

电子商务专业人才培养方案

(2022 级适用)

聊城市东昌府区中等职业教育学校

2022 年 8 月

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标.....	2
六、培养规格.....	3
七、课程设置及要求.....	4
八、教学时间安排.....	13
（一）教学时间安排表.....	13
（二）授课计划安排表.....	14
九、教学实施建议.....	16
十、师资队伍建设.....	23
十一、教学条件.....	24
十二、质量保障.....	27
十三、毕业要求.....	28

电子商务专业人才培养方案

根据教育部《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》教职成〔2019〕13 号文件精神，遵循省市关于职业院校人才培养的相关要求，为适应现代服务业、商贸流通业、生产制造业产业需要，对接电子商务行业发展趋势，满足客户服务、视觉设计、网店推广、直播营销等领域的高质量发展对高素质劳动者和技术技能人才的需求，结合学校专业发展实际情况，遵循国家和省关于制定职业院校人才培养方案的要求，制订本专业人才培养方案。

一、专业名称及代码

（一）专业名称

专业名称：电子商务

（二）专业代码

专业代码：730701

二、入学要求

初中毕业或具同等学力者

三、修业年限

学制 3 年

四、职业面向

在充分调研基础上，明确企业对中职电子商务人才需求岗位主要集中在：网店编辑、网络营销、客户服务、网络推广等岗位。通过分析梳理出针对中职电子商务专业学生的就业岗位：客户服务岗位、网络营销岗位、网店设计岗位。

本专业积极开展“1+X 证书”试点工作，鼓励学生积极获取职业技能

等级证书，一技多能，以提高就业创业本领。本专业的毕业生主要面向电子商务类企业工作一线，主要从事网店编辑、视觉设计、网络营销、客户服务、直播营销等工作，主要对应的工作岗位和职业资格证书如下：

所属专业大类（代码）A	73 财经商贸类
所属专业类（代码）B	7307 电子商务类
对应行业（代码）C	零售业（F52）
主要职业类别（代码）D	电子商务师 S（4-01-02-02） 互联网营销师 S（4-01-06-02）
主要岗位（群）或技术领域举例 E	客户服务、视觉设计、直播营销
职业类证书举例 F	1+X 网店运营推广职业技能等级证书（初级） 1+X 电子商务数据分析职业技能等级证书（初级） 电子商务师（四级）、互联网营销师
接续专业	高职：电子商务、农村电子商务、 网络营销与直播电商 本科：电子商务、全媒体电子商务

五、培养目标

本专业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，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向现代服务业、商贸流通业、生产制造业的客服专员、视觉设计师、店铺运营助理、新媒体运营助理、网络营销推广专员、新媒体营销专员、直播销售员等职业群，能够从事网店编辑、网店装修、网络营销、客户服务等工作的高素质劳动者和技术技能人才。

六、培养规格

在充分调研基础上，依据国家对职业院校学生综合素质的要求，电子商务专业的毕业生应具备以下基本素质和核心技术技能。

（一）素质要求

1. 具有从事与电子商务各职业岗位有关的实际工作能力：
2. 掌握科学锻炼身体的基本技能，养成良好的体育锻炼以及树立吃苦耐劳、爱岗敬业、勇于创新的工匠精神和客户服务意识。
3. 具有较强的沟通与协作、协调与组织能力，具有执行能力、应变能力、承压能力，并有良好的团队精神。
4. 具备学习能力、自主创新能力和自我健康管理、预防职业疾病、抗挫等社会能力，思想品质积极、健康、向上。
5. 具备网络交易安全意识，能防范个人信息泄露，辨别网络欺诈，采用正规渠道实施网络买卖与支付。
6. 热爱电子商务专业，洞悉电子商务行业发展，树立诚实守信的电商意识、自觉维护互联网良好的应用环境。
7. 具备质量意识、环保意识、创新思维。

（二）知识要求

1. 了解基本的商务礼仪常识、营销基础知识。
2. 掌握计算机应用基础知识，能使用计算机常用工具软件(包括网络工具软件)处理日常工作文档，满足工作需要。
3. 掌握电子商务基础知识，能熟练使用互联网交易平台处理 B2B、B2C 、C2C、团购等商务活动交易。
4. 掌握商品摄影的一般规律，能独立完成商品拍摄工作，正确展示商品，形成商品详情页。
5. 掌握电子商务网站信息采集与信息加工的相关知识，能完成信息搜集、原创、编辑、发布等信息处理工作，能根据需求，设计网站风格、网页布局、网站色调等，并使用设计类工具软件呈现设计效果图。
6. 掌握网络营销相关知识，能根据需求，操作站内和站外推广媒介，会

