

电子商务专业

专业人才培养方案

(2022 级)

专 业 类 别: 财经商贸类

专 业 名 称: 电子商务

学 制: 三年

专 业 负 责 人: 谢志能

教 务 处: 黄竹吟

制 订 日 期: 2022 年 5 月

编制说明

1. 编制的依据

本方案以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，根据教育部《中等职业学校电子商务专业教学标准》（试行）《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）教育部办公厅关于印发《中等职业学校公共基础课程方案》的通知（教职成厅【2019】6号）《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成【2019】13号）《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函【2019】61号）省教育厅办公室《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的通知》（XX教办职成函【2019】307号）教育部等八部门关于印发《职业学校学生实习管理规定》的通知（教职成厅〔2021〕4号）等相关文件精神，结合福建省优质校建设要求，立足新发展阶段、贯彻新发展理念、服务和融入新发展格局，按照《安溪陈利职业中专学校2022级专业人才培养方案修订指导意见》要求制定电子商务专业人才培养方案。

2. 参与人员、单位

本方案由学校专业教师和校企合作企业及企业专家共同开发完成。在开发过程中根据行业发展趋势、企业需求、基础知识、实践能力、学科交叉等进行全面考虑，并根据具体情况制定具体的培养方案，包括培养目标、课程设置、教学方法、实践教学等方面。同时，需要不断根据行业和企业需求进行调整和优化。在此基础上，开发电子商务专业人才培养方案。

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）人才培养面向岗位	4
（二）主要岗位能力分析	4
（三）主要职业资格证书	7
五、培养目标与培养规格	7
（一）培养目标	7
（二）培养规格	8
六、课程设置及要求	10
（一）课程体系	10
（二）公共基础课	11
（三）专业技能课	14
七、教学进程总体安排	20
（一）学时要求	20
（二）教学进程安排	21
八、实施保障	23
（一）师资队伍	23
（二）教学设施	24
（三）教学资源	26
（四）教学方法	26
（五）学习评价	27
（六）质量管理	27
九、毕业要求	28
十、附录	29

一、专业名称及代码

电子商务（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力者

三、修业年限

全日制三年

四、职业面向

（一）人才培养面向岗位

根据电子商务行业的国家职业资格标准和岗位需求，考虑到区域经济发展实际，确定本专业的职业领域如下表

表 1：专业与行业、职业岗位对应表

所属专业大类（代码）	专业类代码	对应行业（代码）	主要职业类别	主要岗位类别（或技术领域）	职业资格证书或技能等级证书
财经商贸大类（73）	电子商务类（7307）	互联网和相关服务（64）	商务咨询服务人员（4-07-02） 电子商务（4-01-02-02）	店铺运营人员	网店运营（1+X）
				客服专员	电子商务专项能力认证（客服）
				直播销售员	直播电商（1+X）
				视觉设计员	电子商务专项能力认证（美工）
				数字营销员	数字营销技术（1+X）

（二）主要工作岗位分析

表 2：工作岗位、典型工作任务、职业能力要求与专业课程对应表

序号	工作岗位	工作任务	岗位能力职业要求	专业课程
1	店铺运营助理	1. 制定运营计划 2. 商品规划与管理 3. 店铺管理	1. 能熟练地注册淘宝和京东帐号，开通店铺，全面了解淘宝和京东的基本规则。 2. 能全面深入地了解所经营类目的市场情况，有敏锐的市场洞察力。 3. 能根据所经营类目特点制定店铺运营	网络推广实务

		4. 售后管理 5. 数据分析	计划。 4. 能完成商品品类规划、库存管理和供应链管理。 5. 能完成店铺整体风格的规划和运营。 6. 能够对商品的售后服务等进行统一管理。 7. 能通过相关的数据分析工具完成店铺经营状况的数据分析报表, 根据分析结果及时调整经营策略。 8. 能全面掌控店铺的经营、服务状况, 合理调配人力、物力、财力, 全面完成任务指标和工作计划。 9. 具备良好的沟通和协调能力。 10. 具备良好的团队合作精神, 有大局意识。	
2	视觉设计员	1. 店铺 LOGO、店招设计 2. 商品主图设计、商品海报设计 3. 店铺首页设计 4. 店铺详情页设计	1. 能熟练操作 PS、AE 等图形图像处理工具。 2. 能对店铺中商品图片进行设计、编辑和修改。 3. 能够与运营进行良好的沟通利用图形图像处理工具完成店铺 logo、店招、商品主图、促销海报、产品详情页等的设计并能完成店铺的整体装修。 4. 具备色彩搭配与运用能力。 5. 能够进行信息采集和信息处理。 6. 具备较强的观察力、表现力。 7. 具备对设计作品的美学鉴定的能力。	视觉设计与制作
		Premiere Pro 视频编辑	1. 能对短视频的剪辑。 2. 能对短视频配音编辑、字幕编辑。 3. 能精通 PR 视频软件, 视频后期剪辑、特效、制作。 4. 能视频后期剪辑, 合成, 特效制作。 5. 能熟悉视频类型及相应制作流程, 有良好的构图, 色彩, 镜头运动节奏感。	

3	客服专员	1. 售前支持 2. 售中跟踪 3. 售后服务	1. 能够深入了解商品属性及特征。 2. 能为客户提供主动、热情、满意、周到的服务。 3. 能了解客户需求，及时回复客户咨询，引导说服客户达成交易。 4. 能对客户订单的生产、发货、物流进行跟进，及时处理订单状态。 5. 能及时处理商品的退换货、投诉等售后问题。 6. 能对客户信息进行收集和整理，有针对性地进行老客户营销，增强客户忠诚度和粘度。 7. 能主动收集客户的意见和建议并及时反馈，对公司形象提升提出参考性意见。 8. 能处理突发事件，能吃苦，有较强的亲和力和应变能力。	客户服务
4	直播销售员	直播运营、主播、客服、新媒体制作与推广	1. 专业的直播话术训练、直播规则讲解、直播设备调试等。 2. 产品介绍技巧、告别冷场、粉丝维护、提升人气等账号维护技巧。 3. 具有一定的市场洞察能力、新媒体策划、营销能力以及数据分析能力。	直播运营实务
5	数字营销员	规划和实现、针对市场数据分析、活动策划、促销策略、营销的效果复盘优化	1. 采集数据、市场调研、市场数据分析的能力。 2. 能对产品进行精准的市场定位的能力。 3. 具有创意推广活动策划的能力。 4. 深入了解目标受众，根据用户画像和需求，策划网络营销活动的的能力。 5. 能利用数字工具正确采用广告促销策略、精准投放广告的能力。 6. 具有数字营销策划与推广的能力。 7. 能根据数据结果做出合理的营销决策，优化营销策略。 8. 能基于数据对营销的效果进行复盘，并撰写复盘报告。	数字营销

