



深圳市中嘉职业技术学校
Shenzhen Zhongjia Vocational Technical School

电子商务专业 人才培养方案

专业代码：730701

[适用年级：2024]

执 笔 人：余宝侨、刘娟

专业教师代表：时一帆、陈彦成

行业（或企业）代表：刘爱华

学 生 代 表：陈秉佳

专业带头人：陈 艳

审 核 人：陈小荣

修 订 时 间：2024 年 7 月 18 日

电子商务专业

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：730701

二、【入学要求】

初中毕业生或具有同等学历者

三、【修业年限】

学制 3 年

四、【职业（岗位）面向、继续学习专业】

（一）职业面向

所属专业大类	所属专业类 (代码)	对应 行业	主要职业 面向	主要岗位类别	职业资格证书或技能 等级证书
电子商务大类	730701	互联网 市场营销数 据分析企业 管理等多领 域	网店运营 网店美工 电商客服 直播	运营推广 美工设计 客户服务（拓展） 技术开发 等四大岗位群	《网页美工》 《网店运营》 《计算机等级考试》

（二）继续学习专业

电子商务、移动商务、网络营销、商务数据分析与应用、电商直播、全媒体运营、数据分析等专业。

五、【培养目标与培养规格】

（一）培养目标

培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，具有一定的科学文化水平、良好的职业道德和工匠精神，具有扎实的电商专业理论知识和基本技能，具备良好的职业道德、较强的社会适应能力和较高的综合素质。能够从事网店运营管理、网店美工设计、客服、全媒体运营推广等相关工作。具有可持续发展能力的初、中级应用性技术人才。

（二）培养规格

1. 本专业毕业应具备的素质

具有正确的世界观、人生观、价值观。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；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感 and 参与意识；具有良好的职业道德和职业素养。具有良好的身心素质和人文素养。

2. 本专业毕业应具备的知识

- （1）掌握市场与网络营销概念、营销策划、营销技术等基本知识；
- （2）掌握销售分析、商务谈判、市场调研、网络营销等基本知识；
- （3）掌握商务运作与企业管理的基本知识；
- （4）掌握电子商务法律法规基本知识；
- （5）掌握网上交易运营的基本知识与专业知识；
- （6）掌握客户服务与营销管理的基本知识与专业知识；
- （7）掌握新媒体运营等基本知识 with 专业知识；
- （8）掌握直播运营等基本知识
- （9）掌握数据分析基本知识

3. 本专业毕业证应具备的能力

- （1）具有电子商务系统规划和建设、运营和安全的 management 能力；

- (2) 具有利用网络进行商务沟通、商务运作、商务谈判的能力；
- (3) 具有网络营销项目的策划、实施和管理能力；
- (4) 具有平面设计推广能力；
- (5) 具有商品拍摄与上架能力
- (6) 具有商品选品能力
- (7) 具有网店美工设计能力
- (8) 具有网上开店、网店运营推广能力；
- (9) 具有网页制作、H5 制作、短视频制作等全媒体运营推广能力；
- (10) 具有电商数据抓取及数据分析能力；
- (11) 具有电商直播能力。

六、【课程设置及要求】

（一）公共基础课程

1. 公共必修课程

（1）心理健康与职业生涯规划

课程目标：本课程是中等职业学校学生必修的一门德育课程，旨在对学生进行心理、职业道德教育与职业指导。其任务是：培养学生健康的心理意识，了解心理健康的标准，心理健康的培养方式等有关内容，同时使学生了解个人心理健康的程度；使学生了解职业、职业素质、职业道德、职业个性、职业选择、职业理想的基本知识与要求，树立正确的职业理想。

主要教学内容和教学要求：掌握职业道德基本规范，以及职业道德行为养成的途径，陶冶高尚的职业道德情操；形成依法就业、竞争上岗等符合时代要求的观念；学会依据社会发展、职业需求和个人特点进行职业生涯设计的方法；增强提高自身全面素质、自主择业、立业创业的自觉性。

（2）职业道德与法治

课程目标：本课程是中等职业学校学生必修的一门德育课程，旨在

对学生进行法律基础知识教育。其任务是：使学生了解宪法、行政法、民法、经济法、刑法、诉讼法中与学生关系密切的有关法律基本知识，初步做到知法、懂法，增强法律意识，树立法制观念，提高辨别是非的能力。

主要教学内容和教学要求：指导学生提高对有关法律问题的理解能力，对是与非的分析判断能力，以及依法律己、依法做事、依法维护权益、依法同违法行为做斗争的实践能力，成为具有较高法律素质的公民。

（3）中国特色社会主义

课程目标：本课程是中等职业学校学生必修的一门德育课程。其任务是：通过中国特色社会主义的开创、坚持、捍卫、发展，中国特色社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设等方面的学习，来了解改革开放以来中国经济、政治与社会发生的显著变化和巨大进步。

主要教学内容和教学要求：掌握马克思主义中国化的最新理论成果；学会用马克思主义世界观和方法论看待人生、思考社会、探索世界，提高用辩证唯物主义观点分析、解决问题的能力，从而站在国家和人民的立场作出正确的价值判断和价值选择。

（4）哲学与人生

课程目标：本课程是中等职业学校学生必修的一门德育课程，旨在对学生进行马克思主义哲学知识及基本观点的教育。

主要教学内容和教学要求：通过课堂教学和社会实践等多种方式，使学生了解和掌握与自己的社会实践、人生实践和职业实践密切相关的哲学基本知识；引导学生用马克思主义哲学的立场、观点、方法观察和分析最常见的社会生活现象；初步树立正确的世界观、人生观和价值观，为将来从事社会实践打下基础。

（5）语文

课程目标：在初中语文的基础上，进一步加强现代文和文言文阅读

训练，提高学生阅读现代文和浅易文言文的能力；加强文学作品阅读教学，培养学生欣赏文学作品的能力；加强写作和口语交际训练，提高学生应用文写作能力和日常口语交际水平。

主要教学内容和教学要求：通过课内外的教学活动，使学生进一步巩固和扩展必需的语文基础知识，提高学生正确理解和运用祖国语言文字的能力，重视积累、感悟、熏陶和培养语感，使学生养成良好的学习语文的习惯。在教学过程中，培养学生热爱语文的情感，接受优秀文化熏陶，提高道德修养、审美情趣、思维品质和文化品味，发展健康个性，形成健全人格。

