
济南理工学校

电子商务专业 人才培养方案



2021年12月

修订说明

一、修订原则

1. 认真研究国家和省颁发的电子商务专业教学指导方案及调研成果，总结2020版人才培养方案的经验，对其进行修订和完善。
2. 避免因人设课、重复设课，尤其避免课程内容的重叠，提高课程的综合化程度。
3. 适应升学比例逐年提高的大趋势，课程设置对接春季高考。
4. 凝练专业课程，突出方向课程和基础课程的核心地位，加强专业基础技能，适应学业水平测试及春考技能考试。
5. 课程设置与岗位需求接轨，以企业需求和学生发展为目标。

二、《山东省中等职业学校专业建设标准》硬性要求

1. 专业技能方向不少于3个。
2. 合理确定公共文化课和专业技能课学时比例，选修课程的所占课时比例达10%。

三、修改情况说明

1. 根据2021版职业教育专业目录，电子商务专业代码修改为790701。
2. 根据山东省教育厅2022年春季高考统一考试招生专业类别考试模块的通知，调整课程设置。增加网络营销实务、电子商务客户服务与管理、电子商务物流、移动商务基础、网店运营5门专业理论课程以及网店推广、客户服务与管理、新媒体营销、直播营销、软文营销5门专业技能课程。
3. 根据课程设置与岗位需求，对基本知识要求、基本素质要求、基本能力要求进行部分修改。
3. 结合学业水平测试及技能抽测要求，调整专业课授课学期。

目 录

指导思想.....	1
培养目标.....	3
课程体系.....	7
教学计划.....	8
师资配备情况.....	19
实训室设备配备情况.....	21



指导思想



本方案的制定，教育引导学生在爱党爱国爱人民爱社会主义,把提高职业技能和培养职业精神高度融合，探索职教高考为学生依照兴趣和禀赋多样化选择、多路径成才搭建成长渠道，以能力为本位、以素质为基础、以企业需求和学生发展为目标的思想，坚持科学合理、务实够用的原则，密切结合企业岗位设置和企业岗位技能的需求，为行业发展和区域经济建设培养德才兼备的知识型、技能型、创新型人才。



培养目标



一、专业名称及代码

专业名称：电子商务 专业代码：790701

二、入学要求

初中毕业或相当于初中毕业文化程度。

三、修业年限

学制：三年

四、职业面向

（一）对应工作岗位

序号	对应职业（岗位）	专业技能方向
1	网络推广	网络营销实务
2	网络销售	
3	网络营销文案策划	
4	电商编辑	网店运营与推广
5	运营专员	
6	网店美工专员	
7	客服专员	客户服务与管理
8	电商主播	直播营销

（二）对应职业资格证书

促进书证融通。电子商务专业积极参与实施跨境电商、直播电商、电子商务客服等1+X证书制度试点，将职业技能等级标准有关内容及要求有机融入专业课程教学，学生经过学习，根据不同的学习方向和学习水平可以有选择的考取相关技能等级证书：

职业资格证	等级
普通话测试等级证书	二乙及以上
电商直播	初级
电子商务客服	初级
跨境电商 B2B 数据运营	初级

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

坚持把立德树人作为根本任务，不断加强学校思想政治工作，持续深化“三全育人”综合改革，把立德树人融入思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育各环节，推动思想政治工作体系贯穿教学体系、教材体系、管理体系，切实提升思想政治工作质量。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、良好人文素养、职业道德和创新精神与实践能力，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业的知识和技术技能，面向电子商务专业和相关服务业、批发业、零售业等行业的销售人员、商务咨询服务人员等职业群，能从事网络营销与推广、网店美工、网店运营、新媒体技术、电商直播、客户服务等工作的第一线的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

学生毕业时应具备的知识、能力、素质要求：

1、基本知识要求

- (1) 职业发展必备的基础文化知识、计算机操作技能。
- (2) 掌握电子商务商业模式的基本知识。
- (3) 掌握网络营销、网络贸易方面的专业知识。
- (4) 熟悉商品的基本知识，掌握商品拍摄与处理的专业知识。
- (5) 掌握网店美工、网店运营与推广方面的专业知识。
- (6) 掌握移动商务方面的专业知识。
- (7) 掌握客户关系管理、客户服务等方面的专业知识。
- (8) 掌握电子商务法律法规的相关知识。

2. 基本素质要求

- (1) 具有良好的职业道德、人文素养。
- (2) 具有团队合作、协调人际关系的能力。
- (3) 网络经营职业道德规范、岗位基本规范。
- (4) 网络经营风险的评估和规避常识。
- (5) 商品质量及养护的基本操作规范。
- (6) 较强的美术功底和构思能力和创新能力。
- (7) 具有心理分析能力、社会责任心、良好的素质。

(8)具有良好的信息获取、信息处理和信息交流能力。

3. 基本能力要求

(1)具有较强的网络营销岗位工作能力。熟悉各种互联网广告的形式和特点，能够利用各种网络资源对网站进行宣传；能够进行产品的网络市场推广，利用第三方平台进行网络零售能够进行企业网络推广前期调研，能够制定并实施企业网络推广方案。

(2)具有较强的网络客户服务岗位工作能力。能够分析客户类型，掌握交流语言技巧，利用电话、电子邮件、QQ 等交流工具进行客户服务；掌握客户资料搜集、建档的方法和技巧，能够准确整理客户资料、建立客户档案；掌握客户回访的方法与技巧，能够妥善进行客户回访，与客户建立和谐关系。

(3)具有较强的策划直播短视频营销活动岗位工作能力。熟悉营销平台，能设计科学、创新的策划营销活动内容，能对直播营销活动进行控场，对直播营销活动中产生的订单进行处理。具有较强的创新内敛和直播营销能力。

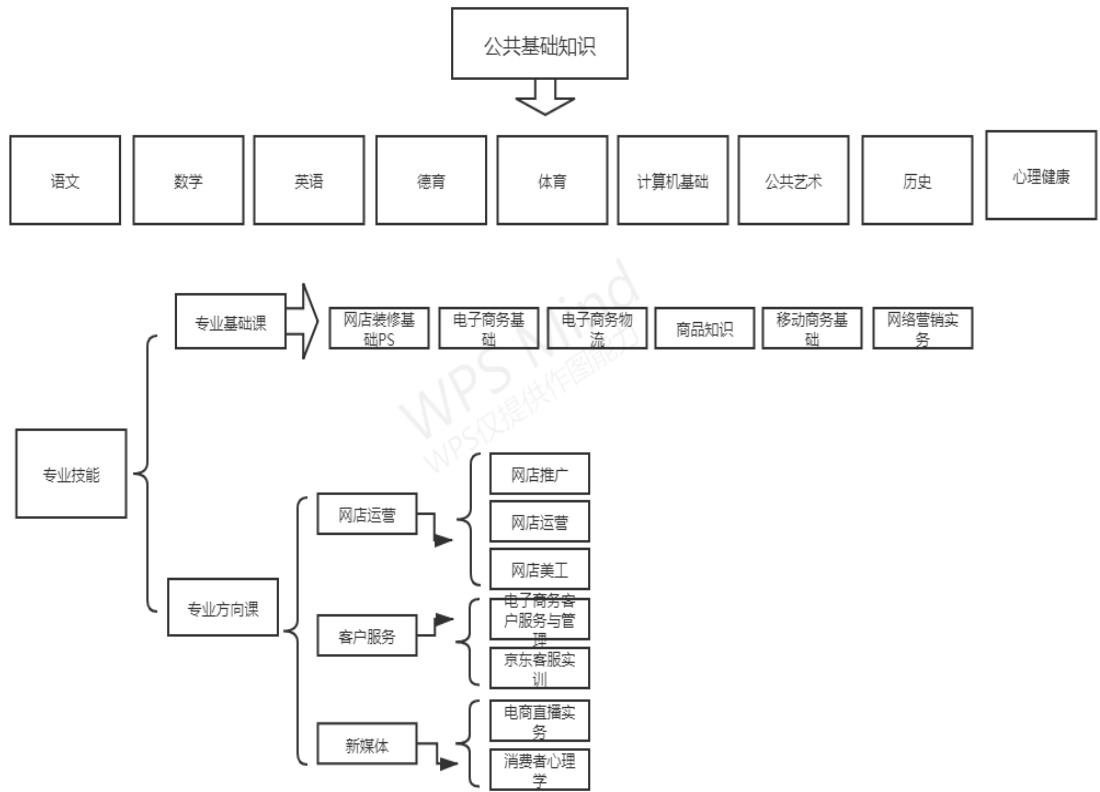
(4)具有较强的网店运营岗位工作能力。熟练掌握网店 SEO 推广，根据转化率、点击率、搜索人气及竞争指数等完成直通车推广。能合理设置推广时间和推广地域，提出相应的改善方案；掌握网站网店美化与日常维护的专业技能。

(5)具有较强的移动营销、移动平台运营岗位工作能力。掌握移动商务营销的专业技能了解移动商务平台开发软件的功能，具备移动商务平台使用和运营的专业技能；熟悉移动互联网的产品、应用和技术，对移动互联网用户体验有较好的理解。

(6)具有较强的网上创业能力。能够在网上开设店铺，进行网店宣传、推广和经营管理熟悉直通车、淘宝客、淘宝帮派、社区、网店相互推广与数据分析的专业技能；能够根据网店的销售情况制定合适的促销计划；具有一定的组织、管理能力。

课程体系





教学计划



一、课程设置及要求

（一）公共基础课程

1. 思想政治（144 学时 8 学分）

思想政治课四个学期开设《职业生涯规划》《职业道德与法律》《经济政治与社会》《哲学与人生》四门必修课。通过这四门必修课的学习，培养学生能够结合自身的特点进行职业生规划和管理，形成职业生规划的能力；指导学生树立正确的道德观和成才观，重视职业道德的养成，提高法律素质，培养学生成为合法、守法、用法的具有较高法律素质的劳动者；引导学生掌握我国社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设的有关知识，坚定党的领导和社会主义道路，提高学生辨析社会现象、主动参与社会生活的能力；引导学生用马克思主义哲学的基本观点、方法分析和解决人生发展重要问题的能力，为人的健康发展奠定思想基础。

2. 语文（324 学时 18 学分）

在九年义务教育的基础上，培养学生热爱祖国语言文字的思想感情，进一步提高正确理解与运用祖国语言文字的能力，提高科学文化素养，以适应就业和创业的需要。教学中注重基本技能的训练和思维发展，加强语文实践，培养语文的应用能力，为综合职业能力的形成，以及继续学习奠定基础。指导学生通过学习，掌握专业学习和终身发展所必备的语文基础知识，具备日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际，具有初步的文学作品欣赏能力；引导学生重视语言的积累和感悟，接受优秀文化的熏陶，提高思想品德修养和审美情趣，形成良好的个性和健全的人格，促进职业生发展。

3. 数学（270 学时 15 学分）

在九年义务教育的基础上，进一步学习代数、几何、三角及概率统计的基础知识；掌握生活和职业岗位必需的计算、计算工具的使用、数据处理技能；提高逻辑思维、分析问题和解决问题的能力；指导学生逐步养成良好的学习习惯、应用意识、应用能力，为学习专业课奠定基础，以适应就业和创业的需要。

4. 英语（234 学时 13 学分）

在九年义务教育的基础上，贯彻因材施教的原则，巩固和扩大词汇量，掌握句型和语法，理解重点难点。要求学生能够围绕日常话题进行初步交际，理解在

特定环境中的语言应用，初步形成职场英语的应用能力。

5. 信息技术（108 学时 6 学分）

通过学习计算机基础知识和 Windows 操作系统、Office 办公软件、Internet 互联网的基本应用，掌握现代办公中的文字处理、表格处理、演示文稿、网络通信等常用软件的使用方法，掌握利用计算机获取信息、处理信息、发布信息的方法，使学生具有计算机基本操作、办公应用、网络应用、多媒体技术应用等基本技能，初步具有利用计算机解决学习、工作、生活中常见问题的能力，培养严谨的科学态度和团队协作意识。

6. 体育与健康（180 学时 10 学分）

以学生为主体，关注个体差异，结合中职生体育锻炼的特点，激发学生运动的兴趣，培养其终身体育锻炼的意识。通过科学的体育锻炼，培养学生健康的体魄，掌握相应的运动技能，以满足学生身心发展的需要。

7. 美术（36 学时 2 学分）

学习美术等多门艺术学科，全面、深刻地领略艺术、生活和大自然中的美，增强对艺术和生活的热爱。引导学生感受艺术，体验人类丰富的情感和思想，丰富学生的精神世界、净化心灵、陶冶情操、培养积极乐观的生活态度，提高想像力和创造力，达到感性和理性的平衡，使身心得到健康发展，培养学生对艺术和生活的感知能力和细微的观察能力。

8. 音乐（36 学时 2 学分）

学习音乐等多门艺术学科，全面、深刻地领略艺术、生活和大自然中的美，是电子商务专业必修的一门公共基础课程。通过艺术作品赏析和艺术实践活动，使学生了解或掌握不同门类的基本知识、技能和原理，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，增强文化自觉与文化自信，丰富学生人文素养与精神世界，培养学生艺术欣赏能力，培育学生职业素养、创新能力和合作意识。

9. 历史（72 学时 4 学分）

历史课程是计算机应用专业必修的一门公共基础课程。旨在让学生了解中国国情，形成对祖国历史与文化的认同感，让学生正确看待家乡，了解祖国的自然条件、经济发展等方面的优势与不足，激发学生为建设家乡、建设祖国而贡献自己才智的自觉性和高度的社会责任感。

（二）专业基础课程

1. 网店装修基础 ps（144 学时 8 学分）

本课程是电子商务专业的一门主干专业技能课程。通过本课程的学习，要求学生掌握网店装修的基本概念，学会使用常用的 PhotoShop 和 dreamweaver 来实现各种功能和表现，解决在网店美工中装修网店时遇到的各种专修效果问题能够设计装修出常见的各种店铺风格的店铺首页以商品详情页，具备表达恰当美观大气并能够体现商品的网店装修和美工的能力。同时通过本课程的学习，养学生成为技能全面，实战能力超强的“能手”型人才。

2. 电子商务基础（72 学时 4 学分）

本课程是电子商务专业一门专业基础课程，同时也是电子商务专业职业启蒙及导入性的核心课程。旨在使学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识体系和电子商务的国内外应用情况有一个整体印象和初步认识，并掌握电子商务运作模式和交易流程，为今后学习各门专业课程，以及将来从事电子商务工作奠定良好的基础。

3. 电子商务物流（72 学时 4 学分）

本课程是电子商务的主干课程之一，它从电子商务与物流的关系入手，系统地介绍了在电子商务环境下如何开展现代物流管理。课程首先介绍了物流基础知识和物流的基本功能，对物流、物流管理、物流系统、企业物流、物流过程、物流成本进行全面介绍，在此基础上引出现代化物流信息技术，包括 GIS、GPS、条码技术、EDI 技术等，结合案例对物流中心、物流配送、物流模式、第三方物流、国际物流进行介绍，最后结合电子商务下的物流特点，引出供应链管理理念。本课程的目的在于全面了解物流及其相关理论知识和应用方法，用科学的管理方法实现现代化的物流管理。

4. 商品知识（72 学时 4 学分）

本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。主要学习各类商品基本知识、商品质量评价、商品分类、商品运输与包装等基本知识。使学生具备从事网络营销工作所必须具备的商品基本知识，比较全面的了解消费需求，组织适销对路的商品；能够科学地进行商品分类，恰当地评价商品质量，合理地进行商品包装和储运，为学习和掌握专业知识和职业技能打下基础。

5. 移动商务基础（72 学时 4 学分）

本课程在电子商务专业的人才培养中突出 5G 时代的到来给电子商务带来的新的变化和契机,让学生能与时俱进的将电子商务的商业模式运用到移动商务活动中,重在探讨和研究移动电子商务的应用.《移动电子商务》是电子商务专业的职业技术课程,学习该课程应以电子商务基础、计算机及应用、网络基础、电子支付等课程为基础进行学习,同时为今后走上实际工作岗位,为企业提供好的移动商务解决方案起到很好的实践应用作用。

6.网络营销(144 学时 8 学分)

通过学习网络营销的基本理论、基本知识,要求学生熟悉网络营销流程,掌握网络市场调研的内容与主要方法,掌握网络营销过程中的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识,培养学生利用网络工具开展市场调研、收集处理商务信息、撰写商情报告以及网络营销策略综合运用能力。

(三)专业方向课程

包括网店运营、客户服务、新媒体营销三个方向的专业课程。

网店运营方向:

1. 网店推广(72 学时 4 学分)

本课程是电子商务专业网络营销方向的一门专业技能课程。本课程的任务是在网络营销的基础上,进一步学习网络推广的手段和途径,能使用搜索引擎、抖音淘宝直播、微博、头条、浏览器工具条、快手、微信公众号、网络广告发布等工具进行网站推广。

2. 网店运营(144 学时 8 学分)

《网店运营》是电子商务专业的一门专业核心课程。课程的主要功能是:训练和培养学生利用淘宝、拍拍平台从事网店建设与运营的实践能力。为学生今后走向社会,从事与网店经营相关的工作打下坚实的基础。通过本课程的讲解、演练与实践活动,促进本专业学生更好地掌握网上开店、网店运营等基本理论,建立起电子商务网店平台并开展电子商务业务,具有对网店运营、网店推广等技能的实际运用和操作能力。

3. 网店美工(144 学时 8 学分)

本课程的教学目标是以现代职业教育理念为指导,通过先进的教学手段,使

学生充分掌握网店设计中平面构成、色彩搭配、字体设计、排版与布局多个方面的理论知识并结合实例进行设计，使学生具备开放的专业思维，树立牢固的专业信心，培养学生具备独立从事网店页面设计的能力。

客户服务方向：

1. 客户服务与管理（72 学时 4 学分）

掌握计算机基础知识、微型计算机基本使用方法、文字信息处理方法、数据信息处理技术、网络与 Internet 技术以及一些常用工具软件基本使用方法熟练掌握办公自动化软件 WORD 、 EXCEL 和 POWERPOINT 、 ACCESS 等常用部分的使用，具有实现办公自动化的能力，掌握互联网一般应用，掌握计算机病毒的预防和清除方法。

2. 京东客服实训（180 学时 10 学分）

以工学交替岗位—京东物流客户服务专员，企业实际的电子商务项目为主线构建完善的实训项目体系。通过在实训期的电商知识学习并结合企业项目实训，努力培养参训学员独立分析问题和解决问题的能力，使学员亲身体验电子商务项目运营流程，熟练掌握电子商务相关的必备知识与技能技巧，适应团队合作的电商模式，提高沟通交流的能力，为后续专业学习及毕业后能够进入企业从事电子商务及相关工作做好技术知识和综合能力的储备。按照项目管理的要求，以项目实战的形式，训练学员掌握电子商务运营流程；通过项目实战，训练学员熟练使用常用软件和对所学知识点的掌握理解；根据项目整体流程，让学员切实体会了解企业项目的运营过程；通过企业的实际设计项目强化学员的需求分析、设计、投放、运营等能力，使学员在实战过程中提设计能力、对知识点的熟练度、常见错误的调试技巧、解决处理问题的能力；按照企业管理的要求，让学员熟悉团队成员在设计项目中的角色分工及沟通协作，体会企业中的团队合作规范，培养团队开发和协同工作的能力。

新媒体营销方向：

1. 消费者心理学（72 学时 4 学分）

《消费者心理学》是一门应用性较强的课程，理论与实际相结合非常紧密。对于每个从事营销或销售的人，掌握消费心理学知识和经验是这个职业的要求。

通过该课程理论知识的学习，要求学生系统地掌握消费者在生活消费过程中消费者个性的形成及其心理特征，消费者行为的心理过程及其变化发展规律。从

而掌握消费者的心理活动规律消费者心理与市场营销的关系。通过对市场营销专业学生进行消费心理研究的实际训练,使学生对掌握消费心理研究方法的一种检验,以发现知识、技能掌握上的盲点。此环节要求学生应掌握消费心理学的研究方法,验证消费心理学的基本理论,通过实践环节加深对本课程的认识。从而有利于满足消费者的需要,有利于企业提高市场竞争力,保证本专业学生能胜任今后的专业工作,为学生提高自身综合素质适应市场经济奠定一个良好的基础。

2. 电商直播实务 (72 学时 4 学分)

直播是一个可以被各个领域运用的即时性的信息传播工具,人们应当全面认识它,然后正确地运用它。同时直播作为一种新媒体手段,引领绝大部分的网络流量。营销手段日新月异,营销内容竞争极为激烈,直播的出现,给电商们带来了缓解压力和突破销量瓶颈的契机。利用直播做营销,势在必行。本书包含六个学习任务,分别为直播与直播营销、直播营销平台、直播网红与直播主播、直播营销的策划与推广、直播营销的变现模式、直播营销的误区及规避策略。

