


福建省福安职业技术学校

电子商务专业 2024 级人才培养方案 (3 年)

制 订 负 责 人 :  张鹏飞

制 订 主 要 成 员 : 缪凌露、刘婷玉、江铃、陈敏

专 业 组 长 (签 字) : 王富文

教 务 主 任 (签 字) : 林建

教 学 分 管 领 导 (签 字) : 林明学

校 长 (签 字) : 曾柳娟

党 总 支 书 记 (签 字) : 李少河

2024 年 06 月

人才培养方案制订说明

为贯彻落实《中华人民共和国职业教育法》、《国家职业教育改革实施方案》、《职业教育提质培优 2020-2023 行动计划》、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》等系列文件精神与国家职业教育教学标准体系要求，保障专业建设的科学性与规范性，使人才培养目标定位更精准，课程结构更科学，人才培养跟上产业发展的变化，毕业生更适合就业市场对人才的要求，服务区域经济发展，以及满足对口学校对升学学生的学业要求，本专业通过深入开展人才需求调研、职业能力分析、课程转化等工作，与高职院校进行研讨，制订 2024 级电子商务专业人才培养方案（3 年制）第 1 版。

目录

一、专业名称及代码	4
二、入学要求	4
三、基本修业年限	4
四、职业面向	4
五、培养目标与培养规格	4
六、课程设置及要求	7
七、教学进程总体安排	11
八、实施保障	12
九、毕业要求	19
十、附录	20

福建省福安职业技术学校

电子商务专业 2024 级人才培养方案（三年）

一、专业名称及代码

（一）专业名称：电子商务

（二）专业代码：730701

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者

三、基本修业年限

学制：三年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类 73
所属专业类（代码）	电子商务类 7307
对应行业	电子商务
主要职业类别	电子商务师、互联网营销师、市场营销专业人员
主要岗位（群）或技术领域举例	网店客服、网络销售、网络推广、网络直播
职业类证书举例	电子商务师、1+X 网店运营推广、1+X 网络直播
接续专业举例	高职专科：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 高职本科：电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、市场营销

五、培养目标与培养规格

本专业培养德智体美劳全面发展，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。

本专业坚持立德树人的根本任务，培养能够践行社会主义核心价值观，德、智、体、美、劳全面发展，具有良好的科学与人文素养和信息素养、职业道德和精益求精工匠精神，敬佑生命、甘于奉献、大爱无疆、爱岗敬业；全面掌握平台运营规则，具备从店铺创立到维护的全链路管理能力，熟悉网络营销策略，能运用多渠道推广工具提升品牌在线可见度；同时，他们需擅长视觉营销设计，包括店铺美化、内容创意与视频制作，以吸引目标顾客；在市场销售层面，不仅精通常规商品销售技巧，还能有效运用直播等新兴方式增加销售额与客户互动；此外，他们应具备高标准的客户服务技能，遵循诚信原则处理各类客户问题，且谙熟电商法律法规，确保业务合规；针对数字化趋势，拥有与时俱进的数字技能与信息技术应用能力，适应并促进产业数字化转型；并展现出良好的沟通、团队合作与创新精神，具备终身学习的态度，以灵活应对市场变化，最终，能够紧密结合区域产业特色，无论是农产品、手工艺品或是其他特色产业，都能在营销策略、内容创作、客户服务等方面融入地方文化，提升品牌区域影响力，促进地方经济与电子商务的融合发展。

