



深圳市龙岗区第二职业技术学校
电子商务专业人才培养方案

2025 年 6 月

目录

一、专业名称及代码	18
二、招生对象	18
三、基本学制与学历	18
四、中职学段面向职业范围	18
五、培养目标与培养规格	20
（一）培养目标	20
（二） 培养规格	20
六、课程设置及要求	22
（一）课程体系架构	22
（二）课程说明	24
七、教学进程总体安排	35
八、实施保障	37
九、毕业要求	45

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：730701

二、招生对象

中职学段：初中毕业

三、基本学制与学历

（一）学制

中职学段 3 年

（二）学历

中职学段学习合格取得中职教育学历

四、中职学段面向职业范围

所属专业大类	所属专业类	对应行业	主要职业类别	主要岗位类别 (或技术领域) 举例	职业资格（职业技能等级） 证书举例
财经商贸大类 (53)	电子商务类 (730701)	互联网和相关服务(64) 批发业(51) 零售业(52)	批发与零售服务人员 (4-01-00) 购销服务人员(4-01-01) 销售人员 (4-01-02) 贸易经纪代理人员 (4-01-03) 电子商务服务人员 (4-01-06)	营销推广专员 运营管理专员 SEO 专员 网络营销策划 新媒体运营 网络渠道推广 互联网产品销售 电商产品经理 电商业务代表	网店运营推广职业技能等级证书 电子商务师 电子商务运营师 电子商务设计工程师
		软件和信息技术服务业 (65)	商务咨询服务人员 (4-07-02)	客户服务 客户代表	呼叫中心客户服务与管理职业技能等级证

			软件和信息 技术服务人 员(4-04-05)		书 客户服务管理 师
		软件和信息 技术服务业 (65) 专业技术服 务业(74)	编辑 (2-10-02) 其他信息传 输、软件和信 息技术服务 人员 (4-04-99) 专业化设计 服务人员 (4-08-08)	网站策划 网络编辑 网店美工	网页设计师 平面设计师技 术水平证书 (Photoshop)
		贸易经纪与 代理(518)	贸易经纪代 理人员 (4-01-03) 商务专业人 员(2-06-07)	跨境电子商务 运营专员 跨境电子商务 产品 开发专员	跨境电商 B2B 数据运营职业 技能等级证书 助理跨境电子 商务师 阿里巴巴跨境 电子商务师
		商务服务业 (72)	商务专业人 员(2-06-07) 管理(工业) 工程技术人 员(2-02-30) 商务咨询服 务人员 (4-07-02)	电商数据分析 师 运营数据分析 专员 市场数据分析 专员 客户数据分析 专员 产品数据分析 专员 市场策划专员 电商数据管理 员	电子商务数据 分析职业技能 等级证书 CDA 数据分析 师 SAS 业务分析 师

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修，德、智、体、美、劳全面发展，具有创新精神、创新能力和创业意识，适应互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业发展的需要，具有良好的职业道德和人文素养、健康的身心素质，掌握经济学、管理学等基本知识和电子商务营销推广、网店美工、数据分析、客户关系管理等技术技能，面向互联网营销策划、网络编辑、电商美工、电商数据分析、网络推广、客户服务、电子商务平台运营和跨境电子商务等领域的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质要求

（1）思想政治素质：爱国和爱党、爱社会主义高度统一，能够准确理解和把握社会主义核心价值观的深刻内涵和实践要求，树立远大理想、担当时代责任、勇于砥砺奋斗、锤炼品德修为，建立正确的世界观、人生观、价值观。

（2）文化素质：具有较系统、扎实的语言、数学、科技、人文与社会、运动与健康、信息技术素养；具有艺术表达、创意表现意识；能理解和掌握科学基本原理和方法；具有一定的经济学思维和互联网思维；对互联网和商业领域的创新与发展有较强的敏感度。

（3）职业素质：具有良好的职业道德，遵守互联网行业法律法规和企业规章制度，采用正规渠道实施网络交易，诚信守法；具备维护网络安全和净化网络空间的意识，防范信息泄露；具备主动担当积极作为的意识，注重产品质量，防范假冒伪劣，积极承担社会责任。具有耐心细致的工作态度及严谨专注、精益求精的“工匠精神”，少急功近利、多专注持久；具有创新能力和创业意识，助力创新驱动发展、新旧动能转换；具备谦虚谨慎的工作素养，秉承实事求是的工作作风，专注行业发展的核心驱动力；具有较强的市场意识、成本意识、质量意识和全球意识，塑造系统解决问题的意识与能力；具有求真、开放、平等、协作、分享的互联网精神，坚持经济效益与社会效益的统一。

（4）身心素质：达到《国家学生体质健康标准》，养成良好的健身与卫生习惯；具有健康的体魄、积极的心态、良好的人际关系和健全的人格；具有环境适应能力；具有较强的抗压能力，能够进行情绪管理。

2. 知识要求

（1）掌握思想政治、历史、艺术、信息技术、心理与健康等相关知识；

（2）掌握经济学、管理学、市场营销、计算机应用的基本理论和方法；

- (3) 掌握资料检索的基本方法、常用的调研方法及调研报告的撰写方法；
- (4) 掌握电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式相关知识；
- (5) 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；
- (6) 掌握商品拍摄的方法、图形图像处理的技术和文案的写作方法；
- (7) 掌握网店运营的规范与流程；
- (8) 掌握客户服务与管理相关知识；
- (9) 掌握商务数据统计分析和报告撰写方法；
- (10) 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式、方法；
- (11) 掌握供应链管理流程与供应商选择、维护方法；
- (12) 掌握跨境电子商务平台、新媒体平台运营与管理方法；
- (13) 掌握创新创业相关思维方法和知识。

3. 能力要求

(1) 能根据摄影色彩、构图策略，创意拍摄突出商品卖点的商品照片及短视频，运用相关软件对图片及短视频进行处理，提高用户关注度；

(2) 具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作；

(3) 具备网店设计装修的能力，根据产品页面需求，进行页面设计、布局、美化和制作；

(4) 能根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化；

(5) 能根据不同商品类型进行产品策划、分类管理，根据运营目标，采集电子商务平台数据分析店铺、产品和客户数据，进行分析与预测；

(6) 具备客户服务管理的能力，能够正确进行网络营销，应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务等；

