

《电子商务》专业现代学徒制（京东班） 人才培养方案

【专业代码】530701

【专业名称】电子商务

【入学要求】高中阶段教育毕业生或具有同等学力者，文理兼招。

【学制学历】基本学习年限为3年，弹性学制范围3-6年。学历为大学专科。

一、职业面向

序号	专业大类 (代码)	专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业 类别(代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格 (技能等级)证书	社会认可度高的 行业企业标准 和证书举例
1	财经商贸 大类(53)	电子商务 类(5307)	互联网和 相关服务 (6305)	销售人员(52)	1. 营销推广 2. 运营管理 3. 美工设计 4. 客户服务	1. 电子商务师(三 级) 2. 网店运营推广职 业技能等级证书 3. 电子商务数据分 析职业技能等级证 书	1. 网店运营推 广职业技能等 级证书 2. 直播电商等 级证书
2			批发业 (6305)	商务咨询服务 人员(52)			
3			零售业 (6305)				

二、培养目标

与京东乾石科技有限公司合作培养思想政治坚定、德技并修、全面发展、适应现代电商行业发展，基于京东乾石科技有限公司主要电子商务业务，掌握电商理论知识和电商实用技术，能够快速适应公司在网络编辑、美工、运营、客服等工作环节的要求，胜任网店运营管理、文案编辑、营销策划、客户服务等工作岗位，具备综合的职业能力、竞争意识、创新精神和实践能力的京东乾石科技有限公司的电子商务操作岗位高素质劳动者和技术技能人才。

三、培养规格

(一) 素质

1. 思想政治素质

- (1) 具有正确的世界观、人生观、价值观；
- (2) 坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；
- (3) 崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；
- (4) 具有社会责任感 and 参与意识。

2. 职业素质

- (1) 具有良好的职业道德和职业素养;
- (2) 崇德向善、诚实守信、爱岗敬业,具有精益求精的工匠精神;
- (3) 尊重劳动、热爱劳动,具有较强的实践能力;
- (4) 具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神;
- (5) 具有较强的集体意识和团队合作精神,能够进行有效的人际沟通和协作,与社会、自然和谐共处;
- (6) 具有职业生涯规划意识。

3. 身心人文素质

- (1) 具有良好的身心素质和人文素养;
- (2) 具有健康的体魄和心理、健全的人格,能够掌握基本运动知识和一两项运动技能;
- (3) 具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力,具有一定的审美和人文素养,能够形成一两项艺术特长或爱好;
- (4) 掌握一定的学习方法,具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

(二) 知识

1. 公共基础知识

- (1) 掌握思想政治、大学语文、高等数学、公共外语、大学生心理与健康相关知识;
- (2) 掌握计算机应用、网络技术的基本理论。

2. 专业知识

- (1) 掌握电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式相关知识;
- (2) 掌握资料查询的基本方法、常用的调研方法及调研报告的撰写方法;
- (3) 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法;
- (4) 掌握商品拍摄的方法、图形图像处理的技巧和网络软文的写作方法;
- (5) 掌握网店运营的规范与流程;
- (6) 掌握客户服务与管理相关知识;
- (7) 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写方法;
- (8) 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式方法;
- (9) 掌握跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法;
- (10) 掌握创新创业相关知识。

(三) 能力

1. 通用能力

- （1）口语和书面表达能力；
- （2）解决实际问题的能力；
- （3）终身学习能力；
- （4）信息技术应用能力；
- （5）独立思考、逻辑推理、信息加工能力等。

2. 专业技术技能

- （1）网络营销与策划能力；
- （2）网上谈判与签约能力；
- （3）物流配送能力；
- （4）网上支付结算能力；
- （5）客户服务能力；
- （6）网店设计与运营能力。

