

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：530701

二、入学要求

- 要求：普通高级中学、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

- 年限：一般3年，弹性学习不超过6年

四、职业面向

学段	所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	主要面向的 行业 (代码)	主要面向的 职业类别 (代码)	主要就业的岗 位群或技术 领域	职业资格或职业技能 等级证书举例
高职	财经商贸大类 (53)	电子商务类 (5307)	互联网和相关服务 (64) 批发业(51) 零售业(52)	销售人员 (4-01-02) 商务咨询服务人员 (4-07-02)	营销推广 运营管理 客户服务	网店运营与推广职业 技能等级(中级) 电子商务数据分析职业 技能等级(中级)

五、培养目标与培养规格

(一) 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，具备“家国情怀、职业素养、工匠精神”，有较强的创新精神、就业能力和可持续发展能力，掌握电子商务专业知识和技术技能，面向与互联网相关的服务业、批发业、零售业等行业，能够从事网络营销推广、运营管理、客户服务、网站维护等工作的高素质、复合型技术技能人才。

(二) 培养规格

1. 人才培养规格

(1) 素质

① 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

② 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

③ 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

④ 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

⑤ 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和1~2项运动技能，养成良好的健身

与卫生习惯，以及良好的行为习惯；具有一定的审美和人文素养，能够形成1~2项艺术特长或爱好。

(2) 知识

①掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识；

②掌握管理学基础、经济学常识、市场营销、计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；

③掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；

④掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；

⑤掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；

⑥掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识；

⑦掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法；

⑧掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识；

⑨掌握现代商业服务业所需的新技术，如人工智能、互联网等相关知识。

(3) 能力

①具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

②具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

③具有一定的哲学、美学、伦理、计算、数据、交互、互联网思维能力；

④能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等；

⑤能够根据摄影色彩、构图策略进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片；能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度；

⑥具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作；

⑦具备网店设计与装修的能力，能够根据产品页面需求，进行网页设计、布局、美化和制作；

⑧能够根据网站(店)推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化；

⑨具备灵敏的商业敏感度和消费者洞察力，能够针对不同的外部条件变化进行活动策划、营销推广、移动店铺运营及管理；

⑩能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理；

⑪能够根据运营目标采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户等各类数据，对其进行分析与预测；

⑫能够正确进行网络营销，应对客户咨询、异议，处理客户投诉，进行客户个性化服务等。

2.就业岗位与人才培养规格的对应关系

序号	岗位(群)	岗位(群)业务描述	岗位(群)核心能力	培养目标的相关表述	对应的培养规格
1	初始岗位群: 修图员 运营助理 销售推广助理 客服专员	1.网站内容维护; 2.商品上架信息制作; 3.电商产品销售、跟单、售后服务; 4.网站流量、消费者分析; 5.促销活动执行; 6.网络数据收集; 7.网络推广。	1.熟悉网站运行管理流程; 2.精通网络编辑、网页制作软件,能熟练使用网页制作软件; 3.熟练运用图片处理、视频制作、各种常用办公软件; 4.熟练运用各类搜索引擎,具备灵敏的捕捉热点信息的意识; 5.熟悉主要电商平台卖家流程,网上销售规则和流程; 6.掌握网络数据分析和消费分析的常用工具和软件; 7.能够运用多种网站推广手段开展网络推广工作。	掌握电子商务专业知识和技能,面向与互联网相关的服务业、批发业、零售业等行业,能够从事网络营销、网店运营、网店美工、客户服务、网站维护等工作	素质 (1) - (6); 知识 (1) - (2), (4) - (7); 能力 (1), (4), (5)。
2	发展岗位群: 产品编辑 运营主管 销售主管 客服主管	1.网站内容维护; 2.商品上架信息设计; 3.电商产品销售、跟单、售后服务管理,选品及采购; 4.网站流量、消费者分析及监控; 5.促销活动设计、执行; 6.网络数据收集分析; 7.网络推广管理。	1.具备企业网站内容设计规划能力; 2.能够对网站商品信息进行整体设计,运用新媒体手段丰富产品促销信息; 3.能够对电商平台采购、销售、售后服务实施有效管理; 4.具备灵敏的捕捉热点信息的意识;能够对网络数据和消费数据进行分析; 5.能够运用多种网站推广手段设计规划网络推广工作; 6.有良好的沟通技巧和执行能力,工作耐心细致,有团队合作精神。	掌握电子商务专业知识和技能,面向与互联网相关的服务业、批发业、零售业等行业,能够从事网络营销、网店运营、网店美工、客户服务、网站维护等初级管理工作	素质 (1) - (6); 知识 (1) - (9); 能力 (1) - (12)。
3	拓展岗位群: 设计经理 运营经理 销售经理 客服经理	1.网站内容策划管理; 2.商品信息设计; 3.电商产品管理,选品及采购管理; 4.网站流量、消费者分析及监控; 5.促销活动设计,监控; 6.网络数据分析; 7.网络推广管理。	1.具备企业网站整体规划决策能力; 2.具备商品信息整体设计管理能力; 3.能够对电商平台采购、销售、售后服务进行整体管理和规划; 4.能够运用网络数据和消费数据进行分析 and 决策; 5.具备制定网站推广总体方案,进行网络推广管理的能力; 6.有较强的规划和管理能力,具有创新意识和开拓精神,认真负责,善于团队协作。	掌握电子商务专业知识和技能,面向与互联网相关的服务业、批发业、零售业等行业,能够从事网络营销、网店运营、网店美工、客户服务、网站维护等高级管理工作	素质 (1) - (6); 知识 (1) - (9); 能力 (1) - (12)。