（二）培养规格

1. 素质要求

（1）职业道德与规范意识：拥有良好的职业道德，自觉遵守电子商务行业规范、法律法规及企业规章制度，维护

网络交易安全，防范信息泄露与网络诈骗。

(2) 执行力与团队精神：展现出强大的执行能力、应变能力及团队合作精神，能够在压力环境下保持高效工作，与团队成员协同完成任务。

(3) 沟通与逻辑思维：具备优秀的语言表达和沟通技巧，能够清晰传达信息，同时具备逻辑思维能力，独立分析问题并提出解决方案。

(4) 创新与学习能力：持有开放的创新意识，能够适应电子商务的快速发展，持续学习新技术、新理念，以创新驱动业务增长。

2. 知识体系

(1) 商务与营销基础：理解商务礼仪、营销基础理论，以及计算机应用和电子商务基础知识，包括电子商务网站构建、物流配送、信息处理等。

(2) 电子商务技术：精通互联网交易平台操作，熟练运用B2B、B2C、C2C、团购等电子商务模式，掌握网络营销策略与客户服务流程。

(3) 专业深化方向：深入理解客户服务、网络营销策划、电商创业、跨境电商、电商直播等专业技能方向的核心知识，如客户关系管理(CRM)、软文撰写、创业管理、跨境电商数据分析、直播运营等。

3. 技能能力

(1) 客户服务技能：运用标准普通话与客户流畅交流，快速录入信息，熟练操作CRM系统，进行高效的大客户关系管理。

(2) 网络营销与策划：撰写高质量软文，策划并执行促销活动，有效运用站内外推广媒介。

(3) 电商创业实践：分析电子商务案例，掌握创新创业理论，具备基本的企业管理知识。

(4) 跨境电商操作：进行市场数据分析，操作海外社

交媒体账号，创造多元化营销内容。

(5) 电商直播能力：熟练操作直播平台，具备高超的沟通表达与销售技巧，设计引人入胜的直播内容，运用市场营销策略提升直播效果，进行数据分析与运营优化。

综上所述，电子商务专业毕业生应具备全面的职业素养、扎实的专业知识和多元化的技能能力，以适应电子商务领域快速变化的需求，能够在多个专业方向上发挥专长，成为具有国际视野和创新精神的复合型人才。

六、课程设置及要求

本专业课程类型分为公共基础课、专业（技能）课程。

（一）公共基础课程

公共基础课程分为必修课和拓展课。

必修课包括思想政治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、劳动教育等9门课程，如图所示。

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求	学时/学分	备注
1	思想政治（1）中国特色社会主义	培养学生了解和掌握中国特色社会主义理论体系，树立正确的世界观、人生观、价值观，增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。	包括中国共产党的历史与理论、中国特色社会主义理论体系、新时代中国特色社会主义思想等，要求学生通过学习，能够正确认识中国发展道路，分析社会现象，具备基本的政治素养。	36/2	
2	思想政治（1）心理健康与职业生涯	强化学生的职业生涯规划能力，提高心理健康水平，培养良好的情绪管理和社会适应能力。	内容涵盖个人心理调适、压力管理、人际关系处理、职业规划与就业指导等，旨在帮助学生建立积极的生活态度，提升应对职场挑战的能力。	36/2	
3	思想政治（1）哲学与人生	引导学生运用哲学思维理解人生和社会问题，提升理性思考能力，形成正确的	涵盖哲学基本原理、人生哲理、道德伦理等，培养学生批判性思维，增强面对复杂问题时的判断与决策能力。	36/2	