(7) 能选择和维护供应商、管理采购活动，具备商品进销存管理、网络交易管理等供应链管理能力；

(8) 能运用电子商务平台进行活动策划、营销推广、店铺的运营与管理；

(9) 能根据商品和企业特点选择合适的跨境电子商务平台进行产品管理、营销推广和维护境内外客户关系；

(10) 具备一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维能力；

(11) 具备信息收集、处理和数据分析能力；

(12) 能熟练应用办公软件，进行文档排版、简单的数据分析与结果可视化演示等；

(13) 对社会热点、经济形势和消费市场具有敏感的洞察力，分析商业环境，开展电子商务活动；

(14) 具备良好的语言表达和沟通能力，能运用语言交流技巧专业且通俗易懂地开展网络营销和客户服务管理等工作；

(15) 具备团队合作意识，能有效地与相关部门沟通协作；

(16) 具备对新知识、新技术的自主更新、终身学习的能力；

(17) 具备一定的项目管理和系统解决问题的能力；

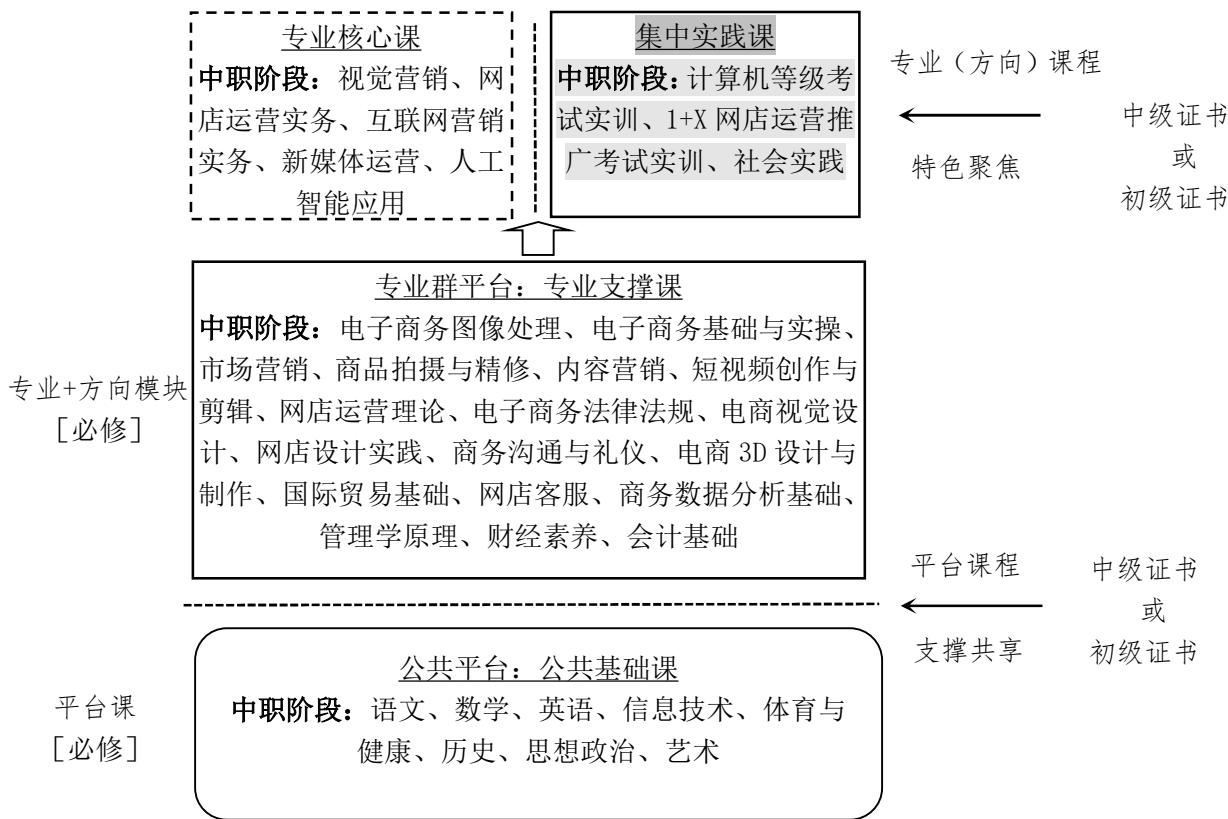
(18) 具备互联网思维能力；

(19) 具有一定的创业能力和创新意识。

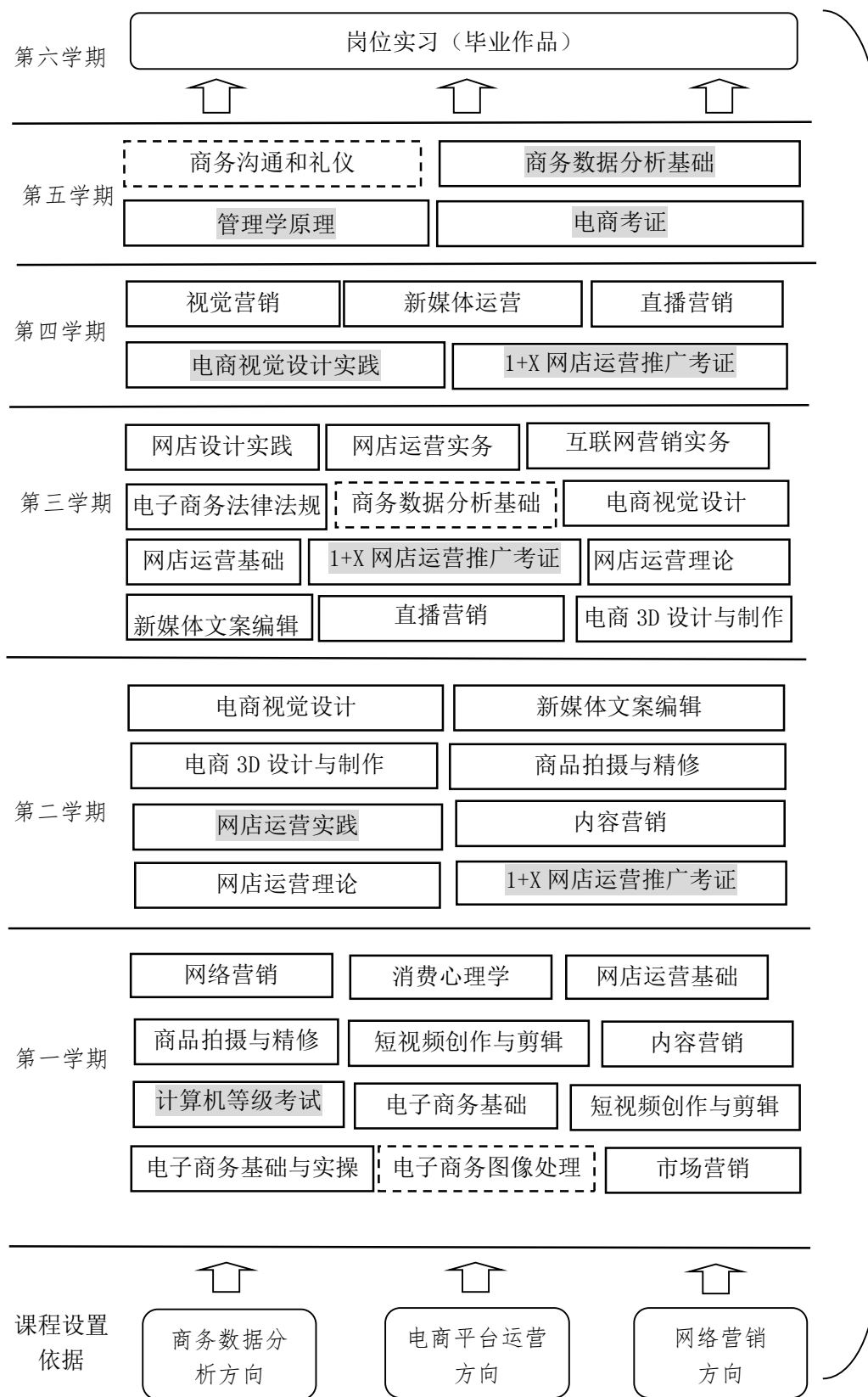
六、课程设置及要求

（一）课程体系架构

1. 专业（群）“平台+模块”课程体系架构



2. 专业课程体系架构



※ 专业+方向课程类型图

专业核心课程

专业通用课程

集中实践课程

（二）课程说明

1. 公共基础课程

序号	课程名称	课程目标、主要内容及教学要求
1	语文	本课程依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，旨在指导学生学习必需的语文基础知识，掌握日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力，具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力。指导学生掌握基本的语文学习方法，养成自学和运用语文的良好习惯。引导学生重视语言的积累和感悟，接受优秀文化的熏陶，提高思想品德修养和审美情趣，形成良好的个性、健全的人格，促进职业生涯的发展。
2	数学	本课程依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，是在初中数学基础上，使学生学好从事社会主义现代化建设和继续学习所必需的集合不等式、函数、三角、数列、向量、几何和概率统计等基础知识，培养学生的基本运算能力、计算工具使用能力、空间想象能力、数形结合能力、抽象思维能力和简单实际应用能力。通过本课程的学习，提高学生分析问题和解决问题的能力，发展学生的创新意识，进一步培养学生的科学思维方法和辩证唯物主义思想。
3	英语	本课程依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，以满足各专业学生就业与升学需求为目标，以融合素养、职业技能、语言知识为原则，在九年义务教育基础上，帮助学生进一步学习英语基础知识，培养听、说、读、写等语言技能，初步具备职场英语的应用能力。本课程的教学内容由基础模块、职业模块和拓展模块三个部分构成。能听懂说出简单指令；能读懂简单的应用文及进行简单写作；能理解语法项目的形式与意义，并应用于交际任务；能在交流中做到语音、语调基本达意。
4	信息技术	本课程依据《中等职业学校信息技术/一级 Office 教学大纲》开设，是一门计算机入门课程，属于公共基础课，是为非计算机专业类学生提供计算机一般应用所必需的基础知识、能力和素质的课程。满足普通中、高等院校培养“应用型人才”的教学宗旨，内容丰富，与时俱进，实用性强。要求学生学习计算机基础知识、windows 系统功能及使用、办公软件的使用、

		计算机网络基础知识及应用。通过学习，掌握计算机操作的基本技能，具备常用的文字处理能力、电子表格处理能力、演示文稿处理能力，具备一定的信息获取、整理、加工和网上交互能力，为学习、工作和生活打下扎实的计算机应用基础。
5	体育与健康	本课程依据《中等职业学校体育与健康教学大纲》开设，以树立“健康第一”为指导思想，传授体育与健康的基本文化知识、体育技能和方法。学生掌握两项以上体育技能，通过集体性体育活动，培养良好的人际关系和合作净胜。学习与职业生生涯相关的体育运动项目，认识体育对提高就业和创业能力的价值，提高综合职业素养，养成终身坚持体育锻炼的意识、能力与习惯，提高生活质量，为全面促进学生身体健康、心理健康和社会适应能力服务。
6	历史	本课程依据《中等职业学校德育课课程教学大纲》开设，本课程主要让学生了解中国悠久的历史 and 灿烂的文明成果。渗透爱国主义教育，增强学生的爱国情感，红阳和培养以爱国主义为核心的伟大民族精神。爱国主义教育历史课程的教学目标和核心内容。中国古代史的教育具有重要的功能，学生通过学习了解祖国历史的延绵不断，了解中国优秀的文虎传统，了解历史上杰出任务为祖国发展做出的贡献，从而增强爱国主义的情感和信念。
