



电子商务专业 人才培养方案

河南辅读中等职业学校

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务（730701）

二、入学基本要求

初级中等学校毕业或具有同等学力

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

表 4-1 职业面向表

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位群或技术领域举例	职业资格证书举例
财经商贸大类（73）	电子商务类（7307）	互联网和相关服务业（64） 批发业（51） 零售业（52）	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）	店铺运营助理、新媒体营销专员、直播销售员、视觉设计专员、客服专员	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

五、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、直播销售、视觉设计、客户服务等工作的技能人才。

六、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、英语、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。

5. 具备电子商务行业职业伦理践行能力，具备服务意识践行能力。具备团队协作能力，能完成跨岗位协同任务。

6. 具备店铺基础搭建与维护能力，具备订单与库存管控能力以及运营数据解读能力，能落地促销活动的基础筹备与执行动作。

7. 具备视觉素材编辑和内容创作能力，能使用设计软件完成图片基础优化；具备场景化设计能力，能依据商品特性设计符合电商场景的简易视觉素材。

8. 具备高效沟通能力，具备需求洞察与引导能力，能快速判断客户核心需求，按流程处理常见售后问题。

9. 具备供应链流程认知能力，具备物流实操应用能力，能清晰梳理电商供应链各核心环节的运作逻辑及衔接要点。

10. 具备推广渠道运营能力，能熟练操作主流新媒体与电商推广渠道的基础功能具备营销活动策划与执行能力，能设计营销活动框架并落地执行。

11. 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。

12. 具有终身学习和可持续发展的能力，具有分析数据和店铺运营情况的能力以及解决流量转化和风险管控的能力。

13. 掌握身体运动的基本知识和至少一项体育运动技能，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。

14. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力。

15. 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。

七、课程设置及学时安排

（一）课程设置

本专业课程设置包括公共基础课程、专业课程。

1. 公共基础课

按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。包含有中国特色社会主义、职业道德与法治、哲学与人生、心理健康与职业生涯、语文、数学、英语、历史、信息技术、体育与健康、艺术、劳动教育等列为公共必修课程。党史国史、国家安全教育、中华优秀传统文化、职业发展与就业指导、创新创业教育、工匠精神、数字媒体创意、演示文稿制作、舞蹈、篮球列为公共选修课。

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，并与专业实际和行业发展密切结合；《习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本》融入本课程中。	54
2	职业道德与法治	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	36
3	哲学与人生	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	36
4	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，并与专业实际和行业发展密切结合。	36
5	语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	198
6	数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	180
7	英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	144
8	历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设，并专业实际和行业发展密切结合。	72
9	信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	108
10	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	144
11	艺术	依据《中等职业学校艺术课程标准》开设，并与专业专业实际和行业发展密切结合。	36
12	劳动教育	依据《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	18

2. 专业课程

（1）专业基础课

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	了解电子商务的基本概念、发展历程及行业趋势，能准确区分B2B、B2C、C2C、O2O等常见电子商务模式，掌握各模式的核心特征与典型应用场景。掌握电子商务交易的完整流程，包括订单处理、支付结算、物流配送等关键环节的操作逻辑。能清晰阐述不同电商模式的区别，独立完成指定电商平台的账号注册与店铺基础信息设置，能完整描述并模拟典型电商交易的全流程。	54
2	零售基础	了解零售行业的基本概念、主要类型及发展现状，重点掌握线下零售与线上零售的融合发展特点。掌握商品分类与编码的基本方法，能对常见商品进行合理分类并完成基础编码；明确各策略的适用场景并能灵活运用。掌握库存管理的基础流程，包括库存盘点的方法、补货预警的设置逻辑；能独立完成常见商品的分类，熟练运用指定定价策略制定简单定价方案，能运用陈列技巧完成简单商品陈列。	72
3	商品拍摄与素材编辑	掌握数码相机（含手机）的基本操作，能根据拍摄需求准确调整设备参数，能根据不同类型商品选择合适的构图方式；掌握光线运用技巧，包括自然光拍摄的时机选择、简易灯光的布置方法，能解决常见拍摄光线问题。熟练掌握至少1种图片编辑基础软件的操作，运用编辑软件对素材进行基础优化，满足电商平台商品展示的基本需求。熟练操作拍摄设备，独立运用指定构图和光线技巧完成同类型商品的拍摄，能使用编辑软件完成素材优化并达到平台展示标准。	108
4	市场营销	了解市场营销的基本概念，掌握市场调研的基础方法，完成数据的基础收集与整理分析。需熟练掌握目标市场定位的基本思路，能结合电商场景进行简单的目标市场分析；了解消费者行为分析的基本思路，能根据不同年龄段、消费群体的特征判断其购买习惯与需求特点。能独立设计合格的调查问卷并完成调研分析，能运用4P理论对指定电商产品进行完整营销案例分析，能参与制定并阐述小型促销方案的核心内容。	72