		人生观和价值观。			
4	思想政治（1） 职业道德与法治	培养学生的法治观念和职业道德，理解并遵守社会公德和职业道德规范。	包括法律基础知识、职业道德规范、案例分析等，确保学生理解法律条款，明确职业行为界限，形成良好的职业操守。	36/2	
5	语文	提升学生的语言文字应用能力，强化文学赏析与表达能力，为专业学习和人际沟通打下坚实基础。	包含现代文阅读、古典文学、写作训练、口语表达等内容，要求学生能够准确、流畅地进行书面和口头表达，理解并欣赏文学作品。	198/11	
6	历史	增强学生的历史文化素养，理解历史发展脉络，培养爱国主义情感和国际视野。	教授中国历史、世界历史的主要事件、人物及影响，使学生了解人类社会的发展历程，形成历史唯物主义观点。	72/4	
7	数学	培养学生的逻辑思维能力和定量分析技能，为后续专业课程提供数学基础。	包括代数、几何、概率统计等基础数学知识，要求学生能够解决实际问题，进行数据分析。	144/8	
8	英语	增强学生的英语听说读写能力，为国际交流和专业英语学习奠定基础。	包括日常对话、商务英语、专业词汇等，强调实用性和专业情境的应用。	144/8	
9	信息技术	培养学生的信息技术应用能力，包括办公自动化、网络应用、数据处理等。	讲解计算机基础、办公软件操作、互联网使用、信息安全等，使学生能够有效利用信息技术解决学习和工作中的问题。	108/6	
10	体育与健康	增强学生的体质，培养良好的运动习惯，提升健康意识。	包括体育运动技能学习、健康教育、体质测试等，要求学生积极参与体育锻炼，掌握至少一项运动技能。	144/8	
11	艺术 （美术）	培养学生的审美能力和艺术表现力，提高生活情趣。	包括基础绘画、色彩理论、艺术欣赏等，鼓励学生发挥创意，提升艺术修养。	18/1	
12	艺术 （音乐）	增强学生的音乐感知力和表现力，培养艺术修养。	涵盖音乐理论、乐器基础、音乐欣赏等，促进学生音乐素养的全面发展。	18/1	
13	劳动教育	树立正确的劳动观念，培养劳动技能，增强社会责任感。	通过实践活动教授基本劳动技能，如园艺、手工制作等，培养学生热爱劳动、尊重劳动的价值观。	18/1	

2. 选修课包括习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本、中华优秀传统文化、职业素养等 3 门课程，如下图

所示。

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求	学时/学分	备注
1	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本	本课程旨在深入学习习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义和实践要求，培养学生深刻理解和把握中国特色社会主义进入新时代的历史方位，增强“四个自信”，树立正确的世界观、人生观、价值观。	课程内容涉及新时代中国特色社会主义的理论体系、国家治理体系和治理能力现代化、中华民族伟大复兴中国梦、全面深化改革等多个方面。要求学生通过系统学习，能够运用所学理论分析现实问题，提升理论联系实际的能力。	18/1	第一至第二学期，每学期选2门，共2学分
2	职业素养	本课程旨在提升学生的职场适应能力和职业竞争力，包括职业道德、沟通技巧、团队合作、时间管理、职业规划等。	教学内容聚焦于职业形象塑造、职场礼仪、高效沟通、情绪管理、职业道德与法律法规、创新创业思维等，通过情景模拟、案例讨论、角色扮演等方式，帮助学生树立正确的职业观念，掌握必备的职业技能，为未来职业生涯发展奠定坚实基础。	18/1	

（二）专业（技能）课程

专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程。

1. 专业基础课程。专业基础课程是必修课程，包括：电子商务基础、商品拍摄与处理、市场营销知识、网店运营等4门课程，如下图所示。

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求	学时/学分	备注
1	电子商务基础	掌握电子商务的基本概念、模式、技术及法律环境，理解电子商务在现代社会经济中的作用和影响。	电子商务概述、电子支付系统、网络营销、电子商务安全、电子商务法律法规等。	72/4	
2	商品拍摄与处理	培养学生商品展示与视觉营销能力，掌握商品拍摄技巧及图片后期处理技术。	商品摄影基础、光线运用、构图技巧、后期编辑软件使用、商品图片美化与处理等。	72/4	

3	新零售实务	了解新零售的基本商业逻辑。握传统零售便利店升级改造的相关知识和技能。	1. 新零售的商业模式和特点、构建顾客画像、优化商品结构、创造吸引消费者的购物环境、学习线上线下一体化的营销策略、优化供应链管理、新零售实施案例。	72/4	
4	销售心理学基础	理解和应用消费者心理原理以促进销售。	消费者购买商品的心理过程、消费者的个性心理特征、消费者购买动机与购买行为分析、影响消费者行为的因素、消费者分类市场的心理研究、门店促销与销售心理、销售人员心理分析	72/4	
5	市场营销知识	理解市场分析、消费者行为、营销策略等，为电子商务营销活动提供理论基础和实践指导。	市场调研、目标市场分析、STP 策略、营销组合（4Ps）、营销策划与执行等。	72/4	
6	网络营销	掌握网络营销策略，包括 SEO、SEM、社交媒体营销、电子邮件营销等，提升在线品牌影响力与销售业绩。	网络营销策略、搜索引擎优化、付费广告投放、内容营销、客户关系管理等。	72/4	书证融通课程

