

目录

[电子商务专业人才培养方案 1](#_Toc15180)

[一、专业名称及代码 1](#_Toc18710)

[二、入学要求 1](#_Toc17640)

[三、学制 1](#_Toc17361)

[四、适用学生 1](#_Toc2596)

[五、职业面向 1](#_Toc24434)

[六、培养目标与培养规格 2](#_Toc21092)

[七、课程设置及要求 5](#_Toc7663)

[八、教学进程安排表 54](#_Toc5979)

[九、实施保障 55](#_Toc31581)

[十、质量管理 61](#_Toc28984)

[十一、毕业要求 62](#_Toc12788)

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、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者

三、学制

学制3年

四、适用学生

电子商务专业学生

五、职业面向

毕业生主要面向电子商务服务与管理类、电子商务信息技术类、物流管理类、市场营销类、连锁经营类等行业就业和自主创业，从事网络客服、网站（网店）运营与管理、新媒体运营、网店美工、网络编辑、供应链管理、网络营销推广等工作。

适应的岗位群为：①电子商务岗位群；②新媒体运营岗位群；③物流管理岗位群；④市场营销岗位群；⑤连锁经营岗位群。

表1职业面向

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 所属专业大类  （代码） | 所属专业类  （代码） | 专业名称  （代码） | 对应行业 | 主要职业类别 | 主要岗位类别  （或技术领域） | 职业资格证书和技  能等级证书 | |
| 财经商贸大类  (73) | 电子商务类(7307) | 电子商务(730701) | 批发业；零售业；新媒体美工；互联网和相关服务 | 商品摄影师；电子商务师；美工师；运营专员；推广专员；新媒体营销专员 | 电商运营；网络推广；电商美工；电商客服 | 毕业证 | 计算机等级证；普通话等级证；“1+X”职业技能等级证。 |

表2专业面向岗位

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 岗位群 | 初始岗位 | 发展岗位 | 目标岗位 |
| 1 | 电子商务服务 | 在线客服 | 客服主管 | 客户经理 |
| 2 | 电子商务管理 | 产品专员 | 运营主管 | 市场部经理 |
| 3 | 新媒体技术 | 新媒体专员 | 新媒体运营主管 | 新媒体运营经理 |
| 4 | 物流管理 | 采购专员／仓储专员 | 后勤主管 | 后勤部经理 |
| 5 | 市场营销 | 营销专员 | 市场主管 | 市场部经理 |
| 6 | 连锁经营 | 服务人员 | 产品／区域主管 | 企业负责人 |

六、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳等全面发展、思想政治坚定、德技并修，能适应电子商务行业发展需要，具有良好的职业道德和职业素养、较强的创新意识和可持续发展能力素质，掌握必需的文化科学知识及电子商务专业等知识和电子商务营销推广、图像处理、数据分析、客户沟通技术技能，能从事电子商务运营、电子商务美工、电子商务推广、电子商务客服岗位的技术与管理工作，面向电子商务领域的第一线作业的高素质劳动者和技能型人才。

第4页共40页

（二）培养规格

本专业毕业生在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1．素质

（1）拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和1-2项运动技能，养成良好的健身、卫生和行为习惯。

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成1-2项艺术爱好或特长。

（7）具有一定的政治敏感度和国际思维。

2．知识

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及行业规章、社会公约等知识。

（3）掌握计算机应用、网络技术的基本理论、互联网技术等相关知识。

（4）掌握新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。

第5页共40页

（5）掌握市场分析、竞争对手分析、消费者行为分析等相关知识。

（6）掌握营销文案、海报、视频的设计与制作以及营销策划的方法。

（7）掌握商品拍摄、图形图像处理、网页编辑与美化的制作方法。

（8）掌握电子商务信息数据采集、处理、统计分析和报告撰写的方法。

（9）掌握产品选择、采购与上架的流程与选品方案撰写的方法。

（10）掌握网络客服的工作流程以及客户关系管理的相关知识。

（11）掌握主流电子商务平台的运营规则、流程和推广方式。

（12）掌握主流新兴电子商务平台的运营规则、流程和推广方法。

（13）掌握网站运营规范与流程以及相关操作方法。

（14）掌握电子商务物流、电子商务支付等相关知识。

（15）掌握主流新媒体的平台规则和流程与该平台的运营方法。

（16）掌握企业管理、品牌管理、公共关系管理等相关知识。

3．能力

（1）掌握贸易谈判、定价技巧、沟通技巧。

（2）掌握电子商务相关应用软件的使用。

（3）熟练掌握电子商务的运作模式。

（4）掌握设计和构建电子商务网站。

（5）掌握对网站信息进行上传、下载、添加、删减等更新维护。

（6）具备一定的拍摄技巧及对图像处理美化的能力。

（7）能对电子商务网站的运营进行维护。

（8）具备电子商务交易数据分析的能力。

第6页共40页

（9）能够通过网络进行基本的在线英语交流。

（10）能够从事网络交易和物流配送的工作。

（11）能够使用办公处理软件从事办公自动化工作。

（12）具备应用新媒体营销推广的能力。

（13）能够熟练制作商品视频广告。

（14）具备产品分析、市场分析的能力。

（15）能够准确并快速执行上级指令、严谨认真。

七、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课和专业技能课。公共基础课包括德育课、文化课、体育与健康、历史、信息技术以及人文科学类基础课。

专业技能课包括专业核心课、技能方向课、“1+X”考证课、对口升学课、实践课和实训、实习。实训、实习是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

第7页共40页

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程  名称 | 课程目标、主要教学内容和要求 | 参考学时 |
| 1 | 军训及入学教育 | 课程目标：  通过本课程的学习，使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识和纪律意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我心理认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。  主要教学内容和要求：  教学内容包括“心理健康基本知识”、“军事素养”、“悦纳自我，健康成长”、“和谐关系，快乐生活”、“学会学习，有效学习”、“提升职业心理素质”等。 | 30 |
| 2 | 中国  特色社会主义 | 课程目标：  通过本课程学习，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、理想自信、制度自信、文化自信。  主要教学内容和要求：  课程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，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。 | 36 |

（一）公共基础课

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 3 | 心理健康与职业生涯规划 | 课程目标：  通过本课程学习，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  主要教学内容和要求：  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，根据社会发展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 |
| 4 | 哲学  与人生 | 课程目标：  通过本课程学习，学生能够掌握马克思主义哲学基本观点和方法，学会运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点和方法，正确看待自然、社会的发展，正确认识和处理人生发展中的基本问题，树立和追求崇高理想，逐步形成正确的世界观、人生观和价值观。  主要教学内容和要求：  教学内容包括“坚持从客观实际出发，脚踏实地走好人生路”、“用辩证的观点看问题，树立积极的人生态度”、“坚持实践与认识的统一，提高人生发展的能力”、“顺应历史潮流，确立崇高的人生理想”、“在社会中发展自我，创造人生价值”等。 | 36 |

第9页共40页

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 5 | 职业道德与法治 | 课程目标：  通过本课程学习，有利于提高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。  主要教学内容和要求：  教学内容包括感悟道德力量、践行职业道德基本规范、提升职业道德境界、坚持全面依法治国、维护宪法尊严、遵循法律规范等。 | 36 |
| 6 | 语文 | 课程目标：  通过本课程学习，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。  主要教学内容和要求：  教学内容包括：基础模块、职业模块和拓展模块构成。其中基础模块有八个专题，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。 | 396 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 7 | 数学 | 课程目标：  通过本课程学习，增强学生数学的应用意识，形成分析问题和解决问题的能力；培养学生的创新意识和实事求是的科学态度，形成积极主动勇于探索的学习方式，提高学生的综合素质，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。  主要教学内容和要求：  教学内容包括初中和中职衔接基础知识、集合与不等式、函数、三角、数列、平面解析几何、概率与统计等，同时针对本专业特点有选择地增加或删减相关知识内容。 | 396 |
| 8 | 英语 | 课程目标：  通过本课程学习，使学生掌握一定的英语基础知识和基本技能，培养学生在日常生活和职业场景中的英语应用能力；培养学生的文化意识，提高学生的思想品德修养和文化素养；为学生的职业生涯、继续学习和终身发展奠定基础，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。  主要教学内容和要求：  教学内容包括基础模块、职业模块和拓展模块，其中基础模块有八个主题，自我与他人、学习与生活、社会交往、社会服务、历史与文化、科学与技术、自然与环境、可持续发展等。 | 396 |

第11页共40页

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 9 | 历史 | 课程目标：  通过本课程的学习，是落实立德树人的根本任务，使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。能够依据史实与史料对史事表达自己的看法；能够对同一史事的不同解释加以评析；树立正确的国家观，增强对祖国的认同感；能够认识中华民族多元一体的历史发展进程，形成对中华民族的认同和正确的民族观，增强民族团结意识，铸牢中华民族共同体意识；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。  主要教学内容和要求：  教学内容包括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。 | 36 |

第12页共40页

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 10 | 体育与健康 | 课程目标：  通过本课程的学习，学生能够掌握科学锻炼、健康娱乐和积极休闲的基本方法，养成从事未来职业所必需的体能和自觉锻炼的习惯；注重特性与体育特长的发展；培养自主锻炼，自我保健和体育自我调控的意识，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。  主要教学内容和要求：  教学内容包括足球、篮球、排球、手球、健美操、体育基础理论和体力测试等。 | 180 |

第13页共40页

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 11 | 计算机美术 | 课程目标：  本课程要求学生掌握相应的美术理论知识，以及美术绘画技能。培养学生的审美观，发展他们鉴赏美、创造美的能力，培养他们的高尚情操和文明素质的教育。培养学生充分感受现实美和艺术美的能力。  主要教学内容和要求：  教学内容包括美术欣赏、写生、临摹、手工创作等。学生能欣赏不同时期、不同风格、不同国家的代表美术作品。学习绘画简笔画方法，并临摹优秀的美术作品。 | 36 |
| 12 | 计算机应用基础 | 课程目标：  通过本课程的学习，学生能够熟练掌握计算机操作系统的使用、具有文字处理能力、电子表格计算处理能力、演示文稿处理能力、信息获取和整理能力、网上交互能力。通过全国计算机等级考试，为以后的学习和工作打下基础。  主要教学内容和要求：  教学内容包括计算机操作系统的使用、办公软件的使用、计算机网络的基本操作和使用。 | 72 |

