

贵阳市新华电脑中等职业学校

# 人才培养方案

专业：电子商务

修订时间：2025年9月

适用年级（24级、25级）

# 贵阳市新华电脑中等职业学校

## 电子商务专业

# 人才培养方案

学历层次	中职	专业代码	730701
专业建设委员会审核	校内负责人签字: 陈雷 行业、企业负责人签字: 田子明		
教研负责人审核	张菊		
教务负责人审核	分管副校长审核		王
校长	经专题会议审查, 同意提交校党支部审核。		
党委书记	经校党支部审核通过, 同意实施。 签字: 石平		

## 一、概述

我校中职电子商务专业人才培养方案严格对标国家专业标准，紧扣数字经济时代 AI 技术与电商产业融合趋势，以培养“懂 AI 应用、精电商技能、有职业素养”的高素质技能型人才为核心目标，构建“理实融合、岗课赛证、AI 赋能、思政引领、质量闭环”的一体化培养体系。方案立足区域电商产业特色，优化迭代课程体系，在核心课程中融入 AI 应用模块，增设《AI 智能辅助运用》特色课程，系统讲解 AI 智能客服运维、AI 选品分析、AI 直播脚本生成、AI 数据分析工具使用等内容，同步开设 AI 伦理与数据安全专题讲座，夯实学生 AI 时代电商核心技能；同时贯穿“四史”教育、诚信经营等思政元素，推进课程思政全覆盖，配套安全教育、绿色电商、创新创业等拓展课程，全方位提升学生综合素养，实践教学贯穿培养全过程。在质量保障方面，建立“多元参与、全程监控、持续改进”机制，吸纳行业协会与 AI 电商企业参与评价，完善教学督导、教研改进、毕业生跟踪反馈制度，形成“评价—反馈—优化”闭环。助力学生成长为契合 AI 时代电商行业岗位需求、兼具职业能力与社会责任感的技术技能人才。

## 二、专业名称（专业代码）

（一）专业名称：电子商务

（二）专业代码：730701

## 三、入学基本要求

初级中学毕业或具备同等学力者。

## 四、基本修业年限

三年

## 五、职业面向

电子商务专业职业面向表

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（73）
所属专业类（代码）	电子商务类（7370）
对应行业（代码）	互联网和相关服务（64）、批发业（51）、零售业（52）
主要职业类别（代码）	电子商务师 S（4-01-06-01）、互联网营销师 S（4-01-06-02）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、采购员（4-01-01-00）营销员（4-01-02-01）
主要岗位（群）或技术领域	店铺运营助理、新媒体运营助理、网络营销推广专员、新媒体营销专员、直播销售员、视觉设计、客服专员、短视频制作与运营专

	员……
职业类证书	电子商务员、电子商务数据分析、网店运营推广、直播电商、农产品电商运营、新媒体技术、短视频剪辑师……

## 六、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，扎实的文化基础知识、较强的就业创业能力和学习能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向互联网和相关服务、批发业、零售业的电子商务师、互联网营销师、市场营销专业人员、采购员、营销员等职业，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、短视频制作与运营等工作的技能人才。

## 七、培养规格

本专业学生应全面提升知识、能力、素质，筑牢科学文化知识和专业类通用技术技能基础，掌握并实际运用岗位(群)需要的专业技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

(一) 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(二) 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握互联网交易安全、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

(三) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、历史、数学、外语(英语等)、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

(四) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

(五) 掌握电子商务、营销基础、商品零售、传播内容制作、商务数据分析、商务礼仪与沟通等方面的专业基础理论知识；

(六) 掌握平台规则和常用工具的使用，能进行店铺开设、账号维护、商品编辑发布与优化、采集整理运营数据、活动执行、辅助运营；

(七) 具有平台站内外营销推广的能力,能进行营销内容制作与发布、社群营销、媒介营销辅助、媒体和工具推广、网络广告投放;

(八) 掌握直播常用工具的使用,能根据直播运营要求和销售目标,完成商品定位、直播创建、脚本编写、直播执行、流量维护、直播优化;

(九) 具备视觉营销设计的能力,能进行图片处理、海报设计制作、主图制作、页面设计短视频制作;

(十) 具备客户服务的能力,能根据客服规范,完成客户咨询回复、异常订单处理、售后纠纷处理、客户维护和评价;

(十一) 掌握信息技术基础知识,具有适应本行业数字化和智能化发展需求的基本数字技能;

(十二) 具有终身学习和可持续发展的能力,具有一定的分析问题和解决问题的能力;

(十三) 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能,养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯;具备一定的心理调适能力;

(十四) 掌握必备的美育知识,具有一定的文化修养、审美能力,形成至少 1 项艺术特长或爱好;

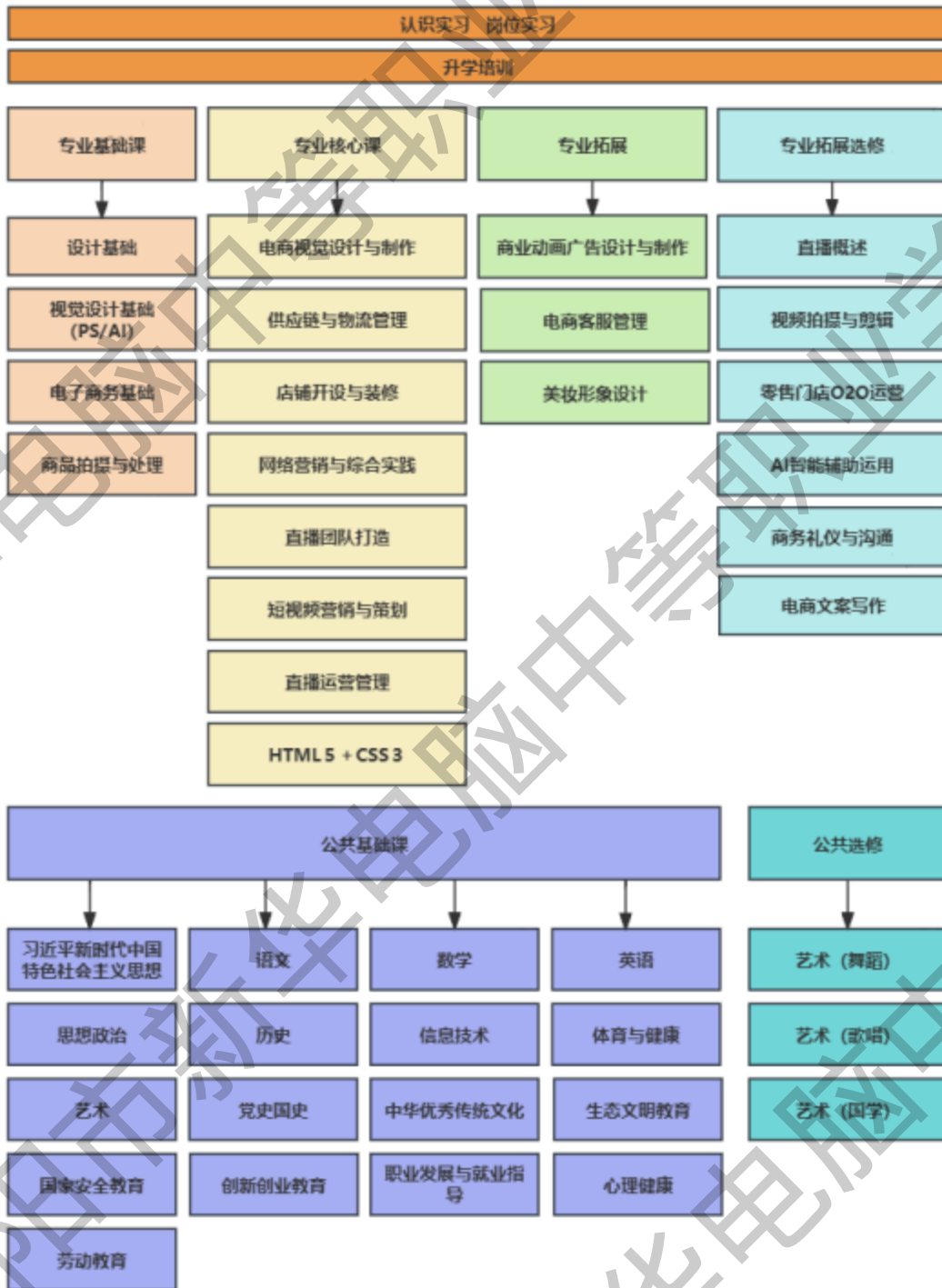
(十五) 树立正确的劳动观,尊重劳动,热爱劳动,具备与本专业职业发展相适应的劳动素养,弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神,弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

## 八、课程设置及学时安排

主要包括公共基础课程和专业课程。

专业课程包括专业基础课、专业核心课、专业拓展课、专业选修课,实习实训是专业技能课教学的重要内容,含校内外实训、认识实习、岗位实习等多种形式。

## 课程结构表



### (一) 公共基础课程

序	课程名称	主要教学内容与要求	课程性质	学时
1	习近平新时代中国特色社会主义思想	本课程是中职学生入校后必修的核心公共基础课程，以习近平新时代中国特色社会主义思想为核心，紧密围绕党和国家对职业教育的育人要求展开教学。通过 18 个课时的系统学习，学生将深入理解这一思想的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵和实践要求。课程从“八个明确”“十四个坚持”等方面，全面阐述新时代坚持和发展中国特色社会主义的总目标、总任务等基本问题，并对经济、政治、文化等各领域理论与战略进行讲解。同时，注重结合中职学生特点，以案例分析、小组讨论、社会实践等多样化教学方法，引导学生运用马克思主义立场观点方法分析问题、解决问题，增强政治认同、思想认同、理论认同和情感认同，坚定“四个自信”，树立正确世界观、人生观、价值观，为成长为担当民族复兴大任的时代新人筑牢思想根基。	必修	18 学时
2	语文	本课程是中职学生必修的核心公共基础课程，系统培养学生语言文字应用能力、逻辑思维能力与人文素养，为职业发展和终身学习筑牢基础。课程以“实用为本、素养为魂”为理念。精选经典文学作品、职业相关文本及时代文萃，通过文本精读、主题研讨提升学生信息筛选、审美感知与文化理解能力，强化对中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化的认同；聚焦实用文体写作，涵盖职场文书、技术说明、策划方案等，结合案例分析与实操训练，培养学生准确规范的书面表达与逻辑组织能力；设置职场沟通、技术讲解、团队汇报等情境，通过模拟演练提升学生清晰表达、有效倾听与临场应变的职业沟通素养；语文综合实践模块依托项目式学习，结合专业特色开展社会调查、职业访谈、文化宣传等活动，促进语言运用与职业场景的深度融合。教学采用情境教学、案例研讨、小组合作等方式，注重工具性与人文性统一，通过强化语言文字应用训练夯实职业发展基础，通过文化浸润培育职业道德与人文情怀，助力学生形成良好的思维品质、文化素养和职业适应能力，为终身学习和职业成长提供持续动力。	必修	198 学时 (含限选 54 学时)
3	数学	本课程是中职学生必修的核心公共基础课程，	必修	

