初中后五年制高等职业教育专业 人才培养方案

（2024级电子商务）

目录

一 、专业名称与代码 [1](#bookmark1)

[二、入学要求 1](#bookmark2)

[三、修业年限 1](#bookmark3)

[四、职业面向 1](#bookmark4)

[五、职业能力和职业资格标准分析 2](#bookmark5)

[六、培养目标 4](#bookmark6)

[七、培养规格 4](#bookmark7)

[八、课程结构框架 6](#bookmark8)

[九、课程设置与教学要求 7](#bookmark9)

[十、教学时间安排及授课计划安排 19](#bookmark10)

[十一、实施保障 26](#bookmark11)

[十二、毕业要求 36](#bookmark12)

[附： 电子商务专业课程标准 39](#bookmark13)

[《电子商务基础》课程标准 39](#bookmark14)

[《市场营销》课程标准 46](#bookmark15)

[《图形图像处理》课程标准 54](#bookmark16)

[《电子商务物流》课程标准 62](#bookmark17)

[《商品拍摄与优化》课程标准 68](#bookmark18)

[《网络营销》课程标准 74](#bookmark19)

[《商务礼仪与商务谈判》课程标准 80](#bookmark20)

[《电子商务客户服务》课程标准 84](#bookmark21)

[《网店运营实务》课程标准 92](#bookmark22)

[《电子商务技能实战》课程标准 101](#bookmark23)

[《商务文案策划》课程标准 104](#bookmark24)

[《短视频策划与运营》课程标准 108](#bookmark25)

[《电子商务网页设计》课程标准 113](#bookmark26)

[《跨境电商实务》课程标准 117](#bookmark27)

[《网店美工》课程标准 122](#bookmark28)

[《直播营销与运营》课程标准 126](#bookmark29)

[《电子商务推广》课程标准 133](#bookmark30)

[《新媒体营销》课程标准 137](#bookmark31)

[《移动电子商务基础》课程标准 141](#bookmark32)

[附件:2： 师资配备标准 145](#bookmark33)

[附件 3：实验（实训）室及设备配备标准 148](#bookmark34)

[附件 4： 电子商务专业人才培养模式和课程体系改革调研分析报告 151](#bookmark35)

[附件 5：培养方案与原中职高职人才培养方案的比较报告 191](#bookmark36)

一、专业名称与代码

（一）高等职业教育专业名称及专业代码

1.专业名称： 电子商务专业

2.专业代码：530701

（ 二）对应中等职业学校专业名称及专业代码

1.专业名称： 电子商务专业

2.专业代码：730701

二、入学要求

初级中学毕业或具备同等学力者

三、修业年限

基本修业年限 5 年，其中中职阶段基本修业年限 3 年，

高职阶段基本修业年限 2 年。

四、职业面向

面向面向销售人员、商务专业人员、采购人员、商务咨 询服务人员等职业， 网络营销推广、 网络客服、 电话销售、

网店美工、 网店运营等岗位（群）。

|  |  |
| --- | --- |
| 所属专业大类（代  码） | 53 财经商贸大类 |
| 所属高职专业类  （代码） | 5307 电子商务类 |
| 对应行业（代码） | 64 互联网和相关服务 51 批发业 52零售业 72 商务服务业 |

|  |  |
| --- | --- |
| 主要职业类别（代 码） | 4-01-02 销售人员  2-06007 商务专业人员  4-01-01 采购人员  4-07-02 商务咨询服务人员 |
| 主要岗位（群）或 技术领域举例 | 网络营销推广、网络客服、电话销售、网店美工、网店运 营、移动电子商务营销、移动商务平台运营与管理、网上 创业（ 网店店长）跨境电商推广、跨境电商运营与管理人 员 |
| 职业类证书举例 | 网店运营推广职业技能等级证书（初级）  电子商务数据分析职业技能等级证书（初级） 连锁特许经营管理职业技能等级证书（初级）  跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书（初级）  1+X 直播电商职业技能等级证书（初级）  互联网营销师（初级）  电子商务员（四级）  全国计算机等级考试一级证书 |

五、职业能力和职业资格标准分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作 领域 | 工作  任务 | 职业能力 | 职业  资格  标准 |
| 网店 基础 操作 | 商品上  传与维  护 | 能够完成商品上传与维护、营销活动设置、 日常订  单管理能力；  能够完成首页设计与制作、详情页设计与制作、 自  定义页设计与制作能力；  能够完成客户问题处理、交易促成订单工作任务能 力；  具备网店开设与装修、客户服务能力。 | 电子 商 务 员（国 家职 业资 格四 级）  直播  销售  员 |
| 营销活 动设置 | 能根据店铺的营销需求，完成促销活动的设置能力； 能根据店铺的品牌策略与推广内容的编辑与发布能 力；  能根据平台要求，完成营销活动报名并通过审核能 力。 |
| 日常订 单管理 | 能根据订单情况准确及时地完成线下发货并上传物 流单号能力；  根据订单情况完成线上发货能力；  能够完成合理的退换货处理能力。 |
| 网店 装修 | 首页设  计与制  作 | 能够进行视觉营销设计能力；  能够制作具有高辨识度的 Logo 能力；  制作主题明确、风格统一的 Banner 能力。 |
| 详情页 设计与 | 能够对商品详情页进行视觉营销设计能力；  能够根据商品信息，提炼卖点与特点，并制作完整 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 制作 | 文案能力；  能够完成商品主图、细节图、营销图的设计与制作 能力。 |  |
| 自定义 页设计 | 能够进行有辨别度的视觉营销设计与制作能力； 能够提升网店人气的自定义活动页能力。 |
| 网店 客户 服务 | 客户问 题处理 | 能够根据不同场景进行谈话技巧能力；  能够妥善处理客户提出问题能力；  能够合理处理商品物流问题的能力 |
| 交易促 成 | 能够进行引导客户购买的能力；  能够促进客户下单的能力；  能够进行订单催付的能力。 |
| 客户关 系维护 | 能够进行客户信息管理的能力；  能够为客户提供差异化服务能力；  能够分析客户流失原因并进行改善能力。 |
| 直播 销售 | 主播直 播准备 | 能够完成直播销售核心工作内容；  能够完成直播场景的搭建及器材的准备。 |
| 直播商 品梳理 | 能够完成商品梳理；  能够完成选品工作。 |
| 直播脚 本编写 | 能够编制整场直播脚本；  能够打造符合商品调性的主播人设标签；  能够编写直播应急预案脚本。 |
| 直播商 品讲解 | 能熟练使用各种直播技巧；  能够灵活处理直播过程中突发事件；  能够打造符合商品调性的主播人设标签。 |
| 直播复 盘 | 能够根据历史直播总结报告，编写直播应急预案脚 本；  能进行直播数据复盘。 |
| 新媒  体运  营 | 视频内 容制作 与发布 | 能够完成素材收集；  能够具备视频内容、编辑及发布能力。 |
| 营销图 文制作 与发布 | 能够完成新媒体营销核心工作内容；  能够完成营销计划、社群营销等内容；  能够进行营销文案写作及任务的发布 |
| 社群营  销执行  等工作  内容 | 能建立不同社群；  能做好社群日常维护；  能组织线上线下社群营销活动。 |
| 跨境 电商 运营 | 店铺注 册与基 本操作 | 能管理与维护跨境电商平台账号  能具备安排上传产品，将产品发布店铺网站的能力； 能够进行产品推广、发布、上架、信息更新；  能够熟练优化关键词。 |
| 店铺活 动及平 | 1.能够进行跨境电商平台的日常操作；  2.能够解决各种客户问题，包括咨询、售后、处理 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 台活动 执行 | 投诉等；  3.能够预防可能出现的争议，妥善解决各种已出现 的争议，最大程度的保护公司利益。 |  |
| 店铺绩 效维护 | 1.能够根据销售计划，与团队协作完成销售任务；  2.能够处理客户订单，并跟踪订单进展状况，确保 订单的按时完成；  3.能够完善店铺各项政策与制度，保持店铺的好评 率和良好的信用度。 |

六、培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化 基础和电子商务基本理论及现代商务运作、计算机信息技术、 网络营销、直播等知识，具备收集与处理信息、 网络推广、 文案编辑、商品拍摄、短视频制作、新媒体运营、视觉化营 销、直播销售等能力，具有工匠精神和信息素养，具有中华 优秀传统文化等良好的科学素养与人文素养，能够从事网络 推广、客户服务、 网店运营、视觉化营销、 电商直播、新媒 体运营、跨境电商运营与管理、 网上创业等工作的高素质技

术技能人才。

七、培养规格

（一）素质

1.拥护中国共产党领导，拥护社会主义制度，具有深厚 的爱国情感和中华民族豪感， 自觉践行社会主义核心价值观， 崇尚宪法、遵守法律、重公序良俗，具有社会责任感和社会

参与意识；

2.认同电子商务行业的专业性和独特性，具有敬佑数字 生态，促进健康交易的职业精神，具有专业发展和终身学习

的意识；

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；具有一定的审美和人文素养。

（ 二）知识

1.掌握扎实的科学文化知识，熟悉中华优秀传统文化知

识和本区域特色传统文化知识；

2.掌握电子商务基本理论、 电子商务商业模式的相关知 识；掌握计算机应用、互联网应用和网络安全的基本理论和

基本知识；

3.掌握网络营销、 网络贸易的基础理论和基本知识；

4.掌握移动商务的基本理论；掌握移动商务营销的基础 知识，移动商务平台应用与移动商务平台运营的基本知识；

5.掌握电子商务直播的相关知识；

6.掌握视觉化营销的相关知识；掌握短视频制作的相关

知识；

7.掌握跨境电商运营、跨境物流、跨境支付的基础知识。

（三 ）能力

1.能够实施网络市场调查问卷调研，收集与处理网上信 息； 能够运用网络营销相关工具进行网络推广；

2.能够运用网络客服沟通的方法和技巧进行商品销售；

3.能够熟练运用专业文案写作方法和技巧，对产品详情、 促销海报、 网络推广软文、短视频文案等进行撰写；

4.能够对产品进行拍摄与处理，能够对网店进行基本装 修、运营推广，能够使用第三方平台进行自主创业；

5.能够运用所学对商品进行直播销售，能够熟练使用视 频编辑软件制作有新意的短视频，能够达到吸粉的目的， 同 时熟练掌握主播助理的相关工作要求，做好直播助理工作，

能够利用所学知识进行直播运营；

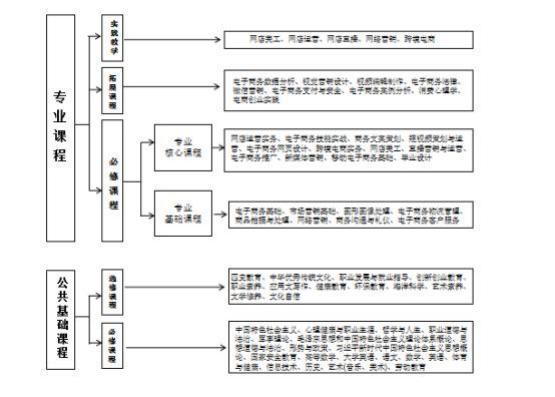
6. 能够运用跨境电商的相关技能进行跨境店铺的基础 操作，跨境电商营销，跨境平台运维， 同时要具备使用外语

进行协调沟通的能力；

7.能够娴熟地进行人际沟通和书面表达，能灵活运用所 学解决工作、生活中的实际问题；能够与时俱进，具备终身 学习的能力；有较强的创新精神和创新能力；具有进行团队

协作的能力。

八、课程结构框架



九、课程设置与教学要求

（一）公共基础课程

公共基础必修课程教学要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程 | 主要教学内容和要求 | 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（2020年版）》 开设。通过本课程学习，使学生理解中国特色社会主义 理论体系的基本内容和科学方法，帮助学生正确理解这 一理论体系基本理论观点，深刻理解党在社会主义初级 阶段的基本路线、基本纲领和基本要求，准确把握建设 中国特色社会主义的总依据、总任务和总布局，坚定在 党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，为全 面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴而努力奋斗。 | 36 |
| 2 | 心理健康与 职业生涯 | 依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》 开设。通过本课程学习，使学生掌握心理健康的基本知 识、方法和意识的教育，提高学生心理素质，帮助学生 正确处理成长、学习、生活和求职就业中遇到的心理行 为问题，促进其身心和谐健康发展。 引导学生树立正确 的职业观念和职业理想，学会根据社会需要和自身特点 进行职业生涯规划，并以此规范和调整自己的行为，为 顺利就业创业创造条件。 | 36 |
| 3 | 哲学与人生 | 依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》 开设。通过本课程学习，使学生掌握马克思主义哲学基 本观点和方法，帮助学生学习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。 | 36 |
| 4 | 职业道德与 法治 | 依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》 开设。通过本课程学习，使学生掌握文明礼仪的基本要 求、职业道德的作用和基本规范，陶冶道德情操，增强 职业道德意识，养成职业道德行为习惯。掌握与日常生 活和职业活动密切相关的法律知识，树立法治观念，增 强法律意识，成为懂法、守法、用法的公民。 | 36 |
| 5 | 军事理论 | 本课程主要学习基本军事理论知识， 了解国防法规 和制度，通过学习，让学生增强国防观念和国家安全意 识，热爱中国国防和人民解放军，为人民解放军训练后 备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。 | 36 |
| 6 | 毛泽东思想 和中国特色 | 本课程是以中国化的马克思主义为主题， 以马克思主义 中国化为主线， 以中国特色社会主义为重点，着重讲授 | 72 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 社会主义理 论体系概论 | 中国共产党将马克思主义基本原理与中国实际相结合的 历史进程， 以及马克思主义中国化两大理论成果即毛泽 东思想和中国特色社会主义理论体系等相关内容，从而 坚定大学生在党的领导下走中国特色社会主义道路的理 想信念。 |  |
| 7 | 思想道德与 法治 | 本课程主要学习研究学生成长过程中面临的思想道 德和法治问题，开展世界观、人生观、价值观、道德观、 法治观教育。通过学习，帮助学生提升思想道德素质和 法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。 有助于学生遵守道德规范、锤炼道德品格，把正确的道 德认知、 自觉的道德养成和积极的道德实践结合起来， 引领良好的社会风尚；有助大学生学习法治思想、养成 法治思维， 自觉尊法守法学法用法，从而具备优秀的思 想道德素质和法治素养。 | 54 |
| 8 | 形势与政策 | 本课程主要学习国家理论创新最新成果，新时代坚 持和发展中国特色社会主义的生动实践，国家的形势观 政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及 其热点难点问题。通过学习，帮助学生准确理解当代中 国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成 就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世 界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正 确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏 实地。 | 18 |
| 9 | 习近平新时  代中国特色  社会主义思  想概论 | 本课程主要学习领会习近平新时代中国特色社会主 义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求。 通过学习，让学生进一步增强 “ 四个意识”，坚定 “ 四 个自信 ” ，做到 “两个维护”，对实现中华民族伟大复 兴中国梦的信心。 | 36 |
| 10 | 国家安全教 育 | 本课程旨在培养学生的社会安全责任感，使学生逐 步形成安全意识，掌握必要的安全行为的知识和技能， 养成在日常生活和突发安全事件中正确应对的习惯，最 大限度地预防安全事故发生和减少安全事件对学生造成 的伤害，保障学生健康成长。 | 36 |
| 11 | 高等数学 | 本课程主要学习数学的基本概念，基本理论和基本 运算，一元函数微积分，先行代数，线性规划和概率论， 旨在提升逻辑思维能力、运算能力、 自学能力及综合运 用搜学知识分析和解决问题的能力；使学生获得数学的 基本概念，基本理论和基本运算技能，为学习后续专业 课程和进一步获得数学知识奠定必要的数学基础。 | 36 |
| 12 | 大学英语 | 本课程旨在让学生具备一定的听、说、读、写、译的 能力；能够用英语进行基本的书面和口语交流；树立多 元文化交流意识，提升思辨能力和综合人文素养。 | 72 |
| 13 | 语文 | 本课程第一至第三学期，依据《中等职业学校语文 | 324 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | 课程标准（2020 年版）》开设；第四、五学期，主要学 习古今中外的名家名作。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 秀文化，接受人类进步文化，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。 |  |
| 14 | 数学 | 本课程第一至第二学期，依据《中等职业学校数学 课程标准（2020 年版）》开设；第三、四学期，主要学 习极限与连续、导数与微分与专业数学等内容。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。 | 288 |
| 15 | 英语 | 本课程第一至第二学期，依据《中等职业学校语英 语课程标准（2020 年版）》开设；第三、四学期，主要 进行听力理解、 口语表达、阅读理解、书面表达等内容 的学习。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、语言策略等课 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。 | 288 |
| 16 | 体育与健康 | 本课程第一至第六学期，依据《中等职业学校体育 与健康课程标准（2020 年版）》开设；第七、八学期， 主要进行田径项目、球类、武术、健美操等项目的学习。 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。 | 288 |
| 17 | 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 | 108 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | 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。本课程分为基础模块和拓展模 块两部分。其中基础模块是必修内容，108 学时，6 学分； 拓展模块是任意选修内容，36 学时，2 学分。 |  |
| 18 | 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。本课程 分为基础模块和拓展模块两部分。其中基础模块是必修 内容，共 72 学时，包括 “ 中国历史 ”45 学时和 “世界 历史 ”27 学时,共 4 学分；拓展模块是任意选修内容， 18 学时，1 学分。 | 72 |
| 19 | 艺术（音乐、 美术） | 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、联系、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。本课程分为 基础模块和拓展模块两部分。其中基础模块是必修内容， 基础模块内容为音乐鉴赏与实践 18 学时/1 学分和美术 鉴赏与实践 18 学时/1 学分；拓展模块是任意选修内容， 36 学时/2 学分。 | 36 |
| 20 | 劳动教育 | 执行国务院发布的《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。 | 18 |

公共基础选修课程教学要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程 | 主要教学内容和要求 | 学时 |
| 1 | 四史教育 | 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 | 36 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | 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。 |  |
| 2 | 中华优秀传 统文化 | 本课程主要学习中国传统文化、传承中华民族精神，弘 扬优秀文化传统，提高学校教育文化品位和学生人文素 质。增强学生的文化涵养，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。 | 36 |
| 3 | 职业发展与 就业指导 | 本课程主要学习就业形势、就业政策、职业状况、依法 维权的相关知识。通过学习，激发学生全面提高自身素 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。 | 36 |
| 4 | 创新创业教 育 | 本课程在于培养学生的创业技能与开拓创新精神， 以适 应全球化、知识经济时代的挑战，并将主动创业作为未 来职业生涯的一种选择，转变传统的就业观念和行为选 择培养学生具有创新意识、创新思维，锻炼其创业心智 的综合素质。 | 36 |
| 5 | 职业素养 | 本课程在于培养学生的社会适应性，教育学生树立终身 学习理念，提高学习能力，学会交流沟通和团队协作， 提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力。 以“培养就业观念端正，掌握职业发展与就业基本技能， 能理性将自身发展与区域经济发展融为一体的高素质技 能型专门人才 ”为课程开设宗旨。 | 36 |
| 6 | 应用文写作 | 本课程旨在培养学生行政公文、事务文书、财经文书、 日常文书、商务文书、毕业论文等应用类文章的写作要 领，使学生获取应用型人才所必备的文章写作能力和文 章分析与处理能力， 以适用当前和今后在工作、学习及 科学研究中的写作需要，为其总体工作水平的提高提供 必要的保证。 | 36 |
| 7 | 健康教育 | 本课程旨在培养学生健康行为与生活方式、疾病预防、 心理健康、生长发育与青春期保健、安全应急与避险等 五个方面的知识与技能，使学生懂得独立生活， 自主学 习的重要，养成学会学习、会生活、会劳动的好习惯。 | 36 |
| 8 | 环保教育 | 本课程旨在使学生懂得人类与环境、化学与环境的关系， 了解低碳、环保、绿色生活的科学知识，培养学生热爱 生活、美好生态环境的积极理念与情感，从生活的细微 处入手，为绿色家园创建而努力。 | 36 |
| 9 | 海洋科学 | 通过本课程的学习，帮助学生认识海洋自然环境的基本 特征，海洋对人类生存和发展有着极其重要的价值；面 对日益严重的海洋环境问题，引导学生积极参与海洋环 境保护；帮助学生深刻理解维护国家海洋权益的重要意 义，增强学生热爱祖国的情感。 | 36 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 10 | 艺术素养 | 通过本课程的学习，帮助学生实现人的完美化、完善人 格塑造的重要手段，培养一批有美感的学生，让我们学 生能从平凡的事物中看到美，也能够用平凡的事物创造 美，鼓励学生树立一种积极的人生态度，并用这种积极 的态度去面对将来的学习、工作和生活。 | 36 |
| 11 | 文学修养 | 通过本课程的学习，引导学生有选择地汲取一切优秀文 化成果，领略到文学珍品之林的乐趣，在政治思想方向 的选择和价值取向上打下文化基础和审美基础，从根本 上增强文化品位、格调和情感。 | 36 |
| 12 | 文化自信 | 通过本课程的学习，使学生感受中华文化的力量，增强 对中华文化的认同感和归属感，增强对民族文化的自尊 心、 自信心和自豪感，激发学生学习、传承中华传统文 化和传统美德的激情，增强文化自信。 | 36 |

（ 二）专业课程

1.专业基础课程

本方案专业基础课程设置 8 门，包括： 电子商务基础、 市场营销基础、 图形图像处理、 电子商务物流管理、商品拍

摄与处理、 网络营销、商务沟通与礼仪、 电子商务客户服务。

专业基础课程主要教学内容与要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程 | 主要教学内容和要求 | 学时 |
| 1 | 电子商务 基础 | 本课程是电子商务专业的一门专业基础技能课程，同 时也是电子商务专业职业启蒙及导入型的核心课程。 旨在使学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识 体系和国内外电子商务应用情况有一个整体印象和初 步认识，掌握电子商务运作模式和交易流程，为今后 学习专业课程以及将来从事电子商务工作奠定良好的 基础。 | 72 |
| 2 | 市场营销 基础 | 本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。本课程 的任务是学习市场营销的基本理论、基本方法和基本 技能，及其在企业营销工作的实际应用。使学生能牢 固树立 “ 以消费者为中心 ” 的市场营销观念，能够在 实践中以市场为导向，进行市场细分、 目标市场选择、 市场定位、产品开发、定价、分销、促销等营销活动。 | 72 |
| 3 | 图形图像 处理 | 本课程是电子商务专业的一门专业基础技能课程。本 课程的任务是学习图像处理基础、网页中 Banner 的制 作技巧、图标设计、网络广告的制作、网页特效文字、 色彩基础知识、 网站中的色彩应用及网页构图理论等 内容，学会分析各类网站并理解网页基本要素。要求 | 108 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | 学生掌握平面美术设计的基本方法与技巧，能够熟练 运用工具软件，具备设计各类综合性网页的初步能力。 |  |
| 4 | 电子商务 物流管理 | 该课程是一门系统地阐述物流基本概念和原理、  重视仓储管理理论和实践相结合的应用性很强的课  程。通过对仓储和物流管理相关知识的介绍，要求学 生能充分掌握仓储与物流管理的发展动态，熟悉和掌 握仓储与物流管理的基本知识，能利用基本的方法处 理仓储与物流管理的相关事项。 | 36 |
| 5 | 商品拍摄  与处理 | 本课程是电子商务专业的一门专业基本技能课程。 旨 在培养学生商品拍摄和影像后期处理的能力，帮助学 生提高审美能力和对艺术规律的把握，为拍摄、处理 出合格的商品图片奠定良好的基础。本课程旨在帮助 学生对店铺装修工作有基本的了解，尤其是对商品的 拍摄，以及处理有系统的认识。 | 108 |
| 6 | 网络营销 | 本课程是电子商务专业的一门专业基础技能课程。通 过本课程的学习，使学生从互联网技术、市场营销和 信息管理等多学科的角度， 了解和掌握网络营销的基 本理论和核心内容，对网络营销的理论体系有一个系 统的了解，对在网络虚拟市场开展营销活动的原理和 特点、环境与方法、工具和手段、 目标与实施控制等 相关内容，得到全面的领会和感性认识，并掌握开展 网络营销的操作思路和相应的运作技巧。 | 54 |
| 7 | 商务礼仪  与商务谈  判 | 本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。本课程 的任务是培养学生的礼仪意识，提高学生自身的礼仪 修养，增强人际交往能力、应变能力及应用商务礼仪 知识的能力， 了解沟通的基本原则并掌握实用的沟通 技巧，从而全面培养学生的沟通实践能力，提高学生 的综合素质和社会适应性。 | 36 |
| 8 | 电子商务 客户服务 | 本课程是电子商务专业的一门专业基本技能课程。 旨 在培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客 户服务技能，使学生能够在客户服务岗位上完成受理 客户咨询，促成客户交易、处理客户投诉，有效化解 客户的抱怨、异议等工作，并能在工作中自我调节工 作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事客户服务 工作奠定坚实的理论和实践基础。 | 72 |

2.专业核心课程

本方案专业核心课程设置 12 门，包括： 网店运营实务、 电子商务技能实战、商务文案策划、短视频策划与运营、 电

子商务网页设计、跨境电商实务、 网店美工、直播营销与运

营、 电子商务推广、新媒体营销、移动电子商务基础、毕业

设计。

专业核心课程主要教学内容与要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程 | 主要教学内容和要求 | 学时 |
| 1 | 网店运营实务 | 该课程是电子商务专业的一门专业必修课程,同 时也是重要的专业通用平台课程,担负着培养学 生职业能力、职业素质的重要使命，是电子商务 员、电子商务师的必备知识和必备技能。本课程 旨在培养学生具有创新精神、较强的管理能力和 独立分析问题的能力，使学生成为专业高端技能 型的电子商务运营人才，为学生以后从事更专业 化的电子商务运营工作奠定扎实的知识基础，使 学生毕业后能成为在服装电子商务业、旅游电子 商务业、汽车电子商务业、地产电子商务业等不 同行业中从事电商运营与管理工作的高技能专 门人才。 | 108 |
| 2 | 电子商务技能实 战 | 该课程是电子商务专业的一门专业必修课程,同 时也是重要的专业技能模块课程,本课程主要是 引导学生将所学的电商运营手段与信息处理技 能进行整合，以项目驱动的方式组织教学来提高 学生的电子商务实际运营能力。本课程是对前面 所学电商基础课程与计算机类相关课程的能力 整合与运用，使学生进一步了解电子商务的本 质，在项目的实践过程中激发学生的创新意识， 提高学生在电子商务实际运营过程中分析问题 和解决问题的能力。 | 72 |
| 3 | 商务文案策划 | 本课程是电子商务专业网络营销与策划方向的 一门专业技能课程，主要面向 B2B、B2C、O2O 等网络平台的文案描述工作， 旨在培养学生敏锐 的市场洞察力和创造力，指导学生掌握文案策划 的依据和运作方法，培养学生文案写作与创作的 能力，使学生能够在文案岗位上完成广告文案创 作、微博、论坛等软文写作等工作，为学生毕业 后直接上岗从事文案工作奠定坚实的理论和实 践基础。 | 72 |
| 4 | 短视频策划与运 营 | 本课程是电子商务专业的一门专业课程，根据电 子商务职业活动必备的专业知识和能力分析整 合而成，主要介绍怎样制作短视频的电子商务专 业知识， 向本专业学生介绍主要利用 Premiere 与 AfterEffects 工具软件怎样制作短视频的专 | 108 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | 业知识及专业技能，从实战角度出发，让学生全 面、系统地了解利用 Premiere 与 AfterEffects 工具软件制作短视频的使用方法与精髓，了解视 频制作的实战方法与技巧，激发学生的学习兴 趣，摆正学生的学习、工作心态，为电子商务专 业学生本知识的学习与应用、实习与就业打下坚 实的基础。 |  |
| 5 | 电子商务网页设 计 | 电子商务网页设计是一门专业技能课程。本课程 的任务是：学习用 Dreamweaver 创建站点，添加 网页元素，使用表格布局设计静态网页的方法， 同时学习 Html 语言的基本结构与语法以及用 CSS 样式表来美化网页。通过本课程的学习，逐 步培养学生具备从事网页设计与制作的基本职 业能力，为学生职业生涯中持续性发展打下坚实 的基础。 | 72 |
| 6 | 跨境电商实务 | 本课程培养学生的外贸电子商务平台的操作、运 营与管理以及熟悉跨境业务流程的能力，以及培 养学生学会如何帮助企业开展跨境电子商务业 务，具体包括产品的选择、店铺的设计与制作、 平台规则的合理利用、物流的选择、问题的处理 等，具备从事外贸电子商务平台网店运营与管 理、跨境电子商务策划、跨境网络营销、跨境零 售客服等岗位的基础能力。 | 72 |
| 7 | 网店美工 | 本课程是电子商务专业的一门实践性较强的专 业基本技能课程。 旨在培养学生网店VI设计、 网店各种页面设计与装修、网店推广等各类活动 气氛营造和设计的基本职业能力，也为后续网页 设计与制作、网络营销及淘宝创业类课程的学习 打好基础。 | 72 |
| 8 | 直播营销与运营 | 本课程是中等职业学校电子商务专业的一 门专 业核心课程，是从事电子商务工作必须学习的课 程，将为后续学习其他专业方向（或专业）课程 奠定基础。 旨在培养学生对直播平台的理解和对 直播工具的运用能力，帮助学生全面理解和认识 直播营销，为把握当下的营销形式和手段奠定良 好的基础。课程以学生为中心，工作过程为线索， 工作任务为载体，组织课程内容和课程教学，以 真实直播营销业务的形式导出，激发学习兴趣， 明确学习方向，于教学中启发与引导。学生在完 成各项具体工作任务的过程中来构建相关理论 知识，发展职业能力。 | 72 |
| 9 | 电子商务推广 | 本课程是电子商务专业的一门综合技能课程。要 求学生掌握网店团队建设、网店宝贝管理、网店 | 108 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | 销售促进、网店客服咨询、网店售后服务、运营 数据分析等专业技能和方法技巧；指导学生掌握 产品促销策略、网店平台推广、百度搜索推广、 网络免费推广、网店口碑推广、网络站群推广等 专业技能和方法技巧，提高学生运营推广淘宝网 店的能力，促进学生创业项目的顺利实施。 |  |
| 10 | 新媒体营销 | 本课程是电子商务专业一门必修课程，是校企合 作开发的基于工作过程的课程。本课程的教学以 培养实用型、技术型人才为出发点，瞄准企业新 媒体营销领域岗位群的实际需要，以职业能力训 练为基础，坚持营销基础理论 “必需、够用”， 理论和实践紧密结合，采用多种教学方法与手 段，多给学生实践和参与的机会，提高学生实际 动手能力和处理实际问题的综合素质。 | 72 |
| 11 | 移动电子商务基 础 | 本课程是电子商务专业拓展课程。通过本课程的 学习，通过对电子商务支付与安全的基本概念、 基本理论的介绍，以及经典案例的解读，全面系 统地阐述了支付和安全在电子商务领域中的应 用本教材内容共分 9 个模块，以电子交易与支付 为核心，叙述了电子支付工具、网上金融的知识 及应用；从电子商务系统的安全角度出发，详细 叙述了技术层面的网络安全技术、安全协议与认 证的内容，并介绍了电子商务支付的法律保障。 | 72 |

3.专业拓展课程

本方案专业拓展课程设置 8 门，包括： 电子商务数据分 析、视觉营销设计、视频编辑制作、 电子商务法律、微信营

销、商贸英语、消费心理学、 电商创业实践。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 主要教学内容与要求 | 学时 |
| 1 | 电子商务数据分 析 | 本课程是中等职业学校电子商务专业的一门专 业拓展课程，是从事跨境电商工作必须学习的课 程，通过学习理解数据分析指标体系概念；掌握 数据分析的方法与方法论，能根据数据运营目标 采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘 等数据；运用数据分析工具，对市场数据、客户 数据、推广数据、客户服务数据、销售数据、物 流数据进行全过程分析及可视化呈现；撰写数据 分析报告，提出运营优化和改进建议。 | 72 |
| 2 | 视觉营销设计 | 本课程是电子商务专业的一门课程， 旨在培养学 生的创意和审美观，帮助学生理解图、文、色彩 | 72 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | 的搭配方式，掌握相关平面设计和音视频制作软 件的使用方法；能够根据店铺定位进行 PC 端、 移动端页面装修；设计与制作企业品牌类图形元 素及宣传物料； 结合产品特点与包装材质设计 产品内外包装；能进行新媒体平台页面的配图排 版、主题设计，及时分析新媒体发展，提出视觉 提升方案； 能够策划、拍摄与剪辑短视频等活 动。 |  |
| 3 | 视频编辑制作 | 本课程主要任务是：培养学生在短视频拍摄与剪 辑工作岗位中，熟练掌握短视频策脚本撰写、短 视频 拍摄、短视频后期剪辑、短视频运营等职 业技能，能 够策划、拍摄、制作出较高水平的 短视频作品，在淘 宝、抖音等平台运营。 | 72 |
| 4 | 电子商务法律 | 本课程是电子商务专业拓展课程。通过本课程的 学习，让学生电子商务法律法规方面的知识，内 容包括电子商务的界定与电子商务法概述、电子 商务主体法律法规、电子合同的法律法规、电子 支付的法律法规、快递物流的法律法规、知识产 权保护的法律法规、消费者权益保护的法律法 规、安全交易的法律法规、税收的法律法规、争 议解决的法律法规、电子商务的法律责任。 | 72 |
| 5 | 微信营销 | 本课程是电子商务专业的拓展课，也是一门理论 与实际操作紧密结合、知识与技能并重的课程。 本课程的教学在于使学生在掌握微营销基本理 论和基本知识的基础上，熟悉微营销工作的具体 流程和主要内容，即以移动互联网为主要沟通平 台，配合传统网络媒体和大众媒体，通过有策略、 可管理、持续性的线上线下沟通，建立、转化、 强化顾客关系，实现客户价值的一系列过程。 | 72 |
| 6 | 电子商务支付与 安全 | 本课程是中等职业学校电子商务专业的一 门专 业拓展课程，其教学内容与要求应紧密围绕电子 商务环境中支付过程的安全性展开， 旨在培养学 生理解并掌握电子商务支付的基本原理、安全技 术、风险管理及法律法规等方面的知识与技能。 | 54 |
| 7 | 电子商务案例分 析 | 本课程是中等职业学校电子商务专业的一门专 业拓展课程， 旨在通过深入分析实际案例，帮助 学生将理论知识与实际操作相结合，提升解决电 子商务领域实际问题的能力。 | 54 |
| 8 | 消费心理学 | 本课程是电子商务专业的一门专业基本技能课 程。 旨在培养学生分析消费者购买心理，熟练应 用销售策略的能力。要求学生了解消费者购买商 品的心理特征，学会观察消费者的心理表现，使 学生通过分析消费者心理和购买行为，随机应变 | 108 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | 的采取营销策略。 |  |
| 9 | 电商创业实践 | 本课程是电子商务专业拓展课程。通过本课程的 学习，综合电子商务专业前导课程进行网上创业 实战。 | 144 |

