

# 江苏省海门中等专业学校

## 2021 级电子商务专业实施性人才培养方案

### 一、专业与专门化方向

专业类别：电子商务类（代码：7307）

专业名称：电子商务（专业代码：730701）

专门化方向：客服服务、网店推广

### 二、入学要求与基本学制

入学要求：初中毕业生或具有同等学力者

基本学制：3 年

### 三、培养目标

本专业落实立德树人根本任务，注重学生德智体美劳全面发展，培养具有良好的职业品质和劳动素养，掌握跨入电子商务行业所必需的基础知识与通用技能，以及本专业对应职业岗位所必备的知识与技能，能胜任客服服务、网店推广以及相应服务、管理等一线工作，具备职业适应能力和可持续发展能力的高素质劳动者和复合型技术技能人才。

### 四、职业面向

专门化方向	职业（岗位）	职业资格要求	继续学习专业	
网店推广	电子商务师 (4-01-02-02)	全国计算机等级考试（一级） 普通话（二级乙等）	高职：	本科：
客服服务			电子商务	电子商务

注：每个专门化方向可根据区域经济发展对人才需求的不同，任选一个工种，获取职业资格或职业技能等级证书。

### 五、培养规格

#### （一）综合素质

1. 树立正确的世界观、人生观、价值观，具有良好的思想政治素质，坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感，砥砺强国之志、实践报国之行之行。

2. 具有社会责任感，履行公民义务，行使公民权利，维护社会公平正义。具有较强的法律意识和良好的道德品质，遵法守纪、履行公民道德规范和中职生行为规范。

3. 具有扎实的文化基础知识和较强的学习能力，具有爱岗敬业服务电子商务专业的情怀，为专业发展和终身发展奠定坚实的基础。

4. 具有理性思维品质，崇尚真知，能理解和掌握基本的科学原理和方法，能运用科学的思维方式认识事物、解决问题、指导行为。

5. 具有良好的心理素质和健全的人格，理解生命意义和人生价值，掌握基本运动知识和运动技能，养成健康文明的行为习惯和生活方式，具有健康的体魄。

6. 具有一定的审美情趣和人文素养，了解古今中外人文领域基本知识和文化成果，能够通过 1~2 项艺术爱好，展现艺术表达和创意表现的兴趣和意识。

7. 具有积极劳动态度和良好劳动习惯，具有良好职业道德、职业行为，形成通过诚实合法劳动创造成功生活的意识和行为，在劳动中弘扬劳动精神、劳模精神和工匠精神。

8. 具有正确职业理想、科学职业观念和一定的职业生涯规划能力，能够适应社会发展和职业岗位变化。

9. 具有良好的社会参与意识和人际交往能力、团队协作精神。热心公益、志愿服务，具有奉献精神。

10. 具备质量意识、环保意识、安全意识、创新思维。

## **(二) 职业能力**

### **1. 行业通用能力：**

(1) 具有安全操作、环境保护及电子商务等法规相关知识和技能。

(2) 了解电子商务企业的运作过程，具有一定的电子商务运作体验。

(3) 能够看懂商务活动手册及常用设备仪器使用说明书。

(4) 能够解决本专业的一般技术问题，具有初步的工作计划、组织、实施能力。

(5) 能使用各类办公软件，中文录入速度达 45 字/分。

### **2. 专业核心能力**

(1) 实务性，熟悉电子商务经济，能独立从事电子商务系统规划、设计、研发和管理的高级工程技术人才。

(2) 复合型，文、经、理、工法兼容、多学科知识能力结构交叉。

(3) 多元化，分商务应用、技术研发、战略管理等若干类型，有针对性的分层培养。

(4) 错位式，突出本校专业平台的特色和优势，与其他学校差异化培养学生。

### **3. 职业特定能力：**

#### **(1) 客服服务能力：**

能够处理每日客户订单情况并及时回报；负责与仓库对接，合理安排发货任务；统计销售及回款数据，及时上报领导；完成上级交给的其它事务性工作；处理每日客户订单情况并及时回报；使用礼貌有活力的沟通语言。

#### **(2) 网络推广能力：**

具有较强的语言表达和沟通能力，具有较强的服务意识；熟悉网络平台推广，售前售后服务的电子商务流程，具备电子商务模式(B2B, B2C, C2C 等)的实际操作能力；熟悉网络平台推广，售前售后服务的电子商务流程。