(2) 专业核心课

序号	课程名称	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	协助完成电商店铺日常维护，独立进行商品上下架、标题基础优化及详情页简单调整；处理店铺订单初步流程，完成订单审核、状态跟踪及常见异常订单的排查；收集店铺运营基础数据并整理成简单报表；参与店铺促销活动基础执行，完成活动商品筛选与信息发布；配合库存管理工作，及时发现并反馈商品库存不足问题。	1. 了解主流电商平台店铺注册认证流程，掌握店铺首页布局基本逻辑与商品分类体系搭建方法，能独立完成商品上下架全操作，包括准确填写商品信息、选择类目及标注属性。 2. 掌握商品标题优化的基础技巧，了解商品详情页基础设计原则；掌握商品评价管理方法，包括好评回复及中差评处理的基本话术。 3. 掌握订单接收、审核、发货信息核对，掌握常见异常订单的处理流程与沟通技巧；能进行库存查询、设置库存预警及发送补货提醒。 4. 学生需了解店铺基础数据指标的含义，掌握平台自带数据工具的使用方法，能整理简	90

			单数据报表。	
2	客户服务	通过电商平台聊天工具及时回复客户咨询；进行订单售前引导，协助客户完成下单操作；处理简单售后问题；记录客户反馈信息，整理常见问题并完成上报；进行基础客户关系维护，对老客户开展简单问候与活动通知。	1. 掌握线上客服基本礼仪，掌握倾听与提问技巧，能准确把握客户需求；了解不同类型的沟通策略并能运用。 2. 掌握商品知识梳理方法，；掌握订单引导技巧，能协助客户解决下单过程中地址修改、优惠券使用等常见问题。 3. 掌握常见售后问题的处理流程与解决方案；掌握售后沟通话术，能安抚客户情绪、化解简单矛盾；了解平台售后规则，确保处理过程合规。	72
3	视觉设计与制作	协助完成电商店铺视觉素材制作，独立设计商品主图、详情页配图及简单店铺首页banner；根据促销活动主题，设计简易活动海报、优惠券图片等素材；对图片素材进行分类整理与归档，确保存储规范；根据运营反馈调整视觉素材，优化图片效果；运用设计模板提高设计效率。	1. 掌握电商视觉设计基本原则，包括色彩搭配、字体规范及信息层级排版；了解不同电商平台视觉设计要求，如主图尺寸、banner尺寸等。 2. 掌握至少1种设计软件的操作，掌握商品主图设计技巧，能突出商品卖点；掌握详情页配图排版方法，能配合文字呈现商品优势。 3. 了解活动海报设计思路，；掌握优惠券、活动图标等小素材的制作方法；能根据活动主题调整设计风格。	108
4	网络推广实务	协助制定简单网络推广方案，负责基础推广渠道运营；在社交媒体平台发布推广内容，独立完成文案撰写与图片搭配；回复推广内容评论并进行互动，提高内容曝光量；收集推广数据并整理基础报告；配合完成付费推广基础执行，如关键词筛选、推广信息发布。	1. 了解常见网络推广渠道特点，能区分不同渠道的适用场景与推广优势，为推广方案制定提供基础支持。 2. 掌握推广文案撰写技巧掌握推广素材搭配方法，能将文案与图片、短视频合理组合；能根据不同渠道特点调整推广内容风格。 3. 了解推广数据指标的含义，掌握平台自带工具的数据查询方法；能整理数据报表并分析推广效果，提出基础优化建议。	108
5	新媒体运营	负责新媒体账号日常运营，独立完成账号资料完善与内容发布计划制定；制作简单新媒体内容，完成短视频拍摄、剪辑及文案撰写；管理账号互动，回复评论与私信，维护粉丝关系；收集账号运营数据并整理报告；配合营销活动，制定新媒体端推广计划并执行。	1. 掌握主流新媒体平台的注册与认证流程；掌握账号资料优化技巧，能独立完成账号基础搭建与资料完善。 2. 了解新媒体内容定位方法，能根据目标受众特点确定内容方向；掌握短视频拍摄基础技巧与剪映软件操作，能制定简单内容发布计划并执行。 3. 掌握新媒体账号互动技巧，；了解粉丝增长基础方法，能通过优质内容与互动引流；掌握粉丝维护技巧。 4. 学生需了解新媒体运营核心数据的含义，掌握平台数据工具使用方法；能分析数据背后的问题并提出内容优化建议。	144