4.实践性教学环节

本环节主要包括校内外实训、 岗位实习、毕业设计、社 会实践等。本专业严格执行《职业学校学生实习管理规定》 和《电子商务专业顶岗实习标准》要求，在校内外进行网店 美工、 网店运营、 网店直播、 网络营销、跨境电商等综合实 训。实训实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，

应注重理论与实践一体化教学。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 实习项目 | 教学内容与要求 | 参考学时 |
| 网店美工 | 1.能够编辑商品原图或图片素材的尺寸、亮度、色调 等；2.能够通过抠图、修复等手段进行图片的美化， 提升图片质感；3.能够增加图片的营销信息，提升视 觉营销效果。 | 3 周 |
| 网店运营 | 1.能够编辑、维护网店商品内容，上传商品；2.能够 制定网店的销售目标及预算，负责商品的促销、专题 的策划与执行；3.能够进行商品关键词选取、优化及 竞价排名：4.能够制定各种活动报名计划和周期，跟 进活动效果；5.能够分析店铺数据，制定相应对策， 进行跟踪调整。 | 4 周 |
| 网店直播 | 1.熟悉各直播平台的开通流程，熟悉线上直播间的装 修功能，能够进行商品发布与设置；2.能够进行直播 预热；3.能够进行直播脚本设计，熟知直播基本流程， 熟悉直播间常用互动玩法；4.能够熟练掌握售后问题 的处理方法，能够进行粉丝关系管理；5.能够进行直 播大盘数据分析。 | 3 周 |
| 网络营销 | 1.能够收集、编辑、维护网站相关栏目、频道的信息： 2.能够制定网站运营推广计划，策划网站日常活动方 案，并负责组织资源执行：3.能够实施网站 SEO，使 其符合搜索引擎喜好，获得较好的自然排名；4.能够 策划网络广告，利用各种社会化媒体工具开展线上线 下互动营销等活动，提升网站知名度和品牌效应；5. 能够分析网站运营的各项用户数据，优化网站功能， 提升网站运营效果等。 | 3 周 |
| 跨境电商 | 1.能够注册速卖通网店并激活国际支付宝；2.能够注 | 3 周 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 册 ebay，并激活 epay；3.能够熟练掌握平台规则， 准确选择产品类目，并合理拟定产品英文标题和选定 关键词；4.能够准确填写产品信息；5.能够进行价格 和利润核算；能够进行平台营销设置；7.能够进行客 户服务；8.能够进行跨境电商发货。 |  |

5.教学相关要求

落实课程思政，构建 “ 三全育人 ”机制。提高站位， 以 知促行，推进全员、全过程、全方位育人工作的政治自觉、 思想自觉和行动自觉。结合本专业人才培养特点和专业能力 素质要求，梳理每一 门课程蕴含的思想政治教育元素，发挥 专业课程承载的思想政治教育功能，创新思政课程教学模式，

推动“思政课程 ”与“课程思政 ”教学紧密结合， 同向同行。

推进新一代信息技术与绿色环保教育有机融合 。适应 “ 互联网+职业教育 ”新要求，积极建设智能化教学支持环 境，组织专业教师积极打造 “省级精品课程 ”，结合节能减 排、绿色环保意识融入专业课程教学和有关实践性（如：实 训室 5S 管理等）教学环节中，建设能满足多样化需求的课

程资源，利用信息技术的交流功能，服务学生终身学习。

推动书证融通与德育实践活动相结合。将职业技能等级 标准有关内容及要求有机融入本专业的课程教学中，积极组 织开展志愿服务活动以及其他实践活动，优化专业人才培养

方案。

十、教学时间安排及授课计划安排

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， 岗位实习按每周 30 学

时安排，5 年总学时数为 5136 学时。

公共基础课程学时占总学时的 34.70%，符合国家要求的

公共基础课程和学时。

注重实践性教学，公共基础课程和专业课程实践性教学 学时占比达 65.01%。选修课程学时含公共基础选修课程学时

和专业拓展课程学时， 占总学时的比例为 21.03%。

（一）教学时间安排

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 内容  周数  学年 | 教学（含理实一体教 学及专门化集中实训） | 复习  考试 | 机动 | 假期 | 全年  周数 |
| 一 | 36 | 2 | 2 | 12 | 52 |
| 二 | 36 | 2 | 2 | 12 | 52 |
| 三 | 36 | 2 | 2 | 12 | 52 |
| 四 | 36 | 2 | 2 | 12 | 52 |
| 五 | 38 | 1 | 1 | 5 | 45 |

（ 二）教学进程安排

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程类别 | | 序号 | 课程名称 | 总学时 | 实践学 时 | 总学分 | 按学年、学期教学进程安排  （教学周数/周学时） | | | | | | | | | |
| 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | 第四学年 | | 第五学年 | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 18 周 | 18 周 | 18 周 | 18 周 | 18 周 | 18 周 | 18 周 | 18 周 | 18 周 | 20  周 |
| 公共  基础  课 | 公共  必修  课 | 1 | 中国特色社会主义 | 36 | 6 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 心理健康与职业生涯 | 36 | 6 | 2 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 哲学与人生 | 36 | 6 | 2 |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | 职业道德与法治 | 36 | 6 | 2 |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 5 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论 体系概论 | 72 | 12 | 4 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |  |  |
| 6 | 思想道德与法治 | 54 | 6 | 3 |  |  |  |  |  | 3 |  |  |  |  |
| 7 | 形势与政策 | 18 | 0 | 1 |  |  |  |  |  | 1 |  |  |  |  |
| 8 | 习近平新时代中国特色社会主义思想 概论 | 36 | 6 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | 军事理论 | 36 | 0 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | 国家公共安全 | 36 | 36 | 2 |  |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 11 | 高等数学 | 36 | 18 | 2 |  |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 12 | 大学英语 | 72 | 18 | 4 |  |  |  |  |  |  | 2 | 2 |  |  |
| 13 | 语文 | 324 | 40 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 14 | 历史 | 72 | 4 | 4 |  | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 15 | 数学 | 288 | 36 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 |  |  |  |  |  |  |
| 16 | 英语 | 288 | 96 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 |  |  |  |  |  |  |
| 17 | 信息技术 | 108 | 72 | 6 | 2 | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18 | 体育与健康 | 288 | 216 | 16 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |  |  |
| 19 | 艺术（音乐美术） | 36 | 36 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 20 | 劳动教育 | 18 | 18 | 1 |  |  |  |  | 1 |  |  |  |  |  |
| 小计（ 占总课时比例 ）37.50% | | 1926 | 638 | 107 | 24 | 22 | 18 | 16 | 9 | 6 | 8 | 4 |  |  |
| 公共  选修  课  （12  选 8 ） | 1 | 四史教育 | 36 | 0 | 2 |  |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 2 | 中华优秀传统文化 | 36 | 4 | 2 |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 3 | 职业发展与就业指导 | 36 | 6 | 2 |  |  |  |  |  |  |  | 2 |  |  |
| 4 | 创新创业教育 | 36 | 6 | 2 |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 5 | 职业素养 | 36 | 6 | 2 |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | 应用文写作 | 36 | 18 | 2 |  |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 7 | 健康教育 | 36 |  | 2 |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |
| 8 | 环保教育 | 36 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 9 | 海洋科学 | 36 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | 艺术素养 | 36 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  | 2 |  |  |
| 11 | 文化修养 | 36 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12 | 文化自信 | 36 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 小计（ 占总课时比例 ）5.61% | | 288 | 40 | 16 |  |  | 2 |  | 4 | 2 | 4 | 4 |  |  |
|  | 专业  基础  课 | 1 | 电子商务基础 | 72 | 18 | 4 | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 市场营销基础 | 72 | 18 | 4 |  | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 图形图像处理 | 108 | 72 | 6 |  |  | 4 | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 4 | 电子商务物流管理 | 36 | 18 | 2 |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 5 | 商品拍摄与处理 | 108 | 72 | 6 |  |  |  | 6 |  |  |  |  |  |  |
| 6 | 网络营销 | 54 | 27 | 3 |  |  |  |  | 3 |  |  |  |  |  |
| 7 | 商务沟通与礼仪 | 36 | 18 | 2 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | 电子商务客户服务 | 72 | 36 | 4 |  |  |  |  |  |  | 4 |  |  |  |
| 小计（ 占总课时比例 ）10.86% | | 558 | 279 | 31 | 4 | 6 | 4 | 10 | 3 |  | 4 |  |  |  |
| 专业 | 1 | 网店运营实务 | 108 | 108 | 6 |  |  |  |  |  | 6 |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 核心  课 | 2 | | 电子商务技能实战 | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  |  |  |  | 4 |  |  |
| 3 | | 商务文案策划 | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  |  | 4 |  |  |  |  |
| 4 | | 短视频策划与运营 | 108 | 108 | 6 |  |  | 4 | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 5 | | 电子商务网页设计 | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  |  |  | 4 |  |  |  |
| 6 | | 跨境电商实务 | 72 | 54 | 4 |  |  |  |  |  |  | 4 |  |  |  |
| 7 | | 网店美工 | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  |  | 4 |  |  |  |  |
| 8 | 直播营销与运营 | | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |  |  |
| 9 | 电子商务推广 | | 108 | 108 | 6 |  |  |  |  |  | 6 |  |  |  |  |
| 10 | 新媒体营销 | | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |  |  |
| 11 | 移动电子商务基础 | | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |  |  |
| 12 | 毕业设计 | | 144 | 144 | 8 |  |  |  |  |  |  |  |  | 8 |  |
| 小计（ 占总课时比例 ）20.33% | | | 1044 | 1026 | 58 | 0 |  | 4 | 2 | 12 | 20 | 8 | 4 | 8 | 0 |
| 专业  拓展  课 | 1 | | 电子商务数据分析 | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  |  |  |  | 4 |  |  |
| 2 | | 视觉营销设计 | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  |  |  | 4 |  |  |  |
| 3 | | 视频编辑制作 | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  |  |  |  | 4 |  |  |
| 4 | | 电子商务法律 | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  |  |  |  | 4 |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 5 | 微信营销 | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  |  |  |  | 4 |  |  |
| 6 | 电子商务支付安全 | 54 | 54 | 3 |  |  |  |  |  |  |  |  | 3 |  |
| 7 | 电子商务案例分析 | 54 | 54 | 3 |  |  |  |  |  |  |  |  | 3 |  |
| 8 | 消费心理学 | 108 | 108 | 6 |  |  |  |  |  |  |  |  | 6 |  |
| 9 | 电商创业实践 | 144 | 144 | 8 |  |  |  |  |  |  |  |  | 8 |  |
| 小计（ 占总课时比例 ）14.02% | | 720 | 720 | 40 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 16 | 20 |  |
| 顶岗实习 | | | | 600 | 600 | 33 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 |
| 周学时及学分合计 | | | |  |  | 285 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 30 |
| 总学时 | | | | 5136 | | | | | | | | | | | | |

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 ，将师德师风作为师资队伍建设

的第一标准。

1.队伍结构

专任教师中具有高级专业技术职务比例 25%； “双师型 ”

教师占专业课教师数比例 100%； 师生比为 18:1；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， 了解国内外商贸行业 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

具有中职或以上学段专业教师资格证书；具有市场营销、 工商管理等相关专业学历；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

主要从本专业相关行业企业的高技术技能人才中聘任， 应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，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 专业教学任务。应建立专门针对兼职教师聘任与管理的具体

实施办法。

（ 二）教学设施

主要包括能满足正常的课程教学、实习实训所必需的专

业教室、实训室， 以及实习实训基地。

1.专业教室基本条件

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，互联网接 入或无线网络环境，并具有网络安全防护措施。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

持逃生通道畅通无阻。

2.校内外实训室基本要求

符合教育部高等职业学校电子商务专业实训教学条件建 设标准。产教融合实训基地建筑 面积 1000 ㎡ ，价值 140 万元，可进行京东客服、拼多多店 铺运营、视频剪辑、直 播等内容的实习与实训， 同时配有其 他辅助实训室，助力

学生学习计算机及电商专业基础知识， 实训与实用并举，

可以有效的开展项目化教学工作。

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 实训  教学  分类 | 实训教  学场所 | 实训教  学任务 | 实 训 设 备 | | | | |
| 序 号 | 名 称 | 单 位 | 数 量 | 参考价  格  （元） |
| 基础  实验  室 | 计算机基  本操作实  训室 | 计算机  基本操  作 | 1 | 方正电脑 | 台 | 100 | 500000 |
| 2 | Acer 宏基投影仪 | 套 | 1 | 5000 |
| 基础  实验  室 | 计算机图  像处理及  网页制作  实训室 | 1.图形 图像课 程（PS 等 ）的  实训；  2.常见  办公设  备使用 及维护 （打印 机、扫 描仪、  刻字  机、压  模机  等）。 | 1 | DELL 电脑 | 台 | 60 | 450000 |
| 2 | 48 口千兆交换机 | 台 | 1 | 3000 |
| 3 | 彩色打印机 | 台 | 1 | 10000 |
| 4 | 美的空调 | 台 | 1 | 7000 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 技能  实训  室 | 短视频策  划与制作  实训室 | 短视频  的策  划、制  作与运  营 | 1 | 清华同方电脑 | 台 | 60 | 300000 |
| 2 | 48 口交换机 | 台 | 1 | 3000 |
| 3 | 格力空调 | 台 | 1 | 6000 |
| 4 | SANYO 投影仪 | 台 | 1 | 6000 |
| 仿真  模拟  式 | 电商工坊 | 电商实  训 | 1 | 戴尔电脑 | 台 | 60 | 360000 |
| 2 | 投影仪 | 套 | 1 | 6000 |
| 3 | 空调 | 台 | 2 | 6000 |
| 4 | 交换机 | 台 | 2 | 6000 |
| 5 | 网络机柜 | 套 | 1 | 2000 |
| 技能  实训  室 | 客服实训  室 | 客服实  训 | 1 | 清华同方电脑 | 台 | 60 | 300000 |
| 2 | 投影仪 | 套 | 1 | 6000 |
| 3 | 交换机 | 台 | 1 | 3000 |
| 4 | 空调 | 台 | 1 | 6000 |
| 技能  实训  室 | 网店运营  实训室 | 网店运  营 | 1 | 清华同方电脑 | 台 | 60 | 300000 |
| 2 | 模拟系统 | 套 | 1 | 180000 |
| 3 | 投影仪 | 套 | 1 | 6000 |
| 4 | 空调 | 台 | 1 | 6000 |
| 技能  实训  室 | 生产型 | 1.京东  客服  2.拼多 | 1 | 直播设备 | 套 | 2 | 100000 |
| 2 | 摄像机 | 台 | 16 | 240000 |
| 3 | 客服坐席 | 套 | 160 | 800000 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 产教综合  示范基地 | 多店铺  运营  3.视频  剪辑  4.直播 | 4 | 电脑 | 台 | 50 | 250000 |

选择优质企业开展校企合作，建立校外实训基地，保障 短期实践项目教学、顶岗实习等教学活动实施，提供教师企

业挂职锻炼岗位，实现教师轮岗实践，提升教师“双师素质”。

3.校外实训基地基本要求

校外基地主要功能有：

认知实习：在相关课程中适当安排 2～ 4 学时到校外实 训基地进行参观实习，对课程所涉及知识产生感性认识，收 集相关的实际案例，在课堂中进行分析解决， 同时感受企业

的工作环境与气氛。

产学研合作：通过教师与校外实训基地企业的深入沟通， 了解企业一线的需要解决的技术难题 ，通过帮助企业解决技 术难题 ，建立起校企互信合作 ，逐步承担企业的技改 、开发 等项目 ， 同时提高教师的实践能力和技术水平 ，从而在课堂

上言之有物，提高教学水平。

顶岗实习： 学生通过课程《顶岗实习》在企业生产一线 上岗工作，全面了解和掌握所学专业知识在实际生产中的应 用，锻炼学生综合运用所学的专业知识和基本技能，去独立

分析和解决实际问题的能力，把理论和实践结合起来，提高

岗位技能， 了解自己未来的发展方向，进一步养成良好的职

业素养，为正式就业打下基础。

4.实习场所基本要求

符合《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 应能提供销售、销策划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，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

教学资源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.教材的选用

选用符合国家中等职业学校专业教学标准的教材。教材

要体现 “ 以服务为宗旨， 以就业为导向 ” 的职业教育办学方

针，体现以学生为主体， 以教师为主导的理念，具有可读性、 趣味性、实践性、可操作性。严格执行学校制定的教材选用 和开发制度；公共基础课统一使用国规和省荐教材，专业技 能课尽量选用国家规划教材和省荐教材，所有教材在省教材

选用平台中应选尽选。

2.数字化资源建设

重视优质教学资源建设和网络信息资源的开发与利用， 构建与该课程配套的相关资源，使学生能够尽快适应、 了解 和掌握将来所从事的工作。教师通过教学软件、 电子课堂以 及多媒体设备等，充分利用模拟实训室的设施进行教学，并 配以直观形象的幻灯片、动画、视频等教学资源， 以调动学 生学习积极性、主动性，促进学生理解、接受课程知识和业 务流程；充分运用网络课程资源，利用 i 博导教学管理平台、 先电平台开展混合教学。开发并利用现有的电子书籍、 国家 精品课资源共享资源库、各大网站等网络资源组织教学，使 教学内容从单一走向多元，使学生的知识和能力的拓展成为

可能。

3.图书资料建设

根据行业产业发展以及专业特点， 以职业能力需求为出 发点，联合行业企业及时更新、补充教学内容，积极开发实 训手册、校本教材、精品课程、微课、教学平台等教学资源。 主要包含： 《电子商务法》 《中国电子商务法律法规政策汇 编》 《电子商务概论》 《电子商务优秀设计案例》 《电子商

务数据分析》等书籍， 以及《电子商务》 《商业经济研究》

等专业学术期刊， 同时使用现代化图书软件，实现高效管理，

方便师生查询、借阅，做到及时更新，科学剔除。

（四）教学方法

公共基础课程教学，根据教育部有关教育教学及 “ 三教 ”

改革的要求，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扎实基础。

专业基础课可以采用项目教学、启发式教学、情景教学、 案例教学等方法，利用集体讲解， 师生对话，小组讨论、案 例分析、模拟经营、企业参观等形式，配合教学软件、多媒 体教学课件、数字化教学资源等手段，使学生更好地理解和 掌握电子商务的各项基础技能，为以后的学习和创业进行铺

垫。

专业技能方向课可以采用任务驱动式教学、理实一体化 教学、项目教学等方法组织教学，运用启发式、探究式、讨 论式、参与式教学形式，利用模拟情景分析、集体讲解、小 组讨论、案例分析、分组训练、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，使学生体验电子商务的运营过程，达到能灵活运 用电子商务技术、营销等方面技能的教学目的，提升教学效 率。注重实践操作，运用小组合作、成果展示、技能比赛等 教学方式开展教学活动。教学中应注重情感态度和职业道德

的培养，将文化基础课相关知识与专业训练相融合，注重知

识的应用 。应突出学生的主体作用，使学生在 “做中学 、学 中做 ” 的工作过程体验中完成学习任务，培养学生分析问题、

解决问题能力。

（五 ）学习评价

根据本专业培养目标和以人为本的发展理念，建立科学 的评价标准。学习评价体现评价主体、评价方式、评价过程 的多元化，广泛吸收学生、家长、行业企业、研究行业和其 他社会组织参与评价，实现评价方式多元化，积极探索第三

方参与的教学质量评价机制。

以实习实训考核为主， 以理论教学考核为辅，注重 “ 能 力融合 ” “技术综合 ” 的现代考试观念， 以职业资格认证与

技能大赛为评价指标。

考核方式采用阶段过程性考核与综合考核相结合的方 式，可由随堂进行的技能考核、 电子商务项目各个阶段结束 点的综合考核以及课程结束时的最终考核组成。技能考核以 电子商务项目管理中的具体技能任务为主，采用作业和练习 的方式；综合考核采用作品展示等形式，考核根据各个情景 结合现实项目管理的实施， 以小组为单位，分别完成项目管 理各阶段里程碑报告；最终考核以学生每 4—6 人组成项目 小组，按电子商务项目管理的概念阶段、规划阶段、实施阶 段和收尾阶段四个不同阶段，开展电子商务项目的综合设计

方案评比。

坚持过程性评价与结果性评价相结合、主观评价与客观

评价相结合的多元化评价原则。过程性评价，应从感情态度、

对应技能方向岗位能力、职业行为等多方面对学生在整个学 习过程中的表现进行综合测评；结果性评价应从完成项目的 质量、技能的熟练程度等方面进行评价。过程性评价内容包 括：参加学习的课时、学习过程的参与程度、过程成果、技 术操作与应用；结果性评价内容包括：分小组汇报总结，上

交项目实施报告，汇报演讲、项目答辩考核成绩等。

理论教学考核采用课堂表现评价、作业评价、学习效果 课堂展示、综合笔试等多元评价方法。考核比例及要求如下： ①平时成绩占 20%。主要包括对出勤情况、课堂提问、讨论、 作业等情况进行评价。 ②课程实训练习占 40%。采用学生自 评、学生互评、教师评价、企业评价方式对学生进行评价， 分项目视实训完成情况记成绩。 ③期末考试（考查）成绩占 40% 。根据不同课程性质采用闭卷形式或开卷形式 、理论考

试或动手实践操作、纸质考试或上机考试进行。

坚持以自我评价、 同学评价、教师评价等多元化评价体 系。坚持以学习能力、营销能力、创新能力、协作能力等评

价指标组成的多方位评价标准。

考核评价应纳入一定的电商企业专业人员评价（课堂成 果、顶岗实习评价。各阶段评价还要重视对学生遵纪守法、 规范操作等职业素质形成，兼顾对节约意识， 网络安全考核

意识的考核，重要实际操作在实际中的应用。

（六）质量管理

1. 中职学校应联合高职院校建立专业人才培养质量保

障机制，建立专业建设和教学质量管理机制，创建与高职高

专人才培养模式和课程模式相适应的教学管理制度。完善人 才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训以 及资源建设等质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质

量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2.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.专业教研组织应建立集中备课制度，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。

4.建立毕业生跟踪反馈、社会评价与在校生培养改革联 动机制，定期对生源情况、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。

十二、毕业要求

（一）学业考核要求

学生通过规定年限的学习 ，修满电子商务专业人才培养 方案所规定的学时学分 ，完成规定的教学活动 ，达到电子商 务专业人才培养方案所规定的素质、知识和能力等方面要求。 按照课程类型的不同 ，采用不同的考核与认证方法 。职业核 心能力课程和专业基本技能课程由校内教师考核 ；单列实习 实训由校内 、外指导教师共同考核， 以校内为主；顶岗实习

由校内外指导教师共同考核， 以校外为主；专业核心技能课

程采用 “课程考核职业技能认证 ” 的方式进行考核。单项课 程成绩考核不足 60 分者不予合格，必修课必须重修。顶岗 实习毕业生实习成绩不合格必须重修。通过综合素质评价平

台考核要求，最低学分要求不低于 265 分。

（ 二）证书考取要求

学生在校期间可考取 1+x 电子商务证书、全国计算机等 级考试、普通话水平证书等，职业技能等级标准有关内容及 要求有机融入专业课程教学，优化专业人才培养方案。 1+x 证书制度的有效实施，可将课程体系、课程结构两方面与 x 证 书相融 通。 在教 学 过 程 中， 运用 “ 嵌入 法 ”“ 补 充 法 ”“强化法 ”等教学方法，对比人才培养方案中 “ 学习内 容、知识能力要求、职业范围 ”等描述与证书内容和要求进 行比对，直接与 x 证书进行对接，将证书的全部内容嵌入专 业课程体系中，学生在完成校内课程的基础上，学习相关专 业知识，通过对比、分析、划分大部分一致的课程，再对有 差异的课程进行多种专业方向课程体系构建， 以实践课的形 式进行证书课程的补充，对某些重点职业需求的技能课程进 行方法强化，增加专业课程体系的学时，并重新划分专业基

础课、专业主干课以及专业核心课。

（三）继续专业学习深造建议

本专业毕业的学生已基本达到企业相应岗位的入职要 求，继续专业学习主要从提高专业经验和接受更高层次教育

两个方面进行。

提高专业经验主要在企业接受企业内部或外部的专门 培训和训练。学生可接受企业组织的岗前培训，让学生走出 去，让企业伸进来，还可按照企业所需人才标准，定向学习，

在实践中发挥自身能力，加强自身素质。

接受更高层次教育则在毕业前，选择与电子商务专业及 相关专业对接的本科专业，通过 “专升本 ”方式进入本科院 校，专业可选择市场营销、 电子商务、跨境电子商务、 网络 营销等相近专业，继续完成本科学习；除此以外，还可以参 加自考本科，成绩合格后由主考学校和高等教育自学考试委 员会联合颁发本科毕业证书，获得国家承认证书，还可参加 成人高考，根据自身情况选择脱产、业余、 函授等不同学习 方式进行学习，提高自身学历。专科毕业满 2 年或获得本科 学历后，通过研究生入学考试，授受全日制或非全日制硕士

研究生教育。

附件 1： 电子商务专业课程标准

附件 2：师资配备标准

附件 3：实验（实训） 室及设备配备标准

附件 4： 电子商务专业人才培养模式和课程体系改革调

研分析报告

附件 5：培养方案与原中高职人才培养方案的比较报告

附件 1：电子商务专业课程标准

《电子商务基础》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的专业基础课程 ， 以电子商务实 际业务为背景 ， 以电子商务活动为主线 ，依托电子商务师实 验室软件平台的体验性实验 、操作性实验和创业性实验 ，采 用理论实践一体化教学模式 ，实行项目教学和任务驱动 ，使 学生熟练掌握电子商务主要业务流程 ，知晓电子商务的基本 概念 、基本原理 、关键技术及其电子商务企业的应用 。学习 本课程要求学生具有一定的计算机基本操作能力、 网络技术、 数据库技术、管理学及营销等相关知识与能力，在此基础上， 准确地理解和把握网络营销 、物流配送 、 电子支付 、 网站建

设等相关的内容。

本课程是实践性很强的课程，应着重培养学生的商务实 践能力，其主要途径应是商务实践，坚持理论够用为度的原 则，重视操作技能的培养，不宜刻意追求电子商务知识的系 统和完整。课程应贴近实际需要，符合学生认知特点，激发 并保持学生的学习兴趣，通过反复的实战练习，将其应用于 生产生活实际，培养学生知识探索的乐趣、 良好的思维习惯

和初步的科学实践能力。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）具有高度的责任感，有严谨、认真、细致和吃苦 耐劳的工作作风；

（2）具有团队精神和合作意识，具有协调工作的能力 和组织管理能力；

（3）具有改革创新精神；

（4）遵守行业规程，保守商业秘密。

2.知识目标

（1）理解电子商务的基本概念、分类、商业模式，掌

握电子商务业务流程， 了解电子商务在信息时代的重要地位、

应用范围和发展前景、 国内外电子商务的发展现状及趋势，

以及电子商务的发展对企业经营和社会发展的影响。

（2） 了解网上消费者的特点及购买行为，理解网络营 销的概念、 特点和分类，掌握网络营销手段、策略， 了解

网络广告的类型和特点，掌握网上市场调研的方法、步骤。

（3）理解物流概念、现代物流模式、供应链管理、 电

子商务与物流等内容， 了解物流的发展。

（4）理解并掌握目前电子商务支付与安全中存在的主 要问题及相应的安全措施， 了解电子支付工具种类、加密技

术、数字证书、防火墙工作的原理。

（5） 了解电子商务网站的基本架构、 电子商务网站内 容与功能设计、 电子商务网站管理等相关知识。 了解国内外 典型电子商务网站，熟悉它们的经营状况、业务流程、商业

模式，能够对同类或不同类网 站进行比较分析。

3.能力目标

（1）熟练掌握电子商务实验室软件中 B2C、C2C、B2B、 EDI、物流、 网络营销、CA 认证、 网上银行等模块操作流程， 并能将所学技能创造性地应用于淘宝、阿里巴巴等知名电子

商务网站的实践。

（2 ）掌握市场调研、营销策划、 电子商务案例分析方 法以及电子商务商业计划书的写作规范，培养学生的分析能

力和创新能力；

（3）利用模板建立网上商店，并进行商品管理和分类 管理， 以及商品推荐、 网店维护等技能。

三、课程结构与内容

1.课程结构

按照 “ 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 ” 的总体设计要求， 以培养高 素质技能型人才为目标，跟踪电子商务领域的发展，反映电 子商务的实践及电子商务教 学改革的最新成果；依据工作 任务完成的需要、高等职业学校学生的学习特点和职业能力 形成的规律，按照 “ 学历证书 与职业资格证书嵌入式 ”的 设计要求确定课程的知识、技能等内容。 以电子商务的实际 业务为背景， 以电子商务活动为主线， 内容涉及电子商务网 站建设、 电子商务安全、 电子商务营销、 电子商务与物流、

电子商务案例分析，体现理论实践一体化的职业教育理念。

2.课程内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建议学 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  | 时 |
| 1 | 第一章  电子商务  概述 | 任务一 电子商务的概 念与特征 | 电子商务概述，主要介绍电子商 务领域的基本概念、行业背景、 发展趋势在引导教学法下实施 分组教学法、案例教学法、讲授 法。能根据教学法要求设计教学  情景； | 4 |
| 任务二 电子商务的组 成、基本框架 | 5 |
| 电子商务的产生与发 展 | 3 |
| 2 | 第二章  电子商务  模式 | 任务一 B2C 电子商务 | 在引导教学法下实施分组教学 法、案例教学法、讲授法。 能根 据教学法要求设计教学情景；学 生通过在网上拍卖过程中的实 践操作， 深刻了解电子商务模 式的内涵和本质， 以及该种模式 的 前台业务流程及后台管理。 | 2 |
| 任务二 C2C 电子商务 | 5 |
| 任务三 B2B 电子商务 | 5 |
| 3 | 第三章网 络营销 | 任务一 网络营销概述 | 在引导教学法下实施分组教学  法、案例教学法、讲授法。 能根  据教学法要求设计教学情景；充  分理解产品策略、定价策略、分  销策略、促销策略)的 含义、具  体策略和实施方法 | 5 |
| 任务二 网络营销常用 的方式 | 3 |
| 4 | 第四章 网络支付 | 任务一 网络支付概述 | 在引导教学法下实施分组教学  法、案例教学法、讲授法。 能根  据教学法要求设计教学情景  讲解电子商务支付系统面临的  安全问题，如信息泄露、欺诈等。  分析解决这些安全问题的常见  方案，如加密技术、认证机制等。  通过案例分析，让学生了解实际  应用中的安全问题及解决方案。 | 4 |
| 任务二第三方支付 | 3 |
| 任务三移动支付 | 3 |
| 5 | 第五章  电子商务  物流 | 任务一物流与电子商 务物流 | 通过讲解电子商务物流的基本  概念和重要性，让学生了解其背 景和意义。  通过分析具体的电子商务物流  案例，让学生了解其基本流程和 操作方法。  通过小组讨论，让学生互相交流  和学习，加深对电子商务物流的 理解和掌握。  。 | 3 |
| 任务二 电子商务物流 模式 | 2 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 6 | 第六章  客户服务  与 电子商  务客户服  务 | 任务一客户服务概述 | 通过教师讲解和案例让学生掌 握电子商务客户服务的作用，并  理解电子商务客户服务的工作  内容。 | 4 |
| 任务二 电子商务客户 服务 | 4 |
| 7 | 第七章 电子商务 相关技术 | 任务一互联网技术 | 通过教师讲解要求学生了解电  子交易中用户身份认证的方式，  理解各项认证  教学目的  技术的基本原理及其应用；掌握  数字凭证的含义、类型，并能申  请和使用数字凭证，对认 证中心有一定了解。 | 4 |
| 任务二 电子商务平台 建设与运营技术 | 3 |
| 任务三电子商务其他 相关技术 | 4 |
| 8 | 第八章  电子商务  网络安全  与法律保  障 | 任务一 电子商务网络 安全 | 教学过程中要运用案例教学、讨  论式教  学、实验教学、课程设计和项目  实训等方法和形式多样的现代  化教学手段， 以便学生更好的对  电子商务法的实际运用。 | 3 |
| 任务二 电子商务法律 保障 | 3 |