### **4. 跨行业职业能力：**

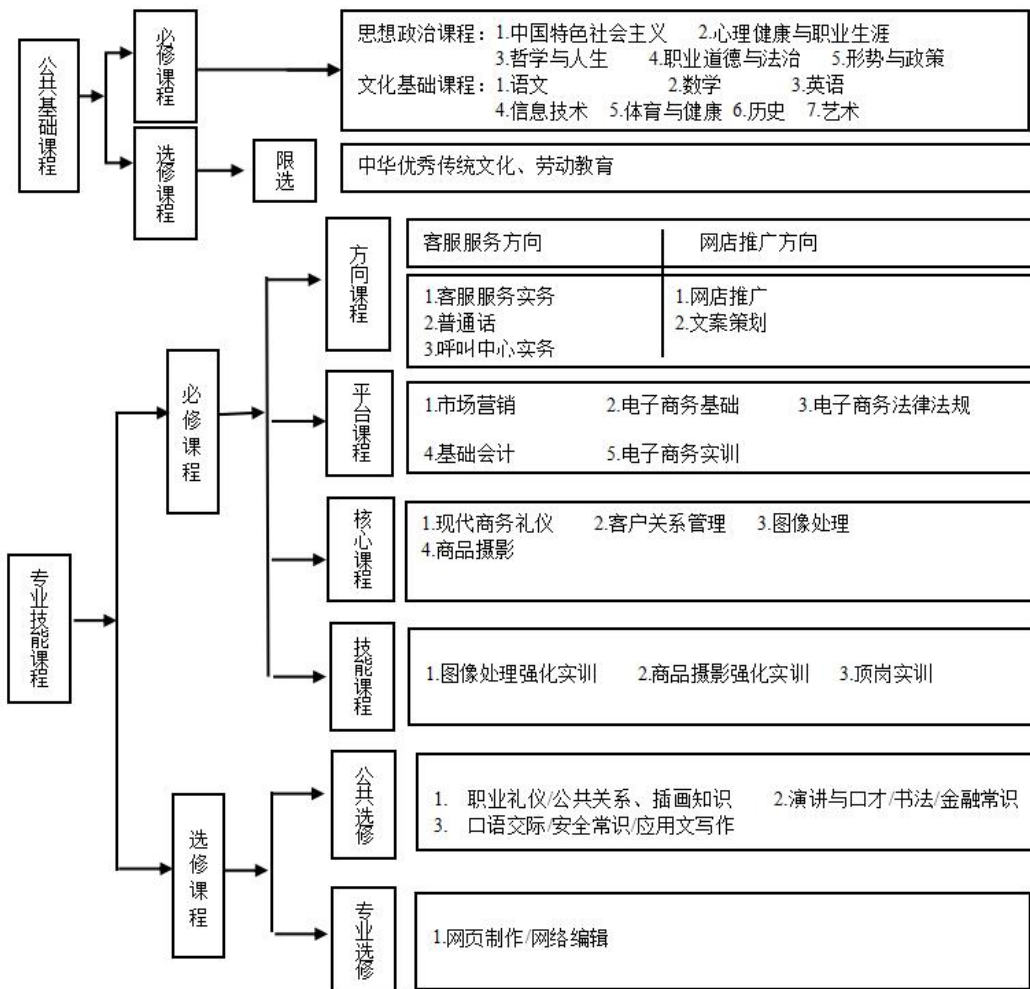
(1) 具有适应岗位变化的能力。

(2) 具有企业管理及现场管理的基础能力。

(3) 具有创新和创业的基础能力。

## 六、课程设置及教学要求

### (一) 课程结构



### (二) 主要课程教学要求

#### 1. 公共基础课程教学要求

课程名称	教学内容及要求	参考学时
思想政治	执行教育部颁布的《中等职业学校思想政治课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。学校可结合办学特色、专业情况和学生发展需求，增加不超过36学时的任意选修内容（拓展模块），相应教学内容依据课程标准，在部颁教材中选择确定	156
语文	执行教育部颁布的《中等职业学校语文课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修（职业模块）54学时的教学内容，由学校结合专业情况和学生发展需求，依据课程标准，在部颁教材中选择确定	234
历史	执行教育部颁布的《中等职业学校历史课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。学校可结合办学特色、专业情况和学生发展需求，增加不超过18学时的任意选修内容（拓展模块），相应	64

	教学内容依据课程标准，在部颁教材中选择确定	
数学	执行教育部颁布的《中等职业学校数学课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修（职业模块）36学时的教学内容，由学校结合专业情况和学生发展需求，依据课程标准选择确定	234
英语	执行教育部颁布的《中等职业学校英语课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修（职业模块）36学时的教学内容，由学校结合专业情况和学生发展需求，依据课程标准选择确定	144
信息技术	执行教育部颁布的《中等职业学校信息技术课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。具体教学内容应结合专业情况、学生发展需要，依据课程标准选择确定	102
体育与健康	执行教育部颁布的《中等职业学校体育与健康课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修和任意选修教学内容，由学校结合教学实际、学生发展需求，在课程标准的拓展模块中选择确定	144
艺术	执行教育部颁布的《中等职业学校艺术课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。学校可结合实际情况，增加一定学时的任意选修内容（拓展模块），其教学内容可结合学校特色、专业特点、教师特长、学生需求、地方资源等，依据课程标准选择确定	34
劳动教育	执行中共中央国务院发布的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》相关要求，劳动教育以实习实训课为主要载体开展，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育不少于16学时	17

