



郑州艺术幼儿师范
ZHENGZHOU ART INFANT NORMAL SCHOOL

电子商务专业
2025年人才培养方案
(三年制)

编制系部：设计电商部

审核单位：教师发展中心

批准单位：专业建设指导委员会

修订时间：二〇二五年十月

编制说明

电子商务专业人才培养方案是依据国务院关于印发《国家职业教育改革实施方案的通知》（国发〔2019〕4号）、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）、《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》（教职成〔2015〕6号）、《职业教育专业简介-2022年修订》、《〈职业学校学生实习管理规定〉的通知》（教职成〔2021〕4号）、《教育部中等职业教育专业教学标准-2025修（制）订》、教育部《中等职业学校大类专业基础课程教学大纲》、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）、河南省教育厅《河南省职业教育条例》等有关文件精神，结合中国特色高水平学校和专业建设要求，按照《郑州艺术幼儿师范学校2025级专业人才培养方案修订指导意见》要求制定。

本专业人才培养方案适用于三年全日制中职电子商务专业，由李秀珍、骆家蕾、申杨、陈长鑫等人修订。经教务处审核、主管教学校长审批、专家论证、学校审定后，将在2025级电子商务专业实施。

电子商务专业建设团队

2025年11月

目录

电子商务专业人才培养方案	1
一、概述	1
二、专业名称及专业代码	1
三、入学基本要求	1
四、修业年限	2
五、职业面向	2
六、培养目标	2
七、培养规格	4
八、课程设置及要求	5
（一）课程体系	5
（二）课程设置及要求	7
1. 公共基础课程	7
2. 专业课程	16
（1）专业基础课程	16
（2）专业核心课程	18
（3）专业拓展课程	30
3. 实践性教学环节	33
（1）综合实训	33
（2）岗位实习	34

九、教学进程总体安排	35
十、教学进程总体安排	36
十一、实施保障	39
(一) 师资队伍	40
1. 队伍结构	40
2. 专业带头人	40
3. 专任教师	40
4. 兼职教师	40
5. 专业指导与校企协同机制	41
(二) 教学设施	41
1. 专业教室基本要求	41
2. 校内外实训场所基本要求	41
3. 实习场所基本要求	43
(三) 教学资源	44
1. 教材选用基本要求	44
2. 图书文献配备基本要求	44
3. 数字教学资源配置基本要求	44
(四) 教学方法	44
(五) 教学评价	45
1. 专业课程的考核	45

2. 综合实训课程的考核评价	46
(六) 质量保障	46
十二、毕业要求	47

郑州艺术幼儿师范学校

电子商务专业人才培养方案

一、概述

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应互联网和相关服务、批发业、零售业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下店铺运营助理、新媒体运营助理、网络营销推广专员、新媒体营销专员、直播销售员、视觉设计、客服专员等岗位（群）的新要求，不断满足电子商务领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，制订本标准。专业教学直接决定高素质技能人才培养的质量，专业教学标准是开展专业教学的基本依据。本标准落实中职基础性定位，推动多样化发展，结合区域/行业实际和自身办学定位，聚焦非遗文化传承，围绕“电商+非遗文化”特定岗位群，涵盖非遗文化产品设计、制作、线上销售相关技能培养，制订本校电子商务专业人才培养方案，力争办出水平，办出特色。

二、专业名称及专业代码

专业名称：电子商务

专业代码：730701

三、入学基本要求

初级中等学校毕业或具备同等学力

四、修业年限

三年

五、职业面向

面向电子商务师、互联网营销师、市场营销专业人员、采购员、营销员等职业，店铺运营助理、新媒体运营助理、网络营销推广专员、新媒体营销专员、直播销售员、视觉设计、客服专员等岗位(群)。

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（73）
所属专业类（代码）	电子商务类（7307）
对应行业（代码）	互联网和相关服务(64)、批发业(51)、零售业(52)
主要职业类别（代码）	电子商务师 S(4-01-06-01)、互联网营销师 S(4-01-06-02)、市场营销专业人员(2-06-07-02)、采购员(4-01-01-00)、营销员(4-01-02-01)
主要岗位（群）或技术领域	店铺运营助理、新媒体运营助理、网络营销推广专员、新媒体营销专员、直播销售员、视觉设计、客服专员.....
职业类证书	电子商务数据分析、网店运营推广、跨境电商 B2B 数据运营、直播电商、农产品电商运营、新媒体技术.....

持续专业	高职专科：电子商务、网络营销与直播电商、移动商务、农村电子商务、商务数据分析与应用、跨境电子商务、市场营销； 高职本科：电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、市场营销； 普通本科：电子商务、电子商务及法律、跨境电子商务、市场营销。
------	---

六、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，扎实的文化基础知识、较强的就业创业能力和学习能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向互联网和相关服务、批发业、零售业的电子商务师、互联网营销师、市场营销专业人员、采购员、营销员等职业，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能人才。

七、培养规格

本专业学生应全面提升知识、能力、素质，筑牢科学文化知识和专业类通用技术技能基础，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

(1) 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近

平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握互联网交易安全、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

(3) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、历史、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

(4) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识；学习 1 门外语并结合本专业加以运用学习商务英语作为外语技能，能运用其开展跨部门或对外商务沟通，阅读专业相关外文文献、撰写商务函件，将外语能力与本专业深度结合并灵活运用。

