

韶关市中等职业技术学校经贸化检系电子商务专业（三二分段） 人才培养方案审批表

专业名称	电子商务	专业代码	530701
专业负责人	夏佳其	使用年级	2024
编制参与人员	夏佳其、潘莹、龚丹、李建基、曾国彬、曹斌		
<p>专业负责人意见：</p> <p>一、人才培养方案编制的指导思想</p> <p>中职电子商务专业人才培养方案的编制应坚持以市场需求为导向、以能力为本位、适应与超前结合、强化实践教学、综合素质培养和个性化发展的指导思想，确保培养的人才能够符合电子商务行业需求、具有较强的实践能力和综合素质。</p> <p>二、人才培养目标</p> <p>中职电子商务专业的人才培养目标是培养具备扎实的电子商务理论知识、熟练掌握电子商务平台操作技能、具有较强的实践能力和创新意识、具备良好职业道德和全面身心素质的高素质技能型人才，以适应社会主义市场经济和现代化建设的需要，在各类企业从事电子商务相关工作。</p> <p>三、人才培养方案专业特色建设体现</p> <p>1.课程体系与教学内容的特色</p> <p>1) 理论与实践并重：通过项目实训、校企合作等方式，使学生在掌握电子商务基本理论的同时，具备实际操作能力和解决问题的能力。</p> <p>2) 跨学科融合：电子商务专业课程设置注重跨学科知识的融合，如管理学、经济学、计算机科学与技术等，以培养学生的综合素养和跨领域能力。</p> <p>3) 模块化教学：采用模块化教学方式，将课程分为基础模块、专业核心模块和拓展模块等，以满足不同学生的学习需求和发展方向。</p> <p>2.实践教学体系的特色</p> <p>1) 校企合作：与企业建立紧密的合作关系，共同制定人才培养方案和教学计划。通过企业实习、实训基地建设等方式，为学生提供真实的职场环境和实践机会，提升其职业素养和就业竞争力。</p> <p>2) 项目驱动教学：以项目为载体，将理论知识融入到实际操作中，通过项目策划、实施和评估等环节，培养学生的创新思维和实践能力。</p> <p>3) 以赛促学，以创促教：鼓励学生参与电子商务项目竞赛和创新创业活动。</p> <p>4) 多层次实训体系：构建从基础实训到综合实训、从校内实训到校外实训的多层次实训体系。通过模拟实训、仿真实训和真实项目实训等方式，逐步提升学生的实践能力和职业素养。</p> <p>3.职业导向与创新能力培养</p> <p>1) 明确职业导向：根据市场需求和行业发展趋势，明确电子商务专业的职业面向和就业岗位。</p> <p>2) 创新能力培养：鼓励学生进行创新思维和创业实践，提供创新创业教育和服务。</p>			
专业教研组审核意见：		教研组长（签名）：夏佳其 2024年7月25日	
专业建设指导委员会审定意见：		秘书长（签名）：袁建国 2024年7月26日	
部系主任审核意见：		系主任（签名）：邓星明 2024年7月26日	
教务科审核意见：		教务科科长（签名）：李江 2024年7月29日	
主管校长审核意见：		主管校长（签名）：李江 2024年7月29日	
学校审核意见：		学校盖章 4402040072074 年 月 日	

韶关市中等职业技术学校



电子商务专业

(专业代码: 530701)

2024 级人才培养方案

2024 年 7 月

韶关市中等职业技术学校

2024 级电子商务专业（三二分段）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

中等职业学校学历教育入学要求一般为初中毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

3 年。

四、职业面向

可以表格的形式呈现。包括本专业所属专业大类（专业类）及代码，本专业所对应的行业、主要职业类别、主要岗位类别（或技术领域）、职业技能等级证书、社会认可度高的行业企业标准和证书举例。