序	课程名称	主要教学内容和要求	课程性质	学时
		<p>统培养学生职业发展和终身学习所需的数学素养，为成为高素质劳动者和技术技能人才奠定基础。课程以“夯实基础、服务专业、提升素养”为导向，构建“基础+应用”的内容体系：基础模块涵盖代数运算、函数应用、几何初步、概率统计等核心知识，通过概念解析、例题推演夯实数学基础知识与运算技能，培养逻辑推理、数学抽象等核心素养；职业应用模块结合不同专业特色，精选工程测量中的几何计算、财务统计中的数据分析、机械加工中的参数运算等实例，将数学方法与职业场景深度融合，强化用数学解决实际问题的意识。培养学生获得进一步学习和职业发展所必需的数学知识、数学技能、数学方法、数学思想和活动经验；具备中等职业学校数学学科核心素养，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；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。</p>		144学时 (含限选36学时)
4	英语	<p>本课程在义务教育基础上，帮助学生进一步学习语言基础知识，提高听、说、读、写等语言技能，发展中等职业学校英语学科核心素养；引导学生在真实情境中开展语言实践活动，认识文化的多样性，形成开放包容的态度，发展健康的审美情趣；理解思维差异，增强国际理解，坚定文化自信；帮助学生树立正确的世界观、人生观和价值观，自觉践行社会主义核心价值观，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。通过职场语言沟通、思维差异感知、跨文化理解和自主学习四个方面，让学生进一步掌握基础知识和基本技能，激发学生英语学习的兴趣，帮助学生发展英语学科核心素养，为学生的职业生涯、继续学习和终身发展奠定基础。课程由基础模块、职业模块和拓展模块三个模块构成：基础模块是各专业学生必修的基础性内容，旨在构建英语学科核心素养的共同基础，按主题组织教学；职业模块是各专业学生限定选修的学习内容，旨在为学生的专业英语学习与未来职业发展服务，是构建英语学科核心素养的重要内容，按主题组织教学；拓展模块是满足学生继续学习</p>	必修	144学时 (含限选36学时)

序	课程名称	主要教学内容和要求	课程性质	学时
		和个性发展而安排的任意选修内容。		
5	思想政治	<p><b>(1) (职业道德与法治) (36学时)</b></p> <p>本课程是落实立德树人根本任务的核心课程，旨在培养学生形成良好的职业道德素养与法治观念，成为德法兼修的新时代高素质技术技能人才。以社会主义核心价值观为引领，系统讲授职业道德规范、劳动权益保护、安全生产法规及职场诚信建设，融入《劳动法》《劳动合同法》等法律知识。通过案例研讨、法治情景模拟、法治实践等形式，引导学生理解职业责任、践行职业操守、增强法律意识。课程注重理论与实践结合，提升学生职业责任意识、法律应用能力与社会责任感，奠定德法兼修的职业基础。</p> <p><b>(2) (中国特色社会主义) (36学时)</b></p> <p>本课程是中职思想政治教育核心组成部分，旨在引导学生系统理解中国特色社会主义的理论体系、历史逻辑与实践成就，深刻认识中国共产党领导和中国特色社会主义制度的显著优势。课程内容涵盖中国特色社会主义理论体系、发展历程、核心理念及其在现代化建设中的关键作用，阐释中华民族伟大复兴的历史逻辑。坚持理论联系实际，运用史料分析、专题研讨、社会观察等多种方式，引导学生坚定“四个自信”，树立国家认同与社会责任，为成长为拥护中国共产党领导和我国社会主义制度、立志为中国特色社会主义事业奋斗终身的合格建设者和可靠接班人奠定坚实的思想理论基础。</p> <p><b>(3) (哲学与人生) (36学时)</b></p> <p>本课程以立德树人为根本，聚焦学生思想成长和人生发展需求，旨在引导学生学习运用马克思主义哲学的基本立场、观点和方法，提升思维能力和健全人格。课程系统讲授马克思主义哲学基本原理，探讨人生本质、人生价值、人生理想、人生道路选择等议题。采用案例教学、主题讨论、价值辨析、人生规划实践等形式，培养学生形成科学的世界观和方法论，掌握辩证思维方法，正确认识和处理人生发展中的矛盾问题，增强法治意识和社会责任感，为形成正确的人生观、价值观奠定坚实基础，促进德智体美劳全面发展。</p>	必修	144学时

序	课程名称	主要教学内容与要求	课程性质	学时
		<p><b>(4) (心理健康与职业生涯) (36学时)</b></p> <p>本课程是中职阶段关键素养培育课程，旨在帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观，培养健康的心理素质和积极乐观的人生态度，提升职业生涯规划能力与职业素养。课程内容涵盖心理健康基础、情绪管理、人际交往及职业生涯规划知识。采用情境体验、生涯探索工具应用、生涯规划书制定等教学方法，引导学生认识自我、悦纳自我、发展自我，提升心理调适能力和抗挫折能力，建立和谐人际关系，初步树立职业理想和敬业精神，掌握职业生涯规划的基本方法，为未来的学习、工作和幸福生活奠定坚实的心理基础和生涯发展基础。</p>		
6	历史	<p>本课程系统构建“以史明志、鉴古知今”的素养培育体系，旨在通过梳理中外历史发展脉络，帮助学生掌握历史基础知识，培养历史思维能力与人文素养，为职业成长和终身发展奠定文化根基。课程以“贯通古今、连接中外”为理念，设三大核心模块：中国古代史模块聚焦中华文明起源、秦汉统一、唐宋盛世等关键阶段，解析制度演变、文化遗产与科技成就，展现中华文明的连续性与包容性；中国近现代史模块围绕救亡图存、民族复兴主线，涵盖鸦片战争、五四运动、新中国成立及改革开放等重大事件，揭示中国从沉沦到崛起的历史必然；世界史概要模块选取古埃及、古希腊罗马文明及工业革命、世界战争等重要节点，帮助学生认识世界历史多样性与人类文明交流互鉴的趋势。教学采用“理论精讲+文物实证+情境互动”模式，结合历史影像资料、文物故事讲解及“历史人物评说”小组研讨，增强课程感染力。通过学习，学生不仅能理清历史发展线索，更能培养以史为鉴的思维方式，深化家国情怀与国际视野，理解职业发展与社会进步、文明传承的内在关联，为塑造正确价值观、提升文化自信和职业素养提供历史维度的支撑。</p>	必修	72 学时
7	体育与健康	<p>本课程系统构建以“健康第一”为核心理念的素养培育体系，旨在通过科学锻炼与健康教育，为学生终身发展和职业成长筑牢身心基础。课程以“体能提升、技能养成、健康奠基”为目标，分为基础模块与拓展模块：基础模块聚焦体能训练与健康教育，通过田径、球类、体操等项目的系统训练，提升耐力、力量、速度</p>		144 学时 (含限选 90 学时)

序	课程名称	主要教学内容与要求	课程性质	学时
		等基本体能，同时融入运动解剖学、生理学知识及健康生活方式指导，强化营养管理、运动损伤预防等实用技能；拓展模块分为技能拓展与职业适配两个方向，技能拓展涵盖武术、健美操、新兴运动项目等，培养专项运动能力与审美情趣，职业适配方向针对不同专业需求，设置如物流专业的搬运体能训练、护理专业的应急救护技能等，将运动技能与职业场景深度融合。课程采用“课堂教学+课外锻炼+社团竞赛”三维模式，通过阳光体育大课间、校园运动会、企业体育文化实践等活动，培养团队协作、抗压能力与规则意识；同时引入心理健康教育与健康管理机制，通过运动处方制定、体质监测数据分析及个性化健康指导，帮助学生掌握自我健康管理方法。课程不仅注重运动技能的习得，更强调体育精神与职业素养的融合，通过竞技比赛中的公平竞争、团队项目中的责任担当，塑造学生坚韧不拔、精益求精的工匠精神，为其未来职业发展中的体能需求、协作能力及健康可持续发展提供全方位支持。		
8	信息技术	本课程设置注重基础与应用结合。基础课程包含计算机操作系统（以 Windows 为主）操作，学生需熟练掌握文件管理、系统设置等技能；办公软件应用是核心，涵盖 Word 文档排版、Excel 数据处理、PowerPoint 演示文稿制作，培养高效办公能力。规范严谨的操作意识，通过操作系统与办公软件的精细化训练，养成文件分类存储、格式规范排版等习惯，契合职场对文档处理的标准化要求。持续学习与创新意识，前沿课程接触新技术时，引导学生主动探索迭代知识，在现有工具基础上尝试功能拓展，适应信息技术行业快速发展的特性。	必修	108 学时
9	艺术（音乐、美术鉴赏与实践）	本课程是一门综合性艺术课程，旨在培养学生的艺术素养和审美能力。以“提升艺术素养、培育审美能力、强化实践体验”为核心目标，融合音乐与美术两大艺术门类的鉴赏与实践内容。课程构建“经典鉴赏+技能实践+创意应用”的三维教学体系，音乐模块涵盖中外经典音乐作品赏析（如古典交响乐、民族民间音乐、现代流行音乐）、基础乐理认识、简单乐器演奏体验及合唱实践；美术模块包含中外美术史经典作品解读（如传统绘画、雕塑、现代设计、民间美术）、素描基础、色彩应用及手	必修	36 学时

序	课程名称	主要教学内容和要求	课程性质	学时
		工创作。注重培养学生的审美判断、创意表达及文化自信，助力学生在职业发展中兼具技术能力与人文素养，实现全面发展。课程通过美术、音乐领域的理论与实践相结合，引导学生欣赏经典艺术作品，了解不同艺术形式的表现手法与文化内涵。同时，注重实践操作，鼓励学生参与音乐表演等活动，提升艺术表现力与创造力，为学生的全面发展奠定基础。		
10	生态文明教育	本课程以培养学生生态文明素养为核心，引导学生树立绿色发展理念，增强环保意识与责任感。课程内容涵盖生态保护、资源节约、可持续发展等知识，结合环境污染治理、低碳生活实践、生态法律法规等内容，注重理论与实践结合。通过案例分析、实地考察、环保项目实践等方式，帮助学生理解人与自然和谐共生的重要性，掌握绿色生活技能，培养生态文明行为习惯，为未来职业发展融入绿色理念，助力美丽中国建设与全球生态安全。	必修	18 学时
11	国家安全教育	本课程系统构建以总体国家安全观为核心的素养培育体系，旨在帮助学生树立“国家安全，人人有责”的观念，为职业发展和社会参与筑牢安全意识根基。课程深入贯彻习近平关于总体国家安全观的重要论述，立足“统筹发展和安全”原则，构建多维度内容体系：聚焦政治安全根本地位，解析国家安全领导体制与法律制度；夯实经济安全基础地位，结合产业发展讲解经济安全风险防范；强化军事、科技、文化、社会安全保障作用，重点设置与中职生职业相关的场景教学——如新能源汽车专业的技术安全保密、建筑装饰专业的工程安全管理、计算机专业的数据安全防护等。教学采用“理论+案例+实践”模式，通过真实数据泄露、技术窃密案例研讨，开展网络安全防护、突发事件应对等情景模拟，联合企业开展岗位安全实训，引导学生认识国家安全与个人职业、生活的紧密联系。课程注重培养学生基础安全防范技能，强化“人民安全为宗旨、国家利益至上”的价值导向，助力学生在掌握多领域国家安全知识的同时，养成主动维护国家安全的行为习惯，为成为兼具安全素养和职业能力的高素质劳动者奠定坚实基础。	必修	36 学时
12	创新创业教育	本课程是一门实践性较强的课程，旨在培养学生的创新思维与创业能力。系统构建“创新引	必修	36 学时

