



四川省商务学校



四川省商务学校  
SICHUAN VOCATIONAL SCHOOL OF COMMERCE

# 电子商务专业人才培养方案

## (2020 级)

电子商务专业  
2020 年 6 月



## 目录

一、 专业名称（专业代码） .....	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 .....	3
六、 课程设置及要求 .....	4
七、 教学进度总体安排 .....	8
八、 保障实施 .....	8
九、 毕业要求 .....	12
十、 附录 .....	13



## 一、专业名称（专业代码）

电子商务（121100）

## 二、入学要求

初中毕业或具有同等学力者。

## 三、修业年限

3年

## 四、职业面向

序号	专业方向	相应的职业岗位群	职业资格证书
1	网络营销	网上商店、专卖店、百货超市等的销售员、营业员、接单员等。	电子商务员证书，由劳动部颁发。 营销员（推销员）证书，由劳动部颁发。 计算机文字录入处理员，由劳动部颁发。
2	客户服务	客户服务岗位包括：网店客服、前台接待、业务文员、办公文员。	秘书证书，由劳动部颁发。 电子商务员证书，由劳动部颁发。
3	网站维护	相关企业的网站维护、信息搜集、网页设计	网络编辑员（四级）证书，由劳动部颁发。 计算机文字录入处理员，由劳动部颁发。 电子商务员证书，由劳动部颁发。
4	电子商务运营	网站策划编辑、网站推广、网站运营、搜索引擎优化等。	电子商务员证书，由劳动部颁发。

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业面向中小企业网络营销、网上交易、客户服务、仓储管理及配送、旅游电子商务、电子商务网站管理与维护等就业岗位，培养生产、管理、服务第一线需要的，具有电子商务相关知识，具备电子商务实际应用能力和业务处理能力的高素质复合型中等专业人才。

### （二）人才培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

#### 1. 素质

（1）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社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感和中华民族自豪感；崇尚宪法、遵法守纪；具有社会责任感和社会参与意识。

（2）具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动、履行道德标准和行为规范；具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；勇于奋斗、乐观向上，具有职业生涯规划意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

（3）具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄、心理和健全的人格；具有感



受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，有一定的审美和人文素养；掌握一定的学习方法，养成良好的生活习惯，以及良好的行为习惯和自我管理能力。

（4）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。

## 2. 知识

- （1）掌握必备的德育、公共基础知识和中华优秀传统文化知识。
- （2）掌握与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产、知识产权保护等知识。
- （3）掌握电子商务基础知识。
- （4）掌握电子商务网站信息采集与信息加工相关知识，能完成信息搜集、原创、编辑、发布等信息处理工作。
- （5）掌握电子商务网站设计相关知识，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）掌握网络营销推广相关知识，能根据需求应用各类平台和应用终端进行网络推广。
- （7）掌握商品拍摄及图片、视频处理相关知识。

## 3. 能力

- （1）具有执行能力、应变能力、团队协作与承压能力。
- （2）具有良好的语言表达、文字表达和沟通能力。
- （3）具有较强的逻辑思维能力并能独立处理问题。
- （4）具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

### ● 专业(技能)方向——客户服务

- （1）了解客服行为规范客户，能与顾客沟通顺畅。
- （2）熟悉订单流程，能根据客户需求进行商品推荐，促成交易。
- （3）熟悉客户信息搜集与管理的方法。
- （4）掌握商品问题、物流问题、支付问题等客户问题处理方法。
- （5）掌握客户分类方法，并能根据客户需求差异化服务。
- （6）熟悉只能客服机器人在客服工作中的应用。

### ● 专业（技能）方向——网络营销

- （1）掌握网络推广新趋势、新思维。
- （2）能根据企业需求，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。
- （3）掌握 SEO 作用与原理，掌握关键词挖掘策略和方法。
- （4）掌握商品标题制作与优化，详情页优化等职业技能。
- （5）能根据目标客户、产品特点、品牌塑造需要进行营销策略的制定和执行。
- （6）熟悉各大应用平台操作流程和规则，能根据需要进行信息编写和推广。

