

2023 级电子商务专业

人才培养方案

制定时间：2023 年 7 月

目录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	1
(一) 培养目标	1
(二) 培养规格	2
六、课程设置与要求	3
(一) 公共基础课程	3
(二) 专业(技能)课程	7
七、教学进程总体安排	11
(一) 教学时间安排	11
(二) 授课计划安排建议表	12
八、实施保障	13
(一) 师资队伍	13
(二) 教学设施	14
(三) 教学资源	16
(四) 教学方法	17
(五) 学习评价	17
(六) 质量管理	19
九、毕业要求	19
(一) 学业考核要求	19
(二) 证书考取要求	20

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：730701

二、入学要求

初级中学应届毕业生或具备同等学力者。

三、修业年限

三年

四、职业面向

主要面向电子商务师、互联网营销师、市场营销专业人员、直播销售、营销员等职业，对应店铺运营助理、新媒体运营助理、直播销售员、直播辅助、网络营销推广专员、新媒体营销专员、视觉设计师、客服专员等岗位。对应的岗位、职业资格证书及职业能力表如下所示。

表 1 职业能力表

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)	主要岗位群或技术领域举例	职业类证书举例
财经商贸大类 (73)	电子商务类 (7307)	批发业 (51) 零售业 (52) 互联网和相关服务 (64) 商务服务业 (72)	电子商务师 (2-01-02-02) 互联网营销师 (4-01-02-07) 市场营销专业人员 (2-06-07-02) 客户服务管理员 (4-07-02-03) 商务数据分析师 (4-07-02-05) 营销员 (4-01-02-01)	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 视觉设计师 客服专员	电子商务师职业资格证书 (初级) 1+X 电子商务数据分析职业技能等级证书 (初级) 1+X 电子商务网店运营职业技能等级证书 (初级)

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，德智体美劳全面发展，具有良好的人文素养、科学素养、职业道德和精益求精的工匠精神；掌握扎实的科学文化基础、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；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。

（二）培养规格

本专业毕业生应具有以下素养、专业知识和技能：

1. 素质目标

- （1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观；
- （2）具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；
- （3）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；
- （4）具有在互联网上从事电子商务活动的思维及营销意识；
- （5）具有良好的沟通表达能力、团队合作精神、创业意识和创新精神；
- （6）具备一定的质量意识、专业意识、工匠精神；
- （7）具备一定的计算思维、数字化社会责任感和数字素养；
- （8）具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能、担当精神和社会责任感，具有热爱劳动人民，珍惜劳动成果，助力乡村振兴，建设家乡的意识。

2. 知识目标

- （1）掌握与本专业从事职业活动相关的电子商务法律法规、互联网交易安全、质量管理等相关知识与方法；
- （2）掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；
- （3）掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，网店运营规范与流程的相关知识；
- （4）掌握市场分析、消费者行为分析、商务数据分析及营销策划的方法；
- （5）掌握利用 PS、剪映等软件进行图形图像及视频处理的方法；
- （6）掌握客户服务与管理的基本知识与方法；

- (7) 熟知国家乡村振兴战略政策要求，了解本市传统农产品知识。
- (8) 掌握主流新媒体运营的相关知识，能够完成内容策划与制作并发布内容。

3. 能力目标

- (1) 具备信息技术应用能力、活动策划与执行能力、逻辑思维能力、职业生涯规划能力；
- (2) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力；
- (3) 具有行业产品分析、市场细分的能力，能根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略等；
- (4) 具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析；
- (5) 具有市场调查分析、活动策划的能力，能够使用各类平台营销推广方法与营销工具，完成活动文案设计、资源整合营销活动、广告投放等；
- (6) 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，能进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控等；
- (7) 具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；
- (8) 能适应产业数字化发展需求，具备基本数字技能和专业信息技术能力及终身学习和可持续发展的能力。

六、课程设置与要求

本专业课程设置分为公共基础课和专业（技能）课。

（一）公共基础课程

公共基础课开设思想政治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术等必修课程，中华优秀传统文化、国家安全教育、就业创业创新教育、普通话口语交际等选修课程。引导学生形成正确的世界观、人生观、价值观，促进学生德智体美劳全面发展，具备较高的工作能力和职业素养。