序	课程名称	主要教学内容与要求	课程性质	学时
		<p>领、创业实践”的素养培育体系，旨在激发学生创新思维、培育创业意识、提升实践能力，为职业发展和终身成长注入创新活力。课程以“赋能成长、筑梦未来”为理念，设三大核心模块：创新认识模块通过创新理论讲解、行业创新案例分析及政策解读，帮助学生理解创新本质与创业价值，认识国家对创新创业的支持政策，树立“敢闯敢试、敢为人先”的理念；创意激发模块聚焦创新思维训练，通过头脑风暴、设计思维 workshop 及跨界创意实践等活动，培养学生发现问题、分析问题的能力，掌握思维导图、六顶思考帽等创新工具；创业实践模块围绕项目孵化展开，从市场调研、商业模式设计到创业计划书撰写、模拟路演，结合创客工坊体验与创业导师一对一指导，让学生在实践中掌握创业基本流程与核心技能。教学采用“理论精讲 + 案例研讨 + 项目实操 + 成果展示”模式，引入企业创业成功者分享经验，组织校园创新创业大赛激发实战热情。课程不仅助力学生掌握创新方法与创业基础知识，更通过真实场景模拟培育抗压能力、团队协作与资源整合素养，引导将创新思维融入职业规划，为未来就业创业或职场创新发展奠定坚实基础。</p>		
13	职业发展与就业指导	<p>本课程以职业素养培育为核心，通过 18 学时系统帮助学生完成从“校园人”到“职业人”的角色转换。课程聚焦职业认识与自我探索，引导学生运用职业测评工具分析兴趣、能力与价值观，结合行业动态（如数字化转型趋势）制定个性化职业规划。内容涵盖职业理想树立、行业发展趋势分析、求职技能训练（简历制作、模拟面试）、职场适应技巧及创业基础指导，融入真实企业案例与行业专家讲座，强化实践导向。教学采用“理论 + 实践”双轨模式：理论课通过互动教学、小组讨论解析职业发展规律，实践课依托校企合作平台开展岗位体验、职业访谈与创业项目模拟，培养沟通协作、问题解决等核心能力。同时引入企业导师参与综合评定，确保课程与岗位需求无缝对接。课程目标不仅助力学生掌握就业创业技能，更致力于培养其职业发展的自主意识，引导将个人成长与国家产业升级需求相结合，为终身职业发展奠定基础。</p>	必修	18 学时

序	课程名称	主要教学内容和要求	课程性质	学时
14	党史国史	本课程是构建“以史为鉴、立德树人”的素养培育体系，旨在通过系统学习党史国史核心内容，帮助学生明理增信、崇德力行，筑牢家国情怀与理想信念根基。课程以“知史爱党、知史爱国”为核心理念，梳理中国共产党百年奋斗历程与新中国发展史诗，聚焦建党伟业、新中国成立、改革开放、新时代伟大变革等关键节点，通过时间轴梳理、重大事件解析，明晰“中国共产党为什么能”“中国特色社会主义为什么好”的历史逻辑；挖掘党史国史中的精神富矿，讲解红船精神、井冈山精神等伟大精神的内涵，结合劳模工匠、时代楷模等榜样事迹，诠释精神力量对个人成长的引领作用；通过红色故事分享、党史国史知识竞赛、“我与祖国共成长”主题讨论等互动形式，引导学生将历史认识转化为情感认同与行动自觉。教学采用“理论精讲+影像教学+情境互动”模式，融入红色纪录片片段、历史图片资料及身边发展案例，增强课程感染力。课程不仅助力学生掌握党史国史基础知识，更通过历史浸润培育爱国情怀、责任担当与奋斗精神，引导学生将个人职业理想融入国家发展大局，为成长为担当民族复兴大任的时代新人奠定思想基础。	限定选修	18 学时
15	中华优秀传统文化	本课程是构建“文化浸润、素养培育”的育人体系，旨在通过系统学习中华优秀传统文化核心内容，增强学生文化自信与民族认同感，为职业发展和终身成长注入精神养分。课程以“传承经典、立德树人”为理念，聚焦儒家“仁义礼智信”、道家“天人合一”等核心思想，通过经典原文选读、思想解读与现实案例结合，引导学生理解传统文化的智慧精髓；围绕孝老爱亲、敬业乐群、诚实守信等美德规范，结合历史典故、现代榜样事迹及情景讨论，培育学生良好道德品质；涵盖传统节日、非遗技艺、礼仪习俗等内容，通过视频展示、手工体验（如剪纸、香囊、蜡染、漆扇等制作）及民俗故事分享，让学生感受文化多样性与生活韵味。教学采用“理论精讲+案例解析+实践体验”模式，引入文化学者讲座、非遗传承人线上授课等资源，增强课程生动性。课程不仅助力学生掌握传统文化基础知识，更通过文化浸润塑造精神品格，引导将传统智慧融入职业操守与人际交往，提升文化素养与人文情怀，为成长	限定选修	18 学时

序	课程名称	主要教学内容和要求	课程性质	学时
		为具有文化自信的高素质技术技能人才奠定基础。		
16	艺术舞蹈	本课程是以经过提炼、组织、美化了的人体动作为主要艺术表现手段，通过创造可被具体感知的舞蹈形象，表达思想感情，反映社会生活。是一种集空间性、时间性、综合性为一体的动态造型艺术。学生通过赏析优秀舞蹈作品和参与舞蹈实践，学习舞蹈知识，发展舞蹈技能，认识舞蹈的作用和功能，积累舞蹈经验，增强合作意识。了解舞蹈相关知识，感受不同舞种的表现形式和风格特点。赏析中外舞蹈的代表性作品，体验舞蹈魅力，感悟生命律动，认识世界舞蹈文化的多样性，了解中国舞蹈的审美特点和精神追求。根据个人实际情况和发展需要，选择一种舞蹈开展学习，掌握其动律特点及动作组合。结合舞蹈社团或实践活动，运用舞蹈方法和手段愉悦身心，表现新时代的美好生活。	任意选修	18 学时
17	艺术歌唱	本课程是以人声为媒介表现音乐、抒发思想情感的艺术形式。学生通过演唱和赏析优秀声乐作品，学习歌唱方法，丰富歌唱经验，增强审美与情感体验，认识声乐艺术在个人与社会生活中的意义和作用。了解声乐基础知识，掌握歌唱基本方法，感受不同形式声乐作品的风格特点，理解作品艺术内涵与表现要求，认识声乐艺术在精神文明建设中的作用。结合个人兴趣特点和发展需要，参加歌唱实践活动，提高歌曲演唱水平。	任意选修	18 学时
18	艺术国学	本课程是旨在通过艺术与国学的融合学习，传承中华优秀传统文化，提升学生人文素养与审美能力。课程以“感知经典、浸润素养”为理念，涵盖书法篆刻、国画意境、传统戏曲（如京剧、昆曲选段）及民乐赏析，通过作品解析、现场演示与视频观摩，引导学生感受笔墨韵味、舞台风采与乐律之美，培养审美感知与艺术鉴赏能力；精选《论语》《道德经》等经典片段、二十四孝故事及传统礼仪规范，结合情景解读、经典诵读与小组研讨，传递“仁义礼智信”等核心思想，理解修身立德的文化内涵；设置书法临摹、传统手工艺（如剪纸、折纸）及礼仪情景剧表演等活动，让学生在实践中亲近传统文化，深化文化认同。教学采用“理论讲解 + 作品展示 + 互动体验”模式，引入非遗传承	任意选修	18 学时

序	课程名称	主要教学内容与要求	课程性质	学时
		人讲座、文化场馆线上参观等资源，增强课程感染力。课程不仅助力学生了解传统艺术与国学精髓，更通过文化浸润培育品德修养与人文情怀，增强民族文化自信，为职业发展中的文化素养提升与精神世界丰盈奠定基础。		

(二) 专业课程 (分为专业基础课、专业核心课、专业拓展课)

专业基础课程主要教学内容与要求:

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
1	设计基础	<p><b>(1) 设计素描 (54学时)</b></p> <p>①商品结构素描绘制-根据电商产品实物进行结构分析与造型表现。</p> <p>②产品展示图绘制-为网店商品制作具有立体感和质感的产品素描图。</p> <p>③页面布局构图设计-运用素描原理进行电商页面构图规划。</p> <p>④商品细节特写表现-通过素描技法突出商品特征和卖点。</p> <p><b>(2) 三大构成 (36学时)</b></p> <p>①运用平面构成原理完成网店页面布局设计和版式规划。</p> <p>②通过色彩构成理论进行电商视觉配色方案设计与优化。</p> <p>③基于立体构成知识实现商品展示空间的三维视觉规划。</p> <p>④结合三大构成综合能力进行电商广告画面的创意设计 with 表现。</p>	<p><b>(1) 设计素描</b></p> <p>①掌握素描基础理论-理解透视原理、构图法则和造型规律，能准确表现物体结构关系。</p> <p>②商品造型能力培养-具备对各类电商产品的快速造型能力，能够熟练绘制商品基础形态。</p> <p>③明暗与质感表现-掌握光影规律，能通过明暗对比表现不同材质商品的质感特征。</p> <p>④速写与草图表达-具备快速捕捉商品特征的能力，能够快速完成商品概念草图。</p> <p>⑤构图设计能力-学会运用素描构图原理进行产品展示布局设计，突出商品主体。</p> <p>⑥电商应用融合-能将素描技能应用于商品展示、广告插图和视觉营销设计中。</p> <p><b>(2) 三大构成</b></p> <p>①平面构成基础-掌握点线面等视觉元素的组织规律，能够合理运用于网页布局和版式设计中。</p>	必修	90学时

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
			<p>②色彩构成原理-理解色彩三要素、色彩心理与情感表达,具备电商场景的色彩搭配与调和能力。</p> <p>③立体构成应用-学习空间形态、材质肌理的表现方法,能够应用于商品展示与陈列设计。</p> <p>④构成形式法则-掌握对称、均衡、节奏、韵律等形式美法则,提升设计作品的美学品质。</p> <p>⑤电商视觉设计-将三大构成知识综合应用于banner设计、详情页制作等实际电商场景。</p> <p>⑥创意表现能力-培养构成语言的创新运用能力,为品牌视觉形象设计奠定基础。</p>		
2	电子商务基础	<p>①电子商务模式识别与方案初步设计:能区分 B2B、B2C、C2C 等主流模式,结合场景完成简易电商运营方案框架搭建。</p> <p>②电商平台基础操作与商品上架:熟练操作主流电商平台后台,完成商品信息编辑、分类上架、基础营销工具配置。</p> <p>③电商交易流程全链路执行:掌握从客户咨询、订单处理、支付结算到物流对接、售后服务的完整交易流程操作。</p>	<p>①电子商务基本概念与发展趋势:理解电商定义、分类及核心特征,了解行业最新发展动态与政策规范。</p> <p>②主流电子商务模式解析:掌握各类电商模式的运营逻辑、典型案例及适用场景,能进行模式优劣分析。</p> <p>③电商平台核心功能应用:熟练运用主流平台的商品管理、订单管理、客户管理等基础功能模块。</p> <p>④电商交易与支付结算:掌握电子支付工具分类与使用方法,理解交易安全机制及风险防控要点。</p> <p>⑤电商物流与供应链基础:了解电商物流运作模</p>	必修	54 学时

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
			式、配送流程，掌握库存管理与物流对接基本方法。 ⑥电商基础营销与客服：掌握商品标题优化、基础促销活动设计技巧，具备标准化客户咨询应答能力。		
3	视觉设计基础（PS/AI）	①运用 AI 进行基础矢量图形绘制、路径编辑与简易图标制作。 ②借助 PS 完成图像抠图、调色、修图及图层管理等基础图像处理操作。 ③结合 PS/AI 进行文字排版、图文搭配，完成简易版式设计任务。 ④利用两款软件协同制作基础视觉作品（如海报、名片、简易宣传图等）。	①掌握 PS/AI 软件基础操作：熟悉两款软件界面、核心工具及快捷键，具备软件操作熟练度。 ②理解视觉设计基本原理：掌握色彩搭配、构图法则、版式设计等基础理论，能指导设计实践。 ③掌握矢量图形创作技能：学会 AI 路径编辑、图形绘制方法，具备基础矢量元素设计能力。 ④掌握图像处理核心方法：熟练运用 PS 进行抠图、调色、修图等操作，能完成图像优化处理。 ⑤学会版式设计基础应用：掌握文字层级排版、图文协调搭配技巧，能制作规范简洁的版式。 ⑥具备基础视觉作品创作能力：结合软件操作与设计知识，独立完成符合要求的简易设计作品。	必修	162 学时
4	商品拍摄与处理	①根据商品属性（如静物、服饰、电子产品等）搭建简易拍摄场景，调整灯光与机位，完成商品基础拍摄。 ②结合商品卖点（如材质、细节、功能），运用构图技巧（近景、特写等）拍摄突出商品特色的展示图。	①掌握商品拍摄基础理论：理解光线（自然光、人造光）、构图（对称、对角线）、相机参数（光圈、快门、ISO）的核心原理。 ②学会拍摄设备与场景搭建：熟练操作相机（或	必修	72 学时

