
1	12110005B	网店美工	通过本课程的学习，让学生通过工具软件的熟练使用过程中掌握相应的工作技能。培育学生对企业网店或网店的美工设计能力。掌握淘宝店铺店面整体形象设计、网店风格及商品展示设计，首页广告图片，制作及美化、整体布局、活动广告和相关图片的制作；网店页面的美化、各种活动及专题页面的制作；网店新产品进行排版、优化店内宝贝描述、美化产品图片及商品的上下架的能力。使用学生能胜任网	72

			店所涉及的平面设计工作。	
2	12110002B	电子商务基础	培养学生胜任电子商务从业人员岗位应具备的最基础的综合素质，包括策略策划能力、法律法规知识的把握能力、信息收集与分析能力、客户服务与管理、平台建设管理等专业能力和学习能力。了解解电子商务的产生、发展流程，以及电子商务各个环节和活动的基本运行原理。	72
3	12110025B	网店运营基础	通过学习能开展网店整体规划，营销、推广策略；店铺日常改版策划、上架、推广、销售、售后服务等日常运作与管理的工作；优化店铺及商品排名，提出应用方案，提高进店流量，增大点击率和浏览量、转化率；收集市场和行业信息，产品分析，为定制网销产品提供依据。	72
4	12110031B	商品拍摄及图片处理	掌握摄影的基本技能，懂得照片的评析；能对服装类、数码类、首饰类等商品进行拍摄；能对拍摄好的商品图片进行裁剪与倾斜矫正商品拍摄的轻微变形；能对拍摄好的商品图片进行抠图；能对拍摄好的商品图片调整图像大小，变像素总质量以及分辨率；能对拍摄好的商品图片进行色阶，曲线和色相饱和度调整；能制作并批量添加水印，防止图片被盗。	72
5	12110005A	商务谈判	了解商务沟通的技巧和礼仪，能够使用商务活动中的沟通工具进行有效沟通；掌握商务沟通与谈判的方法，能够分析商务谈判案例，掌握谈判的流程和方法技巧。	72
6	12110039B	新媒体营销	具备文案设计的基本能力，对移动互联网有较好的认知和掌握；具备产品、用户和市场的调研分析能力；具备短视频制作、拍摄、编辑能力；具备直播推广能力；熟悉主流新媒体平台账号开通与操作，了解主要引流工具和流量优化方法；具备新媒体账号吸粉推广、社群运营、会员管理、价值输出的能力；对社会热点的敏感关注度和价值提炼能力。	72

7	12110040B	电子商务文案策划	熟悉文案的基本结构、内容、写作方法；调研市场，做好定位；打造有吸引力的标题，创作有内涵的内容；熟练掌握文案写作技巧，写出电商、微商等行业吸精文案。活动策划部分的主要内容有：确定活动策划主体思路，包括活动策划的流程和原则；明确活动策划的核心要点，包括时间、地点、宣传方式等。	72
8	12110001A	实用会计	《基础会计》是会计专业的入门课程，是一门核心专业基础课，也是财经类其他专业的一门必修课程。该课程主要围绕会计确认、会计计量、会计记录和会计报告等内容，阐述会计的基本理论、基本方法和基本技能。	72

## (2) 专业方向课程

依据电子商务行业、企业业务内容，结合本专业人才培养标准与培养规格，设定客服、美工、运营三个专业方向，其中，运营方向课程专为本地区中小微型企业培养订单人才。

1、

表 5: 专业技能（方向一）课程描述

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	参考学时
1	12110004B	电子商务客户服务	通过学习与训练，能够理解一个优秀客服应该具备的心态、素质，应该认同企业的企业文化。熟练掌握淘宝交易流程、评价修改、退款流程及退换流程；熟悉标准订单处理及退（换）货订单处理流程；清楚交易纠纷处理的说明；学会制作产品手册及常见问答；牢记客服要做好产品使用的说明与提醒；打字速度 40/分钟记 60 分、60/分钟记 80 分、80/分钟记 100 分。客户接待与沟通、有效订单的处理、交易纠纷的处理、客户关系管理。	108
2	12110029B	商务应用文写作	掌握商务行政文书、商务礼仪文书、商务告启文书、商务谈判文书、商务策划文书、商务决策文书和商务法律文书等书写的方法和流程；	54
3	12110003A	商务礼仪	认识到仪容仪表的重要性；掌握商务接待的方法和流程；能够组织不同主题的商务	72