（6）数学

课程目标：在初中数学学习的基础上，进一步学习部分职高的数学基础知识。根据各专业课程学习的需要，本课程设置的教学内容为：集合与逻辑用语、不等式、函数、指数函数与对数函数、任意角的三角函数、数列。

主要教学内容和教学要求：通过教学，逐步形成学生的数学素养，使学生掌握社会生活所必需的数学基础知识，并培养学生的基本运算、基本计算工具使用、数形结合、简单的逻辑思维和最简单的实际应用等能力，满足不同专业课程学习和教学的一般需要。

（7）英语

课程目标：在初中英语的基础上，巩固、扩展学生的基础词汇和基础语法；培养学生听、说、读、写的基本技能和运用英语进行交际的能力。

主要教学内容和教学要求：使学生能听懂简单对话和短文；能运用一些最常用的日常套语，在口头表达中做到发音准确；能参照范例翻译简单的汉语句子，为学习专业英语打下基础。

（8）信息技术

课程目标：本课程通过学习计算机的基础理论知识、熟练掌握中文

WIN7 操作系统、中文 Office2010 相关操作及知识。

主要教学内容和教学要求：掌握计算机网络的基本操作和使用，具有文字处理能力，数据处理能力，幻灯片制作能力等信息获取、整理、加工能力及网上交互能力，为以后的学习和工作打下基础。本课程学习结束后，学生可选考“全国计算机等级考试一级 Office”证书。

（9）艺术

课程目标：本课程旨在通过知识讲授、作品欣赏、艺术实践等途径，让学生在认识美、感知美、欣赏美和创造美的过程中，提高艺术欣赏能力和审美素养，拓展心灵视界，充实精神生活，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。

主要教学内容和教学要求：通过知识讲授、作品欣赏、艺术实践等途径，让学生在认识美、感知美、欣赏美和创造美的过程中，提高艺术欣赏能力和审美素养，拓展心灵视界，充实精神生活。通过美育课程学习，帮助学生正确认识美学，了解美学鉴赏，形成良好的语言美、行为美等良好习惯，具有较强身心素质。了解中外美学鉴赏基本理论知识，具象艺术，意象艺术和抽象艺术等理论知识。帮助学生提高对美的敏锐观察能力、感受能力、认知能力、创造能力；学会用美的语言，美的观察，形体塑造等观察创造形象。

（10）体育与健康

课程目标：本课程主要学习体育与卫生保健的基础知识和运动技能，掌握科学锻炼和娱乐休闲的基本方法，养成自觉锻炼的习惯。

主要教学内容和教学要求：培养自主锻炼，自我保健，自我评价和自我调控的意识，全面提高身心素质和社会适应能力，为终身锻炼、继续学习与创业立业奠定基础。

（11）历史

课程目标：本课程通过了解人类社会发展的基本脉络和优秀传统文化，从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增

强历史使命感和社会责任感。

主要教学内容和教学要求：培育社会主义核心价值观，进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神；培养健全的人格，树立正确的历史观和价值观，为未来的学习、工作和生活打下基础。

（12）就业指导

课程目标：本课程为公共基础必修课，贯穿整个专业学习过程，既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面培养和终身发展。

主要教学内容和教学要求：通过激发学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的人生观、价值观、就业观，促使学生明确职业定位，理性规划自身未来职业发展，主动提高专业技术技能，逐渐养成职业综合素质，不断增强就业意识和职业生涯管理能力。

2. 公共选修课程

（1）劳动教育

课程目标：本课程是学生限制选修的一门课程，旨在使学生能够体会劳动创造美好生活、体认劳动不分贵贱、热爱劳动、尊重普通劳动者。通过对劳动的基本理论学习，帮助学生深刻理解劳动对实现个人价值、创造美好生活、推动民族复兴的重要作用，引导学生积极参与劳动，将中华民族勤俭、奋斗、创造、奉献的劳动精神进一步发扬光大。

主要教学内容和教学要求：让学生系统了解劳动的概念和类型；劳动教育的主要内容、重要意义、基本原则和总体目标；理解劳动精神的内涵、价值理念和传承方式；了解劳模的概念，理解劳模精神的内涵和践行劳模精神的方法；了解工匠的概念和工匠精神的渊源，理解工匠精神的内涵、时代价值和弘扬方式；熟悉职业精神的内涵和构成要素，创业精神的本质、特征和培养途径；掌握主动劳动和诚信劳

动的要求以及提高合作劳动能力的途径；了解劳动安全事故的分类和原因；掌握强化劳动安全意识的途径；了解我国的劳动法律制度；熟悉劳动者的权利和义务。通过以劳动精神、劳模精神和工匠精神为核心加强马克思主义劳动观理论教育，使学生牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的思想观念。

（2）体育与健康（运动技能）

课程目标：本课程是学生限制选修的一门课程，通过本门课程学习培养学生的体育能力和技能，促进他们的身体健康和全面发展；提高学生的体能水平和协调能力；培养学生的运动技能和技巧；培养学生的团队合作和领导能力；培养学生的体育道德和纪律观念；培养学生对体育的兴趣和热爱。

主要教学内容和教学要求：基本运动技能的研究和提高，如跑步、跳跃、投掷、接球等；不同体育项目的介绍和练，涵盖多种运动项目，如足球、篮球、羽毛球等；体育器材的正确使用和维护；身体素质的提高，包括力量、耐力、速度和柔韧性的训练；通过团体活动和比赛进行实践，团队合作和竞争意识的培养；体育伦理和纪律的教育，培养学生的体育道德观念和素养。

（3）中华优秀传统文化

课程目标：本课程是学生限制选修的一门课程，引导学生认识和了解中华优秀传统文化，传承中国民族精神，弘扬优秀文化传统，提高学校教育文化品位和学生人文素养。

主要教学内容和教学要求：让学生熟知并传承中国传统文化的基本精神，领会中国传统哲学、文学、艺术、宗教、科技等方面文化精髓，熟知中国传统道德规范和传统美德。以帮助学生深入了解中华民族文化的主要精神，理解和认识中国传统文化的优秀要素和传统思维方式，引导学生自觉传承传统文化，增强学生民族自信心、自尊心、自豪感，启迪学生热爱祖国、热爱民族文化。

