**现代学徒制电子商务专业**

**2023级人才培养方案**

**企业：惠州志成电子科技有限公司**

**学校：惠州工程职业学院电子商务专业**

**2022年6月制订**

**目录**

[一、专业名称及代码 4](#_Toc106272291)

[二、招生对象、招生与招工方式 4](#_Toc106272292)

[三、基本学制与学历 4](#_Toc106272293)

[四、培养目标 5](#_Toc106272294)

[五、培养方式 5](#_Toc106272295)

[六、职业范围 5](#_Toc106272296)

[七、人才规格 6](#_Toc106272297)

[八、典型工作任务及职业能力分析 7](#_Toc106272298)

[九、课程结构 7](#_Toc106272299)

[十、课程内容及要求 9](#_Toc106272300)

[十一、教学安排 11](#_Toc106272301)

[十二、教学基本条件 14](#_Toc106272302)

[十三、教学实施建议 15](#_Toc106272303)

[十四、毕业要求 17](#_Toc106272304)

[十五、附录 17](#_Toc106272305)

**现代学徒制电子商务专业2023级人才培养方案企业：惠州志成电子科技有限公司**

**学校：惠州工程职业学院**

# 一、专业名称及代码

（一）专业名称

电子商务

（二）专业代码

530701

# 二、招生对象、招生与招工方式

**招生对象**：合作企业在职员工及相关子公司员工。

**招生与招工方式：**由企业推荐符合广东省高考报名条件的在职员工报考，企业联合学校共同组织自主招生考试，考试合格后方可录取注册为在校生，实现员工的学生身份。

# 三、基本学制与学历

（一）学制

基本学制三年，实行弹性学制，学生总修业时间（不含休学）不得超过五年。

（二）学历

学生修满学分，并符合毕业条件和要求，可获得高职院校普通专科毕业证书。

# 四、培养目标

# 专业培养与我国社会主义现代化建设要求相适应，德、智、体、美、劳全面发展，面向广东利好美恒物业管理有限公司，既能从事网络营销、客户服务、数据分析等工作，又能胜任电子商务、网络营销学徒岗位工作，具有敬业、专注、忠诚、创新的电子商务工匠精神，具备产品规划、销售管理、运营管理、营销策划、客户服务、数据分析职业能力，以及自主学习能力，在生产、建设、服务、管理第一线的发展型、复合型和创新型的技术技能人才。

# 五、培养方式

# 学校和企业联合招生、联合培养、一体化育人。校企以“合作共赢、职责共担”原则，组建专业指导委员会，定期召开座谈会，共同研制人才培养方案，共同践行“理实互通，素养本位”的人才培养模式。职业院校承担系统的专业知识学习和技术技能训练；企业通过师傅带徒形式，依据培养方案进行岗位技术技能训练，教学任务必须由学校教师和企业师傅共同承担，形成双导师制。

# 六、职业范围

**（一）职业生涯发展路径**

电子商务 专业职业生涯发展路径

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 发展阶段 | 学徒岗位 | 就业岗位 | | | 学历层次 | 发展年限 |
| 运营类岗位 | 推广类岗位 | 客服类岗位 |
| V | - | 营销总监 | 推广总监 | 客服总监 | 本科 | 8年以上 |
| IV | - | 营销经理 | 推广经理 | 客服经理 | 本科 | 5-8 |
| III | - | 营销主管 | 推广主管 | 客服主管 | 高职 | 3-5 |
| II | 高级学徒 | 文案策划专员  新媒体运营专员  短视频运营专员 | 市场调研员  数据分析员  社群专员 | 客服专员 | 高职 | 1-3 |
| I | 初级学徒 | 运营助理 | 推广助理 | 前台客服 | 中职 | 0-1 |

注：1.“发展阶段”应依据国家、行业企业的有关规定以及调查分析确定，将职业发展分为若干个阶段，阶段数量因各专业的具体情况而不同。

2.“就业岗位”的分类仅供参考，各专业可以自行分类。

3.“学历层次”只是要明确高职对应的层次。

**（二）面向职业范围**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **对应职业（岗位群）** | **学徒目标方向** | **职业资格证书举例** |
| 1 | 文案策划专员 | 新媒体平台运营 | 自媒体运营职业技能等级证书 |
| 2 | 新媒体运营专员 |
| 3 | 短视频运营专员 |
| 4 | 营销主管 |
| 5 | 社群专员 | 网络推广 | 数字营销职业技能等级证书 |
| 6 | 数据分析员 |
| 7 | 市场调研员 |
| 8 | 推广主管 |
| 9 | 客服专员 | 客户服务 | 网店运营推广职业技能等级证书 |
| 10 | 客服主管 |

1．文案策划专员岗位

负责平台软文以及活动文案策划；针对具体行业和产品方案进行市场营销策划；具有微信公众号等以文字推广为主的平台运营能力。具有良好的市场分析策划能力、协调沟通能力和文字表达能力。

2．新媒体运营专员岗位

负责利用微信、小红书、抖音等平台进行推广，对推广效果进行跟踪、评估，及时提出可行性建议和营销改进方案。具有较强的选题策划、采集能力、编辑能力和短视频制作能力。

3. 短视频运营专员岗位

负责制作网络推广所需的短视频，并通过抖音、快手等平台运营，吸引更多的粉丝关注企业，不断总结具有创意的视频拍摄方案，并能高效推动短视频的拍摄及制作。具有较强的策划能力和执行能力。

