

郑州市电子信息工程学校

电子商务专业人才培养方案

为适应国家职业教育发展需要，落实对接电子商务产业发展趋势，满足电子商务产业高质量发展对高素质劳动者和技术技能人才的需求，推动职业教育教学改革不断深化。遵循《国家职业教育改革实施方案》总体要求，提高人才培养规格和质量，参照国家电子商务专业教学标准，制订本专业人才培养方案。

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

中等职业学校学历教育入学要求一般为初中毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

3 年

四、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）	职业技 能等级 证书	社会认可 度高的证 书举例
----------------	---------------	--------------	--------------------	---------------------------	------------------	---------------------

财 经 商 贸 类 73	电 子 商 务 7307	互 联 网 零 售 5292	电 子 商 务 师 4990001	网 络 销 售 网 络 推 广 客 户 服 务 网 店 美 工 网 店 运 营	电 子 商 务 师 1+X 网 店 运 营 推 广 1+X 电 商 数 据 分 析	全 国 计 算 机 等 级 证 书 一 级 Adobe Photoshop 产 品 工 程 师 认 证 阿 里 巴 巴 认 证 证 书
--------------------	-----------------	----------------------	-------------------------	---	--	---

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

中等职业学校培养与我国社会主义现代化建设要求相适应，培养思想政治坚定、德技并修，德、智、体、美、劳全面发展，适应电子商务领域从事应用或服务的企业需要，具有基本的科学文化素养，良好的职业道德和素养，较强的综合职业能力和一定的创新意识，掌握电子商务理论知识，熟练应用计算机及网络技术，掌握产品宣传、销售、售后服务一线所需的各种电子商务技能，具有电子商务中职层次的高素质劳动者和技术技能人才。

（二）培养规格

由素质、知识、能力三个方面的要求组成。

1. 素质要求

(1) 思想政治素质：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，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，

(2) 道德规范：具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华

民族自豪感；有自觉学法、懂法、守法意识，具有社会责任感和参与意识；

(3) 职业素养：具有交际沟通和协作能力，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识，树立正确的职业理想，以工匠精神为引领，形成正确的就业观、创业观，做好适应社会、融入社会、就业创业准备；具有良好的商业意识和就业、创业、抗压能力。

