

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务（121100）

二、入学要求

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	所属 专业类	对应 行业	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	电子商务	电子商务	网店编辑 网店运营 客服人员	网店编辑 淘宝美工 客户服务 网店运营	计算机二级证书 1+X 证书

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

坚持立德树人、培养与习近平新时代中国特色社会主义思想建设要求相适应的技能人才，坚持德、智、体、美全面发展，培养学生具有良好的职业道德和职业素养，以电商职业能力为本位，掌握电子商务基本知识和基本技能、操作常用电商软件，能胜任企业、非营利组织等单位电子商务与网店运营一线工作的劳动者和初级技术技能人才，具备职业生涯发展基础和终身学习能力。具有网店运营管理、电商案例分析能力，能够适应企事业单位及行政部门电商运营管理者的工作要求，基础扎实、职业技能熟练，具备终身学习本领的高素质技能型专业人才。

（二）培养规格

1、素质

（1）政治思想素质。热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线；具有

坚定的理想信念和爱国主义、集体主义思想；树立正确的世界观、人生观和价值观；遵纪守法、诚实守信，具有良好的社会责任感和使命感。

(2) 职业素质：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。具有执行能力、应变能力、团队协作与承压能力，良好的语言表达和沟通能力，较强的逻辑思维能力和能独立处理问题，具有不断创新意识和能力。

(3) 人文科学素质。掌握一定的科学知识、科学理论和科学方法；具有一定的文学艺术修养；具有一定的信息搜集、处理能力。

(4) 身体心理素质。树立自觉锻炼、终身锻炼的意识，有良好的运动保健素养、良好的体魄；身心健康，具有良好的心理调控能力，具有积极的情感、意志、性格；具有健康的生活方式和良好的卫生习惯、生活习惯。

2、知识

(1) 了解基本的商务礼仪常识。

(2) 了解营销基础知识。

(3) 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。

(4) 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。

(5) 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。

(6) 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。

(7) 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，并使用设计类工具软件呈现效果图。

(8) 掌握网络营销相关知识，能根据需求，操作站内和站外推广媒介，达到网络营销目的。

(9) 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、能力

(1) 能使用标准的普通话与客户交流。

(2) 能使用规范化语言服务客户，与顾客沟通顺畅。

(3) 能理解客户需求，正确录入信息，汉字录入速度达到 80 字/分钟。

(4) 能按照客户关系管理流程与规范，使用 CRM 客户关系管理系统，实施大客户关系管理。

(5) 能根据企业需求，撰写不同类型的软文，符合行业规范。

(6) 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。

(7) 能根据推广目标，实施基础的 SEO 推广，满足基本要求。

(8) 能根据企业需求，运用整合网络营销相关知识，利用推广媒介实施网络推广。

六、工作任务与职业能力分析

表 6-1 公共基础部分工作任务与职业能力分析表

分工作项目	工作任务	职业能力
1、计算机基础能力训练	1-1 Word、Excel、PPT 文档的编辑	1-1-1 能够用拼音、五笔字型等方法输入汉字； 1-1-2 会存储文件； 1-1-3 能编辑文件； 1-1-4 能用 Word 绘制表格； 1-1-5 能用 Word 绘制图形； 1-1-6 能用 Excel 绘制表格； 1-1-7 能用 Powerpoint 制作演示文稿。

2、网页设计 基础能力训练	2-1 HTML 语言设计	2-1-1 掌握 HTML 格式规范； 2-1-2 掌握文档、图像、表格的插入方法； 2-1-3 掌握超级链接的方法； 2-1-4 掌握表单的应用； 2-1-5 掌握 CSS 的设计。
	2-2 Div+CSS	2-2-1 CSS 语句的结构； 2-2-2 CSS 的基本语法； 2-2-3 CSS 的单位； 2-2-4 CSS 控制文本样式； 2-2-5 CSS 设置背景； 2-2-6 CSS 设置图片样式； 2-2-7 CSS 控制超链接样式； 2-2-8 CSS 控制列表样式； 2-2-9 CSS 美化表格； 2-2-10 CSS 滤镜的应用； 2-2-11 CSS 代码的编写规范； 2-2-12 DIV+CSS 布局；
	2-3 开发一个自己喜欢的网站；	2-3-1 掌握网页布局的思路； 2-3-2 掌握网页配色的方法； 2-3-3 掌握网站说明书的编写； 2-3-4 掌握企业标志 log 的设计； 2-3-5 掌握 CSS 的应用； 2-3-6 训练团队合作的精神。