用 1+X 证书网店运营推广技术进行网店营销，会用 1+X 证书电子商务数据分析技术进行数据分析，达到网络营销目的。

7.掌握电子商务日常工作中客户服务相关专业知识，能按照服务规范与流程，服务客户，提出顾客接受的解决方案。

（三）能力要求

1. 公共文化基础能力：具备基本的读写能力、逻辑思维能力、沟通能力、合作与竞争能力，养成吃苦耐劳的精神，具有社会责任感。

2.能理解客户需求，正确录入信息，汉字录入速度达到 80 字/分钟。

3.能按照客户关系管理流程与规范，使用 CRM 客户关系管理系统，实施大客户关系管理。

4.能根据企业需求，策划促销活动主题，撰写促销活动方案，制定促销活动实施计划。

5.能根据企业需求运用网络营销相关知识，利用推广媒介实施网络推广。

6.能根据促销方案，使用工具软件设计制作促销广告，清晰表达促销方案重点信息。

7.能使用第三方平台的后台功能，美化网店页面。

七、课程设置及要求

课程设置主要包括公共基础课程和专业课程两类。课程性质分为必修课程和选修课程，选修课程分为限定选修课程和任意选修课程。

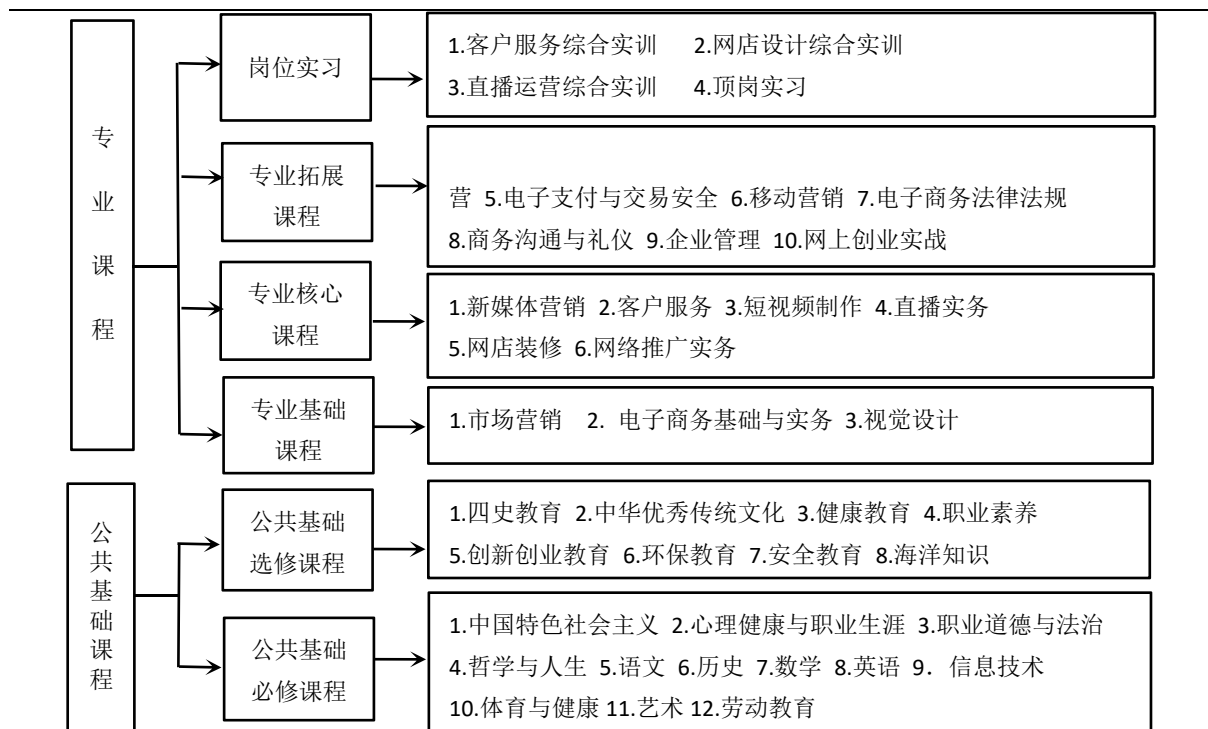


图1 网络营销专业课程结构框架图

（一）公共基础课程

依据《中等职业教育公共基础课程方案》，应当将中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、语文、历史、数学、英语、信息技术、**体育与健康**、艺术、劳动教育等列为公共基础必修课程并按要求保证课时安排，将四史教育、中华优秀传统文化、职业素养、创新创业教育、健康教育、环保教育、安全教育、海洋知识等课程列为公共基础选修课。同时，根据地方及学校特色和学生多样化需求，开齐开足选修课程和具有地方特色的校本课程。

公共基础必修课程教学要求

课程名称	教学内容与要求	参考学时
中国特色社会主义	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》开设。通过本课程学习，使学生理解中国特色社会主义理论体系的基本内容和科学方法，帮助学生正确理解这一理论体系基本理论观点，深刻理解党在社会主义初级阶段的基本路线、基本纲领和基本要求，准确把握建设中国特色社会主义的总依据、总任务和总布局，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，为全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴而努力奋斗。	36

课程名称	教学内容与要求	参考学时
心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握心理健康的基本知识、方法和意识的教育，提高学生心理素质，帮助学生正确处理成长、学习、生活和求职就业中遇到的心理行为问题，促进其身心和谐健康发展。引导学生树立正确的职业观念和职业理想，学会根据社会需要和自身特点进行职业生涯规划，并以此规范和调整自己的行为，为顺利就业创业创造条件。	36
哲学与人生	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握马克思主义哲学基本观点和方法，帮助学生学习运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点和方法，正确看待自然、社会的发展，正确认识和处理人生发展中的基本问题，树立和追求崇高理想，逐步形成正确的世界观、人生观和价值观。	36
职业道德与法治	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握文明礼仪的基本要求、职业道德的作用和基本规范，陶冶道德情操，增强职业道德意识，养成职业道德行为习惯。掌握与日常生活和职业活动密切相关的法律知识，树立法治观念，增强法律意识，成为懂法、守法、用法的公民。	36
语文	依据《中等职业学校语文课程标准（2020 年版）》开设。通过阅读与欣赏、表达与交流 and 语文综合实践等学习活动，使学生具有较强的语言文字运用能力和思维能力，能够传承中华民族优秀文，吸收人类进步文化，提高人文素养，养成良好道德品质，成为全面发展的高素质技能技术人才。	198
历史	依据《中等职业学校历史课程标准（2020 年版）》开设。通过本课程学习，使学生了解人类社会发展的基本脉络和优秀文化传统，从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和责任感；培育社会主义核心价值观，进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神；培养健全的人格，树立正确的历史观、人生观和价值观，为中等职业学校学生未来的学习、工作和生活打下基础。	63
数学	依据《中等职业学校数学课程标准（2020 年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握职业发展所必需的数学知识、数学技能、数学思想和数学方法，具备中等职业教育数学学科核心素养，形成在继续学习和未来工作中运用数学知识和经验发现问题的意识、运用数学的思想方法和工具解决问题的能力；具备一定的科学精神和工匠精神，养成良好的道德品质，增强创新意识，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。	144
英语	依据《中等职业学校英语课程标准（2020 年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握一定的英语基础知识和基本技能，培养学生在日常生活和职业场景中的英语应用能力；培养学生的文化意识，提高学生的思想品德修养和文化素养；为学生的职业生涯、继续学习和终身发展奠定基础。	144