			会务；能够在不同的场合恰当得使用不同的礼仪；掌握办公室礼仪、文书礼仪、面试礼仪、涉外礼仪等；	
4	12110004A	电子商务数据分析	具有搜索、处理、使用调查信息的能力； 能使用专业知识分析企业市场营销活动中存在的问题； 能够运用现代计算工具和软件分析商业资料； 能够熟练运用 EXCEL、PB 进行数据处理和分析，并撰写数据分析报告； 能够结合电子商务数据分析知识、电子商务运营与管理方面的在互联网的电子商务专业平台上从事个人网上创业活动（淘宝网）。	72
5	12110008B	电子商务综合实训	教学要求： 能够帮助企业正确选择电子商务的运作模式； 熟悉 B2B、B2C、C2C 网络贸易操作的要求； 能够运用网络营销的基本知识从事企业网上营销调研活动与调研问卷的设计、网络信息收集与发布活动； 能够运用新媒体平台，发布企业产品信息，种草和 UGC 内容生产； 能够参与真实企业的运营和管理工作； 能够运用电子商务综合知识在互联网的平台上从事个人创新创业活动。	54
6	12110009B	网店运营基础	培养学生在淘宝、京东等电商平台上按要求完成商品基础信息、销售信息的设置，完成不同类别的营销活动，根据订单情况，完成发货及退换货；根据店铺定位，设计店铺首页，制作 logo，制作 Banner，设计详情页，制作文案，完成商品图片设计；按照客户服务原则，恰当处理客户提出的问题，采用客户管理工具，分析客户，提供差异化服务	54

7	121100017B	电子商务与物流	培养具备物流管理及与之相关的经济知识、法律意识、仓储技术、运输组织技能、物流信息管理、货运代理、报关报检等扎实职业知识、熟练职业技能和正确职业态度，可在生产、流通、物流、货代企业的相关岗位从事货运组织、仓储管理、配送、物流信息的采集、基层管理的初级人才。	72
8	121100037B	电子商务视觉设计	掌握网店装修的基本流程； 掌握美工岗位的关键技术； 重点掌握各种技术在电商网店的灵活运用； 了解数字图像的基本理论、有关色彩理论和颜色模式的理论知识； 熟练掌握 PHOTOSHOP CS 的工作界面以及一些基础操作； 能够熟练利用 PHOTOSHOP CS 中的工具和命令创建、编辑和保存选区； 熟练掌握创建、编辑路径的方法与技巧； 熟练掌握图层的一些概念、基本操作； 对通道与蒙版的概念有一个清晰的认识，轻松掌握通道与蒙版的操作方法与技巧； 掌握滤镜的一些基础的操作。	54

表 6：专业技能（方向二）课程描述

序号	课程代码	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	14220012B	广告设计	电子商务美工的一个延伸课程，主要让了解广告领域中涉及的基本原理与基本知识；熟悉现代广告媒介、广告技术手段；掌握美术基本技能、广告创意与设计方法、计算机平面设计技能等；	54
2	12110003B	网店装修基础	了解网店美工与 Photoshop CS6 基础、使用选区和图层美化图像、修饰商品图像瑕疵、调整商品图像色彩、使用图形和文字完善网店内容、使用通道和蒙版、使用滤镜、	72

