

电子商务专业人才培养方案
(2022/2023)

南宁市第六职业技术学校
2023年5月修订



目 录

一、专业结构	1
二、培养对象	1
三、基本学制	1
四、培养目标	2
五、职业范围	2
六、人才规格	4
(一) 本专业对应岗位群的通用能力和素质要求	4
(二) 各专业对应岗位的专项能力和素质要求	5
七、毕业标准	6
(一) 学分要求	6
(二) 职业资格证书要求	6
八、主要接续专业	6
九、人才培养模式	7
(一) 电子商务专业“143”商学结合、三阶递进人才模式	7
(二) 人才培养模式实施过程	9
十、课程体系构建	10
(一) 岗位典型工作任务分析	10
(二) 典型工作任务到课程的转换	11
(三) 课程结构	12
(四) 公共基础课	13
(五) 专业技能课	16



(六) 素质拓展学分	21
(七) 顶岗实习	21
十一、教学时间安排	22
(一) 基本要求	22
(二) 教学安排建议	23
十二、教学实施	25
(一) 教学要求	25
(二) 教学管理	25
十三、教学评价	26
十四、实训实习环境	27
(一) 校内实训室	27
(二) 校外实训基地	28
十五、专业师资	29
(一) 年龄结构合理	29
(二) 学历(学位)和职称结构合理	29
(三) 生师比结构合理	29
(四) “双师型”教师比例结构合理	29
(五) 专兼比结构合理	30
十六、人才培养质量标准	31
(一) 合格标准	31
(二) 良好标准	31
(三) 优秀标准	31



自进行职业教育示范特色专业及实训基地建设以来，本专业以积极的态度、周密的安排进入人才培养的各项工作。坚持以人才培养模式研究为专业建设工作的重心，在充满探索、创造和建设的氛围中，一步一个脚印地推进项目人才培养模式改革的相关工作。为了更好的规划工作内容，特制定本方案。

本人才培养方案基于以下相关文件进行规划与制定：

- 《电子商务专业岗位结构和岗位能力需求调研报告》
- 《电子商务专业课程结构调研报告》
- 《教育部关于制定中等职业学校教学计划的原则意见》教职成〔2009〕2号
- 《教育部办公厅关于制订中等职业学校专业教学标准的意见》教职成厅〔2012〕5号
- 教育部办公厅《中等职业学校专业教学标准编写框架》

一、专业名称（专业代码）

电子商务专业 专业代码 730701

二、培养对象

普通初中毕业生或具有同等学力者。

三、基本学制

全日制三年、2+3 升学班



四、培养目标

依据教育部教职成[2009]2号《教育部关于制定中等职业学校教学计划的原则意见》对中等职业教育培养人才类型的定位、国家职业资格标准以及对接广西壮族自治区现代商贸产业需求，本专业群培养目标为：培养适应区域经济和社会发展的需要，拥护党的基本路线，具有较高的思想道德修养、人文素养和职业素养，良好的沟通表达能力和团队协作精神，具备实践能力和创新意识的高素质技术技能人才。

电子商务专业的人才培养目标是：培养具有良好的职业道德和行为规范，培养教育实用型、技能型电子商务专业中等人才。使学生掌握电子商务专业基本理论、基本知识、基本技能，具有良好的人文素质，毕业后能在各电子商务及相关企业、行业从事新媒体营销、移动商务、网络营销、网络编辑、电话营销、网店运营与维护、网络客服、跨境电子商务、电子商务数据分析等工作。

五、职业范围

表 1 职业岗位与核心能力

专业	职业岗位		主要工作任务	岗位核心能力
电子商务专业	主岗位	网络营销推广专员	1. 负责网站信息的搜集、编辑、需求文档整理、更新； 2. 利用网络进行公司产品及服务的营销推广； 3. 了解和搜集网络上各同行及竞争产品的动态信息； 4. 进行公司网站的 SEO 优化； 5. 推广效果跟踪。	1. 计算机的操作能力 2. 文档写作能力 3. 熟练使用常用办公软件的能力 4. 熟悉 SEO 优化及工具的使用 5. 分析与观察能力 6. 文档编辑工具的使用能力
		网络编辑	1. 网站内容编辑； 2. 网站素材处理； 3. 需求文档整理； 4. 网站基础测试。	1. 规范的文字排版认知能力 2. 销售活动策划能力 2. 网站内容编辑器使用能



专业	职业岗位	主要工作任务	岗位核心能力
			力 3. 规范的网站素材认知能力 4. 图片处理工具的使用 5. 简单的浏览器兼容性调整能力 6. 计算机操作能力 7. 熟练使用常用办公软件的能力 8. 文档理解与认知能力 9. 文档写作能力
	新媒体运营专员	1. 负责移动互联网自媒体平台(包括各种贴吧、微博、小视频等平台)日常运营及推广工作;例如百度、微信、小程序,公众号、等; 2. 收集、研究网络热点话题,结合新媒体特性,对贴吧、小视频、微博、微信等推广内容进行实时调整和更新; 3. 负责策划并执行网络营销线日活动及跟踪维护,根据要求编辑、推送相应内容; 4. 挖掘和分析粉丝客户在线的问题反馈及服务体验感受,与用户进行互动;了解社交化媒体发展趋势,能够结合实时营销动态,优化营销方案。	1. 新媒体平台操作能力 2. 能够掌握新媒体动向能力 3. 文案策划编辑能力 4. 调查报告撰写能力 5. 活动策划与执行能力 6. 新媒体平台推广效果跟踪、数据分析和反馈及优化调整等工作能力
	网店运营与管理	1. 负责网店的整体规划、营销、推广、客户关系管理等系统经营性工作; 2. 负责店面日常改版策划、上架、推广、销售、售后服务等日常运作与管理工作; 3. 负责执行与配合工作相关营销活动,策划店铺促销活动方案; 4. 负责网店的维护工作;	1. 网店规划、构建能力 2. 图形图像素材设计和收集能力 3. 图形图像处理能力 4. 网店效果提升能力 5. 熟悉电子商务网站的宣传和技巧 6. 促销广告的设计和投放能力 7. 电子商务网站后台管理能力 8. 客户关系的管理能力 9. 沟通能力 10. 客户需求挖掘能力



