



电 子 商 务 专 业

人 才 培 养 方 案

(专 业 教 学 标 准)

执 笔：邱雪红

参 编：饶逸凡、蓝军、徐爱兰、江媛媛、李
晓云、曾锦堃、周青、马嘉敏、欧阳若芬
朱力雨、许湧瑜、黄颖、王世伟、甘海燕

主 审：廖映新

河源理工学校（公章）

河源理工学校教研室（公章）

二〇二五年四月

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、培养目标与培养规格	1
(一) 培养目标	1
(二) 培养规格	2
六、主要接续专业	3
七、课程设置及要求	3
(一) 专业课程设置说明	3
(二) 公共基础课	4
(三) 专业群平台课	7
(四) 专业基础课	8
(五) 专业核心课	10
(六) 专业群拓展课	13
(七) 实践实习课	15
八、教学进程总体安排	16
(一) 基本要求	16
(二) 学时比例表	17
(三) 教学周数分配表	17

(四) 教学安排表	18
九、实施保障	18
(一) 师资队伍	19
(二) 教学设施	21
(三) 教学资源	22
(四) 教学方法	22
(五) 学习评价	23
(六) 质量管理	24
十、毕业要求	26
(一) 学分要求	26
(二) 证书要求	26
十一、附录	错误！未定义书签。

电子商务专业人才培养方案

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历者。

三、修业年限

三年

四、职业面向

表 1：专业岗位面向及技能方向一览表

专业大类 (代码)	专业类别 (代码)	专业名称 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书 举例
财经商贸 大类(73)	电子商务 类(7307)	电子商务 (730701)	互联网和 相关服务 (64)、批 发业(51)、 零售业 (52)	电子商务师 (4-01-06-01)、互 联网营销师 (4-01-06-02)、采 购员(4-01-01-00)、 营销员 (4-01-02-01)	电商运营、新媒 体营销、短视频 制作、直播营销 与运营、视觉设 计与制作、客户 服务等岗位群	电子商务师职 业技能等级证 书、直播销售 员专业技术人员 培训合格证书、1+X 网店运 营与推广职业 技 能 等 级 证 书、1+X 跨境电 商 B2C 数据运 营职业技能等 级证书、1+X 农 产品电商运营 职业技能等级 证书、1+X 直播 电商职业技能 等级证书

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业坚持立德树人，立足河源、面向粤港澳大湾区对接现代商贸产业，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、

数据采集与分析等知识，具备商品拍摄与素材编辑、短视频拍摄与制作、网店运营与推广、直播销售、客户咨询服务等能力，具有工匠精神、创新意识及信息素养，能够从事电商客服、电商运营、短视频运营、直播销售、电商视觉设计等工作，适应新质生产力发展需求的技术技能人才。

（二）培养规格

1. 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；

2. 掌握支撑本专业终身学习和可持续发展必备的思想政治、语文、数学、历史等文化基础知识，具有良好的科学与人文素养，具备职业生涯规划能力；

3. 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，学习一门外语并结合本专业加以运用；

4. 掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握互联网交易安全、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解数字商务、服务、零售、物流仓储等相关产业文化，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；

5. 掌握平台规则和常用工具的使用，能根据运营要求完成进行店铺开设和运营，能熟悉使用互联网交易平台处理 B2B、B2C、C2C 等商务活动交易；

6. 掌握网络营销的基本概念、原理及常用工具，具备文档写作能力、网络营销策划能力和商务经营与管理的能力，能进行营销和推广；

7. 熟练使用直播和短视频常用工具，能根据运营要求和销售目标，完成直播执行、短视频制作、流量维护等；

8. 掌握店铺视觉设计的基本技巧，如色彩搭配、布局排版、图片处理等，具备视觉营销设计的能力；

9. 掌握客户咨询回复的基本方法和技巧，包括沟通技巧、问题解答、信息查询等，具备客户咨询回复、异常订单处理、客户维护等能力；

10. 具有一定的组织协调能力，会根据工作任务对资源进行分配，同时控制、激励和协调工作过程，使之相互融合，从而实现组织目标；

11. 掌握办公软件基本技能，能运用 Excel 对市场波动、销售情况、客户信息等数据进行灵活管理与分析，
12. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术能力
13. 掌握客户沟通技巧和知识，具备与客户沟通的能力；
14. 掌握市场洞察、策略制定、执行、创新以及其他相关知识，具备营销能力；
15. 掌握基本身体运动知识和至少 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；
16. 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；
17. 弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能；
18. 爱岗敬业，诚实守信，廉洁自律，坚持准则，养成严谨细致和客观公正的职业精神，强化服务意识和参与管理的职业意识。

