

# 昆山花桥国际商务城中等专业学校

## 跨境电子商务专业实施性人才培养方案

(适用于 2023 级跨境电子商务中专班)

### 一、专业及代码

专业类别：电子商务类（代码：7307）

专业名称：跨境电子商务（专业代码：730702）

### 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

本专业落实立德树人根本任务，注重学生德智体美劳全面发展，培养具有良好的职业品质和劳动素养，掌握现代商贸跨境流通行业所必需的基础知识与通用技能，以及本专业对应职业岗位所必备的知识与技能，能胜任网店运营、网店客服以及相应服务、管理等一线工作，具备职业适应能力和可持续发展能力的高素质劳动者和复合型技术技能人才。

### 四、职业面向

主要职业 (代码)	职业资格或职业技能等 级要求	继续学习专业	
营销员 (4-01-02-01) 电子商务师 (4-01-02-02) 客户服务管理员 (4-07-02-03)	电子商务师(中级) 互联网营销师(中级) 网店运营推广(初级) 电子商务数据分析(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

### 五、培养规格

#### (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、实践报国之行。

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。

## **(二) 职业能力（职业能力分析见附件 1）**

### **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) 了解国际商务礼仪知识、国际商务谈判和销售技巧。

(6) 具有国内外法律意识，遵守涉及我国及目的地国家的进出口法律法规以及国内外主流网络平台政策。

(7) 具有跨文化交际能力，能够根据企业发展目标和市场需求特点，结合国际市场发展情况，开展行业分析、竞争对手分析、市场容量分析等工作。

(8) 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。

(5) 掌握各种跨境电商平台的操作方法和技巧，能够操作和运营管理典型的 B2C 跨境电商平台、B2B 跨境电商平台业务，具有多平台管理运营理念。

### 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。

(3) 商务沟通：掌握一定的国际商务礼仪知识、国际商务谈判和销售技巧。具有阅读一般性英语资料和简单口头交流的能力，能够在跨境电商平台上进行网站推广、对跨境电商平台进行操作，完成日常交易洽谈和业务活动的的能力。