7	思想政治	本课程针对中职学生层次特点，介绍马克思主义政治经济学的基本原理，站在中国特色社会主义政治的角度探索现代社会经济政治与社会发展规律。要求学生掌握马克思主义立场、观点和方法，了解现代经济政治与社会发展方向和理论研究前沿动态。培养学生运用马克思主义立场、观点和方法分析问题和解决问题的能力，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，提高学生思考问题、分析和解决问题的能力。
8	艺术	本课程依据《中等职业学校公共艺术课程教学大纲》开设，以审美教育为核心，通过艺术作品赏析和艺术实践活动，使学生了解或掌握各种艺术门类的基本知识、技能和原理，认识不同艺术类型的表现形式、审美特征，掌握欣赏艺术作品的方法、要领及规律，增强学生对艺术理解的分析与评判能力，从而提高学生对艺术的鉴赏力、对美丑的分辨力，净化心灵，陶冶情操，丰富学生的人文素养和精神世界，拓宽学生的审美视野，

		发展创新思维与合作意识，形成正确的世界观、人生观和价值观。
--	--	-------------------------------

2. 专业（技能）课程

序号	课程名称	课程目标、主要内容及教学要求
1	电子商务图像处理	掌握处理电子商务图像过程中必须掌握的理论知识和应用技巧，熟悉电子商务图像处理的各种技巧和方法，能够独立处理商品照片、设计并制作商业海报。主要包括图像处理基础知识、Photoshop 基本操作、画笔与渐变、图层、选区和抠图、照片修复与修饰、图像调色、图像蒙版与通道、文字与排版、矢量路径、滤镜、动作效果、GIF 动画制作等。教学中突出 Photoshop 软件各种工具命令运用的技能学习。 通过挖掘课程背后的企业家、设计师故事，培养学生爱岗敬业、精益求精的工匠精神，引导学生树立良好的人生观、价值观，培育务实高效、团结协作的职业精神。
2	电子商务基础与实操	通过本课程的学习，培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。通过本课程的学习，学生将具备一定的电子商务基础理论和初级实践技能，更快地适应后续专业核心课程的学习，不断提升专业核心技能和职业核心能力，为成功地实现高素质技能型电子商务运营人才的专业培养目标打下坚实的基础。 主要包括：电子商务基本概念。电子商务生态。电子商务战略与模式。电子商务安全。电子商务支付。电子商务物流。网络营销与推广。 根据深圳企业对电子商务人才的能力要求和高职学生的特点，课程有针对性地组织实用内容，进行基础理论讲授和初级技能训练的一体化教学，重点突出各类电子商务业务流程处理的技能训练。整个教学过程使用内外部网络教学设施和模拟实训环境进行，部分任务进行分岗实训，培养学生的职业兴趣和实践能力。
3	市场营销	通过本课程的学习，使学生了解市场营销学的研究对象，市场营销学的产生和发展。掌握市场、需求、市场营销、

		市场细分、目标市场、市场定位等基本概念，牢固树立以顾客需求为中心的市场营销观念。深刻理解顾客满意、整体产品概念、环境分析、品牌建设、目标市场营销等现代营销思想；学会市场调研、市场细分、选择目标市场和市场定位的方法；掌握产品、价格、分销、促销策略的制定和实施，尤其是其中的人员推销技能；为学生今后从事电子商务及其他相关工作，打下坚实的营销理论基础、形成科学的营销观念和营销思维方式、具备一定的营销实务操作技能和营销策划技能。
4	商品拍摄与精修	本课程使学生系统了解和掌握商品拍摄与图片处理的基础知识、基本理论和基本步骤与方法，对实际的商品拍摄与图片处理有一个全面的、系统的认识。了解商品拍摄的作用、不同品类商品拍摄的需求、拍摄的技巧、拍摄的一般流程及其基本操作，熟悉商品拍摄工作流程、拍摄的前期准备工作，同时较为熟练的运用数码相机和 Photoshop 完成一般商品拍摄与图片处理的项目，掌握生活用品、珠宝首饰、食品、皮具、布艺等不同品类商品拍摄与图片处理的工作方案，搜集、处理具体商品样品，拍摄商品图片，并且进行初步的图片处理。通过本课程学习，培养学生动手操作能力，自立能力和耐心细致的高度责任感，树立创意设计理念，培养艺术情操，养成良好的性格与兴趣爱好。
5	内容营销	从爆款案例、软文形式、标题打造、内容布局、图片展示、精美排版、广告嵌入、推广发布以及排名优化等角度，学习文案高手的写作与营销综合技巧，适应市场对电子商务人才从事软文营销、微信营销、新媒体运营的核心能力需求。 通过本课程的学习，教育学生理性看待市场竞争，引导学生坚定社会主义核心价值观，树立正确的营销价值观，锻炼学生的创新思维和创新能力，培养学生的长远发展观，帮助学生树立全局意识和大局意识。
6	短视频创作与剪辑	本课程主要讲解短视频与直播运营的策略与方法，内容涵盖认识短视频与直播、短视频内容策划、短视频制作、短视频营销、短视频商业变现、短视频运营实战、直播内容策划、直播技能和直播运营实战等，以案例为主导，激发学生的学兴趣，帮助学生快速掌握短视频和直播运营技巧和方法，使学生能够学以致用，提升实际运营能力。