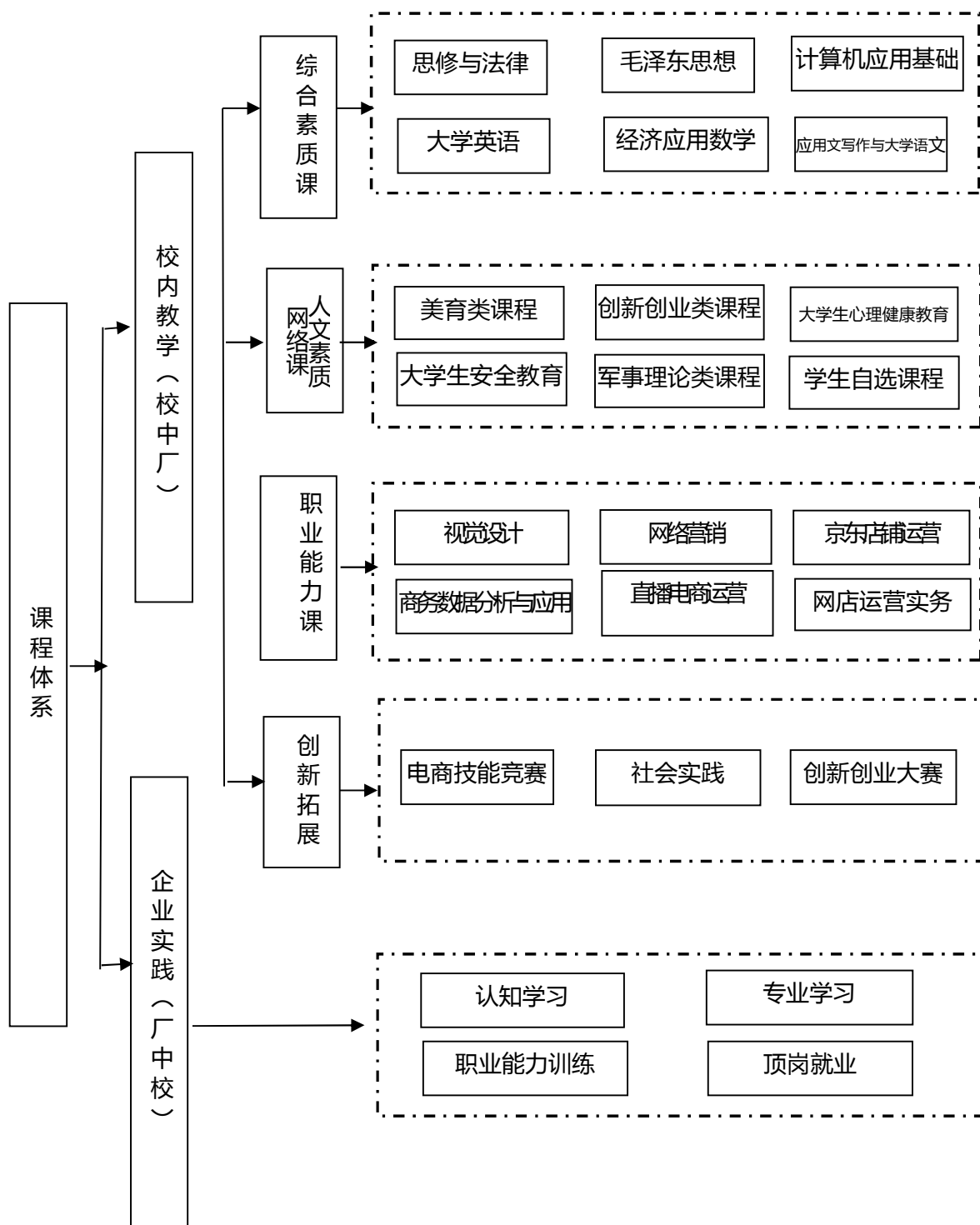
四、人才培养模式

《电子商务》专业现代学徒制班（京东电商班）是我校与京东集团京东乾石科技有限公司合作的现代学徒制试点项目，以教育部《关于开展现代学徒制试点工作的意见》为指导，以服务吉林省地方经济发展需要为准则，采取学校招生录取和企业用工一体化的招生招工制度，构建企业、学校“二元合一”的学生管理体系，实施“学生→学徒→准员工→员工”四位一体的人才培养模式，采用校企交替多段式培养模式。学生入学后一、二学期在学校完成公共基础、专业素养学习，第三、四学期采取校内课堂学习、基地模拟实训、企业岗位操作学习方式，校企交替穿插式培养、以学校、实训基地为主完成专业知识和技能学习，学生分时段在企业进行轮岗学习；第五学期学生到企业进行学徒顶岗学习，第六学期以准员工身份任职企业从事相应岗位工作，经校企考核合格、获得毕业证书后与京东乾石科技有限公司签订劳动合同。企业和学校共同选拔聘任师傅和校内指导教师，构建专兼结合、结构合理的现代学徒制“双师”专业教学团队。校企联合制定人才培养方案，根据京东乾石科技有限公司电子商务岗位能力要求，充分考虑学生可持续发展，结合国家电子商务职业标准，系统设计课程体系，构建以任务过程为载体，实行阶梯递增式的专业人才培养模式。即：以学习性工作任务为载体，安排项目课程；以模拟工作任务为载体，设计模拟实训；以实际工作任务为载体，组织生产性实训；以岗位工作任务为载体，完成顶岗实训。构建校内专业教师和企业师傅共同培养学生的双元育人模式，师傅承担学生岗位技术技能训练任务，教师承担学生系统知识学习的任务。企业参与职业教育人才培养全过程，通过校企合作实现教学过程与生产过程对接，培养符合企业要求，满足企业需要的技术技能性人才。

五、课程体系与课程简介

（一）现代学徒制课程体系的整体架构与说明

学校与企业共同制定人才培养方案，确定相应的教学内容和合作形式，改革教学质量评价标准和学生考核办法，将学生工作业绩和师傅评价纳入学生学业评价标准。在人才培养目标的指导下，由职教专家、企业与学校、教师与师傅的共同参与下，按照“企业用人需求与岗位资格标准”来设置课程，建成“通用课程+专业课程+教学项目”为主要特征的适合学徒制的专业课程体系。其中专业课程可以根据企业需求适当增减，教学项目是完全按照企业需求，在课程专家、企业技术骨干和学校专业教师的共同努力下开发适合企业的项目课程，并由企业师傅和专业教师共同来承担教学任务，尤其是专业实训环节。



（二）公共基础课程简介（见学校综合素质课程简介）

（三）职业能力课程简介

1. 市场营销基础

《市场营销基础》课程是电子商务专业的职业能力通用课程。设课目的是通过本课程的学习，使学生牢固树立以顾客为中心，满足消费者需求的营销理念，熟悉营销活动的基本过程，掌握营销各环节的基本操作方法，制定营销计划。

教学内容主要有：营销的核心概念、营销环境分析、消费者购买行为分析、市场调查与预测、营销战略、营销组合策略等内容。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 42 学时，在第一学期安排。

2. 电子商务基础

《电子商务基础》课程是电子商务专业的职业能力通用课程，是数字营销专业群的职业能力通用课程。设课目的是通过本课程的学习，使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，掌握电子商务基本业务处理流程和操作技能，具有良好的电子商务行为规范。

教学内容主要有：电子商务的网络技术基础、网络营销、在线零售、电子商务结算系统、电子商务环境下的物流和供应链管理、电子商务系统的安全、电子商务与企业信息化、电子商务发展环境分析及其他应用等。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 42 学时，在第一学期安排。

3. 商务礼仪

《商务礼仪》课程是电子商务专业的职业能力通用课程。设课目的是通过本课程的学习，帮助学生掌握常见商务活动的组织策划技巧、熟悉各类商务活动的礼仪规范和着装要求，使学生能够胜任未来就业岗位的要求。

教学内容主要有：商务礼仪基本知识、商务会议礼仪、客户接待与拜访礼仪、商务宴请礼仪、职业形象礼仪等知识。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、分组讨论法等多种教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 28 学时，在第一学期安排。

4. 管理学基础

《管理学基础》课程是电子商务专业的职业能力通用课程。设课目的是通过本门课程的学习，学生基本能够熟悉管理的基本理论和方法，具备一定的管理意识和创新意识，初步具有分析和解决经营管理中实际问题的能力，为将来从事基层管理工作打下良好的基础。

教学内容主要有：该课程以管理的四大职能为主线，从认识管理的概念和管理学发展的历史开始，依据管理工作的逻辑顺序完成计划、组织、领导和控制四项工作。

本课程采用项目导向教学法，任务驱动教学法，案例分析教学法，角色扮演教学法等模式，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 42 学时，在第一学期安排。

5. 经济学基础

《经济学基础》课程是电子商务专业的职业能力通用课程。设课目的是通过讲授经济学的基本理论和基本方法，为进一步学习职业能力课程和职业拓展课程及将来从事市场营销工作奠定基础。

教学内容主要有：通过讲授经济学基本理论和规律，使学生掌握经济学的基本概念，理解常用的经济规律，建立经济学的基本思维框架，学会运用经济理论及规律对实际问题进行分析，为进一步学习专业课程奠定基础。

本课程采用混合式教学、案例教学、讨论式教学等教学模式，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第二学期安排。

6. 统计与大数据技术应用

《统计与大数据技术应用》课程是电子商务专业的职业能力通用课程。设课目的是通过本课程的学习，提高学生搜集和整理数据的能力；提高应用统计理论建模、分析、预测等解决实际问题和综合管理的能力。建立统计理论知识框架和统计方法，形成数据分析逻辑思维，学会数据处理方法，同时为其他专业课程的学习打下良好的基础。

