

# 电子商务应用专业人才培养方案

## 一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：730701

## 二、招生对象与学制

招生对象：初中毕业生或具有同等学力者

学 制：3 年

## 三、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业培养德、智、体、美全面发展，具有良好职业道德素养和创新精神，具有团队合作精神，具有较高计算机操作和办公应用能力，掌握现代商业理论和实务知识，具有较高的电子商务专业知识与应用能力，能熟练运用现代信息技术和管理方法从事中小企业网络营销、电商运营、新媒体运营、电子商务服务、电商直播、网络客服和个人网上创业等工作的高素质应用型电子商务人才。

### （二）培养规格

本专业毕业生应具有以下素养、知识和能力：

#### 1. 素养

（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，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，

具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。

(2) 具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

(3) 具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

## 2. 知识

(1) 公共基础知识：具有必备的文化基础知识。思想政治、语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、历史、艺术为公共基础必修课程。中华优秀传统文化、职业素养等课程为必修课或选修课。

### (2) 专业知识的培养规格要求

掌握专业基础课和核心课的相关理论知识，包括计算机及网络应用知识、电子商务基本概念、网络营销基础、商品基础、物流基础、网络客户服务基础、网上支付知识、电子商务安全基础知识、数据分析基础知识、传播内容制作基础知识、财务分析及投资方案基础、相关法律、法规基础知识。

### 3. 能力

#### (1) 通用能力：

- a. 具有良好的口语和书面表达能力。
- b. 具有基本的信息技术应用能力。
- c. 养成良好的学习习惯，培养终生学习的能力。
- d. 具有独立思考、逻辑推理和信息加工能力。
- e. 具有解决实际问题的能力

#### (2) 专业技术能力

- a. 掌握平台运营规则，具有根据运营要求完成店铺、账号创设和维护能力；
- b. 具有电商业务处理能力，包括商品管理和订单管理能力。
- c. 具有网络营销推广能力，包括通过站内外推广工具和媒介开展营销推广工作的能力；
- d. 具有视觉营销设计能力，包括店铺视觉设计、图文、海报、产品详情页设计的能力；
- e. 具有视频拍摄和编辑能力，能拍摄制作产品视频、品牌宣传视频、促销活动视频；
- f. 具有较高的文字处理能力，可策划创作软文、海报、产品详情页、短视频的文案
- j. 具有市场销售的能力，包括商品销售、直播销售和直播运营的能力；

h. 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；

i. 具有数据分析能力，包括数据获取和数据整理能力；

J. 熟悉电子商务相关的法律法规；能够诚信合法经营电子商务业务。

#### 四、课程设置及要求

本专业课程设置主要包括公共基础课和专业（技能）课。

公共基础课包括德育、语文、历史、数学、英语、计算机应用基础、体育与健康、公共艺术等必修课程，物理、中华优秀传统文化、职业素养等限定选修课程，同时根据有关文件规定开设关于国家安全教育、节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动）。

专业技能课包括专业基础课、专业核心课。实习实训是专业技能课教学重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

##### （一）公共基础课

##### 1. 思想政治课

###### （1）中国特色社会主义

培养学生政治认同等学科核心素养，引导学生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

基于社会发展对中职学生心理素质、职业生涯发展提出的新要求以及心理和谐、职业成才的培养目标，阐释心理健康知识，引导学生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规划，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

通过课堂教学和社会实践等多种方式，使学生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

通过本部分内容的学习，学生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、尊法守法守法用法的好公民。

## 2. 语文

学生通过阅读与欣赏、表达与交流及语文综合实践等活动，在语言理解与运用、思维发展与提升、审美发现与鉴赏、文化传承与参与几个方面都获得持续发展，自觉弘扬社会主义核心价值观，坚定文化自信，树立正确的人生理想，涵养职业精神，为适应个人终身发展和社会，发展需要提供支撑。