## 六、课程设置及要求

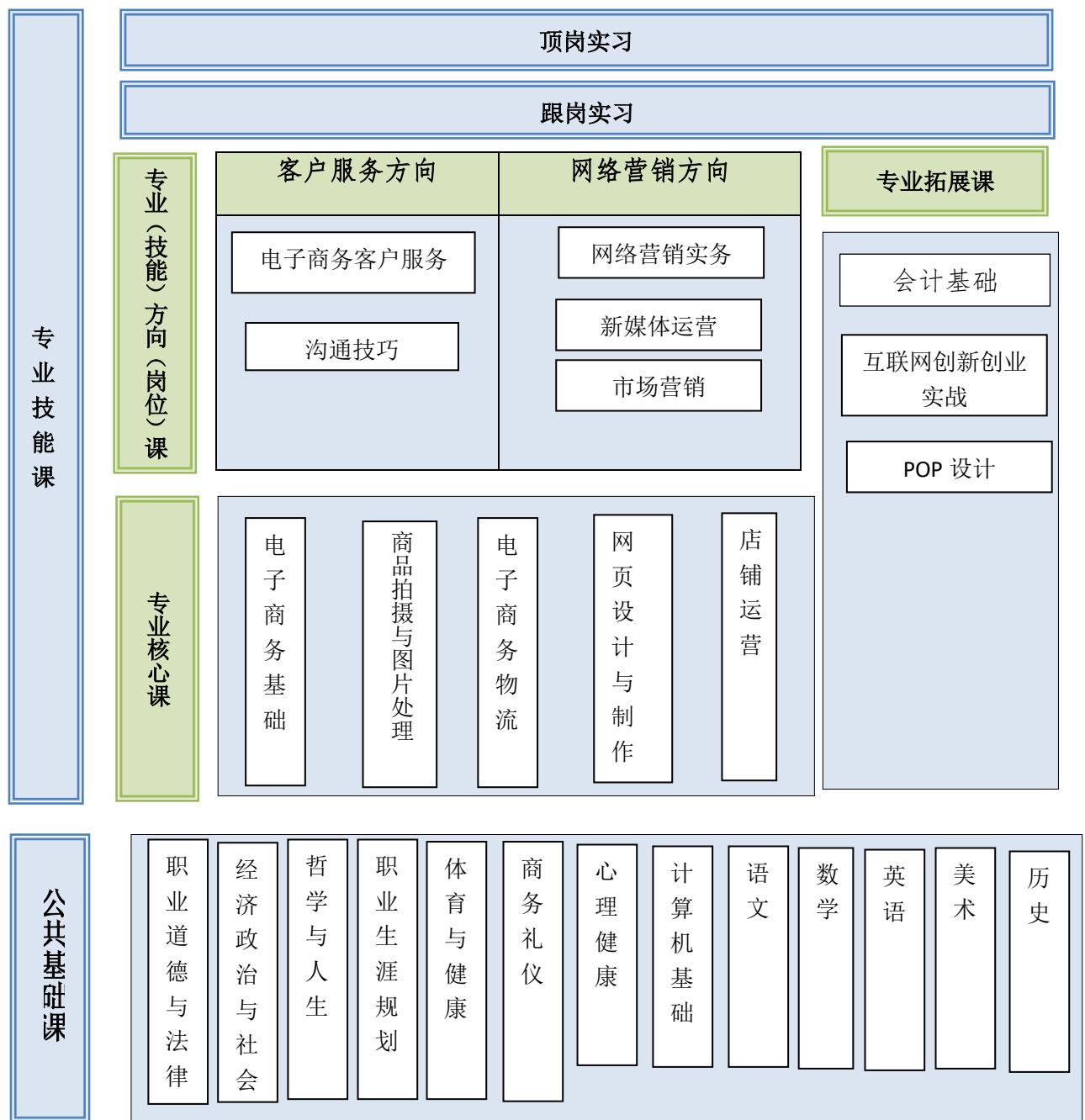
本专业课程设置分为公共基础课和专业技能课。

公共基础课包括德育课、文化课、体育与健康、公共艺术、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核心课、专业（技能）方向课和专业选修课，实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。