### 4. 跨行业职业能力

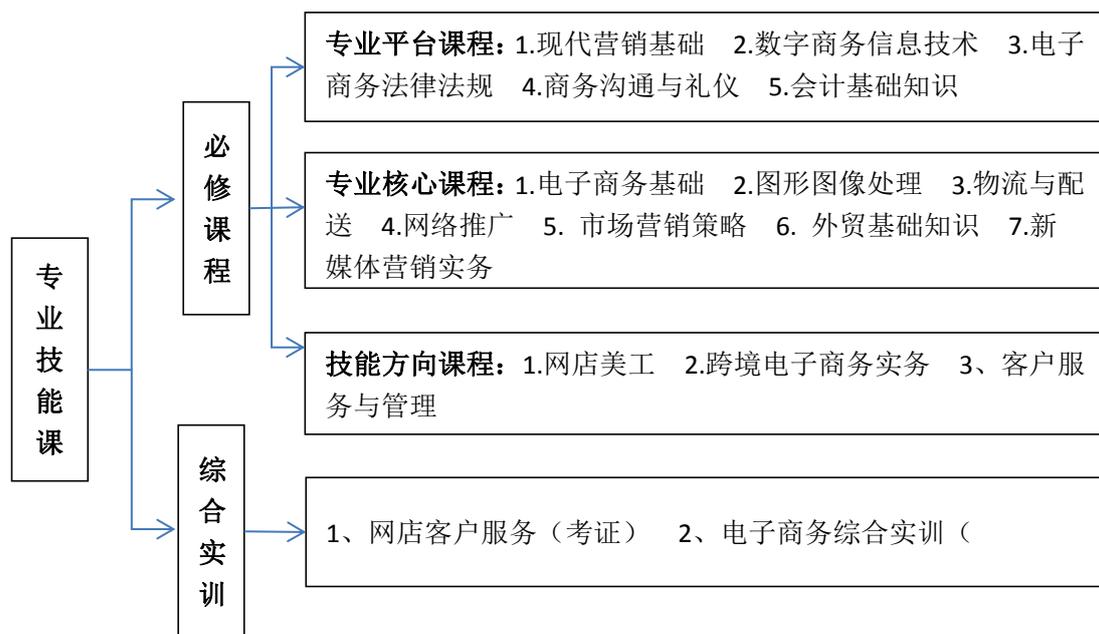
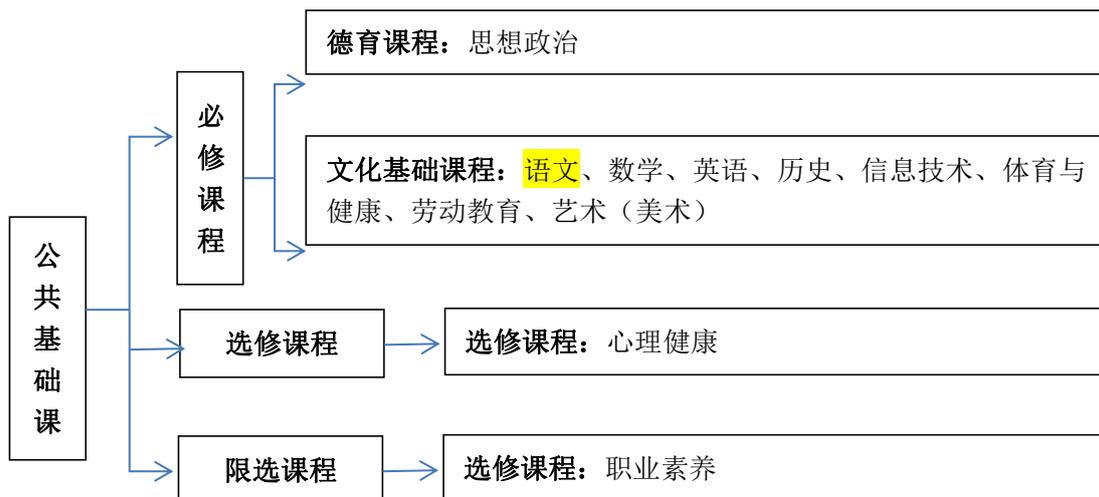
(1) 具有适应岗位变化的能力，能根据职业技能等级证书制度，取得跨岗位职业技能等级证书。

(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	参考学时
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	140
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	280

	和学生发展需求，依据课程标准，在部颁教材中选择确定	
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	68
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	280
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	280
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	104
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	174
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	18
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	34

## 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 (72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

		<p>的方法与途径，会运用调节市场需求的策略；</p> <p>(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；</p> <p>(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> <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；</p> <p>(2) 商务文档编辑与处理；</p> <p>(3) 商务图片采集与处理；</p> <p>(4) 商务视频拍摄与处理；</p> <p>(5) 商务网页设计与制作；</p> <p>(6) 商务数据分析与应用；</p> <p>(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
电子商务法律法规 (72学时)	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 法律基础知识;</li> <li>(2) 中华人民共和国消费者权益保护法;</li> <li>(3) 中华人民共和国商标法;</li> <li>(4) 中华人民共和国反不正当竞争法;</li> <li>(5) 中华人民共和国产品质量法;</li> <li>(6) 中华人民共和国反垄断法;</li> <li>(7) 其他常用法律法规</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(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;</li> <li>(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;</li> <li>(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;</li> <li>(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;</li> <li>(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;</li> <li>(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;</li> <li>(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</li> </ul>
商务沟通与礼仪 (68学时)	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 语言沟通;</li> <li>(2) 非语言沟通;</li> <li>(3) 书面沟通;</li> <li>(4) 商务形象礼仪;</li> <li>(5) 商务交际礼仪;</li> <li>(6) 商务通信礼仪;</li> <li>(7) 商务仪式礼仪;</li> <li>(8) 涉外商务礼仪</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(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;</li> <li>(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;</li> <li>(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;</li> <li>(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;</li> <li>(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;</li> <li>(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;</li> <li>(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;</li> <li>(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</li> </ul>
会计基础知	(1) 会计概述;	(1) 了解会计的产生、发展、目标，了解会计