表 1 职业面向信息表

所属专业 大类（代 码）	所属专业类 （代码）	对应行业（代 码）	主要职业类别	主要岗位类别（技术领 域）
73 财经商 贸大类	电子商务类 （7307）	互联网和相 关服务（64）	销售人员 （4-01-02）	电商客服：客服 助理、客服主管、 客服经理 电商美工：美工助理、美工 网店运营：运营 助理、运营专员
53 财经商 贸大类	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） 电子商务师	营销推广 运营管理 客户服务

			(4-01-02-02)	
--	--	--	--------------	--

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，良好的人文素养、职业道德和创新意识，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，掌握本专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务业、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，能够从事营销推广、运营管理、客户服务等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业的毕业生应在素质、知识和能力等方面到达以下要求：

1、素质要求

(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、职业生涯规划的意识，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。

(6) 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、知识要求

(1) 掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(2) 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。

(3) 掌握计算机应用、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。

- (4) 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。
- (5) 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法。
- (6) 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法。
- (7) 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。
- (8) 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。
- (9) 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。

3、能力要求

- (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，进行页面设计、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) 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理。
- (10) 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。
- (11) 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。
- (12) 能够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。

六、课程设置及要求

课程划分为公共基础课、专业（技能）课两大类。

1. 公共基础课程

包括入学教育（军训）、思想政治课、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、劳动教育、心理健康、就业指导与创新创业教育等课程。

2. 专业（技能）课程

（1）专业基础课程

包括电子商务基础、网页美工设计、市场营销、网页制作、网络营销基础等课程。

表 2 专业基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	电子商务基础	<p>主要教学内容：电子商务相关的法律法规、行业政策和网络安全常识；网络零售市场的基本特点，电子商务 B2B、B2C、C2C 等典型电子商务运模式；网络零售的主要交易流程，网络商情信息的处理加工；网上银行和第三方支付平台业务；电子商务平台进行网上商店的搭建和日常商务交易处理。</p> <p>教学要求：通过学习和训练，学生能了解电子商务相关的法律法规、行业政策和网络安全常识，具有法律意识和风险意识；了解网络零售市场的基本特点，电子商务 B2B、B2C、C2C 等典型电子商务运模式；掌握网络零售的主要交易流程，能进行网络商情信息的处理加工；熟悉网上银行和第三方支付平台业务；能应用电子商务平台进行网上商店的搭建和日常商务交易处理；提升学生的信息素养能力和责任意识，能够具备较强信息获取和处理能力，能够灵活运用各种信息工具和技术。</p>	64 学时
2	商品拍摄与图片处理	<p>教学内容：图形设计基础，如颜色、形状、线条等；图像处理软件的使用技巧，如 AdobePhotoshop 等；网页排版和布局设计；设计风格和美学原则；Web2.0 时代的 UI 设计；交互设计，如动效、鼠标悬停效果、页面切换效果等；响应式设计，如针对不同终端设备的网页设计；网站设计流程和设计文档的编写。</p> <p>教学要求：通过学习和训练，学生能够掌握色彩、构图、形态、线条等美术基础知识、网页设计的基本规范、Photoshop 等图片</p>	48 学时

