

电子商务专业 实施性人才培养方案

专 业	电子商务
学 制	三 年
招 生 对 象	初中毕业生
学 校（ 盖 章）	江苏省徐州市中等专业学校
填 报 日 期	二〇二四年六月

目 录

一、专业名称及代码.....	错误!未定义书签。
二、入学要求.....	错误!未定义书签。
三、修业年限.....	错误!未定义书签。
四、职业面向.....	错误!未定义书签。
(一) 职业(岗位)面向.....	错误!未定义书签。
(二) 职业资格.....	错误!未定义书签。
(三) 继续学习专业.....	错误!未定义书签。
五、培养目标与培养规格.....	错误!未定义书签。
(一) 培养目标.....	错误!未定义书签。
(二) 培养规格.....	错误!未定义书签。
(三) 专业知识和技能.....	错误!未定义书签。
六、课程设置及要求.....	5
(一) 公共基础课.....	5
(二) 专业技能课.....	6
七、教学进程总体安排.....	10
(一) 课程结构.....	10
八、实施保障.....	11
(一) 师资队伍.....	11
(二) 教学设施.....	11
(三) 教学资源.....	错误!未定义书签。
(四) 教学方法.....	错误!未定义书签。
(五) 学习评价.....	错误!未定义书签。
(六) 质量管理.....	11
九、毕业要求.....	11
十、附录.....	15

江苏省徐州市中等专业学校

2024 级电子商务专业实施性人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

电子商务（730701）

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

基本学制：3 年

四、职业岗位

职业（岗位）面向	职业资格	继续学习专业	
互联网和相关服务 商务服务业 批发业 零售业	电子商务师（初级） 互联网营销师（初级） 网店运营推广（初级） 直播营销师（初级）	高职： 电子商务、跨 境电子商务、 移动商务、网 络营销与直播 电商等	本科： 电子商务、跨 境电子商务、 全媒体电商 运营等

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德智体美劳全面发展，具有一定基础的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握电子商务专业对应职业岗位必备的专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业的销售人员、商务咨询服务人员等职业群，能够从事网店美工、大数据分析、新媒体运营、网站策划与维护、网店运营与管理等专业技术性工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 具有诚实守信的职业道德、精益求精的工匠精神；
2. 具有高度的责任感，有严谨、认真、细致的工作作风；

3. 具有良好的商务礼仪、沟通和表达能力以及团队精神和合作意识；
4. 具有初步的互联网思维、良好的线上沟通能力和互联网语言表达能力；
5. 具有“客户至上”的服务观念；
6. 具有良好的人文素养和继续学习的能力；
7. 具有对新技术、新工具、新平台、新规则的学习能力；
8. 具有一定的数据思维、审美意识、创新意识。

（三）专业知识和技能

1. 了解现代商贸流通行业相关的政策和法规，以及现代营销和商务信息技术服务等发展趋势，能及时关注商务营销领域的新业态和新模式。

2. 掌握市场营销 4Ps 等基本理论知识和一般商务洽谈技巧，具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力，能从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作。

3. 掌握电子商务的基本类型和特点，以及电子商务运营的一般技能和具体运营流程，具备线上沟通协作和赢得客户的能力，会正确建立和处理客户关系，能利用电话、网络等工具联络客户。

4. 了解商务数据的主要来源和会计基础知识，能运用采集工具对商务数据进行初步整理分析，会进行基本的会计核算。

5. 掌握电子商务相关技术，能合理运用网络、营销、支付等技术开展电子商务活动，并能利用数据分析工具对不同运营周期的数据进行分析。

6. 掌握网店设计的方法与技巧，能用精美的图文传递产品的信息，并能根据网站后台数据，分析消费者的浏览习惯和点击需求。

7. 掌握物流各功能要素的含义及内容，能根据货物情况合理配置物流活动各环节，能运用物流信息技术解决物流实践活动中的问题。

8. 掌握各种网络推广平台的操作方法和技巧，能根据企业实际需求合理选择推广工具，制订网络推广方案，并能进行网络推广。

9. 掌握网上开店及店铺基础设置的方法，能借助营销工具进行网店推广与营销，能根据企业实际需求进行微店运营管理，具有网店商品发布与管理能力、日常运营与管理能力。

10. 掌握网店客户接待与沟通的技巧，能根据售后问题处理要点进行有效的

问题反馈，能根据客户评价做好用户线上评价的运营维护，能根据客户互动管理的技巧与方法正确处理客户投诉，具有提高客户满意度与忠诚度的能力，具有对客户关系数据进行管理与分析的能力。