<p>识 (72学时)</p>	<p>(2) 会计科目和会计账户; (3) 复式记账与借贷记账法; (4) 商品流通企业主要经济业务核算; (5) 会计凭证填制与审核; (6) 会计账簿设置与登记; (7) 财产清查; (8) 会计报表编制; (9) 企业资金运营管理体验</p>	<p>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; (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; (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; (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; (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; (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; (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; (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; (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>电子商务基础 (72 学时)</p>	<p>(1) 电子商务技术基础; (2) 网络技术基础; (3) 网络营销技术基础; (4) 电子商务支付; (5) 电子商务安全; (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; (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; (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; (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; (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; (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>
<p>图形图像处理 (64 学时)</p>	<p>(1) Photoshop 快速入门; (2) 图像选择; (3) 绘画与填充工具应用;</p>	<p>(1) 了解图像的常用知识熟悉 PS 的界面, 掌握 PS 的基本操作要求灵活, 掌握选区应用掌握选区的调整及操作技巧。 (2) 掌握绘图工具的使用方法, 掌握修图工具</p>

	<p>(4) 图像修复;  (5) 图层应用;  (6) 路径和形状工具应用;  (7) 图像调整;  (8) 通道应用;  (9) 滤镜应用;  (10) 综合应用;</p>	<p>的使用方法,掌握填充工具的使用了解图像编辑工具的使用,掌握图像的移动、复制和删除方法,掌握图像的裁剪和变换方法。  (3) 重点理解图层的用途,掌握图层面板的基本操作,掌握图层样式参数设置,理解图层混合模式。  (4) 掌握色阶的使用方法,掌握曲线、色相/饱和度的处理技巧,掌握反相的处理技巧,掌握文字的输入以及编辑,掌握变形文字和路径文字的设置与制作。  (5)理解通道的特点,掌握通道的创建和使用。  (6)了解滤镜基础知识,掌握常用滤镜的使用方法和技巧,能够灵活应用各种滤镜制作特效,了解动作面板掌握动作的创建及应用。</p>
<p>物流与配送  (68学时)</p>	<p>(1) 电子商务物流概述;  (2) 电子商务物流模式;  (3) 仓储管理;  (4) 运输与配送管理;  (5) 物流包装;  (6) 供应链管理;  (7) 物流信息化管理;  (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;  (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;  (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;  (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;  (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;  (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;  (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;  (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>
<p>网络推广  (54 学时)</p>	<p>(1) 网络推广认知;  (2) 网络推广方案;  (3) 搜索引擎推广;  (4) 微信推广;  (5) 微博推广;  (6) 网络直播推广;  (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;  (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;  (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</p>

		<p>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>市场营销策略 (54 学时)</p>	<p>(1) 营销策划认知；</p> <p>(2) 营销策划的主题和目的；</p> <p>(3) 营销策划的对象、场所和时间；</p> <p>(4) 营销策划的内容；</p> <p>(5) 营销策划的运作；</p> <p>(6) 策划的注意事项及费用预算；</p> <p>(7) 广告文案认知；</p> <p>(8) 广告文案策划</p>	<p>(1) 掌握营销策划的含义、原则，了解营销策划的主要类型，能熟知策划方案的写作要求；</p> <p>(2) 了解策划文案主题的撰写原则，能运用以产品类型为主题、以特定节假日为主题、以季节特点为主题的三种营销策划方法；</p> <p>(3) 掌握营销活动不同时期的推广目标，能区分新产品与老产品的推广目标的差异；</p> <p>(4) 了解推广对象的界定，能恰当的选择推广场所和时机；</p> <p>(5) 掌握常规的推广方式，能列举创新的推广方式；</p> <p>(6) 了解推广工具的类型和现场布置要点，明确活动部门及人员的分工；</p> <p>(7) 了解商品推广期间的注意事项，能熟悉活动现场的控制要求；</p> <p>(8) 掌握推广活动费用预算的各模块构成，能合理制订预算；</p> <p>(9) 了解广告媒体的类型、优缺点、适用性，了解广告诉求的定义、方法，能根据营销推广目标选择合适的广告媒体；</p> <p>(10) 熟悉广告标题的类型，了解广告口号和随文的作用，能设计生动、有创意的广告正文</p>
<p>新媒体营销实务 (68 学时)</p>	<p>(1) 新媒体营销概述；</p> <p>(2) 短视频营销；</p> <p>(3) 自媒体平台营销；</p> <p>(4) 社群营销；</p> <p>(5) APP营销；</p> <p>(6) 内容营销；</p> <p>(7) 新媒体整合营销</p>	<p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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</p>

