

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称与代码

电子商务专业（专业代码 730701）

二、招生对象与学制

招生对象：初中毕业生

学制：三年

三、专业定位

（一）职业面向

本专业坚持立德树人、德技兼修，面向中小企业电子商务服务机构和高职院校，培养拥护党的基本路线，具有艰苦奋斗、吃苦耐劳、积极进取的劳动精神、劳模精神和工匠精神，适应社会发展和区域经济建设需要，具有诚信、合作、敬业的职业素质，面向农业互联网企业及相关电子商务企业等，主要从事电子商务信息的搜集和挖掘，电子商务网络交易、客户服务、网络推广，电子商务网站的建设、管理、运营和维护，网络营销的实施和策划，现代物流操作和管理，也可以独立自主进行电子商务方面创业等工作的德、智、体、美、劳全面发展，并具备良好的职业道德和较强可持续发展能力，适应社会主义市场经济发展需要，具有较强综合能力，能服务地方经济建设的技能型专门人才。

（二）岗位面向

电子商务网站维护员、网络信息员、网络营销员、电子交易员、电子商务物流员、网络客服员等。

（三）职业能力要求

岗位名称	工作过程分析	职业能力	课程
电子商务网站维护员	网站策划——网络运营——网站维护——网络管理	1、网站设立与维护能力 2、网页设计与制作能力	计算机应用基础、网页设计与制作、商品拍摄与图片处理、网站内容编辑、网络常用软件

网络信息员 网络营销员 电子交易员	信息收集——业务推广——交易谈判——交易结算	1、信息采集与交换能力 2、网络谈判与签约能力 3、网络支付与结算能力 4、订单接受与处理能力	会计基础、电子商务基础、沟通技巧、网络营销实务、网络推广、店铺运营、商务软文写作、活动实施与策划、网络广告制作
电子商务物流员 网络客服员	配送货——客服	1、物流配送与管理能力 2、售后与客户管理能力	电子商务物流、电子商务客户服务、客户关系管理、沟通技巧

四、培养目标与规格

培养目标

本专业培养适应社会主义市场经济发展需要，德、智、体、美全面发展，具备扎实的电子商务及相关的经济、法律等方面的理论知识和较强的实践能力，具有“三农”情怀，能在相关行业从事电子商务工作，具有一定的创新能力与创业能力，面向生产、建设、服务和管理第一线需要的高素质技术技能型专门人才。

培养规格

本专业毕业生应具有以下思政素质、职业素养、专业知识和技能。

（一）思政素质和劳动素养

（1）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，掌握马克思主义理论，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国感和中华民族自豪感。

（2）树立科学的世界观、人生观、价值观，坚定“四个自信”。

（3）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、客观公正、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（4）具有艰苦奋斗、吃苦耐劳、积极进取的劳动精神、劳模精神和工匠精神。

（二）职业素养

1. 基本素质

政治素质：素质高、觉悟强、有理想、懂政策、有法律意识。

思想品德：爱祖国、爱人民、遵纪守法，文明礼貌、行为规范。

文化素质：具有一定的文化艺术素养、文字功底和文学素养。

身心素质：身心健康，具有良好的体能。

2. 职业素质

(1) 遵循电子商务职业发展的规范性，养成严谨的职业素养；具有电子商务职业敏感性，能敏锐地发现和及时纠正错误。

(2) 学会学习，具有随着经济发展变化而实现职业发展的能力；学会工作，具有处理电子商务业务的职业判断能力，具备发现问题、分析问题和解决问题的能力；具有一定的专业悟性和电子商务职业敏感性。

(3) 能够自觉遵守电子商务法律法规，具有良好的电子商务职业道德，做到诚实守信、廉洁自律、爱岗敬业、客观公正的良好品质；学会合作，为人正派，具有良好的协作、沟通能力和团队精神。

(4) 具有团队精神、协调工作能力、组织管理能力、全局观点。

(5) 具有正确的就业意识、良好的创业意识和一定的创新精神。

(6) 具有现代社会公民基本的文化基础知识、科学素养、环境保护意识和健康生活态度。

(三) 专业知识和技能

1. 掌握本专业所需的文化基础知识和专业基础知识；

(1) 掌握计算机网络和信息技术基本知识；

(2) 掌握市场与网络营销概念、营销策划、营销技术等基本知识；

(3) 掌握市场调研、销售分析、商务谈判、网络营销等基本知识；

(4) 掌握商务运作与管理的基本知识；

(5) 掌握电子商务法律法规基本知识;

(6) 掌握农产品电子商务的基础知识。

2. 能力要求

(1) 阅读一般性英语技术资料 and 简单口语交流能力;

(2) 计算机操作和应用能力;

(3) 系统掌握电子商务方面的基本理论和基础知识, 了解电子商务发展的动向, 具有较强的专业素质和综合素质;

(4) 具有市场调研与分析能力;

(5) 具有网站设立与维护能力;

(6) 具有网页设计与制作能力;

(7) 具有网上谈判与签约能力;