六、主要接续专业

接续高职专科专业：电子商务、网络营销与直播电商、移动商务、农村电子商务、商务数据分析与应用、跨境电子商务、市场营销；

接续高职本科专业：电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、市场营销；

接续普通本科专业：电子商务、电子商务及法律、跨境电子商务、市场营销。

七、课程设置及要求

（一）专业课程设置说明

本专业课程设置分为公共基础课程和专业课程。

公共基础课程包括根据学生全面发展需要设置的中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、语文、数学、英语、历史、信息技术、体育与健康、艺术（音乐、美术）等必修课程。

专业课程包括专业群平台课、专业基础课、专业核心课、专业群拓展课，并

涵盖实训等有关实践性教学环节。

（二）公共基础课

序号	课程名称	教学内容及要求	总学时
1	中国特色社会主义	本课程依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，是以立德树人为根本任务，以培育思想政治学科核心素养为主导，与初中道德与法治、高校思想政治理论课等课程相互衔接，与学校其他教育教学活动相互配合，共同承担思想政治教育立德树人的任务。结合中职学校实际情况，引导学生坚定理想信念，厚植爱国主义情怀，提高职业道德素质、法治素养和心理健康水平，促进学生健康成长、全面发展，培养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有用人才。	36
2	心理健康与职业生涯	本课程依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，基于社会发展对中职学生职业生涯发展提出的新要求以及职业成才的培养目标，引导学生掌握职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题，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，根据社会发展需要和学生心理特点进行职业生涯指导，为职业生涯发展奠定基础。	36
3	哲学与人生	本课程依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，通过中职思政课课堂教学活动和相关社会实践活动的开展，阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论，讲述辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义；阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义；使学生了解马克思主义哲学中与人生发展关系密切的基础知识，提高学生用马克思主义哲学的基本观点、方法分析和解决人生发展重要问题的能力，引导学生进行正确的价值判断和行为选择，形成积极向上的人生态度，引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观，为学生成长奠定正确的世界	36

序号	课程名称	教学内容及要求	总学时
		观、人生观、价值观基础。	
4	职业道德与法治	本课程依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，通过中职思政课课堂教学活动和相关社会实践活动的开展，帮助学生理解全面依法治国的总目标和基本要求，了解我国新时代加强公民道德建设、践行职业道德的主要内容及其重要意义，增强职业道德素养；掌握加强职业道德修养的主要方法，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯；掌握与日常生活和职业活动密切相关的法律常识，树立法治观念，增强法律意识，初步具备依法维权和有序参与公共事务的能力；能够根据社会发展需要、结合自身实际，以道德和法律的要求规范自己的言行，做恪守道德规范、尊法学法守法用法的好公民。	36
5	语文	本课程依据《中等职业学校语文课程标准》开设。要求学生掌握语文基础知识，掌握日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、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。本课程设置语文综合实践活动，通过创设生活情境和职业情境，提高学生综合运用知识、技能、方法的能力。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。加强阅读与鉴赏经典作品的欣赏能力与基础写作能力，为学生的继续发展服务。	198
6	数学	本课程依据《中等职业学校数学课程标准》开设，要求学生掌握必要的数学基础知识，培养观察能力、空间想象能力、分析与解决问题能力和数学思维能力，为学习专业知识、掌握职业技能、继续学习和终身发展奠定基础。教学内容由基础模块与拓展模块两个部分构成：基础模块包括集合、不等式、函数、指数函数与对数函数、三角函数、数列、平面向量、直线和圆的方程、立体几何（选学）、概率与统计初步（选学）；拓展模块包括：三角公式及应用、平面解析几何（椭圆、双曲线、抛物线）、概率与统计。	180