7	网店运营理论	本课程为 1+X 网店运营推广(中级)考证的理论课程. 主要让学生能够掌握搜索引擎推广、信息流推广等岗位(群), 完成关键词挖掘与分析、商品标题制作、详情页优化、搜索推广策略制定、搜索推广账户搭建、搜索推广账户优化、信息流推广策略制定、信息流推广账户搭建、信息流推广账户优化等工作任务, 具备网店推广能力。
8	电子商务法律法规	本课程旨在让学生了解电子商务领域的相关法律法规, 使学生具备遵守法律规定的意识和能力, 能够合法经营和管理电子商务平台, 防范和化解商业纠纷, 为电子商务的发展提供法律保障。主要内容: 电子商务法律法规的概述; 电子商务合同法律规定; 知识产权保护; 电子商务纠纷处理; 电子商务隐私保护。学生具备一定的法律法规基础知识, 了解电子商务的基本概念; 强调学生的实践操作能力, 加强学生的案例分析和实际操作能力; 学生要积极参与课堂讨论和互动, 提高学生的口头表达和沟通能力; 注重学生的创新思维和实践能力, 鼓励学生运用所学知识创新解决实际问题; 强化学生的自学能力和终身学习意识, 引导学生关注电子商务的最新发展和法律法规的更新; 重视学生的法律意识和法律责任感, 引导学生在电子商务经营中遵守法律规定, 防范商业风险。
9	电商视觉设计	本课程主要是对网店及网站页面整体形象的美化设计与更新, 要求设计师具备网店视觉营销能力、商品信息编辑能力和商品信息发布能力。设计内容主要包括: 首页的“店标(Logo)、商品分类、网店 Banner、商品推荐”的设计与制作, 商品详情页的“商品展示类、吸引购买类、促销活动类、实力展示类、交易说明类、关联销售类”的设计与制作。通过电商美工比赛学生可以掌握信息采集与编辑、网站内容维护、网店装修与设计技能。学生就业能够从事网页编辑、网店美工等岗位。
10	网店设计实践	本课程旨在培养学生网店设计和运营的实际能力, 通过实践项目的开展, 让学生了解网店的设计和管理流程, 掌握网店的设计和管理方法, 提高学生的综合素质和实践能力, 为学生未来从事电子商务行业提供实际的技术支持。主要内容: 网店设计基础; 网店建设与运营; 网店运营实践; 网店安全与风险控制。培养学生的团队合作能力, 强调学生的实践操作能力,

		加强学生的案例分析和实际操作能力;学生要积极参与课堂讨论和互动,提高学生的口头表达和沟通能力;注重学生的创新思维和实践能力,鼓励学生运用所学知识创新解决实际问题;强化学生的自学能力和终身学习意识,引导学生关注电子商务的最新发展和网店设计的新技术;培养学生的网店设计和运营的实际能力,掌握网店设计和管理方法,提高学生的综合素质和实践能力。
11	商务沟通与礼仪	本课程旨在培养学生在商务场合下的沟通和礼仪能力,让学生了解商务沟通的基本原则和礼仪规范,掌握商务沟通和礼仪的技巧,提高学生的综合素质和职业素养,为学生未来从事电子商务行业提供实际的技术支持。主要内容:商务沟通基础;商务礼仪规范;商务沟通技巧;商务礼仪实践;商务沟通案例分析。注重学生的口头表达和沟通能力,提高学生的聆听和说话技巧;强调学生的文化素养和跨文化沟通能力,加强学生的跨文化意识;培养学生的团队合作能力,强化学生的案例分析和实际操作能力;鼓励学生积极参与课堂讨论和互动,提高学生的自主学习和思考能力;引导学生遵循商务礼仪规范,强化学生的职业道德和职业素养。
12	电商3D设计与制作	本课程是电商美工模块化系列课程之一,主要是让学生学习模型搭建、材质贴图、灯光渲染、动画设计等内容,学生可以将建好的模型与PS软件结合起来,制作美观的电商海报设计,提高电商美工的3D设计能力。
13	国际贸易基础	本课程培养学生国际贸易的意识,诚实、守信的优秀品质,为后续专业课程跨境电商等的学习打好基础,为今后从事外经贸一线工作奠定良好的基础。通过本课学习让学生了解有关国际贸易术语,掌握主要国际贸易术语的风险、责任、义务划分及其相关问题,贸易中商品品质、数量、包装条款的基本内容,了解国际海洋货物运输基本知识、特点、运输保险的承保责任范围,了解在国际贸易中常用的各种支付工具,掌握最常用的几种支付方式、业务流程,了解商品检验的意义、检验机构和有关检验证书,掌握商品检验的有关规定、了解仲裁协议的形式以及相关规定、国际贸易合同订立的步骤,掌握进出口合同履行的各个环节应注意的问题。
14	网店客服	本课程培养学生具有较强的口头与书面表达能力、人际沟

		通能力、良好的行为规范和职业道德、客户第一的服务理念，养成主动服务客户的良好习惯，自觉学习和良好的工作态度以及问题分析解决能力。通过本课程的学习，学生应了解网店客服应具备的知识、操作技能、基本素质，熟悉与顾客沟通的原则，掌握打消顾客疑虑的方法以及处理顾客咨询的流程，掌握销售接待和协助催付的方法，掌握售后服务的处理方法包括售后服务的基本思路、售后服务的管理以及顾客投诉的处理等，掌握科学管理客服的相关知识包括客服绩效管理、客服激励机制等。
15	商务数据分析基础	本课程旨在培养学生掌握商务数据分析的基础知识和技能，能够利用数据分析工具和方法分析商务数据，为企业的决策提供支持和建议，提高学生的数据分析能力和商务决策能力。主要内容：商务数据分析基础概述；商务数据采集；商务数据处理和分析；商务数据可视化和报告；商务数据分析实践。强调学生的数据分析思维和方法，注重学生的实际操作能力；提供商务数据分析的常见工具和方法，引导学生熟练掌握和灵活运用；培养学生的团队合作和项目管理能力，强化学生的数据分析案例分析能力；注重学生的实践操作和项目应用，提高学生的数据分析实际操作能力；鼓励学生探索和应用新的商务数据分析方法和工具，提高学生的创新能力和实际应用能力。
16	管理学原理	掌握管理学基本概念、原理和方法，掌握在不同情景下灵活运用所学知识解决实际管理问题的基本技巧。主要内容包括管理学基础知识、管理理论历史发展过程、组织与环境、管理决策、计划、目标管理、组织设计、组织中人员配置、领导行为与艺术、行为激励、管理沟通、控制的基础知识、技术及方法等。要求学生初步具备运用现代管理知识观察、分析和解决管理问题的意识和能力，并为进一步学习其他管理课程打好理论基础。 通过本课程的学习，培养学生关爱他人、关爱社会、关爱环境的美好品质，树立以人为本、诚实、守信的价值观。
17	财经素养	本课程旨在培养学生具备财经素养，掌握基本的财务知识和经济学原理，了解企业财务管理和经济发展的基本规律，提高学生的理财能力和风险意识，培养学生的财经素养和终身学习能力。主要内容：财经素养概述；财务管理基础；经济学原