		处理工具的基本操作，具备较高的审美素养和创意能力，结合市场情况，设计适合市场的网页。	
3	市场营销	<p>主要教学内容：市场营销的基本概念和理论体系；市场调研和分析；产品开发和定价策略；渠道管理和物流；市场传播和推广；客户关系管理和服务；营销组织和团队建设；市场营销案例分析。</p> <p>教学要求：通过学习和训练，学生能够了解市场营销基础知识，能够根据企业具体需求，开展市场调查工作，并设计营销策略，包括产品策略、价格策略、渠道策略和推广策略，并能够运用各种公关技巧，与顾客、供应商、渠道商、合作伙伴等相关方建立稳固的关系，具有市场分析和营销规划能力，掌握市场营销的实践技巧和工具，并具备完成市场营销方案的实践能力。</p>	64 学时
4	网页制作	<p>主要教学内容：网页制作的基础知识，电子商务网站的主要功能和流程设计，网站内容的管理，搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销、广告投放、网站安全性和隐私性。</p> <p>教学要求：通过学习和训练，学生能够了解网页制作的基础知识，掌握电子商务网站的主要功能和流程设计；能够管理网站的内容，包括网站上新商品的发布、价格和库存等的修改，借助一些专业的网站内容管理工具，掌握网站管理的核心技能；了解搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销、广告投放等方面的知识和技巧，以提高电子商务网站的曝光度和流量；了解网站安全的基本方法，维护网站的稳定性和安全性，具备创新创业能力。</p>	48 学时
5	网络营销基础	<p>主要教学内容：网络营销的背景、定义、类型、优势、机遇和挑战等基本概念；网站运营的基本原则和方法，如内容优化、SEO、SEM、关键词标注、网站架构、互联网安全等；社交媒体营销：包括社交媒体平台的基础知识，如微信、微博、BAT、抖音等；以及社交媒体营销的实操技巧，如社群运营、线上调研等；电子商务与支付：介绍电子商务的概念和形式，讲解电商平台的运营与规划，如淘宝、京东、支付宝等；数据分析与营销策略：讲授如何进行数据收集和分析，以及如何根据数据制定营销策略，如流量分析、投放广告、裂变营销等；法律法规与伦理导向：了解网络营销的法律法规，以及营销策略是否符合伦理导向的规范。</p> <p>教学要求：通过学习和训练，学生能够具备丰富互联网基础知识和新媒体传播策略；掌握搜索引擎优化和搜索引擎营销的技巧；具备社交媒体营销策划和运营能力；具备网站建设设计和管理经验和技能；对电子商务的管理和发展有一定了解，包括支付和物流；具备数据分析和策略制定能力，知道如何分析营销数据和制定实际的营销策略；懂得网络营销的伦理和准则，遵从法律和道德规范，良好的团队合作能力和沟通能力。</p>	64 学时

（2）专业核心课程

包括视频剪辑、商品拍摄与处理、电子商务数据分析、电子商务物流、视觉营销、1+X 网店运营考证、网络推广、直播运营实务等课程。

表 3 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	视频编辑 (PR)	<p>主要教学内容：PR 视频剪辑软件的基本介绍、安装和配置；基本技术理论，如视频剪辑的基本原理、画面处理、音频处理、剪辑技巧等；视频剪辑的基本操作，如视频的导入、剪辑、片段合并、转场、画中画等；背景音乐、音效、字幕等特效的添加和编辑；根据剪辑需要掌握字幕和特效的添加以及颜色、亮度、对比度和色彩校正调整；视频剪辑的导出、保存和输出等。</p> <p>教学要求：通过学习和训练，学生能掌握 PR 软件的基础操作，能强化视频剪辑的熟练度和应用能力，利用 PR 软件进行商品视频制作及编辑；能结合不同场景和需求，制作出有吸引力和创意的视频剪辑作品，具备独立思考和创新能力。</p>	64 学时
2	电子商务数据分析	<p>主要教学内容：商务数据分析与应用概述、商务数据分析工具及应用、商务数据可视化、消费者行为分析用户画像、市场行情数据分析、店铺运营数据分析和营销推广数据分析。</p> <p>教学要求：通过学习和训练，学生能掌握商务数据分析的原理、工具与方法；具备敏锐的数据洞察和分析能力，具备从事商务数据分析的基本职业能力与素养，具有网络零售服务行业的职业发展潜力。</p>	64 学时
3	电子商务物流	<p>主要教学内容：电子商务物流配送与传统物流配送的差异；电商物流配送模式；电商物流配送各岗位的操作流程；物流条码与商品条码；常见物流运输的优缺点；电子商务配送系统的构成；第三方物流订单、运输和配送业务的操作。</p> <p>教学要求：通过学习和训练，学生能识别电子商务物流配送的主要业务及操作流程；会区分常见物流运输的优缺点，并根据订单地址信息和货物类型，进行拣货并判断运输方式，生成配送任务；会使用常用物流配送系统软件进行入库作业，在库管理和出库作业等相关业务操作；会使用常用自动识别技术设备进行入库作业，在库管理和出库作业等相关业务操作；会进行第三方物流订单、运输和配送业务的操作；具备电子商务物流的综合分析和决策能力，能够根据不同的需求和情境，选择合适的物流方案，并对物流过程中可能出现的问题进行有效的解决，具备电子商务物流的综合分析和决策能力。</p>	48 学时
4	视觉营销	<p>主要教学内容：了解网店运营的规范与流程，明确网店运营的核心工作内容，包括产品主图设计、直通车主图设计、宣传海报设计、促销</p>	48 学时