序号	课程名称	教学内容及要求	总学时
7	英语	本课程依据《中等职业学校英语课程标准》开设，以满足各专业学生就业与升学需求为目标，以融合文化素养、职业技能、语言知识为原则，巩固与延续初中基础英语知识，培养学生听、说、读、写技能，并初步形成日常生活和职业场景的英语应用能力。能听懂和说出简单指令；能读懂简单的应用文及进行简单写作；能理解语法项目的形式与意义，并应用于交际任务；能在交流中做到语音、语调基本达意。	180
8	信息技术	本课程依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，要求学生学习信息技术基础知识、Windows 桌面操作系统的功能及使用、办公软件的使用、计算机网络的基础知识及使用。通过学习，掌握信息技术操作的基本技能，具有常用的文字处理能力、常用的数据处理能力和一定的演示文稿处理能力，具有一定的信息获取、整理、加工能力和网上交互能力，为以后的学习和工作打下基础。	108
9	体育与健康	本课程依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设，以树立“健康第一”为指导思想，传授体育与健康的基本文化知识、体育技能和方法。学生掌握两项以上体育技能，通过参与集体性体育活动，培养良好的人际关系和合作精神。学习与职业生涯相关的体育运动项目，认识体育对提高就业和创业能力的价值，提高综合职业素质，养成终身从事体育锻炼的意识、能力与习惯，提高生活质量，为全面促进学生身体健康、心理健康和社会适应能力服务。	144
10	艺术(音乐、美术)	本课程依据《中等职业学校艺术课程标准》开设，以审美教育为核心，通过艺术作品赏析和艺术实践活动，使学生了解或掌握各种艺术门类的基本知识、技能和原理，认识不同艺术类型的表现形式、审美特征，掌握欣赏艺术作品的方法、要领及规律，增强学生对艺术的理解与分析评判的能力，从而提高学生对艺术的鉴赏力，对美丑的分辨力，净化心灵，陶冶情操，丰富他们的人文素养和精神世界，拓宽学生的审	36

序号	课程名称	教学内容及要求	总学时
		美视野,发展创新思维与合作意识,形成他们正确的世界观、人生观、价值观,对提升学生今后的生活品质和文化品位有积极的促进作用。	
11	历史	本课程依据《中等职业学校历史课程标准》开设,是在义务教育阶段历史课程的基础上,结合中职学校实际情况,坚持唯物史观为指导,引导学生对中国及世界历史进行更加深入的学习,促进学生进一步拓宽历史视野、培养历史意识、发展历史思维、提高历史素养;使学生能够从历史发展的角度理解并认同中华优秀传统文化,自觉培育和践行社会主义核心价值观,树立正确的历史观、世界观和人生观,为学生未来的学习、工作与生活奠定基础。	72

(三) 专业群平台课

序号	课程名称	主要教学内容及要求	总学时
1	客户服务	本课程主要介绍、讲解客户服务的基本概念、沟通技巧、服务流程、客户心理分析等内容。其中重点讲解客户高效沟通技巧。通过课程的学习,学生掌握客户咨询应答、投诉处理、满意度调查、客户维护等基本技能,能够独立完成客户服务项目的策划与执行,提升客户满意度。同时,该课程还注重培养学生的责任心、耐心、团队合作及问题解决能力等职业素养,以适应现代企业对客户服务人才的高标准要求。	72
2	电子商务基础	本课程主要介绍电子商务的基本概念、发展历程、行业现状、未来趋势,以及电子商务的主要模式(如 B2B、B2C、C2C、O2O 等)、交易流程、支撑体系(包括网络基础设施、支付体系、物流配送等)等内容,其中重点讲解电子商务平台的搭建与运营、电子商务法律法规、网络安全与隐私保护、电子商务营销策略等方面的知识。通过课程的学习,学生能够系统掌握电子商务的基础理论知识和	72

序号	课程名称	主要教学内容及要求	总学时
		核心业务流程，熟悉电子商务平台的基本构成与运作方式。同时培养学生的电子商务综合认知能力、分析判断能力，从而提升学生在电子商务领域的创新能力、实践能力，使其具备适应电子商务行业发展的基础职业素养，为未来从事电子商务相关工作奠定坚实基础。	
3	供应链基础	本课程主要介绍供应链体系、供应链结构、供应链管理的主要内容和常见模式等基础知识；其中重点讲解电子商务环境下供应链管理过程中的产品采购、库存控制、仓储管理、物流配送与售后服务通过课程的学习，学生掌握电子商务环境下供应链管理的基础方法和基本技能，能够完成难度适中的商品需求分析与预测、供应商遴选、产品采购、库存控制、批量订货、供应链绩效评价等任务；同时培养学生致力于供应链合作所需的全链协同、团队协作、诚实守信、知行合一等职业素养。	36
4	商务礼仪	本课程主要介绍、讲解商务礼仪的概述、学生良好礼仪、见面访送礼仪、交通与通信礼仪等内容。其中重点讲解仪表仪容礼仪、仪态礼仪、言谈举止礼仪、餐饮礼仪等内容。通过课程的学习，学生掌握一定的协调能力，基本的社交礼仪，开展多方交流与合作，能够塑造良好的个人形象和企业形象。同时培养学生在注重岗位发展的同时关注情商的发展，在培养学生敬业精神和认真负责的工作态度的过程中，注重培养学生的合作意识与沟通技巧，提高学生的职业能力和职业素养。	36