(4) 身心素质和人文素养：达到《国家学生体质健康标准》，具有健康的体魄和心理、健全的人格，具有较好的人际交往能力、沟通协调能力、团队合作精神、创新和服务意识。

2. 知识要求

(1) 了解电子商务基础知识，包括行业业态、发展方向及相关术语。

(2) 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，提出客户接受的解决方案。

(3) 掌握计算机应用基础知识，熟练使用互联网平台处理各类商务活动交易。

(4) 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，符合行业规范。

(5) 能够使用计算机常用软件完成日常工作的文档处理

(如： 库存统计、排版、数据统计等)。

(6) 掌握网络营销相关知识，明确营销观念和服务精神，能根据要求达到网络营销目的，具备网店运营管理的基本知识。

3. 能力结构

(1) 专业能力

掌握计算机操作能力，懂得常用办公软件操作流程。

具备良好的语言沟通能力和文字表达能力。

具有电子商务系统规划和建设、运营和安全的管理能力；

具有利用网络进行商务沟通、商务运作、商务谈判的能力；

具有网络营销项目的策划、实施和管理能力；

具有运用电子商务系统处理合同交易结算等商务事务的能力。

(2) 方法能力

具有良好的职业道德和敬业精神；

具有独立学习、获取新知识和新技能的能力；

具有发现问题、分析问题和解决问题能力；

具有创新能力、团队管理能力、自我展现和人际沟通的能力；

具有对工作任务进行决策、计划和实施的能力。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
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，引领学生正确认识我国发展新的历史方位和社会主要矛盾的变化，理解习近平新时代中国特色社会主义思想是党和国家必须长期坚持的指导思想；拥护党的领导，领会中国共产党领导是中国特色社会主义最本质的特征和中国特色社会主义制度的最大优势，理解新时代中国共产党的历史使命；坚信坚持和发展中国特色社会主义是当代中国发展进步的根本方向，认同和拥护中国特色社会主义制度。热爱伟大祖国，自觉弘扬和实践爱国主义精神，树立远大志向，在实现中国梦的伟大实践中创造自己精彩人生。	36
2	职业道德与法治	依据《中等职业学校职业道德与法律教学大纲》开设，从了解文明礼仪开始，循序渐进地陶冶学生的道德情操，增强职业道德意识和法治观念，指导学生掌握与日常生活和职业活动密切相关的法律常识。教学中注重引导学生合作探究和实践学习，坚持贴近学生、贴近职业、贴近社会，增强德育教育的针对性、主动性和时代感，做到理论与实际相结合，知、信、行相统一。	36
3	心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校心理健康教育指导纲要》开设，教学实践中将心理健康与职业生涯指导有机整合，从社会我、个体我、人际我、现实我、职业我、理想我等方面，对中职生的自我认知、情绪管理、人际关系建立、学习能力培养、职业选择、理想树立进行教育活动。培养学生树立正确的职业观念和职业理想，学会根据社会需要和自身特点进行职业生涯规划，并以此规范和调整自己的行为，为顺利就业、创业创造条件。	36
4	哲学与人生	依据《中等职业学校哲学与人生教学大纲》开设，	36

		并注重培养学生正确看待自然、社会的发展，正确认识和处理人生发展中的基本问题等在本专业中的应用能力，帮助学生树立和追求崇高理想，逐步形成正确的世界观、人生观和价值观。	
5	语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设。在九年义务教育的基础上，学习必要的语文基础知识，掌握日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力，具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文的阅读能力。本课程设置语文综合实践活动，通过创设生活情境和职业情境，提高学生综合运用知识、技能、方法的能力。指导学生掌握基本的语文学习方法，养成自学和运用语文的良好习惯。加强阅读与鉴赏经典作品的欣赏能力与基础写作能力，为学生的继续发展服务	144
6	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重培养学生掌握必要的数学基础知识，具备必需的相关技能与能力，为学习专业知识、掌握职业技能、继续学习和终身发展奠定基础。	144
7	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并注重培养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
8	信息技术	依据《中等职业学校计算机应用基础教学大纲》开设，并注重培养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；提升学生的信息素养，培养学生成为信息社会的合格公民。	108
9	体育与健康	根据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设。与专业实际和行业发展密切结合，树立“健康第一”的指导思想，传授体育与健康的基本文化知识、体育技能和方法，学生掌握两项以上的体育技能，通过参	180

		与集体性体育活动，培养良好的人际关系和合作精神。学习与职业生涯相关的体育运动项目，认识体育对提高就业和创业能力的价值，提高综合职业素质，养成终身从事体育锻炼的意识、能力与习惯，提高生活质量，为全面促进学生身体健康、心理健康和社会适应能力服务。	
10	公共艺术	根据《中等职业学校公共艺术课程标准》开设。与专业实际和行业发展密切结合，以审美教育为核心，通过艺术作品赏析和艺术实践活动，使学生了解或掌握各种艺术门类的基本知识、技能和原理，认识不同艺术类型的表现形式、审美特征，掌握欣赏艺术作品的方法、要领及规律，增强学生对艺术的理解与分析评判的能力，从而提高学生对艺术的鉴赏力，对美丑的分辨力，净化心灵，陶冶情操，丰富他们的人文素养和精神世界，拓宽学生的审美视野，发展创新思维与合作意识，形成正确的世界观、人生观和价值观，对提升学生今后的生活品质和文化品位有积极的促进作用。	36
11	历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设。与专业实际和行业发展密切结合，促进学生进一步交接人类社会发展的基本脉络和优秀传统文化传统；从历史的角度交接和思考人与人、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；培育健全的人格，树立正确的世界观、人生观和价值观，为中等职业学校学生未来的学习、工作和生活打下基础。	40
12	公共选修	心理健康、普通话、书法、公共礼仪、中华民俗风情、食品健康与安全、人与自然、生态文明与环境保护、网络安全与文明、科技与社会进步等，	40

