

# 电子商务专业（中职）

## 人才培养方案

专业名称：电子商务

专业代码：730701

适用年级：2024 级

参赛组别：专业课程一组

2024 年 7 月

# 目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学基本要求.....	1
三、修业基本年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标和培养规格.....	2
（一）培养目标.....	2
（二）培养规格.....	2
六、课程设置及要求.....	3
（一）公共基础课程.....	4
（二）专业课程.....	7
七、教学进程总体安排.....	13
八、实施保障.....	13
（一）师资队伍.....	14
（二）教学设施.....	15
（三）教学资源.....	17
（四）教学方法.....	18
（五）学习评价.....	20
（六）质量管理.....	23
九、毕业要求.....	23

# 电子商务专业人才培养方案

## 一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：730701

## 二、入学基本要求

初级中等学校毕业或具备同等学力。

## 三、修业基本年限

三年。

## 四、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，培养从事店铺运营助理、网络营销推广专员、新媒体营销专员、直播销售员、视觉设计、客服专员等工作的技能人才。

所属专业大类（代码）	财经商贸类（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）、客户服务管理员（4-07-02-03）、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）或技术领域举例	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
职业类证书举例	1. 电子商务师（四级） 2. 互联网营销师（直播销售员，五级/四级） 3. 网店运营推广职业技能等级证书（中级）
接续专业	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。

## 五、培养目标和培养规格

### （一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承工匠精神，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。

### （二）培养规格

本专业学生应在系统学习电子商务专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，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，总体上须达到以下要求：

#### 1. 素质要求

（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）具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，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）具有良好的科学与人文素养、审美素养，具有一定的批判性思维和团队合作精神、创新精神；

（4）弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民，珍惜劳动成果，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养。

#### 2. 知识要求

（1）熟悉本专业从事职业活动相关的电子商务法律法规及互联网交易安全、质量管理等相关知识，了解电子商务、服务、零售相关产业文化；

（2）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的思想政治、语文、历史、数学等文化基础知识；

（3）熟悉常见的电子商务平台运营规则、商品发布与优化方法、订单处理

的流程；

- (4) 掌握短视频制作规范、拍摄方法、剪辑方法；
- (5) 熟悉图片设计规范、图片处理方法、页面布局和配色原则；
- (6) 掌握客服规范、智能客服配置方法、客户问题类型及处理方法；
- (7) 熟悉站内外推广工具、推广方式、推广内容及推广流程；
- (8) 掌握站内外推广策划方法、推广逻辑和推广效果分析方法；
- (9) 熟悉新媒体运营渠道、内容生产方法、内容传播机制；
- (10) 熟悉直播间搭建、直播商品讲解、直播互动的办法。
- (11) 熟悉网络营销基础理论、市场调研、用户画像与目标定位相关知识；
- (12) 掌握商品标题优化、关键词挖掘、详情页文案撰写方法；
- (13) 了解电商数据分析常用指标、数据报表制作与运营诊断基础知识。

### 3. 能力要求

(1) 能根据电商平台运营规则和运营要求，完成店铺的创设和维护、店铺装修、商品发布与优化、营销活动设置、客户问题处理、运营数据分析；

(2) 能根据推广目标，使用站内外推广工具和新媒体渠道，完成站内外推广和各类媒介营销；

(3) 能根据短视频制作规范，结合短视频发布平台特点和营销要求，完成短视频脚本策划、短视频拍摄和后期剪辑；

(4) 能根据直播销售目标，结合直播商品特点，完成直播间搭建、直播脚本设计、直播商品讲解、直播间互动及直播效果分析；

(5) 能根据图片视觉设计规范，使用图片处理工具，完成商品首页、商品主图、详情描述、自定义页的设计与制作；

(6) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有一定的分析问题和解决问题能力、终身学习和可持续发展能力。

