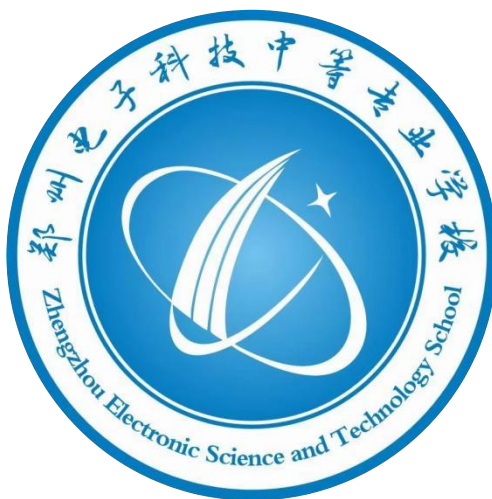




电子商务专业人才培养方案

(专业代码：730701)

专业负责人： 王亚宁

编制部门： 教务科

审核部门： 学校专业建设指导委员会

修订时间： 2025 年 07 月

目录

电子商务专业人才培养方案.....	1
一、专业名称及专业代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标和培养规格.....	2
（一）培养目标.....	2
（二）培养规格.....	2
六、课程设置.....	3
（一）公共基础课程.....	3
（二）专业（技能）课程.....	12
七、教学进程总体安排.....	28
（一）基本要求.....	28
（二）教学进程安排.....	28
（三）课时比例分配表.....	30
八、实施保障.....	31
（一）师资队伍.....	31
（二）教学设施.....	31
（三）教学资源.....	32

（四）教学方法.....	3
（五）学习评价.....	34
（六）质量管理和安全规范.....	34
九、毕业要求.....	35
十、附录.....	35

郑州电子科技中等专业学校

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

- (一) 专业名称：电子商务
- (二) 专业类别：电子商务类
- (三) 专业大类：财经商贸类
- (四) 专业代码：730701

二、入学要求

初级中学毕业或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向

序号	专业	专业类别	就业岗位	职业等级技能证书
1	电子商务 (730701)	财经商贸大类 电子商务类	店铺运营 新媒体运营 网络营销推广专员 直播销售	网店运营推广 电子商务数据分析 直播电商 农产品电商运营 新媒体技术

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和电子商务基础、营销基础、商品零售、数据采集与分析等知识，具备商品拍摄与素材编辑、店铺和账户日常维护、运营数据采集、营销推广执行、直播销售、视觉设计制作、客户咨询服务等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事店铺运营辅助、新媒体运营辅助、网络推广、新媒体营销执行、直播销售、直播辅助、视觉设计、客户服务等工作的技术技能人才。

（二）培养规格

知识方面：

1.1 掌握中职毕业生所必备的德育、语文、数学、英语、信息技术基础、体育、艺术等文化基础知识；

1.2 熟悉电子商务基本知识、规则、惯例及相应的政策法规；

1.3 把握电子商务领域的理论与发展动态，掌握现代物流管理、电子商务的基本理论与方法；

1.4 掌握电子商务开发、应用与管理的技术，具备网络营销、电子商务安全、电子银行管理和网络企业经营管理知识，能从事农业电子商务的实际运作；

1.5 具有较扎实电子商务专业知识基础；具备从事电子商务系统设计、开发、应用、管理工作；

1.6 具有良好的数学基础及其运算能力，熟悉掌握计算机的

基础知识和操作能力；

能力方面：

2.1 掌握平台运营规则，具有根据运营要求完成店铺、账号创设和维护等能力；

2.2 具有网络营销推广的能力，包括通过站内外推广工具和媒介开展营销工作的能力；

2.3 具有视觉营销设计的能力，包括店铺视觉设计、图文和短视频制作的能力；

2.4 掌握客服规范，具有客户咨询回复、异常订单处理、售后纠纷处理、客户维护等能力；

2.5 具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，遵守电子商务相关的法律法规；

2.6 具有良好的表达沟通能力、团队合作精神、创新精神和创业意识；

2.7 具有终身学习和可持续发展的能力；

六、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课和专业技能课。

公共基础课包括德育课、文化课、体育与健康课、公共艺术课和公共选修课。专业技能课包括专业核心课、专业（技能）方向课。实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

（一）公共基础课程

(1) 中国特色社会主义

课程名称	中国特色社会主义	课程性质	公共基础必修课程	课时	36
主要教学内容及要求	教学内容：涵盖中国特色社会主义的形成背景与理论体系、新时代的历史方位与使命任务、“五位一体”总体布局与“四个全面”战略布局的核心内涵。 教学要求：在中职学生认知基础上，引导学生树立拥护中国共产党领导、拥护中国特色社会主义的政治信念，增强对国家发展道路的认同感与自豪感。指导学生掌握中国特色社会主义的关键概念与核心要义，能结合所学专业分析国家产业政策与职业发展趋势，明确个人职业成长与国家战略需求的关联；引导学生将个人职业理想融入国家发展大局，提升社会责任感与历史使命感，为成长为合格的新时代技术技能人才奠定坚实思想基础。				

(2) 心理健康与职业生涯

课程名称	心理健康与职业生涯	课程性质	公共基础必修课程	课时	36
主要教学内容及要求	教学内容：涵盖心理健康核心标准（如情绪管理、人际适应）与中职生常见心理困扰（学业压力、人际矛盾、职业迷茫）的识别及调节技巧；自我探索和职业生涯阶段性规划，同时融入劳动精神、工匠精神等与职业素养相关的心理培育内容。				

