

南阳工业学校

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：120801

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

序号	专业大类	专业（技能）方向	对应职业（岗位）	职业资格证书
1	电子商务	电子商务网站建设与维护	网站建设	计算机二级证 网页设计师
			网络编辑	
2		网络营销与推广	网站 SEO 优化专员	电子商务员
			网络推广专员	
			公众号运营与推广员	
3		网店经营与管理	网店美工	平面设计师
			网店运营专员	
			网店客服	
4		新媒体营销	新媒体编辑	运营专员
			短视频平台运营	

五、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、网站运营、新媒体营销、电子商务服务、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职业素养、专业知识和技能：

1. 职业素养

- （1）具备良好的政治思想素质、道德品质和法律意识；
- （2）具备人文和科学素养、良好的生活习惯、健康的身体和良好的心理素质；
- （3）具备吃苦耐劳、积极进取、爱岗敬业的工作态度和严谨科学的工作作风；
- （4）具备实干和创新精神；
- （5）具有良好的交往能力、团队精神和主动服务的意识；
- （6）具有正确的就业观和自觉的创业意识。

2. 专业知识和技能

专业知识

- （1）掌握本专业所需的文化基础知识和专业基础知识；
- （2）掌握计算机网络和信息技术基本知识；
- （3）掌握电子商务的基本理论和知识，了解电子商务运营业务各环节和交易的流程；掌握企业管理的基本知识；
- （4）掌握网页的设计、制作知识，了解网站建设及维护的基本知识；
- （5）掌握市场与网络营销概念、营销策划、营销技术等基本知识；
- （6）掌握电子商务法律法规基本知识。

专业技能

- (1) 掌握良好的计算机及网络技术能力;
- (2) 具有电子商务运营、网络营销与推广的能力;
- (3) 熟练进行网页制作和企业电子商务网站建设能力;
- (4) 能够熟练掌握图像处理和电子商务文案设计能力;
- (5) 具备电商文案的创作能力;
- (6) 掌握网站内容编辑能力;
- (7) 能够掌握网店商品拍摄、美工和运营的能力;
- (8) 能够掌握新媒体的制作和运营能力
- (9) 具备零售基础、客户关系管理能力和较强的公关意识, 善于沟通和协调, 具备现代商务礼仪与谈判的能力;
- (10) 具有运用互联网开展创新工作的能力;
- (11) 具有终身学习和适应职业变化的能力。

专业(技能)方向 1——网络营销与推广

- (1) 掌握市场与网络营销概念、营销策划、营销技术等基本知识;
- (2) 掌握计算机网络和信息技术基本知识;
- (3) 能够熟练进行网页制作和企业电子商务网站建设;
- (4) 能够进行电商文案的策划和创作;
- (5) 能够对网站栏目和内容进行策划和编辑;
- (6) 具有电子商务运营、网络营销与推广的能力。

专业(技能)方向 2——网店运营与推广

- (1) 熟练掌握图像处理和电子商务文案设计能力;
- (2) 具备电商文案的创作能力, 能够进行 Banner 文案和详情页文案创作;
- (3) 掌握网店商品拍摄、网店美工和运营的技能;
- (4) 能够较熟练地运用各种网店促销工具, 熟悉各种电商平台的活动流程和内容;
- (5) 具备网络零售能力、客户关系管理能力和较强的公关意识, 善于沟通和协调, 具备现代商务礼仪与谈判的能力;
- (6) 能够进行移动店铺营销与运营, 掌握手机淘宝、拼多多和微商城的商品发布与运营。

专业（技能）方向 3——新媒体制作与运营

- (1) 掌握微信公众号图文消息制作、小程序运营；
- (2) 掌握头条和百家号等自媒体内容发布技能，具备文案策划和创作能力；
- (3) 掌握视频拍摄、剪辑与简单特效的处理技能，能够进行短视频平台内容制作与发布；
- (4) 能够通过新媒体进行电商推广和营销，掌握网络直播的基本技能。

六、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、信息技术、体育与健康、公共艺术等必修课程，选修课程包括中华优秀传统文化等课程，专业技能课包括网络营销、网店运营与推广、视觉设计与制作、电商文案等专业核心课，专业课包括市场营销、商品拍摄与处理、商品学等课程。实习实训是专业技能课教学重要内容，含校内外实训、岗位实习。

（一）公共基础课

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《中等职业学校思想政治课程标准》开设，通过本部分内容的学习，学生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。	42

