

《电子商务》专业人才培养方案 (2021 年)

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：730701

二、入学要求

初中毕业或具有同等学历者

三、修业年限

全日制三年

四、职业面向

	专业大类	财经商贸类	专业大类代码	730701
序号	对应职业（岗位）		职业资格证书举例	专业（技能）方向
1	电子商务师 计算机操作员 计算机网络管理员 物流员 计算机网络技术人员		电子商务师（初级） 计算机操作员 计算机网络管理员 物流员	网络营销 电子商务物流 客服管理 商务网站维护 网站推广

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业坚持立德树人，主要面向电子商务、物流等行业

和企业，培养德、智、体、美、劳全面发展，从事电子商务客服、电子商务网络推广、网络运营、网页美工、运营数据分析、物流服务、市场营销等知识和技术技能具备职业生涯发展基础和终身学习能力的高素质劳动者和技能型人才。

（二）培养规格

1. 职业素养。

（1）具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度；

（2）具有良好的工作态度、工作作风、表达能力和适应能力；

（3）具有网络交易安全意识，能防范个人信息泄露，辨别网络欺诈，采用正规渠道实施网络买卖与支付；

（4）具有良好的口头表达能力，礼仪、客户关系协调能力；

（5）具有健康的心理和体魄、树立职业竞争和创新意识。

2. 能力要求。

（1）具备基本的商务礼仪常识；

（2）具备市场营销基础知识；

（3）掌握计算机应用基础知识，能使用计算机常用工具软件(包括网络工具软件)处理日常工作文档，满足工作需要。（4）掌握电子商务基础知识，能熟练使用互联网交易平台处理 B2B、B2C、C2C、团购等商务活动交易。

（5）掌握电子商务物流配送相关知识，能完成商品打包、订单处理、配送等环节的重要工作，符合企业规范。

(6) 掌握电子商务网站相关知识，能根据需求，设计网站风格、商品图片美化等，并使用设计类工具软件呈现设计效果图。

(7) 掌握网络营销相关知识，能根据需求，操作站内和站外推广媒介，达到网络营销目的。

(8) 掌握电子商务日常工作中客户服务相关专业知知识，能按照服务规范与流程，服务客户，提出顾客接受的解决方案。

3. 知识结构。

(1) 掌握主流电商平台推广工具使用技巧知识；

(2) 具备广告投放基本技巧及软文、植入性广告撰写能力；

(3) 能够进行网页制作及电子商务网站的建立、发布、维护与管理；

(4) 掌握网店美化、商品图片美化技能。

(5) 掌握物流包装、打单、派送等技能。

六、课程设置

本专业课程设置包括公共基础课程和专业（技能）课程。

公共基础课程严格按照国家有关规定开齐开足。思想政治、语文、历史、数学、外语、信息技术、体育与健康、艺术、物理、化学为必修课程，劳动教育、中华优秀传统文化、职业素养为限定选修课。学生须修完必修内容和限定性选修内容，修满规定学分。

专业技能课包括专业核心课、专业（技能）方向课和专

业选修课，实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。专业（技能）课程设置要与培养目标相适应，课程内容要紧密联系生产劳动实际和社会实践，突出应用性和实践性，注重学生职业能力和职业精神的培养。一般按照相应职业岗位（群）的能力要求，确定6—8门专业核心课程和若干门专业课程。

强化课程思政。要强化任课教师立德树人意识，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，发挥每门课程承载的思想政治教育功能，推动思想政治理论课程教学与其他课程教学紧密结合、同向同行。

（一）公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容	学时
1	心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校心理健康与职业生涯教学大纲》开设，并注重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
2	职业道德与法治	依据《中等职业学校职业道德与法治教学大纲》开设，并注重提高学生的职业道德素质和法律素质，引导学生树立社会主义荣辱观，	36

		增强社会主义法治意识。	
3	中国特色社会主义	依据《中等职业学校中国特色社会主义大纲》开设，并注重引导学生认同我国的经济、政治制度，了解所处的文化和社会环境，树立中国特色社会主义共同理想，积极投身我国经济、政治、文化、社会建设。	36
4	哲学与人生	依据《中等职业学校哲学与人生教学大纲》开设，并注重引导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，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
5	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并注重培养学生语言理解与运用、思维发展与提升、审美发展与鉴赏、文化传承与创新等语文核心素养在本专业中的应用能力。	144
6	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重培养学生的计算技能、计算工具使用技能和数据处理技能，培养学生的观察能力、空间想象能力、分析与解决问题能力和数学思维能力。	108
7	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并注重培养听、说、读、写等语言技能和学生学习英语的兴趣，初步形成职场英语的应	72

