

2022 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（专业代码：730701）

专门化方向：网店客服、网店运营与推广

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

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业的销售人员、商务咨询服务人员等职业群。

四、职业面向

专门化方向	职业（岗位）	职业资格或职业技能等级要求	继续学习专业	
网店客服	营销员 (4-01-02-01)	全国计算机等级考试证书（一级） 电子商务师（中级） 网店运营推广（初级）	高职： 电子商务、 跨境电子商务、移动商务、网络营销与直播电商、农村电子商务、商务数据分析与应用等	本科： 电子商务、 跨境电子商务、全媒体电商运营等
网店运营与推广	电子商务师 (4-01-02-02) 客户服务管理员 (4-07-02-03)			

五、培养规格

本专业毕业生具有以下职业素质与职业能力：

（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、实践报国之志。

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，具有从事商务服务和营销工作的情怀，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。

(三) 职业能力

1. 行业通用能力：

(1) 了解现代商贸流通行业相关的政策和法规，以及现代营销和商务信息技术服务等发展趋势，能及时关注商务营销领域的新业态和新模式。

(2) 掌握市场营销 4Ps 等基本理论知识和一般商务洽谈技巧，具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力，能从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作。

(3) 掌握电子商务的基本类型和特点，以及电子商务运营的一般技能和具体运营流程，具备线上沟通协作和赢得客户的能力，会正确建立和处理客户关系，能利用电话、网络等工具联络客户。

(4) 了解商务数据的主要来源和会计基础知识，能运用采集工具对商务数据进行初步整理分析，会进行基本的会计核算。

(5) 爱岗敬业，诚实守信，热情主动，具有团队合作精神和强烈的服务意识。

2. 专业核心能力：

(1) 掌握电子商务相关技术，能合理运用网络、营销、支付等技术开展电子商务活动，并能利用数据分析工具对不同运营周期的数据进行分析。

(2) 掌握网店设计的方法与技巧，能用精美的图文传递产品的信息，并能根据网站后台数据，分析消费者的浏览习惯和点击需求。

(3) 掌握物流各功能要素的含义及内容，能根据货物情况合理配置物流活动各环节，能运用物流信息技术解决物流实践活动中的问题。

(4) 掌握各种网络推广平台的操作方法和技巧，能根据企业实际需求合理选择推广工具，制订网络推广方案，并能进行网络推广。

3. 职业特定能力

(1) 网店运营：掌握网上开店及店铺基础设置的方法，能借助营销工具进行网店推广与营销，能根据企业实际需求进行微店运营管理，具有网店商品发布与管理能力，具有网店日常运营与管理能力。

(2) 网店客服：掌握网店客户接待与沟通的技巧，能根据售后问题处理要点进行有效的问题反馈，能根据客户评价做好用户线上评价的运营维护，能根据客户互动管理的技巧与方法正确处理客户投诉，具有提高客户满意度与忠诚度的能力，具有对客户关系数据进行管理与分析的能力。