4. 营销主管岗位

负责数据分析以及制订推广计划。具有市场调查与分析的能力，文案设计、策划、市场推广能力；具有沟通协调能力、执行能力、团队合作能力和数据分析能力。负责市场信息搜集、日常营销推广、客户关系管理等经营性工作，具有较强的统筹规划能力、人际沟通能力和团队协调能力。

5. 社群专员岗位

负责针对微信群\QQ群的网络社群进行维护。负责社群问题回复、活动推广、组织社群活动，反馈跟踪数据，维护客户关系。具有社群活动策划能力、客户关系管理能力。

6. 数据分析员岗位

负责对房地产行业的市场数据、营销数据、推广数据能够收集、处理，并进行分析。能够根据分析后的数据给予决策建议，为下一步营销推广的活动的开展提供决策依据。具有数据分析能力和较强的数据素养。

7. 市场调研员岗位

负责对房地产行业或者活动开始前的客服需求开展市场调研，并通过调研数据分析，为相关活动或决策提供依据。具有发现问题、提出问题、设计问卷和数据处理能力。

8. 推广主管岗位

负责策划、开展各种推广活动以及各种营销活动；制定并实施线上营销及推广方案；负责各平台移动端的开发以及推广工作；统计并分析站内各种数据。具有较强的市场推广能力、策略把握能力、良好的沟通协调能力、出色的创意及文案驾驭能力。

9.客服专员岗位

能利用客服平台进行客户服务，主要面向售中和售后的客户进行有效沟通，能够分析出客户的需求，并能规划出客户服务的方案，处理售前、售中、售后的各种问题。具有良好的沟通能力。

10.客服主管岗位

能与相关部门协调沟通，有效进行客服数据分析，为推广、策划部门提供数据支持。能根据部门需求，规划设计项目调查问卷。具有客户开拓维护能力。

# 七、人才规格

**1．职业素养**

|  |  |
| --- | --- |
| 职业素养 | 合作企业要求 |
| （1）具有较强的服务意识，较强的口头表达能力和网络沟通能力；  （2）具有继续学习能力，较强的工作执行力；  （3）具有熟练使用计算机进行数据搜集和整理的能力；  （4）具有团队合作精神、责任意识、法律意识和诚信意识；  （5）具有初步的分析问题和解决问题的能力，具有创新意识；  （6）具有对新知识、新技能的学习能力。 | （1）具有良好的职业态度和职业道德修养，具有正确的择业观；  （2）敬业、专注、忠诚、创新的电子商务工匠精神；  （3）掌握理性分析问题的方法，具有数据思维，具备主动解决问题的意识与建构策略方案的能力；  （4）思维活跃、行动积极，具有自我成就意识。 |

**2．专业能力**

|  |  |
| --- | --- |
| 专业能力 | 合作企业要求 |
| （1）熟练掌握市场调研的基本方法，能有效的进行市场调研和资料搜集工作；  （2）熟悉房地产行业的新媒体运营，具有短视频制作和文案撰写能力；  （3）能够与客户有效进行售前咨询、售中和售后服务，具备客户关系管理能力；  （4）具备网络推广、网络营销活动的策划和实施能力；  （5）具备网络信息收集、编辑和推广能力；  （6）具备市场敏锐度，能够通过数据处理，并分析市场趋势的能力；  （7）能够根据活动策划，设计推广海报以及推广文案撰写能力；  （8）能够熟练使用微信、微博、抖音等平台，利用其实施网络推广。 | （1）具有职业规划与实施的能力，能对自己的价值观、职业兴趣、个人条件做出正确的判断，并在对周围环境状况分析的基础上，结合所学专业和社会现实，做出符合自身实际的科学合理的职业规划，并为了实现职业规划，培养相应的综合素质与能力。  （2）经济活动分析与判断能力，遵循房地产市场经济规律，掌握市场调查、情报分析、需求分析、竞争环境评估、企业运营绩效分析、项目可行性与经济性评价等技术，能运用专业知识与方法对市场经济活动进行分析，并做出理性判断。 |

# 八、典型工作任务及职业能力分析

根据本专业新媒体运营、营销推广、客户管理三个目标岗位，结合职业特征，运用头脑风暴和案例研究等方法，开展行业企业专家研讨，获得6个典型工作任务，以及29工作任务，261条职业能力点。典型工作任务(见下表)。

**典型工作任务一栏表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 典型职业活动 | | | 工作任务 | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 新媒体运营 | A | 运营规划 | 产品评估 | 市场分析 | 目标定位 | 流程规划 | 方案确定 |  |
| B | 方案实施 | 产品培训 | 文案/短视频制作 | 运营平台 | 运营指标设定 | 运营效果评测 | 方案再次评估 |
| 营销推广 | C | 需求分析 | 调研设计 | 市场调研 | 数据分析 | 文档撰写 |  |  |
| D | 数据决策 | 数据收集 | 数据整理 | 数据可视化 | 数据挖掘 | 商务决策 |  |
| E | 品牌宣传 | 宣传计划 | 品牌包装 | 活动实施 | 效果跟踪 |  |  |
| 客户管理 | F | 客户服务 | 问题受理 | 问题反馈 | 跟踪解决 | 答复客户 | 客户数据分析 |  |