四、学生考核与评价

本课程实施过程考核评价方式。建立职业能力综合评价 体系， 以目标水平为主，阶段成绩为辅，结合课外作业、学 习态度以及本人课程学习技能的提高程度进行综合评价。强 调目标评价和过程评价相结合，注重作业过程、方法步骤的 正确性，加强实践性教学环节的考核，注重平时成绩记录。 平时对学生的考核内容包括出勤情况、在线学习习题完成情 况、课堂讨论等方面， 占期末总评的 50%。期末考试成绩占

期末总评的 50%。

五、教学实施与建议

1.教学方法

教学过程中既要采用示范教学法、演示和讲解等教学方

法， 同时也要采用录像、多媒体、实训室等教学资源进行辅

助教学。通过实训来激发学生的学习兴趣与成就感，教学过 程中要注重对学生电子商务技能培养，尽可能使学生在学习 专业知识和技能的过程中，有意识培养独立学习、获取新知 识的能力， 以及培养学生具备与工作过程结果紧密相关的预

测能力、决策能力、经营管理能力等。

2.教材编写与选用

本选用教材标准旨在为电子商务基础课程的教材选择 提供明确的指导和参考。通过选用符合标准的教材，可以确 保学生全面掌握电子商务领域的基础知识和基本技能，为其 未来的职业生涯打下坚实的基础。 同时，教材的选择也应注 重学生的实践能力和创新精神的培养， 以适应电子商务领域

的快速发展和变化。

3.教学实施与保障

(1)软硬件条件

按照电子商务专业的要求，本课程需要有以体现学生为 中心、“教、学、做 ”一体、工学结合的电子商务实训条件，

具体包括： 电子商务实训室、 电子商务实训资料。

(2)师资条件

电子商务概论由电子商务专业专职教师任教，专任教师

和兼职教师组成的具有 “双师 ”结构特点的教学团队。

4.课程资源开发与利用

（1）开发形象生动的多媒体课件， 以调动学生学习的 积极性和主动性，促进学生理解和掌握电子商务基本知识、

原理与操作。

（2）利用网络教学环境，借助电子商务平台，构建电 子商务网站或网店，通过网店业务实操，使学生认知电子商 务的各工作岗位工作内容与工作流程，提高学生的岗位职业

能力。

（3）建立网络教学资源平台，使师生共享多媒体课件、 电子教案、试题库、微课、教学视频等资源，为实现翻转课

堂和远程教学做好准备。

（4） 学校注重与企业的广泛合作，积极开发实习和实 训基地，充分利用企业资源，让学生深入了解电子商务企业 真实工作环境与工作内容，体验真实岗位工作，实现校企合

作，共同培养电子商务技能型人才。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-3 | 第一章 电子商务概述 | 9 | 理实一体化 |
| 4-6 | 第二章 电子商务模式 | 9 | 理实一体化 |
| 7-8 | 第三章网络营销 | 8 | 理实一体化 |
| 9-11 | 第四章 网络支付 | 14 | 理实一体化 |
| 12-14 | 第五章 电子商务物流 | 10 | 理实一体化 |
| 15-16 | 第六章 客户服务与电子商务 客户服务 | 8 | 理实一体化 |
| 17-19 | 第七章 电子商务相关技术 | 8 | 理实一体化 |
| 20-21 | 第八章 电子商务网络安全与 法律保障 | 6 | 理实一体化 |

《市场营销》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业基础课程 ，在教学中占有重要的 地位 。通过本课程的学习 ，一方面使学生掌握电子商务市场 营销的基本理论 、基本概念和基本方法 ，为进一步学习电子 商务其它专业课程及将来从事电子商务工作奠定基础 ；另一 方面使学生能分析和运用电子商务市场营销知识 ，训练学生 的基本营销能力 ，加深对理论知识的理解 ；营销评价实训通 过对已有的企业营销案例进行评价，培养学生理论联系实际、 分析问题和解决问题的能力 ，使学生获得改进营销的思路和 具体方法 ，并拓展学生视野 ，激发学生的创造性思维 ，提高 学生在电子商务市场营销方面的能力 。 即根据实际情况有分

析地把这些知识运用于实际工作中。

二、课程目标与要求

本课程要求学生掌握市场营销各模块的理论知识，能够 熟练营销理念，获得改进营销的思路和具体方法，并拓展学 生的视野，激发学生的创造性思维，提高学生在电子商务市

场营销方面的能力。

1.素质目标

（1）具备秉承商贸富国、兴商润民、德本财末、客户 至上、诚信共赢等职业信念和品德；

（2）具有 “ 以客户为本、一切为了客户 ” 的责任意识；

（3）能够熟练进行口语和书面表达与交流；

（4）具有团队合作能力；

（5）具备一定的商业信息技术与工具应用能力；

（6）具备数据意识和商务数据分析应用能力。

2.知识目标

（1 ）掌握营销基本概念、 了解现代营销观念及创新营

销理论；

（2） 了解企业战略计划，掌握营销管理的内容；

（3）掌握营销环境分析的内容与方法；

（4）掌握市场营销调研的内容与方法；

（5）掌握消费者市场、组织市场行为分析的方法；

（6）掌握市场细分、 目标市场选择、市场定位的方法；

（7 ）熟悉竞争者识别与分析的方法；

（8 ）掌握产品策略决策、 品牌与包装策略决策、价格 策略决策、渠道策略决策、促销策略决策的内容和方法；

（9）掌握企业营销计划、组织、执行及执行的方法。

3.能力目标

（1）能够进行顾客和竞争者分析；

（2）能够进行市场定位；

（3）能够进行营销组合策划；

（4）能够进行产品商业化；

（5）能够进行营销组合策略实施；

（6）能够进行品牌宣传；

（7）能够提出营销改进方案。

三、课程结构与内容

1.课程结构

《市场营销》课程的总目标是：通过学习理解市场营销 学在市场经济问题和企业营销问题分析中的重要作用，掌握 市场营销学理论的基本内容及掌握市场分析(包括市场调查 与预测 、消费者行为分析)的基本原理和方法，初步根据具 体任务和条件从事企业营销问题的调查研究。结合自己的专 业在定性分析的同时做好定量分析， 以适应企业营销问题的 实证研究、科学决策和营销管理的需要，结合其他课程中的 一些理论和方法能独立有关资料的搜集、整理、分析进而解 决企业营销中发生的问题，运用营销 4P 策略解决企业市场

营销中的实际问题。

2.课程内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建议 学时 |
| 1 | 项 目一认知市 场营销 | 任务一市场营销 概念 | 通过生活中的消费行为描述简 单的营销过程；  引入案例：举例说明创新营销理  念中的新媒体营销、 网络营销、 大数据营销等 | 2 |
| 任务二认识现代 市场营销 | 2 |
| 2 | 项 目二战略计  划与市场营销  管理 | 任务一企业市场 营销 | 通过典型案例掌握企业开展市 场营销战略规划过程，掌握波士  顿矩阵和通用电气矩阵的使用 方法；  通过案例了解企业开展市场营 销战略管理的主要内容。  引入案例：详细讲解营销管理过  程中的各种需求的含义和实施  条件及实施结果 | 2 |
| 任务二企业市场 营销战略 | 4 |
| 3 | 项 目三市场营  销环境分析与  评价 | 任务一认识市场 营销环境 | 案例引入，启发学生思考：影响  企业营销活动的宏观和微观因  素及其对企业的具体影响；学生  进行分组讨论，并鼓励学生进行  发言 | 3 |
| 任务二市场营销 环境分类 | 3 |
| 4 | 项 目 四市场营 销调研 | 任务一认识市场 营销 | 案例引入，课堂讨论企业开展营 销调研有哪些类型？调研内 | 4 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 任务二市场营销 调研 | 容？调研方法？ | 4 |
| 5 | 项 目五市场购 买行为分析 | 购买行为分析 | 通过案例和视频启发学生对不 同的消费者进行分析，讲授影响 消费者的具体文化、个人、社会 阶层和参照人群的因素及四种  典型的购买模式。 | 3 |
| 6 | 项 目六目标市  场营销战略决  策（STP） | 任务一 目标市场 战略 | 通过案例使学生理解市场细分  的含义及依据，掌握市场细分的  方法；通过案例讲授使学生了解  企业目标市场选择的重要性、方  法、及战略选择 | 3 |
| 任务二 目标市场 定位 | 2 |
| 7 | 项 目七竞争性 营销策略分析 | 任务一行业竞争 因素 | 通过案例，讨论各个典型行业的 竞争状况；  通过案例，讨论分析市场领导  者、挑战者、追随者、补缺者的  竞争战略 | 2 |
| 任务二行业竞争 类型 | 2 |
| 8 | 项 目八产品策 略 | 任务一产品概念 | 通过案例使学生理解整体产品  的概念，掌握分析给定商品的整 体概念分析的方法；  通过案例使学生了解产品组合 策略在企业的应用； | 2 |
| 任务二产品策略 | 3 |
| 9 | 项 目九品牌和 包装策略 | 任务一认识包装 | 通过案例讲授品牌对企业的重  大影响力级产品 品牌的属性及 相关策略；  案例讨论，饮料产品的包装策略 的在产品推广中的重要性。 | 4 |
| 任务二包装策略 | 4 |
| 10 | 项 目十价格策 略 | 任务一认识影响 定价因素 | 通过案例使学生理解商品价格  的影响因素，掌握商品定价和调 价的方法；  案例讨论，涨价及降价对消费者 心理的影响。 | 4 |
| 任务二企业定价 方法 | 3 |
| 任务三企业定价 策略 | 1 |
| 11 | 项 目十一分销 渠道策略 | 任务一市场营销 分销渠道 | 通过案例讲授使学生理解分销 渠道的重要性、渠道选择模式和 管理方法，并通过分组讨论，加 深对渠道选择的理解弄清影响 分销渠道选择的因素和分销策 略，掌握设计和管理分销渠道的  方法； | 1 |
| 任务二 网络营销 分销渠道 | 2 |
| 任务三分销渠道 设计 | 2 |
| 12 | 项 目十二促销 策略 | 任务一促销组合 | 通过案例讲授帮助学生了解促  销的重要性和促销的方法和实 施情况。 | 2 |
| 任务二促销方式 | 2 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | 通过案例讨论， 了解企业营销活 动过程中人员推销、广告、公共 关系、营业推广的主要内容分。 |  |
| 13 | 项 目十三市场  营销计划、组  织、执行与控  制 | 任务一市场营销 战略 | 通过案例讲授营销活动的实施 与控制的重要性和操作方法，鼓 励学生积极发言，对所给定的案 例进行分析企业的营销组织结 构的优劣和营销活动计划的改  进措施。 | 2 |
| 任务二市场营销 计划制定 | 2 |
| 任务三市场营销 执行与控制 | 2 |

四、学生考核与评价

改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价、过程

性评价与目标评价相结合，理论与实践一体化的评价模式。

关注评价的多元性，结合课堂提问、项目成绩、综合测

试，全面评价学生成绩。

应注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力 的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全

面综合评价学生能力。

课程总成绩=平时成绩 20%+阶段测验 30%+期末考核50%。

其中：平时成绩包括考勤 30%、作业 30%、课堂表现 40%。

五、教学实施与建议

1.教学方法

在讲授基本理论时，应结合电子商务市场营销的发展趋 势引进新案例新实例并加以分析，增强学生的理解;在讲授 基本方法时，应多讲解方法的原理及应用，边讲解边演示解

题方法。

2.教材编写与选用

教材优先选用国家规划、获奖教材或近三年新出版教材。

根据本课程标准以及教学实际需要， 以我校实际人才培养目

标为导向，有针对性的建设符合我校电子商务专业需求的教 材内容。市场营销作为电子商务专业的重要学科，其教材的 选择对于学生的学习效果至关重要。本文档旨在明确市场营 销教材选用的标准， 以确保所选教材能够满足知识体系全面、 实践案例丰富、最新趋势研究、学习资源多样、作者出版商 声誉良好、实战案例分析深入、系统性与全面性并重以及优 先选择数字化等要求。教材内容体现思想性、科学性、先进 性、实用性等要求，及时反映行业企业的新知识、新技术、

新工艺、新流程。

3.教学实施与保障

通过完善教学资料不断加强对课程资源和现代化教学 资源的开发和利用。例如，应建立完整的教学案例资源库、 多采集一些市场营销经典案例等，这些都可以创设生动的模

拟场景，激发学生的学习兴趣。

合理利用实训基地资源，实践产学结合，给学生提供实 习实践机会，加深学生的理性认识；合理利用学校现有实训 资源，实现教学与实训的结合，满足学生综合职业能力培养

的要求。

4.课程资源开发与利用

多媒体资源如教学视频和音频将用于演示市场营销的 成功案例和市场推广的策略，帮助学生更直观地理解理论概 念和实际操作之间的联系。我们还将鼓励学生积极参与行业

会议和网络研讨会， 以便他们能够了解当前市场的最新情况。

本课程应做好下列教学资源的开发和利用：

（1）有关营销和交换的演示资料；

（2）有关环境分析和消费者行为分析的典型案例；

（3）各类关于产品策略、价格策略、渠道策略和促销 策略的视频、 图像资料；

（4）各类营销战略的文本背景资料；

（5）新增服务营销、 网络营销的相关资料。

六、授课进程与安排

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1 | 任务一市场营销概念 | 2 | 理论实践一体 |
| 1 | 任务二认识现代市场营销 | 2 | 理论实践一体 |
| 2 | 任务一企业市场营销 | 2 | 理论实践一体 |
| 2 | 任务二企业市场营销战略 | 2 | 理论实践一体 |
| 3 | 任务一认识市场营销环境 | 2 | 理论实践一体 |
| 3 | 任务二市场营销环境分类 | 2 | 理论实践一体 |
| 4 | 任务一认识市场营销 | 2 | 理论实践一体 |
| 4 | 任务二市场营销调研 | 2 | 理论实践一体 |
| 5 | 任务三购买行为分析 | 4 | 理论实践一体 |
| 6 | 任务一 目标市场战略 | 2 | 理论实践一体 |
| 6 | 任务一 目标市场战略 | 2 | 理论实践一体 |
| 7 | 任务二 目标市场定位 | 2 | 理论实践一体 |
| 8 | 任务一行业竞争因素 | 2 | 理论实践一体 |
| 9 | 任务二行业竞争类型 | 2 | 理论实践一体 |
| 10 | 任务一产品概念 | 2 | 理论实践一体 |
| 11 | 任务二产品策略 | 4 | 理论实践一体 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 12 | 任务一认识包装 | 4 | 理论实践一体 |
| 13 | 任务二包装策略 | 2 | 理论实践一体 |
| 13 | 任务二包装策略 | 2 | 理论实践一体 |
| 14 | 任务一认识影响定价因素 | 4 | 理论实践一体 |
| 15 | 任务二企业定价方法 | 4 | 理论实践一体 |
| 16 | 任务三企业定价策略 | 4 | 理论实践一体 |
| 17 | 任务一市场营销分销渠道 | 2 | 理论实践一体 |
| 17 | 任务二网络营销分销渠道 | 2 | 理论实践一体 |
| 18 | 任务三分销渠道设计 | 2 | 理论实践一体 |
| 18 | 任务一促销组合 | 2 | 理论实践一体 |
| 19 | 任务二促销方式 | 2 | 理论实践一体 |
| 19 | 任务一市场营销战略 | 2 | 理论实践一体 |
| 20 | 任务二市场营销计划制定 | 2 | 理论实践一体 |
| 20 | 任务三市场营销执行与控制 | 2 | 理论实践一体 |

《图形图像处理》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是是电子商务的一 门专业基础课程 。通过本课程 的学习 ，使学生掌握 Photoshop 这个图像处理软件 ，该软件 功能强大 ，广泛应用于印刷 、广告设计 、封面制作 、 网页图 像制作 、照片编辑等领域 。利用 Photoshop 可以对图像进行 各种平面处理 。绘制简单的几何图形 、给黑白图像上色 、进 行图像格式和颜色模式的转换。培养学生对图像的处理技术，

也为以后学习打下良好基础。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）培养学生热爱科学、实事求是的学风，培养学生 严肃认真、一丝不苟的工作作风和创新精神；

（2）增强学生的质量意识和职业道德意识；

（3）培养学生的团队协作精神；

（4）培养学生的工作、学习的主动性；

（5）培养学生具有创新意识和创新精神;提高学生的艺 术修养。

2.知识目标

（1）能准确运用工具进行绘制；

（2）会运用各菜单命令进行操作；

（3）能熟练运用工具和菜单命令相结合绘制图像；

（4） 能利用 Photoshop 软件对所有专业课程作品进行

设计。

3.能力目标

（1）具有作为平面设计师岗位必须的效果图制作基础 知识；

（2 ）具有正确、系统理解 Photoshop 操作流程和方法

的能力；

（3）具有平面效果图制作的能力；

（4）具有图形合成、 图形处理的能力；

（5）具有图形处理软件综合运用的能力。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程结构分为理论讲授、软件操作演示、实践操作练 习、案例分析、项目实践及总结反馈六个部分，通过理论与

实践相结合的方式，全面提升学生的图形图像处理能力。

2.课程内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与 要求 | 教学活动设计建议 | 建议  学时 |
| 1 | photoshop 快速入门 | 走进  photoshop | 在本项目的学习 中， 了解  Photoshop 的应用领域，软件工 作环境，学 习 图像处理的基本知 识。通过实践操作学习软件的基  本操作方法。 | 4 |
| 2 | 图像选择 | 图像的选择 | 结合实物展示案例，激发学生的 学习兴趣。 | 8 |
| 3 | 绘画与填  充工具应  用 | 画笔工具 | 以案例教学为核心，采用任务驱 动式的行为导向教学法。 | 8 |
| 4 | 图像修复 | 修复工具组 | 1.根据案例视频等教学资源，学 生 自主学习，完成该任务案例； 2.教师先进行演示讲解，之后学 | 12 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | 生根据教学资源完成任务。 |  |
| 5 | 图层应用 | 图层的基本 操作 | 引导学生仔细观察，接着对任务 的制作进行步骤分解，既能降低 学习难度，又能帮助学生对整个 任务的制作过程有一个整体认  识。 | 12 |
| 6 | 路径和形  状工具应  用 | 形状工具 | 以案例教学为核心，采用任务驱 动式的行为导向教学法。 | 12 |
| 7 | 图像调整 | 色彩调整 | 以案例教学为核心，采用任务驱 动式的行为导向教学法。 | 12 |
| 8 | 通道应用 | 通道调色 | 1.教师结合标志实例分析讲解，  激发学生的学习兴趣  2. 学生通过案例分析， 由模仿  到创意设计。 | 10 |
| 9 | 滤镜应用 | 制作滤镜效 果 | 教师先进行演示讲解，之后学生 根据教学资源完成任务。 | 14 |
| 10 | 综合应用 | 制作图案文 案 | 学生通过案例分析， 由模仿到创 意设计。 | 16 |

四、学生考核与评价

本课程为考试课程，期末考试采用上机考试模式。学生 的考试成绩由平时成绩（30%）和期末考试（70%）组成，其

中，平时成绩包括出勤（5%）、作业（5%）、上机成绩（20%）。

学生自评:采用积极肯定的态度评价自己，使得各种能 力在工作过程中得以成长， 同时认识到自己做得不足的地方,

并提出改进计划，建立积极的自我认知。

小组评价:同学间采用积极肯定加分的方法评价同学的 社会能力、方法能力和专业能力，积极、真诚的欣赏身边的 同学和真心提出自我看法，建立和谐的团队和人际关系，建

立积极上进和团结的团队精神 ，提高团队的学习激情和信

心，实现一-加一大于二的工作效果，最大化的激发团队智

慧和创新能力。

教师评价:教师在整个教学过程中观察评价每个小组学 习工作完成情况，鼓励学生并提出改进建议，帮助学生实现

完美的学习过程。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用任务驱动法、案例教学法、项目教学法、讨论式教

学法。

2.教材编写与选用

教材符合 1+X 精神课证融通模式，配备了丰富的教学资 源， 同步二维码视频、公众号等。本书还提供了丰富的 PPT、 教案、微课视频、案例素材等立体化的配套资源。注重 “教 中学，学中做 ”，专业性与实用性相统一、系统性与全面性 兼顾、能力点和知识点结合，且注重对学生创新思维及实践

能力培养，是典型的 “互联网+职业教育+新形态教材 ”。

3.教学实施与保障

（1）课堂教学条件

本课程的实训内容安排在专业实训室内进行，要求能接 入 Internet,方便访问各类美工设计网站。计算机中要求安 装 Windows 7 专业版操作系统， 并安装好 Photoshop 教学软

件， 以及 office/PDF 等常用的系统软件。

（2）实训条件

课程配备实训室。实训设施齐全，实训岗位配备实训指

导教师，实训管理及规章制度齐全。

4.课程资源开发与利用

根据课程目标、学生实际以及本课程的理论性和实践等 特点，本课程的教学应该建设又文字教材、多媒体课件等多 媒体教学资源为一体的配套教材，全套教材各司其职、 以文 字教材为中心，多媒体教学课件为副，共同完成教学任务，

打成教学目标。

（1 ）常用课程资源的开发和利用幻灯片、 电子教案等， 充分利用这些资源创设形象生动的工作情境，激发学生的学 习、促进学生对知识的理解和掌握。建议加强常用课程资源 的开发，建立多媒体课程资源的数据库，努力实现跨学校多

媒体资源的共享， 以提高资源利用效率。

（2）积极开发和利用网络课程资源。充分诸如电子书 籍、 电子期刊，数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛 等网络信息资源，使教学媒体从单一媒体向多媒体转变，使 教学活动从信息的单向传递到双向交互转变，使学生从单独

的学习向合作学习转变。

（3）课程资源开发与利用

充分利用网络资源，如在线课程、 电子图书、行业报告

等，拓宽学生的学习渠道。建立课程学习资源库。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时  数节  ( ) | 主要教学形式 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 1.1 走进 photoshop | 4 | 多媒体展示讲解 PPT 理论  知识，短视频等资源丰富  扩展理论 |
| 2 | 1.2 图像的变换 | 1 | 通过实践操作学习软件的 基本操作方法 |
| 3 | 1.2 图像的变换 | 1 | 结合展示案例，激发学生 的学习兴趣。  结合展示案例，激发学生 的学习兴趣。 |
| 2.1 选框工具 | 2 |
| 4 | 2.1 选框工具 | 2 | 结合展示案例，激发学生 的学习兴趣。 |
| 2.2 套索工具 | 2 |
| 5 | 2.2 快速选择工具 | 2 | 结合展示案例，激发学生 的学习兴趣。 |
| 2.3 选择工具的综合应用 | 2 |
| 6 | 2.3 选择工具的综合应用 | 1 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教 学法。 |
| 7 | 3.1 前景色和背景色  3.2 画笔工具 | 2 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教 学法。 |
| 8 | 3.3 铅笔工具  3.4 历史记录画笔工具和历 史记录艺术画笔工具 | 1 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教 学法。 |
| 9 | 3.5 油漆桶工具  3.7 橡皮擦工具 | 2 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教 学法。 |
| 10 | 3.6 渐变工具 | 2 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教 学法。 |
| 4.1 修复工具组 | 2 | 教师先进行演示讲解，之  后学生根据教学资源完成 任务。 |
| 11 | 4.1 修复工具组 | 2 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教 学法。 |
| 12 | 4.2 图章工具组 | 2 | 教师先进行演示讲解，之  后学生根据教学资源完成 任务。 |
| 13 | 4.2 图章工具组 | 2 | 引导学生仔细观察，接着  对任务的制作进行步骤分  解 |
| 5.1 图层的基本操作 | 2 |
| 14 | 5.1 图层的基本操作 | 2 | 引导学生仔细观察，接着  对任务的制作进行步骤分  解 |
| 5.2 图层样式 | 2 |
| 15 | 5.2 图层样式 | 2 | 引导学生仔细观察，接着 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 5.3 图层蒙版 | 2 | 对任务的制作进行步骤分 解 |
| 16 | 5.3 图层蒙版 | 4 | 引导学生仔细观察，接着  对任务的制作进行步骤分  解 |
| 17 | 5.3 图层蒙版 | 2 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教 学法。 |
| 6.1 钢笔工具 | 2 |
| 18 | 6.1 钢笔工具 | 2 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教 学法。 |
| 19 | 6.1 钢笔工具 | 2 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教 学法。 |
| 6.2 形状工具 | 2 |
| 20 | 6.2 形状工具 | 4 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教  学法。以案例教学为核心，  采用任务驱动式的行为导  向教学法。 |
| 21 | 6.2 形状工具 | 2 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教  学法。以案例教学为核心，  采用任务驱动式的行为导  向教学法。 |
| 7.1 色阶工具 | 2 |
| 22 | 7.2 曲线工具 | 2 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教  学法。以案例教学为核心，  采用任务驱动式的行为导  向教学法。 |
| 7.3 色相/饱和度 | 2 |
| 23 | 7.3 色相/饱和度 | 2 | 以案例教学为核心，采用  任务驱动式的行为导向教 学法。 |
| 7.4 利用调整图层控制调色 区域 | 2 |
| 24 | 7.4 利用调整图层控制调色 区域 | 2 | 教师结合标志实例分析讲 解，激发学生的学习兴趣 |
| 8.1 通道调色 | 2 |
| 25 | 8.1 通道调色 | 2 | 教师结合标志实例分析讲 解，激发学生的学习兴趣 |
| 8.2 通道抠图 | 2 |
| 26 | 8.2 通道抠图 | 4 | 教师结合标志实例分析讲 解，激发学生的学习兴趣 |
| 27 | 8.3 通道磨皮 | 4 | 教师结合标志实例分析讲 解，激发学生的学习兴趣 |
| 28 | 8.3 通道磨皮 | 1 | 根据案例视频等教学资  源，学生自主学习，完成 该任务案例； |
| 9.1 制作火焰文字 | 1 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | 2.教师先进行演示讲解，  之后学生根据教学资源完 成任务。 |
| 29 | 9.2 制作发散光晕效果 | 2 | 根据案例视频等教学资  源，学生自主学习，完成 该任务案例；  2.教师先进行演示讲解，  之后学生根据教学资源完 成任务。 |
| 30 | 9.3 制作彩色水晶字  9.4 制作放射线文字 | 2 | 根据案例视频等教学资  源，学生自主学习，完成 该任务案例；  2.教师先进行演示讲解，  之后学生根据教学资源完 成任务。 |
| 31 | 9.5 制作彩色羽毛  9.6 制作花形图案 | 2 | 根据案例视频等教学资  源，学生自主学习，完成 该任务案例；  2.教师先进行演示讲解，  之后学生根据教学资源完 成任务。 |
| 32 | 10.1 制作图案文案 | 2 | 结合实例展示，对比分析  讲解，激发学生的学习兴  趣 |
| 33 | 10.1 制作图案文案 | 2 | 结合实例展示，对比分析  讲解，激发学生的学习兴  趣 |
| 10.2 黑板涂鸦 | 2 |
| 34 | 10.2 黑板涂鸦 | 2 | 结合实例展示，对比分析  讲解，激发学生的学习兴  趣 |
| 35 | 10.3 制作药品包装盒 | 2 | 结合实例展示，对比分析  讲解，激发学生的学习兴  趣 |
| 36 | 10.3 制作药品包装盒 | 2 | 结合实例展示，对比分析  讲解，激发学生的学习兴  趣 |

《电子商务物流》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一 门专业核心课。通过本课程 的教学，要求学生熟练地、系统地掌握现代物流管理基础知 识、基本理论，掌握现代物流管理相关方法和技能，并能理 论联系实际，培养学生的分析问题、判断问题和解决问题的

能力，为以后从事电子商务工作打好基础。

二、课程目标与要求

通过任务驱动型的项目活动培养学生具有良好职业道 德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握物流运输 管理的基本知识与物流运输作业与管理的基本技能，初步形 成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、 善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识， 提高学生各专门化方面的职业能力，并通过理论、实训、实 习相结合的教学方式，边讲边学，结合不同运输方式拓展情 景教学的作用空间，把学生培养成为具有良好职业道德的、 具有物流运输管理理论和实践能力的、具有可持续发展能力 的高素质高技能型电子商务物流专门人才， 以适应市场对电

子商务人才的需求。

1.素质目标

（1）培养学生的创新意识和实践能力；

（2）提升学生的职业素养和责任意识；

（3 ）强化学生的法律意识和诚信品质；

（4）培养学生的自主学习和终身学习能力。

2.知识目标

（1） 了解跟踪采购进程、组织实施采购方案、进行采 购谈判； 了解对供应商进行评估、分类、选择能够估算采购

成本；

（2 ）掌握进行入库作业、搬运作业、储存作业、盘点 作业、 出货作业管理、流通加工管理；掌握组织实施公共仓

储业务、合同仓储业务；

（3） 了解分析库存状况、制定库存管理计划、合理地 控制库存；

（4） 了解编制分拣、配送作业计划，能够进行配送设 备、设施的维护和更新管理，能够优化配送线路；组织人员

实施配送作业；

（5 ）掌握对各种运输方式进行比较，对各种运输工具 进行选取；能够进行运输工具配载，能够优化运输路线，能

够选择合理的运输方式。

3.能力目标

（1） 能够分析电子商务物流的实际问题，并提出解决

方案；

（2） 能够熟练操作电子商务物流的相关设备和软件；

（3）能够进行电子商务物流的信息化管理和优化；

（4）具备良好的沟通协调能力和团队合作精神。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程分为理论教学和实践教学两大部分，理论教学部

分主要包括电子商务物流概述、 电子商务物流作业流程、 电 子商务物流技术与设备、 电子商务物流信息化管理等章节； 实践教学部分主要包括电子商务物流软件操作、 电子商务物

流作业流程模拟、 电子商务物流项目实训等环节。

2.课程内容内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习  模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建议学时 |
| 1 | 电子  商务  物流  概述 | 1.1 电子商务与 物流的关系 | 讲授与讨论相结合，通过案例分  析电子商务与物流的实际联系 | 3 |
| 2 | 电子  商务  物流  系统 | 2.1 电子商务物  流系统的构成 | 采用图示和实例讲解， 引导学生 进行系统构成和功能的分析 | 4 |
| 3 | 电子  商务  物流  环节 | 3.1 仓储管理 | 实地考察仓储设施，进行仓储模 拟操作 | 2 |
|  |  | 3.2 配送管理 | 通过案例分析，讨论配送中的实 际问题及其解决方案 | 2 |
|  |  | 3.3 包装与装卸 | 进行包装和装卸的实操训练，鼓 励学生创新包装设计 | 2 |
| 4 | 电子  商务  物流  信息  技术 | 4.1 物流信息技 术概述 | 讲授与实操相结合， 引导学生使  用物流信息技术工具进行实际操  作 | 3 |
|  |  | 4.2 物流信息系 统 | 通过案例分析，讨论物流信息系 统的实际应用和优化方案 | 3 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 5 | 仓储  管理  实训 | 5.1 仓储规划与 布局 | 小组合作，进行仓储规划和布局 的实操训练 | 3 |
|  |  | 5.2 库存管理与 控制 | 通过模拟系统，进行库存管理和 控制的实操训练 | 2 |
| 6 | 配送  管理  实训 | 6.1 配送计划与 调度 | 通过模拟系统，进行配送计划和 调度的实操训练 | 4 |
|  |  | 6.2 配送路线优 化 | 小组合作，进行配送路线优化的 实操训练和讨论 | 2 |
| 7 | 物流  信息  技术  应用  实训 | 7.1 物流信息技 术工具使用 | 通过实操训练， 引导学生熟练使 用物流信息技术工具 | 3 |
|  |  | 7.2 物流信息系  统设计与实施 | 小组合作，进行物流信息系统的 设计和实施模拟训练 | 3 |

四、学生考核与评价

本课程考核原则是坚持评价主体、评价过程评价方式的 多元化，教师的评价与学生的相互评价、学生的自我评价相

结合。

过程性评价中注重对学生收集整理 、分析物流客户服务 管理各活动的资料过程与能力的评价 ， 以及运用所掌握的物 流客户服务的基本知识分析物流客户服务实际业务过程与 能力的评价 ， 同时也要对学生在课堂讨论 、实地参观 、小组