			9. 具备一定的创新思维，有较强的责任。	
--	--	--	----------------------	--

（三）主要职业资格证书

1. 通用证书

表 3：电子商务专业通用证书

证书名称	颁证单位	建议等级	融通课程
全国计算机等级证书	教育部考试中心	一级以上	计算机应用基础

2. 职业资格证书

表 4：电子商务专业职业资格证书

证书名称	颁证单位	建议等级	融通课程
电子商务专项能力认证（客服）	人社部认定的社会评价组织	初级及以上	专业课程
电子商务专项能力认证（运营）	人社部认定的社会评价组织	初级及以上	专业课程
电子商务专项能力认证（美工）	人社部认定的社会评价组织	初级及以上	专业课程

3. 1+X 职业技能等级证书

表 5：电子商务专业职业资格证书

证书名称	等级要求	发证机构
1+X 网店运营职业技能等级证书	初级及以上	教育部职业技术教育中心
1+X 数据分析职业技能等级证书	初级及以上	教育部职业技术教育中心
1+X 直播职业技能等级证书	初级及以上	教育部职业技术教育中心
1+X 数字营销技术	初级及以上	教育部职业技术教育中心

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。通过培养，使学生具备一定的专业能力、方法能力、社会能力和文化修养，具有良好的职业道德，具备较强的创新精神和创业能力，能够适应社会需求。

(二)培养规格

本专业培养的人才应具有以下职业素养（文化素养和职业道德）、专业知识和职业技能

1. 职业素养

- ❖ 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，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和中华民族自豪感；
- ❖ 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动、吃苦耐劳，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；
- ❖ 具备网络交易安全意识，能防范个人信息泄露，辨别网络欺诈，采用正规渠道实施网络买卖与支付。
- ❖ 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；
- ❖ 具有趣好的语言表达和沟通能力。
- ❖ 具有较强的逻辑思维能力并能独立处理问题。
- ❖ 具有一定的创新能力。

2. 专业知识

- ❖ 了解营销基础知识。
- ❖ 掌握计算机应用基础知识，能使用计算机常用工具软件（包括网络工具软件）处理日常工作文档，满足工作需要。
- ❖ 掌握电子商务基础知识，能熟练使用互联网交易平台处理 B2B、B2C、C2C、团购等商务活动交易。

- ❖ 掌握电子商务网站信息采集与信息加工的相关知识，能完成信息搜集、原创、编辑、发布等信息处理工作。
- ❖ 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，符合企业规范。
- ❖ 掌握电子商务网站相关知识，能根据需求，设计网站风格、网页布局、网站色调等，并使设计类工具软件呈现设计效果图。
- ❖ 掌握数字营销相关知识，能根据需求，操作站内和站外推广媒介，达到数字营销目的。
- ❖ 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，提出顾客接受的解决方案。

3. 职业技能

（1）专业能力

- ❖ 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；
- ❖ 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；
- ❖ 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；
- ❖ 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；
- ❖ 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；
- ❖ 掌握客服规范，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；
- ❖ 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；

（2）方法能力

具备搜索、整理、使用信息的能力；具备自主学习、终生学习和可持续发展的能力；具备独立分析问题、解决问题的方法能力；

（3）社会能力

具有良好的表达沟通能力；具备组织、协调能力；具备良好的心理承受能力；具备适应环境的能力；具备团队合作精神等各方面的社会能力。

（4）创新发展能力

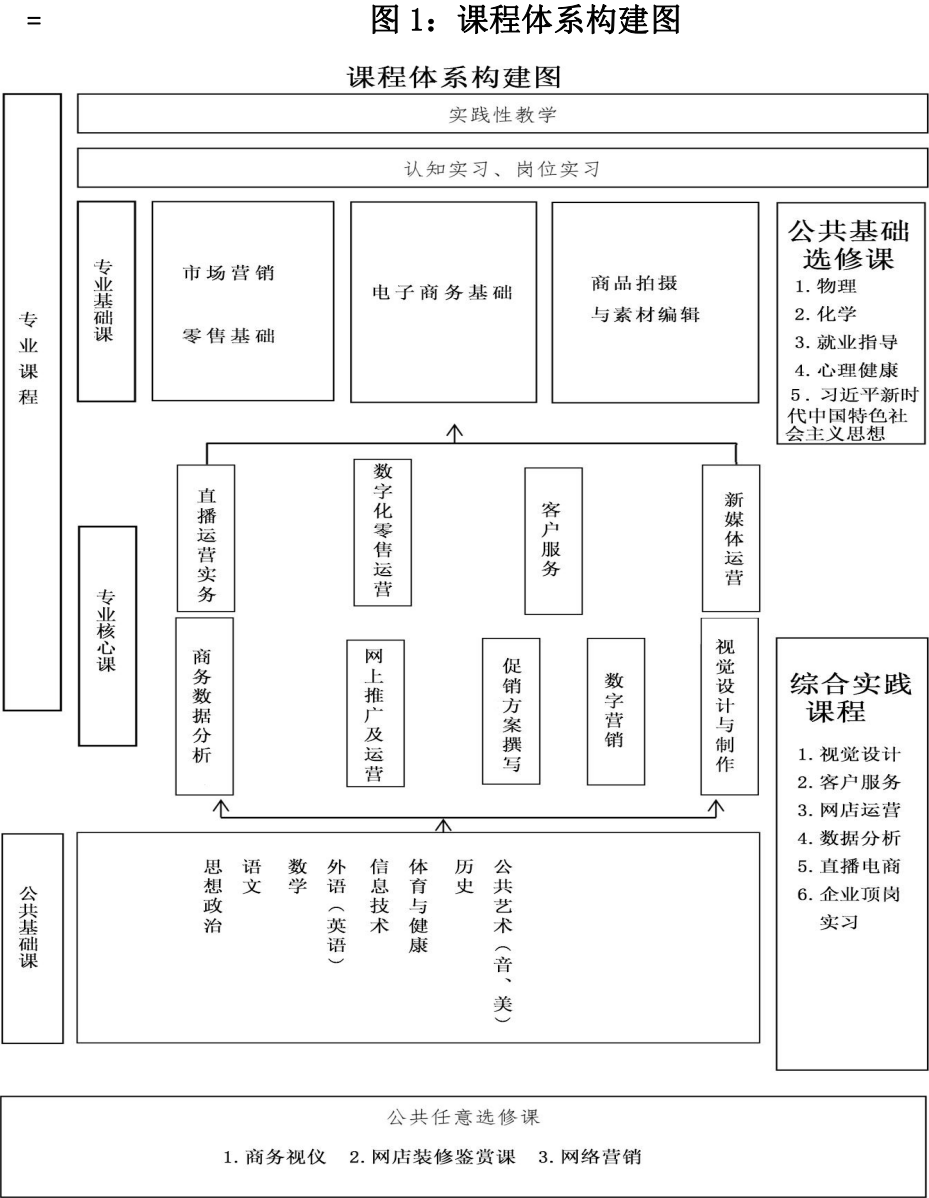
- ❖ 具备缜密的哲学思维、精细的商业洞察能力；

- ❖ 具备周密的决策领导、组织协调能力；
- ❖ 具备创新精神和创业意识。

六、课程设置及要求

(一) 课程体系

本专业课程体系按模块设置，由公共基础课程模块和专业技能课程模块构成，其中公共基础课程模块包括公共必修课和公共选修课，专业技能课程模块包括专业核心课、专业拓展课和综合实践课程。课程体系按照职业教育和人才成长规律和职业升迁规律，以立德树人为目标，以职业能力培养为导向，建构科学、实用的课程体系，同时把思想道德教育、技术技能培养、劳动教育、社会实践教育、创新创业教育等环节，将专业精神、职业精神和工匠精神融入课程体系。



本专业采用“2.5+0.5”的培养模式。第1至5学期在校学习专业技能，参与认知实习、跟岗实习，第6学期参与企业顶岗实习。

本专业课程设置分为公共基础课和专业（技能）课。

公共基础课包括思政课、文化课、体育与健康、历史、信息技术、艺术（音乐或美术）。专业技能课包括专业基础课、专业核心课和专业拓展课，实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、教学实习等多种形式。

（二）公共基础课

表 6：公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求
1	中国特色社会主义 (36 学时/2 学分)	能够正确认识中华民族近代以来从站起来到富起来再到强起来的发展进程；明确中国特色社会主义制度的显著优势，坚决拥护中国共产党的领导，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信；认清自己在实现中国特色社会主义新时代发展目标中的历史机遇与使命担当，以热爱祖国为立身之本、成才之基，在新时代新征程中健康成长、成才报国。
2	心理健康与职业生涯 (36 学时/2 学分)	应能结合活动体验和社会实践，了解心理健康、职业生涯的基本知识，树立心理健康意识，掌握心理调适方法，形成适应时代发展的职业理想和职业发展观，探寻符合自身实际和社会发展的积极生活目标，养成自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，提高应对挫折与适应社会的能力，掌握制订和执行职业生涯规划的方法，提升职业素养，为顺利就业创业创造条件。
3	哲学与人生 (36 学时/2 学分)	能够了解马克思主义哲学基本原理，运用辩证唯物主义和历史唯物主义观点认识世界，坚持实践第一的观点，一切从实际出发、实事求是，学会用具体问

		题具体分析等方法，正确认识社会问题，分析和处理个人成长中的人生问题，在生活中做出正确的价值判断和行为选择，自觉弘扬和践行社会主义核心价值观，为形成正确的世界观、人生观和价值观奠定基础。
4	职业道德与法治 (36 学时/2 学分)	能够理解全面依法治国的总目标，了解我国新时代加强公民道德建设、践行职业道德的主要内容及其重要意义；能够掌握加强职业道德修养的主要方法，初步具备依法维权和有序参与公共事务的能力；能够根据社会发展需要、结合自身实际，以道德和法律的要求规范自己的言行，做恪守道德规范、尊法学法守法用法的好公民。
6	语文 (216 学时/12 学分)	中等职业学校语文课程要在九年义务教育的基础上,培养学生热爱祖国语言文字的思想感情,使学生进一步提高正确理解与运用祖国语言文字的能力,提高科学文化素养,以适应就业和创业的需要。指导学生学习必需的语文基础知识,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阅读能力。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。引导学生重视语言的积累和感悟,接受优秀文化的熏陶,提高思想品德修养和审美情趣,形成良好的个性、健全的人格促进职业生涯的发展。
7	数学 (216 学时/12 学分)	在九年义务教育基础上,使学生进一步学习并掌握职业岗位和生活中所必要的数学基础知识;培养学生的计算技能、计算工具使用技能和数据处理技能,培养学生的观察能力、空间想象能力、分析与解决问题能力和数学思维能力;引导学生逐步养成良好的学习习惯、实践意识、创新意识和实事求是的科学态度,

		提高学生就业能力与创业能力。
8	外语（英语） （144 学时/8 学分）	在九年义务教育基础上，帮助学生进一步学习英语基础知识，培养听、说、读、写等语言技能，初步形成职场英语的应用能力；激发和培养学生学习英语的兴趣，提高学生学习的自信心，帮助学生掌握学习策略，养成良好的学习习惯，提高自主学习能力；引导学生了解、认识中西方文化差异，培养正确的情感、态度和价值观。
9	信息技术 （144 学时/8 学分）	使学生进一步了解、掌握计算机应用基础知识，提高学生计算机基本操作、办公应用、网络应用、多媒体技术应用等方面的技能，使学生初步具有利用计算机解决学习、工作、生活中常见问题的能力；使学生能够根据职业需求运用计算机，体验利用计算机技术获取信息、处理信息、分析信息、发布信息的过程，逐渐养成独立思考、主动探究的学习方法，培养严谨的科学态度和团队协作意识；使学生树立知识产权意识，了解并能够遵守社会公共道德规范和相关法规，自觉抵制不良信息，依法进行信息技术活动。
10	体育与健康 （72 学时/4 学分）	落实立德树人的根本任务，坚持健康第一的教育理念，通过传授体育与健康的知识、技能和方法，提高学生的体育运动能力，培养运动爱好和专长，使学生养成终身体育锻炼的习惯，形成健康的行为与生活方式，健全人格，强健体魄，具备身心健康和职业生涯发展必备的体育与健康学科核心素养，引领学生逐步形成正确的世界观、人生观和价值观，自觉践行社会主义核心价值观，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。
11	历史 （36 学时/2 学分）	在义务教育历史课程的基础上，以唯物史观为指导，促进中等职业学校学生进一步了解人类社会形态

		从低级到高级发展的基本脉络、基本规律和优秀文化成果；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；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，培育和践行社会主义核心价值观；树立正确的历史观、民族观、国家观和文化观；塑造健全的人格，养成职业精神，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。
12	公共艺术 (36 学时/2 学分)	坚持立德树人，充分发挥艺术学科独特的育人功能，以美育人，以文化人，以情动人，提高学生的审美和人文素养，积极引导学生主动参与艺术学习和实践,进一步积累和掌握艺术基础知识、基本技能和方 法，培养学生感受美、鉴赏美、表现美、创造美的能力，帮助学生塑造美好心灵，健全健康人格，厚植民族情感，增进文化认同，坚定文化自信，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。。

(三) 专业技能课

包括专业基础课程 3 门，专业核心课程 13 门，专业拓展课（选修）3 门，并涵盖有关实践性课程 5 门。

1. 专业基础课程

包括电子商务基础、零售基础、市场营销、商品拍摄与素材编辑。

表 7：专业基础课程

序号	课程名称 (学时/学分)	主要教学内容和要求
1	电子商务基础 (36 学时/2 学分)	了解电子商务的发展历史和现状；掌握电子商务的概念与分类；理解电子商务的功能和优势以及电子商务产生的具体影响；熟悉电子商务平台运作模式及交易流程；具备能够独立开设网店及组织店铺日常交易的能力。

2	零售基础 (36 学时/2 学分)	了解零售业基于“人”“货”“场”“圈”的商业逻辑创新策略等。理解连锁店铺经营的基本原理，能完成零售环境分析、购买行为分析、商圈与店铺选址，商品结构与属性的分类等工作任务
3	市场营销 (180 学时/10 学分)	通过本课程的教学，应使学生比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论、基本知识、基本技能和方法，充分认识在经济全球化背景下加强企业营销管理的重要性，了解分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合策略、组织和控制市场营销活动的基本程序和方法，培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的实践能力，以使 学生能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要，更好地服务于国家创新体系建设和社会主义市场经济建设。在教学实践中，要求课堂讲授与案例分析相结合，借助课堂讨论、计算机模拟、社会实践、市场调查、营销策划、营销咨询与培训等多种形式，培养学生的营销知识应用能力、营销决策能力和营销创新能力。
4	商品拍摄与素材编辑 (72 学时/4 学分)	掌握商品摄影的基础知识、掌握商品图片拍摄的方法、商品图片拍摄的实战技巧、掌握商品图片的后期处理、掌握商品视频拍摄的基础知识、掌握商品视频拍摄的方法、商品视频拍摄的实战技巧、掌握商品视频的后期制作等内容。

2. 专业核心课程

包括数字化零售运营、客户服务、视觉设计与制作、网络推广实务、新媒体运营、直播运营实务、促销方案撰写、商务数据分析、数字营销。

表 8：专业核心课程表

序号	课程名称	主要教学内容和要求
----	------	-----------

1	数字化零售运营 (72 学时/4 学分)	了解数字化赋能零售业,知道数据模型的要素和用法。能够描述出数字化赋能零售业的途径,能够尝试使用数据模型进行分析。通过学习数字化零售运营,养成客观分析事物,从科学的角度探寻答案的处事态度。通过学习数据模型的分析方法,养成科学客观的数字化零售分析能力。
2	客户服务 (72 学时/4 学分)	能够适应现代电子商务企业的需求,为客户提供优质的服务。本课程将通过理论教学和实践操作相结合的方式,让学生了解电子商务客户服务的基本概念、工作职责、工作流程以及沟通技巧等方面,同时掌握相关的电子商务平台操作技能。
3	视觉设计与制作 (126 学时/7 学分)	了解、认识电商视觉设计,掌握相关图片、海报、文案处理实战技能,结合所学电子商务专业,重点研究电商视觉设计的提升方案,如何通过数据分析提升图片点击率和转化率。能准确、系统地理解、掌握电商视觉设计的要点、辅助工具的使用方法,并使学生能根据不同行业的发展规模和特征,针对不同市场环境、不同产品来设计图片、详情页、营销图等,培养学生自我分析问题、解决问题,自我创新、创业能力。同时通过一系列电商视觉设计技能训练,提高学生的应用实践能力。
4	网络推广实务 (72 学时/4 学分)	了解网络推广的基础知识,包括网络推广的含义与目标、网络推广的流程与方法、明确网络推广岗位要求;掌握网络推广目标市场,以此掌握收集网络市场信息、网络推广目标市场、网络推广市场的定位;掌握平台推广工具的使用方法,包括淘宝推广工具、百度推广工具等;掌握传统网络推广方法,包括写作与发布营销软文、投放网络广告、搜索引擎营销推广等;掌握开展新媒体营销的方法,

		包括微博营销、微信营销、短视频营销、直播营销等；了解社群营销，掌握开展社群营销的方法。
5	新媒体运营 (72 学时/4 学分)	熟悉各种新媒体平台和工具，了解它们的特点和优势；理解新媒体营销的基本概念和原理，能够分析和评估不同营销策略的有效性；掌握新媒体运营和推广的技巧，能够制定并执行有效的营销计划；能够通过数据分析和市场调研，评估和改进营销效果；具备一定创意能力，能够设计并实施吸引人的内容和活动；了解新媒体法律法规，遵守相关规定。
6	直播运营实务 (72 学时/4 学分)	了解直播电商产生的原因和直播电商的发展趋势，熟练根据直播间的类型进行不同风格直播间的布置，熟练掌握直播营销策略，掌握直播脚本的分类与写方法，使学生达到理论联系实际以及对电商直播知识的综合运用目的。
7	商务数据分析 (72 学时/4 学分)	理解电子商务数据分析的内涵、意义、作用、思路工具；认识电子商务数据化运营理念；掌握数据采集和处理方案撰写，通过数据分析目标，明确数据指标类型、数据获取渠道并对数据进行初步整理。掌握电子商务领域数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析，包括：市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析；能够根据市场、运营、产品等不同电子商务情境下数据分析目标，开展数据监控、分析，及时发现数据异常并进行运营优化，完成数据分析报告撰写。
8	促销方案撰写 (72 学时/4 学分)	促销活动策划方案进行撰写，包含但不限于以下几个方面：活动目的、活动主题、活动时间、活动方式、市场分析、目标人群、促销媒介的选择、活动的推广方式：人员安排与组织、费用预算等

9	数字营销 (72 学时/4 学分)	掌握数字营销的基本理论和实践技能，具备数字营销战略规划、数字媒体运营、数据分析与决策等能力。通过学习，学生将能够熟练运用各种数字营销工具和平台，制定和实施有效的数字营销策略，提高品牌知名度和销售业绩。
---	----------------------	--

3. 专业拓展课

含短视频运营、网店装修鉴赏课、电子商务物流、创新创业。

4. 综合实践课程

表 9：综合实训对应核心课程表

实习实训 项目名称	主要实训内容	实训 课时	对接核心 课程	时间 安排	地点
客户服务 综合实训	1. 金牌客服：客服技巧、 客服知识、客服案例等 3. 中教畅享国赛软件客 服实训	36	客户服务	第二 学期	电商实训基地 校内电商综合实 训中心
商务数据 分析综合 分析	电子商务数据分析、数据 运营优化、数据分析报告 撰写	36	商务数据 分析	第四 学期	校内电商综合 实训中心
视觉设计 综合实训	1. PS 图像处理：主图设计 与制作、详情页制作等 2. 中教畅享国赛软件网 店装修实训 3. PR 视频编辑：入门实 操、案例解析等	36	视觉设计 与制作	第五 学期	电商实训基地 校内电商综合实 训中心

客户服务 综合实训	1. 金牌客服：客服技巧、 客服知识、客服案例等 3. 中教畅享国赛软件客 服实训	36	客户服务	第五 学期	电商实训基地 校内电商综合实 训中心
网店运营 综合实训	收集网络市场信息、网络 推广目标市场、网络推广 市场的定位、平台推广工 具的使用方法	36	网络推广 实务	第五 学期	电商实训基地 校内电商综合实 训中心
企业顶岗 实习	1. 企业项目入校 2. 校中厂生产型实训	540	综合性实 习实训 中教畅享 国赛软件	第五 学期	校内电商综合实 训中心

5. 教学实习

本专业教学实习包括认知实习、跟岗实习、轮岗实习、顶岗实习等。

表 10：教学实习表

序号	实习名称	实习内容和要求	参考学时
1	认知实习	到企业参观，并和企业运营团队做深入交流	一天
2	跟岗实习	到电商产业园跟岗实习	一个月
3	轮岗实习	现代学徒制学生第五学期到学徒制合作企 业轮岗实习，项目入校实训；	三个月
4	顶岗实习	三年下学期到企业顶岗实习	一学期

6. 劳动教育

本专业根据《教育部关于印发〈大中小学劳动教育指导纲要（试行）〉的通知》（教材〔2020〕4号）要求开展各类形式的劳动教育，不低于16学时。

表 11：劳动教育

序号	活动内容	开设时间	学时	备注
1	社区志愿服务	第 1-5 学期	4	学生外出参加社区志 愿服务

2	专家、校友入校专题讲座	第 1-4 学期	4	职业素养、工匠精神、劳模精神等
3	认识实习	第 1 学期	4	企业文化、职业素养等认知
4	校级技能大赛	每学年 1 次	4	工匠精神

7. 课程思政

本专业加强思想政治教育，充分发挥课堂主渠道功能，努力发掘课程中立德树人的闪光点，与思想政治理论课同向同性，形成协同效应。

表 12：课程思政

思政元素	支撑课程
家国情怀:爱党爱国、捍卫国家主权、了解国情历史、投身国家建设，不负韶华、中华民族伟大复兴中国梦	《中国特色社会主义》、《习近平新时代中国特色社会主义思想》
个人成长:吃苦耐劳、自信自爱、坚韧乐观健全人格、珍爱生命、自我管理、明辨是非、自觉自律、谦虚谨慎、勤奋、责任担当、主动作为、履职尽责	《心理健康与职业生涯》、《职业道德与法治》、《体育与健康》、《哲学与人生》、《就业指导》
诚实守信、互联网安全意识，科技强国、民族自豪感、非遗传承	《网络推广实务》、《新媒体运营》、《直播销售》、《直播运营实务》、《数字化零售运营》、《数字营销》
职业梦想:专业自信心和自豪感、专业认同感、职业规划、爱岗敬业、职业道德、规范法治意识、团队意识和互助精神、精益求精、创新创业	《视觉设计与制作》、《客户服务》、《商品策划》

七、教学进程总体安排

(一) 学时要求

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（含复习考试），假期 12 周。校内周学时和校外顶岗实习均按 30 学时。三年总学时数约为 3240，其中实践教学学时数

占 50%以上。课程设置中应有公共基础课程必修课、公选课、专业基础课、专业核心课程、综合实践课程、专业拓展课，其中公共基础课 1170 学时，约占总学时的 1/3,专业技能课（含各类实习）2070 学时，约占总学时的 2/3。理论 1522 学时，实践 1718 学时，占总学时数 50%以上。**选修课（含公选课和专业选修课）**学时为 324，占总学时的 10%。

（二）教学进程安排

表 13：三年教学运行计划表

课程类型	序号	课程名称		学分	学时分配			学期					
					学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六
公共基础课程	1	思政▲	中国特色社会主义	2	36	36		2					
			心理健康与职业生涯	2	36	36			2				
			哲学与人生	2	36	36				2			
			职业道德与法治	2	36	36					2		
			劳动教育	1	16	8	8		1				
	2	语文▲		12	216	216		2	2	4	4		
	3	数学▲		12	216	216		2	2	4	4		
	4	外语（英语）▲		8	144	144		2	2	2	2		
	5	信息技术▲		8	144	72	72	4	4				
	6	体育与健康		10	180	36	144	2	2	2	2	2	
	7	历史		4	72	54	18	2	2				
	8	公共艺术（音、美术）		2	36	18	18	1	1				
公共选修课	9	物理		2	36	18	18	2					
	10	化学		2	36	18	18		2				
	11	就业指导		2	36	18	18			2			

	12	心理健康	2	36	36	0				2		
	13	习近平新时代中国特色社会主义思想	2	36	36	0					2	
	合计		75	1350	1036	314	19	20	16	16	4	
专业课程	专业基础课程	14	市场营销▲	10	180	180	0	60		6	4	
		15	电子商务基础	2	36	36	0	2				
		16	零售基础	2	36	18	18	2				
		17	商品拍摄与素材编辑	4	72	24	48	4				
		小计		18	324	258	66	8	0	6	4	0
	专业技能核心课程	18	数字化零售运营	4	72	24	48					4
		19	客户服务	4	72	24	48		4			
		20	视觉设计与制作	7	126	36	90	3		4		
		21	网络推广实务△	4	72	24	48					4
		22	新媒体运营	4	72	24	48			4		
		23	直播运营实务△	4	72	24	48					4
		24	数据分析△	4	72	24	48		4			
		25	数字营销△	4	72	24	48				4	
		26	促销方案撰写★	4	72	24	48					4
		小计		39	702	228	474	3	8	8	4	16
	综合实践课程	27	视觉设计综合实训	2	36		36					2
		28	客户服务综合实训	2	36		36		2			
		29	网店运营综合实训	2	36		36					2
		30	商务数据分析综合实训	2	36		36				2	

		31	直播电商	2	36		36					2	
		32	企业顶岗实习	30	540		540						30
		小计		40	720		720				2	6	30
	专业拓展课选修	33	短视频运营○	2	36		36					2	
		34	网店装修鉴赏课○	2	36		36				2		
		35	电子商务物流	2	36		36				2		
		36	创新创业	2	36		36					2	
			小计	8	144		144				4	4	
合 计				180	3240	1522	1718	30	30	30	30	30	30

注 ▲为学考必修课程★为学考技能考核课程△ 1+X 证课程 ○专业群共享课

八、实施保障

（一）师资队伍

包括专任教师和兼职教师共计 18 人，其中在职在编 15 人占比 83%，外聘兼职教师 3 人，都是具有电商行业经验。高中级职称 14 人，占比 77%， “双师型”教师 12 人，占比 67%。

表 14：专业课程师资结构表

教师来源				教师学历		教师职称				双师型教师	
在职在编		外聘（兼职）		本科学历以上		高、中级职称		初级职称			
人	占总	人	占总	人	占总	人	占总	人	占总	人	占总
数	数%	数	数%	数	数%	数	数%	数	数%	数	数%
15	83%	3	16%	18	100%	14	77%	4	22%	12	67%

（二）教学设施

教学设施应满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等应达到国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

1. 校内实训基地建设

按照专业与产业、岗位对接的要求，我校电子商务专业在学校教务处、实训处的指导下，制定了科学的校内实习实训教学计划，并与合作的多家企业共同制定了详细的校外实习实训教学计划，根据岗位人才需求，把为社会培养高素质应用型电子商务人才作为培养目标，以“技能+素养”为培养着力点，强化技能培训，提高综合素质，严格落实执行校内外实习实训教学计划，学生按教学计划的要求完成课程实习、毕业设计等。

表 15：校内实训基地表

序号	实训室名称	实训项目	实训室配置	位数
1	摄影摄像工作室 (2 间)	用于产品拍摄、素材采集项目教学。	佳能 G70 摄影机	50
			摄影配套工具	
2	电商综合实训室 (1 间)	模拟经营，实际操作企业生产经营管理，模拟企业经营竞赛。	电脑	55
			服务器	
3	网络运营实务实训室（1 间）	用于实际操作进行电商店铺管理、促销活动策划、营销推广、运营数据分析等实战策划。	电脑	65
			商品展示台	
4	视觉设计与制作实训室（1 间）	提供专业软件工具如 PS、CDRT、PR 等进行实际操作，提高	电脑	50

		设计技能，还可以进行实际的营销策划和创意制作，提高视觉营销能力。		
4	直播电子商务实训室（2间）	提供直播设备，用于直播实操训练包括灯光、场控、主播、运营等综合性训练。	电脑 商品展示台	100
5	直播中心（1间）	用于电子商务直播课程教学。	电脑 投影仪 声控系统	50
合计	8（间）			370

2. 校外实训基地建设

本专业制定有健全的校内实习实训管理制度，并与校企合作企业共同制定了校外实习实训管理制度，在教学管理中严格执行校内外实习实训管理制度，学校教务处、实训处与本专业部对所有的校内外实习实训过程和成效都有检查、考核和评价，相关资料齐全，校外顶岗实习的学生必须完成顶岗实习任务，并由企业填写实习鉴定表及评价表。

表 16：校外实训基地表

序号	校外实训基地（企业）名称	实训项目	接纳学生数/ 学期
1	xxx 电商产业园	综合性实训	150
2	xxx 茶叶有限公司	网络客服、电话客服	10—20
3	xxx 广告有限公司	广告制作、美工排版	10—20
4	xxx 文化传媒有限公司	网店拍摄、网店美工	10—20
5	xxx 文化传媒有限公司	网店拍摄、网店美工	10—20
合计	5 家	230 人左右	

3. 网络教学环境

完成精品网络课程开发，建成包括专业教学标准、课程标准、多媒体课件、电子教案、试题库等在内的专业学习资源库，以学校局域网和互联网为载体，搭建信息平台数据库，为学生自主学习探究搭建网络教学平台。

（三）教学资源

1. 学校现有教学图书 21 万多册（其中纸质图书 15 万册，电子图书 6 万册），有各种期刊杂志、报纸 120 余种，专业杂志 10 余种，学校每年都有订购专业图书的相关预算，保障专业图书满足教师和学生的学习需求。

2. 学校校园网以千兆以太技术为中心架构，采用逻辑二层结构，构建了用户接入网、数据中心网、一卡通网、平安校园等专网：100%覆盖永久性建筑物，可接入信息点 1200 个；互联接入专用光纤带宽 200 兆。与运营商合作建成了覆盖全校重点区域的无线网络，无线 AP 接入点 400 个。校园网稳定、高效、运行良好。学校现有电脑 1052 台，其中教师及办公用电脑 392 台，计算机机房 11 间 500 台电脑，客户服务中心一体机 100 台，电子阅览室 80 台。能有力的支持运用现代化教育手段开展教学工作。

3. 在教材选用方面严格选取国家规划教材或按照学习领域教学需要编写特色教材。鼓励教师针对学生学情编选适合教材，倡导专业教师开发符合区域特色发展需要，适应于学生认知规律和课程设置要求，教学方法灵活，突出教“一体化”的校本教材。教材内容要切合当前当地的实际情况，符合本专培养目标，突出科学性、先进性和实用性。

4. 学校现有校园数字化资源平台、微讲师平台、企业微信、问卷星、学习通、腾讯视频等开展信息化教学，平台资源丰富。

5. 电子商务企业专家和电子商务教育专家组成的外聘专家资源库，专家的主要职责主要包括专业规划、专业建设指导、课程开发、师资培养、学术讲座和顶岗实习指导等工作，全程参与设计专业的建设与人才培养过程，保证专业建设和师资建设的长远发展。

（四）教学方法

1. 公共基础课。

教师在教学实践中强化课程思政，以行动为导向的教学方法，通过实践活动，加强思政课程教育。时间是检验真理的标准，理论联系实际是我党一贯坚持的原

则。在课程教学过程中，重点倡导“要我学”改为“我要学”的学习理念，突出“以学生为中心”。从以教师为中心转变为以学生为主体，通过自主学习、合作学习、探究学习和分层教学等方法，努力调动学生的学习积极性，提高公共基础课教学的有效性，促进学生综合素质的提高和职业能力的形成。

2. 专业技能课。

教师在教学实践中强化课程思政，必须要加强思政教学的效率，以激发学生学习的兴趣，从而为国家培育出大量的高素质人才。根据专业课程改革采取以实践为主线来组织课程内容开展教学的特点，专业教学模式广泛采取理论与实践教学相结合。依据本专业人才培养定位，在市场调研、职业岗位分析基础上，构建“理实一体化”课程体系。实现课程与工作岗位对接，建立以岗位工作任务为主线的专业“理实一体化、工学结合”课程，实现“做中学、学中做”，“教、学、做”合一，引导学生以“职业人”角色主动学习，培养现代社会需要的复合型人才。根据电子商务专业的特点，加强教师的专业示范和个别指导，通过理论实践一体化的教学模式，促进学生专业知识和技能的同步增长，确保专业教学既满足职业岗位的需求，又为学生未来的职业发展打下坚实基础。

（五）学习评价

采取过程考核、终期考核与成果评估相结合的方式，注重对学生的任务完成情况以及工作态度、团队协作和沟通能力的综合评估，力求体现学生的综合能力。

评价的方式可以采取小组评价与教师评价相结合的方式。对以团队方式完成工作过程的团体，对队员的评价由队长负责，对团队总的评价由教师负责，两者相结合形成的评价结果。

所有必修课和选修课及实训课等均在教学过程中或完成教学目标时进行知识和技能考核。考核评分标准如下表：

图 17 学习评价细则

课程分类	评分项目	分值比例	评分说明
理论课	平时成绩	30%	包括考勤情况、学习态度、作业情况等。
	半期成绩	30%	半期统一考试
	期末成绩	40%	期末统一考试

理实一体	平时成绩	30%	包括考勤情况、学习态度、作业情况等。
	理论成绩	30%	统一考试或人社部相关资格证书考试的成绩替代
	实操成绩	40%	学生的实训项目学习最终完成的结果，根据实训提交的作品齐全与规范程度、完成产品性能是否达标与质量好坏、项目答辩思路、语言表达等给出终结性考核成绩。
实训课	职业素养考核	40%	参照学生参与工作的热情、工作的态度、与人沟通、独立思考、勇于发言，综合分析问题和解决问题的能力，安全意识、卫生状态、出勤率等方面情况综合评价。
	技能考核	60%	采用完成项目工作任务，进行答辩的方式进行考核或人社部相关资格证书考试的成绩替代
岗位实习	学生自评	20%	由学生根据自己在企业的工作态度和掌握的专业技能进行综合评定
	企业考核	40%	由企业根据自己在企业的工作态度和掌握的专业技能进行综合评定
	实习报告	20%	根据学生总结能力给以评定。实习报告中应包括实习计划的质量分析与评估、存在问题与解决措施、经验体会与建议等
	实习带队教师考评	20%	由带队老师根据学生在工作态度、遵守纪律和掌握的专业技能进行综合评定

（六）质量管理

建立健全校、教学部（专业组）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主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院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。

九、毕业要求

1. 按规定修完所有课程，参加福建省中等职业学校学生学业水平考试且成绩合格。
2. 掌握计算机基本操作和常用软件的使用，获得全国计算机应用能力一级 B 证书。
3. 参加与本专业有关的岗位顶岗实习，并达到其岗位技能的基本要求，成绩合格。
4. 完成实践性教学环节（职业技能训练），成绩合格。
5. 必须获得以下必考职业资格证书的 1 种。

表 18 职业资格证书表

序号	职业资格证书名称	必考/选考	职业等级	考试学期	颁发证书部门
1	1+X 电子商务运营推广	选考	初级	5	教育部职业技术教育中心
2	1+X 电子商务数据分析	选考	初级	2	教育部职业技术教育中心
3	1+X 直播电商	选考	初级	5	教育部职业技术教育中心
4	1+X 数字营销技术	选考	初级	4	教育部职业技术教育中心

十、附录

人才培养方案主要创新点：

1. “双主体、三融合、四对接”人人才培养模式

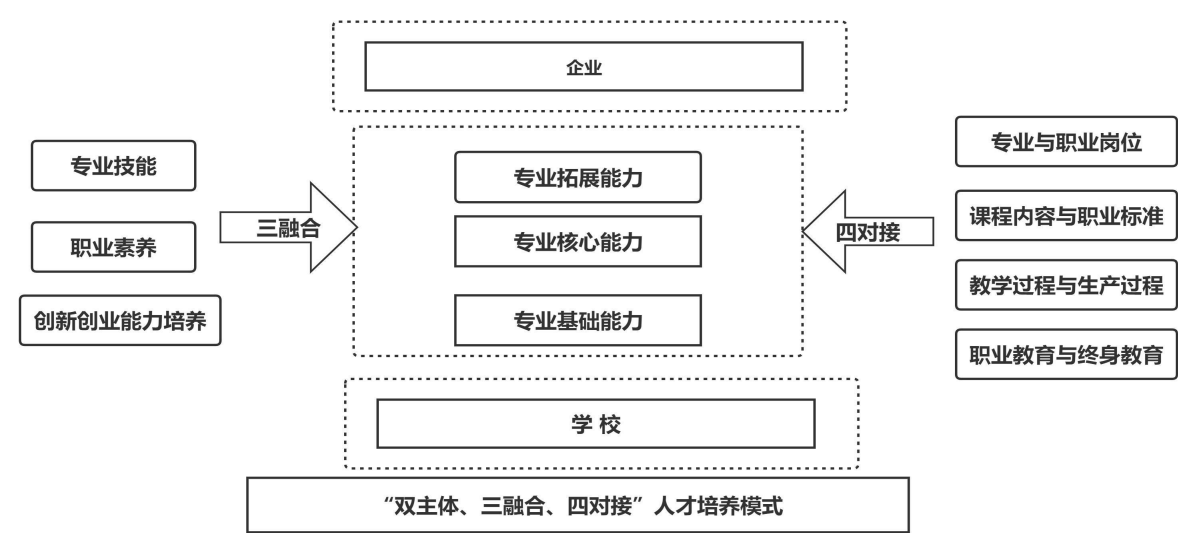
“双主体、三融合、四对接”人才培养模式是指通过一定的方式和平台建构中职院校商贸类专业课堂教学、校内生产性实训基地实训、校外实习实训基地顶岗实习的有机联系和内在聚合,实现商贸类专业理论教学、专业技能训练、职业素质培养的有机融合。“双主体”是指在校内外实训基地建设、专业人才培养过程中存在两个主体,即学校和企业,既是“三融合人才培养模式实施和依托的载体和环境,又是“三融合”人才培养模式的特征指向。“三融合”是指商贸类专业人

人才培养坚持专业技能、职业素养与创新创业能力培养相融合,把3个要素融合纳入专业人才培养的顶层设计,并作为课程体系和实践教学体系构建的主体内容。

“四对接”是指构建专业与职业岗位、课程内容与职业标准、教学过程与生产过程、职业教育与终身学习的实践教学体系。

“双主体、三融合、四对接”人人才培养模式,注重实用,强调实践,创建电商企业的真实工作环境。校企一体,重构课程体系,校企协同开发如《数字营销》《直播电商》等针对性较强的实训操作课程。通过规范的操作流程、科学的管理模式、标准的考核评定,有效整合学校和企业的资源与设施,拉近合作企业与学校、员工与学生之间的距离,使行业发展、企业需求和学校培养三者之间和谐发展。

图 2 人才培养模式



2. 推进“三育有人”综合改革

坚持把立德树人作为中心环节,把思想政治工作贯穿教育数学全过程,实现全员育人、全过程育人、全方位育人,努力开创中职教育发展新局面。全面统筹办学治校各领域、教育教学各环节、人才培养各方面的育人资源和育人力量,实现育人工作的协同协作、同向同行、互联互通,结合学校实际,围绕人才培养新要求,不断健全完善“三全育人”工作评价标准,构建德智体美劳全面培养的指标体系。将“三全育人”理念与“德智体美劳”五个育人内酒、育人目标、指标

体系、培养路径相融合，围绕大学生各个年级的成长需要和侧重点，形成课内课外校内校外、线上线下的全方位育人方案。

3. 构建“思政”育人大格局

将爱国主义、职业道德、人生观、价值观等融入到电子商务专业核心课程的教育教学中，使学生能够适应环境，有爱国主义和奉献精神，有吃苦耐劳、精益求精的职业精神，能安心工作。打磨“专业思政”育人大格局，爱国奉献、工匠精神、团结协作，善于沟通，吃苦耐劳、精益求精、劳动光荣等体现自身人生价值的素养作为“专业思政”教学的主要目标。