第14页共40页

（二）专业技能课程

1．专业核心课

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 课程目标、主要教学内容和要求 | 参考学时 |
| 1 | 电子商务  基础 | **课程目标：**  本课程旨在让学生了解电子商务的基本概念、发展历程、主要应用场景和特点，掌握电子商务实践的基本技能和素养，为进一步学习和应用电子商务奠定基础。  通过本课程的学习，学生将能够：  了解电子商务的定义、内涵和外延，明确电子商务与传统商务的区别与联系；  掌握电子商务的发展历程、现状及未来趋势，了解我国电子商务发展的特点与挑战；  熟悉电子商务的主要应用场景，包括B2B、B2C、C2C等模式，探究电子商务在不同行业中的应用；  把握电子商务的特点和优势，理解电子商务对经济、社会和法律等方面的影响；  熟悉电子商务的基本流程、常用工具和技能要求，掌握电子商务实践的基本技能和素养。  具体来说，本课程将涵盖以下内容：  电子商务的基本概念、分类和构成要素；  电子商务的发展历程、现状及未来趋势；  电子商务的主要应用场景、模式和案例分析；  电子商务的特点和优势，以及电子商务对经济、社会和法律等方面的影响；  电子商务的基本流程、常用工具和技能要求。  **主要教学内容和要求：**  电子商务概述：介绍电子商务的定义、发展历程、分类和构成要素，以及电子商务的应用领域。  电子商务平台与工具：介绍电子商务中常用的平台、工具和服务，例如网站建设、在线支付、电子钱包、第三方支付平台、物流配送等，以及对应的应用场景和实践操作。  电子商务安全：探讨电子商务中存在的安全问题，例如信息泄露、网络诈骗、虚假交易等，以及防范措施和实践操作。  电子商务营销策略：介绍电子商务中的营销策略，包括SEO、SEM、社交媒体营销、内容营销等，以及对应的实践操作和案例分析。  电子商务运营管理：介绍电子商务的运营管理，包括选品策略、库存管理、物流配送、售后服务等，以及对应的实践操作和案例分析。  移动电子商务：介绍移动电子商务的概念、特点和发展趋势，以及移动电子商务的应用场景和实践操作。  具体来说，本课程要求学生：  了解电子商务的基本概念和发展历程；  熟悉电子商务中常用的平台、工具和服务，并能够进行基本的操作和应用；  掌握电子商务中存在的安全问题和防范措施；  了解电子商务的营销策略和对应的实践操作；  熟悉电子商务的运营管理流程和对应的实践操作；  了解移动电子商务的概念和发展趋势，并能够进行基本的操作和应用。 | 36 |

第15页共40页

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 2 | 网络营销 | **课程目标**：  《网络营销》课程目标旨在培养学生掌握互联网时代的营销策略与技巧，提高学生的创新思维和实战能力，使其能够有效地利用网络平台进行品牌推广和销售提升。  通过本课程的学习，学生将掌握以下知识和能力：  理解网络营销的基本概念和原理，熟悉网络营销的各种工具和平台；  掌握搜索引擎优化（SEO）的技巧和方法，提升网站的搜索排名和流量；  学会运用各种社交媒体平台进行品牌宣传和营销，包括微博、微信、抖音等；  掌握网络广告的投放和营销策略，包括搜索引擎广告、社交媒体广告等；  学会分析市场需求和消费者行为，根据目标客户的需求制定个性化的营销策略；  培养创新思维和团队协作能力，能够在实践中不断尝试和优化网络营销方案。  为了达到以上目标，学生需要完成以下实践任务：  参与校园微信公众号或微博账号的运营，进行内容创作和粉丝互动；  创作一篇针对指定产品的原创软文，运用所学知识进行全面的网络推广；  设计并执行一项网络营销实践活动，如推广一款APP、宣传一次活动等；  完成课程内的团队项目，与同学合作进行市场调查、营销策略制定和实施等。  课程考核将采用多种形式，包括课堂表现、平时作业、期中考试和期末报告等。其中，平时作业将围绕每个学习模块的知识点进行布置，以检验学生对所学内容的理解和应用程度；期中考试将综合测试学生对各模块知识的掌握情况；期末报告则要求学生展示一整个网络营销项目的实施过程和成果，旨在考察学生的创新思维和实战能力。  **主要教学内容和要求：**  掌握现代营销学原理：理解营销、需求与购买行为、市场细分与选择、市场战略与营销组合的涵义和实质，以及现代营销观念与传统营销观念的区别。  理解网络营销概述：了解网络营销的内容、特点和发展趋势，以及网络营销与传统营销的关系。重点掌握网络营销的科学内涵，网络营销的演进，理解中国网络营销面临的主要问题，以及网络营销的定位、网络营销沟通与传统营销沟通的区别。  分析网络营销的微观环境和宏观环境：明确网络环境中影响网络营销战略的不同要素，了解网络对竞争者、顾客和中间媒介的作用，理解消费者需求特征、购买动机和过程。  掌握网络营销工具：包括搜索引擎优化（SEO）、社交媒体平台（如微博、微信、抖音等）、网络广告等。  制定并执行网络营销策略：通过市场调查，针对目标消费者制定个性化的网络营销策略，包括网站搭建、搜索引擎营销、社交化媒体营销、网络广告等多个方面。  具体来说，该课程要求学生：  理解并掌握网络营销的基本理论、工具和实施方法；  熟悉并能应用各种网络营销工具；  掌握并能运用网络环境下的营销策略；  能够有效地开展并评估网络营销活动；  熟悉并能应用基本的网络调研和分析工具；  能够根据市场变化调整和优化网络营销策略；  能够有效地与团队成员、客户和供应商进行沟通和协作。 | 54 |
| 3 | 新媒体运营 | **课程目标：**  本课程旨在让学生了解新媒体运营的基本概念、方法和技巧，掌握新媒体平台的运营管理、内容策划、用户运营等核心能力，从而提高学生的职业素养和能力，为学生未来的职业发展打下坚实的基础。  通过本课程的学习，学生将能够：  了解新媒体运营的基本概念、特点和趋势；  掌握新媒体平台的选择、注册、设置和管理方法；  掌握新媒体内容策划的流程、方法和技巧；  熟悉用户画像的建立、用户运营的策略和社群运营的方法；  掌握新媒体数据分析的流程和方法，能够评估新媒体运营效果；  熟悉新媒体运营的法律法规和伦理规范，避免违法违规行为。  本课程将涵盖以下内容：  新媒体运营概述：介绍新媒体运营的基本概念、特点和趋势；  新媒体平台运营：掌握不同新媒体平台的特点和运营方法，包括微博、微信、抖音等；  新媒体内容策划与制作：学习新媒体内容策划的流程、方法和技巧，包括文案撰写、图片设计、视频制作等；  新媒体用户运营：了解用户画像的建立、用户运营的策略和社群运营的方法；  新媒体数据分析：掌握新媒体数据分析的流程和方法，包括数据收集、分析和解读；  新媒体运营法律法规和伦理规范：熟悉新媒体运营的法律法规和伦理规范，避免违法违规行为。  通过本课程的学习，学生将掌握新媒体运营的核心能力，为未来的职业发展打下坚实的基础。  **主要教学内容和要求：**  掌握新媒体运营的基本概念、方法和技巧；  掌握新媒体平台的选择、注册、设置和管理方法；  熟悉新媒体内容策划的流程、方法和技巧；  掌握用户画像的建立、用户运营的策略和社群运营的方法；  熟悉新媒体数据分析的流程和方法，能够评估新媒体运营效果；  熟悉新媒体运营的法律法规和伦理规范，避免违法违规行为。  具体来说，本课程要求学生：  能够了解新媒体运营的基本概念、特点和趋势；  能够掌握新媒体平台的选择、注册、设置和管理方法；  能够熟悉新媒体内容策划的流程、方法和技巧；  能够掌握用户画像的建立、用户运营的策略和社群运营的方法；  能够熟悉新媒体数据分析的流程和方法，能够评估新媒体运营效果；  能够熟悉新媒体运营的法律法规和伦理规范，避免违法违规行为。 | 72 |