教学内容主要有统计学知识的基本原理，统计数据的搜集与整理，形成数据分析逻辑思维，注重统计分析、应用和预测。

本课程采用理论讲授，案例分析，课堂讨论，上机实践操作授课模式，在实训室授课。

本课程建议学时为 32 课时，在第二学期安排。

7. 直播电商运营（专业核心课程）

《直播电商运营》是电子商务专业的专业核心课程，设课目的是通过本门课程的学习，使学生能够掌握常见电商直播的全流程，从主播选拔，团队搭建，到直播工具了解，方案设计规划，到直播实操，粉丝客户运营，数据分析等环节，全方位了解直播电商，并结合直播演练，实战中带动能力的提升，通过学习本门课程，能够对直播电商有全方位的认识和实操能力。

教学内容主要有：直播市场分析与直播卖货玩法、直播账号运营、某东直播基础操作解析、主播选拔管理及自我修养、直播方案设计及规划等。

本课程采用案例教学、项目驱动、讨论式教学等教学模式，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

8. 网店运营实务（专业核心课程）

《网店运营实务》是电子商务专业的专业核心课程，设课目的是通过本门课程的学习，使学生掌握网店运营等基本理论，具备网店初始化、网店推广等的实际运用和操作能力。

教学内容主要有：网络市场调研、商家规划，店铺申请与初始化，网店推广，网店促销活动，网店客服与物流，网店效果分析，微店运营，外贸网店运营等。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用项目教学法，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。同时，充分利用中教畅想软件，将理论教学与实践教学相结合，在国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

9. 商务数据分析与应用（专业核心课程）

《商务数据分析与应用》是电子商务专业的专业核心课程。设课目的是通过本课程学习，学生可以学会利用数据分析工具和分析方法，掌握商务数据分析能力，能够通过数据分析，挖掘数据内在的商业价值，从而进行数据营销。

教学内容主要有：店铺运营数据分析、流量数据分析、转化数据分析、客单价数据分析、客户数据分析、商品数据分析、市场行情数据分析、竞争对手数据分析等。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室和实验室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

10. 电子商务物流管理（专业核心课）

《电子商务物流管理》是电子商务专业的专业核心课程。设课目的是通过本课程的学习，使学生了解现代物流的基本概念和发展状况，掌握现代物流的管理方法。并为将来参与企业物流运作和管理做准备。

教学内容主要有：电子商务与物流管理、电子商务仓储管理、电子商务运输与配送管理、电子商务物流信息管理、电子商务与第三方物流管理、电子商务物流成本管理以及电子商务国际物流管理。

本课程采用混合式教学、案例教学、讨论式教学等教学模式，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第五学期安排。

11. 客户服务与管理

《客户服务与管理》是电子商务专业的专业核心课程。设课目的是通过本门课程的学习，能够培养学生良好的网络客户服务和管理意识、握扎实的网络客户服务技能，能够进行客户信息管理、满意度管理、忠诚度管理等综合技能业务，能够满足网络客服专员等岗位的要求。

教学内容主要有：客户关系开发，客户关系价值分析，客户满意与忠诚管理，客户互动与保持，客户投诉与流失管理，客户数据与信息管理等。

本课程采用小组项目教学法，工作过程导向教学法、翻转课堂教学法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 32 学时，在第四学期安排。

12. 视觉设计（专业核心课）

《视觉设计》课程是电子商务专业的专业核心课程。设课目的是使学生掌握商品拍摄的基本理论与技巧，对不同商品设计拍摄计划，并能熟练地完成商品拍摄，能够灵活操作图像处理技术的各种工具与命令，使用高级技巧对图像进行综合平面设计，进一步培养学生审美与自由设计的能力，想象与创新的能力，同时为后继《网店运营》等课程的学习打下坚实的基础。

教学内容主要有：商品信息采集的概述、色彩与构图、单反相机的使用、不同商品的拍摄、PHOTOSHOP 图层、抠图、色彩处理、文字处理等操作。

本课程采用案例教学、项目驱动等多位一体的教学方法，程采用实训教学模式，在实验室授课。

本课程建议学时为 64 学时，在第二学期安排。

13. 京东店铺运营（专业核心课）

《京东店铺运营》课程是电子商务专业的专业核心课程，是“网店运营推广 1+X 证书（中级）”课证融通课，设课目的是通过本门课程的学习，使学生掌握网店运营等基本理论，具备网店初始化、网店推广等的实际运用和操作能力。

教学内容主要有：网络市场调研、商家规划，店铺申请与初始化，网店推广，网店促销活动，网店客服与物流，网店效果分析，微店运营，外贸网店运营等。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用项目教学法，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。同时，充分利用中教畅想软件，将理论教学与实践教学相结合，在国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

14. 网络营销（专业核心课）

《网络营销》课程是电子商务专业的专业核心课程，是“网店运营推广 1+X 证书（中级）”课证融通课，专升本考试科目。设课目的是通过本门课程的学习，使学生能够掌握在网络虚

拟市场开展营销活动的特点、方法、工具和手段，熟悉网络营销操作思路和相应的运作技巧。

教学内容主要有：SEO、SEM、网络调研、Email 营销、网络广告、新媒体营销、网站推广、网络营销策划等。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。同时，充分利用网络营销软件，将理论教学与实践教学相结合。在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第二学期安排。

15. 移动商务（专业核心课）

《移动商务》课程是电子商务专业的专业核心课程，设课目的是通过本门课程的学习，培养学生成为移动电子商务营销型人才，适应当今电子商务专业人才培养新目标，可提高电子商务专业学生的综合能力，为将来从事工作打下良好基础。

教学内容主要有：移动电子商务营销，微博营销，微信营销，无线淘宝营销等主流营销方式方法。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。同时，充分利用移动商务软件，将理论教学与实践教学相结合，在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第四学期安排。

（四）现代学徒制实践教学体系设计与说明

本专业根据电子商务职业岗位和职业能力的要求，本着适用性、针对性、实践性、开放性原则，按认知与体验、岗位实训与技能竞赛、综合模拟实训与生产顶岗学习的层次，构建一体化的实践教学体系。体现“多方向、分岗位、重操作”的实践教学特点，由合作企业兼职教师担任实践技能环节的教学与指导工作，将学生岗位训练与综合训练、实践模拟和技能比赛、专业模拟和专业实战有机结合，实现电子商务业务能力稳步提升，提高学生的职业技术能力、职业核心能力和职业综合能力，提升分析问题、解决问题的能力，形成专业核心能力和持续发展能力并举的局面。

