

福建省泉州市农业学校

电子商务人才培养方案

三年制 2024 级

一、专业名称及专业代码

电子商务专业（专业代码 730701）

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者。

三、基本学制

3 年

四、职业面向

专业 大类 (代 码)	专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业 类别 (代码)	主要 岗位 类别 (或 技术 领域)	职业技能等级证 书举例
财经商 贸大类 (73)	电子商务 类(7307)	4-01 (GBM40100) 批发与零售服 务人员	4-01-02 (GBM40102) 销售人员 4-01-06 (GBM40106) 电子商务服 务人员	网店 运营 助理	专项能力认证 (电子商务运营 推广)、1+X 农产 品电商运营
				网店 客服	专项能力认证 (客服)
				网店 美工	专项能力认证 (美工)
				新媒 体运 营助 理	互联网营销师 1+X 新媒体运营
				短视 频运 营助 理	专项能力认证 (短视频创维)
				直播 销售	专项能力认证 (电商直播主

				员	播)
				直播 运营 助理	专项能力认证 (电商直播运 营)

五、培养目标与规格

(一) 培养目标

本专业培养“教育的根本任务立德树人”，落实“德智体美劳”五育并举，掌握扎实的科学文化基础和电子商务基础、营销基础、商品零售、数据采集与分析等知识，具备商品拍摄与素材编辑、店铺和账户日常维护、运营数据采集、营销推广执行、直播销售、视觉设计制作、客户咨询服务等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事店铺运营辅助、新媒体运营辅助、网络推广、新媒体营销执行、直播销售、直播辅助、视觉设计、客户服务等工作的技术技能人才。

(二) 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。

1.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。

2.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。

3.专业知识和技能

（1）主要专业能力要求

①掌握平台运营规则，具有根据运营要求完成店铺、账号创设和维护等能力；

②具有网络营销推广的能力，包括通过站内外推广工具和媒介开展营销工作的能力；

③具有视觉营销设计的能力，包括店铺视觉设计、图文和短视频制作的能力；

④具有市场销售的能力，包括商品销售、直播创建和直播维护的能力；

⑤掌握客服规范，具有客户咨询回复、异常订单处理、

售后纠纷处理、客户维护等能力；

⑥具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，遵守电子商务相关的法律法规；

⑦具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术能力；

⑧具有良好的表达沟通能力、团队合作精神、创新精神和创业意识；

⑨具有终身学习和可持续发展的能力。

（2）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。

接续高职专科专业举例：电子商务、网络营销与直播电商、移动商务、农村电子商务、商务数据分析与应用、跨境电子商务、市场营销

接续高职本科专业举例：电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、市场营销 接续普通本科专业举例：电子商务、电子商务及法律、跨境电子商务、市场营销

六、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。
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	1、熟悉电子商务操作流程； 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	1、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	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	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。