	教学要求：本学科基于社会发展对中职学生心理素质、职业生涯发展提出的新要求以及心理和谐、职业成才的培养目标，阐释心理健康知识，既引导学生认识自我、管理情绪、应对人际压力，培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，又结合职业发展规律，让学生明确职业兴趣、规划职业路径、提升职业适应力，在心理成熟与职业准备的双向赋能中，实现从校园到职场的平稳过渡与长远发展。
--	---

(3) 哲学与人生

课程名称	哲学与人生	课程性质	公共基础必修课程	课时	36
主要教学内容及要求	教学内容：涵盖马克思主义哲学基础、人生问题专题、职业实践关联内容等，同时融入劳模精神、工匠精神背后的哲学逻辑与人生智慧案例。 教学要求：引导学生树立辩证唯物主义与历史唯物主义的基本思维，增强理性看待问题的意识。指导学生掌握马克思主义哲学的关键概念与核心观点，培养学生用辩证思维化解人生困惑、用发展眼光规划职业路径的能力，能结合所学专业辨析职业发展中的机遇与挑战；帮助学生树立正确的人生观、价值观与职业观，将哲学思维转化为解决实际问题的能力，为成长为有思考力、有行动力的新时代技术技能人才奠定思想基础。				

(4) 职业道德与法治

课程名称	职业道德与法治	课程性质	公共基础必修课程	课时	36
主要教学内容及要求	教学内容：涵盖职业道德核心准则、中职生职业行为规范；各行业典型职业道德案例、职业岗位中的道德冲突应对方法；法治基础内容；职场法治应用专题，同时融入新时代劳模精神、劳动精神与法治精神的融合教育内容。 教学要求：通过本学科学习让学生理解全面依法治国的总目标和基本要求，了解职业道德和法律规范，增强职业道德和法治意识，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。要求学生能够内化职业道德准则、外化法治行为规范，自觉提升职业境界，并学会运用法律维护自身合法权益、履行法定义务，为未来顺利融入职场和社会奠定坚实的思想与行为基础。				

(5) 语文

课程名称	语文	课程性质	公共基础必修课程	课时	228
主要教学内容及要求	教学内容：遵循祖国语言文字的学习规律和技术技能人才成长规律，依据学生身心发展特点，以语文学科核心素养为统领，整体建构、系统设计学校语文课程。由基础模块、职业模块和拓展模块构成，具体内容包括中外文学作品选读、实用性文本阅读与交流、古代诗文选读、中国革命传统				

	作品选读、社会主义先进文化作品选读、跨媒介阅读与交流等等。 教学要求：语文课程要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，使学生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。指导学生学习必需的汉语拼音、汉字、语法语文基础知识，掌握日常生活和职业岗位需要的应用文阅读能力、写作能力、口语交际能力，具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力，学习跨媒介信息获取与表达的能力，提高信息时代职业素养。指导学生掌握基本的语文学习方法，养成自学和运用语文的良好习惯。引导学生重视语言的积累和感悟，接受优秀文化的熏陶，增强文化认同感和使命感，增强文化自信，提高思想品德修养和审美情趣，形成良好的个性、健全的人格，促进职业生涯的发展。
--	--

（6）数学

课程名称	数学	课程性质	公共基础 必修课程	课时	228
主要教学内容及要求	中职数学课程是中等职业教育阶段的一门公共基础课程，旨在培养学生运用数学知识解决实际问题的能力，为学生的专业学习和终身发展奠定基础。在数学知识学习和数学能力培养过程中，使学生逐步提高数学运算、直观想象、逻辑推理、数学抽象、数据分析和数学建模等数学学科核心素				

	养,形成在继续学习和未来工作中运用数学知识和经验发现问题的意识,运用数学的思想方法和工具解决问题的能力;使学生具备一定的科学精神和工匠精神,养成良好的道德品质,增强创新意识,成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。
--	--

(7) 英语

课程名称	英语	课程性质	公共基础必修课程	课时	228
主要教学内容及要求	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设,注重在教学内容中体现专业特色。包括人与自我、人与社会和人与自然三大主题范围,如校园生活,志愿服务,人类文明和多元文化,时代楷模和大国工匠等。学生通过学习这些主题能掌握语言基础知识和发展基本技能,形成积极的人生态度,树立正确的世界观、人生观和价值观.教学要求:在九年义务教育基础上帮助学生进一步学习英语基础知识,培养听说读写等英语技能,初步形成职场英语的应用能力,激发和培养学生的学习兴趣,提高学生的自信心,帮助学生掌握学习策略,养成良好的学习习惯。				

(8) 信息技术

课程名称	信息技术	课程性质	公共基础必修课程	课时	72
------	------	------	----------	----	----

主要教 学内容 及要求	本课程旨在培养学生信息技术核心素养，支撑专业学习与终身发展。主要内容包括：计算机基础、操作系统应用、办公软件操作（文字处理、电子表格、演示文稿）、网络基础与信息安全、信息检索与数据处理、程序设计初步等。 教学要求：通过理论、实操一体化教学，强化实际操作能力，提升信息道德与安全意识，为学生专业学习与未来职业发展奠定坚实基础。
-------------------	--

（9）体育与健康

课程名称	体育与健康	课程性质	公共基础必修课程	课时	132
主要教 学内容 及要求	通过学习本课程，学生能够喜爱并积极参与体育运动，享受体育运动的乐趣；学会锻炼身体的科学方法，掌握 1-2 项体育运动技能，提升体育运动能力，掌握健康知识和与职业相关的健康安全知识，形成健康文明的生活方式；发扬体育精神，塑造良好的体育品格，增强责任意识、规则意识和团队意识。帮助学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志，使学生在运动能力、健康行为和体育精神三方面获得全面发展。				