		用能力，引导学生了解、认识中西方文化差异，培养正确的情感、态度和价值观。	
8	信息技术	依据《中等职业学校信息技术教学大纲》开设，并注重培养学生应用计算机解决工作与生活中实际问题的能力、提升学生的信息素养和信息道德及信息安全准则意识，为其成为信息社会的合格公民、职业生涯发展和终身学习奠定基础。	108
9	体育与健康	体育与健康课程是中等职业学校学生必修的一门公共基础课程。本课程以身体练习为主要手段，有机整合体育与健康教育两门学科中相关的知识、技能和方法，使学生在运动能力、健康行为和体育品德等核心素养方面获得全面发展。	144
10	公共艺术 (音乐/美术)	公共艺术课程是中等职业学校学生必修的一门公共基础课程。本课程融合音乐、美术等多种艺术门类，衔接九年义务教育阶段的相关艺术课程，具有基础性、综合性、审美性、人文性和实践性的特点，是中等职业学校实施美育的主要途径和内容。	36
11	历史	历史课程是中等职业学校学生必修的一门公共基础课程。在九年义务教育的基础上，促进中等职业学校学生进一步了解人类社会发展的基本脉络和优秀文化传统；从历史的角	36

		<p>度和了解和思考人与人、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，树立正确的历史观、人生观和价值观，为中等职业学校学生未来的学习、工作和生活打下基础。</p>	
12	化学	<p>在九年义务教育的基础上,指导学生进一步学习化学基础知识,了解物质的组成、结构、性质及其变化规律,为相关专业后续课程的学习奠定基础。指导学生能综合运用所学的化学知识、技能和方法,提高实践能力,养成严谨求实的科学态度和协作互助的工作作风。培养学生运用观察、实验和查阅资料等多种手段获取信息和对信息进行加工的能力。培养学生的敬业精神、创新精神和爱国主义情操。</p>	36
13	物理	<p>依据《中等职业学校物理教学大纲》开设,使学生掌握必要的物理基础知识和基本技能,激发学生探索自然、理解自然的兴趣,增强学生的创新意识和实践能力;使学生认识物理对科技进步,对文化、经济和社会发展的影响,帮助学生适应现代生产和现代生活;提高学生的科学文化素质和综合职业能</p>	36

		力，帮助学生形成正确的世界观、人生观和价值观。	
--	--	-------------------------	--

(二) 专业（技能）课程

1. 专业核心课

序号	课程名称	课程目标	课程主要内容	总学时数
1	电子商务基础	了解电子商务相关的法律法规、行业政策和网络安全常识；了解网络零售市场的基本特点， 电子商务 B2B、B2C、C2C 等典型电子商务运营模式；掌握网络零售的主要交易流程，能进行网络商情星系的处理加工；熟悉网上银行和第三方支付平台业务；能应用电子商务平台进行网上商店的搭建和日常商务交易处理。	主要内容包括电子商务交易模式、网上支付系统、电子商务物流、网络营销和网站构建。	144

2	市场营销策划	主要内容包括市场营销策划品牌建设、产品与服务、价格与网上定价、渠道与供应链管理、广告与促销策略、客户关系管理		108
3	市场营销学	掌握网络营销与策划理论，能为客户量身定制合理市场营销方案，熟练运用各种网络营销工具进行网络营销工作，能进行数据分析。		108
4	网页设计	了解 Dreamweaver 网页制作软件，熟悉软件操作，掌握 web 站点创建和编辑方法，掌握网站发布和管理技巧，具备一定的网页设计制作能力。	主要内容包括网页设计与制作的基本理论知识、网页设计制作工具、	72
5	电子商务物流	了解电子商务物流中仓储配送的工作职责；掌握仓储管理和配送系统的操作方	主要内容包括电子商务下的物流活动过程、电子商务物流信息系统、物流配送	108