| 4 | 电子商务物流 | **课程目标：**  本课程旨在让学生全面了解电子商务物流的运作模式，掌握电子商务物流的基本概念、特点和作用，以及其与传统物流的区别和联系，为未来的职业发展打下坚实的基础。  通过本课程的学习，学生将能够：  了解电子商务物流的基本概念、特点和趋势；  掌握电子商务物流的运作模式、流程和管理方法；  熟悉电子商务物流的自动化、网络化、智能化、柔性化等现代化技术手段；  掌握电子商务网站设计时仓储、运输、采购等模块的设计和管理能力；  熟悉电子商务物流中心的规划、建设和运营管理；  掌握电子商务物流配送的流程、技术和策略；  培养学生的创新思维、团队协作能力和实践操作能力。  本课程将涵盖以下内容：  电子商务物流概述：介绍电子商务物流的基本概念、特点和趋势；  电子商务物流的运作和管理：掌握电子商务物流的运作模式、流程和管理方法；  电子商务物流自动化、网络化、智能化、柔性化：熟悉电子商务物流的现代化技术手段；  电子商务网站设计中的物流模块：掌握电子商务网站设计时仓储、运输、采购等模块的设计和管理能力；  电子商务物流中心与配送：熟悉电子商务物流中心的规划、建设和运营管理，以及电子商务物流配送的流程、技术和策略；  电子商务物流案例分析：结合具体案例，分析电子商务物流的实践应用和发展趋势。  通过本课程的学习，学生将全面了解电子商务物流的运作模式和管理方法，掌握相关技术和能力，为未来的职业发展打下坚实的基础。  **主要教学内容和要求：**  一、课程概述  《电子商务物流》课程是中职学校电子商务专业的一门核心课程，主要介绍电子商务物流的概念、特点、应用和发展趋势。教学目标是让学生了解电子商务物流的基本知识，掌握电子商务物流的运作流程和实际操作技能，提高学生在电子商务领域中的综合应用能力。  二、基础知识  课程的基础知识包括电子商务的概念、特点、分类和发展趋势；物流的概念、特点、分类和发展趋势；电子商务物流的概念、特点、分类和发展趋势；配送模式的概念、分类和特点；物流运输模式的概念、分类和特点。学生应通过本部分学习，了解电子商务物流的基础知识，为后续的学习打下基础。  三、实践技能  本部分主要介绍电子商务物流的实际操作技能，包括网店开设、客户服务、订单处理、仓储管理等方面的内容。学生应通过本部分学习，掌握电子商务物流的实际操作技能，能够在实践中灵活运用所学知识解决问题。  四、相关软件  本部分介绍必备的电子商务物流软件，如企业微信、物流APP、智慧物流等。学生应通过本部分学习，了解这些软件的基本功能和使用方法，为后续的工作和实践打下基础。  五、考核方式  本课程的考核方式包括出勤率、作业和实操考试。出勤率占20%，作业占30%，实操考试占50%。其中，作业包括课堂回答问题、小组讨论、案例分析等；实操考试包括网店开设、客户服务、订单处理、仓储管理等实际操作技能的考核。学生应在掌握基础知识的前提下，积极参与课堂讨论和实际操作，提高自己的应用能力和综合素质。  具体来说，本课程要求学生：  具备实际操作能力、电子商务营销策略制定能力、物流管理能力和创新创业能力。通过本课程的学习，学生应能够熟练掌握电子商务物流的基本知识和实际操作技能，能够在实践中灵活运用所学知识解决问题，提高自己在电子商务领域中的综合应用能力。同时，学生还应具备一定的创新创业能力，能够在未来的工作中不断创新和进步，适应社会发展的需要。 | 72 |
| 5 | 新媒体文案编辑 | **课程目标：**  本课程旨在让学生掌握新媒体文案创作的基础知识和技能，能够熟练撰写各种新媒体文案，提升文案的吸引力和转化率，从而促进品牌传播和业务增长。  通过本课程的学习，学生将能够：  了解新媒体文案的特点和趋势，掌握新媒体文案创作的基本原则和方法；  熟练掌握各类新媒体文案的撰写技巧，包括微信公众号文章、微博文案、短视频文案等；  培养文案策划和营销思维，学会如何根据不同用户需求和品牌目标制定有效的文案策略；  熟悉新媒体时代的热点话题和趋势，能够敏锐捕捉行业动态，对未来新媒体发展做出预判和规划；  提升学生的创新思维、审美能力和团队协作能力，为未来的职业发展打下坚实基础。  本课程将涵盖以下内容：  新媒体文案编辑概述：介绍新媒体文案的定义、特点、发展趋势和作用；  新媒体文案创作基础：讲解新媒体文案的创作原则、文体风格、常用结构和修辞手法等；  微信公众号文章撰写：详细介绍微信公众号文章的特点、撰写流程、标题设计、正文撰写等技巧；  短视频文案制作：学习短视频文案的创意方法、拍摄技巧和后期制作流程，包括脚本撰写、场景设置、音乐搭配等；  文案策划与营销思维：深入探讨如何根据品牌定位和目标用户制定文案策略，提升品牌曝光率和用户粘性；  新媒体时代热点话题与趋势：了解当前新媒体行业的热门话题和未来发展趋势，包括新技术应用、行业政策等。  **主要教学内容和要求：**  掌握新媒体文案的基本概念、特点和趋势；  掌握新媒体文案创作的基本原则、方法和技巧；  熟悉常见的新媒体文案类型，如微信公众号文章、微博文案、短视频文案等；  能够独立完成新媒体文案的策划、撰写和编辑工作；  熟悉新媒体平台的运营模式、受众特点和文化语境；  能够应用人工智能技术提升新媒体文案的效率和品质；  培养学生的创新思维、审美能力和团队协作能力。  具体来说，本课程要求学生：  能够了解新媒体文案的基本概念、特点和趋势；  能够了解新媒体文案创作的基本原则、方法和技巧；  能够熟悉常见的新媒体文案类型，并掌握其撰写技巧；  能够独立完成新媒体文案的策划、撰写和编辑工作；  能够熟悉新媒体平台的运营模式、受众特点和文化语境；  能够了解人工智能技术在新媒体文案中的应用；  培养学生的创新思维、审美能力和团队协作能力。 | 72 |
| 6 | 网站内容编辑 | **课程目标：**  通过本课程的学习，学生将掌握网站内容编辑的基本知识和技能，能够根据网站需求进行内容策划、撰写、编辑、审核及优化，提高其在电子商务领域的综合素质。本课程目标的衡量标准主要包括学生的学习成绩和实际操作能力。  学习目标：  掌握网站内容编辑的基本概念、职责和技能；  掌握网页布局和设计的基本知识；  了解网站用户体验和搜索引擎优化的基本原理和方法；  能够根据网站需求进行内容策划、撰写、编辑、审核及优化；  能够熟练地使用各种办公软件、网页编辑器和网络工具进行日常工作。  教学目标：  帮助学生掌握网站内容编辑的基本知识和技能；  培养学生的创新思维和沟通协调能力；  提高学生的团队协作精神和职业道德素养；  鼓励学生独立思考、解决问题，拓展学生的综合素质。  评价目标：  积极参与课堂讨论，发表观点和意见；  独立思考，能够发现问题并提出解决方案；  熟练掌握所学知识，能够运用到实际工作中；  与小组成员合作，共同完成实践项目。  课程组织：  本课程采用理论与实践相结合的教学方法，包括理论讲解、案例分析、小组讨论、实践操作等环节。建议学时为36学时，每周2学时，共计18周。  考核方式：  期末考试：采用闭卷考试形式，主要测试学生对理论知识的掌握程度；  实践操作：学生需完成一个实践项目，包括网站内容策划、撰写、编辑、审核及优化等环节，以检验学生的实际操作能力；  平时成绩：根据学生的课堂表现、作业完成情况等给予平时成绩，占总成绩的30%；  总成绩：期末考试成绩占50%，实践操作成绩占30%，平时成绩占20%。  **主要教学内容和要求：**  掌握网络编辑的基础理论知识，包括网络编辑的工作流程、网络媒体的特点和定位、网络编辑的职业素养等。  掌握网络编辑的实际操作技能，包括网页制作、SEO优化、社交媒体运营、网络广告策划等。  了解并掌握网络舆情分析和危机公关处理的基本知识和技能，能够及时应对和处理网络舆情危机。  熟悉并掌握新媒体运营的基本知识和技能，包括新媒体平台的运营、内容策划、用户维护等。  了解并掌握电子商务网站编辑的基本知识和技能，包括商品信息发布、促销活动策划、购物流程优化等。  掌握网络编辑的职业道德和规范，遵守相关法律法规，履行网络编辑的社会责任。  了解并掌握团队协作的基本知识和技能，能够与团队成员共同完成工作任务。  在实际教学过程中，可以通过项目导向、任务驱动的教学方法，结合案例分析、角色扮演、小组讨论等多种教学方式，帮助学生掌握课程知识和技能。同时，需要积极开展校企合作，邀请企业专业人员参与课堂教学，让学生了解和熟悉企业的工作流程和实际需求，提高他们的职业适应能力。 | 36 |