4. 跨行业职业能力：

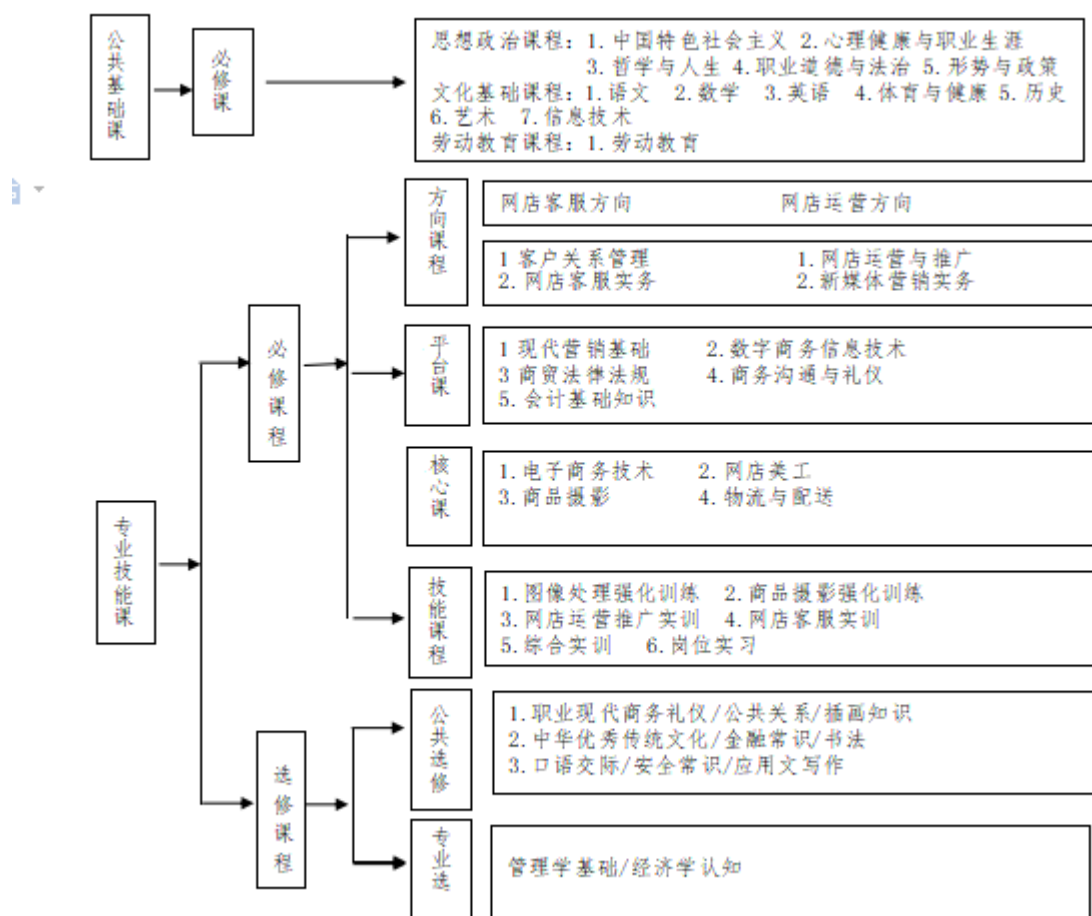
(1) 具有适应岗位变化的能力，能根据职业技能等级证书制度，取得跨岗位职业技能等级证书。

(2) 具有创新创业能力。

(3) 具有一线生产管理能力。

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	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	152
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	228
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），相应教学内容依据课程标准，在部颁教材中选择确定	64
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	216

	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	
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	152
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	96
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	152
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	32
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	16

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
现代营销 基础 (128 学时)	(1) 现代营销认知 (2) 市场环境分析 (3) 消费心理入门 (4) 目标市场选择 (5) 产品策略研究 (6) 价格应对调整 (7) 渠道模式采用 (8) 线下线上促销	(1) 了解市场、市场营销、营销组合的概念，了解电子商务的含义及其功能特性、系统构成，能区分传统商务与电子商务 (2) 了解传统商品交易和电子商务交易过程的三个阶段、电子商务交易的四个基本“流”，能描述商品交易模式的变化 (3) 了解营销观念的新发展类型，能辨析各种营销观念的特征了解电子商务的发展形势，能说出中国电子商务的发展概况及趋势了解移动电子商务和跨境电子商务的概念，能分析移动电商的特点和跨境电商的种类 (4) 了解市场营销环境的概念及特性，能区分宏观环境与微观环境了解环境因素，能说出其对企业营销活动的影响理解寻求市场机会的方法与途径，会运用调节市场需求的策略 (5) 了解市场调查的概念，理解市场调查的意义，能概括市场调查的基本流程 (6) 了解消费心理的研究意义、消费需求及购买动机，能运用消费心理的研究方法分析案例了解消费者购买行为模式及影响因素，能辨析消费者购买行为的类型