6	新媒体营销	协助制定新媒体营销方案，明确营销目标、目标受众与推广渠道；独立制作并发布营销内容；组织并执行小型新媒体营销活动；跟踪营销活动数据并整理活动报告。	1. 了解新媒体营销基本流程、目标受众分析及渠道选择；能撰写简单新媒体营销方案框架，明确活动核心要素。 2. 了解营销内容创意方法，能结合热点、情感共鸣等思路创作内容；掌握不同类型营销内容。 3. 掌握常见新媒体营销活动的策划要点与执行流程；能进行活动宣传推广。 4. 了解新媒体营销效果指标的含义；掌握数据收集与整理方法，能撰写简单营销活动报告，分析活动亮点与不足并提出改进建议。	54
7	智慧物流与供应链基础	查询并跟踪电商订单物流信息，准确反馈包裹流转状态；能协助完成库存盘点与出入库基础记录，识别库存异常并初步反馈；操作基础物流管理工具，完成订单物流信息录入与同步；能初步分析物流时效与成本数据，为物流方案优化提供基础支持；处理简单物流异常问题，如延迟配送、包裹破损等的初步对接与反馈。	1. 了解物流与供应链的核心概念及电商供应链的关键环节，掌握智慧物流典型技术的应用场景与基本原理。 2. 需掌握电商订单物流流转全流程，熟练掌握物流信息查询方法，能通过主流物流平台或电商后台精准跟踪包裹轨迹；掌握库存盘点的基础方法与出入库记录规范，能独立完成小型库存清点与数据记录。 3. 掌握基础物流管理工具的操作方法，能完成订单物流信息录入、发货单打印、物流状态同步等操作；掌握常见物流异常问题的识别标准与处理流程。	126
8	直播运营与销售	负责直播账号基础运营，独立完成账号资料优化与直播计划制定；完成直播前筹备；提供直播现场运营支持，进行场控基础操作、数据监控与互动引导；在直播后整理分析数据并生成运营报告。	1. 掌握直播账号注册、认证与资料优化方法；掌握直播计划制定技巧，能规划直播时间、频率、主题及商品选品；能发布并推广直播预告，吸引前期流量。 2. 掌握直播场景布置原则，；掌握直播设备调试方法，确保画面与声音清晰； 3. 掌握直播场控基础操作，能实时监控直播数据，并提示主播调整节奏；掌握互动引导技巧，如发起福袋活动提升直播间活跃度。 4. 掌握直播数据深度分析方法；能维护粉丝社群，进行直播后互动与答疑。	180

(3) 专业拓展课程

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容和要求	参考学时
1	零售门店O2O运营	1. 协助搭建线上线下融合的O2O零售渠道，完成线上门店（美团、大众点评、门店小程序等）基础信息设置；2. 执行线上引流推广任务，包括发布门店优惠信息、参与平台活动、引导线	1. 了解O2O零售模式的核心逻辑与常见运营模式，掌握线上门店搭建的基础流程； 2. 掌握O2O渠道引流推广的基础方法，能操作主流平台的门店运营工具； 3. 学会O2O订单处理、核销流程及库存同步技巧，能处理常见的订单异常问题； 4. 能协助完成小型O2O营销活动的策划	54