（四）专业基础课

序号	课程名称	主要教学内容及要求	总学时
1	人工智能应用	本课程主要介绍人工智能在电子商务领域的实际应用、基本原理、相关技术工具及应用场景等内容，其中重点讲解人工智能在客户服务、精准营销、供应链管理、智	36

序号	课程名称	主要教学内容及要求	总学时
		能选品等方面的应用知识。通过课程的学习，学生能够系统掌握人工智能在电子商务中的常见应用方式及其背后的运作原理，熟练运用相关人工智能技术工具辅助完成电子商务业务流程中的各项任务。同时培养学生将人工智能与电子商务专业知识相结合的综合应用能力、数据分析与解读能力，从而提升学生在电子商务领域的创新能力、实践能力，使其具备适应电子商务行业智能化发展趋势的职业素养，为未来从事相关岗位工作奠定坚实基础。	
2	电商文案策划	本课程主要介绍电商文案的实际应用、写作要领、写作方法及平台发布等内容，其中重点讲解商品认知与卖点提炼、网店内页文案、网络推广文案和内容电商文案的知识。通过课程的学习，学生掌握系统掌握常用的电商文案的实际用途和写作要领，能够完成电商文案的撰写、排版、搭配等工作。培养学生电子商务营销的综合能力、良好的语言表达能力，从而提升创新能力、实践能力，培养良好的文案岗位职业素养。	108
3	商品拍摄与素材编辑	本课程主要介绍商品拍摄的基本原理、设备使用、拍摄技巧、构图方法以及素材编辑的软件操作、图像处理、视频剪辑等内容，其中重点讲解不同类型商品的拍摄要点、光线运用、色彩搭配，以及常用素材编辑软件（如 Adobe Photoshop、Adobe Premiere 等）在商品素材处理方面的应用知识。通过课程的学习，学生能够系统掌握商品拍摄的专业技能和素材编辑的操作流程，熟练运用拍摄设备拍出高质量的商品图片和视频，并能使用相关软件对素材进行精细处理。同时培养学生的视觉营销能力、审美能力、动手实践能力，从而提升学生在商品展示与推广领域的创新能力、实践能力，使其具备良好的商品拍摄与素材编辑岗位职业素养，为未来从事相关工作奠定坚实基础。	108

（五）专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	总学时
1	新媒体营销	本课程主要介绍新媒体营销的基本概念、发展现状、特点优势，以及各类新媒体平台（如微信公众号、微博、抖音、小红书、B 站等）的运营规则、内容创作、营销策略、用户互动、数据监测等内容，其中重点讲解不同新媒体平台针对不同目标受众的精准营销方法、爆款内容打造技巧以及品牌推广策略等方面的知识。通过课程的学习，学生能够系统掌握新媒体营销的全流程操作要点，熟练运用各类新媒体平台开展营销活动。同时培养学生的新媒体营销综合应用能力、内容创作能力、数据分析能力，从而提升学生在新媒体营销领域的创新能力、实践能力，使其具备适应新媒体营销行业发展的职业素养，为未来从事相关工作奠定坚实基础。	36
2	短视频拍摄与制作	本课程主要介绍短视频拍摄的基本原理、设备操作、拍摄技巧、构图方法，以及短视频制作过程中涉及的视频剪辑、音频处理、特效添加、字幕制作等内容，其中重点讲解不同类型短视频（如电商产品推广短视频、生活记录短视频、创意短视频等）的拍摄风格与制作要点方面的知识。通过课程的学习，学生能够系统掌握短视频拍摄的专业技能和制作流程，熟练运用拍摄设备拍出符合需求的短视频素材，并能运用相关视频剪辑软件（如 Adobe Premiere Pro、剪映等）对素材进行精细加工。同时培养学生的视频创作能力、审美能力、动手实践能力，从而提升学生在短视频拍摄与制作领域的创新能力、实践能力，使其具备良好的短视频拍摄与制作岗位职业素养，为未来从事相关工作奠定坚实基础。	72