		<p>(7) 了解市场细分的概念，能分析市场细分的意义，理解细分的依据及有效条件了解市场择优的评价标准和具体战略，能复述市场定位的概念和步骤</p> <p>(8) 掌握产品策略的含义，掌握产品的组合与品牌策略了解包装策略，理解产品生命周期策略、新产品开发和推广策略，会灵活运用产品策略</p> <p>(9) 掌握价格策略的含义，了解产品定价的目标、方法和具体策略，能运用初始价格变动的措施</p> <p>(10) 掌握分销渠道的含义，能熟悉消费者与生产者市场的不同分销形式，能区分渠道的长度和宽度策略了解中间商的类型，能分析影响分销渠道选择的因素</p> <p>(11) 理解商务模式的概念及特征，掌握 B2B、B2C、C2C、O2O 电子商务模式的概念，能熟悉具体的分类、运作流程及赢利模式</p> <p>(12) 掌握促销策略的含义，能说出促销的作用，了解线下线上促销的方式、特点和内容，了解新媒体营销、短视频广告、数据营销的含义，能结合实际情况进行灵活运用</p>
<p>数字商务信息技术 (64 学时)</p>	<p>(1) 网络商务信息概述 (2) 商务文档编辑与处理 (3) 商务图片采集与处理 (4) 商务视频拍摄与处理 (5) 商务网页设计与制作 (6) 商务数据分析与应用 (7) 区块链技术的商务应用</p>	<p>(1) 了解网络商务信息的概念和类型，掌握网络商务信息的特点，能根据商务信息本身具有的使用价值和价格水平进行分级</p> <p>(2) 了解商务文档的排版格式，能使用搜索引擎等工具收集商务文字信息，能用 Word 工具对商务文字进行排版设计，制作商业文书</p> <p>(3) 了解数码相机的基本操作技巧，能利用数码相机采集商务图片信息，了解 Photoshop 等常用图像处理软件的功能和特点，掌握商务图片合成与处理的方法，能对商务图片进行优化处理</p> <p>(4) 了解商务平台对商品视频的要求，能正确选择拍摄器材与处理软件，掌握视频拍摄与剪辑技巧，能按照电子商务平台对视频的要求，完成商品视频的拍摄和处理工作</p> <p>(5) 了解商务网站的风格及特点，掌握网页设计与制作软件的操作方法，能根据实际需求设计制作商务网页</p> <p>(6) 了解商务数据分析的基本概念、方法，掌握商务数据采集工具的操作方法，能运用 Excel 等工具对商务数据进行统计与分析</p> <p>(7) 了解区块链定义、分类及特点，掌握区块</p>

		链与数字货币的关系，能说出区块链与人工智能、大数据、云计算等新一代信息技术的融合方式及其在商务中的应用场景
<p>商贸法律 法规 (64 学时)</p>	<p>(1) 法律基础知识 (2) 中华人民共和国消费者权益保护法 (3) 中华人民共和国商标法 (4) 中华人民共和国反不正当竞争法 (5) 中华人民共和国产品质量法 (6) 中华人民共和国反垄断法 (7) 其他常用法律法规</p>	<p>(1) 了解法的概念与特征，知晓法律的效力范围，以及法律关系三要素和不同的法律关系 (2) 了解消费者的权利和经营者的义务，以及国家对消费者合法权益的保护了解消费者的构成，掌握消费者和经营者发生消费者权益争议的解决途径 (3) 理解商标的概念和种类，了解不能作为商标、注册商标使用的标志了解商标专用权人的权利，以及商标权的法律保护 (4) 掌握不正当竞争行为的概念，了解不正当竞争行为的内容，以及对涉嫌不正当竞争行为调查采取的措施 (5) 了解生产者、销售者的产品质量责任和义务，以及相关的损害赔偿条款 (6) 了解中华人民共和国反垄断法的立法目的和垄断行为，了解垄断协议的内容及相关处罚条例 (7) 了解电子商务法、民法典（第三编合同）、公司法、广告法、价格法等法律法规，理解其概念、种类及其应用</p>
<p>商务沟通与 礼仪 (64 学时)</p>	<p>(1) 语言沟通 (2) 非语言沟通 (3) 书面沟通 (4) 商务形象礼仪 (5) 商务交际礼仪 (6) 商务通信礼仪 (7) 商务仪式礼仪 (8) 涉外商务礼仪</p>	<p>(1) 能根据不同的时间点、不同的沟通对象，选择合适的沟通话题，培养礼貌待人、真诚待人的沟通习惯熟悉商务推销的步骤和常用技巧了解商务谈判的概念、特征、原则，能运用商务谈判的策略和技巧进行商务谈判 (2) 了解非语言沟通的概念、特点、表现形式及作用，了解目光、微笑、手势等体态语言，会用体态语言来表情达意 (3) 了解书面沟通的概念及优缺点，掌握商务文书的种类以及常用商务文书的写作技巧，能进行常用商务文书的写作 (4) 掌握仪容、仪表、仪态的基本要求，能结合自身特点修饰仪容仪表，注重自身形象塑造，具有良好的职业形象 (5) 掌握现代商务场合中通用的问候、介绍、握手、名片、接待、拜访、馈赠等礼仪规范，会以正确的方式表达对别人的尊重了解宴请的程序和规范，能得体地遵守中西餐宴会礼节 (6) 了解商务通信礼仪的基本要求，会使用电话、手机、短信、网络等手段，有礼貌地进行商务沟通</p>