(5) 掌握电子商务、营销基础、商品零售、传播内容制作、商务数据分析、商务礼仪与沟通等方面的专业基础理论知识；

(6) 掌握平台规则和常用工具的使用，能进行店铺开设、账号维护、商品编辑发布与优化、采集整理运营数据、活动执行、辅助运营；

(7) 具有平台站内外营销推广的能力，能进行营销内容制作与发布、社群营销、媒介营销辅助、媒体和工具推广、网络广告投放；

(8) 掌握直播常用工具的使用，能根据直播运营要求和销售目标，完成商品定位、直播创建、脚本编写、直播执行、流量维护、

直播优化；

(9) 具备视觉营销设计的能力，能进行图片处理、海报设计制作、主图制作、页面设计、短视频制作；

(10) 具备客户服务的能力，能根据客服规范，完成客户咨询回复、异常订单处理、售后纠纷处理、客户维护和评价；

(11) 具备跨境电子商务相关政策法规应用能力，能运用跨境电商平台规则开展基础跨境运营、选品与合规化上架工作；

(12) 具备基础的商业数据分析与应用能力，能运用数据分析工具挖掘用户需求、优化运营策略，为商业决策提供数据支撑；

(13) 具备新媒体矩阵运营基础技能，能进行多平台账号联动管理、内容适配发布与粉丝互动维护，提升品牌曝光与用户粘性；

(14) 具有一定的创新思维与创业意识，能结合行业趋势与市场需求，探索电商新模式、新场景的应用，具备小型创业项目的初步规划能力；

(15) 了解绿色电商、社会责任电商、非遗文化电商相关理念与实践路径，能在运营活动中融入环保、公益、非遗文化元素，践行可持续商业发展要求；

(16) 掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的基本数字技能；

(17) 具有终身学习和可持续发展的能力，具有一定的分析问题和解决问题的能力；

(18) 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，养成

良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

(19) 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

(20) 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

八、课程设置及要求

(一) 课程体系

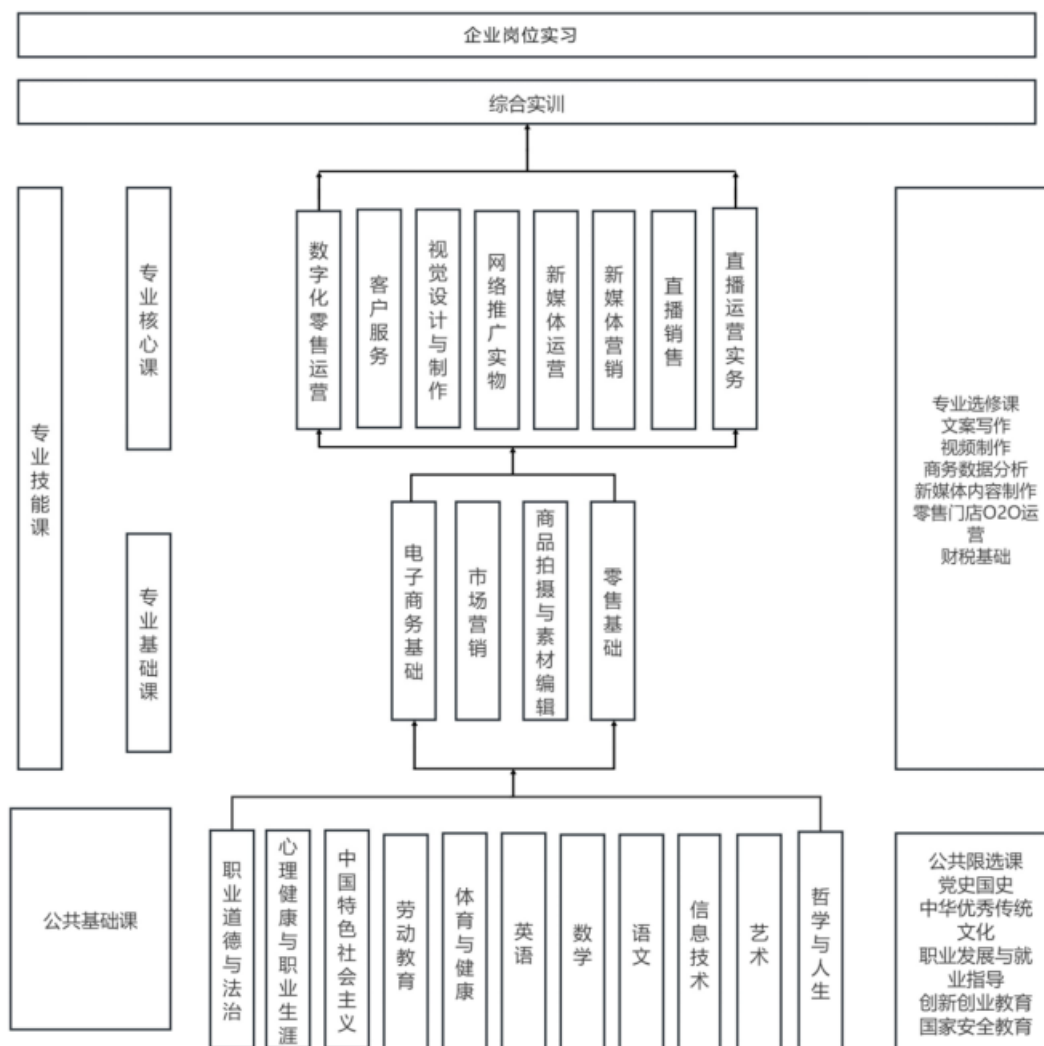
本专业课程体系严格遵循教育部 2025 年新版《电子商务专业教学标准》，对接 2025 年河南省对口升学考试科目要求，构建模块化课程体系。课程设置突出以下特点：

标准对接：严格落实教育部 758 项专业教学标准，确保课程内容与国家规范、行业标准一致；

升学导向：专业基础课与核心课直接对应 2025 年河南省对口升学考试科目。

实践强化：实践性教学学时占总学时 50% 以上，包含校内实训、企业岗位实习等环节。

数字赋能：增设数据分析等课程，适应行业数字化转型需求。



课程体系示意图

（二）课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课程和专业课程，专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程和实习实训课程。

1. 公共基础课程

按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。将思想政治、语文、历史、数学、外语（英语等）、信息技术、体育与健康、艺术、劳动教育等列为公共基础必修课程。将党史国史、中华优秀传统文化、国家安全教育、职业发展与就业指导、创新创业教育等列为限定选修课程。

公共基础必修课程内容如下表所示：

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和目标	参考学时
1	中国特色社会主义	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	依据《中等职业学校思想政治课程标准》（2020年版）开设，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，阐释中国特色社会主义的开创与发展，明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位，阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容，引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自	36

		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	信、文化自信，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。	
2	心理健康与职业生涯	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	依据《中等职业学校思想政治课程标准》（2020年版）开设，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，引导学生树立心理健康意识，掌握心理调适和职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题，培育自立自强、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，根据社会发展的需要和学生心理特点进行职业生涯指导，为职业生涯发展奠定基础。	36

		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	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。	依据《中等职业学校思想政治课程标准》（2020年版）开设，阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论，讲述辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义；阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义；引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观，为学生成长奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	36

4	职业道德与法治	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、尊法学法守法用法的好公民。	依据《中等职业学校思想政治课程标准》（2020年版）开设，着眼于提高中职学生的职业道德素质和法治素养，对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生理解全面依法治国的总目标和基本要求，了解职业道德和法律规范，增强职业道德和法治意识，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。	36
5	语文	进一步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；具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力；掌握基本的语文	依据《中等职业学校语文课程标准》（2020年版）开设，引导学生积累较为丰富的语言材料和言语活动经验；阅读诗歌、散文、小说、剧本等不同体裁的中外优秀作品；学习实用类文本的阅读与理解，日常社会生活需要的口头与书面的表达交流；阅读中华优秀传统文化中的经典古代诗文；诵读革命先辈的名篇佳作	252

		学习方法，养成自 学和运用语文的良 好习惯；能够重视 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，在 语言理解与运用、 思维发展与提升、 审美发现与鉴赏、 文化传承与创新等 语文核心素养方面 获得持续发展。为 学生学好专业知识 与技能，提高就业 创业能力和终身发 展能力，成为全面 发展的高素质劳动 者和技术技能人才 奠定基础。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。	，阅读反映革命传统的优秀文学作品，以及有关革命传统的新闻、报告、演讲、访谈等实用类文本；阅读反映社会主义先进文化的作品，关注和参与当代文化生活；阅读整本书，形成自己的阅读习惯；学习跨媒介信息的获取、呈现与表达，观察不同媒介语言文字运用的现象，了解其特点和规律，理解；阅读有关劳动模范、大国工匠等典型人物的作品，学习写作新闻、访谈录、解说词等常用文体；根据职场工作拟写相关应用文，编制调查问卷，解微写作的特点；阅读科普作品，阐释科学知识的特点；本课程的教学要根据语文教育的规律，按照课程内容，确定教学线索，把握教学关键，创设教学情境，传授必需的基础知识和进行必要的技能训练。教师要开展以学生自主体验、合作学习、主动探究为主要方式的言语实践活动，引导学生通过读写听说活动，提高语言文字运用能力和思维能力。要根据语文教学的特点，在教学过程中渗透审美教育，进行文化熏陶。教学要体现职业教育特色，遵循技术技能人才的成长规律	
--	--	---	---	--

			，在语文学习的过程中相机融入职业道德教育，引导学生增强职业道德意识，提高职业素养。	
6	数学	使学生获得必需的数学基础知识、基本技能、基本思想和基本活动经验，具备从数学角度发现和提出问题的能力、运用数学知识和思想方法分析和解决问题的能力。 使学生逐步提高数学运算、直观想象、逻辑推理、数学抽象、数据分析和数学建模等数学学科核心素养，初步学会用数学眼光观察世界、用数学思维分析世界、用数学语言表达世界。 具备一定科学精神和工匠精神，养成良好的道德品质，增强创新意识。	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，使学生获得进一步学习和职业发展所必需的数学知识、数学技能、数学方法、数学思想和活动经验；具备中等职业学校数学学科的核心素养，形成在继续学习和未来工作中运用数学知识和经验发现问题的意识、运用数学的思想方法和工具解决问题的能力；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、逻辑思维和简单实际应用等能力，为学习专业课打下基础。具备一定的科学精神和工匠精神，养成良好的道德品质，增强创新意识，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。	252

7	英语	通过本课程的学习，使学生掌握必要的语言知识，通过对学生进行听、说、读、写、译的语言训练，培养学生的英语应用能力，发展英语学科核心素养即职场语言沟通、思维差异感知、跨文化理解和自主学习四个方面，使学生具有借助工具书阅读和翻译英语业务资料的能力，能在涉外交际的日常活动和业务活动中进行简单的口头交流，具有信函、个人简历等基本英语应用文写作能力。引导学生在真实情境中开展语言实践活动，认识文化多样性，形成开放包容的态度，发展健康审美情趣；理解思维差异，增强国际理解，坚	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，在初中英语学习的基础上，帮助学生进一步学习语言知识，提高学生听、说、读、写的语言基本技能和运用英语进行交际的能力；发展中等职业学校英语学科核心素养，引导学生在真实情景中开展语言实践活动，认识文化的多样性，形成开放包容的态度，发展健康的审美情趣；形成思维差异，增强国际理解，坚定文化自信，帮助学生树立正确的世界观，人生观和价值观，自觉践行社会主义核心价值观，德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。	180
---	----	--	--	-----

		定文化自信。		
8	信息技术	通过理论知识学习、基础技能训练和综合应用实践，培养中等职业学校学生符合时代要求的信息素养和适应职业发展需要的信息能力。增强信息意识，掌握信息化环境中生产、生活与学习技能，提高参与信息社会的责任感与行为能力，为就业和未来发展奠定基础，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。	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，了解信息技术应用基础和网络应用；掌握图文编辑、数据处理、程序设计入门的基本应用；了解数字媒体技术、信息安全基础、人工智能的应用。根据专业特点，选择了三维数字模型绘制和数字媒体创意两个拓展模块。在教学过程中，引导学生通过自主和协作学习，以源自生产实际的实践项目为引领、以典型任务为驱动，有效利用数字化学习情境，调动学生的主观能动性，强化学生的自主学习能力，促进教与学、教与教、学与学的互动，不断提高教学效率与教学质量。引导学生充分运用信息技术进行创新创业实践，培养个性化、创新性思维。	144