		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
--	--	---

(3) 技能方向课程

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
网店美工 (90 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>
客户服务与管理 (102学时+考证1周)	<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</p>

		方法，能运用数据挖掘方法分析客户数据； (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； (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
网店运营 (90 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

## 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：综合实践教学及教育活动周数		
一	18	18	1 (军训) 1 (专业认知与入学教育)	1	1
二	18	18	/	1	1
三	18	18	/	1	1
四	18	18	/	1	1
五	18	18	1 (考证)	1	1
六	19	19	18 (顶岗实习实习) 1 (毕业教育)	/	/
总计	109	109	21	5	5

注：鼓励学校加强实践性教学，学时安排达到总学时的 50%。

### (二) 教学进程安排

课程类别	课程名称	学时	学分	学期					
				16+2	18	18	18	17+1	18+1
				1	2	3	4	5	6
公共基础	必修 思想政治	140	8	32	36	36	36		
	语文	280	16	72	64	72	72		

课程	课程	数学	280	16	64	72	72	72		
		英语	280	16	64	72	72	72		
		历史	68	4	32	36				
		信息技术	104	6	32	72				
		体育与健康	174	10	32	36	36	36	34	
		劳动教育	34	2						34
		艺术(美术)	18	1					18	
	选修课程	心理健康	16	1	16					
	限选课程	职业素养	17	1						17
	小计		1411	81	336	396	288	306	85	
专业 (技能)课程	专业类平台课程	现代营销基础	64	4	64					
		数字商务信息技术	64	4	64					
		电子商务法律法规	72	4			72			
		商务沟通与礼仪	68	4						68
		会计基础知识	72	4				72		
	专业核心课程	电子商务基础	72	4			72			
		图形图像处理	72	4		72				
		物流与配送	68	4						68
		网络推广	54	3		54				
		市场营销策略	54	3				54		
		外贸基础知识	34	2						34
		新媒体营销实务	68	4						68
	技能方向课程	网店美工	90	5				90		
		跨境电子商务实务	90	5			90			
		客户服务与管理	102	6						102
	综合实训	网店客户服务(考证)	29	2						1W
		电子商务综合实训	68	4						68
顶岗实习		522	29						18W	
小计		1663	95	128	126	234	216	408	18W	
其他教	专业认知与入学教	29	2	1W						

育活动	育								
	军训	29	2	1W					
	毕业教育	29	2						1W
合计		3161	182	522	522	522	522	522	551

注：1. “√”表示建议此课程开设的学期，“(√)”表示由学校根据实际情况选择性确定；

2. 本表不含军训、社会实践、入学教育及认识实习、毕业考核、毕业教育及公共基础课程任意选修课和各校自主设置的专业拓展课程教学安排；

3. 课程开设顺序和开设学期，以及学时、学分，学校可根据实际情况调整。

## 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，争做“四有”好老师。

#### 2. 专业能力

(1) 专人专业教师与在籍学生之比为 1:10，研究生学历（或硕士以上学位）比例为 45.5%，高级职称比例为 27.3%，获得电子商务或本专业相关的高级工及以上证书比例为 72.3%。专业带头人具备高级讲师及以上职称和较高的职业技能等级证书，拥有商务服务行业的专业视野和实践经验，具有电子商务专业前沿知识和先进教育理念，教学水平高、教学管理强，在本区域或本专业领域具有一定的影响力。能广泛联系行业企业，较好地把握电子商务行业、专业发展态势，了解电商行业企业对本专业人才的实际需求，潜心课程教学改革，带领教学团队制订高水平的“实施性人才培养方案”。具有组织开展学校电子商务专业建设、课程建设、教科研工作、校企合作、实训基地建设和为企业提供技术服务、咨询等能力，在本专业改革发展中起引领作用。