（10）公共艺术

课程名称	公共艺术	课程性质	公共基础必修课程	课时	36
------	------	------	----------	----	----

主要教学内容及要求	通过本课程的学习，使学生通过艺术鉴赏与实践等活动，发展艺术感知、审美判断、创意表达和文化理解等艺术核心素养。充分发挥艺术学科独特的育人功能，以美育人，以文化人，以情动人，提高学生的审美和人文素养，积极引导学主主动参与艺术学习和实践，进一步积累和掌握艺术基础知识、基本技能和方法，培养学生感受美、鉴赏美、表现美、创造美的能力，帮助学生塑造美好心灵，健全健康人格，厚植民族情感，增进文化认同，坚定文化自信，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。
-----------	--

（11）历史

课程名称	历史	课程性质	公共基础必修课程	课时	60
主要教学内容及要求	教学内容：本学科是在义务教育历史课程的基础上，以唯物史观为指导，以中国历史发展基本脉络为主线，贯通古代、近代与现代，重点讲述历代制度演变、经济文化成就、民族交融与国家统一进程，突出中华文明的悠久性与连续性；近现代部分着重阐释中国人民为救亡图存、实现民族复兴进行的艰苦卓绝斗争与探索，深刻揭示历史和人民选择马克思主义、选择中国共产党、选择社会主义道路的必然性。 教学要求：要求掌握基本史实，形成正确的历史观、民族观与国家观，注重将历史知识与现实关怀相结合，提升职业素				

	养与家国情怀，最终达成立德树人的根本任务。
--	-----------------------

（12）中国传统文化

课程名称	中国优秀传统文化	课程性质	公共基础选修课程	课时	36
主要教学内容及要求	教学内容：课程的教学内容涵盖多个维度，旨在帮助学生全面了解传统文化的内涵与价值。本学科立足中职生认知特点与成长需求，精选诗词文赋、传统技艺、民俗礼仪、思想智慧等核心内容，包括中国传统礼仪文明、古代教育精粹、古典文学与艺术、传统民俗（如服饰、饮食、节庆等）以及古代科技成就。 教学要求：通过沉浸式体验与实践性学习，引导学生感受中华优秀传统文化的独特魅力，理解其蕴含的精神内涵与价值理念，在文化认同与文化自信的培育中，将传统智慧与职业素养、生活实践相融合，助力其成长为兼具文化底蕴与专业能力的新时代技能人才。				

（13）普通话

课程名称	普通话	课程性质	公共基础选修课程	课时	24
主要教学内容及要求	中职普通话教学核心是提升学生口语交际与职业应用能力。主要内容包括：语音基础（声韵调、语流音变训练），表达技能（朗读、演讲、交谈），职业用语（服务、接待等				

	情境口语)。要求发音标准、表达流畅,能根据不同职场语境恰当沟通,并养成说普通话的习惯,为其就业与发展奠定语言基础。
--	---

(二) 专业(技能)课

(1) 电子商务基础

课程名称	电子商务基础	课程性质	专业基础课	课时	180
典型工作任务	① 平台操作技能:熟练使用淘宝、拼多多、京东等主流平台的卖家后台,完成商品上下架、标题优化、订单处理、物流对接等基础操作。 ② 营销推广技能:掌握基础的电商营销手段,包括设置优惠券、参与平台活动(如 618、双 11)、简单的短视频/直播带货流程,以及社群营销(微信、QQ 群运营)的方法。 ③ 客户服务技能:能用专业话术通过旺旺、抖音私信等渠道解答客户咨询,处理售后问题(如退换货、投诉),并维护客户关系,提升复购率。 ④ 基础设计与文案技能:会用 PS、AI 等工具制作简单的商品主图、详情页海报,能撰写清晰的商品描述文案,突出产品卖点。				
主要教学内容及要求	了解电子商务的发展和作用,以及电子商务各工作岗位的工作内容、职业素养,为自己的职业生涯做好规则,从而为后续课程的学习奠定了基础。 介绍电子商务的基本概念,如通过互联网进行的商品销				

	售、服务提供等经营活动，让学生理解其内涵与本质。阐述电子商务的发展历程，从起源到不同阶段的重要变革，分析其发展现状与趋势，了解在当前数字经济中的地位和作用。
--	--

(2) 市场营销知识

课程名称	市场营销知识	课程性质	专业基础课	课时	216
典型工作任务	① 沟通表达能力：能清晰、有条理地介绍产品，准确理解客户需求，避免沟通偏差。 ② 服务意识：保持积极、耐心的态度，以客户需求为核心，不单纯追求成交。 ③ 抗压与应变能力：能接受销售业绩压力，面对客户拒绝或突发问题时，快速调整应对。 ④ 团队协作能力：能与同事配合完成营销活动分工，共同达成目标。				
主要教学内容及要求	市场营销中职教育以“岗位需求为导向、实践能力为核心”，聚焦培养适应零售、电商、快消、服务等行业一线需求的技能型营销人才，课程设置围绕“够用、实用、管用”原则，平衡理论知识与实践操作，避免“重理论轻技能”或“纯操作无逻辑”的误区，既注重市场营销基础理论的扎实掌握，也强调实战操作能力与职业素养的同步提升，助力学生快速对接岗位、实现职业发展。				

