

# 电子商务专业人才培养方案

## 一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：

## 二、招生对象与修业年限

招生对象：初中毕业生

基本修业年限：三年

## 三、人才培养目标

培养热爱祖国，拥护中国共产党的领导，拥护中国特色社会主义，德智体美全面发展，具有良好道德品质、正确思想观念，具备基本的现代商务运营管理知识，具备较强的电子商务概论、图像处理技术、商品实务、网络视觉营销、商务网页设计与制作、商务网站内容维护与管理、网络营销、网络贸易、网络客户服务与管理等实践能力和科学思维方法，身体心理健康，情操高尚、审美高雅、创新精神、创业意识和可持续发展能力，满足企业管理、服务一线需要的高素质技术技能人才。

## 四、专业面向

毕业生可在企事业单位的网店美工、网店运营、网络营销、网络客户服务管理等岗位工作，并可进行网络直播。

## 五、素质培养要求

### 1. 思想道德

具有社会主义事业建设者和接班人必备的人文社会科学知识、思想、方法、精神、高尚情操和文明行为等人文社会科学素质，具有社会责任感，能够在技术技能实践中理解并遵守职业道德和规范，履行职责。

### 2. 科学文化

(1) 具有从事电子商务技术技能工作必备的科学技术知识、思想、方法和精神等科学技术文化素质，了解电子商务专业的发展现状和趋势，具有一定的管理知识，能够将知识、思想、方法用于解决技术技能问题。

(2) 具有关于安全、健康、环境的责任关怀理念，良好的质量服务意识，应对危机与突发事件的初步能力。能够理解、评价电子商务专业技术技能实践或问题解决方案对安全、健康、环境和社会、法律、可持续发展的影响。

(3) 能够在工作中承担个体、团队成员、负责人的角色，能够就电子商务

专业技术技能问题与业界同行及社会公众进行有效沟通和交流。

### 3. 身体心理

(1) 具有终生健康理念，初步体育锻炼、心理调节的知识和技能，身体和心理健康，能够承受较强的工作负荷及工作、生活中的各种压力。

(2) 具有审美知识和情趣，具有正确的审美观、审美感受力，高雅的审美鉴赏力和创造力。

### 4. 技术技能

(1) 具有比较熟练的电子商务专业技能，能够应用所学知识、运用现代工具、选择适当技术、资源和文献资料，研究分析、识别表达、预测建模、监督管理技术技能问题和活动并给出科学评价。

(2) 能够对电子商务技术技能问题展开研究，提出设计解决方案并进行实验，得出有效结论。能够考虑安全、健康、环境以及社会、法律、文化等因素完成满足特定需求的电子商务方案设计。

### 5. 创新创业

(1) 具有基本创新知识与创新意识、创新思维、创新精神和初步的创新能力，能够在解决电子商务专业技术技能问题中体现创新本领。

(2) 具有基本创业知识、创业意识、岗位创业精神和初步的自主创业、团队创业愿望。具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。

## 六、人才培养模式

在学校所确立的“职业需求为导向，技术技能为特长，素质教育为主线，职业、技术、素质‘三维一体’的人才培养模式”的指导下，根据电子商务专业人才培养目标的需要，以职业、技术、素质培养为主线，依托校内外实训基地，校企合作构建与实施“全面职业技术素质提升式”人才培养模式。该模式通过校企合作，采用模拟教学、项目实践、顶岗实习等教学方式，实现学生从职业基础素质—职业核心能力—职业综合能力的逐级提升。该模式的实施过程体现职业技术素质教育的全面性、全程性和全员性。

整个人才培养进程分为三个阶段：在职业基础素质培养阶段，通过理论学习、案例学习、初级技能训练等方式，依托校内仿真模拟实训室，使学生掌握从事电子商务活动的基本方法和基本技能，培养学生对电子商务的认知和职业意识。在职业核心能力培养阶段，依托校内仿真模拟实训室，通过引进企业项目，开展网络直播、电商数据分析、网页制作与设计专项技能的训练，培养学生典型电子商务岗位的职业技能及职业素养。在职业综合能力培养阶段，以培

养学生的综合能力和就业能力为宗旨，依托校外实训基地，学生实现完全顶岗实习。通过对学生进行包括职业心理、职业形象、企业文化、企业电子商务业务流程的策划与改进、岗位基本技能等多方面内容的训练与实践，培养学生的职业综合能力和就业能力，实现由学生向电子商务职业人才的转变。