第一学期安排参观京东集团及业务认知、感受电子商务活动，使学生初步了解企业运作流程与岗位设置；第二～四学期结合主要电子商务职业岗位，安排校内模拟实训实践与企业实训实践，进行企业专业项目训练，培养学生企业岗位专业技能应用能力；第三～四学期按职业发展方向安排综合模拟实训，电子商务专业体验、电子商务技能大赛等活动，提升学生知识综合运用能力和创新能力；第五学期安排企业综合实践和顶岗学习，了解企业发展历程、企业文化，培养学生职业素养和职业拓展能力。同时，在第三～五学期，为培养学生技术应用和核心能力，安排生产性轮岗实训。

（五）企业岗位学习项目简介

1. 认知实习项目——感知京东集团企业文化项目

由京东企业导师讲解企业的概况，以及工作岗位有哪些，各岗位的工作职责是什么，工作的流程等等。明确对电商专业人才的职业需要和定位，使学生明确以后的专业课程所对应的岗位职责与需求所在，学习目标更加明确。该学习项目课时为 30 学时，安排在第一学期。

2. 专业实习项目（1）——店铺运营岗位实训。京东企业运营实训是电子商务专业必修的职业核心课程。因此通过该专业岗位标准使学生学会京东店铺运营的操作，有效的实现课堂理论教学内容向业务操作能力的转化。本岗位项目注重运营的岗位实训，达到学与做的有机结合。通过企业师傅和学校专业教师共同带领学生在真实的运营环境中、得到真实的运营业务能力的训练，在校内实验室进行，由校内教师和企业师傅共同指导，学时为 30 学时，安排在第二学期。

3. 专业实习项目（2）——店铺客服岗实训。通过该项目力图做到：1. 能够培养学生良好的网络客户服务和管理意识、握扎实的网络客户服务技能。2. 能够进行客户信息管理、满意度管理、忠诚度管理等综合技能业务。3. 能够满足网络客服专员等岗位的要求。主要内容有：客户关系开发，客户关系价值分析，客户满意与忠诚管理，客户互动与保持，客户投诉与流失管理，客户数据与信息管理等。课时为 30 课时，安排在第三学期。

4. 专业实习项目（3）——店铺推广及活动专员岗位实训。通过该项目力图做到：1. 了解电子商务店铺推广的各个环节，熟悉并掌握整个作业过程。2. 掌握在网络虚拟市场开展营销活动的特点、方法、工具和手段，熟悉网络营销操作思路和相应的运作技巧 3. 掌握 SEO、SEM、网络调研、Email 营销、网络广告、新媒体营销、网站推广、网络营销策划等。在校内实验室进行，由企业师傅与学校专业教师联合教学，通过讲授与演示的教学方法进行授课。课时为 30 课时，安排在第四学期。

5. 职业训练项目——电子商务综合业务训练。通过电子商务综合业务训练，使学生全面了解京东集团的企业文化及机构设置、岗位职能、培养学生诚信、敬业的职业素养，团队合作精神，遵纪守法、严谨的职业习惯，踏实勤奋的职业态度，使学生能够有正确的价值观、更高的职业素养、职业敬业精神且充满热情，更快的成长，加入京东大家庭，同时能够将理论知识运用于实践中，成为一名真正的京东人。

6. 顶岗就业——学生经过前四个学期的知识学习，将理论知识、专业技能、综合素质培养以及能力培养结合起来，使学生具备成为合格职业人所需的技能要求及素质要求，岗前特训辅导内容以实际企业岗位用人需求与规则分析，其针对性强、目标明确、一对一教练式指导的特点，是有效辅助学生短期内快速上岗的主要原因。学生推荐期的一对一跟进指导，帮助学生建立正确求职心态，明确就业方向，树立了学生的求职信心，能够更准确的做好个人

职业发展规划。入职后就业老师定期回访跟进学生，了解其实习状况，结合学生工作中遇到的问题进行分析与指导，使学生能够顺利渡过实习期从而转正留用。可以说通过岗前特训就业指导，学生可到各行业企业类型去岗位就业。

六、教学安排

（一）教学周数分配表

环节 周数 学期	军训 教育	入学 教育	课堂 教学	认知 实习	专业 实习	综合 实习	顶岗 实习	毕业论 文(或实 习报告)	考试	机动	合计
一	2	1	14	1					2	0	20
二			16		1				2	1	20
三			16		1				2	1	20
四			16		1				2	1	20
五			12			6			2	0	20
六			0				13	4	2	1	20
合计	2	1	74	1	3	6	13	4	12	4	120

（二）教学进度计划表（见子表 1、2、3、4、5、6）

（三）各课程模块学时学分分配表

类别	项目	课程性质	理论学时	百分比(%)	实践学时	百分比(%)	总学时	学分	百分比(%)
（校内教学） 校中厂	综合素质课程	必修	496	63%	284	37%	780	49	40%
	人文素质网络课程	线上选修	56	50%	56	50%	112	7	6%
	职业能力通用课程	理实一体	176	61%	118	39%	294	20	15%
	职业能力核心课程	理实一体	114	28%	292	72%	416	26	23%
	职业能力拓展课程	理实一体	52	33%	108	67%	160	10	7%
	创新拓展	课外实践	—	—	—	—			
	小计		894	51%	858	49%	1762	112	90%
（企业教学） 厂中校	认知实践	校企合作	0	0	30	100%	30	1	1%
	专业实践	校企合作	0	0	90	100%	90	3	2%
	职业能力训练	校企合作	—	—	—	—	510	4	3%
	顶岗就业	校企合作	—	—	—	—	510	4	3%
	小计		0	0	120	—	1140	12	10%
总计			886	31%	996	69%	2902	124	100%
实践学时占总学时比例			69%						

（四）创新创业与素质拓展计划表

项目	考核内容	考核标准	学分	负责单位	备注
学生竞赛	获得各级各类技能竞赛奖	全国性质	4	教务处	院部负责报送
		省域性质	3	教务处	
		市域性质	2	教务处	
		校域性质	1	教务处	
文体活动	文艺演出	院部 1 分、校级 2 分、省市级 3 分	1-3	团委	学工负责报送
	体育竞赛	院部 1 分、校级 2 分、省市级 3 分	1-3	团委	体育部负责报送
	社会实践活动	实践报告	1	团委	学工负责报送
	专业协会	协会成员且参加活动	1	团委	
	集体活动	参加活动不少于 3 次（校级）	1	团委	
	美育活动（书画等）		1	团委	
	其他有关活动		1	团委	
技能训练	专业技能（等级）证书	高级 3 分、中级 2 分、其他 1 分	1	各院部	以证代考同类相关一门课程
	英语等级证书	高校能力 B 级及以上	1	教务处	
	计算机等级证书	国家一级、二级及以上	1	教务处	
创新创业	获得各级各类创业大赛奖	国家级/国家行业级	4	教务处	创业教育学院负责报送
		省部级/省部行业级一、二、三等奖	3		
		校级创业大赛一、二、三等奖	2		
	创业实践模拟	提交商业计划书 1 份（附：市场调查报告 3000 字以上）	1		