(3) PS

课程名称	PS	课程性质	专业基础课	课时	72
典型工作任务	① 软件操作基础：熟练掌握 PS 界面布局、图层、选区等核心功能。精通图像调整逻辑与实操。掌握常用工具的精准运用。专项修图技能人像修图、产品修图和场景修图。 ② 行业实战能力：理解不同行业修图标准：电商产品图（符合平台像素/白底要求）、婚纱写真（自然唯美风格）、商业广告（高质感、视觉冲击力）。 ③ 掌握图片输出规范：分辨率（印刷 300dpi/网络 72dpi）、色彩模式（CMYK/RGB）、文件格式（JPG/PNG/TIFF/PSD）。 ④ 具备简单的创意设计思维：结合排版、色彩搭配完成基础海报、等图文合成作品。				
主要教学内容及要求	PS (Photoshop) 作为数字图像处理领域的核心工具，在广告设计、影视后期、电商美工、UI/UX 设计等行业应用广泛。中职院校的 PS 课程以“岗位需求为导向、技能实操为核心”，掌握 PS 核心操作（图层、蒙版、通道、滤镜、调色、抠图、合成等），能独立完成电商主图设计、海报制作、产品修图、简单 UI 界面元素设计、短视频封面处理等岗位任务；熟悉 PS 与其他设计软件（如 AI、Figma）的协同工作流程。旨在为社会输送具备扎实 PS 操作能力、符合行业一线岗位要求的技能型人才，其培养体系围绕目标定位、核				

	心内容、实施路径及保障机制四大维度构建。
--	----------------------

(4) 网店商品拍摄与后期处理

课程名称	网店商品拍摄与后期处理	课程性质	专业必修课程	课时	144
典型工作任务	① 商品拍摄技能 设备操作：熟练使用单反 / 微单相机，掌握光圈、快门、ISO、白平衡等核心参数调节；能操作补光灯、反光板、柔光箱等辅助设备。 场景搭建：根据商品类型（如服装、饰品、食品）搭建简易场景，选择合适背景（纯色、实景），控制拍摄环境的光线（自然光、人工光）。 拍摄技法：掌握不同商品的拍摄角度（正面、侧面、细节），能拍出商品的质感（如金属光泽、布料纹理）和功能特点，避免变形、过曝或欠曝。 ② 后期制作技能 软件操作：精通 Photoshop (PS) 基础功能，会用 Lightroom (LR) 批量调色；了解剪映等简易视频剪辑软件的基础操作。 图片处理：能完成图片裁剪、调色（统一色调、提升质感）、修瑕（去除商品瑕疵、背景杂物）、抠图（透明背景处理），并按网店要求（如淘宝、拼多多）调整图片尺寸和分辨率。 基础设计：会添加简单文字（如商品卖点、价格）、Logo，能制作简易的商品主图、详情页配图，确保视觉效果清晰、				

	吸引客户。
主要教学内容及要求	通过本课程学习，使学员掌握网店商品拍摄的核心技巧与后期处理的实用方法，能够独立完成符合电商平台展示需求的商品图片制作，提升商品视觉吸引力，助力转化率提升。 依照网店日常运营工作流程及典型工作岗位的代表性任务，以淘系平台为主，采用项目的方式，通过任务的形式，逐步介绍网店运营的操作内容。主要涵盖货源选品、商品采编、网店推广、网店客服、数据分析、运营管理等内容。

（5）网页美工设计

课程名称	网页美工设计	课程性质	专业必修课程	课时	72
典型工作任务	① 视觉设计与审美基础：掌握版式设计，熟练运用对齐、对比、重复、亲密性原则，完成网页布局排版。精通色彩应用，理解色彩心理学、网页配色规范。具备图形与图标设计，能绘制简约矢量图标（如导航、功能按钮），理解图标在网页中的表意与适配逻辑。 ② 网页设计专业技能：网页界面设计规范，熟悉主流屏幕尺寸、网页布局结构。响应式设计基础，理解“一套设计适配多终端”逻辑，掌握移动端与PC端界面的适配要点（元素缩放、布局重组）。网页视觉落地认知，了解设计与前端衔接常识（如切图规范、标注尺寸、常用图片格式适配），确保设计可实现。				

	③ 设计软件实操：Photoshop (PS)：用于网页 banner、海报、图片处理及切片输出。Illustrator (AI)：用于矢量图标、logo、装饰图形绘制，保证放大不失真。Figma/Adobe XD：主流网页 UI 设计工具，掌握原型绘制、组件复用、交互逻辑标注（如按钮点击状态、页面跳转）。 ④ 行业实战能力：能独立完成完整网页视觉设计，从首页到内页（如列表页、详情页）的整套界面设计，符合行业风格（电商类活泼、企业类简约、文创类个性）。具备设计沟通与需求理解，能根据需求文档（PRD）提炼设计重点，理解用户体验（UX）基础逻辑（如导航清晰、操作便捷）。掌握设计作品输出规范：按前端开发要求输出设计稿（含标注文件、切图资源包、格式为 PNG/JPG/SVG）。
主要教学 内容 及要求	培养学生具备扎实的网页美工设计理论知识和实践技能，使其能够独立掌握 Photoshop、Illustrator、Figma 等主流设计软件操作，完成网页版式设计、色彩搭配、图标绘制、Banner 设计完成各类网站的页面设计、布局规划、色彩搭配以及图形图像处理等工作，具备良好的审美能力、创新思维和团队协作精神，满足行业对网页美工设计人才的需求。让学生从实践过程中掌握网页技术的应用。学生通过学习并完成所创设的项目，能够熟练掌握网页的设计与制作。教材中还植入职业岗位能力、乡土文化等元素，以“乌镇”相关页面制作为主线进行课实践，培养学生的综合职业能力。