11. 掌握不同新媒体平台的基本规则、运作方式与特点，能根据具体需求，选择合适的新媒体渠道，能根据需求，设计页面风格、页面布局、页面色调等，并使用设计类工具软件呈现设计效果图，掌握新媒体营销产品、服务、渠道、促销、广告策略的基本知识，能根据不同需求达到营销目的。

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。公共基础课包括思想政治课、文化课。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，实训实习含校外实训、岗位实习等多种形式。

（一）公共基础课

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《中等职业学校思想政治课程标准》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《中等职业学校思想政治课程标准》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《中等职业学校思想政治课程标准》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《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
5	国家安全教育	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
6	语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	252
7	数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	252
8	英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	180
9	信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	144
11	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
12	艺术	依据《中等职业学校公共艺术课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	72
13	历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	72

(二) 专业技能课

1. 专业平台课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	现代营销基础	<p>了解市场、市场营销、营销组合的概念，营销观念的新发展类型，能辨析各种营销观念的特征；了解市场营销环境的概念及特性，能区分宏观环境与微观环境；了解环境因素，能说出其对企业营销活动的影响；理解寻求市场机会的方法与途径，会运用调节市场需求的策略；了解市场调查的概念，理解市场调查的意义，能概括市场调查的基本流程；了解消费心理的研究意义、消费需求及购买动机，能运用消费心理的研究方法分析案例；了解消费者购买行为模式及影响因素，能辨析消费者购买行为的类型；了解市场细分的概念，能分析市场细分的意义，理解细分的依据及有效条件；了解市场择优的评价标准和具体战略，能复述市场定位的概念和步骤；掌握产品策略的含义，掌握产品的组合与品牌策略；了解包装策略，理解产品生命周期策略、新产品开发和推广策略，会灵活运用产品策略；掌握价格策略的含义，了解产品定价的目标、方法和具体策略，能运用初始价格变动的措施；掌握分销渠道的含义，能熟悉消费者与生产者市场的不同分销形式，能区分渠道的长度和宽度策略；了解中间商的类型，能分析影响分销渠道选择的因素；掌握促销策略的含义，能说出促销的作用，了解线上线下促销的方式、特点和内容，了解新媒体营销、短视频广告、数据营销的含义，能结合实际情况进行灵活运用。</p>	108
2	商务沟通与礼仪	<p>能根据不同的时间点、不同的沟通对象，选择合适的沟通话题，培养礼貌待人、真诚待人的沟通习惯；熟悉商务推销的步骤和常用技巧；了解商务谈判的概念、特征、原则，能运用商务谈判的策略和技巧进行商务谈判；了解非语言沟通的概念、特点、表现形式及作用，了解目光、微笑、手势等体态语言，会用体态语言来表情达意；了解书面沟通的概念及优缺点，掌握商务文书的种类以及常用商务文书的写作技巧，能进行常用商务文书的写作；掌握仪容、仪表、仪态的基本要求，能结合自身特点修饰仪容仪表，注重自身形象塑造，具有良好的职业形象；掌握现代商务场合中通用的问候、介绍、握手、名片、接待、拜访、馈赠等礼仪规范，会以正确的方式表达对别人的尊重；了解宴请的程序和规范，能得体地遵守中西餐宴会礼节；了解商务通信礼仪的基本要求，会使用电话、手机、短信、网络等手段，有礼貌地进行商务沟通；了解签约、剪彩、庆典等仪式活动的基本程序和礼仪规范，能在商务活动中遵守礼仪规范；了解东西方文化及礼仪差异，了解主要国家礼仪风俗及禁忌，能在涉外商务往来中遵守基本礼仪规范。</p>	72
3	图形图像处理 photoshop	<p>了解 Photoshop 的功能，掌握选择区域的创建与编辑、图层应用、图像的编辑与修饰、路径与形状工具、滤镜特效等操作技能，会运用所学知识 and 技能进行图形图像处理。</p>	72