(7) 能开展网络市场调研、信息收集与数据整理，形成简单的市场分析报告。

(8) 能撰写商品文案、营销软文与推广文案，提升内容传播与营销转化能力。

(9) 能运用电商常用工具完成数据统计、流量分析与运营效果诊断。

(10) 能遵守电商职业道德与法律法规，树立诚信经营、合规服务的职业意

识。

(11) 能适应数字经济发展需求，具备岗位迁移、自主学习与创新创业基础能力。

## 六、课程设置及要求

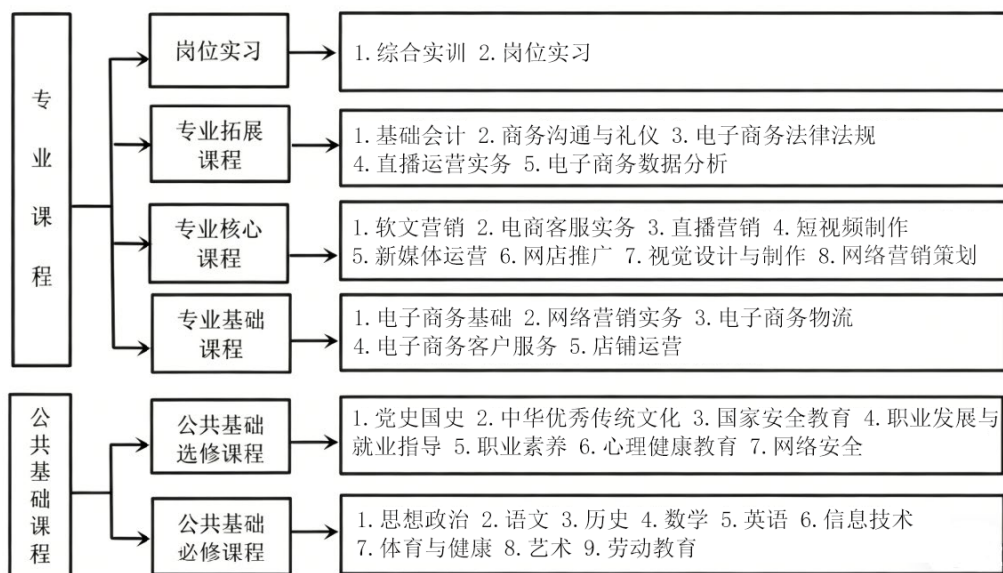


图 1 电子商务专业课程结构图

电子商务专业课程结构如图 1 所示。本专业课程设置主要包括公共基础课和专业课程两类。课程性质分为必修课程和选修课程，选修课程分为限定选修课和任意选修课。

### (一) 公共基础课程

依据《中等职业教育公共基础课程方案》，将思想政治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术等列为公共基础必修课程，并按要求保证课时安排，具体教学要求如表 1 所示。将中华优秀传统文化、心理健康教育、职业素养、劳动教育、网络安全、创新创业教育等课程列为公共基础选修课，具体教学要求如表 2 所示。

表 1 公共基础必修课教学要求

序号	课程名称	教学内容与要求	学时	学分
1	思想政治	按照教育部颁布的《中等职业学校思想政治课程标准》的教学要求开设。落实课程标准规定的学科核心素养与课程目标要求，紧密结合社会实践和学生实际，讲授马克思主义	144	8

序号	课程名称	教学内容与要求	学时	学分
		基本原理、马克思主义中国化理论成果，用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人，对学生进行思想教育、政治教育、道德教育、法治教育、心理健康教育、职业生涯和职业精神教育，引导学生通过自主思考、合作探讨的学习过程，培育政治认同、职业精神、法治意识、健全人格、公共参与等核心素养，为学生成为担当民族复兴大任的时代新人、成为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。		
2	语文	语文课程是中等职业学校各专业学生必修的公共基础课程，是学习正确理解和运用祖国语言文字的综合性、实践性课程，应按照教育部颁布的《中等职业学校语文课程标准》的要求开设。通过语感与语言习得、中外文学作品选读、实用性阅读与交流、古代诗文选读、中国革命传统作品选读、社会主义先进文化作品选读、整本书阅读与研讨、跨媒介阅读与交流等专题内容的学习，引导学生根据真实的语言运用情境，开展自主的言语实践活动，积累言语经验，把握祖国语言文字的特点和运用规律，提高运用祖国语言文字的能力，理解与热爱祖国语言文字，发展思维能力，提升思维品质，培养健康的审美情趣，积累丰厚的文化底蕴，传承和弘扬中华优秀传统文化，吸收人类进步文化，形成良好的思想道德品质、科学素养和人文素养，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。	162	9
3	历史	按照教育部颁布的《中等职业学校历史课程标准》的教学要求开设。落实课程标准规定的核心素养与教学目标要求，促进学生进一步了解人类社会形态发展的基本脉络、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；培育和践行社会主义核心价值观，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；培养健全的人格和职业精神，树立正确的历史观和价值观，形成历史学科核心素养。	72	4
4	数学	按照教育部颁布的《中等职业学校数学课程标准》的教学要求开设，落实数学学科核心素养与教学目标。通过学习函数、几何与代数、概率与统计等内容，使学生获得继续学习、未来工作和发展所必需的数学基础知识、基本技能、基本思想和基本活动经验，具备一定的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。教学中要注意知识衔接，激发学习兴趣，增强学习主动性和自信心，不断塑造科学精神和工匠精神，培养创新意识，促进学生德智体美劳全面发展。	144	8
5	英语	按照教育部颁布的《中等职业学校英语课程标准》的教学要求开设。通过学习基础模块和职业模块中的主题、语篇类型、语言知识、文化知识、语言技能、学习策略等课程内容，培养学生的职场语言沟通、思维差异感知、跨文化理解及自主学习等英语学科核心素养，提高学生的语篇理解能力和有效沟通能力，引导学生感知多元文化背景下思维方式的多	144	8

序号	课程名称	教学内容与要求	学时	学分
		样性；增强国际理解，坚定文化自信，为学生的职业生涯、继续学习和终身发展奠定基础。		
6	信息技术	按照教育部颁布的《中等职业学校信息技术课程标准》的教学要求开设。落实课程标准规定的核心素养与教学目标要求，对接信息技术的最新发展与应用，结合职业岗位要求和专业能力发展需要，重点培养支撑学生终身发展、适应时代要求的信息素养。引导学生通过多种形式的学习活动，在学习信息技术基础知识、基本技能的过程中，提升认知、合作与创新能力，培养适应职业发展需要的信息能力。	72	4
7	体育与健康	按照教育部颁布的《中等职业学校体育与健康课程标准》的教学要求开设，是中等职业学校各专业学生必修的公共基础课程。坚持落实立德树人的根本任务，以体育人，增强体质，健全人格，锤炼意志。通过学习体育健康知识、技能与方法，提高与未来职业相关的体能和运动技能水平，学会科学锻炼方法，树立健康观念，形成健康行为和生活方式，具备身心健康和职业生涯发展必备的学科核心素养。	144	8
8	艺术	按照教育部颁布的《中等职业学校艺术课程标准》的教学要求开设，落实课程标准规定的核心素养与教学目标要求，重点培养学生的艺术感知、审美判断、创意表达和文化理解。充分发挥艺术学科独特的育人功能，通过观赏、体验、联想、比较、讨论等形式的学习方法，进一步积累和掌握艺术的基础知识、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。	72	4
9	劳动教育	执行中共中央国务院发布的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》相关要求，劳动教育以实习实训课为主要载体开展，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育不少于16学时。	72	4