注：毕业生合格标准规定创新创业与素质拓展模块学分应达到 4 学分及以上，要求每个模块中至少获得 1 学分。要求至少在两个项目获得学分。

七、毕业标准

要求学生操行合格，且必须同时达到以下条件，方可获取相关专业毕业证书。

1. 取得的总学分达到 128 学分及以上，其中，综合素质课程模块学分为 49 学分；人文素质网络课程模块达到 7 学分及以上；职业能力课程模块为 60 学分左右；企业实践模块学分不得少于 12 学分；创新创业与素质模块学分应达到 4 学分及以上。

2. 建议学生毕业前获得一种职业资格证书或职业技能等级证书，推荐学生选择 1+X 网店运营推广职业技能等级证书（中级）、1+X 直播电商职业技能等级证书。

八、实施保障

（一）师资队伍

本专业拥有一支年轻化、高素质、“双师型”的教师队伍。现有专任教师 30 名，平均年龄 38 岁，其中具有高级职称教师 16 人，占 53%；博士、在读博士 6 人，博士后 1 人，占 23%；具有会计师、注册税务师、法律从业资格、经济师、营销师等职业资格证书的“双师型”教师 25 人，占 83%。专业教学团队学历结构合理、年龄结构合理、职称结构合理。

企业兼职教师是均来自京东乾石科技有限公司企业导师，企业兼职教师担任着专题讲座和管理技能、作业技能以及顶岗学习的教学，并与校内专任教师相互配合共同完成工学结合课程的教学活动。

（二）教学设施

电子商务专业现有 2 个软硬件设施先进，省内领先的校内综合实验室；近三年累计获批中央专项资金 900 余万元，完成了“市场营销综合实验室”、“电子商务实验室”、“创新创业综合实训基地”等项目，购买了因纳特连锁加盟创业训练、商务谈判训练、市场调查教学模拟、市场调查与客户管理、市场营销课程训练、市场营销模拟平台、市场营销沙盘演练、营销竞争策略物流沙盘、用友 ERP 沙盘、奥派电子商务立体化实训平台等 18 套实训教学软件，实训条件优越；先后与沃尔玛公司、西门子家用电器公司、上海德邦物流股份有限公司、吉林邮政速递物流有限公司、东北亚医药物流集团、广东优速物流公司建立了稳定的校企合作关系，形成了集工学交替、订单培养、双证书教育三位一体，产学结合的人才培养模式。

京东乾石科技有限公司美工部门、运营部门、客服部门能提供学生学习岗位，满足专业学生进行轮岗学习、顶岗学习教学活动的有效开展，提供行业兼职指导教师指导学生，能够通过观察、体验、操作等方式完成实训。

（三）教学资源

学校已建成多媒体教室 20 余个，为本专业的网络教学提供了强大的硬件支持。同时学校加强图书馆系统的软、硬件设施建设，建立完善了电子阅览室、教师阅览室和学生阅览室，具有便捷的电子检索设施，校园网络信息畅通。

电子商务专业所有核心专业课程已建立了教学网站，制作了丰富且优质的网络教学资源，架构合理，硬件环境能够支撑网络课程的正常运行，并能有效共享。

除此之外，本专业课程的电子教案、课程标准等相关教学文件准备齐全。

同时，企业提供足够先进的设备和实际训练所需的原材料，以供学徒实践学习所用，并且由企业资深的人力资源培训人员为学生提供与企业技能相关的理论课程和案例分享，企业还能够提供足够的在职岗位让学生实训实践。

（四）教学方法

按照企业和现代电商业用人标准，灵活设置学制，科学开设课程，共同开发教材，将实际工作岗位环境转换为教学环境，将岗位工作内容、工作流程、工作技能、工作规范等转换为教学内容，在仿真环境下，开展理实一体的课程教学。灵活运用多媒体教学资源，配合大量音像视频资料，增强学生的感性认识；同时开展多种形式的教学途径，如讨论式教学、情景教学、案例教学、项目教学等多种教学方法，坚持学中做，做中学，鼓励学生独立思考，激发学生的学习兴趣 and 自主学习的潜能，以培养学生的专业核心能力。构建校内专业教师和企业师傅共同培养学生的双元育人模式，师傅承担学生岗位技术技能训练任务，教师承担学生系统知识学习的任务。企业参与职业教育人才培养全过程，通过校企合作实现教学过程与生产过程对接，培养符合企业要求，满足企业的需要的技术技能型人才。

（五）教学评价

学院与企业共同制订教学质量监控机制，学生在学徒制期间，企业全程跟踪，和教师积极配合密切关注学生的学习和生活。课程的考核侧重于学生专业能力、社会能力和方法能力培养与训练，以学生专业知识、职业能力和职业素质提高为考评标准。学生在校学习期间要接受学校和企业的双重管理。校内理论课程采用平时成绩+笔试成绩+模拟实训成绩的形式。在企业进行的课程，围绕行业、企业用人标准，针对不同类型的课程建立不同的评价标准，按照“文化过关，理论够用，技能为重”的原则评价学生，理论考试由学校教师负责，技能考试以企业师傅考核为主，学什么考什么，将学生自我评价、教师评价、师傅评价、企业评价、社会、行业评价相结合，多方共同参与的学生评价模式，引导学生全面发展。

（六）质量管理

1. 学校、学院和企业建立专业建设和教学过程质量监控机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、学习实训以及专业调研、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，达成人才培养目标和培养规格。

2. 学校和学院加强日常教学组织运行与管理，完善教学管理机制，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律和课堂纪律，定期开展公开课、示范课等教研活动。教研室定期开展教学研讨会，分享教学心得与教学方法，交流教学经验，进行教学质量诊断与改进。企业师傅与学校专业教师定期进行业务分享与交流，保障学生在专业理论知识与专业技能知识实操教学效果与质量。

3. 学校、学院和企业建立毕业生跟踪反馈机制，通过企业评价、社会评价、学生自我评价有针对性地在校内所掌握的知识技能与岗位任务要求的对接情况进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。学院充分利用学校人才培养质量年报有效改进专业教学，