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
		<p>③使用图像处理软件（如 PS）对商品图进行基础优化，包括修除瑕疵、调整色彩、抠图换背景。</p> <p>④按照电商平台展示规范，调整商品图尺寸、分辨率，完成适配平台的商品图最终输出。</p>	<p>手机）、灯光设备，能根据商品类型搭建简易拍摄场景。</p> <p>③掌握不同品类商品拍摄技巧：了解静物、服饰、电子产品等常见商品的拍摄差异，能针对性设计拍摄方案。</p> <p>④掌握商品图基础处理技能：熟练使用软件进行瑕疵修复、色彩校正、抠图，确保图片真实且美观。</p> <p>⑤理解电商平台图片规范：了解主流电商平台（如淘宝、京东）对商品图尺寸、分辨率、风格的要求，确保输出符合规范。</p> <p>⑥具备商品图输出能力：能独立完成“拍摄 - 处理 - 适配平台”全流程，输出可直接用于电商展示的商品图。</p>		

### 专业核心课程主要教学内容与要求：

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
1	电商视觉设计与制作	<p>①电商店铺核心页面设计：根据品牌风格与商品属性，完成店铺首页、商品详情页的版式规划及视觉元素（Banner、图标、模块）整合。</p> <p>②电商商品视觉创意优化：结合商品卖点（如功能、材质、场景），设计高吸引力的商品主图、场景展示图，提升点击</p>	<p>①掌握电商视觉设计规范：熟悉淘宝、京东等主流平台视觉标准（尺寸、信息层级、风格限制），确保设计合规性。</p> <p>②深化设计软件应用：熟练运用 PS/AI 进行复杂视觉元素创作，初步掌握 C4D 简易商品建模与场</p>	必修	108 学时

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
		<p>转化。</p> <p>③电商活动视觉物料制作：针对大促（618、双 11 等）或日常活动，设计活动海报、优惠券、活动专题页等视觉物料。</p> <p>④电商短视频基础视觉包装：制作短视频封面、添加符合电商风格的字幕 / 贴纸，完成适配平台传播的短视频简易视觉优化。</p>	<p>景搭建，满足电商 3D 视觉需求。</p> <p>③掌握电商色彩与构图策略：理解电商用户视觉聚焦习惯，运用色彩心理学、对比构图等技巧突出商品核心信息。</p> <p>④电商页面设计逻辑：掌握首页“导航 - 引流 - 转化”、详情页“卖点 - 信任 - 行动”的版式设计逻辑，提升页面用户体验。</p> <p>⑤电商视觉创意方法论：培养结合商品属性、用户需求与活动主题的创意思维，能独立输出完整视觉设计方案。</p> <p>⑥设计作品输出与适配：掌握设计文件导出格式（PNG/JPG/PSD）、分辨率设置，确保作品适配不同电商平台发布要求。</p>		
2	供应链与物流管理	<p>①梳理企业供应链核心环节（采购、仓储、配送、履约），结合业务需求制定简易供应链流程优化方案。</p> <p>②根据商品特性（如重量、时效、成本）选择适配物流模式（快递、专线运输、仓储配送一体化等），设计基础物流执行方案。</p> <p>③分析库存数据（销量、周转率、缺货率），制定安全库存标准，完成库存补货计划与周转效率优化。</p> <p>④协调供应链上下游主体（供应商、物流商、电商平台），处理订单履约中的物流衔接问题（如发货延迟、退换货物</p>	<p>①掌握供应链与物流管理基础理论：理解供应链核心要素、物流管理核心流程，明确两者协同运作逻辑。</p> <p>②熟悉主流物流模式与运输管理：了解快递、快运、冷链物流等模式特点，能根据商品需求选择适配物流方式。</p> <p>③掌握库存管理核心方法：学会 ABC 分类法、安全库存计算、EOQ 模型（经济订货批量），具备库存水平优化能力。</p> <p>④理解供应链协同与供应商管理：掌握供应商筛</p>	必修	54 学时

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
		流对接)。	<p>选标准、物流商合作评估方法,提升供应链各环节衔接效率。</p> <p>⑤了解供应链信息系统应用:熟悉 ERP(企业资源计划)、WMS(仓储管理系统)基础功能,能借助系统处理物流数据与订单履约。</p> <p>⑥掌握供应链风险与合规要点:了解物流运输法规、供应链中断风险(缺货、运输延误),具备基础风险识别与应对能力。</p>		
3	店铺开设与装修	<p>①依据主流电商平台(如淘宝、拼多多)规则,完成店铺注册、资质提交与类目申请,实现店铺合规开通。</p> <p>②配置店铺基础信息,包括支付方式绑定、物流模板设置、退换货规则制定,搭建店铺运营基础框架。</p> <p>③结合品牌风格与商品定位,规划店铺首页版式(导航栏、Banner 区、商品陈列区),完成页面模块搭建与视觉装修。</p> <p>④设计并添加店铺核心装修元素(如品牌 Logo、商品分类图标、活动引导 Banner),完成装修后预览测试与上线调整。</p>	<p>①掌握电商平台开店规则:熟悉主流平台店铺注册条件、资质要求(营业执照、行业资质)及合规经营规范。</p> <p>②学会店铺基础配置操作:熟练完成支付账户绑定、物流模板(运费计算、配送区域)设置、店铺基本信息(名称、简介)编辑。</p> <p>③理解店铺装修设计逻辑:掌握首页“引流-转化-留存”的版式规划原则,能结合商品属性确定视觉风格(如简约风、国潮风)。</p> <p>④掌握装修工具使用方法:熟练操作平台自带装修工具(如淘宝旺铺)或第三方工具,完成模块拖拽、页面布局与预览。</p> <p>⑤掌握装修元素制作规范:了解电商装修元素尺寸标准(如 Banner 尺寸、图标比例),确保元</p>	必修	54学时

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
			素清晰且适配不同设备。 ⑥具备店铺装修优化能力：能通过预览测试排查装修问题（如链接失效、排版错乱），结合用户体验调整装修细节。		
4	直播团队打造	<p>①依据直播目标（如电商带货、品牌宣传），完成直播团队核心角色（主播、运营、场控、客服）的配置与人员筛选。</p> <p>②制定团队各角色岗位职责与协作流程，明确直播前（选品、脚本策划）、直播中（控场、互动、数据监测）、直播后（复盘、客诉处理）的分工衔接。</p> <p>③针对团队成员开展专项能力训练，如主播话术优化、场控应急操作、运营数据解读，提升团队整体实操能力。</p> <p>④结合直播数据（观看量、转化率、互动率）与用户反馈，评估团队绩效，优化角色协作机制与工作流程。</p>	<p>①掌握直播团队核心架构：理解电商直播团队常见角色（主播、运营、场控、客服、选品专员）的功能定位与人员配置逻辑。</p> <p>②熟悉各角色岗位职责：明确主播（产品讲解、互动引导）、运营（数据监测、流程把控）、场控（设备调试、节奏控制）的核心工作内容。</p> <p>③掌握团队协作流程设计：学会搭建“筹备-执行-复盘”全链路协作框架，确保直播各环节高效衔接。</p> <p>④具备团队人员筛选能力：了解各角色胜任力标准（如主播的表达能力、运营的数据分析能力），能制定基础人员筛选维度。</p> <p>⑤掌握团队专项培训方法：学会针对不同角色设计简易培训方案（如主播话术训练、场控应急模拟），提升成员专业技能。</p> <p>⑥具备团队绩效优化能力：理解直播核心数据（GMV、转化率、停留时长）与团队表现的关联，能通过复盘调整团队协作模式。</p>	必修	54学时

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
5	网络营销及综合实践	<p>①结合产品定位与目标人群，制定分渠道网络营销方案（如社交媒体、搜索引擎、电商平台等），明确推广目标与执行路径。</p> <p>②实操主流平台营销动作：在抖音/微信/淘宝等平台发布营销内容（短视频、图文、活动海报），执行基础推广（如社群运营、直通车简易投放）。</p> <p>③监测营销数据（如曝光量、点击率、转化率），分析数据背后问题，调整渠道策略与内容方向，优化营销效果。</p> <p>④完成网络营销综合项目：从方案策划、资源统筹、执行落地到数据复盘，全流程推进小型营销项目，输出完整实践报告。</p>	<p>①掌握网络营销基础理论：理解网络营销定义、核心渠道（社交媒体、SEO/SEM、电商营销等）及行业发展趋势，建立系统认知。</p> <p>②熟悉各渠道营销方法：掌握 SEO 关键词优化、社交媒体内容运营、电商平台推广（如直通车、钻展）的核心操作技巧。</p> <p>③学会营销方案制定：掌握目标设定（SMART 原则）、人群画像分析、预算分配、流程规划的方法，能独立撰写简易营销方案。</p> <p>④掌握数据监测与优化：熟练使用常用工具（百度统计、生意参谋、抖音创作者数据中心），能解读核心数据并调整营销策略。</p> <p>⑤具备营销内容创作能力：掌握营销文案、短视频脚本、活动海报文案的创作逻辑，能产出适配不同渠道的营销内容。</p> <p>⑥提升综合实践能力：能独立统筹小型营销项目，完成“策划 - 执行 - 复盘”全流程，具备问题解决与项目总结能力。</p>	必修	108 学时
6	短视频营销与策	<p>①结合品牌/产品定位与目标人群，完成短视频选题策划，撰写包含“开头吸引 - 核心卖点 - 行动引导”的完整营销脚本。</p> <p>②运用拍摄设备（手机 / 相机）与剪辑工具（剪映 / Pr），</p>	<p>①掌握短视频营销基础逻辑：理解短视频营销的核心价值、平台特性（抖音算法、快手私域属性）及行业趋势，建立系统认知。</p> <p>②学会短视频选题与脚</p>	必修	72 学时

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
	划	<p>完成短视频拍摄、素材剪辑、字幕添加及特效包装，适配平台风格（如抖音、快手）。</p> <p>③制定短视频发布与运营计划，包括确定发布时间、设计话题标签、策划用户互动（评论回复、挑战赛发起），提升内容曝光。</p> <p>④分析短视频核心数据（播放量、完播率、转化率、互动率），总结问题并优化选题、内容或运营策略，提升营销效果。</p>	<p>本创作：掌握“痛点切入 - 产品关联 - 情绪共鸣”的选题方法，能独立撰写符合营销目标的分镜脚本。</p> <p>③掌握短视频拍摄与剪辑技能：熟悉基础运镜（推、拉、摇、移）、光线运用，熟练操作剪映（或 Pr）完成素材剪辑、转场及字幕制作。</p> <p>④理解短视频运营策略：掌握发布时间优化、话题标签组合（热门 + 精准）、用户互动技巧，能制定基础运营方案。</p> <p>⑤学会数据监测与优化：熟悉平台数据工具（抖音创作者中心、快手数据罗盘），能解读完播率、转化率等核心指标并调整策略。</p> <p>⑥具备短视频营销综合能力：能结合品牌需求，独立完成“选题策划 - 内容制作 - 运营投放 - 数据复盘”的完整短视频营销闭环。</p>		
7	直播运营管理	<p>①结合商品属性与目标人群，完成直播前期筹备：制定选品清单（含主推/福利品搭配）、撰写直播脚本（含流程节点、话术要点）、调试直播设备（镜头、灯光、网络）。</p> <p>②直播中实时运营把控：调控直播节奏（商品讲解顺序、互动节点）、引导用户互动（问答、点赞、下单），处理突发问题（设备故障、用户争议）。</p> <p>③直播后数据复盘与优化：分</p>	<p>①掌握直播运营基础逻辑：理解主流直播平台（淘宝、抖音等）规则、流量推荐机制，明确直播运营“筹备 - 执行 - 复盘”全链路核心目标。</p> <p>②学会直播前期筹备方法：掌握选品策略（用户需求匹配、利润空间测算）、脚本撰写技巧（流程闭环、话术感染力）、设备选型与调试要点。</p>	必修	72学时