(2) 公共基础课程学科带头人和专业（技能）课程负责人在该专业的课程教学、教育科研、课程开发等方面起到引领作用。关注学科（课程）改革和发展状况，熟悉本学科（课程）的课程标准、教学任务、主要教学内容及要求。具有较强的课程研究能力和实施能力，组织开展具有一定规模的示范性、观摩性等教研活动，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) 专任教师应具有中等职业学校教师资格证书和与任教学科相符的专业

背景，熟悉教育教学规律，对任教课程有较为全面理解，具备较强的学情分析、教学目标设定、教学设计、教案撰写、教学策略选择、教学实施和评价能力，能运用信息化教学手段，合理使用信息化资源，注重教学反思，关注教学目标达成，持续改进教学效果；能积极开展课程教学改革和实施，具备一定的课程开发能力。专任专业教师还具有从事学科（课程）教学所在行业高级以上职业技能等级证书或职业资格证书，平均每两年到企业实践 2 个月。专业教师具有良好的专业知识和实践能力，能够开展理实一体教学活动及实践技能示范教学，参加产学研项目研究及教学竞赛、技能竞赛等活动，能开发具专业特色的校本教材。

（4）“双师型”教师取得国家或省相关规定的职业资格或非教师系列的专业技术职称，如电子商务师等非教师系列中级专业技术职务或与本专业有关的中、高级职业技能等级证书或职业资格证书。兼职教师经过教学能力专项培训，并取得合格证书。

### 3. 团队建设

专任专业教师与在籍学生的师生比，本科学历、研究生学历、高级职称的比例，专任专业教师高级以上职业技能等级证书或非教师系列专业技术中级以上职称的比例，兼职教师的比例及相关要求，应符合国家、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。专任专业教师中应具有来自不同专业背景的专业水平高的专任专业教师，建设符合项目式、模块化教学需要的课程负责人领衔的、跨学科领域的、专兼结合的教学创新团队，实现知识、技能和实践经验的优质互补和跨界融合，不断优化教师团队能力结构，以团队协作的方式开展教学、提升质量。

## （二）教学设施

### 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电子商务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，配备计算机、投影仪、视频展示台、投影屏幕、音响设备等多媒体教学器材，满足信息化教学的必备条件；具有体现电商行业特征、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

根据本专业人才培养目标的要求及课程设置的需要，按每班 35 名学生为基准，校内实训室配置如下：

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	教学用计算机	1	安装教学管理系统

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
	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	/	
仓储与配送实训室	立体仓库货架	10	/
	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

校外实训基地满足学生岗位实习、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：

①根据本专业人才培养的需要和电子商务行业发展的特点，建立校外实习基地，一是以专业认识和参观为主的实习基地，该基地能反映目前专业发展新技术，并能同时接纳较多学生实习，为新生入学教育和认识实习提供条件；二是以接收学生社会实践和岗位实习为主的实训基地，该基地能为学生提供真实的专业综合实践训练的工作岗位，以上校外实训基地 6 个以上，且合作协议满 3 年。实习企业具备独立法人资格、依法经营 3 年以上，具有一定的规模，能满足至少 40 人同时进行专业认识实践或客户服务、网店美工、电商运营等技能实训活动。

②符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求。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，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。实习单位提供电子商务专业所涉及的技术规范、操作规程等详细资料，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实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师。实习指导教师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，热心于电子商务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，共同做好学生实习服务和管理工作。

### **（三）教学资源**

#### **1. 教材**

学校建立严格的教材选用制度，教材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。根据专业性、基础性、实用性的原则，组织专业教师结合课程特点和教学需要，编写专业课程教材，建设有特色、高质量的校本教材。

