

电子商务专业人才培养方案

邯郸市职教中心

专业代码：121100

适用年级：2021 级

专业负责人：宋振岭

修订时间：2021 年 6 月 18 日

业务组长审批：韩婷

专业部教学部长审批：乔文峰

教务处审批：

主管校长审批：

审批时间： 年 月 日

电子商务专业人才培养方案

邯郸市职教中心

2021 年 6 月 18 日

一、专业名称（专业代码）

电子商务（121100）

二、入学要求

初中毕业生或同等及学力者

三、修业年限

3 年

四、职业面向

职业工种：电子商务师

序号	对应职业岗位	职业资格证书举例	专业（技能）
1	网店美工	电子商务员职业资格证书	能够拍摄商品图片以及对图片进行美化处理
2	视频营销	电子商务员职业资格证书	能够进行视频制作
3	网络营销	电子商务员职业资格证书 营销员职业资格证书	能够进行网络推广以及市场营销

4	网店运营管理	1+X 网店运营推广职业技能等级证书	能够进行网店开设和运营
5	网络客户服务	计算机文字录入员证书 电子商务员职业资格证书	能够进行客户服务及处理 客户投诉

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业面向各类中小企业电子商务应用领域，培养具有网店美工、网络营销、商务信息处理、商务信息维护与管理、网络客户服务与管理等专业能力，具有良好的职业道德，具有综合管理技能，并能够从事相关操作技能的专门人才。

（二）培养规格

本专业培养的人才应具有以下职业道德、专业知识和职业技能。

1、职业道德

（1）具有一定文化基础知识、良好的职业道德规范和职业素养；

（2）具有良好的人际交往能力、沟通协调能力、团队合作精神和服务意识；

（3）具有良好的商业意识和就、创业能力，具备良好创新

意识；

（4）了解电商发展方向，具有自主学习和适应职业变换的能力；

（5）具有安全操作、环境保护以及电子商务等法规相关知识和技能。

2、专业知识

（1）掌握电子商务的基本概念和相关术语；

（2）熟悉与电子商务行业相关的法律等知识；

（3）掌握网络交易基础知识；

（4）掌握利用网络开展商务活动的流程和网上营销的基本知识；

（5）了解中小电子商务企业（网店）核算的基本知识；

（6）熟悉电子商务网站的基本框架和结构；

（7）熟悉中小企业的客户群和相关服务的流程及服务特点。

（8）掌握商务网页制作的基本知识

3、专业技能

（1）能够进行网店美工设计；

（2）能够进行网络推广；

- (3) 能够处理客户投诉；
- (4) 能够对中小企业商务网站的内容进行维护；
- (5) 能够进行商品拍摄与视频处理；
- (6) 能够处理网上订单；
- (7) 能够进行网上交易管理。

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课程

序号	课程名称	课程性质与任务	参考学时
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，并与电子商务专业实际结合，指导学生关注遵守电子商务的最新法律和网络的职业操守。	40
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，并与电子商务专业实际结合，指导学生关注遵守电子商务的最新法律和网络的职业操守。	40
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教学大纲》开设，并与电子商务专业实际结合，指导学生关注遵守电子商务的最新法律和网络的职业操守。	40
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，并与电子商务专业实际结合，指导学生关注遵守电子商务的最新法律和网络的职业操守。	40
5	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并与电子商务专业实际结合，指导学生学习电子商务文案写作特点和写作方法。	160

6	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并与电子商务专业实际结合，培养学生关注网络计算问题（如访问量、客户点击量）。	160
7	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并与电子商务专业实际结合，指导学生关注网络英语的使用方向和使用习惯。	160
8	信息技术	依据《中等职业学校信息技术教学大纲》开设，同时提高学生计算机网络应用、多媒体应用的技术和使用计算机获得网络信息的能力，为学习专业核心课打下基础。	160
9	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康教学指导纲要》开设，指导学生注意针对长期使用计算机所进行体育锻炼。	80
10	艺术（或音乐、美术）	本课程是中等职业学校学生必修的一门公共课程，其任务是陶冶学生的艺术情操，培养学生具备基本的艺术素养，使学生具备一定的艺术鉴赏能力和网页审美能力。	80
11	历史	本课程是中等职业学校学生必修的一门公共课程，通过学习中外历史进程，增强学生的民族荣誉感，让学生学会以发展的眼光看待问题。	160