9	体育与健康	通过体育与健康课程的学习，帮助学生增强体能，掌握和应用基本的体育与健康知识和运动技能；培养运动的兴趣和爱好、坚持锻炼习惯、良好的心理品质，表现出人际交往的能力与合作精神；提高对个人健康和群体健康的责任感，形成健康的生活方式；发扬体育精神，形成积极进取、乐观开朗的生活态度；提高与专业特点相适应的体育素养；健全人格，强健体魄，同时遵守体育道德规范和行为准则，发扬体育精神塑造良好的体育品格，增强责任意识、规则意识和团队意识；使学生在运动能力、健康行为和体育精神三方面	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设，学习体能发展的基本原理与方法、测量与评价体能水平的方法、体能锻炼计划制订的步骤与方法、有效控制体重与改善体形方法等内容；健康的基本知识与技能，食品安全和合理营养，常见传染性和慢性非传染性疾病的预防，安全运动和应急避险，常见运动损伤的预防与处理；根据学生的特点开展篮球、足球、羽毛球、乒乓球、田径、武术、体育舞蹈等供学生选择并学习相关基本知识与技能运用、一般规则、竞技知识；采用多种锻炼方法，提升学生体能，并使学生能自我评价体能锻炼的效果和改进体能锻炼计划。创设多元化情景，鼓励学生根据自己的兴趣爱好与需求选择运动项目进行学习，倡导自主、合作、探究的学习方式，增强学生主动参与学习积极性。	180
---	-------	---	--	-----

		获得全面发展。		
10	历史	以唯物史观为指导，促进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	依据《中等职业学校历史课程标准》开设，结合统编教材内容，学习中国历史和世界历史。中国历史，内容包括中国古代史、中国近代史和中国现代史；世界历史，内容包括世界古代史、世界近代史和世界现代史。拓展模块根据专业要求，培养工匠精神，选取了“历史上的工匠”模块，分为了中国著名工匠和外国著名工匠。在教学中，以学生为主体，结合教学内容，采用信息化的教学手段，创新教学形式、教学过程和教学方法，采用参观考察行业历史遗存、采访历史见证人，观看影视作品、设计行业历史遗迹导游方案，撰写行业简史等多种形式让学生参与学习；鼓励	72

		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。	学生开展自主学习、探究学习和合作学习，在做中教、做中学，调动和发挥学生学习的积极性、主动性和创造性。	
11	艺术	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。	依据《中等职业学校艺术课程标准》开设，通过参与音乐实践活动，学习有关知识和技能，认识音乐的基本功能与作用，获得精神愉悦，提高审美情趣和音乐实践能力；学习美术知识和技能，欣赏美术作品，了解作品主题，感悟作品情感，理解作品内涵，认识美术的基本功能与作用，提高审美情趣和美术实践能力；了解相关设计信息，学习设计的基础知识和技能，结合专业学习，参与设计活动，培养创新意识和设计能力。坚持“做中学、做中教”，合理运用多样化的教学方式、方法组织教学，通过案例教学、问题导向、情境模拟、专题研习、术实践和展示交流等形式，引导学生开展自主学习、探究学习和合作学习，增强艺术理解，充分调动学生学习艺术的积极	36

			性。	
12	劳动教育	树立正确的劳动观念，具有必备的劳动能力，培育积极的劳动精神，养成良好的劳动习惯和品质。有目的、有计划地组织学生参加日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动，让学生动手实践、出力流汗，接受锻炼、磨炼意志，培养学生正确劳动价值观和良好劳动品质。	依据《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》开设，开展包括日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动中的知识、技能与价值观等内容的学习实践；结合专业特点，增强职业荣誉感和责任感，提高职业劳动技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度；注重生活能力和良好卫生习惯培养，树立自立自强意识。围绕劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等方面学习；在进行职业劳动知识技能教学的同时，注重培养“干一行爱一行”的敬业精神，吃苦耐劳、团结合作、严谨细致的工作态度；将劳动习惯、劳动品质的养成教育融入校园文化建设。	18
13	党史国史（限定选修课）	培养学生从党的历史中汲取智慧和力量，切实增强学生在生活实践中坚守初心、担当使命的思想自觉和行动自觉。	本课程主要学习党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史，以史鉴今、资政育人，培养学生从党的历史中汲取智慧和力量，切实增强学生在生活实践中坚守初心、担当使命的思想自觉和行动自觉。	36

14	中华优秀传统文化 (限定选修课)	通过本课程的教学，帮助学生了解中华优秀传统文化，掌握并传承中华优秀传统文化的基本精神，理解和认识中国传统文化的优秀要素和传统思维方式，吸取中国传统文化精髓，开阔学生视野，提高文化素养，增强学生的民族自尊心、自信心、自豪感，具有对中华优秀传统文化的热爱敬畏之情。	依据教育部《完善中华优秀传统文化教育指导纲要》主要讲授中国古代哲学、中华传统宗教、中国古代文学、中华传统艺术、中华传统戏曲、中华传统科技、中华传统节日、中华传统民俗与礼仪等内容。通过学习中国传统文化概述，儒家、道家、佛家文化，中国传统服饰文化、饮食文化、建筑园林文化、传统汉字、传统文学、科技、医药文化，立足学生传统文化素养的培养；要求以学生为主体，任务单元为基础，创设学习情景，采用讲授法、讨论法、案例法相结合，注重启发式教学，开展案例教学、仿真教学、情景教学等。可以与相关社团、社会实践、校园文化建设相结合，开展传统文化知识讲座或活动。	36
15	职业发展与就业指导 (限定选修课)	本课程着眼于学生的职业道德、职业修养、职业理想、就业技能等方面的培养和教育。通过课程学习，使学生能够全面分析并认识自我，认识本专业相对应的职业群	本课程主要讲授认识自我；职业分析；职业修养；职业准备；简历制作；面试准备；模拟招聘；求职途径；就业心态；就业政策等内容。 在教学中要为学生求职择业提供政策、信息和定位依据，为学生的求职面试提供必备的实战知识和实战方法。在教学过程中要遵	36

		及相关岗位群的素质要求，熟悉职业规范，提高就业竞争意识，掌握就业的基本途径和方法，提高就业竞争能力。	循“问题中心”原则，突出实用性，加强互动性，注意全面性，强调实践性。	
16	创新创业教育（限定选修课）	通过本课程学习，鼓励学生将自己掌握的专业知识应用到创业活动中，进而提升创业成功率，激发自身的创业潜能。引导学生捕捉创新创业的灵感，发掘电子商务专业上的想象力，化创意为可行的创业行动，提高学生的创业能力。	本课程强调理论与实践相结合，注重培养学生的动手能力和实践操作能力。通过案例分析、项目实践等环节学生能够将所学知识应用于实际创新创业活动中，提高解决实际问题的能力。同时，课程还注重培养学生的社会责任感和职业道德，使学生在创新创业的道路上能够坚守诚信、遵守法律法规，为构建和谐社会贡献力量。	36
17	国家安全教育（限定选修课）	重点围绕理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观。学生系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思	学习习近平关于总体国家安全观重要论述，牢固树立总体国家安全观，学习政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、等重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。充分利用社	36

		维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当，帮助学生熟悉安全法规，掌握必要的安全知识和安全防范技能。	会资源，发挥校园文化作用，围绕总体国家安全观和国家安全各领域，确定综合性或特定领域的主题。通过组织讲座、参观、调研、体验式实践活动等方式，进行案例分析、实地考察、访谈探究、行动反思，积极引导自主参与、体验感悟，采用多种方式进行课程考试，兼顾过程性考核。	
--	--	--	--	--

2. 专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程；专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程；专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程。