## 3. 数学

在初中数学的基础上，进一步学习数学的基础知识。内容：集合与逻辑用语、不等式函数、指数函数与对数函数、任意角的三角函数、数列与数列极限、向量、复数、解析几何、立体几何、排列与组合、概率与统计初步。通过学习，提高学生的数学素养，培养学生的基本运算、基本计算工具使用、空间想象、数形结合、思维和简单实际应用能力，为学习专业课程打下基础。

## 4. 英语

在初中英语的基础上，巩固、扩展学生的基础词汇和基础语法；培养学生听、说、写的基本技能和运用英语进行交际的能力；能听懂简单对话和短文，能围绕日常话题进行初步交际，能读懂简单应用文；

提高学生自主学习和继续学习的能力，并为学习专门用途英语打下基础。

## 5. 信息技术

主要讲授常用的计算机办公软件的使用操作方法和技巧，利用现代互互联网进行资料查询和技术交流的方法和技巧，使学生能够熟练运用计算机办公软件进行日常管理工作，并会利用计算机进行资料收集和邮件收发；同时通过文字录入训练，提高他们计算机操作的熟练程度和速度，以适应将来各种工作岗位的需求。

## 6. 体育与健康

主要讲授健康常识及日常锻炼的方法，使学生掌握一定的体能锻炼的知识和方法，使他们能够正确地进行日常锻炼；同时培养他们良好的健康习惯，使他们具有健康的体魄和顽强的意志；培养学生自主锻炼、自我保健、自我评价和自我调控的意识，全面提高身心素质和社会适应能力，为终身锻炼、继续学习与创业立业奠定基础。

## 7. 艺术

通过对音乐、美术基础知识、技能的进一步学习和艺术活动的组织参与，达到提高审美修养、丰富精神世界、发展形象思维、激发创新意识、促进健康成长的作用。

## 8. 历史

学生通过历史课程的学习，掌握必备的历史知识，形成历史学科核心素养。初步形成正确的历史观，能够将唯物史观运用于历史的学习与探究中，并将唯物史观作为认识和解决现实问题的指导思想。在

认识现实社会或职业问题时,能够将认识的对象置于具体的时空条件下进行考察。能够以实证精神对待现实问题。能够依据史实与史料对史事表达自己的看法;能够实事求是地认识和评判现实社会与职业发展中的问题。树立正确的国家观,增强对祖国的认同感;了解并认同中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化,引导学生传承民族气节、崇尚英雄气概,认识中华文明的历史价值和现实意义;拥护中国共产党领导,认同社会主义核心价值观,树立中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信;了解世界历史发展的基本进程,理解和尊重世界各国、各民族的文化传统,树立正确的文化观,形成开阔的国际视野和人类命运共同体的意识;能够确立积极进取的人生态度,树立劳动光荣的观念,养成爱岗敬业、诚信公道、精益求精、协作创新等良好的职业精神,树立正确的世界观、人生观和价值观。

## (二) 专业基础课

### 1. 电子商务基础

《电子商务基础》是从总体上介绍电子商务专业知识的先导性课程。它把电子商务专业所要具备的经济、管理、技术和法律等多种知识和技能,以及电子商务在国民经济的主要行业中的应用概况,给予提纲挈领的介绍,使学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识体系和电子商务的国内外应用情况有一个整体印象和初步认识,为今后分门别类详细学习各类、各门专业课程打下良好的基础。该课程的主要内容有电子商务的基本概念、电子商务的运作过程、电子商务的技

术基础及网络安全、网络经营战略、网上市场调查与预测技术、网络营销、网上支付与结算、移动电子商务等。

## 2. 市场营销

主要包括市场调研分析、市场细分与定位策略、“4C”营销策略以及营销效果评价指标体系四部分内容，要求学生完成市场调研、营销策划方案和营销评估报告三大项任务，为以后的网络营销等工作奠定营销思维和方法基础。通过本课程的学习，使学生系统地掌握现代市场营销基本理论、基本方法和基本技能，具有较强的逻辑思维能力，教会学生用营销知识指导开展营销管理活动，培养学生识别、分析和解决营销问题的能力，综合提高学生整体职业素养、职业能力。