表 2 公共基础（必须）课

序号	课程名称	教学内容与要求	学时
1	思想政治	通过本课程学习，帮助学生确立正确的政治方向，坚定理想信念，厚植爱国主义情怀，提高职业道德素质、法治素养和心理健康水平，促进学生健康成长、全面发展，培养拥护中国共产党领导和我国社会主义制度、立志为中国特色社会主义事业奋斗终身的有用人才。	144
2	语文	通过阅读与欣赏、表达与交流和语文综合实践等学习活动，使学生具有较强的语言文字运用能力和思维能力，能够传承中华民族优秀文，吸收人类进步文化，提高人文素养，养成良好道德品质，成为全面发展的高素质技能技术人才。	198
3	历史	通过本课程学习，使学生了解人类社会发展的基本脉络和优秀文化传统，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；培育社会主义核心价值观，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；培养健全的人格，树立正确的历史观、人生观和价值观。	72
4	数学	通过本课程学习，使学生掌握职业发展所必需的数学知识、数学技能、数学思想和数学方法，具备中等职业教育数学学科核心素养，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

序号	课程名称	教学内容与要求	学时
5	英语	通过本课程学习，使学生掌握一定的英语基础知识和基本技能，培养学生在日常生活和职业场景中的英语应用能力；培养学生的文化意识，提高学生的思想品德修养和文化素养；为学生的职业生涯、继续学习和终身发展奠定基础。	144
6	信息技术	通过本课程学习，使学生掌握必备的计算机应用基础知识和基本技能，培养学生应用计算机解决工作与生活中实际问题的能力；使学生初步具有应用计算机学习的能力，为其职业生涯发展和终身学习奠定基础；提升学生的信息素养，使学生了解并遵守相关法律法规、信息道德及信息安全准则，培养学生成为信息社会的合格公民。	144
7	体育与健康	通过本课程学习，使学生掌握体育基本理论知识、技术、技能和科学锻炼身体的方法，掌握一定的体育卫生保健常识，通过学习和锻炼，提高自身的运动能力。根据学生的生理、心理特点，选择良好的运动环境，全面提高学生身体素质。	144
8	艺术	通过艺术作品赏析和艺术实践活动，使学生掌握不同艺术门类的基本知识、技能和原理，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，增强文化自觉与文化自信，丰富学生人文素养与精神世界，培养学生艺术欣赏能力，提高学生文化品位和审美素质。	36
9	劳动教育	执行中共中央国务院发布的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》相关要求，劳动教育以实习实训课为主要载体开展，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育，每学年不少于 16 学时。	36

表 3 公共基础（选须）课

序号	课程名称	教学内容与要求	学时
1	海洋科学	通过本课程的学习，帮助学生认识海洋自然环境的基本特征，海洋对人类生存和发展有着极其重要的价值；面对日益严重的海洋环境问题，引导学生积极参与海洋环境保护；帮助学生深刻理解维护国家海洋权益的重要意义，增强学生热爱祖国的情感。	36
2	中华优秀传统文化	本课程旨在传授中国传统文化、传承中华民族精神，弘扬优秀文化传统，提高学校教育文化品位和学生人文素质。增强学生的文化涵养，丰富校园文化，发挥文化传承作用，全面提高学生的人文素质，引导学生形成高尚的道德情操和正确的价值取向。	36
3	职业素养	通过本课程学习，引导学生了解职场、了解职业，树立准职业人的身份意识。使学生成为崇尚劳动、敬业守信、创新务实的社会好公民；成为立足岗位、服务群众、奉献社会的准员工；成为德才兼备、创新进取、精益求精的优秀工匠。	36
4	创新创业教育	本课程在于培养学生的创业技能与开拓创新精神，以适应全球化、知识经济时代的挑战，并将主动创业作为未来职业生涯的一种选择，转变传统的就业观念和行为选择培养学生具有创新意识、创新思维，锻炼其创业心智的综合素质。	36
5	健康教育	本课程旨在培养学生健康行为与生活方式、疾病预防、心理健康、生长发育与青春期保健、安全应急与避险等五个方面的知识技能，使学生懂得独立生活，自主学习的重要，养成学会学习、会生活、会劳动的好习惯。	36