			切片与处理图像。	
3	12110016B	短视频策划与制作	<p>能运用短视频策划与制作最基本的理论知识，内容包括短视频策划与制作基础知识、短视频策划与制作中的软件平台、手机短视频制作、企业网站短视频策划与制作、短视频脚本写作与策划等模块；</p> <p>能熟练运用短视频制作工具，以及各种平台上传和管理的基本操作；</p> <p>能够熟练使用短视频策划进行企业品牌营销、病毒式营销、博客营销、网络社区营销等手段；</p> <p>能够熟练掌握各种短视频后台数据分析与管理；</p> <p>熟悉各种新媒体营销方法。</p>	72
4	12110013B	图形图像处理	<p>掌握摄影的基本技能，懂得照片的评析；能对服装类、数码类、首饰类等商品进行拍摄；能对拍摄好的商品图片进行裁剪与倾斜矫正商品拍摄的轻微变形；能对拍摄好的商品图片进行抠图；能对拍摄好的商品图片调整图像大小，变像素总质量以及分辨率；能对拍摄好的商品图片进行色阶，曲线和色相饱和度调整。</p>	54
5	12110011B	网页制作	<p>掌握网站基础知识，掌握网页开发的相关技术；能够熟练使用网页开发工具；掌握网站开发的基础流程和方法；能够熟练使用 Dreamweaver CS6 进行网页设计与制作。</p>	54
6	12110030B	美术基础	<p>培养学生网店装修、商品设计的造型和色彩搭配，培养学生的自主探究能力、审美观和设计美感。</p>	72
7	121100018B	综合美工	<p>网站页面设计、美化、网店促销海报制作、把物品照片制作成宝贝描述中需要的图片、设计电子宣传单等。</p>	72
8	121100040B	色彩理论	<p>掌握一定的色彩理论和自然界光色变化的基本规律；培养学生健康的审美观，提高对色</p>	54



彩设计的鉴赏能力。

3、

表 7: 专业技能（方向三）课程描述

序号	课程代码	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	12110034B	农村电商	了解农村电商的概念、分类、发展现状与趋势，全面认识农村电商，可以了解农村电商物流的特点，其次还可以掌握农产品电商化、农产品品牌策划以及农村电商平台化运营、社交化运营、短视频和直播运营的方法和技巧，掌握农村电商人才的培养及团队的打造方法和注意事项	72
2	12110040B	自媒体运营	了解自媒体运营的概念，了解运营发展的四个阶段，提升自己自媒体运营能力的方法、自媒体运营职业通道的获取路径；了解自媒体运营岗位出现的关键词；自媒体运营管理战略规划思路；了解用户运营的具体工作、如何做出清晰的用户画像及用户画像误区；	72
3	63080119B	跨境电商运营	掌握跨境电商的基本理论，认识跨境电商的特点和模式，了解常用的跨境电子商务平台，掌握外贸市场的调研、选品和采购；掌握对外产品的报价、发货及推广；掌握跨境电商交易整个过程的业务操作。	72
4	12110026B	消费者行为学	了解消费者行为在市场经济的作用，掌握消费者行为学的相关基本内容和研究方法；研究影响消费者决策过程中的社会和心理变量、消费市场的细分、目标市场的设定、顾客态度的改变、忠诚度和满意度等方面在消费行为中的具体运用。	72
5	12110004A	视频拍摄与处理	了解视频制作的基本理论知识，掌握 Premiere Pro 的基本操作，如转换、字幕制作、音频素材的编辑处理，掌握 Premiere Pro 的基本技巧，能够使用 Premiere Pro 进行视频制作及处理；把握视频制作与处理的发展趋势，了解影视画面编辑的基本原理和方法。	72



6	12110030B	多媒体技术	本课程分多媒体技术原理和多媒体技术实践两个部分。多媒体技术原理部分包括多媒体概述、数字音频、视频编解码、数字图像处理、动画制作、影音编辑与制作、多媒体应用软件设计等内容，并深入介绍多媒体技术的应用及主要发展方向。	72
---	-----------	-------	--	----

### （三）综合实训

综合实训是本专业必修的综合性训练课程。通过综合实训，使学生了解信息技术应用领域的行业规范，掌握相关职业技能，具有从事本专业相关专业方向工作的职业能力，培养敬业守信、精益求精的职业品质。学生在校内或校外实训基地完成综合实训,实训形式可以多样化。

### （四）顶岗实习

顶岗实习是本专业重要的实践性教学环节。通过顶岗实习，使学生更好地将理论与实践相结合，全方位了解电子商务领域的职业岗位需求，进一步掌握岗位实践所需的知识技能，培养敬业守信、精益求精的职业素质，主要安排在电子商务企业为主的校外实训基地开展顶岗实习，实习岗位涵括美工、客服、运营、推广等，学生参与在实习岗位的工作计划安排、业务开展，让学生熟练掌握各项操作技能，适应电商企业的管理制度，感受电子商务企业文化，提高综合职业能力，为顺利融入社会，走入电子商务行业的职业道路奠定基础。

## 七、 教学进程总体安排

### （一）基本要求

（1）专业综合实训可集中或分散进行，若集中实训则按周安排教学，暂停安排其它课程。

（2）学分计算方法：原则上，课堂教学一般以 18 学时计 1 学分，计算学分小数点处理： $x \geq 0.5$  取 1 分， $x < 0.5$  舍去。第六学期顶岗实习按 18 周

计，按每周计 30 学时。3 年总学时数为 3000~3300。课程开设顺序和周学时安排，学校可根据实际情况调整。

(3) 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修内容和学时。

(4) 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，行业企业认知实习应安排在第一学年进行。

(5) 取得中级职业资格证书、技能等级证，参加国际性、全国性、省部级、地市级、行业内的职业技能竞赛以及各种知识、文艺、体育等竞赛中获得奖励，应予折合成相应学分。

## (二) 学时比例表

表 8 学时比例表

课程类别	必修课		选修课			
			限选课		任选课	
课程类型	公共基础课	专业技能课			公共选修课	专业选修课
		专业核心课	综合实践课	专业(技能)方向课		
学时	1238	1008	290	620	15	416
比例	35%	28%	8%	17%	0.4%	11.6%

2022 级电子商务专业课程设置与教学进程安排表

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核学期	学分	计划学时			学期周数及周学时分配										考核评价方式	备注
								总学时	理论	实践	一 (16)	二 (18)	三 (18)	四 (18)	五 (18)	六 (18)	七 (17)	八 (18)	九 (18)	十 (16)		
中职学段																						
公共基础课	必修课	1		思想政治	理论	1-5	8	140	140		2	2	2	2						考查		
		2		语文	理论	1-4	10	176	176		2	2	2	2	2						考试	
		3		历史	理论	1-4	4	70	70		1	1	1	1							考试	
		4		数学	理论	1-4	10	174	174		3	3	2	2							考试	
		5		外语 (英语等)	理论	1-4	8	140	140		2	2	2	2							考试	
		6		★信息技术	理论+实践	1,2	8	136	46	90	4	4									考试	联考
		7		体育与健康	理论+实践	1-4	10	176	30	146	2	2	2	2	2						考查	
		8		艺术/心理	理论+实践	1-4	3	54	27	27		1		1	1						考查	
		9		劳动通识	理论+实践	1-5	5	88	8	80	1	1	1	1	1							
		10		入学教育	理论	1	1	28	28		1W										考查	
		11		企业认知实习	理论+实践	1	1	28	5	23	1W										考查	
		12		军训	理论+实践	1	1	28	5	23	1W										考查	
		小计							69	1238	849	389	16	17	11	12	5					
专业基础课	必修课	1		电子商务基础	理论+实践	1	4	64	32	32	4									考试		
		2		图形图像处理	理论+实践	1	6	108	36	72	4										考试	
		3		实用会计	理论+实践	3	4	72	24	48			4								考查	
		4		市场营销	理论+实践	4	4	72	24	48		4									考试	
		5		速录实训 (打字训练)	理论+实践	3	4	72	24	48			4								考试	
		6		电子商务与物流	理论+实践	4	4	72	36	36				4							考试	
		7		跨境电商基础	理论+实践	4	4	72	36	36				4								
		8		电子商务沙盘实训	理论+实践	4	4	88	0	88			2W	2W								

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核学期	学分	计划学时			学期周数及周学时分配										考核评价方式	备注		
								总学时	理论	实践	一 (16)	二 (18)	三 (18)	四 (18)	五 (18)	六 (18)	七 (17)	八 (18)	九 (18)	十 (16)				
				小计			34	620	212	408	8	8	8	8										
专业课	必修课	1		★网店美工	理论+实践	2	4	72	24	48		4									考试	联考		
		2		★电子商务客户服务	理论+实践	3	4	72	36	36			4									考试	联考	
		3		网店运营基础 (考证)	理论+实践	4	4	72	36	36			4									考试		
		4		★网店运营基础实训 (考证)	理论+实践	4	4	72	36	36			4									考试		
		5		★商品拍摄及图片处理	理论+实践	4	4	72	24	48				4								考试	联考	
		6		★电商文案策划	理论+实践		4	72	36	36				4									考查	
		7		短视频拍摄与制作	理论+实践	5	4	72	36	36					4									
		8		中职阶段顶岗实习	实践	6	18	504	0	504							18W						考查	
				小计		46	1008	228	780		4	8	4	4	18W									
拓展课	限选课	1		中华优秀传统文化	理论	4	2	36	36	0		2*18W	2*18W									考查		
		2		职业素养	理论	5	4	72	72	0		4*18W	4*18W										考查	
		3		VBSE 创业基础	实践	3-4	2	56	0	56				4*14W	4*14W								考查	
		4		电商 O2O 运营	实践	4-5	4	72	0	72				4*18W	4*18W								考查	
		5		电商专业第三方考核实训	实践	4-5	3	84	0	84				6*14W	6*14W								考查	
		6		社会服务	实践	2-5	4	88	0	88		1W	1W	1W	1W								考查	
		7		公益服务	实践	2-5	4	88	0	88		1W	1W	1W	1W								考查	
		8		商务应用文写作	理论+实践	4	2	36	18	18		2*18W	2*18W										考查	
		9		商务礼仪	理论+实践	5	3	54	30	24				4*9W	4*9W								考查	
		10		商务谈判	理论+实践	5	4	72	36	36		4*18W	4*18W	4*18W	4*18W								考查	
		11		电子商务法	理论	4	4	72	36	36				4*18W	4*18W								考查	
		12		农村电子商务	理论	5	2	36	18	18		2*18W	2*18W	2*18W	2*18W								考查	
				小计 (根据实际开设课程学分大于 20)			20	416	126	290														
中职学段总学分、总学时、周数合计							169	3282	1415	1867	27	27	27	28	27									

## 八、 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《广东省人民政府关于全面实施“强师工程”建设高素质专业化教师队伍的意见》，加强专业师资队伍的建设，合理配置教师资源。

#### 1、专业教师

专业教师应具有电子商务相关专业本科及以上学历，具有中等职业学校教师资格证书，获得本专业中级及以上相关职业资格。熟悉企业情况，参加企业实践和技术服务，能够适应行业发展需求和积极开展课程教学改革；专业教师应有坚定的理想信念、良好的师德和终身学习能力，有实际工作经验，具有较强的电商应用专业理论和实践技能，熟悉电商应用领域相关工作业务，具备电子商务应用业务领域融合教学设计与课程实施能力，具有信息化教学能力，能够开展专业课程教学改革和科学研究，以及有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

专业带头人具有较高的业务能力，具有高级职称和高级（含）以上职业资格，熟悉行业发展的整体情况和行业对技能型人才的需求，能提出专业建设的长期改革规划，具有较强的组织协调和教学管理能力，在专业改革发展中起引领作用。

专业骨干教师具有较强的事业心和责任感，具有良好的师德，具有中级以上职称，能独立讲授 1 门以上的专业核心课程。具有扎实的理论基础和较强的实践技能。

校内教师名单如下：

序号	姓名	性别	职务/职称	学历学位
1	田中宝	男	高级教师	硕士
2	刘孙敏	女	高级教师	大学本科
3	林爱文	女	高级教师	大学本科
4	刘辉	女	高级教师	大学本科
5	张奕军	男	高级教师	大学本科
6	彭翔英	女	讲师	大学本科
7	陆敏铃	女	讲师	大学本科
8	袁菊霞	女	讲师	大学本科
9	何倩雯	女	讲师	大学本科
10	王惠	女	讲师	大学本科
11	林池键	男	助理讲师	大学本科
12	曾文芳	女	讲师	大学本科
13	冷凌云	女	讲师	大学本科
14	梁肖霞	女	助理讲师	大学本科
15	王杜鑫	女	未评级	硕士
16	黄楚楚	女	未评级	大学本科
17	陈维静	女	未评级	大学本科
18	周文丽	女	未评级	大学本科
19	李晓雯	女	未评级	大学本科
20	沈湘梅	女	未评级	大学本科
21	朱慧毅	女	未评级	大学本科
22	汤宝琼	女	未评级	大学本科
23	麦耀豪	男	未评级	大学本科
24	吕文龙	男	未评级	硕士
25	李康鑫	男	未评级	大学本科

## 2、兼职教师

兼职教师主要从电子商务及相关专业的企业的高技术技能人才中聘任，应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应用专业知识和丰富的实际工作经验，具有高级（含）以上职业资格或中级（含）以上专业技术职称，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专业教学任务。兼职教师名单如下：

序号	姓名	性别	工作单位	职务
1	吴航	男	*****跨境电商协会	秘书长
2	殷学祖	女	*****信息技术有限公司	总经理
3	刘向欣	男	*****信息技术有限公司	客服经理
4	柯裕佳	男	*****发展股份有限公司	业务经理
5	袁明德	男	*****电子商务协会	副秘书长
6	赵志	男	*****（中国）有限公司	客服
7	胡强	男	*****云商集团	物流部
8	吴锦标	男	*****电子商务有限公司	美工

序号	姓名	性别	工作单位	职务
9	戴敏华	男	*****教育科技有限公司	总经理
10	邵浩博	男	*****供应链股份有限公司	运营经理
11	童井亮	男	*****科技有限公司	总经理
12	梁敏诗	女	*****网络科技有限公司	跨境电商总监

## (二) 校内外实训基地

### 1. 校内实训基地

校内实训教学环境满足专业（技能）课程的教学需求，具有真实性或仿真性，具备实训、教学、教研等多项功能及理实一体化教学功能。实训设备配置不低于以下标准，主要设施设备的数量按照标准班或小班（50 人/班或 25 人/小班）配置。学校根据本专业学生人数和班级数量，合理增加设备数量和工位数量，以满足教学要求。

表 10 校内实训基地一览表

序号	实训室名称	实训室功能	实训课程	实训工位	主要设备配置要求
1	美工实训室	图形图像处理、广告设计、网页设计	网店装修基础、网店美工、商品拍摄及图片处理、短视频拍摄与制作、Flash	50	服务器、电脑、Internet



			动画制作		
2	电子商务综合实训室	商务信息的检索与利用, 电子商务模拟实训, 商务网站建设, 网店的装修与推广, 网络营销 新媒体营销	电子商务基础、网店运营基础、网店运营基础实训、电子商务客户服务、电商文案策划、	50	服务器、电脑、Internet、电子商务教学软件
3	摄影实训室	商品拍摄、短视频拍摄	商品拍摄及图片处理、短视频拍摄与制作	50	摄影棚、数码相机、三脚架、摄影灯、背景幕布、拍摄商品、服务器、电脑、Internet
4	直播实训室	商品直播	商品直播	50	直播专用手机、美颜灯、直播主机、显示屏、服务器、摄像头、绿幕
5	怡亚通校园O2O双创中心	创业实训、现代学徒制项目开展、商品经营	VBSE 创业基础、电商 O2O 运营、电商文案策划、国际贸易实	50	服务器、电脑、Internet、工作区、会议区、货架、商品、线下体验店
6	创赢 e 购线下体验店	创业实训、现代学徒制项目开展、商品经营	电子商务基础、VBSE 创业基础、电商 O2O 运营	50	服务器、电脑、Internet、收银台、货架、商品、线下体验店

## 2、校外实训基地

根据专业人才培养的需要, 在企业建立两类校外实训基地: 一类是以专业认知和参观为主的实训基地, 反映目前专业(技能)方向新技术, 能同时接纳较多学生实习, 并能为新生入学教育和认识专业课程教学提供条件; 另一类是以

社会实践及学生顶岗实习为主的实训基地，能够为学生提供真实的专业(技能)方向综合实践轮岗训练的工作岗位，并能保证有效工作时间，该基地能根据培养目标要求和实践教学内容，校企合作共同制订实习计划、教学大纲或课程标准，按进程精心编排教学设计并组织、管理教学过程。

表 11 校外实训基地一览表

序号	类别	实习基地名称	基本条件与要求	主要实践教学项目	容纳学生人数
1	专业认知	*****有限公司校外实习基地	电子商务岗位	顶岗实习	100
2	实训基地	*****云商集团	电子商务岗位	顶岗实习	100
3		*****电子商务有限公司	电子商务岗位	顶岗实习	20
4		*****信息技术有限公司	电子商务岗位	生产实习	30
5		*****科技发展股份有限公司	电子商务岗位	生产实习	50
6	实训基地	*****教育科技有限公司	电子商务岗位	顶岗实习	50
7		*****产业技术创新联盟 电子商务职教研究中心	电子商务岗位	生产实习	100
8		*****供应链股份有限公司	电子商务岗位	生产实习	30
9		*****科技有限公司	电子商务岗位	顶岗实习	20

### (三) 教学资源

主要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。学校建立由专业教师、行企业专家和教研人员等参与的教材选用机制，完善教材选用制度，按

照规范程序，严格选用国家和地方规划教材。同时，开发符合学生认知规律的专业核心课项目化教材和工作活页，以新媒体运营、客户服务等典型项目由浅入深的方式，融入工作计划制定、实施、评价，以及国际国内标准差异等关键要素组织校本教材编写。

## 2、图书资料配备要求

本专业相关图书文献配备，能满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要，方便师生查询、借阅，且定期更新。主要包括：国内外电子商务在科研、教学、应用方面的研究成果和发展动态、互联网平台运营等技术类和案例类图书，以及《电子商务世界》、《中国电子商务》、《商业研究》、《中国对外贸易》等专业学术期刊。

## 3、数字资源配备要求

依托智慧职教等平台，借鉴国际先进标准和国内标杆企业标准，按照“岗位精准对接、能力逐年提升”的专业教学原则，全面开展专业“1+X”证书试点工作；融入行业新技术、新技能、新理念等先进要素，以建设电子商务专业平台课教学资源库，开发、开放国家级、省级精品在线课程为抓手，分类分层推进课程及数字资源建设。

### （四）教学方法

充分运用“互联网+”、“智能+”等信息化教学手段，推进“以学生为中心”的教学设计与教法改革，在实施教学时，教师要贯彻立德树人的宗旨，准确把握专业人才培养的任务和目标要求，发掘课程中的德育因素、关注学生综合能力的培养，在教学中融入社会主义核心价值观教育，将核心素养和发展能力培养贯穿教学过程的始终。要积极探索项目式、任务式、案例式、情境式等