2. 专业核心课程。专业基础课程是必修课程，包括：商务软文写作、促销策划、沟通技巧、电子商务案例分析、网店运营、新媒体营销等 6 门课程，如下图所示。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	学时/学分	备注
1	商务软文写作	教授学生如何撰写吸引目标受众的商务软文，	软文写作原则、内容营销策略、文案创意与构思、文案风格与文体、SEO	72/4	
2	促销策划	学习设计并执行促销活动以提升产品销量，掌	促销策略制定、活动策划流程、预算管理、促销效果评估、线上线下活动	72/4	
3	沟通技巧	提升学生的沟通能力，包括有效表达、倾听、	沟通模型、有效演讲技巧、谈判技巧、跨文化沟通、情绪管理与人际关系等。	72/4	
4	电子商务案例分析	通过分析电子商务成功与失败的案例，帮助学	案例收集与分析方法、行业分析、竞争策略、商业模式创新、风险评估与	72/4	
5	网店运营	掌握网店开设、运营管理、客户服务、数据分	网店开设流程、店铺装修与美化、商品上架与管理、订单处理、客户关系	72/4	书证融通课程

6	新媒体营销	掌握利用新兴媒体平台进行品牌传播与产品推	社交媒体营销、内容营销、KOL 合作、短视频与直播营销、数据分析与效果	72/4	
---	-------	----------------------	-------------------------------------	------	--

3. 专业拓展课程。专业拓展课程包括：茶与商务礼仪、管理学基础、视觉营销、网络推广、创新创业、网店直播、跨境电商概论等 7 门课程，如下图所示。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	学时/学分	备注
1	茶叶与商务礼仪	培养学生掌握商务场合的礼仪规范，理解茶叶	茶叶文化基础、商务礼仪规范、茶艺表演、商务接待与谈判礼仪、国际商	72/4	第一至第三学期，每学期选 1 门，第四、五学期选 2 门，共 28 学分
2	管理学基础	使学生理解管理学基本原理，掌握管理决策、	管理理论、组织结构与设计、领导艺术、激励理论、团队建设、管理决策	72/4	
3	视觉营销	培养学生运用视觉元素提升产品吸引力与品牌	色彩理论、图像处理、界面设计原则、视觉营销策略、商品拍摄与图片优化、	72/4	
4	网络推广	学习并应用各种网络推广手段和工具，以提升	网络推广策略、关键词研究、广告投放管理、效果监测与优化、网络广告	72/4	
5	创新创业	培养学生的创业精神和创新能力，学习从创意	创业机会识别、商业模式设计、创业团队组建、市场调研、资金筹集、创	72/4	
6	网店直播	掌握直播电商的操作流程与技巧，包括直播策划、主播技能、直播互动、直播数据分析等，提升直播带货能力。	直播电商基础、直播脚本创作、直播话术、直播间搭建、直播数据分析、粉丝运营等。	72/4	
7	跨境电商概论	介绍跨境电商的基本概念、运营模式、市场分	跨境电商发展历程、跨境电商平台分析、国际市场调研、跨境物流与供应	72/4	

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排表（见附录）

(二) 课程结构比例表

总学时	总学分	公共基础课学时	公共基础课学时约占1/3	实践课学时	实践课学时占比>=50%	拓展课学时	拓展课学时占比>=10%
3060	170	1116	33.6%	2052	61.8%	360	10.8%

(三) 职业资格证书考取安排表

序号	证书名称及等级 (/)	拟考学期	对应课程	开设学期	证书类型

1	电子商务师（初级）	3	电子商务基础、网络营销 实务	1,2	行业认证/职业技能等级
---	-----------	---	-------------------	-----	-------------