## 2. 主要专业（技能）课程教学要求

### （1）专业类平台课程

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
市场营销 (153课时)	(1) 市场营销的基本内容； (2) 市场营销环境； (3) 消费者市场、消费者行为、消费者需求； (4) 市场调查与预测； (5) 市场细分、市场定位； (6) 产品和价格策略； (7) 促销策略； (8) 渠道策略； (9) 营销组织与控制	(1) 能敏锐洞察市场营销观念的演变； (2) 能分析案例产品的市场营销环境； (3) 能判断消费者行为，学会分析产品在电子商务环境下消费者需求的变化； (4) 能开展市场营销调研，并对调研结果初步分析； (5) 能在调研基础上初步学会细分市场及对市场进行正确定位； (6) 能够分析常用产品的特色、品牌、包装及其定价策略； (7) 会运用常用的促销策略； (8) 能分析产品适用的渠道策略；

		(9) 会综合运用营销组合策略
电子商务基础 (68课时)	(1) 电子商务的基本内容; (2) 互联网基本服务功能; (3) 电子商务模式; (4) 网络营销; (5) 网上支付; (6) 电子商务物流; (7) 电子商务安全; (8) 电子商务法律知识; (9) 专业电子商务平台的运作知识	(1) 能敏锐洞察电子商务活动; (2) 能比较电子商务模式; (3) 熟悉网络营销的方式方法, 能进行网上营销策划、网上推广活动; (4) 能完成安全的网上支付; (5) 明确电子商务与物流的关系, 能合理选择电子商务物流方式和渠道; (6) 能提供安全的电子商务运作环境; (7) 能分析电子商务涉及的法律纠纷问题; (8) 能在专业的电子商务平台上开展电子商务活动
电子商务法律法规 (51课时)	电子商务基本原理; 电子商务法的基本理论; 电子签名法律制度; 电子认证法律制度; 电子支付法律制度; 电子商务中的隐私权问题; 电子商务与知识产权; 电子商务与税收问题; 电子商务安全问题; 电子商务犯罪问题; 电子商务纠纷的解决	掌握电子商务含义; 掌握电子商务法的调整对象和体系; 掌握电子签名的归属与完整性推定原则; 掌握数据电讯在一般情况下、合同订立中、对当事人单方以及证据等的确认方面的效力; 掌握对电子支付的监管方法; 掌握个人信息资料的一般保护规则; 掌握作品数字化问题与网络传播权; 了解电子商务税收政策应当进行哪些调整; 掌握如何完善电子商务安全的法律; 掌握电子商务犯罪的概念和特征; 掌握电子证据认证的方法
基础会计 (34课时)	(1) 了解会计的产生和发展历史, 掌握会计的基本概念; (2) 掌握会计核算的七种专门方法: 设置账户、复式记账、填制和审核会计凭证、登记账簿、成本计算、财产清查编制财务会计报告; (3) 明确不同会计核算程序的应用和相关会计法规。	(1) 能够填制和原始凭证; (2) 能够填制和审核记账凭证; (3) 能够熟练登记各种账簿和运用错账更正方法; (4) 能够根据账簿资料编制财务会计报告。

(2) 专业核心课程

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
现代商务礼仪	(1) 现代商务礼仪的原则	(1) 了解礼仪的形成、发展以及礼仪的含义;

(48课时)	<p>与功能；</p> <p>(2) 职场礼仪；</p> <p>(3) 现代商务场合中通用的礼仪规范；</p> <p>(4) 办公场合礼仪规范；</p> <p>(5) 商务活动中的社交问题；</p> <p>(6) 涉外商务往来基本礼仪规范；</p> <p>(7) 礼貌沟通</p>	<p>(2) 理解现代商务礼仪的原则和功能；</p> <p>(3) 能注重自身形象塑造，具有良好的职业形象和心理素质；</p> <p>(4) 掌握面试的礼仪、技巧、准备、常见问题以及面试的禁忌；</p> <p>(5) 能掌握现代商务场合中通用的礼仪规范，以正确方式表达对别人的尊重，避免无意中冒犯他人；</p> <p>(6) 展示基本的办公场合礼仪规范，塑造良好的企业形象；</p> <p>(7) 能分析实际商务活动中的社交问题，正确运用所学的礼仪知识，提出解决的办法；</p> <p>(8) 理解商务仪态行为中的体态训练；</p> <p>(9) 能在涉外商务往来中遵守基本礼仪规范</p>
客户关系管理 (48课时)	<p>(1) 客户关系管理；</p> <p>(2) CRM主要理论；</p> <p>(3) 客户满意理论；</p> <p>(4) 关系营销理论的实质，客户生命周期；</p> <p>(5) 呼叫中心；</p> <p>(6) 数据仓库；</p> <p>(7) 客户管理战略；</p> <p>(8) 客户关系管理项目；</p> <p>(9) 企业客户关系管理软件（单机版）</p>	<p>(1) 能说出客户关系管理的涵义、类型以及营销策略；</p> <p>(2) 能掌握客户满意理论；</p> <p>(3) 理解关系营销理论的实质，会计算客户生命周期；</p> <p>(4) 熟悉呼叫中心的概况，会分析呼叫中心与CRM的关系；</p> <p>(5) 能说出数据仓库的概念，会简单实施客户关系管理数据仓库；</p> <p>(6) 理解并掌握客户管理战略，能简单分析案例中公司的发展现状；</p> <p>(7) 能简单应用客户关系管理项目的实施；</p> <p>(8) 能安装使用企业客户关系管理软件</p>
图片处理 (128课时)	<p>(1) Photoshop基本知识和操作；</p> <p>(2) 图层的应用；</p> <p>(3) 图像的绘制与编辑；</p> <p>(4) 通道与蒙版；</p> <p>(5) 路径工具；</p> <p>(6) 文字编辑；</p> <p>(7) 滤镜应用；</p> <p>(8) 动作；</p> <p>(9) 图像输入与输出；</p> <p>(10) 图片处理及广告、海报等宣传品制作</p>	<p>(1) 了解图片及图像处理的基本知识；</p> <p>(2) 能运用Photoshop软件进行图片处理和图形设计；</p> <p>(3) 能运用Photoshop软件制作特效；</p> <p>(4) 能运用Photoshop软件进行简单的广告设计</p>
商品摄影(128	<p>(1) 摄影摄像基本常识；</p> <p>(2) 相机、摄像机的设置</p>	<p>(1) 能熟练设置、操作专业相机和摄像机；</p> <p>(2) 能进行风景、人像、静物摄影；</p>