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，通过本部分内容的学习，学生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。	38
3	哲学与人生	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，通过本部分内容的学习，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。	42
4	职业道德与法治	依据《中等职业学校哲学与人生课程标准》开设，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	38

		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。	
5	语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设,并注重培养学生掌握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,掌握基本的语文学习方法。	202
6	数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设,并注重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。	160
7	英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设,并注重培养学生掌握听、说、读、写等语言技能,初步形成职场口语的能力,提高学生学习的自信心,帮助学生掌握学习策略,了解、认识中西方文化差异。	160
8	信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设,并注重培养学生掌握必备的计算机应用基础知识和基本技能,能应用计算机解决工作与生活中实际问题,提升学生的信息素养。	122
9	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设,并注重培养学生的健康人格与体能素质,养成终身从事体育锻炼的意识、能力与习惯,提高生活质量与综合职业能力。	160

10	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。	80
11	公共艺术	依据《中等职业学校公共艺术课程课程标准》开设，并注重培养学生良好的艺术鉴赏力和道德情感，丰富生活经验，开发创造潜能，提高综合素质和生活品质。	42
12	劳动	依据《中共中央 国务院关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》开设，重点是结合专业人才培养，掌握一定劳动技能，理解劳动创造价值，具有劳动自立意识和主动服务他人、服务社会的情怀。增强学生职业荣誉感，提高职业技能水平，培育学生精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。	21

（二）专业技能课

1.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	电子商务基础	课程内容：电子商务概念、电子商务的基础设施，包括基本网络结构、各种协议、互联网主要应用；电子商务的软件和工具，包括 WWW 服务器、典型的 WWW 服务器软件、以及企业级电子商务解决方案的比较；电子商务的安全威胁和安全措施；电子结算系统，电子商务应用范围、方式和模式等，诸如 B2C、B2B 和电子商务市场；网络营销，包括环境、网站、市场调查以及网络营销与传统营销的整合；供应链管理 and 客户关系管理；电子商务法规及游戏规则等。	84

2	网络营销	课程内容：网络营销概论、定义、特点和发展；网络营销宏观和微观环境分析；在线消费者行为；网上调查；网络市场细分和目标市场；建立营销导向的网站；网络推广手段；网上产品与定价策略；在线渠道的职能、渠道长度、渠道伙伴的关系及在线零售；网上沟通；网上关系营销策略；网络营销计划，包括制定计划、环境分析、识别对象、设定目标、制定营销策略、行动方案、制定预算和评估计划等。	114
3	网店运营与推广	课程内容：网店运营岗位认知与前期准备、网店视觉设计、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、网店零售基础、网店仓储与物流、跨境电商店铺运营。	57
4	视觉设计与制作	课程内容：包括 Photoshop 基础知识、图像的绘制与编辑、图层与图层样式的运用、文字的使用、通道与蒙板、路径的使用、滤镜的使用、色彩校正、自动化任务、ImageReady 的使用等内容。 基本要求：Photoshop 基本操作方面：理解 Photoshop 操作原理；熟悉 Photoshop 创作步骤。图层及文字工具方面：熟练掌握图层应用；熟练掌握文字工具；具备简单图片特效的处理能力。特殊效果工具方面：理解 Photoshop 工具栏中其它工具的使用方法；掌握色彩调整的方法；熟练掌握蒙板与路径的设计；理解滤镜的概念。	76
5	网页制作	课程学习内容：网络基本概念、超文本标记语言的语法、语义及脚本编写方法和过程，创作网页的基本技术和工具、超级链接技术、表格技术、网页中的多媒体技术、组件技术、表单技术、框架技术、网页样式技术、网页视图技术、站点管理和发布技术、网页数据库技术等。此外，考虑到网站运营中的具体需要，本课程还将介绍广告设计中的版面设计、美术设计等内容。	84

6	网络编辑	课程学习内容：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	76
7	电商文案	课程内容：电子商务文案撰写攻略、商品认知与卖点提炼、网店内页文案策划与写作、网络推广文案策划与写作、内容电商文案写作与发布等知识。	84
8	新媒体营销	课程内容：图像数据制作、音频数据制作、视频数据制作、动态网页制作、FLASH 动画制作、营销知识	105