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

教师队伍的数量、学历和职称要符合国家有关规定，形成合理的梯队结构。本专业学生数与专任教师数比例不高于20:1，学生数与思政教师数比例不高于350:1，专任教师中具有高级专业技术职务人数不低于20%，专业教师数不低于本专业专任教师数的50%，其中“双师型”教师75%以上，兼职教师占专任教师总数的20%左右。

2. 专业教师

有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心、德艺双馨；具有电子商务专业或相关专业本科及以上学历；具有中等职业学校教师资格和电子商务专业相关职业技能等级证书（执业资格证书）；具有扎实的电子商务专业相关理论功底和实践能力，熟悉岗位群工作要求；能够独立完成相关专业课的实训教学，能够开展课程教学改革和科学研究，能够指导学生岗位实习工作，定期参加本专业相关企业实践，每年累计不少于1个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人张鹏飞老师，具有副高职称和高级职业资格，能够广泛联系行业企业，了解国内外相关行业发展新趋势，准确把握行业企业用人需求。他在本专业改革发展中起到了引领作用，具有组织学校专业建设、教科研工作和企业



服务的能力。张鹏飞老师亲自编纂了《促销策划与执行》校本教材，紧密贴合行业实际，深化促销策略教学，极大丰富了教学资源。在科研领域，他深度参与并成功结题两项重要课题，为学术研究与电商实践均作出了贡献。尤为突出的是，他凭借严谨的教学风格与高效的训练策略，指导学生在省级电商技能竞赛中多次获奖，包括两次二等奖和三次三等奖，彰显了他在培养学生生活学活用、创新思维方面的能力。

4. 兼职教师

兼职教师应具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有中级以上职称或高级工以上资格，主要从电子商务专业相关行业企业聘任，具有电子商务专业对应岗位3/5年以上一线工作经验，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

5. 教师队伍情况

师资具体情况见下表：

序号	姓名	职称	毕业院校及专业	任教课程	任教年限	技能证书	获奖情况
1	张鹏飞	讲师	云南师范大学 电子商务	市场营销	14	电子商务师 高级技师	创新杯说课比赛国 赛三等奖
2	缪凌露	讲师	厦门大学 电子商务	市场营销	18	市场营销师 高级	
3	陈凤婷	讲师	福建农林大学 茶学	茶与商务 礼仪	14	茶艺师 高级技师	省优秀指 导教师
4	刘婷玉	未定级	厦门理工学院 电子商务	市场营销	2		
5	陈敏		福州大学至诚学院 工商管理	视觉营销	15		
6	詹晓晓		集美大学诚毅学院 电子商务	网络营销	3		
7	江铃		福建师范大学 市场营销	促销策划	2		

(二) 教学设施

1. 教室要求

教室具备多媒体设备，包括电脑、投影仪、功放等多媒体设备，教室环境 WIFI 全覆盖，并具有网络安全防护措施，以便于学生登陆手机平台参与信息化教学。另外还安装了应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻等。

2. 校内实训室要求

根据国家教育部门的最新指导方针及职业教育的高质量发展要求，按照国家职业教育实训基地建设的高标准与前瞻性规划，学院致力于为电子商务专业学生打造一个全方位、高效率的电子商务综合实训室，旨在充分满足学生在理论学习与实践操作结合、专业技能强化、创新创业能力培育等方面的迫切需求，确保学生能够通过贴近实际的模拟操作环境，全方位提升其在电子商务领域的核心竞争力，无缝对接未来职场挑战。

序号	实训室名称	主要工具和设施设备		备 注	
		名称	数量	功能	适用课程
1	电子商务综合实训室	接入外线功能（可选）	一套		
		计算机	40 台	1. 保障专业基础技能训练 2. 保障网络营销方向的专业技能训练； 3. 保障店铺运营综合实训教学	电子商务基础、电子商务商务物流、网络营销实务、店铺运营、网络推广、活动策划商务软件写作
		电子商务模拟软件	一套		
		服务器	一套		
		网页设计系列软件	一套		