# 九、课程结构

本专业的课程体系建构是根据企业的营销岗位人员工作内容设置，基于企业的营销、客服、推广三类典型岗位与工作过程、融入企业与行业职业资格标准，构建“四段”课程体系框架，即职业基础性课程、职业能力性课程、职业拓展性课程和企业特色性课程，分别培养学生精于工、品与行、创于新、匠与心的核心能力，并在每个阶段融入数据素养培养，强化学生的互联网思维，提升学生的实践能力。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程模块** | | **课程名称** | **课程性质** |
| **公**  **共**  **基**  **础**  **课**  **程** | | 思想品德修养与法律基础 | 必修课 |
| 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 必修课 |
| 形势与政策 | 必修课 |
| 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 必修课 |
| 高等应用数学 | 必修课 |
| 英语 | 必修课 |
| 信息技术 | 必修课 |
| 体育 | 必修课 |
| 就业指导与职业生涯设计 | 必修课 |
| 创新创业基础 | 必修课 |
| 心理素质拓展课程 | 必修课 |
| **专**  **业**  **课**  **程** | **专业**  **技术**  **技能**  **课程** | 电子商务概论 | 必修课 |
| 网店运营基础 | 必修课 |
| 网络营销 | 必修课 |
| 商务数据分析 | 必修课 |
| 内容营销 | 必修课 |
| 市场营销 | 必修课 |
| 网络商品实务 | 必修课 |
| 毕业设计 | 必修课 |
| 电子商务技能竞赛 | 必修课 |
| 创业计划书竞赛 | 必修课 |
| 内容营销推广竞赛 | 必修课 |
| 团队建设培训 | 必修课 |
| 社会实践与志愿者服务 | 必修课 |
| 劳动教育 | 必修课 |
| 金融学基础 | 限选课 |
| **学徒岗位能力课程** | 商务礼仪 | 限选课 |
| 客户服务 | 限选课 |
| 企业文化 | 限选课 |
| 商务谈判与推销技巧 | 限选课 |
| 短视频设计与制作 | 限选课 |
| 消费者心理学 | 限选课 |
| 管理学基础 | 限选课 |
| 中国商贸文化 | 任选课 |
| **专业**  **拓展**  **课程** | 保险理论与实务 | 任选课 |
| 商务演示与演讲 | 任选课 |
| 营销活动策划 | 任选课 |
| 市场调研与预测 | 任选课 |
| 商务文案写作 | 任选课 |
| 电子商务物流 | 任选课 |

# 十、课程内容及要求

**1．公共基础课程**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要教学内容和要求** | **参考学时** |
| 1 | 思想品德修养与法律基础 | 针对大学生开展马克思主义的世界观、人生观、价值观教育，使学生成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。 | 72 |
| 2 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，提高分析问题的能力，成为中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人。 | 72 |
| 3 | 形势与政策 | 了解国内外重大时事，全面认识和正确理解党的基本路线、重大方针和政策，认清国际国内形势发展的大局和大趋势，全面正确地认识党和国家面临的形势和任务，激发爱国热情，增强民族自信心和社会责任感，珍惜和维护稳定大局，确立建设有中国特色社会主义的理想和信念。 | 36 |
| 4 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 学习习近平新时代中国特色社会主义思想，主要内容是“十个明确”和“十四个坚持”“十三个方面成就”。 | 72 |
| 5 | 高等应用数学 | 掌握一元函数微积分学和概率论与数理统计，数学实验与数学软件等内容，具有基本的计算能力。 | 72 |
| 6 | 英语 | 掌握英语学习的方法和策略，具有较强的英语听、说、读、写、译能力，能够运用英语在日常生活和职业领域开展交际活动。 | 108 |
| 7 | 信息技术 | 掌握计算机信息技术基本原理及应用；掌握Office办公软件的应用；掌握人工智能的基本概念、基本理论与方法、推理机制和智能问题求解技术；掌握人工智能在各种场景的应用；培养运用办公软件解决本专业及相关领域实际问题的能力。 | 36 |
| 8 | 体育 | 通过合理的体育教育和科学的体育锻炼，达到增强体质、增进健康，培养终身体育意识，促进学生全面发展。 | 72 |
| 9 | 就业指导与职业生涯设计 | 将立德树人融入生涯教育的始终。通过职业规划，帮助学生了解自己和职场，找到职业发展方向；通过就业辅导，帮助学生树立正确的就业观，提高竞争力。 | 36 |
| 10 | 创新创业基础 | 培养学生创新意识，树立创新强国的理念，掌握开展创新创业活动所需的相关知识，锻炼学生发现问题并创新地解决问题的能力。 | 36 |
| 11 | 心理素质拓展教育 | 树立心理健康与安全意识，掌握维护健康与安全的知识和技能，提高应对健康与安全风险的能力，增强维护全民健康与安全的社会责任感。 | 18 |