（4）职业素养

课程目标：本课程是学生限制选修的一门课程，旨在培养学生的社会适应性，教育学生树立终身学习理念，提高学习能力，学会交流沟通和团队协作，提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力。

主要教学内容和教学要求：掌握基本职业能力之外的社会能力和方法能力，为其它专业课程、培养专业素养提供有力支撑，奠定坚实基础，使学生拥有良好的职业态度和持久的职业热情。最大限度地发挥校企合作优势，提高职业教育学生“零距离”就业能力，真正实现高职人文教育的培养目标。

（二）专业课程

1. 专业核心课程

（1）直播销售

课程目标：通过本课程的学习，学生将全面把握直播销售的核心概念、发展历程与未来趋势，深入理解直播销售的运营模式、营销策略及消费者行为。学生将熟练掌握直播销售的基本流程与技巧，包括直播平台的选择与运营、商品展示与讲解、互动沟通与粉丝管理等关键环节。同时，课程旨在培养学生的创新思维、市场敏感度与团队协作能力，使他们能够灵活应对市场变化，设计出吸引观众的直播内容，提升销售转化率。此外，强化学生的职业道德与法律意识，确保直播销售活动合法合规，维护消费者权益与企业形象。

主要教学内容和教学要求：本课程覆盖了直播销售的全面知识体系，从直播销售的基本概念、市场分析到运营策略，学生需掌握不同直播平台的特性与运营规则，了解直播销售的受众特征与消费心理。通过案例分析与实操演练，学生将深入理解直播销售的商品选择、内容策划、营销推广等关键环节，学会如何构建直播场景、提升观众参与度与购买意愿。同时，学生需掌握直播销售的常用工具与技巧，如直播设备的使

用、视频剪辑与后期制作、社交媒体营销等，能够独立完成直播销售的策划与执行。最终，学生应具备独立分析直播市场、设计并执行直播销售策略的能力，同时展现出良好的沟通协调、团队协作与问题解决能力，能够在直播销售领域实现个人与企业的共同成长。

（2）网络推广实务

课程目标：通过本课程的学习，学生将全面把握网络推广的核心概念、原理与策略，深入理解网络用户行为、市场趋势及竞争格局。学生将熟练掌握多种网络推广工具与方法，包括社交媒体营销、搜索引擎优化、内容营销、电子邮件营销等，能够根据不同目标与受众制定有效的网络推广计划。同时，课程旨在培养学生的创新思维、数据分析能力和市场敏感度，使他们能够灵活应对市场变化，持续优化推广策略，提升品牌知名度与用户参与度。此外，强化学生的职业道德与法律意识，确保网络推广活动合法合规，维护企业形象与消费者权益。

主要教学内容和教学要求：本课程覆盖了网络推广的全面知识体系，从网络推广的基本概念、市场分析到策略制定，学生需掌握不同推广工具的特性与应用场景，了解网络用户的行为习惯与消费心理。通过案例分析与实操演练，学生将深入理解推广内容的策划与创意、推广效果的评估与优化等关键环节，学会如何构建品牌形象、提升用户粘性与转化率。同时，学生需掌握网络推广的常用技术与工具，如数据分析软件、社交媒体管理工具等，能够独立完成网络推广计划的制定与执行。最终，学生应具备独立分析市场、设计并执行网络推广策略的能力，同时展现出良好的沟通协调、团队协作与问题解决能力，能够在网络推广领域实现个人与企业的共同成长。

（3）新媒体运营

课程目标：通过本课程的学习，旨在培养学生掌握新媒体运营的核心理论和实用技巧，以适应新媒体产业的发展要求了解新媒体运营的定义、发展历程及未来趋势。掌握新媒体运营的基本理论和策略。

熟悉各类新媒体平台的特点、运营方式和营销策略。能够根据品牌定位和用户需求制定内容策略，规划内容主题和形式。掌握文字、图片、视频等多种内容形式的创作技巧。能够有效进行用户互动，提升用户粘性和忠诚度。能够运用数据分析工具对新媒体运营效果进行监测和评估。具备策划和执行各类营销活动的的能力。提升学生的自学与获取信息的能力。培养学生的组织管理能力、开拓创新能力。强调团队协作意识，培养学生的沟通能力和团队协作精神。

主要教学内容和教学要求：本课程的教学内容主要包括新媒体产业发展、各类传播媒介的运营模式、新媒体运营模式等多个模块。通过本课程的学习，培养学生掌握新媒体运营的核心理论和实用技巧，以适应新媒体产业的发展要求，并注重培养学生的创新思维、团队协作精神和沟通能力等综合素质。掌握新媒体运营的基本理论知识，并通过实践操作加深对知识的理解和应用。课程应注重理论与实践的结合，通过案例分析、实训作业等方式提高学生的实践能力。

(4) 直播运营实务

课程目标：通过本课程的学习，学生将全面把握直播运营的核心概念、流程与策略，深入理解直播行业的市场动态、用户行为及竞争格局。学生将熟练掌握直播内容策划、主播管理、观众互动、数据分析等关键技能，能够根据不同目标与受众制定并实施有效的直播运营计划。同时，课程旨在培养学生的创新思维、市场敏感度与团队协作能力，使他们能够灵活应对市场变化，持续优化直播内容与形式，提升用户参与度与品牌影响力。此外，强化学生的职业道德与法律意识，确保直播运营活动合法合规，维护企业形象与消费者权益。

主要教学内容和教学要求：本课程覆盖了直播运营的全面知识体系，从直播的基本概念、市场分析到运营策略，学生需掌握直播平台的特性与运营规则，了解直播内容的策划与创意、主播的培养与管理、观众互动的技巧与策略等。通过案例分析与实操演练，学生将深入理解直