(四) 选修课程

1. 跨境电商 (36 学时 2 学分)

课程主要讲授跨境电子商务出口平台的操作、运营与管理技术以及跨境电子商务业务相关知识,使学生具备从事跨境电子商务平台(店铺)的运营与管理、跨境电子商务策划、跨境网络营销、跨境物流与国际支付、跨境零售客服等岗位的基本能力。通过本课程的学习,学生能够根据国际市场需求,独立寻求货源、建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺,学会如何帮助企业开展跨境电子商务出口业务或者基于跨境电商平台自主创业。

2. 网上创业 (36 学时 2 学分)

通过创建小业主项目的实施,学习规划经营范围及市场定位;启动资金、成本、利润预测与分析;营业场所选择;企业名称和标志设计;学习企业注册常识,为创业奠定基础。

(五) 社会综合实践活动或专业拓展课程

强化实践环节。加强实践性教学,积极推行认知实习、跟岗实习、顶岗实习等多种实习方式,强化以育人为目标的实习实训考核评价。学生顶岗实习时间一般为6个月,根据电子商务专业实际,集中或分阶段安排。推动并强化学生实习实训。统筹推进文化育人、实践育人、活动育人,广泛开展各类社会实践活动。

1. 军训：锻炼学生意志，培养学生的自学性、纪律性，为以后学习和就业提供思想保障。
2. 入学教育：让学生对学校的规章制度和学校特色以及地方特色有整体了解，以便增强对学校的热爱。
3. 社会实践：参与一定的社会实践活动，了解社会动态，增强社会服务意识等。
4. 毕业教育：通过毕业前职业素养的培训，让学生了解职业规范、塑造合格的职业形象、培养积极的职业心态、形成良好的职业道德。
5. 顶岗实习：通过到企业顶岗实践，全面提升学生的职业技能和素养。

二、教学进程总体安排

1. 教学时间安排

容 周数 学年	内	复习 考试	机动	假期	全年 周数
	教学（含各种实训）				
一	36	4	1	11	52
二	36	4	1	11	52
三	38（其中，毕业顶岗实习 20 周）	2	1	11	52

2. 教学计划安排表

课程类别	序号	课程名称	总学时	学分	按学年、学期教学进程安排						
					第一学 年		第二学年		第三学年		
					1	2	3	4	5	6	
					18	18	18	18	18	20	
公共基 础课程	必修 课程	1	思想政治	144	8	2	2	2	2		
		2	语文	324	18	4	4	3	3	4	
		3	数学	270	15	3	3	3	3	3	
		4	英语	234	13	3	3	2	2	3	
		5	体育与健康	180	10	2	2	2	2	2	
		6	信息技术	108	6	2	2			2	

		7	美术	36	2	1			1		
		8	音乐	36	2	1			1		
		9	历史	72	4		2	2			
		小计（占总课时比例%）		1440	80	41.86%					
选修课程		1	心理健康	72	4	0	0	2	2	0	0
		2	创客	72	4	0	0	2	2	0	0
		小计（占总课时比例%）		144	8	4.19%					
专业基础课程	专业基础课程	毕业顶岗实习		560	29	0	0	0	0	0	0
		1	电子商务基础	72	4	4					
		2	电子商务物流	72	4	4					
		3	网店装修基础 PS	144	8	4	4				
		4	商品知识	72	4		4				
		5	移动商务基础	72	4		4				
		6	网络营销实务	144	8			4	4		
		小计（占总课时比例%）		576	32	21.05%					
	专业方向课程	网店运营	网店美工	144	8			4	4		
			网店运营	144	8			4	4		
			网店推广	72	4					4	
		客户服务	电子商务客户服务与管理	72	4				4		
			京东客服实训	180	10						10
		新媒体营销	直播营销	72	4			4			
			消费心理学	72	4						4
		小计（占总课时比例%）		756	42	27.63%					
	选修课		跨境电商	36	2						2
网上创业			36	2						2	
		小计（占总课时比例%）		72	4	2.09%					
周学时合计						30	30	30	30	30	30
总学时及学分合计				3548	195						