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

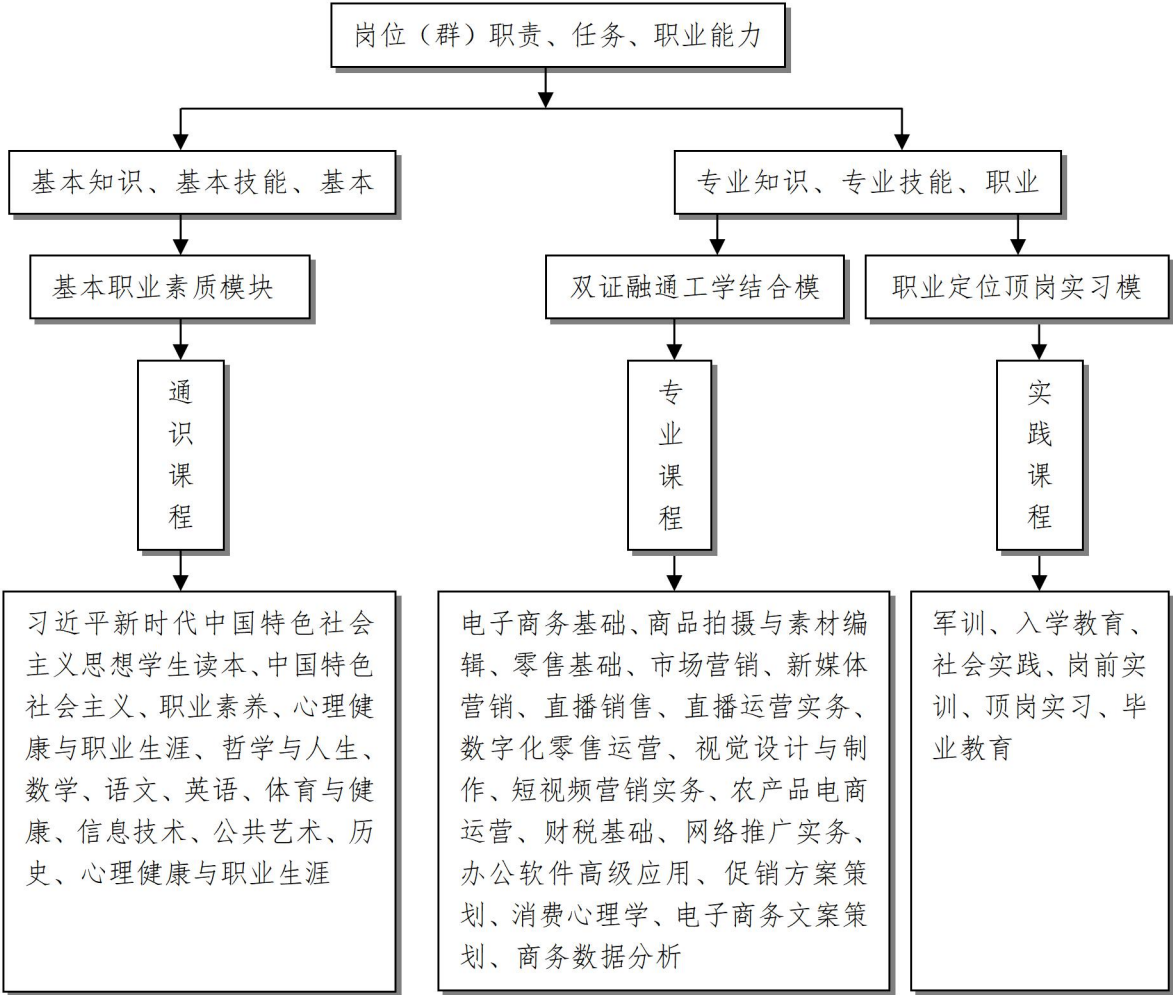
模式特点：其一，通过深入分析电子商务专业对接兴趣电商、农村电商、区域经济行业相应的工作领域，通过明确专业对接行业工作领域的岗位职责和任务，归纳典型工作岗位的典型工作过程，使履行岗位职责、任务应具备知识、技能等精细化，强化专业对应的学历证书和职业资格证书培养规格的具体化和针对性。其二，按照“双证融通、工学结合”人才培养模式，确定电子商务专业培养目标及规格，做到专业职业资格证书规定的和学历证书要求的知识、技能融合。

（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.课程专业描述

(1) 公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和任务
1	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本	依据《中等职业学校中国特色社会主义教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。
2	中国特色社会	依据《中等职业学校经济政治与社会教学大纲》开设，并与专业实际

	主义	和行业发展密切结合
3	职业道德与法治	依据《中等职业学校职业道德与法律教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合
4	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，并与专业实际和行业发展密切结合。
5	哲学与人生	依据《中等职业学校哲学与人生教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。
6	职业素养	依据《中等职业学校职业道德与法治教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。
7	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。
8	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。
9	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。
10	信息技术	依据《中等职业学校信息技术教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。
11	体育与健康	依据《中等职业学校体育教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。
12	公共艺术（美术）	依据《中等职业学校公共艺术教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。
13	历史	依据《中等职业学校历史教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。
14	中华优秀传统文化	依据《中等职业学校中华优秀传统文化教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合