第16页共40页

2．技能方向课

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 课程目标、主要教学内容和要求 | 参考学时 |
| 1 | 网店美工 | **课程目标：**  《网店美工》是电子商务专业面向电子商务技术岗位群美工设计岗位的一门专业方向课，其课程目标在于培养学生掌握网店美工的基础理论知识和技能，能够独立完成网店的美工设计和维护工作，为后续的电子商务实践和就业打下基础。  通过本课程的学习，学生将能够：  了解网店美工的基本概念、职责和重要性，熟悉网店美工的基本原则和方法。  掌握Photoshop等网店美工设计工具的使用，能够熟练地进行图片处理、排版和设计。  熟悉网店美工的流程和规范，能够独立完成网店首页设计、详情页设计、主图设计、海报设计等任务。  了解网店运营的基本知识和技能，能够与运营人员协作完成网店的推广和营销工作。  培养学生的创意思维和审美观，提升学生的艺术修养和职业素养。  为了达到上述目标，本课程将采用理论和实践相结合的教学方法，通过案例分析、小组讨论、项目实践等方式，使学生深入了解和掌握网店美工的知识和技能。同时，本课程还将注重学生创意思维的培养和审美能力的提升，以提高学生的综合素质和就业竞争力。  **主要教学内容和要求:**  《网店美工》课程的主要教学内容和要求如下：  网店美工概述：介绍网店美工的基本概念、职责和重要性，让学生了解网店美工的基础知识和基本技能。  网店美工工具：教授学生如何使用Photoshop等网店美工设计工具，让学生能够熟练使用这些工具进行图片处理、排版和设计。  网店美工流程和规范：让学生了解网店美工的流程和规范，包括店铺首页设计、详情页设计、主图设计、海报设计等任务，让学生能够独立完成这些任务。  网店美工实践：通过案例分析、项目实践等方式，让学生深入了解和掌握网店美工的知识和技能，同时培养学生的创意思维和审美能力。  网店运营基础知识：让学生了解网店运营的基本知识和技能，包括商品定位、目标市场、价格策略、促销活动等，让学生能够与运营人员协作完成网店的推广和营销工作。  职业素养培养：培养学生的耐心、细心、责任心、创新精神等职业素养，让学生具备较高的艺术修养和综合素质。  通过以上教学内容和要求，本课程将培养出掌握网店美工基础理论知识和技能、能够独立完成网店美工设计和维护工作的人才，为后续的电子商务实践和就业打下基础。 | 72 |
| 2 | 《网店装修》 | **课程目标：**  本课程是电子商务专业面向电子商务技术岗位群美工设计岗位的一门专业方向课，课程的目标是培养学生在电子商务领域中从事网店装修工作所需的基本知识和技能，提高学生的实践能力和职业素养，并培养学生的创意思维和审美能力。具体目标为：  知识和技能目标：了解和掌握网店装修的基本概念、设计原则和常用工具，包括店铺首页设计、详情页设计、主图设计、海报设计等，能够熟练地进行网店装修设计和制作。  实践能力目标：通过实践操作，掌握网店装修的实战技能，包括店铺首页设计、详情页设计、主图设计、海报设计等，能够独立完成一个完整的网店装修项目，并能够根据客户需求进行个性化设计和制作。  职业素养目标：培养学生的耐心、细心、责任心、创新精神等职业素养，树立正确的职业道德观念，培养良好的沟通和表达能力，提升自身的综合素质。  创意思维和审美能力目标：通过学习和实践锻炼创意思维和审美能力，能够运用所学知识进行创意设计和制作，并能够根据客户需求进行个性化创意和设计。  **主要教学内容和要求：**  网店装修的基本概念和设计原则：介绍网店装修的定义、重要性、基本原则和设计理念，让学生了解网店装修的基础知识和设计思想。  网店装修的常用工具：教授学生常用的网店装修工具，包括Photoshop、Dreamweaver等，让学生能够熟练使用这些工具进行网店装修设计和制作。  店铺首页设计：让学生了解店铺首页的设计原则和要点，包括店招设计、海报设计、导航条设计等，并让学生通过实践操作掌握店铺首页的设计方法和技巧。  详情页设计：让学生了解详情页的重要性及其设计原则，掌握详情页的设计方法和技巧，包括产品展示、卖点介绍、色彩搭配等。  主图和海报设计：让学生了解主图和海报的设计原则和要点，掌握主图和海报的设计方法和技巧，包括创意构思、图像处理、字体选择等。  网店装修的实战技能：让学生了解网店装修的实战技能，包括色彩搭配、字体排版、图像处理等技巧，并让学生通过实践操作掌握这些技能。  网店装修的项目实战：通过项目实战，让学生综合运用所学知识和技能进行网店装修设计和制作，包括店铺首页设计、详情页设计、主图和海报设计等，并让学生独立完成一个完整的网店装修项目。  创意思维和审美能力的培养：通过学习和实践锻炼，培养学生的创意思维和审美能力，让学生能够运用所学知识进行创意设计和制作，并能够根据客户需求进行个性化创意和设计。  =通过这些内容的学习和实践，学生将能够掌握网店装修的基本知识和技能，提高自身的实践能力和职业素养，并培养创意思维和审美能力。 | 72 |
| 3 | 商品视频制作 | **课程目标：**  本课程是电子商务专业面向新媒体运营岗位群的一门专业方向课，课程的目标是使学生能够运用所学的知识和技能制作出高质量的商品宣传视频，提高学生的实践能力和职业素养，并培养学生的创意思维和审美能力，具体课程目标如下：  知识和技能目标：  掌握视频制作的基础知识和技能，包括镜头语言、剪辑技巧、音效设计等；  掌握如何运用拍摄技巧来表现商品特点，如拍摄角度、光线运用等；  熟练运用视频编辑软件进行剪辑、特效处理等操作。  实践能力目标：  能够根据商品特点和目标受众，制定出合理的视频制作方案；  通过实践操作，掌握如何使用拍摄设备和道具进行商品拍摄；  熟练运用视频编辑软件进行剪辑、特效处理等操作，完成高质量的视频作品。  职业素养目标：  培养学生的创新思维和团队协作能力；  提升学生的审美水平和沟通技巧；  帮助学生养成认真负责、精益求精的工作态度。  创意思维和审美能力目标：  通过学习和实践锻炼，培养学生的创意思维和审美能力；  鼓励学生发挥创意和想象力，运用各种表现手法和技巧来呈现商品特点；  通过观看经典影视作品等途径，提高学生的审美水平。  **主要教学内容和要求：**  本课程的主要教学内容和要求包括以下几个方面：  视频基础知识：介绍视频的基本概念、格式、制作流程等，让学生了解视频的基础知识和制作规范。  视频策划与创意：教授学生如何进行商品视频的策划和创意，包括目标受众分析、商品特点和卖点把握、脚本设计和创意构思等，让学生能够制定出合理的视频制作方案。  拍摄技巧与设备使用：让学生了解和掌握商品视频拍摄的技巧和设备使用，包括拍摄角度、光线运用、拍摄手法、构图技巧等，以及如何使用各种拍摄设备来实现自己的创意和构想。  视频后期编辑：教授学生如何使用视频编辑软件进行剪辑、特效处理、音效设计等操作，让学生能够熟练运用各种编辑技巧来提升视频的质量和表现力。  案例分析与实战演练：通过分析经典商品视频案例，让学生了解和掌握不同类型商品视频的制作特点和技巧，并进行实战演练，让学生能够将所学知识和技能应用到实践中。  团队协作与沟通：培养学生团队协作和沟通能力，包括任务分工、进度把控、沟通协调等，让学生能够顺利完成团队任务并达到预期目标。  这些内容需要通过理论教学和实践操作相结合的方式来实现。学生需要通过完成一个个具体的任务来掌握相关的知识和技能，并能够在实践中不断积累经验，提升自己的制作水平和职业素养。同时，教师也需要根据学生的实际情况进行有针对性的指导和帮助，促进学生的学习和发展。 | 72 |
| 4 | 新媒体技术与应用 | **课程目标：**  本课程是电子商务专业面向新媒体运营岗位群的一门专业方向课，通过这门课程的学习，学生将能够全面了解新媒体领域的基本知识和应用技能，掌握新媒体技术的原理和应用方法，形成对新媒体产业的深入认识和理解，提升自身的职业素养和能力，为未来的职业发展打下坚实的基础。理解和掌握新媒体的基本概念和发展趋势，包括新媒体的类型、特征和功能等。  具体课程目标为：  掌握新媒体技术的基本原理和应用方法，包括新媒体信息处理、信息传输和信息显示等方面的技术。  能够运用新媒体技术进行信息传播、品牌推广和营销策划等实际工作，包括新媒体平台的运营、内容制作和推广策略等。  具备新媒体应用的实践经验，包括实习和实践环节，能够了解和掌握新媒体的应用场景和实际操作技能。  熟悉新媒体的管理和运营模式，包括新媒体的法律法规、商业模式和营销策略等。  **主要教学内容和要求：**  本课程的主要教学内容和要求可以概括为以下几个方面：  新媒体技术基础知识：让学生了解新媒体技术的定义、分类、发展趋势和应用范围等，为后续深入学习打下基础。  新媒体信息处理技术：让学生掌握数字图像处理、数字音频处理、数字视频处理等新媒体信息处理的基本知识和技能。  新媒体信息传输技术：让学生了解新媒体信息传输的基本原理和技术，包括互联网技术、移动通信技术等。  新媒体显示发布技术：让学生掌握新媒体显示发布的基本知识和技能，包括数字显示技术、触控技术等。  新媒体应用系统设计与开发：让学生了解新媒体应用系统的基本组成和设计原则，掌握新媒体应用系统的开发方法和技能。  新媒体应用案例分析：通过分析具体的新媒体应用案例，让学生深入了解新媒体应用的实践应用和未来发展方向。  新媒体技术实验：通过实验的方式，让学生深入理解和掌握新媒体技术的实际应用，包括新媒体信息处理实验、新媒体信息传输实验、新媒体显示发布实验等。  这些内容的教学主要以理论授课和实践操作相结合的方式进行。教师需要针对学生的实际情况进行有针对性的指导和帮助，促进学生的学习和发展。最终目的是让学生能够全面了解新媒体领域的基本知识和应用技能，掌握新媒体技术的原理和应用方法，形成对新媒体产业的深入认识和理解，提升自身的职业素养和能力，为未来的职业发展打下坚实的基础。 | 72 |
| 5 | 人工智能应用 | **课程目标：**  本课程是电子商务专业面向新媒体运营岗位群的一门专业方向课，《人工智能应用》课程目标可以概括为以下几个方面：  理解人工智能的基本概念和原理，掌握常用的人工智能算法和模型。  掌握人工智能的开发工具和平台，能够使用它们进行人工智能应用的开发和实验。  了解人工智能在各个领域的应用，能够分析和解决实际问题。  通过该课程的学习，学生应能理解和应用人工智能的基本原理和技术，掌握相关工具和平台，并能在不同领域中应用人工智能解决实际问题。同时，学生还应了解人工智能的最新发展趋势和技术前沿，以便能够跟上行业的发展步伐。  **主要教学内容和要求：**  本课程的主要教学内容和要求可以概括为以下几个方面：  人工智能的基本概念和原理：让学生了解人工智能的定义、分类、发展历程和应用范围等，掌握常用的人工智能算法和模型。  人工智能开发工具和平台：介绍常用的人工智能开发工具和平台，让学生能够使用这些工具和平台进行人工智能的应用。  人工智能应用领域：让学生了解人工智能在各个领域的应用，包括机器翻译、自然语言处理、计算机视觉、语音识别、推荐系统等，并能够通过具体案例来分析和解决实际问题。  人工智能应用实践：通过具体案例和实践操作，让学生能够将所学知识应用到实际场景中，培养学生的实际操作能力和问题解决能力。  这些内容需要通过理论授课和实践操作相结合的方式进行。教师需要针对学生的实际情况进行有针对性的指导和帮助，促进学生的学习和发展。最终目的是让学生能够全面了解人工智能领域的基本知识和应用技能，并能够在不同领域中应用人工智能解决实际问题。 | 36 |
| 6 | 直播营销 | **课程目标：**  本课程是电子商务专业面向新媒体运营岗位群的一门专业方向课，课程的主要目标可以总结为以下几点：  理解直播营销的概念和发展历程。  掌握直播营销的营销价值以及未来发展趋势。  能够从实际案例中总结直播营销的特点，理解直播营销受到青睐的原因。  能够区分直播营销的不同方式。  提升学习者的总结能力、理解能力和辨别能力。  培养学习者的认真做事的态度和好奇心，启发学生对世界充满好奇。  通过这门课程的学习，学生应能够全面理解直播营销的概念和价值，提升在直播营销方面的专业技能，同时形成积极的学习和工作态度。这些目标有助于学生更好地适应当前的数字经济环境，提升个人能力，为未来的职业发展做好准备。  **主要教学内容和要求：**  本课程的主要教学内容和要求可以概括为以下几个方面：  直播营销的概念和发展历程：介绍直播营销的定义、分类、发展历程和应用范围等，让学生了解直播营销的基本概念和背景。  直播营销的营销价值：分析直播营销的营销价值，包括对消费者、品牌和销售等方面的影响和作用，让学生了解直播营销的重要性和作用。  直播营销的特点和优势：通过实际案例分析，让学生了解直播营销的特点和优势，包括实时互动、用户体验、销售效果等方面，让学生深入理解直播营销的独特之处。  直播营销的未来发展趋势：介绍直播营销的未来发展趋势，包括技术创新、市场变化和消费者需求等方面的变化，让学生了解直播营销的发展方向和前景。  直播营销的不同方式：区分直播营销的不同方式，包括自媒体直播、专业主播直播、明星代言直播等，让学生了解不同方式的直播营销的区别和特点。  直播营销的策划和实施：通过实际案例分析，让学生了解直播营销的策划和实施过程，包括市场调研、策划方案制定、直播人员配置、直播话术设计、直播选品与规划、直播引流互动等，培养学生的职业技能。  直播营销的数据分析和优化：介绍直播营销的数据分析和优化方法，包括数据采集、分析和解读、效果评估和优化等，让学生了解直播营销的数据处理和优化方法。  这些内容需要通过理论授课和实践操作相结合的方式进行。教师需要针对学生的实际情况进行有针对性的指导和帮助，促进学生的学习和发展。最终目的是让学生能够全面了解直播营销的概念和价值，掌握直播营销的策划和实施技能，同时形成积极的学习和工作态度。 |  |