三、教学实施建议

（一）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用

教材选用符合教学大纲或课程标准、均为正式出版的高职高专电子商务专业教材，优先选用体现工学结合、特色鲜明的最新版中职规划教材。教材的内容和语言具时代感，配套丰富的多媒体和网络教学辅助资源，包括电子课件、网络课程等。

2. 图书配备

学校图书馆拥有满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要的图书文献和电子图书数据库等资源，方便师生查询、借阅。电子商务专业类图书文献主要包括：跟单信用证统一惯例、国际贸易术语解释通则、电子商务案例分析等。

3. 数字资源配备

学校在电子商务行业协会的指导下，依托电子商务研究中心，与阿里巴巴等知名电商服务企业签约合作，共同建设种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学的共享型电子商务专业数字化教学资源库，包括与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等数字资源。

（二）教学方法

以企业导师+校内导师为依托，根据学生特点，因材施教，激发学生学习兴趣，推广现代学徒制试点经验，普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式，实现“做中学、学中做”。

（三）学习评价

以过程评价和结果评价相结合的方式，各学习项目分别独立评价，最终给

出综合成绩。评价过程既有侧重认知水平的理论评价，又有侧重实践操作技能的操作评价，既要反应学生完成工作任务的规范操作情况，更要注重职业能力和素质的培养。结果评价主要依据任务完成的质量和效率，依据打分表进行客观打分评价。

（四）质量管理

1. 学校和学院建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 学校、学院及专业不断完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 教研室充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

（五）毕业要求

1. 修完本专业教学计划中所有课程的学习，成绩全部合格。
2. 参加半年以上的顶岗实习并成绩合格。
3. 取得相应职业资格证书。

师资配备情况



近年来，电子商务专业不断充实师资力量，优化师资队伍，教学团队现有 23 人，专业专任教师 16 人，其中 10 人取得高级以上职业资格，硕士研究生 7 人，双师型教师比例达到 83.3%，其中 9 人取得技师技能证书，副高级职称教师 5 人。山东省教学能手、济南市“五一”劳动奖章获得者、济南市青年技能名师、济南市教育科学研究院教育专家库人选、济南市槐荫区优秀教师、济南市槐荫区教学能手云集。专业建设过程中注重挖掘企业高技能人才进校园，4 名企业讲师在校任课，教师和学生积极参与行业、企业技术开发和社会服务，社会效益和经济效益较好。从而打造了一支作风优良、技术精湛、团结合作、结构合理的优秀教学团队。

实训室设备配备情况



经贸管理系教学环境及实训场地

京东电子商务专业实训室（ A406 A407 A408 ）

本系 3 个京东实训室可同时容纳 135 人进行实训操作，电子商务专业实训基地为校企合作共建实训基地，携手京东电商集团，与北京智慧华育科技有限公司共建，整体风格从实训室设备配备到实训室文化建设均借鉴京东电商职场环境，设有三个可供 45 人同时上课的专业实训室。主要课程有图片拍摄与处理、网店美工，电子商务实务、网络营销、网店运营与推广等。

京东电商实训中心（B102）

京东电商实训中心内设 20 多台高配一体机，主要用来学生技能大赛训练、孵化学生项目如虚拟电商、直播营销等，更好的实现理实一体化学习。

计算机公共实训室（B203 ）

计算机公共实训室，承担经贸管理系信息技术课程的教学任务，还可满足计算机应用专业、电子商务专业、城市轨道交通等专业信息技术类课程的教学需求；计算机公共实训室有专职的管理教师为学生提供安静舒适的学习环境，有专业的指导老师为学生指导，采取全天候开放模式；计算机公共实训室还可作为校内外考试、培训等活动提供服务。

京东校园实训中心（B105）

校企共建实训中心，立足教学，满足学生电子商务客户服务实训课的需求，引企入校，本机房引入京东客服网络专线、京东集团物流客服项目以及三名京东实战老师帮助学校建立以客户满意为目标的京东客服人才培养模式。在实训中心学接受企业专业的培训考核，真实接触客户案例，提升专业技能和职业素养，达到上岗标准。课堂如职场，上课即上岗。以此实现人才培养方案的动态调整，促成学校、学生、京东三方动态平衡。