（2）专业（技能）课程

1) 专业基础课

序号	课程名称	主要教学内容和任务
----	------	-----------

1	电子商务基础	本课程的理论教学主要解决“什么是电子商务和电子商务干什么”的问题，而实践教学主要解决“电子商务要用那些工具和如何做电子商务”的问题。围绕个人和企业开展电子商务活动的具体内容，通过电子商务的操作和技能的一系列训练，使得学生能够做到理论联系实际，学以致用，加深对电子商务基础理论的认识，并深刻理解电子商务运作模式和交易流程，掌握电子商务应用的基本技术和技能。
2	商品拍摄与素材编辑	通过本课程的学习，使学生掌握网店商品拍摄的基本知识和拍摄本技巧，并应用所学知识拍摄出风格鲜明、效果精美、符合网店特色的高品质图片,为后期的网上开店实务等课程奠定基础。以中职计算机专业特色为依据，以提升学生职业能力、理论知识、职业素质、符合职业资格标准的需要为目标，精选教学内容，充分实现理论与实践相结合，通过该软 件的学习，能让学生达到熟练 操作 Photoshop 图像处理作的 方法与灵活运用设计创作的基本要求，使学生掌握 Photoshop 图形图像处理软件 的知识和技术，在此基础上，提高分析问题和解决问题的能力；提高学生的艺术修养，为艺术设计做好铺垫；毕业后具备较强的实践能力、创新能力和创业能力，从而达到专业学习的基本要求和满足市场与社会发展的需求.实现理论与实践相结合、知识传授与能力培 养一体化的教学目标。
3	市场营销	通过本课程的教学，应使学生比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论、基本知识、基本技能和方法，充分认识在经济全球化背景下加强企业营销管理的重要性，了解分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合策略、组织和控制市场 营销活动的基本程序和法，培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的实践能力，以使 学生能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要，更好地服务于国家创新 体系建设和社会主义市场经济建设。在教学实践中，要求课堂讲授与案例分析相结合，借助课堂讨论、计算机模拟、社会实践、市场调查、营销策划、营销咨询与培训等多种形式，培养学生的营销知识应用能力、营销决策能力和营销创新能力。

4	零售基础	通过本课程的学习，了解零售业基于“人”“货”“场”“圈”的商业逻辑、创新策略等。理解店铺经营的基本原理，能完成零售环境分析、购买行为分析、商圈与店铺选址、商品结构与属性的分类等工作任务。
---	------	---

2) 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和任务
1	直播销售	直播销售（主播），包括主播直播准备、直播商品梳理、直播脚本编写、直播商品讲解、直播过程应急处理、直播复盘等工作内容，使用手机、直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件完成工作任务。
2	新媒体运营	通过本课程的学习，让学生们了解并掌握新媒体营销的基本知识，最新发展以及相关原理，数量掌握并了解微博营销、微信营销、APP 营销、社群营销、新兴自媒体营销以及户外新媒体营销等新媒体营销的概念、特征、营销方式及主要载体，并通过案例分析，使得学生能够接触到最新的新媒体营销策略。
3	视觉设计与制作	本课程主要包括短视频剪辑、特效制作、字幕制作、颜色校正、音频编辑等，通过课程学习，学生能制作符合在淘宝网、抖音等平台上展示和传播的短视频作品，具有较强的产品视频策划和执行能力，培养学生短视频策划、拍摄、剪辑、特效制作、字幕制作、颜色校正、音频编辑等职业技能。
4	直播运营实务	本课程主要包括直播 电商行业篇、直播销售认识篇、直播销售形象篇、直播销售语言篇、直播产品学习篇、直播销售话术篇、直播销售运营篇、直播销售复盘篇等 8 个模块。通过本课程学习，学生更好地掌握直播销售员所应掌握等基本理论，并能进行直播销售。

5	网络推广实务	掌握网络推广基础知识，理解平台内、社会化媒体、新媒体平台的营销推广相关规则和推广算法、推广效果数据指标、网络广告资源位，能够执行推广任务，跟踪推广效果，收集与发布推广内容与素材，能够完成 KOL 媒介营销、网络广告投放辅助工作，能够收集、整理营销推广数据，制作日报、周报及投入产出数据报表等
6	数字化零售运营	掌握平台规则和运营基础知识，了解运营常用名词术语及经营计算公式，能够完成店铺入驻、日常维护、商品上下架及标题优化、活动申报等操作，能够监控店铺、商品、活动、客户等相关数据并收集、整理和汇总。