合作等活动中所表现的学习态度、合作意识等方面进行评价。

结果性评价可以采用笔记、案例分析、课业等多种方式

进行评价。

学习纪实（40%）：课前准备（5%）、学习态度（10%）、

出勤情况（10%）、笔记作业（15%）、

专业技能（45%） ： 任课教师根据学生在工作任务或教

学模块中的知识技能获取、工作表现进行评价。

综合评语（15%）： 自我评价（5%）、小组评价（5%）、

教师评价（5%）

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授、案例分析、小组讨论、实践操作等多种教学

方法，提高教学的互动性和实效性。

2.教材编写与选用

主要以山东省的经济发展为基础，结合物流企业的岗位 需求，充分体现职业教育特色与本省特点， 以实用为原则， 引入必需的理论知学内容，增加理实一体化教学内容， 以便

采用多种教学方法灵活组织教学。

教材内容必须简练、准确、科学，体现先进性、通用性、 实用性；合理吸收本专业的新思想、新理念、新技术、新方

法、新设备等。

教材形式应图文并茂，尽量多采用图片、流程图等，语

言生动，力求版式活泼，符合学生的学习特点。

3.教学实施与保障

（1）课堂教学实施与保障： 可以进行多媒体演示的教

室。

（2）实训条件：装有电子商务模拟教学软件的电子商 务实训室；参照实训室设备装备标准，配备与企业电子商务

实际业务相同的设备和软件；具备现场教学、实训功能，满 足教、学、做一体化要求的功能教室。在教学过程中可以根

据需要开通网络。

4.课程资源开发与利用

充分利用网络资源、企业资源等，丰富教学内容，提高

教学效果。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-3 | 电子商务物流应用概述 | 6 | 讲授+实操 |
| 4-6 | 物流系统，包装，搬运装卸仓储 | 6 | 讲授+实操 |
| 7-9 | 运输技术及应用 | 6 | 讲授+实操 |
| 10-12 | 电子商务配送 | 6 | 讲授+实操 |
| 13-15 | 电子商务物流信息技术及其应用原 理 | 6 | 讲授+实操 |
| 16-18 | 自动识别技术及其应用 | 6 | 讲授+实操 |

《商品拍摄与优化》课程标准

一、课程性质与任务

《商品拍摄与优化》是电子商务专业的一 门专业基础课 程。本课程系统地介绍了商品拍摄的知识，包括了解商品拍 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、剪辑商品视频等等。整个教学过程要求 使用内外部网络教学设施和模拟实训条件较为先进的实验 室进行 ，部分操作项目要求进行岗位角色分工合作开展实 训。本课程是电子商务专业的必修课程，也可以作为电子商

务相关专业群的通识性基础课。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）具有岗位责任心，熟练掌握岗位所需专业技能， 以及不断学习新知识，提升专业水平的职业道德精神；

（2）具有从不同角度分析问题的意识，能够多元化地 看待问题；

（3）培养全局统筹能力，能够合理规划商品拍摄和素 材编辑所需的事物，提升组织能力和沟通能力；

（4）遵纪守法、不虚假宣传，遵守市场规范和平台规

则。

2.知识目标

（1） 了解商品拍摄的意义，掌握商品图片以及视频的 拍摄要求；

（2） 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；

（3） 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；

（4） 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；

（5）熟悉 Photoshop 的工作界面，掌握文件和图层的 基本操作；

（6）熟悉常用的视频剪辑工具，掌握 “剪映 ”PC 端的 相关操作。

3.能力目标

（1） 能够归纳并掌握不同电商平台的商品拍摄要求和 拍摄技巧；

（2） 能够掌握不同商品的拍摄风格，从而布置室内或 室外拍摄场景以及摆放商品；

（3） 能够选择合适的拍摄视角和布光方式来拍摄不同 材质的商品；

（4） 能够独立完成视频策划、选题确定和脚本写作， 并拍摄商品视频；

（5） 能够掌握校正、裁剪、抠取、调色、修复和修饰 商品图片的方法；

（6） 能够使用 “剪映 ”剪辑工具高效完成视频剪辑工 作。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程结构分为理论讲授、拍摄实践、 图像处理、案例 分析、项目实践及总结反馈六个部分，通过理论与实践相结

合的方式，全面提升学生的商品拍摄与优化能力。

2.课程内容设计表

课程内容设计建议表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建议学时 |
| 1 | 了解商品 拍摄 | 商品拍摄与素材 编辑 | 掌握商品 图片和商品  视频的拍摄要求与技 巧。 | 6 |
| 2 | 做好商品  拍摄的前  期准备 | 商品拍摄的前期 准备 | 能够根据商品特点布  置室内和室外拍摄场 景。  能够根据商品的特点 进行摆放和布景。  能够掌握不同拍摄器 材的使用方法。 | 18 |
| 3 | 拍摄商品 图片 | 商 品 图片 | 能够分辨商品的不同  材质 ，并使用恰当的方 式拍摄。  能够根据商品进行创 意性 、美观性构图 | 42 |
| 4 | 拍摄商品 视频 | 商品视频 | 能够使用不同的运镜 方式拍摄商品视频。  能够拍摄不同类型的 商品视频。 | 12 |
| 5 | 美化商品 图片 | 美化商品 图片 | 能够使用 Photoshop 美 化商品 图片。 | 18 |
| 6 | 剪辑商品 视频 | 剪辑商品视频 | 能够使用 “ 剪映 ”PC  端剪辑视频 ，并导出与 发布。  能够独立 、完整地制作 一个商品视频。 | 12 |

四、学生考核与评价

坚持用多元评价方式，考核原则是坚持评价过程、评价

方式的多元化。过程性评价注重对学生搜集、整理、分析能 力的评价；注重对运用基本知识分析实际业务过程的评价， 同时也要对学生在课堂讨论、实地参观、小组合作等活动中 所表现的学习态度、合作意识等方面进行评价。结果性评价

可以采用笔试、案例分析、调查报告等多种方式进行评价。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授法、演示法、实践法、讨论法等多种教学方法，

结合多媒体教学资源，提高学生的学习兴趣和参与度。

2.教材编写与选用

（1）教材应依据电子商务、 网络营销、市场营销等专 业定编写内容，力求展示出实际操作为导向、提升专业技术 能力的课程设计思想， 以完整的商品拍摄、后期编辑为主线

设计教材结构。

（2）教材内容符合本专业教学标准要求，广泛关注行 业新知识、新技术、新方法的发展动向，融入课程思政内容， 强化专业技术能力和岗位道德精神，加强动手实践能力，帮 助学生掌握商品拍摄的素材编辑的必能知识与技能的同时，

掌握学习方法，培养创新意识。

（3）教材应以学生为本， 图文并茂可读性强，实训内 容可操作性，案例真实且具有学习价值。提供配套学习资源，

如融媒体资源，便于学生自主探究学习。

3.教学实施与保障

（1）课堂教学条件

具备信息化手段开展混合式教学的条件。配备黑（ 白） 板、多媒体教室、数字化教学资源、无线网络环境，并具有

网络安全防护措施。

（2）实训条件

课程配备实训室。实训设施齐全，实训岗位配备实训指

导教师，实训管理及规章制度齐全。

4.课程资源开发与利用

（1）开发形象生动的多媒体课件， 以调动学生学习的 积极性和主动性，促进学生理解和掌握基本知识、原理与操

作。

（2）建立网络教学资源平台，使师生共享多媒体课件、 电子教案、试题库、微课、教学视频等资源，为实现翻转课

堂和远程教学做好准备。

(3)学校注重与企业的广泛合作，积极开发实习和实训 基地，充分利用企业资源，让学生深入了解电子商务企业真 实工作环境与工作内容，体验真实岗位工作，实现校企合作，

共同培养电子商务技能型人才。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-2 | 了解商品拍摄 | 14 | 案例教学法、小组合作学 习、演示法 |
| 3-6 | 做好商品拍摄的 前期准备 | 12 | 案例教学法、演示法 |
| 7-10 | 拍摄商品图片 | 28 | 讲授法、案例教学法、任 务驱动法 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 11-14 | 拍摄商品视频 | 12 | 讲授法、案例教学法、任 务驱动法 |
| 15-18 | 美化商品图片 | 14 | 讲授法、案例教学法、任 务驱动法 |
| 19-24 | 剪辑商品视频 | 28 | 讲授法、案例教学法、任 务驱动法 |

《网络营销》课程标准

一、课程性质与任务

《网络营销》是电子商务专业核心课程。是一 门技术与 商务融合的实务性课程，对电子商务专业的职业素养培养起 支撑作用。对本专业所面向的网络推广、短视频运营、 网络 营销策划等岗位所需要的知识、技能、素质目标的达成起支 撑作用。在课程设置上，前导课程有市场营销，后续课程有 直播营销、新媒体营销等。通过《网络营销》课程的学习， 引导学生利用互联网的综合特性准确把握网络市场机遇、快 速找到网络市场切入点、制定科学的网络营销策略，培养学

生网络营销实践能力。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）培养学生适应网上贸易工作的良好业务素质和身 心素质，具备一定的网络营销基本素质，增强学生的现代市

场竞争意识；

（2）培养学生分析问题、解决问题和实际运用的能力；

（3）培养学生自身可持续发展的能力，在转换岗位职 业后在复杂变化的环境中重新获得新的职业知识与技能；

（4） 学生应具有较强的政治素质，具有合作精神和创

新精神。

2.知识目标

（1） 了解有关网络营销环境、熟悉网络营销流程，掌

握网络营销基本实质；

（2 ）掌握网络市场调研的内容与主要方法， 以及商情

分析等方面的知识；

（3） 熟练网络营销过程的产品策略、价格策略、渠道 策略、促销策略和顾客策略等方面的知识。

3.能力目标

（1）具有利用网络工具开展市场调研、收集处理商务 信息、撰写商情报告的能力；

（2）具有运用网络工具开展公关活动、进行公关策划 的能力；

（3）具有网络营销策略综合运用的能力；

（4）培养学生基本能力（学习能力、语言能力、信息 能力、实践能力） 、专业能力和发展能力（如公关能力、创

新能力、管理能力）等。

三、课程结构与内容

1.课程结构

《网络营销》课程由网络营销基础、 网络营销方法体系、 网络营销策划的相关内容，主要介绍了网络营销基础知识、 网络营销战略和网络营销策略，还从网络推广方法角度分别 介绍了搜索引擎营销、社群营销、视频营销及直播营销、 网 络广告营销。还介绍了网络营销环境与市场、 网络消费者购 买行为、 自媒体图文推广等。通过完成学习任务，帮助学生 掌握网络营销推广及网络营销策划的知识，具备网络推广和 网络营销策划的能力。通过实施任务，逐步形成学生的职业

素养，树立认真负责、踏实肯干的职业态度，培养爱岗敬业、

勇于创新的职业精神。

2.课程内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建议学时 |
| 1 | 项 目一走  进网络营  销 | 任务一认识网络营销 | 在引导教学法下实施分组教学 法 、案例教学法、讲授法。能根 据教学法要求设计教学情景；  掌握市场营销、 网络营销的基本 概念 、职能、要素及岗位职责 | 1 |
| 任务二 了解网络营销 相关术语 | 1 |
| 任务三认识网络营销 岗位 | 2 |
| 2 | 项 目二分  析网络消  费者购买  行为 | 任务一 了解网络消费 者 | 在引导教学法下实施任务教学  法、分组教学法、案例教学法。  掌握网络营销环境要素、 网络消  费者行为特征、 网络公共关系建  立方法 | 1 |
| 任务二分析网络消费 者的购买动机 | 1 |
| 任务三把握网络消费 行为 | 1 |
| 3 | 项 目三研  究网络营  销环境与  市场 | 任务一策划网络调研 | 在引导教学法下实施任务教学  法、分组教学法、案例教学法。  掌握网络消费者购买行为的特  征，会分析运用网络消费者购买  行为的因素及网络消费者购买  行为过程 | 2 |
| 任务二管理网络商务 信息 | 2 |
| 任务三确定网络目标 市场 | 2 |
| 4 | 项 目 四玩 转 自媒体 图文推广 | 任务一认识图文推广 | 在引导教学法下实施任务教学 法、分组教学法、案例教学法。  具备团队合作精神，小组能够协  调分工完成任务具备开拓创新  思维 ，能够推陈出新，创作优质  图文内容  具备资源整合能力，能够借助外  部资源进行图文运营与推广 | 2 |
| 任务二 图文推广策划 | 2 |
| 任务三图文推广编辑 与运营 | 2 |
| 5 | 项 目五玩  转搜索引  擎营销 | 任务一实施搜索引擎 优化推广 | 在引导教学法下实施任务教学  法、分组教学法、案例教学法。  了解搜索引擎营销、搜索引擎优  化、搜索引擎付费营销的基本概  念 、方式及操作策略 | 2 |
| 任务二实施搜索引擎 竞价推广 | 2 |
| 任务三计算搜索推广 成本 | 2 |
|  |  | 任务一认识社群 | 在引导教学法下实施任务教学 | 2 |

76

; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ; ;

;

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 6 | 项 目六玩  转社群营  销 | 任务二社群构建 | 法、分组教学法、案例教学法。  培养学生资源整合能力，能够借  助网络资源、周围人脉提出更多  运营社群的方法或寻找到社群 更有价值的资源。 | 2 |
| 任务三运营社群 | 3 |
| 7 | 项 目七玩  转短视频  营销 | 任务一认识短视频营 销 | 在引导教学法下实施任务教学 法、分组教学法、案例教学法。  掌握网络广告的形式 、 内容、策  划流程，以及营销活动效果评估  的方法 | 2 |
| 任务二创作短视频 | 2 |
| 任务三推广短视频 | 2 |
| 8 | 项 目八玩  转其他方  式网络营  销 | 任务一认识直播营销 | 在引导教学法下实施任务教学  法、分组教学法、案例教学法。  掌握微博、微信、社群营销的含  义与特点；能将新媒体营销方法  创意及策略组合，策划并撰写营  销策划方案 | 3 |
| 任务二认识百科营销 | 2 |
| 任务三认识 App 营销 | 3 |
| 9 | 项 目九网  络营销策  划 | 任务一选择网络营销 产品 | 在引导教学法下实施任务教学 法、分组教学法、案例教学法。 掌握网络营销策划的含义、要素 与流程；理解品牌营销策划，具  备正确的价值观，开展各类积极 向上的网络营销策划活动。 | 3 |
| 任务二制订网络营销 价格 | 3 |
| 任务三制订网络促销 策略 | 2 |

四、学生考核与评价

改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价、过程

性评价与目标评价相结合，理论与实践一体化的评价模式。

关注评价的多元性，结合课堂提问、项目成绩、综合测

试，全面评价学生成绩。

应注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力 的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全

面综合评价学生能力。

课程总成绩=平时成绩 20%+阶段测验 30%+期末考核50%。

其中：平时成绩包括考勤 30%、作业 30%、课堂表现 40%。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授、讨论、案例分析、实地考察等多种教学方法，

提高学生的学习兴趣和参与度。

2.教材编写与选用

教材优先选用国家规划、获奖教材或近三年新出版教材。 根据本课程标准以及教学实际需要，可自主编写国家规划教 材或新型活页式、工作手册式教材。教材内容要体现思想性、 科学性、先进性、实用性等要求，及时反映行业企业的新知

识、新技术、新工艺、新流程。

3.教学实施与保障

通过完善教学资料不断加强对课程资源和现代化教学 资源的开发和利用。例如，应建立完整的教学案例资源库、 多采集一些网络营销经典案例等，这些都可以创设生动的模

拟场景，激发学生的学习兴趣。

合理利用实训基地资源，实践产学结合，给学生提供实 习实践机会，加深学生的理性认识；合理利用学校现有实训 资源，实现教学与实训的结合，满足学生综合职业能力培养

的要求。

4.课程资源开发与利用

利用网络资源，如在线课程、视频教程、行业报告等， 为学生提供丰富的学习资源。建立网络营销课程资源共享平 台，方便学生获取和分享学习资源。开发电子教材、教学课

件、在线题库等数字化教学资源，以适应数字化学习的需求。

利用虚拟现实（VR） 、增强现实（AR）等先进技术，模

拟网络营销实践场景，提高教学效果。开设网络营销实验课 程，让学生亲自动手进行网络营销活动的策划与实施。组织 学生参加网络营销竞赛、实习实训等活动，提高学生的实际

操作能力和团队协作能力。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1 | 任务一认识网络营销 | 3 | 理论实践一体 |
| 2 | 任务二 了解网络营销相关术 语 | 3 | 理论实践一体 |
| 3 | 任务一 了解网络消费者 | 3 | 理论实践一体 |
| 4 | 任务二分析网络消费者的购 买动机 | 3 | 理论实践一体 |
| 5 | 任务一策划网络调研 | 3 | 理论实践一体 |
| 6 | 任务二管理网络商务信息 | 3 | 理论实践一体 |
| 7 | 任务一认识图文推广 | 3 | 理论实践一体 |
| 8 | 任务二 图文推广策划 | 3 | 理论实践一体 |
| 9 | 任务一实施搜索引擎优化推 广 | 3 | 理论实践一体 |
| 10 | 任务二实施搜索引擎竞价推 广 | 3 | 理论实践一体 |
| 11 | 任务一认识社群 | 3 | 理论实践一体 |
| 12 | 任务二社群构建 | 3 | 理论实践一体 |
| 13 | 任务一认识短视频营销 | 3 | 理论实践一体 |
| 14 | 任务二创作短视频 | 3 | 理论实践一体 |
| 15 | 任务一认识直播营销 | 3 | 理论实践一体 |
| 16 | 任务二认识百科营销 | 3 | 理论实践一体 |
| 17 | 任务一选择网络营销产品 | 3 | 理论实践一体 |
| 18 | 任务二制订网络营销价格 | 3 | 理论实践一体 |

《商务礼仪与商务谈判》课程标准

一、课程性质与任务

本课程在培养学生提升自身道德礼仪修养，增长才干、 锻炼能力 、培养品格 ,提高具体商务活动的策划及组织能力 方面具有不可替代的作用。 旨在帮助学生了解不同国家的文 化习俗及礼仪禁忌,掌握各类常见商务活动的组织策划技巧， 熟悉各类商务活动各环节的礼仪规范和着装要求，使学生能

够胜任未来就业岗位的要求。

二、课程目标与要求

1．素质目标

通过对商务礼仪基础知识的学习，帮助学生了解和熟悉 商务礼仪的主要内容，边学边练让学生培养实操能力，使学 生能正确地动用各种商务礼仪技巧，提高自身的礼仪素质， 并能在以后的实际工作和社会交往中做到事事合乎礼仪，处

处表现自如、得体，从而顺利完成各种商务活动。

2.知识目标

（1） 了解商务礼仪在商务活动和社会交往中的重要性；

（2）掌握商务礼仪的基本知识；

（3）掌握各种商务礼仪规范、礼仪技巧和操作方法；

（4） 了解国际商务交往中不同国家的风俗礼仪和文化 差异。

3． 能力目标

（1）具有判断商务场合下各种行为是否规范的能力；

（2）具有将自己打造成为一个良好的商务人员形象的

能力；

（3）具有组织、策划简单的各类商务活动的能力；

（4）具有灵活运用各种商务谈判技巧的能力。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程结构分为理论教学、实践教学、案例分析、模拟 谈判及总结反馈五个部分，通过理论讲授、案例分析、模拟

演练等方式，全面提升学生的商务礼仪与商务谈判能力。

2.课程内容设计表

课程内容设计建议表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建 议 学 时 |
| 1 | 商务礼仪基 础 | 1.1 商务礼仪概述 | 1. 讲授商务礼仪的历史  与现状；2. 小组讨论：商  务礼仪在职场中的价值 | 2 |
|  |  | 1.2 商务形象塑造 | 1. 示范教学：商务着装规  范展示；2. 角色扮演：不  同商务场合的仪态表现 | 2 |
| 2 | 商务交往礼 仪 | 2.1 商务会面礼仪 | 1. 视频分析：优秀商务会  面案例；2. 模拟演练：握  手与名片交换 | 4 |
|  |  | 2.2 商务宴请礼仪 | 1. 案例教学：商务宴请成 功与失败对比；2. 小组讨 论： 商务宴请的筹备要点 | 2 |
| 3 | 商务谈判概 述 | 3.1 商务谈判定义 与类型 | 1. 讲授法：商务谈判的基  本概念；2. 案例分析：不  同类型的商务谈判实例 | 4 |
|  |  | 3.2 商务谈判原则与 流程 | 1. 流程图绘制：商务谈判  流程；2. 小组讨论：原则  在谈判中的应用 | 4 |
| 4 | 商务谈判准 备 | 4.1 信息收集与分 析 | 1. 互联网搜索练习：收集 谈判信息； 2. 小组讨论： 信息分析的重要性与方法 | 4 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 4.2 目标设定与谈 判计划 | 1. SMART 原则应用练习； 2. 谈判计划书撰写指导 | 4 |
| 5 | 商务谈判策  略与技巧 | 5.1 开局策略 | 1. 案例分析：成功与失败  的开局对比； 2. 角色扮  演：开局策略实践 | 3 |
| 6 | 跨文化商务 谈判 | 6.1 文化差异对谈 判的影响 | 1. 文化差异案例分析；2.  小组讨论：如何适应不同  文化背景下的谈判 | 4 |
|  |  | 6.2 跨文化谈判策 略 | 1. 策略制定练习；2. 角  色扮演：跨文化谈判场景  模拟 | 3 |

四、学生考核与评价

学生以资源组合为主，结合所学专业模拟本专业接待服 务、庆典仪式、企业招聘面试、业务谈判礼仪等。要求学生 在分组自选一个策划方案基础上， 自创情景通过自编自导一 个利益小品，体现礼仪的相关知识和技能。对白及场景自行 设计，道具自备，在教师指导下反复训练，最后展示表演并 拍摄录像汇成 “ 学生作品 ”， 由老师和同学组成的评为屏蔽

打分。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授、讨论、案例分析、角色扮演等多种教学方法。

2.教材编写与选用

《现代商务礼仪》钟立群主编 北京大学出版社

3.教学实施与保障

教师资格：专任教师具有本科以上学历，具有商务礼仪

的理论知识，具有高校教师资格证。

设备条件： 多媒体教室

4.课程资源开发与利用

利用网络平台提供电子课件、视频教程、在线测试等资

源；组织学生参加行业讲座、企业参观，增强实践感知。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-3 | 商务礼仪基础 | 4 | 讲授+实操 |
| 4-6 | 商务交往礼仪 | 4 | 讲授+实操 |
| 7-8 | 商务谈判概述 | 4 | 讲授+实操 |
| 9-10 | 商务谈判准备 | 2 | 讲授+实操 |
| 11-12 | 商务谈判策略与技巧 | 10 | 讲授+实操 |
| 13-15 | 跨文化商务谈判 | 8 | 讲授+实操 |
| 16-18 | 商务沟通礼仪 | 4 | 讲授+实操 |

《电子商务客户服务》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是是电子商务专业核心课程。 旨在培养学生的服 务理念、客户服务执行能力，为学生升学和就业奠定良好的

基础。

本课程具有较强的实践性，不仅能够培养学生的服务理 念 ，还可以帮助学生在实践活动中运用客户服务理论与技 巧，去寻找问题、分析问题和解决问题，使学生真正了解企 业客户服务的重要性，掌握客户服务类相关岗位所需要的基

本专业知识和技能。

本课程针对客服的售前工作、售中工作、售后工作、沟 通方法与销售技巧等重点内容展开描述，共分为 8 章，涵盖 了网店客服所要了解的重点知识，主要内容包括走进网店客 服、客服岗前技能、做好售前客服、做好售中客服、做好售 后客服、用心经营客户关系、客服数据分析、管理客服等。 本书在讲解中穿插有相应的案例进行分析，通过这些案例能 有效支撑所讲述的内容。本书着重于培养学生的客服工作技

能，提高学生的客户服务能力。

电子商务客户服务通过理论学习和实际操作相结合， 旨 在全面提升学生的客服技能。学生首先需要掌握客户服务的 基本理念和沟通技巧，随后将通过模拟客服系统进行实际操 作，包括响应客户咨询、处理订单和售后服务管理等环节。 课程还设置了案例分析、角色扮演和小组讨论等任务， 以培

养学生的问题解决能力和团队合作精神。此外，学生将学习

如何利用客服数据来优化服务策略。最后，通过参与实战演 练和项目任务，学生能在模拟的工作环境中实践所学知识，

进一步提高其客服操作技能。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）培养学生爱岗敬业的精神，树立良好的学生职业 形象；

（2）培养学生在客户接待等工作中热情、友善地与客 户交流；

（3）养成顾客至上及诚信的服务宗旨；

（4） 良好的沟通技巧与服务态度；

（5） 问题解决能力和应对突发事件的能力。

2.知识目标

（1） 学习网络客服的基础知识和网络客服技巧，掌握 网络客服岗位的基本技能，具备网络客服的基本素养；

（2 ）掌握客服工作流程，做好售前知识储备，流程培

训和准备；

（3）掌握客服沟通技巧；

（4） 熟练应用各种客户关系管理工具及方法对客户进 行管理和维护。

3.能力目标

（1）能够使用网络工具友好地与客户进行沟通；

（2）能够在线接待不同的客户；

（3）能够处理商品订单打包发送、售后服务工作；

（4）能够较好的维护客户关系。

三、课程结构与内容

1.课程结构

电子商务客户服务课程旨在通过八个章节系统地提升 学生的专业知识和技能。课程从基础的网店客服介绍开始， 逐步深入到客服岗前技能培训，售前、售中以及售后客服操 作，最终学习客户关系管理和客服数据分析。每个章节都强 调理论与实践的结合，鼓励学生参与模拟客服场景、案例分

析、小组讨论和项目任务， 以提高其解决问题的能力。

在教学过程中，注重素质培养和知识应用，如沟通技巧、 服务态度、 团队合作和应对突发事件的能力， 以确保学生能 够在实际工作环境中提供优质的客户服务。此外，课程设计 了多样化的教学活动，包括角色扮演、互动模拟、实战演练

和数据分析， 以增强课程的吸引力和实用性。

2.课程内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序 号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建议学时 |
| 1 | 初体验—— 走  进网店客服 | 初识客服 | 引入真实案例，让学生了  解客服在网店运营中的重 要性；  组组织课堂讨论， 引导学  生思考客服的角色和职 责；  设计模拟客服场景，让学  生实际操作，体验如何达 成这些目标。 | 3 |
| 客服工作的目标 | 4 |
| 2. | 磨刀不误砍柴  工—— 客服岗  前技能 | 熟练的岗位操作 技能 | 通过模拟客服培训，让学  生熟悉客服流程和常见问 题处理。 | 4 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 分析不同消费群 体的心理差异 | 组织角色扮演活动，模拟  顾客与客服的对话，提升  学生应对各种咨询的能  力。 | 4 |
| 3 | 接单—— 做好 售前客服 | 解答售前沟通技 巧 | 通过案例分析和模拟对  话，教授学生有效的售前 沟通技巧；  设计课堂活动，如模拟顾  客提问 ，训练学生的应答 策略；  引导学生通过角色扮演，  完整体验从顾客咨询到成 交的过程。 | 3 |
| 体验完善的售前 成交过程 | 4 |
| 售前客服话术分 类整理 | 4 |
| 4 | 协助处理 — — 做好售中客服 | 协助催付 | 教授学生如何使用催付工  具和技巧， 以提升订单支 付率；  通过模拟练习，让学生实 际操作催付流程，体验不  同顾客的应对策略；  讲解订单处理和物流跟踪 的系统操作，包括如何监 控订单状态和物流信息；  组织小组活动，模拟订单  处理到物流跟踪的全过  程，培养学生的细心和责 任感。 | 2 |
| 订单与物流跟踪 | 4 |
| 5 | 让消费者满意  —— 做好售后  客服 | 信息反馈跟进  普通售后处理问  题 | 通过案例学习，让学生了 解售后客服的重要性和处  理流程；  组织模拟售后服务场景，  训练学生处理退换货 、投 诉等常见问题的能力。 | 5 |
| 纠纷处理技巧 | 3 |
| 评价管理 | 5 |
| 售后处理步骤与 禁忌 | 3 |
| 6 | 建立长期合作  —— 用心经营  客户关系 | 维护客户关系的 基本原则 | 通过讲解和案例分析，教  授学生如何维护 良好的客 户关系；  组织小组讨论，探讨不同 策略对客户关系的影响； 指导学生如何根据客户价  值和行为进行筛选和分 类；  通过实际操作演示，教授 | 6 |
| 筛选与管理客户 | 3 |
| 移动办公—— 随 时随地服务客户 做好客户关怀 | 3 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | 学生使用客户管理系统进 行客户信息记录和跟踪。 |  |
| 7 | 打造金牌客服  —— 客服数据  分析 | 如何分析客服数 据 | 教授学生如何使用数据分  析工具，如 Excel 或专业 的客服分析软件；  通过案例学习，让学生了  解如何从客服数据中提取 有价值的信息；  演示如何设置客服监控系  统来跟踪关键性能指标  （KPIs）；  组织小组活动，让学生模  拟监控客服流程并做出相 应的调整。 | 4 |
| 客服数据怎样监 控 | 4 |
| 8 | 效率手册 — — 管理客服人员 | 客服人员培训与 考核 | 设计一套客服人员培训计  划，包括客服流程 、沟通 技巧和产品知识；  制定考核标准，通过模拟  测试或角色扮演来评估学 生的表现；  讨论并设计客服工作的激  励机制 ，如绩效奖金 、晋 升路径等；  通过团队项目，让学生参  与激励机制的实际应用和 反馈收集。 | 2 |
| 客服激励机制的 制订 | 2 |

四、学生考核与评价

本课程考核主要从学生知识掌握程度和运用能力两方 面进行，具体考核内容：平时成绩 20％+卷面成绩 50％+实 训任务 30%（平时成绩包括： 出勤、课堂提问、发言、作业、 讨论等。实训考核包括校内实训项目完成情况、校外调研和

企业参观等构成）

五、教学实施与建议

1.教学方法

教师将采用多样化的教学手段，包括但不限于讲授法、

案例分析、角色扮演、小组讨论和实战演练。理论讲授将用

于介绍基础概念和框架，确保学生对客服工作有一个全面的 了解。通过分析真实案例，学生能够理解理论在实际情境中

的应用，培养其批判性思维和问题解决能力。

本课程强调“学以致用 ”，鼓励学生参与模拟客服场景， 进行角色扮演， 以实现从理论到实践的转换。此外，分组讨 论可以激发学生间的互动，促进知识共享， 同时也提高了团 队合作能力。我们还利用现代教育技术，如在线平台和社交

媒体，为学生提供与实际工作环境相仿的经验。

在课程的不同阶段，我们将设置各种任务和项目，如模 拟客户服务对话、处理虚拟订单等，通过这些实战训练，学 生能够逐步掌握客服核心技能。教师会提供即时反馈，帮助 学生识别错误并加以改进。为了进一步提升教学效果，我们 还将安排与行业专家的交流活动，让学生从业内精英的分享

中获取启发并应用到自身的学习中。

2.教材编写与选用

选择教材时，优先考虑那些能够提供真实电商平台案例、 具备丰富图示和步骤说明的材料，这样不仅可以帮助学生更 好地理解概念，也能提高学习兴趣。确保教材内容是易于更 新的， 以跟上快速变化的电子商务环境。此外，教材中将包 含多种学习形式，如视频教程、互动模拟和自测题， 以适应

不同学习风格的需求。

教材的编写和选用也将考虑到课程的灵活性，根据具体 的教学需要和学生的学习进度进行适当的调整。通过这种方

式，我们能够保证教材既具有指导意义，又能够为学生提供

充分的实践机会，使他们在电子商务客户服务的课程中能够 获得必要的理论知识和实际操作能力，从而在未来的职业发

展中更具竞争力。

3.教学实施与保障

教师应尽可能多地进行理实一体化的教学，让学生在实 际的生产环境中学习。要重视现代教育技术与课程的整合， 充分发挥计算机、互联网等现代媒体技术的优势，提高教学 的效率和效果， 以利于创建符合个性化学习及加强实践技能

培养的教学环境，推动教学模式和教学方法的改革。

4.课程资源开发与利用

为提高电子商务客户服务课程的教学效果，我们开发和 利用多样化的教学资源。这包括利用现代信息技术工具，如 在线教学平台，为学生提供一个互动性强、实时反馈的学习 环境。在线教学平台不仅能够提供学习材料（ ppt、教案、 学案、试题），作为学生和教师沟通的桥梁，通过这一平台，

学生可以提交作业、参与讨论并进行自我测试。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-2 | 初体验——走进网店客服 | 6 | 讲授法、案例教学 法 |
| 3-4 | 磨刀不误砍柴工——客服岗 前技能 | 10 | 讲授法、案例教学  法、任务驱动法 |
| 5-6 | 接单——做好售前客服 | 10 | 讲授法、案例教学  法、任务驱动法 |
| 7-8 | 协助处理——做好售中客服 | 10 | 讲授法、案例教学  法、任务驱动法 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 9-10 | 让消费者满意——做好售后 客服 | 10 | 讲授法、案例教学  法、任务驱动法 |
| 11-12 | 建立长期合作——用心经营 客户关系 | 9 | 讲授法、案例教学  法、任务驱动法 |
| 13-16 | 打造金牌客服——客服数据 分析 | 9 | 讲授法、案例教学  法、任务驱动法 |
| 17-18 | 效率手册—— 管理客服人员 | 8 | 讲授法、案例教学 法 |

《网店运营实务》课程标准

一、课程性质与任务

网店运营是电子商务专业核心课程，本课程基于网店运 营的工作过程设计，从店铺策划、店铺开设、店铺管理、店 铺推广的流程设计教学内容，该课程的学习强调实战化,所 有教学项目基于淘宝网零售电子商务平台开展。 因此，该课 程对于提升学生的网店运营推广能力等实际工作技能有着