（1）专业基础课程

专业基础课程设置 4 门。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等领域的课程。

专业基础课程的内容如下表所示：

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	参考学时
1	市场营销	根据市场营销知识，进行市场调研和市场细分定位； 2. 根据市场营销策略，进行营销策划。	了解市场营销的概念；市场营销环境分析；能够判断消费者市场和消费者行为；掌握市场营销调研的基本方法，并能够进行市场细分并对市场进行正确定位；了解常用产品的特色、品牌、包装及其定价策略，常用的促销策略，设计策划方案。能够借助市场营销教学平台进行项目教学。	72
2	零售基础	零售业基于“人”“货”“场”“圈”的商业逻辑、创新策略等。连锁店铺经营的基本原理，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	了解零售行业发展特点；理解商品分类方法与商品结构规划；掌握供应链数据指标的含义及作用；掌握成本核算方法，能应用pest、swot分析法进行经营分析；理解商圈理论，能进行店铺选址；能收集用户指标数据，挖掘客户潜在需求。	36
3	电子商务基础	根据电子商务基础知识，协助网店管理人员进行网店管理工作。	了解电子商务相关的法律法规，行业政策和网络安全常识，掌握电子商务的基本概念、基本模式、搭建网上商店，能够开展网络营销、优化客户服务、实现电子商务物流等内容。	72

4	商品拍摄与 素材编辑	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、剪辑商品视频和商品图片拍摄。	了解商品拍摄和素材编辑的意义，掌握商品图片以及视频的拍摄要求；了解不同的拍摄风格和拍摄器材，掌握布置拍摄环境和摆放商品的方法；了解不同拍摄视角、构图和布光方式，掌握不同材质商品的拍摄技巧；了解选题的策划角度和常用的运镜方式，掌握撰写视频脚本的方法；熟悉 Photoshop的工作界面，掌握文件和图层的基本操作；熟悉常用的视频剪辑工具，掌握“剪映”PC端的相关操作。	72
---	---------------	--	--	----

（2）专业核心课程

专业核心课程设置 8 门。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、新媒体营销、直播销售、直播运营实务等领域的课程。

专业核心课程的内容如下表所示：

序号	课程设计的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容和要求	参考学时
1	数字化零售运营	店铺运营辅助，包括店铺开设与日常维护、商品分析、店铺数据收集与分析、平台活动执行、商品上下架及标题优化等工作内容，使用办公相关软件、互联网工具、平台工具及平台操作完成工作任务	掌握平台规则和运营基础知识；了解运营常用名词术语及经营计算公式；能够完成店铺入驻、日常维护、商品上下架及标题优化、活动申报等操作；能够监控店铺、商品、活动、客户等相关数据并收集、整理和汇总。	36
2	客户服务	根据售前、售中、售后等企业相关工作，进行客户接待与沟通，订单处理，客户	了解客户关系管理的意义；掌握客户关系管理的基本方法；能熟练操作会话软件；会进行大客户关系管理、客户满意度管理及客户忠诚度管理；使学	36

		信息整理，售后服务，交易纠纷处理，回访客户等工作。	生具备一定的文明礼仪素养能够实现与客户间的平等合作， 培养爱岗敬业精神。	
3	视觉设计与制作	视觉设计与制作，包括图片处理、海报设计制作、主图制作、页面设计、短视频制作等工作内容，使用数码相机、手机等设备及设计、剪辑相关软件完成工作任务	掌握视觉设计基础知识；理解平台规则和营销需求等内容；能够完成图片合规化处理。能够收集和输出设计素材；能够设计制作和优化海报、主图、商品详情页、店铺首页、专属页等；能够拍摄标准化视频素材；能够制作并优化短视频。	108
4	网络推广实务	以现代营销理论为基础，借助网络、数字媒体技术等实现营销目标。	掌握网络推广基础知识；理解平台内、社会化媒体、新媒体平台的营销推广相关规则和推广算法、推广效果数据指标、网络广告资源位；能够执行推广任务，跟踪推广效果，收集与发布推广内容与素材；能够完成 KOL 媒介营销、网络广告投放辅助工作；能够收集、整理营销推广数据，制作日报、周报及投入产出数据报表等。	72
5	新媒体运	根据新媒体平台	掌握平台规则和新媒体运营基	108

	营	运营流程，进行网站各种媒体的推广和网站编辑管理等工作。	基础知识； 能够完成素材收集、短视频制作、文案脚本编写、账号信息和主页内容日常编辑、引流计划修改及上下线等操作；能够监控并收集热点信息、商品、活动、引流、用户、内容等数据，完成投入产出比表等数据表格。	
6	新媒体营销	新媒体营销执行，包括视频内容制作与发布、营销图文制作与发布、营销文案写作、社群营销执行等工作内容，使用摄影摄像、视音频编辑等设备及办公、剪辑、图文处理相关软件、平台后台操作完成工作任务	掌握新媒体营销基础知识；理解新媒体平台规则、社群营销方法；能够分析用户需求、商品特点等，挖掘营销卖点，完成素材收集、视频内容制作、营销图文制作、营销文案写作等任务并发布；能够建立社群、进行社群日常维护、实施线上线下社群营销活动。	72
7	直播销售	直播销售（主播），包括主播直播准备、直播商品梳理、直播脚本编写、直播商	掌握直播销售基础知识；理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播技巧和历史直播总结报告等内容；能够完成商品信息梳理、商品定位，打造主	72

		品讲解、直播过程应急处理、直播复盘等工作内容，使用手机、直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件完成工作任务	播人设标签；能够编制整场直播脚本、单品脚本、应急预案脚本；能够进行商品讲解；能够辨识受众类型,完成直播复盘。	
8	直播运营 实务	直播辅助，包括直播销售准备、直播创建、直播间气氛调控与维护、直播数据监控及流量维护、直播过程应急处理等工作内容，使用手机、直播平台相关工具、直播辅助设备及设计软件、办公相关软件、推流工具、平台自有和第三方检测工具完成工作任务	掌握直播运营基础知识；理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播流程和直播脚本等内容；能够完成直播申请、销售准备、虚拟物料准备、预热海报制作、预告、引流工作。能够完成直播辅助、预约、出镜、画外辅助配合和推流配合；能够维护直播数据,制订应急处理解决方案。	72

附1：电子商务专业工作任务与职业能力分析表

序号	工作领域	典型工作任务编号	典型工作任务	职业能力编号	职业能力描述
1	电商基础认知	1.1	识别电子商务主流模式（B2B/B2C/C2C 等），梳理电商交易全流程，分析行业政策规范	1.1.1	能区分不同电商模式及平台特征
				1.1.2	掌握电商交易各环节逻辑
				1.1.3	理解《电子商务法》等相关政策
2	市场营销策划	2.1	制定产品目标客群定位方案，设计 4P 营销组合策略，分析竞品营销手段与市场份额	2.1.1	具备市场细分与目标客群定位能力
				2.1.2	能设计产品、价格、渠道、促销组合策略
				2.1.3	掌握竞品分析方法
3	商品视觉素材制作	3.1	搭建商品拍摄场景，拍摄商品主图与细节图，用工具处理图片（裁剪、调色、去瑕疵）	3.1.1	会搭建基础商品拍摄场景
				3.1.2	熟练操作拍摄设备（相机/手机）

				3.1.3	掌握 PS / 醒图等图片处理工具
4	零售基础运营	4.1	规划线上零售商品陈列方案，分析零售商品库存周转与补货逻辑，统计店铺销售数据	4.1.1	能设计符合用户浏览习惯的商品陈列
				4.1.2	掌握库存管理与补货流程
				4.1.3	会统计分析客单价、坪效等零售数据
5	数字化店铺运营	5.1	搭建线上零售店铺，制定商品上架计划（标题优化、SKU 设置），分析店铺销售数据并优化	5.1.1	熟悉线上店铺搭建与装修流程
				5.1.2	能优化商品标题与 SKU
				5.1.3	会用生意参谋等工具分析 GMV、转化率并调整策略
6	客户服务管理	6.1	解答客户售前咨询，处理客户售后问题（退换货、投诉纠纷），建立客户档案并分层维护	6.1.1	具备良好客服沟通与共情能力
				6.1.2	掌握售后纠纷处理流程与话术
				6.1.3	能使用 CRM 工具进行客户分层与关怀
7	电商视	7.1	设计电商店铺首页与分	7.1.1	掌握视觉设计基础

	觉设计		类导航，制作商品详情页与活动海报，统一店铺视觉风格		(构图、色彩搭配)
				7.1.2	熟练使用 PS/AI/Figma 等设计工具
				7.1.3	能制定品牌视觉规范
8	网络推广执行	8.1	投放电商平台广告（直通车 / 钻展），策划搜索引擎推广方案（SEO/SEM），优化推广数据	8.1.1	会操作直通车、钻展等广告投放工具
				8.1.2	掌握 SEO 关键词挖掘与 SEM 账户搭建
				8.1.3	能分析推广 ROI 并优化
9	新媒体账号运营	9.1	运营新媒体账号（微信公众号 / 小红书 / 抖音），策划新媒体内容并发布，分析账号数据	9.1.1	熟悉各新媒体平台规则
				9.1.2	能策划图文/短视频内容并制作发布
				9.1.3	会解读阅读量、粉丝增长等数据并优化
10	新媒体营销活动	10.1	制定新媒体营销活动方案（小红书种草、抖音	10.1.1	能设计差异化新媒体营销活动