课程名称	教学内容与要求	参考学时
信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准（2020年版）》开设。通过本课程学习，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。	108
体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康课程标准（2020年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握体育基本理论知识、技术、技能和科学锻炼身体的方法，掌握一定的体育卫生保健常识，通过学习和锻炼，提高自身的运动能力。根据学生的生理、心理特点，选择良好的运动环境，全面提高学生身体素质。	144
艺术（音乐 美术）	依据《中等职业学校艺术课程标准（2020年版）》开设。通过艺术作品赏析和艺术实践活动，使学生掌握不同艺术门类的基本知识、技能和原理，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，增强文化自信与文化自信，丰富学生人文素养与精神世界，培养学生艺术欣赏能力，提高学生文化品位和审美素质。	36
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。	18

公共基础选修课程教学要求

课程名称	教学内容与要求	参考学时
四史教育	本课程主要学习党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史，以史鉴今、资政育人，培养学生从党的历史中汲取智慧和力量，切实增强学生在生活实践中坚守初心、担当使命的思想自觉和行动自觉。	36
中华优秀传统文化	本课程旨在传授中国传统文化、传承中华民族精神，弘扬优秀传统文化，提高学校教育文化品位和学生人文素质。增强学生的文化涵养，丰富校园文化，发挥文化传承作用，全面提高学生的人文素质，引导学生形成高尚的道德情操和正确的价值取向。	18
职业素养	通过本课程学习，引导学生了解职场、了解职业，树立准职业人的身份意识。使学生成为崇尚劳动、敬业守信、创新务实的社会好公民；成为立足岗位、服务群众、奉献社会的准员工；成为德才兼备、创新进取、精益求精的优秀工匠。	18
创新创业教育	本课程在于培养学生的创业技能与开拓创新精神，以适应全球化、知识经济时代的挑战，并将主动创业作为未来职业生涯的一种选择，转变传统的就业观念和行为习惯培养学生具有创新意识、创新思维，锻炼其创业心智的综合素质。	18

课程名称	教学内容与要求	参考学时
健康教育	本课程旨在培养学生健康行为与生活方式、疾病预防、心理健康、生长发育与青春期保健、安全应急与避险等五个方面的知识与技能，使学生懂得独立生活、自主学习的重要，养成学会学习、会生活、会劳动的好习惯。	18
环保教育	本课程旨在使学生懂得人类与环境、化学与环境的关系，了解低碳、环保、绿色生活的科学知识，培养学生热爱生活、美好生态环境的积极理念与情感，从生活的细微处入手，为绿色家园创建而努力。	18
安全教育	本课程旨在培养学生的社会安全感，使学生逐步形成安全意识，掌握必要的安全行为的知识和技能，养成在日常生活和突发安全事件中正确应对的习惯，最大限度地预防安全事故发生和减少安全事件对学生造成的伤害，保障学生健康成长。	18
海洋知识	通过本课程的学习，帮助学生认识海洋自然环境的基本特征，海洋对人类生存和发展有着极其重要的价值；面对日益严重的海洋环境问题，引导学生积极参与海洋环境保护；帮助学生深刻理解维护国家海洋权益的重要意义，增强学生热爱祖国的情感。	18

（二）专业课程

本方案专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖实训等有关实践性教学环节，其中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。专业核心课程围绕创业项目的展开，由专业教师和创业导师将课程标准对接职业标准，教学任务对接岗位任务，按照“工作项目引领，实践任务驱动，创业导师指导”的原则，开发电商线下教材和线上数字化教学资源，对学生进行网络客服、网店设计、网络推广等岗位能力全方位训练，培养学生职业能力和职业精神，适应职业岗位的需要。

1.专业基础课程

本方案专业基础课程设置3门，包括：电子商务基础与实务、市场营销、视觉设计等。

专业基础课程主要教学内容与要求

序号	专业基础课程	教学内容与要求	参考学时
1	市场营销	本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。本课程的任务是学习市场营销的基本理论、基本方法和基本技能，及其在企业营销工作的实际应用。使学生学会企业营销策略分析，赏析成功的营销策划方案，模拟演练商品推介，训练销售沟通技巧，学会分析设计小的促销活动，懂得建立渠道优势，能够进行客户关系管理，重视营销人员自我素质的修炼，树立以客户需求为中心的营销核心理念，行成科学的系统的营销思维模式。	108
2	电子商务基础与实务	本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。本课程的任务是学习电子商务基本理论、运营模式和基本技能，及其在企业中电子商务的实际应用操作。使学生熟悉电子商务运营模式、交易规范与流程；明确网店运营的核心工作内容；能独立完成网店整个交易过程；能美化网店页面，制作商品展示页面；能根据不同商品类型正确进行商品分类、编码等，提炼商品卖点；能根据网店运营目标，选择合适的网络营销工具，推广店铺，做好客户服务，实现交易。	90
3	视觉设计	本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。本课程的任务是学习 Photoshop 工具及其商品图片处理操作。使学生了解电商美工设计基本概念，掌握电商美工设计的步骤、方法及色彩搭配，掌握常用的 PhotoShop、dreamweaver 等工具的基本使用方法，会用这些工具制作产品主图附图、海报轮播图、详情制作、店铺首页等，能够设计发布符合行业特色的常见的各种风格的商品，装修出常见的各种店铺风格的店铺首页。	90

2.专业核心课程

本方案专业核心课程设置 6 门，包括：新媒体营销、客户服务、短视频制作、直播实务、网店装修、网络推广实务等。

专业核心课程主要教学内容与要求

序号	专业核心课程	教学内容与要求	参考学时
1	新媒体营销	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。本课程的任务是学习新媒体内容定位、图文设计、内容优化、吸粉引流、社群构建、内容变现等新媒体营销专题，通过微信、微博、百科、直播等平台的运营实例，着重剖析新媒体营销与运营的实战技巧。使学生具备独立思考、创意创新，逆向思维，善于观察等素质，掌握内容定位、内容优化、吸粉引流、社群构建等相关知识，具有精准定位内容，构建社群，内容变现，吸引流量，以及独立定制新媒体营销计划的能力。	108