		<p>(7) 了解签约、剪彩、庆典等仪式活动的基本程序和礼仪规范，能在商务活动中遵守礼仪规范</p> <p>(8) 了解东西方文化及礼仪差异，了解主要国家礼仪风俗及禁忌，能在涉外商务往来中遵守基本礼仪规范</p>
<p>会计基础知识 (48 学时)</p>	<p>(1) 会计概述</p> <p>(2) 会计科目和会计账户</p> <p>(3) 复式记账与借贷记账法</p> <p>(4) 商品流通企业主要经济业务核算</p> <p>(5) 会计凭证填制与审核</p> <p>(6) 会计账簿设置与登记</p> <p>(7) 财产清查</p> <p>(8) 会计报表编制</p> <p>(9) 企业资金运营管理体验</p>	<p>(1) 了解会计的产生、发展、目标，了解会计职业道德与会计法律体系，掌握会计的概念、职能，能描述财务知识在商务营销中的作用及商务营销人员应具备的会计技能</p> <p>(2) 了解并能描述会计要素、会计等式、会计科目、账户等含义，理解账户的结构，掌握经济业务的类型及其对会计等式的影响</p> <p>(3) 了解并能描述复式记账法、借贷记账法、会计分录等含义，理解借贷记账法的记账规则，能进行会计分录的编制</p> <p>(4) 了解商品流通企业主要经济业务核算的内容，能正确运用常用账户，进行主要经济业务的基本核算</p> <p>(5) 了解会计凭证、原始凭证、记账凭证的含义和内容，能正确填制、审核常用的原始凭证和通用记账凭证</p> <p>(6) 了解会计账簿的基本内容、建账步骤、登记账簿的方法、查找和更正错账方法、对账结账内容，能识别账簿</p> <p>(7) 了解财产清查的概念、意义、种类，能描述财产清查方法和盘存制度</p> <p>(8) 了解财务报表的概念、构成内容和分类，能描述资产负债表与利润表的结构和编制方法，能识读简单资产负债表和利润表</p> <p>(9) 了解账务处理程序的概念、种类及设计要求，能结合具体案例，采用记账凭证账务处理程序对简单经济业务进行账务处理，体验企业资金运营管理</p>

(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
<p>电子商务技术 (72 学时)</p>	<p>(1) 电子商务技术基础</p> <p>(2) 网络技术基础</p> <p>(3) 网络营销技术基础</p> <p>(4) 电子商务支付</p> <p>(5) 电子商务安全</p> <p>(6) 大数据技术应用</p>	<p>(1) 了解电子商务技术概念，能描述电子商务涉及的相关技术及其标准</p> <p>(2) 了解计算机网络的定义和功能，了解 IP 地址、域名、电子邮件、浏览器等概念，能描述常见移动通信技术及移动识别技术</p> <p>(3) 了解网络营销的概念，掌握网络营销方式与方法，能运用网络营销技术开展营销活动</p>