表2 公共基础选修课教学要求

序号	课程名称	教学内容与要求	学时	学分
1	党史国史	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。	18	1
2	中华优秀传统文化	本课程主要讲授中华优秀传统文化，让学生系统了解中华优秀传统文化的主要内容与表现形式，掌握其基本特征和发展脉络。培养学生对传统文化的感知与鉴赏能力，能分析其艺术价值和文化内涵，增强学生对传统文化的认同感和自豪感，丰富校园文化，发挥文化传承作用，全面提高学生的人文素质，引导学生形成高尚的道德情操和正确的价值取向。	18	1
3	国家安全教育	本课程主要学习国家安全各领域内涵及其关系，生产生活、职场等基本安全知识和防范技能，以及生态环境现状、环境对健康的影响、环保政策法规等基础知识。通过学习，培养学生的社会安全责任感，使学生掌握国家安	18	1

序号	课程名称	教学内容与要求	学时	学分
		全各领域内涵及其关系，增强自觉维护国家安全的使命感；掌握必要的安全行为知识和技能，养成在日常生活和突发安全事件中正确应对的习惯，保障学生健康成长。		
4	职业发展与就业指导	本课程主要帮助学生了解就业形势，熟悉就业政策，提高就业竞争意识和依法维权意识；了解社会和职业状况，认识自我个性特点，激发全面提高自身素质的积极性和自觉性；了解就业素质要求，熟悉职业规范，形成正确的就业观，养成良好的职业道德；掌握就业与创业的基本途径和方法，提高就业竞争力及创业能力。	18	1
5	职业素养	本课程根本任务是加深学生对职业道德和职业素养的理解和认识，使学生具备健康的职业心态和职业操守，培养学生的创新思维和实践能力，能够适应职业发展的变化。使学生能够理解并遵守职业道德规范，具备良好的职业道德品质；了解和掌握职业素养的相关知识和技能，如认真的工作态度、合格的工作能力、团队合作和沟通技巧等；发展积极的职业心态，如自信心、自尊心、自立自强、责任感等；运用创新思维解决职业实践中的问题，具备勇于探索和创新的能力；能够将学到的知识和技能应用到实践中，具备实际操作和解决问题的能力；不断提升自身职业素养和创新能力，适应职业发展的需求和变化。	18	1
6	心理健康教育	本课程的根本任务是提高全体学生的心理素质，帮助学生树立心理健康意识，培养学生乐观向上的心理品质，增强心理调适能力，促进学生人格的健全发展。让学生了解心理健康基本知识，树立心理健康意识，了解简单的心理调适方法，认识心理异常现象，正确认识和把握自我，掌握一定的心理保健常识。教学重点是根据学生特点和他们在成长、学习、生活和求职就业等方面的实际需要开展教学、咨询、辅导，培养学生的职业兴趣和敬业乐群的心理品质，提高应对挫折、匹配职业、适应社会的能力。	18	1
7	网络安全	本课程的根本任务是增强学生网络安全意识和各类生活场景的安全意识，保障学生的健康成长。通过开展各类安全教育，增强学生的网络安全意识，提高明辨是非的能力，减少网络使用带来的负面影响，规避网络潜在风险。让学生了解校园各类场景下的安全知识，避免发生安全事故；了解实习实训过程中应该注意的事项，确保实训安全；熟悉有关的交通安全知识，增强交通出行安全意识；了解家庭安全常识，杜绝事故伤害，增强家庭安全意识；学习运用正确方法解决安全问题，推动安全防护工作开展，预防安全事故发生，减少安全事件对学生造成的伤害，保障学生健康成长。	18	1

## （二）专业课程

本方案专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖实习实训等实践性教学环节，其中实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校内实训、岗位实习等多种形式。专业核心课程围绕创业项目展开，由专业教师和

创业导师将课程标准对接职业标准，教学任务对接岗位任务，按照“工作项目引领，实践任务驱动，创业导师指导”的原则，开发电商线下教材和线上数字化教学资源，对学生进行网络客服、网店设计、网络推广等岗位能力的全方位训练，培养学生职业能力和职业精神，适应职业岗位的需要。

### 1. 专业基础课程

设置专业基础课程 5 门，包括：电子商务基础、**网络营销实务**、电子商务物流、电子商务客户服务、店铺运营，具体教学内容与要求如表 3 所示。

表 3 专业基础课主要教学内容与要求

序号	课程名称	教学内容与要求	学时	学分
1	电子商务基础与实务	本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。本课程的任务是学习电子商务基本理论、运营模式和基本技能，以及电子商务在企业中的实际应用操作。使学生熟悉电子商务运营模式、交易规范与流程；明确网店运营的核心工作内容；能独立完成网店整个交易过程；能美化网店页面，制作商品展示页面；能根据不同商品类型正确进行商品分类、编码等，提炼商品卖点；能根据网店运营目标，选择合适的网络营销工具，推广店铺，做好客户服务，实现交易。	90	5
2	网络营销实务	本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。通过本课程的学习，使学生比较全面系统地掌握网络营销的基本理论、基本知识和基本方法，熟悉短视频、直播、社群、搜索引擎等主流网络营销工具与方法，掌握营销文案撰写、图片简单处理的基础技巧；能制定简单网络营销方案并完成基础执行，具备营销数据初步分析与方案优化能力，培养营销思维。	72	4
3	电子商务物流	本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。通过本课程的学习，培养学生掌握电商物流仓储、分拣、配送、包装等核心环节与主流运作模式，了解电子商务企业物流部门的岗位职责；了解常见物流平台操作流程；能根据商品特性与客户需求选择物流方案，掌握物流单据填写与核对方法，了解物流成本控制与服务优化基础思路。	54	3
4	电子商务客户服务	本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。通过本课程的学习，使学生掌握电商客服沟通技巧、服务礼仪及完整服务流程，能熟练处理客户咨询、订单查询、售后退换货、投诉处理等常见问题；规范使用客服话术，培养良好服务意识与职业素养，提升客户满意度与忠诚度。	36	2