(8) 具有销售与推广能力;

(9) 具有订单履行能力;

(10) 具有物流配送能力;

(11) 具有客户服务与管理能力。

3. 社会能力

(1) 可以适应并胜任不同岗位工作。

(2) 提高自主学习新技能与新知识的能力。

(3) 掌握较好的分析问题与解决问题的能力。

(4) 能够制定职业生涯规划。

(5) 具备较强的开拓进取精神和质量意识。

（三）资格证书

证书种类	颁发机构	级别数	证书定位
电子商务专项职业能力考核	国家劳动和社会保障部	/	职业资格
计算机等级考试	教育部考试中心	一级	技能证书

五、培养模式构建与运行

（一）人才培养模式

1. 行业、企业调研及岗位能力分析

以电商岗位的职业能力和职业素质培养为主线，以农村市场需求为导向，以企业与学校专家合作开发为关键，通过企业调研、专家座谈会等方式，对电子商务领域的职业岗位分布、市场需求及职业能力要求等内容开展调研工作，通过职业岗位分析研讨，形成电子商务专业岗位职业能力分析表。

岗位群	职业能力要求
网页美术设计/美工	1、有优秀的网页界面设计、颜色搭配能力； 2、精通相关设计软件，如 Photoshop, Flash, Dreamweaver； 3、能够与前台架构师沟通合作； 4、能够独立设计优秀的营销型海报、主图与详情页。
前台架构/网站建设开发	1、熟悉 XHTML+CSS 等知识； 2、熟悉网页标准，浏览器兼容，SEO（搜索引擎优化）； 3、熟悉 Photoshop 等软件的切片功能； 4、能够根据客户要求策划网站架构，进行项目软件需求分析、方案编写、制订项目实施计划。
电子商务顾问/电子商务员（技术维护）/计算机操作员	1、熟悉计算机软硬件故障维护； 2、掌握网络维护与服务器环境架设； 3、熟悉 TCP/IP 网络技术和网络安全防护技术，掌握数据库基本知识。
电子商务平台推广专员/网站推广/产品策划/网站策划	1、熟悉互联网营销及推广，熟悉网络工具使用； 2、精通市场营销策划，宣传推广公司产品，具备较强的策划能力，包括网站频道、产品及活动策划； 3、具有淘宝等网店销售经验及基本图片处理能力； 4、具备优秀的语言表达能力； 5、具有较强的商务谈判能力和公关能力。
销售代表/电子商务	1、熟悉电子商务操作流程；

销售员/电子商务员/ 网络维护营销/网络 销售部门助理/外贸 电子商务员/客户代 表/销售助理	<ul style="list-style-type: none"> 2、熟悉互联网营销； 3、具有淘宝等网店销售经验及基本图片处理能力，可以运用 Photoshop 等平面设计软件； 4、良好的书面和口头沟通能力及提案书写能力； 5、能利用网络收集所需商业信息，发布信息； 6、具有高度的协同作战能力； 7、打字速度快，熟练的计算机操作能力。
网络销售客服/电子 商务客服 /网上客服 /客服专员	<ul style="list-style-type: none"> 1、熟悉网络购物，互联网 B2C、C2C 的流程，能进行产品上架，网上与客户沟通，销售及店铺管理； 2、熟悉客服常用的工具：如淘宝千牛工作台、B2C 客服平台等； 3、能将产品描述中文译英文，要求能与外商进行沟通； 4、打字速度快； 5、熟悉售前、售中、售后客服的岗位职责与规范。
电子商务网站编辑	<ul style="list-style-type: none"> 1、有良好的文字功底和编辑基础，熟悉网站编辑工作流程； 2、熟练使用 Word、Excel 等办公软件和 Photoshop、Dreamweaver 等软件； 3、具有良好的信息收集、归纳、整理能力，能完成专题设置、网站频道、栏目的策划和日常更新与维护； 4、掌握营销型文案，能够与运营、美工一起策划网站各种运营活动、大促等。
农产品电商运营	<ul style="list-style-type: none"> 1、熟悉 IT 行业、互联网行业，并具有前瞻思维和开拓能力； 2、了解网站运营管理流程（包含调研、数据分析、公关、广告、线上下推广等）； 3、具备出色的管控能力和战略思维； 4、熟悉农副产品营销流程。

2. 构建“双证融通、工学结合”人才培养模式

“双证融通”，就是要通过学历证书与职业资格证书这两类证书内涵的衔接与对应，采取中职学历证书与职业资格证书并重的培养模式，实现中职课程标准与职业资格标准的融通，实现学历教育与职业资格培训的融通，实现“一教双证”。“工学结合”的人才培养模式就是以学生为主体，以职业为导向，以提高学生就业竞争能力为目的，并通过市场需求为运作平台的一种将课程学习与实践工作相结合的人才培养模式。“双证融通、工学结合”的培养模式突出显示了中职教育的职业属性，在该模式下，将理论与实践结合起来，在实践中运用理论，在理论中运行实践，最终成为能做会讲，会讲也能做之人才。电子商务专业结合学院农职特色，针对当前农村市场经济发展的需要，面向广阔的农村市场，培养县域电商人才，包括对接从事农村电商、互联网企业、政府机构及事业单位，培养具有“三农”情怀，能在相关行业从事电子商务工作，具有一定的创新能力与创业能力，面向生产、建设、服务和管理第一线需要的高素质技术技能型专门人