序号	课程名称	教学内容与要求	学时
6	环保教育	本课程旨在使学生懂得人类与环境、化学与环境的关系，了解低碳、环保、绿色生活的科学知识，培养学生热爱生活、美好生态环境的积极理念与情感，从生活的细微处入手，为绿色家园创建而努力。	36

（二）专业（技能）课程

1. 专业基础课程

表 4 专业基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	电子商务基础	本课程是电子商务专业基础课程。通过本课程的学习，使学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识体系和国内外电子商务应用情况有一个整体印象和初步认识，并掌握电子商务运作模式和交易流程，为今后学习专业其他课程以及将来从事电子商务工作奠定良好的基础。	72
2	零售基础	本课程是电子商务专业基础课程。通过本课程的学习，使学生可以全面系统地了解国内外零售业发展动态，最新零售业概念和理论，零售管理的基本知识和运营管理，深入分析零售管理的热点问题，增强学生的分析问题和解决问题的能力。	54
3	市场营销	本课程是电子商务专业基础课程。通过本课程的学习与训练，使学生完成市场营销常识知识、营销实务、营销管理和特殊市场营销等四大板块的学习任务，掌握市场营销的基本知识、基本方法和主要技能，提高学生的职业实践能力。	72
4	商品拍摄	本课程是电子商务专业基础课程。本课程的任务是培养学生拍摄商品的能力和影像后期处理能力，要	72

	与图片处理	求学生能够掌握摄影的基本知识、商品的照明方法和摄影方法，能根据所售商品的不同特征和消费心理进行拍摄，熟练进行商品图片的后期处理，能将图像处理技术应用在网页制作、网店装修等工作中。	
--	-------	---	--

2. 专业核心课程

表 5 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	网店运营	本课程是电子商务专业核心课程。本课程的任务是使学生掌握平台规则和运营基础知识，了解运营常用名词术语及经营计算公式，能够完成店铺入驻、日常维护、商品上下架及标题优化、活动申报等操作，能够监控店铺、商品、活动、客户等相关数据并收集、整理和汇总。	36
2	客户服务	本课程是电子商务专业核心课程。通过本课程的学习，使学生掌握客户服务基础知识，理解平台规则、商品知识和沟通技巧等内容，能够回复客户咨询，能够进行异常订单处理，能够进行售后纠纷处理，能够进行客户数据分析，引流并实施维护，能够进行评价舆情的引导与管理。	36
3	短视频视觉设计与制作	本课程是电子商务专业核心课程。通过课程学习，使学生掌握短视频视觉设计与制作的基础知识，理解短视频平台规则和营销需求等内容，熟练掌握短视频策划、脚本撰写、拍摄、剪辑等职业技能，能够策划、拍摄和剪辑出较高水平的短视频作品，在短视频平台上展示和传播。	72

4	网络推广	本课程是电子商务专业核心课程。本课程旨在使学生掌握网络推广基础知识，理解平台内、社会化媒体、新媒体平台的营销推广相关规则和推广算法、推广效果数据指标、网络广告资源位，使学生能够执行推广任务，跟踪推广效果，收集与发布推广内容与素材，能够完成 KOL 媒介营销、网络广告投放辅助工作，能够收集、整理营销推广数据，制作日报、周报及投入产出数据报表等。	72
5	网络营销	本课程是电子商务专业核心课程。本课程旨在使学生掌握理解网络营销的含义、起源、发展与特点；掌握搜索引擎营销、软文营销、视频营销、社会化媒体营销、其他营销方式的方法；充分认识并理解网络营销的基本理念，并掌握实务操作；熟悉网上市场调研的类型和方法以及在线调查问卷的设计；掌握网络消费者的购买行为和购买决策过程；了解目标市场的概念和目标市场的定位策略；掌握网络广告的概念和类型、特点，熟练网络广告策划。	72
6	新媒体营销	本课程是电子商务专业核心课程。通过本课程的学习，使学生掌握新媒体营销基础知识，理解新媒体平台规则、社群营销，能够分析用户需求、商品特点等，挖掘营销卖点，完成素材收集、视频内容制作、营销图文制作、营销文案写作等任务并发布，能够建立社群、进行社群日常维护、实施线上线下社群营销活动。	36
7	直播销售	本课程是电子商务专业核心课程。本课程旨在培养新型直播人才，使学生掌握直播销售基础知识，理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播技巧和历史直播总结报告等内容，让学生能够完成商品信息梳理、商品定位，打造主播人设标签，能够编制整场直	72