序号	课程名称	教学内容与要求	学时	学分
5	店铺运营	本课程是电子商务专业的一门专业基础课程，通过本课程学习掌握电商店铺搭建、商品上下架、标题优化、详情页设计、店铺装修及日常运营管理基础技巧；能运用基础推广方法提升店铺曝光度，优化店铺陈列与客户体验，具备店铺数据初步分析能力。	36	2

## 2. 专业核心课程

设置专业核心课程 8 门，包括：软文营销、电商客服实务、直播营销、短视频制作、新媒体运营、网店推广、视觉设计与制作、网络营销策划，具体教学内容与要求如表 4 所示。

表 4 专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	教学内容与要求	学时	学分
1	软文营销	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。通过本课程的学习，学生能够掌握软文与硬广的区别、爆款标题公式、干货、情感类软文撰写、主流平台投放技巧及广告法合规要点；学生能独立完成 3 类以上软文创作，按时提交实操作业；能够结合不同电商平台的用户属性与流量规则，优化软文内容的投放节奏与转化路径，具备识别营销内容合规风险、调整软文推广方案的实操能力，为后续开展新媒体运营、内容电商运营等岗位工作打下扎实专业基础。	72	4
2	电商客服实务	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。通过本课程的学习，学生能够了解产品知识、网购流程知识、电商客服各种业务类型的工作要求以及接待、沟通等方面的知识，掌握电商客服的专业服务用语和礼仪，培养学生客户需求分析、客户咨询回复、异常订单处理、售后纠纷处理、客户维护和评价管理的能力。	72	4
3	直播营销	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。通过本课程的学习，学生能够了解直播电商运营的操作思路、工具与方法，掌握直播的语言表达、内容策划、销售话术、直播商品管理以及风险防范的相关知识，培养学生直播过程中人设打造、选品、引流、商品上架与讲解、气氛维护、粉丝运维、后期管理等直播销售能力。	90	5
4	短视频制作	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。通过本课程的学习，学生能够了解短视频的发展现状和特点，熟悉不同短视频制作工具的使用技巧，掌握短视频制作流程、不同类型短视频制作方法，培养学生短视频内容策划、脚本撰写、拍摄与剪辑、美化与发布的能力。	90	5

序号	课程名称	教学内容和要求	学时	学分
5	新媒体运营	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。通过本课程的学习,学生能够了解新媒体平台运营规则和运营基础知识,掌握新媒体运营账号维护、内容定位和制作的方法,培养学生利用微博、微信、自媒体等新媒体平台进行内容定位、内容生产、引流推广、效果分析与优化的运营能力。	72	4
6	网络推广	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。通过本课程的学习,学生能够了解网络推广的底层逻辑和推广策略等,掌握网络推广的实操方法,培养学生开展网络推广、分析网络推广目标市场、使用平台推广工具、实施社群营销的综合能力。	108	6
7	视觉设计与制作	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。通过本课程的学习,学生能够了解并掌握视觉设计知识、视觉设计制作方法技巧,能够使用拍摄设备及设计软件进行电商视觉内容设计,培养学生从事图片处理、海报设计制作、主图制作、页面设计、短视频制作等工作的技术技能。	144	8
8	网络营销策划	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。通过本课程的学习,学生能描述网店的基本情况,能根据提供的素材资料进行SWOT分析,确定商品的市场定位。能熟练使用PowerPoint办公软件,能独立完成网店营销策划方案设计,能够掌握网店营销策划的核心框架与思路,能结合网店特点,制定简单、可行的网店营销策划方案并完成基础执行。	144	8

### 3. 专业拓展课程

设置专业拓展课程5门,包括:基础会计、商务沟通与礼仪、电子商务法律法规、直播运营实务、电子商务数据分析,具体教学内容和要求如表5所示。

表5 专业拓展课程主要教学内容和要求

序号	课程名称	教学内容和要求	学时	学分
1	基础会计	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程的任务是学习会计学的基本理论知识、基本方法、基本操作技能及应用,使学生掌握会计核算的各种基本方法和其基本原理,并安排大量的实际操作练习,让学生掌握会计基本操作技能并熟悉各种核算方法之间的联系。课程依据电子商务专业工作任务和职业能力设置,针对学生的学习能力和兴趣爱好,按照专业基本业务处理岗位、凭证审核岗位、报表编制分析岗位的需求对学生进行培养。	36	2

序号	课程名称	教学内容与要求	学时	学分
2	商务沟通与礼仪	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。通过本课程的学习,使学生掌握商务沟通与礼仪的基本知识和操作方法,并有意识地运用礼仪规范,帮助学生培养良好优雅的姿容仪态、风度修养,以便今后在职业生涯中提高职业素质和个人魅力,形成良好的人际关系,为生活与工作创造良好的内部环境和外部环境奠定重要基础,更好地发挥自身能力。	36	2
3	电子商务法律法规	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。通过本课程的学习,使学生能够了解商业运营中基本的法律法规,了解相关法律的各项规定,包括基础电子商务法律知识、最基本的合同法等内容,了解电子商务运营中可能遇到的各种法律问题,掌握各类纠纷的处理方法。打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式,转变为以案例为中心组织课程内容,让学生在具体的案例分析中,构建相关理论知识,发展职业能力。	36	2
4	直播运营实务	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。通过本课程的学习,使学生能够了解直播场景搭建、直播流程规划、直播话术、主播综合素养、直播场控策略、直播复盘、粉丝维护等内容,并掌握直播爆款方案策划、脚本撰写、选品、主播人设打造、提升账号活跃度、引流技巧,从而提升自身的逻辑思维能力、沟通能力、语言表达能力、创新能力,帮助学生掌握新技术,了解新产业,能够更好地适应服务业数字化升级的新业态、新模式,增强服务数字商贸的意识。	36	2
5	电子商务数据分析	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。通过本课程的学习,使学生熟知商务数据分析的思想、方法,掌握从历史数据中获取有用认知、求解优化问题、对不确定性决策问题进行模拟分析的能力,培养学生运用商务数量解析的思想和方法,对不确定性问题进行建模和计算的能力,能力水平基本满足数据分析岗位要求。	72	4

#### 4. 实践性教学环节

实践性教学贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式,公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

##### (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。

## (2) 岗位实习

在生产制造、商贸流通及现代服务业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、客服专员等岗位实习，实习类型包括认识实习和岗位实习。学校建立了数量充足、稳定的实习基地，选派专门的实习指导教师和管理人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。

实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，注重理论与实践一体化教学。我校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。

表 6 实践教学主要教学内容与要求

序号	课程名称	主要内容和教学要求	学时	学分
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。	90	5
2	岗位实习	在生产制造、商贸流通及开展电子商务应用的现代服务业企业进行店铺运营助理、新媒体营销专员、直播辅助、客服专员等岗位实习，包括认识实习和岗位实习。	360（12周）	20

## 5. 教学相关要求

结合区域性电商产业特色，落实“爱家乡、懂技术、善经营、能创业”电子商务专业人才培养目标，成立专业教学指导委员会，完善实训室设施设备，保障实习实训教学条件，聘请兼职教师并引入企业教师驻校教学，优化师资队伍结构。校企双导师围绕产品营销，开发电商线下教材和线上数字化教学资源，校企双主体采用基于项目的七步混合式教学法、岗位模拟+实战、小组合作学习方式，共同实施教学，全程融入“爱国精神、工匠精神、劳模精神、劳动精神”和“乡村振兴”等思政教育，引导学生用技能服务家乡经济发展，推进三全育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一，培养学生运营推广等核心知识技能。加强安全教育、社会责任、绿色环保、新一代信息技术等方面教育；将创新创业教育融入专业课程教学和相关实践性教学环节；自主开设网商创业实践等特色课程；

组织开展德育活动、志愿服务活动以及其他实践活动。

### 七、教学进程总体安排

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（含复习考试），累计假期 12 周，周学时为 28 学时，综合实训和岗位实习按每周 20 学时安排，3 年总学时数为 3228 学时。每学期按照 18 学时折算 1 学分，实习实训按照 30 学时折算 1 学分，总学分共 168 学分。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按 1 周 2 学分计算。

公共基础课程学时占总学时的 35.69%，符合党和国家对公共基础课程学时的要求。专业课程学时占总学时的 62.45%，其中实习实训时间 24 周，实习时间累计不超过 6 个月，其中校外企业岗位实习时间不超过 3 个月。

注重实践性教学，公共基础课程和专业课程的实践性教学学时占比达 44.86%。公共基础课程选修模块和专业拓展课程的学时占总学时的比例为 15.61%。

表 7 电子商务专业教学进程安排表

课程类别	课程性质	课程名称	课程编码	学分	总学时	实践学时	学期安排						
							1	2	3	4	5	6	
公共基础课程	必修课	思想政治	00001	8	144	8	2	2	2	2			
		语文	00002	9	162	8	3	2	2	2			
		历史	00003	4	72	4	2	2					
		数学	00004	8	144	4	2	2	2	2			
		英语	00005	8	144	8	2	2	2	2			
		信息技术	00006	4	72	54	2	2					
		体育与健康	00007	8	144	108	2	2	2	2			
		艺术	00008	4	72	8			2	2			
		劳动教育	00009	4	72	54	1	1	1	1			
	选修课	党史国史	00012	1	18	2	1						
		中华优秀传统文化	00013	1	18	2		1					
		国家安全教育	00014	1	18	2			1				
		职业发展与就业指导	00015	1	18	2				1			
		职业素养	00016	1	18	2	1						
		心理健康教育	00017	1	18	2	1						
		网络安全	00018	1	18	2		1					
	公共基础课小计				64	1152	270	19	17	14	14		
	专业	专业	电子商务基础	DS001	5	90	8	5					
网络营销实务			DS002	4	72	12				4			

课 程	基 础 课 程	电子商务物流	DS003	3	54	8		3					
		电子商务客户服务	DS004	2	36	12		2					
		店铺运营	DS005	2	36	8		2					
	小计			16	288	48	5	7		4			
	专 业 核 心 课 程	软文营销	DS006	4	72	20		4					
		电商客服实务	DS007	4	72	20			4				
		直播营销	DS008	5	90	36			5				
		短视频制作	DS009	5	90	36			5				
		新媒体运营	DS010	4	72	48				4			
		网店推广	DS011	6	108	54				6			
		视觉设计与制作	DS012	8	144	64					8		
	网络营销策划方案	DS013	8	144	36					8			
	小计			44	792	314		4	14	10	16		
	专 业 拓 展 课	基础会计	DS014	2	36	6	2						
		商务沟通与礼仪	DS015	2	36	6	2						
		电子商务法律法规	DS016	2	36	6					2		
		直播运营实务	DS017	2	36	6					2		
		电子商务数据分析	DS018	4	72	12					4		
小计			12	216	36	4			0	8			
岗 位 实 习	综合实训			12	360	360					4	8	
	岗位实习			12	360	360						12	
	小计			24	720	720					4	20	
专科课程及岗位实习合计				96	2016	1118	9	11	14	14	28	20	
其 他 素 养 教 育	1	军训及入学教育		2	30	30							
	2	社会实践		2									
	3	劳动实践		2									
	4	毕业教育		2	30	30							
	小计			8	60	60							
总计				168	3228	1448	28	28	28	28	28	20	

## 八、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，将师德师风作为师资队伍建设的第一标准。采用“内培”“外引”“聘请”等多种方式，促进教师队伍素质的整体提高。

#### 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 18:1，具有研究生学位教师占专任教师总数比例不低于 15%，“双师型”教师占专业教师数比例应不低于 60%。

深化产教融合，整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任产业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展线上线下相结合的专业教学教研机制，让兼职教师充分参与专业教学研讨和专业建设，形成专兼结合的结构化专业教学团队。

## 2. 专业带头人

专业带头人具有本专业或相关专业的实践能力，了解国内外互联网和相关服务、批发和零售行业发展新趋势，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

具有电子商务、市场营销、计算机、艺术设计等相关专业本科及以上学历；并具有中等职业学校（或普通高中）教师资格证书；获得本专业相关职业资格，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 个月在企业或实训基地实训，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

## 4. 兼职教师

根据学校《兼职教师聘任与管理办法》，从本专业相关行业企业中聘任高技术技能人才担任兼职教师，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，原则上应具有中级及以上相关专业技术职称，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教学任务。

## （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、实训室和实训实习基地。

### 1. 专业教室基本要求

专业教室配备有黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入环境，具有网络安全防护措施，具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。安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. 校内实训实习室

校内实训室设有仓库、摄影棚、会议室、微机房等实训场地。以一个班级30名学生为标准班，主要工具、设施设备及数量见下表。

表8 主要工具、设施设备及数量一览表

内容	详细技术参数	单位	数量
实训教学软件与现场示范教学服务	“校园商城”真实运营实训教学软件（包含：APP与网页端商城）	套	1
		套	1
	配套校园“商城电商App”供应链管理实训教学系统	套	1
	配套校园商城APP实训教学《电子商务真实实训运营指导手册》校本教材	册	1
	配套校园商城APP实训教学《电子商务真实实训运营指导手册》校本教材	套	1
	配套电商真实运营示范教学服务（合作企业提供100种、八大类真实商品销售运营）	周	16
实训教学硬件及环境建设	整体墙体刮腻子、刷乳胶漆	平方	700
	门及门禁	套	3
	包门套、窗套，窗帘	平方	100
	走廊电商产业文化设计与装饰	套	1
	会议桌椅	套	1
	长焦投影机	台	1
	功放及音箱	套	1
	打印机	台	1
	仓储货架	组	15
	会议区玻璃白板	个	1
	品牌单反相机套机	台	2
	800W闪光灯	个	7
	聚光灯	个	1
	80×120cm柔光箱	个	2
	天花路轨	套	1
	顶灯架	个	1
	主灯架	个	2
	电动四轴背景架	个	1
	背景纸	平方米	6
	反光板	块	2
	标准反光罩	个	2
	附件（挡板/蜂巢/色片）	组	2
	束光筒	个	2
	静物台	个	1
摄影柔光棚	个	2	
三脚架	个	2	
底灯架	个	1	
触发器	个	2	

### 3. 实习场所基本要求

根据《教育部等八部门关于印发〈职业学校学生实习管理规定〉的通知》（教职成〔2021〕4号）等文件有关要求，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作为实习基地，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，实习基地应能提供营销推广、新媒体运营、运营管理、短视频拍摄与剪辑、客户服务、数据分析、视觉营销设计、电子商务直播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规章制度，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。

#### （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、国家优秀教材和省级规划教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态。建立由专业教师、行业企业专家和教研人员等参与的教材选用机制，完善教材选用制度。

##### 2. 图书资料配备要求

图书资料配备应能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：电子商务行业政策法规、电商平台标准、技术规范以及实验实训手册（美工、剪辑、文案等）。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资料。

##### 3. 数字教学资源配置要求

推进信息技术与教学有机融合，加快建设智能化教学支持环境，建设能够满足多样化需求的数字资源。建设、完善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、数字教材等专业教学资源库。

表 9 线上教学资源表

网站名称	网址	相关课程
学习通	https://www.chaoxing.com/	专业核心课程
阿里巴巴	http://china.alibaba.com	
DeepSeek	https://www.deepseek.com/	
千问	https://b.qianwen.com/	
雨课堂	https://www.yuketang.cn/	
豆包	https://www.doubao.com/chat/	
奥派软件	http://10.1.24.65/AllPassDCSC/login.html	

#### (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，采用讲授法、案例教学法、讨论法、任务驱动法等教学方法，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扎实基础。

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，采用基于项目的情景教学法、混合式教学法和岗位模拟+实战、小组合作学习方式。

##### 1. “多元协同、融合递进”人才培养模式

“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。



图 2 电子商务专业“多元协同、融合递进”人才培养模式

针对目前电商企业对中职毕业生岗位能力的要求，结合电子商务专业特点，突出绿色低碳高质量发展导向，培养“爱家乡、懂技术、善经营、能创业”的技能人才，学校在政府支持、行业指导下，与企业合作办学，共建数字经济产业学院，深化产教融合，打造校园内的实景化电商产业园，形成“校园+产业园”产教融合模式，企业导师从入学阶段就驻校参与电商专业课的指导，使学生入学即入企，创新实施“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”的“多元协同、融合递进”人才培养模式。

第一、二学期为岗位认知·基础操作阶段，在电子商务班级成立模拟公司，学生通过电商模拟教学软件进行直播销售、客户服务、网店装修、网店推广等操作，学习电子商务基础、直播销售、客服话术、视觉设计、网店运营与推广等创业基础课程，以专业教师全程指导为主，企业导师点评指导，培养学生创业意识、网店建设和网店运营的基本能力，认知电子商务岗位基本技能。

第三、四学期为岗位实训·核心操作阶段，与引入校内的电商企业深度合作，电商学生参与电商企业实际运营项目进行岗位实训，属于帮扶创业学习阶段，企业导师为主要指导教师，校内专业教师协助指导，以企业绩效考核学生能力，在实战电商项目中学习电商的核心专业技能，如售前导购、售后退换货、直播销售、网店设计、网店运营等技能，同时培养学生经营理念、团队协作能力、创新创业能力、诚信敬业等核心素养，使学生电商技能和专业素养同步提升，完成电商企业岗位的核心技能培养。

第五学期为岗位强化·综合运用阶段，学生以创业项目的形式进行自主创业或企业岗位强化技能实习，该阶段学生既可以合作也可以独立完成，有货源经费且自主能力强的同学，撰写创业项目计划书，申请创业经费，校企双导师审核指导、跟踪答疑。其他学生可选择进行分销经营或企业综合实训。主要培养学生电商综合运营技能、推广营销能力、专业课程在线学习能力、自主创新创业能力、团队协作能力、风险判断和承受能力、决策能力等，熟悉电商每个岗位能力要求，进一步强化职业岗位能力，完成跟岗人才培养。

第六学期为岗位胜任·职业应用阶段，由学校组织学生进入订单企业进行岗位胜任实习，进一步提高学生电商岗位能力和综合职业素养，岗位实习项目完全满足订单电商企业需求，全程以“准工人”的模式规范实习，提高实习成效，完成人才培养目标。

## 2. 积极开展混合式教学改革

采用线上线下相结合的方式，同时结合课程性质，运用多种教学方法，将琐碎的知识系统化。采用讲授法结合混合式教学，同时搭配多种教学方法，如角色互换教学法、情景模拟教学法，既活跃课堂气氛，也激发了学生学习兴趣。

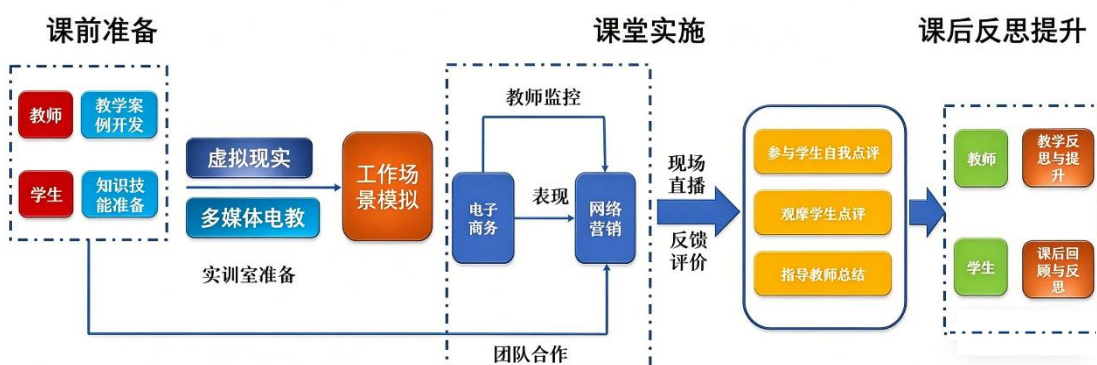


图3 电子商务专业开展“情景模拟”教学

## 3. 实行岗位模拟+实战、小组合作学习方式

逐步建设全真性职场教学环境，根据教学要求不断完善已有实训室。合理设计校内实训室的人文环境、工位配置、操作规程和标准、人员配置以及环保规范等，提升实训室的软环境建设水平，搭建理实一体化职场教学平台，为学生的实验实习提供更加有利的条件，实现学校文化与企业文化的无缝对接。

按照企业架构将学生分小组，做好人员分工。还原真实企业运作环境开展模拟加实战，教师示范与学生分组讨论、训练互动、学生提问与教师解惑、指导相结合，体现“做中学”“做中教”的教学理念。

### （五）学习评价

本专业积极改革教学评价模式，紧扣“人性化、多元化、发展化”的标准和要求，建立“4+2 双向反馈式”教学评价模式。“4”是成立由“学校、企业、家长、学生”四方组成的各专业“教学评价委员会”，该教学评价委员会牵头每学期组织对学生进行一次综合评价，其中包括学校教师评价、企业专家评价、家长评价、学生代表评价。“2”是学生素养和技能评价。学生素养评价围绕学生操行与基础课程，分为职业素养评价和专业素养评价，实行“千分制”量化考核；学生技能实行分等级评定的“德技并举”的评价方式，技能评价包括鉴定机构评价、岗位实习评价。“双向反馈式”是指学生一入校时由学生家长向学校反馈该生在家里以及在初中学校学习时的具体情况；入校学习后，由学校向学生家长反馈学

生在校情况，分为平时反馈、学期末固定反馈和三年后学生毕业反馈，充分利用学校的线上平台让每一位学生家长实时掌握自己孩子在学校的具体情况。强化实习、实训、毕业设计（论文）等实践性教学环节的全过程管理与考核评价。

### 1. 职业素养评价

职业素养评价由学校组织学生个人、学校教师、学生代表、家长、行业专家、企业专家六方共同实施评价，分敬业、发展、创新、协作、责任、品德、绩效七个维度，借助线上平台进行综合评价。具体如下表所示：

表 10 职业素养评价方式

序号	评价分类	评价方式	占比
1	学生自评	每学期末，由教务处牵头，制定学生自我评价的标准和评价样表，内容包括德、智、体、美等各方面，由各个班级自主组织开展学生自我评价，帮助学生对自己的学期成长形成明确的自我定位。学生自评采用问卷调查的方式。	10%
2	学校教师评价	通过线上平台，将学生的素养评价贯穿于整个学习过程，学校制定《学生操行管理办法》，班主任负责日常考核记录，任课教师负责课堂考核记录，公寓管理员负责公寓考核记录，政教处负责两操、卫生考核记录，总务处负责公物管理考核等，每位教职工根据自己分工的内容，及时将各项考核加减分登记到线上平台。通过线上平台的大数据分析，直接核算出学生的在校考核评价，并形成详细记录及学生发展报告。同时对学生家长开放其孩子信息的查阅权限，家长可以通过线上平台及时查看自己孩子的在校表现，便于家长参与学生管理，共同助力学生发展。	30%
3	学生代表评价	每学期末，采用学校统一指定和各班学生民主推荐相结合的方式选出学生代表，由学生代表对本班所有学生从敬业、发展、创新、协作、责任、品德七个维度进行综合评价。	10%
4	家长评价	每学期末，由学校制定评价表格及评价标准，由学生带回家中，由学生家长填写问卷，对学生从敬业、发展、创新、协作、责任、品德七个维度进行综合评价。	10%
5	企业专家评价	每学期末，由各合作企业专家根据学生顶岗实习等日常表现，对学生从敬业、发展、创新、协作、责任、品德七个维度，分别评定优、良、中、差四个等级。学校根据企业专家评价，量化相应分数，计入学生电子档案。	20%
6	行业督导评价	由学校组织行业专家，每学期对本专业学生进行一次综合督导评估。所有学生的该项评价分数相同，以此激发学生的集体荣誉感，引导学生共同维护集体形象，提高学生的团队意识。	20%

### 2. 专业素养评价

专业素养评价包括文化知识、专业基础、专业技能三个方面。具体要求为：

文化知识：文化基础好，知识面宽，开设的公共课学得扎实，信息处理能力强。

专业基础：开设的专业领域基础课程的知识理论和技能常识掌握到位，专业知识面开阔。

专业技能：开设的专业领域专业核心课程的知识理论学得扎实，能运用知识理论指导实际操作，动手能力强，与岗位要求实现对接。文化知识、专业基础和职业技能成绩构成：按照我校考试管理规定执行。

### 3. 鉴定机构评价

鉴定机构评价分为技能鉴定评价和技能大赛评价。

技能鉴定评价：学生在校期间，由国家相应职业技能鉴定机构进行职业技能鉴定，把考取相应的职业技能等级证书作为评价学生的重要内容。电子商务相关职业技能等级证书主要有：电子商务师、互联网营销师、网店运营推广职业技能等级证书。

技能大赛评价：把学生参加上级组织的各类技能大赛作为检验、评价学生的有效手段之一。各类电子商务专业技能大赛包括教育行政部门组织的中职电子商务技能大赛、电子商务行业赛、创新创业大赛。

取得职业技能等级证书的同学获得相应的星级学员（初级为一星学员、中级为二星学员、高级为三星学员），技能大赛获奖的同学评为相应奖牌学员（一等奖为金牌学员、二等奖为银牌学员、三等奖为铜牌学员）。

### 4. 岗位实习（自主创业）评价

考核成绩参照企业运营鉴定、店铺业绩以及学生个人的创业考勤、创业记录、创业报告、创业表现等进行综合评定，分为优秀、良好、一般、及格、不及格五个等级。成绩及格及以上者获得相应的创业学分。

#### （1）优秀

创业态度端正，遵守创业纪律，能很好地完成电子商务创业任务，达到创业课程标准中规定的全部要求，创业报告能对创业内容进行全面、系统的总结，并能运用学过的知识和技能解决工作中的实际问题，成绩优异。

#### （2）良好

创业态度端正，遵守创业纪律，能较好地完成创业任务，达到创业课程标准中规定的全部要求，创业报告能对创业内容进行比较全面、系统的总结，并能运用学过的知识和技能解决工作中的实际问题，成绩良好。

### (3) 一般

创业态度基本端正,能遵守创业纪律,达到创业课程标准中规定的主要要求,创业报告能对创业内容进行比较全面的总结。

### (4) 及格

创业态度基本端正,能遵守创业纪律,基本完成创业任务,达到创业课程标准中规定的基本要求,能完成创业报告,但内容不够完整、条理不够清晰。

### (5) 不及格

凡具备下列条件之一者,均为不及格:未达到创业课程标准规定的基本要求,创业报告不认真,或内容有明显错误;未参加创业的时间超过全部时间三分之一者;创业中有违纪行为,造成恶劣影响者。

## (六) 质量管理

### 1. 建立专业人才培养质量保障机制

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,健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量标准,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。

### 2. 完善教学管理机制

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。

### 3. 建立专业研讨制度

专业教研组织应建立集体备课制度,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。

### 4. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

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

本专业面向电子商务类企、事业单位,培养具有良好品德和职业道德,掌握网店编辑、视觉设计、网店推广、客户服务、直播营销等基本知识,使毕业生毕

业后能顺利地进入相关企业从事客服、网店设计、网店运营与推广等工作。具体要求如下：

1. 入学军训教育成绩必须合格。
2. 按规定修完所有课程，修满规定的 168 学分且各科成绩合格。
3. 获得与本专业相关的职业技能等级证书。
4. 必须完成学校要求的岗位实习，成绩合格。