才。

3. “双证融通、工学结合”人才培养模式的运行

按照“双证融通、工学结合”人才培养模式，对电子商务专业教学计划作了修订。新的教学计划体现了主干课程与职业岗位工作内容相一致，学历教育与职业资格认证相融合，人才培养过程与实际工作过程相吻合的设计思想。通过多年的办学实践和不断探索，对电子商务专业人才培养模式基本思路的认识变得更清晰，即以教学基本建设为重点，以教学改革为核心，努力提高教育和教学质量。

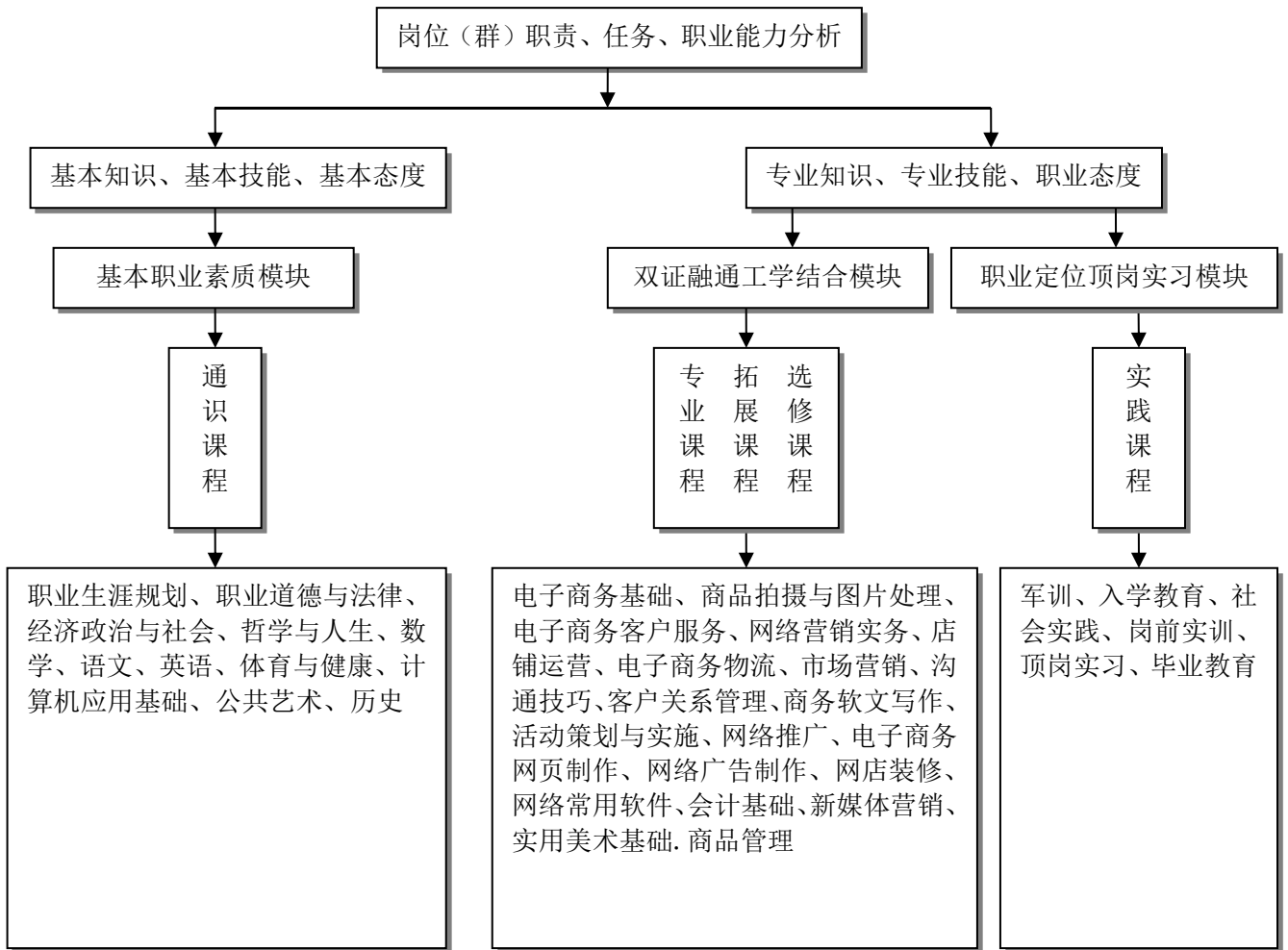
4. “双证融通、工学结合”人才培养模式特点

模式特点：其一，通过深入分析电子商务专业对接农村电商、区域经济行业相应的工作领域，通过明确专业对接行业工作领域的岗位职责和任务，归纳典型工作岗位的典型工作过程，使履行岗位职责、任务应具备知识、技能等精细化，强化专业对应的学历证书和职业资格证书培养规格的具体化和针对性。其二，按照“双证融通、工学结合”人才培养模式，确定电子商务专业培养目标及规格，做到专业职业资格证书规定的和学历证书要求的知识、技能融合。