极为重要的意义。

网店运营的课程任务旨在通过理论学习与实践操作的 结合，全面提升学生的电商运营能力。课程涵盖网店市场调 研、商品发布、店铺装修、交易管理、客服技巧及免费与付 费推广策略等核心内容。学生将通过实际开设淘宝店铺，进 行商品选品、拍照、编辑至上架的全过程，深入理解网店运 营流程。 同时，课程强调数据分析在优化运营策略中的关键 作用，要求学生通过分析实时直播数据、流量及转化率等关 键指标，调整营销策略。此外，学生需掌握有效的客户服务 与售后处理技巧，提高客户满意度。课程采用案例分析、实 战演练和小组讨论等教学方法，鼓励学生批判性思维和团队 合作， 以培养其创新思维和解决问题的能力，为未来的电商

事业奠定坚实基础。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）语言表达、社会交往和沟通能力；

（2）勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风；

（3）培养学生网店运营与推广的职业素养，精益求精 的学习态度；

（4）具有高度责任心和良好的团队合作精神；

（5）具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力；

（6）养成处理问题的应变能力和人际沟通能力；

（7）培养全心全意为客户服务，让客户满意的意识；

（8）按规范办事、批评与自我批评能力。

2.知识目标

（1） 网店的涵义和类型；

（2） 网店的定位和规划；

（3） 了解淘宝网开店规则；

（4） 了解商品基本信息的内容及作用；

（5） 了解网店客服的工作流程；

（6）掌握店铺首页的设计；

（7）掌握店铺详情页的设计；

（8 ）熟知生意参谋的常规功能；

（9） 了解直通车、钻展等网店推广方式；

（10）掌握标题优化。

3.能力目标

（1）能在淘宝平台开设店铺；

（2）能通过店铺发布商品并分类管理商品；

（3）能掌握较为专业的拍摄知识美化商品；

（4）能设置店铺 LOGO、BANNER 等装修网店的技巧；

（5）能有效的推广店铺；

（6）能掌握客户服务的技巧；

（7）能通过数据分析店铺的流量和转化率。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程涵盖网店运营的基本概念、市场调研与规划、商 品发布策略、店铺装修技巧、交易管理流程、客服与售后服 务、物流与包装管理， 以及淘宝免费与付费推广策略。课程 结合理论教学、案例分析、实战演练和数据分析，这一系列 的教学单元不仅涵盖了从基础购物体验到高级数据分析的 全方位技能，还强调实战操作，确保学生能够在理论与实践

中不断提升自己的网店运营与推广能力。

2.课程内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序 号 | 学习模块 | 学 习 内容与要 求 | 教学活动设计建议 | 建 议 学 时 |
| 1 | 网店运营市  场调研与规  划 | 网络市场数据 调研 | 组织线上市场调研工作坊，教授 学生如何收集和分析市场数据，  识别目标市场和消费者需求；  安排模拟网店运营项目，让学生  实践市场调研知识，制定网店的 市场定位和运营策略；  利用案例研究，讨论不同网店运  营策略的成败案例，提高学生的 战略规划能力；  通过团队协作项目，鼓励学生合 作完成网店的市场调研报告和运  营计划，培养团队合作和项目管 理技能。 | 2 |
| 网店运营规划 | 3 |
| 网店开设平台 的选择 | 2 |
| 网店商品的选 择 | 2 |
| 网店商品定价 | 2 |
| 2 | 网店商品发  布与网店装  修 | 淘宝开店 | 举办商品发布工作坊，教授学生 如何优化商品标题、描述和图片， 以及如何设置合理的价格策略； 组织网店装修实战课程，讲解并 | 4 |
| 商品发布 | 4 |
| 设置与管理店 铺 | 2 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 网店装修 | 实践网店视觉营销的重要性，包  括颜色搭配 、布局设计和导航优 化等；  安排模拟经营练习，让学生从选 品、拍照、编辑到最终的商品上  架全程参与，实践中学习商品发 布流程；  开展店铺装修竞赛，鼓励学生运 用所学知识，设计独特且有吸引  力的网店界面，提升用户体验和 转化率。 | 4 |
| 3 | 网店交易管 理 | 商品成交过程. | 利用案例分析，讨论交易管理中 可能遇到的各种问题，如订单纠  纷、退换货处理和买家投诉等，  制定解决方案；  开展网店运营小组项目，要求学 生团队合作，共同管理一个虚拟 网店，实践综合交易管理技能。 | 3 |
| 用千牛工作台 管理店铺数据 | 3 |
| 4. | 网店客服与 售后服务 | 分析买家购物  心理. | 设立模拟客服热线，让学生实际 接听客户咨询，练习如何提供专  业的客户服务和有效的问题解决 方案；  通过角色扮演游戏，模拟售后服 务场景，如处理退换货请求 、应  对客户投诉等，提高学生的应变 能力和服务意识。 | 3 |
| 客服人员售前 服务 | 4 |
| 售后服务与买  家评价应对工  作 | 4 |
| 客户关系管理 | 3 |
| 5 | 网店物流与 包装管理 | 选择合适的物 流方式 | 通过模拟电商物流系统，教授学  生如何处理订单配送 、物流跟踪 和库存管理等物流环节；  组织仓库管理角色扮演游戏，模  拟商品入库、存储、打包和发货  流程，提升学生的物流实操技能；  利用案例分析，讨论不同网店的  物流策略和包装方案， 引导学生  思考如何提高效率和客户满意  度。 | 4 |
| 物流设置 | 4 |
| 设置运费 | 4 |
| 包装商品 | 4 |
| 6 | 淘宝免费推 广 | 店铺流量的来 源 | 组织实践操作课程， 引导学生通 过设置关键词、优化商品标题和  描述来提高商品在淘宝搜索中的 排名；  安排内容营销工作坊，教授学生 | 4 |
| 网店 SEO | 3 |
| 淘宝站内免费 促销活动 | 3 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 淘宝直播引流. | 如何利用图文、视频等多种形式  的内容吸引客户，并运用社交媒 体进行免费推广；  开展模拟推广项目，让学生制定 并执行一个免费的推广计划，然 后通过数据分析工具跟踪推广效 果，调整策略以优化推广效果。 | 4 |
| 7. | 淘宝付费推 广 | 淘宝联盟推 | 通过案例研究，分析成功与失败 的付费推广案例，让学生了解如  何制定有效的广告投放策略和避 免常见错误；  设计付费推广挑战赛，鼓励学生 团队制定完整的付费推广计划 ， 包括预算规划、广告创意设计、  目标市场选择和效果评估等环 节。 | 3 |
| 直通车推广 | 4 |
| 8 | 淘宝站外推 广 | 微博推广 | 通过案例分析，让学生学习成功 的跨平台推广案例，理解如何整  合各种媒体资源，提高品牌曝光 度和用户参与度；  设计站外推广实战项目，要求学 生团队策划并实施一次完整的站 外推广活动，从内容创意到推广 执行，再到效果监测和分析反馈。 | 4 |
| 微信推广 | 4 |
| 抖音短视频引 流推广 | 4 |
| 9 | 网店运营数 据分析 | 网店运营数据 分析概述 | 通过案例研究，让学生分析真实 的网店运营数据，识别趋势、 问  题和机会，并提出改进策略；  组织模拟运营项目，要求学生基 于真实或构造的数据做出运营决 策，实践数据驱动的网店管理。 | 3 |
| 网店运营数据 分析中的数据 | 4 |
| 生意参谋实时 直播数据分析 | 4 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 生意参谋实时 直播数据分析 |  | 3 |

四、学生考核与评价

评价的目的是全面考察学生的学习状况，启发学生的学 习兴趣，激励学生学习热情，促进学生的可持续发展。评价 也是教师反思和改进教学的有力手段。对学生学习的评价， 既要关注学生知识与技能的理解和掌握，更要关注他们情感 与态度的形成和发展； 既要关注学生学习的结果，更要关注 他们在学习过程中的变化和发展。评价的手段和形式应多样 化，要将过程评价与结果评价相结合，定性与定量相结合， 充分关注学生的个性差异，发挥评价的启发激励作用，增强

学生的自信心和实践能力。

注重对学生学习过程的评价，对学生学习过程的评价， 包括态度、 自信心、实践能力、合作交流意识， 以及独立思

考的能力、创新思维能力等方面。

重视对学生的启发，对学生进行启发式教学，各项目通 过分析案例，让学生完成一定的设计任务，最终达到独立完

成任务的目的。

评价手段和形式要体现多样化，采用过程性评价与目标 性评价相结合的方法，满分为 100 分。过程性评价包括对学 生考勤、课堂表现和作业的评价， 占总分的 30%。其中学生 考勤占 10%，课堂表现占 10%,作业占 10%； 目标性评价主要

指期末考试的卷面成绩和综合实训成绩， 占总分的 70%。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用任务驱动法、案例教学法、项目教学法、讨论式教

学法。

2.教材编写与选用

在《网店运营与推广》教材编选上，吸纳专业负责人和 行业企业专家全程参与课程建设。在实际编写时， 以区域经 济发展对人才的需求为指导、 以我校实际人才培养目标为导 向 ，有针对性的建设符合我校电子商务专业需求的教材内

容。

其中课程教学全程吸纳业界协同授课，依托学校网络学 堂，建立丰富的教学资源，如针对教学中的重点难点和关键 内容，录制上传微课视频、场景教学等视频，加强课程学习

效果。

充分利用网络资源，搭建网络课程平台，实现优质教学

资源共享。

3.教学实施与保障

配有标准教室、投影仪、机房等基本教学环境和工具。

该课程的教学工作要求授课教师要熟练网店运营推广 流程，具有优秀的网店运营推广的能力，掌握网店运营基础 操作及高级推广营销工作。课内实践部分指导教师必须具备 相关的职业能力资格证书。 目前本课程的教学主要由电子商 务教研组的教师承担 ，拟在今后聘请企业兼职教师共同授

课，并安排专任教师到企业进行挂职锻炼，培养双师型教师。

4.课程资源开发与利用

多媒体资源如教学视频和音频将用于演示网店运营的 成功案例和市场推广的策略 ，帮助学生更直观地理解理论概 念和实际操作之间的联系 。我们还将鼓励学生积极参与行业

会议和网络研讨会， 以便他们能够了解当前市场的最新情况。

为了让学生更好地掌握网络营销工具，我们将提供访问 真实电商平台的后台管理系统的机会，这样学生可以在实践 中学习和探索搜索引擎优化、社交媒体营销和数据分析等技

能。

创建在线论坛和讨论组， 以便学生之间可以交流想法和 经验，共同解决问题，从而建立起一个互帮互助的学习小区。 这样的资源共享和利用将有助于学生更深入地理解电子商 务的各个方面，并提高他们未来在网店运营与推广方面的职

业竞争力。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-3 | 网店运营市场调研与规 划 | 8 | 讲授法、案例教学 法 |
| 4-5 | 网店商品发布与网店装 修 | 10 | 讲授法、案例教学  法、任务驱动法 |
| 6-7 | 网店交易管理 | 8 | 讲授法、案例教学  法、任务驱动法 |
| 8-9 | 网店客服与售后服务 | 14 | 讲授法、案例教学  法、任务驱动法 |
| 10 | 网店物流与包装管理 | 16 | 讲授法、案例教学  法、任务驱动法 |
| 11-12 | 淘宝免费推广 | 12 | 讲授法、案例教学  法、任务驱动法 |
| 13-14 | 淘宝付费推广 | 16 | 讲授法、案例教学  法、任务驱动法 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 15-16 | 淘宝站外推广 | 12 | 讲授法、案例教学 法 |
| 17-18 | 网店运营数据分析 | 12 | 讲授法、案例教学 法 |

《电子商务技能实战》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是中职电子商务专业的核心课程， 旨在通过实战 演练，使学生掌握电子商务的核心技能，包括网店运营、 网 络营销、数据分析等，培养学生的实践能力和职业素养，为

将来的职业生涯打下坚实基础。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）培养学生的创新思维和解决问题的能力；

（2）提升学生的职业素养和责任感；

（3）增强学生的自主学习和终身学习的意识；

（4）培养学生的诚信意识和职业道德。

2.知识目标

（1）理解电子商务的基本概念、发展历程及未来趋势；

（2）掌握电子商务平台的操作与管理技巧；

（3） 了解网络营销的主要策略和方法；

（4 ）熟悉电子商务数据分析的基本流程和方法。

3.能力目标

（1）能够独立开设并运营个人或企业网店；

（2 ）熟练运用各种网络营销工具进行产品推广；

（3） 能够进行基本的电子商务数据分析，为经营决策 提供支持；

（4）具备良好的团队协作和沟通能力。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程分为四个模块： 电子商务基础、 网店运营与管理、

网络营销策略、 电子商务数据分析。

2.课程内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序 号 | 学习模块 | 学习内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建议 学时 |
| 1 | 1.电子商 务基础 | 1.1 电子商务概述 | 通过讲座、视频和案例分析，引导学 生了解电子商务的基本概念和应用。 | 3 |
|  |  | 1.2 电子商务法律法 规 | 通过小组讨论和案例分析，让学生深  入理解电子商务法律法规的实际应 用。 | 3 |
| 2 | 2.网店运 营与管理 | 2.1 网店开设流程 | 通过实操演练和模板学习，让学生亲 身体验网店开设的全过程。 | 12 |
|  |  | 2.2 商品上架与管理 | 通过模拟上架商品和库存管理的实 操练习，提高学生的商品管理能力。 | 12 |
| 3 | 3.网络营 销策略 | 3.1 SEO 优化 | 通过 SEO 工具的使用和实操案例，让 学生掌握 SEO 优化的基本技能。 | 12 |
|  |  | 3.2 社交媒体营销 | 通过模拟社交媒体营销活动和案例 分析，提高学生的实战能力。 | 12 |
| 4 | 4.电子商  务数据分  析 | 4.1 数据分析基础 | 通过数据分析软件的实操练习和案  例分析，让学生掌握数据分析的基本 技能。 | 12 |
|  |  | 4.2 客户行为分析 | 通过客户行为分析案例的研讨和模  拟营销策略制定，提高学生的实战能 力。 | 6 |

四、学生考核与评价

采用平时成绩（包括作业、课堂表现等） 占 40%，期末

项目实战占 60%的综合评价方式。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授、案例分析、小组讨论、实践操作等多种教学

方法，提高学生的学习兴趣和参与度。

2.教材编写与选用

选用与课程内容相匹配的优质教材，并鼓励教师根据教

学实际编写或修订教学辅助材料。

3.教学实施与保障

确保教学资源的充足，如教学设备、 网络环境、实训平

台等， 同时加强师资培训，提高教师的教学水平。

4.课程资源开发与利用

充分利用网络资源、企业案例、行业报告等丰富教学资

源，拓宽学生的学习视野。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-4 | 第一章 电子商务基础 | 10 | 理实一体化 |
| 5-10 | 第二章 网店运营与管理 | 24 | 理实一体化 |
| 11-14 | 第三章网络营销策略 | 24 | 理实一体化 |
| 15-18 | 第四章 电子商务数据分析 | 14 | 理实一体化 |

《商务文案策划》课程标准

一、课程性质与任务

《商务文案策划》是中职电子商务专业的一门核心课程，

旨在培养学生掌握商务文案策划的基本理论、方法与技巧，

能够独立完成市场调研、消费者分析、产品定位、策划创意、 文案撰写及效果评估等全过程 ，为企业的产品推广 、 品牌塑 造及营销活动提供有力支持。本课程强调理论与实践相结合， 通过案例分析 、项目实训等方式 ，提升学生的创新思维 、沟 通能力和团队协作能力 ，为其未来从事电子商务及相关领域

工作奠定坚实基础。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）培养学生的市场敏感度、创新思维和批判性思维

能力；

（2） 强化团队合作意识，提高沟通协调能力和抗压能 力；

（3）树立良好的职业道德和责任意识，为企业的品牌 建设与市场推广贡献力量。

2.知识目标

（1）使学生理解商务文案策划的基本概念、原则与流 程；

（2）掌握市场调研方法、消费者行为分析技巧；

（3）熟悉不同类型商务文案（如广告文案、产品描述、 促销方案等） 的写作规范与风格特点。

3.能力目标

（1） 能够独立完成市场调研报告，分析目标市场与消

费者需求；

（2）具备创意策划能力，能够提出新颖的文案创意与 营销策略；

（3） 熟练撰写各类商务文案，确保内容准确、吸引力 强；

（4）具备文案效果评估能力，根据反馈优化文案内容。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程分为四个模块：基础理论、市场调研与消费者分

析、文案创意与撰写、效果评估与优化。

2.课程内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序 号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建 议 学 时 |
| 1 | 基础理论 | 商务文案策划概述 | 讲授+案例分析 | 10 |
|  |  | 文案策划基本原则 | 小组讨论+案例分析 | 8 |
| 2 | 市场调研与消 费者分析 | 市场调研方法 | 实践操作+汇报分享 | 10 |
|  |  | 消费者行为分析 | 案例分析+角色扮演 | 8 |
| 3 | 文案创意与撰 写 | 文案创意构思 | 创意工作坊+互评 | 10 |
|  |  | 文案撰写技巧 | 写作练习+教师点评 | 8 |
| 4 | 效果评估与优 化 | 文案效果评估方法 | 数据分析+报告撰写 | 8 |
|  |  | 文案优化策略 | 项 目复盘+优化方案制定 | 10 |

四、学生考核与评价

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合 考核相结合的模式。通过项目进度和任务完成度监控学生的 学习进度，全程评价学生的学习态度；根据实操完成质量、 任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、 个人能力与团队意识、 自主学习与创新思维等多维化考核评 价体系， 同时尝试让学生、市场、企业等也逐渐成为评价主

体，并根据不同内容采用不同的评价标准。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授、讨论、案例分析、实践操作等多种教学方法， 提高学生的学习兴趣和参与度。教学方法选择以教师为主导， 学生为主体，联系为主线的有机结合。教师主导作用即通过 教师认真演示，积极引导，不断辅导，最后通过学生通过自 己的学习及不断的联系，能独立完成有关操作并享受自己操 作成功的喜悦心情，这样一定能达到最佳效果。激发兴趣， 调动学生的学习积极性。注意自学能力的培养，在学生认知 水平能够承受的前提下安排一些适合自学的内容让学生自 己掌握，从中培养学生的自学能力，并逐渐养成求知探索的

习惯。

2.教材编写与选用

以本课程标准为依据，教材内容应体现以就业为导向， 以学生为本的原则、将对电子商务专业及行业的认知、体验

和学生职业生涯规划融入到课程中进行整合，突出职业能力

的培养。项目课程以工作任务为主线而不是以知识为主线， 尽可能将理论知识用工作任务穿起来，理论知识内容在符合 工作任务职业行为的同时，也符合学生的认知规律，做到由 易到难，前后衔接，循序渐进。所编教材要做到语言简练、

图文并茂、深入浅出、通俗易懂、实用性强。

3.教学实施与保障

课堂教学实施与保障：可以进行多媒体演示的教室。

实训条件：装有相关软件的实训室，参照实训室设备装 备标准，配备与企业电子商务实际业务相同的设备和软件， 使之具备现场教学、实训的功能，满足教、学、做一体化的

要求。 同时可以根据需要开通网络。

4.课程资源与开发

充分利用网络资源、行业报告、企业案例等课程资源， 丰富教学内容；建立课程网站或学习平台，提供在线学习资

源和互动交流平台。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-4 | 第一章 基础理论 | 16 | 理实一体化 |
| 5-8 | 第二章 市场调研与消费者分 析 | 16 | 理实一体化 |
| 9-13 | 第三章 文案创意与撰写 | 16 | 理实一体化 |
| 14-18 | 第四章 效果评估与优化 | 16 | 理实一体化 |

《短视频策划与运营》课程标准

一、课程性质与任务

课本成是电子商务专业的专业核心课程之一。通过本课 程的学习，要求学生熟练掌握短视频策脚本撰写、短视频拍 摄、短视频后期剪辑、短视频运营等职业技能，能够策划、 拍摄、制作出较高水平的短视频作品，在淘宝、抖音等平台

运营。

本课程按短视频运营的工作流程展开，从策划、拍摄、 制作、运营等四个方面介绍短视频制作与运营内容。主要设 计了短视频概述、短视频策划、短视频拍摄、短视频后期制 作、短视频运营（淘宝） 、短视频运营（抖音） 、短视频实

例及实训等七个学习情境。

本课程遵循学生的认知规律， 以行动导向教学模式为主 导，对各学习情境主要设置情境导入、学习目标、知识探究、 任务分析、任务决策、任务实施、 同步实训、情境考核等，

突出系统化知识的提炼与总结，强调实践能力的培养。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）具备良好的心理素质和克服困难的毅力；

（2）具有良好的团队协作精神和敬业精神；

（3）具备有良好的信息收集、分析和处理能力；

（4）具有良好的沟通能力和组织能力；

（5）具有善于总结、力求上进的工作精神。

2.知识目标

（1） 了解短视频发展、知名短视频平台；

（2 ）掌握短视频特点、分类，掌握目标人群及产品分 析方法；

（3 ）掌握短视频内容策划方法，掌握短视频脚本撰写

方法；

（4 ）掌握视频渲染时的参数设置，掌握淘宝短视频的 运营知识；

（5） 了解抖音的相关规则和抖音运营的相关知识。

3.能力目标

（1）具备区分短视频的类型的能力；

（2）具备搭建短视频团队，撰写短视频分镜脚本的能 力；

（3）具备对商品进行构图拍摄，布置商品拍摄的背景

和灯光的能力；

（4）具有抖音号的养号、加权、视频发布、数据查看、 运营和变现技巧的能力。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程分为理论部分和实践部分。理论部分包括短视频 行业概述、策划与创作、拍摄与剪辑技术等；实践部分则侧

重于短视频推广与运营策略、实战案例分析与项目实践等。

2.课程内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容  与要求 | 教学活动设计建议 | 建议 学时 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 短视频行  业概述 | 1.1 行业 发展历程 | 课堂讲授+行业案例分析 | 10 |
|  |  | 1.2 市场  需求与趋  势 | 小组讨论+市场调研任务 | 10 |
| 2 | 短视频策 划与创作 | 2.1 选题  与剧本创  作 | 实践操作+剧本创作练习 | 16 |
|  |  | 2.2 分镜  设计与拍  摄准备 | 小组合作+分镜设计任务 | 16 |
| 3 | 短视频拍  摄与剪辑  技术 | 3.1 拍摄  技巧与设  备使用 | 实践操作+拍摄练习 | 16 |
|  |  | 3.2 剪辑  技术与特  效处理 | 软件实操+剪辑任务 | 16 |
| 4 | 短视频推  广与运营  策略 | 4.1 平台  选择与内  容分发 | 案例分析+平台运营模拟 | 12 |
|  |  | 4.2 用户  互动与数  据分析 | 小组讨论+数据分析实践 | 12 |

四、学生考核与评价

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合 考核相结合的模式。通过项目进度和任务完成度监控学生的 学习进度，全程评价学生的学习态度；根据实操完成质量、 任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、 个人能力与团队意识、 自主学习与创新思维等多维化考核评 价体系， 同时尝试让学生、市场、企业等也逐渐成为评价主

体，并根据不同内容采用不同的评价标准。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授、讨论、案例分析、实践操作等多种教学方法，

提高学生的学习兴趣和参与度。教学方法选择以教师为主导， 学生为主体 ，联系为主线的有机结合 。教师主导作用即通过 教师认真演示 ，积极引导 ，不断辅导 ，最后通过学生通过自 己的学习及不断的联系 ， 能独立完成有关操作并享受自己操

作成功的喜悦心情，这样一定能达到最佳效果。激发兴趣，

调动学生的学习积极性。注意自学能力的培养，在学生认知 水平能够承受的前提下安排一些适合自学的内容让学生自 己掌握，从中培养学生的自学能力，并逐渐养成求知探索的

习惯。

2.教材编写与选用

以本课程标准为依据，教材内容应体现以就业为导向， 以学生为本的原则、将对电子商务专业及行业的认知、体验 和学生职业生涯规划融入到电子商务基础课程中进行整合， 突出职业能力的培养。项目课程以工作任务为主线而不是以 知识为主线，尽可能将理论知识用工作任务穿起来，理论知 识内容在符合工作任务职业行为的同时，也符合学生的认知 规律，做到由易到难，前后衔接，循序渐进。所编教材要做

到语言简练、 图文并茂、深入浅出、通俗易懂、实用性强。

3.教学实施与保障

课堂教学实施与保障：可以进行多媒体演示的教室。

实训条件：装有相关软件的实训室，参照实训室设备装 备标准，配备与企业电子商务实际业务相同的设备和软件， 使之具备现场教学、实训的功能，满足教、学、做一体化的

要求。 同时可以根据需要开通网络。

4.课程资源与开发

充分利用网络资源、行业报告、企业案例等课程资源， 丰富教学内容；建立课程网站或学习平台，提供在线学习资

源和互动交流平台。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-4 | 短视频行业概述 | 20 | 讲授+讨论 |
| 5-8 | 短视频策划与创作 | 32 | 讲授+实操 |
| 9-14 | 短视频拍摄与剪辑技术 | 32 | 讲授+实操 |
| 15-18 | 短视频推广与运营策略 | 24 | 讲授+实操 |

《电子商务网页设计》课程标准

一、课程性质与任务

《电子商务网页设计》是中职电子商务专业的一 门核心 技能课程， 旨在通过教授网页设计的基本原理、技术实现及 设计方法，培养学生的网页设计能力、视觉审美能力和创新 思维，为学生将来从事电子商务网站设计、维护及优化工作

奠定基础。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）培养良好的审美观念和创新思维，能够设计出符

合市场需求的电子商务网页；

（2）提升团队协作与沟通能力，能够在团队中有效发 挥个人作用；

（3） 强化责任心与职业道德，确保网页设计工作的质

量和效率。

2.知识目标

（1）理解网页设计的基本概念、原则及流程；

（2）掌握 HTML、CSS 等网页前端技术基础；

（3 ）熟悉常用网页设计软件的功能与操作方法；

（4） 了解电子商务网页设计的特点和趋势。

3.能力目标

（1） 能够独立进行网页布局设计，实现页面元素的精 准定位与排版；

（2） 熟练运用设计软件对网页进行美化处理，提升用

户体验；

（3 ）掌握网页交互设计的技巧，增强网页的互动性和

吸引力；

（4） 能够根据需求进行网页代码编写与优化，确保网 页的兼容性和加载速度。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程由网页设计基础、HTML 与 CSS、JavaScript 应用、

网页设计软件应用、项目实践五个模块组成。

2.课程内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建 议 学 时 |
| 1 | 网页设计基础 | 网页设计概述 | 案例分析、理论讲授、小组讨 论 | 6 |
|  |  | 色彩与布局 | 色彩搭配练习、布局设计实践 | 6 |
| 2 | HTML 与 CSS | HTML 基础 | 代码编写练习、HTML 页面展示 | 6 |
|  |  | CSS 样式设计 | 样式设计实践、CSS 效果展示 | 6 |
| 3 | JavaScript 应 用 | JavaScript 基础 | 脚本编写练习、JavaScript 效 果展示 | 8 |
|  |  | DOM 操作与事件处理 | DOM 操作实践、交互效果设计 | 8 |
| 4 | 网页设计软件 应用 | Photoshop 图像处理 | 图片处理实践、切片导出练习 | 8 |
|  |  | Dreamweaver 网页制 作 | 网页制作实践、站点测试 | 8 |
| 5 | 项目实践 | 电子商务网站页面设 计 | 团队分工合作、项目设计、展 示与评审 | 16 |

四、学生考核与评价

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合 考核相结合的模式。通过项目进度和任务完成度监控学生的 学习进度，全程评价学生的学习态度；根据实操完成质量、 任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、 个人能力与团队意识、 自主学习与创新思维等多维化考核评 价体系， 同时尝试让学生、市场、企业等也逐渐成为评价主

体，并根据不同内容采用不同的评价标准。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授、讨论、案例分析、实践操作等多种教学方法， 提高学生的学习兴趣和参与度。教学方法选择以教师为主导， 学生为主体，联系为主线的有机结合。教师主导作用即通过 教师认真演示，积极引导，不断辅导，最后通过学生通过自 己的学习及不断的联系，能独立完成有关操作并享受自己操 作成功的喜悦心情，这样一定能达到最佳效果。激发兴趣， 调动学生的学习积极性。注意自学能力的培养，在学生认知 水平能够承受的前提下安排一些适合自学的内容让学生自 己掌握，从中培养学生的自学能力，并逐渐养成求知探索的

习惯。

2.教材编写与选用

以本课程标准为依据，教材内容应体现以就业为导向， 以学生为本的原则、将对电子商务专业及行业的认知、体验 和学生职业生涯规划融入到课程中进行整合，突出职业能力

的培养。项目课程以工作任务为主线而不是以知识为主线，

尽可能将理论知识用工作任务穿起来，理论知识内容在符合 工作任务职业行为的同时，也符合学生的认知规律，做到由 易到难，前后衔接，循序渐进。所编教材要做到语言简练、

图文并茂、深入浅出、通俗易懂、实用性强。

3.教学实施与保障

课堂教学实施与保障：可以进行多媒体演示的教室。

实训条件：装有相关软件的实训室，参照实训室设备装 备标准，配备与企业电子商务实际业务相同的设备和软件， 使之具备现场教学、实训的功能，满足教、学、做一体化的

要求。 同时可以根据需要开通网络。

4.课程资源与开发

充分利用网络资源、行业报告、企业案例等课程资源， 丰富教学内容；建立课程网站或学习平台，提供在线学习资

源和互动交流平台。

六、授课进程与安排

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-4 | 第一章 网页设计基础 | 18 | 理实一体化 |
| 5-8 | 第二章 HTML 与 CSS | 16 | 理实一体化 |
| 9-13 | 第三章 JavaScript 应用 | 18 | 理实一体化 |
| 14-18 | 第四章 网页设计软件应 用 | 20 | 理实一体化 |

《跨境电商实务》课程标准

一、课程性质与任务

《跨境电商实务》是中职电子商务专业的一门核心课程， 旨在使学生掌握跨境电商的基本理论 、运营模式 、营销策略 及操作技能， 了解国际贸易规则与跨境电商平台规则， 能够 胜任跨境电商企业的相关岗位工作 。本课程通过理论教学与 实践操作相结合，培养学生的跨境电商思维、市场分析能力、 产品推广能力及客户服务能力 ，为其未来在跨境电商领域的

发展打下坚实基础。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）培养学生的国际化视野、跨文化沟通能力；

（2 ）强化团队合作精神与创新意识；

（3）提升问题解决能力与抗压能力；

（4）树立诚信经营、客户至上的职业道德观念。

2.知识目标

（1）理解跨境电商的基本概念、发展历程及趋势；

（2）掌握跨境电商的主要平台、运营模式及营销策略；

（3） 了解国际贸易基础知识、跨境电商支付与物流体 系；

（4 ）熟悉跨境电商相关法律法规及政策。

3.能力目标

（1） 能够进行跨境电商市场调研，分析目标客户群体

与竞争对手；

（2）具备跨境电商产品选品、定价、上架及优化的能 力；

（3 ）掌握跨境电商营销推广技巧，如 SEO、SEM、社交 媒体营销等；

（4） 能够处理跨境电商订单、物流跟踪及客户服务工 作。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程分为五个模块：跨境电商基础、跨境电商平台操 作、跨境电商营销与推广、跨境电商物流与支付、跨境电商

风险管理与合规。

2.课程内容

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建议 学时 |
| 1 | 跨境电商基础 | 跨境电商概述 | 讲授+案例分析 | 4 |
|  |  | 国际贸易基础 | 讲授+小组讨论 | 8 |
| 2 | 跨境电商平台 操作 | 平台选择与入驻 | 讲授+模拟操作 | 8 |
|  |  | 产品选品与上架 | 实践操作+教师点评 | 10 |
| 3 | 跨境电商营销 与推广 | SEO 与 SEM | 讲授+案例分析+实践操作 | 8 |
|  |  | 社交媒体营销 | 小组讨论+模拟营销 | 8 |
| 4 | 跨境电商物流 与支付 | 物流体系构建 | 讲授+案例分析 | 8 |
|  |  | 支付体系解析 | 讲授+模拟支付操作 | 6 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 5 | 跨境电商风险  管理与合规 | 风险管理 | 案例分析+小组讨论 | 6 |
|  |  | 合规经营 | 讲授+法律条文解读 | 6 |

四、学生考核与评价

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合 考核相结合的模式。通过项目进度和任务完成度监控学生的 学习进度，全程评价学生的学习态度；根据实操完成质量、 任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、 个人能力与团队意识、 自主学习与创新思维等多维化考核评 价体系， 同时尝试让学生、市场、企业等也逐渐成为评价主

体，并根据不同内容采用不同的评价标准。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授、讨论、案例分析、实践操作等多种教学方法， 提高学生的学习兴趣和参与度。教学方法选择以教师为主导， 学生为主体，联系为主线的有机结合。教师主导作用即通过 教师认真演示，积极引导，不断辅导，最后通过学生通过自 己的学习及不断的联系，能独立完成有关操作并享受自己操 作成功的喜悦心情，这样一定能达到最佳效果。激发兴趣， 调动学生的学习积极性。注意自学能力的培养，在学生认知 水平能够承受的前提下安排一些适合自学的内容让学生自 己掌握，从中培养学生的自学能力，并逐渐养成求知探索的