第17页共40页

第18页共40页

第19页共40页

第20页共40页

1. 考证课

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 呼叫中心客户服务与管理 | **课程目标：**  本课程针对“1+X”呼叫中心客户服务与管理职业技能等级证书（初级）的考核内容，旨在让学生掌握呼叫中心客户服务与管理的关键技能，包括以下几个方面：  知识目标：  掌握呼叫中心客户服务的基本流程和技巧；  了解客户服务的意义和重要性；  熟悉客户服务的原则和方法。  能力目标：  培养学生处理客户投诉和问题的能力；  提高学生语言和文字交流的实际操作技能；  强化学生团队协作和沟通的能力。  概念目标：  帮助学生形成对呼叫中心客户服务与管理的整体认识；  让学生理解客户服务的核心理念和价值观；  引导学生运用所学知识分析和解决实际问题。  应用目标：  通过实践项目，让学生将所学知识应用于实际工作中，达到掌握实际操作技能和解决实际问题的目的；  帮助学生了解呼叫中心客户服务的实际应用场景；  鼓励学生通过实践创新和提高，提升个人综合能力。  通过本课程的学习，学生将能够全面掌握呼叫中心客户服务与管理的基本知识和技能，为未来的职业发展打好基础，并在实践中不断提升自己的能力。  **主要教学内容和要求：**  一、课程概述  本课程旨在让学生了解呼叫中心客户服务与管理的基本概念、流程、技巧以及管理策略等，为未来的职业发展打好基础，同时也为提升企业呼叫中心的服务质量和效率提供支持。  二、教学内容  呼叫中心客户服务的基本概念和作用：介绍呼叫中心客户服务的定义、特点、目的以及在企业和客户之间的作用。  服务流程：详细阐述呼叫中心的服务流程，包括来电接待、问题解答、信息核查、投诉处理等环节，注重流程的规范性和灵活性。  客户关系管理：介绍呼叫中心客户关系管理的基本概念和技巧，包括客户分类、沟通协调、客户满意度提升等方面，并给出实际操作案例。  业务知识与技能：介绍呼叫中心相关业务知识和技能，包括语言表达、沟通技巧、应变能力等方面，强调实践操作的重要性。  职业素养：讲解呼叫中心客户服务人员应具备的职业素养和道德规范，包括敬业精神、专业素质、服务态度等方面，引导学生树立正确的职业观念。  三、教学要求  掌握呼叫中心客户服务的基本概念、特点、目的以及作用。  熟悉呼叫中心的服务流程，能够掌握流程中各个环节的规范操作和灵活性应用。  理解呼叫中心客户关系管理的重要性和基本技巧，能够在实践中应用。  熟悉呼叫中心相关业务知识和技能，能够结合实际操作进行运用。  了解呼叫中心客户服务人员应具备的职业素养和道德规范，能够在实际工作中贯彻执行。  四、考试要求  考试形式：本课程考试可采用期中考试和期末考试的形式进行，其中期中考试占30%，期末考试占70%。  考试内容：考试内容应涵盖课程的所有教学内容，包括基本概念、服务流程、客户关系管理、业务知识与技能以及职业素养等方面。  考试时间：期中考试时间一般安排在第7周或第8周进行，期末考试时间一般安排在第15周或第16周进行，具体时间视学校教学安排而定。 | 54 |
| 2 | 直播电商 | **课程目标：**  本课程针对“1+X”直播电商职业技能等级证书（初级）的考核内容，通过本课程的学习，学生将能够：  了解直播电商的基本概念、特点和趋势；  掌握直播电商的运营模式、营销策略和供应链管理；  掌握直播电商的选品技巧、直播技巧和客户服务技巧；  熟悉直播电商的法律法规和风险防范；  了解直播电商的未来发展和趋势。  通过本课程的学习，学生将具备直播电商的基本知识和技能，能够在未来的工作中更好地从事直播电商相关工作，提升企业直播电商的运营效率和营销效果，同时注重法律法规和风险防范，遵守行业规范，促进直播电商行业的健康发展。  **主要教学内容和要求：**  一、课程简介  《直播电商》课程旨在让学生了解直播电商的基本概念、特点和趋势，掌握直播电商的运营模式、营销策略和供应链管理，并能够熟练运用选品技巧、直播技巧和客户服务技巧。本课程适用于对直播电商感兴趣的学生、创业者、电商从业者等人群，旨在提升其专业素养和综合能力。  二、教学目标  了解直播电商的基本概念、特点和趋势；  掌握直播电商的运营模式、营销策略和供应链管理；  掌握直播电商的选品技巧、直播技巧和客户服务技巧；  熟悉直播电商的法律法规和风险防范；  了解直播电商的未来发展和趋势。  三、课程大纲  直播电商概述（8学时）  直播电商的基本概念、特点和趋势  直播电商的产业链和商业模式  直播电商运营模式与策略（16学时）  直播电商的运营模式  直播电商的营销策略  直播电商的供应链管理  直播电商选品与直播技巧（16学时）  直播电商选品技巧  直播技巧与实操  直播场景搭建与道具准备  客户服务技巧与法律法规（8学时）  客户服务技巧与沟通  法律法规与风险防范  未来发展与趋势（4学时）  直播电商的未来发展趋势  新技术应用与行业变革  四、教学内容  通过理论授课，让学生了解直播电商的基本概念、特点和趋势，掌握直播电商的运营模式、营销策略和供应链管理，明确选品标准和要求，熟悉相关法律法规和风险防范措施。  通过案例分析，让学生更加深入地理解直播电商运营模式、营销策略和供应链管理的实际操作，学习成功企业的经验和做法。  通过实际操作，让学生掌握直播技巧和客户服务技巧，学会如何与观众互动、回答观众问题、促进销售等，并能够根据不同场景和产品特点进行直播实操。  通过团队合作，让学生更好地发挥个人优势，提升团队协作能力，增强实践经验。  五、考核方式  出勤率：学生需要按时参加课堂授课、案例分析和实操训练等教学活动，并按时提交学习笔记和作业。出勤率占总成绩的20%。  作业：学生需要在课堂上完成相应的学习任务和作业，并及时提交。作业占总成绩的30%。  期末考试：学生需要参加课程期末考试，考试内容涉及课程所学知识点和能力点。期末考试占总成绩的50%。 | 54 |
| 3 | 网店运营与推广 | **课程目标：**  本课程针对“1+X”网店运营与推广职业技能等级证书（初级）的考核内容，通过本课程的学习，学生将能够：  掌握网店运营与推广的基本知识和实战技巧，包括网店运营的基础流程、选品策略、商品上架、营销策略、客户服务等。  深入了解电商平台的运营规则和营销策略，掌握淘宝、京东等主流电商平台的运营与推广方法。  能够独立策划、运营和推广网店，提高网店的流量、转化率和销售业绩。  熟悉网店市场的趋势和发展方向，掌握电商新趋势、新模式和新工具的应用，及时调整网店运营策略。  具备一定的市场调研和分析能力，能够对网店运营中的问题进行诊断，并提出有效的解决方案。  培养学生的创新思维和创业精神，提高学生的团队协作和沟通能力，增强学生的市场竞争意识和综合能力。  课程具体内容包括：  网店运营与推广概述：介绍网店运营与推广的基本概念、发展趋势和岗位职责等。  网店运营基础流程：详细讲解网店运营的各个环节，包括市场调研、选品策略、商品上架、仓储物流、客户服务等。  电商平台规则与玩法：深入剖析淘宝、京东等主流电商平台的运营规则、营销策略和流量获取方法等。  网店营销策略：学习网店营销的基本理论和实践技巧，包括搜索引擎优化、社交媒体营销、促销活动策划等。  网店客户服务：探究网店客户服务的基本流程、沟通技巧、售后服务等，提高客户满意度和忠诚度。  网店市场趋势与发展方向：了解当前网店市场的趋势和发展方向，掌握电商新趋势、新模式和新工具的应用。  市场调研与分析：学习市场调研的基本方法与数据分析技巧，能够对网店运营中的问题进行诊断和提出解决方案。  创新思维与创业精神：培养学生的创新思维和创业精神，学习创新营销策略和创业项目的策划与实施等。  团队协作与沟通能力提升：通过团队项目和实践训练，提高学生的团队协作和沟通能力，增强市场竞争意识和综合能力。  **主要教学内容和要求：**  一、课程简介  本课程旨在让学生掌握网店运营与推广方面的知识和技能，包括网店基础知识、营销策略、运营管理、电子商务实践等方面的内容。学生将学习如何开办网店、选择合适的产品、优化店铺页面、提高搜索引擎排名、制定营销策略、提供优质的客户服务等，以便成功地运营自己的网店。  二、教学内容  网店基础知识（20学时）  开店流程：学生将了解如何注册淘宝、京东等电商平台，并完成开店的基本流程。  选品策略：学生将学习如何进行市场调研，选择适合自己的商品，并了解如何制定商品销售策略。  商品描述：学生将学习如何编写详细的商品描述，包括商品特点、使用方法、售后服务等。  网店营销策略（20学时）  SEO优化：学生将学习如何优化店铺页面，提高网店在搜索引擎中的排名。  社交媒体营销：学生将了解如何利用社交媒体平台如微信、微博等宣传和推广自己的网店。  品牌定位：学生将学习如何塑造自己的品牌形象，提高品牌知名度和美誉度。  网店运营管理（20学时）  仓储与物流：学生将了解如何选择合适的仓储和物流方式，提高商品配送效率和客户满意度。  售后服务：学生将学习如何提供优质的售后服务，包括退换货、投诉处理等。  数据分析：学生将学习如何利用数据分析工具，对网店运营数据进行深入分析，以便优化店铺运营。  电子商务实践（10学时）  网店美工设计：学生将学习如何设计美观的网店页面，吸引更多的顾客。  客户服务与管理：学生将了解如何提供优质的客户服务，包括及时回复顾客咨询、处理投诉等。同时，学生将学习如何管理自己的客户群体，提高客户忠诚度。  三、教学要求  学生应充分理解网店运营与推广的基本概念及流程，熟悉电商平台的运营规则和营销策略。  学生应能够独立完成网店的开设和运营工作，包括市场调研、商品上架、优化店铺页面、制定营销策略等。  学生应具备良好的创新思维和创业精神，能够独立思考并解决网店运营中的问题。  学生应具备良好的团队协作和沟通能力，能够与团队成员共同完成网店项目的策划与实施。  学生应能够利用数据分析工具对网店运营数据进行深入分析，为优化店铺运营提供数据支持。  学生应具备优秀的客户服务能力，能够及时回复顾客咨询、处理投诉，并提高客户满意度和忠诚度。 | 72 |
| 4 | 商务数据分析 | **课程目标：**  本课程针对“1+X”商务数据分析职业技能等级证书（初级）的考核内容，旨在让学生掌握商务数据分析的基本概念、方法和技能，能够运用适当的工具和技术进行数据收集、处理、分析和解释，以解决实际问题，提高企业的运营效率和决策能力。  通过本课程的学习，学生将能够：  了解商务数据的类型、特点和收集方法，能够根据实际需求选择合适的数据来源。  掌握数据预处理的方法和技巧，包括数据清洗、整理、分类和可视化等，能够根据实际需求对数据进行有效处理。  熟悉各种商务数据分析方法和模型，包括对比分析、结构分析、趋势分析、关联分析、聚类分析等，能够根据实际问题选择和运用适当的分析方法和模型。  掌握常用的商务数据分析工具和技术，能够运用这些工具对数据进行深入分析和挖掘。  能够撰写规范的商务数据分析报告，准确表达分析结果和结论，为企业的运营和决策提供有力支持。  **主要教学内容和要求：**  本课程的教学目标是通过系统地介绍商务数据分析的基本概念、方法和技能，使学生能够运用适当的工具和技术进行数据收集、处理、分析和解释，以解决实际问题，提高企业的运营效率和决策能力。  本课程的教学内容分为理论和实践两个部分。  理论部分包括以下内容：  商务数据的类型、特点和收集方法（4学时）  数据预处理的方法和技巧（4学时）  商务数据分析方法和模型（8学时）  商务数据分析工具和技术（8学时）  商务数据分析报告的撰写（4学时）  实践部分包括以下内容：  数据收集和预处理（4学时）  数据分析和解释（8学时）  商务数据分析报告的实践（4学时）  教学要求  本课程的教学要求包括以下几个方面：  学生应掌握商务数据分析的基本概念、方法和技能；  学生应能够运用适当的工具和技术进行数据收集、处理、分析和解释；  学生应熟悉常见的商务数据分析方法和模型，并能将其运用于实际问题中。 | 72 |