	动		挑战赛），联动 KOL/KOC 推广，评估活动效果	10.1.2	掌握 KOL/KOC 筛选与合作流程
				10.1.3	会评估曝光量、种草转化率等活动指标
11	直播销售执行	11.1	准备直播商品（选品、定价、库存核对），设计直播话术，开展直播互动	11.1.1	具备直播选品与库存核对能力
				11.1.2	能设计吸引用户的直播开场、产品介绍及逼单话术
				11.1.3	会组织直播互动玩法
12	直播运营管理	12.1	策划直播全流程（主题设定、流程安排），投放直播流量（DOU+/粉条），复盘直播数据	12.1.1	能制定完整直播策划方案
				12.1.2	掌握直播流量投放技巧
				12.1.3	会分析观看时长、GMV 等数据并优化直播策略
13	电商数据复盘	13.1	收集电商各环节数据（流量、转化、推广、直播），清洗异常数据，输出数据复盘报告	13.1.1	能全面采集电商核心数据
				13.1.2	掌握数据清洗方法
				13.1.3	会制作可视化报表

					并提出可落地的优化建议
14	电商活动统筹	14.1	统筹电商大促（618 / 双 11）活动，协调运营、设计、客服、供应链团队，保障活动落地	14.1.1	具备活动整体策划与统筹能力
				14.1.2	能有效联动多团队协作
				14.1.3	会应对活动中的突发问题，保障活动顺利执行

附2：电子商务专业课程设置与职业能力对应表

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
专业基础课	电子商务基础	1.1	1.1.1	讲解电子商务主流模式（B2B/B2C/C2C/O2O）定义及特征，结合阿里巴巴、淘宝、拼多多等代表平台分析模式差异，指导学生识别不同平台所属电商模式

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
		1.1	1.1.2	拆解电商交易全流程（选品 - 商品上架 - 营销推广 - 订单支付 - 物流配送 - 售后服务），通过流程图演示各环节关联关系，让学生模拟梳理某商品完整交易链路
		1.1	1.1.3	拆解电商交易全流程（选品 - 商品上架 - 营销推广 - 订单支付 - 物流配送 - 售后服务），通过流程图演示各环节关联关系，让学生模拟梳理某商品完整交易链路解读《电子商务法》《网络安全法》中与电商运营相关条款（如资质认证、信息公示、消费者权益保护），结合违规案例分析合规运营要点
	市场营销	2.1	2.1.1	讲解市场细分方法（地理、人口、行为细分）与目标客群定位技巧，结合美妆、日用品类商品案例，指导学生完成某商品目标客群画像绘制

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
		2.1	2.1.2	拆解 4P 营销组合策略（产品定位、定价策略、渠道选择、促销手段），以服装类商品为例，设计“引流款 - 利润款”产品组合及对应定价、促销方案
		2.1	2.1.3	教授竞品分析方法（SWOT 分析法、价格 / 促销 / 用户评价对比），提供 3 家同品类竞品数据，指导学生完成竞品分析报告并提炼差异化优势
	商品拍摄与素材编辑	3.1	3.1.1	讲解商品拍摄场景搭建要素（背景选择、道具搭配、光线调节），以服装商品为例，演示纯色背景与场景化背景搭建流程，学生实操完成1组场景布置
		3.1	3.1.2	介绍相机 / 手机拍摄基础操作（焦距、曝光、白平衡），针对金属、布料、玻璃等不同材质商品，演示拍摄角度与光线运用技

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
				巧，学生实操拍摄商品主图
		3.1	3.1.3	教授 Photoshop 基础操作（图片裁剪、调色、去瑕疵、抠图）与“剪映”PC 端剪辑功能，指导学生优化拍摄图片（去除背景、调整亮度）、剪辑 15 秒商品短视频
	零售基础	4.1	4.1.1	讲解线上零售商品陈列原则（用户浏览习惯、关联推荐、热门商品置顶），以虚拟线上超市为例，指导学生设计商品分类与陈列方案
		4.1	4.1.2	拆解库存管理流程（库存统计 - 周转计算 - 补货预警 - 滞销处理），教授库存周转天数计算公式，指导学生根据模拟销售数据设定安全库存与补货阈值
		4.1	4.1.3	解读零售核心指标（客单价、转化率、坪效）定义与计算方法，

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
				指导学生用 Excel 统计模拟销售数据，完成指标计算与结果分析
专业核心课	数字化零售运营	5.1	5.1.1	讲解淘宝、拼多多等平台店铺入驻流程与基础规则（发货时效、售后响应要求），指导学生完成模拟店铺注册与基础装修（店招、导航栏设置）
		5.1	5.1.2	教授商品标题优化技巧（关键词挖掘、热度分析、布局逻辑），提供某商品核心关键词库，指导学生完成 1 款商品标题重构
		5.1	5.1.3	介绍生意参谋基础功能（流量看板、销售报表），指导学生采集模拟店铺 1 周数据（访客数、成交量、转化率），制作简易运营报表
	客户服务	6.1	6.1.1	讲解电商客服沟通礼仪（问候语、应答时效、情绪安抚）与需求

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
				挖掘技巧，提供常见咨询场景（商品材质、尺寸、发货时间），指导学生设计标准话术
		6.1	6.1.2	拆解售后纠纷处理流程（问题界定 - 方案协商 - 执行跟进），结合“7 天无理由退换货”“质量问题理赔”案例，指导学生模拟处理售后投诉
		6.1	6.1.3	介绍 CRM 工具基础功能（客户档案建立、分层标签设置），指导学生根据模拟客户消费数据，完成客户分层与针对性维护方案设计
	视觉设计与制作	7.1	7.1.1	讲解视觉设计基础（构图原则、色彩搭配、字体选择），结合电商平台视觉规范（淘宝首页尺寸、详情页版式），指导学生设计 1 张促销海报构图

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
		7.1	7.1.2	教授 Photoshop 进阶操作（图层管理、蒙版应用、滤镜效果）与 AI 矢量图形绘制，指导学生制作商品详情页核心模块（卖点图、规格表）
		7.1	7.1.3	拆解短视频制作流程（脚本撰写 - 素材拍摄 - 剪辑包装），指导学生完成 1 条 30 秒商品展示短视频（含字幕、转场、背景音乐）
	网络推广实务	8.1	8.1.1	讲解直通车推广基础（关键词出价、人群定向、创意设置），在模拟推广平台，指导学生完成 1 个推广计划搭建（选品、关键词添加）
		8.1	8.1.2	教授 SEO 关键词挖掘方法（工具使用、热度分析、竞争度评估），提供某品类核心词库，指导学生完成 1 款商品搜索优化方

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
				案
		8.1	8.1.3	解读推广核心指标（点击率、转化率、ROI）计算逻辑，指导学生采集模拟推广数据，制作 1 周推广效果报表并分析优化方向
	新媒体运营	9.1	9.1.1	讲解抖音、小红书等平台规则（内容规范、流量推荐机制），指导学生完成 1 个电商类账号基础设置（头像、简介、背景图）
		9.1	9.1.2	教授新媒体内容策划技巧（选题挖掘、脚本撰写、图文排版），指导学生完成 3 条内容创作（1 条图文、2 条短视频脚本）
		9.1	9.1.3	介绍平台数据工具（抖音创作者服务中心、小红书专业号数据），指导学生采集账号 1 周数据（阅读量、点赞量、粉丝增长），分析内容优化方向

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
	新媒体营销	10.1	10.1.1	讲解新媒体营销活动类型（小红书种草、抖音挑战赛），结合案例拆解活动策划框架（目标设定、规则设计、传播路径），指导学生设计 1 场种草活动方案
		10.1	10.1.2	教授 KOL/KOC 筛选标准（粉丝画像、互动率、合作报价）与合作流程，提供达人资源表，指导学生完成 1 位适配达人合作方案
		10.1	10.1.3	解读营销活动核心指标（曝光量、种草转化率、ROI），指导学生根据模拟活动数据，完成效果评估报告并提出优化建议
	直播销售	11.1	11.1.1	讲解直播选品逻辑（市场需求、利润空间、库存深度），提供商品池数据，指导学生完成 1 场直播选品清单（含 3 款核心品、2 款福利品）