## 3. PS 图形图像处理

本课程针对平面设计师、电商美工等工作岗位要求，培养学生图形图像绘制与处理、图像合成、特效制作、产品效果图处理、网页图像处理、VI 设计等技能，使学生掌握图像处理的基本理论和基本操作，并具有一定的广告设计和综合创作能力，同时培养学生创新思维能力和健康的审美意识以及团结协作能力，为其成长为一名合格的电商美工人员奠定良好的基础。

课程内容：Photoshop 入门、图像选取与变换、图层、图像绘制与修饰、蒙版、通道、路径、图像调整、滤镜、综合案例。

## 4. 网页设计与制作

课程内容：网页设计基础、CSS 基础、CSS+DIV 网页美化与布局、营销类网站设计与制作。课程通过任务引领型和项目活动形式，使学

生能熟练制作简单网页，能熟练创建本地站点并能对网页进行各种超链接，能制作网页动画，掌握网页设计与制作技巧，具备网页设计与制作的基本职业能力，能基本胜任网页制作工作，为学生从事电子商务网站建设与维护方向的职业能力奠定基础。

## 5. 商品学

本课程属于一门文理渗透的课程，综合运用所学数学、物理、化学、管理等多方面的基础知识，分析和解决流通领域中商品管理和经营问题的一门技术加管理的复合型科学。通过本课程的学习，使学生掌握营销工作中所销售商品的基础知识，包括商品基本性质、商品分类与编码、商品标准、商品质量、商品检验、商品包装、商品储存，使学生掌握鉴别商品、展示商品、演示商品、介绍商品、拿放商品、包装商品和储存商品的能力，为学好专业课及今后从事电商销售工作奠定基础。

## 6. 电子商务法律法规

本课程包括电子商务法概述、电子商务主体认定的法律制度、数据电文电子签名与认证法律制度、电子合同法律制度、知识产权保护法律制度、消费者权益与隐私权保护法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度。教学过程中力求达到理论与实践相结合，教与学互动，引导学生主动思考，强化学生对电子商务法知识的掌握与运用，使学生具备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。

## 7. 商品拍摄与素材编辑

本课程系统地讲解了商品拍摄与素材编辑的知识,包括了解商品拍摄、做好商品拍摄的前期准备、拍摄商品图片、拍摄商品视频、美化商品图片、剪辑商品视频等。本课程是从业电子商务与营销方向的专业基础课程,通过本课程的学习,使学生对商品拍摄与素材编辑的方法有初步的掌握,熟悉商品拍摄的方法,具备拍摄商品图片与视频、美化商品图片与视频、剪辑商品视频的能力。

## 8. PR 视频剪辑

本课程是一门实践性和概念性都很强的面向实际应用的课程,使学生能够掌握非线性编辑软件(以 Adobe Premiere 为例)的实际操作,掌握数字视频编辑的基础知识,学会采集、导入和管理素材、剪辑技术的应用、运动效果的应用、视频转场的应用、视频特效的应用、字幕的设计、音频技术的应用等媒体编辑技能。通过本课程的学习,学生可以熟练使用编辑软件完成广告短片、企业宣传片、专题片、电商短视频等视频作品的编辑工作。

### (三) 专业核心课

#### 1. 网络推广实务

本课程是电子商务专业必需的一门专业核心课程,对接企业网络营销、网络推广及网络策划岗位,通过使用讲授、案例分析、课堂实训等教学方法,使学生理解并掌握网络营销基础、网络环境调研、营销型网站搭建、搜索引擎营销、社交媒体营销、网络广告、网络营销策划、网络活动策划等理论知识;具备网络营销调研、网络战略制定、网络营销整合营销和网络营销策划能力,具备热点追踪能力、内