序号	专业核心课程	教学内容与要求	参考学时
2	客户服务	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。本课程的任务是学习客服沟通用语和礼仪、售后问题处理技巧,及其在企业中实际应用。使学生了解产品和网购流程知识,电商客服各种业务类型的工作要求以及接待、沟通等方面的知识;掌握电商客服的专业服务用语和礼仪;能正确回复客户咨询,有效处理客户投诉;会准确分析客户需求,针对客户需求给予满意的解决方案。	108
3	短视频制作	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。本课程的任务是学习短视频制作的方法和技巧,并在企业中实际应用。使学生掌握短视频制作、发布方法、短视频的变现模式和运营方法,会制作发布运营短视频。	72
4	直播实务	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。本课程的任务是学习电商直播的基本理论和基本技能,并在实际中应用。使学生熟悉常见的电商直播平台,掌握 MCN 机构、主播及形象打造、直播间搭建方法,能全流程直播,会直播传播、引流互动和监管操作。	72
5	网店装修	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。本课程的任务是学习网店装修的基本理论和基本技能,并能在企业中应用。使学生学会掌握网店装修设计的步骤、方法及色彩搭配,掌握常用的 PhotoShop、dreamweaver 等工具的基本使用方法,会用这些工具制作产品主图附图、海报轮播图、详情制作、店铺首页等,能够设计发布符合行业特色的常见的各种风格的商品,装修出常见的各种店铺风格的店铺首页。	72
6	网络推广实务	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。本课程的任务是学习网络推广的基本理论和基本技能,及其实际应用。使学生了解网络推广的基础知识;掌握网店常用的免费推广和付费推广原理及操作方法;能用两微一抖新媒体进行推广;会搜索引擎营销,关键词优化、数据分析;会论坛发帖、邮件推广。	72

3.专业拓展课程

本方案专业拓展课程设置 10 门,包括:会计基础、视觉营销、商务网站建设与维护、数字化零售运营、电子支付与交易安全、移动营销、电子商务法律法规、商务沟通与礼仪、企业管理、网上创业实战等。

专业拓展课程主要教学内容与要求

序号	专业拓展课程	教学内容与要求	参考学时
1	会计基础	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程任务是学习会计学的基本理论知识、基本方法、基本操作技能及应用。使学生掌握会计核算的各种基本方法和其基本原理，并进行大量的实际操作练习，掌握会计基本操作技能并熟悉各种核算方法之间的联系。课程依据电子商务专业工作任务和职业能力而设置。针对学生的学习能力和兴趣爱好，按照专业基本业务处理岗位、凭证审核能力岗位、报表编制分析能力和实际操作等岗位的需求对学生进行培养。	36
2	视觉营销	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程的任务是学习 Photoshop 工具及其商品图片处理。使学生了解电商美工设计基本概念，掌握电商美工设计的步骤、方法及色彩搭配，掌握常用的 PhotoShop、dreamweaver 等工具的基本使用方法，会用这些工具制作产品主图附图、海报轮播图、详情制作、店铺首页等，能够设计发布符合行业特色的常见的各种风格的商品，装修出常见的各种店铺风格的店铺首页。	36
3	商务网站建设与维护	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程的任务是学习商务网站建设方法及维护管理操作。使学生掌握电子商务与电子商务网站关系的基础上，了解建设网站、申请域名的过程、建立网站发布信息平台和发布信息方法，理解掌握使用 ASP 技术开发 Web 网站和设计 Web 应用程序设计的基本理论、方法和技术，能够对网站进行维护与管理。	36
4	数字化零售运营	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程的任务是学习在淘宝开设经营网店的全过程，主要包括开店准备、创建、装修、客服、物流等各个环节的实践。使学生掌握开网店的知识并能加以运用，培养学生在淘宝网经营管理网店的基本能力。	36
5	电子支付与交易安全	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程的任务是学习电子商务支付与安全的基本概念、基本理论，以及经典案例的解读，全面系统地阐述了支付和安全在电子商务领域中的应用。使学生掌握电子支付工具、网上金融的理论及应用；理解并掌握电子商务系统的网络安全技术、安全协议与认证的内容以及电子商务支付的法律保障。	36
6	移动营销	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程的任务是学习移动商务应用技术、经营模式、移动营销、移动商务安全、移动支付、短视频与直播电商和移动商务典型案例等内容。使学生掌握移动商务的基本原理、经营模式、移动支付及其应用。	36
7	电子商务法律法规	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程的任务是学习电子商务法律法规方面的知识，对电子商务法做到懂法守法。使学生理解电子商务的界定与电子商务法含义，掌握电子	36

序号	专业拓展课程	教学内容与要求	参考学时
		商务主体法律法规、电子合同的法律法规、电子支付的法律法规、快递物流的法律法规、知识产权保护法律法规、消费者权益保护的法律法规、安全交易的法律法规、税收的法律法规、争议解决的法律法规、电子商务的法律责任，对电子商务法能够做到懂法守法。	
8	商务沟通与礼仪	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程的任务是学习商务沟通和商务礼仪的基础理论和基本技能，并在实践中应用。使学生掌握商务活动中的个人礼仪修养、社交礼仪、商务礼仪、职场礼仪、国际礼仪、沟通与合作、沟通中的倾听与交谈技巧、沟通中的写作和演讲技巧、求助中的沟通技巧以及工作、生活中的沟通技巧，能够在工作、生活中使用合适的礼仪去沟通。	36
9	企业管理	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程的任务是学习企业运行机制、管理职能、品牌营销、财务管理、生产管理的基础理论和基本技能，并在企业中实际分析应用。使学生了解企业网络化，企业设立、运行与改革机制；理解企业管理职能及管理问题；掌握品牌与营销、财务管理的基础知识；掌握生产运作系统的运行管理和现代化问题。	36
10	网上创业实战	本课程是电子商务专业拓展课程。通过本课程的学习，综合电子商务专业前导课程进行网上创业实战，使学生掌握网上创业的实践技巧和操作技能。	36

（三）实践性教学环节

主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。在校内外进行客户服务、网店设计、直播运营综合实训等综合实训。在电子商务行业的山东网商数字经济产教融合示范园、聊城市国科信达有限公司等企业进行电商客服、网店设计、直播运营、客户服务等岗位实习，校企合作开发综合实训项目，采取集中实训的教学组织形式，注重理论与实践一体化教学，校企教师严格执行《职业学校学生实习管理规定》和《电子商务专业顶岗实习标准》要求，共同管理和考核学生。

