

平南县中等职业技术学校 电子商务专业人才培养方案

(专业代码 730701)

修订时间： 2026 年 6 月

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、人才培养目标与培养规格	1
(一) 培养目标	1
(二) 培养规格	2
(三) 专业(技能)方向	4
六、主要接续专业	5
七、课程设置及要求	5
(一) 公共基础课	6
(二) 专业技能课	7
八、教学进程总体安排	12
(一) 基本要求	12
(二) 教学安排	12
九、实施保障	15
(一) 师资队伍	15
(二) 教学设施	16
(三) 教学资源	20
(四) 教学方法	20
(五) 学习评价	22
(六) 教学管理	22
十、毕业要求	22
十一、附录	23

一、专业名称及代码

电子商务（730701）

二、入学要求

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

所属专业 大类（代 码）	所属专业类 （代码）	对应行 业	主要岗位类 别（或技术领 域）	职业资格证书或技能等级 证书
财经商贸 类（73）	电子商务 （730701）	互联网 生活服 务平台	网店运营	电子商务员、农产品电商 运营员、网店运营推广初 级
			网店美工	网络编辑员、计算机操作 员、计算机网络管理员
			视频拍摄与 剪辑	视频剪辑员
			网络直播	直播运营专员、直播主播

五、人才培养目标与培养规格

（一）培养目标

依据《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》

（教职成〔2019〕13号）、《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）、《教育部关于印发〈职业教育专业目录（2021年）〉的通知》（教职成〔2021〕2号）以及《职业教育专业教学标准—2026年修（制）订》等相关文件精神，2026年对人才培养方案进行修订完善。

坚持立德树人的根本任务，旨在培养适应社会发展与行业变化需求，理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具备一定科学文化水平，拥有良好人文素养、职业道德与创新意识，秉持精益求精工匠精神，具备较强就业能力和可持续发展能力的人才；使其掌握电子商务专业基本知识与实际操作技能，能够满足各行业及企业在电子商务领域的发展需要，胜任电子商务相关职业岗位群的应用型中、初级专门人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应具有以下职业素养、专业知识和技能：

1、职业素养

（1）具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。

（2）具备网络交易安全意识，能防范个人信息泄露，辨别网络欺诈，采用正规渠道实施网络买卖与支付。

（3）具有执行能力、应变能力、团队协作与抗压能力。

（4）具有良好的语言表达和沟通能力。

（5）具有较强的逻辑思维能力并能独立处理问题。

（6）具有一定的创新能力。

2、专业知识

（1）了解国家经济贸易相关的税收政策、法律法规；

（2）熟知新媒体平台，懂得网络营销知识，利用互联网站点、电子邮件、邮件列表、论坛、搜索引擎及相关网络软件工具从事网络推广、宣传、客户服务、报价、接单、洽商、商务信息搜索等方面的知识与技巧；

（3）掌握计算机网络技术、网店美工、多媒体等技术知识；

(4) 掌握商品知识、广告策划与宣传、商务管理的基本理论、理解经济学、市场学的基本原理。

(5) 掌握直播核心概念与平台规则，熟悉“人货场”的运营逻辑，掌握选品组货（引流款、利润款）策略及直播流程设计，学会撰写开场、讲品、逼单等环节的脚本，并能使用数据后台分析停留时长、互动率等基础指标，进行复盘优化。

3、专业技能

(1) 掌握网络营销相关知识，能根据需求，操作站内和站外推广媒介，达到网络营销目的；具备与客户建立良性互动关系的能力；熟练掌握网络推广技巧，并对推广效果实时跟踪、评估和及时改进；