六、课程设置及要求

(一) 专业课程对培养规格的支撑关系分析

序号	课程	课程目标	素质	知识	能力
1	经济学基础	1.学习经济学基本概念、思想和工具; 2.用经济学工具分析各种社会问题; 3.培养理性、科学的经济学思考方式。	(1) - (4)	(2)	(1) (2) (9)

序号	课程	课程目标	素质	知识	能力
2	管理学基础	1.培养基层管理岗位综合管理技能； 2.掌握两大基础：管理基础知识与先进理念； 3.培养四大关键能力：计划与决策的能力、组织与人事的能力、领导与沟通的能力和控制在变革的能力； 4.能运用所学管理知识进行自我管理和团队建设； 5.培养良好的个人管理习惯和优秀的领导潜质。	(1) - (4)	(2)	(1) (2) (9)
3	市场营销	1.掌握市场营销的基本理论和基础知识； 2.具备从事市场营销活动的基本职业能力和职业素养；	(1) - (4)	(2) (4)	(1) (2) (6) (9)
4	国际贸易	1.掌握国际贸易基础理论； 2.熟悉国际贸易的基本流程，基本操作方法； 3.能够完成涉外贸易的各项业务与工作。	(1) (3) (4)	(2)	(1) (2) (9)
5	商品管理	1.熟悉品类管理工作流程； 2.掌握品类管理与采购的基本理论知识和技术； 3.培养商品学基础知识； 4.初步掌握各类商品质量管理要点及商品的鉴定、检测技能。	(1) - (4)	(3) (5)	(1) (9) (10)
6	市场调查与统计	1.掌握市场调查的基本理论和方法； 2.初步具备开展市场调查的基本职业能力； 3.能独立承担市场调查任务； 4.提升运用计算机等现代手段对调查数据进行分析的能力。	(1) - (5)	(3) (5) (6)	(1) (2) (4) (6) (11)
7	人工智能应用基础	1.掌握人工智能领域的基本知识； 2.熟悉目前人工智能领域的主流技术； 3.掌握人工智能领域中主要涉及的基础技术技能以及采用的行业解决方案。	(1) - (4)	(6) (9)	(1) (2) (4) (6) (11)
8	电子商务基础	1.掌握电子商务的基本理论和实用方法； 2.掌握电子商务政策法规的基本原理和基础知识； 3.熟悉各类商品物流配送方式、物流常用工具、产品发货流程等技能。	(1) - (5)	(1) (2) (7)	(1) (2) (3) (9) (11)
9	商品信息采编 (一) (二)	1.熟练掌握操作 Photoshop 图像处理作的方法； 2.拍摄制作商品照片； 3.运用相关软件对图片进行处理； 4.根据商品的特点进行创意设计； 5.网络信息处理。	(1) - (4) (6)	(1) (3) (4) (6)	(1) (3) - (7)
10	电子商务平台应用	1.熟悉电子商务 B2C 模式的概念和特点； 2.掌握 ECstore 平台进行电子商务商城的系统设置方法； 3.能够进行营销推广活动，完成接受订单处理、客户服务和物流发货、在线支付处理等电子商务整个经营流程的各项操作。	(1) - (4) (6)	(2) - (5) (8)	(1) - (3) (6) (9) (11)
11	网店运营与管理	1.熟悉网站（店）运营的规范与流程； 2.掌握商品类型分类、编码、上架、下架； 3.店铺、产品和客户数据分析能力； 4.能够完成营销推广策略的制定与实施。	(1) - (4) (6)	(1) - (3) (5) (7) (8)	(1) (3) (6) (9) - (12)
12	消费者行为分析	1.理解与领会消费者行为的基本内涵、特征与规律； 2.掌握影响消费者行为的内外部因素和主要的消费者行为分析的工具； 3.能对消费者心理和行为做出一定的预测； 4.掌握如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为。	(1) - (6)	(1) (3) - (5)	(1) - (4) (6) (9) (12)