		下客户线上沉淀；3. 处理020订单核销、配送对接、售后咨询等基础工作，同步线上线下库存数据；4. 参与策划020营销活动，如线上领券线下消费、线下体验线上复购等活动的落地执行。	与执行，理解线上线下联动的运营思路。	
2	办公软件高级应用	运用Excel高级功能处理电商数据，包括复杂数据计算、数据透视表分析、图表制作等；制作电商相关商务文档，如运营方案、活动策划书、工作总结等，规范Word文档排版；. 设计营销类PPT，包括产品介绍、活动推广、数据汇报等主题的演示文稿；进行PDF文档处理，如格式转换、内容编辑、文件合并拆分等办公常用操作。	1. 熟练掌握Excel高级操作，包括常用函数（IF、COUNTIF、ROUND等）、数据透视表与数据图表制作、数据批量处理技巧； 2. 掌握Word商务文档排版规范，包括样式设置、目录生成、图文排版、打印设置等； 3. 学会PPT营销演示文稿制作技巧，包括版式设计、素材搭配、动画添加、逻辑梳理等； 4. 了解PDF常用工具的操作方法，能完成格式转换、简单编辑、文件拆分与合并等工作，满足电商办公需求。	54
3	视频制作	策划电商相关短视频内容，包括商品展示、活动宣传、使用教程等主题；运用手机或基础拍摄设备完成视频素材拍摄，合理运用光线与构图技巧；使用剪映等基础剪辑软件完成视频剪辑、配乐、字幕添加、特效制作等操作；适配电商平台（抖音、淘宝、拼多多等）视频规范，输出符合要求的推广视频并归档素材。	1. 了解短视频制作基本流程，掌握主题策划、脚本撰写的基础方法； 2. 掌握手机及基础拍摄设备的操作技巧，包括参数调整、光线运用、场景构图等； 3. 熟练操作剪映等常用剪辑软件，能完成素材剪辑、拼接、字幕与配乐添加等核心操作； 4. 熟悉主流电商平台视频发布规范（时长、尺寸、内容要求），能输出合格的电商推广视频。	36
4	文案写作	撰写电商场景各类文案，包括商品详情页文案、新媒体推广文案（微信、抖音等）、活动海报文案、促销活动文案等；提炼商品核心卖点与客户需求痛点，优化文案表达，提升文案吸引力与转化率；结合热点话题与营销节点，调整文案风格，适配不同推广渠道的文案要求；整理文案素材库，对各类文案进行分类归档，便于后续复用与优化。	1. 掌握文案写作基础原理，包括标题创作、段落结构、语言表达等核心知识； 2. 学会电商不同场景文案的写作技巧，能根据商品特性与目标受众撰写针对性文案； 3. 掌握卖点提炼与痛点挖掘方法，能将商品优势转化为客户易懂的文案表达； 4. 了解不同推广渠道的文案风格要求，能灵活调整文案适配场景，提升推广效果。	36

（4）专业实践环节

实践性教学应贯穿人才培养全过程，以“理实交融、技创并重”为原则，通过实训实习形式，实现课程与岗位工作内容的深度融合。

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

岗位实习是本专业最后的实践性教学环节，学生根据兴趣与专长，进入合作企业的与所学专业面向的岗位（群）基本一致的岗位进行为期3个月的岗位实习。学校选派专职实习指导教师驻企管理，实时跟踪学生表现。通过岗位实习，学生能更深入地了解企业岗位的工作环境和管理要求，熟悉企业生产经营活动过程，明确面向岗位的工作任务与职责权限，能够用所学知识和技能解决实际工作问题，学会与人相处与合作，树立正确的劳动观念与就业态度。

（二）学时安排

结合学校实际，人才培养方案采用“2+0.5+0.5”学制，三年总学时数3364。课程开设顺序和周学时安排，以每学期的实施性教学计划为准。一般每学时不少于45分钟，18学时为1学分，岗位实习按每周30学时1学分计算，军训、入学教育、社会实践、毕业教育、综合实训等活动1周为20学时1学分。