		播脚本、单品脚本、应急预案脚本，能够进行商品讲解，能够辨识粉丝类型，完成直播复盘。	
8	直播运营 实务	本课程是电子商务专业核心课程。通过本课程的学习，使学生掌握直播运营基础知识，理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播流程和直播脚本等内容。能够完成直播申请、销售准备、虚拟物料准备、预热海报制作、预告、引流工作，使学生能够完成直播辅助、预约、出镜、画外辅助配合和推流配合，能够维护直播数据，制订应急处理解决方案。	72

3. 专业拓展课程

表 6 专业拓展课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	商务沟通 与礼仪	本课程的任务是培养学生的礼仪意识，提高学生自身的礼仪修养，增强人际交往能力、应变能力及应用商务礼仪知识的能力，了解沟通的基本原则并掌握实用的沟通技巧，从而全面培养学生的沟通实践能力，提高学生的综合素质和社会适应性。	72
2	电子商务 法律法规	通过本课程的学习，让学生电子商务法律法规方面的知识，内容包括电子商务的界定与电子商务法概述、电子商务主体法律法规、电子合同的法律法规、电子支付的法律法规、快递物流的法律法规、知识产权保护法律法规、消费者权益保护的法律法规、安全交易的法律法规、税收的法律法规、争议解决的法律法规、电子商务的法律责任。	72
3	商务软文 写作	本课程主要面向 B2B、B2C、O2O 等网络平台的文案描述工作，旨在培养学生敏锐的市场洞察力和创造力，指导学生掌握文案策划的依据和运作方法，能够	72

		具备文案写作与创作的能力。使学生能够在文案岗位上完成广告文案创作、微博、论坛等软文写作等工作，把握文案写作的基本模式和效果预测方法，能够自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事文案工作奠定坚实的理论和实践基础。	
4	电子商务 数据分析 (初级)	本课程旨在培养学生数据思维，帮助学生了解基础数据采集的流程，掌握数据分类与处理的方法，学会进行数据描述性分析、基础数据监控与报表制作，从而初步具备数据处理及分析能力。	72

4. 岗位实习

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最后一个环节。通过岗位实习，使学生更好的将理论与实践相结合，全面巩固、锻炼实际工作技能，为就业奠定坚实的基础；岗位实习使学生在真实的环境中训练实用技能，锻炼从事网店运营与管理、客户服务、直播运营等方面工作的综合职业能力，增强社会适应能力，提高就业竞争力、增强动手能力、协作能力、专业技术能力和对社会的认知能力，助力培养适应社会主义市场经济发展、能快速跟踪电子商务新动向和新技术的高素质、高技能人才。

七、教学进程总体安排

(一) 教学时间安排

表 7 教学时间安排表

学年	周数	内容	教学（含理实一体教学及专门化集中实训）	复习 考试	机动	假期	全年 周数
一			36	2	2	12	52
二			36	2	2	12	52
三			38（其中，岗位实习 20 周）	1	1	5	45

（二）授课计划安排建议表

表 8 授课计划安排表

课程类别	序号	课程名称	学时	学分	实践学时	按学年、学期教学进程安排 (周学时/教学周数)					
						第一学年		第二学年		第三学年	
						1	2	3	4	5	6
公共基础课程	公共必修课程	1	思想政治	144	8		2	2	2	2	
		2	语文	198	11		4	4	3		
		3	历史	72	4		2	2			
		4	数学	144	8		3	3	2		
		5	英语	144	8		3	3	2		
		6	信息技术	144	8	108	4	4			
		7	体育与健康	144	8	72	2	2	2	2	
		8	艺术	36	2	16	1	1			
		9	劳动教育	36	2	18	1	1			
		小计（占总课时比例 32.2%）		1062	59	214	22	22	11	4	0
	公共选修课程	1	海洋科学	36	2	18			任 选 1		
		2	四史教育	36	2	18					
		3	中华优秀传统文化	36	2	18			任 选 1		
		4	职业素养	36	2	18					
		5	创新创业教育	36	2	18					
		6	健康教育	36	2	18					
		7	环保教育	36	2	18					
		8	安全教育	36	2	18					
		小计（占总课时比例 2.2%）		72	4	36	0	0	2	2	0
专业课程	专业基础课程	1	电子商务基础	72	4	36	4				
		2	零售基础	54	3	27			3		
		3	网络推广	72	4	36				4	
		4	商品拍摄与图片处理	72	4	36		4			
		小计（占总课时比例 8.2%）		270	15	135	4	4	3	4	0
专业课程	专业核心课程	1	网店运营	36	2	18		2			
		2	客户服务	36	2	18	2				
		3	短视频视觉设计与制作	72	4	36				4	