（二）专业（技能）核心课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	电子商务基础	本课程是中等职业学校电子商务专业学生必修的一门专业核心课程，其任务是使学生掌握电子商务基础知识，电子支付与交易安全，电子商务物流管理，电子商务法律法规等知识，为网店运营奠定基础。	120
2	市场营销	本课程是中等职业学校电子商务专业学生必修的一门专业核心课程，其任务是使学生能够使用搜索引擎、网络广告和论坛、博客、电子邮件等网络营销基本方法进行网络营销。	160
3	视频营销	本课程是中等职业学校电子商务专业学生必修的一门专业核心课程，其任务是使学生进一步熟悉网络营销的典型应用——视频营销，能够编辑制作视频短片，完成主题鲜明、表现	240

		力突出的视频营销过程。	
4	美术基础	本课程是中等职业学校电子商务专业学生必修的一门专业核心课程，其任务是使学生掌握色彩构成、构图、平面设计的基础知识，为网店美工的学习做好基础。	120
5	网店美工	本课程是中等职业学校电子商务专业学生必修的一门技能方向课程，其任务是使学生会网店美工设计、网店装修色系与产品色系的美学结构、网店全面装修、产品图片处理、广告促销图片、产品描述图片处理等。	240
6	1+X 网店运营	本课程是 1+X 网店运营推广职业技能等级证书初级的课程，其任务是使学生掌握从网店开设、网店装修、网店基础操作、客户服务和数据分析的整个网店运营过程。	240
7	Photoshop	本课程是中等职业学校电子商务专业学生必修的一门专业基础课程，其任务是使学生了解淘宝美工对图像处理的要求。	160

七、教学进程总体安排

（一）基本要求

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（含复习考试和集中实训），累计假期 12 周，周学时一般为 30 学时。实习（认知、专业、顶岗）一般按每周 30 小时（1 小时折 1 学时）安排。三年总学时数约为 3000—3300，学校可根据实际情况调整。

公共基础课中的德育课，语文、数学、英语、历史、信息技术课，体育与健康课，艺术（或音乐、美术）课为必修课。根据需要，开设关于安全教育、社团活动等方面的选修课程活动。

公共基础课学时一般占总学时的三分之一，保证学生修完公共基础课的必修内容和学时。升学班及中高职衔接班等对文化基础要求较高或对职业技能要求较高的专业，可适当的调整。

专业技能课为必修课，专业技能课学时一般占总学时的三分之二，学校根据实际需要，集中或分阶段安排实习时间。可以有校内实训、校外实训和顶岗实习等多种形式。

课程设置中的选修课教学时数，占总学时的比例应不少于10%。

（二）课程学时安排（专业课与时调整）

课程类别	课程序号	课程名称	学期分配						限选课
			第一学年		第二学年		第三学年		
			第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	
公共素质课程	1	中国特色社会主义	2						
	2	心理健康与职业生涯		2					
	3	职业道德与法治			2				
	4	哲学与人生				2			
	5	语文	2	2	2	2			
	6	数学	2	2	2	2			
	7	英语	2	2	2	2			
	8	体育与健康	1	1	1	1			
	9	信息技术	4	4					
	10	公共艺术	1	1	1	1			

	11	历史	2	2	2	2			
专业基础课程	12	美术基础		6					
	14	市场营销（五级营销师）	4	4					
	16	photoshopcs6	4	4					
专业方向课程	17	★视频营销+pr			6	6			
	19	★1+X 网店运营基础			6	6			
	20	网店美工			6	6			
	21	电子商务基础	6						
实训课程	22	文案实训					6		
	23	美工实训					6		
	24	网店运营实训（开店和运营）					6		
	25	客服实训					6		
	26	网络营销实训					6		
合计			30	30	30	30	30	0	

注：公共基础按大纲要求设置

八、实施保障

（一）师资队伍

按专业学生规模配备教师，专业教师不仅要具有中等职业学校教师任职资格证书，学历均应在本科以上，且研究生学历应占 30%以上，本专业教师职称结构应合理；

本专业带头人需具有高级职称和高级职业资格证，并取得电子商务技师或电子商务设计师，在电子商务企业有一定的工作经验。

专业教师中的双师型教师占专业教师的 70%以上，双师型教师中至少有 2 名取得电子商务设计师或电子商务技师职业资格证书，其他双师型教师需取得电子商务设计员或助理电子商务师职业资格证书。本专业对应的（技能）方向中，（技能）方向的负责人需取得该（技能）方向考证要求的技师（国家二级）职业资格证书，其他双师型教师需取得助理级（国家三级）职业资格证书。

现有电子商务专业教师 48 人，100%本科以上学历，其中研究生 1 人。高级职称的教师 15 人，占 31%；中级职称 15 人，占 31%，行业企业兼职教师 9 人。专业课任教教师对口率达 90%，专任教师数与在籍学生数之比高于 1：25，配备的行业企业兼职教师与专任教师比达 18%以上。另聘有行业企业兼职教师或知名的电商行业企业技术专家不定期实训指导。