（二）课程体系构建

在“双证融通、工学结合”模式下构建一个以岗位需求为目标，以职业需求为依据、以技能培养为中心、以实践为主线的课程体系，必须依据社会对电子商务专业职业岗位（群）的职业功能与职业人才规格，以具有职业岗位（群）职业性特征的操作要素为依托，分别提取出不同职业岗位所需要的技能点、知识点和相应职业资格证书相结合，确定制定课程标准。中职教育的培养目标是为社会培养适应生产、建设、服务和管理第一线需要的高素质技术技能型专门人才。

1. 课程体系的构建



2. 专业核心课程描述

(1) 电子商务基础：本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。通过学习，要让学生了解电子商务的发展历程，熟悉发展电子商务过程中应该注意的问题，了解电子商务的概念，分类，特点及与应用。重点掌握对电子商务的运作过程，了解电子商务发展的过程，了解电子商务对经济的影响，掌握电子商务的作用，掌握互联网的基础知识，了解企业内部网络基础知识。掌握电子商务系统安全的基本问题，重点掌握电子商务安全的手段，掌握电子商务系统安全管理对策，了解计算机病毒及网络黑客的防范。

(2) 商品拍摄与图片处理：本课程是电子商务专业的专业核心课程。本课程深入讲解了网上开店过程中拍摄商品照片的专业技法，从场景布置、光线选择到构图设计、拍摄手法，再到照片的后期修饰处理，指导学生拍出专业的商品照片，并结合网店的定位及经营理念介绍网店装修的技巧。

(3) 电子商务客户服务：本课程是电子商务专业的专业核心课程。通过本课程的

学习,能够使 学生掌握电子商务客户服务中的基本操作技能,具备客户服务的沟通技巧,提高学生在客户服务中处理问题的能力和客户挖掘的能力。

(4) 网络营销实务:本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。主要培养学生具备网络营销策略与网络品牌战略制订、网络营销管理等方面的知识与能力;具有对网络营销环境、网络消费者行为模式客观分析并准确定位网络营销目标市场的能力,具有网络市场调研方案策划与实施的能力,掌握一定的网络促销技巧。

(5) 店铺运营:本课程是电子商务专业的专业核心课。主要内容包括:店铺开设、店铺管理、营销推广、客户管理。通过本课程的学习,使同学们对如何开设淘宝店铺、并进行推广运营有一定的了解,具备开店的专业知识和能力。

(6) 电子商务物流:本课程是电子商务专业的专业核心课。主要讲授电子商务物流的基础知识、各种不同的物流服务、物流作业、新型的电子商务物流形式以及相关的职业素养和能力等。通过本课程的学习,使学生具备在电子商务企业从事物流管理相关的高技术岗位所必需的知识技能。

(7) 市场营销:本课程是电子商务专业的专业核心课程。通过本课程的学习,使同学们对市场营销有一定的了解,使学生掌握市场营销知识,而且能够很好地掌握市场营销的工作方法和工作技能,让学生在学与练中培养出市场营销岗位需求的岗位能力。

3. 单独设置实训课程的环节安排与说明

为加强实践教学,突出职业技术应用能力和技能的培养,在教学计划中,力求构建相对独立的实践教学体系。(1) 实训与实践教学环节包括:实训、实习、课程设计、顶岗实习等。根据需要每学期安排 1-5 周。对实训与实践环节的教学目的、教学要求、教学内容、考核形式等做出具体安排,明确教学要求。

4. 综合实训(共 5 周,其中:劳动教育不少于 16 课时)

采取集中实训或社会实践的教学组织形式,组织学生教学认知、跟岗、综合实训。包括:导购、推销、网店运营、推广、客服、创业训练等模块的实际电商工作,培养学生沟通、经营管理、销售等方面的能力与素养,具体安排如下表:

综合实训项目	实训时间	实训内容和要求	实训地点
入学会计专业教育和劳动基地实践	4 学时	对学生进行我校电商专业发展情况介绍，参观实验设施、参观我校史馆，引导学生树立人生观，坚定报效国家经济建设的理想信念。	校内、校外
	30 学时	由学校统一安排去劳动基地	
导购、推销岗位实训	24 学时	训练导购的方法、手段、技巧，能够从事门店的基础导购工作；训练收款机的操作使用，达到独立上岗操作水平，能处理常见的故障掌握推销的基本技能，根据不同的商品，采取不同的演示方法，以达到推销产品的目的；根据不同的顾客类别，采取不同的推销技巧；选取客户群，进行网络实物推销	校内或校外
	6 学时	通过“铁人”王进喜、“掏粪工人”时传祥等劳模事迹，告诉学生们在平凡的岗位上也可以做出不平凡的事业，对学生进行职业道德的认识和职业素养培养。根据推销过程中可能出现的各种情境进行模拟，锻炼学生的心境，培养学生乐观向上，积极进取，越挫越勇、屡败屡战的精神。	
商品拍摄	30 学时 其中劳动精神教育不少于 8 课时	场景布置、光线选择到构图设计、拍摄手法，再到照片的后期修饰处理，指导学生拍出我校以及泉州传统的优秀作品照片。进行惠安女劳动精神教育、石匠工匠精神教育。	校内
网店运营及经营管理岗位实训	30 学时 其中：劳动教育不少于 4 课果	通过店铺开设、店铺管理、营销推广、客户管理实训。使同学们对如何开设淘宝店铺、并进行推广运营有一定的了解，具备开店的专业知识和能力。 了解企业人员激励及绩效管理的相关知识，了解企业的组织结构、管理的相关规章制度，梳理服务意识及团队合作；对小组成员的工作进行分工、管理，以达到工作目标。	
网络营销岗位实训	30 学时	掌握网络营销岗位所需的基本技能。市场调研与创业计划、网店建设与页面设计、供应商引进与商品管理、促销活动策划、网络宣传推广、支付方式与配送方式、客户服务与订单处理	校内
其他岗位实训 (策划、装修、运营、客服、物流等综合)	24 学时	掌握创业的相关知识，进行调研等工作；进行基本的网店选址、调研、宣传策划、装修、营销策划等整体电商工作	校外
	6 学时	通过认知跟岗实训的案例，激发学生们的创业热情，告诫学生，只有吃得苦中苦，方能成为人上人，成功不是随随便便的，必须要锻炼出吃苦耐劳、积极向上的精神和具备勇往直前的毅力。	

5. 顶岗实习（集中劳动教育 10-12 课时）

顶岗实习是本专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节，严格执行教育部、财政部《中等职业学校学生实习管理办法》的规定，加强学生顶岗实习指导，通过校企合作，实行工学交替、多学期、分阶段有计划地推荐学生实习。

顶岗实习安排在学时不少于 18 周共计 540 学时，在顶岗实习前学科应组织实习学生进行 2-4 个学时实习劳动教育动员，要求学生与学校、实习单位签订实习协议和实习承诺，教育实习学生弘扬艰苦奋斗、吃苦耐劳、积极进取的劳动精神、劳模精神和工匠精神。要遵守实习单位工作制度，尊敬实习单位领导和实习指导教师，虚心实践专业技能，勤于思考，乐于动手，积极参与企业生产劳动，树立正确的劳动观念。

顶岗实习过程中，每个指导教师应定期下点对学生进行集中劳动教育，不少于 2 次，8 课时。每周安排 2 个学时的时间让学生汇报个人或小组实习工作情况，执行岗位工作考核要求等，逐步引导学生正确对待实习工作，养成爱岗敬业、互相协作的团队工作作风。顶岗实习后学生能更深入地了解企业相关岗位的电商工作环境和岗位要求，熟悉企业生产经营活动过程，明确电商相关岗位的工作任务与职责权限，能够用所学知识和技能。

产教融合、校企合作是职业院校提升办学质量的必由之路，我校依托构建校企合作平台，坚持围绕产业振兴和企业创新办市场营销专业，有效对接泉州产业发展和企业需求，不断优化课程设置，与企业共同制定顶岗实习方案，实现专业设置与产业发展、课程内容与职业能力、教学过程与营销过程的三对接，全面提升教育教学的质量。同时把商业化和实战化实训教学环境搬进学校，让学生有机会将所学的营销理论在实践中检验，全面参与消费者行为分析、市场环境调查、竞争对手分析、市场营销战略制定、市场营销组织实施的全过程，在实训教学环境中培养学生的兴趣爱好、洞察能力、创新意识、合作意识，着力提升学生应对复杂市场营销环境的应战能力。

6. 课程结构（含课程结构比例表）

本专业课程设置分为公共基础课和专业(技能)课。

公共基础课包括德育课、文化课、体育与健康、公共艺术、历史，以及其他自然科学和人文科学类基础课。

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。

类别		学分数	占总学分百分比	学时数	占总学时百分比
必修课	公共基础课程	60	33.33%	1080	32.73%
	专业课程	68	37.78%	1224	37.09%
	其他加分	2	1.11%	0	0
	集中设置的实践课程	38	21.11%	780	23.64%
选修课	专业选修	12	6.67%	216	6.54%
合 计		180	100.00%	3300	100.00%
其中实践环节 2032 学时，占总学时的 60.9%					

(三) 教学组织与管理

1. 教学周时间分配表

学年	学期	教学	复习 考试	入学 教育	军事 训练	综岗实训/顶 岗实习	毕业 教育	社会 实践	机动	合计
一	1	17	1	0.4	1				0.6	20
	2	17	1			1			1	20
二	3	17	1			1			1	20
	4	17	1			1			1	20
三	5	17	1			2				20
	6					18	0.6	1	0.4	20
合计		85	5	0.4	1	23	0.6	1	4	120