专业	职业岗位		主要工作任务	岗位核心能力
		网络客服人员	1. 负责客户在线业务应答； 2. 售前支持：产品介绍，引导说服客户达成交易 3. 售中跟踪：客户订单生产、发货、物流状态跟进； 4. 售后服务：客户反馈问题处理，退换货、投诉处理等。	1. 在线应答、回访跟进能力 2. 挖掘客户需求能力 3. 处理客户异议能力 4. 信息收集反馈能力 5. 网络平台后台系统操作能力 5. 电话沟通能力
	拓展(发展)岗位	电商主播	1. 通过直播为观众展示、讲解、试用产品，已达成品牌宣传和促使订单成交 2. 开播前做好产品知识、直播框架、妆容仪表及私域宣传作用； 3. 下播后配合运营做好录像回看、数据复盘等工作； 4. 做好粉丝维护工作。	1. 语言表达能力 2. 在镜头前有展现能力 3. 沟通互动能力 4. 现场操控应变能力

六、人才规格

本专业毕业生应具有以下职业素养（职业道德和产业文化素养）、专业知识和技能。

（一）本专业对应岗位的通用能力和素质要求

1. 职业素养

- （1）具有良好的思想品德和职业道德；
- （2）掌握法律基本知识，具备较强的法律意识和法制观念；
- （3）掌握体育和卫生保健的基本知识及运动技能，具备良好的身体素质；
- （4）严格遵守我国的电子商务法律法规和国际贸易惯例，具有诚实守信、严谨细致的职业意识；能够运用所学知识和技能，独立思考、分析、解决电子商务营销中出现的各种实际问题；



(5) 具有 Windows 操作系统的基本应用、汉字信息处理及文字编辑能力。

2. 专业知识和技能

- (1) 能够严格执行企业岗位要求与工作制度、严格执行安全操作规程;
- (2) 能够利用计算机、工具书、书刊杂志等各种信息来源获取信息;
- (3) 能够与上级、同事与服务对象进行有效的沟通;
- (4) 能够关注行业发展, 不断学习新知识、新技能;
- (5) 良好的职业认知与发展规划能力;
- (6) 具有执行力、团队精神、拥有良好的沟通能力、足够的敬业精神和时间管理能力。

(二) 本专业对应岗位的专项能力和素质要求

(1) 电子商务专业能力

职业基本能力:

1. 具备创新思维、创新方法与应变能力
2. 具备一定的规划管理和协调沟通能力
3. 具备分析与解决问题的能力
4. 掌握电子商务基本理论知识, 具备网店运营管理的实战技能

职业核心能力:

1. 具备较强的网店规划、构建、运营管理能力,
2. 具备图片处理、视频处理软件操作能力
3. 具备网络营销文案撰写、推广活动策划、实施的能力
4. 具备收集、研究网络热点话题, 结合新媒体特性, 在新媒体平台进行宣传推广的能力



5. 具备较强的逻辑思维、调研及数据分析能力
 6. 具备较好的沟通能力和客户服务、维系能力
- 职业发展能力：沟通能力、学习及创新能力。

七、毕业标准

（一）学分要求

电子商务专业：获得至少 124 学分，其中专业融通课程、技能竞赛、职业资格证书、社会实践等学分合计不少于 8 学分。

（二）职业资格证书要求

1. 证书获取范围（见表 2）

表 2 基本技能证书与职业资格（技能）证书

序号	证书类型	证书名称	级别	发证机构	考证安排	支撑课程
1	专业群通用的基本技能证书	办公软件应用专项职业能力证书	四级	广西壮族自治区职业技能鉴定中心	12 月	录入、计算机应用基础
2	电子商务专业职业资格（技能）证书	1+X 网店推广	中级	北京鸿科经纬科技有限公司	12 月	网店运营
3		1+X 电子商务数据分析	初级	北京博导前程信息股份有限公司	12 月	电子商务数据分析
4		1+X 农产品运营	初级	北京博导前程信息股份有限公司	12 月	农产品运营
5		1+X 直播电商	初级	南京奥派股份科技有限公司	12 月	直播电商

2. 证书获取要求

电子商务专业：学生毕业时必须取得至少 1 本基本技能证书或职业技能证书。

八、主要接续专业

高职：市场营销、电子商务、国际商务、物流管理与服务



本科：市场营销、电子商务、物流管理与服务

九、人才培养模式

（一）电子商务“143”商学结合、三阶递进人才模式

“143”人才培养模式以产业链为基础，重构适应商业模式 4.0 的电子商务专业，优化实施“一条主线、四个结合、三个阶段”的“143”商学结合、三阶递进的人才培养模式，融合新商业思维，重构人才培养课程体系与教学内容，变革传统的教学组织方法，营造电子商务专业实训基地，转变考核评估方式。融合打造市场营销、电子商务、物流管理与服务三个专业，培养懂营销，懂物流，懂电商，懂贸易的复合型应用人才。

1. 一条主线强化学分制培养

在原有的学分制基础上进行改革，开展课程考核加 1+X 职业资格证书鉴定、职业技能大赛、社团活动、选修课程、社会服务、对口帮扶等不同类型学习成果的积累和认定。专业群内学生毕业学分最低为 130 学分，其中课程考核学分为 110 学分，其他类型学习成果学分为 20 学分，要求学生积极参与各项活动获得该部分学分。

2. 四结合培养学生综合素养

四个结合包括了商学结合、德技结合、课岗证赛结合和就业创业结合，全面培养学生的基础能力、专业能力和综合能力，以实现高技能人才的培养目标。

（1）商学结合。根据现代商贸专业岗位群的要求，邀请本地现代商贸类合作企业全程介入，将企业项目和教学内容相结合，以校企共同运行公司为载体，以培养“亦学亦商”，“基础厚、感悟透、上手快”的现代商务人才为目标，创新教学内容，将企业运营理念融入教学；将企业实际运营