课时)	与使用； (3) 相机光圈、快门、白平衡等设置与使用； (4) 摄影、摄像构图； (5) 视角与景别； (6) 摄影、摄像手法技巧； (7) 简单影视脚本的编写； (8) 室外、摄影棚、会议拍摄； (9) 辅助摄像设备的装配与使用	(3) 能运用景别、构图、蒙太奇等手段进行摄像； (4) 能在户内、户外、摄影棚等场所进行摄影摄像； (5) 能进行简单的商业性、艺术性作品的拍摄
-----	--	---

(3) 专业方向课程

① 客服服务方向

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
客户服务实务 (48课时)	(1) 客服岗位职责； (2) 店铺后台操作、接待客户； (3) 交易纠纷处理； (4) 店铺常规软件； (5) 客户心理	(1) 了解客服岗位职责； (2) 熟练操作店铺后台、正确运用社交工具，妥善接待客户； (3) 能正确处理纠纷交易； (4) 能熟练使用店铺常规软件； (5) 能分析客户心理，判断客户需求，合理推介产品
普通话 (16课时)	(1) 普通话概述； (2) 语音和语音系统； (3) 声母、韵母、声调； (4) 朗读	掌握普通话基本知识； 掌握普通话表达的基本技能； 提高学生职业语言素养； 能进行良好的人际沟通
呼叫中心实务 (48课时)	(1) 呼叫中心基本内容； (2) 客户和客户服务工作； (3) 客户服务准则； (4) 发声的部位及控制方法； (5) 语言交流及表达的技巧及正确方法； (6) 纠正不良发音及咬字； (7) 呼叫中心流程管控； (8) 呼叫中心管理结构与	(1) 了解呼叫中心的基本概念、产生及发展状况、在企业中的地位及影响； (2) 熟悉呼叫中心技术组成及主要的行业应用； (3) 能说出客户和客户服务工作的基本概念； (4) 能明确客户服务准则及呼叫中心坐席员应该具备的素质要求，形成品质管理的思维； (5) 认识人类语音发声的部位及控制方法； (6) 掌握语言交流及表达的技巧及正确方法； (7) 通过口腔训练操作等生活化的形式纠正坐席员不良发音及咬字； (8) 能了解呼叫中心涉及的相关技术、流程管控的重要性以及流程；

	角色定位； (9) 基层班组长的日常行政工作流程	(9) 了解呼叫中心管理结构与角色定位； (10) 熟悉基层班组长所需素养和技能，熟悉组长的日常行政工作流程
--	-----------------------------	---

②网店运营方向

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
网店推广 (64课时)	(1) 网上谈判与签约； (2) 网络销售与网店推广； (3) 网页设计与制作； (5) 网络支付与结算； (6) 物流配送； (7) 客户服务与管理； (8) 第三方平台； (9) 网店维护； (10) 客户关系维护	(1) 具备网上谈判与签约的知识； (2) 掌握网络销售与网店推广知识； (3) 能自行完成网页设计与制作； (5) 掌握网络支付与结算知识； (6) 熟悉物流配送知识，能合理选择物流渠道； (7) 掌握客户服务与管理知识； (8) 能在第三方平台建立网店，销售公司产品； (9) 能管理网店，维护网络销售平台； (10) 能正确维护客户关系，定期回访VIP客户
文案策划 (48课时)	(1) 商务软文写作； (2) 活动策划与实施； (3) 网络推广	(1) 了解现代商务文书写作基础知识；掌握常用文书的结构、格式及其文书的写作要求；能撰写常用的商务文书；了解商务软文的常见形式与撰写技巧；能为企业撰写营销软文； (2) 了解商业活动的具体内容和实施策划活动的工具和手段；掌握活动策划案的结构、格式及其写作基本要求；能根据电商活动的类型策划有效的活动主题活动目的，专业策划方案；能根据策划方案，制定实施计划，合理调配资源； (3) 了解网络推广的含义，能分析现状，制定推广策略；能利用电子邮件进行推广；了解搜索引擎优化推广的工作内容、运作方法及操作规范，能完成选择关键词，建设友情链接，发布外部链接及推广效果。