**2．专业技术技能课程**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 对接典型工作任务及  职业能力 | 主要教学内容和要求 | 参考学时 |
| 1 | 电子商务概论 | A1  B3 | 引领学生进入电子商务领域、拓展专业思维、树立专业思想、培育专业忠诚，使得学生对电子商务的基本体系及各个组成部门有一个基本的认识，为后续课程奠定必要的基础。 | 72 |
| 2 | 网店运营基础 | B3-B6 | 通过课程理论学习和实践训练，主要培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程；培养学生获得与网店经营相关的学习能力。 | 108 |
| 3 | 网络营销 | E1-E4  A2、A3 | 让学生了解有关网络营销环境、熟悉网络营销流程，掌握网络营销基本实质。掌握网络市场调研的内容与主要方法，以及商情分析等方面的知识。 | 72 |
| 4 | 商务数据分析 | D1-D5 | 该课程以数据分析知识、理论为主，通过案例引导等方式，掌握电子商务数据分析相关知识与技能。该课程将融入《电子商务法》相关内容，掌握电子商务经营者在经营活动中应遵循的法律法规。 | 72 |
| 5 | 内容营销 | B1、B2、A4、A5 | 本课程的教学目的是通过课堂讲解与案例分析的手段，使学生掌握内容营销的生产过程。 | 72 |
| 6 | 市场营销 | E1-E4  A2、A3 | 本课程主要培养企业需要的 具有专业营销理论基础和营销实践能力的高级应用型营销人才。 | 72 |
| 7 | 网络商品实务 | A1  B3 | 了解网络营销岗位及技能，形成初步概念；掌握搜索引擎优化SEO的原理和方法；掌握电商平台内营销的原理和方法。 | 72 |
| 8 | 团队建设培训 |  | 让学生了解管理学的基本构架、基本概念，打好管理专业的入门基础，让学生理解管理的基本职能、基本原理，建立管理学的基本素养、掌握管理的基本方法、基本手段。 | 36 |
| 9 | 社会实践与志愿者服务 |  | 培养学生德智体美劳全面发展的综合实践能力。 | 36 |
| 10 | 劳动教育 |  | 通过劳动实践，体会劳动创造美好生活，体认劳动不分贵贱，热爱劳动，尊重普通劳动者，培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神；具备满足生存发展需要的基本劳动能力，形成良好劳动习惯。 | 36 |

**3．学徒岗位能力课程**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 对接典型工作任务及  职业能力 | 主要教学内容和要求 | 参考学时 |
| 1 | 金融学基础 | A2、C2 | 通过本课程的学习，使学生掌握金融学基础知识、基本理论，对现代金融有全面的了解和较为深刻的认识。 | 36 |
| 2 | 商务礼仪 | F4 | 使学生认识商务礼仪在现代公共关系活动中、管理中的性质、意义、和作用；学习和理解商务礼仪与的概念和基本原理；了解和掌握商务礼仪与形象设计的基本常识、礼仪在生活中的具体运用、礼仪工作的技巧等知识。 | 36 |
| 3 | 客户服务 | F1-F5 | 培养学生能受理网络客户服务、达成客户交易、完善售后服务、建立和利用客户数据库并能对服务效果进行评价，使学生能掌握网络客户服务的技巧。 | 726 |
| 4 | 企业文化 |  | 将企业的文化贯穿到学生的工作中，增加企业归属感。 | 36 |
| 5 | 商务谈判与推销技巧 | E3、F3 | 掌握必要的商务沟通与谈判理论，具备商务沟通与谈判的实践能力。 | 72 |
| 6 | 短视频设计与制作 | B2、C4 | 掌握短视频的素材收集，脚本撰写，拍摄、剪辑与平台的运营。 | 54 |
| 7 | 消费者心理学 | E3、F3 | 掌握消费者心理特点，客户消费偏好等理论。 | 72 |
| 8 | 管理学基础 | E3、F3 | 通过本课程的学习，让学生了解管理学的基本构架、基本概念，打好管理专业的入门基础，让学生理解管理的基本职能、基本原理，建立管理学的基本素养、掌握管理的基本方法、基本手段。 | 72 |