（二）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	参考课时
1	电子商务基础	通过教学使学生掌握电子商务的发展战略、网络商务信息的收集与整理、网络营销的策略、电子商务物流的基本知识、基本理论和基本方法体系,为从事该领域或相关领域的实际工作打下基础。	36
2	消费心理学	本课程主要通过学习客户心理,洞悉各种客户群的消费心理,消费形态和消费意识。	34
3	网络营销	通过本课程的学习,学生能系统地掌握网络营销概述、网络营销的战略及渠道等,掌握网络广告的制作、搜索引擎营销、搜索引擎优化、Email 营销等活动的实施、组织和控制等基本技能,达到具备从事网络营销工作的基本要求,基本具备现代营销人员的素质。	68

2. 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	图形图像处理	通过本课程的学习,学生能全面掌握 Photoshop 操作应用的各个知识点,具备参加 Photoshop 考证的能力水平;能够系统全面的掌握 Photoshop 在平面设计中的应用,结合网络营销的策划需求,完成综合运用与实际创作。	108
2	网店美工设计	本课程是美工类课程的高级内容,学生通过学习可以进行淘宝店铺、网站的整体美工设计,并能站在用户角度去思考,提高网站的实用性,优化版面,适应消费者的浏览习惯,提高点击量。	68
3	商品采编	本课程教受学生基本的摄影技术,进而对图片进行修饰与美化,撰写商品说明,进行合理美观的图文编排设计,最终形成商品详情页。	108
4	电子商务案例分析	课程通过典型案例分析认识电子商务的商业模式和服务模式及其规律。分析了解不同网站的	68

		策划、建设、运营与维护，分析网站的盈利方法。通过案例的分析学习，加深对电子商务知识的理解和掌握，熟悉电子商务的基本概念，商业模式，技术系统和实施方法。	
5	客户信息服务	本课程讲述寻找顾客的方法与沟通技巧；接近顾客的方法与沟通技巧；推销洽谈的方法与沟通技巧；达成交易的方法与沟通技巧以及推销管理的方法。通过学习和训练，使学生能比较全面地掌握推销与沟通的基本理论，学会沟通与推销的基本方法，并且能够结合实际，开展沟通与推销业务。	108
6	新媒体运营	以 APP、微信、微博、直播平台、短视频等新型传播媒体为载体，完成视觉方案的制定及优化。根据品牌产品特性，完成产品测款选品工作；以店铺策划活动为基调，完成新媒体的运营活动执行、管理工作。能根据平台的流量数据，分析活动营销情况，进行阶段总结汇报，并制定明确的量化指标及优化方案。	68
7	网上商店建设与运营	本课程从网上商店的基本原理入手，系统地讲述创建网店的方法、实践方法和应用技巧。从实践入手，按照网店运营和管理的全过程，合理利用多种计算机技术，对网店的经营和管理做出了详细的讲解，对电子商务专业学生的创业提供了保障措施。	72
8	直播电商	课程以直播电商的整体运营流程为线索，全面系统讲解直播电商的相关知识。帮助学生快速掌握直播电商的筹备、动作、实施。介绍了直播电商的概述与发展，直播电商的准备与策划，直播电商的实施与营销，主播的管理与优化，主流直播平台的执行与变现等内容。	68

3. 专业选修课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考课时
1	电子商务法律	掌握电子商务的法律规范，基本知道电子商	36