(6) 网络推广实务

课程名称	网络推广实务	课程性质	专业必修课程	课时	192
典型工作任务	① 网络推广基础能力：营销思维认知，理解核心逻辑，掌握用户画像分析。文案基础创作，能撰写适配不同场景的推广文案。基础视觉素材制作满足基础素材需求。 ② 主流平台推广技能：社交媒体推广，熟悉抖音/快手的内容推荐机制，能策划选题、拍摄剪辑短视频，掌握直播基础流程（选品、话术、互动）。理解“内容种草”逻辑，能发布笔记、搭配话题标签，提升内容曝光量。电商平台推广，淘宝/拼多多：掌握直通车基础投放、标题优化、商品主图/详情页推广逻辑，提升商品搜索排名。直播带货基础，熟悉电商直播的选品、定价、促销话术设计，助力商品转化。 ③ 数据复盘与优化能力：掌握数据工具使用，看懂微信公众号后台、抖音创作者服务中心、电商平台生意参谋的核心数据（如曝光量、点击率、转化率、粉丝增长数）。具备效果分析思维，能根据数据判断推广效果（如短视频完播率低则优化开头），并调整推广策略（如调整文案、更换素材、优化投放时间）。熟悉转化路径优化，理解从“曝光→点击→咨询→成交”的全链路，能针对性解决各环节流失问题（如点击低优化标题封面、咨询少优化客服话术）。				
主要内容	详细阐释网络推广的定义，对比其与传统推广方式在传播媒介、受众范围、互动性等方面的差异，让学生清晰认识				

及要求	网络推广的独特优势和价值，如网络推广传播速度快、不受地域限制、能与受众实时互动等。通过案例分析，展示网络推广在不同行业的成功应用，如小米手机通过网络推广迅速打开市场，提升品牌知名度。 以网络推广的工作过程为导向，以任务驱动为主线，根据网络推广的岗位要求和职业素养要求，对网络新闻、论坛、微博、邮件、搜索排名、网络广告、微信等常见的推广方式进行了重点介绍。每个项目设有项目综述、项目目标、项目任务、项目总结、项目检测等栏目，精心设计任务，通过任务驱动，指引学生学习网络推广常见的推广方法以及各项网络推广方式的应用操作技能。
-----	--

（7）客户服务

课程名称	客户服务	课程性质	专业必修课程	课时	60
典型工作任务	客户服务，包括客户咨询回复、异常订单处理、售后纠纷处理、客户维护、评价管理等工作内容，使用客服、社群工具及办公相关软件完成工作任务				
主要教学内容及要求	① 掌握客户服务基础知识。 ② 理解平台规则、商品知识和沟通技巧等内容，能够回复客户咨询。 ③ 能够进行异常订单处理。 ④ 能够进行售后纠纷处理。				

	⑤ 能够进行客户数据分析、引流并实施维护。
	⑥ 能够进行评价舆情的引导与管理

(8) 新媒体运营

课程名称	新媒体运营	课程性质	专业必修课程	课时	90
典型工作任务	① 内容生产技能：能完成短视频从脚本撰写、简单拍摄（手机 / 基础相机操作）到剪辑的全流程；会写社交媒体文案（如小红书笔记、微信公众号短文），能结合热点提炼内容亮点。 ② 平台操作技能：熟练使用抖音、快手、小红书、微信视频号等主流平台的后台，完成账号设置、内容发布、话题添加、数据查看（如播放量、点赞率、粉丝增长）等基础操作。 ③ 用户互动与引流技能：能在评论区、私信中与用户沟通，用话术引导关注或参与活动（如“点关注抽福利”）；会用基础手段提升内容曝光，比如搭配热门 BGM、参与平台话题挑战。 ④ 基础设计与工具技能：用醒图等工具制作封面图、海报；会用微信公众号编辑器排版图文，掌握基础的图片调色、文字排版技巧。				
主要教学内容	新媒体运营中职教育以“岗位实操为核心、行业需求为导向”，聚焦培养适应短视频、直播、社交电商、内容营销				

及要求	等领域一线需求的技能型人才，既注重新媒体基础理论与工具使用能力的夯实，也强调创意落地、数据优化与用户沟通等实战素养的提升，助力学生快速适配岗位，实现从“校园学习”到“职场实战”的无缝衔接。课程中深入了解新媒体的定义，它是利用数字技术、网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态。 从早期的论坛、博客，到如今的短视频、直播，探索新媒体如何一步步改变我们的生活与信息传播方式。学会运用问卷调查、用户访谈、数据分析等方法，精准把握目标用户的兴趣、痛点和需求。比如针对健身爱好者，了解他们在减肥、增肌、运动损伤预防等方面的需求，为内容创作提供方向。
-----	--

(9) 智慧物流与供应链管理基础

课程名称	智慧物流与供应链管理基础	课程性质	专业必修课程	课时	162
典型工作任务	① 物流作业操作技能：能规范完成货物的入库、验收、存储、拣选、打包、出库等仓储基础操作。能操作常见的物流设备，如手持扫码枪（PDA）、地牛、叉车（需考取相应证书）、传送带等。能进行简单的货物分类、编码、盘点，并处理盘点差异。 ② 智慧化工具应用技能：能熟练使用仓储管理系统（WMS）的基础模块，如录入订单、查询库存、生成拣货单。				