# 十一、教学安排

（一）教学进程安排

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **2023级电子商务专业现代学徒制教学进程表** | | | | | | | | | | | | | | |
| **课程类别** | | **课程名称** | **学分** | **总学时** | **各学期周数、学** | | | | | | **教学场所、学时分配** | | | **评价方式** |
| **时分配** | | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **学校** | **网络** | **企业** |
| **18** | **18** | **18** | **18** | **18** | **18** |
| **公共基础课程** | **必修课** | 思想道德与法治 | 4 | 72 | 4 |  |  |  |  |  | 2 | 2 |  | ③ |
| 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 4 | 72 |  |  | 4 |  |  |  | 2 | 2 |  | ③ |
| 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 4 | 72 | 4 |  |  |  |  |  | 2 | 2 |  | ③ |
| 形势与政策 | 2 | 36 | 1 | 1 |  |  |  |  |  | 2 |  | ③ |
| 高等应用数学 | 4 | 72 | 4 |  |  |  |  |  | 2 | 2 |  | ① |
| 英语 | 6 | 108 | 4 | 2 |  |  |  |  | 2 | 4 |  | ① |
| 信息技术 | 2 | 36 |  | 2 |  |  |  |  |  | 2 |  | ③ |
| 体育 | 4 | 72 | 2 | 2 |  |  |  |  |  | 2 | 2 | ③ |
| 就业指导与职业生涯设计 | 2 | 36 | 1 |  | 1 |  |  |  |  | 1 | 1 | ③ |
| 创新创业基础 | 2 | 36 |  |  |  |  | 2周 |  |  | 2 |  | ③ |
| 心理素质拓展教育 | 1 | 18 |  |  |  | 2周 |  |  |  |  | 1 | ③ |
| **小计** | **35** | **630** | **20** | **7** | **5** | **0** | **0** | **0** |  |  |  |  |
| **专业课程** | **专业技能课程** | 电子商务概论 | 4 | 72 | 4 |  |  |  |  |  |  | 4 |  | ① |
| 网店运营基础 | 6 | 108 |  |  |  | 6 |  |  |  | 2 | 4 | ① |
| 网络营销 | 4 | 72 |  |  | 4 |  |  |  |  | 4 |  | ① |
| 商务数据分析 | 4 | 72 |  |  |  |  | 4 |  |  | 2 | 2 | ① |
| 内容营销 | 4 | 72 |  |  |  | 4 |  |  |  | 2 | 2 | ① |
| 市场营销 | 4 | 72 |  | 4 |  |  |  |  |  | 4 |  | ① |
| 网络商品实务 | 4 | 72 |  | 4 |  |  |  |  |  | 2 | 2 | ① |
| 电子商务技能竞赛 | 4 | 104 |  |  |  |  |  | 4周 |  |  | 4周 | ④ |
| 策划书竞赛 | 4 | 104 |  |  |  |  |  | 4周 |  |  | 4周 | ④ |
| 内容营销推广竞赛 | 4 | 104 |  |  |  |  |  | 4周 |  |  | 4周 | ④ |
| 团队建设培训 | 2 | 36 |  |  |  |  |  | 2周 |  |  | 2周 | ④ |
| 毕业设计 | 8 | 144 |  |  |  |  |  | 6 |  | 6 |  | ③ |
| 社会实践与志愿者服务 | 2 | 72 |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 | ④ |
| 劳动教育 | 2 | 72 |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 | ④ |
| **小计** | **56** | **1176** | **4** | **8** | **4** | **10** | **4** | **6** |  |  |  |  |
| **学徒岗位能力课程** | 社交电商运营 | 2 | 36 |  |  | 2 |  |  |  |  | 2 |  | ④ |
| 商务礼仪 | 2 | 36 |  |  | 2 |  |  |  |  |  | 2 | ④ |
| 客户服务 | 4 | 72 |  | 4 |  |  |  |  |  |  | 4 | ④ |
| 企业文化 | 2 | 36 | 2 |  |  |  |  |  |  |  | 2 | ④ |
| 商务谈判与推销技巧 | 4 | 72 |  |  | 4 |  |  |  |  | 2 | 2 | ④ |
| 短视频设计与制作 | 3 | 54 |  |  |  |  | 3 |  |  | 3 |  | ④ |
| 消费者心理学 | 4 | 72 |  |  |  | 4 |  |  |  |  | 4 | ④ |
| 管理学基础 | 4 | 72 |  |  |  |  | 4 |  |  |  | 4 | ④ |
| **小计** | **25** | **450** | **2** | **4** | **8** | **4** | **7** | **0** |  |  |  |  |
| **任选课（含专业拓展课程）** | | 中国商贸文化 | 2 | 36 |  | 2 |  |  |  |  |  | 1 |  | ③ |
| 基于业务的数据可视化 | 2 | 36 |  |  | 2 |  |  |  |  | 2 |  | ③ |
| 商务演示与演讲 | 2 | 36 |  | 2 |  |  |  |  |  |  | 2 | ③ |
| 营销活动策划 | 2 | 36 |  |  | 2 |  |  |  |  |  | 2 | ③ |
| 市场调研与预测 | 2 | 36 |  |  |  | 2 |  |  |  | 2 |  | ③ |
| 商务文案写作 | 2 | 36 |  |  |  |  | 2 |  |  |  | 2 | ③ |
| 电子商务物流 | 2 | 36 |  |  |  | 2 |  |  |  |  | 2 | ③ |
| **小计** | **14** | **252** | **0** | **4** | **4** | **4** | **2** | **0** |  |  |  |  |
| **合计** | | | **130** | **2508** | **26** | **23** | **21** | **18** | **13** | **6** |  |  |  |  |

注：（1）评价方式：①笔试，②面试，③任务考核，④业绩考核。（2）总学时一般为2500-2700，公共基础课程不低于1/4，专业技术技能课程和学徒岗位能力课程总学时一般应超过50%。（3）总学分不低于120。（4）教学场所、学时分配可根据校企教学安排实际情况描述，比如学生在校内实践基地由企业导师完全对接岗位组织教学，可以计算为企业课时。

（二）工学交替的教学组织进度安排表

对招生招工同步的学生，学生（学徒）在岗学习工作原则上不少于50%；对于先招工后招生的企业在职员工，校企探索创新教学组织实施模式、教学过程管理与工作过程管理相融合,体现工学交替、交互训教。

# 十二、教学基本条件

（一）学校条件

1．学校导师条件

电子商务专业共有专任教师27人，其中高级职称以上6人，占22.2%，中级职称以上14人，占51.9%，双师型教师占89%，研究生以上学历10人，校级立项电子商务专业实训教学团队1个，外聘教师情况20%，专任教师每两年到企业实践时间不少于两个月。教师团队以中青年教师为主，老中青结构合理，综合实力较强。