2.专业课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	市场营销	课程内容：市场营销环境，消费者市场购买行为，组织市场购买行为，市场调查与预测，目标市场战略，市场竞争战略，产品策略，定价策略，分销策略，促销策略，服务营销，国家市场营销，网络营销，大数据营销，品牌管理，客户关系管理	84
2	电子商务文案	课程内容：电子商务文案需要掌握的知识、宝贝的采集、提升宝贝的销售效果、转化流量的文案、提升转化率的的设计、店铺公告模板与宝贝分类的设计以及网店详情页的文案设计。	76
3	商务礼仪	课程内容：包括商务礼仪概述、商务形象礼仪、商务交往礼仪、商务会议礼仪、商务仪式礼仪、商务文书礼仪及商务宴请礼仪。	84
4	商品拍摄与处理	课程内容：商品摄影基础知识、拍摄的技巧和流程、网店图片拍摄实战、Photoshop 技法与图片处理、网店视频拍	76

		摄基础知识和技能、网店视频拍摄实战、网店视频后期制作	
5	商品学	课程内容：商品质量和商品标准，商品检验，商品分类。商品包装，商品的储存和养护，日用消费品、纺织品、服装和鞋帽、家用电器、文化用品、首饰、工艺品、家具、食品等商品知识	76
6	零售基础	课程内容：走进电商客服、电子商务客服的沟通技巧、网店客户分析、售前客服的技巧、售中客服技巧、售后客服技巧、电子商务客服风险防范、电子商务客服职业倦怠调整、电子商务客服工作安排	76
7	新媒体营销	课程内容：新媒体平台开通运营；新媒体图片、文字、表单、音频、视频处理技能；爆款文案、视频的打造，营销推广、数据营销、吸粉引流，新媒体的盈利方式。	105
8	电子商务网站建设与维护	课程内容：网站集成技术的概念、组建 Web 服务器、数据库服务器、构建以分布式为基础的三层结构的电子商务平台、JSP/ASP 网页技术、CORBA/DCOM 技术、服务器端脚本及商务逻辑的 Servlet 编程技术、信息发布与站点维护等。	84
9	电子商务法律法规	课程内容：电子商务法概述、电子商务主体认定的法律制度、电子签名法律制度、电子支付法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度，以及其他相关电子商务法律制度。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。	76
10	电子商务综合模拟实训	实训内容：网页制作与网站建设，网络营销与推广，网店美工，网店运营与推广，视频剪辑与特效处理，新媒体营销	36

3. 专业选修课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	会计基础	课程内容：会计的概念、对象、职能、任务及核算方法；会计科目与账户；复式记账原理、借贷记账法、账户对照关系和会计分录；会计确认与计量、会计六大要素的确认与计量；会计凭证的意义与作用；会计账簿的设置和登记、账簿的试算与记账错误的更正；账簿的结账与对帐；财产清查的意义、种类和盘存制度、方法以及财产清查结果的处理；会计报表的报送和审批等。	84
2	营销策划	课程内容：产品进入市场前期、中期、后期的每一个环节需要的策略、技巧和执行方法，大到市场策划的整体策略，小到卖场促销的言行规范，均属营销培训的范畴，完整的营销培训计划应该包括消费者与市场研究分析、营销战略制定、营销策略与品牌定位、策略执行、渠道建设与维护、销售的团队建设和管理、销售技巧提升训练等内容。	84

4. 综合实训

序号	实训项目名称	主要教学内容和要求	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	30
2	网络营销实训	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	30

3	网络推广实务	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	30
4	直播运营实务	实训内容：新媒体平台开通运营；新媒体图片、文字、表单、音频、视频处理；爆款文案、视频的打造，新媒体营销推广、数据营销、吸粉引流，新媒体的盈利方式。	30
5	电子商务综合实训	实训内容：网页制作与网站建设，网络营销与推广，网店美工，网店运营与推广，视频剪辑与特效处理，新媒体营销	168

综合实训学时、学分分配

序号	项目	学期	学时	学分
1	电子商务基础实训	1	30	1.5
2	网络营销实训	2	30	1.5
3	网络推广实务	3	30	1.5
4	直播运营实务	4	30	1.5
5	电子商务综合实训	5	168	9

5.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。顶岗实习主要目的是熟悉企业运营管理、电子商务专业基本流程及策略，培养学生综合管理能力和电子商务技术运用能力，是教学计划所设的重要实践性教学环节，是学生理论联系实际的课堂。组织学生进行顶岗实习，在真实的环境中训练学生的实用技能，锻炼学生从事企事业单位的信息化管理、电子商务网站建设和管理、网络营销及物流配送等方面工作的综合职业能力，增强学生的社会适应能力，提高学生的就业竞争力，培养适应社会主义市场经济发展、能快速跟踪电子商务新动向和新技术的高素质、高技能应用性专门人才。