3. 校外实训基地要求

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供电商客服、运营助理、美工助理等与专业对口的相

关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，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，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的，依法依规保障学生的基本权益。

序号	校外实训基地单位名称	单位性质	接收学生认知实习人数	接收学生岗位实习人数	接收学生就业人数	接收教师企业实践人数	其他合作情况
1	福安市我来电子商务有限公司	企业	30	30	30	10	共建课程 师资培养 实训室建设
2	福安威斯特	企业	30	10	10	5	学生实习

（三）教学资源

1. 教材选用要求

思想政治、语文、历史三科，使用国家统编教材，其他公共基础课教材选用国家规划教材。

专业课程教材优先从国家和省级规划教材中选用，也可在学校教材（校本教材）信息库中选用，建议选用校企合作开发活页式/工作手册式校本教材；不得以岗位培训教材取代专业课程教材。

选用的教材应符合课程标准的基本要求，必须具有思想性、科学性、先进性和适用性。相同课程标准的同一门课程选用一种教材，确因教学需要的辅助教材，任课教师提出拟选用教材，须经学校审核通过方可使用。选用的教材情况见下表：

序号	教材名称	出版社	版本	国规/省规/校本(活页实、工作手施)
1	市场营销知识	高等教育出版社	第四版	国规
2	促销策划与执行			校本
3	电子商务基础	高等教育出版社	第三版	国规
4	商品拍摄与处理	高等教育出版社	第一版	国规
5	网络营销实务	高等教育出版社	第一版	国规
6	沟通技巧	高等教育出版社	第一版	国规
7	商务软文写作	高等教育出版社	第一版	国规
8	网络推广	高等教育出版社	第一版	国规
9	茶艺	高等教育出版社	第一版	国规
10	短视频制作实战技能	高等教育出版社	第一版	国规

2. 图书文献配备要求

本专业精心配备了全面的图书文献资源，紧密围绕电子商务核心课程与实践需求，包括电子商务基础、商品拍摄、市场营销、网络营销、网店运营、促销策划、新媒体营销、电子商务案例分析、商务软文写作、沟通技巧、茶叶与商务礼仪、管理学基础、网络推广、网店直播、视觉营销、创新创业及跨境电商概论等领域，不仅覆盖理论深度，也兼顾实操广度。资源库定期更新，紧跟行业前沿，确保师生能随时查阅最新、最权威的图书资料，有效支撑人才培养、专业建设和教科研活动，促进学术与技能的双重提升。

3. 数字资源配备要求

结合专业需要，开发和配备一批优质的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件、网络课程等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足多种形式的信息化教学要求。目前本校有网络推广、

商品拍摄与图片处理、电子商务商品采编等 3 门精品课程，并利用教育部职业教育智慧教育平台的资源。

（四）教学方法

公共基础课教学方法多样，包括多媒体教学、启发式教学、问题导向学习、合作学习、探究性学习、角色扮演及情境教学等。这些方法在人才培养过程中至关重要，教师应根据课程特点、学生需求和教学条件灵活选择和组合使用，以此激发学生的学习兴趣、提高教学效果、培养学生的创新能力和综合素质。其中，翻转课堂是一种有效的方式，即在线提供预习材料让学生自主学习基础知识，然后在课堂上进行深入讨论和实践活动。此外，还可以采用混合式教学，结合线上学习资源和线下互动教学，利用在线平台发布作业和测试。通过案例分析，特别是选取代表性商业案例来引导学生分析问题并提出解决方案，以及运用参与式教学法鼓励学生主动提问和回答问题，可以进一步增强课堂的互动性和学生的参与度。