1. 升学课

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 市场营销知识 | 课程目标：  本课程的目标是让学生掌握市场营销的基础知识和技能，以及如何运用这些知识和技能于实际市场营销活动中。通过学习本课程，学生应该能够理解和应用市场营销的基本概念、策略和方法，以提高产品或服务的市场占有率和盈利能力。  预期成果：  学生应该能够：  理解和应用市场营销的基本概念、理论和方法。  能够进行有效的市场调研和需求分析，了解消费者需求和行为特征。  掌握竞争分析和市场细分的方法，能够找到目标市场和竞争优势。  掌握产品定位和品牌策略的技巧，能够制定有效的产品定位和品牌传播策略。  熟悉各种营销渠道和推广手段，能够选择合适的渠道和推广策略。  能够评估市场营销的效果和利润贡献，及时调整和优化市场营销策略。  课程内容和教学方法：  本课程将涵盖以下市场营销主题：  市场营销概述：介绍市场营销的基本概念、理论和实践。  消费者需求与行为：分析消费者需求和行为特征，掌握市场调研和需求分析的方法。  竞争分析与市场细分：讲解如何进行竞争分析和市场细分，找到目标市场和竞争优势。  产品定位和品牌策略：介绍产品定位和品牌策略的技巧，制定有效的产品定位和品牌传播策略。  渠道选择和营销推广：熟悉各种营销渠道和推广手段，能够选择合适的渠道和推广策略。  效果评估和调整改进：评估市场营销的效果和利润贡献，及时调整和优化市场营销策略。  教学方法包括理论讲解、案例分析、实战演练和小组讨论等多种形式，以培养学生的实际操作能力和团队协作精神。  主要教学内容和要求：  1.市场营销概述  理解市场营销的基本概念、理论和实践。  掌握市场细分的基本步骤和方法。  熟悉消费者行为分析和洞察的方法。  了解竞争环境分析和竞争对手研究。  2.市场营销策略  掌握广告策略的制定和实施。  学习促销策略的种类和运用。  掌握品牌推广的策略和技巧。  熟悉渠道建设和管理的关键要素。  3.市场营销实践  分析某品牌的市场营销策略和实施效果。  研究某电商平台的市场营销策略和特点。  结合现实案例，解析市场营销策略在具体行业或产品中的应用。  4.市场营销分析  掌握市场调研的设计和实施步骤。  学习数据分析方法和工具，如SPSS等。  熟悉绩效评估的指标和方法，如ROI等。  培养通过数据分析评估市场营销活动效果的能力。  5.市场营销创新  了解市场营销的新趋势和新兴实践。  学习跨界营销的运用和案例分析。  掌握社交电商的市场营销策略和实施。  培养创新思维，提升在市场营销中的实践应用能力。  总体要求：  本课程以理论为基础，实践为重点，通过系统的教学内容，培养学生在市场营销方面的理论素养和实践能力，提升学生在市场营销领域的综合素质，为未来的职业发展打好坚实基础。 | 72 |
| 2 | 销售心理学 | 课程目标：  本课程的目标是让学生掌握销售心理学的基础知识和技能，能够运用这些知识和技能在商业实践中进行分析、应用和提高。具体来说，课程目标包括以下三个方面：  知识和技能掌握：学生应掌握基本的销售心理学概念、原理和技巧，包括客户的需求心理、购买行为模式、销售过程中的心理策略等。  分析能力提升：学生应能够运用所学的销售心理学知识，对客户的购买行为和反应进行深入分析，以便更好地制定和调整营销策略。  实践应用能力提升：学生应能够在实际的销售环境中，运用所学的销售心理学技巧和方法，提高销售业绩和客户满意度。  为了实现上述课程目标，我们将采取以下教学方法：  理论授课：通过讲解销售心理学的基础知识和原理，帮助学生掌握基本的销售心理学概念和技巧。  案例分析：通过分析实际的销售案例，让学生深入理解销售过程中的心理变化和行为，提高学生的分析和解决问题的能力。  小组讨论：通过小组讨论的形式，促进学生之间的交流和合作，让学生互相学习、共同进步。  实践活动：通过实践活动，让学生将所学的销售心理学知识应用到实际环境中，提高学生的实践应用能力。  评估方式将采用以下方式：  平时成绩：通过学生的出勤率、平时作业、课堂表现等方式，对学生的平时学习情况进行评估。  期末考试：通过笔试或实操等方式，测试学生对销售心理学知识的掌握程度和应用能力。  小组竞赛：组织小组竞赛活动，激励学生积极参与和互相学习，同时也可以提高学生的团队合作能力和竞争意识。  主要教学内容和要求：  1.销售心理学基本概念与理论  理解和掌握销售心理学的概念、基本理论和基本原则。  深入了解消费者心理学的原则和特点，如认知偏差、决策过程、心理因素等。  2.消费者心理活动过程与消费者个性心理特征  分析消费者心理活动过程，包括感觉、知觉、动机、行为等。  掌握消费者个性心理特征，包括价值观、态度、性格等。  3.消费者需求与购买能力分析  理解消费者需求，包括生理需求、安全需求、归属需求、尊重需求、自我实现需求等。  分析消费者购买能力，包括收入、职业、教育、家庭状况等。  4.消费群体与消费心理  掌握消费群体的形成与分类，包括家庭、职业、兴趣等。  分析消费心理，包括消费动机、消费决策、消费行为等。  5.商品因素与消费者心理  理解商品设计与消费者心理的关系，包括颜色、形状、材质等。  分析价格与消费者心理的关系，包括定价策略、促销策略等。  6.商业广告与消费者心理  掌握商业广告的设计原则，包括吸引力、简洁、重复等。  分析商业广告的心理效应，包括注意、记忆、情感等。  7.营销环境与销售策略  分析营销环境对销售的影响，包括政治、经济、社会、技术等。  掌握销售策略的制定与实施，包括市场定位、竞争策略、渠道策略等。  8.提高销售能力的方法和技巧  要求：掌握并能运用相关理论和 技巧，提升自身的销售能力。 | 72 |
| 3 | 营销策划实务 | 课程目标：  本课程的目标是让学生掌握营销策划的基本理论和实践技能，能够运用这些知识在企业和市场中进行分析、策划和执行。通过本课程的学习，学生将了解营销策划的基本概念、方法和流程，并能够独立或团队完成营销策划项目的各个环节。  具体目标包括以下三个方面：  知识和技能掌握：学生应掌握营销策划的基本概念、方法和流程，了解市场调研、目标市场选择、产品定位、品牌管理、促销策略等方面的知识和技能。  分析能力提升：学生应能够运用所学的营销策划知识，对市场环境、竞争态势、消费者需求等方面进行分析，为营销策划提供有力的支持。  策划和执行能力提升：学生应能够根据市场环境和目标市场的需求，制定有效的营销策划方案，并进行执行和评估，以实现企业的营销目标。  为了实现上述课程目标，我们将采取以下教学方法：  理论授课：通过讲解营销策划的基本理论、方法和实践案例，帮助学生掌握营销策划的核心知识。  小组讨论：通过小组讨论的形式，促进学生之间的交流和合作，让学生互相学习、共同进步。  实践活动：通过实践活动，让学生将所学的营销策划知识应用到实际项目中，提高学生的实践应用能力。  评估方式将采用以下方式：  出勤率：通过学生的出勤率，了解学生对课程的参与度和投入程度。  平时作业：通过布置平时作业，让学生练习并巩固所学的知识和技能。  期末考试：通过期末考试测试学生对营销策划知识和技能的掌握程度和应用能力。  主要教学内容和要求：  《营销策划实务》课程的主要教学内容与要求  1.营销策划概述  理解营销策划的基本概念、原则和重要性。  了解营销策划在企业和市场中的地位和作用。  熟悉营销策划的基本流程和方法。  2.市场调研与分析  掌握市场调研的基本原则和步骤。  熟悉市场调研的方法和工具，如问卷、访谈、观察等。  掌握市场分析的方法和工具，如SWOT分析、PEST分析等。  3.目标市场与定位  掌握目标市场的概念和选择标准。  熟悉目标市场的特点和分析方法。  掌握产品定位的原则和策略。  4.营销策略制定  掌握营销策略的基本框架和制定过程。  熟悉营销组合的各个要素，如产品、价格、渠道、促销等。  掌握市场推广的方法和技巧，如品牌管理、促销策略等。  5.营销策划方案撰写与执行  掌握营销策划方案的撰写技巧和规范。  熟悉营销策划方案的执行和实施步骤。  掌握营销策划方案的效果评估和调整方法。  6.实践案例分析  分析并讨论经典的营销策划案例，以提高学生的实际操作能力。  学生分组进行营销策划实践，以培养学生的团队协作能力。  7.技能训练与考核  通过技能训练，让学生掌握营销策划的实践技巧。  通过课堂讨论、小组合作、案例分析等方式，培养学生的沟通能力和团队合作精神。  通过课程结业考试，检查学生对营销策划知识和技能的掌握程度。 | 54 |
| 4 | 推销实务 | 课程目标：  本课程的目标是让学生掌握推销的基本理论和实践技能，能够运用这些知识在商业环境中进行有效的推销。通过本课程的学习，学生将了解推销的基本概念、方法和策略，并能够在实际工作中应用所学知识，提高推销业绩。  具体目标包括以下三个方面：  知识目标：学生应掌握推销的基本概念、理论和方法，包括推销的流程、技巧、策略和风险管理等方面的知识。  技能目标：学生应能够运用所学的推销技能，在模拟实战或实际工作中，提高推销的成功率和客户满意度。  情感目标：学生应培养良好的职业素养和职业道德，树立正确的职业观念和价值观念，增强团队协作和沟通能力。  为了实现上述课程目标，我们将采取以下教学方法：  理论授课：通过讲解推销的基本理论、方法和实践案例，帮助学生掌握推销的核心知识。  模拟实战：通过模拟实战的形式，让学生在实际操作中运用所学知识，提高推销技能和应变能力。  小组讨论：通过小组讨论的形式，促进学生之间的交流和合作，让学生互相学习、共同进步。  实践活动：通过实践活动，让学生将所学的推销知识应用到实际工作中，提高其工作能力和绩效。  评估方式将采用以下方式：  出勤率：通过学生的出勤率，了解学生对课程的参与度和投入程度。  平时作业：通过布置平时作业，让学生练习并巩固所学的知识和技能。  期末考试：通过期末考试测试学生对推销知识和技能的掌握程度和应用能力。  评估标准将根据以下方面进行评估：  知识掌握程度：通过考试和平时作业，评估学生对推销理论和实践知识的掌握程度。  技能运用能力：通过模拟实战和实践活动，评估学生对推销技能和策略的运用能力。  工作态度和职业素养：通过观察学生在实践活动中的表现和小组讨论的参与情况，评估学生的工作态度、职业素养和团队协作能力。  主要教学内容和要求：  《推销实务》课程的主要教学内容与要求  1.推销概述  理解推销的基本概念、原则和重要性，以及在不同场景下的应用。  了解推销与其他营销手段的区别和联系。  掌握推销的基本流程和核心策略。  2.推销目标与策略  帮助学生明确推销的目标，如增加销售额、提高市场占有率等。  根据推销目标，制定相应的推销策略，包括客户分析、推销技巧的选择等。  通过案例分析，让学生掌握不同推销策略的优缺点和适用范围。  3.客户分析  教授如何分析客户需求，包括潜在需求、购买意愿等。  掌握客户购买行为的特点和规律，如购买决策过程、购买心理等。  通过实践练习，让学生学会根据客户分析结果调整推销策略。  4.推销技巧  学习和运用建立信任的技巧，如积极倾听、恰当赞扬等。  掌握引导顾客的技巧，如针对性提问、给予建议等。  熟悉打开话题的技巧，如巧妙运用寒暄、发掘共同兴趣等。  通过角色扮演等实践活动，让学生切实掌握这些技巧。  5.销售演练  提供一定数量的模拟实战机会，让学生应用所学知识和技巧。  通过模拟实战的反馈，让学生明白自身优点和需要改进的地方。  针对模拟实战中遇到的问题，进行深入分析和讨论，以提高学生解决实际问题的能力。  6.考核方式  平时成绩：通过出勤率、课堂参与度等，对学生的平时学习情况进行评估。  作业成绩：布置与课程内容相关的作业，检验学生对课堂知识的掌握程度。  期末考试：通过试卷形式，测试学生对推销实务的理论知识掌握程度和应用能力。 | 54 |