（四）教学相关要求

结合地域产业特色，落实“爱家乡、懂技术、善经营、能创业”电子商务专业人培目标，成立专业教学指导委员会，健全实训室设施，保障实

习实训教学条件，聘请兼职教师和引入企业教师驻校教学，保障师资队伍。校企双导师围绕产品营销，开发电商线下教材和线上数字化教学资源，校企双主体采用基于项目的七步混合式教学法、岗位模拟+实战、小组合作学习方式，共同实施教学，全程融入“爱国精神、工匠精神、劳模精神、劳动精神”和“乡村振兴”等思政教育，引导学生用技能服务家乡经济发展，推进三全育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一，培养学生运营推广等核心知识技能。加强安全教育、社会责任、绿色环保、新一代信息技术等方面教育；将创新创业教育融入专业课程教学和有关实践性教学环节中；自主开设网商创业实践等特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动以及其他实践活动等。

八、教学时间安排

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（含复习考试），累计假期 12 周，周学时为 28 学时，岗位实习按每周 30 学时安排，3 年总学时数为 3216 学时，按照 18 学时折算 1 学分，共 174 学分。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按 1 周为 1 学分。

公共基础课程学时占总学时的 34.7%，符合党和国家要求的公共基础课程和学时。

专业课程学时占总学时的 63.43%，岗位实习时间 20 周。

注重实践性教学，公共基础课程和专业课程实践性教学学时占比达 54.71%。选修课程学时含公共基础选修课程学时、数学等拓展模块限定选修学时和专业拓展课程学时，占总学时的比例为 10%以上。

（一）教学时间安排表

学年 \ 周数 \ 内容	教学（含理实一体教学及专门化集中实训）	复习考试	机动	假期	全年周数
一	36	2	2	12	52

二	36	2	2	12	52
三	38（其中，岗位实习 20 周）	1	1	5	45

(二) 授课计划安排表

课程类别	序号	课程名称	学时	学分	按学年、学期教学进程安排 (周学时/教学周数)					
					第一学年		第二学年		第三学年	
					1	2	3	4	5	6
公共基础课程	1	中国特色社会主义	36	2	2					
	2	心理健康与职业生涯	36	2		2				
	3	哲学与人生	36	2			2			
	4	职业道德与法治	36	2				2		
	5	语文	198	11	3	3	3	2		
	6	历史	63	4	2	2				
	7	数学	144	8	3	3	2			
	8	英语	144	8	2	2	2	2		
	9	信息技术	108	6	2	2	2			
	10	体育与健康	144	8	2	2	2	2		
	11	艺术（音乐美术）	36	2				2		
	12	劳动教育	18	1			1			
	小计（占总课时比例 31.34%）		1008	56	14	14	14	14		
	1	四史教育	36	2		讲座				
	2	中华优秀传统文化	18	1			1			
	3	职业素养	18	1				1		
	4	创新创业教育	18	1				1		
	5	健康教育	18	1			此列向下任选 1 门			
	6	环保教育	18	1						
	7	安全教育	18	1						
	8	海洋知识	18	1						
	小计（占总课时比例 3.36%）		108	6			2	2		
专业课程	专业基础课程	1	市场营销	108	6	6				
		2	电子商务基础与实务	90	5		5			
		3	视觉设计	90	5		5			

课程类别		序号	课程名称	学时	学分	按学年、学期教学进程安排 (周学时/教学周数)					
						第一学年		第二学年		第三学年	
						1	2	3	4	5	6
专业核心课程		小计（占总课时比例 8.96%）		288	16	6	10				
	专业核心课程	1	客户服务	108	6	6					
		2	新媒体营销	108	6			6			
		3	短视频制作	72	4			4			
		4	直播实务	72	4				4		
		5	网店装修	72	4				4		
		6	网络推广实务	72	4				4		
		小计（占总课时比例 15.67%）		504	28	6		10	12		
	专业拓展课程	1	会计基础	36	2	此列向下任选1门	此列向下任选2门	此列向下任选1门			
		2	视觉营销	36	2						
		3	商务网站建设与维护	36	2						
		4	数字化零售运营	36	2						
		5	电子支付与交易安全	36	2						
		6	移动营销	36	2						
		7	电子商务法律法规	36	2						
		8	商务沟通与礼仪	36	2						
		9	企业管理	36	2						
		10	网上创业实战	36	2						
	小计（占总课时比例 4.48%）		144	8	2	4	2				
	岗位实习	综合实训		504	20					18W	
顶岗实习		600	20						20W		
小计（占总课时比例 34.32%）		1104	40								
其他素养教育	1	入学教育与军训	60	2	1.5W						
	2	社区服务		2	0.5W	0.5W	0.5W	0.5W			
	3	岗前职业素养培训		1					讲座		
	4	毕业教育		1						讲座	
	小计（占总课时比例 1.87%）		60	6							
周课时及学分合计				3216	160	28	28	28	28	28	
证书学分				2							
综合素养学分				12							
总学分				174							

课程类别	序号	课程名称	学时	学分	按学年、学期教学进程安排 (周学时/教学周数)					
					第一学年		第二学年		第三学年	
					1	2	3	4	5	6
总学时			3216							

九、教学实施建议

(一) 教学要求

根据教育部有关教育教学及“三教”改革要求，公共基础课程教学为打造优质课堂，推动课堂革命，充分利用信息化教学手段，采用案例式、启发式、情景式等教学方法，调动学生学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定扎实基础。

专业（技能）课程教学坚持校企合作、工学结合，实行“四级递进、创学融合的”的“双园”人才培养模式，采用基于项目的“七步”混合式教学法和岗位模拟+实战、小组合作学习方式。

1. “四级递进、创学融合” “双园”人才培养模式

针对目前电商企业对中职电商毕业生岗位能力的要求，结合电子商务专业特点，突出新旧动能转换，培养“爱家乡、懂技术、善经营、能创业”创新型复合型技能人才，聊城市东昌府区中等职业教育学校与山东网商教育集团等企业合作办学，深化产教融合，打造校园内的电商产业园，形成“双园”制产教融合模式，企业导师从一开始就驻校参与电商专业课的指导，使学生入学即入企，创新实施“模拟创业→帮扶创业→自主创业→顶岗实习”的“四级递进、创学融合”“校园+产业园”人才培养模式。