	能操作运输管理系统（TMS）的基础功能，如查询运输路线、跟踪货物位置、录入到货信息。了解自动化设备（如 AGV 机器人、智能货架）的工作原理，并能配合其完成基础作业，如放置货物、确认任务。 ③ 供应链基础协同技能：能与上下游环节（如采购、销售、客户）进行简单的信息沟通，反馈货物状态。能识别基础的供应链异常，如货物延期、破损，并按流程上报处理。具备基础的成本意识，能在操作中避免物料浪费、设备损坏等额外成本。
主要教学内容及要求	本课程是物流管理、供应链管理、电子商务等相关专业的基础课程，旨在帮助学生理解智慧物流与供应链管理的核心概念、技术应用及运作逻辑，培养其运用智能化思维分析和解决供应链问题的基础能力。 理解物联网、大数据、人工智能等技术在供应链各环节的应用原理。

（10）直播销售

课程名称	直播销售	课程性质	专业拓展课程	课时	90
典型工作任务	① 直播实操技能 产品讲解能力：能清晰介绍产品卖点、功能、使用场景，针对不同品类（如服饰、食品、数码）调整讲解逻辑，解答用户即时疑问。				

	镜头表现与控场能力：镜头前仪态自然，语言表达流畅有感染力；能应对直播突发情况（如网络卡顿、恶意评论），把控直播节奏，引导用户互动。 互动与转化能力：通过口令、抽奖、问答等方式提升用户停留时长；熟练运用“限时优惠”“库存紧张”等话术引导用户下单，提升转化率。 ② 运营策划技能（关键） 直播策划能力：能独立完成直播脚本撰写，包括流程设计、话术设计、福利活动规划，明确直播目标（如拉新、冲销量）并匹配对应策略。 账号运营基础能力：掌握直播账号的日常维护，包括发布预热短视频、回复粉丝评论、分析直播数据（如观看人数、转化率），并根据数据优化直播方案。 选品与供应链对接能力：了解选品逻辑，能结合目标用户需求筛选合适产品；掌握与供应商对接的基础流程，确认库存、发货时效等关键信息。 ③ 辅助支撑技能（基础） 短视频拍摄与剪辑能力：能拍摄直播预热、产品展示类短视频，使用剪映等工具完成剪辑、加字幕、配背景音乐等基础操作。 设备操作与调试能力：熟练使用直播常用设备，包括手机、麦克风、补光灯、支架等，能独立完成设备连接与调试，避
--	---

	免直播中出现设备故障。 基础客服能力：直播后能处理用户的订单咨询、售后问题（如退换货），维护用户关系，提升复购率。
主要教学 内容及要求	本书围绕直播电商新业态发展趋势组织编写，采用“项目→任务→活动”的编写体例，掌握直播脚本撰写、产品讲解技巧、镜头表现力、互动控场方法、直播平台操作（如抖音、淘宝、拼多多等平台的直播设置、流量投放基础）、数据复盘基础（如观看人数、转化率、停留时长等核心数据解读）；能独立完成中小型直播场次的筹备、执行与初步复盘。 培养良好的沟通表达能力、客户服务意识、团队协作精神，以及诚信经营、合规销售的职业操守（如规避虚假宣传、了解直播行业相关法律法规）；同时具备抗压能力，适应直播行业高强度、快节奏的工作模式。 以行业需求为导向、以实战技能为核心、以校企协同为支撑，通过“课程－实践－师资－评价”的一体化设计，培养出既懂技能、又有素养，能快速适应岗位、具备发展潜力的直播销售人才，为直播电商行业注入优质的技能型力量。

（11）数字化零售运营

课程名称	数字化零售运营	课程性质	专业核心课	课时	60
典型工作	店铺运营辅助，包括店铺开设与日常维护、商品分析、店铺				

任务	数据收集与分析、平台活动执行、商品上下架及标题优化等工作内容，使用办公相关软件、互联网工具、平台工具及平台操作完成工作任务
主要教学内容及要求	① 掌握平台规则和运营基础知识。 ② 了解运营常用名词术语及经营计算公式。 ③ 能够完成店铺入驻、日常维护、商品上下架及标题优化、活动申报等操作。 ④ 能够监控店铺、商品、活动、客户等相关数据并收集、整理和汇总

（12）推销实务

课程名称	推销实务	课程性质	专业拓展课程	课时	72
典型工作任务	① 推销基础与沟通能力 客户洞察能力：能通过观察（衣着、言行）和简单提问，快速判断客户需求（如价格敏感型、品质导向型）与购买意向。 高效沟通技巧：掌握礼貌用语规范，会用 FABE 法则（特征 Feature→优势 Advantage→利益 Benefit→证据 Evidence）介绍产品，避免“自说自话”。 异议处理能力：熟练应对常见客户拒绝（如“太贵了”“再考虑下”），能通过共情（“我理解您的顾虑”）+解决策略				

	（“对比性价比/提供售后保障”）化解分歧。 ② 推销全流程实操技能 客户开发与拜访：掌握线下（陌生拜访、商圈扫楼）、线上（微信/电话初步沟通）客户开发方法，能撰写简单拜访话术与预约技巧。 产品展示与演示：会结合产品特点设计展示方案，通过场景化演示激发购买欲。 议价与成交促成：理解议价逻辑，掌握让步技巧；会用促成技巧（假设成交法、限时优惠法）推动成交。 售后与客情维护：能完成订单跟进（送货、安装告知）、售后问题初步处理（如产品使用咨询），通过定期回访（微信/电话）维护老客户，挖掘复购与转介绍机会。 ③ 行业适配与职业素养 行业产品知识：熟悉所涉行业产品的核心参数、功能卖点、竞品差异（如家电行业懂能耗等级、数码行业懂配置参数）。 礼仪与形象管理：掌握推销场景礼仪（仪容整洁、握手规范、递名片姿势），塑造专业可信的职业形象。 抗压与应变能力：能承受客户拒绝的压力，应对推销中的突发情况。
主要教学内容及要求	深入讲解推销的概念，让学生清晰理解推销不仅仅是简单的售卖商品，而是通过创造、沟通与传送价值给客户，经营客户关系，使双方需要得到满足的行为过程。剖析推销的