## 七、教学安排

### (一) 教学时间安排

学期	学期周数	教学周数		考试周数	机动周数
		周数	其中：综合的实践教学及教育活动周数		
一	20	18	1（军训与入学教育）	1	1
二	20	18	1（社会实践）	1	1
三	20	18	1（图像处理实训）	1	1
			1（商品摄影）		
四	20	18	1（图像处理实训）	1	1
			1（商品摄影）		
五	20	18	6（毕业教育）	1	1
六	20	18	18（顶岗实习）	—	—
总计	120	108	35	5	5

注：鼓励学校加强实践性教学，学时安排达到总学时的 50%。

(二) 教学进程安排

课程类别			序号	课程名称	课时及学分		周课时及教学周安排						考核方式	
					课时	学分	一	二	三	四	五	六	考试	考查
							17+1	17+1	16+2	16+2	12+6	18		
公共 基础 课程	思想 政治 课	必修	1	中国特色社会主义	34	2	2						√	
			2	心理健康与职业生涯	34	2		2					√	
			3	哲学与人生	32	2			2				√	
			4	职业道德与法治	32	2				2			√	
			5	形势与政策	24	2					2		√	
	文化 课	必修	1	语文	234	15	3	3	3	3	3		√	
			2	数学	234	15	3	3	3	3	3		√	
			3	英语	144	9	2	2	2	2	2		√	
			4	体育与健康	144	9	2	2	2	2	2			√
			5	历史	64	4			2	2			√	
			6	艺术	34	2	1	1						√
			7	信息技术	102	6	4	2					√	
	限选	9	中华优秀传统文化	34	2	1	1						√	
		10	劳动教育*	17	1	1							√	
	公共基础课合计					1163	73	19	16	14	14	12	0	√

专业 (技 能) 课程	专业类 平台课程	1	市场营销	153	10	5	4					√		
		2	电子商务基础	68	4	4						√		
		3	电子商务法律法规	51	3		3					√		
		4	基础会计	34	2		2					√		
		5	电子商务综合实训	228	14					19		√		
		专业平台课程小计			534	33	9	9			19			
	专业 核心 课程	1	现代商务礼仪	48	3				3				√	
		2	客户关系管理	48	3				3				√	
		3	图像处理	128	8			4	4				√	
		4	商品摄影	128	8			4	4				√	
		专业核心课程小计			352	22			8	14				√
	专业 方向 课程	客服服 务	1	客户服务实务	48	3			3				√	
			2	普通话	16	1			1				√	
			3	呼叫中心实务	48	3			3				√	
		网店运 营	1	网店推广	64	4			4				√	
2			文案策划	48	3			3				√		
专业方向课程小计			112	7			7							

	专业技能实训课程	1	图像处理强化训练	62	2			1W	1W				√
		2	商品摄影强化训练	62	2			1W	1W				√
		3	顶岗实习	558	18						18W		√
		专业技能实训课程小计		682	22			2W	2W		18W		
专业（技能）课程合计				1680	84	9	9	15	14	19			
任选课程	公共选修类	1	职业礼仪/公共关系/插画知识	51	3	3							√
		2	演讲与口才/书法/金融常识	48	3				3				√
		3	口语交际/安全常识/应用文写作	32	2			2					√
	专业选修类	1	网页制作/网络编辑	102	6		6					√	
任选课合计				233	14	3	6	2	3				
其他教育活动	军训、专业认识与入学教育			30	1	1W							
	社会实践			30	1		1W						
	毕业考核与毕业教育			180	6					6W			
	素质拓展课程合计			240	8	1W	1W	2W	2W	6W	18W		
总计				3316	179	31	31	31	31	31			

注：1. 总学时 3316。公共基础必修占比约 35%；专业技能课(含顶岗实习、专业认识与入学教育、毕业教育)占比约 58%；其余占比约 7%。

2. 总学分 179。学分计算办法：第 1 至第 5 学期每学期 16-18 学时记 1 学分；专业实践教学周 1 周记 1 学分；顶岗实习 1 周记 1 学分；军训、专业认识与入学教育、社会实践活动、毕业教育等活动，共 8 学分；利用实训课，进行劳动实践教育；利用班会课进行工匠