#### **2. 图书文献资料**

按照国家和省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，配备商务服务行业政策法规、职业标准、技术手册、实务案例及专业期刊等图书文献，如《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国电信条例》等；有规范的电子商务专业教学计划、课程标准、教学标准、实践教学任务书等完备的教学文件，如教育部《中等职业学校专业目录》《江苏省中等职业教育电子商务专业技能教学标准（试行）》等。配备的图书文献资料应能满足人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。

#### **3. 数字资源**

充分利用智慧职教平台有关商务营销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。建设并配备与电子商务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，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、操作性强的实施性人才培养方案（体例格式见附件2），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”“3+4”分段培养，职教高考升学，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》开足开好公共基础必修课程。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。

4. 按照《江苏省中等职业学校商务营销专业类课程指导方案（试行）》开足开好专业类平台课程。专业核心课程的教学内容和要求依据电子商务课程标准的要求执行，专业拓展课程结合学校本专业的专门化方向设定，也在不同专业方向间交叉组合选择拓展课程，在选择时还可以根据学校教学需要在本方案提供的课程之外增设其他的专业拓展课程，形成学校具有地方特色的校本课程。

#### 5. 制订课程实施性教学要求

（1）对于所有课程的教学内容和要求，学校集中教研力量，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商务营销专业类课程指导方案（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，研究确定所有课程的实施性教学要求，并填入相应课程教学内容要求表中。

（2）课程实施性教学有机融入思想政治教育元素，推进全员、全过程、全方位育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一，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、优化教学内容，创新教学设计、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。

6. 实施“2.5+0.5”学制安排，学生校内学习5学期，校外岗位实习1学期。三年总学时数为3161，其中，公共基础课程（含军训）学时占比约为40%，专业

（技能）课程（含入学教育及认识实习、毕业考核、毕业教育等）学时占比约为60%。课程设置中应设任意选修课程，其学时数占总学时的比例应不少于10%。

7. 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，呈现在正文中或作为“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，保证开足公共基础课程、专业（技能）课程每门课程所需学时和教学内容。

学分计算办法：公共基础课程每18学时计1学分，专业（技能）课程18学时计1学分；军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动，1周为1学分；专业实践教学每周按30学时计算，1周计2学分；岗位实习1周计1.5学分。

## （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，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，应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。

### （三）严格毕业要求

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，本专业累计取得学分不少于 170。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、岗位实习报告、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、岗位实习报告、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第三方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：网店运营推广（初级）等。

## 十、编制说明

### （一）编制依据

本方案依据《江苏省中等职业学校市场营销专业类课程指导方案（试行）》，参考教育部《中等职业学校专业目录》《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 10 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。

### （二）开发单位及核心成员

昆山花桥国际商务城中等专业学校，商贸教研组。

2024. 1

附件 1

江苏省中等职业学校电子商务专业“工作任务与职业能力”分析表

职业岗位	工作任务		职业技能	能力整合排序	课程设置
选品员	1. 工作准备	(1) 宣传准备	能制订产品素材搜集计划	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	《现代营销基础》 《商贸法律法规》 《数字商务信息技术》 《会计基础知识》 《客户关系管理》
			能制作产品专属宣传素材		
			能执行跨平台宣传计划		
			能制订宣传数据监控方案		
			能运用工具对素材进行转码		
		(2) 设备、软件和材料准备	能盘点样品库		
			能制订样品(道具)搭配计划		
			能制订出镜者形象方案		
			能根据销售需求选择硬件设备		
			能完成多种设备的搭建与联调		
	(3) 风险评估	能评估团队协作风险			
		能制订并执行风险应对计划			
	2. 产品信息收集	(1) 市场调研	能收集产品的溯源信息		
			能根据产品进行用户调研		
			能对竞品进行调研		
		(2) 调研结果分析	能对采集到的信息进行分类		
			能对采集到的信息进行比对		
		(3) 样品搜集	能根据营销方案提出样品的具体要求		
	能对收到的样品进行分类管理并制订试用计划				
	3. 产品确定及规划	(1) 样品试用及分析	能比对样品试用后效果与产品描述之间的差异		
			能比对产品在不同平台间的价格并进行分析		
(2) 确定营销卖点		能结合自身营销定位选择适合的产品			
		能结合自身营销定位编写产品的营销			
(3) 确定合作方式		能根据产品特性提出合作建议			
		能设计合作方式的结算方案			
				《现代营销基础》 《会计基础知识》 《电子商务技术》 《新媒体营销实务》 《网络推广》	