容创作能力、网络营销服务意识和自主学习能力。

## 2. 网店运营与管理

本课程为专业核心课程，课程内容包括：网店运营岗位认知、网店运营准备工作、网店视觉营销、网店运营活动策划及执行、网店运营推广、网店数据运营分析、网店客户服务、网店仓储与物流。课程涵盖网店运营各岗位必备技能，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、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。

## 3. 视觉设计与制作

课程内容：视觉设计基础知识、视觉设计元素的处理与制作、电商广告设计与制作、电商页面设计与制作、详情页设计与制作、店铺装修。通过本课程的教学，使学生了解电商视觉设计的基础知识，掌握各种视觉设计元素、电商广告和页面设计要点和制作方法以及店铺装修，进而形成电商视觉设计的职业能力。

## 4. 客户服务

课程内容：电子商务客户服务与管理基本知识、千牛工作台和天猫平台、售前客服、售中客服、售后客服、消费者关系管理、危机处理。通过本课程的教学，使学生了解电子商务客户服务与管理的内容，理解电子商务客户服务与管理的基本理论和基本方法，掌握电子商务主要平台中店铺售前，售中以及售后客服的工作内容以及工作技巧，掌握消费者接待流程及话术，熟悉淘宝等电子商务平台的主要规则以及电子商务客服工作雷区，能够独立上岗完成淘宝店铺售前售中售后

客服工作，能解决电子商务客户服务与管理方面的实际问题。

## 5. 直播运营实务

《直播运营实务》课程是电子商务的核心专业课程，旨在培养学生电商直播运营能力，熟悉电商直播的全过程。通过本课程的学习使学生掌握直播行业的主流经营模式，熟悉多样的直播营销模式，掌握打造淘宝主播人设的方式、技巧，熟悉直播流程，掌握直播场景的选择，掌握直播带货的黄金法则等，初步具备电商直播的运营与管理能力。

## 6. 网络编辑

课程内容：网络编辑的职业素养、网站定位、网站的结构与编排、网络文字编辑、网络图片编辑、网络音视频编辑、网站交互性设计、网站专题策划与制作、网站的经营管理、HTML 语言、平面图像处理、网页制作软件 Dreamweaver 的使用。本课程针对网络编辑岗位，从相关基础知识入手，系统地培养了学生对网站和新媒体内容的规划、设计、编辑和创作，对网站和新媒体的运营推广、使用编辑工具编辑网络内容的能力。

## 7. 电子商务文案

课程内容：电子商务文案认知、网店文案的策划与写作、网店文案的策划与写作关键词、网店文案的策划与写作详情页、网络推广文案的策划与写作。课程在教学过程中，培养学生的电商文案写作能力与素质，熟悉并掌握电子商务文案的基本概念、理论、电商文案撰写攻略、商品认知及卖点提炼、网店内页文案策划与写作、网络推广文

案策划与写作以及内容电商文案策划与写作，从而掌握文案设计与软文写作的思路与技巧，并能承担电子商务文案岗位的职责。

## 8. 电子商务数据分析

通过本门课程的学习及相关任务的实训，学生能够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。熟练掌握电子商务领域数据分析技能，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。

### （四）综合实训

序号	实训项目名称	主要实训内容	参考学时
1	电子商务基础实训	实训内容：搜索引擎工具的使用，使用和维护电子邮件系统，计算机网络技术应用，网上银行和电子支付，数字证书的使用，网络营销工具使用，电子商务物流系统应用，移动电子商务应用	16
2	网络推广实训	实训内容：营销型网站的搭建，网站内容编辑，网站 SEO 优化，网站推广手段的应用，网络软文的撰写，移动网络营销	16
3	网店运营实训	实训内容：网店开设，网店设置与装修，商品发布与详情页设计，网店推广与促销，网络客服，网店数据分析	16
4	直播运营实训	实训内容：直播选品、直播策划、直播准备、直播实施、直播推广、直播数据分析	16