(2) 具备一定的商务能力和计算机应用能力；熟练掌握办公自动化软件具有计算机图形图像设计、开发、应用以及动画制作能力；

(3) 具备一定的拍摄技巧及对图像处理、美化的能力，能够完成网络店铺视觉规划和设计、产品描述设计、日常推广活动页面设计、banner 设计、EDM 设计等工作；

(4) 能够进行公司店铺/网站的运营与维护，活动的策划、执行与推广，能协调美工组与客服组间的配合，制定运营推广计划并统筹控制等工作。

(5) 掌握电子商务日常工作中客户服务相关专业知识，能按照服务规范与流程，服务客户，提出顾客接受的解决方案。

(6) 具备电子商务数据分析能力，能根据需求，利用工具进行数据搜集、分析，并呈现分析结果

(7) 掌握电子商务企业 1~2 个工作岗位所需的业务知识、基本技能，并具有初步实践经验，取得相应的职能技能能力等级证书。

(8) 能策划农产品新媒体营销内容、操作直播、做数据分析与订单转化，且有品牌意识、诚信理念，可适应行业动态，具协作创新思维。

(9) 能根据直播电商策划、直播带货和推广的知识和技巧三大模块，为商品选品、内容策划、脚本策划、商品讲解与展示、直播控场、直播引流、二次传播、数据分析等任务

（三）专业（技能）方向

1. 网店运营方向

（1）能根据企业需求，撰写不同类型的运营软文，符合行业规范。

（2）能根据企业需求，策划促销活动主题，撰写促销活动方案，制定促销活动实施计划。

（3）能根据推广目标，实施基础的 SEO 推广，满足基础要求。

（4）能根据企业需求，运用整合网络运营相关知识，利用推广媒介实施网络推广。

2. 网店美工方向

（1）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、美化与制作；

（2）能使用设计类工具软件，按照网站设计效果图建设网站，符合行业规范。

（3）能根据促销方案，使用工具软件，设计制作促销广告，清晰表达促销方案重点信息。

（4）能使用第三方平台的后台功能，维护网店页面。

3. 电商客服方向

（1）能使用标准的普通话与客户交流

（2）能使用规范化语言服务客户，与顾客沟通顺畅

（3）能理解客户需求，正确录入信息，汉字录入速度到达 80 字/分钟。

（4）能按照客户关系管理流程与规范，使用 CRM 客户关系管理系统，实施大客户关系管理。

4. 视频编辑方向

（1）能根据账号定位方法，完成团队账号搭建；能运用短视频拍摄技巧，完成会使用短视频剪辑软件，完成短视频特效制作；

(2) 学会选题技巧、脚本创作，提升文案策划能力；学习短视频运营基础、短视频引流技巧、变现技巧，掌握短视频运营的核心知识与技巧。

(3) 能根据视频编辑软件，制作电子相册、录像剪辑、画中画、字幕、特殊音效、DVD 影片的技术。

5. 网络直播方向

(1) 理解流量、转化率、GMV 等关键指标，并熟悉主流平台（如抖音、快手）的算法机制、推荐逻辑及广告法、消费者权益保护法等基本法规。

(2) 能够拆解优秀直播间，明确主播、运营、场控的职责，掌握选品组货（引流款、利润款）策略及直播流程设计。

(3) 学会撰写开场、讲品、逼单等环节的脚本，并能使用数据后台分析停留时长、互动率等基础指标，进行复盘优化。

六、主要接续专业

高职：电子商务、物流管理、工商管理

本科：电子商务、物流管理、市场营销、工商管理

七、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课、专业技能课。

公共基础课包括德育课、文化课、体育与健康、公共艺术、历史，以及其他自然科学和人文科学类基础课。

专业技能课包括专业核心课、专业（技能）方向课和专业选修课，实习实训是专业技能课教育的重要内容，包含校内外实训、岗位实习等多种形式。

在实训实践课程中，利用实训室以及实训软件，引用企业真实项目运营，按照电商项目的实施流程，完成电商相关的选品、拍摄、客服、运营、物流等流程，以市场为导向融合职业等级证书，让学历证书与职业技能等级证书体现的学习成果相互转换，具有职业教育特色，通过“教、学、做、证”一体化，实现“课证融合、书证融合”，强化对学生职业能力的培养，强化学生以证促学，对接企业实际应用场景。

(一) 公共基础课

序号			
1			36
2			36
3			36
4			36
5			198
6			180
7			144
8			108
9			144
10			36
11			72
12			72
13			18

[illegible][illegible]

(5) 专业技能方向课 (专业选修课)

- 1) 商品知识。
- 2) 网络常用软件。
- 3) 移动商务。
- 4) 会计基础。
- 5) 电子商务支付。
- 6) 电子商务安全。

3、综合实训

综合实训教学以提升学生综合职业能力为教学目标,与企业合作开发综合实训项目,采取集中实训的教学组织形式,校企教师共同管理和考核学生。

综合实训教学实践安排在第五学期，对应“综合实训”课程，实现项目见下表，依据专业实际情况，可任选其一。

[illegible]

合实训		☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐
		☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	
		☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	
		☐ ☐ ☐	