和教学活动相结合，以校中企和综合性实训基地建设为依托，有计划地安排学生进行交替的顶岗实习。

(2) 德技结合。将电子商务专业内学生的人文素质教育与专业知识教育相结合。人文素质教育贯穿教育全过程,使专业群内学生富有创新精神,擅于团队合作。专业群内学生积极参加社会实践,参与到对口帮扶的活动中,培养吃苦耐劳的精神,树立诚实守信的工作作风和严谨务实的职业素养,增强在市场营销、电子商务、物流管理与服务等岗位工作中良好客户服务意识、团队合作精神和沟通能力。

(3) 课岗证赛结合。在专业群建设期间试行 1+X 职业资格证书鉴定,鼓励专业群内学生在获得毕业证书的同时,根据自己的职业生涯规划考取相应的职业资格证书并获取学分。推行“以赛促教,以赛促学”方式,鼓励专业群内学生参加区市级职业技能竞赛,通过职业技能竞赛提升自己的专业技能,从而为就业或升学打下基础。

(4) 就业与创业结合。在就业为基础导向的前提下,打造学生创新创业学习平台,聘请企业优秀的创业导师、高校从事创业理论研究的教师等为专业群学生进行创新创业讲座,鼓励专业群内学生选择学校特色“卓越电商工匠双创班”。开展系列讲座活动,营造浓郁的专业创新创业氛围。积极组织专业群学生及老师参加各级各类创新创业活动及竞赛,充分发挥大赛对学生创新创业教育的支持和促进作用。

3. 三阶递进提升学生实战技能

按照“服务企业、适应学生”以及“学习情景与实际工作场景相一致,突出岗位技能和职业素质培养”的要求,把人才培养过程细分为“技能实训”——“项目实践”——“创业实战”三个阶段,分层分类,递进实施,通过分阶推进,全方位培养“亦学亦商”的现代商务人才。三阶递进将学校教育、企业实践紧密联系起来,既重视理论教学和实践教学的相互融合,

也注重职业素养教育的渗透，使学校与企业结合，教学内容与企业工作内容结合，通过由浅入深的学习，提高了人才培养的质量。

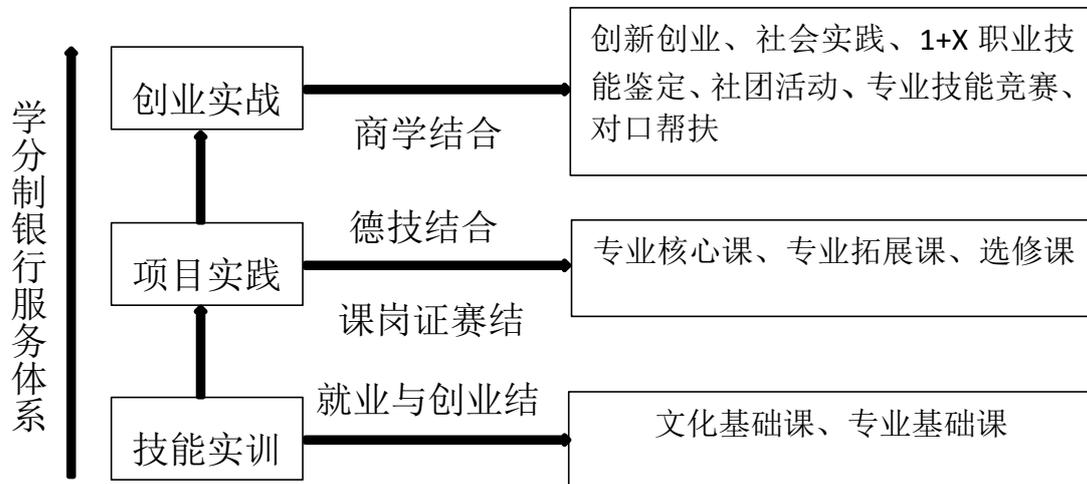


图 1：电子商务专业“143”人才培养模式

（二）人才培养模式实施过程

该模式将学校教育、企业实践紧密联系起来，既重视理论教学和实践教学的相互融合，也注重职业素养教育的渗透，使学校与企业结合，教学内容与企业工作内容结合，评价标准与企业用人标准契合，提高了人才培养的质量。具体实施表 3 所示：

表 3 电子商务专业人才培养模式实施表

阶段	学校模块	企业模块	工学交替过程
技能实训 (第一学 年)	基础知识学习	职业认知	初步学习本职业（专业）的基本内容，对基本职业能力有初步了解，初步树立职业规划意识，为去企业进行职业体验做准备。
	基础技能实训	技能实训	使学生了解职业轮廓和典型工作过程，引入企业实际案例，在教师指导下完成一些代表性工作任务，对职业工作有一个总体认识，体会到在工作中要遵循一定的规则、规定和要求，初步建立职业认同感。



项目实践 (第二学 年)	岗位专项技能 实训	职业体验	使学生充分的了解和理解职业工作的结构,培养综合素质和专业基本能力,并考取相应技能等级证书。
	岗位专项技能 学习	项目实践	通过生产实训,学生初步了解在职业情境中限定时段解决问题和完成系统的工作任务的基本流程,同时发现并解决见习过程中的疑惑。
创业实战 (第三学 年)	职业能力培养	岗位训练	选择适应的职业岗位,并按就业岗位方向进行专业学习与训练;加强专业能力、社会能力、个人能力的培养;考取相应的职业资格证书。
	职业素养培养	创业实战	进行系统的岗位专业技能和职业能力的实习训练,学生能在严格的时间限定条件下完成特定的工作任务,达到就业岗位要求。