## （五）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。通过岗位实习，使学生更好地将理论与实践相结合，全面巩固、锻炼的实际操作技能，为就业打下坚实的基础。

## （六）课证融通

1、1+X 证书“网店运营推广”项目对接课程：《视觉设计与制作》（76 课时）、《网店运营与管理》（57 课时）、《网络推广实务》（84 课时）

2、1+X 证书“电子商务数据分析”项目对接课程：《电子商务数据分析》（84 课时）

3、职业资格证书“网商”项目对接课程：《电子商务基础》（84 课时）、《网络推广实务》（84 课时）、《视觉设计与制作》（76 课时）、《网店运营与管理》（57 课时）、《客户服务》（76 课时）、《直播运营实务》（84 课时）、《电子商务法律法规》（76 课时）、《网络编辑》（76 课时）、商品拍摄与素材编辑（76 课时）

## 五、教学进程总体安排

每学年为 40 周，其中教学时间 37 周。每周为 28-30 学时。岗位实习安排为 12 个月，年总学时数为 3200~3420。课程开设顺序和周学时安排，学校可根据实际情况调整。公共基础课程学时占总学时的 1/3 以上，允许根据行业人才培养的实际需要在规定的范围内适当调整，但必须保证学生修完公共基础课程的必修内容和学时。专业技能

课程学时占总学时的 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。

电子商务专业（2+1）课程设置与教学时间安排表

类别	序号	课程名称	学时数			各学期学时安排					
			合	讲	实	一	二	三	四	五	六
			计	授	践	21	19	21	19	21	19
公共基础课	1	中国特色社会主义	42			2					
	2	心理健康与职业生涯	38				2				
	3	哲学与人生	42					2			
	4	职业道德与法治	38						2		
	5	体育	160			2	2	2	<b>2</b>		
	6	语文	202			6	4				
	7	英语	160			4	4				
	8	数学	160			4	4				
	9	信息技术	<b>122</b>			4	2				
	10	艺术（音乐、美术）	40			<b>1</b>	<b>1</b>				
	11	劳动	40					1	1		
	12	历史	80					<b>2</b>	<b>2</b>		
		小计	112 4			23	19	<b>7</b>	<b>7</b>		
专业基础课	13	PS 图像处理				5					
	14	电子商务基础				4					
	15	市场营销						4			
		商品学							4		
		PR 视频剪辑						4			
		商品拍摄与素材编辑							4		
		零售基础							4		
		电子商务法律法规							4		

		网页设计与制作					4			
专 业 核 心 课	18	客户服务					4			
		网店运营与管理					3			
	19	直播运营					4			
	20	电子商务数据分析					4			
	21	网络推广实务					4			
	22	视觉设计与制作					4			
	26	网络编辑						4		
	28	电子商务文案						4		
	29									
			小计			9	11	24	24	
实习		岗位实习	120						30	300
周学时数					30	30	30	30	30	30
总学时数										

## 八、实施保障

### (一) 师资队伍

依据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》、《中等职业学校设置标准》等文件提出要求。

专任专业课教师要具有中等职业学校教师任职资格，具有高级专业技术职务人数不低于 20%，具备专业带头人 1 人和专业各核心课程负责人，具有双师型教师 60%以上，具有本专业三级及以上职业资格证书或相应技术职称，具有软件企业从业三年以上实践经验。

聘请师资数不低于 20%的行业企业技术骨干担任兼职教师。采用外引内培，通过与企业合作开展科研项目、技术服务和国家骨干教师培训，参与专业建设和教学改革，培养专业带头人；通过多种形式提供教师深入企业实践，参与技术服务和技术改造，积累实际工作经验；加大培训考核力度，提升教师水平和

和能力；建成一支既有高技能水平，又在计算机应用领域有较高技术造诣的专兼职结合的师资队伍。

## （二）教学设施

本专业应配备校内实训实习室和校外实训基地。

### 1. 校内实习实训室

校内实训实习必须具备计算机综合实训室、计算机网络技术实训室、计算机组装与维护实训室、办公自动化实训室、计算机平面设计实训室等实训室，主要设施设备及数量见下表（主要设备装备按 50 人的标准班配置）。

实习实训室及设备

序号	实训室名称	主要工具和设施设备	
		名称	数量
1	电子商务创业实践基地	电脑	61
		校园多商户系统	1
		微信移动电子商务实训系统	1
		微信营销 Smlab 系统	1
		社交营销系统	1
2	网络营销综合实训室	电脑	55
		淘宝网店推广实训系统	1
3	商品展示及摄影实训室	单反相机	8
		稳定器	12
		三脚架、独脚架	8
		摄影灯	7
		拍摄台	3
		拍摄道具	100

4	电商直播实训室	电脑	25
		电商直播实训系统	1
		直播支架	25
		直播商品道具	100

## 2. 校外实训基地

校外实训基地有相对固定的实训基地、实习单位和实施产教结合的场所，能完成教学计划所规定的所有实训、实习项目，能够提供学生相关岗位实习实训、具有一定规模、10人每次，能满足结合专业教学开展技术开发、推广和社会服务的需要。

在校外广泛建立校外挂牌基地，实现功能的多元化和企业性质的多元化。功能的多元化是指校外基地既是课程教学基地、学生实习基地，同时也是教师科研课题来源和产业化基地；企业性质的多元化是指校外基地既有国有企业、外资企业，又有民营企业，既有电商直接对口企业，又有线上、跨境、物流、生产等与电子商务相关的企业。

根据行业特点，按学生人数计算每10人应有1家稳定的校外企业作为教学和实习的基地，并能不断拓展校外基地数量与功能。其主要功能有：

(1) 认知实习：在《网络营销》、《网店运营与管理》、《新媒体运营》等课程中适当安排2~4学时到校外实训基地进行参观实习，对课程所涉及知识产生感性认识，收集相关的实际案例，在课堂中进行分析解决，同时感受企业的工作环境与气氛。

(2) 产学研合作：通过教师与校外实训基地企业的深入沟通，了解企业一线的需要解决的技术难题，通过帮助企业解决技术难题，建立起校企互信合作，逐步承担企业的技改、开发等项目，同时提高教师的实践能力和技术水平，从而在课堂上言之有物，提高教学水平。

(3) 顶岗实习：学生通过课程《顶岗实习》在企业生产一线上岗工作，全面了解和掌握所学专业在实际生产中的应用，锻炼学生综合运用所学的专业知识和基本技能，去独立分析和解决实际问题的能力，把理论和实践结合起来。

来，提高岗位技能，了解自己未来的发展方向，进一步养成良好的职业素养，为正式就业打下基础。

### （三）教学资源

#### 1. 教学基本要求资源

配备相关实训室；教学需要的专业软件与教学课件、电子教案、教学素材、微课等数字资源及教学网站等相关网络资源；相关教材及参考资料，教学任务书，教学录像等。

#### 2. 教材选用与编写的原则

##### （1）教材选取应遵循“适用、实用、够用”的原则

①适用。教材要以“建网、管网和用网”的岗位能力分析为基础，并符合本课程的培养目标。

②实用。教材应符合中等职业教育学生的心理特征和认知规律，按网络应用案例的规律和知识点要求组织编写内容，强调理论与实践的结合，便于实现“教、学、做”三位一体的教学形式。

③够用。教材的内容以满足电子商务的基本知识要求为前提，重视“建网、管网和用网”的岗位职业能力训练。

（2）教材编写建议：编写教材应依据本课程标准，充分体现任务引领、实践导向的课程设计思想。根据电子商务的岗位群职业能力的要求，构建以职业活动能力为导向的课程内容体系，结合电商企业工作实际，编写具有电商特色、实践性强的教材。对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。

### （四）教学方法

在教学模式上，强调以学生为主体、以教师为引导、以具体工作任务为载体组织教学，按照完整的工作过程，将理论教学和实践教学集成化，使课堂学习融“教、学、做”为一体，采用理论实践一体化的教学模式，把学生专业知识和专业技能的学习过程置于工作过程、工作岗位的环境中，使技能实训在模拟仿真、实践操作训练、校内生产性实习和校外顶岗实习四个环节循序渐进地联系在一起，具体如下：

1. 全面开展行动导向教学法，以学生为主体，通过完成任务调动学生的学习积极性；通过项目的实施，使学生既学会了实践技能，又掌握与此相关的理论知识。

2. 按照由“典型工作任务”→“行动领域”→“学习领域”的步骤，开发

各核心课程的教学情境，实现教学方法的彻底改革，大力推行任务驱动性、情境式教学等，进而完成人才培养任务。

3. 核心专业课程教学场所直接安排在一体化专业教室或电子商务实训室来完成，师生双方边教、边学、边做，理论和实践交替进行，直观和抽象交错出现，没有固定的先实践后理论或先理论后实践，而理论中有实践，实践中有理论，突出学生动手能力和专业技能的培养，充分调动和激发学生的学习兴趣。

4. 通过教师引导和精心组织，在教学实施中及时对学生完成任务情况进行总结评价，通过考评促进学生专业知识、专业技能的提高。

5. 组织学生参加校级、市级、省级和国家级组织的各项技能比赛，以赛促训，以训促学。

### **（五）学习评价**

学生考核评价体系包括两部分：过程评价、期末考试。

过程评价包括：日常表现评价和阶段目标考核。日常表现评价是对学生在日常出勤、课堂表现、日常行为、上机实践以及作业情况五个方面进行的综合评价；阶段目标考核是对学生在各阶段学习效果的检验。

期末考试的考试范围包括本学期所有课程的内容，测试学生对教学目标的掌握程度；期末考试分为两部分：操作技能考试和理论知识考试。

### **（六）质量管理**

1. 坚持“德技并重”的培养原则，提高学生的综合素质

坚持把立德树人融入思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育各环节，切实提升思想政治工作质量；严格按照国家规定开齐开足公共基础课程；构建基于职业岗位调查、典型工作任务分析基础上的专业课程体系；专业技能课程突出应用性和实践性，注重学生职业能力和职业精神的培养。

2. 建立严格的教学过程监控制度

从学生的日常行为规范，到学校的各种评价考核制度，各个环节的规章制度应该严格质量标准，认真执行落实标准，依靠制度管理和约束师生的行为。积极探索符合职业教育规律和特点的考核形式、方法与手段的改革，有效地促进教学。

3. 加强实训基础设施和实训室的建设管理

随着社会发展和企业需要更新教学基础设施，提高实训课的开出率，走产

教研相结合的道路，探索职业教育的新模式。

#### 4. 积极推行新型教学方法

积极进行教学改革，研究了解学生的心理特点和接受能力，使用学生喜闻乐见的教学方法，充分利用各种教学资源，注重实际工作任务情境的模拟，以行动导向为主的项目教学法、案例教学法和情景教学法等方法，提高课堂教学效率。

### 九、毕业要求

学生通过规定年限的学习，修满专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，达到相应工作所需具备的各项素质、知识和能力等方面要求。毕业必须满足系列条件如下表：

学分要求	合计学时必须达到 139.5 学分以上。（专业总学分：193）
学分结构要求	公共基础课必修课 57 学分；公共基础课限选修课 4 学分；专业必修（专业核心、专业课程）课 82.5 学分，专业选修课 17.5 学分；顶岗实习 32 学分。
思想素质要求	必须达 10 学分。包括职业生涯规划、职业道德与法律、经济政治与社会、哲学与人生、职业素养等课程学分。
身体素质要求	达到国家颁布的《学生体质健康标准》要求。
证书要求	取得 电子商务师 职业资格证（记 2 学分）。
素质拓展要求	参加军训（记 2 学分）

经管系电子商务教研组