		理；个人理财和投资；风险管理和保险。强调财经素养的重要性和实际应用，注重理论和实践相结合；提供实际的案例和数据，引导学生理解和应用财务知识和经济学原理；培养学生的财务管理和投资决策能力，强化学生的风险意识和风险管理能力；注重学生的思考 and 创新能力，鼓励学生进行独立思考和创新实践；提高学生的终身学习能力和自我学习能力，鼓励学生不断学习和探索。
18	会计基础	本课程旨在培养学生具备基本的会计知识和技能，了解企业会计和财务管理的基本概念和方法，能够熟练掌握会计分录和账务处理，提高学生的财务分析和决策能力，培养学生的会计素养和终身学习能力。主要内容：会计概述；会计基础知识；财务管理与会计；企业会计实务；税务与会计。强调会计知识和技能的基础性和实用性，注重理论和实践相结合；提供实际的案例和数据，引导学生理解和应用会计知识和财务管理方法；培养学生的会计分析和决策能力，强化学生的财务管理能力和实践能力；注重学生的思考 and 创新能力，鼓励学生进行独立思考和创新实践；提高学生的终身学习能力和自我学习能力，鼓励学生不断学习和探索。
19	人工智能应用	面向非智能相关学科专业本科生，系统性地介绍人工智能的基本概念、主要思想和最新前沿进展，使学生对 AI 的基本概貌有较深入的认识和把握，具备利用 AI 的思想分析自身专业一些实际问题的基本能力。包括人工智能的基本概念、智能机器人技术、机器学习、自然语言处理、计算机视觉、计算机听觉、数据科学与大数据技术、问题求解的搜索策略、智能机器人应用、人工智能伦理等。采用“课堂教学 + 作业 + 交流讨论 + 课题实践”相结合的教学形式，注重多媒体讲义结合板书讲解，建设线上线下结合的教学模式，鼓励师生和学生之间积极互动。

(3) 专业核心课

序号	课程名称	支撑岗位	课程目标、主要内容及教学要求
1	短视频创作与运营	短视频编导	短视频策划与脚本写作：讲解如何进行短视频的选题策划，挖掘有吸引力的主题和故事，学习脚本的结构、格式和撰写技巧，使学生能够写出具有创意和可操作性的短视频脚本。 短视频拍摄技术：介绍拍摄设备的使用方法，

			如相机、手机、稳定器等，以及拍摄的基本技巧，如构图、光线、景别、运动镜头等，还会涉及到不同场景和题材的拍摄方法和注意事项。 短视频剪辑与后期制作：教授视频剪辑软件的使用，如 Adobe Premiere Pro、Final Cut Pro 或剪映等，学习如何剪辑视频素材、添加转场效果、调整色彩、添加字幕和特效等，以及音频的处理和合成，使视频达到专业的视觉和听觉效果。 AI 视觉设计与特效制作：随着 AI 技术的发展，相关课程会教授如何利用 AI 工具进行视觉设计，如生成特效、智能剪辑等，提升短视频制作的效率和创意效果
2	网店运营 实务	网店运营	通过本课程的学习，学生能够将网店运营的理论知识和技能融会贯通，灵活应用于工作实践和网络化生活，从而培养学生具有良好的职业道德、在互联网时代具有进行成功营销的能力人。 通过本课程的学习，学生能掌握网店规划与开设、商品运营、流量获取、SEO 的优化、SEM 推广和信息流推广、网店运营分析等内容，进而提高学生网店运营推广的能力。 让学生获得“规范经营、诚实守信”的职业规则，培养精益求精的工匠精神；同时通过本课程循序渐进的技能训练，帮助学生树立起自信心，认识到网店运营的广阔应用前景，培养出对本专业的兴趣。
3	互联网营 销实务	网络推广	本课程通过解构网络营销岗位人才的能力素质要求，着重介绍各岗位的工作内容与技能知识。要求学生掌握网络营销的理论基础，重点介绍信息流广告、搜索引擎营销、短视频直播营销、APP 营销、病毒性营销、二维码营销、社群营销、微信营销、LBS 营销、大数据营销等网站推广方法，以及要求学生掌握网络营销策划、网络市场调研等基础操作技能。通过本课程的学习，使学生掌握胜任网络营销各岗位

			群工作的基本能力，并通过实践训练使学生掌握开展网络营销的操作思路和相应的运作技巧，提高学生从事电子商务实践的理论素养和营销工作的能力，培养其创新精神、创业能力、实践能力，精益求精的工匠精神。
4	新媒体运营	短视频运营、直播运营	通过学习使学生快速掌握利用新兴媒体平台工具进行产品宣传、推广、产品营销的一系列运营手段，熟悉数字化平台的用户定位和运营方式，设计制定策划企业运营方案，熟悉运用短视频和直播等多种方式进行多平台运营推广等具体操作。主要内容包括新媒体运营概述、新媒体平台账号搭建、短视频运营、直播运营等。 引导学生恪守新媒体运营人员的行业规范，强化学生的法律意识，培养互联网时代下的商业嗅觉，培养学生诚实守信、精益求精、开拓创新的职业道德精神。
5	设计基础与审美	平面设计岗位	是设计专业的抽象审美训练专业基础教育课程。将设计专业的审美认知特点与平面构成、色彩构成等抽象审美训练方法相结合。课程内容包括设计语言的演进过程、感知对象、要素关系、组织规则、语法形式、色彩关系、体积特征以及心理“语义”等。通过学习，学生能掌握以设计视角观察审美客体、抽象审美语言、构建审美形式的规律，为后期设计课程提供抽象审美分析与创造能力。提高大学生美学素养和审美能力的基础理论课程，属于设计学专业基础理论课程。以古今中外的设计经典为读解对象，从审美的角度理解设计这一创造活动。通过案例欣赏、美学分析等方法，让学生从心理感知、媒介技术、文化语境等角度理解设计美的本质、形式、社会性、差异性等，并探讨设计在数字时代的转型与设计美的新范式。
6	直播策划与运营	策划	通常为传播类专业课程。知识目标包括了解直播营销的基本概念与原理、熟悉主流直播平台及特点、掌握直播营销的策略与技巧等。

			能力目标涵盖实践操作能力、团队协作与沟通能力、创新思维能力、数据分析与决策能力等的培养。通过课程学习，还注重引导学生树立正确的营销价值观，培养社会责任感。该课程全方位、多角度地介绍了直播营销与运营从业人员必须掌握的各种知识和实战技能，包括直播营销的形式、直播平台的类型、直播营销方案策划等内容。此外，还会分别从淘宝直播、抖音、快手等平台入手，介绍这些直播平台的特点和生态特征，并对一些典型案例进行深度解析。这是一门面向传媒类学生的传播学科省级线上课程。核心内容涉及直播技术要求、设备选择、平台选择、直播运营、创意策划等。课程首先介绍全媒体发展概述，帮助学生理解全媒体直播对节目策划的影响，逐步深入到直播技术、平台选择等方面的具体应用，特别强调直播过程中的互动管理、数据分析与反馈机制等。
--	--	--	---

