

电子商务专业《网店运营》人才培养方案

一、专业名称

电子商务专业

专业代码 121100

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学历

三、基本学制

三年

四、培养目标

本专业主要面向商贸企业、物流企业等中小企业，培养在生产、服务、管理第一线能从事网络营销、网店运营推广、物流业务操作和文秘工作，德、智、体、美、劳全面发展，具备较强的基础能力、专业能力、拓展能力，具有职业生涯发展基础的高素质劳动者和技能型人才。

五、职业范围

专业（技能）方向	对应职业（岗位）	职业资格类证书		
		名称	颁证单位	等级
网店美工	图像美工	计算机操作员	人力资源和社会保障部	初级
	物品装饰			
	网店设计			
电商营销	网店运营	网店运营推广员	人力资源和社会保障部	初级
	网络促销	电子商务员	人力资源和社会保障部	

表 1 电子商务职业范围

六、人才规格

本专业毕业生应具有以下职业素养（职业道德和产业文化素养）、专业知识和技能：

（一）职业素养

- 1、热爱电子商务事业，有长期探索电商新发展的热情。
- 2、具有团队合作意识。
- 3、善于与人沟通并能准确表达自己的见解。
- 4、具有吃苦耐劳的精神，并能承受各种压力。
- 5、具有社会责任心和正义感。
- 6、具有电子交易中的诚信意识和网络安全防范处置能力。

（二）专业知识和技能

- 1、具有电子商务客服能力。
- 2、具有小团队组建管理能力。
- 3、具有网络信息收集整理及营销策划与实施能力。
- 4、具有商务网站规划与网页设计与制作能力。
- 5、具有网站管理与维护能力。
- 6、具有货运代理业务流程单证操作能力。
- 7、具有仓储配送业务操作与物流业务营销能力。

（三）专业技能方向

（四）网店美工方向

- 1、具备良好良好的团队协作和沟通理解能力。
- 2、具备为节假日促销活动创意素材设计能力。
- 3、具备拍摄 5 张商品主图、商品细节描述素材拍摄能力。
- 4、具备对网店基本装修和美化的能力。
- 5、具备网页设计、网站运维、策划和推广能力。

（五）电商营销方向

- 1、具备良好良好的团队协作和沟通理解能力。
- 2、具备为节假日促销活动创意素材设计能力。
- 3、具备拍摄 5 张商品主图、商品细节描述素材拍摄能力。
- 4、具备对网店基本装修和美化的能力。
- 5、具备网络营销策划、执行和文案写作能力。

七、主要接续专业

高职：电子商务专业、网络营销专业

八、课程结构



表 2 岗位能力体系标准及课程体系构架

九、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课、专业核心课、技能方向课和职业素质拓展课。

公共基础课包括：德育课、文化课、体育与健康以及其他课程。

专业技能课包括专业核心课、技能方向课，实习、实训是专业技能课教学的重点内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

职业素质拓展课，包括校本课程、人文素质课程等，贯穿整个教学过程，从各方面影响学生的职业素养的养成和规范。

（一）公共基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	职业生涯规划	依据《中等职业学校职业生涯规划教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
2	职业道德与法律	依据《中等职业学校职业道德与法律教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
3	经济政治与社会	依据《中等职业学校经济政治与社会教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
4	哲学与人生	依据《中等职业学校哲学与人生教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
5	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	180
6	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	144
7	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	144
8	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	144

(二) 专业技能课

1、专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和性质	参考学时
1	基础会计	本课程要求对基础理论的学习重在理解，在理解的基础上掌握会计核算的基本方法和基本操作技能；本课程学习的基本方法力求全面而客观，并辅之以必要的操作训练和案例分析，在此基础上加深对本课程的认识。	144
2	电商物流	本课程主要包括现代物流学的基本理论、基本技术和基本管理方法以及物流系统、物流战略等；集合国内外物流理论及实践经验，将最新现代物流理念、物流动态与发展趋势紧密结合起来，让学生掌握扎实的专业基础知识。	72
3	计算机应用基础	依据《中等职业学校计算机应用基础教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	72
4	网店运营	《网店运营》是一本专门针对网店运营人才的培训课程，内容涵盖职前教育、网店的日常运营和管理、各种辅助工具的使用、商品拍摄及图片处理、网店运营与推广、网店物流和淘宝商城的介绍。它用最贴切、最真实、最新鲜的案例，全面阐述了网店运营的工作流程及管理精髓。	72
5	电子商务基础	本课程主要讲述了电子商务基本概念；国内外电子商务发展概况；电子商务相关技术；电子商务框架结构；电子商务应用类型与案例分析及电子商务发展趋势；了解目前国内网站发展情况及未来电子商务的运作模式。	72
6	电子商务模拟实训	本课程主要通过理论教学和实训教学相结合的手段，使学生了解电子商务的基本框架及初步应用；通过学生亲自动手实验，来了解电子商务的各流程，并对电子商务的特点和应用领域存在显著认识。	144