2. 电子商务专业教学进程表

课程类别	课程名称	学分 数	学时数			各学期周时数分布						
			总学时	其中		第一学年		第二学年		第三学年		
				授课	实践	一	二	三	四	五	六	
公共基础课	心理健康与职业生涯	2	36	30	6		2					
	职业道德与法律	2	36	30	6				2			
	中国特色社会主义	2	36	30	6	2						
	哲学与人生	2	36	30	6			2				
	语 文	12	216	144	72	4	4	2	2			
	数 学	12	216	108	108	2	2	4	4			
	英 语	8	144	72	72	2	2	2	2			
	信息技术	8	144	72	72	4	4					
	体育与健康	8	144	24	120	2	2	2	2			
	公共艺术	2	36	16	20		2					
	历史	2	36	20	16		2					
	小计	60	1080	576	504	16	20	12	12	0	0	
专业核心课	电子商务基础	4	72	36	36	4						
	商品拍摄与图片处理	6	108	54	54			6				
	电子商务客户服务	4	72	36	36					4		
	网络营销实务	4	72	36	36			4				
	店铺运营(含1+X)	6	108	54	54				6			
	专业技能训练	2	36	6	30				2			
	电子商务物流	2	36	18	18					2		
	市场营销基础	6	108	58	50			6				
	市场营销实务(习题课)	4	72		72				4			
		小计	38	684	298	386	4	0	16	12	6	0
	专业技能课	沟通技巧	4	72	36	36	2	2				
		客户关系管理	2	36	30	6					2	
		商务软文写作	4	72	36	36					4	
		活动策划与实施	4	72	36	36					4	
		网络推广	4	72	36	36					4	
		电子商务网页制作	4	72	36	36		4				
		网络广告制作	4	72	36	36					4	
		网店装修	4	72	36	36				4		
			小计	30	540	282	258	2	6	0	4	18
选修课	会计基础	6	108	72	36	6						
	新媒体营销	4	72	12	60					4		
	商品销售技巧	2	36	18	18		2					
	商品管理											
	或化学物理											
		小计	12	216	102	114	6	2	0	0	4	0

集中实践课程	必修	军训	1	30		30	1周					1周
		入学教育	0.4	12		12	2天					2天
		社会实践	1	30		30						1周
		顶岗实习	30	540		540						18周
		毕业教育	0.6	18		18						3天
		综合实训	5	150		60		1周	1周	1周	2周	5周
小计	38	780		780								
其它	加分	职业资格证书	1									
		计算机一级证书	1									
		小计	2									
总 计			180	3300	1258	2042	28	28	28	28	28	

六、教学保障条件

（一）专业教学团队保障

目前本专业校内专任教师 10 人，其中高级职称 4 人，中级职称 6 人，“双师型”教师占 70% 以上；校外兼职教师 4 人（来自企业和高校），教学团队结构比较合理。

（二）实践教学条件配置

1. 校内实训基地配置

目前校内拥有电子商务实训室、物流实训室、计算机实训室、会计实训室等校内实训室，满足了实验实训教学的需要。

实训室名称	实训项目	实训课程	硬软件配置
会计实训室	原始凭证的填制和审核 记账凭证的填制和审核 日记账和明细账的登记 记账凭证汇总表的编制 出纳岗位业务操作 往来会计岗位业务操作 存货会计岗位业务操作 资产会计岗位业务操作 收入与利润会计岗位业务操作 会计报表岗位业务操作 工资岗位业务操作 费用会计岗位业务操作 成本会计岗位业务操作 涉税岗位业务操作 财务分析岗位业务操作	《会计基础》	硬件资源： 凭证装订机、会计科目章、 业务印章、资料柜、投影仪 器 软件资源： 原始凭证、记账凭证、账簿、 会计报表等

	审计岗位业务操作		
电子商务实训室	利用搜索引擎进行专题搜集;在网上设计并发布一份完整的商业调查问卷,并对其统计结果进行分析,写出分析报告;在淘宝网上零距离购物并且开店;通过电子商务软件以及网站进行 BBS、新闻组、网络杂志、电子书等的相关操作;注册和使用 QQ 和 MSN 等即时信息软件并运用到营销过程中。	《网络营销实务》 《网络推广》 《新媒体营销》	硬件资源: 学生用计算机、投影仪器 软件资源: 电子商务软件、即时信息软件等
计算机实训室	网站规划:主题确定、收集材料、功能模块、布局规划 网站制作:站点规划与创建、主页及各子页面制作、评估测试	《电子商务网页制作》	硬件资源: 学生用计算机、投影仪器 软件资源: Dreamweaver 网页制作软件
物流实训室	电子商务配送中心作业:货物包装、装卸搬运、流通加工、货物分拣 电子商务储运与客服:货物储存、货物运配、电子商务快递 电子商务物流信息:认识电子商务物流信息技术、电子商务物流信息系统	《电子商务物流》	硬件资源: 物流操作平台、包装工具、叉车运输工具、仓储设施、投影仪器 软件资源: 进销存软件、物流单证系统、物流模块化培训资源系统等
电子商务实训室	以网店开设装修、网店运营推广、网络客户服务、网店经营分析四个关键任务,商品整合能力、视觉营销能力、网络营销能力、客户服务能力、网店运营能力、团队合作能力。	《商品拍摄与图片处理》、《店铺运营》、《网店装修》	硬件资源: 学生用计算机、投影仪器 软件资源: 天行健电子商务竞赛系统