参加过省级、国家级专业培训及企业顶岗实习 6 人，实习指导教师 10 人。这些教师既具有丰富的理论教学经验，又具有丰富的实际工作经验，是我校电子商务专业建设的主力军。

（二）教学设施

充分利用投资规模达 200 多万元的先进的电商运营实训基地，开展网络营销、网店运营、商品拍摄、物流管理等实训、操作课程。不断健全和完善管理和使用制度，保证实训、实验开出率和自开率达到 100%，完成教学实训任务。

充分利用多媒体教室和覆盖全校的网络信息开展灵活多样的教学活动，激发和调动学生的学习热情，使教学更方便、快捷、形象、立体。

多方开辟校内外实习、实训基地，建立健全顶岗实习制度和考核办法，与美食林、亮道等本地龙头企业或优质电商企业建立长期良好的合作关系，学以致用、提升学生自主学习、分析问题和解决问题的能力，提高学生的综合职业能力，为就业、创业打下坚实的基础。

（三）教学资源

1、教材选用

按照制度规定严格选取教材：公共基础课教材按国家规划选用；专业课教材则货比多家，实用为主。按流程先索取样书，经专业课教师集体评定、领导批准后予以购买，保证教学资源的优化。

2、图书资源电子化

结合本专业特点，专业图书每年需更新 200 册左右。在对电子图书资源的管理上，选择易操作，能快速查找，书目共享（教师、学生可直接在网上校内或跨校查询）的高稳定性的图书资料管理软件。

3、多媒体素材库建设

建立多媒体课件海量素材库，对于专业性强、适应教学需要的内容组织专人对一些科目进行资源开发，编制自有校本教材。

4、专业题库资源建设

教学支撑平台中的在线测试、学生自测等模块是建立在题库系统的丰富的题库资源上的，动态的更新题库内容，在题库资源的数量和质量上组织专业人员加强管理为教学评价提供有力保证。

（四）教学方法

传统教学结合多媒体教学，项目教学法、任务驱动法、情境教学法、导学案、思维导图、翻转课堂等灵活多样的教学方法综合运用，以学生为主导、定向培养、现代学徒制等教学模式为学生打造未来成才成功的优良学习环境。

（五）学习评价

1、坚持事前评价与事后评价相结合、过程评价与结果评价相结合、定性评价与定量评价相结合、主观评价与客观评价相结合的多元化评价原则。

2、根据课程的特点，注重评价内容的整体性，既要关注学生对知识的理解、技能的掌握和能力的提高，又要关注学生养成规范操作、安全操作的良好习惯，以及爱护设备、节约能源、

保护环境等意识与观念的形成。

3、实行理论考试、实训考核与日常操行表现评价相结合的评价方式，以利于学生综合职业能力的发展；理论部分的考核可以采用课堂综合表现评价、作业评价、学习效果课堂展示、综合笔试等多元评价方法。笔试主要针对各部分的基本知识进行命题；实践部分采用过程性评价和成果考核相结合的方式。实践考试要设计便于操作的考题和细化的评分标准。

4. 引入行业、企业的考核与评价标准，邀请行业、企业专家参与考核评价，使学生适应行业、企业的考核评价方法；不同课程、教学项目应采取不同的评价方法，逐步建立学生的发展性评价体系。

（六）质量管理

1、教学质量监控的方法

教学信息监控——通过常规教学秩序检查（推门检查、视频监控），初期、期中和期末教学月重点教学检查，师生信息反馈等收集渠道，及时了解和发现教学中存在的动态问题。

教学督导监控——对每日、周、月常规教学活动、课堂各个环节、各种班级教学管理制度、教学改革方案进行经常性的随机督导和反馈。

专项评估监控——通过专业评估、优秀课程评估、教材评

估、试卷评估等，借助目标监控辅助过程监控，利用评估的诊断功能，促进有关方面提高工作质量。

2、教学质量监控的制度

三级听评课制——主管校长、教务处、班主任和同科老师建立三级听课制度。

学生评教制——每月通过问卷的形式，由学生作为课程教学评估的主体，对教师的教学质量进行评估。

新教师上岗考核制度——行政及日常行为、工作态度进行考核，合格后教务处组织学科代表老师进行听课分数超过 80 方可上堂授课。

公开课排名制度——每学期至少进行一次公开课听课评分并进行排名，评选出部级和校级讲课能手。

教学进度巡查制度——每周至少一次进行教学进度检查，每节、每日、每周、每月所受知识点要与大纲进度相符。

九、毕业要求

专业能力方面，学生通过三年的理论学习和实训，必须修满专业人才培养方案所规定的学时学分，毕业前全部学科取得合格及以上，学校的专业技能考核达到合格及以上，1+x 证书取得初级及以上等级，就业能持证上岗；3+2 和升学的能顺利进入对接的大专院校继续深造。