播运营的数据分析、效果评估与优化等关键环节，学会如何构建直播场景、提升用户留存与转化率。同时，学生需掌握直播运营的常用工具与技术，如数据分析软件、直播管理工具等，能够独立完成直播运营计划的制定与执行。最终，学生应具备独立分析直播市场、设计并执行直播运营策略的能力，同时展现出良好的沟通协调、团队协作与问题解决能力，能够在直播运营领域实现个人与企业的共同成长。

（5）客户服务

课程目标：通过本课程的学习，学生将全面把握客户服务的核心理念、流程与技巧，深入理解客户心理、需求及满意度提升的重要性。学生将熟练掌握客户服务的基本规范、沟通技巧与问题解决策略，能够根据不同情境与客户需求提供个性化、高效的服务。同时，课程旨在培养学生的服务意识、耐心与同理心，使他们能够建立良好的客户关系，提升客户忠诚度与品牌口碑。此外，强化学生的团队协作与危机处理能力，确保客户服务工作高效有序，维护企业形象与品牌价值。

主要教学内容和教学要求：本课程覆盖了客户服务的全面知识体系，从客户服务的基本概念、重要性到服务流程与技巧，学生需掌握客户服务的基本规范、沟通技巧、情绪管理、问题解决等关键能力。通过案例分析与实操演练，学生将深入理解客户需求分析、服务方案设计、客户反馈处理等环节，学会如何运用电话、邮件、在线聊天等多种渠道提供优质服务。同时，学生需了解客户服务中常见的法律问题、投诉处理流程与危机应对策略，能够妥善处理客户纠纷，维护企业与客户之间的良好关系。最终，学生应具备独立分析客户需求、设计并实施客户服务方案的能力，同时展现出良好的沟通协调、团队协作与问题解决能力，能够在客户服务领域实现个人与企业的共同成长。

（6）视觉设计与制作

课程目标：通过本课程的学习，学生将全面把握视觉设计与制作的核心原理与技巧，深入理解色彩搭配、构图法则、字体选择等设计要素

在电子商务中的应用。学生将熟练掌握各类视觉设计软件的操作，能够根据不同品牌风格与营销需求，创作出具有吸引力和感染力的视觉作品。同时，课程旨在培养学生的创新思维、审美鉴赏与细节把控能力，使他们能够紧跟设计潮流，不断提升作品的艺术性与实用性。此外，强化学生的团队协作与沟通能力，确保设计作品与项目需求高度契合，提升品牌形象与市场竞争力。

主要教学内容和教学要求：本课程覆盖了视觉设计与制作的全面知识体系，从设计基础原理、色彩心理学到软件操作技巧、项目实战案例，学生需掌握色彩搭配、构图布局、字体设计、图像处理等关键技能。通过理论讲授与实操演练相结合的方式，学生将深入理解品牌视觉识别系统的构建、电商页面设计原则、广告创意与呈现等。同时，学生需熟练使用 Photoshop 等主流设计软件，能够独立完成从概念设计到成品输出的全过程。最终，学生应具备独立分析设计需求、策划并执行视觉设计项目的的能力，同时展现出良好的审美素养、创新思维与团队协作能力，能够在视觉设计与制作领域实现个人与企业的共同成长。

（7）数字化零售运营

课程目标：通过本课程的学习，学生将全面把握数字化零售运营的核心原理与实践策略，深入理解零售行业的数字化转型趋势、消费者行为变化及市场竞争格局。学生将熟练掌握数字化零售运营的关键环节，包括市场分析、用户画像构建、商品策略、营销策略、供应链管理、客户服务等，能够运用大数据、人工智能等先进技术优化运营决策，提升零售效率与顾客体验。同时，课程旨在培养学生的创新思维、数据分析能力和市场敏感度，使他们能够灵活应对市场变化，持续创新运营模式，推动零售业务的持续增长。此外，强化学生的团队协作与领导力，确保数字化零售运营项目的高效执行与团队协同。

主要教学内容和教学要求：本课程覆盖了数字化零售运营的全面知识体系，从零售行业的数字化转型背景、市场分析到运营策略的制定与

实施，学生需掌握数字化零售的基本概念、发展历程与未来趋势，了解零售行业的法律法规与合规要求。通过案例分析与实操演练，学生将深入理解用户画像的构建方法、商品策略的制定原则、营销策略的创新应用、供应链管理的优化路径以及客户服务的提升策略等。同时，学生需掌握大数据分析、人工智能应用等先进技术工具，能够独立完成数字化零售运营项目的规划、执行与评估。最终，学生应具备独立分析市场、设计并执行数字化零售运营策略的能力，同时展现出良好的沟通协调、团队协作与问题解决能力，能够在数字化零售运营领域实现个人与企业的共同成长。

（8）新媒体营销

课程目标：通过本课程的学习，学生将全面把握新媒体营销的核心理念、理论框架与实践策略，深入理解新媒体环境下消费者行为的变化、市场趋势及竞争格局。学生将熟练掌握新媒体营销的关键技能，包括社交媒体运营、内容营销、短视频制作、数据分析与洞察等，能够根据不同品牌与产品特性，制定并实施有效的新媒体营销计划。同时，课程旨在培养学生的创新思维、市场敏感度与数据分析能力，使他们能够灵活应对新媒体环境的快速变化，持续创新营销策略，提升品牌影响力与市场占有率。此外，强化学生的团队协作与沟通能力，确保新媒体营销项目的高效执行与团队协作。

主要教学内容和教学要求：本课程覆盖了新媒体营销的全面知识体系，从新媒体的基本概念、发展历程到营销理论与实践，学生需掌握社交媒体平台（如微信、微博、抖音等）的运营规则、内容创作与发布技巧、用户互动与社群管理等方法。通过案例分析与实操演练，学生将深入理解新媒体环境下消费者心理与行为特征、内容营销策略的制定与执行、短视频与直播的策划与制作、数据分析与营销效果评估等关键环节。同时，学生需掌握新媒体营销常用的数据分析工具与方法，能够独立完成新媒体营销项目的规划、执行与效果评估。最终，学生应具备独立分