7	Photoshop	《Photoshop》是电子商务专业的一门主干课程。通过本课程的学习，使学生了解 Photoshop 的功能、特点、概念、术语和工作界面，熟练掌握图像编辑、通道、图层、路径的综合运用和图像色彩的校正、各种特效滤镜的使用、特效字的制作和图像输出与优化等方法 and 技巧；能够灵活运用图层风格、流体变形及褪底和蒙版，制作出千变万化的图像特效等。	144
8	网页制作	在本课程的学习中，要求学生能够熟练使用 Dreamweaver 操作环境，掌握 HTML 的语法规则，并能够利用 Dreamweaver 的强大功能制做出精美的网页，同时能独立创建并管理网站。	144
9	国际贸易	《国际贸易》主要任务就是分析和研究国际商品交换的各种做法，总结我国的实践经验，学会在进出口业务活动中，灵活运用既能正确贯彻我国对外经济活动的方针政策，确保最佳经济效益，又能为国际社会普遍接受的各种经营做法。	72

（三）技能方向课

1、网店美工方向

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	商品拍摄与处理	本课程主要介绍摄影的基本理论和技能，主要内容包括摄影必备器材的结构、功能，聚焦方法，景深的调节技术，正确曝光和测光的重要性和技巧，光线在摄影中的作用和运用技术，摄影构图的基本原理、构图基本程序和常见的构图形式，胶片冲洗及照片制作工艺技术，专题摄影介绍等等。	108
2	淘宝开店	本课程介绍淘宝开店的基础知识和操作技法，介绍店铺管理、商品销售、物流发货、使用支付宝的方法，还归纳总结了店铺装修、商品推广等。在介绍淘宝网上开店，采用了大量模拟	72

		真实工作应用的示例，便于学生灵活套用、拓展到实际工作中去。	
3	网店装饰与管理	本课程以具体工作项目为载体，设计、组织课程内容，形成以工作任务为中心、以技术实践知识为焦点及以技术理论知识为背景的课程内容结构，体现了对电子商务知识的优化重组。以网店管理应用为导向，对课程内容进行了设计，使独立、离散的知识得到有机串接，实现了学科课程向工作(任务)体系课程的跨越。	108
4	电子商务网站设计	本课程遵循“理论够用、注重应用”的原则，把培养学生动手能力、岗位实践能力放在第一位，注重实际项目开发能力的引导和培养。围绕网站开发，书中采用了大量典型案例，突出技能应用，循序渐进地介绍了电子商务网站开发过程中的方法和技巧。需要强调的一点是，对于书中案例及章后的技能实训模块，一定要亲自上机实践，只有多上机才能发现问题、解决问题，这样才能取得事半功倍的效果。	108
5	货物包装与配送	本课程的开设旨在使学生全面了解货物包装与配送的基本内容，现代物流配送的方式与技术，企业物流配送的基本方式、作业管理与运作要求。该课程主要是让学生学习后，能够开展与企业货物包装、交通运输配送、配送中心的规划与管理相关的工作。	72

2、电商营销方向

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	网络营销	本课程主要研究网络营销活动及其规律性，是一门建立在经济科学、行为科学、计算机应用和网络通讯技	108