序号	课程	课程目标	素质	知识	能力
13	网页设计与制作	1.掌握网页制作相关知识; 2.进行页面布局美化,进行网店的装修; 3.应用文本、图像、多媒体等网页元素的方法制作页面; 4.运用各类动态效果及样式,丰富美化网页。	(1) - (4) (6)	(1) (3) (4) (6) (9)	(1) - (6)
14	网络营销与推广	1.筛选合理的推广方式和新媒体营销方法; 2.网络推广和营销方案制定与实施; 3.营销推广方案效果评估与优化。	(1) - (6)	(1) - (4) (7) - (9)	(1) - (3) (6) (8) (9) (11)
15	程序设计基础	1.掌握程序设计和软件开发的基础知识和基本方法; 2.培养学生利用 VB 开发环境解决实际问题的能力; 3.构建物流信息系统打下良好基础。	(1) - (4)	(2) (3) (9)	(1) (2) (4) (6) (11)
16	跨境电子商务实务	1.跨境电子商务的内涵、特点、流程和分类等基础知识; 2.行业现状与趋势、岗位和人才需求等情况; 3.掌握典型跨境电商平台的经营特色和基本操作; 4.掌握跨境电商物流方式和模式、运费计算方式和过程等。	(1) - (4) (6)	(1) - (4) (7) (8)	(1) - (3) (6) (9) - (12)
17	移动商务实训	1.熟悉新媒体发展趋势和社交网络特性; 2.运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理; 3.根据后台数据完成促销、品牌推广和移动营销活动。	(1) - (6)	(1) - (3) (7) (8)	(1) - (3) (6) (9) - (12)
18	电子商务客户服务与管理	1.通过对网络消费者的行为特征分析; 2.根据客户关系管理理论和 CRM 客户行为数据分析; 3.对客户进行细分,进而设计网络营销策略。	(1) - (5)	(1) - (4) (6) (9)	(1) - (3) (6) (9) - (12)
19	零售电商岗位业务(沃尔玛实践)	1.掌握零售企业电商平台事务的实施方法; 2.能够完成商品上架、拣货、引流转化商品发货、订单处理、店铺优化、物流规划等业务。	(1) - (6)	(1) (2) (4) (7) (9)	(1) - (3) (6) (9) - (12)
20	电子商务综合实训(京东电商实践)	1.掌握电商平台事务的技能; 2.能够完成平台和选择、平台店铺开通、选品定价、商品上架、引流转化商品发货、订单处理、店铺优化等业务。	(1) - (6)	(1) (2) (4) (7) - (9)	(1) - (3) (6) (9) - (12)
21	顶岗实习(毕业设计)	在企业顶岗实习,完成综合专业能力培养。	(1) - (6)	(1) - (4) (7) (8)	(1) - (3) (6) (9) - (12)

(二) 专业群课程体系设计

1.人才培养模式

以本专业为我校双高建设专业群“现代商旅服务”和北京市特高专业群“智慧商业”专业群的骨干专业。在学校的校企双主体育人模式引领下,基于“全职业生涯教育”理念,针对商业企业和人力资源企业高技能人才需求和岗位资格标准,以校企合作为基础,以学生(学徒)的技能培养为核心,以专业设置和课程改革为纽带,以工学结合、半工半读、工学交替为形式,以学校、企业的全程参与和教师、师傅的深入指导为支撑,落实 1+X 证书制度,全面推广现代学徒制培养模式。其显著特征为“双来源(学生+社会人士)入口、双主体(学校+企业)育人、双导师(教师+师傅)指导、双课堂(学校+企业)教学、双身份(学生+学徒)学习、双证书(学历证书+X 职业等级证书)检验”,