析新媒体市场、设计并实施新媒体营销计划的能力，同时展现出良好的沟通协调、团队协作与问题解决能力，能够在新媒体营销领域实现个人与企业的共同成长。

2. 专业基础课程

(1) 电子商务基础

课程目标：通过本课程的学习，使学生能够掌握了解电子商务的发展现状、基本定义和主要类型。掌握电子商务的技术基础，包括计算机网络基础知识、Internet 的主要功能及应用范围等。了解目前主要的电子商务市场及竞争格局，如 B2C、B2B、C2C 电子商务市场等。掌握网络信息检索基本知识，了解搜索引擎基本知识，掌握网络常用信息搜索方法与途径。了解网上支付的主要类型及原理，掌握主要第三方支付平台的类型及特点。掌握电子商务安全基本知识，了解电子商务安全技术常用策略。培养学生勤奋学习的态度、严谨求实和创新的工作作风。具备良好的心理素质和职业道德素质。具有高度责任心和良好的团队合作精神。

主要教学内容和教学要求：了解电子商务的基本模式：B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子商务以及这几种模式的代表性网络平台；懂得电子商务的标准、电子商务相关法律法规、电子商务支付、电子商务物流等基础知识；明白电子商务的安全及风险；了解网络创业相关知识。能熟练使用互联网及一些常用工具；会熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具；能使用目前流行的各种平台进行网上开店；能熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。

(2) 商品拍摄与素材编辑

课程目标：通过本课程的学习，使学生能够全面掌握商品拍摄的基本技巧与素材编辑的专业技能。学生能够理解商品拍摄的重要性及其在不同电商平台上的应用，熟悉摄影设备的基本操作与维护。掌握素材剪辑软件的使用，能够独立完成高质量的商品视频与图片后期制作。了解

市场趋势与消费者审美，能够根据不同商品特性进行创意拍摄与剪辑。培养学生细致入微的观察力、创新思维与艺术审美能力。具备良好的时间管理和团队协作能力，能够高效完成拍摄与剪辑任务。同时，强调版权意识与职业道德，确保作品原创性与合法性。

主要教学内容和教学要求：本课程旨在全面培养学生商品拍摄与素材剪辑的专业技能，通过深入理解商品拍摄的基本要素、摄影设备操作与维护、素材剪辑软件应用等基础知识，学生能够独立完成高质量的商品视频与图片拍摄及后期制作。课程强调创意拍摄与剪辑的重要性，要求学生根据市场趋势与消费者审美，结合商品特性进行创意构思，提升商品吸引力与购买转化率。同时，课程还注重培养学生的团队协作能力、版权意识与职业道德，确保作品原创性、合法性与高效性。通过实践训练，学生能够熟练掌握摄影设备操作、素材剪辑软件应用及创意构思技巧，为电商平台提供优质的商品视觉展示内容。

（3）零售基础

课程目标：通过本课程的学习，学生将全面把握零售行业的核心概念、发展历程与当前趋势，深入理解零售的基本模式、策略及消费者行为。学生将掌握零售管理的基础知识，包括店铺选址、商品陈列、库存管理、价格策略等关键环节，以及如何利用现代技术手段如数据分析、电子支付、社交媒体营销等提升零售效率与顾客体验。此外，课程还着重培养学生的市场敏感度、创新思维与服务意识，使他们能够灵活应对市场变化，设计出符合消费者需求的零售方案。同时，强化学生的职业道德与法律意识，确保零售活动合法合规，维护消费者权益。

主要教学内容和教学要求：本课程涵盖零售行业的全面视角，从零售的基本概念、历史演变到现代零售模式的创新实践，学生需掌握不同零售业态（如实体店、电商平台、社交零售等）的特点与运营策略。通过案例分析与实操演练，学生将深入理解商品管理、顾客关系管理、供应链管理等零售核心流程，并能运用所学知识进行零售数据分析，制定

有效的市场进入、竞争应对及品牌提升策略。同时，学生需熟悉电子支付系统、社交媒体平台及客户关系管理系统等工具的使用，能够运用数字化手段提升零售效率，开展精准营销。最终，学生应具备独立分析零售市场、设计并执行零售策略的能力，同时展现出良好的团队协作、沟通协调与问题解决能力。

（4）市场营销

课程目标：通过本课程的学习，学生将全面掌握市场营销的基本概念、原理与策略，深入理解市场需求、消费者行为及竞争环境分析的重要性。学生将熟悉市场营销组合（产品、价格、促销、地点）的运用，以及数字营销、品牌管理、市场调研等关键领域的前沿理论与实践。此外，课程旨在培养学生的创新思维、数据分析能力和市场敏感度，使他们能够灵活应对市场变化，设计出有效的营销策略以满足消费者需求并推动业务发展。同时，强化学生的职业道德与法律意识，确保营销活动合法合规，维护企业声誉与消费者权益。

主要教学内容和教学要求：本课程涵盖了市场营销的全面知识体系，从市场细分、目标市场选择到市场定位，学生需掌握市场分析的基本框架与工具，能够独立完成市场调研报告，识别市场机会与威胁。通过案例分析与实操演练，学生将深入理解市场营销组合的应用，学会如何制定并执行有效的营销计划，包括产品设计、定价策略、促销活动策划与渠道选择。同时，学生需掌握数字营销技能，如社交媒体营销、搜索引擎优化、内容营销等，能够利用数字平台提升品牌知名度与顾客参与度。最终，学生应具备独立分析市场、设计并执行营销策略的能力，同时展现出良好的沟通协调、团队协作与问题解决能力。

3. 专业选修课

（1）电商法律法规

课程目标：通过本课程的学习，学生将全面而深入地掌握电子商务领域的法律法规体系，理解电子商务活动所涉及的法律原理、规则及其

实践应用。学生将能够识别和分析电子商务运营中可能遇到的法律风险，包括知识产权保护、消费者权益保护、电子商务合同、网络支付安全、个人信息保护等方面的问题。同时，课程旨在培养学生的法律意识、合规操作能力和问题解决能力，使他们能够在电子商务实践中自觉遵守法律法规，有效维护企业与消费者的合法权益，促进电子商务行业的健康有序发展。此外，课程还注重培养学生的批判性思维和职业道德素质，鼓励他们形成尊重法律、诚实守信的职业操守。