## 八、实施保障

### （一）师资条件

#### 1. 师德师风

热爱职业教育事业，具有职业理想、敬业精神和奉献精神，践行社会主义核心价值体系，履行教师职业道德规范，依法执教。立德树人，为人师表，教书育人，自尊自律，关爱学生，团结协作。在教育教学岗位上，以人格魅力、学识魅力、职业魅力教育和感染学生，因材施教、以爱育爱，做学生职业生涯发展的指导者和健康成长的引路人，展示出默默奉献的职业精神。

#### 2. 专业能力

（1）专业带头人应拥有电子商务的专业视野和实践经验，具有专业前沿知识和先进教育理念，教学水平高、教学管理强，在本区域或本专业领域具有一定的影响力。能够较好地把握相关行业、专业发展态势，了解行业企业对本专业人才的实际需求，潜心课程教学改革，带领教学团队制订高水平的“实施性人才培养方案”，有力推进专业建设、课程建设、校企合作、实训基地建设，提高人才培养质量。

（2）公共基础课程学科带头人和专业（技能）课程负责人应具有较强的课程研究能力和实施能力，能够组织开展具有一定规模的示范性、观摩性等教研活动，能够组织专业团队积极推进课堂教学改革与创新，提升课程建设水平，建设新型教学场景，优化课堂生态，深化信息技术应用，打造优质课堂。

（3）专任教师应具有中等职业学校教师资格证书和与任教学科相符的专业背景，熟悉教育教学规律，对任教课程有较为全面理解，具备较强的学情分析、教学目标设定、教学设计、教案撰写、教学策略选择、教学实施和评价能力，能运用信息化教学手段，合理使用信息化资源，注重教学反思，关注教学目标达成，持续改进教学效果；能积极开展课程教学改革和实施，具备一定的课程开发能力。专任专业教师还应具有从事学科（课程）教学所在行业高级以上职业资格证书或职业技能等级证书，有每5年累计不少于6个月的企业实践经历。专业教师应具有良好的专业知识和实践能力，能够开展理实一体教学活动及实践技能示范教学，参加产学研项目研究及教学竞赛、技能竞赛等活动，能开发颇具专业特色的校本教材。

#### 3. 团队建设

专任专业教师与在籍学生的师生比，本科学历、研究生学历、高级职称的比例，专任专业教师高级以上职业技能等级证书或非教师系列专业技术中级以上职称的比例，兼职教师的比例及相关要求，应符合国家、省关于中等职业学校设置和专业建设的相关标准要求和具体规定。专任专业教师中应具有来自不同专业背景的专业水平高的专任专业教师，建设符合项目式、模块化教学需要的、课程负责人领衔的、跨学科领域的、专兼结合的教学创新团队，实现知识、技能和实践经验的优质互补和跨界融合，不断优化教师团队能力结构，以团队协作的方式开展教学、提升质量。

### （二）教学实施

#### 1. 专业教室

专业教室应符合国家、省关于中等职业学校设置和专业建设的相关标准要求和具体规定，配备符合要求的安全应急装置和通道；建有智能化教学支持环境，满足信息化教学的必备条件；具有体现行业特征、专业特点、职业精神的文化布置。

#### 2. 实训实习基本条件

### (1) 校内实训实习基本条件

根据本专业人才培养目标的要求及课程设置的需要,按每班 35 名学生为基准,校内实训室配置如下:

实训室名称	主要设备名称	数量(台/套)	规格和技术的特殊要求
电商基础实训	服务器	1	
	电脑	36	以小组(6台)形式摆放
	网络营销模拟应用软件	1	系列软件
	多媒体设备	1	
	电子教室管理软件	1	
移动电商实训	服务器 6大模块相关配套设备	6	6大模块,系列管理软件
商品摄影综合实训	商品摄影设备	4	

### (2) 校外实训实习基本条件

校外实训基地应满足学生顶岗实习、专业教师企业实践的需要,按照本专业人才培养方案的要求配备场地和实习实训指导人员,实训设施设备齐全,校企双方共同制订实习方案、组织教学与实习管理。校外实训基地的具体要求如下:

①根据本专业人才培养的需要和电子商务专业发展的特点,建立校外实习基地,一是以专业认识和参观为主的实习基地,该基地能反映目前专业发展新技术,并能同时接纳较多学生实习,为新生入学教育和专业认知课程教学提供条件;二是以接收学生社会实践、跟岗实习和顶岗实习为主的实训基地,该基地能为学生提供真实的专业综合实践训练的工作岗位,以上校外实训基地6个以上,且合作协议满3年。实习企业应具备独立法人资格、依法经营3年以上,具有一定的规模,能满足至少35人同时进行专业认识实践或客户服务、网店推广等生产应用技能实训活动。

②实习单位应具有现代化管理理念、先进的管理模式和完善的管理制度,能依法依规保障学生的基本劳动权益,保障学生实习期间的人身安全和健康。实习单位应提供电子商务专业所涉及的技术规范、操作规程等详细资料,配备必要的图书学习资料及网络资源,为实习生提供必需的住宿、餐饮、活动等生活条件。