## 七、专业技术技能课程概述

公共素质主干课程包括：哲学与人生、职业道德与法律、政治经济与社会、语文、数学、英语、体育、计算机文化基础、职业生涯规划与就业指导等。

专业技术技能课程包括：电子商务基础、秘书基础、应用文写作基础、常用办公软件、经济法基础、公共关系基础、图像处理技术、商务网页设计与制作、商务网站内容维护与管理、网络营销、营销心理、网络客户服务与管理等。

电子商务专业技术技能课程介绍：

1. 电子商务基础 一是电子商务专业的一门必修专业基础课程。

设课的目标是能够作为将学生从传统商务引向电子商务的桥梁，是电子商务专业的重要入门课程。通过本课程的学习，能够建立起电子商务的基础概念框架，掌握电子商务基本业务处理流程和操作技能，具有良好的电子商务行为规范，为后续专业课程的学习和工作实践打下坚实的基础。

教学内容主要有认识电子商务、电子商务网站域名申请、电子商务网站建设、网络营销、网上支付、网络安全、电子商务模式、物流配送、电子商务法规、客户管理。

课程采用基于电子商务业务流程的理实一体化教学模式，授课地点在电子商务实训室进行。

本课程建议学时为 48 学时，在第 1 学期安排。

2. 图像处理技术——是电子商务专业的一门必修专业基础课程。

设课的目标是能够传授电子商务网页图像制作相关理论知识和培养图像制作能力，是电子商务专业的重要入门课程。通过本课程的学习，能够培养学生具有基本的电子商务网页图像制作能力，掌握电子商务网页图像制作以及图像处理的基本理论和方法，为电子商务网页设计，电子商务网站建设与维护课程的课设奠定基础。

教学内容主要有 photoshop 操作基础、基本绘图技法、图像处理基本技法、图像特效制作、网页按钮的制作以及网页图像综合应用等。

课程采用案例教学法，授课地点在电子商务实训室进行。

本课程建议学时为 48 学时，在第 1 学期安排。

### 3. 商务网页设计与制作——是电子商务专业的一门核心课程。

设课的目标是使学生了解商务网页设计与制作的基本原理及实现方法，掌握网页设计与制作的一般技巧及常用工具，能在有效的时间内制作出满足企业商务需求的适用网页。

教学内容主要有商务网页设计与制作导引、商务网页布局与设计、网页效果图制作、静态页面制作、Div+css 网页布局。

课程采用理实一体化教学模式，授课地点在电子商务实训室进行。

本课程建议学时为 84 学时，在第 3 学期安排。

### 4. 商务网站内容维护与管理——是电子商务专业的一门核心课程。

设课的目标是使学生通过对商务网站信息收集与筛选、事物网站内容编辑、商务网站原创内容制作、零售类网站的内容维护、信息服务类网站的内容管理、中小企业商务网站内容维护和商务网站内容数据备份等内容的学习，使学生能够收集和发布与网站主题有关的信息；能够配合频道和栏目主题，编撰企业各类新闻；能够进行网络互动话题设计，具备引导网友进行讨论的社区管理能力；能够敏锐捕捉跟踪焦点事件，具备网络专题策划能力；熟悉数据库定期备份制度，掌握网站内容数据备份机安全管理的相关技术。

教学内容主要有商务网站信息收集与筛选、商务网站内容编辑、商务网站原创内容制作、零售类网站的内容维护、信息服务类网站的内容管理、中小企业商务网站内容维护、商务网站内容数据管理。

课程采用理实一体化教学模式，授课地点在电子商务实训室进行。

本课程建议学时为 44 学时，在第 4 学期安排。

### 5. 网络营销——是电子商务专业的一门核心课程。

设课的目标是使学生系统了解网络营销的基本理论和方法体系，全面领会在网络虚拟市场开展营销活动的原理与特点、环境与方法、工具与手段、目标与实施控制等相关内容，熟悉网络营销操作思路和相应的运作技巧，具备在网络虚拟市场正确运用网络规则和礼仪，创造性地实施营销活动的的能力。

