

# 江苏省海门中等专业学校

## 2020 级电子商务专业实施性人才培养方案

### 一、专业名称（专业代码）

电子商务（121100）

专门化方向：客服服务、网络推广

### 二、入学要求

初中毕业或具有同等学力

### 三、基本学制

3 年（2.5+0.5）年

共 196 学分

### 四、培养目标

本专业培养与我国社会主义现代化建设要求相适应，德、智、体、美全面发展，具有良好的职业道德和职业素养，掌握电子商务专业对应职业岗位必备的知识与技能，能够从事网络营销、网络推广等工作，具备职业生涯发展基础和终身学习能力，能胜任服务、管理一线工作的高素质劳动者和技术技能人才。

### 五、职业范围

专门化方向	职业（岗位）	职业资格要求	继续学习专业	
网络推广	电子商务师 计算机操作员 运营助理	全国计算机等级考试（一级） 普通话（二级乙等）	高职： 电子商务	本科： 电子商务
客服服务				

说明：可根据区域实际情况和专业（技能）方向取得 1 或 2 个证书。

### 六、综合素质及职业能力

本专业毕业生应具有以下职业素养与职业能力：

#### （一）职业素养

1. 具有良好的道德品质、职业素养、竞争和创新意识。
2. 具有健康的身体和良好的心理素质。
3. 具有良好的责任心，能够承受较强的工作压力；工作仔细，吃苦耐劳。
4. 具有良好的商务礼仪、沟通和表达能力以及强烈的团队合作意识。
5. 具有“客户至上”的服务观念。
6. 具有良好的人文素养和继续学习的能力。
7. 具有运用计算机进行信息搜集处理的能力。

8. 具有借助工具查阅中、英文资料的基础能力。

(二) 职业能力 (职业能力分析见附录)

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. 职业特定能力:

(1) 客服服务能力:

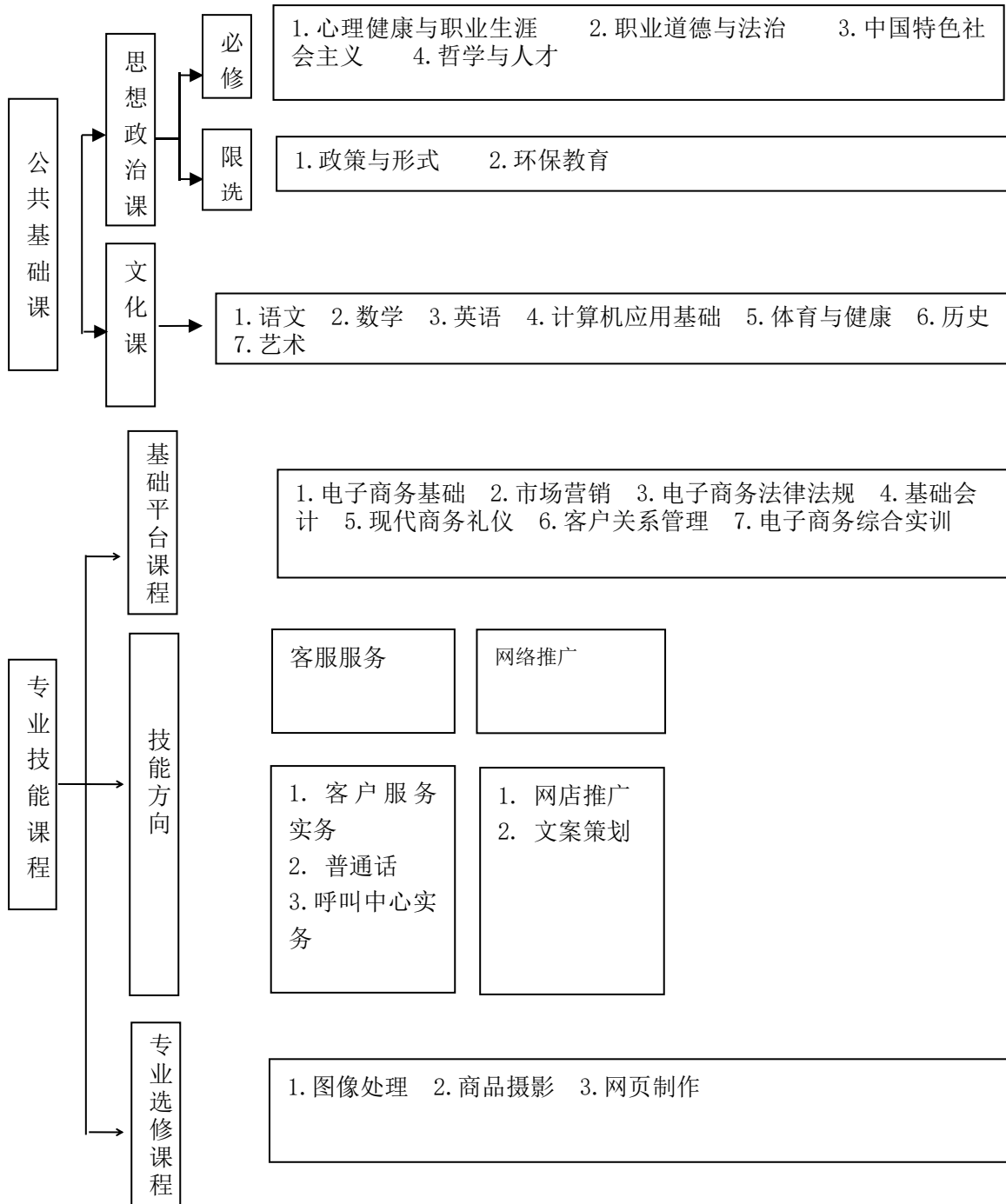
能够处理每日客户订单情况并及时汇报; 负责与仓库对接, 合理安排发货任务; 统计销售及回款数据, 及时上报领导; 完成上级交给的其它事务性工作; 处理每日客户订单情况并及时汇报; 使用礼貌有活力的沟通语言。