2、校外实习基地配置

沃尔玛(中国)公司泉州笋江店、晋江店,尚杰电子商务有限公司、泉州市华创信息服务有限公司等公司,主要提供电子商务网站维护员、网络信息员、网络营销员、电子交易员、电子商务物流员、网络客服员等岗位的认岗实习.电商实训实习。

七、教学实施

(一) 教学要求

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来定位,重在教学方法、教学组织形式的改革,教学手段、教学模式的创新,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

专业技能课教学,按照相应职业岗位(群)的能力要求,强化理论实践一体化,突

出“做中学、做中教”的职业教育教学特色。完善校内实训室建设，建立健全的教学实验实训建设管理制度，保证本专业有关实验实训条件建设有效实施与利用，使之有力促进专业教学质量的提升。同时引导、邀请企业步入院校，通过校企合作建设的方式，共建企业化实训基地，采取企业管理模式，校企共同制定实训基地的运行、管理机制，构建工学结合的实验实训教学体系，同时根据电子商务专业相关职业岗位标准，制定校内实训标准、校外顶岗实习标准，研制实训指导手册和实训管理手册，确保工学结合实训的良性运行。

（二）教学管理

推行“工学结合”的教学管理理念，改变传统的重知识、轻技能教学管理方式。将规范性和灵活性结合，合理调配教师、实训室和实训场地等教学资源，为课程实施创造条件。

深化校企合作，与企业合作订制人才培养方案；共同开发课程、编订教材；共同实施教学实训、评价考核，携手管理，合作育人。

顶岗实习原则上安排在最后一学期，学校要加强实习学生的日常跟踪管理，为学生办理企业顶岗实习期间的意外伤害保险。

建立专业教学指导委员会，制订专业教学指导实施方案，规范教学实施。加强对教学过程的质量监控，完善教学评价的标准和方法，促进教师教学能力的提升，确保教学质量。

（三）教学方法

本专业应以提高教育教学质量为目标，以满足学生成才、成长的多元需求为出发点，以学生为中心，重视现代教育教学技术的运用，结合课程特色，采用合作学习、案例教学、情景教学、项目教学、任务驱动、行动导向等多种形式的“做中学”、“做中做”的教学模式，发挥兼职教师在课程教学中的积极作用，充分调动学生的学习积极性和教学互动的参与度。

1. 启发式教学法。就是根据教学目的、内容、学生的知识水平和知识规律，运用各种教学手段，采用启发诱导办法传授知识、培养能力，使学生积极主动地学习，以促进身心发展。这里要着重说明，启发式教学不仅是教学方法，更是一种教学思想，是教学原则和教学观。

2. 案例教学法。案例教学法是一种以案例为基础的教学法，案例本质上是提出一种教育的两难情境，没有特定的解决之道，而教师于教学中扮演着设计者和激励者的角色，鼓励学生积极参与讨论，不像是传统的教学方法，教师是一位很有学问的人，扮演着传授知识者角色。

3. 任务驱动法。任务驱动法是教师给学生布置探究性的学习任务，学生查阅资料，对知识体系进行整理，再选出代表进行讲解，最后由教师进行总结。任务驱动教学法可以以小组为单位进行，也可以以个人为单位组织进行，它要求教师布置任务要具体，其他学生要积极提问，以达到共同学习的目的。任务驱动教学法可以让学生在完成“任务”的过程中，培养分析问题、解决问题的能力，培养学生独立探索及合作精神。

4. 情景教学法：情景教学法是将本课程的教学过程安置在一个模拟的、特定的情景场合之中。通过教师的组织、学生的演练，在仿真提炼、愉悦宽松的场景中达到教学目标，既锻炼了学生的临场应变、实景操作的能力，又活跃了教学气氛，提高了教学的感染力。这种教学方法在本课程的教学经常应用，因现场教学模式要受到客观条件的一些制约，因此，提高学生实践教学能力的最好办法就是采用此种情景教学法。学生们通过亲自参与环境的创设，开拓了视野，自觉增强了科学意识，提高了动手能力，取得了很好的教学效果。此外，在本门课程的教学，这种教学方式的运用既满足了学生提高实践能力培养的需求，也体现了其方便、有效、经济的特点，能充分满足教学的需求。