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
		析核心数据（GMV、转化率、停留时长、互动率），定位运营问题（如选品滞销、话术转化弱），输出优化方案。 ④制定直播长期运营计划：规划直播排期（频次、时长）、维护直播粉丝（分层互动、复购引导），迭代选品策略与直播话术。	③掌握直播中运营技巧：熟练运用控场方法（节奏把控、氛围调动）、转化话术（痛点挖掘、利益点强调），具备突发问题应急处理能力。 ④学会数据监测与复盘：熟悉直播数据工具（直播中控台、生意参谋），能解读核心指标，通过数据反推运营优化方向。 ⑤掌握直播粉丝运营：理解粉丝分层逻辑（新粉 / 老粉 / 核心粉），学会通过互动（评论回复、专属福利）提升粉丝粘性与复购率。 ⑥具备合规运营意识：掌握直播内容合规要求（避免虚假宣传、违规话术），熟悉平台处罚规则，确保直播合规开展。		
8	HTML5+CS3	①依据需求搭建网页基础结构框架。 ②设计并实现响应式页面布局。 ③优化网页样式与视觉呈现效果。 ④解决跨浏览器样式兼容问题。	①掌握 HTML5 核心标签及语义化应用方法。 ②熟练运用 CSS3 选择器、盒模型进行样式设计 ③掌握 Flex、Grid 等现代布局技术。 ④理解响应式设计原理与实现方法。 ⑤掌握 CSS3 动画、过渡等视觉效果实现。 ⑥具备网页样式调试与兼容优化能力。	必修	90 学时

**专业拓展课程主要教学内容与要求：**

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
1	商业动画广告设计 与制作	<p>① 依据品牌需求完成商业动画广告创意策划。</p> <p>② 设计符合产品定位的动画广告分镜脚本。</p> <p>③ 制作包含角色、场景的商业动画广告成片。</p> <p>④ 优化动画广告节奏与视觉呈现，适配投放场景。</p>	<p>①掌握商业动画广告的创意策划流程与方法。</p> <p>②理解品牌定位与动画广告设计的结合要点。</p> <p>③熟练运用动画制作软件完成分镜到成片的转化。</p> <p>④掌握商业动画广告的色彩搭配、节奏把控技巧。</p> <p>⑤了解不同投放场景（如短视频平台、线下屏幕）的动画适配规则。</p> <p>⑥具备商业动画广告的修改优化与最终输出能力。</p>	必修	90 学时
2	电商客服管理	<p>① 制定电商平台客服工作流程与服务标准。</p> <p>② 监控客服日常服务质量，处理客诉升级问题。</p> <p>③ 组织客服团队培训，提升成员沟通与问题解决能力。</p> <p>④ 整理客服工作数据，分析优化服务效率与用户满意度。</p>	<p>①掌握电商客服管理的核心职责与行业规范。</p> <p>②理解电商平台（如淘宝、京东）客服规则与维权机制。</p> <p>③掌握客服工作流程设计与服务标准制定方法。</p> <p>④学会运用客服管理工具监控服务质量、统计工作数据。</p> <p>⑤掌握客诉处理技巧与团队沟通协调方法。</p> <p>⑥具备基于数据提出客服服务优化方案的基础能力。</p>	必修	36 学时
3	美妆形象设计	<p>① 依据客户需求与场景（如日常、宴会、职场）制定个性化美妆方案。</p> <p>② 完成面部妆容打造，包括底妆、眼妆、唇妆等核心环节。</p> <p>③ 搭配妆容设计适配的发型与基础服饰风格。</p> <p>④ 调整妆容细节，解决客户妆容适配性问题（如肤色、五官</p>	<p>①掌握美妆形象设计的基础理论，包括色彩搭配、五官比例分析。</p> <p>②熟练运用各类美妆工具与产品，掌握底妆、眼妆等核心化妆技巧。</p> <p>③理解不同场景（日常、宴会、职场）的美妆风格定位与设计要点。</p>	必修	72 学时

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
		特点)。	④学会根据客户肤色、五官特点定制适配的美妆方案。 ⑤掌握妆容与发型、基础服饰的搭配逻辑与技巧。 ⑥具备美妆方案调整优化与客户沟通反馈的基础能力。		
4	直播概述	①依据直播目标(如带货、知识分享)规划基础直播流程与内容框架。 ②选择适配直播场景的设备与平台,完成开播前准备工作。 ③执行基础直播操作,维护直播过程中的互动秩序与氛围。 ④整理直播数据(如观看人数、互动率),总结基础运营问题。	①掌握直播行业的发展现状、主流平台(如抖音、淘宝直播)特性与规则。 ②理解不同类型直播(带货、知识、娱乐)的核心目标与内容逻辑。 ③学会选择基础直播设备(手机、麦克风、补光灯)并完成调试。 ④掌握直播前内容策划、流程设计与开播准备的基础方法。 ⑤了解直播过程中互动引导、秩序维护的基本技巧。 ⑥具备读取基础直播数据、总结直播问题的初步能力。	限定选修	36 学时
5	视频拍摄与剪辑	①依据视频需求(如短视频、宣传片)制定拍摄脚本与镜头规划。 ②操作拍摄设备(相机、手机等)完成画面录制,把控光影与构图。 ③使用剪辑软件(如 Pr、剪映)进行素材剪辑、配乐与字幕添加。 ④优化视频节奏与视觉效果,输出符合投放需求的成片。	①掌握视频拍摄的基础理论,包括构图、光影、镜头语言知识。 ②学会操作主流拍摄设备,掌握画面稳定与清晰录制的技巧。 ③理解不同类型视频(短视频、宣传片)的脚本设计逻辑。 ④熟练运用剪辑软件完成素材筛选、拼接与基础特效制作。 ⑤掌握视频配乐、字幕添加与色彩校正的基础方	限定选修	72 学时

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
			法。 ⑥具备根据投放场景调整视频格式与质量的初步能力。		
6	电商文案写作	<p>①依据产品特性与目标人群，撰写商品详情页文案。</p> <p>②创作电商平台营销文案（如活动海报、短视频脚本、促销标语）。</p> <p>③优化文案关键词与表达逻辑，提升商品转化与搜索曝光。</p> <p>④调整文案风格适配不同电商场景（如直播口播、朋友圈种草）。</p>	<p>①掌握电商文案的核心要素与写作原则（如卖点提炼、用户视角）。</p> <p>②理解不同品类产品（美妆、服饰、家电）的文案侧重点差异。</p> <p>③学会撰写商品详情页（标题、卖点、售后说明）各模块文案。</p> <p>④掌握电商营销文案的创意构思与吸引力表达技巧。</p> <p>⑤了解电商平台算法规则，学会优化文案关键词以提升曝光。</p> <p>⑥具备根据用户反馈调整文案内容、优化转化效果的基础能力。</p>	任意选修	72学时
7	零售门店O2O运营	<p>①搭建零售门店线上线下联动体系（如线上下单、门店自提/配送）。</p> <p>②策划门店O2O营销活动（如线上优惠券、线下体验转化）。</p> <p>③管理门店O2O订单履约流程，协调库存与配送衔接。</p> <p>④分析O2O运营数据（如线上转化率、门店引流效果），优化运营策略。</p>	<p>①掌握零售门店O2O运营的核心模式与行业逻辑。</p> <p>②理解主流O2O平台（如美团、京东到家）规则与合作流程。</p> <p>③学会搭建门店线上展示页面与线下履约配套体系。</p> <p>④掌握O2O营销活动策划与用户引流转化的基础方法。</p> <p>⑤了解门店O2O库存管理、订单处理与配送协调技巧。</p> <p>⑥具备读取O2O运营数据、提出运营优化方案的初步能力。</p>	任意选修	72学时

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程性质	学时
8	AI 智能辅助运用	<p>①依据专业场景（如设计、文案、数据整理）选择适配的 AI 工具。</p> <p>②使用 AI 工具完成基础任务输出（如 AI 绘图、文案生成、数据初筛）。</p> <p>③优化 AI 生成结果，使其符合实际需求标准（如调整设计细节、润色文案）。</p> <p>④总结 AI 工具在工作中的应用经验，提升效率与成果质量。</p>	<p>①掌握主流 AI 工具（如 AI 设计类、AI 文案类、AI 数据类）的基础功能。</p> <p>②理解不同专业场景下 AI 工具的选型逻辑与应用边界。</p> <p>③学会操作常用 AI 工具完成基础任务的生成与导出。</p> <p>④掌握 AI 生成结果的评估方法与优化技巧（如关键词调整、参数设置）。</p> <p>⑤了解 AI 工具使用中的版权规范与数据安全注意事项。</p> <p>⑥具备将 AI 工具融入日常工作流程、提升任务效率的初步能力。</p>	任意选修	36 学时
9	商务礼仪与沟通	<p>①依据商务场景（如会议、谈判、接待）规范个人仪态与行为举止。</p> <p>②完成商务场合中的高效沟通，清晰传递信息并倾听需求。</p> <p>③处理商务沟通中的异议与冲突，维护合作关系。</p> <p>④设计商务接待、拜访等场景的礼仪流程与沟通方案。</p>	<p>①掌握商务礼仪核心知识（仪表着装、仪态举止、场合礼仪）。</p> <p>②理解商务沟通的原则（尊重、清晰、高效）与逻辑表达技巧。</p> <p>③学会商务会议、谈判、电话 / 视频沟通的礼仪规范与流程。</p> <p>④掌握商务沟通中倾听、提问、回应及异议处理的方法。</p> <p>⑤了解跨文化商务场景中的礼仪差异与沟通注意事项。</p> <p>⑥具备在不同商务场景中规范礼仪、高效沟通的基础能力。</p>	任意选修	54 学时

### （三）实践性教学环节

我校严格依照中职电子商务专业标准要求，将实践性教学深度融入人才培养全过程，构建起多层次、多维度的实践教学体系。在具体形式上，既依托专业实验室开展电商平台操作、网络营销模拟等实验教学，夯实学生基础操作能力；又与优质电商企业合作搭建实习实训基地，安排学生参与店铺运营、客户服务、物流配送等真实岗位实践，强化职业技能；毕业设计环节围绕电商创业策划、行业数据分析等实战主题展开，培养学生综合应用能力；同时定期组织电子商务进农村、直播助农等社会实践活动，提升学生社会责任感与行业认知。此外，无论是公共基础课程，还是专业课程，均增设实践教学模块，如公共基础课程中的办公软件电商场景应用训练、专业课程中的真实店铺运营项目，全方位保障学生在实践中提升职业素养与就业竞争力，助力其成长为符合行业需求的技能型电子商务人才。

#### 1. 电商平台综合运营实训（252 学时）

本实训课程依托校企合作模式，聚焦电商视觉设计核心技能。联合头部电商企业打造实战化教学体系，以真实店铺运营需求为导向，培养学生视觉呈现与商业转化能力。课程涵盖 PS、AI 等主流设计工具实操，详解主图优化、详情页排版、首页装修等核心模块。通过企业导师驻校授课、线上店铺模拟运营、真实产品视觉包装项目，让学生掌握色彩搭配、版式设计、视觉营销逻辑。实训后期安排企业轮岗，参与电商大促视觉策划，积累项目经验。结业后可胜任电商美工、视觉设计师等岗位，实现技能与岗位需求无缝衔接。联合头部 MCN 机构与电商平台，聚焦短视频创作与直播带货核心能力培养。课程涵盖短视频脚本撰写、拍摄剪辑、账号运营，及直播间搭建、话术技巧、选品控场等模块。通过企业导师手把手带教，结合真实品牌账号代运营、直播带货实战项目，让学生掌握爆款内容打造、流量转化、粉丝沉淀等技能。实训后期安排企业驻场实践，参与大促直播全流程，积累实战案例。结业后可胜任短视频运营、直播主播、电商操盘手等岗位，无缝对接行业需求。联合知名电商物流企业与仓储园区，聚焦电商仓储与物流全流程管理能力培养。课程涵盖仓储规划、库存管控、订单处理，及配送路线优化、智能分拣、物流信息系统操作等模块。通过企业导师驻校指导，结合真实仓库轮岗、订单履约实战项目，让学生掌握库存精准管理、高效配货发货、物流成本控制等技能。实训后期安排企业顶岗实践，参与大促物流保障全流程，积累实战经验。结业后可胜任仓储主管、物流调度、电商供应链专员等岗位，实现技能与行业需求无缝对接。