(4) 集中实践课

序号	课程名称	支撑岗位	课程目标、主要内容及教学要求
1	计算机等级考试实训	电商运营助理	本课程是一门专业技能实践课，主要任务是：使学生掌握一定的计算机文化基础知识，了解微型计算机系统的组成和各部分的功能，了解操作系统的基本功能和作用，掌握 Windows 的基本操作和应用，了解文字处理的基本知识，熟练掌握文字处理 Word、Excel、PowerPoint 的基本操作和应用，了解计算机网络的基本概念和因特网（Internet）的初步知识，掌握 IE 浏览器软件和 Outlook Express 软件的基本操作和使用。具备基本的操作计算机的能力，为学生在学习后续课程时运用计算机打下良好的基础，并使学生顺利通过全国计算机等级考试一级或二级考试。本课程启发学生思维，培养学生的自学能力和实际操作能力。
2	1+X 网店运营推广	网络推广	本课程以电子商务活动为背景，以提高店铺的运营效益为目的，学习并演练网店运营与推广

	考试实训		的具体流程，掌握网店运营与推广的方法和技能。本课程主要任务是培养学生较强的实践和创新能力、网络营销能力、团队合作能力和创业能力，使学生掌握电子商务企业经营活动的基本规律，了解电子商务行业典型企业的行业特点，建立电子商务从业人员的基本思维框架，使学生具备高标准店铺运营与推广的操作技能，为学生在大学阶段学习后续课程打下良好的基础，并使學生顺利通过全国 1+X 网店运营推广职业技能等级中级考试，从而为激发学生电子商务创业热情，推动“大众创业、万众创新”奠定基础。
3	社会实践	电子商务运营、推广、营销初级岗	本课程是电子商务专业一门专业实践课程，是学生结合所学课程技能和就业岗位开展的一项针对性的实践活动，是与常规课程并列的实践环节。其目标在于：（1）培养学生理论联系实际，提高其在生产实际中调查研究、观察问题、分析问题以及解决问题的能力；（2）至少熟悉一种技术岗位的工作流程，基本掌握该技术岗位所需的技术工具；（3）在技术岗位上至少能独立完成一项与自己就业岗位相关的技术活动或者是完成一项自己毕业设计选题相关的技术活动。学生在实践期间，必须由企业指导老师，负责该生开展实践活动的技术指导工作。实践完成之后撰写实践报告或实习日志。

七、教学进程总体安排

（一）各学期教学环节总体安排

学期	课堂教学周数	集中时段实践环节				复习考试周	机动周	合计周数	备注
		入学教育	军事技能	综合实训（社会实践）	岗位实习（毕业作品）				
一	17	0	0	1	0	1	1	20	

二	18	0	0	1	0	1	0	20	
三	18	0	0	1	0	1	0	20	
四	18	0	0	1	0	1	0	20	
五	18	0	0	1	0	1	0	20	
六	18	0	0	1	0	1	0	20	
七	13	1	2	0	0	2		18	新生入学迟开学 2 周
八	14	0	0	4	0	2		20	劳动教育 1 周
九	14	0	0	4	0	2		20	劳动教育 1 周
十	0	0	0	0	15	0		15	最后学期少 5 周
合计	148	1	2	14	15	12	1	193	

(二) 集中时段实践教学安排

学期	项目或任务	学时安排		预期成效
		校内	校外	
1	计算机等级考试实训	28	0	掌握一定的计算机文化基础知识，了解微型计算机系统的组成和各部分的功能，了解操作系统的基本功能和作用，掌握 Windows 的基本操作和应用，了解文字处理的基本知识，掌握文字处理 Word、Excel、PowerPoint 的基本操作和应用，了解计算机网络的基本概念和因特网（Internet）的初步知识，掌握 IE 浏览器软件和 Outlook Express 软件的基本操作和使用。
2	计算机等级考试实训	28	0	熟练掌握 Windows 的基本操作和应用，熟练掌握文字处理 Word、Excel、PowerPoint 的操作和应用，熟练掌握 IE 浏览器软件和 Outlook Express 软件的操作和使用。
3	1+X 网店运营推广考试实训	28	0	掌握电子商务企业经营活动的基本规律，了解电子商务行业典型企业的行业特点，建立电子商务从业人员的基本思维框

				架,使学生具备高标准店铺运营与推广的操作技能。
4	社会实践	28	0	结合学生所学课程技能和就业岗位开展的一项针对性的实践活动,其目标在于: (1) 培养学生理论联系实际,提高其在生产实际中调查研究、观察问题、分析问题以及解决问题的能力;(2) 至少熟悉一种技术岗位的工作流程,基本掌握该技术岗位所需的技术工具;(3) 在技术岗位上至少能独立完成一项与自己就业岗位相关的技术活动或者是完成一项自己毕业设计选题相关的技术活动。
5	毕业综合训练	54	0	综合利用互联网营销推广、网店美工、网站编辑和数据分析等方法 and 工具,完成对电子商务运营、网站设计、营销推广、客户服务管理等常见的典型电子商务业务,提升电子商务综合技能。
6	岗位实习 (毕业作品)	0	28	使学生对电子商务岗位取得一定的感性认识,提高学生分析问题、解决问题、适应社会的能力,增强学生职业意识,巩固掌握的专业知识,为今后的工作奠定基础。

(三) 专业课程设置与学时安排

课程类别	课程类型	序号	课程名称	授课方式			考核方式		课时总数			每学期周课时数						学分
				纯理论课	纯实践课	理实一体化课	理论	实操	合计	理论	实操	第一年		第二年		第三年		
												一	二	三	四	五	六	
必修课	公共基础课	1	语文	√			√		324	324	0	2	2	2	6	6		18
		2	数学	√			√		360	360	0	2	2	2	6	8		20
		3	英语	√			√		360	360	0	2	2	2	6	8		20
		4	信息技术			√		√	144	72	72	4	4					8
		5	体育与健康		√			√	270	0	270	3	3	3	3	3		15
		6	历史	√			√		72	72				2	2			4
		7	思想政治	√			√		144	144	0	2	2	2	2			8

[illegible]

		44															0	
			小 计					0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
任 选 课	拓 展 课	人 文 课	职业素养	√			√		36	36					2		2	
			中国优秀传统文化	√			√		36	36				2				2
			自主跑操		√			√	90		90	1	1	1	1	1		5
			岗位体验		√				30		30	1 周						0
		专 业 课															0	
																		0
			小 计						192	72	120	0	0	2	0	2	0	9
		必修课程合计								2862	1647	1197	32	32	30	32	30	0
限修课程合计								0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
任选课程合计								192	72	120	0	0	2	0	2	0	9	
技 能 证 书	1	英语等级证															5	
	2	计算机等级证															5	
	3	专业技能证															5	
	4	其他证书（2-5分）																
合 计								3054	1719	1317	32	32	32	32	32	0	195	