习惯。

2.教材编写与选用

以本课程标准为依据，教材内容应体现以就业为导向， 以学生为本的原则、将对电子商务专业及行业的认知、体验 和学生职业生涯规划融入到课程中进行整合，突出职业能力 的培养。项目课程以工作任务为主线而不是以知识为主线， 尽可能将理论知识用工作任务穿起来，理论知识内容在符合 工作任务职业行为的同时，也符合学生的认知规律，做到由 易到难，前后衔接，循序渐进。所编教材要做到语言简练、

图文并茂、深入浅出、通俗易懂、实用性强。

3.教学实施与保障

课堂教学实施与保障：可以进行多媒体演示的教室。

实训条件：装有相关软件的实训室，参照实训室设备装 备标准，配备与企业电子商务实际业务相同的设备和软件， 使之具备现场教学、实训的功能，满足教、学、做一体化的

要求。 同时可以根据需要开通网络。

4.课程资源与开发

充分利用网络资源、行业报告、企业案例等课程资源， 丰富教学内容；建立课程网站或学习平台，提供在线学习资

源和互动交流平台。

六、授课进程与安排

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-2 | 跨境电商基础 | 12 | 理实一体化 |
| 3-7 | 跨境电商平台操作 | 18 | 理实一体化 |
| 8-12 | 跨境电商营销与推广 | 16 | 理实一体化 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 13-16 | 跨境电商物流与支付 | 14 | 理实一体化 |
| 17-18 | 跨境电商风险管理与合规 | 12 | 理实一体化 |

《网店美工》课程标准

一、课程性质与任务

《网店美工》是中职电子商务专业的一门专业核心课程， 旨在培养学生掌握网店视觉设计的基本原理 、工具使用及实 战技能 ， 能够独立完成网店店铺装修 、产品图片处理 、广告 海报设计等工作 。通过本课程的学习 ，学生能够提升网店的 视觉吸引力和用户体验 ，促进商品销售 ，为电商企业的线上

营销提供有力支持。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）培养学生的审美能力、创新思维和团队协作精神；

（2）提升工作责任心和细致耐心的职业素养；

（3 ）强化版权意识，遵守职业道德规范。

2.知识目标

（1）理解网店美工的基本概念、设计原则及流程；

（2）掌握色彩搭配、排版布局、 图像处理等基础知识；

（ 3 ）熟悉主流网店美工设计软件（如 Photoshop、 Illustrator 等） 的操作界面与基本功能。

3.能力目标

（1） 能够独立完成网店首页、详情页、活动页面的设 计与制作；

（2）熟练掌握产品图片的美化、修饰与创意处理技巧；

（3）具备根据市场需求和品牌定位设计广告海报的能

力。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程分为四个模块： 网店美工基础、图像处理与编辑、

网店页面设计与制作、综合项目实训。

2.课程内容

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建议学 时 |
| 1 | 网店美工 基础 | 美工概述 | 讲授+案例分析 | 6 |
|  |  | 设计原则与流程 | 小组讨论+思维导图构建 | 6 |
| 2 | 图像处理 与编辑 | 图像基础 | 讲授+实操演示 | 4 |
|  |  | Photoshop 基础操作 | 实践操作+教师指导 | 10 |
|  |  | 高级图像处理技巧 | 案例分析+实操练习 | 12 |
| 3 | 网店页面  设计与制  作 | 首页设计 | 讲授+项目实训 | 8 |
|  |  | 详情页设计 | 小组讨论+案例分析 | 8 |
|  |  | 活动页面设计 | 创意激发+实践操作 | 8 |
| 4 | 综合项目 实训 | 实战项目 | 小组合作+教师指导 | 10 |

四、学生考核与评价

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合 考核相结合的模式。通过项目进度和任务完成度监控学生的 学习进度，全程评价学生的学习态度；根据实操完成质量、 任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、 个人能力与团队意识、 自主学习与创新思维等多维化考核评 价体系， 同时尝试让学生、市场、企业等也逐渐成为评价主

体，并根据不同内容采用不同的评价标准。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授、讨论、案例分析、实践操作等多种教学方法， 提高学生的学习兴趣和参与度。教学方法选择以教师为主导， 学生为主体，联系为主线的有机结合。教师主导作用即通过 教师认真演示，积极引导，不断辅导，最后通过学生通过自 己的学习及不断的联系，能独立完成有关操作并享受自己操 作成功的喜悦心情，这样一定能达到最佳效果。激发兴趣， 调动学生的学习积极性。注意自学能力的培养，在学生认知 水平能够承受的前提下安排一些适合自学的内容让学生自 己掌握，从中培养学生的自学能力，并逐渐养成求知探索的

习惯。

2.教材编写与选用

以本课程标准为依据，教材内容应体现以就业为导向， 以学生为本的原则、将对电子商务专业及行业的认知、体验 和学生职业生涯规划融入到课程中进行整合，突出职业能力 的培养。项目课程以工作任务为主线而不是以知识为主线， 尽可能将理论知识用工作任务穿起来，理论知识内容在符合 工作任务职业行为的同时，也符合学生的认知规律，做到由 易到难，前后衔接，循序渐进。所编教材要做到语言简练、

图文并茂、深入浅出、通俗易懂、实用性强。

3.教学实施与保障

课堂教学实施与保障：可以进行多媒体演示的教室。

实训条件：装有相关软件的实训室，参照实训室设备装

备标准，配备与企业电子商务实际业务相同的设备和软件， 使之具备现场教学、实训的功能，满足教、学、做一体化的

要求。 同时可以根据需要开通网络。

4.课程资源与开发

充分利用网络资源、行业报告、企业案例等课程资源， 丰富教学内容；建立课程网站或学习平台，提供在线学习资

源和互动交流平台。

六、授课进程与安排

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-4 | 网店美工基础 | 12 | 理实一体化 |
| 5-8 | 图像处理与编辑 | 26 | 理实一体化 |
| 9-13 | 网店页面设计与制作 | 24 | 理实一体化 |
| 14-18 | 综合项目实训 | 10 | 理实一体化 |

《直播营销与运营》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业核心课程。本课程系统地介绍了 直播销售的相关知识，包括认识直播销售、提升主播素养、 选择直播商品、做好直播准备、开展直播、直播复盘等。整 个教学过程要求使用内外部网络教学设施和模拟实训条件 较为先进的实验室进行，部分操作项目要求进行岗位角色分 工合作开展实训。本课程是电子商务、市场营销等专业的必 修课程，也可以作为电子商务、市场营销等相关专业群的通

识性基础课。

本课程的核心任务是使学生掌握直播销售的基本理论 和实践技能，成为具备直播营销知识与技能的专业人才，能 够熟练掌握直播电商的发展历程、趋势和要素，包括直播的 销售模式和相关法律法规。此外，学生将具备实际操作能力， 如使用直播设备、搭建场景、撰写脚本、进行预热和引流以 及数据分析。通过这些综合能力的培养，学生将能够在直播 销售领域有效地推广商品，吸引和维护观众，最终实现销售

目标。

二、课程目标与要求

1．素质目标

（1）在直播中真实、准确地介绍产品，避免夸大其词 或误导消费者；

（2） 了解并应用与直播销售相关的法律法规，如消费 者权益保护法、广告法等，确保直播内容的合法性；

（3）在直播中使用合法获得的音乐、视频和其他媒体 内容，尊重原创性和知识产权；

（4）培养学生清晰、流畅、有感染力的语言表达能力， 能够在直播中清楚介绍产品特点和回答观众问题；

（5）有效地控制自身情绪，保持冷静和专业，合理应 对各种突发状况；

（6）持续关注直播技术和市场的最新发展，通过学习 新技术和策略保持知识的更新；

（7）在团队环境中有效沟通和协作的能力，能够在直 播项目中与其他团队成员有效分工和合作。

2.知识目标

（1） 熟悉直播电商的定义、发展历程、趋势、价值和 要素等；

（2）掌握直播电商的变现模式；

（3）掌握直播电商相关的法律法规；

（4） 了解直播营销活动的基本流程；

（5） 了解直播团队的组织架构和岗位职责；

（6） 熟悉直播间选品策略、商品定价策略及直播间商 品结构规划原则；

（7）掌握直播脚本的写作格式、撰写思路和方法；

（8 ）掌握直播设备的配置、直播间场景布置及辅助道 具的使用方法；

（9）掌握主播讲解技巧及话术；

（10） 了解直播间粉丝管理、提升直播间粉丝回访及转

化率的方法；

（11）掌握直播预热、直播引流的方法和技巧；

（12）掌握直播数据获取、处理与分析的方法和技巧；

（13）掌握直播复盘的方法。

3.能力目标

（1）能够根据自身条件选择合适的平台；

（2）能够完成直播脚本策划；

（3）能够组建直播团队，打造主播人设；

（4）能够完成直播间搭建与直播场景布置；

（5）能够选择、陈列与管理直播间商品；

（5）能够完成直播间设置与直播讲解；

（7） 能够完成直播预热、直播引流及直播二次推广；

（8）能够利用各种手段提升直播间氛围；

（9）能够完成直播间数据分析与复盘。

三、课程结构与内容

1.课程结构

直播营销课程结构旨在系统地培养学生掌握直播销售 的全过程技能。课程内容从直播准备阶段开始，涵盖设备选 择、直播间搭建到内容策划，为学生提供了构建专业直播环 境的基础。随后，课程重点转向直播执行阶段，通过用户互 动技巧、产品展示方法和话术运用等实操训练，增强学生的 直播交互能力和销售技巧。这样的结构安排，能确保学生在 理论与实践的结合中，全面提升其直播营销的专业素养和技

能应用能力，为其未来的职业生涯打下坚实的基础。

2.课程内容

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建议 学时 |
| 1 | 认识直播 销售 | 初识直播营销 | 采用讲授法，互动式教学，  分辨各直播电商平台的特  点， 明确学生 自我提升的  方向 | 4 |
| 直播平台的主要类 型 | 5 |
| 2 | 提升主播 素养 | 熟悉直播人设的打 造方法 | 采用讲授法+实践法，设置  凸显人设定位的账号。 塑  造一个专业 、受用户欢迎  的主播形象。 通过专业能  力的训练提升直播技能和  水平 | 4 |
| 掌握规划主播形象 的相关知识 | 6 |
| 掌握主播专业能力 的训练方法 | 2 |
| 3 | 选择直播 商品 | 熟悉直播间选品原 则 | 采用讲授法+实践法独立 完成直播商品的选择。根 据商品信息提炼商品核心 卖点。编写商品销售话术，  促进商品的销售。 | 3 |
| 掌握分析商品卖点 的方法 | 3 |
| 掌握直播商品销售 话术 | 4 |
| 4 | 做好直播 准备 | 常见的直播设备，熟  悉搭建直播场景的 方法。 | 采用讲授法+实践法根据 直播需求搭建直播场景。 结合商品撰写完整的直播 脚本 。撰写直播标题和直 播宣传文案。 制作有趣、 吸引力强的直播预告短视  频。 | 6 |
| 掌握撰写直播脚本 的方法。 | 4 |
| 掌握直播宣传与预 热的方式 | 4 |
| 5 | 开展直播 | 掌握农产品的直播 销售方法 | 采用讲授法+实践法能够 开展农产品直播，提升农 产品知名度 。采用生活用 品直播，促使用户下单。  开展服装直播，激发用户 的购买欲望。 | 4 |
| 掌握生活用品的直 播销售方法 | 6 |
| 掌握服装的直播销 售方法 | 3 |
| 6 | 直播复盘 | 处理直播订单的方 法 | 采用讲授法+实践法能够  查询并处理商品订单。 直  播电商平台上创建粉丝  群。 通过直播后台和第三  方工具查看并分析直播数  据。 | 4 |
| 维护直播粉丝的方 法 | 4 |
| 直播数据分析的思 路与具体方法 | 4 |
| 直播人气流量、互动 | 2 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 和转化等的优化方 法 |  |  |

四、学生考核与评价

本课程为考试课，期末考核方式为闭卷考试+技能实训。 在教学考核评价方面，建议围绕学习目标、技能目标和素质 目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素 主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平及期末

考试成绩，尽量全面、客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由两部分组成：

总评成绩=平时成绩（50%）+末考成绩（50%）

五、教学实施与建议

1.教学方法

本课程教学的关键是知识扩展和业务仿真。教学不以学

生掌握“应知 ” 内容为目标，而以在应知基础上达到“应会 ”

为 目标。在教学过程中，应立足于加强学生实际应用能力和

职业素质的培养，通过项目教学、 以工作任务引领提高学生

学习兴趣，激发学生的成就动机。

立足于实际能力培养，应用现实的直播平台开展教学， 并鼓励学生进行创业。课程以学生为中心，工作过程为线索， 工作任务为载体，组织课程内容和课程教学， 以真实直播营 销业务的形式导出， 以激发学习兴趣，明确学习方向，便于 教学中的启发与引导。让学生在完成各项目具体工作任务的 过程中来构建相关理论知识和各项职业技能 ， 发展职业能

力。

2.教材编写与选用

教材依据电子商务、市场营销等行业的发展需要确定编 写内容，学习层次递进，符合学生学习能力特点和培养目标， 充分体现实践导向、能力本位的课程设计思想， 以直播销售

的基本运营流程为主线设计教材结构。

3.教学实施与保障

（1）校内电子商务、市场营销实训基地。根据课程教 学需要建立电子商务、市场营销专业教室， 以满足专业教学 中的应用为出发点，硬件配置要适度，软件配置要专业化。 理论课教学应配备多媒体教室，实训教学应配备网络机房， 机房应网络化并与互联网连接，应配置直播销售模拟实训软 件，软件应具有模拟直播销售的能力，开展开通直播电商、 搭建直播场景、设计和实施直播活动、分析直播数据等相关 操作的功能，提供真实互动的教学与实践环境。 电子商务、 市场营销专业教室还应配备一定数量的辅助教学设施，便于 教师的示范教学，如多媒体投影机、视频展示台等， 以便保

证教学质量、提高教学效率、降低教师的劳动强度。

（2）拓展校外实训基地，积极与业务齐全、管理规范、 技术先进的行业领先企业联系合作，为学生的实训提供长期

又稳定的实训基地。

4.课程资源开发与利用

教材与资料的选择严格遵循行业最新标准和发展趋势， 确保内容的时效性和实用性。这包括专业书籍、案例集、市

场分析报告等，为学生提供理论基础和行业洞见。 同时，课

程还整合了大量的多媒体资源，如视频教程、直播回放、访

谈录音等，帮助学生直观理解直播技巧和操作流程。

实训设施的建设是课程资源开发的重点。通过模拟直播 间的搭建、直播设备的配备以及相关软件的支持，学生可以 在接近真实的环境下进行操作练习，这有助于他们熟练掌握

直播技术并快速适应未来的工作环境。

京东直播在线资源的开发和利用则侧重于打造一个互 动性强、资源共享的学习平台。该平台不仅提供教学视频、 在线测试和讨论区，还鼓励学生上传自己的直播作品，进行

互评和反思，从而促进知识的共享和技能的提升。

六、授课进程与安排

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-5 | 认识直播销售 | 10 | 讲授法+实践法 |
| 5-10 | 提升主播素养 | 12 | 讲授法+实践法 |
| 10-16 | 选择直播商品 | 12 | 讲授法+实践法 |
| 16-23 | 做好直播准备 | 14 | 讲授法+实践法 |
| 23-30 | 开展直播 | 12 | 讲授法+实践法 |
| 30-36 | 直播复盘 | 12 | 讲授法+实践法 |

《电子商务推广》课程标准

一、课程性质与任务

《电子商务推广》是中职电子商务专业的一门核心课程， 旨在使学生掌握电子商务推广的基本理论 、策略 、方法和技 巧 ，具备独立策划并执行电子商务推广活动的能力 。通过本 课程的学习 ，学生能够运用所学知识解决电子商务推广中的 实际问题，提升产品曝光度、吸引目标客户、促进销售转化，

为电子商务企业的营销工作提供有力支持。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）培养学生的市场敏感度和创新思维，提高团队合 作与沟通能力；

（2 ）强化责任心和职业道德，遵守行业规范； （3）培养学生的自主学习和持续学习的能力。

2.知识目标

（1）理解电子商务推广的基本概念、原理和发展趋势；

（2）掌握搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎营销（SEM）、 社交媒体营销、 内容营销、 电子邮件营销等多种推广策略和

方法；

（3） 了解电子商务推广数据分析与评估的基本方法。

3.能力目标

（1） 能够根据企业需求和市场情况，制定电子商务推

广计划；

（2 ）熟练运用各种推广工具和平台，实施推广活动；

（3）具备数据分析和优化推广效果的能力；

（4） 能够解决电子商务推广过程中遇到的实际问题。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程分为五个模块： 电子商务推广基础、推广策略与 方法、推广工具与平台应用、推广效果评估与优化、综合项

目实训。

2.课程内容

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建议学 时 |
| 1 | 电子商务推广基 础 | 推广概述 | 讲授+案例分析 | 6 |
|  |  | 推广环境分析 | 小组讨论+市场调研报告 | 10 |
| 2 | 推广策略与方法 | SEO 策略 | 讲授+实操演练 | 12 |
|  |  | SEM 策略 | 案例分析+模拟操作 | 8 |
|  |  | 社交媒体营销 | 小组讨论+策划案撰写 | 8 |
|  |  | 内容营销与邮件 营销 | 讲授+项目设计 | 8 |
| 3 | 推广工具与平台 应用 | 常用推广工具介 绍 | 演示+实操体验 | 12 |
|  |  | 平台应用实战 | 平台实训+教师指导 | 18 |
| 4 | 推广效果评估与 优化 | 数据分析基础 | 讲授+数据分析软件操 | 10 |
|  |  | 效果评估与优化 | 案例分析+项目优化 | 8 |
| 5 | 综合项目实训 | 实战项目 | 小组合作+教师指导 | 8 |

四、学生考核与评价

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合

考核相结合的模式。通过项目进度和任务完成度监控学生的

学习进度，全程评价学生的学习态度；根据实操完成质量、 任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、 个人能力与团队意识、 自主学习与创新思维等多维化考核评 价体系， 同时尝试让学生、市场、企业等也逐渐成为评价主

体，并根据不同内容采用不同的评价标准。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授、讨论、案例分析、实践操作等多种教学方法， 提高学生的学习兴趣和参与度。教学方法选择以教师为主导， 学生为主体，联系为主线的有机结合。教师主导作用即通过 教师认真演示，积极引导，不断辅导，最后通过学生通过自 己的学习及不断的联系，能独立完成有关操作并享受自己操 作成功的喜悦心情，这样一定能达到最佳效果。激发兴趣， 调动学生的学习积极性。注意自学能力的培养，在学生认知 水平能够承受的前提下安排一些适合自学的内容让学生自 己掌握，从中培养学生的自学能力，并逐渐养成求知探索的

习惯。

2.教材编写与选用

以本课程标准为依据，教材内容应体现以就业为导向， 以学生为本的原则、将对电子商务专业及行业的认知、体验 和学生职业生涯规划融入到课程中进行整合，突出职业能力 的培养。项目课程以工作任务为主线而不是以知识为主线， 尽可能将理论知识用工作任务穿起来，理论知识内容在符合

工作任务职业行为的同时，也符合学生的认知规律，做到由

易到难，前后衔接，循序渐进。所编教材要做到语言简练、

图文并茂、深入浅出、通俗易懂、实用性强。

3.教学实施与保障

课堂教学实施与保障：可以进行多媒体演示的教室。

实训条件：装有相关软件的实训室，参照实训室设备装 备标准，配备与企业电子商务实际业务相同的设备和软件， 使之具备现场教学、实训的功能，满足教、学、做一体化的

要求。 同时可以根据需要开通网络。

4.课程资源与开发

充分利用网络资源、行业报告、企业案例等课程资源， 丰富教学内容；建立课程网站或学习平台，提供在线学习资

源和互动交流平台。

六、授课进程与安排

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1-2 | 电子商务推广基础 | 16 | 理实一体化 |
| 3-6 | 推广策略与方法 | 28 | 理实一体化 |
| 7-13 | 推广工具与平台应用 | 30 | 理实一体化 |
| 14-16 | 推广效果评估与优化 | 18 | 理实一体化 |
| 17-18 | 综合项目实训 | 16 | 理实一体化 |

《新媒体营销》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是中职电子商务专业的核心课程之一， 旨在培养 学生掌握新媒体营销的基本理论和实践技能，包括新媒体营 销策略、营销工具使用、营销效果评估等方面的内容。通过 本课程的学习，学生将能够运用新媒体平台进行营销活动策

划与执行，提高品牌曝光度和用户粘性。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）培养学生的创新思维和敏锐的市场洞察力；

（2）提高学生的团队协作能力和沟通能力；

（3）培养学生的责任心和职业道德。

2.知识目标

（1）掌握新媒体营销的基本概念、原理和方法；

（2） 了解各种新媒体营销工具的特点和使用方法；

（3 ）熟悉新媒体营销效果评估的标准和流程。

3.能力目标

（1）能够制定并实施新媒体营销策略；

（2） 能够运用新媒体工具进行营销活动策划与执行；

（3） 能够评估新媒体营销效果，并根据评估结果调整 营销策略。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程分为理论部分和实践部分。理论部分主要包括新

媒体营销的基础知识、营销策略和营销工具等内容；实践部 分主要包括新媒体营销活动的策划与执行、营销效果评估等

实际操作。

2.课程内容

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与要 求 | 教学活动设计建议 | 建议 学时 |
| 1 | 新媒体营销概 述 | 1.1 定义与特 征 | 课堂讲授+案例分析，讨论新媒体 营销的重要性 | 4 |
|  |  | 1.2 类型与内 容 | 案例分析，对比不同类型的新媒体 营销案例 | 4 |
| 2 | 用户画像构建 | 2.1 定义与作 用 | 课堂讲授+小组讨论，分析用户画 像的实际应用 | 6 |
|  |  | 2.2 构建步骤 | 实践操作，利用数据分析工具构建 用户画像 | 10 |
| 3 | 新媒体平台分 析 | 3.1 社交媒体 平台 | 小组讨论+平台实操，分析不同社 交媒体平台的用户特征 | 6 |
|  |  | 3.2 视频与直 播平台 | 案例分析+模拟演练，策划短视频 或直播营销方案 | 6 |
| 4 | 内容策划与创 作 | 4.1 文案撰写 | 实践操作，撰写不同类型的新媒体 文案并互评 | 6 |
|  |  | 4.2 视觉设计 | 软件实操，设计海报、封面等视觉 元素 | 6 |
| 5 | 社群运营与粉 丝互动 | 5.1 社群建立 与管理 | 模拟社群运营，策划并执行社群互 动活动 | 8 |
|  |  | 5.2 粉丝互动 策略 | 小组讨论+案例分析，分析成功与 失败的粉丝互动案例 | 8 |
| 6 | 数据分析与监 测 | 6.1 数据分析 工具 | 实践操作，使用数据分析工具进行 营销效果评估 | 4 |
|  |  | 6.2 监测与优 化 | 案例分析+小组讨论，讨论如何根 据数据优化营销方案 | 4 |

四、学生考核与评价

采用平时成绩（包括课堂表现、作业完成情况等） 、期 末考核（理论知识测试）和项目实操（营销活动策划与执行） 相结合的考核评价方式，确保全面 、客观地评价学生的学习

成果。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授、讨论、案例分析、实地考察等多种教学方法，

提高学生的学习兴趣和参与度。

2.教材编写与选用

优先选用国家规划教材或行业推荐教材，确保教材内容 的科学性和实用性；鼓励教师根据教学实际和行业发展， 自

编或参编教材， 以更好地满足教学需求。

3.教学实施与保障

确保教学资源的充足，包括教材、教学设备、实践基地 等；加强师资队伍建设，提高教师的教学水平和实践能力；

建立完善的教学管理制度，确保教学质量的稳步提升。

4.课程资源与利用

充分利用网络资源、行业资源和企业资源，为学生提供 丰富的学习资料和实践机会；建立课程网站或学习平台，方 便学生进行自主学习和交流。本课程教学环节除了课堂讲授 外，还包括典型案例赏析讨论， 以及学生上机实际操作。通 过实操及学生的讨论，激发学生的学习积极性和主动性，培

养学生对广告的合理性等进行自主分辨能力。

六、授课进程与安排

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1 | 新媒体营销概述 | 8 | 理论实践一体 |
| 2 | 用户画像构建 | 16 | 理论实践一体 |
| 3 | 新媒体平台分析 | 12 | 理论实践一体 |
| 4 | 内容策划与创作 | 12 | 理论实践一体 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 5 | 社群运营与粉丝互动 | 16 | 理论实践一体 |
| 6 | 数据分析与监测 | 8 | 理论实践一体 |

《移动电子商务基础》课程标准

一、课程性质与任务

《移动电子商务基础》是中等职业学校电子商务专业的 一门核心基础课程， 旨在通过系统学习移动电子商务的基本 概念、发展趋势、技术应用、营销策略及法律法规等内容， 使学生掌握移动电子商务的基础知识与技能，培养其适应移 动互联网时代下的电子商务运营能力，为后续的专业课程学 习及未来职业生涯奠定坚实基础。本课程强调理论与实践相

结合，注重学生创新思维和实际操作能力的培养。

二、课程目标与要求

1.素质目标

（1）培养学生的创新思维和自主学习能力；

（2 ）强化学生的职业道德和社会责任感；

（3）提升学生的信息素养和网络安全意识；

（4）激发学生的创业精神和实践能力。

2.知识目标

（1）理解移动电子商务的基本概念、发展历程及未来 趋势；

（2 ）掌握移动电子商务平台的主要类型、功能特点及 运营模式；

（3）熟悉移动电子商务中的关键技术，如移动支付、 移动安全、大数据分析等；

（4） 了解移动电子商务营销策略，包括社交媒体营销、 APP 推广、移动广告等；

（5）知晓移动电子商务相关的法律法规与伦理规范。

3.能力目标

（1）能够运用移动电子商务工具进行市场调研与分析； （2） 能够设计并实施简单的移动电子商务营销方案； （3）具备解决移动电子商务运营中常见问题的能力；

（4） 能够初步评估移动电子商务项目的可行性；

（5）具备良好的团队协作与沟通能力，适应团队项目 作业。

三、课程结构与内容

1.课程结构

本课程分为七个教学项目（章） ，每个项目下包含若干

教学任务（节） ， 涵盖从理论到实践的全方位内容。

2.课程内容

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 学习模块 | 学 习 内容与要求 | 教学活动设计建议 | 建议 学时 |
| 1 | 移动电子商务概 论 | 1.1 移动电商定义与特 点 | 案例分析，小组讨论 | 6 |
|  |  | 1.2 移动电商发展历程 与趋势 | 趋势报告分享，模拟创 业策划 | 4 |
| 2 | 移动电商平台与 应用 | 2.1 主流移动电商平台 介绍 | 平台实操体验，对比分 析报告 | 8 |
|  |  | 2.2 移动电商 APP 设计 与优化 | 设计大赛，用户反馈收 集与分析 | 8 |
| 3 | 移动支付与安全 技术 | 3.1 移动支付技术与应 用 | 支付场景模拟，安全知 识竞赛 | 14 |
|  |  | 3.2 移动电商安全策略 | 安全攻防演练，法律案 例分析 | 6 |
| 4 | 移动电子商务营 销策略 | 4.1 社交媒体营销 | 社交媒体实战，数据分 析报告 | 12 |
|  |  | 4.2 移动广告与 SEO/SEM | 广告效果评估，  SEO/SEM 优化实验 | 10 |
| 5 | 移动电商法律与 伦理 | 法律法规概述 | 安全攻防演练，法律案 例分析 | 4 |

四、学生考核与评价

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合 考核相结合的模式。通过项目进度和任务完成度监控学生的 学习进度，全程评价学生的学习态度；根据实操完成质量、 任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、 个人能力与团队意识、 自主学习与创新思维等多维化考核评 价体系， 同时尝试让学生、市场、企业等也逐渐成为评价主

体，并根据不同内容采用不同的评价标准。

五、教学实施与建议

1.教学方法

采用讲授、讨论、案例分析、实践操作等多种教学方法， 提高学生的学习兴趣和参与度。教学方法选择以教师为主导， 学生为主体，联系为主线的有机结合。教师主导作用即通过 教师认真演示，积极引导，不断辅导，最后通过学生通过自 己的学习及不断的联系，能独立完成有关操作并享受自己操 作成功的喜悦心情，这样一定能达到最佳效果。激发兴趣， 调动学生的学习积极性。注意自学能力的培养，在学生认知 水平能够承受的前提下安排一些适合自学的内容让学生自 己掌握，从中培养学生的自学能力，并逐渐养成求知探索的

习惯。

2.教材编写与选用

以本课程标准为依据，教材内容应体现以就业为导向， 以学生为本的原则、将对电子商务专业及行业的认知、体验

和学生职业生涯规划融入到课程中进行整合，突出职业能力

的培养。项目课程以工作任务为主线而不是以知识为主线， 尽可能将理论知识用工作任务穿起来，理论知识内容在符合 工作任务职业行为的同时，也符合学生的认知规律，做到由 易到难，前后衔接，循序渐进。所编教材要做到语言简练、

图文并茂、深入浅出、通俗易懂、实用性强。

3.教学实施与保障

课堂教学实施与保障：可以进行多媒体演示的教室。

实训条件：装有相关软件的实训室，参照实训室设备装 备标准，配备与企业电子商务实际业务相同的设备和软件， 使之具备现场教学、实训的功能，满足教、学、做一体化的

要求。 同时可以根据需要开通网络。

4.课程资源与开发

充分利用网络资源、行业报告、企业案例等课程资源， 丰富教学内容；建立课程网站或学习平台，提供在线学习资

源和互动交流平台。

六、授课进程与安排

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 学习任务 | 课时数（节） | 主要教学形式 |
| 1 | 移动电子商务概论 | 10 | 理实一体化 |
| 2 | 移动电商平台与应用 | 16 | 理实一体化 |
| 3 | 移动支付与安全技术 | 20 | 理实一体化 |
| 4 | 移动电子商务营销策略 | 22 | 理实一体化 |
| 5 | 移动电商法律与伦理 | 4 | 理实一体化 |

附件:2：师资配备标准

(一) 校内师资配备

2.后两年高职教育阶段师资配备标准

山东省劳动职业技术学院电子商务专业为省级特色专 业、省名校工程重点建设专业、卓越技师培养专业、省级优 秀教学团队。师资配置结构合理，研究生以上学历教师 100%； 其中高级以上职称教师 5 人，山东省教学名师 1 人，山东省

技术能手 1 人，山东省青年技能名师 1 人，济南市杰出技术

能手 2 人，济南市技术能手 3 人；全国十大沙盘名师 1 人； 济南市五一劳动奖章获得者 1 人；师德标兵 3 人；创业培训 师 8 人；双师素质教师比例达 93%。该专业同时配有大学生 就业创业孵化基地、跨境电商实训基地、 电商综合实训室、 网络营销实训室、 电商创业实训室、移动商务实训室、ERP

沙盘实训室、现代商务礼仪中心等，实习实训设施充盈。

山东省劳动职业技术学院目前有国家职业教育在线精 品课程 1 门，山东省省级教学成果奖二等奖 4 项；获中华人 民共和国第一届职业技能大赛商品展示技术项目铜牌，闫晓 晗获全国技术能手荣誉称号； 山东省职业教育名师工作室 1 个； 山东省教学名师 2 人、山东省技术能手 6 人， 同时多位

老师也在国家、省、市级各级各类技能大赛中获奖。

(二) 校外产业师资

电子商务专业课坚持校企合作、工学结合的人才培养模 式，在五年一贯制全教育阶段，引入具有丰富实战经验的产 业师资参与日常教学与实训。利用校内外实训基地，按照电 商运营、电商美工、网络营销、电商客服等职业岗位 (群) 的 能力要求，企业技术人员与校内教师共同承担教学任务，学 生在企业化的情境中做中学，将理论与实践相结合，学生以 员工的身份进行学习和实践，认知企业文化、规章制度、 岗 位分工与职责等，参与企业真实项目制作、学习相关项目制 作流程、工艺、方法、手段等，从中认知、提升、扩展、丰 富知识和技术应用能力，提升综合职业能力，提高学生的综

合能力。

企业师资需具有丰富的产业项目实操经验与权威专业 认证，通过项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情 境教学等方法，运用启发式、探究式、讨论式、参与式教学 形式，将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学有机结

合，优化教学过程，提升学习效率。

附件3：实验（实训）室及设备配备标准

（一） 中职教育阶段实训室配备标准

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 实训教 学分类 | 实训教  学场所 | 实训教  学任务 | 实 训 设 备 | | | | |
| 序号 | 名 称 | 单位 | 数量 | 参考价格 （元） |
| 技能实  训室 |  | 1.京东客  服  2.拼多多  店铺运营  3.视频剪  辑  4.直播 | 1 | 直播设备 | 套 | 2 | 100000 |
| 2 | 摄像机 | 台 | 16 | 240000 |
| 3 | 客服坐席 | 套 | 160 | 800000 |
| 4 | 电脑 | 台 | 50 | 250000 |
| 基础实  验室 | 计算机基本 操作实训室 | 计算机基 本操作 | 1 | 方正电脑 | 台 | 100 | 500000 |
| 2 | Acer 宏基投影仪 | 套 | 1 | 5000 |
| 基础实  验室 | 计算机图像 处理及网页 制作实训室 | 1. 图形图 像课程（PS  等 ）的实 训；  2.常见办 公设备使 用及维护 （打印机、 扫描仪、刻 字机、压模 机等 ）。 | 1 | DELL 电脑 | 台 | 60 | 450000 |
| 2 | 48 口千兆交换机 | 台 | 1 | 3000 |
| 3 | 彩色打印机 | 台 | 1 | 10000 |
| 4 | 美的空调 | 台 | 1 | 7000 |
| 技能实  训室 | 短视频策划  与制作实训  室 | 短视频的  策划、制作  与运营 | 1 | 清华同方电脑 | 台 | 60 | 300000 |
| 2 | 48 口交换机 | 台 | 1 | 3000 |
| 3 | 格力空调 | 台 | 1 | 6000 |
| 4 | SANYO 投影仪 | 台 | 1 | 6000 |
| 仿真模  拟式 | 物流实训车 间 | 物流作业 流程实训 （入库、盘  点、补货、  出库等） | 1 | 叉车 | 辆 | 4 | 240000 |
| 2 | 高端 RF 手持终端 | 台 | 10 | 80000 |
| 3 | 商用条码打印机 | 台 | 10 | 30000 |
| 4 | 托盘货架 | 套 | 10 | 50000 |
| 5 | 佳能M5 单反相机 | 台 | 1 | 6000 |
| 技能实  训室 | 客服实训室 | 客服实训 | 1 | 清华同方电脑 | 台 | 60 | 300000 |
| 2 | 投影仪 | 套 | 1 | 6000 |
| 3 | 交换机 | 台 | 1 | 3000 |
| 4 | 空调 | 台 | 1 | 6000 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 技能实  训室 | 网店运营实 训室 | 网店运营 | 1 | 清华同方电脑 | 台 | 60 | 300000 |
| 2 | 模拟系统 | 套 | 1 | 180000 |
| 3 | 投影仪 | 套 | 1 | 6000 |
| 4 | 空调 | 台 | 1 | 6000 |

（ 二 ）高职教育阶段实训室配备标准

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 实训教 学分类 | 实训教  学场所 | 实训教  学任务 | 实 训 设 备 | | | | |
| 序 号 | 名 称 | 单 位 | 数量 | 参考价格 （元） |
| 技能实  训室 | 教学做一  体化协同  创新工作  室 | 1. 网络营销  2.直播策划  3.市场营销  4.跨境店铺  运营  5.商品拍摄 | 1 | 电脑 | 台 | 50 | 250000 |
| 2 | 电子商务运营软件等 | 套 | 1 | 300000 |
| 3 | 空调、交换机等 | 台 | 2 | 40000 |
| 4 | 桌椅、装修等 | 套 | 1 | 100000 |
| 技能实  训室 | VBSE 商贸  专业综合  实训室 | 1.会计综合 2.金融服务 3.文案策划 4.商务谈判 | 1 | 电脑 | 台 | 100 | 500000 |
| 2 | 会计综合软件、公众号运 营软件、 网络营销软件等 | 套 | 3 | 900000 |
| 3 | 空调、交换机等 | 台 | 2 | 40000 |
| 4 | 大屏、桌椅、装修等 | 套 | 1 | 250000 |
| 基础实  验室 | 经管特色  人才培养  实训室 | 1.新媒体运  营  2. 网店装修  3.客户服务  4. 网络营销  5.短视频拍  摄 | 1 | 电脑 | 台 | 100 | 500000 |
| 2 | 新媒体运营、 网络营销软 件等 | 套 | 2 | 600000 |
| 3 | 空调、交换机等 | 台 | 2 | 40000 |
| 4 | 大屏、桌椅、装修等 | 套 | 1 | 250000 |
| 技能实  训室 | 数字商贸 运营中心 | 1. 网店运营  推广  2. 电子商务  师运营  3.移动 APP  运营  4.商品信息  采集  5.客户服务  6.跨境电商  运营 | 1 | 网店运营推广、装修、客 服、连锁经营软件等 | 套 | 4 | 1440000 |
| 2 | 跨境电商软件等 | 套 | 1 | 600000 |
| 3 | 相机、数字大屏等 | 台 | 2 | 60000 |
| 4 | 空调、投影仪、交换机、 电脑等 | 台 | 5 | 1500000 |
| 技能实  训室 | 新媒体直 播和数字 贸易实训 | 1.直播营销 2.直播策划 3.新媒体运 | 1 | 直播一体机 | 台 | 33 | 330000 |
| 2 | 直播、关务、数据分析、 市场营销等配套软件 | 套 | 8 | 2880000 |

营推广

4.短视频编

辑

5.短视频拍

摄

6.数字营销

4 空调、投影仪、交换机等 台 24 240000

3 直播手机、拍摄云台等 台 50 250000

中心

1．实验（实训）教学类别可分为基础实验、技能实训、

仿真模拟等。

2．实验（实训）教学场所是指实验（实训） 室的名称。

3．实验（实训）教学任务应该与课程教学目标相结合， 做到完整、准确、可操作。

附件4： 电子商务专业人才培养模式和课程体系改革调

研分析报告

（ 一）调研背景分析

电子商务指以互联网为依托的所有实物、服务和虚拟商 品的在线交易行为和业态，主要包括以大宗商品和工业品为 主的产业电商， 以消费品为主的数字零售、跨境电商及数字 生活（包括在线外卖、在线旅游、在线租房、交通出行）等。 随着信息技术的不断发展， 电子商务作为一种新型商业模式， 已经成为当前经济发展的重要组成部分。据《2023 年度电子 商务市场数据报告》显示，2023 年中国电子商务市场规模达 50.57 万亿元，较 2022 年的 47.57 万亿元同比增长 6.31%。 预计未来几年， 中国电子商务市场仍将保持较快的增长速度。 在电子商务产业结构发展方面， 目前已经形成了以 B2B、B2C、 C2C 等多种模式并存的格局。其中，B2B 模式占据了主导地 位，B2C 和 C2C 模式也在不断发展壮大。 随着移动互联网的 普及和消费升级的推动，社交电商、直播电商等新兴模式也

逐渐崭露头角。

山东省作为中国东部沿海的重要省份，经济发展迅速， 电子商务产业也得到了快速发展。根据山东省商务厅的数据 显示，2023 年山东省电子商务交易额达到了 3.33 万亿元， 同比增长 6.8%。在电子商务产业发展过程中，对专业人才的 需求也在不断增加。 目前，山东省电子商务行业急需的人才 包括电子商务运营人才、 电子商务技术人才、 电子商务营销

人才等。这些人才不仅需要具备扎实的专业知识和技能，还

需具备创新能力和实践能力。

从业人员方面，2023 年中国电子商务行业直接从业人员 达 755 万人，较 2022 年的 722 万人同比增长 4.57%； 间接从 业人员达 6550 万人，较 2022 年的 6325 万人同比增长 3.55%。 直接从业人员的增长表明电商企业对人才的需求持续增加， 这反映了电商行业在技术创新、服务升级等方面的不断投入 和进步。 间接从业人员的增长也说明了电商行业对经济的拉 动作用日益增强。随着电商行业的快速发展，相关产业链如 物流、支付、广告等也得到了迅速壮大，为大量人员提供了

就业机会。

目前， 山东省电商专业全省职业教育发展情况良好。截 至 2024 年 6 月，山东省共有 80 多所高等职业院校开设了电 子商务专业，其中包括一些国家示范校和骨干校。这些院校 在电子商务专业建设方面取得了一定的成绩，如课程体系建 设、实践教学条件建设、师资队伍建设等。 同时， 山东省还 积极开展电子商务职业技能培训和鉴定工作，为电子商务行

业培养了大量的高素质技能人才。

（ 二）调研基本情况

1.调研组织方法

（1）调研方法

为了使我校电子商务专业更好地贴近市场、服务社会， 我们开展了电子商务专业的人才培养模式和课程体系改革 的调研活动。本次调研工作从 2024 年 7 月到 2024 年 8 月，

历时一个月，采用了查阅资料、问卷调查、访谈、实地考察、

网络调查、文献搜索等多种方法。

（2）调研对象与组织

参与调研的公司主要集中在山东地区， 以电子商务为主 导业务类型，多为民营企业。 以实地走访结合问卷调查的方 式，调研了巨野县佳和购物有限公司、济南焙赞电子商务有 限公司、 山东耕海耘天电子商务有限公司、 山东耕海耘天电 子商务有限公司、 山东安恒电子商务有限公司、 山东网耕者 电子商务有限公司等 16 家企业， 了解省内电子商务行业发

展现状及趋势、相关政策情况。

调研中等职业学校和高等职业院校。重点调研了济南市 工业学校、济南理工学校、济南信息工程学校、单县职业中 专等，其中 3 所高等职业院校，9 所中等职业院校。均为公

办院校，且开设电子商务专业。

调研电子商务专业毕业生。采用问卷星的形式进行发布，

本次调研有效问卷 67 份。

通过上述调研工作，对中职电子商务专业的建设现状有 了一个较为全面地了解，并针对目前教学计划的实施情况、 教学存在的问题、学生的学习情况等方面进行探讨和客观分 析。并以此为依据，为中职学校专业建设和课程改革提出切 实可行的建议和意见， 以期培养更适应市场需求的中职电子

商务专业人才。

2.职业岗位及行业规范

（1）职业岗位（群）情况

本专业主要培养掌握网络时代新商务的客服、营销、设

计、运营等专业知识和专业技术技能，具备认知能力、合作 能力、职业能力等支撑终身发展、适应时代要求的关键能力， 具有较强的就业创业能力和可持续发展的能力；面向网络时 代新商业领域（互联网零售、互联网批发、互联网服务） 的 网络客服、 网络营销推广、美工设计、文案设计、 电商运营 职业群（或技术技能领域） ， 能够从事企业电子商务活动的 策划、市场开拓推广、 网络文案信息设计、客户关系管理、 商务运作与管理等工作， 以及能够从事网商创业的高素质技

术技能型人才。

各岗位（群）对应的一般要求和岗位职责如表 1 所示。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 电子商务专业岗位 | | 一般要求 | 岗位职责 |
| 技术 类人 才岗 位 | 电子商务平台 设计（代表性 岗位： 网站策 划/编辑人员） | 主要从事电  子商务平台  规划、网络  编程、电子  商务平台安  全设计等工  作 | 1.熟悉网站策划、实施、运营、宣传等业 务流程；  2.熟悉电子商务运营与操作流程，能够洞 悉电子商务的发展方向；  3.对企业上网有比较深的理解，熟悉企业 网站的功能要求；  4.有较强的中文功底和文字处理能力，具 有一定的网站栏目策划、运营管理知识； 5.具有较强的选题、策划、采编能力、归 纳能力；  6.熟悉电脑操作，掌握基本网络知识。 |
| 新型网络服务 商的内容服务 （代 表 性 岗 位：网站运营 人员/主管） | 频道规划、 信息管理、 频道推广、 客户管理等 | 1.熟悉市场营销战略；  2.熟悉网站策划、实施、运营、宣传等业 务流程；  3.熟悉电子商务运营与操作流程，能够洞 悉电子商务的发展方向；  4.对企业上网有比较深的理解，熟悉企业 网站的功能要求；  5.有较强的中文功底和文字处理能力，具 有一定的网站栏目策划、运营管理知识； 6.熟悉电脑操作，掌握基本网络知识。 |
| 电子商务平台 美术设计（代 表性岗位：网 | 主要从事平  台颜色处  理、文字处 | 1.按照客户的需求进行网页设计，编辑， 美化等工作；  2.能独立承担网站界面及平面的整体设 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 站美工人员） | 理、图像处 理、视频处 理等工作 | 计，能准确把握网站的整体风格设计；  3.根据网站运营定位完成网站页面设计 制作；  4.具有良好的创意能力及良好的色彩感； 5.负责与开发人员配合完成所辖网站等 前台页面设计和编辑；  6.其他与美术设计相关的工作。 |
| 商务 类人 才岗 位 | 企业网络营销  业务（代表性  岗位：网络营 销人员） | 主要利用网 站为企业开 拓网上业 务、网络品 牌管理、客  户服务等 | 1.熟悉网络、网络营销和办公软件； 2.负责公司产品在网络上的推广；  3.对网络营销感兴趣，并能很好地掌握电 子商务及网络发展的各种理念。 |
| 网上国际贸易 （代 表 性 岗  位：外贸电子 商务人员） | 利用网络平  台开发国际  市场，进行  国际贸易 | 1.负责国外电商平台（如 Amazon）店铺管 理及维护；  2.负责制定营销计划并上传产品；  3.跟进客户订单、确保客户订单按时交货 4.负责处理客户问题，包括售前咨询、售 后维护，避免争议的发生  5.负责收集、分析市场情报及竞争对手状 况，制定推广计划  6.保持店铺的好评率和良好的信用度  7.制作销售分析报告，与财务及采购沟通 保证在售产品的库存充足； |
| 互联网客户服 务 （代 表 性 岗 位：网络客服） | 通过互联网  与客户进行  沟通的客服  人员 | 1.负责公司新、老客户的维护和业务渠道 的维护。  2.整理客户资料，作为客户和公司间的业 务桥梁。  3.为客户提供在线网络交易平台的在线 客服服务  4.提供售前支持，负责产品介绍和引导说 服客户完成交易。  5.跟踪售中客户的订单生产、发货、物流 状态。  6.通过互联网聊天工具与客户沟通，推进 销售。  7.回复电话咨询和网络咨询，接受和处理 电话订单和网络订单。  8.对客户进行回访和维护，监督服务订单 的执行。  9.熟悉互联网相关知识和技巧。 |
| 电子商务支持 系统的推广 （代表性岗 | 负责销售电 子商务系统 和提供电子 | 1.负责网站内容/网站网页设计/网站企 划/网站营销企划；  2.网站社群相关服务，内容规划及经营； |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 位：网站推广  人员） | 商务支持服  务、客户管  理等 | 3.会员维护及管理工作；  4.能够独立进行市场宣传策划及文案的 撰写；  5.能够熟练运用各种宣传媒介进行宣传 推广工作。 |
| 电子商务创业 （代表性岗  位：网店店长） | 借助电子商  务平台，利  用虚拟市场  提供产品和  服务，又可  以直接为虚  拟市场提供  服务 | 1.负责网上店铺的运营管理和营销推广； 2.熟悉电子商务平台的操作和各种营销 工具的使用；  3.熟悉网店平台操作及推广模式，并能制 定相关的计划，能独立完成平台的产品管 理流程；  4.较强的数据分析能力；  5.能根据淘宝网络市场不定期策划商城 营销活动，及策划相应活动的广告。 |
| 综合 管理 人才 岗位 | 电子商务平台 综合管理（代 表性岗位： 电 子商务项目经  理） | 既对计算  机、网络和  社会经济都  有深刻地认  识，而且又  具备项目管  理能力 | 负责公司短视频&直播电商项目活动方案 策划；  负责目标用户需求和热点品类分析，并为 公司提供选品建议；  负责公司短视频&直播电商项目等供应链 对接和效果呈现等全流程管理；  4.负责达人短视频&直播电商变现数据跟 踪分析和市场分析，定期制定实施运营改 进方案。 |
| 企业电子商务 综合管理（代 表性岗位： 电 子商务部门经  理） | 主要从事企 业电子商务 整体规划、 建设、运营 和管理等工  作 | 负责电子商务网站的整体规划.实施及运 营，建立网站运营的内部管理制度.规范 和业务流程；  负责网站的整体推广. 网络渠道开发. 网 络业务拓展与对外合作；  负责团队的日常管理，制定团队的内部管 理措施.规范业务流程；  负责网络销售项目的日常管理工作；  负责部门员工的管理.指导.培训及评估； 6.协助制定公司渠道产品的电子商务发 展策略，通过有效的成本控制和营销手 段，提升在线销售平台的品牌知名度.扩 大市场影响力。 |

表 1 电子商务职业岗位（群）

（2）职业标准、行业企业对毕业生素质的要求

电商行业涉及领域广泛，包括平台运营、供应链管理、

市场营销、数据分析等多个方面。 因此， 电商企业需要的人

才也是多样化的。从基础的技术人员到高级管理人员都是电

商行业不可或缺的力量。

①具备全面的电子商务专业知识和技能

②具有较强的实战能力和解决问题的能力

③具有创新意识和创业精神

④沟通协调能力和团队合作精神

⑤具有国际视野和跨文化交流能力

⑥适应能力强、学习能力强

⑦诚信负责、具有敬业精神

总之， 电子商务行业青睐综合素质高、实战能力强、具 有创新精神的综合型人才。大学毕业生除了掌握好专业知识 外，还应全面发展、扩展视野、提高综合能力，这样在职场

中才能具有更强的竞争力。

3.职业资格情况

高等职业院校实行双证书教育。针对企业职业岗位任职 需求，结合培养学生竞争力和发展潜力的目标，高等职业教 育电子商务专业毕业生必须持有一种职业资格证书或技能 证书。通过对中等职业学校和高等职业院校进行调研，发现 绝大多数中职职业院校要求毕业生获取国家电子商务师（ 四 级）职业资格认证，高职院校要求毕业生获取国家电子商务 师（三级）职业资格认证。此外，根据学生的专业专长，部 分职业院校鼓励学生考取与专业相关的其他职业资格证书，

如表 2 所示。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 证书名称毕业要求 | 颁证部门 | 要求 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 1+X 网店运营推广职业技能等级 证书 | 北京鸿科经纬科技有限公司 | 选考 |
| 2 | 1+X 商务数据分析职业技能等级 证书 | 北京博导前程信息技术股份有限 公司 | 选考 |
| 3 | 中国电子商务师职业资格 | 国家工业和信息化部 | 选考 |
| 4 | 电商直播专项能力证书 | 中国人力资源和社会保障部 | 选考 |
| 5 | 普通话水平测试等级证书 | 国家语言文字工作委员会 | 选考 |
| 6 | 国家计算机等级考试证书 | 国家教育部考试中心 | 选考 |
| 7 | 大学英语四级 | 国家教育部高等教育司 | 选考 |
| 8 | 助理会计师证 | 中国人力资源和社会保障部、财政 部 | 选考 |

表 2 职业资格要求

4.职业岗位能力要求

电子商务相关企业对岗位人员能力的要求。通过分析参 与调研的企业对中职学生可直接胜任的工作岗位、工作内容、 相关职业能力及技能要求的阐述，结合电子商务专业的特点， 总结得到中职电子商务专业毕业生的职业岗位能力要求，如

表 3 所示。

|  |  |
| --- | --- |
| 岗位能力要求 | 具体要求 |
| 职业道德和行为态度 | 1.诚信正直，确保交易真实、公平、透明  2.具备强烈的责任感，对客户、团队和项目负责 3.以客户为中心，提供优质的客户服务  4.保持学习热情，持续更新知识，提升专业能力 5.具备良好的团队合作精神和沟通协调能力 |
| 文化素质和专业知识 | 1.具备广泛的文化素养，包括市场趋势、消费心理等  2.深入掌握电子商务基础知识、行业特性和法律法规  3.精通数据分析工具和方法，能够利用数据洞察市场趋 势  4.熟悉所在行业的竞争格局、产品特性及市场定位 |

|  |  |
| --- | --- |
| 职业技能和职业能力 | 1.熟练掌握各类电子商务平台的操作与管理  2.具备 SEO 优化、SEM 推广、社交媒体营销等网络营销 技能  3.能够合理规划项目进度，有效管理项目资源  4.优秀的沟通协调能力，能清晰表达想法，协调各方资 源  5.具备创新思维和解决问题的能力，能够不断尝试新的 营销方式 |
| 身心健康 | 1.具备良好身体素质，能够适应长时间面对电脑和高压 工作环境  2.注重饮食健康，保证充足的睡眠和适当的运动  3.具备心理调适能力，能够保持积极乐观的心态，及时 调整情绪  4.保持良好的工作与生活平衡，避免过度劳累和压力过 大 |

表 3 职业岗位能力要求

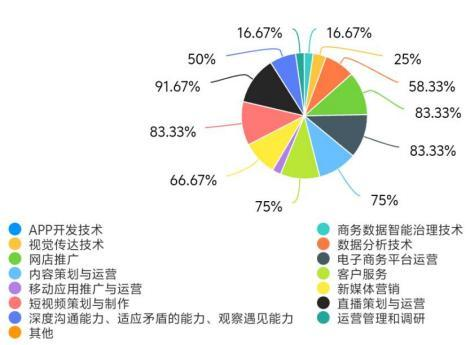
5.课程设置支撑职业能力情况

在电子商务教育的广阔领域中，各门课程紧密关联，共 同塑造着学生的综合职业能力。如通过《电子商务基础》 的 学习，学生能够建立起对电子商务行业的全面认知，掌握基 本概念、发展历程及未来趋势，为后续的深入学习打下坚实 的理论基础，在网店运营方面， 《网店运营与推广》课程不 仅教授学生如何开设网店、管理订单和客户服务，还深入讲 解了搜索引擎优化、社交媒体营销等推广策略， 旨在提升学 生的网店运营能力和推广效果。这对于电商运营专员、推广 专员等岗位而言，是不可或缺的技能。 《客户服务与管理》 课程则强调了客户服务的重要性，通过教授客户服务技巧、 客户关系管理系统应用等内容，帮助学生提升客户满意度和 忠诚度。在电子商务行业中，优质的客户服务是建立品牌 口

碑、促进销售增长的关键。

此外， 《网店美工》课程注重培养学生的美术设计与审 美能力， 以及设计软件操作能力。通过学习色彩搭配、构图 设计、字体运用等技巧，学生能够设计出美观、吸引人的网 店页面，提升用户体验和购买欲望。 《网络营销》和《新媒 体营销》课程则紧跟时代步伐，教授学生如何利用互联网和 新媒体平台进行多渠道营销。通过数据分析与优化、 内容创 作与传播等技能的学习，学生能够制定出更加精准、有效的

营销策略，提升品牌影响力和市场竞争力。



根据上述图表显示， 电子商务专业学生应具备的职业核 心能力主要集中在数据分析技术、 网店推广、 电子商务平台 运营、 内容策划与运营、客户服务、新媒体营销、短视频策 划与制作以及直播策划与运营等方面。其中，直播策划与运 营是最受认可的核心能力， 占比达到 91.67%，其次是网店推

广、 电子商务平台运营、短视频策划与制作等能力。数据分

析技术也受到了 58.33%的认可。综合来看， 电子商务专业学 生应注重培养数据分析、推广运营、 内容策划和直播等方面

的能力。

综上所述， 电子商务的课程设置全面覆盖了行业认知、 市场营销、 网店运营、客户服务、美工设计、 网络营销、数 据分析及法律法规等多个方面， 旨在培养学生的综合职业能

力，为他们在电子商务领域的职业发展奠定坚实基础。

6.相关学校课程设置情况

通过实地走访与回收的调研问卷调查显示， 中等职业学 校和高等职业院校开设的主要课程有电子商务基础、市场营 销、 网店运营与推广、客户服务与管理、 网店美工、 网络营 销、直播营销、商务数据分析、 电子商务法律法规、移动商 务基础、新媒体营销等。66.67%的学校电子商务专业人才培 养方案中，专业基础课门数为6-8 门，专业核心课门数为9-11 门，专业拓展课门数为 6-8 门。 电子商务专业人才培养方案 主要培养客户服务、 网店推广与运营、视觉设计和交互设计

等岗位群或技术领域的学生。

7.本专业毕业生就业情况

通过调查问卷的方式，对山东省中高职电子商务专业的 职业院校毕业生进行调研，对回收问卷进行了统计分析，得

出毕业生从事的岗位及分布统计结果，如图所示。



就业企业主要集中在电子商务平台运营类企业、 电子商 务客户服务类企业和直播运营类企业， 占比均超过 50%。主 要就业岗位集中在内容运营、视觉设计、短视频运营和新媒 体营销等领域，且占比较高。就业起薪平均水平主要集中在

3000-4000 元和 4000-5000 元之间， 占比分别为 50%和 25%。

（三）分析与建议

1.调研资料分析

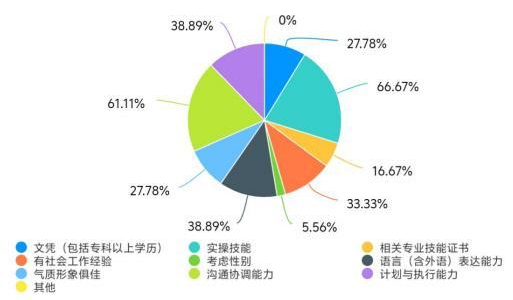
（1）企业需求分析

①技能需求

调研显示，企业对电子商务专业人才的需求主要集中在 营销策划技能、运营推广操作技能和数据分析操作技能。其 中，营销策划技能和运营推广操作技能的比例均为 72.22%， 数据分析操作技能的比例为 55.56%。 因此，新招聘的电商专 业毕业生在应聘时应重点准备营销策划、运营推广和数据分

析等相关技能。

②学历层次及能力要求



超过 70%的企业表示，更看重应聘者的实际能力和工作 经验，而非单纯追求高学历。企业强调， 中职学历的电子商 务专业人才若具备扎实的专业技能和丰富的实践经验， 同样 具有竞争力。此外，企业还看重应聘者的沟通与表达能力、

学习能力、 团队合作精神和解决问题的能力。

（2）学校教学现状分析

①课程设置

调研发现， 目前电子商务专业的课程设置较为全面，但 部分课程与企业实际需求存在一定差距。学校应定期邀请企 业专家参与课程设置讨论，确保课程内容与企业需求紧密对

接。 同时，增加实践课程比重，提高学生的实践能力。

②教学质量



在电子商务专业的教学方法和手段中，项目化教学的比 例最高，其次是理实一体化教学、任务驱动式教学和模块化 教学。而真实职场教学、校企联合授课和模拟情景教学的比 例相对较低。 由此可见，项目化教学在学校电子商务专业的

教学中占据较大比重，是主要的教学方法和手段之一。



根据所提供的数据，学校电子商务专业核心课程的考核

方式多样化。其中，实训系统考核的比例最高，达到 75%，

其次是闭卷理论考试和实战平台考核。实训报告、设计报告 和以赛代考的比例较低，均为 8.33%。 因此，可以看出实践

性考核在考核方式中占据主导地位，而理论性考核也占有一

定比例。

③实训室建设



根据数据表格显示，学校电子商务专业建设的校内实训 室中，最受欢迎的是直播运营实训室。其次是电商客服实训 室和视觉设计实训室。而移动商务开发实训室、大数据分析 实训室、新媒体营销实训室和短视频设计与制作实训室的选

择比例较低。

（3）毕业生反馈分析

①就业情况

调研显示， 电子商务专业毕业生的就业率较高，但从事 对口工作的比例有待提升。部分毕业生表示，在学校学到的 知识在实际工作中得到了有效应用，但仍有部分技能需要在

实际工作中进一步学习和提升。

②技能应用

数据分析、创新思维与策划、 网络营销等技能在毕业生 工作中得到了广泛应用。毕业生普遍认为，学校应加强实践

教学环节，提供更多实践机会，帮助他们更好地适应职场环

境。

2.调研结论

本次市场调研面向企业负责人、从业人员、高职院校、 中职学校，通过广泛的调研，深入的分析，在人才需求方面 可得出以下结论：一是企业对人才需求量较大的工作岗位主 要集中在文案策划、产品运营、客服和运营推广；二是企业

更重视学生实操技能、沟通协调能力和职业素质。

在人才培养方面可得出以下结论：一是目前学校教育和 社会企业用人存在脱节，学校对于电子商务专业的培养目标 不明确，定位不清晰；二是课程设置欠佳，只是将现有技术 和商务方面的课程简单堆砌，缺乏有机结合的系统性；三是 学校目前普遍采用项目教学法，项目的开设不能从企业需求 出发，仍在围绕教材开展项目教学： 四是师资力量薄弱，大

多没有电子商务实战经验，不能很好地开展实践教学。

3.调研建议

（1）搭建平台，提高专业教师水平

①送出去，加快现有师资的培养

学校应实行送出去的培养方案 ，有计划地选送教师参加 长期性系统性的专业培训 ，或更加直接地选派教师到企业岗 位实习。后者是教师成长最快也是最能增加底气的培养方式， 获得相关企业支持 ，与企业建立合作机制是实现这一方式的 关键 。但基于目前广泛存在的学校师资不足的情况 ，教师长

期外出培训从学校层面来讲也较难得到有效保障。

②迎进来，聘请企业专家当师傅

聘请具有丰富实践经验的企业专家来校当师傅。对学校 而言，专家可以为电子商务专业建设定期把脉， 出谋划策； 对学生而言，专家可以定期进课堂，指导学生的实训、技能 和实习；对教师而言，可以近距离地向专家取经，积累知识 储备，提升实践能力。将专家引进来，是解决专职教师短期 培训见效慢和长期培训困难大的有效方式。 当然，学校也可 以广纳贤才，从其他学校直接引进双师型优秀教师， 以优带

弱，提升教师整体水平。

（2） 以职业能力发展为主线，重构专业课程体系

①依据核心能力要求，开发中职电子商务核心课程。

为了打破原来 “重理论、轻实践 ” 的学科知识体系课程， 需要适应行业变化 ，贴近实际应用 ，突出核心能力培养 ，重 新开发适应中职电子商务教学目标要求的核心课程 。对应中 职电子商务专业毕业生的就业岗位与核心能力要求 ，开发专

业核心课程。

②遵循职业能力发展，构建专业课程全新体系。

电子商务作为一 门交叉学科的综合性专业，在课程开发 时，需要对传统教学模式中电子和商务类课程相互割裂的教 学内容进行取舍、优化整合和学科综合，即：参照岗位工作 体系，转换典型工作任务，开发教学项目， 以教学项目为载 体进行跨学科多元化综合，进行理实一体化教学设计，完成 职业体系向知识体系的转化。 因此，课程体系构建应遵循职 业能力发展， 以 “宽基础、活模块 ”为原则重新构建互为依

托、前后衔接的中高职电子商务的全新课程体系。

（3）注重能力的培养、强化实战型的实践教学体系

电子商务专业是集传统的商务运营理论和信息技术于

一体的实践性极强的专业，理论与实践并重是本专业的特点。 加强实践教学，改善实践教学手段和方法，完善实践教学体 系，充分满足学生对实践知识的需求，是提高人才培养质量 的有效途径。 电子商务专业以培养学生实践能力为本位，通 过以实战训练为主线的实践教学活动，形成具有全新实战思

维的实践教学体系。

构建实践教学体系需要以实践教学目标体系为依据，把 知识、技能与素质融为一个整体。按照实际工作任务、工作 过程和工作情景组织实践教学课程。 以就业为导向， 以综合 职业能力为主线，将各实践教学环节进行整体设计。 电子商 务专业以培养学生实践能力为本位，通过以实战训练为主线

的实践教学活动，形成具有全新实战思维的实践教学体系。

通过学生评价和教师教学质量评估，发现部分课程的教 学方法和手段有待改进。可采用案例教学、项目驱动等教学 方法，激发学生的学习兴趣和积极性。 同时，加强教师培训，

提升教师的教学水平和能力。

（四）附录

附件 1

五年一贯制电子商务专业人才培养方案修订问卷调查（中职学校版）

首先感谢您对本次调研工作的大力支持，感谢您因此为全面提高中等职业教育教学质量

工作所作的巨大贡献。为了解各中职学校对电子商务专业技术技能人才培养情况，特发起本

次调研，其研究成果将有利于提高中等职业学校专业建设水平。不涉及商业用途，承诺保密，

谢谢支持！

一、院校基本情况

1.贵校全称： [填空题]

2.贵校属于： [单选题]

○国家双优质学校 ○省级高水平学校 ○省级特色化专业学校 ○普通中职学校 ○技

工院校

3．您的身份是： [单选题]

○校级领导 ○系部领导 ○专业带头人 ○一线专任教师 ○教学管理者

4.近五年来，贵校电子商务专业招生人数呈现出： [单选题]

○明显上升

○基本平稳

○稳中有降

○明显下降

5.贵校电子商务专业所属专业是： [单选题]

○国家优质专业（群）建设专业

○省级特色化专业（群） 建设专业

○市级特色化专业（群） 建设专业

○不属于上述专业（群） 建设专业

○其他非教育主管部门认定的优质/特色化专业（群） ，具体是：

6.贵校开设的电子商务类相关专业有： [多选题]

□电子商务专业 □跨境电子商务专业 □移动商务专业

卫网络营销专业 卫直播电商服务专业

7.贵校电子商务专业毕业学生参加就业占毕业生总数的比例 [单选题]

O90%-100% O80%-90% O70%-80% O60%-70% O50%-60%

O40%-50% O30%-40% O20%-30% O10%-20% O10%以下

二、招生就业情况

8．贵校近 3 年电子商务专业招生人数： [填空题]

2021 年招生人数： 2022 年招生人数： 2023 年招生人数：

9．贵校电子商务专业招生录取分数线在学校总招生中： [单选题]

O居于前列 O居于中间 O居于偏后 O跟其他专业没有明显区别

10．贵校电子商务毕业生的就业起薪平均水平在（人民币，单位元） ： [单选题]

O =3000 O3000-4000 O4000-5000 O5000-6000 O 三6000

11.贵校电子商务专业毕业生主要就业企业： [多选题]

卫电子商务平台运营类企业 卫电子商务视觉设计企业 卫电子商务网站建设企业

卫电子商务客户服务类企业 卫跨境电子商务企业 卫新媒体营销企业

卫直播电商服务类企业 其他

12．贵校电子商务专业就业的主要岗位： [多选题]