4、岗位实习

岗位实习是本专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节，要认真落实教育部、财政部关于《中等职业学校学生实习管理办法》的有关要求，保证学生岗位实习的岗位与所学专业面向的岗位群基本一致。在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要，通过校企合作，实行工学交替、多学期、分阶段安排学生实习。要加强岗位实习过程管理，切实保障学生的安全与权益，构建校企共同指导、共同管理、合作育人的岗位实习工作机制。

八、教学进程总体安排

(一) 基本要求

每学年为 52 周，期中教学时间 40 周（含复习考试），累计假期 12 周，周学时一般为 28 学时，岗位实习按照每周 30 小时（1 小时折合为 1 学时）安排，3 年总学时数为 3000-3300。课程开设顺序和周学时安排，学校可根据实际情况调整。

（二）教学安排

课程分类	课程名称	课程性质	学时			学分	各学期周数. 学时分配					
			总学时	理论学时	实践学时		1	2	3	4	5	6
							20	20	20	20	20	20
公共文化	中国特色社会主义	必修	36	36	0	2	2					

基础 课程	习近平新时 代中国特色 □ □ □ □ □ □ □ □ □ □		必修	18	18	0	1						
	心理健康与 职业生涯		必修	36	36	0	2		2				
	哲学与人生		必修	36	36	0	2			2			
	职业道德与 法治		必修	36	36	0	2				2		
	劳动		必修	72	12	60	4	1	1	1	1		
	语文		必修	198	198	0	11	2	2	2	2		3
	数学		必修	144	144	0	8	2	2	2	2		
	英语		必修	144	144	0	8	2	2	2	2		
	信息技术		必修	108	54	54	6	2	2	2			
	体育与健康		必修	144	16	128	8	2	2	2	2		
	艺术		必修	36	18	18	2		1	1			
	历史		必修	72	72	0	4	1	1	1	1		
	小计			1062	802	260	59	14	15	15	12	0	3
专 业	专 业	电子商务数 据分析	必修	126	34	92	7	7					

课 程	核 心 课 程	商品拍摄与 图片处理	必修	144	62	82	8	4	4				
		网络营销实 务	必修	144	62	82	8		4	4			
		短视频编辑 技术	必修	144	62	82	8		4	4			
		店铺运营	必修	126	52	74	7			7			
		电子商务基 础	必修	126	46	80	7			7			
		网店美工	必修	126	42	84	7				7		
		电子商务客 户服务	必修	92	40	52	5				5		
		农产品电商 运营	必修	72	28	44	4		4				
		小计		1028	400	628	57	11	8	22	12	0	0
	专 业 选 修 课 程	农产品电商 运营	选修	72	28	44	4		4				
		办公软件使 用	选修	54	18	36	3	3					
		农产品新媒 体营销	选修	72	24	48	4				4		
		客户关系管 理	选修	72	24	48	4		4				
		网络广告制 作	选修	36	12	24	2			2			
		经济学	选修	72	36	36	3	4					

		管理学	选修	72	36	36	3				4		
		物流基础	选修	54	24	30	3			3			
		农产品网络营销	选修	36	12	24	2				2		
		直播电商运营与实务	选修	36	12	24	2				2		
		小计		504	198	306	26	7	8	5	8	0	0
综合实训课程	岗位实习	必修	700	0	700	39					39		
	操行	必修	18	18		1						1	
	小计		790	46	744	44	0	4	0	0	39	1	
合计				3384	1446	1938	199	31	35	42	31	39	6

说明：

本表不含军训、社会实践、入学教育、毕业教育及选修课教学安排，学校可根据实际情况灵活设置。

九、实施保障

（一）师资队伍

根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的有关规定，进行教师队伍建设，合理配置教师资源。专业教师学历职称结构应合理，至少应配备具有相关专业中级专业技术职务的专任教师2人；建立“双师型”专业教师团队，其中“双师型”教师应不低于80%；应有业务水平较高的专业带头人。

专任教师应有良好的师德和扎实的专业理论知识；一般应具备中级以上职业资格；对本专业课程有较全面的了解，有企业工作经验或实践经历，能传授本专业前沿知识与技术，具备教学设计和实施能力。

应从行业企业聘请兼职教师，企业兼职教师应参与本专业的教研活动，把企业的新工艺、新技术、新的管理理念引入教学当中，对教学中存在的问题及时行总结和反思。

（二）教学设施

本专业应配备校内实训实习室和校外实训基地。

1. 校内实训实习室

校内实训实习建议配备校园 020 体验馆、物流服务中心实训室、商务策划与网络营销实训室、新媒体直播实训室、呼叫中心与网络客服实训室、模拟沙盘实训室、商品摄影及图像处理工作室、电子商务综合实训室共 8 个实训室，主要设施设备及数量见下表。