八、实施保障

（一）中职阶段

1. 师资队伍

（1）研究生学历（或硕士以上学位）不低于 5%，获得与本专业相关的高级工以上职业资格 60%以上，或取得非教师系列专业技术中级以上职称 30%以上；兼职教师占专业教师比例 10%-40%，其中 60%以上具有中级以上技术职称或高级工以上职业资格。

（2）专任专业教师应具有电子商务或管理类专业本科以上学历 90%以上，3 年以上专任专业教师，应取得相关职业技能资格证书。

（3）学校要建立“双师型”专业教师团队，要有业务水平较高的专业带头人。专业教师具有良好的师德修养、专业能力，能够开展理实一体化教学，具有信息化教学能力。专任专业教师普遍参加教研工作、教学改革课题研究、教学竞赛、技能竞赛等活动。平均每年到企业实践不少于一学期。兼职教师须经过教学能力专项培训，并取得合格证书，每学期承担标准的教学任务。

2. 教学设施

为满足电子商务专业人才培养实施需要，电子商务专业与企业深度合作，已完成 4 个功能实训室的规划建设（如下表所示）。

实训室	实训项目主要内容	对接课程
401 电商直播基地	电商直播基地根据财经商贸类实训室建设理念和实践教学需求，拥有主播直播间、休息区、选品中心、商品展示区等多个区域，将全方位为实训教学提供便利条件，不断提高学生电商直播能力，畅通直播人才输送通道。	《直播营销》
402-1 电商摄影室	电商摄影棚主要用于电商商品拍摄，可以拍摄景物、纯色背景图，以及固定场景拍摄，可供学生团队、校企合作团队使用。目的在于模拟现实生活中摄影棚模式，让学生切身体验产品从拍摄到上架的过程。	《短视频创作与剪辑》
403 电商创业 孵化基地	电商孵化中心主要用于学生微创业场所，通过校企合作，一对一辅导等方式，让学生尝试电商创业，卡座可用屏风分隔为几个团队区域，让更多的学生在校更深层次的来了解学习电商是做什么，对自己今后就业有一个清晰地规划。	《电商 3D 设计与制作》
404 电商竞赛实训 基地	电商竞赛实训室根据财经商贸类实训室建设理念和技能大赛训练要求，集技能理论学习与技能训练，可以满足电商专业技能大赛实训及相关考证培训工作。	《电商视觉设计实践》 《新媒体运营实践》
406 移动电商实训	移动电商实训室主要用于移动电子商务、移动支付、移动网络营销、电商美	《网络营销》 《电商考证》

室	工等课程的开设,也是电商社团的培训场地。通过实训使学生进一步加深对电子商务理论知识的理解,可使学生在了解电子商务技术基础上,掌握电子商务是如何实现和运营的,并有利于学生掌握如何设计、开发和管理电子商务系统应用操作技术,锻炼学生的动手能力,提高学生的职业技能,增强学生的就业适应能力。	《图像处理》 《电商视觉设计》
409 网络营销实训室	网络营销实训室主要用于网络营销、市场营销、网店运营实战、电商美工等课程的开设,也可以作为电子商务技能竞赛的场地。通过现代信息技术,整合教学资源,将信息化、国际化和一体化融入实践教学的过程之中,构建模拟教学、实践教学、创业和创新的教学体系,形成师生可以完全基于网络完成相关的实验教学与互动活动。	《新媒体运营实践》 《互联网营销实务》 《网店运营基础》 《网店运营实践》

实训室均配备黑(白)板、多媒体计算机、投影设备、音响设备,互联网接入和WiFi环境,并具有网络安全防护措施。在功能需求设计上,通过加大企业的咨询和参与力度,实训室可同时满足专业实践教学和校企合作项目实施的要求。校内实训基地为学生提供一个身临其境的电子商务实训操作平台,满足学生电子商务岗位项目业务内容的教学与实训需要,提高学生业务岗位的适应能力;为电子商务从业人员业务培训提供服务,推动项目教学内容与教学方法改革。未来还将持续重点开展商务数据分析、视觉营销和内容营销的实训室配套建设,以支持培养电商行业急需的数据分析和营销推广人才。

电子商务专业积极与各类电子商务企业开展产学研合作,建设校外实习基地,用于满足学生工学结合、岗位实习等教学活动的开展。与校外企业新签或续签了2个基地协议,校外实践教学条件得到较大的改善,有力地支持了专业的人才培养,同时也建成一批高水准的校外实践教学基地。根据专业教学的需要,充分利用校外实训基地开展专业支撑课程、专业核心课程等认知实习、专业实习、实训

的工学结合教学,并在第6学期安排学生以小班化探索现代学徒制合作及岗位实习等各项工作,全面提高学生实际操作能力和水平。建立网络教学平台,能够通过现代信息技术手段开展教学。

3. 教学资源

(1) 教材及图书、数字化(网络)资料等学习资源

① 教材

必须选择中职或者高职高专教材,禁止跨本科层次选择教材。优先选用教育部国家规划教材和铁道部规划教材,鼓励有特色 and 创新的校本教材。

② 图书

有一定数量的专业图书与刊物,生均专业图书、期刊资料及电子图书不少于60册。

③ 数字化(网络)资料

主干课程建立教学资源库,包括电子教材、教案、多媒体课件、案例库、习题库、图片及视频资料库,开辟师生学习讨论区,向学生提供丰富的网络学习资源。

(2) 开发教学资源的要求

① 与企业紧密联合,共建教学资源。依据行业企业需求确立和调整人才培养目标,根据

企业相关岗位工作需要建设课程体系,吸收企业真实的工作任务、项目作为教学内容,真正做到校企联合。

② 具备开放的、内容丰富的、更新及时的数字化专业资源。内容包括人才培养方案,教学环境、精品课程、以及测评系统等内容,同时还能满足为学校师生、企业和社会学习者提供资源检索、信息查询、资料下载、教学指导、学习咨询、就业支持等服务。

4. 教学方法

采用“技术技能、综合素质、职场实力”培养的教学方法,教师可根据课程具体要求综合使用以下教学方法:

(1) 3W1H教学法:教师在讲解每个知识点时,详细讲解清楚:Why,为什么要讲解该知识点;What,该知识点是什么;Where,该知识点用在何处;How,该知识点如何用。当学生明白了这4点后,可提升学生的学习兴趣和将知识点运用于实践中的兴趣,并通过实践中的运用,进一步加深对知识点的记忆、理解、运用,形成良性学习——实践——学习循环。

(2) 示范指导教学法:利用现场直观的模拟示范讲解或通过CAI课件,为学生进行操作演示、教具演示,使学生通过直观、具体、形象、生动的现场环

境感受，首先在感性认知的基础上理解知识概念、操作的原理和要点，使学生初步掌握操作程序、操作要领和方法。

(3) 模拟角色仿真表演法：教师围绕某一具体教学目标和教学内容，为学生创立直观、真实的现场状况的教学环境和条件，模拟企业的操作现场，仿真企业实际运行过程，通过实施周密的过程控制以达到教学目的。该教学方法特别适用于难以安排实习任务的实践过程，利用仿真设施进行教学与操作训练，且应特别注意引导学生由模仿到逐步创新的路子。教师应“以学生为本”，担任好导演或场外指导的角色，而不总是当裁判员。

(4) 情景教学法：在教学过程中，将课程中所需要的讲述内容安排在一个模拟的、特定的情景场合之中，在教师的严密组织指导下，通过鼓励学生大胆的模拟演练，在愉悦宽松的场景训练中达到教学目标。在实景仿真的状态下，不但可以锻炼学生的临场应变、实际操作的工作技能和解决问题的能力，又活跃了教学气氛，提高了教学的感染力。