在电子商务专业（技能）课程中，创建虚拟的电子商务环境，模拟真实的工作场景，采用情境模拟的方式。根据具体的职业需求设计一系列任务，如网店运营、网络营销策略制定等，采用任务驱动教学的方式。利用校内外实训基地提供的资源，让学生亲自动手操作，进行实操训练。建立类似企业的工作室环境，学生在导师指导下完成真实的项目，采取工作室模式。定期邀请行业专家进校讲学，分享最新行业动态和技术趋势，组织专家讲座与研讨会。

（五）学习评价

采用“三维三层”对学生进行全方面、全流程的评价，“两维”指知识、能力和素养三个维度，“三层”指课堂学习、课程学习、岗位实习三个层面，完善学生学习过程监测、评价与反馈机制，达成学习目标。

1.课堂学习评价：建立课堂学习评价机制，采用学生自评、学生互评、教师评价的方式，对学生学习状态、学习过程、学习成果进行评价，检查学生知识、能力和素养情况，引导学生自我管理、主动学习，提高学习效率。

2.课程学习评价：学期末，结合学生职业技能大赛标准、职业技能等级证书考级标准、企业标准及课程标准，通过理论测试和综合项目测试的方式对学生进行考核，检查学生知识、能力和素养情况。理论测试采用笔试，检查学生对专业知识的掌握程度。综合项目测试由教师、企业专家共同形成考官，选取源自企业的真实工作任务作为考核项目，组织学生以独立、双人或多人合作的方式进行实操，考官全程进行测评。考察学生在完成任务过程中体现出的道德责任、安全环保、专业技术、自我管理、解决问题、创新创业、学习能力、人际沟通、团队合作等综合能力，每学期形成每个学生综合能力分析报告。

3.岗位实习评价：学生在岗位实习期间，校企双方共同对岗位实习学生进行评价，共同开发针对岗位实习学生的评价标准，共同从不同的维度，有针对性地对岗位实习阶段的解决问题能力、规范操作、安全文明生产、节约能源、节省

原材料、爱护生产设备、保护环境等做出综合评价，总结存在问题，不断改进，提升知识、能力和素养。

（六）质量管理

1. 建立质量管理机制。加强日常教学组织运行与管理，建立巡课、听课、评教、评学等制度，探索与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展学习培训、公开课、示范课等教研活动。

2. 开展质量诊断与改进。定期对专业人才培养方案制订与实施、教学资源建设、师资队伍建设、课堂教学、教学评价、教研活动开展、在校生学业水平和综合素质、毕业生就业情况等进行分析，完善相关制度和方案，推进专业人才培养质量持续提升。