		术等多方面的综合内容之上的应用科学，具有综合性、实践性、边缘性的特点。课程的核心内容，就是以互联网为基本手段，企业如何营造网上经营环境的各种活动，从而在满足顾客需求的前提下，使企业在激烈竞争的市场环境中获得生存和发展。	
2	网络营销 实战	通过本课程的学习，将使学生掌握有关网络营销的基本概念和基本理论，了解网络营销的基本原理和技术，熟悉网络营销常用的方法，重点掌握搜索引擎营销、企业网站营销、社会化营销、微信营销等，培养学生全网整合营销的运作能力。	108
3	淘宝网 店客服	本课程基本要求是：收集客户信息，了解并分析客户需求，规划客户服务方案；进行有效的客户管理和沟通；建立客户服务团队以及培训客户代表等相关人员；展维护良好的客户关系；组织公司产品的售后服务工作；建立客户档案、质量跟踪记录等售后服务信息管理系统。	72
4	市场营销	通过案例分析的方法，熟悉市场营销的过程；借助案例，掌握营销策划的准备工作；通过案例分析，掌握营销调研的组织与管理；借助案例分析，了解如何进行营销目标的设计；熟悉目标市场的选择原理。	108
5	营销心理学	本课程使学生通过该课程的学习，能准确、系统地理解、掌握物流配送管理的基本概念、基本原理，并使学生能根据目前物流市场发展规模和特征，针对不同市场环境、不同产品和消费者进行一系列物流配送活动，培养学生自我分析问题、解决问题，自我创新、创业能力。	72

（四）职业素质拓展课

学习模块	序号	课程名称
素质拓展课	1	军训入学教育
	2	心理健康
	3	音乐
	4	安全教育
	5	美术
	6	书法
	7	法制教育

（五）顶岗实习

顶岗实习是本专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节，要认真落实教育部、财政部关于《中等职业学校学生实习管理办法》的有关要求，保证学生顶岗实习的岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致。在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要，通过校企合作，实行工学交替、多学期、分阶段安排学生实习。

十、教学时间安排

（一）基本要求

每学年为 36 周，其中教学时间 34 周（含复习考试），周学时一般为 30 学时，顶岗实习按每周 40 小时安排，3 年总学时数为 3600-3700。课程开设顺序和周学时安排，可根据实际情况调整。学校实行学分制，按周课时及学分，总学分不得少于 120。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等职业素质拓展活动以 10 课时为 1 学分，共 5 学分。

公共基础课学时约占总学时的 33%，允许根据行业人才培养的实际需要在规定的范围内适当调整，但必须保证学生修完公共基础课的必修内容和学时。专业技能课学时约占总学时的 67%，在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要集中或分阶段安排实习时间，行业企业认知实习应安排在第一学年。课程设置中应设选修课，其学时数占总学时的比例应不少于 10%。

(二) 教学安排建议

《电子商务》专业课程设置与教学时间安排

课程类别	序号	课程名称	授课时数			各学期周课时安排						学分	考核方式	
			总学时数	理论教学	实践教学	第一学年		第二学年		第三学年				
						1 18周	2 18周	3 18周	4 18周	5 18周	6 18周			
公共基础课	1	德育	144	144		2	2	2	2			8		
	2	语文	180	180		4	4	2				10		
	3	数学	144	144		4	4					8		
	4	英语	144	144		4	4					8		
	5	体育	144	36	108	2	2	2	2			8		
		小计	756	648	108	16	16	6	4			42		
专业核心课	6	计算机应用基础	72		72	4						4		
	7	电子商务基础	72	36	36	4						4		
	8	基础会计	144	72	72	6	2					8		
	9	网店运营专才	72	18	54		4					4		
	10	国际贸易	72	54	18		4					4		
	11	网页制作	144		144		4	4				8		
	12	电商物流	72	36	36			4				4		
	13	电子商务实务模拟	144		144			8				8		
	14	PhotoShop	144		144			8				8		
		小计	936	216	720	14	14	24				52		
技能方向课	网店美工方向	15	淘宝开店	72		72				4			4	
		16	商品拍摄与处理	108		108				6			6	
		17	网店装饰与管理	108		108				6			6	
		18	电子商务网站设计	108		108				6			6	
		19	货物包装与配送	72		72				4			4	
		小计	468		468				26			26		
	电商营销方向	20	网络营销	108		108				6			6	
		21	市场营销	108		108				6			6	
		22	网络营销实战	108		108				6			6	
		23	淘宝网店客服	72		72				4			4	
24		营销心理学	72		72				4			4		
	小计	468		468				26			26			
顶岗实习	25	企业顶岗实习	1440		1440					40	40			
		小计	1440		1440					40	40			
素质拓展课	26	军训入学教育	60			√								
	27	音乐	8			√	√							
	28	心理健康	8					√						
	29	美术	18					√						
	30	书法	12						√					
	31	法制教育	4				√							
	32	安全教育	8			√								
	小计	118												
合计	网店美工方向		2278	864	2736	30	30	30	30	40	40	120		
	电商营销方向		2278	864	2736	30	30	30	30	40	40	120		