5．实践、实训、实习课

（1）实践课

包括军训及入学教育实践、劳动教育实践以及竞赛专项实践。军训及入学教育实践统一安排在新生入学第一周，重点面向新生开展中国特色社会主义教育、爱国主义教育、军事训练以及入学教育；劳动教育以班级为单位在正式上课后逐班轮流进行，为期一周，以校园清洁、志愿者服务等劳动主题教育为主；竞赛专项实践活动以社团的形式开展第二课堂，经过选拔进入学校竞赛集训队的学生针对竞赛项目内容进行集中修学习。

（1）校内实训

综合实训说明：本专业校内实训以理实一体形式开展，以项目实训的形式进行。专业核心课、技能方向课和考证课实训课占比在60%以上。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目 | 学习任务 | 职业能力目标 |
| 1 | 创建淘宝店铺 | 注册卖家账号 | 1．能够正确注册用于开设淘宝网店的公司；  2．能够根据注册要求寻找合适有效的渠道；  3．认识了解店铺注册的审核过程；  4．掌握淘宝店铺注册的注意事项。 |
| 卖家的自我定位 | 1．认识了解合适自己的经营类目；  2．能够准确区分淘宝店的经营模式。 |
| 相关政策学习 | 1．了解淘宝平台禁售的物品指南；  2．了解熟悉卖家的发货考核政策和上架商品的相关规定；  3．了解淘宝平台的记分惩罚机制；  4．掌握孵化期的考核标准。 |
| 2 | 淘宝网店基础操作 | 1．店铺基础设置  2．商品上架  3．商品分类  4．运费模板设置 | 1．能够将店铺经营前的准备工作进行完善；  2．掌握店铺的基础操作，使店铺达到正式开业的标准。 |
| 3 | 订单处理流程 | 1．订单处理流程  2．商品打包  3．快递发货 | 1．掌握后台备货方法；  2．掌握后台处理订单方法；  3．认识了解包装要求；  4．学会关注订单发货时效与订单状态；  5．认识了解代打包服务模式。 |
| 4 | 店铺装修 | 1．PC端和移动端首页设计  2．产品图片设计  3．活动海报设计  4．产品详情页设计 | 1．掌握PC端和移动端首页设计技巧；  2．熟练掌握主图、详情图等图片的设计技巧；  3．能针对不同活动类型设计对应风格的活动海报。 |
| 5 | 客户服务 | 1．退货／退款处理  2．客户问题解答  3．客户评价 | 1．认识掌握平台退款／退货流程；  2．熟悉阿里旺旺的使用；  3．掌握客户服务的考核标准。 |
| 6 | 店铺营销推广 | 1．促销活动其他准备  2．优惠券设置  3．直通车等付费推广 | 1．掌握优化商品页面，提高商品点击率和转化率；  2．熟练掌握平台的优化促销流程；  3．掌握商品促销活动后的数据分析方法与总结能力。 |
| 7 | 商务数据分析及优化 | 商务数据分析及优化 | （1）认识了解店铺数据分析的方法，能够根据数据合理优化商品页面及运营促销方案；  （2）掌握商品成本和运营成本的分析方法；  （3）能够准确分析商品数据。进行选品优化。 |

第21页共40页

第22页共40页

第23页共40页

1. 顶岗实习

1）实习内容：

实习时间为第六学期整个学期，地点在企业，具体实习内容根据岗位和职务的不同而有所不同，实习期间学生需在实习管理平台完成注册打卡并每周填写下表：

实习周总结

实习企业 实习地点 实习时间

|  |  |
| --- | --- |
| 实习内容 |  |
| 实习心得 |  |
| 今后计划 |  |

2）实习评价：由企业人员从多方面评价学生实习情况，学校作为学生实习是否合格重要条件，学生如实填写实习鉴定表：

八、教学进程安排表

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **公共基础课** | | | | | | | | | | **专业课** | | | | | | |
| 德育 | 语文 | 数学 | 英语 | 体育 | 计应 | 历史 | 班会 | 小计 | 学期 | 专业核心课 | 技能方向课 | 考证课 | 升学课 | 实践、  实习课 | 小计 | 合计 |
| 电子商务 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 17 | 1 | 电子商务基础5 | 网店美工4 计算机美术2 | 客户信息服务2 | 营销策划实务3 | 军训及入学教育 预备周 | 16 | 30 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 17 | 2 | 网络营销4 | 网店装修4 | 直播电商4 | 推销实务4 | 竞赛 训练 | 16 | 30 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 14 | 3 | 新媒体运营4 | 商品视频制作4 | 网店运营与推广4 | 市场营销知识4 | 竞赛 训练 | 19 | 30 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 14 | 4 | 电子商务物流4 | 新媒体技术与应用5 | 商务数据分析6 | 销售心理学4 | 竞赛 训练 | 19 | 30 |
| 0 | 5 | 5 | 5 | 1 | 0 | 0 | 0 | 16 | 5 | 新媒体文案编辑2 | 人工智能应用2 | 店铺运营实战项目2 | 市场营销知识4 销售心理学4 | 岗位实习 | 14 | 30 |
| 0 | 5 | 5 | 5 | 1 | 0 | 0 | 0 | 16 | 6 | 网站内容编辑2 | 直播营销2 | 美工实训项目2 | 营销策划实务4 推销实务4 | 毕业教育 | 14 | 30 |