		法，能对客户的网络订单进行处理；能按照安全规范，熟练使用各种包装，准确迅速地完成物品的包装、封装等基本操作；能对单据进行管理与跟踪，合理安排退换货流程。	系统与设备、电子商务物流客户服务管理。	
6	网络广告	能依托理论知识分析广告现状、优劣，并能根据企业不同时期的宣传目标和经费投入选择广告投放平台，能根据实际需要策划制作简单的广告。	主要内容包括广告策划、广告创意、广告制作、广告投放、广告效果评估、广告经营。	108
7	电子商务物流	了解产品和网购流程知识，电商客服各种业务类型的工作要求以及接待、沟通等方面的知识；掌握电商客服的专业服务用语和礼仪；能正确回复	主要内容包括了解客服的主要工作职责、建立客户服务团队以及培训客服的方法、建立客户档案、售后服务信息管理。	108

		客户咨询，有效处理客户投诉；会准确分析客户需求，针对客户需求给予满意的解决方案。		
--	--	--	--	--

2. 专业（技能）课

序号	课程名称	课程目标	课程主要内容	学时
1	商务礼仪	通过学习系统掌握仪容、着装、言谈、会议、宴请等方面的礼仪规范，养成文明的行为习惯，塑造良好的职业形象。	主要内容包括仪容、着装礼仪、优雅举止、商务见面礼节、接待与拜访礼节、电话礼节等。	72
2	市场调查预测	了解市场调查的基本问题，掌握市场掉擦问卷和市场调查方案的设计；掌握各种市场调查方法、市场预测方法，培养市场预测能力；掌握市场预测方法在实际问题中的应用，撰写	内容主要包括市场调查的作用与方法、市场调查的类型、市场调查的程序、撰写调查报告。	108

序号	课程名称	课程目标	课程主要内容	学时
		市场调查分析预测报告。		
3	消费心理学	具有分析市场活动中消费者心理现象、心理活动特征和消费活动规律的能力；具有认知消费者并与消费者建立良好情感管理等方面的基本技能。	主要内容包括消费者心理与消费者行为、消费者购买动机模式、引起消费者注意的措施。	108
4	淘宝美工	掌握如何使用 PS 工具处理产品图片，能熟练的运用 PS 软件设计淘宝网的主图、海报图、促销图、淘宝首页设计、淘宝详情页设计，通过学习能设计符合消费者心理学的详情页面，提高页面转化率。	主要内容包括色彩基础知识、网页构图等理论知识，PS 图层、路径、蒙板、画笔等基础工具运用。	72
5	推销技巧	掌握约见、接近顾客	主要内容包括电子	72

序号	课程名称	课程目标	课程主要内容	学时
		的方法与沟通技巧，推销洽谈的方法与沟通技巧，达成交易的方法与沟通技巧以及推销管理的方法。	商务客户服务必备知识、基本技能和职业素养。	

(三) 跟岗实习。第 4 学期总共 18 周的教学时间，每周 30 个学时，学生在校内或校外实训基地完成综合实训。学生在校内或校外实训基地完成综合实训，通过实习实训，增强学生对企业的感性认识，提高专业技能，培养吃苦耐劳的敬业精神，培育沟通合作能力和责任意识，为学生获取相应职业资格证书，参加顶岗实习、毕业就业打下坚实基础。

(四) 顶岗实习。第 6 学期总共 18 周的教学时间，用于安排学生进行顶岗实习。顶岗实习一般按每周 30 小时(1 小时折 1 学时)安排。在顶岗实习时，学校和实习单位按照专业培养目标的要求和教学计划的安排，共同制定实习计划和实习评价标准，组织开展专业教学和职业技能训练，并保证学生顶岗实习的岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致。

七、教学进程总体安排

(一) 基本要求

1. 每学年教学时间 36 周(含复习考试)，周学时一般为

30 学时，顶岗实习按每周 30 小时（小时折合 1 学时）安排，3 年总学时数不多于 3300 学时。根据实际情况调整课程开设顺序和周学时安排。

2. 学校实行学分制，20 学时为 1 学分，3 年总学分不少于 150 学分。公共基础课学时约占总学时的 1/3，保证学生修完公共基础课的必修内容和学时。专业课学时约占总学时的 2/3，在确保学生实习总量的前提下，根据实际需要集中或分阶段安排实习时间。

3. 课程设置中设选修课，其学时数占教学总学时的比例约为 10%。

（二）教学活动时间分配表及教学学时比例表

表 1：教学活动时间分配表（单位：周）

学年	学期	课程教学（含入学教育、考试考核）	入学教育与军训	跟岗实习	顶岗实习	考试考核	总计
一	1	16	1			1	18
	2	17				1	18
二	3	17				1	18
	4			17		1	18
三	5	17				1	18
	6				17	1	18
总计		67		17	17		108