实现从学生入学至毕业就业的校企全程参与共同育人。贯穿“育、训、赛、创、服”育人手段，通过素养教育、实习实践、职业技能大赛、创新创业、社会服务五大手段，实现全程育人。

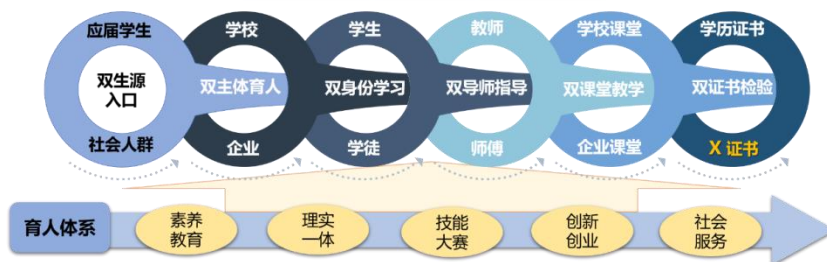


图1 “六双递进”人才培养模式

2. 课程体系设计

通过电子岗位群、典型工作任务与典型工作内容分析构建专业课程体系。根据高端技能型专业人才培养的特点和规律，以培养技能为主线，以“校企合作、工学交替”为培养思路，制定课程与职业能力融通的课程体系，嵌入电子商务项目，突出工作要素和工作所需的知识—技能—素质需求，实现人才培养模式多样化，形成课程与职业能力证书关系分析图，具体表述如下。

电子商务专业课程体系分析					
岗位群	初始岗位群：运营助理、销售推广助理、修图员、客服专员 发展岗位群：运营主管、销售主管、产品编辑、客服主管 拓展岗位群：运营经理、销售经理、设计经理、客服经理				岗位分析
典型工作任务	电商运营	网络销售推广	网站编辑	客户专员	
典型工作内容(技能)	1.订单处理 2.产品规划、管理 3.网站数据处理 4.促销管理 5.支付与售后管理	1.筛选合理的推广方式和新媒体营销方法 2.制定、实施网络推广和营销方案 3.营销推广方案效果评估与优化	1.网站内容维护 2.商品信息采编 3.营销图文处理 4.网站后台维护	1.处理客户咨询、异议、客户投诉 2.客户满意度管理和客户忠诚度管理 3.进行客户的个性化服务	
基础知识	思想政治理论 通识知识 社会实践及劳动教育 1.经济学基础 2.管理学基础 3.市场营销 4.国际贸易 5.商品管理 6.市场调查与统计 7.人工智能应用基础 8.电子商务基础(电子商务基础理论、电子商务法律法规、电子商务物流)				公共基础课程 职业平台课程
关键知识	1.电子商务平台应用 2.网店运营与管理 3.程序设计基础 4.跨境电子商务 5.移动商务 6.消费者行为分析	1.电子商务平台应用 2.网络营销与推广 3.跨境电子商务 4.移动商务 5.消费者行为分析	1.电子商务平台应用 2.程序设计 3.基础商品信息采编 4.网络文案写作方法 5.网页设计与制作	1.电子商务平台应用 2.电子商务客户服务管理 3.客户服务与管理 4.跨境电子商务 5.移动商务 6.消费者行为分析	职业核心能力课程
拓展知识	电商后台技术类：1.电子商务数据分析 2.数据库 3.人工智能应用基础 4.网站建设 电商前台销售类：1.零售管理 3.新媒体营销 3.供应链管理 珠宝首饰零售电商类：1.大数据营销概论 2.新媒体营销概论 3.珠宝检测与宝石鉴定 连锁经营管理类：1.卖场布局与陈列 2.智慧零售应用 3.连锁企业采购与仓储管理				专业群方向课程
	1+X证书模块 技能大赛模块 双创模块 前沿技能模块				进阶发展课程
实践能力	1.电子商务平台综合实训 2.零售企业电商岗位综合实训				专业集中实践课程
	顶岗实习与毕业设计				

图2 电子商务专业课程体系分析图

七、教学进程安排与课程结构

(一) 教学进程安排

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/37812014010006120>