(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。

## 七、课程结构及教学时间分配

### (一) 课程结构



(二) 教学时间分配

学期	学期周数	教学周数		考试周数	军训	机动周数
		周数	其中:综合的实践教学及教育活动周数			
			1(军训与入学教育)		1	
一	20	18	1(专业认识)	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	5(跟岗实习)	1		1
			1(毕业教育)			
六	20	18	18(顶岗实习)	—		—
总计	120	108	31	5	1	5

## 八、教学进程安排

### 教学进程安排表格式

课程类别	课程		学时	学分	第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期				
					17周	1周	17周	1周	16周	2周	16周	2周	12周	6周	18周				
公共基础课	思想政治课	必修	中国特色社会主义	34	2	2													
			心理健康与职业生涯	34	2			2											
			哲学与人生	32	2					2									
			职业道德与法治	32	2							2							
		限选	政策与形势	24	2											2			
			环保教育																
	文化课	必修	语文	312	20	4		4		4		4		4		4			
			数学	312	20	4		4		4		4		4		4			
			英语	156	10	2		2		2		2		2		2			
			计算机应用基础	68	4	4													
			体育与健康	156	10	2		2		2		2		2		2			
			历史	66	4	1		1		1		1		1					
			艺术	66	4	1		1		1		1		1					
公共基础课合计			1292	82	20		16		16		16		14						
专业技能课程	基础平台课程	市场营销	170	10	5		5												
		电子商务基础	68	4	4														
		基础会计	51	3			3												
		电子商务法律法规	51	3			3												
		现代商务礼仪	64	4							4								
		客户关系管理	48	3							3								
		电子商务综合实训	204	17										17					
		小计	656	44	9		11				7			17					

	技能方向课程	客服服务	客户服务实务	48	3					3					
			普通话	16	1					1					
			呼叫中心实务	48	3					3					
			小计	112	7					7					
		网店运营	网店推广	64	4					4					
			文案策划	48	3					3					
	小计		112	7					7						
	专业选修课程	图像处理		190	12				4	1周	4	1周			
		商品摄影		190	12				4	1周	4	1周			
		网页制作		68	4		4								
		小计		448	28		4		8	2周	8	2周			
	工学交替（跟岗实习）			155	5								5周		
	顶岗实习			558	27									18周	
	专业技能课程合计			1929	111	11		15		15	2周	15	2周	17	5周
其他教育活动	专业认识		31	1		1周									
	社会实践		31	1				1周							
	劳动教育				利用实训课，进行劳动实践教育；利用班会课进行工匠精神等宣讲										
	毕业教育		31	1										1周	
	其他活动合计		102	3		1周		1周						1周	
总计			3323	196	31	1周	31	1周	31	2周	31	2周	31	6周	18周

注：1. 总学时 3323。公共基础必修和选修课程学时(含军训)占比约 40%；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 59%；其余占比约 1%。

2. 总学分 196。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 2 学分；顶岗实习 1 周记 1.5 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 1 周记 1 学分，共 3 学分；利用实训课，进行劳动实践教育；利用班会课进行工匠精神等宣讲。

## 九、主要专业课程教学要求

课程名称 (课时)	主要内容	能力要求
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
市场营销 (170 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
	(1) 电子商务基本原理; (2) 电子商务法的基本理论; (3) 电子签名法律制度; (4) 电子认证法律制度; (5) 电子支付法律制度; (6) 电子商务中的隐私权	(1) 掌握电子商务含义; (2) 掌握电子商务法的调整对象和体系; (3) 掌握电子签名的归属与完整性推定原则; (4) 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; (5) 掌握对电子支付的监管方法; (6) 掌握个人信息资料的一般保护规则;