教学内容主要有认识网络营销、企业营销网站优化、网站推广、网络广告、网络客户服务、网上市场调研、网络营销管理。

课程采用理实一体化教学模式，任务驱动教学方法，授课地点在电子商务实训室进行。

本课程建议学时为 56 学时，在第 3 学期安排。

### 6. 网络客户服务与管理——是电子商务专业的一门重要的专业课程。

设课的目标是能够培养学生良好的网络客户服务与管理意识,熟悉网络客户服务流程,熟练应用网络客户服务的基本工具,掌握扎实的网络客户服务技能,能够开展日常的售前、售中和售后客户服务,妥善处理客户异议等日常业务,并且能够进行客户信息管理、满意度管理、忠诚度管理和呼叫中心管理等综合技能业务,能够满足网络客服专员和网络客服组长等工作岗位对客户服务与管理技能的需求。

教学内容主要有客户服务基本认知、网络客户服务的基本工具、网络客户服务的基本技能、信息服务业的在线客户服务、旅游服务业的在线客户服务、网上商城的在线客户服务、客户在线投诉处理、客户管理、呼叫中心管理。

## 7. 秘书基础

要求学生系统地掌握秘书工作的主要内容、原则、要求、一般工作方法以及从事秘书工作的职业道德和业务素质;要求考生具有一定的综合职业能力(会议组织能力和办公室事务处理能力)和创新能力。秘书和秘书工作的含义;秘书工作的基本属性;秘书工作的主要任务;我国秘书工作的发展趋势。领导、领导活动、领导意图的含义;领导活动的三要素;领导意图的形成;秘书工作在领导活动中的作用和特点;秘书与领导相处的基本原则。公文、行政公文的含义;公文形成的具体过程及要求;公文处理的程序和要求;提高公文处理效率的方法。会议的概念、要素、种类、作用和控制;会议筹备工作的内容及基本方法;会中工作的内容及基本方法;会后工作的内容。来客接待;接打电话;信件处理;印信管理;合理安排领导公务活动。秘书人员的素养;秘书人员的知识结构与能力要求;秘书人员的职业道德

教学内容主要有秘书工作及其发展趋势、秘书工作的基本原则、特点和作用、公文处理、会议工作、日常事务、秘书的基本素养、条件和职业道德

## 8 常用软件操作训练

要求学生掌握文字处理、电子表格、文稿演示、数据库管理、图像处理、网页制作的基本功能和使用方法,要求考生具有利用 Word 2010 进行页面布局、保存与打印文档的能力;具有利用 Excel 2010 进行报表处理、数学计算、财务处理、统计分析、图表制作和日常事务处理的能力;具有利用 PowerPoint 2010 进行制作演示文稿、美化演示文稿、放映演示文稿的能力;具有利用 Photoshop CS6 对图像进行编辑、加工、处理及图案设计的能力;具有利用 Dreamweaver CS5 制作网页、美化网页、发布网页的收集、整理、发布信息的能力。

教学内容是文字处理、电子表格 演示文稿 数据库管理 图像处理 网页制

作

## 9. 应用文写作基础

要求学生系统了解和掌握有关应用文的相关基础知识并具备一定的写作能力。考试要求：由低到高分为了了解、掌握、应用三个层次。了解：考生应了解有关应用文的概念、作用、分类及特点等。掌握：考生应掌握有关应用文的结构、格式、写作方法及写作要求应用：考生应在掌握有关应用文的结构、格式和写作方法的基础上，写出比较规范的、符合写作要求的应用文。

教学内容包括绪论 应用文写作基础知识 行政公文 传播应用文 经济应用文 事务应用文 礼仪应用文

## 10、公共关系基础

要求学生系统地理解公共关系的基本概念和基本理论，掌握公共关系工作的方法和技巧，掌握社会交往、日常礼仪、口语表达的基本要求和方法，树立公共关系意识，具备一定的公共关系实务水平。要求考生具有一定的应变能力，社会交往能力，开拓创新能力以及运用所学的公共关系理论和公共关系技巧去解决和处理实际问题的能力

教学内容包括形成意识：公共关系的含义、公共关系的基本特征、现代公共关系的兴起和发展、公共关系与我国现代化建设。调查分析：社会组织和公众的含义、特征及类型，公共关系的工作过程，设计调查问卷。信息交流：传播的含义、类型及特点，主要大众传播媒介，双向信息交流的意义，信息收集的内容，信息传播的内容。沟通协调：组织内部的公共关系，组织外部的公共关系。培养素质：公共关系人员的形象，公共关系人员的基本条件，公共关系人员的能力。交际礼仪：礼仪的含义，一般社交礼仪，对外交往礼仪，有关场合礼仪。语言表达：交际与交际技巧，语言表达的基本要求，陈述、说明和议论，即兴发言。演讲商谈：演讲的作用和风度，演讲的语言技巧，商谈的原则和过程，商谈的技巧和策略。活动策划：公共关系活动的方式、公共关系专题活动、公共关系策划。形象塑造 危机管理：市场开拓