		<p>(4) 掌握电子支付工具、网上银行、第三方支付等支付工具的使用方法，能完成安全的网上支付</p> <p>(5) 了解电子交易安全的重要性，掌握数据加密、数字签名及防火墙技术原理，能根据实际情况选择安全防范措施</p> <p>(6) 掌握电商数据分析的常用方法，掌握数据分析工具的使用方法，能描述数据分析的基本流程</p>
网店美工 (96 学时)	<p>(1) 商品图片美化与制作</p> <p>(2) 电商文字的设计与创意</p> <p>(3) 电商海报设计与创意</p> <p>(4) 首页模块设计与制作</p> <p>(5) 商品详情页设计与制作</p> <p>(6) 移动端店铺页面装修设计</p>	<p>(1) 了解商品的色彩与构图原则，掌握商品修图美化的方法，能进行商品主图和辅图的设计制作</p> <p>(2) 掌握电商字体设计的方法，以及商品文字设计技巧，能进行文字创意构思和文字创意设计</p> <p>(3) 理解电商海报的基本概念、作用，掌握电商海报设计原则，能根据不同的运营目的完成电商海报的设计与文案创意</p> <p>(4) 了解店铺首页的框架布局，掌握店标的设计原则，掌握店招设计的类型和结构，能根据店铺风格和商品特点设计制作自定义内容区和推广区</p> <p>(5) 掌握不同平台商品详情页构成，掌握商品详情页布局设计的技巧，能根据店铺风格和商品特点完成商品详情页设计与制作</p> <p>(6) 了解移动端店铺页面布局的类型，掌握移动端店铺店招、分类导航、详情页的设计方法，能根据设计流程完成移动端店铺活动模块和自定义模块等页面设计</p>
网络推广 (48 学时)	<p>(1) 网络推广认知；</p> <p>(2) 网络推广方案；</p> <p>(3) 搜索引擎推广；</p> <p>(4) 微信推广；</p> <p>(5) 微博推广；</p> <p>(6) 网络直播推广；</p> <p>(7) 其他推广渠道</p>	<p>(1) 了解网络推广的概念、分类，理解网络营销和网络推广的区别和联系，能描述网络推广岗位职责；</p> <p>(2) 了解网络推广方案的概念，理解网络推广方案的内容，掌握网络推广方案的制订步骤，能根据企业网络推广目标，制订并实施推广方案；</p> <p>(3) 了解 SEO 基础知识和工具，掌握网络诊断的基本方法，了解各大搜索引擎竞价广告，会进行网站结构与页面优化；</p> <p>(4) 了解微信推广的定义、特点，掌握微信推广内容的撰写技巧，会根据微信推广策略开展推广活动，能进行微信推广效果评估；</p> <p>(5) 理解微博推广定义及特点，掌握微博推广的方法，能根据企业网络推广目标，策划微博</p>

		<p>推广活动；</p> <p>(6) 了解网络直播推广的概念，掌握网络直播推广的分类，能实施网络直播推广的策划内容，能使用各种直播工具进行推广；</p> <p>(7) 了解信息流推广的特点，掌握邮件推广、软文推广等其他网络推广工具的推广方法，能通过社交媒体进行产品推广</p>
<p>物流与配送 (48 学时)</p>	<p>(1) 电子商务物流概述</p> <p>(2) 电子商务物流模式</p> <p>(3) 仓储管理</p> <p>(4) 运输与配送管理</p> <p>(5) 物流包装</p> <p>(6) 供应链管理</p> <p>(7) 物流信息化管理</p> <p>(8) 跨境电子商务物流</p>	<p>(1) 了解电子商务物流概念、特征，能描述电子商务物流的发展现状，了解绿色物流的含义，能描述绿色物流的内容</p> <p>(2) 了解自营物流的含义、优势与劣势，掌握第三方物流的概念及产生原因，掌握第四方物流运作模式，能分析物流联盟产生的原因，能根据企业需求选择物流模式</p> <p>(3) 理解仓库的作用和分类，掌握商品出入库的基本作业流程，会填制出入库相关单证，能熟练进行商品库存盘点，填写商品库存盘点相关单证</p> <p>(4) 了解运输与配送的相关概念，掌握不同运输方式的优缺点，会根据货物情况合理选择运输工具，会设置基本配送路线</p> <p>(5) 了解物流包装概念及功能，掌握运输包装方法，能根据货物情况选择包装方式，进行简单包装处理</p> <p>(6) 了解电子商务供应链和供应链管理的概念，掌握供应链管理的主要内容，能描述供应链管理的模式</p> <p>(7) 了解常用物流信息技术和智慧物流信息系统的应用，理解电子商务物流信息系统的功能，能描述物流信息系统的构成及管理模式，能针对具体的物流与配送系统提出优化和改进措施</p> <p>(8) 了解跨境电子商务物流的含义，掌握跨境电子商务物流模式，会选择跨境电商物流模式</p>