直播销售员	1. 工作准备	(1) 宣传准备	能制订产品素材搜集计划	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	《现代营销基础》 《商贸法律法规》 《数字商务信息技术》 《会计基础知识》 《网店客服实务》 《客户关系管理》
			能制作产品专属宣传素材		
			能执行跨平台宣传计划		
			能制订宣传数据监控方案		
			能运用工具对素材进行转码		
		(2) 设备、软件 和材料准备	能盘点样品库		
			能制订样品（道具）搭配计划		
			能制订出镜者形象方案		
			能根据销售需求选择硬件设备		
	(3) 风险评估	能完成多种设备的搭建与联调			
		能评估团队协作风险			
		能制订并执行风险应对计划			
		能编写团队协作的直播脚本			
	2. 直播营销	(1) 直播预演	能根据直播脚本测试营销流程		《数字商务信息技术》 《网络推广》 《新媒体营销实务》 《商务沟通与礼仪》 《网店客服实务》 《客户关系管理》
能使用营销话语介绍产品特点					
(2) 直播售卖		能介绍平台优惠及产品折扣信息			
		(1) 售后	能分析和汇总异常数据		
			能建立售后标准工作流程		
(2) 复盘	能对售前预测数据进行复核				
	能通过复盘提出营销方案的优化建议				
3. 售后与复盘	(1) 宣传准备	能制订产品素材搜集计划	《现代营销基础》 《数字商务信息技术》 《商务沟通与礼仪》		
		能制作产品专属宣传素材			
		能执行跨平台宣传计划			
		能制订宣传数据监控方案			
		能运用工具对素材进行转码			
	(2) 设备、软件 和材料准备	能盘点样品库			
		能制订样品（道具）搭配计划			
视频创推员	1. 工作准备	(1) 宣传准备	能制订产品素材搜集计划	《现代营销基础》 《商贸法律法规》 《数字商务信息技术》 《会计基础知识》 《网店客服实务》 《客户关系管理》	
			能制作产品专属宣传素材		
			能执行跨平台宣传计划		
			能制订宣传数据监控方案		
			能运用工具对素材进行转码		
		(2) 设备、软件 和材料准备	能盘点样品库		
			能制订样品（道具）搭配计划		

			能制订出镜者形象方案	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	
			能根据销售需求选择硬件设备		
			能完成多种设备的搭建与联调		
		(3) 风险评估	能评估团队协作风险		
			能制订并执行风险应对计划		
			能制订拍摄方案		
	2. 视频创推	(1) 视频制作	能对拍摄素材进行分类管理		
			能对素材进行剪辑并导出		
		(2) 视频推广	能搜集整理互联网推广渠道		
			能用推广工具增加视频观看、互动等指标		
	3. 售后与复盘	(1) 售后	能分析和汇总异常数据		
			能建立售后标准工作流程		
(2) 复盘		能对售前预测数据进行复核			
		能通过复盘提出营销方案的优化建议			
平台管理员	1. 工作准备	(1) 宣传准备	能制订产品素材搜集计划	《数字商务信息技术》 《网络推广》 《网店运营》 《新媒体营销实务》 《商务沟通与礼仪》  《现代营销基础》 《数字商务信息技术》  《现代营销基础》 《商贸法律法规》 《数字商务信息技术》 《会计基础知识》 《网店客服实务》 《客户关系管理》  《数字商务信息技术》 《电子商务技术》 《网店美工》	
			能制作产品专属宣传素材		
			能执行跨平台宣传计划		
			能制订宣传数据监控方案		
		(2) 设备、软件和材料准备	能运用工具对素材进行转码		
			能盘点样品库		
			能制订样品(道具)搭配计划		
			能制订出镜者形象方案		
		(3) 风险评估	能根据销售需求选择硬件设备		
			能完成多种设备的搭建与联调		
			能评估团队协作风险		
			能制订并执行风险应对计划		
	2. 技术支持与	(1) 技术支持	能根据直播计划整理设备清单		
			能排除现场设备故障		
			能在直播界面配置功能		