持续提高人才培养质量。

九、继续专业学习深造建议

1. 继续学习深造，获取电子商务专业、工商管理专业等相关专业的本科及以上学历；

2. 京东乾石科技有限公司采用内部选拔机制，在熟练掌握各岗位技能的基础上，可根据自身的情况从营运管理晋升通道及专业晋升通道中任选其一发展。

营运管理晋升通道：员工—副经理—经理—高级经理（区域经理）—总监（大区总经理）—事业部总裁—副总裁；

专业晋升通道：初级专员—中级专员—高级专员—资深专员—专家—首席专家。

十、专业指导委员会名单

序号	姓名	职称	职务	工作单位
1	张辛雨	副教授	经济管理学院院长	长春金融高等专科学校
2	李楠	副教授	经济管理学院 电子商务教研室主任	长春金融高等专科学校
3	徐杨	副教授	经济管理学院 创业管理教研室主任	长春金融高等专科学校
4	孙斌	讲师	创业导师	长春金融高等专科学校
5	郑名扬	高级创业指 导师	董事长	长春四海兴唐科技有限公司
6	马春	高级经济师	东北区经理	京东集团北京京东乾石科技有限 公司
7	王琦	高级电子商 务师	东北区运营总监	京东集团北京京东乾石科技有限 公司
8	朱峰	高级电子商 务师	京东云仓项目总监	辽宁京邦达供应链科技有限公司

执笔人：李楠

审稿人：张辛雨

子表 1：综合素质课程模块及学分

序号	课程子模块	课程代码	课程名称	课程学分	考核方式（考试△）	课内教学			按学年分配									
						总学时	讲授	实践	第一学年				第二学年				第三学年	
									14 周		16 周		16 周		16 周		12 周	
									周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度
1	思想道德素质	060100033020	思想道德修养与法律基础	3	△	48	42	6	3*	—								
2		060100044010	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	△	64	54	10			4	—						
3		060100010031-41-51-61	形势与政策	1		32	32	0	2	7-10	2	9-12	2	11-14	2	13-16		
4		060100011090	党史教育专题	1		16	16	0					2	—				
5		060100022100	大学生心理健康教育	2		32	16	16			2*	—						
6		060100000111	大学生心理健康教育实践	0.5		8	0	8	0.5*	—								
7		060100000121	德育教育实践	0.5		8	0	8			0.5*	—						
8	文化基础素质	080100044070	大学英语（一）	4	△	56	56	0	4	—								
9		080100044080	大学英语（二）	4	△	64	64	0			4	—						
10		080100044030	经济应用数学	4	△	56	56	0	4	—								
11		080100033010	应用文写作与大学语文	3		48	48	0			4	1-12						
12		090100011020	体育（一）	1		14	4	10	2	—								
13		090100022030	体育（二）	2		32	4	28			2	—						
14		090100011040	体育（三）	1		14	4	10					2	—				
15		090100011010	体育（四）	2		32	4	28							2	—		
16		110100020011	军事理论	1		16	6	10	2	1-3								
17		110100000021	军训	2		14 天	0	14 天	14 天	—								
18		110100000031	大学生安全教育实践	0.5		8	0	8	0.5*	—								
19		110100000051	大学生美育教育实践	0.5		8	0	8					0.5*	—				
20		110100011040	大学生劳育教育实践	0.5		1 周	0	1 周					1 周*	—				
21		090100011010	大学生劳动教育	1		16	16	0					1	—				
22	就业创业素质	100100011010	大学生职业生涯规划与就业指导	1		16	6	10							2	—		
23		070100011010	创业基础	1		16	8	8	2	—								
24		070100000021	创业教育实践	0.5		8	0	8							0.5*	—		
25	专业融合	040100044010	计算机应用基础	4	△	64	28	36	4*	—								
26		040100044020	互联网技术与大数据应用	4	△	64	32	32			4	—						
总 计				49	—	780	496	284	21		20		4		4			

备注：周跨度记号：前半程 — 后半程 — 贯穿 — * 实践课单独排课

子表 2：人文素质网络课程模块及学分（专业推荐）

序号	课程子模块	必选课程（类型）	备选课程编号	选课要求	学分要求	推荐选修学期（1-4）
1	文明起源与历史演变		ZA01-ZA55	学生自选		1
2	人类思想与自我认知		ZB01-ZB40	学生自选		1
3	文学修养与艺术鉴赏	美育类	ZC01-ZC88	学生自选 至少 1 门	≥2	2
4	科学发现与技术革新		ZD01-ZD97	学生自选		3
5	经济活动与社会管理		ZE01-ZE70	学生自选		3
6	国学经典与文化遗产		ZF01- ZF47	学生自选		3
7	通用能力		TA01-TF06	学生自选		2
8	创新创业	创新创业类	E01-E25	学生自选 至少 1 门	≥1	3
9	成长基础	大学生心理健康教育	C01	必选	1	1
		大学生职业生涯规划（入学版）	C11	学生自选	1	1
			C02-C24 其余课程	学生自选		3
10	公共必修	军事理论类	G22、G24、G26	学生自选 至少 1 门	1	1
		大学生安全教育	G38	必选	1	1
		大学体育	G10	必选	1	1
			G01-G40 其余课程	学生自选		3
合计					≥7	

子表 3：职业能力课程模块及学分

序号	课程子模块	课程代码	课程名称	专业核心课(■)	考核方式(考试△)	学时及师资 (校内○、企业□、联合☆)			按学年分配							
						总学时	理论	实践	第一学年				第二学年			
									14 周		16 周		16 周		16 周	
									周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度
1	职业能力通用课程	030216433010	市场营销基础		3 △	42	20(○)	22(○)	3	—						
2		030216433020	电子商务基础		3	42	20(○)	22(○)	3	—						
3		030216433030	管理学基础		3 △	42	30(○)	12(○)	3	—						
4		030216422040	商务礼仪		2	28	20(○)	8(○)	2	—						
5		030216433050	经济学基础		3 △	48	30(○)	18(○)			3	—				
6		030216422060	金融学基础		2	28	20(○)	8(○)	2	—						
7		030216422070	统计与大数据应用		2	32	20(○)	12(○)			4	—				
8		030216422080	客户服务与管理		2 △	32	16(○)	16(☆)					4	—		
9	职业能力核心课程	030318444010	视觉设计	■	4 △	64	14(○)	50(☆)			4	—				
10		030318433020	网络营销	■	3 △	48	20(○)	28(☆)			3	—				
11		030318433030	网店运营实务	■	3 △	48	10(○)	38(☆)					6	—		
12		030318433040	商务数据分析与应用	■	3 △	48	10(○)	38(☆)					6	—		
13		030318433050	直播电商运营	■	3	48	10(□)	38(□)					16	9-11		
14		030318444060	创业综合实战	■	4 △	64	20(○)	44(☆)						16	9-12	
15		030318433070	京东店铺运营	■	3	48	10(□)	38(□)					16	6-8		
16		030318433080	电子商务物流管理	■	3 △	48	20(○)	28(☆)						3	—	
17	职业能力拓展课程	030416433010	创业实务		3	48	24(○)	24(○)			3	—				
18		030418422020	短视频设计与制作		2	32	12(○)	20(☆)						4	—	
19		030416433030	新媒体运营技术		3 △	48	10(○)	38(☆)						3	—	
20		030416422040	电子商务法律法规		2	32	16(○)	16(○)						3	—	
总计					56	870	334	536	13		15		14		14	