3.综合实训

序号	实训项目	课程目标	主要实训内容和要求
1	网店美工综合实训	同技能课程中的课程目标	同技能课程中的课程内容和要求
2	短视频直播运营综合实训	同技能课程中的课程目标	同技能课程中的课程内容和要求
3	网店运营综合实训	同技能课程中的课程目标	同技能课程中的课程内容和要求

4.教学实习

本专业实习包括认识实习、岗位实习等。

序号	实习名称	实习内容和要求	参考学时
1	认识实习	到企业参观，并和企业团队做深入交流	6
2	岗位实习	由学校安排学生到专业合作企业跟岗实习或由学生自行选择实习企业，完成岗位实习任务。	480

5.劳动教育

本专业根据《教育部关于印发〈大中小学劳动教育指导纲要（试行）〉的通知》（教材〔2020〕4号）要求开展各类形式的劳动教育，不低于 16 学时。

序号	活动内容	开设时间	学时	备注
1	社区志愿服务	第 1-5 学期	6	学生外出参加社区志愿服务
2	专家、校友入校专题讲座	第 1-4 学期	4	职业素养、工匠精神、劳模精神等
3	认识实习	第 1 学期	2-4	企业文化、职业素养等认知
4	校级技能大赛	每学年 1 次	8	工匠精神

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），累计假期 12 周，周学时为 28（不含班会活动），顶岗实习按每周 30 小时（1 小时折合 1 学时）安排，3 年总学时数为 3198。

18 学时为 1 学分，3 年总学分 180，其中，军训 2 学分、劳动教育 2 学分、入学教育 1 学分，职业资格证书 2 学分，顶岗实习 30 学分。

公共基础课学时数 1188，总学时数 3198，公共基础课学时数占总学时的 38.27%，达到总学时数 1/3。选修课总学时数 504，不少于总学时的 10%。实践性教学学时数 1612，占总学时数的 50.41%。

（二）教学安排

类别	课程名称	学分	学时	理论学时	实践学时	学期						考核方式
						1	2	3	4	5	6	
公共基	习近平新时代中国特色社会主义思想社会	2	36	36	0	2						考试

基础课	主义思想 学生读本											
	职业道德 与法治	2	36	30	6				2			
	中国特色 社会主义 思想	2	36	36	0	2						
	心理健康 与职业生 涯	2	36	36	0		2					考试
	哲学与人 生	2	36	36	0			2				考试
	职业素养	2	36	36	0				2			考试
	语文	12	216	216	0	4	4	2	2			考试
	数学	12	216	216	0	2	2	4	4			考试
	英语	8	144	144	0	2	2	2	2			考试
	信息技术	8	144	72	72	4	4					考试
	体育与健 康	8	144	36	108	2	2	2	2			考试
	公共艺术 (美术)	2	36	36	0		2					考查
	历史	4	72	72	0	2	2					考查
	中华优秀 传统文化	2	36	36	0				2			
	公共基础 课小计	64	1152	972	180	18	20	12	16	0	0	
专业基础课	电子商务 基础	4	72	36	36	4						考试
	商品拍摄 与素材编 辑	6	108	0	108		6					考查
	零售基础	2	36	18	18			2				考查
	市场营销	10	180	100	80			4	2			考查
	小计	22	396	154	242	6	6	6	2	0	0	
专	直播销售	4	72	36	36						4	考

业 核 心 课												查
	新媒体运 营	4	72	36	36						4	考 查
	网络推广 实务	4	72	36	36			4				考 试
	直播运营 实务	4	72	36	36						4	考 查
	数字化零 售运营	6	108	54	54				6			考 试
	视觉设计 与制作	4	72	0	72			4				考 查
	小计	26	468	198	270	0	0	8	6	0	12	
专 业 选 修 课	财税基础	4	72	36	36	4						考 查
	办公软件 高级应用	2	36	0	36			2				
	促销方案 策划	4	72	36	36				4			考 查
	消费心理 学	2	36	18	18		2					考 查
	农产品电 商运营	4	72	36	36						4	
	电子商务 文案策划	2	36	18	18						2	考 查
	短视频营 销实务	6	108	54	54						6	考 试
	商务数据 分析	4	72	36	36						4	考 试
	小计	28	504	234	270	4	2	2	4	0	16	
实 习 实 训	认知实习	1	6	0	6	第一学期一天						
	跟岗实习	2	30	0	30	第四学期一周						
	顶岗实习	30	540	0	540	第五学期						
	军训	2	30	0	30	0	30					
	入学教育	1	18	18	0	18	0					
	劳动教育	1	18	0	18	0	18					
	毕业教育	1	6	6	0	第六学期一天						
	职业资格证书	2	30	10	20	10	20					
	小计	39	678	34	644	0	0					
		180	3198	1592	1606	28	28	28	28	0	28	