九、毕业要求

（一）学分要求和学分免修条件

学生需至少修满专业人才培养方案所规定的 170 学分。

（二）思想道德要求

坚持正确的政治方向，爱国拥党，理想信念坚定，思想道德高尚，行为习惯良好，无违规违纪，三年综合素质评价合格。

（三）学业成绩要求

完成本专业人才培养方案规定的全部教学环节，考核合格；参加福建省学业水平考试合格性考试，所有成绩合格。

（四）获取职业资格证书要求

获取人才培养方案规定必考的证书。

(五) 综合职业能力要求

参与 1 项以上综合职业技能考核，并通过考核。

符合以上要求，授予本专业中职学历毕业证书。

十、附录

1. 教学进程安排表

课程类别	序号	课程名称	课程编码	学分	学时分配			课程性质	考核方式	学期课时安排						备注
					总学时	理论	实践			一	二	三	四	五	六	
公共基础必修课程	1	思想政治	Gt000000101	8	144	108	36	必修	考试	2	2	2	2			
	2	语文	Gt000000102	11	198	126	72	必修	考试	2	2	2	2	3		
	3	历史	Gt000000103	4	72	48	24	必修	考试	1	1	1	1			
	4	数学	Gt000000104	8	144	108	36	必修	考试	2	2	2	2			
	5	英语	Gt000000105	8	144	108	36	必修	考试	2	2	2	2			
	6	信息技术	Gt000000106	6	108	18	90	必修	考试	2	2	2				
	7	体育与健康	Gt000000107	10	180	54	126	必修	考试	2	2	2	2	2		
	8	艺术(美术)	Gt000000108	1	18	6	12	必修	考试	1						
	9	艺术(音乐)	Gt000000108	1	18	6	12	必修	考试		1					
	10	劳动教育	Gt000000109	1	18	6	12	必修	考试					1		
公共基础必修课汇总				58	1044	588	456			14	14	13	11	6		
公共基础选修课程	1	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本	Gt000000201	1	18	12	6	拓展	考查	1					0	第一至第二学期，每学期选1门，共2学分
	2	职业素养	Gt000000203	1	18	12	6	拓展	考查					1		
公共基础选修课汇总				2	36	24	12	拓展	考查	1				1	0	
公共基础课汇总				60	1080	612	468			15	14	13	11	6		
专业基础课	1	电子商务	Gt720803301	4	72	36	36	必修	考试	4						
	2	商品拍摄	Gt720803302	4	72	36	36	必修	考试	4						
	3	销售心理	Gt720803303	4	72	36	36	必修	考试		4					
	4	新零售实	Gt720803304	4	72	36	36	必修	考试			4				
	5	市场营销	Gt720803305	4	72	36	36	必修	考试				4			
	6	网络营销	Gt720803306	4	72	36	36	必修	考试			4				
专业必修(基础)课汇总				24	432	216	216			8	4	8	4			
专业核心	1	网店运营	Gt720803401	4	72	36	36	必修	考试		4					
	2	促销策划	Gt720803402	4	72	36	36	必修	考试				4			

	3	新媒体营	Gt720803403	4	72	36	36	必修	考试			4				
	4	电子商务	Gt720803404	4	72	36	36	必修	考试					4		
	5	商务软文	Gt720803405	4	72	36	36	必修	考试					4		
	6	沟通技巧	Gt720803406	4	72	36	36	必修	考试					4		
专业必修（核心）课汇总				24	432	216	216					4	4	4	12	
专业拓展课	1	茶叶与商务礼仪	Gt720803501	4	72	36	36	拓展	考查			2	2			第一至第三学期，每学期选1门，第四、五学期选2门，共28学分
	2	管理学基础	Gt720803502	4	72	36	36	拓展	考试					4		
	3	网络推广	Gt720803503	4	72	36	36	拓展	考试				4			
	4	网店直播	Gt720803504	4	72	36	36	拓展	考查	4						
	5	视觉营销	Gt720803505	4	72	36	36	拓展	考查		4					
	6	创新创业	Gt720803506	4	72	36	36	拓展	考试					4		
	7	跨境电商概论	Gt720803507	4	72	36	36	拓展	考试					4		
专业拓展课汇总				28	504	252	252			4	4	2	6	12		
专业课汇总				76	1368	684	684			12	12	14	14	24		
电商模拟实训				2	36		36					1周				
网店运营实训				2	36		36						1周			
顶岗实习				30	540		540								30	
总计				170	3060	1316	1744			28	28	28	28	28	30	

2. 职业能力分析及课程转化表

序号	职业能力点	对应课程及课程目标	课程名称	开设学期	关联证书备考
1	电子商务平台操作与维护能力	掌握电子商务平台的注册、管理、推广等操作技能；理解电子商务交易流程与规则。	电子商务基础	1, 2	电子商务师（初级）
2	网络营销策略制定与执行能力	能够制定并执行网络营销计划，包括 SEO、SEM、社交媒体营销等，提升品牌与产品的在线曝光度。	网络营销实务	1, 2	电子商务师（初级）
3	网店设计与运营管理能力	掌握网店开设、装修、商品上架、促销活动策划与执行，提升店铺流量与转化率。	商品拍摄与图片处理 视觉营销 网店运营	2, 3	1+X 网店运营推广（初级）
4	电商直播策划与执行能力	理解直播电商模式，能够策划直播内容，操作直播工具，进行商品展示与互动，提升直播效果与销量。	电商直播、短视频运营	5	1+X 网络直播（初级）