4	商贸法律法规	了解法的概念与特征,知晓法律的效力范围,以及法律关系三要素和不同的法律关系;了解消费者的权利和经营者的义务,以及国家对消费者合法权益的保护;了解消费者的构成,掌握消费者和经营者发生消费者权益争议的解决途径;理解商标的概念和种类,了解不能作为商标、注册商标使用的标志;了解商标专用权人的权利,以及商标权的法律保护;掌握不正当竞争行为的概念,了解不正当竞争行为的内容,以及对涉嫌不正当竞争行为调查采取的措施;了解生产者、销售者的产品质量责任和义务,以及相关的损害赔偿条款;了解中华人民共和国反垄断法的立法目的和垄断行为,了解垄断协议的内容及相关处罚条例;了解电子商务法、民法典(第三编合同)、公司法、广告法、价格法等法律法规,理解其概念、种类及其应用。	72
5	电子商务基础	理解电子商务的发展、电子商务的概念以及电子商务的几种模式、三种主流的电子商务交易模式C2C、B2C、B2B及移动电子商务模式、网络营销的概念,对网络市场和网络消费者行为的分析方法、网络营销方法和营销策略等方面作了介绍、电子商务交易中的电子支付环节,介绍了电子货币、网上银行及网上支付的概念等内容。	72
6	会计基础知识	了解会计的产生与发展及其管理工作的重要性;理解会计的基础知识,掌握会计核算的基本原理;掌握商品流通企业基本经济业务的性质和内容,能按照相关法律法规准确地进行会计处理,具备日常经济业务核算的能力;能根据案例资料辨识和填制原始凭证、通用记账凭证,能识别会计账簿和简单会计报表;具备商务营销类专业面向的采购员、营销员、营业员、收银员、仓储管理员等岗位的基本素质,具有良好的职业道德、职业操守和严谨务实的职业精神。	72

2. 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	网络推广	了解网络推广的概念、分类,理解网络营销和网络推广的区别和联系,能描述网络推广岗位职责;网络推广方案的概念,理解网络推广方案的内容,掌握网络推广方案的制订步骤,能根据企业网络推广目标,制订并实施推广方案;了解SEO基础知识和工具,掌握网络诊断的基本方法,了解各大搜索引擎竞价广告,会进行网站结构与页面优化;微信推广的定义、特点,掌握微信推广内容的撰写技巧,会根据微信推广策略开展推广活动,能进行微信推广效果评估;理解微博推广定义及特点,掌握微博推广的方法,能根据企业网络推广目标,策划微博推广活动;了解网络直播推广的概念,掌握网络直播推广的分类,能实施网络直播推广的策划内容,能使用各种直播工具进行推广;了解信息流推广的特点,掌握邮件推广、软文推广等其他网络推广工具的推广方法,能通过社交媒体进行产品推广。	72

2	网店运营	了解常见的网店平台及网上开店的流程,了解商品的供货渠道,掌握商品的价格制订策略,能根据常用定位方法进行店铺定位;了解商品发布的流程,掌握商品标题设置技巧,能进行商品主图优化,能根据商品特性撰写商品描述,能对商品进行有效管理;了解网店装修的内容及方法,掌握店铺首页风格、布局设计技巧,能完成主要模块区域设计,能从消费者角度设计宝贝详情页、促销海报;了解网店交易管理的内容,能根据订单的交易状态进行交易管理,了解大型电商企业仓库管理方法,能根据自身情况选择快递公司,能根据网店客服沟通技巧进行售后投诉处理;掌握网络推广工具的操作方法,能根据活动主题策划并实施网店营销活动;了解移动网店的主要形式,掌握微店开通流程和微店装修与商品管理的方法,能根据微店实际情况进行营销管理。	72
3	物流与配送	了解电子商务物流概念、特征,能描述电子商务物流的发展现状,绿色物流的含义,能描述绿色物流的内容;自营物流的含义、优势与劣势,掌握第三方物流的概念及产生原因,掌握第四方物流运作模式,能分析物流联盟产生的原因,能根据企业需求选择物流模式;理解仓库的作用和分类,掌握商品出入库的基本作业流程,会填制出入库相关单证,能熟练进行商品库存盘点,填写商品库存盘点相关单证;运输与配送的相关概念,掌握不同运输方式的优缺点,会根据货物情况合理选择运输工具,会设置基本配送路线;了解物流包装概念及功能,掌握运输包装方法,能根据货物情况选择包装方式,进行简单包装处理;电子商务供应链和供应链管理的概念,掌握供应链管理的主要内容,能描述供应链管理的模式;了解常用物流信息技术和智慧物流信息系统的应用,理解电子商务物流信息系统的功能,能描述物流信息系统的构成及管理模式,能针对具体的物流与配送系统提出优化和改进措施;了解跨境电子商务物流的含义,掌握跨境电子商务物流模式,会选择跨境电商物流模式。	72
4	网店美工	了解商品的色彩与构图原则,掌握商品修图美化的方法,能进行商品主图和辅图的设计制作;掌握电商字体设计的方法,以及商品文字设计技巧,能进行文字创意构思和文字创意设计;理解电商海报的基本概念、作用,掌握电商海报设计原则,能根据不同的运营目的完成电商海报的设计与文案创意;了解店铺首页的框架布局,掌握店标的设计原则,掌握店招设计的类型和结构,能根据店铺风格和商品特点设计制作自定义内容区和推广区;掌握不同平台商品详情页构成,掌握商品详情页布局设计的技巧,能根据店铺风格和商品特点完成商品详情页设计与制作;了解移动端店铺页面布局的类型,掌握移动端店铺店招、分类导航、详情页的设计方法,能根据设计流程完成移动端店铺活动模块和自定义模块等页面设计。	72

3. 专业拓展课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	新媒体方案策划与写作	通过学习和实践,让学生能够具备广告市场调研与分析能力;掌握广告策划书的撰写;能够进行广告策划与创意的分析;可以独立进行广告文案的基本创作。	72

2	新媒体营销实务	掌握新媒体营销的概念、特点，能描述新媒体营销的发展趋势；了解短视频营销的概念和特点，掌握短视频营销的原则和技巧，会运用技巧完成营销短视频制作；了解自媒体的含义及价值，掌握自媒体营销的定位与技巧，会使用头条号、百家号等自媒体平台进行营销推广；了解社群营销的含义、特点，掌握社群营销的运行方式，能运用社群营销技巧开展营销活动；掌握APP营销的主要模式和活动策划要点，能运用APP常见推广方式，会用主要推广渠道进行推广；了解内容营销的概念及基本要素，掌握内容营销的原则，会运用内容营销策略开展营销活动；了解新媒体整合营销的概念与特点，理解新媒体整合营销的原则，能结合新媒体营销策略撰写新媒体整合营销方案。	72
3	客户关系管理	理解客户关系管理的涵义、类型以及营销策略，能掌握客户满意理论，理解关系营销理论的实质，会计算客户生命周期，熟悉呼叫中心的概况，会分析呼叫中心与CRM的关系，能说出数据仓库的概念，会简单实施客户关系管理数据仓库，理解并掌握客户管理战略，能简单分析案例中公司的发展现状，能简单应用客户关系管理项目的实施，能安装使用企业客户关系管理软件。	72
4	网店客服实务	掌握网店客服应具备的职业素质；熟悉网店购物流程，掌握客户售前、售中、售后接待与沟通的技巧，做好用户线上评价的运营维护；掌握客服团队搭建的方法和团队绩效分析的方法；了解智能客服基本功能及配置逻辑，提高智能客服机器人的正确率。	72

4. 专业选修课

- (1) 汉字录入技术
- (2) 商品拍摄与图片处理
- (3) 学考技能（电商综合实训）
- (4) 学考理论

5. 综合实训课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	直播营销实训	通过奥派直播软件模块的实训，掌握直播选品、促销优惠设置、直播活动策划、客户服务、主播管理、商品讲解与展示、直播控场、异常应对等工作技能。	28（1周）
2	网店运营实训	关键词挖掘与分析；商品标题制作；详情页优化；搜索推广策略制定；搜索推广账户搭建；搜索推广账户优化；信息流推广策略制定；信息流推广账户搭建；信息流推广账户优化。在网店运营推广平台完成实训内容中的各项工作任务；能在实际工作中应用，具备网店推广能力。	28（1周）

3	岗位实习	到批发/零售企业、事业、电子商务公司、外贸公司等单位的电商运营部门/视觉设计部门/客户服务部门/分销部门/仓储物流部门等岗位直接参与相关业务工作，综合运用本专业所学的知识和技能，完成一定的工作任务，获得相应岗位工作责任、专业能力、工作能力锻炼。	540（18周）
---	------	--	----------

6. 岗位实习

岗位实习是电子商务专业最后的实践性教学环节，是对所学知识和技能进行的一次综合性实践，是培养学生综合职业能力的重要环节。通过顶岗实习，使学生了解该专业相关岗位的工作内容及工作过程，掌握电子商务专业日常工作的常用方法，进一步熟练操作技能，提高社会认识和社会交往的能力，学习企业在职人员的优秀品质和敬业精神，养成正确的工作态度，明确自己的社会责任，初步具有上岗工作的能力。

七、教学进程总体安排

（一）课程结构

顶岗实习													
综合实训													
专业技能课	专业核心课	物流与配送 网店美工 网络推广 网店运营										专业选修课 汉字录入技术 商品拍摄与图片处理 学考技能(电商综合实训) 学考理论	
	专业平台和拓展方向课	电子商务基础	商务沟通与礼仪	现代营销基础	商贸法律法规	会计基础知识	图形图像处理 photoshop	客户关系管理	新媒体营销实务	网店客服实务	新媒体方案策划与写作		
公共基础课	中国特色社会主义												
	心理健康与职业生涯	哲学与人生	职业道德与法治	语文	数学	英语	计算机应用基础	体育与健康	历史	艺术	劳动健康	国家安全教育	职业健康与安全

（二）教学时间分配

学期	学期周数	教学周数		考试周数	机动周数
		周数	其中：综合实践教学及教育活动周数		
一	20	18	1（军训） 1（入学教育及专业认知实习）	1	1
二	20	18	直播营销实训	1	1
三	20	18	/	1	1
四	20	18	网店运营实训	1	1
五	20	18	/	1	1
			2(社会实践活动)		
六	20	20	18(顶岗实习)	/	/
			2(毕业考核、毕业教育)		
总计	120	110	25	5	5

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 专业教学团队

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。专业教师学历职称结构合理，配备具有相关专业副高级以上职称教师4人，中级专业职称教师4人，初级职称3人，建立“双师型”专业教师团队，其中“双师型”教师到达100%；并具有业务水平较高的专业带头人。

2. 专任专业教师

专业教师有良好的师德和扎实的专业理论知识；教师具有中等职业学校教师资格证书，具备相应的职业资格，对本专业课程有较全面的了解，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。

3. 兼职教师

从行业企业聘请兼职教师，企业兼职教师具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，参与本专业的教研活动，把企业的新工艺、新技术、新的管理理念引入教学当中，对教学中存在的问题及时进行总结和反思。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实验室、实训室和实训实习基地。

1. 专业教室基本要求

专业教室已配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；装有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. 校内外实训场所基本要求

校内外实训场所符合面积、安全、环境等方面的要求，实验、实训设施（含虚拟仿真实训场景等）先进，能够满足实验、实训教学需求，实验、实训指导教师确定，能够满足开展电子商务实验、实训活动的要求，实验、实训管理及实施规章制度齐全。

根据本专业人才培养目标的要求及课程设置的需要，按每班 40 名学生为基准，校内实训室配置如下：

序号	实训室名称	主要设备名称	数量（生均台/套）
1	电子商务运营实训室	教学用计算机	1
		投影设备	1
		学生用计算机	40
		电子商务软件（博导软件）	1
		服务器	1
2	录播实训室	教学用计算机	1
		智慧黑板、投影设备、音响设备	1
		服务器	1
		摄像机	4
		化妆室	1
		麦克风	4
		补光灯	4
		幕布	1
题词器	1		
3	图形图像处理实训室	教学用计算机	1
		投影设备	1
		学生用计算机	40
		制图软件	1
		视频处理软件	1
4	直播实训室	教学用计算机	1
		学生用计算机	40
		奥派电商直播软件	1
		服务器	1
		路由器	1
		直播间桌、椅	8

	直播间手机支架、补光灯	10
	无线耳麦	2
	投影仪	1
	插排	8
	幕布	1
	文化墙	4

2. 校外实训基地

校外实训基地满足学生顶岗实习、专业教师企业实践的需要，共建校外实训基地多家，需要开展相关实训项目、认识实践、企业文化体验等内容时需提前到经贸学院报备，统一安排。

（三）教学资源

主要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

依据《江苏联合职业技术学院教材建设与管理实施办法》文件精神，根据学校教材选用与使用管理办法，择优从学院推荐教材目录中选用，按照任课教师选用教材→教研室审核→院部审核→教务处审核→学校领导审核等程序，规范教材选用与使用流程，积极开展活页式、工作手册式等新型教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书馆现拥有图书文献 27400 余册，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：有关电子商务专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

3. 数字教学资源配置基本要求

本专业配备一定数量的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、数字教材等专业教学资源库，购买了网店运营、网络营销、直播电商等虚拟仿真软件，满足专业主干课程教学需要。使用超星泛雅平台，搭建网络教学空间和学习空间，满足学生在线学习和课余学习需求。

（四）教学方法

1. 教学要求

（1）公共基础课

公共基础课的教学要符合教育部有关教育教学的基本要求，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，重在教学方法、教学组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，调动学生学习的积极性，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基础。

（2）专业技能课

专业课程包括专业核心课程、专业方向课程和专业选修课程，并涵盖实习实训等有关实践性教学环节。本方案专业课程设置主要参考江苏省下发的中职电子商务专业人才培养方案（试行），同时结合学校、院部各方面实际条件进行了相关设置安排，包括现代营销基础、网店美工、电子商务基础、网店运营等课程，专业方向课程融入了新媒体营销方向和网店运营两个方向的相关知识和技能，以及与行业热点对接的直播营销实训、短视频运营等课程；专业选修课主要是为了保证学生在第三学年参加江苏省学业水平考试而开设的课程，多方位多层次满足教学所需。

2. 教学管理

教学管理要更新观念，改变传统的教学管理方式；要依据本标准的要求制订本专业教学计划，配备师资、教材、教学资料和实训资源。制订校内实训课程管理规定，贯彻落实教育部、财政部颁发的《中等职业学校学生实习管理方法》，加强教学过程性质量监控和考核评价，依据专业核心课的标准评价教学水平。

（五）学习评价

围绕本专业培养目标、培养规格、技能素养和课程性质、功能，建立与之相适应、激励与约束相结合的学习评价模式。

1. 坚持学生中心、以德为先

学习评价要落实立德树人的根本任务，促进学生德智体美劳全面发展。公共基础课程考核评价应以人才培养方案、课程标准为基本依据，重点考核学生运用知识分析与解决实际问题的能力，促进学生核心素养的发展。

2. 坚持标准引领

依据国家职业教育专业教学标准和职业技能等级标准的要求，将课程标准和行业企业等社会用人标准有机结合，把职业技能等级标准纳入学习质量评价之中。

3. 坚持过程评价与结果评价结合

改革评价方式，注重学生学习过程评价和学习结果评价相结合，发挥学习评价的激励和导向功能。

（六）质量管理

1. 依据学校《专业设置与动态调整实施办法》，加强专业调研及专业论证，制订并滚动修订专业实施性人才培养方案。

2. 依据学校《课程管理制度》，制订并滚动修订课程标准，积极引进企业优质资源，与企业合作开设课程、共建课程资源。

3. 依据学校《教育教学质量监控体系运行条例（修订稿）》等相关制度，加强教学质量监控管理，持续推进人才培养质量的诊断与改进。

4. 依据学校《教学工作检查制度》，加强日常教学的运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，保持优良的教育教学秩序。

5. 依据学校《教研活动制度》，建立集中教研制度，定期召开教学研讨会议，定期开设公开课、示范课并集中评课，通过集中研讨、评价分析等有效提升教师教学能力，持续提高人才培养质量。

6. 依据学校《毕业生就业跟踪管理制度》，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。

九、毕业要求

学生学习期满，经考核、评价，符合下列要求的，予以毕业：

1. 综合素质毕业评价等级达到合格及以上。
2. 完成本方案所制定的各教学环节活动，各门课程成绩考核合格。
3. 取得本方案所规定的职业类证书或相对应的基本学分。

十、附录

1. 教学进程安排表

课程类别	序号	课程名称		学时数		课程教学各学期周学时										
				总学时	学分	一		二		三		四		五		六
						18周		18周		18周		18周		18周		20周
						18	0周	17周	1周	18周	0周	17周	1周	12周	6周	20周
公共基础课程	1	思想政治课	必修	中国特色社会主义	36	2	2									
				心理健康与职业生涯	36	2		2								
				哲学与人生	36	2			2							
				职业道德与法治	36	2					2					
		限选	国家安全教育	36	2									2		
			职业健康与安全													
			法律与职业													
	2	文化课	必修	语文	240	14	3		3	3		3		2		
	3			数学	240	14	3		3	3		3		2		
	4			英语	168	10	2		2	2		2		2		
	5			计算机应用基础	144	8	4		4							
	6			体育与健康	144	8	2		2	2		2				
	8			4 限选	艺术（音乐/美术）	72	4	2		2						
9	历史		72		4			2		2						
小 计				1260	72	18		18	14		14		8			
10	专业核心课程	网络推广	72	4				4								
11		网店美工	72	4						4						
12		物流与配送	72	4						4						
13		网店运营	72	4						4						
小 计				288	16											

专业 技能 课程	14	专业 平台 课程	电子商务基础	72	4	4												
	15		商务沟通与礼仪	72	4	4												
	16		PhotoShop 图像处理	72	4		4											
	17		会计基础知识	72	4		4											
	18		商贸法律法规	72	4		4											
	19		现代营销基础	108	6				4		2							
	20	专业 拓展 课程	新媒体营销实务	72	4				4									
	21		客户关系管理	48	4									4				
	22		网店客服实务	48	4									4				
	23		新媒体方案策划与写作/ 专业技能实训（升学）	48	4									4				
	小 计			684	42													
	24	专业 选修 课	汉字录入技术	36	2	2												
	25		商品拍摄与图片处理	72	4				4									
	26		学考技能（电商综合实训）	48	4									4				
	27		学考理论	48	4									4				
	小 计			204	14													
	28	综合 实训	直播营销实训	28	1			1周										
	29		网店运营实训	28	1							1周						
	31		劳动课	18	1	1												
	32	军训、入学教育		56	2		2周											
	33	实习教育		28	1									1周				
	34	顶岗实习		540	18													18周
	小 计			698	24		2周		1周				1周		1周		20周	
			3134	168	29	2周	30	1周	30		28	1周	28	1周	20周			

注：

1. 总学时 3134。公共基础课程与专业技能课程的课时比例为 4:6。
2. 总学分 168。学分计算办法：第 1 至第 5 学期每学期 16-18 学时记 1 学分；军训、入学教育、社会实践、岗前培训、综合实训、毕业教育等活动 1 周记 1 学分。
3. 每周一下午活动课（7、8 节课）统一安排劳动实践与劳动教育，由班主任与各实训管理人员共同进行过程和结果评价。