图2 “四级递进、创学融合” “校园+产业园” 人才培养模式

第一二学期认岗学习（模拟创业），在电子商务班级成立模拟公司，学生通过电商模拟教学软件进行网店装修、网店推广、客户服务等操作，学习电子电子商务基础、视觉设计、网店运营与推广等创业基础课，以专业教师全程指导为主，企业导师点评指导，培养学生创业意识、网店建设和网店运营的基本能力，认知电子商务岗位基本技能。

第三四学期校内实训（帮扶创业），与引入校内的电商企业深度合作，电商学生参与电商企业实际运营项目进行帮扶创业，企业导师为主要指导教师，校内专业教师协助指导，以企业绩效考核学生能力，在实战电商项目中学习电商的核心专业技能，如售前导购、售后退换货、网店设计、网店运营等技能，同时培养学生经营理念、团队协作能力、创新创业能力、诚信敬业等社会核心价值观，使学生电商技能和专业素养同步提升，完成电商企业岗位的核心技能培养。

第五学期跟岗学习（自主创业或跟岗实习），学生以创业项目的形式进行自主创业或企业跟岗实习，既可以合作也可以单干，有货源经费且自主能力强的同学，撰写创业项目计划书，申请创业经费，校企双导师审核指导、跟踪答疑。其他学生可选择进行分销经营或企业综合实训。主要培

养学生电商综合运营技能、推广营销能力、专业课程在线学习能力、自主创新创业能力、团队协作能力、风险判断和承受能力、决策能力等，熟悉电商每个岗位能力要求，进一步强化职业岗位能力，完成跟岗人才培养。

第六学期顶岗实习（自主创业或顶岗实习），由学校组织学生进入订单企业进行顶岗实习，进一步提高学生电商岗位能力和综合职业素养，顶岗实习项目完全满足订单电商企业需求，全程以“准工人”的模式规范实习，提高实习成效，完成人才培养目标。

2.实施基于项目的“七步”混合式教学法

根据岗位能力需求将教材知识点整合、划分成几个教学项目，每个教学项目设置“单项过关”，通过后进行“综合考评”。由学校按照所有教学项目的训练内容进行综合过关考核，“单项过关”和“综合考评”的成绩均作为学生专业素养评价的依据。

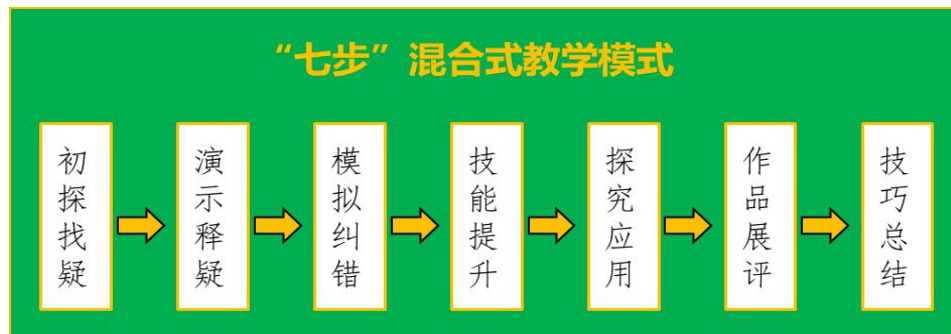


图2 “七步”混合式教学模式

如上图2所示，基于项目的“七步”混合式教学模式是初探找疑、演示释疑、模拟纠错、技能提升、探究应用、作品展示、技巧总结。

（1）初探找疑。课前，教师将项目任务书和案例资源上传至网络教学平台，学生从教学平台查阅任务要求，借助平台资源探究完成任务，并将遇到是疑难问题在平台参与讨论。教师根据学生话题讨论中反馈的疑难问题，确定教学的重难点内容。

（2）演示释疑。教师针对重难点内容做成微课视频上传到网络教学平

台，学生通过观看微课，查找自己操作存在的问题点。教师通过观察学生课上学习掌握情况进行演示讲解。简单的任务可以由优秀学生进行代表演示，较难的任务由教师进行演示讲解。

（3）模拟纠错。仔细观看正确的示范操作或微课视频后，每名学生应及时模拟操作，纠正自己存在的操作问题，熟悉操作流程及注意事项，并通过学习平台练习检测。

（4）技能提升。根据教师发布的技能提升任务要求，考察学生对简单操作变通后的掌握情况。通过进行强化训练操作，进一步巩固、强化所学知识。

（5）探究应用。教师将知识点融合实际场景中，在教学平台发布探究任务，考查学生的知识应用能力，以小组为单位分析和探究完成任务。

（6）作品展评。组内评选本组最佳作品，由组长将本组最佳作品上传学习平台参与在线评选。由各小组代表上台展示本组作品，参与在线投票，评选场最佳作品。让学生充分体验学习的成功及喜悦，激发学生学习兴趣。

（7）技巧总结。教师引导学生共同总结本次课学习的内容，针对重难点，以小组为单位要求学生们利用思维导图进行总结并上传学习平台，利于知识的巩固。

上述是完整的“七步”，教师可根据教学实际需求进行适当变动。如将前三步合并，课上由学生代表演示探究操作过程，教师与其余同学观看演示，并进行必要的讲解、点评、纠错，课上完成集体找疑、释疑、观看演示操作、互帮互助学习的过程。还可以将“探究应用”放到最后，作为课下延伸拓展应用。基于目标岗位群进行电商课程体系改革，通过“七步”混合式教学模式，激发学生动手操作实践兴趣，提高学生学习专业知识与技能的效率。

3.实行岗位模拟+实战、小组合作学习方式

逐步建设全真性职场教学环境，根据教学要求不断完善已有实训室。合理设计校内实训室的人文环境、工位配置、操作规程和标准、人员配置以及环保规范等，提升实训室的软环境建设水平，搭建理实一体化职场教学平台，为学生的实验实习提供更加有利的条件，实现学校文化与企业文化的无缝隙对接。