课程结构如下图：





### (一) 公共基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	职业道德与法律	依据《中等职业学校职业道德与法律教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
2	经济政治与社会	依据《中等职业学校经济政治与社会教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
3	哲学与人生	依据《中等职业学校哲学与人生教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
4	职业生涯规划	依据《中等职业学校职业生涯规划教学大纲》开设，并与专业实际行业发展密切结合	36
5	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	216
6	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	144
7	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	144
8	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康教学指导纲要》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	144
9	商务礼仪	为培养学生礼仪素养开设，并与专业实际和行业发展密切结合	18
10	心理健康	依据《心理健康教学大纲》开设，注重增强学生心理健康水平。	18
11	美术	依据《中等职业学校公共艺术课程教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
12	计算机应用基础	依据《中等职业学校计算机应用基础教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	108
13	历史	依据《中等职业学校历史教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36

### (二) 专业技能课程

#### 1. 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容与要求	学时
1	电子商务基础	了解电子商务的基础设施、软件、工具、安全以及电子支付系统、物流基础等知识，利用软件模拟电子商务操作流程掌握电子商务的运作模式和基本流程。	36
2	电子商务物流	现代物流与配送的相关概念、基本环节、运输、包装、配送、储存、流通加工及信息管理的基本知识和基本方法。	72
3	商品拍摄与图片处理	掌握网络店铺商品定位的一般原理，商品拍摄布景的基本流程；掌握各类商品拍摄要点、网络商品拍摄光线处理、商品拍摄布景策划方法。介绍平面及立体构	36



		图基本知识和计算机彩色模式及基本配色原理；图形图像文件格式及不同格式的特点和相互间转换的基本知识；点阵图像和矢量图形的特点；动画的基本概念；平面图像处理软件(Photoshop)的基本使用。	
4	网页设计与制作	掌握 Html、网页制作的基本方法与技能，能综合运用软件技术、开发工具和电子商务基本知识进行网页设计与制作。	72
5	店铺运营	全面了解网上开店流程和运营过程。学会主流网店平台进行网店注册、商品上架、店铺装修、日常运营等应用。	72

## 2. 专业方向课程

序号	课程名称	主要教学内容与要求	学时
1	市场营销	了解市场营销的概念；能分析案例中的市场营销环境；判断消费者市场和消费者行为；会使用市场营销调研的基本方法；会细分市场及对市场进行正确定位；能够分析常用产品的特色、品牌、包装及其定价策略；会使用常用的促销策略。	72
2	沟通技巧	培养学生的销售能力、客户服务能力，同时养成积极自我沟通以培养积极心态、亲和力、人际沟通力等职业素养，促进学生的人格素养、人际沟通素养的养成。	72
3	电子商务客户服务	了解客户接待的准备工作，掌握客户服务语言技巧；了解客户选择与开发的渠道、方法；掌握 ABC 分类法，对现有顾客进行分类管理；理解客户期望，掌握满足客户期望的方法，提升客户满意度；了解客户流失的原因及解决方法。	72
4	新媒体运营	了解新媒体运营以及新媒体运营各模块的具体内容。包括产品运营、内容运营、用户运营和活动运营等内容。	72
5	网络营销实务	网络营销概述、网络营销环境与技术应用、商务站点建设与推广、网上市场调查技术、网络营销对象分析、网络营销基本策略、网络营销 4C 策略、网络广告策略、网络营销战略与计划、模拟实验等。 通过学习，了解网络营销的基本理论与操作，初步掌握网络营销的技巧。	72

## 3. 专业拓展（选修）课

序号	课程名称	主要教学内容与要求	学时
1	会计基础	掌握各种会计核算方法，能填制记账凭证、会计账簿、企业主要经济业务账务处理等内容。	72
2	POP 设计	通过学习本课程使学生了解 POP 设计的基础知识、基	72



		本类型和表现手法，掌握 POP 广告设计的创意和一般手法。	
3	互联网创新创业实战	培养职高学生的创业意识和品德，掌握创业的知识和方法，并通过成功人士的创业案例，激发学生毕业后自主就业、自我创业的主动性和积极性。	72

#### 4. 综合实训

根据学校的教学要求灵活安排综合实训，建议采用计算机应用的综合项目或企业真实项目，也可以和学生职业技能鉴定相结合。时间安排可结合课程的进度，安排在每个学期，也可以集中安排在一个学期。

#### 5. 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岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致。在确保学生学习总量的前提下，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。

### 七、教学进度总体安排

#### （一）教育教学活动分配建议

每学年教学时间 40 周（含考试和工学交替），周学时为 28 学时，顶岗实习按每周 30 小时（1 小时折合 1 学时）安排，3 年总学时 3216，其中公共基础课约占总学时的 1/3，专业技能课学时约占 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。教学安排建议见表：教学安排建议