## 2. 实习 (510 学时)

我校依据中职电子商务专业标准，将实习作为提升学生职业适配能力的核心环节，构建“校企协同、岗课融合”的实习培养模式。包括认识实习和岗位实习。学校精心筛选涵盖综合电商平台、垂直领域电商企业及本地特色电商机构等 20 余家合作单位，为学生提供店铺运营、新媒体营销、客户服务、电商物流管理等多类核心岗位实习机会。实习过程采用“双导师制”，企业导师负责指导岗位实操技能，如商品上架优化、直播带货流程、售后问题处理等；学校导师则跟踪实习进度，开展职业素养辅导与心理疏导。实习内容与专业课程深度衔接，设置阶段性任务，如完成店铺月度运营数据复盘、策划一场短视频营销活动，确保学生将课堂所学转化为实战能力。通过实习，学生不仅能熟悉电商行业运作流程、掌握岗位核心技能，更能培养职业责任感与团队协作能力，为毕业后快速适应行业岗位需求奠定坚实基础，切实达成中职电商专业技能型人才培养目标。

### (1) 认识实习 (120 学时)

严格遵循中职电子商务专业标准，将认识实习作为学生接触行业、建立职业认知的启蒙环节，为期 4 周，助力其完成从理论认知到行业感知的过渡。学校联合校企合作电商企业，涵盖综合电商平台、跨境电商公司、本地直播电商基地等，采用“企业参访+岗位观摩+专题讲解”的模式开展认识实习。学生将走进企业运营中心、直播间、物流仓储区等场所，观摩店铺后台操作、直播选品流程、订单分拣配送等真实工作场景；企业资深从业者还会围绕电商行业发展趋势、岗位职能划分、职业能力要求等开展专题分享，并解答学生关于职业发展的疑问。认识实习过程中，学校同步安排专业教师引导学生撰写实习日志，梳理所见所闻所感，帮助学生明确电商行业运作逻辑、清晰岗位发展方向，为后续专业课程学习和技能实训树立目标，切实夯实中职电商人才培养的认知基础。

### (2) 岗位实习 (390 学时)

依据中职电子商务专业标准，将岗位实习作为锤炼学生岗位胜任力的关键环节，实现与就业岗位的精准衔接。学校结合学生职业发展意向，联合优质合作电商企业，匹配店铺运营助理、新媒体内容策划、电商客服专员、跨境电商物流协调等核心岗位，确保学生深入对应岗位开展实操。实习期间实行“校企双导师”管理，企业导师负责岗位技能实操指导，如商品标题优化、客户投诉处理、跨境订单跟进等；学校导师定期走访企业，检查实习进度，解决学生实习难题。岗位实习内容紧扣岗位实际需求，设置具体工作任务，如独立完成店铺日常运营维护、策划并执行单场直播预热活动等，推动学生将专业知识转化

为岗位实战能力。通过岗位实习，学生可熟练掌握岗位核心技能、适应企业工作节奏，同时培养职业素养与团队协作能力，为顺利就业及快速融入职场筑牢根基，契合中职电商技能型人才培养目标。

### 3. 劳动教育（90学时）（必修，课堂教学外进行）

本课程系统构建“知行合一”的劳动素养培育体系，旨在通过理论浸润与实践历练，培养学生正确劳动观念、必备劳动技能、积极劳动精神和良好劳动习惯，为成长为德智体美劳全面发展的高素质劳动者奠定基础。课程以“劳动铸魂、技能立身”为理念，设四大模块：基础认知模块聚焦劳动理论与政策学习，通过劳动史、劳模事迹讲解及劳动法律法规解读，树立“劳动最光荣、最崇高、最伟大、最美丽”的观念；技能实训模块结合专业特色设置职业技能训练，如机械专业的工具使用与设备维护、服务专业的礼仪服务与流程操作等，掌握与职业相关的基础劳动技能；职业体验模块组织学生深入企业车间、生产一线参与实际劳动，体验岗位工作流程与责任要求，理解劳动价值与职业内涵；社会服务模块开展校园劳动、社区志愿服务及公益劳动项目，强化责任担当与奉献精神。教学采用“理论+实践+评价”三维模式，通过案例教学、项目式学习、校企联合指导等方式，将劳动教育与职业发展深度融合。课程不仅助力学生掌握实用劳动技能，更通过劳动实践培育敬业奉献、精益求精的职业精神，增强社会责任感与创新意识，为终身发展和职业成长注入持久动力。

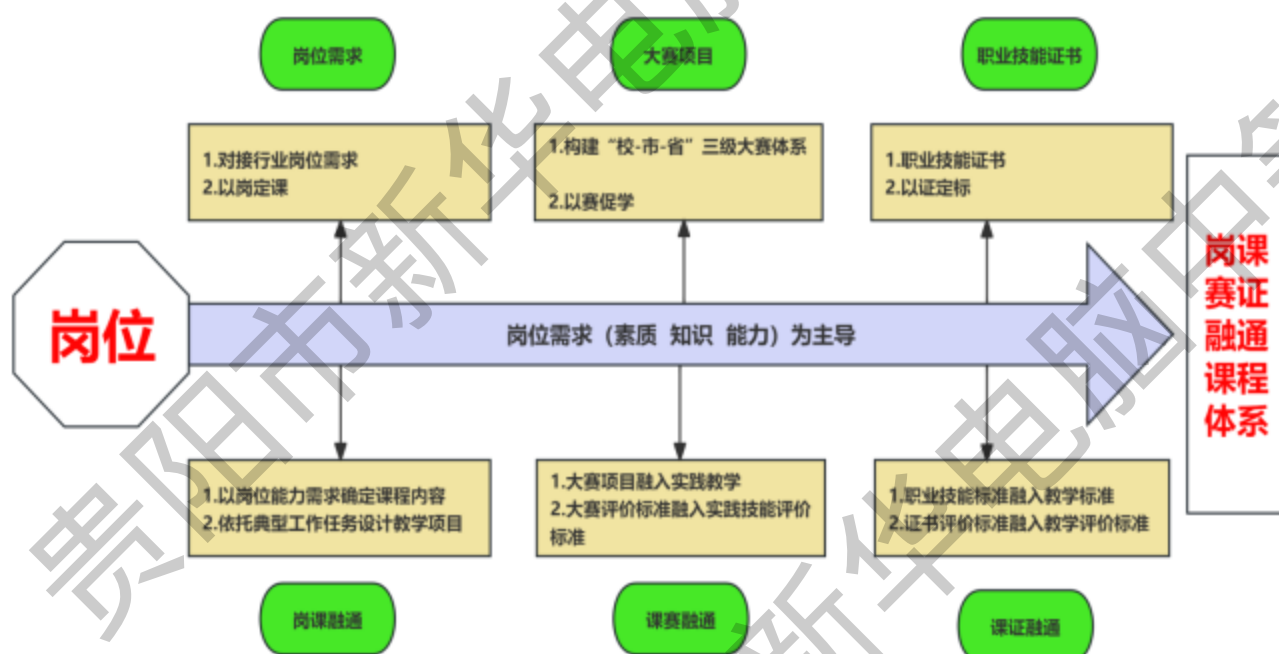
### 4. 心理健康（45学时）（必修，每两周一次课堂教学外进行）

本课程设置以帮助学生树立科学的心理健康观念，掌握实用的心理调适方法，以适应中职阶段学习生活与未来职业发展需求。课程内容涵盖六大核心模块：开篇通过“心理健康认知与自我探索”引导学生认识心理发展规律，接纳自我特质；“情绪管理与压力应对”结合案例教学，教授情绪识别、表达及压力缓解技巧，助力应对学业与生活焦虑；“人际交往与团队协作”通过情景模拟、小组活动，提升学生沟通能力与合作意识，适配各类专业学习中的团队任务需求；“学习心理与职业规划”聚焦学习方法优化、职业兴趣探索与职业心态培养，衔接不同专业的职业发展路径；“挫折应对与心理韧性”以真实案例解析挫折应对策略，增强学生抗挫折能力；“心理危机识别与求助”普及心理危机信号识别方法，明确校内外心理支持资源获取途径。课程采用理论讲授、案例分析、小组讨论、心理测评、实践体验等多元教学方式，将专业特色与心理需求相结合，最终帮助全体学生提升心理健康素养，塑造积极心理品质，为职业成长与人生发展筑牢心理基础。

#### （四）相关要求

我校中职电子商务专业严格依据国家专业标准，在人才培养方案中**深度融入思政育人**与**综合素养提升体系**，构建“思政引领、课程赋能、实践铸魂”的育人格局。一方面，充分发挥思政课程核心作用，在《职业道德与法治》等思政课程中有机融入“四史”内容，结合电商行业发展史、本土电商企业奋斗案例，强化学生政治认同与职业使命感；同时推进课程思政全覆盖，在《电商平台综合运营》中融入诚信经营、合规营销理念，在《电商客服管理》中渗透责任担当教育，在跨境电商中传递国货自信与国际视野，实现思想政治教育与电商技术技能培养的有机统一。另一方面，系统开设拓展课程与专题活动，围绕行业需求设置安全教育（含电商平台信息安全、物流仓储事故案例分析）、绿色电商（如包装减碳、逆向物流）、数字经济（如电商数据思维）、创新创业（如电商创业项目孵化）等课程，定期邀请行业专家开展新一代信息技术（如AI在电商中的应用）、现代电商管理专题讲座。此外，常态化组织德育主题活动（如“电商人守诚信”演讲）、志愿服务（如“电商助农”公益推广）及岗位实践活动，全方位提升学生综合素养，培养既懂电商技能、又具家国情怀与责任感的高素质技能型人才。

#### （五）岗课赛证融通



## 1. “岗课赛证融通”项目化实训课

中职电子商务专业“岗课赛证融通”项目化实训课，以电子商务行业核心岗位（如电商运营专员、新媒体营销师、直播电商主播、跨境电商操作员、电商美工、客户服务管理师等）为主导，紧贴岗位实际需求重构实训课程体系。以真实电商项目工作过程为导向，选取店铺搭建运营、短视频营销策划、直播带货执行、跨境电商铺货、详情页设计制作、客户关系维护等典型岗位工作任务，系统化设计实训教学项目，重组课程内容，重塑“项目驱动+实操演练”的课堂教学模式。

将电子商务师、新媒体运营师、跨境电子商务操作专员等职业技能证书标准中的核心知识点与技能点全面融入教学环节，确保技能培养与证书考核要求精准对接；将全国电子商务职业技能大赛、直播电商技能竞赛等职业技能大赛的竞赛内容、项目规则、训练标准融入项目教学内容，通过模拟竞赛场景、开展赛前专项训练提升学生竞技能力，全面实施“岗课赛证融通”。

以“岗课赛证融通”为核心目标，将实训课程划分为店铺运营、新媒体营销、直播电商、跨境电商、电商美工、客户服务等模块化内容，对课程知识点、能力点、教学模块及项目资源进行系统性重构设计，实现对学生职业素养、专业知识与实操能力的全面培养，助力学生快速适配电子商务行业岗位需求。