（1）专任教师应具备电子商务或相关专业本科以上（含本科）学历，并接受过职业教育教学方法论的培训。

（2）本专业专任教师“双师”比例应不低于50%。

（3）本专业专任教师应达到电子商务专业教师专业能力标准的要求。

1. 校内实训室。主要设施设备及数量见下表。

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **实训室名称** | **规 模** | **承担实训项目** | **基本配置** | | |
| **面积（m2）** | **主要设备名** | **数 量** |
| 1 | 电子商务综合实训室 | 1间 | 考证、电商概论 | 120 | 台式计算机、慧源模拟软件 | 50台、  1个 |
| 2 | 农民创业实训室 | 1间 | 沙盘、美工 | 80 | 台式计算机、  农民创业之星 | 50台、  1个 |
| 3 | 电子商务创业中心 | 1间 | 团队运营 | 80 | 台式计算机 | 15台 |
| 4 | 商品拍摄实训室 | 1间 | 商品拍摄 | 80 | 单反相机、  影棚 | 20台、  5组 |
| 5 | 冷链物流中心 | 1间 | 物流、考证、竞赛 | 500 | 货架、货柜  叉车 | 6组、  2台 |
| 6 | 网络客服实训室 | 1间 | 网络客服、校企 | 200 | 台式计算机、  客服软件 | 50台、  1个 |
| 7 | 网络营销实训室 | 1间 | 网络营销、推广 | 80 | 台式计算机、  奥派营销软件 | 50台、  1个 |
| 8 | 跨境电商实训室 | 1间 | 跨境电商、校企 | 80 | 台式计算机、  德意跨境软件 | 50台、  1个 |
| 9 | 移动电商实训室 | 1间 | 移动电商、校企 | 100 | 台式计算机、  奥派移商软件 | 50台、  1个 |
| 10 | 新媒体综合实训室 | 1间 | 新媒体推广实训 | 120 | 台式计算机、  综合实训软件 | 50台、  1个 |
| 11 | 惠工直播间 | 1间 | 直播营销实训 | 10 | 台式计算机、  直播设备 | 1台、  1套 |

（二）企业条件

1．企业导师条件

企业兼职教师应聘请生产一线，并能胜任专业实践教学的技术和管理骨干，一般应具有大学本科以上（含本科）学历，企业兼职教师主要承担实践和实训教学。

2.岗位培养条件

配套温馨舒适的工作场地，有安全保障的宿舍环境，集体授课的中型会议室，干净卫生的员工餐厅。

# 十三、教学实施建议

**（一）教学要求**

本专业教学安排坚持学历教育与岗位培训相融合、职业能力与职业素质兼顾，学生可选择运营方向、推广方向、客服方向有针对性的培养。

1、理论学习

坚持“做学教一体”的行动导向教学模式，围绕“资讯-决策-计划-实施-检查-评估”的行动导向教学过程。通过项目教学、模拟教学等多种教学方法，组织学生独立学习或组成小组进行合作学习。

2、实践学习

强化实践教学，根据专业教学的需要，在不同的时间段安排学生开展专业课程的工学结合教学组织形式，全面提高学生实际操作能力和水平。

3、其他学习

在开展专业实践教学的同时，鼓励学生参加第二课堂活动，引导学生积极参加专业技能竞赛、社会调研和社会服务等各项社会实践活动，努力促进学生职业能力、职业意识和社会责任心的综合发展。

**（二）教学组织形式**

教学组织形式主要有三种，分别为线下集中教学、线上网络教学和技能竞赛作品，其中线下集中教学又分为在校开展学习和在企业开展学习，在校开展学习以理论教学为主，在企业开展教学则以岗位学徒为主。

**（三）学业评价**

教学评价体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化。教学评价的对象应包括学生知识的掌握、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，突出能力的考核评价方式，体现综合素质的评价。企业技能成绩采用校内专业教师评价、校外兼职教师评价、实习单位鉴定三项评价相结合的方式，对学生的专业技能、工作态度、工作纪律等方面进行全面评价。

**（四）教学管理**

依据专业学校的机构设置和本地经济发展，制定和完善专业人才培养方案，制定和完善专业课程标准。建立健全教学常规管理措施，针对不同生源特点实施差异化的教学管理，推进专业全面教学质量管理，注意本专业毕业生跟踪管理。

**（五）质量监控**

细化教学监控体系。通过教学考核、专题教学检查、随堂听课、发放调查问卷、设立教学意见箱、召开师生座谈会等形式，了解教学计划与教学任务落实、教师教学、学生学习、教学保障等情况，实现对教学管理工作多层面监控。

加强教学质量管理。健全教学质量管理制度、标准及评价办法，要求二级学院制定年度本科教学工作考核指标体系及实施办法、为教学良性发展提供科学指导。在学校信息公开网公开教学质量信息，接受社会公众监督与评价。

# 十四、毕业要求

（一）必修课程的成绩全部合格，修满130学分。

（二）完成毕业设计并成绩合格。

（三）综合素质测评合格。

（四）推荐考取职业技能等级证书。

1.网店运营推广职业技能等级证书中级及以上

2.社交电商运营职业技能等级证书中级及以上

3.高等学校英语应用能力考试AB级英语证书

4.全国计算机等级证书二级

# 十五、其他

**附录：制订团队**

1. **行业企业团队**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 姓名 | 单位 | 职称、职务 |
| 1 | 贾志成 | 惠州志成电子科技有限公司 | 总经理 |
| 2 | 黄焕明 | 惠州志成电子科技有限公司 | 项目经理 |
| 3 | 彭艳 | 惠州志成电子科技有限公司 | 工程师 |
| 4 | 王润芝 | 惠州志成电子科技有限公司 | 工程师 |

**（二）学校教师团队**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 姓名 | 单位 | 职称、职务 |
| 1 | 孙杏桃 | 惠州工程职业学院 | 副教授/财经系主任 |
| 2 | 杨洋 | 惠州工程职业学院 | 副教授/商务数据分析与应用专业群负责人 |
| 3 | 刘泰 | 惠州工程职业学院 | 助教/电子商务专业带头人 |

**附件：电子商务专业职业能力分析表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 客服专员岗位能力分析表 | | | | | | | |
| 工作项目 | | 工作任务 | | 职业能力 | | 能力要求 | |
| 项目编号 | 项目名称 | 任务编号 | 任务名称 | 能力编号 | 能力名称 | 高 | 中 |
| 01 | 售前 | 01-01 | 熟悉产品 | 01-01-01 | 熟悉并且了解店铺产品性能、参数 | 高 |  |
| 01-01-02 | 针对产品类别进行汇总，熟悉产品卖点 | 高 |  |
| 01-02 | 熟悉活动 | 01-02-01 | 提前了解活动节奏，引导客户活动时间下单 | 高 |  |
| 01-02-02 | 及时修改活动话术，针对性推销产品 | 高 |  |
| 01-02-03 | 有效互动，拒绝一问一答，主动引导、拒绝死板 | 高 |  |
| 01-03 | 催拍催付 | 01-03-01 | 及时跟进咨询没有下单的顾客或者对下单没有付款的订单促成交易 | 高 |  |
| 01-03-02 | 善用催拍催付话术，不同场景利用不同的话术进行催单 | 高 |  |
| 01-04 | 关联销售 | 01-04-01 | 顾客付款后，应在顾客未离线之前，对顾客及时发起关联销售动作 | 高 |  |
| 01-04-02 | 关联推销的产品与顾客已购商品应保持“关联性”，避免推荐的产品与顾客购买的产品毫无关系 | 高 |  |
| 01-04-03 | 关联推荐时，能以“关联链接+产品卖点+图片”的形式展开介绍，有话术的使用话术 |  | 中 |
| 02 | 售后 | 02-01 | 客户关系维护 | 02-01-01 | 对客户进行咚咚客户分组（老客户、大单客户、需要跟进的客户等） | 高 |  |
| 02-01-02 | 善用客户标签，标记客户需求、喜好，方便推适合客户的产品 | 高 |  |
| 02-02 | 订单跟进 | 02-02-01 | 及时跟进咨询没有下单的顾客或对下单没有付款的订单促成交易 | 高 |  |
| 02-02-02 | 追踪顾客订单、物流进度进行反馈 | 高 |  |
| 02-03 | 售后常规处理 | 02-03-01 | 能够在线回复各种售后相关的问题，或者协助客户调试产品，帮助客户解决问题，给客户一个满意的购物体验 | 高 |  |
| 02-03-02 | 能够进行退换货/维修流程执行 | 高 |  |
| 02-03-03 | 能够进行后台退款退换货订单跟进 | 高 |  |
| 02-03-04 | 能够进行订单返现、返款等操作的进行 | 高 |  |
| 02-03-05 | 针对订单差评进行回评操作，并且针对差评进行复盘操作 | 高 |  |
| 02-04 | 特殊客诉处理 | 02-04-01 | 针对平台投诉类、工商投诉、媒体曝光、12315投诉等升级订单处理 | 高 |  |
| 02-05 | 订单回访 | 02-05-01 | 能够对店铺主推款式产品客户使用情况回访，满意邀请好评，不满意登记-移交售后给予解决方案 | 高 |  |
| 02-05-02 | 能够对因为产品使用问题造成的顾客投诉和退款退货做关怀维护，指导顾客正确使用 | 高 |  |
| 02-05-03 | 协助收集客户反馈以及进行相关客户满意度调查 | 高 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 运营专员岗位能力分析表 | | | | | | | |
| 工作项目 | | 工作任务 | | 职业能力 | | 能力要求 | |
| 项目编号 | 项目名称 | 任务编号 | 任务名称 | 能力编号 | 能力名称 | 高 | 中 |
| 01 | 广告推广 | 01-01 | 了解推广规则 | 01-01-01 | 了解平台推广工具的类型和规则 | 高 |  |
| 01-01-02 | 了解推广工具的适用场景 | 高 |  |
| 01-02 | 投放计划 | 01-02-01 | 熟悉点击率、转化率（询盘和订单）、PPC（点击花费）、ROL产出比等关键指标 | 高 |  |
| 01-02-02 | 熟悉广告计划建立流程及出价和预算 | 高 |  |
| 01-03 | 数据分析 | 01-03-01 | 监控推广计划的实时效果 | 高 |  |
| 01-03-02 | 统计推广计划所反馈的数据 | 高 |  |
| 01-03-03 | 优化点击率、转化率（询盘和订单）、PPC（点击花费）、ROL产出比等数据指标 | 高 |  |
| 01-03-04 | 分析店铺的流量来源结构 | 高 |  |
| 02 | 店铺管理 | 02-01 | 店铺设置 | 02-01-01 | 熟悉品牌设置 | 高 |  |
| 02-01-02 | 熟悉主图设置 | 高 |  |
| 02-01-03 | 熟悉产品标题、属性、SKU等设置 | 高 |  |
| 02-01-04 | 熟悉产品描述、卖点、促销等设置 | 高 |  |
| 02-01-05 | 熟悉售后、快递物流等设置 | 高 |  |
| 02-02 | 产品优化 | 02-02-01 | 优化标题和关键词的点击效果 | 高 |  |
| 02-02-02 | 优化产品主图的点击率 | 高 |  |
| 02-02-03 | 优化产品详情页的转化率 | 高 |  |
| 02-02-04 | 优化产品的评价和评分 | 高 |  |
| 02-03 | 竞争对手分析 | 02-03-01 | 主营行业竞争对手搜集 | 高 |  |
| 02-03-02 | 竞争对手销量及主推款分析 | 高 |  |
| 02-03-03 | 竞争对手评价分析等 | 高 |  |
| 02-04 | 店铺数据分析 | 02-04-01 | 分析店铺关键词、店铺SEO、流量数据 | 高 |  |
| 02-04-02 | 分析店铺访客、PV、UV等数据 | 高 |  |
| 02-04-03 | 分析推广直通车、钻展、万象台等工具数据 | 高 |  |
| 02-04-04 | 分析站内活动销量 | 高 |  |
| 02-04-05 | 分析站外引流数据 | 高 |  |
| 02-04-06 | 分析公域-私域转化数据 | 高 |  |
| 02-05 | 商品打包与物流 | 02-05-01 | 熟悉产品打包要求和技巧 |  | 中 |
| 02-05-02 | 熟悉仓储管理知识 |  | 中 |
| 02-05-03 | 熟悉快递物流合作体系 |  | 中 |
| 02-05-04 | 熟悉物流公司优惠政策 |  | 中 |
| 02-05-05 | 熟悉物流收发快递时间 |  | 中 |
| 02-05-06 | 熟悉商品退换货管理 |  | 中 |
| 02-06 | 网络安全 | 02-06-01 | 熟悉网络安全知识 |  | 中 |
| 02-06-02 | 熟悉安全上网工具 |  | 中 |
| 02-06-03 | 熟悉网络防诈骗知识 |  | 中 |
| 03 | 新媒体运营 | 03-01 | 粉丝分析 | 03-01-01 | 熟练使用平台的客户数据分析系统 |  | 中 |
| 03-01-02 | 能根据平台提供的数据建立用户画像（年龄、性别、地区、消费能力等） |  | 中 |
| 03-02 | 粉丝营销 | 03-02-01 | 能区分地域粉丝喜欢的不同产品 |  | 中 |
| 03-02-02 | 根据用户画像的呈现，制定二次市场开发的营销方案 |  | 中 |
| 03-03 | 社区运营 | 03-03-01 | 熟练掌握淘宝社群、微信群、抖音群、qq群、等工具的运营规范 |  | 中 |
| 03-03-02 | 能通过图文、直播、在线语音等方法与社群的用户交流互动 |  | 中 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 设计专员岗位能力分析表 | | | | | | | |
| 工作项目 | | 工作任务 | | 职业能力 | | 能力要求 | |
| 项目编号 | 项目名称 | 任务编号 | 任务名称 | 能力编号 | 能力名称 | 高 | 中 |
| 01 | 了解需求 | 01-01 | 客户沟通 | 01-01-01 | 具备良好的沟通素养和心态及技巧 | 高 |  |
| 01-01-02 | 能与客户有效沟通和确认客户需求 | 高 |  |
| 01-01-03 | 会通过会面、电话、微信等方式进行需求沟通 | 高 |  |
| 01-01-04 | 能整理客户需求并抓住关键需求进行引导 | 高 |  |
| 01-02 | 确认需求 | 01-02-01 | 能提供多种设计方案思路，以供客户选择 | 高 |  |
| 01-02-02 | 能确认设计风格、交付时间 | 高 |  |
| 02 | 设计准备 | 02-01 | 了解产品 | 02-01-01 | 能围绕客户需求展开相关资料的收集和整理 | 高 |  |
| 02-02 | 素材收集 | 02-02-01 | 根据设计方案收集相关素材 | 高 |  |
| 02-03 | 素材整合 | 02-03-01 | 分析素材，进行归类整理 | 高 |  |
| 03 | 店铺装修 | 03-01 | 首页设计 | 03-01-01 | 能够结合当下潮流趋势、产品特性开展设计 | 高 |  |
| 03-01-02 | 针对性挖掘并表达出具有创意的产品卖点 | 高 |  |
| 03-02 | 主图设计 | 03-02-01 | 能凸显产品的特点，吸引眼球 | 高 |  |
| 03-02-02 | 配合营销活动设计相关的视觉设计 | 高 |  |
| 03-03 | 详情页设计 | 03-03-01 | 能准确提炼产品的相关文字内容 | 高 |  |
| 03-03-02 | 能够合理进行图文排版，表达产品卖点信息 | 高 |  |
| 03-04 | 投放设计 | 03-04-01 | 精准定位产品内容，挖掘设计价值 | 高 |  |
| 03-04-02 | 指定设计策略、把控设计质量，保障突破点击率和转化率 | 高 |  |
| 04 | 短视频制作 | 04-01 | 拍摄定位 | 04-01-01 | 拍摄前期，定位内容的表达形式，比如是知识讲解类或剧情短片 | 高 |  |
| 04-02 | 拍摄主题 | 04-02-01 | 通过内容确定主题，比如美食专家系列 | 高 |  |
| 04-03 | 拍摄时间 | 04-03-01 | 提前和摄影师约定时间，防止影响拍摄进度 | 高 |  |
| 04-03-02 | 确定拍摄时间后，做成可落地的拍摄方案，把握时间进度 | 高 |  |
| 04-04 | 拍摄地点 | 04-04-01 | 确定拍摄地点是室内场还是室外场景 | 高 |  |
| 04-04-02 | 确定拍摄地点是日常还是夜场 |  | 中 |
| 04-04-03 | 确定室内场景要选择普通的家庭厨房，还是选择开放式的厨房 |  | 中 |
| 04-05 | 拍摄对象 | 04-05-01 | 确定拍摄产品、人物，如果是剧情短片，要提前准备好演员 | 高 |  |
| 04-06 | 视频剪辑 | 04-06-01 | 掌握视频剪辑软件，例如Pr Ae 剪映等 | 高 |  |
| 04-07 | 背景音乐 | 04-07-01 | 根据拍摄内容选定音乐，例如拍摄帅哥美女网红，要选择流行和嘻哈快节奏音乐 | 高 |  |