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
		11.1	11.1.2	教授直播脚本撰写技巧（开场话术、商品介绍逻辑（FABE 法则）、逼单话术），指导学生完成 1 场 15 分钟直播完整脚本
		11.1	11.1.3	拆解直播互动玩法（抽奖、问答、点赞任务）与应急处理方案（断网、差评、库存不足），指导学生模拟开展 1 场小型直播并完成复盘
	直播运营实务	12.1	12.1.1	讲解直播筹备流程（平台申请、设备调试、预热推广），指导学生完成 1 场直播预热（制作海报、发布预告短视频、社群通知）
		12.1	12.1.2	教授直播场控技巧（流程把控、气氛引导、数据监控），在模拟直播场景，指导学生完成实时评论互动、商品上下架调整

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
		12.1	12.1.3	解读直播核心数据（观看时长、互动率、GMV），指导学生采集模拟直播数据，制作复盘表并提出下一场优化策略
专业拓展课	文案写作	10.1	10.1.1	讲解电商营销文案类型（商品详情页文案、活动海报文案、短视频字幕），结合案例拆解“痛点 - 卖点 - 行动指令”写作逻辑
		10.1	10.1.3	教授客服话术设计技巧（简洁性、针对性、安抚性），提供常见咨询场景（售后投诉、物流查询），指导学生设计 5 条标准客服回复话术
	视频制作	3.1、9.1	3.1.2	讲解专业拍摄设备（单反相机、云台）操作（对焦、运镜），指导学生完成 1 条场景化商品短视频拍摄（含 3 个以上运镜镜头）

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
		3.1、9.1	3.1.3	教授 Premiere 剪辑进阶（多轨道合成、调色、音频降噪），指导学生优化 1 条商品短视频（添加特效、调整色调、匹配背景音乐）
		9.1	9.1.2	讲解新媒体短视频风格设计（治愈风、科技风），结合平台热门内容，指导学生完成 1 条符合平台调性的商品短视频创作
	商务数据分析	13.1	13.1.1	讲解电商数据采集渠道（生意参谋、平台报表）与方法，指导学生提取模拟店铺 1 个月核心数据（流量、销售、推广数据）
		13.1	13.1.2	教授数据清洗技巧（异常值删除、缺失值填补），提供含异常数据的销售表，指导学生完成数据预处理
		13.1	13.1.3	讲解数据可视化方法（Excel 图表、简易仪表盘），指导学生将

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
				清洗后的数据制作成可视化报表，并提炼 3 条运营优化建议
	新媒体内容制作	9.1 、 10.1	9.1.2	讲解新媒体内容创新形式（开箱测评、剧情种草），结合案例拆解内容结构，指导学生完成 1 条剧情类商品种草短视频脚本
		9.1 、 10.1	10.1.1	教授内容传播优化技巧（话题标签设置、用户分享激励），指导学生为 1 条图文内容添加精准话题标签并设计分享活动
		9.1、 10.1	10.1.3	讲解内容数据复盘方法（阅读量、互动率、转化路径），指导学生根据 1 周内容数据，调整下一周选题方向
	零售门店 O2O 运营	4.1、 5.1	4.1.1	讲解 O2O 零售“线上线下一体化”逻辑，结合美团、饿了么平台案例，拆解“线上下单—线下自提 / 配送”流程

课程类别	课程名称	典型工作任务编号	职业能力编号	主要教学内容与要求
		4.1、 5.1	4.1.2	教授 020 库存管理技巧（线上 线下库存同步、缺货预警），指 导学生设计某线下门店 020 库 存联动方案
		4.1、 5.1	5.1.1	指导学生为某线下服装店设计 1 场 020 促销活动货预警），指 导学生设计某线下门店 020 库 存联动方案
	财税基础	14.1	14.1.1	讲解电商企业常见税种（增值税 、企业所得税）与发票管理规范 ，结合案例分析开票、认证流程
		14.1	14.1.3	教授电商成本核算方法（商品成 本、推广成本、物流成本），指 导学生根据模拟店铺数据，计算 1 个月利润并识别成本优化点

（3）专业拓展课程

专业拓展课程主要包括：思维训练、文案写作、视频制作、商务数据分析、新媒体内容制作、办公软件高级应用、零售门店 020

运营、商务礼仪与沟通、艺术鉴赏、商业文化、Python 基础、项目管理、财税基础等领域的内容。

本专业设置专业拓展课程6门，包括：文案写作、视频制作、商务数据分析、新媒体内容制作、零售门店 O2O 运营、财税基础，具体教学内容与内容见下表。

专业拓展课程的内容如下表所示:

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	参考学时
1	文案写作	新媒体文案的写作规范学习和新媒体文案的创作学习	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。掌握新媒体应用文案写作的规范格式与写作的基本要求，能拟写常用的商务应用文案；培养学生具备商务应用文案的书写能力，培养学生的职业素质和职业道德及运用商务应用文案解决实际问题的能力，并能够形成严谨踏实的职业精神。	36
2	视频制作	视频录制、合成和剪辑，视频脚本编写，包括视频制作入门、短视频录制、Premiere 常用操作、视频剪辑、视频效果、视频过渡、视频调色、关键帧动画、视频抠像、文字制作、音频效果制作和作品	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。主要介绍视频录制、合成和剪辑，视频脚本编写，包括视频制作入门、短视频录制、Premiere 常用操作、视频剪辑、视频效果、视频过渡、视频调色、关键帧动画、视频抠像、文字制作、音频效果制作和作品输出。重点讲解视频制作软件 Adobe Premiere。通过课程的学习，使学生掌握视频手机、录像机录视频的方法，掌握视频脚本编写的基本技巧，掌握片头、片尾的视频合成技术。	72

		输出。		
3	商务数据分析	数据采集与处理的基础知识、方法及各种工具的运用。制作相关的工作报表，掌握电子商务数据采集、处理及分析方法	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。主要介绍、讲解电子商务数据分析相关知识，以工作领域下具体工作任务开展为依托，围绕企业工作任务流程展开实践。其中重点讲解数据采集与处理的基础知识、方法及各种工具的运用。通过课程的学习，使学生掌握初步数据分析、能够制作相关的工作报表，掌握电子商务数据采集、处理及分析方法。	72
4	新媒体内容制作	微信、微博、公众号、直播等新媒体运营等基本操作，能够完成粉丝吸引、打造个人品牌、平台运营。	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。主要介绍新媒体运营的概念、用户运营的方法与策略、产品运营思路、内容运营技巧、活动运营策划等，其中重点讲解新媒体运营方式，通过课程的学习，使学生掌握微信、微博、公众号、直播等新媒体运营等基本操作，能够完成粉丝吸引、打造个人品牌、平台运营。	72

5	零售门店 020 运营	零售行业与全渠道运营、运营数据采集与分析、线下门店规划与布局、线下门店商品管理、线上店铺规划、线上商品发布、营销活动运营，以及客户运营与管理等。	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。在数字化时代，消费者行为模式的转变及技术的飞速发展，促使着传统零售不断向全渠道零售转型。以探讨零售企业如何实现全渠道运营为主线，系统地介绍了零售门店全渠道运营的策略与方法，共分为8个项目，主要内容包括零售行业与全渠道运营、运营数据采集与分析、线下门店规划与布局、线下门店商品管理、线上店铺规划、线上商品发布、营销活动运营，以及客户运营与管理等。	36
6	财税基础	熟悉财税知识在电子商务行业中的应用和特点。	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。财税基础是电子商务、商务数据分析与应用、网络营销与直播电商专业的基础课程。以学生为中心，按照“我有财税思维—我可以避免违规—我可以得到更多—我可以创造更多”的设计思路编写，通过“走进财务思维”“走进风险、成本和税务管理”“走进财务数据分析”“走进财务管理”内容的讲解，旨在帮助非财务人员建立财税思维，并树立合规意识和正确的纳税意识，能够规避风险，实现自我价值提升和企业价值提升。	36

3. 实践性教学环节

主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。在校内外进行新媒体运营、客户服务、网络营销、直播销售等综合实训。

在电子商务行业的河南省电子商务产业园、河南易贝电子商务有限公司等企业进行店铺运营助理、新媒体运营助理、网络营销推广专员、新媒体营销专员、直播销售员、视觉设计、客服专员等岗位进行见习、岗位实习。校企合作开发综合实训项目，采取集中实训的教学组织形式，注重理论与实践一体化教学，校企教师严格执行《职业学校学生实习管理规定》和《电子商务专业岗位实习标准》要求，共同管理和考核学生。

(1) 综合实训

在校内外进行新媒体运营、视觉营销设计、营销内容制作、客户服务、数字化零售运营网络营销推广、直播销售、电子商务 B2C、电子商务 O2O 等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

实训教学以提升学生综合职业能力为教学目标，与企业合作开发综合实训项目，采取集中实训的教学组织形式，校企教师共同管理和考核学生。是本专业必修的综合性训练课程，主要任务是通过企业实习，让学生熟练掌握专业需要的基本操作流程，增强学生的专业认同感和职业意识；学习并运用专业技能实际体验工作岗位任务，熟悉工作流程，进一步了解学习领域目标、内容及要求，提高学生的职业素养与综合能力。