主要教学内容和教学要求：本课程涵盖了电商法律法规的全面知识体系，从电子商务的基本法律框架、国内外电商法律环境的比较，到具体法律问题的深入剖析，如电子商务合同的有效性、电子支付的监管要求、消费者权益的在线保护、知识产权的在线侵权与维权等。学生需掌握电子商务法律的基本概念、法律原则及其在实践中的应用，理解相关法律法规对电子商务活动的影响与约束。通过案例分析、法律条文解读和模拟法庭等教学方式，学生将学会如何识别、评估和解决电子商务中的法律纠纷，提升法律检索、法律分析和法律写作的能力。最终，学生应具备独立分析电商法律问题的能力，能够在电子商务实践中自觉遵守法律法规，有效运用法律手段保护自身及企业的合法权益，同时展现出良好的法律素养和职业道德素质。

（2）电商案例分析

课程目标：通过本课程的学习，学生将深入理解电商行业的多样性和复杂性，通过剖析实际电商案例，掌握电商业务运作的核心逻辑与成功要素。学生将能够识别并分析不同电商模式的特点、市场定位、用户策略、营销策略、供应链管理以及技术创新等方面，理解这些要素如何共同作用于电商企业的成功与失败。同时，课程旨在培养学生的批判性思维、问题解决能力和战略分析能力，使他们能够运用所学知识，对电商企业的现状进行诊断，提出改进建议，甚至创新商业模式。此外，课程还注重培养学生的沟通表达与团队协作能力，鼓励他们分享见解，共

同探索电商行业的未来趋势。

主要教学内容和教学要求：本课程将围绕电商行业的经典案例与最新趋势展开，涵盖不同电商模式（如 B2C、B2B、C2C 等）的成功案例与失败教训。学生需深入理解案例背景、市场环境、企业策略及其执行效果，分析案例中的关键成功因素与潜在风险。通过小组讨论、角色扮演、案例分析报告等教学方式，学生将学会如何收集信息、分析问题、提出解决方案，并有效沟通其见解。同时，学生需掌握电商行业的基本知识与分析工具，如市场趋势分析、用户画像构建、营销策略评估等，能够独立完成电商案例的深度剖析，提出具有创新性和可行性的建议。最终，学生应具备将理论知识应用于实践的能力，能够在电商案例分析中展现出良好的分析思维、战略眼光和团队协作能力。

（3）新零售实务

课程目标：学生通过系统的教学和实践，使学生掌握新零售的基本概念、理论框架和核心要素，理解新零售的运营模式和发展趋势，具备新零售业务规划、运营管理和创新实践的能力。能够根据市场需求和竞争环境，制定新零售业务的发展规划和策略。能够运用新零售的理论和方法，进行店铺选址、商品管理、顾客关系管理等运营管理工作。通过案例分析、项目实践等方式，培养学生的创新思维和实践能力，同时注重职业素养的培养，包括沟通能力、团队协作能力、问题解决能力等。

主要教学内容和教学要求：通过对本课程的学习了解新零售的基本概念、理论框架、运营模式、核心要素以及业务规划和运营管理等方面。阐述新零售的理论基础，包括消费者行为理论、零售业态理论、供应链管理理论等。讲解新零售运营管理的知识和技能，包括店铺选址、商品管理、顾客关系管理、库存管理等。要注重培养学生的职业素养和道德规范。通过模拟企业工作场景、邀请企业专家参与课堂等方式，让学生了解和体验实际工作环境下的要求和标准。同时，也要注重培养学生的沟通能力和团队协作能力，以适应未来职场的需求。让学生分析新零售

企业的成功经验和失败教训，从中提炼出有用的经验和教训，以指导未来的实践。

4. 专业综合实训课/专业综合实践课
岗位实训。

（三）其它课程

军事训练、劳动实践、职业教育活动周等。

（四）学时安排

教育教学按周分配表

学 年	学 期	课堂教 学周	军事 训练	劳动实践		职业教育活动周			教学 评价	岗位 实习	总教 学周
				认知 实习	跟岗 实习	创新创 业实践	志愿 服务	社会 公益			
一	1	18	1						1		20
	2	18				1			1		20
二	1	18		1					1		20
	2	18					1		1		20
三	1	18			1				1		20
	2							1	1	18	20

七、【教学进程总体安排】

（一）教学学时分配表

序 号	课程类别	门 数	学时数			占总学 时%
			理论	实践	总学时	
1	公共基础必修课	13	792	234	1026	31.7%
2	公共基础选修课	4	72	36	108	3.3%
3	专业核心课	8	252	486	738	22.7%
4	专业基础课	3	288	324	612	18.9%
5	专业选修课	3	216	0	216	6.7%
6	理论环节总学时		1620			50.0%

7	实践环节总学时	1620	50.0%
8	选修课总学时	324	10%
9	教学总学时	3240	100%

(二) 教学进程安排表

课程类别	课程性质	课程名称		课程编码	考核方式		教学时数			每周学时分配					
					考试	考查	总学时	理论学时	实践学时	第一学年		第二学年		第三学年	
										一	二	三	四	五	六
公共基础课	必修课程	思想政治	中国特色社会主义	1	√		36	36	0	2					
			心理健康与职业生涯	2		√	36	36	0		2				
			哲学与人生	3	√		36	36	0			2			
			职业道德与法治	4		√	36	36	0				2		
		语文		5	√		198	198	0	2	2	2	2	3	
		数学		6	√		144	144	0	3	3	2			
		英语		7	√		144	144	0	2	2	2		2	
		信息技术		8		√	108	18	90	3	3				
		体育与健康		9		√	144	18	126	2	2	2	2		
		艺术	音乐鉴赏	10		√	18	18	0				1		
			美术鉴赏	11		√	18	18	0				1		
		历史		12	√		72	72	0			2	2#		
		就业指导		13		√	36	18	18				2		
		必修课程小计		占比：31.7%			1026	792	234	14	14	12	12	5	
	限定选修课程	劳动教育*		14		√	18	18	0	1					
		体育与健康（运动技能）		15		√	36	0	36					2	
		中华优秀传统文化		16		√	18	18	0					1	
		职业素养		17		√	36	36	0			1	1		
		限定选修课程小计		占比：3.3%			108	72	36	1	0	1	1	3	
		公共基础课程合计		占比：35%			1134	864	270	15	14	13	13	8	
专业课	专业核心课程	直播销售		18	√		108	0	108					6	
		网络推广实务		19	√		90	90	0	5					
		新媒体运营		20	√	√	72	72	0			4			
		直播运营实务		21	√	√	90	0	90			5			
		客户服务		22	√		90	90	0				5		
		视觉设计与制作		23		√	144	0	144				4	4	