备注：

1. 周跨度记号：前半程 — 后半程 — 贯穿 —

2. 职业能力课程模块总体学分 60 学分左右，课程学时≤880 学时。

3. 职业能力拓展模块中的课程执行“动态调整”机制，各教学单位可提前 1 个学期提交调整备案，申请替换该模块的课程。

子表 4：“厂中校”（企业教学）模块及学分

序号	课程子模块	课程代码	项目名称	课程学分	考核方式	师资情况 (校内○、企业□、联合☆)	实践学时	周数	学期
1	认知实践	030618412011	京东集团发展及业务认知	1	联合认定	☆	30	1	一
2	专业实践	030618412121	岗位实习(1): 店铺运营岗实训	1	联合认定	☆	30	1	二
3		030618412221	岗位实习(2): 店铺客服岗实训	1	联合认定	☆	30	1	三
4		030618412321	岗位实习(2): 店铺推广及活动专员岗	1	联合认定	☆	30	1	四
5	职业能力训练	030618440030	店长综合业务训练 美工综合业务训练 客服综合业务训练 运营综合业务训练 推广综合业务训练 活动综合业务训练 数据综合业务训练	4	企业认定	□	510	17	五
6	顶岗就业	030618440040	岗位就业	4	企业认定	□	510	17	六
总计				12	/		1140	38	/

子表 5：企业师傅带徒弟岗位轮换表（假设，5 个岗位，6 个时段，3 组学徒）

	第五学期 (第 1 周-4 周)	第五学期 (第 5 周-9 周)	第五学期 (第 10 周-11 周)	第五学期 (第 12 周-13 周)	第五学期 (第 14 周-15 周)	第五学期 (第 16 周-17 周)
网店店长	学号 01-15	学号 16-30	学号 31-40	——	——	——
网店美工	学号 21-40	学 31-40	学号 01-20	——	——	——
网店客服				学号 16-30	学号 01-15	学号 31-40
店铺运营	——	——	——	学号 01-15	学号 16-30	学号 31-40
推广专员	——	——	——	学号 21-40	学 31-40	学号 01-20
活动专员	学号 01-15	学号 16-30	学号 31-40	——	——	——
数据分析专员	学号 21-40	学 31-40	学号 01-20	——	——	——

子表 6：企业师傅带徒弟岗位任务明细表

师傅姓名	赵菽婉、王明阳		任务整体持续时间		第五学期 (第 1 周-11 周)
学徒分组	三组				
岗位名称	岗位 1：网店店长				
工作任务	序号	任务	分任务	持续时间	任务考核标准
	1	了解熟悉阶段	店铺发展方向	0.5 天	了解店铺未来发展方向，有清晰的发展目标
			运营团队人员配置及分工安排	0.5 天	了解团队各个岗位的人员配置及不同岗位的分工安排和工作内容
			店铺产品布局及销售策略制定	0.5-1 天	了解店铺产品线布局和店铺目前销售目标及店铺运营策略
	2	学习掌握阶段	店铺发展方向	0.5-1 天	能够根据店铺状况清晰制定店铺可量化目标
			运营团队人员配置及分工安排	1-2 天	能够根据店铺岗位需求合理安排人员，并且能够根据不同岗位进行岗位工作安排，对各岗位人员进行清晰的动作指令下达。
			店铺产品布局及销售策略制定	1-2 天	对标竞品，结合公司产品风格和组货模式，制定年度商品品类规划，确定每季上新时间节点，各品类款式数量及价格带布局。制动年度、月度、销售目标、流量目标。
	3	技能考核阶段	店铺发展方向	0.5-1	可以根据店铺状况，完成店铺发展方向的制定（可量化）
			运营团队人员配置及分工安排	0.5-1	根据店铺情况组件团队并且可以制定各岗位工作职责书
			店铺产品布局及销售策略制定	0.5-1	可以制定全年销售计划表。根据销售计划制动所需的流量目标方案。可以规划店铺产品，制动产品线布局明细表。

师傅姓名	王琦、王俊敏		任务整体持续时间		第五学期 (第1周-11周)
学徒分组	三组				
岗位名称	岗位 2：网店美工				
工作任务	序号	任务	分任务	持续时间	任务考核标准
	1	了解熟悉阶段	店铺装修	0.5 天	了解网店美工岗位职责，了解店铺装修的企业需求
			产品处理	0.5 天	对上架商品的图片进行抠图、拼接、颜色调整、背景处理、产品描述美化等进行初步体验
			网站设计	0.5-1 天	根据网站开发项目组相关部门制作的内容展示规划，了解对网站的广告所需图片进行设计、制作、上线基本需求
	2	学习掌握阶段	店铺装修	0.5-1 天	熟悉掌握网站页面设计、美化、网店促销海报制作等内容
			产品处理	1-2 天	熟练掌握宝贝处理、主题海报、内容编辑以及广告推广等内容
			网站设计	1-2 天	报据运营、市场的需求与技术配合，高质量完成公司网站及相关产品的界面设计
	3	技能考核阶段	店铺装修	0.5-1	能够负责整体店面设计、网店风格主题及产品展示设计
			产品处理	0.5-1	能够对新产品进行排版、优化店内宝贝描述、美化产品图片及商品的上下架，定期更新促销图片和页面、配合店铺销售活动及动画广告；
			网站设计	0.5-1	可以根据网站策划制定的网站专题策划案，进行整个网站的专题页面的设计制作