八、实施保障

（一）师资队伍

本专业根据办学规模进行教师队伍建设，配置教师资源。公共基础课教师由学校统一调配，依托校企合作平台，根据“校企合作、专兼结合、动态组合”的原则，建立“双师”结构合理、专兼职教师比例适当、专业水平较高、师德高尚、素质优良的师资团队。目前本专业校内专任教师 11 人，其中高级职称 5 人，中级职称 4 人，“双师型”或“双证书”教师占 72.73%，校外兼职教师 1-2 人，教学团队结构比较合理。

1.专业教师配置如下：

电子商务专业师资队伍情况

姓名	职称	专业方向	是否双师	备注
邹思平	高讲	国际贸易	否	
陈剑峰	高讲	营销方向	是	物流师
刘敏杰	二级实习指导教师	电子商务	是	电子商务师，电子商务设计师
吴飞鹏	讲师	营销方向	是	经济师
杨姗姗	讲师	经济管理	是	电子商务师
刘燕珊	一级实习指导教师	电子商务	是	电子商务师，电子商务设计师
李书缘	教师	电子商务	否	
王生赞	高讲	营销方向	否	
符忠	高讲	营销方向	是	高级证券师
陈玉潘	高讲	营销方向	是	创业咨询师
张鸿祥	讲师	物流管理	是	物流师、创业咨询师

2.专业教师素质要求:

在职教师	具有中职教师资格证书和本专业领域有关证书; 有理想信念、有道德情操和良好的师德师风、有扎实学识、有仁爱之心; 具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力; 具有较强的信息化教学能力; 每5年累计不少于6个月的电子商务企业/商贸企业/物流企业/国际贸易机构实践工作经历或顶岗学习经历;
兼职教师	主要从本专业相关行业企业聘任,要求具备良好的思想政治素养、职业道德和工匠精神,具备扎实的专业知识和丰富的实际工作经验,在电子商务企业/商贸企业/物流企业/国际贸易机构工作3年以上。

(二) 教学设施

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、新媒体营销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
新媒体营销实训室	电商直播 新媒体营销 商品拍摄 摄影	《网络推广》 《商品拍摄》 《新媒体营销》 《摄影基础》	硬件资源: 电脑、照像机、投影仪器 移动屏幕 电子商务综合实训平台 软件资源等
电子商务实训室1	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 2	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，厦门易普道科技有限公司、泉州太阳鸟电子商务有限公司等多家电商企业公司，主要提供店铺运营助理、美工、直播运营、短视频运营、电子商务客服等岗位的认岗实习。主要承担学生认知实习、跟岗实习、顶岗实习，教师企业实践与专业调研。

（三）教学资源

1.教材选用

本专业教材选用认真贯彻落实教育部《职业院校教材管理办法》(教材[2019]3 号) 精神，严格遵守《泉州市农业学校教材建设管理与发放制度》。

公共基础课教材必须在国务院教育行政部门发布的国家规划教材目录中选用，且为福建省及本市中职学校统一使用的国家规划教材。

专业课教材如果有国家规划教材必须使用国家规划教材，如果没有国家规划教材优先选用高教社、人教社、外研社、农业出版社、机械出版社等主要出版社教材。鼓励本专

业教师开发活页式、立体化等新型校本教材。

教材选用必需经学科或教研组研究与讨论，并制订最优选择方案。学科同意后，教师填写审批表并统一由学科报送学校教材建设与选用委员会审查，通过方可征订。

2. 图书文献配备

本专业相关图书文献配备，应能满足人才培养、专业建设、教科研等二作需要，方便师生查询、借阅，且定期更新。

数字资源配备

数字资源配备要求结合专业需要，开发和配备一批优质音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、网络课程等专业教学资源库，有效开展多种形式的信息化敦学活动，激发学生学习兴趣，提高学习效果，聚焦专业岗位，融合典型企业案例，开发涵盖教学设计、教学实施、教学过程记录、教学评价等所有教学环节的资源，丰富改进教学资源库，提升资源库建设水平。

（四）教学方法

根据职业教育与专业的特点：公共基础课推荐采用讲授式或问题探究式的教学方法，如讲解教学方法、谈话教学方法、讨论教学方法、讲读教学方法、讲演教学方法、问题教学法、探究教学法、发现教学法等；专业技能课推荐采用训练与实践式的教学方法，如示范教学法、模拟教学法、项目教学法等。

教学方法要充分利用网络、多媒体等信息化手段，倡导学生利用信息化手段自主学习、自主探索，积极开展师生线上线下教学互动。鼓励、支持教师在传统教学方法的基础上，随着新技术的发展与应用，不断探索翻转课堂、合作学习、发现式、线上线下混合式等教学模式。

（五）学习评价

1.评价体系

根据本专业培养目标和人才规格要求，建立科学合理的教学评价标准，加强质量管理体系建设，重视过程监控，逐步完善以学校为核心、教育行政部门为主导，社会和企业积极参与的教学质量保障体系。重点是配合人才培养模式和工作过程系统化课程体系，创建以能力为核心、以过程为重点的学习绩效考核评价体系。实行评价主体、评价方式、评价过程的多元化：专业技能课的教学评价实行校内校外评价相结合，职业技能鉴定与学业考核相结合；公共基础课实行教师评价、学生互评与自我评价相结合，过程性评价与结果性评价相结合。

在构建评价指标体系的过程中，深入企业对本专业所对应的职业岗位职责及知识、能力和技能要求进行细致的调研与分析，分解知识与能力的考核要素，吸纳用人单位专家参与教学质量评价，确保学生职业能力培养的质量。关注学生对知识的理解和技能的掌握，关注学生运用知识以及在实践中解决问题的能力水平，重视学生职业素养的形成。

2.考核方式

（1）文化理论课程的考核评价

考核内容全面，从学生的出勤率、作业完成率、课堂提问回答的积极性、课前作业的团队协作能力、活动设计完成情况等诸多方面进行评价考核。强调注重过程性评价，关注学生日常表现，让被评价者处于主体地位，使被评价者能自愿积极、主动地参与评价，把“每位学生追求发展，追求每位学生发展”作为目标。评价由教师评价、学生自评、学生互评、小组团队评价等多种方式结合，注重各教学主体之

间的多向沟通交流，激发学生的积极性和创造性，获取进步、成就和自信心，促进身心健康和愉悦学习生活。

（2）专业实践课程的考核评价

专业实践课程的教学评价采用多元化、多维度的评价，除了作业，还包括学生的行为表现、知识能力、实践效果、能力提升等方面，在评价方式与功能上做突破，充分发挥评价的促进教育和自我提升功能，从而促进教师与学生的共同发展和提高。

（3）学生实习的考核评价

该评价由专业认知实习、跟岗实习、顶岗习三部分组成。三部分考核评价由实习单位负责，主要从学生职业道德、专业知识和能力，安全意识等维度的进行考核。

（六）质量管理

教学质量管理要求严格执行专业人才培养方案与课程标准，严格执行学校教学管理规章制度，加强教学质量监控，建立具有可操作性的激励机制和奖惩制度。主要有：要求教师根据专业人才培养方案的课程教学内容与要求制订严谨教学计划并严格执行；要求教师课前认真撰写教学设计方案、课后认真批改学生作业、定期开展单元检测或阶段检测，及时开展总结与反馈；要求严格落实教学督导、学生评价、教师评课等制度，全方位开展教学评价；要求加强对毕业生质量跟踪调查并收集企业评价等反馈信息，及时分析与总结，不断优化与改进人才培养。

九、毕业要求

（一）学业要求

- 1.学生综合素质总评合格；
- 2.修满专业人才培养方案规定的全部课程且成绩合格，

或修满规定学分；

3.参加规定的顶岗实习，参与实习过程管理，提交符合要求的实习鉴定、实习报告等材料，实习考核合格。

（二）证书考取要求

1.取得全国计算机等级考试一级证书。

十、其他

一般包括教学进程安排表、变更审批表等。