		数字化零售运营	24		√	72	0	72		4			
		新媒体营销	25		√	72	0	72	4				
	专业核心课程小计		占比：22.7%			738	252	486	9	4	9	9	10
	专业基础课程	电子商务基础	26	√		108	108	0	6				
		商品拍摄与素材编辑▲	27		√	324	0	324		6		4	8
		零售基础	28	√		108	108	0		6			
		市场营销	29	√		72	72	0			4		
	专业基础课程小计		占比：18.9%			612	288	324	6	12	4	4	8
	专业选修课	电商法律法规	30	√		72	72	0			4		
		新零售实务	31	√		72	72	0				4	
		电商案例分析	32	√		72	72	0					4
	专业选修课程小计		占比：6.7%			216	216	0	0	0	4	4	4
	岗位实习		占比：16.7%			540	0	540					
	专业课程小计		占比：65%			2106	756	810	15	16	17	17	22
合计					3240	1620	1620	30	30	30	30	30	

说明：#世界历史课程于第四学期第六周开始上课；*劳动教育理论课内容包括劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育；▲商品拍摄与素材编辑课程第二学期主要学习商品拍摄，第四五学期主要学习素材编辑，包括图形图像处理、视频剪辑。

八、【实施保障】

（一）师资队伍

建设符合项目式、模块化教学需要的教学创新团队，不断优化教师能力结构。鼓励教师攻读硕士、博士学位，参加学术交流，不断提升教师的理论知识水平，安排教师定期进修，下企业锻炼，并通过在高等学府与名师交流提升教师的人文素质和教学理念。

（二）教学设施

对教室，校内、校外实习实训基地等提出有关要求。本专业应配备有必要的各类教室以及校内外实训基地。

1. 校内实践教学条件要求

序号	实训室名称	主要设备及数量	服务课程	主要实训项目
1	电子商务综合	50 台电脑	网络营销	网站运营前的准备

	实训室	数字营销仿真实训系统 网店运营仿真实训系统	网上开店 电子商务网站建设 网店运营考证	网站网络营销运营 网上开店平台和商品选择 网店商品管理 网店推广
2	平面设计实训室	50 个工台 50 台电脑 淘宝平台	平面设计、网店美工、图形图像处理	平面设计 网店美工

2. 校外实训基地

序号	基地名称	实训岗位	实习规模
1	广东鸿联九五信息产业有限公司	互联网营销师	30 人
2	广东鸿联九五信息产业有限公司	店铺运营助理、新媒体运营助理	30 人
3	华南电商（深圳）科技有限公司	直播销售员、客服专员	30 人

（三）教学资源

1. 教材选用

公共基础课教材选用要符合教育部有关教育教学的基本要求，专业课教材选用符合行业发展的最新版本或国家规划教材，或是校企联合研发的符合教育教学要求的校本教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校建立了由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机制，完善了教材选用制度，能够择优选用教材。

2. 图文文献配备

学校图书馆现有图书 127760 册，并积极购置动漫和游戏的专业图书、杂志等，为师生提供教学学习资源。

3. 数字资源配置

建设、配备了与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、微课、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、满足教学。

（四）教学方法

在教学实施中开展任务式教学、项目教学、案例教学、场景教学、模拟教学、岗位教学等。在总结传统经验的基础上，加强专业教学的科学化、规范化、学科化管理。在训练性、系统性和规范性的“三性 ”

教学原则的基础上，对教学计划、教学实施、教学评价等方面，挖掘潜力，既符合教育普遍规律又符合特殊专业教育的训练机制。

1. 专业理论课程：可采用小组讨论、演说法与社会调查及撰写调查报告等辅助教学方式进修。

2. 专业技能课程：拟采用任务驱动法、案例分析法等辅助教学方式。

3. 专业理论与实践课程：应用理论与实践融合、角色扮演与游戏等教学方法。

（五）学习评价

教学评价贯彻能力本位的理念。采用四位一体，即学科成绩+职业素养+职业技能+学生德育考核的多元化评价方法。

学科成绩部分按照 50%权重分配成绩；

职业素养部分按照 10%权重分配成绩；

职业技能部分按照 30%权重分配成绩；

学生德育部分按照 10%权重分配成绩。

1. 学生学科成绩

（1）平时表现评价：平时表现占到总体评价的 40%，涉及三个方面，即学习规划（5 分）、学习习惯（50 分）、成果展示（10 分）、课堂表现（35 分），共计 100 分，按比重折算，占到总成绩的 40 分。涉及课前学习情况、课中表现情况、课后作业情况等等。每位学生生成成绩表。

（2）笔试成绩评价：期中考试成绩和期末考试成绩。笔试成绩占到总成绩的 60%，其中，期中成绩占 20%；期末成绩占 40%。按比重折算最后成绩。每位学生生成成绩表。

2. 学生职业素养评价

(1) 职业素养评价主要是基于企业用人单位需求和中职学生可持续发展的需要,建立起中职学生职业核心素养评价标准体系,以符合发展对"高素质、应用性、技能型人才"的需求。

(2) 职业素养评价分成十个方面考核,即团队协作、创新竞争、文明礼仪、学习能力、劳动能力、身体素质、心理品质、组织管理及才艺技能等。

(3) 评价方式采用定性和定量两种方式。

(4) 职业素养评价体系实行百分制,满分 100 分,每个指标各占 10 分,共计 10 个指标。

3. 学生职业技能评价

(1) 企业发展必须充分考虑每个利益相关者的权益,在职业教育领域,用人单位是职业教育的直接利益相关者。中职学生的职业能力表现于工作岗位,用人单位理应是凝聚在中职学生身上的职业能力的最优评价者。本次职业技能评价将是紧密联系相关专业的职业要求和岗位需求,评价内容和指标也是符合用人单位的要求,客观评价每位学生的职业能力。