(3) 专业拓展课程

①网店运营方向

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
新媒体营销实务 (48 学时)	(1) 新媒体营销概述 (2) 短视频营销 (3) 自媒体平台营销 (4) 社群营销 (5) APP 营销 (6) 内容营销 (7) 新媒体整合营销	(1) 掌握新媒体营销的概念、特点，能描述新媒体营销的发展趋势 (2) 了解短视频营销的概念和特点，掌握短视频营销的原则和技巧，会运用技巧完成营销短视频制作 (3) 了解自媒体的含义及价值，掌握自媒体营销的定位与技巧，会使用头条号、百家号等自媒体平台进行营销推广 (4) 了解社群营销的含义、特点，掌握社群营销的运行方式，能运用社群营销技巧开展营销活动 (5) 掌握 APP 营销的主要模式和活动策划要点，能运用 APP 常见推广方式，会用主要推广渠道进行推广 (6) 了解内容营销的概念及基本要素，掌握内容营销的原则，会运用内容营销策略开展营销活动 (7) 了解新媒体整合营销的概念与特点，理解新媒体整合营销的原则，能结合新媒体营销策略撰写新媒体整合营销方案
网店运营与推广 (64 学时)	(1) 网上开店概述 (2) 商品发布与管理 (3) 网店的设计与装修 (4) 网店日常运营与管理 (5) 网店推广与营销 (6) 移动网店运营	(1) 了解常见的网店平台及网上开店的流程，了解商品的供货渠道，掌握商品的价格制订策略，能根据常用定位方法进行店铺定位 (2) 了解商品发布的流程，掌握商品标题设置技巧，能进行商品主图优化，能根据商品特性撰写商品描述，能对商品进行有效管理 (3) 了解网店装修的内容及方法，掌握店铺首页风格、布局设计技巧，能完成主要模块区域设计，能从消费者角度设计宝贝详情页、促销海报 (4) 了解网店交易管理的内容，能根据订单的交易状态进行交易管理，了解大型电商企业仓库管理方法，能根据自身情况选择快递公司，能根据网店客服沟通技巧进行售后投诉处理 (5) 掌握网络推广工具的操作方法，能根据活动主题策划并实施网店营销活动 (6) 了解移动网店的主要形式，掌握微店开通流程和微店装修与商品管理的方法，能根据微店实际情况进行营销管理

②网店客服方向

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
客户关系管理 (64 学时)	<p>(1) 客户关系管理含义</p> <p>(2) 客户生命周期</p> <p>(3) 客户开发管理</p> <p>(4) 客户满意与客户忠诚</p> <p>(5) 客户保持与客户流失</p> <p>(6) 客户互动与客户投诉</p> <p>(7) 客户关系数据管理与分析</p> <p>(8) 客户服务中心</p> <p>(9) 客户关系管理战略与实施</p>	<p>(1) 了解客户、客户关系、客户关系管理的涵义，掌握客户关系的类型，能描述客户关系管理的内容及作用</p> <p>(2) 了解客户关系的生命周期曲线及其模式，能划分客户关系生命周期的阶段，掌握客户关系生命周期的特点，会描述客户让渡价值和终身价值</p> <p>(3) 掌握目标客户的识别方法与开发策略，能运用寻找客户的主要方法与劝说技巧开发客户</p> <p>(4) 了解客户满意和客户忠诚的重要意义，能描述客户满意度和客户忠诚度的衡量指标，能分析客户满意度、处理客户的不满，能分析忠诚客户的价值、培育忠诚客户</p> <p>(5) 熟悉客户保持的主要实现方法，熟悉不同类型客户的保持策略，能运用客户保持的方法和策略维系客户理解识别客户流失的主要因素，熟悉客户流失防范和挽回措施，能应对客户流失</p> <p>(6) 理解客户互动含义、类型及功能，掌握客户互动管理的技巧与方法，能正确认识并处理客户投诉</p> <p>(7) 了解使用数据挖掘分析客户数据的步骤和方法，能运用数据挖掘方法分析客户数据</p> <p>(8) 掌握 CRM 中客户服务中心的作用，能描述客户服务中心的整体工作流程</p> <p>(9) 理解客户管理战略，能参与 CRM 项目的实施，发挥相应的角色作用</p>
网店客服实务 (48 学时)	<p>(1) 网店客服概述</p> <p>(2) 售前准备工作</p> <p>(3) 售中问题处理</p> <p>(4) 售后问题解决</p> <p>(5) 客服团队管理</p> <p>(6) 智能客服体系</p>	<p>(1) 了解网店客服的定义，掌握客户的消费心理及应对措施，能描述网店客服应具备的职业素质</p> <p>(2) 了解网店购物流程，掌握售前接待流程及内容，掌握客户售前接待与沟通的技巧，能根据商品资料，回复客户商品基本信息相关的问题</p> <p>(3) 了解网店售中服务的含义，能描述网店售中客服的主要工作内容，能对售中有效订单进行处理</p> <p>(4) 了解售后服务的重要性和售后服务管理的内容，掌握售后问题处理的要点，能对售后问题进行有效反馈，能根据各类型客户评价，做</p>