综合实训教学学时共计 216 学时。

综合实训教学实训项目见下表

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	网店运营推广综合实训	依托第三方电子商务平台，指导学生开设独立店铺，完成网店装修、商品分类、商品信息编辑发布、网店推广、客户服务、数据分析任务，实施网店运营全流程，以网店运营指标数据为标准考核学生。	72
2	客户服务综合实训	与优质电商企业合作，完成产品咨询、产品推荐、促进下单、客户回访、订单查询等客户服务岗位生产性实训，学生掌握标准化服务流程，融入企业文化，积累实战经验。	36
3	新媒体运营综合实训	与中小型电商企业和传媒企业合作，承接企业外包项目，重点开展新媒体账号运营、短视频制作、直播、产品图片采集与处理、产品信息编辑与上传、新媒体平台资讯更新与维护、社交平台使用与维护等实训项目，推广商城网站或企业网站，重点开展搜索引擎优化、微博营销、微信营销、直播营销提升学生全媒体综合运营能力。	72
4	创新职业技能实践	与中小型电商企业合作，承接企业外包项目，学会制作创业计划书、开展营销方案设计和选品直播等等综合实训，提升学生综合应用能力。	36

（2）岗位实习

在生产制造、商贸流通及现代服务业的开展电子商务应用的企业进行店铺运营助理、新媒体营销专员、直播辅助、客服专员等实习，包括认识实习和岗位实习。实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

岗位实习的内容如下表所示：

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	岗位实习	了解企业运转和管理方式，掌握电子商务产品销售交易过程中的专业知识，培养爱岗敬业、团队合作、规范操作等职业素质，提高信息加工、解决问题等通用能力以及电子商务综合应用的岗位能力，全面巩固和锻炼学生的职业技能和实际岗位工作能力，具备毕业设计能力，为就业奠定坚实基础。	360

九、教学进程总体安排

结合学校实际，按照每学年教学时间 40 周、每周 35 学时进行设计，一般每学时不少于 45 分钟，18 学时为 1 学分。岗位实习一般按每周 30 学时计算，毕业教育等活动以 1 周为 2 学分。

本专业开设课程 35 门，包括 12 门公共基础必修课，5 门公共

基础限选课，4 门专业基础课，8 门专业核心课，6 门专业拓展课，三年总学时为 3306 学时，总学分 175 分。

公共基础课 1458 学时，约占总学时数的 44.1%；专业课 1728 学时，约占总学时的 52.26%，实践教学总学时 1124 学时，占总学时数的 34%。课程安排主要关注学生升学和就业的要求，以培养学生的全面职业素质、技术应用能力和就业竞争力为主线，按照人才培养目标和人才培养规格，有针对性的采用“校企合作、项目主导、工学结合、多元化”人才培养模式。构建“以能力为本位、以职业实践为主线、以项目课程为主体”的模块化专业课程体系。

电子商务专业各学期教学环节周数分配表

学 期 环 节	军训及入学教育	课程教学	综合实训	岗位学习	复习考试	毕业教育	合计周数
一	2	18			1		21
二		18			2		20
三		18			2		20
四		18			2		20
五		11	8		1		20
六		8（模块课程学习）		12		1	21
合计	2	91	8	12	8	1	122

十、教学进程总体安排

课程类别	课程性质	序号	课程名称	总学时			学分	考试	考察	按学年、学期教学进程安排					
				合计	理论学时	实践学时				(周学时/教学周数)					
										第一年		第二年		第三年	
										1	2	3	4	5	6
										18周	18周	18周	18周	18周	18周
公共基础课	必修课	1	中国特色社会主义	36	36		2		√	2					
		2	心理健康与职业生涯	36	36		2		√	2					
		3	哲学与人生	36	36		2		√			2			
		4	职业道德与法治	36	36		2		√				2		
		5	语文	252	252		1	√		4	4	2	2	2	

						4									
		6	数学	252	252		1 4	√		4	4	2	2	2	
		7	英语	180	180		1 0	√		2	2	2	2	2	
		8	信息技术	144	72	72	8		√	4	4				
		9	体育与健康	180	20	160	1 0		√	2	2	2	2	2	
		10	历史	72	72		4		√		2	2			
		11	艺术	36	6	30	2		√				2		
		12	劳动教育	18	8	10	1		√	2					
		小计（ 占总学时比例 36.65% ）		1278	1006	272	7 1			20	20	12	12	8	0
	限定选修	1	党史国史	36	20	16	2		√	2					
		2	中华优秀	36	20	16	2		√		2				

	课		传统 文化												
		3	职业 发展 与就 业指 导	36	20	16	2		√			2			
		4	创新 创业 教育	36	18	18	2		√				2		
		5	国家 安全 教育	36	20	16	2		√						2
		小计（ 占总学 时比例 3.26%）		180	98	82	1 0			2	2	2	2	0	2
公共基础课程合计 （占总学时比例 44.1%）				1458	1104	354	8 1			22	22	14	14	8	2
专 业 课 程	专 业 基 础 课	1	电子 商务 基础	72	36	36	4	√		4					
		2	市场 营销	72	36	36	4	√		4					
		3	商品	72	36	36	4	√		4					

			拍摄 与素 材编 辑												
		4	零售 基础	36	18	18	2	√			2				
		小计（ 占总学 时比例 7.62%）		252	126	126	14			8	6	0	0	0	0
	专 业 核 心 课	1	数字 化零 售运 营	36	18	18	2	√			2				
		2	客户 服务	36	18	18	2	√				2			
		3	视觉 设计 与制 作	108	54	54	6	√				6			
		4	网络 推广 实务	72	36	36	2	√				4			
		5	新媒 体运 营	108	54	54	6	√					6		

		6	新媒体营销	72	36	36	4	√					4		
		7	直播销售	72	36	36	4	√					4		
		8	直播运营实务	72	36	36	4	√						4	
		小计（占总学时比例17.72%）		576	288	288	30			0	2	12	14	4	0
	专业拓展课	1	文案写作	36	18	18	2		√				2		
		2	视频制作	72	36	36	4		√			4			
		3	商务数据分析	72	36	36	4		√						4
		4	新媒体内容制作	72	36	36	4		√					4	
		5	零售门店	36	28	8	2		√					2	

			020 运营												
		6	财税 基础	36	36	0	2		√						2
		小计（ 占总学 时比例 9.8%）		324	190	134	1 8			0	0	4	2	6	6
		综合实训		216		216	1 2							10	2
		岗位实习		360		360	1 2								20
		小计（占总 学时比例 17.42%）		576	0	576	2 4			0	0	0	0	10	22
专业课程合计（占 总学时比例52.26% ）				1728	604	112 4	8 6			8	8	16	16	20	28
		1	军训 及入 学教 育	30		30	2			1 周					
		2	社会 实践	30		30	2			1 周					
		3	劳动	30		30	2			劳动实践贯穿于学生在校期					

			实践							间					
		4	毕业教育	30		30	2							2	
周学时及学分合计				3306	1708	1598	175			30	30	30	30	30	30
专业证书学分				学生在校期间每获得一个行业企业职业技能证书计2学分，获省赛或市赛技能大赛证书获1-3学分，总分不超过20学分。											
综合素养学分				学生在校期间参与各类非专业技能竞赛、校园文化建设活动、读书活动、公益服务活动、拓展性职业技能培训与技术创新活动等以综合素质教育学分记载，不超过10学分。											
总学时				3306											
总学分				175											

【说明】

1. 毕业岗位实习以外的专业技能课程学时包含课程内理实一体化的技能实训或专门化集中实训的时间；

2. 第五学期安排 10 周综合实训，第六学期安排 8 周的模块化教学，12 周实习实训；

3. 社会实践、劳动实践等综合素养课程只计学分，不计入总学时；

4. 劳动实践贯穿于学生在校期间；

5. 公共基础课除必修课外，需从限选课中选择 4 门，且不低于 8 学分。

十一、实施保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

专任教师队伍的数量、学历和职称要符合国家有关规定，形成合理的梯队结构。学生数与专任教师数比例不高于 20:1，专任教师中具有高级专业技术职务人数不低于 20%。“双师型”教师占专业课教师数比例应不低于 50%。

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

2. 专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能广泛联系行业企业，了解国内外互联网和相关服务、批发业、零售业发展新趋势，准确把握行业企业用人需求，具有组织开展专业建设、教科研工作和企业服务的能力，在本专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师

具有教师资格证书；具有电子商务、市场营销、计算机科学与技术、艺术设计等相关专业学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能