“岗课赛证融通”信息一览表

就业岗位	典型工作任务	职业能力分析	主要课程	相关竞赛	证件名称
电商运营、新媒体营销、直播电商、电商美工、客户	电商店铺搭建与日常运营	1.熟悉主流电商平台（淘宝、京东、拼多多等）规则与运营逻辑；2.掌握商品上下架、标题优化、详情页策划核心技能；3.具备店铺数据监测、分析及营销活动策划执行能力	专业基础课： 《设计基础》 《视觉设计基础（PS/AI）》 《电子商务基础》 《商品拍摄与处理》	1.全国职业院校技能大赛（电子商务技能赛项）2.全国直播电商职业技能竞赛 3.全国跨境电子商务技能大赛 4.新媒体营销创意大赛	1.电子商务师（职业技能等级证书）2.新媒体运营师（职业技能等级证书）3.跨境电子商务操作专员（职业技能等级证书）4.电商美工专项职
	新媒体营销与内容推广	1.具备短视频策划、拍摄及剪辑（PR/AE）实操能力；2.掌握社交媒体（抖音、小红书、视频号）账号运营与粉丝维护技巧；3.能独立完成营销文案	专业核心课： 《电商视觉设计与制作》 《供应链与物流管理》 《店铺开设与装修》 《直播团队打造》		

服务、 跨境 电商 操作		创作、话题策划及推广效果复盘	《网络营销及综合实践》 《短视频营销与策划》	业能力证书
	直播电 商带货 执行	1.熟练掌握直播脚本撰写、产品讲解及镜头表达技巧；2.具备直播场景搭建、互动控场及粉丝转化能力；3.能进行直播数据（观看量、转化率）分析与优化	《直播运营管理》 《HTML5+CSS3》 《电商平台综合运营实训》 专业拓展课： 《电商客服管理》 《商业动画广告设计与制作》	
	电商视 觉设计 制作	1.熟练运用 PS、AI 等软件进行详情页、主图及店铺装修设计；2.具备电商视觉审美、色彩搭配及排版布局能力；3.能适配不同平台视觉规范，完成设计需求落地	《美妆形象设计》 《直播概述》 《视频拍摄与剪辑》 《电商文案写作》 《零售门店 O2O 运营》	
	跨境电 商基础 操作	1.了解跨境电商平台（速卖通、亚马逊等）入驻及产品发布流程；2.掌握基础跨境物流、支付及报关常识；3.能完成简单跨境订单处理与跟进	《AI 智能辅助运用》 《商务礼仪与沟通》	
	客户服 务与售 后处理	1.掌握电商咨询接待、订单查询、售后问题（退换货、投诉）处理流程；2.具备良好的沟通表达、情绪管理及问题解决能力；3.熟悉客户关系维护与复购引导技巧		

## (六) 教学进程总体安排

### 教育教学活动分配表(周)

学期	在校理论及实训教学周	岗位实习周	复习考试及等级鉴定周	全年教学周	寒暑假
第一学期	18		2	40	12
第二学期	18		2		
第三学期	18		2	40	12
第四学期	18		2		
第五学期	18		2	38	6
第六学期	4	13	1		
合计	94	13	11	118	30

### 教学学时分配表

序号	课程类别	门数	学时数			占总学时的百分比
			理论	实践	合计	
1	公共基础课程	15	897	255	1152	34.44%
2	专业基础课程	4	123	255	378	11.36%
3	专业核心课程	8	204	408	612	18.30%
4	专业拓展课程	5	105	201	306	9.15%
5	综合技能实训	1		252	252	7.53%
6	认识实习	1		120	120	3.59%
7	岗位实习	1		390	390	11.66%
8	劳动教育	1	18	72	90	2.69%
9	心理健康	1	35	10	45	1.35%
理论环节总学时			1382			41.32%
实践环节总学时			1963			58.68%
选修课学时	限定选修课学时		360			19.37%
	任意选修课学时		288			
教学总学时			3345			不包含任意选修课学时

教学计划表

课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	考试	考查	学期安排及周学时						各科学时数			总学时数	
						一		二		三		理论	实践	合计		
						上	下	上	下	上	下					
公共基础课程	必修课程	XHG01	习近平新时代中国特色社会主义思想	√		1						18		18	1152	
		XHG02	语文(含限选54课时)	√		3	2	2	2	2			198			198
		XHG03	数学(含限选36课时)	√		2	2	2	2				144			144
		XHG04	英语(含限选36课时)	√		2	2	2	2				144			144
		XHG05	思想政治	√		2	2	2	2				144			144
		XHG06	历史	√		2	2						72			72
		XHG08	体育与健康(含限选90课时)	√		2	2	2	2				18	126		144
		XHG09	信息技术	√		2	2	2					54	54		108
		XHG10	艺术	√		1	1						18	18		36
		XHG11	生态文明教育	√				1					12	6		18
		XHG12	国家安全教育	√		1	1						30	6		36
		XHG13	创新创业教育	√					1	1			18	18		36
		XHG14	职业发展与就业指导	√						1			12	6		18
		任意选修	限定选修	XHG-XD1	党史国史	√				1				12		6
XHG-XD2	中华优秀传统文化			√					1			3	15	18		
XHG-XR1	艺术(舞蹈)			√			1					3	15	18		
任意选修	任意选修	XHG-XR2	艺术(歌唱)	√				1				3	15	18	54	
		XHG-XX	艺术(国学)	√					1			3	15	18		

		R3													
专业基础课	必修课程	XHZJ-D 01	设计基础	√		3	2				30	60	90	378	
		XHZJ-D 02	电子商务基础	√			4				15	39	54		
		XHZJ-D 03	视觉设计基础 (PS/AI)	√		9					54	108	162		
		XHZJ-D 04	商品拍摄与处理	√			4				24	48	72		
专业核心课	必修课程	XHZH-D 01	电商视觉设计与 制作	√				6			36	72	108	612	
		XHZH-D 02	供应链与物流管 理	√					3		18	36	54		
		XHZH-D 03	店铺开设与装修	√					3		18	36	54		
		XHZH-D 04	直播团队打造	√					3		18	36	54		
		XHZH-D 05	网络营销及综合 实践	√					6		36	72	108		
		XHZH-D 06	短视频营销与策 划	√						4		24	48		72
		XHZH-D 07	直播运营管理	√						4		24	48		72
		XHZH-D 08	HTML5+CSS3	√				5			30	60	90		
专业拓展课	必修课程	XHZT-D 01	商业动画广告设 计与制作	√			4				33	57	90	198	
		XHZT-D 02	电商客服管理	√					2		12	24	36		
		XHZT-D 03	美妆形象设计	√				4			24	48	72		
	限定选修	XHZT-D 04	直播概述	√					2			12	24	36	108
		XHZT-D 05	视频拍摄与剪辑	√						4		24	48	72	
	任意	XHZT-D 06	电商文案写作		√						4		24	48	72

选修	XHZT-D 07	零售门店 O2O 运营	√					4		24	48	72		
	XHZT-D 08	AI 智能辅助运用	√					2		12	24	36		
	XHZT-D 09	商务礼仪与沟通	√					3		18	36	54		
综合技能实训	必修课程	XHZS-D 01	电商平台综合运营实战实训	√				14			252	252	252	
周课时总数（节）						30	30	30	30	30				
劳动教育（必修，课堂教学外进行）				√		1	1	1	1	1	18	72	90	90
心理健康（必修每两周一次课堂教学外进行）				√		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	35	10	45	45
认识实习										4周		120	120	510
岗位实习										13周		390	390	
合计						3345(不含任意选修)								

备注：

- （1）教学周为 18 周，每周课时为 30 节；
- （2）入学教育与军事训练以及期末复习、考试不在教学周内；
- （3）第六学期学生岗位实习，其中认识实习（前 4 周）为校内进行、岗位实习（中间 13 周）、办理毕业证（最后 1 周）；
- （4）心理教育课班级每两周一次，以及讲座方式开展；
- （5）劳动教育课安排在课堂教学外，利用中午，下午下课后时间段灵活安排进行。

## 九、师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

### （一）队伍结构

专任教师队伍的数量、学历和职称要符合国家有关规定，形成合理的梯队结构。学生数与专任教师数比例不高于 20:1，专任教师中具有高级专业技术职务人数不低于 20%。“双师型”教师占专业课教师数比例应不低于 50%。

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业(学科)教研机制。

### （二）专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能广泛联系行业企业，了解国内外互联网和相关服务、批发业、零售业发展新趋势，准确把握行业企业用人需求，具有组织开展专业建设、教科研工作和企业服务的能力，在本专业改革发展中起引领作用。

### （三）专任教师

具有教师资格证书;具有电子商务、市场营销、计算机科学与技术、艺术设计等相关专业证书;具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平;具有本专业理论和实践能力;能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源;能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革;能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展社会服务;专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历

### （四）兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务(职称)或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

(五) 专业教师团队需求计划表:

总人数	学历			职称			教师	双师型	专职	兼职	行业
	硕士	本科	专科	高级	中级	初级	资格证	教师	教师	教师	导师
20	1	19	0	2	4	6	18	8	16	2	2

## 十、教学条件

### (一) 教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实习实训基地。

#### 1. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑(白)板、多媒体计算机、投影设备、音响设备,具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态,符合紧急疏散要求,安防标志明显,保持逃生通道畅通无阻。

#### 2. 校内外实训场所基本要求

实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准(规定、办法),实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境,实训项目注重工学结合、理实一体化,实训指导教师配备合理,实训管理及实施规章制度齐全,确保能够顺利开展商品拍摄与素材编辑、运营数据采集、新媒体营销、网络推广、视觉设计、客户服务等实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

##### (1) 数字化零售运营实训室

配备服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境,配套数字化零售相关软件、电商运营模拟软件或真实项目操作平台等,可以根据需要构建不同的商业应用场景,用于数字化零售运营、新媒体运营、商务数据分析、零售基础、电子商务基础、零售门店 O2O 运营等实训教学。

##### (2) 网络营销推广实训室

配备服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境,配套网络营销推广模拟软件或真实项目操作平台、图像处理、音频和视频剪辑软件等,用于电子商务基础、网络营销推广、市场营销、商务数据分析、文案写作、视频制作、新媒体内容

制作、视觉设计与制作等实训教学。

### **(3) 直播销售实训室**

配备服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，以及直播间场地和直播辅助设备，配套直播相关模拟软件或真实项目操作平台等，用于直播销售、直播运营实务、视频制作、新媒体营销等实训教学。

### **(4) 商品信息采编实训室**

配备服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，以及拍摄场地、摄影器材和相关道具，满足大型商品、小型商品以及人物的拍摄需要，配套图像处理、音频和视频剪辑软件等，用于视觉设计与制作、视频制作、商品拍摄与素材编辑、新媒体内容制作等实训教学。

### **(5) 客户服务实训室**

配备服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，配套客服实训系统或真实项目操作平台等，用于客户服务、商务礼仪与沟通、新媒体营销等实训教学。

## **3. 实习场所基本要求**

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供店铺运营助理、新媒体运营助理、网络营销推广专员、新媒体营销专员、直播销售员、视觉设计、客服专员等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习：

学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

## **(二) 教学资源**

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

### 1. 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

### 2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：有关电子商务、新闻传媒、互联网、数据分析、供应链、零售、视觉设计的技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

### 3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

## 十一、质量保障和毕业要求

### （一）质量保障

1. 建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，组建由专业教师、企业技术骨干、行业协会代表组成的质量监控委员会，将过程评价与结果评价相结合，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，定期公开人才培养质量报告，接受教育督导评估与社会监督，通过企业满意度调查、技能大赛成绩分析等方式持续优化培养方案，确保人才培养规格与行业需求精准对接。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。定期公开人才培养质量报告，接受教育督导评估与社会监督，通过企业满意度调查、技能大赛成绩分析等方式持续优化培养方案，确保人才培养规格与行业需求精准对接。

2. 健全教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，严格执行巡课、听课制度，教学管理部门开展每月不少于 2 次专业课堂巡查，重点检查实践教学环节规范性。建立三级听课体系，每学期覆盖所有专业教师。建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，对实习实训、毕业设