		<p>好用户线上评价的运营维护</p> <p>(5)掌握客服团队搭建的方法，能对客服团队人员进行科学匹配，能根据客服团队管理需求设置快捷话语，能描述客服团队培训的内容，会进行客服团队绩效分析</p> <p>(6)了解智能客服基本功能及配置逻辑，能根据智能客服配置规则，搭建智能客服知识库，提高智能客服机器人的正确率</p>
--	--	---

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
			1(图像处理强化训练)		
二	20	18	1(社会实践)	1	1
			1(商品摄影强化训练)		
三	20	18	2(网店运营推广实训)	1	1
四	20	18	2(网店客服实训)	1	1
五	20	18	6(毕业教育)	1	1
六	20	18	18(岗位实习)	—	—
总计	120	108	30	5	5

(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	
						16+2	16+2	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	32	2	2						√	
			2	心理健康与职业生涯	32	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	1					2		√	
	文化课	必修	1	语文	228	14	3	3	3	3	3		√	
			2	数学	216	13	3	3	3	3	2		√	
			3	英语	152	10	2	2	2	2	2		√	
			4	体育与健康	152	10	2	2	2	2	2			√
			5	历史	64	4			2	2			√	
			6	艺术	32	2	1	1						√
			7	信息技术	96	6	4	2					√	
			8	地理	48	3	3							√
		必修	9	劳动教育	16	1	1							√
公共基础课合计				1156	72	21	15	14	14	11	0	√		

专业 (技能) 课程	专业类 平台课程	1	现代营销基础	128	8	4	4					√			
		2	数字商务信息技术	64	4		4					√			
		3	商贸法律法规	64	4		4					√			
		4	商务沟通与礼仪	64	4	4						√			
		5	会计基础知识	48	3				3			√			
		专业平台课程小计		368	23	8	12		3						
	专业 核心 课程	1	电子商务技术	72	4			4					√		
		2	网店美工	96	6			6						√	
		3	网络推广	48	3				3					√	
		4	物流与配送	48	3				3				√		
		专业核心课程小计		264	16			11	6					√	
	专业 方向 课程	网店 客服	1	客户关系管理	64	4				4				√	
			2	网店客服实务	48	3					4			√	
		网店 运营	1	网店运营与推广	64	4				4				√	
			2	新媒体营销实务	48	3					4			√	
		专业方向课程小计		112	7				4	4					
	专业	1	图像处理强化训练	30	1	1W								√	
		2	商品摄影强化训练	30	1		1W							√	

技能实训课程	3	网店运营推广实训	60	2			2W					
	4	网店客服实训	60	2				2W				
	5	综合实训	168	11					14			√
	6	岗位实习	540	18						18W		√
	专业技能实训课程小计		888	35	1W	1W	2W	2W	14	18W		
专业（技能）课程合计		1632	81	8	12	11	13	18				
任选课程	公共选修类	1	职业礼仪/公共关系/插画知识	32	2		2					√
		2	中华优秀传统文化/书法/金融常识	32	2			2				√
		3	口语交际/安全常识/应用文写作	32	2				2			√
	专业选修类	1	管理学基础/经济学认知	48	3			3			√	
任选课合计		144	9		2	4	2					
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			6W			
总计		3172	170	29	29	28	29	29	18W			

注：1.总学时为 3172 学时。其中公共基础课占比约 36.44%；专业技能课（含顶岗实习、入学教育、毕业教育）占比约 51.45%，任意选修课 144 学时，占比约 4.54%。

2.总学分 170 学分。计算办法：课程教学按照每学期 16~18 学时计 1 学分；专业实训教学周按照每周 1 学分计算；岗位实习按照每周 1 学分计算；社会实践、军训、入学教育、毕业教育等教学活动按照 1 周 1 学分计算。

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观体系，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）专业带头人高级讲师职称；具有高校教师资格，曾获市优秀教育工作者、市政府三等功、市政府嘉奖、市优秀教职工、市骨干教师，多次参加国家级、省级骨干教师培训。担任市场营销和电子商务教学工作十多年，熟悉本专业的发展现状与趋势，主持南通市课题并顺利结题，多篇论文在省级期刊发表，多次指导学生参加文明风采大赛获全国二等奖、江苏省一等奖，曾指导学生在江苏省电子商务运营技能大赛上获三等奖。