公共基础课程学时1296，按照国家规定开足公共基础课程。专业课程学时1968；选修学时414；实践学时1814，包括专业实践环节

学时、综合实践环节学时和课内实践教学学时。在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要集中或分阶段安排实习时间。

表 7-1 教学学时分配比例表

课程类别		学分	学时数			占总学时比例
			总学时	理论学时	实践学时	
公共基础课程	公共必修课程	59	1062	866	196	38.5%
	公共选修课程	13	234	90	144	
专业课程	专业基础课程	17	306	180	126	58.5%
	专业核心课程	49	882	288	594	
	专业拓展课程	10	180	126	54	
	专业实践环节	24	600	0	600	
综合实践环节		5	100	0	100	3.0%
必修课合计		154	2950	1334	1616	87.7%
选修课合计		23	414	216	198	12.3%
总计		177	3364	1550	1814	
理论学时占总学时比例		46.1%				
实践学时占总学时比例		53.9%				

表 7-2 教学进程表

课程类别	课程性质	序号	课 程 名 称	学分	总学时	各学期学时分配								考核方式
						理论学时	实践学时	一	二	三	四	五	六	
公共基础课程	公共必修课	1	中国特色社会主义	3	54	54	0	54						过程与结果性评价相结合
		2	心理健康与职业生涯	2	36	36	0		36					
		3	哲学与人生	2	36	36	0			36				
		4	职业道德与法治	2	36	36	0				36			
		5	语文	11	198	198	0	36	36	36	36		54	
		6	数学	10	180	180	0		108	72				
		7	英语	8	144	144	0	36	36	36	36			
		8	历史	4	72	72	0	36	36					
		9	信息技术	6	108	54	54	54	54					
		10	体育与健康	8	144	18	126	36	36	36	36			
		11	艺术	2	36	36	0	36						

		12	劳动教育	1	18	2	16	18						
	公共选修课	1	国家安全教育	1	18	18	0				18			过程与结果性评价相结合
		2	中华优秀传统文化	2	36	18	18						36	
		3	党史国史	1	18	18	0						18	
		4	职业发展与就业指导	1	18	9	9						18	
		5	创新创业教育	1	18	9	9						18	
		6	工匠精神	1	18	18	0					18		
		7	数字媒体创意	1	18	0	18					18		
		8	演示文稿制作	1	18	0	18					18		
		9	舞蹈	2	36	0	36						36	
		10	篮球	2	36	0	36						36	
专业课程	专业基础课	1	电子商务基础	3	54	54	0	54						过程与结果性评价相结合
		2	零售基础	4	72	36	36	72						
		3	商品拍摄与素材编辑	6	108	36	72		36	72				
		4	市场营销	4	72	54	18			72				
	专业核心课	1	数字化零售运营	5	90	36	54			90				
		2	客户服务	4	72	18	54					72		
		3	视觉设计与制作	6	108	36	72		108					
		4	网络推广实务	6	108	36	72				108			
		5	新媒体运营	8	144	54	90		72	72				
		6	新媒体营销	3	54	36	18	54						
		7	智慧物流与供应链基础	7	126	36	90				90	36		
		8	直播运营与销售	10	180	36	144				180			
	专业拓展课	1	零售门店O2O运营	3	54	36	18						54	过程与结果性评价相结合
		2	办公软件高级应用	3	54	18	36						54	
		3	视频制作	2	36	36	0					36		
		4	文案写作	2	36	36	0					36		
	专业实践环节	1	综合实训	12	240	0	240						240	技能考核
		2	岗位实习	12	360	0	360					360		校企 二元 评价
综合实践环节		1	入学教育	1	1周	1周	0	1周						
		2	军训	2	2周	0	2周	2周						
		3	社会实践	1	1周	0	1周					1周		
		4	毕业教育	1	1周	1周	0						1周	

八、师资队伍

1. 队伍结构

按照“四有好老师”、“四个相统一”、“四个引路人”的要求建设教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。合理配置教师资源，本专业拥有教师11人，其中具有中高级以上专业技术职务1人，“双师型教师”7人。

2. 专业带头人

本专业专业带头人具有副高职称，具有专业前沿知识和先进教育理念，教学水平高、教学管理能力强，对专业建设发展有科学清晰的思路，能够较好地把握电子商务行业、专业发展，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