十、课程体系构建

(一) 岗位典型工作任务分析

表 4 电子商务专业岗位典型工作任务及职业能力分析表

工作岗位	典型工作任务	专业能力
1. 网络营销	1-1 需求文档整理	1-1-1 计算机的操作能力 1-1-2 文档的理解与认知能力 1-1-3 文档写作能力 1-1-4 熟练使用常用办公软件的能力
	1-2 SEO 操作	1-2-1 文档写作能力 1-2-2 熟悉 SEO 优化及工具的使用
	1-3 推广效果跟踪	1-3-1 分析与观察能力 1-3-2 文档编辑工具的使用能力
2. 网络编辑	2-1 网站内容编辑	2-1-1 规范的文字排版认知能力 2-1-2 网站内容编辑器使用能力
	2-2 网站素材处理	2-2-1 规范的网站素材认知能力 2-2-2 图片处理工具的使用 2-2-3 简单的浏览器兼容性调整能力
	2-3 需求文档整理	2-3-1 计算机的操作能力 2-3-2 文档的理解与认知能力 2-3-3 文档写作能力 2-3-4 熟练使用常用办公软件的能力
	2-4 网站基础测试	2-4-1 对网站功能模块的总体理解能力



工作岗位	典型工作任务	专业能力
		2-4-2 测试文档的编写能力 2-4-3 软件测试工具的基本使用
3. 新媒体营销	3-1 新媒体平台操作	3-1-1 新媒体平台操作能力 3-1-2 能够掌握新媒体动向能力 3-1-3 业务学习知识能力
	3-2 新媒体平台整体运营和推广	3-2-1 文案策划编辑能力 3-2-2 活动策划与执行能力 3-2-3 新媒体平台推广效果的跟踪、数据分析和反馈及优化调整等工作能力
4. 网店运营与管理	4-1 网店设计	4-1-1 HTML、静态网页制作能力 4-1-2 网店规划、构建能力 4-1-3 图形图像素材设计和收集能力 4-1-4 图形图像处理能力 4-1-5 网店整体效果的提升能力
	4-2 网店推广	4-2-1 熟悉电子商务网站的宣传和技巧 4-2-2 关键字优化能力 4-2-3 促销广告的设计和投放能力
	4-3 网店维护	4-3-1 电子商务网站后台管理能力
	4-4 网店售后	4-4-1 沟通能力 4-4-2 客户关系的管理能力 4-4-3 客户需求的挖掘能力
5. 网络客服	5-1 在线业务应答	5-1-1 沟通能力 5-1-2 录入能力 5-1-3 业务知识学习能力
	5-2 客服事件响应	5-2-1 沟通能力 5-2-2 录入能力 5-2-3 客户服务基础知识
6. 电商主播	6-1 直播带货	6-1-1 语言表达能力 6-1-2 在镜头前有展现能力 6-1-3 沟通互动能力 6-1-4 现场操控应变能力

(二) 典型工作任务到课程的转换

表 5 电子商务专业岗位典型工作任务课程转换表

工作岗位	典型工作任务	课程名称
1. 网络营销	1-1 需求文档整理	计算机基础
	1-2 SEO 操作	网络营销
	1-3 推广效果跟踪	市场营销



工作岗位	典型工作任务	课程名称
2. 网络编辑	2-1 网站内容编辑	软文编辑
	2-2 网站素材处理	商品图片处理 视觉营销
	2-3 基本图片处理	
	2-4 网站切图	
	2-5 需求文档整理	电子商务基础 网络营销
	2-6 网站基础测试	
	2-7 技术文档归档	
3. 新媒体营销	3-1 新媒体平台操作	新媒体营销 软文编辑 市场营销
	3-2 新媒体平台整体运营和推广	
4. 网店运营与维护	4-1 网店设计	商品图片处理 视觉营销
	4-2 网店推广	市场营销 网络营销
	4-3 网店维护	商品图片处理 网店运营
	4-4 网店售后	电子商务客户客服
5. 网络客服	5-1 在线业务应答	电子商务客户客服 呼叫平台操作系统
	5-2 客服事件响应	
6. 电商主播	6-1 直播带货	直播营销 新媒体营销 市场营销

（三）课程结构

依据教育部教职成[2009]2号《教育部关于制定中等职业学校教学计划的原则意见》，中等职业学校的课程设置分为公共基础课程和专业技能课程两类。公共基础课程按照国家统一要求安排，专业技能课程按照电子商务专业毕业生就业岗位和职业生涯发展领域分为专业基础、专业核心课、专



业融通课和专业拓展课程，形成公共基础平台加职业生涯发展方向的课程体系结构。

公共基础课包括德育课、语文课、英语课、数学课、体育课、计算机基础课、礼仪课、计算机录入课、心理健康课、音乐与美术课。

专业技能课包括专业基础、专业核心课、专业融通课和专业拓展课程，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。

（四）公共基础课

表 6 公共基础课程教学要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	语文	中等职业学校语文课程要在九年义务教育的基础上，培养学生热爱祖国语言文字的思想感情，使学生进一步提高正确理解与运用祖国语言文字的能力，提高科学文化素养，以适应就业和创业的需要。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。	210
2	数学	数学是研究空间形式和数量关系的科学，是科学和技术的基础，是人类文化的重要组成部分。数学教程是中等职业学校学生必修的一门公共基础课。旨在使学生掌握必要的数学基础知识，具备必需的相关技能和能力，为学习专业知识、掌握职业技能、继续学习和终身发展奠定基础。	70



序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
3	英语	中等职业学校英语课程要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,初步形成职场英语的应用能力;激发和培养学生学习英语的兴趣,提高学生学习的自信心,帮助学生掌握学习策略,养成良好的学习习惯,提高自主学习学习能力;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。	70
4	体育	通过科学指导和安排体育锻炼过程,培养学生的健康人格、增强体能素质、提高综合职业能力,养成终身从事体育锻炼的意识、能力和习惯,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提升服务。	140
5	计算机基础	使学生掌握必备的计算机应用基础知识和基本技能,培养学生应用计算机解决工作与生活中实际问题的能力;使学生初步具有应用计算机学习的能力,为其职业生涯发展和终身学习奠定基础;提升学生的信息素养,使学生了解并遵守相关法律法规、信息道德及信息安全准则,培养学生成为信息社会的合格公民。	68
6	德育	依据《中等职业学校德育教学大纲》开设,注重培养学生的马列主义、毛泽东思想和邓小平理论基本观点教育、职业道德和法律知识、经济政治与社会教育、文明礼仪、行为规范、正确世界观、人生观和价值观等在本专业中的应用能力。	140
7	礼仪	通过本课程学习,使学生理解商务礼仪的基本理论知识,熟悉商务礼仪的发展历史和特点,掌握商务礼仪的运用规律,掌握个人职业形象礼仪、商务交往礼仪、宴会礼仪、接待礼仪、会务礼仪、应聘礼仪等的特点以及在工作中的具体运用,熟练掌握商务活动各环节的礼仪规范,具有一定的沟通能力、组织能力、应变能力,团队合作精神,能够胜任相关岗位任职要求。	36
8	计算机录入	通过本课程的学习,锻炼学生的录入基本功,包括中英文录入、小键盘录入等,要求学生掌握规范的录入指法。	36
9	心理健康	普及心理健康知识,树立心理健康意识,了解心理调节方法,认识心理异常现象,掌握心理保健常识和技能。认识自我,学会学习、人际交往、情绪调节、升学择业和社会适应等方面的内容	17