表：教学安排建议

学年	项目 学期	军训 入学 教育	课 程 教 学	考 试	学 期 机 动	工 学 交 替	顶 岗 实 习	假 期	学 期 周 数 合 计	学 年 周 数 合 计
一	1	2	16	1	1	1		5	26	54
	2		16	1	1	2		8	28	
二	3		16	1	1	2		4	24	52
	4		16	1	1	2		8	28	
三	5						20	4	24	52
	6						20	8	28	
合计		2	64	4	4	7	40	37	158	158

说明：第一学期新生提前 2 周入学。

#### （二）教学进程安排表

教学进程安排表见附录。

### 八、保障实施

#### （一）师资队伍



## 1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 20: 1, 双师素质教师占专任教师比例不低于 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

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, 要求:

- (1) 必须具有中等学校及以上教师职业资格证书;
- (2) 具有本专业相关中级以上职业资格证书或相应技术职称。

## 3. 专业带头人

专业带头人应有较高的业务能力, 具有高级职称和高级职业资格证书, 能够较好地把握国内外行业、专业发展, 能密切联系行业企业, 了解行业企业对电子商务专业人才的实际需求, 教学设计、专业研究能力强, , 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。

## 4. 兼职教师

主要从行业企业聘任, 具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神, 具有丰富实践经验, 具有较高的专业素养和职业能力, 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专业教学任务。

## (二) 教学设施

根据电子商务专业的能力培养目标, 按照行业标准和职业岗位要求, 通过校企合作, 进一步扩建和完善现有校内实训基地的设备设施和软件平台, 充分满足校内实训的需求。

### 1. 专业教室基本条件

配备多媒体交互式一体机、校园网和互联网接入, 具有网络安全防护措施; 逐步达到智慧教室要求; 安装应急照明装置并保持良好状态, 符合紧急疏散要求, 标志明显, 保持逃生通道畅通无阻。

### 2. 校内实训基地基本要求

实践教学条件应按照专业核心课程的学习情境、一次可容纳至少 40 名学生需要进行配置, 配备校园网和互联网接入环境。

#### (1) 校内实训(实习)基地:

序号	名称	实训内容	工位数
1	电子商务沙盘实训室	1. C2C、B2C 网店平台操作实训 2. 电子商务客户服务实训 2. 新媒体运营实训	40
2	电商创业基地	1. 商品图片拍摄、处理 2. 文案策划	8
3	商务谈判实训室	1. 客户服务实训 2. 谈判与沟通实训	30
4	电子商务运营实训中心	1. 商品拍摄实训 2. 视频拍摄实训 3. 图形图形处理实训 4. 视频拍摄、剪辑实训 5. 互联网直播实训 6. 新媒体运营实训	40



### (2) 校外实习实训基地

序号	基地名称	依托单位	地点	单位性质	单位职工规模类型	基地容量(人次/年)	功能(认知实训/单项实训/综合实训/认知实习/贴岗实习/顶岗实习)
1	京东	京东	成都市	私企	1000	50	认知实习、贴岗实习、
2	伊藤洋华堂	伊藤洋华堂	成都市	私企	1000	30	顶岗实习

### (三) 教学资源

#### 1. 仿真教学资源

序号	系统(平台)名称	面向项目	使用环境	备注
1	优优汇联电商实训软件	电商真实情境模拟实战	机房	
2	电子商务综合实训软件	图形图像处理实训、客户服务、电商运营、网上开店	机房	

#### 2. 其它资源

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) 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材, 禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、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。

##### (2) 图书文献配备基本要求

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。专业类图书文献主要包括: 有关电子商务理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书, 经济、管理、信息技术类文献等。

##### (3) 数字教学资源配置基本要求

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

本专业教学主要采用教师理论讲授与学生课堂实操相结合的教学方法, 教学要配备满足教学需要的多媒体教师机。可采用以下并不限于以下方法:

1. 课堂讲授: 结合教材中的重要知识点, 并通过参考相关的书籍教材丰富教学内容, 使学生掌握本学科的基础理论知识。
2. 案例分析法: 针对教学中的重点和难点, 设计教学案例, 让学生根据所学内容进行