专任教师要具备电子商务、工商管理等相关专业学历。具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；熟悉教育教学规律，对任教课程有较为全面理解，具备较强的学情分析、教学目标设定、教学设计、教案撰写、教学策略选择、教学实施和评价能力，能运用信息化教学手段，合理使用信息化资源，注重教学反思，关注教学目标达成，持续改进教学效果，能积极开展课程教学改革和实施，具备一定的课程开发能力，并能够开展实践教学及实践技能示范教学，参加产学研项目研究及教学竞赛、技能竞赛等活动。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

本专业兼职教师主要来自于电商行业企业的高技能人才，具有中级及以上专业技术职务（职称），具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验。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。

九、教学条件

（一）教学设施

本专业具备满足课程教学需要的理论教学和实践教学条件，具有先进的现代化教学手段和良好的网络教学环境，具有完善的校内实训室和充足的校外实训、实习基地。建设学生创新创业教学环境和条件，配备用于创新创业的训练平台和资料。本专业的具备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

专业教室符合国家、省关于中等职业学校设置和电子商务专业建设的相关标准要求和具体规定，配备有满足信息化教学基本需要的教学硬件和软件，包括计算机、投影仪、办公软件、信息化教学平台以及相关教学软件等。

2. 校内实训实习室

根据校内实训实习配备客户服务综合实训室、网络营销综合实训室、网络编辑实训机房，主要设施设备及数量见下表：

序号	实训室名称	主要工具和设备		功能
		名称	数量	
1	客户服务综合实训室	计算机	70台	1. 保障客户服务方向专业技能训练； 2. 保障客户服务外包项目实践教学。
		程控交换机	一台	
		座机电话、耳麦电话	70套	
		客户关系管理软件	一套	
		接入外线功能（可选）	一套	

2	网络营 销综合 实训室	计算机	70台	1. 保障专业基础技能训练 2. 保障网络营销方向的专业技能训练; 3. 保障店铺运营综合实训教学
		电子商务模拟软件	一套	
		电子商务物流软件	一套	
		服务器	一套	
3	网络编 辑实训 机房	计算机	70台	1. 保障网店编辑方向的专业技能训练; 2. 保障网店编辑方向的校企综合实训教学
		摄影设备（卡片机、柔光箱）	一套	
		网页设计系列软件	一套	
4	图形图 像处理 实训室	多媒体教学设备	一套	1. 保障网店编辑方向的专业技能训练; 2. 保障网店编辑方向的校企综合实训教学
		计算机	70台	
		图形图像处理软件	70套	
5	直播电 商实训 室	影像设备	10套	1. 保障专业基础技能训练 2. 保障网络营销方向的专业技能训练; 3. 保障店铺运营综合实训教学
		收音系统	10套	
		灯光与辅助系统	10套	
6	网页设 计实训 室	多媒体教学设备	一套	1. 保障网店编辑方向的专业技能训练; 2. 保障网店编辑方向的校企综合实训教学
		计算机	70台	
		网页设计软件	70套	
7	网店运 营实训 室	网店运营实训平台	1套	保障网店运营实训教学
		计算机	70台	

3. 校外实训基地

为促进学生理论与实践结合、提升职业素养与综合能力，本专业与郑州国徽信息技术有限公司、郑州金鹏电子商务有限公司等企业合作，共建高质量校外实训基地，提供真实职场环境与技术实践。管理上实施严格考察、双师配备等措施，确保实习有效，并重视学生权益保障，促进学生全面发展。校外实习基地建设中，选择时，坚持合法合规、专业对口、技术先进及合作稳定原则，确保实习单位资质完备、岗位契合专业需求、技术前沿且合作长久。管理上，实施实地考察、协议签订、双师配备、实习计划共制及过程监控评价等措施，保障实习系统有效。同时，注重学生权益保障，提供安全环境、明确权益义务、购买保险，全方位促进学生全面发展。