		海报设计、店招店标设计、banner 设计、宝贝陈列设计、详情页设计。 教学要求：通过学习和训练，学生能够从视觉设计的角度，掌握设计理念与技巧，独立完成店铺产品主图设计、直通车主图设计、宣传海报设计、促销海报设计、店招店标设计、banner 设计、宝贝陈列设计、详情页设计，具有较好审美意识。	
5	1+X 网店运营 考证	主要教学内容：网店运营基础、网店开设、网店装修、商品上架、子账号设置、平台后台的操作、售后处理、模拟客服聊天。 教学要求：通过学习和训练，学生能掌握网店运营推广基础知识和网店运营基础、网店开设、网店装修、商品上架、子账号设置、平台后台的操作、售后处理、模拟客服聊天等技能，能达到网店运营推广职业技能等级(1+X)证书考核要求；能够自主养成严谨的工作态度。	64 学时
6	网络推广	主要教学内容：了解网店运用基础知识、电商法规；学习商品准备、发布、订单处理、物流处理、仓储、物流配送、售后服务、客户服务等网店运用等内容。 教学要求：通过学习和训练，学生能够进行网站设计、空间包络、支付接口与订单收款等网站托管服务，学习网络营销工具的使用，能够进行网店数据分析；能够制定相关的网店运营策略，具备一定的市场分析能力。	64 学时
7	直播运营实务	主要教学内容：直播平台的接班介绍和选用原则，直播策划和方案的制定，直播内容的创作和策划；直播形式和节目制作技巧；直播互动和粉丝管理；商业变现和直播收入的管理；直播平台推广和社交媒体运营；直播数据的分析和实用营销技巧。 教学要求：通过学习和训练，学生能够进行直播设备和硬件的使用和调整、音视频的编辑和定制等直播间运营操作，能够根据直播主题，撰写直播话术、策划直播内容，并根据直播数据对直播效果进行数据分析，具有较强的创意、策划能力，能够用数据思维辩证地处理事件。	48 学时

七、教学进程总体安排

教学进程是对本专业技术技能人才培养、教育教学实施进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。以表格的形式列出本专业开设课程类别、课程性质、课程名称、课程编码、学时学分、学期课程安排、考核方式，并反映有关学时比例要求。

在课程设置、学时安排、实践教学等方面，要严格按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。进一步明确有关学时安排，三年制中职总学时不低于 3000 学时，公共基础课占总学时的 1/3，选修课比例不低于 10%；加强实践性教学，实

践性教学学时原则上占总学时数 50%以上；三年制中职学生顶岗实习时间集中安排在第六学期。18 学时为 1 学分，鼓励学生考取行业企业认可度高的有关职业技能等级证书、1+X 证书，可按规定折算为相应学分。