## 11 电子商务基础

要求学生具有使用网络信息技术解决商品采购、保管及配送、网络营销、客户服务、电子交易与支付等业务问题的能力。

教学内容包括是教学内容包括是电子商务的含义、基本组成要素；电子商务与传统商务的比较；电子商务的类型；电子商务的发展趋势；电子商务对社会发展的影响；电子商务岗位分类。分析电子商务的主要模式：B2B 电子商务模式种类；

B2C 电子商务模式种类；C2C 电子商务业务流程；C2C 电子商务盈利模式；O2O 电子商务模式的含义；O2O 模式中消费者的消费流程；团购的含义。实现网上支付：

电子支付的含义、特点；常见的电子支付方式；网上银行业务的含义、基本业务内容；第三方支付平台的特征。）搭建网上商：淘宝网上创建网店的通常步骤；商品采编技术流程、岗位要求；网店装修的常用工具。开展网络营销 优化电子商务客户服务 实现电子商务物流 重视电子商务安全应用与法律法规

## 12、经济法基础知识

要求学生系统地理解经济法的基本概念和基本理论，掌握运用经济法律法规解决实际问题的方法。要求考生具有理论和实际联系的能力，综合运用所学知识分析问题和解决问题的能力。

教学内容包括经济法律法规基本知识 公司法律制度中小企业法律制度合同法律制度 金融法律制度 财政税收法律制度 其他经济法律制度 会计法律制度 课程采用理实一体化教学模式，授课地点在电子商务实训室进行。

本课程建议学时为 44 学时，在第 3 学期安排。

## 八、教学进程

### (2) 按学时排列的课程进程表

类别	序号	课程编码	课程名称	学时		
				总计	理论	实践
公共素质	1		职业道德与法律	36	36	0
	2		哲学与人生	36	36	0
	3		英语	108	108	0
	4		体育	108	20	98
	5		计算机文化基础	92	54	54
	6		数学	108	108	0
	7		语文	108	108	0
	8		经济政治与社会	36	36	0
	9		职业生涯规划与就业指导	36	36	0
	10		传统文化	54	54	0
	11		历史	32	32	0
	12		化学	32	32	0
	13		礼仪	54	34	20
	14		劳动教育	16	16	
		小计	856	684	172	
技术技能	1		秘书基础	80	40	40
	2		常用软件操作训练	80	40	40
	3		应用文写作基础	80	50	30
	4		公共关系基础	80	40	40

	5	电子商务基础	80	50	30
	6	经济法基础知识	80	70	10
	7	营销心理学	80	50	30
	8	图像处理技术	80	50	30
	9	商务网页设计与制作※	80	20	60
	10	网络营销※	80	20	60
	11	网络客户服务与管理	80	80	
	12	商务网站内容维护与管理	80	60	20
	13	电子商务数据分析基础	80	20	60
	14	电子商务数据分析技能	80	20	60
	小计		1120	610	510
职业资格证书	1+X 职业技能等级证书				
个性发展	课程选修、素质竞赛、社团活动、文体活动、专题讲座、科技活动及实训室开放等				

#### 十、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	数量(间)	主要设备名称	数量(台/套)	规格和技术的特殊要求
电商实训室	240 平方米	4	服务器	4	
			电脑	128	以小组（8 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	4	
			电子教室管理软件	1	系列软件
直播实训室	400 平方米	10	声卡	20	
			立式手机直播支架	20	
			麦克风	20	
			桌上手机支架	10	
			云台	10	
			摄影灯	40	
			补光灯	20	

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。

#### 十一、编制说明

1. 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) 主动对接吉林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。

2. 我校依据省实施性人才培养方案制定实施性人才培养方案的具体情况如下：

(1) 公共基础课程与专业平台课程是本专业所必修的课程。我校根据培养目标、专业方向的需要，选定两个方向：网络营销方向和客服管理方向组织教学，并实施国家职业资格鉴定。

(2) 我校结合学生个性发展需求和学校办学特色针对性开设以下任意选修课程：

①人文素质类：普通话等级、计算机等级考试、音乐欣赏、礼仪形体训练等。

②专业技能任选课程：配送中心运作实务、第三方物流运作事务、Dreamweaver、Photoshop、Flash、网站建设与维护等。