序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
10	音乐与美术	通过本课程的学习，促使学生感、知觉的发展，并通过直观感受，诱发他们创造性的想象，有效的打开学生的心灵之窗，使其在情绪的勃发与激动中享受美感。音美结合，鼓励参与，培养学生的观察力与感受力。	35



（五）专业技能课

1. 专业基础课

表 7 电子商务专业基础课程教学要求

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	通过本课程的学习，要求学生了解电子商务业务的基本流程和操作规则，基本掌握电子商务业务中的具体规定和细则，并在此基础上明确电子商务业务在企业商务中所处的地位及其作用，熟练掌握电子商务的实际操作规范和技巧，提高实际操作能力。	36
2	市场营销基础	通过本课程的教学，要求学生掌握市场营销的基本观念、营销环节、市场定位，掌握市场营销组合的产品、价格、分销渠道、促销等理论和方法，掌握市场营销的管理及战略和策略，结合营销实践，进行具体的操作和策划活动，提高学生的理论和实践能力。	36
3	商品图片处理	熟练并掌握 PS 各项操作技术，学会商品海报、轮播图、商品详情页等的设计与制作。	72
4	视觉营销	熟练并掌握绘图软件各项操作技术，学会商品切图、构图；能够分析商品的特征，选择适合的拍摄角度；能够学会单反相机、卡片机的使用；能够使用摄影棚等辅助器材进行拍摄。	72
5	软文编辑	掌握素材采集、内容编辑、内容传输等相关知识，具备使用相关设备及方式采集素材、对素材进行分类及加工、利用发布系统传输稿件的能力，能够从事网络编辑员工作的从业人员。	72
6	消费者行为学	通过本课程的学习，提高学生在营销和销售实践中观察能力、判断能力、营销能力，学会辨识影响消费者的心理因素的方法，并学会通过消费者心理分析以提高营销效果。	36



2. 专业核心课

表 8 电子商务专业核心课程教学要求 (2+3 高职升学方向)

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	网络营销	学生加强对网络营销知识的综合应用能力，重点加强对企业网站策划及其推广、网络营销效果分析和管理等方面知识的应用水平。	72
2	网店运营	了解网店的组成要素，各个核心知识要点，教会学生如何申请网店店铺（如淘宝），并从交易前、交易中、交易后三个阶段教会学员作为一个网店卖家需要掌握哪些必需的操作和知识，以及涉及到淘宝开店的相关规则。掌握卖家网店后台管理的各个细节及技巧。达到能迅速开好一个网店，做好店铺的装修美化、编辑和更新商品、安全做生意的目标。从营销的角度去分析商品图片的拍摄，美化与加工，增加买家的购物欲望。	144
3	电子商务数据分析	本课程主要结合具体的电子商务运营环境，从数据认识到实施数据分析的各个环节，主要学习数据分析的知识与技巧。	72
4	电商客服	能够了解商品上架基本流程及购物流程；能够指导客户完成购物活动；掌握售前客服流程及工具使用，掌握沟通话术，把握客户心理，提升转化率；掌握售后客服流程及沟通话术，降低交易纠纷；掌握客户关系维护及客户关系维护工具的使用。	72
5	跨境电商	本课程旨在培养学生理解跨境电子商务的基本概念、特征及与传统外贸、国内电子商务的区别，了解国家发展跨境电子商务的相关政策，熟悉主流的跨境电子商务平台的相关规则和跨境电子商务操作基本工作流程，具备选择跨境电子商务平台从事运营的相关能力。	72
6	直播营销	了解直播与直播营销的基础知识、直播营销的整体思路、直播营销的策划与筹划、直播活动的实施与执行、直播营销的传播与发酵、直播营销的复盘与提升。本课程实现“从理论到实践”“由知识到应用”的能力跃迁。	72
7	电商综合实训	本课程是一门综合性的实践课程，针对本专业各课程中实训环节进行系统的分项目训练，结合电子商务实际经营需求，进行各种电子商务业务，提高解决实际问题的能力。课程从应用和技能训练的角度出发，依据项目化教学的特点，让学生在一个个项目的完成过程中，掌握从事电子商务活动的基本技能。利用项目驱动，让学生体验真实的电子商务工作环境，做到与社会的无脱节，能尽快地适应日后的工作岗位。	144



表 9 电子商务专业核心课程教学要求（电商创业方向）

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	货源选品分析	自身资源整合与市场分析； 调查问卷设置与市场调查； 竞品分析； 货源选择与进货； 撰写产品知识应用文档；	72
2	摄影与网店装修	撰写产品知识应用文档； 设计一个详情页脚本与文案； 了解相机与拍摄知识，并进行拍摄练习； 依据脚本对产品进行图片拍摄； 制作产品主图； 制作详情页产品海报及参数部分； 制作详情页产品介绍； 制作详情页产品卖点； 制作详情页产品细节； 制作详情页发货及售后； 对整个详情页进行优化；	72
3	店铺运营管理	商城介绍与后台编辑管理； 将产品上架（类目选择、标题编辑、价格体系设计、产品体系选择）； 对商品进行包装及发货练习； 财务课程；	72
4	客户服务	对商城售前/售后客服产品常见问题汇总编写 FAQ； 售前售后客服实战练习；	72
5	网络营销推广	完成以下推广任务： 1. 问答推广； 2. 论坛推广； 3. QQ 推广； 4. 微博推广（每天 5 条）； 5. 线下地推； 6. 客服接待； 7. 打包发货；	144
6	实战训练	正常运营网店； 策划一个双旦吸粉活动；	144
7	数据分析与汇总	进行数据分析（微信数据、CNZZ 网站数据）； 运营所有流程知识点巩固； 利用百度脑图进行梳理；	72



3. 专业融通课

表 10 电子商务专业专业融通课程教学要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	新媒体营销	让学生掌握利用新媒体工具开展市场调研、收集处理商务信息、撰写商情报告的能力，学会运用新媒体工具开展推广活动，如站点宣传策划、网络广告策划等，培养学生新媒体营销工具综合运用的能力。	72
2	市场营销基础	通过本课程的教学，要求学生掌握市场营销的基本观念、营销环节、市场定位，掌握市场营销组合的产品、价格、分销渠道、促销等理论和方法，掌握市场营销的管理及战略和策略，结合营销实践，进行具体的操作和策划活动，提高学生的理论和实践能力。	72
3	现代商贸客户服务	全面了解客户的资料，有效地开展好客服人员客户服务的日常工作；把握好客服人员客户服务的礼仪，提高客户服务质量；提高客服人员业务服务水平，处理好与客户的沟通问题，轻松应对客户的投诉问题。	72
4	商品流通	了解商品的性质、质量、标准、鉴定、匪类方法；掌握商品的出入库、包装、储运、盘点、保管、条形码的基本知识；掌握商品的属性和有关养护和保管商品的基本技能。	72
5	市场营销综合实训	对专业所学全部专业课程知识的系统复习与应用，分模块学习专业性的营销：服装营销、房地产营销、汽车营销、服饰营销等	108



4. 专业拓展课

表 11 电子商务专业拓展课程教学要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	普通话	掌握普通话语音系统,包括声母、韵母、声调、音节、音变的语音知识,做到正确发音,能使用标准而流利的普通话进行语言交际,朗读或演讲等	36
2	POP 广告设计	POP 广告设计的基础知识、创作观念、表现手法与电脑 POP 广告设计	54
3	财经法律法规	理解并应用一些经济法的基础知识;熟悉一些常有的重要经济法律、法规的基础内容;增强法制观念并初步运用自己所学过的法律知识观察、分析、处理有关实际问题的能力。	36
4	办公自动化	熟练掌握文字处理软件的基本操作和综合应用对文字、表格、图形艺术字等多种对象进行综合编排;熟练掌握电子表格的基本操作和综合应用;熟练掌握电子演示文稿的基本操作和综合应用;熟悉现代办公设备的使用与维护(传真机、扫描仪、打印机、复印机等)。	36
5	商品知识	通过本课程学习了解和掌握商品知识的基本知识,具备商品的基本技能和专业技能,培养学生解决问题和分析问题的能力。	36
6	商业文化与素养	通过本课程学学习认知商业文化、感受商业文化、传承商道、遵循商业规范,全面提升职业素养。	36
7	会计基础	本课程是中等职业学校会计专业学生必修的一门专业基础课程,其任务是使学生了解会计工作职责任务、工作组织会计信息质量要求,理解会计工作对象和会计核算方法体系,掌握会计核算基本方法和会计基础工作规范要求,会填制与审核企业基本业务会计凭证,会登记主要会计账簿,会编制资产负债表和利润表简表,为后续专业课学习奠定基础。	72
8	网络广告设计 FLASH	通过本课程的 FLASH 动画制作软件的学习,掌握动画制作的基本方法,掌握动画创作的方法,独立完成 FLASH 动画制作。	36
9	商务沟通	通过本课程学习,培养学生了解商务沟通的一般原理、原则的基础上,要求学生理解掌握并能够灵活运用沟通各种技巧。	36



（六）素质拓展学分

1. 鼓励获取的高水平职业资格（技能）证书

电子商务专业：办公软件应用专项职业能力证书、1+X 电子商务数据分析职业技能证书、1+X 网店运营职业技能证书。

2. 在校期间学生可参与的中等职业学校专业技能竞赛

电子商务专业：国家级、区、市级中等职业技能竞赛电子商务技术项目；国家级、区级“博导前程杯”电子商务运营技能竞赛；国家级、区级“奥派杯”电子商务技能竞赛。

3. 在校期间学生可参与的专业社团

专业社团包括：巧思社、摄影社、动漫社、舞狮社、跆拳道社、双截棍社、茶艺社、礼仪社等专业社团，通过社团活动获取相应成绩。

4. 社会实践

鼓励现代专业群内学生利用寒暑假时间，积极参与社会实践活动。

5. 对口帮扶

鼓励现代专业群内学生利用寒暑假时间，积极参与对口帮扶活动。

（七）顶岗实习

实训时间：累计总学时原则上为一学年。在确保学生实习总量的前提下，鼓励学校和企（事）业单位探索实行工学交替、多学期、分段式安排学生实习等改革创新。

实习要求：认真落实教育部关于《职业学校学生顶岗实习管理规定（试行）》的有关要求，应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。



十一、教学时间安排

(一) 基本要求

1. 本专业基本学制为三年的总学时数约为 2970 学时。每学年为 40~42 周，其中教学时间 36~38 周（含复习考试）。周学时为 28~30 学时。实行学分制的学校，一般以每周课时量对应相等的学分，三年制合计约 170 学分。其中应包括军训、社会实践、入学教育、毕业教育、顶岗实习等活动。

2. 公共基础课学时为 698 学时，占总学时的 23.5%。专业技能课程中的专业核心课程为 920 学时，专业方向课程为 280 学时，拓展课程（专业选修课）为 72 学时，顶岗实习为 1000 学时，合计 2272 学时，占总学时的 76.5%。

3. 本专业的的基本学制按照《中等职业学校专业目录（2010 年修订）》设置为三年制时，增加职业技能训练时间，以高技能人才培养为目标，提高职业技能考核等级，在参照本标准的课程设置基础上，拓展专业群中可迁移岗位的职业能力培养。

4. 学校按照专业（技能）方向的特点，并结合区域经济发展和企业初次就业的实际需要，自主确定选修课程、开设顺序和周课时安排。

表 12 电子商务专业教学时间安排表（单位：周）

学期	一	二	三	四	五	六	小计
入学教育	1						1
军训	1						1
课堂教学	17	15	14	17			63
复习考试	1	1	1	1			4
考证培训		2	3				5
顶岗生产实习					20	20	40



学期	一	二	三	四	五	六	小计
毕业教育						1	1
综合素质训练	1	1	1	1			4
机动	1	1	1	1	1	1	6
合计	22	20	20	20	21	22	125

(二) 教学安排建议

1. 电子商务专业

表 13 电子商务专业教学计划

课程分类	课程编号	课程名称	学分	考核方式	学时分配				学期周学时分配					
					理论学时	理实一体	实践学时	总学时	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
公共基础课	g1	德育	8	考试	140			140	2	2	2	2		
	g2	语文	10	考试	180			180	3	3	2	2		
	g3	数学	4	考试	72			72	2	2				
	g4	英语	4	考试	72			72	2	2				
	g5	计算机应用基础	4	考试		72		72		4				
	g6	计算机录入	2	考试			36	36	2					
	g7	礼仪	2	考试	30		6	36	2					
	g8	心理健康	2	考试	34			34	1	1				
	g9	音乐与美术	2	考试	18		17	35	2					
	g10	体育	8	考试	10		130	140	2	2	2	2		
		小计		46		556	72	189	817	18	16	6	6	
专业基础课	zh1	电子商务基础	4	考试	34			34	2					
	zh2	商品图片处理	4	考试			68	68	4					
	zh3	市场营销基础	4	考试	36			36		2				
	zh4	视觉营销	4	考试			72	72		4				
	zh5	软文编辑	4	考试		68		68			4			
	zh6	商品流通	4	考试		68		68				4		
	zh7	消费者行为学	2	考试	32			32				2		



		小计	26		102	136	140	378	6	6	4	6		
专业核心课	高职升学方向	zh8	网络营销	4	考试		68	68			4			
		zh9	网店运营	8	考试			140	140	4	4			
		zh10	新媒体营销	4	考试		72	72					4	
		zh11	1+X 电子商务数据分析	4	考试		68	68				4		
		zh12	电商客服	4	考试		68	68				4		
		zh13	跨境电商	4	考试		72	72					4	
		zh14	1+X 直播电商	4	考试		72	72					4	
		zh15	电商综合实训	8	考试			140	140			4	4	
			小计	40		0	420	280	700	4	4	16	16	
	电子商务创业方向	zmt1	货源选品分析	1	考试			28	28			1w		
		zmt2	摄影与网店装修	3	考试			56	56			2w		
		zmt3	店铺运营管理	2	考试			28	28			1w		
		zmt4	客户服务	1	考试			28	28			1w		
		zmt5	网络营销推广	4	考试			112	112			4w		
		zmt6	数据分析	1	考试			28	28			1w		
		zmt7	自主实战	5	考试			140	140			5w		
		zmt8	巩固转化	3	考试			56	56			2w		
		tx1	创业策划与开店准备	2	考试			56	56				2w	
		tx2	创业融资	2	考试			56	56				2w	
		tx3	淘宝网店装修	3	考试			56	56				2w	
tx4		淘宝客服训练	1	考试			28	28				1w		
tx5		店铺运营策划	3	考试			56	56				2w		
tx6		店铺 SEO 优化	2	考试			56	56				2w		
tx7		店铺推广	5	考试			140	140				5w		
tx8		网店数据分析与汇总	2	考试			56	56				2w		
		小计	40	考试			980	980						
拓展选修课	任选二门	zt1	商品知识	2	考查									
		zt2	商业文化与素养	2	考查									
		zt3	网络广告设计 FLASH	2	考查									



zt4	泰国语言文化	2	考查										
zt5	商务沟通	2	考查										
zt6	市场营销综合实训	2	考查										
zt7	1+X 网店推广	2	考查										
zt8	1+X 电子商务数据分析	2	考查										
zt9	1+X 农产品运营	2	考查										
zt10	1+X 直播电商	2	考查										
小计		4			70	70		2	2				
顶岗实习		50				1000	1000					20w	20w
高职升学方向		111		684	694	609	1987	28	28	28	28		
电商创业方向		157				980	980	28	28	17w	18w	20w	20w

十二、教学实施

（一）教学要求

公共基础课培养学生思想政治素质、职业道德水平和科学文化素养，为学生专业知识的学习和技能的培养奠定基础，满足学生职业生涯发展的需要。

专业课按照相应职业岗位(群)的能力要求，强调理论实践一体化，突出“做中学、做中教”的职教特色，建议采用项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情境教学等方法，创新课堂教学。

（二）教学管理

建立教学管理组织协调机制，教务处、科研处和专业部紧密配合，对常规教学各个环节进行全程管理和监控；建立教务处、科研处和专业部三级督学机制，实现助教、督学、督管；建立校内教师互评机制，在校内开展公开课、示范课，校内教师对主讲教师教学效果进行评价；建立学生教学效果反馈机制，对所有上课教师的教学效果进行反馈。



十三、教学评价

教学评价是促进中职教育管理、推动改革的重要手段。通过校内评价与社会评价相结合，建立完善的信息反馈系统，为教学改革、人才培养提供重要依据。依据项目教学的进程，将平时成绩与期终考试评定相结合，综合利用形成性、诊断性和终结性评价来调整教学策略。对学生素质进行横向和纵向比较，确定学生文化基础优劣及其潜能所在。根据专业技能标准，制定考核的多元评价机制，使评价真正能够反映学生的知识、能力与素质。