卫市场调研助理 卫网络推广专员 ☑在线客服电话客服 卫电商运营专

员

卫网店美工 卫网上销售 卫跨境电商运营助理 卫新媒体运营

助理

卫直播销售 其他

13．贵校开展试点并支持学生获取的电子商务岗位所需要的技能证书有： [多选题]

卫行业、协会相关资格证书 卫电子商务师 卫1+X 证书（电子商务数据分

析）

□1+X 证书（网店运营推广） □1+X 证书（跨境电商多平台运营（初级、中级、高级））

□1+X 证书（呼叫中心客户服务与管理） □1+X 证书（社交电商运营）

□1+X 证书（跨境电子商务多平台运营） □1+X 证书（农产品电商运营）

□1+X 证书（新媒体技术（初级、 中级、高级））

□1+X 证书（直播电商（初级、 中级、高级））

其他

14.贵校与企业合作的主要形式有： [多选题]

□认识实习 □岗位实习 □学徒制培养

□共建实训基地 □双元制培养 □校中厂、厂中校

□产业学院

其他

三、师资队伍情况

15．贵校电子商务专业师资团队建设主要来自 [多选题]

□专任教师 □企业兼职教师 □行业企业专家 □校外培训师

其他

16.贵校电子商务专业双师素质教师占专业教师比例[单选题]

○90%-100% ○80%-90% ○70%-80% ○60%-70% ○50%-60%

○40%-50% ○30%-40% ○20%-30% ○10%-20% ○10%以下

17.贵校电子商务专业是否有校级及以上教学创新团队： [单选题，选择最高等级]

○国家级 ○省级 ○校级

○非省级以上教育主管部门认定的团队

四、实验实训条件

18.贵校电子商务专业校内实训室数量： [单选题]

○1-3 个 ○4-6 个 ○7-9 个 ○10 个以上 ○无

19.贵校电子商务专业校外实训基地数量： [单选题]

○1-3 个 ○4-6 个 ○7-9 个 ○10 个以上 ○无

20.贵校电子商务专业建设的校内实训室有： [多选题]

□电商客服实训室 □网店运营推广实训室

□视觉设计实训室 □移动交互设计实训室

□短视频设计与制作实训室 □新媒体营销实训室 □直播运营实训室

□移动商务开发实训室 □大数据分析实训室

其他

五、教学基本情况

21.贵校电子商务专业执行国家教学标准和山东省教学指导方案情况： [单选题]

○完全达到 ○基本达到 ○未达到 ○不确定

○未执行国家教学标准、省教学指导方案

22.贵校电子商务专业人才培养方案中专业基础课的门数： [单选题]

○12 门以上 ○9-12 门 ○6-8 门 ○4-5 门 ○2-3 门 ○3 门以下

23.请选择或列举贵校电子商务专业人才培养方案中专业基础课名称[多选题]

□电子商务基础 □商品知识 □商品拍摄与处理

□零售基础 □市场营销基础 □网店美工 □移动商务基础

□网络营销 □电子商务物流与配送 □电子商务文案写作 □会计基础

□电子商务客户服务与管理 □消费者行为分析

其他：

您认为最需要更新的专业基础课程是：

您认为中职学校电商专业应该重点加强的专业基础课程是：

24.贵校电子商务专业人才培养方案中专业核心课的门数[单选题]

○12 门以上 ○9-12 门 ○6-8 门 ○4-5 门 ○2-3 门 ○3 门以下



25.请选择或列举贵校电子商务专业人才培养方案中专业核心课名称[多选题]

□店铺运营 □网络推广 □新媒体营销

□新媒体运营 □直播运营实务 □直播销售 □视觉设计与制作

□电商客服实务 □软文营销 □数字化零售运营

其他：

您认为最需要更新的专业核心课程是：

您认为中职学校电商专业应该重点加强的专业核心课程是：

26.贵校电子商务专业人才培养方案中专业拓展课程的门数[单选题]

○12 门以上 ○9-12 门 ○6-8 门 ○4-5 门 ○2-3 门 ○3 门以下

27.请选择或列举贵校电子商务专业人才培养方案中专业拓展课名称[多选题]

□电子商务安全 □数据采集与处理 □数据分析技术 □数据可视化

□物联网基础 □零售门店 O2O 运营 □跨境电子商务 □商业摄影摄像

□电子商务系统前端设计 □电子商务系统开发 □微网站设计与制作 □供应链管理实

务

□认识新商业 □商务礼仪 □电子商务创业 □市场调研与分析 □财税基础 其他：

您认为最受学生欢迎的专业拓展课程是：

28.贵校电子商务专业的教学方法和手段有： [多选题]

□理实一体化教学 □项目化教学 □任务驱动式教学

□模拟情景教学 □真实职场教学 □校企联合授课

□模块化教学 其他

29.贵校电子商务专业核心课程的考核方式有： [多选题]

□闭卷理论考试 □实战平台考核 □实训系统考核



□实训报告 □设计报告 □以赛代考

□其他

30.在对学生进行考核评价时，您最常用的评价方法是哪些？ [多选题]

□观察法 □书面测试 □口试 □学习档案袋 □第三方评价

□学生自测自评 □小组评价 □全班互评 □网络工具评价

其他

31.当前贵校电子商务专业教学评价方面存在哪些问题？ [多选题]

□缺乏完善的过程性评价体系 □缺乏科学的评价量化方法

□缺乏多元的评价标准 □缺乏全面的评价内容体系

其他

32.贵校电子商务专业课程设置能否满足行业发展需求？ [单选题]

○非常满足 ○比较满足 ○一般 ○不太满足 ○很不满足

33.您认为电子商务专业学生应具备的职业核心能力有哪些： [多选题]

□社会学、心理学的知识与运用能力 □市场学、商品学的知识与运用能力

□新媒体、社群、活动等用户运营能力 □服务意识及服务能力

□文案策划、活动策划能力 □人际沟通和协调能力 □数据分析能力

□ 日常办公事务综合处理能力 □创新、创意能力 □可持续发展意识及其能力

其他 1

其他 2

请按照重要程度排序（如ABC……） ：

34.请补充电子商务岗位及所需能力： [填空题]

35.毕业 3-5 年能够从事电子商务专业相关岗位所具备的能力有哪些： [多选题]

□表达与沟通能力 □资料收集能力 □系统开发与设计能力 □数据分析能力

□适应环境能力 □终身学习能力 □合作能力 □外语学习能力

其他

五年一贯制电子商务专业人才培养方案修订问卷调查（高校版）

亲爱的高校负责人：

您好！首先非常感谢您在百忙之中抽出宝贵的时间来完成此次调查问卷。为了加强各学 校之间的交流，深入探讨职业学校电子商务专业建设情况及人才培养状况，更好地为学生服 务，我们特进行此次调研。该问卷的调研数据和结果将作为中等职业教育电子商务专业人才 培养方案研制和课程体系构建的重要依据。此次调研所有数据仅用于统计分析，您的个人及

学校信息我们将严格保密，请您放心填写。谢谢您的支持与帮助！祝您工作愉快！

一、院校基本情况

1.贵校全称： [填空题]

2.贵校属于： [单选题]

○高职高水平专科院校 ○高职高水平专业群专科院校 ○普通高职高专 ○职教本科

3.贵校办学性质 : [单选题]

○公办 ○民办 ○其他

4.贵校电子商务专业或方向所属专业是： [单选题]

○国家“双高 ”专业群建设专业

○省级高水平专业群建设专业

○校级高水平专业群建设专业

○不属于高水平专业群建设专业

○其他非教育主管部门认定的高水平专业（群） ，具体是：

5.贵校开设的电子商务类相关专业有： [多选题]

□电子商务专业 □全媒体电商运营 □跨境电子商务专业 □网络营销与直播电商服

务

□商务数据分析与应用 □农村电子商务专业 □移动商务专业 □其他：

二、招生就业情况

6.贵校电子商务毕业生（高职） 的就业起薪平均水平在（人民币，单位元） ： [单选题]

○≤3000 ○3000-4000 ○4000-5000 ○5000-6000 ○≥6000

7.贵校电子商务专业毕业生（高职/本科）主要就业企业： [多选题]

□电子商务平台运营类企业 □电子商务视觉设计企业 □电子商务网站建设企业

□电子商务客户服务类企业 □创新型电子商务企业 □新媒体营销企业

□计算机/软件技术企业 □其他

8．贵校电子商务专业就业的主要岗位： [多选题]

□内容运营 □产品运营 □用户运营 □APP 运营

□电子商务系统开发 □电子商务网站/平台运营与管理 □移动营销推广

□视觉设计 □移动交互设计 □短视频运营□新媒体营销

□直播运营 □供应链管理 □电子商务数据分析 □其他

9.贵校与企业合作的主要形式有： [多选题]

□认识实习 □岗位实习 □学徒制培养

□共建实训基地 □双元制培养 □校中厂、厂中校

□其他

三、教师基本情况

10．您的身份是： [单选题]

○校级领导 ○二级学院领导 ○专业带头人 ○一线专任教师 ○教学管理者

11．贵校电子商务专业师资团队成员主要来自 [多选题]

□专任教师 □企业兼职教师 □行业企业专家 □校外培训师

□其他

四、实训条件

12. 贵校电子商务专业建设的校内实训室有： [多选题]

□电商客服实训室 □网店运营推广实训室

□视觉设计实训室 □移动交互设计实训室

□短视频设计与制作实训室 □新媒体营销实训室 □直播运营实训室

□移动商务开发实训室 □大数据分析实训室 □区块链应用实训室

□其他（请具体说明）

13.贵校的电子商务专业跟岗实习实训企业主要是： [多选题]

□世界 500 强企业 □国内 500 强企业 □行业龙头企业 □中小微企业

主要实习实训企业名称

14. 贵校实训教学主要有哪些方式？ [多选题]

□校内仿真实训 □校内集中实训 □校外集中实习

□其他（请具体说明）

15．贵校实训教学效果如何？ [单选题]

○达到 ○未能达到 ○一般 ○其他（请具体说明）

五、教学基本情况

16.贵校电子商务专业人才培养方案中专业基础课的门数： [单选题]

○12 门以上 ○9-11 门 ○6-8 门 ○4-5 门 ○3 门以下

17.请选择或列举贵校电子商务专业人才培养方案中专业基础课名称 : [多选题]

□电子商务基础 □电子商务物流 □经济学基础

□网络营销基础 □电子商务法律法规 □选品与采购

□消费者行为分析 □电子商务文案写作 □办公软件高级应用 □商品信息采集与处

理

□其他：

您认为最需要更新的专业基础课程是：

您认为中职学校电子商务专业应该重点加强的专业基础课程是：



18.贵校电子商务专业人才培养方案中专业核心课的门数[单选题]

○12 门以上 ○9-11 门 ○6-8 门 ○4-5 门 ○3 门以下

19.请选择或列举贵校电子商务专业人才培养方案中专业核心课名称[多选题]

□电子商务运营 □电子商务内容运营 □短视频策划与运营

□直播电商运营 □移动营销实务 □视觉设计 □社会化客户服务与管理

□移动产品规划与项目管理 □微信营销 □网店推广 □新媒体营销

□移动电商平台运营 □移动交互设计技术

□其他：

您认为最需要更新的专业核心课程是：

您认为中职学校电子商务专业应该重点加强的专业核心程是：

20.贵校电子商务专业人才培养方案中专业拓展课的门数[单选题]

○12 门以上 ○9-11 门 ○6-8 门 ○4-5 门 ○3 门以下

21.请选择或列举贵校电子商务专业人才培养方案中专业拓展课名称[多选题]

□电子商务安全 □数据采集与处理 □数据分析技术 □数据可视化

□物联网基础 □电子商务物流 □跨境电子商务 □商业摄影摄像

□电子商务系统前端设计 □电子商务系统开发 □微网站设计与制作 □供应链管理实

务

□认识新商业 □商务礼仪 □电子商务创业 □市场调研与分析 □区块链应用 □其他：

您认为最受学生欢迎的专业拓展课程是：

22. 贵校的电子商务专业人才培养方案设计主要培养职业面向为： [多选题]

□电子商务系统设计与开发岗位群或技术领域

□电子商务网站/平台运营管理岗位群或技术领域

□移动营销岗位群或技术领域

□客户服务岗位群或技术领域

□网店推广与运营岗位群或技术领域

□视觉设计和交互设计岗位群或技术领域

□新媒体营销和运营岗位群或技术领域

□短视频与直播运营岗位群或技术领域

□其他

23. 您认为电子商务专业学生应具备的职业核心能力有哪些： [多选题]

□APP 开发技术 □商务数据智能治理技术 □视觉传达技术 □数据分析技术

□网店推广 □电子商务平台运营 □内容策划与运营 □客户服务

□移动应用推广与运营 □新媒体营销 □短视频策划与制作 □直播策划与运营

□深度沟通能力、适应矛盾的能力、观察遇见能力 □运营管理和调研

□其他

24. 贵校电子商务专业的教学方法和手段有： [多选题]

□理实一体化教学 □项目化教学 □任务驱动式教学

□模拟情景教学 □真实职场教学 □校企联合授课

□模块化教学 □其他

25. 贵校电子商务专业核心课程的考核方式有： [多选题]

□闭卷理论考试 □实战平台考核 □实训系统考核

□实训报告 □设计报告 □以赛代考

□其他

26. 贵校开展试点并支持学生获取的技能证书有： [多选题]

□1+X 证书（网店运营推广） □1+X 证书（电子商务数据分析）

□1+X 证书（新媒体技术）

□1+X 证书（自媒体运营）

□1+X 证书（网络直播运营）

□1+X 证书（新媒体运营）

□1+X 证书（直播电商）

□1+X 证书（社交电商运营）

□1+X 证书（跨境电商 B2C 数据运营） □行业、协会相关资格证书

□人力资源社会保障部相关职业资格证书 □其他技能证书

六、对中等职业学校人才培养目标建议

27. 站在中高衔接培养的角度，你认为中职电子商务专业还应加强培养学生职业通用能力有

哪些？ [多选题]

□美学、逻辑、互联网等思维能力

□语言文字表达能力和沟通能力

□独立获取知识和信息处理的能力

□计算机网络技术和软件操作能力

□提出问题、分析问题和解决问题的基本能力

□情绪控制能力和沟通能力

□高度的责任感和任务执行能力

□团队协作能力 □其他

28. 站在中高衔接培养的角度，您认为中职电子商务专业哪些课程或技能需要加强？ [多选

题]

|  |  |
| --- | --- |
| □计算机网络基础 | □电子商务基础 □市场营销 |
| □市场调查与预测 | □商务礼仪 □网店商品拍摄 |
| □电子商务物流管理 | □网店美工 □Web 前端开发 |
| □影视制作与编辑 | □网络营销 □电子商务数据分析 |
| □网店运营与管理 | □电子商务文案策划与写作 |
| □新媒体营销 | □网店客服 □视觉传达设计 |

□短视频拍摄与编辑

□跨境电子商务

□直播与短视频运营□ 新媒体运营

□基础会计 □语文 □数学 □英语

□此外，还有

29.站在中高衔接培养的角度，您对于中职电子商务专业建设的意见和建议有哪些？

五年一贯制电子商务专业人才培养方案修订问卷调查（企业版）

尊敬的企业领导：

您好！为修订 2024 级电子商务专业人才培养方案，明确人才培养 定位，合理设置课程、制定教学内容，更好地为电子商务等现代商贸 流通业培养和输送高质量技术技能专业人才，特制订此调查问卷表，

并组织实施进行问卷调查。

填写时请在相应选项前画“ √ ”。我们会对你提供的信息进行严

格的保密。非常感谢您的参与和合作！

**贵公司基本信息 ：**

公司名称 ：

所在地区：

调研协助人 ：

联系电话 ：

职务 ：

**1** ．贵公司的企业类型是：

□加工生产 □商品贸易服务 □金融、 □计算机 IT □电子商务； □其它

**2** ．贵公司的企业性质：

□ 国有企业 □ 民营企业 □ 私有企业 □ 合资企业 □ 外资企业 □其他\_\_

**3** ．贵公司线上（电子商务）业务目前采用何种经营方式：

□ 自己经营（自营） □ 承包给别人（外包） □ 部分自营，部分外包

**4** ．贵公司与电子商务相关的岗位有：［可多选］

□数据分析 □文案策划 □仓储管理 □营销/贸易/采购 □运输调度

□直播 □生产设计 □产品运营 □客服 □运营推广

□短视频剪辑 □美工（PS） □其他

**5** ．贵公司物流人才需求量较大的工作岗位是： ［可多选］

□数据分析 □文案策划 □仓储管理 □营销/贸易/采购 □运输调度

□直播 □生产设计 □产品运营 □客服 □运营推广 □短视频剪辑 □美工（PS）

□其他

**6** ．贵公司从事电子商务相关业务的基层员工月收入是多少？

□4000 元及以下 □4000 元-6000 元 □6000 元-8000 元 □8000 元以上

**7** ．对新进员工各方面情况，请贵公司依重要程度排序（请用 **1 2 3 4 5** 表示重要程度，**1**

表示重要程度排第 **1**）：

( ) 职业素质 （ ）专业理论知识 （ ）专业操作技能

( ) 实习经验 （ ）拥有职业资格证书 其他重要方面注明：

**8** ．贵公司招聘大专（高职） 层次电子商务专业毕业生时比较看重哪些知识？［可多选］

□文凭（包括专科以上学历） □实操技能 □相关专业技能证书 □有社会工作经验

□考虑性别 □气质形象俱佳 □语言（含外语）表达能力 □沟通协调能力□计划

与执行能力 □其他

**9** ．贵公司对新招聘的电子商务专业毕业生美工方面希望具备哪些知识？［可多选］

□熟练运用 PS □店铺装修知识 □熟练使用PR 等剪辑软件知识 □熟练进行

店铺活动页面对接 □拍摄知识 □其他

**10** ．贵公司对新招聘的电子商务专业毕业生客服方面希望具备哪些知识？ ［可多选］

□商品知识 □平台规则知识 □沟通技巧知识 □退货知识 □换货知识

□客服软件知识 □物流服务知识 □其他

**11** ．贵公司对新招聘的电子商务专业毕业生运营方面希望具备哪些知识？［可多选］

□店铺运营知识 □短视频运营知识 □直播知识 □电子商务知识□推广运营知识

□其他

**12** ．贵公司对新招聘的电商专业毕业生希望具备哪些技能？ ［可多选］

□营销策划技能 □数据分析操作技能 □运营推广操作技能 □仓储管理技能□直

播技能 □短视频剪辑技能 □美工（ps）操作技能 □ 产品设计开发技能 □客服

操作技能

□其他

**13** ．贵公司招聘大专（高职）层次电商毕业生时比较看重哪些素质？ ［可多选］

□职业拓展 □创新 □团队合作 □吃苦耐劳 □道德品质 □沟通与表达 □

学习

□其他

**14** ．贵公司在录用大专（高职）层次电商毕业生时， 比较注重学生哪些社会实践活动？［可

多选］

□企业实习 □拓展训练 □文艺体育类 □创业大赛/商业策划大

赛

□企业参观考察 □物流技能竞赛 □企业管理方面竞赛 □假期社会实践 □其他 ·

**15** ．贵公司在录用大专（高职）层次电子商务毕业生时，希望学生考取哪类证书？［可多

选，不超过四项］

□电子商务师 □选品员 □数据分析 □视频推广 □仓储员 □会计证 □其他

**16** ．贵公司认为目前大专（高职） 毕业生在实际岗位中突出的不足是： ［可多选］

□职业素养 □敬业精神 □吃苦耐劳 □团队合作能力 □专业操作技能

□理论知识掌握 □服从领导指挥 □其他

**17** ．贵公司认为电子商务专业大专（高职）层次毕业生哪些能力有待进一步提高？［可多

选］

□创造性解决问题能力 □承担风险的能力 □思考分析能力 □物流基层岗位操作

能力 □沟通能力□资源整合能力 □环境适应能力 □人际交往技巧 □书面表达

能力 □其他

**18** ．如果进行校企合作，贵公司希望采取的形式是（可多选）

□ 企业人员参与教学管理 □订单式培养 □ 邀请教师到企业兼职 □研讨

会

□ 合作开发项目 □安排学生实习 □其他

**19** ．贵公司认为大专（高职）层次毕业生三年在校学习期间集中到企业实习的时间长度是：

□三个月 □六个月 □九个月 □十二个月 □其他

**20** ．您认为当前电子商务从业人员存在的主要问题是什么？

|  |
| --- |
|  |
|  |

**21** ．请您谈下当前电子商务企业遇到的问题及下一步的发展方向？



衷心感谢您参与此次调研，祝您身心愉快、工作顺利、家庭幸福！

五年一贯制电子商务专业人才培养方案修订问卷调查（毕业生版）

尊敬的毕业生：

您好！为了更好地了解电商专业毕业生的就业情况、岗位需求以及对学校专业教 学的反馈，我们特此开展本次问卷调查。您的意见对我们非常重要，将直接用于 优化我们的教学体系和人才培养策略。请您花几分钟时间，认真填写以下问卷。

不涉及商业用途，承诺保密感谢您的支持与配合！

1. 您的性别是？

A. 男生 B. 女生

2. 目前的状态是？

A. 已毕业就业 B. 已毕业未就业 C. 其他（请说明） 3. 您所从事的职业或期望从事的电商相关岗位是什么？

4.您认为电商专业毕业生的专业对口率高吗？

A. 非常高 B. 较高 C. 一般 D. 较低 E. 非常低

5.您目前的月薪范围是多少？

A. 3000 元以下 B. 3000-5000 元 C. 5000-8000 元 D. 8000-12000 元 E. 12000

元以上

6.您认为电商行业对哪些技能或素质要求最高？（可多选）

A. 数据分析能力 B. 市场营销能力 C. 编程与技术开发 D. 创新思维与策划 E.

沟通协调能力 F. 其他（请说明）

7.您对学校电商专业的课程设置满意吗？

A. 非常满意 B. 满意 C. 一般 D. 不满意 E. 非常不满意

8.您认为哪些课程对您的职业发展帮助最大？（可多选）

A. 电子商务概论 B. 网络营销 C. 数据分析与挖掘 D. 电商平台运营 E. 网页

设计与制作 F. 其他（请说明）

9.教学方法上，您认为哪些方式最为有效？（可多选）

A. 案例分析 B. 项目实训 C. 课堂教学 D. 在线课程 E. 企业实习 F. 其他

（请说明）

10 您对师资力量的评价如何？

A. 非常满意 B. 满意 C. 一般 D. 不满意 E. 非常不满意

11.您是否参加了学校提供的职业技能培训或实践活动？

A. 是，且收获很大 B. 是，但收获一般 C. 没有参加 D. 其他（请说明）

12.您认为学校应增加哪些方面的职业技能训练？（可多选）

A. 电商运营实操 B. 网络营销策划 C. 数据分析工具使用 D. 跨境电商知识 E.

创新创业培训 F. 其他（请说明）

13.您认为学校应如何加强与企业的合作，提升实践教学的质量？

14.您对电商专业的教学内容和课程设置满意吗？

A. 非常满意 B. 满意 C. 一般 D. 不满意 E. 非常不满意

15.您还有哪些其他关于电商专业人才培养的宝贵意见或建议？

感谢您耐心完成本问卷！您的反馈将是我们不断改进和提升的重要动力。

附件 5 ：培养方案与原中职高职人才培养方案的比较报

告

教育规划纲要明确将中职和高职教育协调发展作为建 设现代职业教育体系的重要任务 。这是构建现代职业教育体 系 ，增强职业教育支撑产业发展的能力 ，实现职业教育科学 发展的关键所在。 目前职业教育仍然是教育事业的薄弱环节， 山东劳动职业技术学院和学校还没有建立完整的职业教育体 系 ，缺乏清晰的职业教育人才培养方 案 ，也没有建立行业 职业岗位能力的递进标准 ， 中高职课程 缺乏有效衔接 。专 业课程与教材体系 、教学与考试评价等方 面仍然存在脱节 、断层或者重复现象 ，教材的适用性和实用 性较差 ，教育 整体吸引力不强 ，与加强技能型人才系统培养 的要求差距

上较大。

（一）教学计划

目前中职教育对学生实践操作技术的训练、传授以及未 来就业能力的培养过多注重， 出现轻文化、重技能、轻理论、 重实践、轻理解、重操作的现象，只要求学生怎样做，学生 只知其然不知其所以然，无法形成对知识的理性认识。 因此 学生可能会很难适应高职教育广而深的理论学习，达不到高 技能型人才培养的要求。 中职学生学习自觉性较差，课下自 学几乎为零，而高职电子商务专业要求学生具有自觉、主动 学习的能力。学生可能会出现难以适应更胜更广理论学习和

更高层次技术传授的基本要求。

培养目标定位不同人才规格。各层次职业教育培养目标

的准确定位是建立完善的职业教育课程体系和教育标准的

前提条件。

山东劳动职业技术学院的电子商务专业是高职教育，其 培养目标是培养德、智、体、美全面发展的，掌握现代商务 管理专业知识、具备计算机和网络操作技能，面向企事业单 位第一线，从事商务网站建设、管理、 网络维护及信息采集 与处理、 网上交易、客户服务、 网络营销与商务活动策划的

高素质高技能应用型人才。

学校电子商务专业教学的人才培 养目标是实用型初 级技术人才。高职教学的高端技能型人才 培养目标与中职

的初中级技能型人才在培养目标是各自独 立的。

本培养方案将两校的培养方案有机地融合到一起。既满 足了中职学生不好就业的现状，又拓宽了高职学校的招生范 畴。 中职生虽不及高中生的文化水平，却可以在前三年中职 教育阶段完成部分电子商务基础课程，这样在进入后三年高 职教育阶段后学生有一定的基础，可以进一步的学习更深层

次的技能课程，可以弥补其文化水平的不足，更好的就业。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目内容 | 中职 | 高职 | 五年一贯制 |
| 1 | 招生对象 | 初中毕业生及同等学 历 | 普通高中毕业生 | 参加中考并考取普  通高中的初中毕业  生 |
| 2 | 学制与学 历 | 三年/中专 | 三年/专科 | 五年/专科 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | 培养方向 | 网络营销、客服管理 | 网站建设与维护、网店 美工与设计 | 网店运营、网站维 护、网上创业等 |
| 4 | 职业资格 证 | 计算机操作员、电子商 务员等初级证书 | 电子商务师 | 电子商务师、电子 商务客户服务职业 技能等级证书等 |

（ 二）课程（项目）教学标准

电子商务专业的中高职教育课程标准中的基础课程内 容相似， 中职学校和高职院校有关电子商务专业各自建立基 础课程体系，确定相关课程教学内容，缺少沟通，造成一些 知识模块重复学习， 比如电子商务概论知识， 同时又缺乏由 浅入深的层次递进。在技能训练与专业技能培养方面，高职 院校技能训练起点不高， 中职学生升入高职后，有些实践训 练项目初级阶段与中职差不多。不仅造成中高职教学资源与

学习时间的浪费，而又严重影响学生学习的积极性。

学校参 照 山 东 劳动职业技术 学 院 电子商务专业高职 职业教育的课程标准，针对基础课程进行 调整，选取电子 商务实务 、 网络营销与策划、 电子商务网页 制作等专业基 础课，更添加了国际贸易实务 、客户关系管理 等专业技能 课，帮助拓展专业基础课 。专业课程设置严格按 照教育课

程标准。

同时， 电商专业通过校企合作，引进真实电商项目，采 用 “ 实训+实战 ” 的模式，与具有电商运营相关需求的企业 联合运营。在实训阶段，学生将按照企业的岗前培训内容， 开展技能实训，夯实岗位技能，达到具备进行电商实操的基

本能力；在实战阶段，则结合合作企业的业务需求，开展电

商的运营工作，为合作企业的产品销售提供服务。通过实战 项目，引入企业真实产业项目和先进岗前培训体系，也为在 校学生提供能够提升岗位技能、提高就业竞争力、积累项目

经验的平台。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目内 容 | 中职 | 高职 | 五年一贯制 |
| 1 | 课程性 质 | 三年制电子商务专  业中等职业教育课  程 | 三年制电子商务专  业高等职业教育课  程 | 五年制电子商务  专业高等职业教  育课程 |
| 2 | 课程设 置 | 公共基础课+专业必 修课+专业选修课 | 公共选修/必修课+ 专业选修/必修课 | 公共必修课+公共  选修课+专业基础  课+专业核心课+  专业拓展课 |
| 3 | 学生考  核评价  办法 | 百分制 | 学分制 | 百分制+学分制 |
| 4 | 教学实  施与保  障 | 多媒体教室+各类电 商实训室+物流车间 | 各类电商专业实训  室+形体礼仪实训室  +ERP 实训室 | 两校资源+企业资  源综合、分阶段运  用 |

（三）师资配备标准

高职人才的培养标准体现为知识、技能、素质三位一体 的综合性标准， 因此职教师资分为专门型、双师型和复合型 教师三种。其中双师型教师具有知识和技能两方面的能力。 在全面发展学生的理论指导下，根据学校办学理念与人才培 养标准，调整各类型教师所占比例，建立个性化教师队伍。

且目前高职教育吸引了大量优秀人才，师资力量雄厚。

学校历史较短， 电子商务专业作为 新设立的专业，相 对高职教育缺乏高水平教师，特别缺乏知 名学者，副教授 等高级别职称人才等学科带头人等，年轻教 师缺乏经验，

对电子商务专业概念把握有偏差，师资队伍的

结构不尽合理，整体水平不高，教学和科研长期在低水平徘 徊， 师资力量断层严重。在此方面将会 努力引进专业人才

, 提升师资力量，达到甚至超越中职教育 要求的师资水平

。

山东劳动职业技术学院电商专业设置时间较长，师资力 量雄厚，并多次在国赛中获奖。通过两校联合办学，综合两 校特点，本校承接电子商务专业公共基础课程、专业基础课 程及部分专业技能课程，高职院校承接电商专业更深层次的 技能课程，通过这种方式，将电商专业学生培养成合格的高

技能应用型毕业生。

同时， 电商坚持校企合作、工学结合的人才培养模式， 在五年一贯制全教育阶段，引入具有丰富实战经验的产业师 资参与日常教学与实训。企业导师带来企业真实实战项目， 通过项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情境教学 等方法，运用启发式、探究式、讨论式、参与式教学形式， 将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学有机结合，优

化教学过程，提升学习效率。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目内 容 | 中职 | 高职 | 五年一贯制 |
| 1 | 教师学 历 | 本科为主 | 硕士研究生为主 | 本科+研究生 |
| 2 | 教师职 称 | 讲师、助理讲师为主 | 副教授+讲师为主 | 副教授+讲师+助理 讲师 |
| 3 | 双师教 师 | 10 名 | 19 名 | 29 名 |
| 4 | 教师实 践 | 教师实践能力薄弱 | 教师实践能力强 | 提供一个交流平台， 提高教师综合能力 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 5 | 师资来 源 | 中职院校师资 | 高职院校师资 | 院校+企业/产业师 资 |

（四 ）实验（实训）室及设备配备标准

我校电子商务专业虽然设置时间较晚 ，但实验实训设备 较完善，现有生产型产教融合实训基地、 短视频策划与制作 实训室 、计算机图像处理及网页制作实训 室等，基本达到 中职教育人才培养方案目标所需条件的标准， 也具备开设电

商专业的基础课程和部分技能课程的条件。

同时，专业以服务为宗旨， 以就业为导向，利用校内实 习基地，并与校外实训基地京东科技、 山东中科联创数字科 技有限公司、 山东云小二 网络科技有限公司等多家企业开展 合作，校企搭建学生专业技能演练平台，注重学生综合素质 提高，形成了 “校企一体，工学交替 ” 的办学特色和课程教 学模式。在校内设置有标准电商职场及新媒体工作室，运用 产教融合的模式，进行创新型产业实训。通过引进真实电商 项 目，采用 “ 实训+实战 ”的模式，与具有电商运营相关需 求的企业联合运营。在实训阶段，学生将按照企业的岗前培 训内容，开展技能实训，夯实岗位技能，达到具备进行电商 实操的基本能力；在实战阶段，则结合合作企业的业务需求， 开展电商的运营工作，为合作企业的产品销售提供服务。通 过实战项目，引入企业真实产业项目和先进岗前培训体系， 也为在校学生提供能够提升岗位技能、提高就业竞争力、积

累项目经验的平台。

山东劳动职业技术学院电子商务专业的实训室设备标

准比中职更高，包括设备配置和设备数量等方面，培养目标

的技能方面也需要更娴熟的技能操作。

本培养方案综合两校的实验实训设备情况，层层递进地 设置课程，充分利用两校的实训设备，将学生培养成更高层

次的电商专业毕业生。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序 号 | 项目内容 | 中职 | 高职 | 五年一贯制 |
| 1 | 配备标准 | 比专业化标准略低 | 专业化强 | 按照各自配备水平 承担实训任务 |
| 2 | 实训室分类 | 模糊 | 精准 | 从基础到专业，实训 室建设完备 |
| 3 | 实训项目 | 少 | 丰富 | 由易到难逐步提升 |
| 4 | 校外实训基 地 | 少且散 | 多且专业 | 校内设置实训职场，  校外合作实训基地，  集中顶岗实习 |

综上所述，本培养方案综合两校各自的优势特点，分层 次、有步骤的将中职学生一步步的培养成有技术、有能力的

高素质电子商务高职毕业生