序号	实训室名称	主要工具和设施设备		备注	
		名称	数量	功能	适用课程
1	呼叫中心与网络客服实训室	计算机	72 台	1、保障客户服务方向专业技能训练； 2、保障客户服务外包项目实践教学；	电子商务客户服务、文字录入、沟通技巧、客户关系管理
		专用全集成一体化云服务器	1 套		
		多媒体教学软件	1 套		
		交互智能教学一体机	1 套		
		耳机	80 套		
		语音网关	2 台		
		短信系统	1 个		
		语音卡	1 套		
		语音卡软件	3 套		
		呼叫中心软件	1 套		

		网络客服实战教学 □ □	1 □		
2	□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □	□ □ □	69 □	1□□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ 2□□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ 3□□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □	□ □
		□ □ □ □ □ □ □ □ □ □	1 □		
		□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □	1 □		
		□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □	1 □		
		□ □ □ □ □ □ □ □ □	1 □		
		□ □ □ □ □ □ □	1 □		
3	□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □	□ □ □	40 □	1□□ □	□ □
		□ □ □ □ □ □ □ +□ □ □	15 □		
		□ □ □ □	10 □		
		□ □ □ □	10 □		
		□ □ □	15 □		
		□ □ □ □ □	5 □		
		□ □ □ □ □	1 □		
		□ □ □ □	1 □		
4	□ □ 020 □	□ □ 020□ □ □ □ □ □	1 □	□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □	□ □ 020□ □ □ □ □ □ □ □ □ □

6	□ □ □ □ □ □ □ □	建有 5 个大型直播间，直播间配备工作台、手机支架、补光灯、柔光灯箱、麦克风、电脑、三脚架、提词器以及部分直播商品。满足课程教学实训需要			
7	□ □ □ □ □ □ □	□ □ □	72 □	1□□ □ □ □ □ □	ERP□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □
		□ □ □ □ □ □ □ □ □ □	1 □	□ □ □ □ □ □ □	
		□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □	1 □	□ □ □ □ □ □ □	
		□ □ □ □ □ □ □ □	1 □	□ □ □ □ □ □ □	
		□ □ □ □ □ □ □ □ □	1 □	□ □ □ □ □ □ □	
8	□ □ □ □ □ □ □ □ □	□ □ □	69 □	1□ □ □ □ □ □ □	□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □
		□ □ □ □ □ □ □	1 □	2□ □ □ □ □ □	
		C2C□ □ □ □ □ □	1 □	□ □ □ □ □ □ □	

		B2B□ □ □ □ □ □ □ □ □	1 □		
		□ □ □ □ □ □ □ □	1 □		
		□ □ □ □ □ □ □ □ □	1 □		

2. 校外实训基地

与广西孙大婶电子商务有限公司开展校企合作，建立校外实训基地，保障短期实践项目教学、岗位实习等教学活动的实施，提供教师企业挂职锻炼岗位，实现教师轮岗实践，提升教师“双师素质”。

（三）教学资源

我校有 300(m²)图书室,有图书 7.6259 万册,电子图书 10 万册,共享 1.7041 万册。

建立共享教学平台，教室全采用电子白板，与网络联通。各科目建立电子教案，实行资源共享。

本专业教学安排坚持学历教育与岗位培训相融合、职业能力与职业素养兼顾，结合各地区办学特点，可选择客户服务、网络营销、网店编辑三个专业技能方向有针对性地培养，系统化设计人才培养方案。

（四）教学方法

1. 公共基础课

课程教学应与培养目标相适应，注重教学改革，部分单元可考虑与专业结合，加强与学生生活、专业和社会实践的联系，为学生可持续发展奠定基础。

2. 专业技能课

专业技能课教学以实际行动导向理念为指导，校企共同开发教学项目，通过重复训练核心步骤、更换不同案例内容的方式，完成由简单到复杂的企业实际案例学习型工作任务，明确操作逻辑。。按照理论与实践一体化的要求组织教学，采用项目教学法、任务教学法、情景教学法、案例教学法。注重实践操作，运用小组合作、成果展示、技能比赛等教学方式开展教学活动。教学中应注重情感态度和职业道德的培养，将文化基础课相关知识与专业训练相融合，注重知识的应用。应突出学生的主体作用，使学生在“做中学、学中做”的工作过程体验中完成学习任务，培养学生分析问题、解决问题的能力。