岗位实习为第六学期，学时为 570 学时，折合 32 学分。

七、教学进程总体安排

(一) 教育教学时间分配表（按周分配）

学年	学期	周数	入学教育、军训	课程教学	专业技能实训	成绩考核	顶岗实习	毕业教育	合计
一	1	21	2	13	5	1			
	2	19		9	9	1			
二	3	21		10	10	1			
	4	19		9	9	1			
三	5	21			20	1			
	6	19					18	1	
总计		120	2	41	53	5	18	1	

说明：入学教育、军训、毕业教育不占学期周数，另计。

(二) 课程设置与教学时间安排表

课程类别	序号	课程名称	学分	考核方式	学时数			学期、周数、学时分配					
					合计	理论	实践	1	2	3	4	5	6
								21	19	21	19	21	19
公共基础课	1	中国特色社会主义	2	考查	42	12	30	2					
	2	心理健康与职业生涯	2	考试	38	20	18		2				
	3	哲学与人生	2	考试	42	28	14			2			
	4	职业道德与法治	2	考查	38	20	18				2		
	5	语文	9	1 考试、2 考查	202	122	80	4	4			2	
	6	数学	9	考试	160	80	80	4	4				

		7	英语	9	1 考试、2 考查	160	80	80	4	4				
		8	历史	2	考查	80	80	0			2	2		
		9	信息技术	7	1 考试、2 考查	122	60	62	4	2				
		10	体育与健康	9	考试	160	20	140	2	2	2	1	1	
		11	劳动	2	考察	21	16	5	1					
		12	公共艺术（音乐、美术）	2	考查	42	12	30	1	1				
		13	习近平新时代中国特色社会主义思想	2	考查	21	21	0			1			
		小计		59		1128	571	557	22	19	7	5	3	
	公共限选课	1	中华优秀传统文化	2	考查	42	10	32					2	
		2	职业素养	2	考查	42	32	10					2	
		小计		4		84	42	42					4	
专业技能课	专业基础课	1	电子商务基础	4.5	考试	84	24	60	4					
		2	PS						4					
		3	PR								4			
		4	市场营销								4			
		5	商品拍摄与处理									4		
		6	零售基础									4		
	专业核心课	1	电子商务数据分析								4			
		2	数字化零售运营							3				
		3	视觉设计与制作							4				

专业拓展课	4	直播销售	5	考试	57	20	37			4				
	5	新媒体运营	5	考试	76	26	50				4			
	6	网络推广实务								4				
	7	直播运营实务									4			
	8	客户服务									4			
	1	网页制作	4.5	考试	84	42	42			4				
	2	网络编辑	4	考试	76	26	50					4		
	3	电子商务文案									4			
	4	沙盘模拟企业经营							4					
	5	AE 视频特效制作										4		
	6	电子商务法律法规										4		
	7	营销策划	4	考试	76	26	50					4		
	8	商品学	4	考查	76	26	50					4		
	9	商务礼仪	4	考试	76	26	50					4		
		电子商务基础实训	1.5	考试				1W						
		网络营销实训	1.5	考试					1W					
	小计			93		1724	618	1106	8	11	23	24	24	
	岗位实习			32		570		570						
周学时								30	30	30	29	28		
合计学时			188		3506	1231	2275							
公共基础课学时占总学时数： 1128 / 3506 = 32.17 %														
实践学时占总学时数： 2275 / 3506 = 64.89 %														

说明：1. 入学教育和军训、社会实践、毕业教育另计，不占学年的 40 周。每学期考试占用 1 周，机动 1.5 周。

2. 考核方式中，分考查和考试，其中的数字代表学期，如“1 考试 2 考

查” 表示本门课程第 1 学期为考试课，第 2 学期为考查课。

3. 专业技能实训一般以周为单位进行，如“1W”表示连续实训一周时间。

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	电子商务仿真实训室	电脑	50
		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	5
		摄影柔光箱	3
		摄影棚	4
		拍摄道具	200
4	客户信息服务实训室	电脑	30
		客服客户端软件	30
5	直播运营实务室	电脑	18
		相机	1
		展示柜	4

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》、《网店运营与推广》、《新媒体营销》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知识的实际生产中的应用，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，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学习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 131.5 学分以上。（专业总学分：188 ）
------	----------------------------------

学分结构要求	公共基础课必修课 59 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 75.5 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	必须参加军训（记 2 学分）

经管系电子商务教研组