计等环节实行双导师联合评价，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。严明教学纪律，保障教学质量稳定提升。

3. 专业教研组构建“线上 + 线下”混合式教研体系，建立常态化备课与研讨机制。每年不少于 2 次开展集中备课活动，重点打磨课程思政，专业核心课等课程的实践教学模块，统一技能训练标准与评价指标。定期召开教学研讨会议，每月不低于 1 次。利用评价分析结果有效改进专业教学，定期对学生技能考核数据、企业反馈意见进行汇总分析，形成《学情分析报告》，持续提高人才培养质量。

4. 建立全方位毕业生跟踪与社会评价机制，构建人才培养质量反馈闭环，依托校企合作平台建立毕业生信息库，对近三年毕业生开展每年 1 次的跟踪调查，重点分析就业率、专业对口率、岗位晋升情况等就业质量指标。定期开展毕业生职业道德、技术技能水平评估，通过企业问卷、技能抽查等方式，了解毕业生在角色设计、场景制作等核心技能的实际应用能力。建立社会评价数据库，收集用人单位、行业协会对人才培养质量的评价意见，每学期召开人才培养质量分析会，针对生源质量、技能达标率、就业稳定性等关键指标进行专项诊断，确保培养目标与行业需求动态适配，持续提升人才培养质量。

## （二）教学方法

依据职业教育的要求，充分遵循以“学生为主体，教师为主导”的教学理念，要求所有课程建设在线开放课程，均采用线上线下混合式教学模式，主要开展以案例教学为主线的“项目教学法”、“任务驱动法”、“情境教学法”等课程教学方法。案例教学法：根据教学内容及学习目标有针对性地选取真实案例进行教学修改后用于课程教学。项目教学法：以学生为主体的开放式教学方式。教师制定项目与计划，组织学生自主设计项目实施计划，进行自主学习、实施、操作，以培养学习能力、方法能力、社会能力与提高素质为目标的教学方法。任务驱动教学法：以完成一个个具体的任务为线索，把教学内容巧妙地设计在每个任务之中，让学生自己提出问题，经过思考和教师的点拨，自己解决问题，完成任务的一种以“学习者为中心”教学方法。情境教学法：创设工作情境—课前准备（分析情境案例—模拟演练小组—教师给予指导）—课堂演练和答疑—教师分析总结。体验式教学法：根据学生的认知特点和规律，教师通过创造实际的或重复经历的情境和机会，呈现或再现、还原教学内容，使学生在亲历的过程中理解并建构知识、发展能力、产生情感、生成意义的教学观和教学形式。体验式教学以人的生命发展为依归，尊重生命、关怀生命，拓展生命、提升生命，蕴含着高度的生命价值与意义。小组讨论法：根据中职学生的认知

心理特征而进行的一种方法。老师提前将教学内容和教学目标告知学生，学生先自学，然后再讨论中分享他人的意见和见解。这种方法增加了学生的自信心和自主学习的能力。

### （三）学生评价

本专业结合专业行业技能要求、“岗课赛证融通”培养目标，针对不同课程类型的核心能力导向，构建“过程+结果+素养”三维评价体系，具体如下：

#### 1. 公共基础课

评价方法：采用“知识考核+素养测评+合规适配”相结合的方式，包括课程笔试（语文、数学等基础学科）、操行评价（纪律表现、责任意识）、体能达标测试（适配户外作业需求）、认证考核（如普通话、计算机等级证书、职业技能证书）。评价占比：过程性评价（课堂参与、作业完成、校纪校规遵守情况）占比 30%~40%；总结性评价（课程期中、期末考试、体能测试、劳动）占比 60%~70%。

#### 2. 专业基础课、专业核心课和专业拓展课

评价方法：紧扣“理论+实操+证书+竞赛”融合导向，核心考核内容包括：

理论考评（专业知识笔试、案例分析）；

实践考评（实操操作规范性、行业场景作业质量）；

过程性表现（网络教学平台学习进度、虚拟仿真实训完成度、实训报告完整性、团队协作表现）；

赛证适配考核（职业技能证书备考成果、竞赛模拟训练成绩、证书获取情况加分）。

评价占比：过程性评价（含平台学习、实训过程、阶段性测试）占比 30%~40%（实践类课程可按上限执行）；终结性评价（含理论统考、实操技能考核、项目成果验收）占比 60%~70%；职业技能证书获取、竞赛获奖可按对应权重计入终结性评价加分项。

#### 3. 岗位实习

评价方法：实行“企业主导、校企协同”的双维度考核，聚焦岗位实战能力与职业素养养成；

校外（企业）考核（占比 60%）：由企业导师依据岗位实际需求，评价学生技术技能操作能力、行业场景作业效率、安全责任意识、人际沟通与团队协作表现，考核依据包括岗位任务完成清单、真实项目参与度、企业导师鉴定表；

校内考核（占比 40%）：由校内导师评价实习报告（含技术总结、问题分析、改进方案）、实习日志完整性、返校技能展示（岗位核心技能实操复盘）、职业素养表现（如敬业精神、

纪律性)。

评价核心：重点考核学生将理论知识转化为岗位实操能力的水平，以及对行业安全规范、职业标准的践行程度。

#### (四) 毕业要求

1. 毕业要求学生通过三年的学习且 13 周的岗位实习。
2. 毕业要求学生须修满电子商务专业人才培养方案所规定的全部学时，完成规定的 3345 学时，完成规定的教学活动。
3. 毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。

电子商务专业毕业要求表

序号	毕业要求指标	具体内容
1	思想道德素养要求	坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，热爱祖国，热爱人民，在习近平新时代中国特色社会主义思想指导下，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。崇高宪法、尊法守纪、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意识。考核评定成绩符合学校的及格等级。
2	成绩要求	本专业学生所有课程需要达到总体评价要求合格率为 90%。其中必修课必须全部为合格以上。
3		达到素质、知识、能力要求，完成规定的教学环节。
4		符合学校学生学籍管理规定中的相关要求。

电子商务专业毕业生要求指标点

毕业生能力要求	毕业生能力要求指标点
1. 思想道德修养 素质	1-1. 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，具有深厚的爱国情怀和中华民族自豪感。
	1-2. 贯彻党的实践方针，遵纪守法、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意识。
	1-3. 具有良好的身心素质和人文素养，具有感受美、表现美、奖赏美、

	创造美的能力。
<b>2. 团队协作和沟通能力</b>	2-1. 拥有较好语言组织及表达能力，掌握良好的沟通方式，能够进行信息精确的上传下达、技术交底等沟通工作，能够完成工程各方协调协作工作。
<b>3. 具有遵守法律法规及相关规范标准能力</b>	3-1. 能够知晓著作权、知识产权。具有信息安全、知识产权保护和质量规范意识。
<b>4. 具有独立开设网店并运营的知识能力</b>	4-1. 能够熟练的掌握电子商务专业的相关职业要求规范与标准，通过对网店开设与全程运营的实践操作满足电子商务专业岗位的要求。
	4-2. 能够熟练使用 photoshop、Dreamweaver 等相关工具完成对网站构建工作，并满足 web 前端设计岗位的入门需求。
<b>5. 具有独立运营策划品牌运营方案的能力</b>	5-1. 能够熟练的编撰企业品牌项目、产品活动策划并提出合理分析方案的能力，
	5-2. 能够熟练的使用微信公众平台、头条号、各大视频号、百度产品等相关渠道对企业项目活动进行运营方案实施，达到精准引流的效果。

## 十二、附录

### (一) 教学进程表





课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	考试	考查	各科学时数	学年学期安排课程时数					
							第一学年		第二学年		第三学年	
							1	2	1	2	1	2
							18周	18周	18周	18周	18周	18周
公共基础课程	必修课程	XHG01	习近平新时代中国特色社会主义思想	√		18	18					认识实习（前4周）、岗位实习（中间13周）、办理毕业证（最后1周）
		XHG02	语文（含限选 54 课时）	√		198	54	36	36	36		
		XHG03	数学（含限选 36 课时）	√		144	36	36	36	36		
		XHG04	英语（含限选 36 课时）	√		144	36	36	36	36		
		XHG05	思想政治	√		144	36	36	36	36		
		XHG06	历史	√		72	36	36				
		XHG08	体育与健康（含限选 90 课时）	√		144	36	36	36	36		
		XHG09	信息技术	√		108	36	36	36			
		XHG10	艺术	√		36	18	18				
		XHG11	生态文明教育		√	18			18			
		XHG12	国家安全教育		√	36	18	18				

		XHG13	创新创业教育	√	36				18	18
		XHG14	职业发展与就业指导	√	18					18
限定选修		XHG-XD1	党史国史	√	18				18	
		XHG-XD2	中华优秀传统文化	√	18					18
任意选修		XHG-XR1	艺术（舞蹈）	√	18			18		
		XHG-XR2	艺术（歌唱）	√	18				18	
		XHG-XR3	艺术（国学）	√	18					18
专业基础课程		XHZJ-D01	设计基础	√	90	54	36			
		XHZJ-D02	电子商务基础	√	72		72			
		XHZJ-D03	视觉设计基础（PS/AI）	√	162	162				
		XHZJ-D04	商品拍摄与处理	√	72		72			
专业核心课		XHZH-D01	电商视觉设计与制作	√	108			108		
		XHZH-D02	供应链与物流管理	√	54				54	
		XHZH-D03	店铺开设与装修	√	54			54		
		XHZH-D04	直播团队打造	√	54			54		
		XHZH-D05	网络营销及综合实践	√	108			108		

		XHZH-D06	短视频营销与策划	√		72						72	
		XHZH-D07	直播运营管理	√		72						72	
		XHZH-D08	HTML5+CSS3	√		90			90				
专业拓展课	必修课程	XHZH-D01	商业动画广告设计与制作	√		72		72					
		XHZH-D02	电商客服管理	√		36						36	
		XHZH-D03	美妆形象设计	√		72			72				
	限定选修	XHZH-D04	直播概述	√		36			36				
		XHZH-D05	视频拍摄与剪辑	√		72						72	
	任意选修	XHZT-D01	电商文案写作		√	72							72
		XHZT-D02	零售门店 O2O 运营		√	72							72
		XHZT-D03	AI 智能辅助运用		√	36							36
		XHZT-D04	商务礼仪与沟通		√	54							54
	综合技能实训	必修课程	XHZS-DQ1	电商平台综合运营实战实训	√		252						252
XHTS-A01			劳动教育		√	90	18	18	18	18	18	18	
		XHTS-A02	心理健康		√	45	9	9	9	9	9	9	

人才培养方案变更审批表

电子商务专业人才培养方案变更审批表

人才培养方案变更 申请部门	申请变更  部门领导签字  2025年9月28日
变更内容	结合行业, 课程调整
变更原因	参照新国标, 招生计划变更 调整
专业建设指导委员会意见	专业建设指导委员会主任签字  年 月 日
学校党支部意见	 学校党支部签章  2025年9月28日

### (三) 编制依据:

- (1) 习近平总书记就加快发展职业教育作出的重要批示(2014年6月);
- (2) 习近平总书记在全国教育大会上的重要讲话(2018年9月);
- (3) 习近平总书记在学校思想政治理论课教师座谈会上的重要讲话(2019年3月);
- (4) 教育部等六部门关于印发《职业学校校企合作促进办法》的通知(教职成[2018]1号);
- (5) 《国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知》(国发[2019]4号);
- (6) 教育部办公厅印发《中等职业学校公共基础课程方案》的通知》(教职成[2019]6号);
- (7) 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);
- (8) 《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[2019]61号);
- (9) 《省教育厅办公室关于2025年全省职业院校专业人才培养方案修订工作的通知》(2025年6月);
- (10) 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);
- (11) 《中华人民共和国职业分类大典》(2022年版);
- (12) 教育部《职业院校专业简介》(2022.9);
- (13) 教育部《职业教育专业教学标准-2025年修(制)订》。