十一、教学实施

（一）教学要求

1.公共基础课

公共基础课教学要符合教育部有关教育教学基本要求，按照培养学生基本科学文化素养、服务学生专业学习和终身发展的功能来定位，重在教学方法、教学组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，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基础。

2.专业技能课

专业技能课按照相应职业岗位（群）的能力要求，强化理论实践一体化，突出“做中学、做中教”的职业教育教学特色，提倡项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情境教学等方法，利用校内外实训基地，将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学等教学组织形式有机结合。要保证学生有充分的动手训练时间，有意识地强化企业工作规范及安全生产知识，培养学生良好的团队合作精神、成本控制和环境保护意识。

3.加强信息化建设

信息化是教育现代化标志，学校在教学、实习实训过程中加强信息化建设，要广泛应用多媒体、三维模型、实物展示等进行直观教学，要创设形象生动的工作情境，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。要注重开发和利用网络课程资

源,建立多媒体课程资源的数据库,建立开放式的教学共享平台,实现资源共享,促进教学水平整体提高。

(二) 教学管理

教学管理要更新观念,改变传统的教学管理方式。教学管理要有一定的规范性和灵活性,可实行工学交替等弹性学制。要合理调配专业教师、专业实训室和实训场地等教学资源,为课程的实施创造条件;要加强对教学过程的质量监控,改革教学评价的标准和方法,促进教师教学能力的提升,保证教学质量。

十二、教学评价

由学校、学生、用人单位三方共同实施教学评价,评价内容包括学生专业综合实践能力、“双证”的获取率和毕业生就业率及就业质量,专兼职教师教学质量,逐步形成校企合作、工学结合人才培养模式下多元化教学质量评价标准体系。

(一) 课堂教学效果评价方式

采取灵活多样的评价方式,主要包括:笔试、作业、课堂提问、课堂出勤、上机操作考核以及参加各类型专业技能竞赛的成绩等。

依据相关课程课程标准中“课程主要内容与要求”,就该课

程特点合理分配“知识要求”和“技能要求”所占分数比例。过程性考核包括常规（学习态度、出勤、课堂提问、职业行为养成等）、课堂作业（各能力训练分项目或任务完成的情况、成果以及书面作业）、平时测试、课外作业等。总结性考核包括课程综合训练项目完成情况及成果展示、课程综合设计或报告、期末卷面笔试等。

理论考核部分（30%）如表3所示：

序号	名称		比例
1	过程性考核成绩	学习态度、出勤情况	10%
		卫生环境	10%
		课堂发言、课后小组讨论情况	10%
		平时作业	10%
2	总结性考核成绩	期中/期末考试	60%
总计			100%

表3 理论考核分配表

实训考核部分（70%），见下表

序号	名称		比例	
1	过程性考核成绩	平时实训态度、出勤情况	10%	
		平时实训项目平均	实训操作	20
			实训报告	10
		小计	40	
2	总结性考核成绩	综合实训态度、出勤情况	10%	
		能力提升情况	25%	
		能力提升证据	25%	
		小计	60%	
总计			100%	

（二）实习实训效果评价方式

1. 实习（实训）评价

采用实习报告与实践操作水平相结合、实训过程与操作熟悉

程度考查相结合、多种实习（实训）项目备选考核、实习（实训）项目熟练程度考核等形式，如实反映学生对各项实习（实训）项目的技能水平。

2.顶岗实习评价

顶岗实习考核方面包括实习日志、实习报告、实习单位综合评价鉴定等多层次、多方面的评价方式。