按照企业架构将学生分小组，做好人员分工。真实模拟+实战企业运作环境，教师示范与学生分组讨论、训练互动、学生提问与教师解惑、指导相结合，体现“做中学”、“做中教”的教学理念。

（二）学习评价

本专业积极改革教学评价模式，紧扣“人性化、多元化、发展化”的标准和要求，**建立“4+2 双向反馈式”教学评价模式**。“4”是成立由“学校、企业、家长、学生”四方组成的各专业“教学评价委员会”，该教学评价委员会牵头每学期组织对学生进行综合评价一次，其中包括学校教师评价、企业专家评价、家长评价、学生代表评价。“2”是学生素养和技能评价。学生素养包括学生操行与基础课程，即职业素养评价和专业素养评价，实行“千分制”量化考核；学生技能实行分等级评定的“德技并举”的评价手段，分为技能评价包括鉴定机构评价、顶岗实习评价，如下表。

“双向反馈式”是指学生一入校时由学生家长向学校反馈，该生在家里以及在初中学校学习时的具体情况；入校学习后，由学校向学生家长反馈学生在校情况，分为平时反馈、学期末固定反馈和三年后学生毕业反馈，充分利用学校的“云校通”平台让每一位学生家长实时掌握自己的孩子在学校的具体情况。强化实习、实训、毕业设计（论文）等实践性教学环节的全过程管理与考核评价。

1.职业素养评价

职业素养评价由学校组织学生个人、学校教师、学生代表、家长、行

业专家、企业专家五方共同实施评价，分敬业、发展、创新、协作、责任、品德、绩效七个维度，借助云校通平台进行综合评价。具体如下表所示：

职业素养评价		评价方式	占比
1	学生自评	每学期末，由教务处牵头，制定学生自我评价的标准和评价样表，内容包括德、智、体、美等各方面，由各个班级自主组织进行学生的自我评价，让学生对自己的学期成长有明确的自我定位。学生自评采用问卷调查的方式。	10%
2	学校教师评价	通过云校通平台，将学生的素养评价贯穿于整个学习过程，制定《学生操行管理办法》，班主任负责日常考核记录，任课老师负责课堂考核记录，公寓管理员负责公寓考核记录，政教处负责两操、卫生考核记录，总务处负责公物管理考核等等，每位教师根据自己分工的内容，及时将各项考核加减分登记到云校通平台。 通过云校通平台的大数据分析，直接核算出学生的在校考核评价，并形成详细记录及学生发展报告。同时对学生家长开放自己孩子的查阅权限，家长可以通过云校通平台及时查看自己孩子的在校表现，便于家长参与学生管理，共同助力学生发展。	30%
3	学生代表评价	每学期末，采用学校统一指定和各班学生民主推荐的方式选出学生代表，由学生代表对本班所有学生从敬业、发展、创新、协作、责任、品德、绩效七个维度的进行综合评价。	10%
4	家长评价	每学期末，由学校制定评价表格及评价标准，由学生带回家中，由学生家长填写问卷，对学生进行敬业、发展、创新、协作、责任、品德、绩效七个维度的综合评价。	10%
5	行业专家评价	每学期末，由各企业专家根据学生日常表现，对学生敬业、发展、创新、协作、责任、品德、绩效七个维度，分别评定优、良、中、差四个等级。学校根据企业专家评价，量化相应分数，计入学生电子档案。	20%
6	企业专家评价	由学校组织行业专家，每学期对本专业学生进行综合督导评估一次。所有学生的企业专家评价分数相同，以激发学生的集体荣誉感，共同维护集体形象，提高学生的团队意识。	20%

2.专业素养评价

专业技能评价包括文化知识、专业基础、专业技能三个方面。具体要求为：

文化知识：文化基础好，知识面宽，开设的公共课学的扎实，信息处

理能力强。

专业基础：开设的专业领域的基础课程的知识理论和技能常识掌握到位，专业知识面开阔。

专业技能：开设的专业领域的专业核心课程的知识理论学的扎实，能运用知识理论指导实际操作，动手能力强，与岗位要求实现对接。

文化知识和专业基础、技能成绩构成：按照我校考试管理规定执行。

3.鉴定机构评价

鉴定机构评价分为技能鉴定评价和技能大赛评价。

技能鉴定评价：学生在校期间，由国家相应职业技能鉴定机构进行职业资格鉴定，把考取相应的职业资格证书作为评价学生的重要内容。电子商务相关职业资格证主要有：计算机操作员（初级/中级）、电子商务数据分析、网店运营推广、阿里巴巴初级人才证书、普通话等级证书。

技能大赛评价：把学生参加上级组织的各类技能大赛作为检验、评价学生的有效手段之一。各类电子商务专业技能大赛包括教育行政部门组织的中职电子商务技能大赛、电子商务行业赛、创新创业大赛。

取得职业资格证的同学获得相应的星级学员（初级为一星学员、中级为二星学员、高级为三星学员）、技能大赛获奖的同学评为相应奖牌学员（一等奖为金牌学员、二等奖为银牌学员、三等奖为铜牌学员）。

4.顶岗实习（自主创业）评价

考核成绩参照参与运营企业鉴定、店铺业绩以及学生个人的创业考勤、创业记录、创业报告、创业表现等进行综合评定，分为：优秀、良好、一般、及格、不及格五个等级。成绩及格及以上者获得相应的创业学分。

（1）优秀

创业态度端正，遵守创业纪律，能很好的完成电子商务创业任务，达创业课程标准中规定的全部要求，创业报告能对创业内容进行全面、系统

的总结，并能运用学过的知识和技能解决工作中的实际问题，成绩优异。

（2）良好

创业态度端正，遵守创业纪律，能较好的完成创业任务，达到创业课程标准中规定的全部要求，创业报告能对创业内容进行比较全面、系统的总结，并能运用学过的知识和技能解决工作中的实际问题，成绩良好。

（3）一般

创业态度基本端正，能较好的遵守创业纪律，达到创业课程标准中规定的主要要求，创业报告能对创业内容进行比较全面的总结。

（4）及格

创业态度基本端正，能较好遵守创业纪律，基本完成创业任务。达到创业课程标准中规定的基本要求，能完成创业报告。但不够完整、条理。

（5）不及格

凡具备下列条件之一者，均为不及格：未达到创业课程标准规定的基本要求，创业报告不认真，或内容有明显错误；未参加创业的时间超过全部时间三分之一者；创业中有违纪行为，造成恶劣影响者。