力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

5. 专业指导与校企协同机制

成立由学校专业骨干、企业技术专家、行业能手组成的专业指导委员会，定期研判行业技术发展趋势与岗位需求变化，为专业建设、课程设置、实训方案优化提供决策支撑。推动企业教师全面加入学校名师工作室，参与教学研讨、技术攻关和项目实践，通过“双向互聘、双向赋能”提升专任教师实践能力与企业教师教学能力。拓展企业教师工作维度，除承担教学与实训指导外，深度参与技能大赛指导（包括赛事选题、实训辅导、模拟评审）、学生综合评价（结合企业岗位标准参与过程性考核与实习考核）、课程共建（联合开发活页式教材、实训项目案例）等工作，构建校企协同育人的长效机制。

（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、实训室和实习实训基地。

1. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实训场所基本要求

实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实训指导教师配备合理，实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展商品拍摄与素材编辑、运营数据采集、新媒体营销、网络推广、视觉设计、客户服务等实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

（1）数字化零售运营实训室

配备服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，配套数字化零售相关软件、电商运营模拟软件或真实项目操作平台等，可以根据需要构筑不同的商业应用场景，用于数字化零售运营、新媒体运营、商务数据分析、零售基础、电子商务基础、零售门店 O2O 运营等实训教学。

（2）网络营销推广实训室

配备服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，配套网络营销推广模拟软件或真实项目操作平台、图像处理、音频和视频剪辑软件等，用于电子商务基础、网络营销推广、市场营销、商务数据分析、文案写作、视频制作、新媒体内容制作、视觉设计与制作等实训教学。

（3）直播销售实训室

配备服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，以及直播间场地和直播辅助设备，配套直播相关模拟软件或真实项目操作平台等，用于直播销售、直播运营实务、视频制作、新媒体营销等实训教学。

（4）商品信息采编实训室

配备服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，以及拍摄场地、摄影器材和相关道具，满足大型商品、小型商品以及人物的拍摄需要，配套图像处理、音频和视频剪辑软件等，用于视觉设计与制作、视频制作、商品拍摄与素材编辑、新媒体内容制作等实训教学。

（5）客户服务实训室

配备服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，配套客服实训系统或真实项目操作平台等，用于客户服务、商务礼仪与沟通、新媒体营销等实训教学。

根据上述要求，校内建有下列实训室：

序号	实训室名称	建筑面积	开设实训项目	数量（台/套）	年均可实训人次
01	电商实训室	120m ²	电子商务美工、短视频剪辑、电商运营	55	150
02	直播实训室	100m ²	电子商务短视频拍摄、直播营销	10	100
03	摄影实训室	120m ²	产品拍摄	1	100
04	综合设计实训室	120m ²	产品美工	60	150

3. 实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供店铺运营助理、新媒体运营助理、网络营销推广专员、新媒体营销专员、直播销售员、视觉设计、客服专员等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验

的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

校外实训基地一览表

序号	实训基地名称	合作范围
01	河南易贝电子商务有限公司	岗位实习、师资培训、教师挂职、企业培训、活动运作、专业共建
02	河南哇咔信息技术有限公司	岗位实习、师资培训、教师挂职、企业培训、活动运作、专业共建
03	河南京杰网络技术有限公司	岗位实习、师资培训、教师挂职、企业培训、活动运作、专业共建
04	河南省电子商务产业园	岗位实习、师资培训、教师挂职、企业培训、活动运作、专业共建
05	大观国贸	岗位实习、师资培训、教师挂职、企业培训、活动运作、专业共建

（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

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教

材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：有关电子商务、新闻传媒、互联网、数据分析、供应链、零售、视觉设计的技术、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。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

根据教育部有关教育教学及“三教”改革要求，公共基础课程教学为打造优质课堂，推动课堂革命，充分利用信息化教学手段，采用案例式、启发式、情景式等教学方法，调动学生学习积极性，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坚实基础。

专业（技能）课程教学坚持校企合作、工学结合，实行“多元协同、融合递进”人才培养模式，采用基于项目“七步”混合式教学法和岗位模拟+实战、小组合作学习方式。

“多元协同”指政府给政策、企业搭平台、研究机构出谋略、协会出资源、学校抓落实，共育人才，形成校企命运共同体；“递进”是校企双导师在六个学期分别对学生实施“岗位认知.基础操作→岗位实训.核心操作→岗位强化.综合运用→岗位胜任.职业应用”逐级能力递进人才培养：“融合”是将学生电商岗位职业素养和实践技能融合，专业技能和创新创业教育、工匠精神深度融合，培养学生电子商务、网络营销等职业能力。

具体可采用讲授式教学、启发式教学、案例式教学、项目式教学、问题探究式教学、理实一体化教学、任务驱动式教学等方法，通过企业参观、集体讲解、师生对话、小组讨论、案例分析、头脑风暴、模拟实训、与1+X课证融通平台进行综合实践等形式，配合实物教学设备、多媒体教学课件、数字化教学资源、仿真模拟软件等手段，使学生更好地理解 and 掌握所学知识，调动学生学习的积极性和主动性，提升教学效果，使学生奠定扎实的基础知识并具备升入高等职业院校继续深造的能力。

依据专业培养目标、课程教学要求，充分考虑学生的学习能力与教学资源实际，采用适当的教学方法，体现学生为主体，突出实践性，提高学生的综合素质，培养学生的职业能力。

公共基础课程可采用讲授法教学、启发式教学、探究式教学等方法，通过自主学习、课堂讨论、知识竞赛等形式，调动学生学习的积极性。通过公共基础课的学习，提升学生的文化素养，为专业基础课和专业技能课的学习奠定基础。

专业核心课程采用启发式教学、案例教学、任务教学等方法，使学生具备电子商务专业基础知识和基本技能，为后续专业课程的

学习奠定扎实的基础。

专业拓展课程采用理实一体化教学、任务驱动教学、项目教学等教学方法，通过集中讲解、师生互动、小组讨论、案例分析、分组实训、综合实践等形式，使学生掌握专业知识和专业技能。

选修课程可以根据课程特色和学生个人特长，灵活采用各种教学方法开展教学。

（五）教学评价

1. 专业课程的考核

专业课程“以学生发展为中心”，师生共评的方式，采用过程性考核和终结性考核相结合的考核模式，实现评价主体和内容的多元化，既关注学生专业能力，又关注学生社会能力的发展，既要加强对学生知识技能的考核，又要加强对学生课程学习过程的督导，从而激发学生学习的主动性和积极性，促进教学过程的优化。

（1）教师与学生评价

为促进学生综合能力以及核心素养的发展，在课程考核阶段采用教师评价与学生评价相结合的方式。主要是学习的过程中学生对待工作的态度等方面，以及学生对自我能力的要求和对专业学习的督促，加强团队合作以及专业能力的提升。

（2）过程性考核

主要用于考查学生学习过程中对专业知识的综合运用和技能的掌握及学生解决问题的能力，主要通过完成具体的学习(工作)项目的实施过程来进行评价。具体从学生在课堂学习和参与项目的态度

和职业素养及回答问题等方面进行考核评价。同时,从在完成项目过程中所获得的实践经验、学生的语言文字表达和人际交往及合作能力、工作任务或项目完成情况、安全意识、操作规范性和节能环保意识等方面进行考核评价。

(3) 终结性考核

主要用于考核学生对课程知识的理解和掌握,通过期末考试或答辩等方式来进行考核评价,评价体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化,评价吸收电商行业企业参与,校内校外评价结合,引入 1+x 课证融通评价内容,采用多元化的考核方式。推行过程考核和项目任务的结果性考核相结合的综合评价模式,通过项目进度和任务完成度监控学生的学习进度。

2. 综合实训课程的考核评价

成立由企业(兼职)指导教师、专业指导教师和班主任组成的考核组,主要对学生在综合实训期间的劳动纪律、工作态度、团队合作精神、人际沟通能力、专业技术能力和任务完成等方面情况进行考核评价。

(六) 质量保障

学校应建立专业人才培养质量保障机制,健全专业教学质量监控管理制度,改进结果评价,强化过程评价,探索增值评价,吸纳行业组织、企业等参与评价,并及时公开相关信息,接受教育督导和社会监督,健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设,通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进,达到人才培养规格要

求。

学校应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

十二、毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

学校可结合办学实际，细化、明确学生课程修习、学业成绩、实践经历、职业素养、综合素质等方面的学习要求和考核要求等。要严把毕业出口关，确保学生毕业时完成规定的学时学分和各教学环节，保证毕业要求的达成度。

接受职业培训取得的职业技能等级证书、培训证书等学习成果，经职业学校认定，可以转化为相应的学历教育学分；达到相应职业学校学业要求的，可以取得相应的学业证书。