综合能力方面，要求学生品行端正，健康向上，积极进取，勇于担当，能适应未来社会对电商专业人才多方位需求。

十、附录

附录一：工作任务与职业能力分析

工作岗位	工作任务	职业能力
1.商务网页制作	网页制作	1. 能够使用布局工具进行网页布局 2. 能够进行网页动画制作
	网页图形图像处理	1. 能够编辑和应用图层 2. 能够创建和导出图像切片
	商品拍摄与处理	1. 能够拍摄多种类商品 2. 能够根据要求处理图片
2. 网站建设与维护	建设商务网站	1. 能够在第三方平台上建立商务网站 2. 能够装修网上商店
	网站内容维护	1. 能够采集并发布网络商务信息 2. 能够进行商务网站安全维护
3. 网络客户服务	客户服务基本要求*	1. 懂得商务礼仪 2. 掌握普通话及日常英语 3. 了解企业文化
	在线问题解答	1. 能够在线解答客户常见问题 2. 能够整理客户的问题 3. 能够进行售后服务
	客户服务平台应用	1. 能够复述在线客服服务的流程 2. 能够使用网络即时通讯工具进行交流
	处理客户投诉	1. 能够复述客户异议与投诉的类型 2. 能够处理多种类型客户投诉
4.网络营销	使用网络推销工具推销	1. 能够使用电子邮件进行推广 2. 能够利用搜索引擎进行推广 3. 能够使用博客进行推广
	网络媒体发布	1. 能够在社会化媒体平台发布商务信息 2. 能够在网络媒体平台发布广告
	视频营销	1. 能够使用编辑软件制作视频 2. 能够从营销角度整合视频资源
5. 网上交易管理	网上销售管理	1.能够录入商品信息 2.能够进行订单处理
	网上采购管理	1. 能够发布采购信息 2. 能够维护供应商信息 3. 能够执行采购合同

*不属于工作任务，属岗位基本素质要求

附录二：《电子商务基础》课程标准

一、课程性质与任务

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，完成国家《电子商务师职业标准》中所需的基础知识内容。

二、参考学时

64 学时。

三、课程学分

4 学分。

四、课程教学目标

通过学习电子商务概论课程，学生掌握以电子商务基本业务为主体的知识框架，了解电子商务职业专业能力与就业岗位的关系，为以后系统学习电子商务专业课程打下基础。

五、教学内容与要求

序号	教学单元	教学内容和基本要求	参考学时
1	电子商务概述	1. 什么是电子商务 2. 互联网 3. 移动商务 4. 职业岗位	10
2	电子商务模式	1. 商务模式概述 2. B2C、B2B、C2C电子商务 3. 订单处理	16
3	网上支付	1. 电子货币 2. 网络银行	4

		3. 第三方支付	
4	物流信息	1. 物流信息概述 2. 库存商品状态管理	8
5	交易安全	1. 交易安全概述 2. 交易风险防范	4
6	网上推广	1. 网上推广工具 2. 第三方平台	10
7	电子商务法规	1. 电子商务法规概述 2. 网上企业交易主体	8
		机动	2
		考试	2

六、教学实施

（一）教学策略建议

本课程主要是以电子商务业务知识的学习，重点是对电子商务基本业务的掌握及理解，难点是如何将单一的电子商务基本业务与商务模式关联应用，并能举一反三。

（二）教材编写建议

应根据本课程的教学目标及职业《电子商务师标准》编写教材。可采用任务驱动、项目引领及情景教学等方式编写，引用电子商务实践中的案例，启发学生的学习积极性；教材应吸收一定比例的企业人员参加，但不要编成培训教材，注意系统性。

（三）教学资源开发与利用建议

本课程的教学资源包括：电子课件、网络课程、课后训练等

七、考核与评价

主要考核内容如下表。

内容	形式	要求	比重（%）	说明
案例分析	电子版	每章一题，	20	每学生面批一次
课堂提问	问答	一次	10	每学生问一次
单元课程	纸质	每章一测	10	教材附测评表
核心能力	纸质	每章一测	10	教材附测评表
专业能力	纸质	每章一测	10	教材附测评表
期末	题库	单选、多选、 简答	40	机考或书面
总成绩			100	

说明：

1、案例分析：第一章为 4%，第二章 4%，其它各章 2%；

2、单元课程、核心能力、专业能力：第一章 2%，第二 2%，其它各章 1%

3、所有单次（共 38 项）评分均为 100 分，填入数据表中，总成绩自动算出。