（二）教学资源

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。专业教材体现专业发展的新技术、新规范，发挥专业教师、行业专家等作用。规范专业教材遴选程序，禁止不合格的教材进入课堂。根据专业性、基础性、实用性的原则，组织专业教师结合课程特点和教学需要，编写专业课程教材，建设有特色、高质量的校本教材。教材编写要有利于学生了解和掌握相关课程的有关知识和技能；要立足于电子商务岗位当前和未来发展需要，要树立全面发展的观念。教材内容应处理好与专业基础的纵向衔接，以利于学生循序渐进地学习。

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。配备电子商务行业政策法规、职业标准、技术手册、实务案例及专业期刊等图书文献。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、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。

3. 数字教学资源配置基本要求

配备有与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、数字教材等专业教学资源。

（三）教学方法

1. 理实一体化教学

依托电子商务综合实训平台及AI辅助工具，实现理论与实操无缝衔接。直播/新媒体实训软件结合AI智能选品工具讲解市场需求分析理论，同步让学生在实训室搭建真实直播间，运用工具完成数据分析

、关键词优化等实操任务；实现"理论讲解-AI辅助-实操演练-反馈修正"的闭环教学。

2. 案例式教学与项目式教学

选取电商行业典型案例，引导学生分析案例中技术应用与运营逻辑。以真实电商项目为载体，将学生分组为新媒体运营组、直播组、客服组、数据分析组，各组借助对应工具完成任务，最终形成完整项目成果并对接教师评审。

3. 信息技术赋能课堂教学

全面推进AI及信息化工具在教学中的深度应用：利用学习通信息化教学平台发布电商课程资源，实现课前预习、课中互动、课后拓展的全流程覆盖，打破时空限制，满足学生课后技能强化需求。

（四）学习评价

1. 过程性评价

以电商岗位实操能力和学习过程为核心，涵盖四大维度。一是学习参与度，包括课程访问率、实训出勤率、小组项目贡献率；二是技能实操表现，重点考核电商工具应用、信息化平台操作；三是过程成果质量，如阶段性店铺运营数据、直播彩排回放评分、客服对话记录达标率；四是职业素养表现，包括网店运营中的成本控制意识、客服沟通中的服务礼仪、数据处理中的网络安全意识。

2. 结果性评价

聚焦项目成果与技能熟练度，采用"小组汇报+成果答辩+数据核验"模式。小组提交项目实施报告，展示实训模拟店铺运营成果；通过汇报演讲与答辩，考核学生对电商运营逻辑、技术应用原理的掌握程度。

十、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

建设全员参与、全过程覆盖、全方位协同的人才培养闭环管理系统。通过制度化、规范化的质量保障机制，实现对教学活动的有效监控、对教学效果的精准评价、对教学问题的及时诊断，并据此动态优化人才培养方案、课程体系与教学方法，最终形成人才培养质量持续提升的良性循环。

1. 质量管理体系

构建并持续完善“校—教研组”联动、全员参与的教学质量管理体系。以学校宏观规划与督导为引领，以教研组具体实施与创新为基础，贯穿人才培养全过程，确保教学质量的持续改进与提升。学校层面由教务处，负责各专业与课程建设，统筹资源配置。组织学校的教学评估与专项检查。教研组作为质量管理的执行主体与专业共同体，负责组织日常教研、集体备课、教学反思与改进活动，确保教学质量要求在每一门课程、每一个课堂中落到实处。两级之间通过定期教学例会、专题研讨会等保持紧密沟通与协同，形成目标一致、权责清晰、反馈顺畅的管理闭环。

2. 听评课制度

为切实监控与提升课堂教学质量，建立了分层覆盖与多元目标的听课制度。校级领导与教学管理人员实施“推门听课”与“专题调研听课”，侧重于把握教学整体状况、督查教风学风，并对青年教师、新开课程进行重点关注，校领导每学期听课不少于3次，主管教学副校长不少于6次，教务处人员不少于8次。教研组层面则深入开展“同行听课”与“示范观摩听课”，侧重于教学内容、方法与效果的研讨改进，形成互相学习、共同成长的教研氛围，每学期听课不少于6次。所有听课均需遵循“听-评-议-改”流程，通过书面记录与面对面