分析, 加强学生对知识的理解, 使学生准确掌握相关知识点, 缩短理论与实践的差距, 培养分析问题的能力。

3. 讨论法: 由同学根据教学要求阅读扩充资料及其他参考文献, 上课提问和教师答疑, 或由若干同学以小组形式准备交流, 加深重点问题理解。

4. 视频教学法: 收集有关视频, 在课堂上进行播放, 让学生分析其中的推广策略、并对其中的销售主体进行分析。

5. 组织参观: 有条件的情况可组织到具体的线下运营场所参观, 实地观察、体验电子商务行业工作岗位、工作内容。

6. 项目实作: 通过校企合作企业或者校内实训基地的真实项目引入, 引导学生学以致用。比如年货节、企业节假日线上线下促销等活动, 学生可通过各类平台进行实践操作, 理论结合实际。

## （五）学习评价

由学校、学生、用人单位三方共同对学生的学习进行评价, 既利于学生学习、也利于教学活动的开展。评价内容重点包括学生专业综合实践能力、“1+X”证书获取率等, 要从关注学生知识技能的掌握向解决问题的综合应用能力的提升转变, 兼顾学生认知、协作和创新能力的发展。要通过评价的合理实施, 激发学生学习兴趣。

### 1. 评价原则

评价要发挥诊断、反馈、激励、导向的功能, 客观、综合反映学生的学业水平。应通过灵活多样的评价方式激励和引导学生学习, 鼓励自主学习。要通过科学的评价, 渗透成长性思维理念, 激发学生学习兴趣, 帮助学生树立自信心, 提高学生的自我成就感。

呈现评价结果时, 多采用评价报告、学习建议等方式, 适当采用鼓励性语言, 激发学生内在学习动机, 帮助学生明确自己的不足和努力方向。评价内容与手段要有利于学生学习, 要引导教师利用评价结果来诊断和改进自己的教学, 发挥评价与教学的相互促进作用。

评价要面向全体学生, 注重学生主体作用的发挥, 要让学生明确评价目标, 参与评价标准的制订, 通过评价信息的收集和评价结果的交流, 成为评价过程的参与者。要以多样化的评价促进学生学科核心素养的提升, 将教师评价、学生自评和学生互评相结合, 合理引入智能评价, 综合运用多种评价手段和方法, 针对不同的教学内容和学生特点, 量化评价与质性评价相结合; 不能简单地以分数或等级来评估学生, 多采用表现性评价语言, 注重学生在不同起点上的提升。

评价要体现职业教育的特点, 参考企业的评价方式和内容, 将项目任务的完成度、完成效率、完成质量和创新度作为评价标准, 可适度引入行业、企业的直接评价。评价要多选择与职业岗位相关联的内容, 考察学生完成任务的综合能力。

### 2. 评价方式

评价要注重过程性评价与总结性评价相结合。过程性评价应基于课程核心素养, 在考察学生相关知识与技能的掌握程度和应用能力的基础上, 关注学生完成项目过程中所获得的实践经验、语言文字表达和人际交往及合作能力、工作任务或项目完成情况、安全意识、操作规范和节能环保意识等方面的发展, 评价要体现出学生在学习过程中各方面能力的提升情况, 要充分利用信息技术, 采集学生的学习过程信息, 客观评估学生的学业情况、学习表现与学习态度。总结性评价应基于学生适应职业发展需要的职业能力和学习迁移能力培养要求, 考察学生知识与技能的综合运用能力、课程核心素养发展水平, 以及自我创新和团队协作等方面的表现, 全面、客观地评价学生的学业状况。

评价内容的选择、评价情境的创设要科学合理, 注重评价的信度和效度。评价内容的设



计要贴近生产、生活实际,注重实用性和导向性;评价情境的创设要有利于评价目标的落实,有利于引导学生学习能力的提高。评价要考虑学生的个性差异,从学习内容、学习表现、实践应用、自主学习和协作创新等几个方面进行全面与综合性的考核,促进学生个性化发展。

#### (1)课堂教学效果评价方式

采取灵活多样的评价方式,主要包括笔试、作业、课堂提问、课堂出勤、实训以及参加各类型专业技能竞赛的成绩等。

#### (2)实训实习效果评价方式

实训实习评价:采用实习报告与实际操作水平相结合等形式,真实反映学生对各项实训实习项目的技能水平。

顶岗实习评价:成立由企业(兼职)指导教师、专业指导教师和辅导员(或班主任)组成的考核组,主要从学生的实习日志、实习报告、实习单位综合评价等方面对学生在顶岗实习期间的劳动纪律、工作态度、团队合作精神、人际沟通能力、专业技术能力和任务完成等方面情况进行考核评价。