表 14 教学评价比例分布表

课程分类	评分项目	分值比例	评分说明（评价内容）
文化基础课	平时成绩	60%	包括考勤情况、学习态度、作业情况等。
	期考成绩	40%	期末统一考试。
专业基础课	平时成绩	60%	包括考勤情况、学习态度、作业情况等。
	期考成绩	40%	期末统一考试。
专业核心课	平时成绩	60%	包括考勤情况、学习态度、作业情况等。
	期考成绩	40%	期末统一考试。
专业融通课	平时成绩	60%	包括考勤情况、学习态度、作业情况等。
	期考成绩	40%	期末统一考试。
专业拓展课	平时成绩	60%	包括考勤情况、学习态度、参加拓展课程情况等。
	考查	40%	由教师根据学生参加拓展课程的综合表现进行评定。
职业技能鉴定	考核	20%	获得相应的职业资格证书。
技能竞赛	竞赛	20%	参加职业技能竞赛并获得相应的奖励等次。
社团活动	考查	20%	参加学校社团活动，根据表现情况获得相应的评价等级。



课程分类	评分项目	分值比例	评分说明（评价内容）
社会实践	考查	20%	参加社会实践活动，提供实践证明。
对口帮扶	考查	20%	参加对口帮扶活动，提供帮扶证明。
顶岗实习	学生自评	10%	由学生根据自己在企业的工作态度和掌握的专业技能进行综合评定。
	企业评价	50%	由企业根据学生在企业的工作态度和掌握的专业技能进行综合评定。
	实习总结	20%	根据学生实习总结予以评定。实习总结中应包括实习计划的执行情况、质量分析与评估、存在问题与解决措施、经验体会与建议等。
	实习带队教师考评	20%	由带队教师根据学生在企业的工作态度、遵守纪律和掌握的专业技能进行综合评定。

十四、实训实习环境

本专业群应配备校内实训室和校外实训基地。实训室的环境要具有真实性，并能应用仿真技术，具备工作、教研、实训及展示等多项功能。

（一）校内实训室

1. 房地产营销实训室；
2. 百度互联网搜索营销实验室；
3. 营销策划实训室；
4. 电子商务模拟沙盘实训室；
5. 市场营销沙盘云实战平台；
6. 网络广告设计实训室；
7. 整合电子商务实训室；
8. 呼叫中心实训室；
9. 移动电子商务实训室；



10. 物流综合实训室;
11. 物流信息化实训室;
12. 物流实训户外场地;
13. 快递实训场地;

(二) 校外实训基地

根据电子商务专业的特点和发展方向，通过加强与企业合作，开展本专业群学生的顶岗实习，在校外实训中着力培养学生的职业素质、道德和能力，以弥补校内实训基地无法达到的培养效果，使得学生毕业之后能迅速与企业零距离无界限化的接轨。电子商务专业通过深化校企合作，签定了以下校外实训基地：

表 15 签约企业、校外实训基地一览表

序号	企业名称	实训容量	校企合作类型	合作范围
1	广西华润万家生活超市有限公司	60人	实训基地	顶岗实习、集中实习、师资培训、教师挂职、企业培训、活动运作、专业共建
2	北京博导前程信息技术有限公司	10人	实训基地	冠名培养、师资培训、教师挂职、企业培训、专业共建
3	北京络捷斯特科技发展有限公司	10人	实训基地	冠名培养、顶岗实习、师资培训、教师挂职、企业培训、专业共建
4	南宁市人人乐商业有限公司	100人	实训基地	顶岗实习、教师挂职、企业培训、专业共建
5	广西博讯信息技术有限公司	50人	实训基地	顶岗实习、教师挂职、专业共建
6	南宁欣盛远教育科技有限公司	50人	实训基地	顶岗实习、教师挂职、专业共建
7	菜鸟驿站	50人	实训基地	订单培养、顶岗实习、集中实习、师资培训、教师挂职、企业培训、活动运作、专业共建
8	广西南宁梦之岛商业管理有限公司	150人	实训基地	顶岗实习、教师挂职、企业培训、专业共建
9	广西越国商贸有限公司	50人	实训基地	顶岗实习、专业共建



序号	企业名称	实训容量	校企合作类型	合作范围
10	南宁森源盛世贸易有限公司	50人	实训基地	顶岗实习、专业共建

十五、专业师资

师资队伍整体结构应合理，符合专业目标定位要求，适应学科、专业长远发展需要和教学需要。专业带头人和骨干教师占到专业课教师总数的2/5左右，专业带头人由具有中级职称以上(含中级职称)和研究生学历的“双师型”教师，要能够站在电子商务专业领域发展前沿，掌握本专业行业发展最新动态；骨干教师要参与课程的建设与课题的研究。

（一）年龄结构合理

电子商务专业需要教师具有较强的获取、吸收、应用新知识的能力。年龄在50岁以下的高级讲师及35岁以下的讲师所占比例要适宜，中青年骨干教师所占比例要高。

（二）学历（学位）和职称结构合理

具有研究生学历和讲师以上职称的教师占专任教师的比例达60%以上。

（三）生师比结构合理

生师比适宜，为满足本专业教学工作的需要，生师比接近20：1。

（四）“双师型”教师比例结构合理

积极鼓励教师参与科研项目研发、到企业挂职锻炼，并获取电子商务专业相关的职业资格证书，逐步提高“双师型”教师比例，使之达到90%以上。



（五）专兼比结构合理

聘请在生产实践中有较高技术水准，有一定教学水平和科研能力的人担任兼职教师，使兼职教师占专任教师的比例达到 30%，以改善师资队伍的知识结构和人员结构，提高我校教师的实践教学水平，具备指导专业建设，参与课程教学与教材编写，能参与专业建设与校企合作项目。



十六、人才培养质量标准

（一）合格标准

完成相关课程学习，达到毕业学分 170 学分。

（二）良好标准

达到合格标准，且具备下列条件之一者，为良好。

1. 无补考，且平均成绩 75 分以上；
2. 获校级三好学生、优秀学生干部、优秀班干部等荣誉称号；
3. 参加国家、省、市、县及学校组织的各项活动获得校级以上表彰者。

（三）优秀标准

达到合格标准，并且具备下列条件之一者，为优秀。

1. 无补考，平均成绩 85 分以上；
2. 获市级以上三好学生、优秀学生干部等荣誉称号；
3. 参加国家、省、市、县及学校组织的各项活动获得市级以上表彰者。