在针对“电子商务数据分析职业技能证书的教学上，实行课证融通将证书内容融入具体的专业课程中，改革融入了课程的教学方法。

3. 职业技能等级证书

电子商务数据分析职业技能等级证书的内容贯穿于电子商务数据采购、视觉设计、网店销售、网络营销、客户服务、物流管理等全供应链岗位，成为电子商务企业各工作岗位最核心的能力。电子商务数据分析技能等级证书分为初级、中级、高级三个级别。本专业科组对已公示的职业技能等级标准及标准内涵进行调研分析，并在社会认可度、本校电子商务专业人才培养的融合度等方面进行论证，选择了以“电子商务数据分析技能等级证书（初级）”为主要证书。

（1）加大实训。利用实训室内仿真模拟软件例如电子商务数据分析训练软件，将仿真软件的大量行业数据、店铺运营数据分解到各门课程中，结合课程内容，通过大量的数据实践训练，让学生能真正地理解各数据指标的含义。

（2）利用现代信息技术。例如利用超星平台，开展翻转课堂、线上线下混合式教学，发挥线下传统课堂的面对面的情感交流优势，实现信息反馈的及时性、高效性，并通过线上网络平台实现个人学习的时间空间延展性，为学生自主学习，实现“以学生为中心”创造学习平台条件。

（3）产教融合。利用本专业已构建的校企合作，实施双导师协同育人，学生深入企业一线，通过企业实践，获得真实的数据，深刻理解数据分析的意义。例如学生进入企业，通过参加企业的岗前培训和网上销售、网络客服的真实岗位实战，对电商平台规则、竞品分析、交易数据分析、营销推广数据分析、客服数据分析、产品销售数据汇总和分析、店铺活动玩法、服务规范标准等都有了深刻

的切身体会和理解，电商平台的系统操作技能也有了很大提升。

（五）学习评价

教学评价体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，教学评价主要吸收电商行业企业参与，校内校外评价结合，电子商务相关职业技能鉴定与企业考核结合。过程性评价，应从情感态度、对应技能方向、岗位能力、职业行为等多方面对学生在整个学习过程中的表现进行综合测评；结果性评价应从完成项目的质量、技能的熟练程度等方面进行评价。过程性评价内容包括：参加学习的课时数量、学习过程的参与程度、阶段性学习成果、技术操作熟练度与实际应用能力，使评价维度更清晰。结果性评价内容包括：分小组汇报总结，上交项目实施报告，汇报演讲、项目答辩考核成绩等；终结性评价内容包括：技能课程成果、综合实训成果和顶岗实训成果三部分。考核评价应纳入一定的电商企业专业人员评价（课程成果、岗位实习评价）。各阶段评价还要重视对学生遵纪守法、规范操作等职业素质的形成，兼顾对节约意识、网络安全意识的考核。

（六）教学管理

教学管理要更新观念，改变传统的教学管理方式。教学管理要有一定的规范性和灵活性，可实行工学交替等弹性学制。要合理调配专业教师，专业实训室和实训场地等教学资源，为微课堂的实施创造条件；要加强教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法，促进教师教学能力的提升，保证教学质量。

建立专业指导委员会，定期修订人才培养方案。加强制度建设，逐步建立科学的教学管理机制，提高教学质量。

十、毕业要求

本专业毕业生应具有以下职业素养、专业知识和技能：

1. 具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。
2. 具有良好的人际交往、团队协作能力和客户服务意识。
3. 具有电子商务相关的信息安全、知识产权保护和质量规范意识。
4. 具有获取电子商务技术信息、学习新知识的能力。
5. 具有熟练的信息技术应用能力。

十一、附录

（1）落实实习实训人才培养模式，学生以校内学习为主，校外岗位实习为6个月。每学年为52周，其中教学时间40周（含复习考试），假期12周。每学期18周，机动、考试各2周，按30学时每周计算；岗位实习20周，按30学时每周计算。

（2）学校可根据专业的专门化方向和职业的实际需求，推选电子商务师、网络营销师、平面设计师、电商数据分析师、直播运营专员、计算机、物流师等参加国家职业资格四级（中级）鉴定。

（3）课程可结合学生个性发展需求和办学特色针对性开设。

附变更审批表：

序号	☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐
1	☐ ☐ ☐ ☐ 1 ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	2025 ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐	
2	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	2026 ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐	