



电子商务专业人才培养方案

(2022 级)

电子商务专业
2022 年 9 月



目录

一、 专业名称及代码	4
二、 入学要求	4
三、 修业年限	4
四、 职业面向	4
(一) 职业面向	4
(二) 接续专业	4
五、 培养目标与培养规格	4
(一) 培养目标	4
(二) 人才培养规格	5
六、 课程设置及要求	6
(一) 课程结构	6
(二) 课程设置及要求	8
1. 公共基础课程	8
2. 专业(技能)课程	8
3. 综合实训	10
4. 顶岗实习	10
七、 教学进程总体安排	10
(一) 教育教学活动分配建议	10
(二) 教学进程安排表	11
八、 实施保障	11
(一) 师资队伍	11
(二) 教学设施	11
(三) 教学资源	12
(四) 教学方法	13
(五) 学习评价	13
(六) 质量管理	14
九、 毕业要求	15
(一) 基本要求	15
(二) 其它能力要求	15
十、 附录	15
(一) 教学进程安排表	15



说 明

中职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。

本方案紧密结合学校办学指导思想，根据电子商务专业发展的最新动态和地方经济社会发展的现实需求，结合学校的办学发展定位，遵循现有学生特点，推进教学内容和方法改革，体现专业特色。专业教师在企业调研、专家论证、同行教师座谈等基础上，结合目前人才培养中存在的问题，专业定位与特色、培养目标、专业方向的设置、核心课程与选修课程安排以及时间教学环节的安排等方面实际情况编写而成。

经学校党委会批准，同意执行本方案。适用于 **2022**级电子商务专业学生。



一、专业名称及代码

电子商务（730701）

二、入学要求

初中毕业或具有同等学力者。

三、修业年限

修业年限：3 年

学历层次：中专

四、职业面向

（一）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）。

序号	专业方向	相应的职业岗位群	职业资格证书
1	网店运营	网店运营助理、新零售运营助理、视觉设计。	电子商务师（初级、中级），由第三方评价机构颁发。 1+X 网店运营推广，北京鸿科经纬科技有限公司 1+X 电子商务数据分析，北京博导前程信息技术股份有限公司
2	电商客服	网店客服、前台接待、业务文员、办公文员。	电子商务师（初级、中级），由第三方评价机构颁发。
3	网络营销	网络推广专员、新媒体运营专员、新媒体运营助理、直播销售员、直播运营助理、视频创推员。	电子商务师（初级、中级），由第三方评价机构颁发。 1+X 新媒体技术，南京奥派信息产业股份公司颁发。 1+X 直播电商，南京奥派信息产业股份公司颁发。 互联网营销师（初级、中级），由第三方评价机构颁发。

（二）接续专业

高职专科专业：电子商务、网络营销与直播电商、移动商务、农村电子商务、商务数据分析与应用、跨境电子商务、市场营销

高职本科专业：电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、市场营销

普通本科专业：电子商务、电子商务及法律、跨境电子商务、市场营销

五、培养目标与培养规格

（一）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。

（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。

（2）崇尚宪法、遵法守纪、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，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）具有良好的职业道德：能够坚持原则、忠于职守，求实务新、勤劳踏实，恪守信用、遵守纪律，实事求是、端正思想。

（4）具有良好的信息素养、计算思维、数字化学习与创新能力以及信息社会责任意识。

（5）具有互联网安全意识，遵守电子商务相关的法律法规。

（6）具有质量意识、环保意识、安全意识，遵守行业规范。

（7）具有创新意识、创新思维和工匠精神，保持与时俱进，追求精益求精。

（8）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力和职业生涯规划意识，有较强的集体意识和合作精神。

（9）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和1~2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（10）具有一定的审美和人文素养，能够形成1~2项艺术特长或爱好。

（11）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）掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等相关知识。

（3）掌握一般英语词汇与语句，掌握与本专业相关的专业词汇。

（4）掌握计算机操作系统的基本操作及基本办公软件的使用。

（5）掌握数学运算及基本的数学逻辑知识。

（6）掌握商品拍摄、图形图像处理、视频处理、网店店铺装修美化方法以及文案设计的知识。

（7）掌握店铺运营相关基础知识。

（8）掌握电子商务数据分析相关知识。

（9）掌握市场调研相关基础知识

（10）掌握电子商务日常工作中客户服务相关专业基础知识。

（11）掌握市场营销知识与网络营销相关知识。

（12）掌握新媒体运营日常工作所需的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。



(12) 掌握电子商务物流相关知识。

(13) 掌握新零售运营相关知识。

3. 能力

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题、解决问题和可持续发展的能力。

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(3) 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。

(4) 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等。

(5) 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；

(6) 具备网店设计与装修的能力，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，能够根据产品页面需求进行页面设计、布局、美化和制作。

(7) 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；

(8) 能够根据运营目标，采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户数据等各类数据，进行网络营销的分析与预测。

(9) 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；

(10) 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；能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行推广活动实施与总结。

(11) 具有客服规范，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；能够应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务。

(12) 具备新媒体运营能力，能够根据不同新媒体平台，进行文案创作与设计。

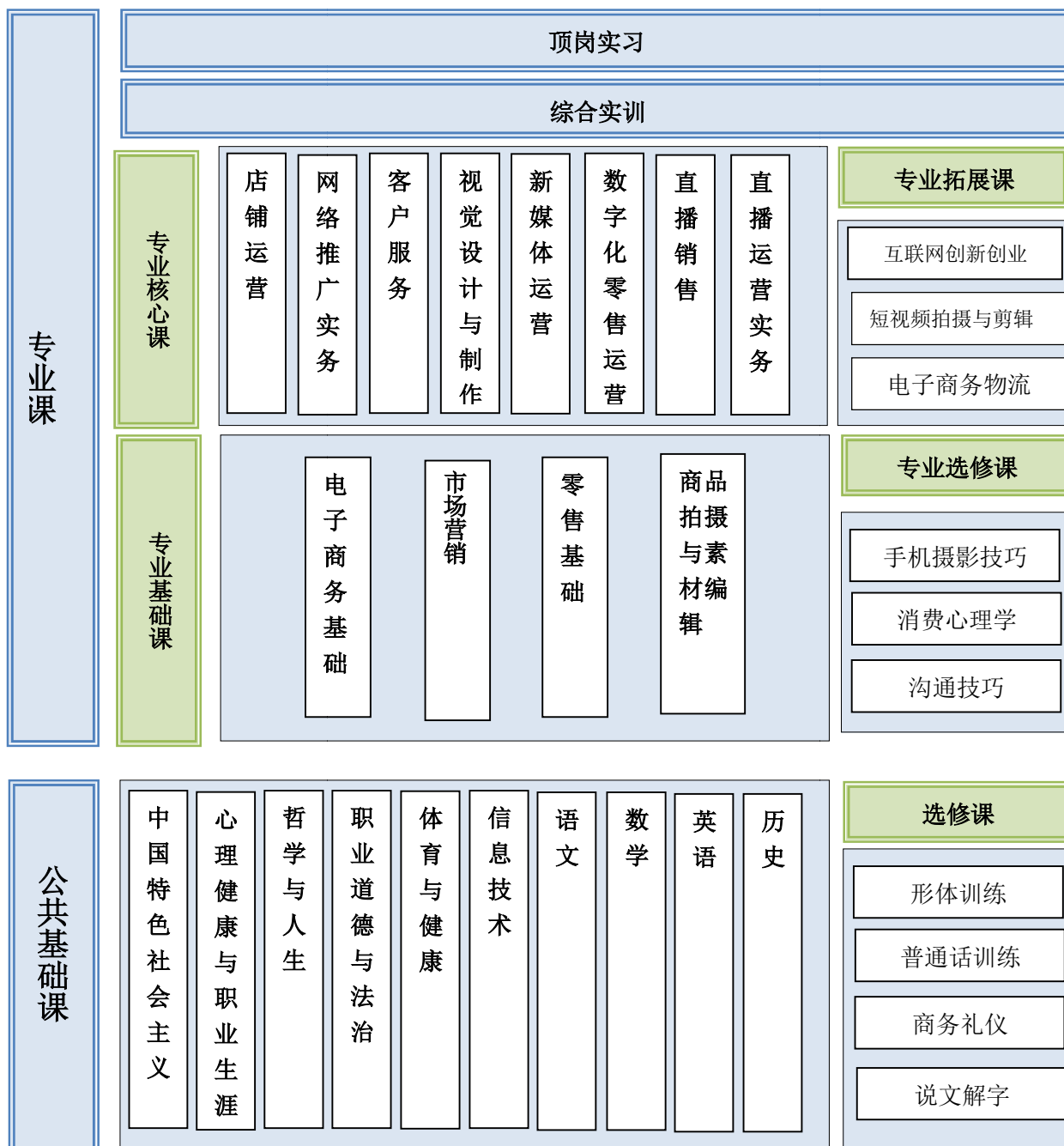
(13) 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术能力。

(14) 具有执行能力、应变能力、团队协作与承压能力。

六、 课程设置及要求

（一）课程结构

课程结构如图所示：





（二）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。

本专业课程融入思想政治教育和“三全育人”改革等要求，把立德树人贯彻到思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育等环节。

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课、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术，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、职业素养等其他限定选修课程，以及根据地方及学校特色和学生多样化需求开设的任意选修课。

专业课包括专业基础课、专业核心课、专业拓展课、专业选修课以及实习实训。专业基础课和核心课是针对职业岗位群的共同工作任务和职业能力，是不同专业（技能）方向必备的共同基础知识和基本技能。专业拓展课主要是新技术拓展课程。专业选修课主要体现职业岗位的针对性。实习实训包含校内外综合实训、认知实习、跟岗实习、顶岗实习等多种形式。

1. 公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	中国特色社会主义	依据《中等职业学校中国特色社会主义教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
2	心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校心理健康与职业生涯教学大纲》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	职业道德与法治	依据《中等职业学校职业道德与法治教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	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	信息技术	依据《中等职业学校信息技术教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	108
10	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	72

2. 专业(技能)课程

（1）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	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	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
3	商品拍摄与素材编辑	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。	36
4	零售基础	掌握零售业发展历史以及新零售的崛起背景、内涵和发展现状，掌握新零售的商业模式和运营模式。	36

(2) 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容与要求	学时
1	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	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
3	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
4	网络推广实务	网络营销概述、网络营销环境与技术应用、网上市场调查技术、网络营销对象分析、网络营销基本策略、网络广告策略、网络营销工具使用等。 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
5	视觉设计与制作	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
6	数字化零售运营	掌握新零售营销生态平台、交易平台、业务中台-客户服务、业务中台-仓储物流、门店运营与管理、数据分析等新零售业务流程。	72
7	直播销售	从主播视角掌握直播销售的内涵，掌握提升主播素养的方法，掌握选择直播商品、做好直播准备、开展直播、直播复盘全流程。	72
8	直播运营实务	掌握直播电商的相关运营知识，掌握直播准备、设计直播活动、实施直播活动、直播后期运营、直播总结	36



		与优化全工作流程。	
--	--	-----------	--

(3) 专业拓展课

序号	课程名称	主要教学内容与要求	学时
1	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
2	短视频拍摄与剪辑	掌握短视频前期拍摄、后期制作以及相关平台运营的知识，包括手机拍摄短视频的前期准备，素材的剪辑与处理，短视频的后期调整，制作短视频字幕，短视频音频的应用，短视频画面的优化处理，短视频的发布与共享，短视频的运营、推广与变现等内容。	72
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

3. 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。

4. 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、教学进程总体安排

(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、实施保障

（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. 图形图像处理实训 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、顶岗实习
2	伊藤洋华堂	伊藤洋华堂	成都市	私企	1000	30	

(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进行学习评价，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、团队合作精神和人际沟通能力、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

（一）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					
					1	2	3	4	5	6
		总学时	知识讲授	技能训练	18 周	18 周	18 周	18 周	18 周	20 周
公共基础课程	中国特色社会主义	36	36		2					
	心理健康与职业生涯	36	36			2				
	哲学与人生	36	36				2			
	职业道德与法治	36	36					2		
	语文	216	216		4	4	2	2		
	数学	144	144		2	2	2	2		
	英语	144	144		2	2	2	2		
	体育与健康	144		144	2	2	2	2		
	信息技术	108	54	54	6					
	历史	72	72		2	2				
模块合计		972	774	198	20	14	10	10	0	0
专业基础课	电子商务基础	36	36		2					
	市场营销	72	36	36	4					
	商品拍摄与素材编辑	108	36	72	2	4				
	零售基础	36	36			2				
模块合计		252	144	108	8	6	0	0	0	0
专业核心课	店铺运营（1+X 网店运营考证）	72	36	36		4				
	网络推广实务	108	36	72			6			
	客户服务	72	36	36		4				
	视觉设计与制作	72		72			4			
	新媒体运营	72	36	36				4		
	数字化零售运营	72	36	36				4		



	直播销售	72	36	36			4			
	直播运营实务(1+X 直播电商考证)	36		36				2		
模块合计		576	216	360	0	8	14	10	0	0
专业 方向 课程	互联网创新创业实战	72	36	36			4			
	短视频拍摄与剪辑	72		72				4		
	电子商务物流	72	72					4		
模块合计		216	108	108	0	0	4	8	0	0
合计		2016	1242	774	28	28	28	28	0	0
专业 拓展 (选 修) 课-- 职业 素养 模块	形体训练	18		18	1					
	普通话训练	18		18	1					
	说文解字	36		36	2					
	生命教育	18	18			1				
	心理健康教育	18		18		1				
	商务英语口语	36	36				2			
专业 拓展 (选 修) 课-- 职业 技能 模块	消费心理学	36	36		2					
	商务礼仪	36		36		2				
	POP 设计	36		36		2				
	店铺运营项目模拟	36		36			2			
	1+X 直播电商考证实训	36		36				2		
	手机摄影技巧	18		18			1			
	DIY 创意	18		18			1			
	沟通技巧	36	18	18				2		
	行业产品知识	36	36					2		
合计		432	144	288	6	6	6	6	0	0
综合实训		504		504					28	
顶岗实习		540		540						30



合 计	3492	1386	2106						
-----	------	------	------	--	--	--	--	--	--

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。