表 2：教学学时、学分分配比例表

课程类别		学时数	占总学时比例 (%)	学分数	占总学分比例 (%)
必修课	公共基础课	864	23%	43	23%
	专业必修课	2326	67%	126	67%
选修课	公共选修课	108	7%	12	7%
	专业选修课	112	3%	6	3%
合计		3270	100%	187	100%
理论教学		1377	40%	74	40%
实践教学	校内实训	835	25%	50	60%
	入学教育及军训	30	1%	3	
	跟岗实习	600	17%	30	
	顶岗实习	600	17%	30	

八、实施保障

学校注重本专业建设，主要从以下几个方面给予保障：

（一）师资队伍

1. 本专业共有 6 名专业教师，都具有中等职业学校的教师任职资格。

2. 专任教师队伍中骨干教师 2 名，均具有中级讲师专业技术资格。建立有“双师型”专业教师团队。

3. 专业核心课和专业（技能）方向课的授课任务全部由经过相关专业系统培训、具有一定实践经验的专职教师担任。

4. 专业教师具有良好的师德师风和终身学习能力，能够按照教育主管部门要求，完成专业技术继续教育项目，每两年参加不少于 2 个月的企业实习与实践活活动。

5. 专业教师具有良好的师德师风和终身学习能力，能够按照教育主管部门要求，完成专业技术继续教育项目，每两年参加不少于 2 个月的企业实习与实践活活动。

（二）教学设施

1. 专业教室基本条件。教室拥有黑板、电子白板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WIFI 环境，并具有网络安全防护措施。安装有应急照明装置，并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训设施。现有实训室与主要设施设备名称及数量见下表。

校内实训室与主要设施设备名称及数量

序号	主要实训室	主要功能	主要工具和设施	
			名称	数量 (台/套)

1	消费合作社	完成产品图片采集与处理、产品信息编辑与上传、交互平台使用与维护等实训项目。	电脑	2
			商品	80
2	Erp 企业经营管 理沙盘 实训室	训练学生评估内部资源与外部环境的能力，制定长、中短期经营策略；如何预测市场趋势，调整既定战略。	实训电脑	9
			投影仪	1
			实物展示台	1
			ERP 物理沙盘	1
			触控一体机	1
3	农村金融与电 子商务 实训室	完成网页制作与网站建设、网络营销与推广、网店美工、网店运营实训。	云服务器	1
			云桌面终端	50
			教学管理软件	1
			短焦前投互动一体机	1
			教师电脑	1

3. 校外实训基地

电子商务专业重视校外实训基地的建设，与企业共建校内外实训基地，为实习实训教学提供了场所。校外实训基地统计表如下：

共建单位	备注
------	----

广西河池市巴马县供销社	
广西河池市东兰县供销社	
广西河池市凤山县供销社	

（一）教学资源

1. 教材选用

按照国家规定选用优质教材。学校建立有专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，按照学校教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献配备

图书文献配备满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。

3. 数字资源配备

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

（二）教学方法

1. 公共基础课。公共基础课教学要符合教育部有关教育教学的基本要求，按照培养学生基本科学文化素养、服务学生专业学习和终身发展的功能定位，采用小组协作、探究等方式，利用信息化教学技术，充分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基础。

2. 专业（技能）课。电子商务专业教学主要以项目教学、案例教学、仿真教学、网络教学为主，全面实施理实一体化教学方法。全面改进教学方法，专业教师首先转变教育观念。

而转变教育观念的基本途径则是学习，学习的途径很多，除自主学习外，还可通过专家讲座、教学观摩、教学研讨等活动来推进。更为重要的是创设良好的研究氛围，引导专业教师积极开展各级各类教学改革的课题研究，通过课题的研究，来促进教师学习、促进教师反思、促进教师探究、促进教师提高。

（一）学习评价

实现教学评价方式多元化，将教师的评价、学生的相互评价与学生自我评价相结合；根据学校以能力考核为主，笔试与技能测试相结合的考试制度，过程性评价与终结性评价相结合。评价内容涵盖情感态度、岗位能力、职业行为、知识点掌握、技能的熟练程度、完成任务的质量等。学生成绩采用“3+7”模式，即平时表现占30%，期末考试成绩占70%，期末考核方式以“理论考试+技能考核”两种方式相结合。