（2）公共基础课程学科带头人和专业（技能）课程负责人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）专任专业教师具有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；均具有高校教师资格和本专业领域有关证书；具有电子商务、市场营销、管理科学与工程、工商管理、计算机科学技术等相关专业本科及以上学历；具有扎实的电子商务相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；均具有累计不少于6个月的企业实践经历。

3. 团队建设

本专业拥有一支结构合理、素质过硬、专兼结合的优质师资队伍。专业专任教师12名，本科以上学历、“双师型”达100%，高级职称7名，占比58.33%，专任教师队伍职称、年龄等梯队结构合理。企业兼职教师3人，组建了一支校企合作、专兼结合的教师团队，并定期开展专业教研活动。

（二）教学实施

1. 专业教室

专业教室符合国家、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，建设以下实训（实验）教学功能室。

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
电子商务运营实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	40	互联网接入或WiFi环境
	电子商务运营软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
客户服务实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	40	互联网接入或WiFi环境
	话务耳机	40	降噪
	客户关系管理软件	1	/
	客服实训软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
网络营销实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	40	互联网接入或WiFi环境
	网络营销软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
市场营销实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	40	互联网接入或WiFi环境
	市场营销模拟软件	1	/
	市场调查软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
	模拟实景	1	/
模拟商务谈判实训室	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	录播系统	1	/

	笔记本电脑	10	/
	谈判场景	1	/
	商务谈判模拟软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
图形图像处理实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	40	互联网接入或WiFi环境
	制图软件	1	/
	视频处理软件	1	/
	摄影摄像设备(三脚架、摄影工作台、柔光灯、金银反光板、哑粉纸)	1	/
网络编辑实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	40	互联网接入或WiFi环境
	图像处理软件	1	/
	网页设计软件	1	/
	网站建设平台	1	/
手工会计实训室	会计凭证、账簿、报表	40	/
	装订机、各种印章	10	/
	学生用计算机	40	互联网接入或WiFi环境
	基础会计模拟软件	1	/
	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	打印复印一体机	1	/
	实训工作台、椅	40	/
	手工会计实训资料	40	/
仓储与配送实	立体仓库货架	10	/

训室	堆垛机及控制系统	1	/
	出入库输送机	各2台	/
	仓储管理系统	1	/
	托盘	20	/
	配送中心管理系统	1	/
	工作台	8	/
	叉车	12	/

(2) 校外实训实习基本条件

校外实训基地能够满足学生顶岗实习、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了实训场地和实习实训指导人员，实训设施设备齐全，校企双方共同制订了实习方案、组织教学与实习管理。校外实训基地的具体要求如下：

据本专业人才培养的需要，建有阿里巴巴叠石桥实力产业集群示范园、三星叠石桥赛沃家纺公司、南通罗钰纺织品有限公司等地区知名的家纺企业作为校外实习基地，可满足学生专业认识、参观的需要，为新生入学教育和专业认知课程教学提供了条件。校外实训企业具备独立法人资格、依法经营都在3年以上，能满足至少40人同时进行专业认识实践和客户服务和网店运营等应用技能实训活动，满足学生社会实践、跟岗实习和顶岗实习的需要。

②学生专业实习单位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。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实习单位每年都安排了经验丰富的技术或管理人员担任实习指导教师。实习指导教师都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，热心于电商企业的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，校企双方能共同做好学生的实习服务和管理工作。

(三) 教学资源

1. 教材

学校建立了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、新工艺、新规范，发挥电子商务专业教师、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电子商务类专业国家教学资源库中相关数字化资源。学校

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，提供淘宝大学、天下网商、网易云课堂、淘宝论坛、猫课等重要网站，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”分段
培养，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。

以下为本专业开设的任意选课课程：

（1）公共基础任选课程：职业礼仪、中国传统文化、公共关系、书法、插花等。

（2）专业（技能）任选课程：管理学认知、经济学认知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3164，其中，公共基础课程（含军训）学时占比约为36.54%，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59.42%。课程设置中设任意
选修课程，其学时数占总学时的比例约为4.05%。

6. 职业学校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
业指导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“专业实施性人才培养方案”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。

7. 制订课程实施性教学要求

（1）学校依据教育部《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

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。

（2）课程实施性教学要求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。

（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，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。

十、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 170 学分。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：全国计算机等级证书（初级）。

十一、编制说明

本方案依据《江苏省中等职业学校电子商务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》（2021 版）《中等职业学校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。