反馈，为教师提供具体、建设性的教学改进建议。

3. 评教评学体系

学生评教：优化评教指标体系，不仅关注课堂教学效果，更注重对课程目标达成度、学习能力提升度的评价。采用随堂反馈与期末系统评价相结合的方式。

教师评学：引导教师对学生的过程、学习效果进行评价与反馈。

同行/督导评议：完善校、专业两级教学督导与同行听课制度。

企业/行业评价：积极引入行业企业专家，通过参与实习实训考核、课程共建等方式，对学生的实践能力、职业素养及人才培养方案与产业需求的契合度进行评价。

4. 校企联动督导机制

对于实践类课程，建立了校企联动的教学督导机制。学校与企业共同制定岗位实习要求及考核方案。企业选派技术骨干担任“企业督导”，与校内专业教师组成“双导师”团队，共同参与实践教学计划制定、实施过程的巡查、学生实操的指导以及最终成果的考核。校内教研组定期组织赴企业走访，与企业督导共同开展实习中期检查与答辩评议，确保实践教学不脱节、不走样。通过校企联合督导例会等机制，实现实践教学问题的即时反馈与协同整改，有效保障了实践教学环节与产业需求的紧密对接，提升了学生的职业胜任力。

5. 反馈体系

建立反馈制度：定期召开专业教研会议、师生座谈会等，面对面沟通反馈，共商改进措施。

建立毕业生跟踪反馈机制，了解毕业生职业发展状况，收集其对学校课程体系与能力培养的长期反馈。

教务处及时收集各方评价数据，并确保将评价数据及时、精准地反馈至专业负责人与任课教师。

6. 人才培养动态调整体系

基于教学评价反馈信息，建立快速响应的人才培养内容动态调整机制。

学校层面：根据社会经济发展趋势、国家战略需求及综合评价反馈，定期对学校人才培养总目标、定位进行审视与优化。根据动态调整需求，出台相应政策，引导并支持专业与教师进行教学改革。优先将资源投向亟需改进和前景良好的领域。

专业层面：建立人才培养方案修订机制。专业负责人需每年结合毕业生反馈、企业评价、在校生学业数据等，对培养方案进行微调，确保其科学性与前瞻性。教研组每周开展教学教改研讨，将评价反馈中发现的问题作为核心议题，及时调整课程大纲、教学内容、教材及教学方法，动态更新课程体系与教学内容。根据行业企业评价，动态调整实习实训项目、更新实验设备、共建产业课程，强化学生实践创新能力培养。

教师层面：①课前学情分析与备课：教师需基于以往的教学反思与学生反馈，充分进行学情分析，明确教学改进点，精心设计教学方案，实现因材施教。②课后教学反思制度化：任课教师每次课后进行简要教学反思，每学期末提交详细的课程教学总结，重点分析教学目标的达成情况、教学过程中的得失，并制定下一轮教学的改进计划。③参与教研活动：积极参与每周的听课互评与教研活动，主动寻求同行帮助，将外部反馈转化为个人教学能力的提升。

通过校-教研组的有效分工与协同，依托规范的听课制度、多元的评学评教制度及深度的校企联动督导机制，实现了对理论教学与实

践教学的全过程、全方位质量监控与保障，确保人才培养目标的高质量达成。

（二）毕业要求

学生通过三年的学习，达到以下标准，准予毕业。

1. 按规定修完所有课程，完成教学规定考试并且成绩合格；总学分不少于165分，必修学分154分，选修学分不少于11分。

2. 完成规定的实习实训，企业考核结果为合格及以上。

3. 思政与素养方面：坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，具有坚定的理想信念和良好的思想道德；具有诚实守信、爱岗敬业、奉献社会的职业精神；具备良好人文素养与科学素养。

4. 专业技能方面：掌握主流电商平台运营基础，能上架商品、优化详情页；会用新媒体做基础营销推广；具备客服沟通与售后处理能力；熟练操作PS做简单图片处理；能运用Excel做基础数据分析；掌握物流对接与订单处理流程。

5. 综合能力方面：具有良好语言表达、文字表达、沟通合作能力及较强集体意识和团队合作意识；具有自主学习、终身学习的意识以及可持续发展的能力；拥有良好的学习与运动习惯及一定的心理调适能力；具有分析问题和解决问题的能力。