十、师资队伍建设

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为师资队伍建设的标准。采用“内培”、“外引”、“聘请”等多种方式，促进教师队伍素质的整体提高。

（一）队伍结构

本专业专任教师共 10 人，均具有本科以上学历，具有高级专业技术职务教师 3 人，占比为 30%，具有“双师型”资格教师 6 人，占比为 60%，师资结构合理。专业学生数 200 人，师生比例近 20:1，达到国家标准要求。

深化产教融合，整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任兼职教师，建立线上线下相结合的专业教学教研机制，让兼职教师充分

参与专业教学研讨和专业建设，形成了专兼结合的结构化专业教学团队。

（二）专业带头人

专业带头人具有本专业及相关专业副高级及以上职称和较强的实践能力，能广泛联系行业企业，了解国内外现代服务业、商贸流通业、生产制造业等行业发展新趋势，准确把握行业企业用人需求，具有组织开展专业建设、教科研工作和企业服务的能力，在本专业改革发展中起引领作用。

（三）专任教师

具有教师资格证书；具有电子商务、网络营销等相关专业学历；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或实训基地实训，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

（四）兼职教师

根据学校《兼职教师聘任与管理办法》，从相关行业企业中聘任高技能人才担任兼职教师，具有中级及以上相关专业技术职称、扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，了解教育教学规律，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专业教学任务。

十一、教学条件

（一）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实验室、实训室和实训实习基地。

1.专业教室基本要求

专业教室配备有黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入环境，具有网络安全防护措施，具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。安装有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。

2.校内外实训、实验场所及设施基本要求

配备有网店推广综合实训、视觉设计综合实训室、电子商务客户服务实训室、直播营销实训室等实训室，能够满足开展网店推广、视觉设计、客户服务、直播营销等实训教学活动要求，各项规章制度齐全，实训指导教师确定，设施设备先进，符合面积、安全、环境等方面的条件要求。

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 40 名学生为基准，校内外实训条件配置如下：

(1) 校内实训基本条件

序号	实训室名称及面积	对应课程	主要设施设备	
			名称	数量
1	网店推广综合实训室/100 m ²	产品编辑与发布	计算机（满足 PR/PS）	41 台
		网络推广实务	网络服务器	1 台
		商务网站建设与维护	网店营销推广模拟教学软件	1 套
2	视觉设计综合实训室/100 m ²	视觉设计	计算机（满足 PR/PS）	41 台
		网店装修	网络服务器	1 台
		网络推广实务	电子商务模拟教学软件	1 套
3	电子商务客服实训室/100 m ²	客户服务	计算机（一般配置）	41 台
			半封闭坐席（一般隔音要求）	41 个
			电话及耳麦	41 个
			客户服务模拟教学系统	1 套
4	摄影实训室/100 m ²	产品拍摄与素材编辑	单反相机	16 台
			升光灯	16 套
			摄影台	16 个
5	摄影棚/100 m ²	产品拍摄与素材编辑	摄影幕布	1 套
			灯光系统	1 套
			单反相机	2 台
			计算机	3 台
6	直播营销实训室/100 m ²	数字化零售运营 新媒体营销 直播实务	直播手机（或微单）	4 台
			计算机（直播+客服）	12 台
			补光灯（主辅各一）	16 台
			背景支架	8 个
			静音隔断	
7	直播间/120 m ²	数字化零售运营	摄像机	8 套
			摄像系统（双机位，含采集、	1 套

序号	实训室名称及面积	对应课程	主要设施设备	
			名称	数量
		新媒体营销	导播、收音等)	
			灯光系统	1 套
			电视、屏反、笔记本	1 套
			辅助类计算机	7 台

(2) 校外实训基本条件

序号	实训基地名称	对应课程	需提供的主要设备	能开展的实训活动
1	聊城正信味业实训基地	新媒体营销、客户服务、短视频制作、直播实务、网络推广实务	电脑、直播设备、相机、摄像机	客户服务、网店设计、网店营销、直播销售
2	聊城国科信达实训基地	视觉设计 网店装修 客户服务	电脑、直播设备、相机	客户服务、网店设计、网店营销
3	烟台泰盈科技客服实训基地	客户服务、短视频制作、视觉营销	电脑、直播设备、相机、摄像机	客户服务、网店设计、网店营销、直播营销
4	六韬科技园客服实训基地	网络推广实务 直播实务 客户服务	电脑、直播设备、相机、摄像机	客户服务、网店营销、网络推广、直播营销

3. 实习场所基本要求

根据《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等文件有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供客户服务、视觉设计、网店营销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，能够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，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

（二）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1.教材选用要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材、国家优秀教材和省级规划教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态。建立由专业教师、行企业业专家和教研人员等参与的教材选用机制，完善教材选用制度。

2.图书资料配备要求

图书资料配备应能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书资料。

3.数字教学资源配置要求

推进信息技术与教学有机融合，加快建设智能化教学支持环境，建设能够满足多样化需求的数字资源。建设、完善与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库。

十二、质量保障

（一）建立专业人才培养质量保障机制

建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资

源建设等质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

（二）完善教学管理机制

学校应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立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，定期开展公开课、示范课等教研活动。

（三）建立专业研讨制度

专业教研组织应建立集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

（四）建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

十三、毕业要求

本专业毕业生主要面向潍坊市及周边地区的电子商务类企、事业单位，培养具有良好品德和职业道德，从事网店编辑、视觉设计、网店推广、客户服务、直播营销等工作。毕业后能顺利地进入相关企业进行从事客服、网店设计、网店运营与推广等岗位。具体要求如下：

- 1.入学军训教育成绩必须合格。
- 2.按规定修完所有课程，达到规定 174 学分且各科成绩合格。
- 3.取得相应的计算机等级证书。
- 4.获得与本专业相关职业资格证书（至少获一个劳动部门颁发的职业资格证书，1+X 电子商务数据分析证书、1+X 网店运营推广等职业资格证书）。

5.必须完成学校要求的顶岗实习。

6.完成实习，成绩合格。