	要素，包括推销主体（推销员）、推销客体（产品或服务）和推销对象（客户），明确推销员在其中的关键地位，以及推销的功能，如销售商品、传递商品信息、提供服务和反馈市场信息。同时，介绍推销的不同形式，如上门推销、店堂推销、电话推销等，分析各自的特点与适用场景。
--	--

（三）综合实训

综合实训课程是专业技能课程教学的重要内容，是培养学生良好职业道德，强化学生实践能力和职业技能，提高学生综合职业能力的重要环节。通过校内实训室模拟演练，以及岗前培训等形式，使学生具备本职业岗位（岗位群）所要求的能力。

1. 通过现场参观、观看录像等方式，引导学生进入专业领域，初步了解专业概况，了解电商等相关知识，增强对电商相关认识，激发学生的学习兴趣，为学习后续专业技能课打下基础。

2. 针对暂未具备独立岗位操作能力、尚未完全达到实习岗位适配要求的中职学生，由学校统筹组织，安排至合作实训单位的对应岗位。在实训单位专业技术人员的全程指导下，学生以辅助参与的形式开展岗位实践，通过真实岗位场景的沉浸式学习，系统提升职业技术水平与岗位实操技能，实现理论知识与职业实践的深度融合，为后续胜任正式岗位奠定基础。

（四）实习实训

学生通过两年多的学习和实训，初步具备了一定的技术知识和能力。为了把学生培养成为电子商务专业技能型人才，实现“毕

业即就业，上岗即能用”的教学目的，将学生送到合作实训单位进行顶岗实践，使学生在实践中学习和掌握岗位能力和综合能力，适应未来的工作环境，培养学生的团队协作能力。

七、教学进程总体安排

（一）基本要求

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（含复习考试），累计假期 12 周。1 周一般为 30 学时。实习实训一般按每周 30 小时（1 小时折 1 学时）安排。3 年总学时数约为 3200 学时。

专业课程学时一般占总学时的 2/3（包含入学教育及军训），其中学生在实习单位的实习进度根据人才培养方案确定，时间一般为 3 个月，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。

专业课程学时一般占总学时的 2/3，其中学生在实习单位的实习学生根据人才培养方案确定，时间一般为 3 个月，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。

选修课为公共基础选课和专业拓展课。

（二）教学进度计划安排

25 级电子商务课程设置及课时安排

课程分类	序号	课程名称	学时安排			考核方式			学年/学期/周数/周学时数					
									第一学年		第二学年		第三学年	
			总学	理	实	考	考	实	1	2	3	4	5	6
				论	践	试	查	操	18	18	18	12	18	6周

			时	学	学				周	周	周	周	周	
				时	时									
公共基础课	必修	1	中国特色社会主义	36	36				2					
		2	心理健康与职业生涯	36	36					2				
		3	哲学与人生	36	36						2			
		4	职业道德与法治	36	24		√					2		2
		5	语文	228	228		√		2	2	2	2	4	4
		6	数学	228	228		√		2	2	2	2	4	4
		7	英语	228	228		√		2	2	2	2	4	4
		8	信息技术	72	18	54			√	2	2			
		9	体育与健康	132	18	126		√	2	2	2	2		
		10	公共艺术	36	18	18		√	1	1				
		11	历史	60	60						2	2		
	选修	12	中华优秀传统文化	36	18	18			√				2	
		13	普通话	24		24							1	1
		小计		1188	948	240	0	0	0	13	13	12	12	15
专业课	专业基础课	1	电子商务基础	180	90	90	√		3	3			3	3
		2	市场营销知识	216	108	108	√		4	4			3	3
		3	PS	72	18	54			√	4				
		4	网店商品拍摄与后期处理	144	36	108	√		4	4				
	专业	5	网页美工设计	72	18	54			√		4			
		6	网络推广实务	192	72	120			√			4	4	3

核 心 课	7	客户服务	60	18	42			√			2	2				
	8	新媒体运营	90	18	72	√					3	3				
	9	智慧物流与供应链管理基础	162	18	144	√					3	3	3	3		
	10	直播销售	90	18	72		√				3	3				
	11	数字化零售运营	60	10	50								2	2		
	12	消费心理学	60	30	30			√						2	2	
	拓 展 课	13	营销策划实务	24	12	12		√						1	1	
		14	推销实务	72	36	36	√			2	2					
专业课合计			1494	502	992	0	0	0	17	17	19	19	13	13		
实 训	1	入学教育及军训	30		30				√							
	2	安全教育	24	12	12				√	√						
	3	劳动教育	72		72				√	√	√	√				
	4	实习	360		360							√		√		
	小计		486	12	474											
总计			3168	1462	1706	0	0	0	30	30	31	31	28	28		
各学期课程门数									12	12	13	13	8	10		

(三) 教学学时分配比例表

序号	课程类型		学时数	占总学时比例
1	必修课	公共课程	1128	35.61%
2		专业课程	1854	58.52%

3	选修课	公共课程	60	1.89%
4		专业课程	156	4.93%
理论教学比重			1462	46.15%
实践教学比重			1706	53.85%

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 专业带头人 1—2 名，应具有高级职称，有较高的教学水平和实践能力的同时具备丰富的本行业工作经验，并在本行业工作经历中取得突出成就。能够加强学科建设、完善学科结构、满足学校发展需要，能够为企业提供技术服务支持，专业带头人必须高素质的“双师型”教师。