③实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师。实习指导教师应从事该专业岗位工作3年以上,思想素质较高、业务素质优良,责任心较强,有一定的专业理论水平,热心于电子商务专业岗位的技能人才培养,能协同专任专业教师开发具有行业特色、符合教学需求的技能教学项目,组织开展专业教学和职业技能训练,完成学生实习质量评价,共同做好学生实习服务和管理工作。

### (三) 教学资源

#### 1. 教材

学校应建立严格的教材选用制度,教材原则上应从国家推荐教材目录和《江苏省中等职业教育主干专业核心课程推荐教材目录》中遴选。专业教材要能体现产业发展的新技术、新规范,发挥服电子商务专业教师、行业专家等作用,规范专业教材遴选程序,禁止不合格的教材进入课堂。

#### 2. 图书文献资料

配备行业政策法规、职业标准、技术手册、实务案例及专业期刊等图书文献。

### 3. 数字资源

充分利用智慧职教平台有关财经商贸类专业国家教学资源库中相关数字化资源。学校可以根据自身条件建设，在电子商务专业实训教学场所建设1个及以上的虚拟仿真实训室，建有与实训内容相配套的信息化教学资源，能够组织开展信息化实训教学活动。建设、配备与专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件、数字教材等数字资源，提供阿里巴巴、中国制造网、敦煌网、环球资源网、百方网、中国供应商、世界工厂网、淘宝商城、京东商城、苏宁易购、中国化工网、矿山机械网、装备制造网、现代农业网、纺织服装网等重要网站，做到种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

## 九、质量管理

### （一）编制实施性人才培养方案

职业学校依据本方案，开展专业调研与分析，结合学校具体实际，编制科学、先进、操作性强的专业实施性人才培养方案，并滚动修订。具体要求为：

1. 落实立德树人根本任务，注重学生正确价值观、必备品格和关键能力的培养，主动对接经济社会发展需求，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，确定本校本专业培养目标、人才培养规格、课程设置和教学内容。

2. 注重中高职衔接人才培养。着眼于学习者的专业成长和终身发展，针对“3+3”“3+4”分段培养，职教高考升学，以及中高职衔接其他形式，通过制订中高职衔接人才培养方案，在现代职教体系框架内，统筹培养目标、课程内容、评价标准，实现中职与高职专业、中职与职教本科专业，在教学体系上的有机统一。

3. 贯彻教育部《中等职业学校公共基础课程方案》《江苏省中等职业学校电子商务类专业课程指导方案（试行）》，开足开好公共基础必修课程和专业类平台课程。

4. 选修课程分为限定选修课程和任意选修课程。公共基础限选课程要落实国家、教育部的相关规定，公共基础任意选修课程、专业（技能）任意选修课程的课程设置、教学内容、学时（学分）安排，要结合专业特点、学生个性发展需求和学校办学特色，有针对性地开设，并科学合理地选择课程内容。

以下任意选修课程仅供参考：

（1）公共基础任选课程：中华优秀传统文化、劳动教育等。

（2）专业（技能）任选课程：职业礼仪、公共关系、插画知识、演讲与口才、书法、金融常识、口语交际、安全常识、应用文写作网页制作、网络编辑等；或技能拓展考级的强化课程；或社会实践课程。

5. 实施“2.5+0.5”学制安排，学生校内学习5学期，校外顶岗实习1学期。三年总学时数为3316，其中，公共基础课程（含军训）学时占比约为40%，专业（技能）课程（含专业认知与入学教育、毕业考核、毕业教育等）学时占比约为60%。课程设置中应设任意选修课程，其学时数占总学时的比例应不少于10%。

6. 职业学校应统筹安排公共基础课程、专业（技能）课程，科学安排课程顺序，参考专业性人才培养方案中的“教学安排”建议，编制本校本专业教学进程表和课程表，并作为“专业性人才培养方案”的附件。为适应中等职业学校专业课程门数较多、实践时间较长的特点，教学进

程表和课程表编制方式应科学合理、灵活机动，保证开足每门课程所需学时和教学内容。

学分计算办法：公共基础课程每 18 学时计 1 学分，专业（技能）课程 18 学时计 1 学分；军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动，1 周为 2 学分；专业实践教学周每周按 30 学时计算，1 周计 1 学分；顶岗实习 1 周计 1 学分。

#### 7. 制订课程实施性教学要求

(1) 学校应依据教育部《中等职业学校专业教学标准》《江苏省中等职业学校电子商务类专业课程指导方案（试行）》《省中等职业学校本专业指导性人才培养方案》，以及教育部中等职业学校公共基础课课程标准、江苏省中等职业学校公共基础有关课程的教学要求、省中等职业学校专业课程实施标准、职业院校“1+X”证书制度试点内容，参照相应课程标准（或教学要求）的体例格式，编写本校本专业的公共基础课程、专业（技能）主干课程实施性教学要求，并以“××学校××专业××课程实施性教学要求”为标题，呈现在正文中或作为“专业实施性人才培养方案”的附件。

(2) 课程实施性教学要求必须有机融入思想政治教育元素，紧密联系专业发展实际和行业发展要求，推进专业与产业对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接，合理确定课程教学目标，科学选择教学内容，明确考核要求，着力转变教学方式、优化教学过程，有力支撑专业人才培养目标的实现。

(3) 课程实施性教学要求必须能切实指导任课教师把握教学目标，开展教学设计，规范教案撰写和课堂教学实施，合理运用教材和各类教学资源，提高教学组织实施水平。

8. 在专业指导性人才培养方案的基础上，细化本校本专业的“实施保障”内容，包括专业教师、教学设施、教学资源等在结构、内容、数量、质量上的配置情况；明确“质量管理”举措，包括教学管理机制和管理方式，本专业教育教学改革的推进模式、主要内容和实践举措；说明“毕业考核”的具体要求。

### （二）推进教育教学改革

1. 强化基础条件。持续做好师资队伍、专业教室、实训场地、教学资源等基础建设，统筹提高教学硬件与软件建设水平，为保障人才培养质量创造良好的育人环境。

2. 明确教改方向。充分体现以能力为本位、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，积极推进现代学徒制人才培养模式，加强德技并修、工学结合，实施“1+X”证书制度，着力培养学生的专业能力、综合素质和职业精神，提高人才培养质量。

3. 提升课程建设水平。坚持以工作过程为主线，整合知识和技能，重构课程结构；主动适应产业升级、社会需求，体现新技术、新工艺、新规范，引入典型生产案例，联合行业企业专家，共同开发工作手册、任务工作页和活页讲义等专业课程特色教材，不断丰富课程教学资源。对于推进“1+X”证书制度试点项目，应制订本专业开展教学、组织培训和参加评价的具体方案，作为“专业实施性人才培养方案”的附件。

4. 优化课堂生态。推进产教融合、校企合作，建设新型教学场景，将企业车间转变为教室、课堂，推行项目教学、案例教学、场景教学、主题教学；以学习者为中心，突出学生的主体地位，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，促进学生主动学习、释放潜能、全面发展；加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。

5. 深化信息技术应用。适应“互联网+职业教育”新要求，推进信息技术与教学有机融合，推动大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的广泛应用，推广翻转课堂、混合式教



学等教学模式，建设能够满足多样化需求的课程资源，创新服务供给模式，推动课堂教学革命。

### **（三）严格毕业要求**

根据国家和省的有关规定，落实本专业培养目标和培养规格，细化、明确学生毕业要求，完善学习过程监测、评价与反馈机制，强化实习、实训、毕业综合项目（作品、方案、成果）等实践性教学环节，注重全过程管理与考核评价，结合专业实际组织毕业考核，保证毕业要求的达成度。

本专业学生的毕业要求为：

1. 符合《江苏省中等职业学校学生学籍管理规定》中关于学生毕业的相关规定，思想品德评价和操行评定合格。

2. 修满专业人才培养方案规定的全部课程且成绩合格，取得规定学分，本专业累计取得学分不少于179。在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等并获得奖项的同学，按照奖项级别和等级，给予相应的学分奖励。

3. 毕业考核成绩达到合格以上。毕业考核方式：（1）综合素质评价，包括思想素质、文化素质、身体素质、劳动素质、艺术素质、社会实践等；（2）学业成绩考核，包括本专业各科目的学业成绩、江苏省中等职业学校学生学业水平考试成绩，以及结合本校本专业实际而开设的毕业综合考试；（3）实践考核项目，包括学校综合实践项目考评、顶岗实习报告、作品展示等。学生在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等并获得奖项，按照奖项级别和等级，视同其“实践考核项目（学校综合实践项目考评、顶岗实习报告、作品展示等）”成绩为合格、良好、优秀。

4. 取得人社部门委托社会化认定的中级以上或教育部门委托社会化认定的初级以上电子商务相关职业技能等级证书1项以上，如：电子商务师（初级）。

## **十、编制说明**

### **（一）编制依据**

本方案依据《江苏省中等职业学校财经商贸类专业课程指导方案（试行）》，参考教育部《中等职业学校专业目录》（2010版）《中等职业电子商务专业教学标准》《中等职业学校公共基础课程方案》以及思想政治、语文、历史、数学等12门公共基础课程标准，参考《中华人民共和国职业分类大典》（2015版）、《国家职业资格目录》和国家相关职业标准、职业技能等级标准等编制。

### **（二）开发单位及核心成员**

牵头单位成员：王芷萱、张永、严嘉挺，江苏省海门中等专业学校。

参与单位成员：邵玲，江苏省南通中等专业学校；苏辉，南通大学；付北方，南通富苏电子商务有限公司；冯怡，南通群汐电子商务有限公司。