(5) 游戏活动法：在专业教学课堂中如果能恰当的结合教学目的，设定一些可以让学生参与的游戏方案，如能运用得当，就能有效的调节课堂气氛，吸引学生注意力，让他们能够主动的积极参与课堂教学活动，使专业课教学课堂变的更加丰富、生动、有趣、活泼。可是，教师在编制设计游戏的内容时，一定要针对教学的目标具体要求，更要适合学生的兴趣特点，教师可以在训练学生的快速反应目标、听说对话训练目标、团结协作目标等教学目标方面着手设计游戏方案。

(6) 竞赛法：教师根据教学内容和训练目的，针对教学目的具体内容要点，在课堂教学过程中适当引入竞争机制，让学生分别组合，进行情景训练，充分利用学生争强好胜的心理特点，教师进行现场点评评比，对优秀者予以表扬和鼓励。

(7) 正误评判法：这是对专业技能操作课程所采取的一种教学方法。在学生掌握了基本的操作技能后，从技能规范标准的要求入手，让学生做自己的评判员，可以是分组进行的，也可以用集体评判或个人评判的方式，结合统一的评判竞赛标准组织实施。通过让学生在教学过程中全面参与，掌握学生对所学习内容的掌握程度和应用能力，让学生对照技能规范标准，发现各自的缺点和不足，明确努力的方向，同时也达到了使学生“学会”与“会学”的双重目标。

(8) 探究法：课堂不是教师唱独角戏的场所，而应该让学生有更多的机会去参与、发现和讨论，允许学生有阐述自己见解的空间。这样，既激活教师的思想，又激活学生的思想，逐渐把学生培养成能够独立思考，学会主动获取、主动发展，适应社会和市场需要的人才。

(9) 行为导向法：典型的教學方法是項目教學導向法，在教師指導下共同實施某個項目，教師向學生講明項目的目的和要求，由學生自由分組、自由合作，小組成員共同團結協作完成，它完全不同於傳統的書本知識內容教育，擺脫書本、課堂的制約，教師將知識內容貫穿於項目之中，師生關係發生根本的變化，教師通過對學生的指導、協調、激勵、促進、輔導、全面考察學生對知識的綜合應用能力和掌握程度，使學生在整個教學活動過程中都是處於積極主動參與的狀態，學生必須設法完成項目活動安排的內容，而不仅仅是被動的接受教師的灌輸，可以做到讓學生清晰每個環節的知識點，使他們開口說的清、動手做的對，又給了學生有充足的表現、探索、實踐活動的機會。

(10) 現場教學法：在生產現場直接進行教學的教學方法，通過讓學生在工作現場的實習，學、練、做的有機結合，縮短了理論課堂教學與實際工作環境間的生產應用距離，使教學更具有突出的針對性和實用性。

(11) 案例教學法：案例教學法是為了了一定的教學目標，在教師的指導下，從典型案例的分析入手，引出教學內容和知識點，通過對典型案例有針對性的透徹分析、發散性的審理和討論，引導學生向正確方向的思考，做出正確的判斷，得出對典型案例的分析結論，並引伸到其它相關問題的處理上，使教學內容得到極大的豐富，從而達到向學生傳授知識、培養能力的目的。

(12) 主題情景演練法：教師在課堂上根據主題要求設定一個明確的情景任務，要求學生利用所學的知識，就這一主題情景任務各自獨立或分組進行方案設計，制定工作計劃或解決方案，讓學生充分發揮他們的創造力和想象力，它不但對學生具有較強的挑戰性和趣味性，也是一種具有創意性的教學方法。

5. 教學評價

(1) 評價主體

採用開放式的多元評價方式，結合學校學分制管理規定、校企合作和現代學徒制開展情況，以學生自評、生間互評、教師和企業評價等方式，利用計算機實時記錄特點等實訓平台開展過程性評價，使學生的評價更為真實、客觀、全面。

(2) 評價內容

評價內容應兼顧知識、技能和素養等方面，基於教學項目採用模塊化、融合式的方式，注重綜合實踐能力的考核。

(3) 評價方式

採用靈活多樣的評價方式，注重過程性評價和終結性評價相結合，可採用現場操作、成果演示、案例分析、作品評價等多元考核方法。 具體方法：

①評價結果是學生升留級和是否准予畢業的依據。

②根據評價結果，按照學分制規定給予相應學分。

③考试应按课程的性质和特点采用理论考、技能考或理论考+技能考等不同形式进行。考试按命题方式不同可分为课内考试、自行命题统一考试。

④语、数、外等文化课及专业课按专业命题进行期中考试，学期末参加本校自行命题考试。

⑤实践课通过技能达标或理论考+技能达标等方式进行考核。

6. 质量管理

(1) 教学运行管理

根据行业企业生产规律和校内实训基地运转特点,安排教学,注重校企合作、工学结合、工学交替、顶岗实习、项目课程,以及学习工作化、学习形式多样化、学习个性化,针对生源不同特点,对教学管理提出的人性化、柔性化管理新要求。

(2) 教学质量监控评价

学校实施教务处、系部、教研室、学生教学信息员四级教学质量监控评价制度,专业建设指导委员会参与学生学习质量、教师教学质量、教育教学工作质量的评价与考核。教务处代表学校进行宏观管理和调控,各系部、专业在学校指导下自主管理。学校还将教师的教学质量纳入人事考核指标,作为教师加薪晋级和聘任的重要依据。

建立用人单位、学生及其家长、教师等利益相关方共同参与的多元化人才培养质量评价制度,将毕业生就业率、就业质量、企业满意度等作为衡量专业人才培养质量的重要指标,追踪学生毕业后职业发展轨迹,进行信息化管理。

(3) 工学结合人才培养模式改革的支持政策措施

学校与企业建立合作关系,以保障校企合作机制的良好运行。

①聘请企业有关专家和富有丰富实践经验的员工为专业特聘教授或实习导师;

②在国家政策允许的范围内向企业有关兼职人员、实习指导老师支付相应的报酬。

③鼓励教师深入企业调研,发挥所长,积累实践经验。

总之,通过校企合作,一方面不断地调整教学内容,提升教学水平,另一方面,输送合格人才,推动企业发展。

九、毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习,须修满的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,毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。毕业要求应能支撑培养目标的有效达成。

应修学分	各学段应取得的证书
------	-----------

公共基础课	89	专业技能证书名称	发证机构
专业通用课	8	中职学段（必备证书）： 1. 全国计算机等级考试一级 /二级合格证书 2. 1+X 网店运营推广职业技能等级证书（中级）	教育部考试中心 北京鸿科经纬科技有限公司
专业核心课	61		
集中实践课	30		
公共拓展课	9		
合计	197		
应修学时			
3036			
应具备其他条件		1. 毕业时中职学段体测成绩平均分达不到 50 分者按结业处理。 2. 毕业时中职学段公共拓展课 9 学分中需要修满学分，如岗位体验、自主跑操、中国优秀传统文化、职业素养。	
备注：	1. 完成规定的教学活动,学生毕业时素质、知识和能力等方面应达到“六、培养目标与培养规格”中的素质、知识和能力要求。 2. 中职学段电子商务专业试行 1+X 证书制度，试点证书为网店云供应推广（中级）职业技能等级证书。		

财经商贸部电子商务专业

2025 年 6 月 24 日