5. 体验学习教学法：“体验学习”意味着学生亲自参与知识的建构，亲历过程并在过程中体验知识和体验情感。它的基本思想是：学生对知识的理解过程并不是一个“教师传授—学生聆听”的传递活动，学生获取知识的真实情况是学生在亲自“研究”、“思索”、“想象”中领悟知识，学生在“探究知识”中形成个人化的理解。

八、教学评价

（一）学生成绩考核评价

根据本专业培养目标和人才理念，建立以学生职业素养、岗位能力培养为核心，教育与产业、校内与校外相结合的科学评价标准。以过程性评价为主体，将学生日常学习态度、学习表现、知识技能运用规范纳入课程成绩评价范围，形成日常学业评价为主、期末考试为辅的过程性学业评价体系。

评价内容包括对教学过程中教师、学生、教学内容、教学方法、教学手段、教学环

境、教学管理等因素的评价。评价主体应注意吸收学生、实训基地，教师评价与学生互评、自我评价结合，校内、校外评价结合。评价方式要将学业考核与行业资格考试、职业技能鉴定结合，允许用职业资格证书替代一定专业课程成绩或学分。评价过程动态化，过程性评价与结果性评价结合。

评价不仅关注学生专业知识与技能的掌握，更要关注解决岗位工作中实际问题的能力水平，重视岗位操作规范、安全生产、节约节能、爱护设备、保护环境等职业素质、意识与观念的树立。

根据《福建省中等职业学校学生学业水平考试实施办法（实行）》要求参加中等职业学校学生学业水平考试，学业水平考试包括公共基础课、专业基础知识、专业技能考试。

1. 公共基础课采用对学生的学习态度、思想品德、知识的理解和掌握程度等进行综合评定。要注重平时教学过程的评定，将课堂表现、平时作业、实践环节和期末考试成绩有机结合综合评定成绩。德育、语文、数学、英语、计算机应用基础 5 门课程参加福建省教育厅组织的学业水平考试，考试成绩达 D 级以上。

2. 专业课程采用课堂活动、现场操作、口试、实训总结、阶段测验、期末考试等综合评定成绩的考核方法，注重学生分析问题、解决问题的能力 and 操作技能的考核，引导职业素质与意识的养成。专业基础知识参加省教育厅指定课程科目的学业水平测试笔试，专业技能参加省教育厅指定课程科目的学业水平测试现场实际操作或应用信息化综合实训平台考核，考核成绩达 D 级以上。

3. 顶岗实习：以企业考核为主，学校考核为辅。

（二）毕业条件

1. 本校实行学分制，学生三年获得的总学分不得少于 180 学分。

2. 根据《福建省中等职业学校学生综合素质评价实施办法（试行）》要求，综合素质评定达到 D 级以上。且实训实习均为合格。

九、编制说明

（一）编制依据：本方案主要根据（教职成〔2019〕13号）《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》，结合以下

1. 《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（教高〔2006〕16号文）

2. 《关于以就业为导向，深化高等职业教育改革的若干意见》（教高[2004]1号文）

3. 《中国普通高等学校中职高专教育专业概览》中电子商务专业的培养目标、专业面向、课程设置、专业对应的职业能力。

4. 《电子商务师国家职业标准》中助理电子商务师（国家职业资格四级）工作要求。

（二）适用范围

本专业人才培养方案适用于三年制中职电子商务专业的人才培养。

（三）实施说明

1. 本方案充分体现构建以能力为本位、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课程改革理念。并突出以下几点：

（1）适应经济社会发展对中等会计职业教育的需求。围绕中小企业对电子商务就业岗位能力要求，确定本专业培养目标、课程设置，实现电子商务从业资格与课程设置、课程内容的对接，并将全国、福建省中职电子商务技能大赛竞赛标准与课程设置和课程内容进行适当融合。

（2）实现电子商务专业的规律性与职业教育基本特色的吻合。系统设置了“企业经营与电子商务岗位认知性实训、电子商务基本技能实训、电子商务应用技术实训、电子商务软件应用实训、顶岗实习”的五段递进的实训项目课程体系。

（3）注重中高等职业教育课程衔接。统筹安排公共基础、专业理论和专业实践课程，科学编排课程顺序，精心选择课程内容，强化与后续高等职业教育课程衔接。

2. 专业人才培养方案在一个教学周期内应相对稳定，在市场调研的基础上，根据人才需求情况，下一个教学周期可做适当调整。

3. 人才培养方案是教学计划编制的依据，教学计划制定时，根据教学期内的实际情况允许有不大于10%的变动。

4. 必须开发体现当前中职特点的，实用性强、适用范围广的工学结合的专业核心课程和技能证书课程。

5. 落实“2.5+0.5”人才培养模式，学生校内学习5个学期，校外顶岗实习不超过1个学期。每学年为52周，其中教学时间40周（含复习考试），假期12周。第1至第5学期，每学期教学周18周，考试、机动周2周，按28~30学时每周计算；第6学期顶岗实习（含社会实践、毕业教育等）18或19周，按30学时每周计算。