		4	市场营销	72	4	36			4			
		5	网络营销	72	4	36		4				
		6	新媒体营销	36	2	18			2			
		7	直播销售	72	4	36		4				
		8	直播运营实务	72	4	36			4			
		小计（占总课时比例 14.2%）		468	26	234	2	2	8	14	0	0
	专业拓展课程	1	商务沟通与礼仪	72	4	36	2	2				
		2	电子商务法律法规	72	4	36			4			
		3	商务软文写作	72	4	36			2	2		
		4	电子商务数据分析 （初级）	72	4	36				4		
		小计（占总课时比例 8.7%）		288	16	144	2	2	6	6	0	0
岗位实习	在线客服综合实训		4 周	4	120					4		
	网上开店综合实训		4 周	4	120					4		
	网络营销综合实训		4 周	4	120					4		
	电子商务综合实训		6 周	6	180					6		
	岗位实习		20 周	20	600						20	
	小计（占总课时比例 34.5%）		1140	38	1140							
综合素养课程	1	入学教育与军训	60	2	36	2						
	2	社会调查与实践		4			1	1	1 周	1		
	3	就业指导		1							1	
	4	毕业教育		1							1	
	小计（占总课时比例 1.8%）		60	2	36							
周课时及学分合计			3300	158	1939	30	30	30	30	30	30	
总学时			3300		1939	实践学时占比 58.8%						

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 教师队伍结构

专任教师队伍的数量、学历和职称符合教育部颁布的《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，具有合理的梯队结构，相关专业高级职称教师 10 人，专任教师中具有高级专业技术职务人数达到 29%，中级以上专业技术职务的专业教师 15 人。建立“双师型”专业教师团队，其中“双

师型”教师达到 63%；并具有业务水平较高的专业带头人。

2. 专业带头人

***，高级讲师，**省优秀教师，**市教育局教育信息工作先进个人，高级电子商务师。他具有较强的实践能力，能广泛联系行业企业，了解国内外电子商务行业发展新趋势，准确把握行业企业用人需求，具有组织开展特色化专业建设、教科研工作和企业服务的能力，在本专业改革发展中起引领作用。连年被评为优秀教师。在教育教学、教研教改、辅导学生参加电子商务技能比赛并取得了较好的成绩。

3. 专任教师

专任教师有良好的师德和扎实的专业理论知识；100%的教师具有中等职业学校教师资格证书，60%具备中级以上职业资格；教师具备开展实施课程思政能力，能够落实课程思政要求，深挖课程思政资源，落实教师每年不少于一个月的企业实践，五年不少于 6 个月的企业实践要求，对本专业课程有较全面的了解，全部有企业工作经验或实践经历，能把握本专业前沿知识与技术，具备教学设计和实施能力。

4. 兼职教师

对接企业新经济、新技术、新业态、新职业，从行业企业聘请兼职教师 8 人，企业兼职教师占比 20%以上，均具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神。兼职教师参与本专业的教研活动，把企业的新方法、新技术、新工艺、新标准引入教学当中，对教学中存在的问题及时进行总结和反思。

（二）教学设施

本专业配备电商实训中心和校外实训基地。

1. 电商实训中心

电商实训中心配备视觉化营销实训室、新媒体营销综合实训室、电子商务综合实训室、电子商务客户服务综合实训室、摄影综合实训室、直播实训室、电子商务生产性实训基地等，主要设施设备及数量见下表。

表 9 校内实训一览表

序号	实训室名称及面积	对应课程	主要设施设备	
			名称	数量
1	视觉化营销实训室 70 m ²	商品拍摄与素材编辑	计算机	45 台
		市场营销 数字化零售运营 短视频视觉设计与制作	影像处理系列软件	1 套
2	新媒体营销综合实训室 70 m ²	市场营销	计算机	45 台
		网络推广	电子商务模拟软件	1 套
		新媒体营销	电子商务物流软件	1 套
		数字化零售运营 短视频视觉设计与制作	服务器中心	1 套
3	电子商务综合实训室 70 m ²	网络推广	计算机	50 台
		网络营销	电子商务综合实训模拟软件	1 套
		短视频视觉设计与制作	服务器中心	1 套
4	电子商务客户服务综合实训室 70 m ²	客户服务	计算机	50 台
			客户服务综合实训模拟软件	1 套
5	摄影综合实训室 50 m ²	商品拍摄与素材编辑	摄影设备（卡片机、柔光箱等）	10 套
		直播营销	电动背景幕布	1 套
		短视频视觉设计与制作	模特	5 个
6	直播实训室 20 m ²	直播营销 直播运营实务	直播设备	5 套
7	电子商务生产性实训基地 400 m ²	市场营销	办公电脑桌椅	60 套
		网络推广	电脑	60 台
		新媒体营销	液晶显示屏	1 台
		数字化零售运营	商品展架	4 组

		短视频视觉设计与制作 网上创业实战		
--	--	----------------------	--	--

2. 校外实训场所基本要求

选择**企业、**企业、**企业、**博物馆、**科技馆等开展校企合作，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”。

3. 实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供网络推广、视觉设计、网店运营、电商直播等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

（三）教学资源

1. 教材选用要求

按照《职业院校教材管理办法》要求，学校建立由专业教师、行业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。规范程序选用教材，优先选用国家规划教材、国家优秀教材和省级规划教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态。

2. 图书文献配备

图书资料配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：《电子商务法》《中国电子商务法律法规政策汇编》《电子商务概论》《电子商务优秀设计案例》《电子商务数据分析》等书籍，以及《电子

商务》《商业经济研究》等专业学术期刊，同时使用现代化图书软件，实现高效管理，方便师生查询、借阅，做到及时更新，科学剔除。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书资料。

3. 数字资源配备

推进信息技术与教学有机融合，加快建设智能化教学支持环境，建设能够满足多样化需求的数字资源。建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

公共基础课程教学，根据教育部有关教育教学及“三教”改革要求，打造优质课堂，推动课堂革命，充分利用信息化教学手段，采用案例式、启发式、情景式等教学方法，调动学生学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定扎实基础。

专业基础课采用项目教学、启发式教学、情景教学、案例教学等方法，利用集体讲解，师生对话，小组讨论、案例分析、模拟经营、企业参观等形式，配合教学软件、多媒体教学课件、数字化教学平台等教学工具，使学生更好地理解和掌握电子商务的各项基础技能，为以后的学习和创业进行铺垫。

专业核心课及拓展课可以采用任务驱动式教学、理实一体化教学、项目教学等方法组织教学，运用启发式、探究式、讨论式、参与式教学形式，利用模拟情景分析、集体讲解、小组讨论、案例分析、分组训练、综合实践等形式，配合实验设备、多媒体教学课件、数字化教学资源、仿真模拟软件等手段，使学生体验电子商务的运营过程，达到能灵活运用电子商务技术、营销等方面技能的目的，提升教学效率。注重实践操作，运用小组合作、成果展示、技能比赛等方式开展教学活动。教学中应注重情感态度和职业道德的培养，将文化基础课相关知识与专业训练相融合，注重知识的应用。应突出学生的主体作用，使学生在“做中学、学中做”的工作过程体验中完成学习任务，培养学生分析问题、解决问题能力。

（五）学习评价

根据本专业培养目标和以人为本的发展理念，建立科学的评价标准。学习评

价体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，广泛吸收学生、家长、行业企业和其他社会组织参与评价，实现评价方式多元化，积极探索多方参与的教学质量评价机制。

1. 以实习实训考核为主，以理论教学考核为辅，注重“能力融合”“技术综合”的现代考试观念，以职业资格认证与技能大赛为评价指标。

2. 考核方式采用阶段过程性考核与综合考核相结合的方式，可由随堂进行的技能考核、电子商务项目各个阶段结束点的综合考核组成。技能考核以电子商务项目中的具体技能任务为主，采用作业和练习的方式；综合考核采用作品展示等形式，以小组为单位，分别完成小组项目汇报展评。

3. 坚持过程性评价与结果性评价相结合、主观评价与客观评价相结合的评价原则。过程性评价，应从情感态度、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测评；结果性评价应从完成项目的质量与效果、技能的熟练程度等方面进行评价。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；结果性评价内容包括：小组汇报总结、项目实施报告、汇报演讲、项目答辩考核成绩等。

4. 理论教学考核采用课堂表现评价、作业评价、学习效果课堂展示、综合笔试等多元评价方法。考核比例及要求如下：

①过程评价占 60%。主要针对出勤情况、课堂提问、随堂检测等情况通过学生自评、学生互评、教师评价、企业评价方式对学生进行评价。

②结果评价占 30%。通过项目知识考核、岗位技能考核、职业素养考核、赛证标准考核等方式进行评价。

③增值评价成绩占 10%。通过大赛获奖、证书考取等方式进行评价。

5. 坚持以自我评价、同伴评价、教师评价、企业导师评价、教学系统评价、市场用户等形成的多元化的评价体系。坚持以学习能力、营销能力、创新能力、协作能力、操作能力等评价指标组成的多维度评价标准。

6. 考核评价应纳入一定的电商企业专业人员评价（课堂成果、岗位实习评价）。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形成，兼顾对节约意

识，网络安全意识的考核，注重操作在实际中的应用。

（六）质量管理

1. 建立专业人才培养质量保障机制

建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 完善教学管理机制

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、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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. 建立专业建立集中备课制度

专业教研组织应建立集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

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。

九、毕业要求

（一）学业考核要求

学生通过规定年限的学习，修满电子商务专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，达到电子商务专业人才培养方案所规定的素质、知识和能力等方面要求。按照课程类型的不同，采用不同的考核与认证方法。职业核心能力课程和专业基本技能课程由校内教师考核；单列实习实训由校内、外指导教师共同考核，以校内为主；顶岗实习由校内外指导教师共同考核，以校外为主；专业核心技能课程采用“课程考核职业技能认证”的方式进行考核。单项课程成绩考核不足 60 分者不予合格，必修课必须重修。顶岗实习毕业生实习成绩不合

格必须重修。通过综合素质评价平台考核要求，最低学分要求不低于 172 学分。

表 10 学业考核要求

序号	毕业要求	具体内容	备注
1	课程与学分要求	最低学分要求不低于 172 学分，否则不予毕业。	
2	职业类证书要求	至少取得 1 种职业资格证书或职业技能等级证书	
3	计算机水平要求	通过课程考试或参加全国计算机等级考试，取得相应证书或等同的其他证书。	
4	参加岗位实习并成绩合格	参加岗位实习并成绩合格	
5	综合素质要求	通过综合素质评价平台考核要求	
6	符合在校学生学籍管理规定中的相关要求。		

（二）证书考取要求

学生在校期间可考取电子商务师职业资格证书（初级）、1+X 电子商务数据分析职业技能等级证书（初级）、1+X 电子商务网店运营职业技能等级证书（初级）、全国计算机等级考试证书等，根据相关政策规定，鼓励学校将职业技能等级标准有关内容及要求有机融入专业课程教学，优化专业人才培养方案。1+X 证书制度的有效实施，可将课程体系、课程结构两方面与 1+X 证书相融通。在教学过程中，运用“嵌入法”、“补充法”“强化法”等教学方法，对比人才培养方案中“学习内容、知识能力要求、职业范围”等描述与证书内容和要求进行比对，直接与 1+X 证书进行对接，将证书的全部内容嵌入专业课程体系中，学生在完成校内课程的基础上，学习相关专业知识，通过对比、分析、划分大部分一致的课程，再对有差异的课程进行多种专业方向课程体系构建，以实践课的形式进行证书课程的补充，对某些重点职业需求的技能课程进行方法强化，增加专业课程体系的学时，并重新划分专业基础课、专业主干课以及专业核心课。