教学内容设计，开展启发式、参与式、探究式的课堂教学方法设计；借助专业教学资源库、精品在线开放课程等各类在线资源，开展翻转课堂式、线上线下混合式、项目式、情景式教学，实现教师与学生多空间、多维度交互教学与交流，切实提升教学效果。

更新教学方法和手段，充分运用 3D 虚拟仿真、FLASH 动画、视频图片、微信群、习题互动等手段，以学生深度学习为目的，建设体验性的师生互动和学习交互环境。推动网络教学模式和方法创新，课前、课中、课后三阶段融合，形成课堂新形态，使专业核心课程混合式教学应用比例达到 90%以上。创设数字化、网络化、智能化环境下的“学习场”，推动慕课教学、移动学习、网络交流互动，为学生创造多样化学习环境。运用信息化技术，做好线上线下的混合式教学改革，提高教师的信息化教学水平。将探索式教学方法广泛引入教学，充分发挥和培养学主动探求知识兴趣和能力，整合利用学生碎片时间，实现自主性、个性化、泛在化学习，提升学习效果。

要鼓励学生主动适应信息技术的发展，积极进行“数字化学习与创新”，根据个人兴趣、能力确定学习内容和学习方式。教师要有效利用数字化学习情境，有机融合各种教学要素，合理设计教学环节，加强教与学全过程的信息采集与诊断分析，调动学生的主观能动性，强化学生的自主学习能力，促进教与学、教与教、学与学的互动，不断提高教学效率与教学质量。要引导学生充分运用信息技术进行创新创业实践，培养个性化、创新性思维。

## （五）学习评价

学习评价基于立德树人的根本任务和学生专业发展需要展开。评价的主要目的是促进学生德智体美劳的全面发展，既利于学生学习、也利于教学活动的

开展。评价内容要从关注学生知识技能的掌握向综合素养的发展转变，兼顾学生认知、协作、创新和职业能力的发展。要通过评价的合理实施，激发学生学习兴趣，帮助教师调控教学内容与进程，促进学生信息素养的提升。

从培养高素质劳动者与技能型人才的需要出发，实行全过程、多元、多维的评价方式，促进学生职业素养和职业能力的提高。

1、综合评价方式：综合卷面考试、实训项目小组评价、技能考查等各项成绩，评定学生的课程总成绩。

2、校企共同评价：在学生实习中，采用校企共同评价方式，由专业指导教师和企业指导教师共同评价，确定学生的实习总成绩。

3、职业资格证书评价：根据学生获取职业资格证书的情况，对学生的职业技能进行评价。近年来本专业毕业生获取专业规定的职业资格证书的比例均在 90%以上。

4、职业技能竞赛评价：根据学生参加校内、校外职业技能竞赛的情况，对学生的职业技能进行评价。

5、第三方评价：根据第三方调研机构的毕业生就业率和就业质量的调研结果，对该专业的学生学习效果进行评价。

## **(六) 质量管理**

建立健全校、专业部两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业学校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与行业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。

健全并完善专业教学诊改、评价与激励机制。成立专业质量保证小组，成员包括专业群带头人、专业负责人、骨干教师、行业企业专家、校外专家等。建立基于人才培养工作状态数据分析的专业质量监控与反馈机制，专业教学团队要及时开展专业调研，结合产业发展需求，了解相关职业岗位对专业人才培养的要求，联合行业企业积极参与教学的组织和实施，要加强课堂教学、实习实训、毕业设计等方面质量标准建设，重视师资培养，提升教师教学能力。

完善学生综合素质评价、毕业生质量跟踪反馈机制及社会评价机制，对生源情况、在校学业水平、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，形成长效跟踪反馈机制。

## 九、毕业要求

### （一）学业要求

完成全部必修课及相应选修课程学习，成绩合格。获得 170 以上的学分。

### （二）能力要求

取得至少 1 项职业技能等级证书。

### （三）综合素质要求

身体素质达标，体育考查成绩合格。综合素质评价达到“良”以上成绩。  
无严重违纪行为。

## 十、附录

人才培养方案审核表
-----------