表 4 课程学时情况明细表

课程类别		序号	课程代码	课程名称	学分	总学时	各学期周课时和实训实习安排						考核方式
							第一学期		第二学期		第三学期		
							一	二	三	四	五	六	
							18	18	18	18	18	18	
基础模块	公共基础课	1		入学教育（军训）			1 周 开学第 1 周						考查
		2		思想政治	10	178	2	2	2	2		2	考查
		3	7011022	语文	12	214	2	2	2	2		4	考试
		4	7072028	历史	5	88	2	2	1				考查
		5	7021001	数学	10	178	2	2	2	2		2	考试
		6	7031014	英语	10	178	2	2	2	2		2	考试
		7	3001025	信息技术	8	142	4	2	2				考查
		8	7041003	体育与健康	10	178	2	2	2	2		2	考查
		9	7062004	艺术	2	34	1	1					考查
		10		劳动教育	5	88	1	1	1	1		1	考查
		11	7051033	心理健康	1	17	1						考查
		小计（占总学时 37.2%）				73	1295						
	专业通用课	13		电子商务基础		4	72	4					考试
		14		市场营销		3	54	3					考试
		15		商品拍摄与图片处理		3	54	3					考试
		16		网页制作		4	72		4				考试
		17		网络营销基础		3	54		3				考试
		小计（占总学时 8.8%）				17	306						
	专业模块课	专业核心课	18	会计基础		3	54		3				
19			商务礼仪		3	54		3					考查
20			视频编辑（PR）		4	72			4				考试
21			视觉营销		4	72			4				考试
22			1+X 网店运营考证		4	72			4				考试
23			电商客户服务		3	54			3				考试
24			视觉设计与制作		4	72				4			考试
25			网络推广		4	72				4			考试
26			直播运营实务		4	72				4			考试

		27	电子商务物流	3	54				3			考查
		28	企业沙盘经营	3	54				3			考查
		29	电子商务数据分析	4	72						4	考试
		30	商品管理	3	54						3	考查
		31	商务沟通与谈判	3	54						3	考试
		32	经济法	3	54						3	考查
		33	消费心理学	3	54						3	考试
		小计（占总学时 28.4%）		55	990							
	专业实践课	32	电子商务客服实训	2	58	2 周						考查
		33	电子商务美工实训	2	58		2 周					考查
		34	网店运营推广实训	2	58			2 周				考查
		35	电商创新创业实训	2	58				2 周			考查
		36	直播电商虚拟仿真实训	2	58						2 周	考查
		37	企业岗位实习	20	600							考查
		小计（占总学时 25.6%）		30	890					30		
各学期课堂教学周学时数					29	29	29	29	30	29		
总 计			175	3481								

教学安排说明：

1. 本方案课程设置及教学安排既可适合学年制教学管理，也适合学年学分制教学管理。

2. 学分计算方法：170 学分（30*5 个学期+18*1 个学期社会实践+1 周军训+0.5 入学教育+0.5 毕业教育）。每学期 30 学分，5 个学期 150 学分，第六学期社会实践 18 学分，入学第一周军训 1 学分，入学教育 0.5 学分，毕业教育+0.5 学分，6 个学期共 170 学分。

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

电子商务专业共有 8 名专职教师，行业企业兼职教师 1 人。专任教师中高级讲师 2 人，讲师 5 名；研究生学历 2 名；双师型教师 7 名，其中广东省技术能手 1 人，韶关市技术能手 1 人。专任教师具有良好的师德、师风和职业道德，爱岗敬业、专业基础知识扎实、教学经验丰富。

表 5 电子商务专业师资队伍

序号	姓名	职称	双师型	社会经验	学历	专业
1	夏佳其	讲师	中级双师型	6 年教学经验	研究生	国际商务
2	潘莹	讲师	高级双师型	9 年教学经验	本科	国际商务
3	龚丹	助理讲师	无	8 年教学经验	本科	计算机科学
4	曾国彬	高级讲师	中级双师型	20 年教学经验	研究生	计算机科学
5	黄少玲	讲师	初级双师型	20 年教学经验	本科	计算机科学
6	李建基	讲师	中级双师型	15 年教学经验	本科	生物
7	韦佩贝	讲师	中级双师型	15 年教学经验	本科	计算机
8	曹斌	高级讲师	中级双师型	15 年教学经验	本科	计算机