	互动管理		能将企业提供的产品素材上传至直播间		《网络推广》 《网店运营》 《新媒体营销实务》
		(2) 互动管理	能制订互动管理规则		
			能建立互动常见问题库		
	3. 售后与复盘	(1) 售后	能分析和汇总异常数据		
			能建立售后标准工作流程		
		(2) 复盘	能对售前预测数据进行复核 能通过复盘提出营销方案的优化建议		
网商	1. 产品及服务信息管理	(1)文字资料采编	能根据电子商务平台发布要求进行 产品及服务文字信息采集		《数字商务信息技术》 《新媒体营销实务》 《网店美工》 《网络推广》 《网店运营》 《商务沟通与礼仪》
			能根据电子商务平台要求撰写产品 及服务文字信息		
		(2)图片拍摄与处理	能根据电子商务平台对图片的要求, 进行产品及服务图片拍摄方式以及拍摄器材、处理软件的选择		
			能根据电子商务平台对图片的要求协调产品及服务图片的委托拍摄和处理工作		
		(3)视频拍摄与处理	能根据电子商务平台对视频的要求, 进行产品及服务视频拍摄方式以及拍摄器材、处理软件的选择		
			能按照电子商务平台对视频的要求, 协调产品及服务视频的委托拍摄和处理工作		
	2. 线上店铺设计与装修	(1)装修元素制作	能根据网店文案设计方案, 进行网店文案的制作		《数字商务信息技术》 《网店美工》 《网店运营》
			能根据网店图片设计方案, 进行网店图片的制作		
			能根据网店视频设计方案, 进行网店视频的制作		
		(2)用户页面装修	能根据首页设计方案, 进行网店首页装修		
			能根据详情页设计方案, 进行商品详情页装修		
			能根据自定义页设计方案, 进行网店自定义页装修		
	3. 营销推广	(1) 网店促销	能根据节假日设定网络促销规则		《网络推广》 《网店运营》 《新媒体营销实务》 《会计基础知识》
			能进行主题活动促销策划与实施		
			能收集和整理促销效果信息		
		(2)电商平台活	能根据产品特性选择合适的平台活动		

		动实施	能解读平台活动报名规则，选择平台活动进行报名		《商务沟通与礼仪》
			能根据活动规则，通过营销管理工具设置活动		
		(3)网络直播推广	能根据直播受众的兴趣，策划直播活动主题		
			能在直播主题框架下挖掘产品卖点，形成大致的直播方案		
	4. 业务处理	(1) 商品管理	能根据电商平台规则进行商品上架处理		
			能根据电商平台规则进行商品下架处理		
		(2) 订单管理	能结合买家需求、库存情况等信息，安排订单发货		
			能根据客户退货请求，进行退货处理		
	5. 客户服务	(1)智能客服训练	能根据智能客服配置规则，搭建智能客服问答知识库		
			能对配置好的智能客服问答知识库进行应答测试		
		(2)客户关系维护	能通过与客户沟通，收集客户信息		
			能按照客户分类标准，完成客户分类		
	6. 商务数据分析	(1)电子商务数据采集	能使用电子商务数据采集工具采集网店运营相关数据		
			能使用电子商务数据采集工具采集行业相关数据		
			能使用电子商务数据采集工具采集竞争对手相关数据		
		(2)电子商务数据清洗	能对电子商务数据中的空值和缺失值进行处理		
能对电子商务数据中的重复值进行处理					
能对电子商务数据中的异常值进行处理					
		能对电子商务数据的数据类型进行修改	《电子商务技术》 《数字商务信息技术》 《网店运营》		

注：本表是方案开发组集职业院校、行业企业专家共同开发。职业学校应结合本校特点和区域行业企业岗位需求，充分调研后，制订本校的该专业职业能力分析表。