(2) 职业技能评价分为五个方面考核,即专业技能、交流能力、礼仪、写作素养、自我展现等。

(3) 评价方式主要采用笔试和面试两种形式。

(4) 职业技能评价体系实行百分制,满分 100 分,每个指标各占 20 分,共计 5 个指标。

4. 学生德育考核评价

(1) 德育考核是实现德育目标的重要措施。根据《德育大纲》要求,以学校《学生日常行为规范》为依据,制定学生德育考核评价。

(2) 德育考核评价分为六个方面考核,即出操、升旗、仪表、校规、作息、内务、纪律等。

(3) 评价方式主要采用日常检查形式。

(4) 德育考核评价体系实行百分制，满分 100 分，其中出操、仪表、校级纪律等指标各占 20 分，作息、内务等指标各占 10 分，共计 5 个指标。

(六) 质量管理

1. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理

(1) 建立专业学科教研室，根据人才培养方案与学校教学管理的制度，定期召集专任、兼职等教学人员开展教学研究活动，不断针对教学中的实际问题进行分析研究并根据社会岗位对人才的需要开展教学改革，确保专业教学活动的正常运行和教学质量的提高。

(2) 健全巡课和听课制度，严明教学纪律和课堂纪律。对教师教学工作实施的全过程、量化的检查、考核制度。考核人员包括学校领导、学校教学督导组成员、教务科成员、各科室主任、学校教研室主任，考核内容包括课前准备（教案、讲稿）、课堂教学、辅导答疑、技能示范、操作安全等环节，考核方式包括定期检查教学日历、教案、讲稿、学生作业，随堂听课，不定期抽查实训场地设备运行、设施安全情况，召开学生座谈会，组织学生评教等。各项检查、考核都要填写量化考核表，期末汇总。

(3) 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。充分利用微信交流平台定期发布调查问卷，面向社会、企业、教师及学生（在校学生和毕业生）等相关群体收集培养质量与培养目标达成情况评价信息。建立综合性的人才培养质量评价体系，分析评价结果，有效改进专业教学，加强专业建设，持续提高人才培养质量。

2. 实施多元化评价体系

(1) 主体评价体系多元化：由学科专家、行业专家、专业教师及学生（在校学生和毕业生）组成为评价主体。

（2）评价标准多元化：课程体系包含多门课程，要针对课程的具体情况，每门课程建立课程评价的标准，做到标准多元化。

（3）评价内容多元化：职业专门化课程既包括知识性和创新思维性的内容，也包括操作性的内容，同时教学中又要注重学生职业道德的培养，这些教学目标既包含知识领域和创新思维领域，也包含操作技能领域和道德情感领域。

九、【毕业要求】

学生通过规定年限的学习，完成规定的教学活动，达到电子商务专业人才培养方案所规定的素质、知识和能力等方面要求。结合专业实际组织毕业考试（考核），保证毕业要求的达成度。

十、【附录】

(一) 课程设置及教学进程安排表

课程类别	课程性质	课程名称		课程编码	考核方式		教学时数			各周学时分配						
					考试	考查	总学时	理论学时	实践学时	第一学年		第二学年		第三学年		
										一	二	三	四	五	六	
公共基础课	必修课程	思想政治	中国特色社会主义	1	√		36	36	0	2						岗位实习
			心理健康与职业生涯	2		√	36	36	0		2					
			哲学与人生	3	√		36	36	0			2				
			职业道德与法治	4		√	36	36	0				2			
		语文		5	√		198	198	0	2	2	2	2	3		
		数学		6	√		144	144	0	3	3	2				
		英语		7	√		144	144	0	2	2	2		2		
		信息技术		8		√	108	18	90	3	3					
		体育与健康		9		√	144	18	126	2	2	2	2			
		艺术	音乐鉴赏	10		√	18	18	0				1			
			美术鉴赏	11		√	18	18	0				1			
		历史		12	√		72	72	0			2	2#			
		就业指导		13		√	36	18	18				2			
	必修课程小计				占比：31.7%			1026	792	234	14	14	12	12	5	
	限定选修课程	劳动教育*		14		√	18	18	0	1						
		体育与健康（运动技能）		15		√	36	0	36					2		
		中华优秀传统文化		16		√	18	18	0					1		
		职业素养		17		√	36	36	0			1	1			
	限定选修课程小计				占比：3.3%			108	72	36	1	0	1	1	3	
	公共基础课程合计				占比：35%			1134	864	270	15	14	13	13	8	
专业课	专业核心课程	直播销售		18	√		108	0	108					6		
		网络推广实务		19	√		90	90	0	5						
		新媒体运营		20	√	√	72	72	0			4				
		直播运营实务		21	√	√	90	0	90			5				
		客户服务		22	√		90	90	0				5			
		视觉设计与制作		23		√	144	0	144				4	4		
		数字化零售运营		24		√	72	0	72		4					
		新媒体营销		25		√	72	0	72	4						

岗位实习

专业核心课程小计		占比：22.7%			738	252	486	9	4	9	9	10	
专业基础课程	电子商务基础	26	√		108	108	0	6					
	商品拍摄与素材编辑▲	27		√	324	0	324		6		4	8	
	零售基础	28	√		108	108	0		6				
	市场营销	29	√		72	72	0			4			
专业基础课程小计		占比：18.9%			612	288	324	6	12	4	4	8	
专业选修课	电商法律法规	30	√		72	72	0			4			
	新零售实务	31	√		72	72	0				4		
	电商案例分析	32	√		72	72	0					4	
专业选修课程小计		占比：6.7%			216	216	0	0	0	4	4	4	
岗位实习		占比：16.7%			540	0	540					30	
专业课程小计		占比：65%			2106	756	810	15	16	17	17	22	30
合计					3240	1620	1620	30	30	30	30	30	30

说明：#世界历史课程于第四学期第六周开始上课；*劳动教育理论课内容包括劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育。▲商品拍摄与素材编辑课程第二学期主要学习商品拍摄，第四五学期主要学习素材编辑，包括图形图像处理、视频剪辑。