	与法规	务参与各方的法律关系,网络安全的法律规范,电子商务中知识产权保护。	
2	移动电子商务	通过本课程的学习,学生能知道移动电子商务发展概况、平台的构建与管理、智能终端、业务管理等工作流程;熟悉掌握移动支付、移动广告和移动社区等方面的应用;掌握包括微店等各种类型的移动电商平台及渠道,利用各种电商平台 APP、微博、微信等商务软件,完成推广、商品交易等营销活动。	72
3	短视频制作	培养学生在短视频拍摄与剪辑工作岗位中,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、拍摄和剪辑出符合平台要求的短视频作品,能够在电商平台、短视频平台上展示和传播,具有一定的产品视频策划和执行能力,能够制作相应的短视频广告,培养学生短视频策划、拍摄、剪辑等职业技能,并培养学生严谨、诚实守信、积极乐观的工作态度。	
4	软文写作	本课程属于营销类课程,内容主要包括理解软广告与硬广告之间的区别,认识软文的基本组成,撰写软文标题,揭秘软文写作内容及技巧,熟悉软文创意写作技巧,设置软文关键词,分析软文发布平台,树立软文写作的职业道德与法律意识等内容。	72

3. 实训实习课

(1) 专业（综合）实训

以提升电子商务专业学生的综合职业能力为教学目标,根据客服方向、美工方向的教学目标,结合专业教学的实际需求,以工学结合的形式进行合理的设计和安排,在校内外灵活开展能够提升学生的客服实战能力、积累推广运营经验及提升美工实操能力的项目,积极探索学徒制在本专业的实

施途径。

序号	项目名称	主要实习内容和要求	参考学时
1	网络客服实训	通过参与“双十一”等企业大型活动，进驻客服岗位进行售前、售中、售后等岗位的体验和实战，掌握网络客服的完整工作流程及客户接待技巧，能进行订单的管理和客户维护；通过在 ERP 订单管理系统、CRM 客户管理系统等进行客户维护及订单处理的实战项目演练，学生能够完成处理固定流程的客户服务基础工作任务。	60
2	网络推广实训	通过在百度、论坛、贴吧、微博等网络资源和平台上进行推广项目的集中体验，学生能够综合运用各种推广技巧，在平台和网络上完成店铺的引流工作任务。	30
3	商品拍摄与处理	通过实训项目的集中体验，学生能够根据网店美工（设计）的工作流程，独立完成拍摄工具选择、拍摄风格确定、商品拍摄等工作；并在完成商品的拍摄后，能根据产品的类目特性，完成商品图片的修整，以达到客户要求。	30
4	网店运营实训	通过分小组在真实的电商平台开设店铺，学生能够完成从建立、装修、推广、销售、数据收集整理、店铺优化等基础运营工作任务，能够进行基本的市场数据分析并在分析结果基础上完成运营方案的策划和实施。	60

(2) 专业（毕业）实习

在确保学生实习总量的前提下，根据实际需要，通过与具备一定规模的电子商务企业进行多种形式的校企合作，实行工学结合或分阶段安排学生实习，与实习单位共同制定实习计划和制度，实现共同培养，共同管理。毕业实习（顶岗

实习)是本专业最后的实践性教学环节,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,保证学生毕业实习的岗位与其所学专业面向的岗位

(群)基本一致。通过企业顶岗实习,学生能更深入地了解电子商务企业的工作流程及所对应岗位的工作任务与职责权限,能够用所学知识和技能解决实际工作问题,学会与人相处与合作,树立正确的劳动观念和就业观。

学生主要安排到电子商务中小企业中的网络客服、推广等岗位进行顶岗实习,深入企业体验客户服务、引流推广、日常运营数据收集与处理等的工作流程;美工程度较好的同学可以安排到电子商务中小企业中的商品摄影、设计助理、视觉设计等岗位进行顶岗实习,深入体验商品拍摄、图片处理、详情页设计、网店装修等美工设计类岗位的工作流程。

七、学时安排

本专业开设课程 35 门,包括 11 门公共基础课,6 门公共选修课,3 门专业基础课,8 门专业核心课,4 门专业综合实训课,三年总学时为 3173 学时。公共基础课 1020 学时,约占总学时数的 32%;选修课程总学时 470, 占总学时数的 15%。

专业学时分配表

项目	学分	学时数	百分比	教学活动安排					
				第一学年		第二学年		第三学年	
				18周	18周	18周	18周	18周	18周

公共基础课	58	1020	32%	324	324	216	216	144	
专业基础课	8	144	4%		36		72	36	
专业核心课	33	684	22%	180	180	252	216	144	
专业选修课	15	360	11%		0	0	72	108	180
实训实习课程	45	755	24%		36	30	90	30	60
公共选修课	12	210	6%	36	36	36	36	72	
总计	171	3173	100%	540	612	534	702	545	240

说明：本专业课程总学时为：3117 学时。

八、教学进程总体安排

教学活动周数分配表

内容 学期	校内课堂教学	入学教育及军训	劳动教育	校内集中实训项目				认知实习	跟岗实习	顶岗（毕业）实习	毕业教育	复习考试	寒暑假	合计
				商品拍摄与处理	网络客服实训	网络推广实训	网店运营实训（考证）							
一	18		1					1天				1	4	24
二	17		1	1								1	8	28
三	18				2							1	4	25
四	17					1						1	8	27
五	18						2					1	4	25
六	17									17	1	1	8	27
合计										17	1	6	36	156

说明：校内集中实训项目结合本校本专业实际安排，校内课堂教学周数安排也将随之调整。

教学计划进度表

课程分类	课程名称	学分	学时	课程形式	考核方式	按学期课时分配学时学时					
						一	二	三	四	五	六
						18周	18周	18周	18周	18周	18周

公共基础课	中国特色社会主义	2	36	A	考试	2					
	心理健康与职业生涯	2	36	A	考查		2				
	哲学与人生	2	36	A	考试			2			
	职业道德与法治	2	36	A	考查				2		
	语文	10	168	A	考试	4	4	2	2	2	
	历史	2	36	A	考查			2			
	数学	10	168	A	考试	4	4	2	2	2	
	英语	10	180	A	考查	2	2	2	2	2	
	信息技术	8	144	B	考试	4	4				
	体育与健康	8	144	B	考查	2	2	2	2	2	
	艺术	2	36	B	考查				2		
	小计	58	1020			18	18	12	12	8	
专业基础课	电子商务基础	2	36	B	考查	2					
	消费心理学	2	36	A	考查				2		
	网络营销实务	4	72	B	考查			4			
	小计	8	144			2		4	2		
	图形图像处理 PS	6	108	C	考试	6					
	网店美工设计	3	72	C	考试		4				
	商品采编	6	108	B	考试			6			
	客户信息服务	6	108	B	考试		6				
	新媒体运营	3	72	B	考查				4		
	网店建设与运营	3	72	C	考试					4	
	网络直播	3	72	A	考查					4	
	电商案例分析	3	72	A	考查				4		
	小计	33	684			10	10	14	12	8	
	电子商务安全	2	36	A	考查				2		
	短视频拍摄与处理	3	72	B	考试				4		
	软文写作	3	72	B	考查			4			
	移动电子商务	3	72	B	考查					4	
	电子商务运营	6	108	C	1+X 考证					6	
	小计	15	360			0	0	4	6	10	
	小计	56	1188								
公共选修课	普通话（必选）	2	34	A	考证	2					
	心理健康	2	36	A	考查					2	
	职业素养	2	36	A	考查					2	
	健康管理	2	34	A	考查		2				
	安全教育	2	36	A	考查			2			
	网络金融	2	34	A	考查				2		

	小计	12	210			2	2	2	2	4	
实 习 与 综 合 实 训	入学教育（军训）	2	30	C	考查	1周					
	认知实习		5	A	考查	1天					
	商品拍摄与处理	2	30	C	考查			1周			
	网络客服实训	4	60	C	考查			2周			
	网络直播实训	2	30	C	考查				1周		
	网店运营实训	4	60	C	考证					2周	
	劳动教育	2	30	C	考查		1周				
	毕业实习（顶岗实习）	27	480	C	考查						17周
	毕业教育	2	30		考查						1周
	小计	45	755			36	30	90	30	60	
周学时及学分合计		171	3173			28	30	28	30	30	

说明：1. 开设公共艺术和历史课，除保证教学安排表中确定的学时外，其余部分教学内容可在第二课堂完成（专题讲座）。

2. 校内专业综合实训和认识实习可集中或分散进行，认识实习安排在第一学年进行。

3. 学分计算方法：原则上，课堂教学一般以 16-18 学时计 1 学分。

4. 入学教育（军训）、校外实习、毕业教育按一周 30 学时，每周计 1 学分；校内实训按实际学时计算学分。

5. 积极探讨并申报 1+X 证书试点学校，与企业合作共同开发职业技能证书，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，鼓励和组织学生考取职业资格证书，取得中级职业资格证书、技能等级证计 2 学分，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，应予折合成学分。

6. 课程类型 A 类（纯理论课），B 类（理论课+实践课），C 类（纯实践课）。

九、实施保障

（一）师资队伍

构建高素质“双师型”教师队伍及校企“专兼结合”专业教师队伍，有效实施专业课程教学。教师的基本要求是：具备良好师德和终身学习能力，具备本专业大学本科以上学历（含本科）或具有本专业中级以上技术职称资格证书；在区域内有一定影响力的专业带头人队伍，从事实践教学的主讲教师要有相关实践经验与技能证书。“双师型”教师的比例要达到 60%以上；根据本专业的人才培养目标和生产性实训基地建设的需要，聘请从事电子商务专业技术人员作为兼职教师。

（二）教学设施

本专业应配备以下校内实训室和校外实训基地。

1. 校内实训室

实训实习环境要具有真实性或仿真性，具备工作、教研、实训及展示等多项功能，根据电子商务专业核心课程，配备校内实训实习室和校外实训实习基地。

学校按照电子商务专业教学标准的要求（实践教学课时数应达到总教学课时数的 50%及以上）设置与电子商务专业所开设课程相适应的教学实训室，购置必要的实训教学仪器

设备，实训教学仪器设备的总量应满足教学的实际需要；同时，根据职业教育要求，按照电子商务专业的社会需求建立校内实训基地（可共享），实训基地设备能满足本专业实训教学的需要。

结合本市经济发展状况和本校多年的办学经验，构建“项目—任务—拓展”三位一体的教学模式，强化“校企合作”，争创“订单培养”，建设“企业仿真”的实训基地，落实企业文化进课堂，全面加强专业基础能力建设，进一步提高专业办学水平，使专业培养目标得到充分实现，努力实现学生知识技能与企业岗位实践技能间的完美对接。

教学条件配置与要求见表4。

表4 教学条件配置与要求

序号	实验实训室名称	功能	实训课程	主要设备的配置要求
1	电子商务实训室	商务信息的检索与利用，商务网站建设，网络组建，图像编辑与处理，网上开店，网店运营	电子商务理论与实训、网络营销理论与实务、电子商务网站建设、计算机网络、电子商务综合实训	服务器、电脑、ASP、Dreamweaver、SQL、Internet、Photoshop 电子商务教学软件进行
2	客户信息服务实训室	中英文录入，模拟客户交流	客户信息服务	计算机、电话、耳麦、话筒等
3	商品采编实训室	商品拍照、图片修饰，商品详情页制作	商品采编	静物台、照相机、柔光灯箱、背景板、反光板，三角架等
4	短视频与直播实训室	短视频拍摄与处理、网络直播	电商直播	电脑、移动录像/运动相机、手持云台相机、直播手机、直播摄像

				头、短视频拍摄设备、直播声卡补光灯支架套装
--	--	--	--	-----------------------

2. 校外实习基地

毕业实习是电子商务专业培养人才的重要保证，是课外实践教学的平台和载体，直接关系到教学的实施效果和质量。根据本专业特点，在确保学生实习总量的前提下，根据实际需要，通过与具备一定规模的电子商务企业进行多种形式的校企合作，实行工学结合或分阶段安排学生实习，与实习单位共同制定实习计划和制度，实现共同培养，共同管理。毕业实习（顶岗实习）是本专业最后的实践性教学环节，要认真落实教育部、财政部关于《职业学校学生实习管理规定》的有关要求，保证学生毕业实习的岗位与其所学专业面向的岗位（群）基本一致。通过企业顶岗实习，学生能更深入地了解电子商务企业的工作流程及所对应岗位的工作任务与职责权限，能够用所学知识和技能解决实际工作问题，学会与人相处与合作，树立正确的劳动观念和就业观。

主要安排的实习有两种。客服主要安排到电子商务中小企业中的网络客服顶岗实习，深入企业体验售前，售中以及售后等阶段的客服工作，学习客服工作的技巧，能力与流程；美工设计方向主要安排到电子商务中小企业中的商品摄影、设计助理、视觉设计等岗位进行顶岗实习，深入体验商品拍摄、图片处理、详情页设计、网店装修等美工设计类岗位的工作流程。

（三）教学资源

教材、图书和数字资源结合实际具体提出，能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。严格执行国家和省（区、市）关于教材选用的有关要求，根据我校《教材征订管理制度》落实教材选用。根据需要组织编写校本教材，开发教学资源。

1. 公共基础课及统一检测科目的教材优先选用教育局推荐的国家规划新教材；其次选用规划统编教材，一般不能选用其他教材。

2. 专业及专业基础课教材，一般优先选用教育局推荐的国家规划新教材；其次选用专业出版社出版并纳入《中职学校教学用书征订目录》的教材。

3. 上述条件不能满足，可考虑产教融合的校企开发教材、给予企业真实案例汇编的数字化资源、课程教学平台及企业辅助教学资源。

4. 选用教材要首先考虑原用教材、以保持教材的稳定性，减少库存，遇特殊原因，不使用原来教材需要使用改版的，须提出报告说明理由。

教学实施过程中实践课的教学应配备有对应的实训系统，设计安排出合适的实训方案。教师授课使用的课件、实训项目、课堂实录、微课视频等电子资源均上传至学校数字资源库中，方便教师之间的交流与共享，也便于学生在课下

自主学习。

（四）教学方法

1. 公共基础课

公共基础课程教学要符合有关教育教学基本要求，按照培养学生基本科学文化素养、服务学生专业学习和终身发展的功能来定位，课程设置和教学应与培养目标相适应，注重学生能力的培养，要强调教学方法、教学组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，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基础。

公共课程应着重人格修养、文化陶冶及艺术鉴赏，并应注意与专业知识能相配合，兼顾核心课程的融入，达到培养学生基本核心能力的目的。

2. 专业核心课

专业核心课主要培养学生实际就业职业岗位或岗位群所需要的职业能力。教学过程中应遵循行业性与地域性相结合、技能训练和社会实践相结合、多元整合和整体优化相结合的原则。建议采用理论、实践一体化、案例教学情境教学等方法。

3. 专业技能实训课

专业技能课程教学，按照对应职业岗位（群）的能力要求，建议采用理论、实践一体化教学方法，突出“做中学、做中教”的职教特色。建议采用项目教学、双师教学、任务

驱动、合作学习、角色扮演、案例教学、情境教学等方法。

教学中可采用角色扮演、项目导向、任务驱动及工学结合的人才培养及教学模式，灵活运用案例分析、角色扮演、任务驱动、项目导向、个人经验分析、课堂与实习地点一体化等教学方法，对本专业学生的专业技术能力、行业通用能力、核心竞争能力、团队合作能力进行培养。在专业技术能力方面，通过引入企业成功的实训项目与案例，使学生每个阶段达到指定目标，训练学生网络营销能力，通过校企合作开发项目训练培养学生良好的职业素质。

（五）学习评价

评价内容包括学生专业实践能力、毕业生就业率及就业质量、专兼职教师质量等。学生的学业考评应体现评价过程的多元化，即教师评价、学生相互评价与自我评价相结合；学习过程性评价与终结性评价相结合；校内评价和校外评价相结合；职业技能鉴定与学业考核结合等。

1. 课堂教学效果评价方式

采用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、上机操作考核以及参加各类型专业技能竞赛的成绩等。考核形式分考试、考查两种，采用笔试或上机操作，开卷或闭卷方式进行。考试课采用百分制记成绩，学生的课程评分由平时成绩与期末考核成绩按 3：7 比例综合得出。

2. 实习实训效果评价方式

（1）实习（实训）效果评价方式

由学校、学生、用人单位三方共同实施教学评价。

采用实习报告与实践操作水平相结合、实训过程与仪器设备使用熟练程度考查相结合、多种实习（实训）项目备选考核、实习（实训）项目熟练程度考核等形式，客观评价学生的业绩考核技能水平。

（2）顶岗实习评价

顶岗实习考核包括实习日志、实习报告、实习单位综合评价鉴定等多层次多方位的评价方式。

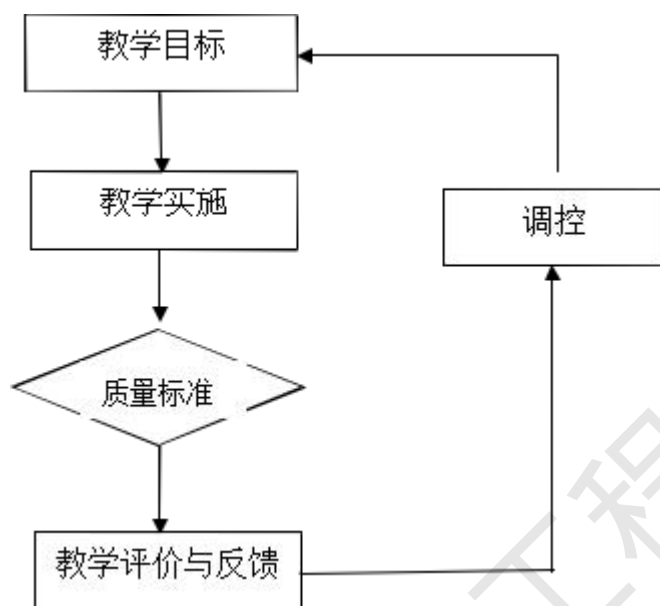
（六）质量管理

教学管理要以人为本，更新观念，改变传统的教学管理方式。教学管理要有一定的规范性和灵活性，合理调配教师、实训室和实训场地等教学资源，为课程的实施创造条件；要加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法，促进教师教学能力的提升，保证教学质量。

为了保障专业人才培养方案的顺利实施，确保人才质量，依据学校人才培养模式改革的教学管理体系和质量监控体系，形成由目标、质量标准、评价与反馈、调控等环节构成的闭环管理模式。

我校采用校—专业教学部二级质量管理体系做好教学质量管理工作。学校教务处负责教学质量的监督与反馈；专业教

学部和专业工作室落实教学质量的管理与调整。



1. 学校层面

落实学生评教制度，收集学生对教师教学情况的评价信息，同时每学期在期中教学质量检查中召开学生座谈会，开展问卷调查，把评教制度落到实处；加强教学督导，学校教学督导组对所有教学活动、各个教学环节、每位课任教师进行经常性的随机督查，并对督导结果进行分析、提出处理意见和工作建议；重视用人单位对教学的意见，广泛听取用人单位（企业）对人才培养工作的意见与建议，在对反馈信息进行认真分析的基础上提出整改意见。

2. 专业部层面

专业部在学校管理体系的基础上，根据专业自身特点进一步完善教学管理制度，对教学质量监控体系形成有效的补充。

十、毕业要求

（一） 思想道德

在校期间遵纪守法，遵守校规校纪，操行评定等级合格。

（二） 课程学习要：

顺利修完教学计划所开设的所有必修课程，考核成绩合格。修满专业人才培养方案所规定不少于 170 学分，职业素养达标，综合素质考核合格。取得普通话合格证书，职业等级资格证书（1+X 网店运营推广）。

（三） 实训要求

按要求完成实训，有实习实训工作经历证书、顶岗实习合格鉴定证明。