（二）教学设施

校内实习实训室共计 3 个(电子商务服务中心、直播电商虚拟仿真实训中心、电子商务乡村振兴服务中心)设备总值超 300 万元,满足学生认知电子商务专业、掌握图像处理、网页设计等基本职业技能,轮岗实践客服、美工、运营、策划等岗位;与广东省供销社企业集团有限公司、韶关市电子商务行业协会等企业行业建立深度合作关系,满足学生产教融合实习实训需求;同时,在翁源、乳源等乡镇通过技能对接,扶贫助农,助力乡村振兴高质量发展。

（三）教学资源

近年来,本专业所开设课程优先选用近三年基于工作过程,“教、学、做合一”的国家教育部规划教材。

图书馆现有纸质图书 52.76 万册,报刊装订本近 2 万多册,超星电子图书百万余种,每年订购纸质报刊约 700 多种,另有万方期刊数据库、CNKI 期刊数据库、电子书自动借阅机等电子期刊和图书可供学生在线阅览或下载使用。

在教学中充分利用现代化的教学手段,并依托企业实战项目,积极采用现代化的、多元的和全方位的教学模式,利用课堂教学尝试校企双主体育人。学院建成数字化校园,搭建了信息服务平台,为专业教学提供网络服务。

（四）教学方法

教学方法按照电子商务专业课程改革方案执行,以职业能力教学为主。

主要教学方法有:项目教学法、案例分析法、情景模拟等教学法。

主要实践方法有:岗位实习、社会调查、参观学习等。

（五）学习评价

根据学校建设特色鲜明的高水平高职院校的发展要求,依托高水平电子商务专业群建设指导委员会,校企合作共同实施教学质量监控,充分利用第三方社会评价机构,逐步形成开放、可持续发展的教学质量监控、评价与保障体系。

1. 以能力培养为核心,规范教学过程。学校与企业共同制定专业核心课程考核标准,共同实施产教融合的教学过程,共同评定学生成绩,并纳入学分体系。

2. 实施教师教学考核与质量评价。充分发挥“督导评教”、“学生评教”、“领导评教”、“同行互评”的作用,完善期初、期中、期末教学检查制度。形成自查、学院普查和学校抽查的机制。建立以专业机构、学院领导、专业教师、学生代表为主的二级教学督导机构。

3. 对人才培养的目标、过程和结果进行全过程监控,通过常态化的专业人才需求调研、毕业生回访、第三方评价机构等途径,收集第一手的反馈信息,及时有效地调整专业人才培养方案。

(六) 质量管理

1. 建立教学管理组织协调系统

配合教务部、学院督导组对日常课堂教学及教学建设工作进行管理和监控,及时解决教学中出现的问题。

2. 充分利用学生信息员机制

聘任学生担任本专业的教学质量监督信息员,及时掌握专业的教学信息,对教学中存在的问题及时向教研室、学院进行反馈。

3. 充分利用学生信息员机制

聘任学生担任本专业的教学质量监督信息员,及时掌握专业的教学信息,对教学中存在的问题及时向教研室、学院进行反馈。

4. 教师—学生双向课堂教学效果反馈系统

教研室每学期召开一次师生座谈会,对所有上课教师的教学效果进行反馈。将课堂教学过程中出现的问题(如学生的学习效果、学习风气,教学条件、教学设备的使用情况)反馈给学院。

九、毕业要求

通过三年的理论学习和实践训练等教学活动,学生须修满本专业人才培养方案所规定的学时学分,且应取得职业技能等级初级证或至少获得一个与工作岗位

相应的国家职业资格证书或技能等级证书，才具备获取毕业证书的必要条件。毕业要求应能支撑培养目标的有效达成。

2024 年 8 月 20 日