<p>电子商务法律法规 (51 课时)</p>	<p>问题； (7) 电子商务与知识产权； (8) 电子商务与税收问题； (9) 电子商务安全问题； (10) 电子商务犯罪问题； (11) 电子商务纠纷的解决</p>	<p>(7) 掌握作品数字化问题与网络传播权； (8) 了解电子商务税收政策应当进行哪些调整； (9) 掌握如何完善电子商务安全的法律； (10) 掌握电子商务犯罪的概念和特征； (11) 掌握电子证据认证的方法</p>
<p>基础会计 (51 课时)</p>	<p>(1) 了解会计的产生和发展史,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。</p>	<p>(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。</p>
<p>文案策划 (48 课时)</p>	<p>(1) 商务软文写作； (2) 活动策划与实施； (3) 网络推广</p>	<p>(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。</p>
<p>现代商务礼仪 (64 课时)</p>	<p>(1) 现代商务礼仪的原则与功能； (2) 职场礼仪；</p>	<p>(1) 了解礼仪的形成、发展以及礼仪的含义； (2) 理解现代商务礼仪的原则和功能； (3) 能注重自身形象塑造，具有良好的职业形象</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>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>
<p>网店推广 (64 课时)</p>	<p>(1) 网上谈判与签约；</p> <p>(2) 网络销售与网店推广；</p> <p>(3) 网页设计与制作；</p> <p>(5) 网络支付与结算；</p> <p>(6) 物流配送；</p> <p>(7) 客户服务与管理；</p> <p>(8) 第三方平台；</p> <p>(9) 网店维护；</p> <p>(10) 客户关系维护</p>	<p>(1) 具备网上谈判与签约的知识；</p> <p>(2) 掌握网络销售与网店推广知识；</p> <p>(3) 能自行完成网页设计与制作；</p> <p>(5) 掌握网络支付与结算知识；</p> <p>(6) 熟悉物流配送知识，能合理选择物流渠道；</p> <p>(7) 掌握客户服务与管理知识；</p> <p>(8) 能在第三方平台建立网店，销售公司产品；</p> <p>(9) 能管理网店，维护网络销售平台；</p> <p>(10) 能正确维护客户关系，定期回访 VIP 客户</p>
<p>客户关系管理 (48 课时)</p>	<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>

<p>普通话 (16 课时)</p>	<p>(1) 普通话概述; (2) 语音和语音系统; (3) 声母、韵母、声调; (4) 朗读</p>	<p>(1) 掌握普通话基本知识; (2) 掌握普通话表达的基本技能; (3) 提高学生职业语言素养; (4) 能进行良好的人际沟通</p>
<p>客户服务实务 (48 课时)</p>	<p>(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</p>	<p>(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</p>
<p>呼叫中心实务 (48 课时)</p>	<p>(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角色定位; (9) 基层班组长的日常行政工作流程</p>	<p>(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; (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</p>

## 十、专业教师基本要求

1. 专任专业教师与在籍学生之比不低于 1:36; 研究生学历(或硕士学位)5%以上, 高级职称 15%以上。获得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, 或获得相关行业执业资格 60%以上; 兼职教师占专业教师比例 10%-40%, 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专业或相近管理类专业或计算机专业本科以上学历 90%以上；3 年以上专任专业教师，应达到“省教育厅办公室关于公布《江苏省中等职业学校‘双师型’教师非教师系列专业技术证书目录(试行)》的通知”文件规定的职业资格或专业技术职称要求,如：电子商务师、营销师、物流师、国际商务师等。

3. 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学改革课题研究、教学竞赛、技能竞赛等活动。平均每两年到企业实践不少于 2 个月。兼职教师须经过教学能力专项培训，并取得合格证书，每学期承担不少于 30 学时的教学任务。

### 十一、实训（实验）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，本专业应配备校内实训（实验）教学功能室和校外实训基地。

根据专业平台课程和专业方向课程的设置，按每班 35 名学生为基准，建议建设以下实训（实验）教学功能室。

教学功能室	基本面积要求	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	120 平方米	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	100 平米	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	100 平米	商品摄影设备	4	

注：教学功能室可以按照教学项目、设备、师资等，进行整合确定。

制定校外实训基地管理制度，校外实训基地不少于 3 家。通过校外实训基地建设，加强与企业、行业和社会及经济实体间（电子商务公司、IT 公司、物流、配送中心等企业）的联系与合作，互惠互利，共同发展。

### 十二、编制说明

1. 本方案依据《省政府办公厅转发省教育厅〈关于进一步提高职业教育教学质量的意见〉的通知》（苏政办发[2012]194 号）和《省教育厅关于制定中等职业教育和五年制高等职业教育人才培养方案的指导意见》（苏教职[2012]36 号）编制。

2. 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）主动对接江苏省电子商务行业发展需求。围绕本专业所对应的职业岗位能力要求，确定专业培养目标、课程设置和教学内容，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、学历证书与职业资格证书对接、职业教育与终身学习对接。

（2）服务学生全面发展。尊重学生特点，发展学生潜能，强化学生综合素质和关键能力培养，促进学生德、智、体、美全面发展，满足学生阶段发展需要，奠定学生终身发展的良好基础。

（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。