### 3. 评价运用

评价结果应重点聚焦学生核心素养与职业能力的发展变化。要结合学习过程,针对学生的个性特点,对评价结果进行个性化分析、发展性解读。评价结果的反馈,应注意方式和范围,要积极创造条件,让学生参与评价结果的判断和解读过程。在呈现评价结果时,应根据评价目的和要求,选择恰当的反馈方式。

## (六) 质量管理

(1)学校和系部应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制,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,达成人才培养规格。

(2)学校和系部应完善教学管理机制,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)学校应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)专业教研组织应充分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。

## 九、毕业要求

### (一) 基本要求:

学生通过规定年限的学习,修满专业人才培养方案规定的课程和学时,达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。鼓励运用大数据等信息化手段记录、分析学生成长记录档案、职业素养达标等方面的内容,纳入综合素质考核,并将考核情况作为是否准予毕业的重要依据。

- 1.学生毕业需要同时具备以下条件:
- 2.学习课程全部考核合格;
- 3.顶岗实习考核成绩合格;
- 4.综合素质考核合格;
- 5.至少获得一种职业资格证书或行业资格证书。



## (二) 其它能力要求:

1	专业能力	熟练运用从事电商数据分析、产品销售、网络营销策划等专业活动所需的知识、技能和工具等
2	问题分析	能够应用电子商务专业知识的基本原理,发现并分析电商企业实际问题
3	问题解决	熟练运用电商专业知识,对网络营销策划、电商数据分析等专业领域的问题进行研究分析,设计并执行相应的解决方案
4	信息化能力	熟练运用新一代信息技术,熟练使用电商运营常用办公软件
5	创新能力	具备创新意识,了解基本的创新方法
6	职业规范	具有良好的思想政治素质、道德品质、团队协作意识和文化修养
7	个人与团队	能够在跨部门的团队中发挥个体、团队成员以及承担有效的领导、协作和沟通作用
8	沟通合作	尊重多元观点,并能够与他人进行有效的沟通;具备全局观念,能够与团队其他成员进行良好的协作
9	履行责任	遵守职业规范和社会规范,认知和履行相应的责任。
10	终身学习	具备自主学习能力和终身学习意识和行动

## 十、附录

### 1. 教学进程安排表



课程分类	课程名称	学时分配			各学期周数、学时分配					
		总学时	知识讲授	技能训练	1周	2周	3周	4周	5周	6周
公共基础课程	职业道德与法治	36	36		2					
	经济政治与社会	36	36			2				
	哲学与人生	36	36				2			
	职业生涯规划	36	36					2		
	语文	216	216		4	4	2	2		
	数学	144	144		2	2	2	2		
	商务英语	144	144		2	2	2	2		
	体育与健康	144		144	2	2	2	2		
	商务礼仪	36		36		2				
	心理健康	18	18			1				
	美术	36	18	18	2					
	计算机应用基础	108	54	54	6					
	历史	18	18			1				
	合计	948	696	252						
专业核心课程	电子商务基础	36	36		2					
	商品拍摄与图片处理	108	36	72	2	4				
	店铺运营	72		72		4				
	电子商务物流	72	36	36				4		
	网页设计与制作	72	36	36			4			
	合计	360	144	216						
专业(技能)方向课程	市场营销	72	36	36	4					
	沟通技巧	72		72				4		
	网络营销实务	108	54	54			6			
	电子商务客户服务	72		72			4			
	新媒体运营	108	54	54				6		
	合计	432	144	288						
专业拓展(选修)课	互联网创新创业实战	72	36	36			4			
	POP设计	72	36	36		4				
	基础会计	72	72					4		
	合计	216	144	72						
	跟岗实习	504		504					28	
	顶岗实习	540		540						30
	合计	3060	1188	1872	28	28	28	28	28	30

注：学期教学课时的计算只含理论课、实训课、考试、学期机动、顶岗实习的实际课时，其他教学环节所占课时未计入。跟岗实习按每周 28 小时(1 小时折 1 学时)安排。顶岗实习按每周 30 小时(1 小时折 1 学时)安排。