师傅姓名	马春、王俊敏		任务整体持续时间		第五学期 (第 12 周-17 周)
学徒分组	三组				
岗位名称	岗位 3：网店客服				
工作任务	序号	任务	分任务	持续时间	任务考核标准
	1	了解熟悉阶段	基本客户服务流程	0.5 天	了解京东商城客户售前支持、售中追踪售后服务、评价处理等基础服务流程
			客户关系维护	0.5 天	了解客户关系维护流程, 熟悉处理相关客户投诉及纠纷问题. 处理售后退换货及评价问题
			产品策略分析	0.5-1 天	能够了解, 收集和判断用户以及市场的需求, 并进行竞争对手分析, 结合公司业务当前发展状况, 确定产品短期的改进目标并就长期的发展方向提出建议
	2	学习掌握阶段	基本客户服务流程	0.5-1 天	熟悉并掌握按照规定和流程接待买家并提高转化率, 同时处理订单、客户的信息整理、发货及宝贝的跟踪回访和商品的退换货处理
			客户关系维护	1-2 天	负责客户退换货投诉处理, 了解投诉原因并提出改善建议, 提高买家满意度, 维护买家忠诚度, 不断提高动态评分, 协助客服主管做好客户关系维护
			产品策略分析	1-2 天	负责分析和整理来自客户和公司内部的业务需求, 结合公司整体战略进行需求评估, 提交可行的产品设计方案, 规划长期服务产品线蓝图
	3	技能考核阶段	基本客户服务流程	0.5-1	能够熟悉店内宝贝的相关情况, 有效为不同顾客做推荐与解答; 对于店内进行的活动能清晰了解, 及时提醒顾客并备注其特殊要求, 进行数据统计, 物流追踪, 分析数据, 协助客服主管做好店铺销售
			客户关系维护	0.5-1	负责做好客户的回访工作, 收集并整理服务建议和意见, 做好反馈工作, 负责搜集客户信息, 了解并分析客户需求, 从而有效的进行客户管理和沟通
			产品策略分析	0.5-1	能够对各产品线运营情况进行监控和分析, 定期对自身产品、整体行业、竞争对手进行分析, 提出产品优化方案

师傅姓名	赵荪婉、金宏强		任务整体持续时间		第五学期 (第 12 周-17 周)
学徒分组	三组				
岗位名称	岗位 4：店铺运营				
工作任务	序号	任务	分任务	持续时间	任务考核标准
	1	了解熟悉阶段	京东商城店铺基本运营	0.5 天	了解京东店铺各项操作流程及平台规则;熟悉网络交流工具和各种办公软件使用
			店铺运营前台及后台系统	0.5 天	了解京东后台系统和前台陈列系统
			店铺促销及关联活动	0.5-1 天	了解京东促销活动公司内部协调工作
	2	学习掌握阶段	京东商城店铺基本运营	0.5-1 天	熟练掌握京东商城的运作管理、运营环境、京东商城制定的交易规则、京东商城的推广方法,有效利用京东商城网站广告资源
			店铺运营前台及后台系统	1-2 天	掌握京东后台系统和前台陈列系统,包括店内分类、推荐系统、搜索系统等
			店铺促销及关联活动	1-2 天	熟悉策划京东店铺促销和关联销售活动,分析每日营销和交易数据
	3	技能考核阶段	京东商城店铺基本运营	0.5-1	能够负责京东商城店的总体运营,包括网店的选品,店铺整体策划,店铺风格定位,店铺布局等内容
			店铺运营前台及后台系统	0.5-1	能对店面布局和版面的改善提出持续的改进意见,并能和相关人员协调解决问题
			店铺促销及关联活动	0.5-1	能够负责商品标题、广告语详情优化,以获得尽可能多的自然流量和尽可能高的成交率

师傅姓名	王萌、司必成		任务整体持续时间		第五学期 (第 12 周-17 周)	
学徒分组	三组					
岗位名称	岗位 5：推广专员					
工作任务	序号	任务	分任务	持续时间	任务考核标准	
	1	了解熟悉阶段	店铺推广工具使用	0.5 天	了解店铺推广工具使用方法	
			推广计划创建及优化	0.5 天	了解推广计划创建流程及优化方法	
			推广报表分析	0.5-1 天	了解推广报表制作方法及各个数据指标意义	
	2	学习掌握阶段	店铺推广工具使用	1-2	掌握店铺各个推广工具的使用方法及其展示位置及场景设置	
			推广计划创建及优化	1-2 天	掌握店铺推广计划的创建流程，能够结合店铺推广需求进行店铺及产品的推广计划的创建，可以通过数据进行推广人群的圈定。	
			推广报表分析	1-2 天	能够利用推广工具导出推广数据、可以对数据进项筛选，分析数据编写推广诊断报告	
	3	技能考核阶段	店铺推广工具使用	0.5-1	熟知每个推广工具的使用以及不同工具的功能。	
			推广计划创建及优化	0.5-1	创建推广计划、利用工具圈定推广人群，对创建计划进行调整	
			推广报表分析	0.5-1	导出推广数据，编写推广报表	

师傅姓名	王萌、金宏强		任务整体持续时间		第五学期 (第 1 周-11 周)	
学徒分组	三组					
岗位名称	岗位 6：活动专员					
工作任务	序号	任务	分任务	持续时间	任务考核标准	
	1	了解熟悉阶段	平台及店铺活动类型熟知	0.5 天	了解平台各类型活动以参与方法和店铺活动设置策略	
			平台活动提报	0.5 天	了解平台活动节奏和活动参与条件	
			店铺活动方案制定	0.5-1 天	了解店铺活动制定策略	
	2	学习掌握阶段	平台及店铺活动类型熟知	0.5-1 天	掌握平台及店铺的活动类型，能够根据互动参与条件进行活动提报	
			平台活动提报	1-2 天	能够进行平台活动提报	
			店铺活动方案制定	1-2 天	结合平台及店铺活动节奏编写活动方案。	
	3	技能考核阶段	平台及店铺活动类型熟知	0.5-1	说明平台的活动类型及店铺可设置的互动类型	
			平台活动提报	0.5-1	提报并成功参与平台活动	
			店铺活动方案制定	0.5-1	完成店铺活动方案编写	

师傅姓名	马春、唐大鑫		任务整体持续时间		第五学期 (第 1 周-11 周)	
学徒分组	三组					
岗位名称	岗位 7：数据分析专员					
工作任务	序号	任务	分任务	持续时间	任务考核标准	
	1	了解熟悉阶段	店铺数据分析工具使用	0.5 天	了解平台及店铺数据分析工具及其使用方法	
			数据分析工具各个模块数据指标说明	0.5 天	了解数据分析工具各个模块数据展示内容及数据含义	
			数据诊断报告制作	0.5-1 天	了解数据诊断报告制作方法	
	2	学习掌握阶段	店铺数据分析工具使用	0.5-1 天	熟悉店铺数据分析工具操作方法及入口,掌握行业各个数据分析工具的优缺点	
			数据分析工具各个模块数据指标说明	1-2 天	掌握数据工具各个模块数据指标含义	
			数据诊断报告制作	1-2 天	能够通过数据收集对店铺及平台数据进行分析,发现店铺运营问题,制定数据诊断报告	
	3	技能考核阶段	店铺数据分析工具使用	0.5-1	对数据工具熟练操作并且说明工具优缺点	
			数据分析工具各个模块数据指标说明	0.5-1	说明工具各模块数据含义	
			数据诊断报告制作	0.5-1	完成一份数据诊断报告	