表 6-2 图形能力与职业能力分析表

分工作项目	工作任务	职业能力
-------	------	------

4、图形图像处理	4-1 Photoshop	4-1-1 绘图和图像的变换 4-1-2 选区 4-1-3 图层 4-1-4 路径 4-1-5 文字的使用 4-1-6 修饰图像 4-1-7 调整图像的色彩 4-1-8 蒙版 4-1-9 通道 4-1-10 滤镜
	4-2 Illustrate	4-2-1 基本图形的绘制 4-2-2 组织管理对象 4-2-3 图形高级绘制效果 4-2-4 图层与蒙版 4-2-5 画笔与符号 4-2-6 混合、图案与外观样式 4-2-7 文本的编辑 4-2-8 图标与自动化
5、专业细分	5-1 网店装修	5-1-1 店招设计 5-1-2 海报设计 5-1-3 首页产品排列设计 5-1-4 首页整体装修 5-1-5 直通车图片设计 5-1-6 钻石展位图片设计 5-1-7 第三方活动图片设计 5-1-8 产品主图设计 5-1-9 宝贝详情页图片设计 5-1-10 网店整体色彩搭配 5-1-11 手机店铺设计 5-1-12 美工需要了解的相关数据

表 6-3 电商内容与职业能力分析表

分工作项目	工作任务	职业能力
6、运营管理	6-1 淘宝店铺营销策略	6-1-1 淘宝营销，从流量开始 6-1-2 CPM（展示计费）类流量 6-1-3 CPC（点击计费）类流量 6-1-4 CPS（成交计费）类流量 6-1-5 淘宝活动营销 6-1-6 营销工具 6-1-7 营销活动 6-1-8 营销运作篇
7、商务营销	7-1 客服营销	7-1-1 售前——沟通准备工作 7-1-2 售中——买家接待与沟通 7-1-3 售后——交易纠纷的处理 7-1-4 售后之后——客户关系管理 7-1-5 诱导买家下单的定义和作用 7-1-6 买家购买心理认知 7-1-7 与买家建立信赖感 7-1-8 网购买家类型分析 7-1-9 常见的拒绝理由及破解技巧 7-1-10 促成买家下单的黄金法则

七、课程设置及要求

1、计算机基础（word+PPT+excel）

学习领域		计算机基础（word+PPT+excel）					
实施学期	第1学期	总学时	64	讲授学时	16	实训学时	48
教学组织	单元教学：讲授学时 16 学时；上机学时 48 学时						
学习重点	掌握计算机基本知识，同时能够熟练掌握计算机操作技能和实践技能						
职业行动能力	计算机二级证书						
专业内容	全操作系统、汇编语言、计算机算法、计算机原理或微机原理、计算机网络、数据库原理及应用						

通过本课程的学习，让学生掌握计算机基本知识，同时能够熟练掌握计算机操作技能和实践技能，是相关计算机知识的入门课程，也是后续考取计算机二级证书打下基础。通过课程的教学，培养学生积极主动、勇于探索的自主学习方式，并注重培养学生的职业能力、终身学习与可持续性发展能力。

2、社交礼仪技能

学习领域		社交礼仪技能实训					
实施学期	第6学期	总学时	32	讲授学时	16	实训学时	16
教学组织	单元教学：.讲授学时 16 学时						
学习重点	礼仪辅导和训练，不断提高自己的素质和修养						

职业行动能力	礼仪的基本知识以及有关个人、社交、商务、公共、求职面试等现代社会人际交往和各种场合、活动中的基本礼仪规范。内容上，我们选取了最基本、最常见的礼仪规范，做到有的放矢、简洁明了。
专业内容	最常见的礼仪规范，做到有的放矢、简洁明了；语言上，以清新、简练、活泼的文字表述出来，较之以往那些枯燥、教条的文字要轻松得多，生动得多。该书以实用性和普及性为目的，案例丰富、可操作性强

本课程通过仪表仪态训练和交际礼仪规范的教学，让学生具备高雅的仪表仪态、优雅的礼仪风貌、得体的语言表达和良好的交际能力，提升内在综合素质，对职业形象、职业态度建立更深刻的认知，树立专业的职业意识。为进入职场做好准备，为职场人士的自我提升起到重要的辅助作用。

3、PHOTOSHOP 图型图像处理

学习领域		Photoshop 图形图像处理					
实施学期	第3学期	总学时	120	讲授学时	60	实训学时	60
教学组织	单元教学：讲授学时 60 学时；上机学时 60 学时						
学习重点	图形选择工具、图层的概念、通道面板的理解						
职业行动能力	设计个人海报，简单的网页界面效果设计。						
专业内容	全面介绍了 Photoshop 的主要特点及处理图像的应用知识。掌握处理图像的基本规律与方法。						

本课程全面地介绍 Photoshop 的基本操作和色彩理论，说明各种工具和滤镜的使用方法，既介绍了入门级的图像处理技术，又讨论了中高级的滤镜、通道、路径和蒙版的处理技巧，并着重解释各种处理技术在

广告创意设计、效果图制作、数码照片处理中的应用。通过该课程的学习，让学生掌握数字图像的基本概念以及对数字图像处理的一般方法。

4、网店商品摄影

学习领域		网店商品摄影					
实施学期	第3学期	总学时	40	讲授学时	20	实训学时	20
教学组织	单元教学：讲授学时 20 学时；实训学时 20 学时						
学习重点	摄影手法及摄影技巧						
职业行动能力	网店摄影和美图处理等多技能通用型人才						
专业内容	商品摄影、摄影器材、商品摆放造型与构图、商品摄影用光、服装鞋包类商品实拍、数码家电类商品实拍、酒水美食蔬果类商品实拍、化妆首饰工艺品类商品实拍、后期图像处理						

通过本课程的学习培养网店摄影和美图处理等多技能通用型人才，课程内容有关于网店商品摄影、网店商品摄影器材、商品摆放造型与构图、商品摄影用光、服装鞋包类商品实拍、数码家电类商品实拍、酒水美食蔬果类商品实拍、化妆首饰工艺品类商品实拍、后期图像处理等。

5、电子商务概论

学习领域		电子商务概论					
实施学期	第3学期	总学时	80	讲授学时	80	实训学时	0
教学组织	单元教学：讲授学时 80 学时；						
学习重点	电子商务模式及概念理解						
职业行动能力	职业核心技能的培养，着力打造学生企业电子商务部门运作能力和电子商务交易能力						

专业内容	电子商务的模式、电子商务要素、电子支付、物流
------	------------------------

本课程以电子商务原理为导引，具体介绍电子商务的模式和动作流程，包括信息流、资金流、物流等电子商务要素和电子支付、物流基础知识，从而奠定学生专业知识框架，为进一步学习打下坚实的理论基础。

6、电子商务法律法规

学习领域		电子商务法律法规					
实施学期	第3学期	总学时	40	讲授学时	40	实训学时	0
教学组织	单元教学：讲授学时 40 学时；						
学习重点	电子商务法						
职业行动能力	培养学生运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中遇到的相关法律问题的能力						
专业内容	电子商务法的基本原理、电子商务立法概况、数据电文法律制度、电子签名法律制度、电子认证法律制度、电子合同法律制度、电子信息交易法律制度、电子商务安全问题、电子商务纠纷						

在本门课程的教学过程中，学生学习掌握电子商务法的基本原理、电子商务立法概况、数据电文法律制度、电子签名法律制度、电子认证法律制度、电子合同法律制度、电子信息交易法律制度、电子商务安全问题、电子商务纠纷等必备知识，培养学生运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中遇到的相关法律问题的能力。学生在学习过程中，学会独立思考，积累解决实际问题的经验并学习深入的专业理论知识，主动构建自己的经验和知识，促进学生职业素养的养成，为后续课程等奠定良好的基础。

7、电子商务物流

学习领域		电子商务物流					
实施学期	第4学期	总学时	40	讲授学时	40	实训学时	0
教学组织	单元教学：讲授学时 32 学时；						
学习重点	物流与供应链管理						
职业行动能力	从事物流及有关岗位工作						
专业内容	物流系统分析、企业物流管理、物流作业管理、供应链管理、供应链管理的方法、物流信息管理、物流成本管理、第三方物流管理与运作、物流战略与组织管理、区域物流与国际物流管理						

物流与供应链管理的相关理论和实践的基本内涵及发展演变的过程、物流系统分析、企业物流管理、物流作业管理、供应链管理、供应链管理的方法、物流信息管理、物流成本管理、第三方物流管理与运作、物流战略与组织管理、区域物流与国际物流管理等方面的理论、方法和研究发展前沿。

8、网络营销基础

学习领域		营销策略					
实施学期	第4学期	总学时	80	讲授学时	54	实训学时	26
教学组织	单元教学：讲授学时 54 学时；实训学时 26 学时；						
学习重点	网络营销的概念种类、为什么要做营销活动、营销活动策划、营销活动执行						
职业行动能力	通过本课程学习，使学生能分析、策划、执行企业网络营销活动过程中的常规性营销策划与推广，具备从事网络营销具体业务工作的入门职业能力，进而为其在相关岗位就业或行业职业技能的进阶学习奠定基础。						

专业内容	网络营销基础；网络营销活动准备；搜索引擎营销；网络广告营销；网络视频营销；网络软文营销；网络病毒式营销；网络事件营销；新媒体营销；网络营销策划基础与未来；淘宝营销；CPM（展示计费）类流量；CPC（点击计费）类流量；CPS（成交计费）类流量；淘宝活动营销；营销工具营销活动
------	--

本课程主要讲授网络营销的基本原理、网络营销环境分析、在线消费、网上调查的方法和技巧、网络市场细分与目标市场选择、网上产品与定价、网络广告营销、微博营销、微信营销等内容。结合网络营销实务，以任务为驱动、以项目作引导，来加强网络营销的实际操作能力和理论应用能力，使学生掌握实践技能，体现理论实践一体化的教学要求

9、色彩构成

学习领域		色彩构成					
实施学期	第3学期	总学时	40	讲授学时	40	实训学时	0
教学组织	单元教学：讲授学时 40 学时；						
学习重点	对色彩的认识、审美、整合和表现的创新能力；打破只注重色彩理论研究的传统,能很好地与实践相结合						
职业行动能力	利用色彩的知识对网页进行配色						
专业内容	色彩基础知识、色彩的属性 、色彩混合 、颜色混合规律、色彩构成的基本方法、冷暖对比构成、色彩对比与面积、形状、位置、肌理的关系、色彩心理、配色方法与原则						

本课程着重培养学生的形象思维能力和艺术创造能力，通过对色彩的认识、感觉、审美和表现能力的培养与训练，使学生能在实践中发现美、创造美，提高学生造型艺术的素养与能力。

10、网店运营基础

学习领域		网店运营基础					
实施学期	第5学期	总学时	80	讲授学时	20	实训学时	60
教学组织	单元教学：讲授学时 20 学时；实训学时 60 学时；						
学习重点	网店运营实务						
职业行动能力	从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的的能力						
专业内容	网店装修、网店美工、交易谈判、网店运营、网络营销、网店推广						

本课程培养学生从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的的能力。从网店的供应商选择开始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户/供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。课程涵盖网络零售各岗位必备技能，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时提升相应的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。

11、如何引导买家下单

学习领域		如何诱导买家下单					
实施学期	第5学期	总学时	40	讲授学时	40	实训学时	
教学组织	单元教学：讲授学时40学时；						
学习重点	对买家购买心理认知、掌握买家下单的黄金法则						
职业行动能力	掌握购买心理和流程提高转化率						

专业内容	<p>客服薪酬制度、诱导购买——买家下单的催化剂、买家购物的五个心理阶段、买家购买动机分析、刺激买家的购买欲、热情以对，避免接待流失、运用赞美拉近距离、保持相同的谈话方式、主动出击、巧妙营销、理智型买家特征与应对、沉默寡言型买家特征与应对、脾气暴躁型买家特征与应对、谨慎型买家特征分析与应对、贪婪型买家特征与应对、VIP型买家特征分析与应对、犹豫不决型买家特征分析与应对、吹毛求疵型买家特征分析与应对、分析真假异议、应对异议的方法和原则、常见的异议应对、灵活应对价格异议、常用的成交技巧、第关联商品推荐——提高客单价、巧妙应对未成交的潜在买家</p>
------	---

通过本课程了解消费者的购买心里，掌握引导买家下单的方法和技巧，为后面学习淘宝客服奠定基础。

12、网店装修

学习领域		网店装修					
实施学期	第5学期	总学时	80	讲授学时	0	实训学时	80
教学组织	单元教学：讲授学时 0 学时；上机学时 64 学时						
学习重点	网店装修的规则，各个板块的装修技巧						
职业行动能力	在淘宝上为自己开设一个网店						
专业内容	产品照片拍摄、店招设计、海报设计、首页产品排列设计、首页整体装修、产品主图设计、宝贝详情页图片设计、手机店铺设计、直通车图片设计、钻石展位图片设计、第三方活动图片设计						

课程包括走进网店装修、图片素材搜集与策划、商品图片美化、淘宝普通版整页设计、淘宝付费版整页设计、Photoshop 图片切割与优化、Dreamweaver 图片排版、网店的视觉营销、网店美工等内容。本书注重从实际工作过程出发，从企业真实操作归纳整理出网店装修与管理的实施技巧与步骤，实用性强。同时，本课侧重实训与实践，帮助学生的学习

之余充分了解、熟悉、掌握网店美工、网店运营的操作规程与业务管理等实际操作技能，对学生毕业后顺利就业具有特殊意义。

13、Dreamweaver(网页制作)

学习领域		Dreamweaver					
实施学期	第4学期	总学时	64	讲授学时	16	实训学时	48
教学组织	单元教学：讲授学时 16 学时；上机学时 48 学时						
学习重点	HTML 和 XHTML 语言，与简单的网页设计						
职业行动能力	制作简单的网页						
专业内容	规划和设计站点的基本知识，使用代码编辑网页，插入与使用文本、图像、多媒体组件、表格、框架、APDiv、表单、超级链接等网页元素以及创建、发布与维护站点等内容。						

课程体现项目教学思想，讲解一个完整的网站创建实例，强调学生的动手操作和实际应用能力的培养，每个项目均以相关任务为载体，将电子商务网站建设与运营每一环节要用到的知识、技能与实际操作紧密结合，做到理论联系实际。通过本课程的学习学生既掌握了技术，又具备了实际开发的能力，注重培养学生在企业中从事电子商务网站策划、设计、开发、管理和运营的职业能力和电子商务自主创业能力。

14、商品学

学习领域		商品学					
实施学期	第5学期	总学时	40	讲授学时	40	实训学时	0
教学组织	单元教学：讲授学时 40 学时；						
学习重点	商品学原理						

职业行动能力	以实用性为主，让学生奠定商品学基础
专业内容	商品概念、商品标准、商品包装、商品保养、商品分类、商品检验

课程讲授基本的商品学理论知识，对于学生的学习、生活、工作都具有重要的指导作用，同时也是市场营销专业的基础课程之一。商品学是一门综合性很强的学科，既涉及到经济学、管理学、社会学等方面的知识和内容，又涉及物理、化学、生物等方面的知识和内容，诸如商品的成分、结构、原理、机械性能等。本课程以突出应用性，以商品的自然属性为主线，强化商品应用性知识的教育，体现出实用的原则。

15、淘宝客服

学习领域		淘宝客服					
实施学期	第5学期	总学时	40	讲授学时	40	实训学时	
教学组织	单元教学：讲授学时 40 学时；						
学习重点	淘宝客服概述、淘宝交易规则、售前——沟通准备工作、售中——买家接待与沟通、售后——交易纠纷的处理、售后之后——客户关系管理						
职业行动能力	掌握淘宝客服销售技巧						
专业内容	淘宝规则概述、淘宝商城违规行为解读、天猫分则、天猫客服常见违规案例分析、掌握产品知识、熟悉淘宝交易流程、玩转聊天工具、进门问好、接待咨询、处理异议、议价、客户跟进、订单催付、确认订单、礼貌告别、快递查询、售后接待、纠纷处理、退换货/退款处理、中差评处理。						

了解客户关系管理的意义；掌握客户关系管理的基本方法；能熟练操作 CRM 软件；会进行大客户关系管理、客户满意度管理以及客户忠诚度管理，掌握淘宝客服的基本工作内容。

16、直播营销

学习领域		直播营销					
实施学期	第4学期	总学时	80	讲授学时	40	实训学时	40
教学组织	单元教学：讲授学时 32 学时；实训学时 32 学时						
学习重点	直播营销概述、交易规则、直播前——选品、沟通准备工作、直播中——互动与沟通、售后——交易纠纷的处理、售后之后——客户关系管理						
职业行动能力	掌握直播营销技巧						
专业内容	概述、淘宝抖音直播分则、天猫客服常见违规案例分析、掌握产品知识、熟悉交易流程、玩转聊天工具、进门问好、接待咨询、处理异议、议价、客户跟进、订单催付、确认订单、礼貌告别、快递查询、售后接待、纠纷处理、退换货退款处理、中差评处理。						

学习淘宝和抖音直播的相关理论内容，并通过实训学习直播的实际操作，提高学生理论基础的同时，培养学生的实践能力。

17. Illustrate 图像设计

学习领域		Illustrate图像设计					
实施学期	第7学期	总学时	64	讲授学时	16	实训学时	48
教学组织	单元教学：讲授学时 16 学时；上机学时 48 学时						
学习重点	商标设计、标志制作、模型绘制、插图描画、排版及分色输出						
职业行动能力	设计网站 LOGO						

专业内容	矢量动画、页面设计、网站制作、位图编辑和网页动画等多种功能，更为专业设计师及绘图爱好者提供简报、彩页、手册、产品包装、标识、网页及其他。颜色是美术设计的视觉传达重点。
------	---

18.顶岗实习

学习领域		顶岗实习					
实施学期	第6学期	总学时	540学时	讲授学时	0	实训学时	
教学组织							
学习重点							
职业行动能力							
专业内容							

16	计算机基础	4	76	6	70		2	2					√		必修
17	社交礼仪技能	2	80	0	80							2		√	必修
公共基础课小计		80	1448	890	558	0	16	16	12	12	10	10			
18	PHOTOSHOP 图型图像处理	6	120	60	60				2				√		必修
19	网店商品摄影	2	40	20	20				2					√	必修
20	电子商务概论	4	80	80	0				4				√		必修
1	网络营销	4	80	80	0				2					√	必修
22	色彩构成	2	40	20	20				2					√	必修
23	电子商务法律法规	2	40	20	20				2				√		必修
24	Word	4	80	80	0				2				√		必修
25	视觉营销	2	40	40	0					2				√	必修
26	PHOTOSHOP 核心技术与高级特效	4	80	0	80					2			√		必修
27	网络广告策划	4	80	20	60					2				√	必修
28	电子商务物流	2	40	40	0					2			√		必修
29	电子商务安全	2	40	40	0					2			√		必修
30	网店美工	4	80	0	80					2			√		必修
31	Dreamweaver(网页制作)	4	64	16	48					2			√		必修
32	商品学	2	40	40	0					2				√	
33	如何引导买家下单	2	40	40	0					2				√	
34	直播营销	4	80	40	40					2				√	
35	网店运营	4	80	20	60						3		√		必修
36	淘宝客服	2	40	20	20						2			√	必修

	37	网店装修	4	80	0	80						6		√	必修
	38	Excel	4	80	0	80						2		√	必修
	39	电子商务实训	8	160		160						6		√	
	40	跟岗实习	15	300	60	240						15			
	专业技能课小计		91	1804	736	1068			16	20	13	21		√	
限定选修课	38	电子商务实务	2	36	18	18		2						√	选修
	39	VisualFox pro6、0	2	40	0	40		2						√	选修
	40	美学原理与应用	7	120	40	80						4	4	√	选修
	41	UI 设计	2	40	0	40							4	√	选修
	限定选修课小计		26	236	58	178		2	2				4	8	
合 计			200	3600	1408	2192	0	30	30	30	30	30	30		

高职阶段教学进程安排表

课程类别	项目序号	项目名称	课时数				按学期分配周学时				按学期分配		课程性质			
							第4学年		第5学年							
			学分	学时	理论	实践	7	8	9	10	20周	20周		20周	26周	考试
公共基础课	1	语文	7	120	108	12	2	2	2					√		必修
	2	应用文写作	7	120	20	100	2	2	2					√		必修
	3	体育	7	120	20	100	2	2	2						√	必修
	4	就业指导	2	40	20	20		2							√	必修
	5	思想道德与法律	2	40	36	4	2							√		必修
	6	形势与政策	2	40	36	4				2				√		必修
	7	马克思主义哲学原理	2	40	36	4	2							√		必修
	8	毛泽东思想与中国特色社会主义概论	2	40	36	4			2					√		必修
	9	邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	2	40	36	4				2				√		必修
	公共基础课小计		33	600	348	252	10	10	10							必修
专业技能课	10	网络营销	4	80	28	20	4							√		必修
	11	电商运营数据分析	4	80	8	40	4							√		必修
	12	网店装修与管理	7	120	12	60	6							√		必修
	13	网店运营高级	4	80	8	40	4							√		必修

14	移动电子商务	4	80	40	40		4		√		必修
15	电子商务网站建设与运营	4	80	20	60		4		√		必修
16	企业电子商务管理	4	80	30	50		4		√		必修
17	Access 数据库原理与应用	4	80	20	60		4		√		必修
18	营销心理学	4	80	40	40			4	√		必修
19	电子商务与物流	4	80	20	60			4	√		必修
20	电子商务案例分析	2	40	20	20		2		√		必修
21	UI 设计	4	80	0	64	2	2		√		必修
22	顶岗实习	39	0	0	0						
专业技能课小计		88	960	246	1334	20	20	8	√		必修
23	H5 App 商业开发实战教程	4	80	0	80			4	√		选修
24	基础会计	4	80	20	60			4	√		选修
25	市场营销	4	80	40	40			4	√		选修
限定选修课小计		20	240	80	264	2	4	12			
合计		139	1800	814	1766	30	30	30			

(二) 课时安排及比例

本专业三年制中职总学时 3600，五年制高职总学时 1800。其中公共基础课程学时占比 37.9%，实践性教学(含专业实践课)学时占比为 46.6%。

学分计算办法：每 20 学时计为 1 学分；专业实践教学 1 周计 2 学分，顶岗实习 1 周计 1.5 学分。

各类课程学时结构

项 目	总学分	学时数	百分比%
公 共 课	114	2048	37.9%
专业（技能）课	179	2876	53.3%
限定选 修 课	46	476	8.8%
合 计	339	5400	100%

理论教学与实践教学学时结构

项 目	学时数	百分比%
-----	-----	------

理论教学学时分配	公共课	1238	22.9%
	专业技能课	706	13.1%
	限定选修课	138	2.6%
	(除去理论教学中的实践性教学学时)		
	小 计	2082	38.6%
实践学时分配	实习、课内实训 (含理论教学中的实践性教学学时)	3318	61.4%
	小 计	3318	61.4%
合 计		5400	100%

八、实施保障

(一) 师资队伍

本专业现有专任教师 5 人，其中多位教师是电子商务专业毕业，并且我校近几年也选派了多位教师参加电子商务专业的培训。“双师型”的教师队伍为培养应用型、技能型电子商务人才提供了坚实的基础。

(二) 教学设施

教学设施包括教学实验/实训室、信息网络教学条件。

1、校内实训室基本设施

(1) 客户服务综合实训室

硬件上配备计算机(安装教学管理系统)、投影设备和音响设备、互联网接入或 WiFi 环境，程控交换机、座机电话、耳麦电话等必备外设及硬件；软件配置上选有客户关系管理软件、接入外线功能软件等电子商务基本技能实训软件。

(2) 网络营销综合实训室

营造仿真网络营销工作环境，计算机（安装教学管理系统以及相关实训系统）、投影设备和音响设备；文件柜以及相关实训用资料和工具；互联网接入或 WiFi 环境；软件配置上选有电子商务模拟软件、电子商务物流软件并配有服务器。

2、校外实训基地基本条件

校外实训基地的建设要按照统筹规划、互惠互利、合理设置、全面开放和资源共享的原则，尽可能争取和专业有关的企事业单位合作，使学生在实际的职业环境中顶岗实习，努力提高办学的社会效益与经济效益。学校与企业合作建立了稳定的校外实习基地，为电子商务专业学生的认知实习、跟岗实习以及顶岗实习提供了保障。

3、支持信息化教学基本要求。

学校通过校园网保持信息畅通，主要功能如下：

(1) 建立了网络教学资源系统，提供各类网络教学资源文件，如教学视频录像、电子参考资料、多媒体课件、各级毕业生优秀作品等，供学生课内外自主学习使用。

(2) 建立电子图书资源系统，供学生进行各类电子图书查阅。

(3) 拥有教学用计算机 300 多台，学生可在计算机房内在线查询校内外的专业资料。

(三) 教学资源

1、教材

专业课选用严格按照《安徽省教育厅关于进一步加强中等职业教育教材选用管理工作的通知》的要求，优先从国家级规划教材中选取相关教材。本着科学、严谨的态度，选用高质量的教材，制定选用原则为：

(1) 中职中专规划教材，以及有特色的教材和自编讲义、实验指导书。

(2) 符合教学大纲要求、近三年出版的、反映主流技术应用的、水平较高的中职中专教材。

(3) 考虑学生的实际情况，做到精选内容、深度适中，注意教材实用性、科学性、先进性，体现理论联系实际的原则。

2、图书与网络资源

图书馆为配合电子商务专业建设，积极和系部相互协调，为专业的发展购置了一大批专业图书和电子图书等专业教学资料。为了提高专业

教学的开放性和充分利用专业优质教学资源，将专业课程建成网络课程，便于学生自主进行学习和教师下载相关资料进行教学。

（四）教学方法

专业技能课

根据专业培养目标，结合企业生产与生活实际，选择合适的教学内容，大力对课程内容进行整舍，在课程内容编排上，合理规划，集综合项目、任务实践、理论知识于一体，强化技能训练，在实践中寻找理论和知识点，增强课程的灵活性、实用性与实践性。

（五）教学评价

1、公共基础课教学评价

按照课程教学要求和教学实施模式的不同，主要分为以下二种教学评价模式：

（1）笔试与过程考核相结合方式：过程考核 40%+期末考核 60%

过程考核主要考察学生的出勤率、学习态度、课堂发言、作业完成情况、上机操作考核以及参加各类型专业技能竞赛的成绩等方面，期末考核形式为笔试。

（2）课内自考

主要考察学生出勤率、学习态度，以及学生的自学能力、探索能力对知识的融会贯通能力。

2、专业（技能）课教学评价

按照课程教学要求和教学实施模式的不同，主要分为以下二种教学评价模式：

（1）过程性评价与笔试考核相结合方式：过程考核 40%+期末考核 60%。

过程考核主要考察学生的出勤率、学习态度、课堂发言、作业完成情况等方面，期末考核形式为笔试或机试。

（2）过程性评价与结果性考核相结合方式：过程考核 40%+课程设计

作品或成果考核 60%。

过程性评价，应从情感态度、对应技能方向岗位能力、职业行为等多方面对学生在整个学习过程中的表现进行综合测评；结果性考核是指通过类似课程设计的形式，由学生完成最后的课程考核作品或成果进行评价。

(3) 过程性评价+任务（项目）评价+结果性考核相结合方式：过程性评价 30%+任务（项目）评价 30%+课程设计作品或成果考核 40%。

过程性评价从情感态度、对应技能方向岗位能力、职业行为等多方面对学生在整个学习过程中的表现进行综合测评；任务（项目）评价指的是以任务驱动或项目导向的课程，教师对学生每个子任务（项目）的完成情况进行评价考核；结果性考核是指通过类似课程设计的形式，由学生完成最后的课程考核作品或成果进行评价。

3、实训实习评价采用实习报告与实践操作水平相结合等形式，如实反映学生对各项实训实习项目的技能水平。

4、顶岗实习考核方面包括实习日志、实习报告、实习单位综合评价鉴定等多层次、多方面的评价方式。

（六）质量管理

教学管理上更新观念，改变传统的教学管理方式。教学管理有规范性和灵活性，实行工学交替等弹性学制。合理调配专业教师、专业实训室和实训场地等教学资源，为课程的实施创造条件；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。

1、学校和系部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、学校和系部有着完善教学管理机制，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，有健全的巡课、听课、评教、评学等制度以及与企业联动的实践教学环节督导制度，教学纪律严明，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3、学校建立了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

- 1、学生修完相关课程，学分最低达 175 分。
- 2、取得 1+X 技能证书和计算机二级证书。