（二）质量管理

为提高教育教学质量，学校特制定以下管理措施：

1. 推行教学工作责任制。教学是学校的中心工作，校长为学校教学第一责任人，教研组长为本专业教学第一责任人，教研组长负责本专业教育教学工作。学校不断加大对专业教学的投入和管理，确保专业教学有序开展。教研组长要加强本专业建设总体设计，负责本专业教育教学与改革具体组织实施，确保专业人才培养质量。

2. 教学管理组织机构与运行。学校根据办学规模和实际需要，设立质量管理办公室、教务科、就业办、教研室、教

研组等教学管理和研究机构，配备与学校规模相适应的教学管理和研究人员；完善各级管理机构的管理职责，完善管理人员、教师及教辅人员的岗位职责。

3. 常规教学管理制度。学校制订有完善的常规教学管理制度。主要包括教学组织管理制度、课堂教学管理制度、实践教学管理制度、顶岗实习与社会实践管理制度、学生学业成绩考核管理制度、教师教学工作考核评价制度等。

4. 实施性教学计划制订与执行。根据本专业课程标准，在充分调研的基础上制订实施性教学计划，根据区域产业结构特点，进一步明确具体教学内容，科学设计训练项目。

学校制订的实施性教学计划，报上级教育行政部门审核备案，并严格依据制订的实施性教学计划组织教学与考核。

5. 教学资料收集与整理。教研室组织教师以学期为单位，做好教案、作业、实习报告、实习记录等教学资料的收集与整理，教务科、就业办不定期进行检查。

6. 教育教学研究与改革。

(1) 学校设立质量管理办公室，配备专职和兼职教研人员，统筹管理全校的教育教学研究与改革工作。

(2) 通过教研、项目建设、校企合作等途径，改革教学模式，创新教学环境、教学方式、教学手段，促进知识传授与生产实践的紧密衔接，增强教学的实践性、针对性和实效性，使人才培养对接用人需求、专业对接产业、课程对接岗位、教材对接技能，全面提高教育教学质量。

九、毕业要求

(一) 符合教育部颁布的《中等职业学校学生学籍管理办法》。

(二) 思想品德评价合格；

(三) 修满规定学时学分和全部课程且成绩合格；

(四) 顶岗实习和实训实践考核合格；

(五) 毕业考试成绩合格；

(六) 符合学校其它的有关毕业要求。

十、附录

教学进程表

课程类别	课程名称	学分	总学时	理论学时	实训学时	各学期周数、学时数分配					
						1	2	3	4	5	6
						18	18	18	18	18	18
公共基础课	中国特色社会主义	2	36	36		2					
	心理健康与职业生涯	2	36	36			2				
	哲学与人生	2	36	36				2			
	职业道德与法治	2	36	36						2	
	语文	8	144	144		2	2	2		2	
	数学	6	108	108			2	2		2	
	英语	4	72	72		2	2				
	信息技术	6	108	44	64	6					
	体育与健康	8	144	36	108	2	2	2		2	
	历史	2	36	36		2					

		公共艺术（音乐/美术）	2	36	36						2	
		化学	2	36	36						2	
		物理	2	36	36		2					
		公共基础课小计	48	864			18	10	8	0	12	0
选修课	劳动教育	2	36	12	20			2				
	职业素养	2	36	36		2						
	中华优秀传统文化	2	36	36						2		
	公共选修课小计	6	108			2	0	2	0	2	0	
专业 核 心 课 程	电子商务基础	8	144	144		4				4		
	网页设计	4	72	72				4				
	市场营销策划	6	108	108			6					
	市场营销学	6	108	44	64	6						
	网络广告	6	108	108				6				
	电子商务物流	6	108	108			6					
	电子商务支付与安全	6	108	44	64					6		
	专业核心课小计	42	756			10	12	10	0	10	0	
	专 业 课	淘宝美工	4	72	24	48			4			
		推销技巧	4	72	32	40		4				
		商务礼仪	4	72	36	36		4				
		专业课小计	12	216			0	8	4	0	0	0
专 业	消费心理学	6	108	108				6				
	市场调查预测	6	108	108						6		

	选修课	专业选修课小计	12	216			0	0	6	0	6	0
入学教育及军训			3	30								
跟岗实习			30	540						30		
顶岗实习			30	540								30
合计			183	3270			30	30	30	30	30	30