2. 专业师生比符合标准建设要求，目前主要专任教师共 12 人，兼职教师 2 人，所有老师均为本科学历，具有专业技能证书。

3. 师资水平及结构，基础课专任教师任职应具有本科及以上学历，专业教师应具有本专业本科及以上学历，且具有企业工作经历。专任教师团队中具有高级职称不少于 30%，获职业资格证书或教师系列以外职称教师比例达到 30%以上。

（二）教学设施

	序号	设备名称	型号/规格	数量
主要专业仪器	1	综合机柜	800*800*2050mm	2

设备装 备情况	2	301 机房	华硕电脑	40
	3	304 机房	华硕电脑	20
	4	Adobe Photoshop	CC	60
	5	Adobe Illustrator	2020	60
	6	Adobe Flash Professional	2020	60
	7	综合配电柜	ET-JG7070225- D42U	8
	8	配线架	SA. 0035. 000	2

(三) 教学资源

1. 所有教材均是国家或行业规划教材。学校也重视教材建设,鼓励教师积极参加职业院校系列规划教材编写和适合本专业具有特色的校内教材的编写工作。所有实验、课程综合练习、实习与实训项目都有相应的较为完善的指导书,能够满足实践教学需要。在就业方面。学校通过校企合作为学生提供实习机会,校企双方技术人员开展互兼互聘的技术合作等。

2. 学校有完整的具有符合上级主管部门颁布的本专业指导性人才培养方案精神的校内实施性教学计划和实施性教学大纲。结合行业发展状况,紧贴市场需求,引入行业领军企业,合作开发校企共建项目,实行“产教融合”和“校企双元特色育人建设”培养技术技能型人才。

3. 通过细化专业职业技能要素,突出针对性、实用性和实践

性；重新整合和优化课程结构，增强专业群内课程之间的关联度，重视专业基础课程体系，持续更新专业核心技能课程，在实训教学环节大量引入企业真实案例符合未来岗位需要。

4. 开设实战操作类课程及实训，调整专业实训时间，增设专业实训环节，在真实工作环境中开展企业实训，从而使参与实习的学生能够更加深入地了解企业的运营管理等内部运作的模式，提升学生在计算机应用操作、供应链与物流、平面设计等方面的专业技能。

学校校园网固定宽带网络出口 1G。学生及教师用计算机总数 180 台；上课教室均已配备多媒体教学设备，能够满足教学需求。电子商务专业现有电子教案 10 个，PPT 课件 12 个，案例 30 个，视频 20 个，试题 15 套，完全能满足专业课上课需要。

（四）教学方法

第一类方法：讲解理论专业知识以举例说明，让学生更好理解。

第二类方法：实操授课先讲解要领，注意事项，再演习给学生看。

第三类方法：指导学生实操和练习，注意操作规范。

第四类方法：让学生组队进行实操练习，进行指导，最后给出意见。

第五类方法：授课结束给学生布置课后作业，使学生加深印象。

（五）学习评价

应根据本专业人才培养方案的要求，建立科学合理的教学评价标准，制定适应电子商务专业的评价办法，实行评价主体、评价方式、评价过程的多元化：专业技能课的教学评价实行校内校外评价相结合，职业技能鉴定与学业考核相结合；公共基础课实行过程评价和成绩评定相结合。不仅要关注学生对知识的理解和技能的掌握，更要关注学生运用知识以及在实践中解决实际问题的能力水平，重视学生职业素质的形成。

学生所修课程均应考核，考核分为考试和考查。公共基础课、专业技能课一般为考试课程；专业拓展课为考试或考查课程。文化课、专业知识课应推行教考分离，统一命题和阅卷；专业技能课可实行统一考试，集体评分。英语、计算机应用基础等课程可采取学校与社会考核相结合的办法，课程结业，组织学生参加社会认可的等级考核，取得相应的等级合格证。

（六）质量管理和安全规范

努力加强专业教学的科学化、规范化、制度化管理。建立教材使用的学校审批制度，确保教材使用的合理性和规范化；根据专业的特点，建立加强教学过程管理的有效机制，确保课堂技能训练的合理密度和强度，努力提高课堂教学的质量；从加强质量管理的要求出发，研究专业教学评价的改进方法，努力增强评价的客观性，促进教学质量的全面提高。

实训网络专用原则：实训室网络仅服务于电商教学实训（如

平台运营、客户服务、数据分析），严禁连接个人热点、外接私人存储设备，防止外部病毒入侵或实训数据外泄。

账号与信息保护：实训所用电商平台账号、后台管理账号需与个人账号区分，密码需包含大小写字母、数字及特殊符号，实训结束后必须退出所有账号；严禁截图、复制客户信息、订单数据等敏感内容，遵守电商行业数据隐私保护要求。

设备操作规范：基础设备操作流程：开机时按“总电源→主机→显示器→外设（打印机、扫码枪）”顺序启动，确认设备正常运行后再打开实训软件；关机前需关闭所有实训窗口，按“软件→系统关机→显示器→主机→总电源”顺序操作，杜绝强制断电。

操作纪律红线：严禁在设备旁放置水杯、零食等物品，防止液体泼洒损坏硬件；禁止随意更改电脑系统设置、卸载实训软件或安装游戏、视频软件，保障设备用于教学实训的专用。

九、毕业要求

学校要完成人才培养方案规定的必修学时，各门课程经评定合格。学生需按要求参加入学教育和军训，按照学校要求参加毕业实习，方准予毕业。

十、附录

人才培养方案修订审批表