备注：德育课程第一学期为中国特色社会主义第二学期为心理健康与职业生涯规划；第三学期为哲学与人生；第四学期为职业道德与法治。

九、实施保障

（一）专业建设指导委员会

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 姓名 | 专业技术职务 | 所在部门 | 行政职务 |
| 1 | 杨素玲 | 高级讲师 |  | 教学校长 |
| 2 | 高淑红 | 正高级讲师 | 教务科 | 科长 |
| 3 | 陈晓华 | 正高级讲师 | 信息商务部 | 系部主任 |
| 4 | 禹晓君 | 讲师 | 信息商务部 | 教研主任 |
| 5 | 刘卓兴 | 讲师 | 信息商务部 | 无 |
| 6 | 赵亚美 | 助理讲师 | 信息商务部 | 无 |
| 7 | 赵梦华 | 助理讲师 | 信息商务部 | 无 |
| 8 | 付荣甲 | 助理讲师 | 信息商务部 | 无 |
| 9 | 吴兆基 | 助理讲师 | 信息商务部 | 无 |
| 10 | 刘博 | 助理讲师 | 信息商务部 | 无 |
| 12 | 马立金 | 讲师 | 山东商业职业技术学院 | 无 |
| 13 | 李博 |  | 河南海乐影业有限公司 | 无 |
| 14 | 张瀛 |  | 素言聚量电商 | 无 |

（二）师资队伍

1．师资基本要求

（1）学历

从事专业理论课教学和一体化课教学的教师应具备本科及以上学历。从事实训课教学的教师应具备本科及以上学历。

（2）职业资格证

专业理论课教师和一体化课教师（含实训指导教师）必须具有职业资格证书，专业理论课教师应具有高级及以上职业资格证书，一体化课教师（含实训指导教师）应具有技师及以上职业资格证书，且具备2年及以上相关专业企业工作经验。

（3）知识结构

专业知识宽厚扎实，并在其中一两个方面有对本学科的最新成就和学术前沿有所了解。掌握教育科学理论（含心理学、教育学等），

了解；教育规律，熟悉职业教育特点。具备一定的专业相关知识和从事教师教育工作的相知识，如计算机科学、美学知识、伦理道德知识等。至少掌握一门外语。

（4）能力要求

1）有较强的教学能力，尤其是一体化课教学能力；

2）较强的教科研能力；

3）有较强的技能鉴定考评能力；

4）有较强的专业（工种）开发能力。

（5）身体素质要求

具有良好的心态和勤奋好学、刻苦钻研、自我提升、不断进取的意识，能胜任教书育人工作，愿意从事教育事业乐于奉献，具有良好的团队协作意识。

2．师资建设规划

根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的有关规定，进行教师队伍建设，合理配置教学资源。

（1）根据省编标准按本专业的学生规模配齐本专业师资，主干专业课程均由本校专职教师任教，由具备对口专业本科及以上学历、相应的高级及以上职业资格证和在电子商务相关岗位工作经历的教师做专业带头人。

（2）本专业教师学历职称结构合理，80％以上专业教师是双师型教师（具有高级职业资格证或技能证），100％以上专业教师有本

及以上学历，20％以上具有高级职称，80％以上专职实习指导教师具有高级职业资格证。

（3）聘请行业企业高技能人才担任专业兼职教师，兼职教师均具有高级及以上职业资格或中级以上专业技术职称，能够参与学校授课、讲座等教学活动。

（4）每年有一定数量的专业教师到相关企业进行本专业生产实践锻炼。

（5）本专业秉承提高教师的执教能力、实践能力与社会服务能力的思路。坚持“培养为主、引进为辅、专兼结合”的原则，通过建立健全师徒结对、“传帮带”等一系列制度，促进了师资队伍的薪火相传与不断发展。

（6）结合我校实际情况，本着“培养、引进、借调、校企合作”师资队伍建设的思路。制定有针对性、可操作性的师资队伍建设计划。按照本专业建设需要、结合我校发展规划及两年半的校内教学安排，近3年建设规划如下：

1）学历结构：具有硕士学位的教师比例达到30％以上。

2）职称结构：高、中级的职称结构比例达到80％（含技师、高级技师）。

3）年龄结构：教师队伍平均年龄控制在35岁左右。

4）双师结构：专业教师、受聘企业兼职的“双师型”教师比例达到80％以上。

5）从企业所聘请兼职教师达到3人以上。

6）培养专业带头人1人，骨干教师占比80％以上。

（三）教学设施

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，校内实训室和校外实训基地等。

1．专业教室基本条件

专业教室配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、互联网接入或WIFI全覆盖，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保证逃生通道畅通。

2．校内实训室基本条件

校内实训室配备专业综合实训室并具备开展电商实训、综合实训的条件。

（四）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、图书及数字化教学资源等。由行业、企业兼职教师和学院（校）专业带头人及骨干教师共同开发体现该行业发展水平、国家职业资格标准和行业技术标准的专业核心课程标准、校本教材等。建设教材及图书、数字化（网络）资料等学习资源。

1. 教材选用基本要求：按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。应建立有专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。采用适应中高（本）贯通学生的教材，并开发适合中高（本）贯通专业的课程及教材。同时通过资源库平台为学生提供内容丰富、使用便捷、更新及时的全方位网络学习资料。相关教案、多媒体课件、补充学习材料等均上传到网络平台，鼓励学生的自主学习和探究性学习。

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，方便师生查询、借阅。其中专业类图书文献要涵盖本专业对应的领域的专著、核心学术刊物、报纸等。

3．数字资源配备基本要求：建设和配置与专业相关的一定数量的多媒体素材（如图形／图像、音频、视频和动画）、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，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。构建并利用网络学习空间，组织开展多种形式的教育教学活动，促进网络学习空间覆盖全体教师和全体适龄学生。

第33页共40页

（五）教学方法

1．公共基础课

公共基础课的教学要符合教育部有关教育教学的基要求，按照培养学生基本科学文化素养、服务学生专业学习和终身发展的功能来定位，重在教学方法、教学组织形式改革以及教学手段、教学模式的创新，注意调动学生积极性为学生综合素质的提高、职业能力的形式和可持续发展奠定基础。

2．专业技能课

专业技能课按照相应职业岗位（群）的能力要求，强化理论实践一体化，突出“做中学、做中教”的职业教育教特色，提倡采用项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演情境教学等方法，利用校内实训室和校外实训基地将学生自主学习、合作学习、和教学引导教学等教学组织形式有机结合起来。在教学中坚持工学交替和理实一体，强化专业实践，通过具体实训项目的训练，增强学生实践能力。

根据本专业的学生特点，多手段、多渠道激发学生的学习兴趣，不断更新教学方法，以解决过程中的学习倦怠问题。

（1）项目教学模式：选取工作岗位的典型工作任务，并根据学生的认知规律和学习目标需求进行教学加工，开发成教学项目，使学生在项目的完成过程中习得理论、锤炼技艺，从而全面发展职业能力。

（2）案例教学模式：精心选择并组织专业领域中的典型案例，让学生通过案例的分析与讨论获得原理性知识、价值判断、职业精神和情感。

（3）问题教学模式：从工作情境中选取合适的内容进行加工，形成结构性问题，在学生问题情境中培养学生处理复杂情境中的具体问题的能力，发展学生的分析、判断、决策等高层次思维能力。

（4）理实一体化教学模式：将理论和实践相结合，充分利用实验、实训条件，强化学生的知识理解和操作技能。

（5）探究式教学模式：以任务驱动，结合学习内容和实践需要，设计课题，引导、指导学生进行探索，提高学生对知识和技能的综合应用能力与创新水平。

（六）学习评价

对学生的学业考评应体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，即教师评价、学生互评与自我评价相结合，过程性评价与结果性评价相结合。

1．对于公共基础课，各学校可依据教育部颁布的相关课程教学大纲中的评价建议制定可操作的评价方案，尤其关注学生学习水平与行为的变化及应用能力的评价。

2．对于专业技能课，要突出多元评价系的建构。在过程性评价时，评价的内容包括学生在完成一个项目或任务的过程中的具体行为、态度、操作规范、职业道德、创业方面的表现或反映的质性评价，以及完成一个项目或任用的时间和完成的质量的量化评价两个方面；评价的方式主要有：现场操作、提交案例分析报告、成果演示、学习方法记录、自评、第三者评价等。在结果性评价时，评价的内容应包含专业理论和专业技能两部分，其中专业部分的评价应注重应用性，可以采用笔试、答辩、设计式进行；专业技能部分的评价，应对完成的项目或任务最终产品进行各项技术指标的测量和鉴定。

3．对于顶岗实习、社会实践等课程，要注意吸收相关行业、企业参与，将校内评价与校外评价相结合起来。评价的内容包括相关知识在实践中的运用，解决客户实际问题能力，谨守职业道德、注重公益宣传、爱岗敬业等职业素质，及能够将理论和设计实践完美结合，具备规范简约的设计风格、创意及观念的形成等方面。

第36页共40页

十、质量管理

1．学校教务处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、实训、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，达成人才培养方案。

2．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，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，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．学校建立毕业生跟踪反馈社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、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．专业教研组织充分利用评价结果，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十一、毕业要求

本专业学生达到以下规定，准予毕业，颁发三年制中专毕业证书。

本专业学生通过3年的学习，须修满本专业人才培养方案所定的学时学分，完成规定的教学活动，毕业时达到规定的素质、知识和能力等方面要求。具体为：

1．军训合格；

2．操行合格；

3．岗位实习合格；

4．学分达到240分；

5．持普通话等级证或本专业有关“1+X”职业技能等级证书。

第38页共40页