序号	课程名称	主要教学内容和要求	总学时
3	视觉设计与制作	本课程主要介绍视觉设计的基本概念、设计原则、美学理论，以及各类设计软件（如 Adobe Photoshop、Adobe Illustrator、Adobe InDesign 等）的操作方法、工具使用等内容，其中重点讲解电商平台视觉设计相关的页面布局、色彩搭配、字体设计、图标制作、图片处理与合成，以及视频、动画制作等方面的知识。通过课程的学习，学生能够系统掌握视觉设计的理论基础与实践技能，熟练运用相关设计软件进行电商视觉元素的创作与制作。同时培养学生的视觉创意表达能力、审美鉴赏能力、软件操作能力，从而提升学生在视觉设计与制作领域的创新能力、实践能力，使其具备适应电商行业视觉设计岗位需求的职业素养，为未来从事相关工作奠定坚实基础。	108
4	网店运营	本课程主要介绍网店运营的基本概念、整体流程、核心环节以及各类网店平台（如淘宝、京东、拼多多等）的规则与特点等内容，其中重点讲解网店的定位规划、商品选品与上架、店铺装修、营销推广、客户服务、订单管理与物流配送等方面的知识。通过课程的学习，学生能够系统掌握网店运营的全流程操作要点，熟练运用相关平台开展网店的日常运营工作。同时培养学生的网店运营综合管理能力、市场分析能力、营销策划能力，从而提升学生在网店运营领域的创新能力、实践能力，使其具备适应网店运营行业发展的职业素养，为未来从事网店运营相关工作奠定坚实基础。	72

序号	课程名称	主要教学内容和要求	总学时
5	直播销售	本课程主要介绍讲解直播销售、提升主播素养、直播选品、直播准备、直播复盘等内容。其中重点讲解了直播策划、直播实施技巧与方法。通过课程的学习，结合学生熟悉直播电商平台、直播选品、直播前准备、直播中实施、直播后复盘等基本操作，以实际岗位需要为导向，具备直播销售员岗位的职业技能。同时培养学生直播行业基本职业道德，遵守直播平台规则，锻炼学生用户、产品思维、大数据思维等运营思维，强调保持社会责任感和职业操守，培养学生的综合素质。	72
6	数据分析	本课程主要介绍数据分析的基本概念、重要意义、常用方法与工具，以及在电子商务领域中的具体应用场景等内容，其中重点讲解电商业务数据（如流量数据、销售数据、用户数据等）的收集、整理、分析及可视化呈现方面的知识。通过课程的学习，学生能够系统掌握数据分析的流程与技巧，熟练运用相关工具（如 Excel、SQL、Python 等）对电商数据进行处理和分析。同时培养学生的数据敏感度、数据分析与解读能力、逻辑思维能力，从而提升学生在数据分析领域的创新能力、实践能力，使其具备适应电子商务行业数据分析岗位需求的职业素养，为未来从事相关工作奠定坚实基础。	72
7	网络推广实务	本课程主要介绍网络推广的基本概念、常见方法、策略制定、效果评估以及不同网络平台的推广特点等内容，其中重点讲解搜索引擎营销（SEM）、搜索引擎优化（SEO）、社交媒体推广、内容营销推广、电子邮件推广等多种网络推广方式的具体操作知识。通过课程的学习，学生能够系统掌握各类网络推广手段的实际应用流程和技巧，熟练运用相关工具进行关键词挖掘、广告投放、内容创作与发布、社交媒体账号运营等操作。同时培养学生的网络营销综合	72

序号	课程名称	主要教学内容和要求	总学时
		应用能力、数据分析与监测能力，从而提升学生在网络推广领域的创新能力、实践能力，使其具备良好的网络推广岗位职业素养，为未来从事网络推广相关工作做好充分准备。	

(六) 专业群拓展课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	总学时
1	跨境电商	本课程主要介绍跨境电商的发展现状、行业趋势、商业模式、平台规则以及跨境贸易流程等内容，其中重点讲解跨境电商主流平台（如亚马逊、速卖通、虾皮等）的运营策略、选品技巧、店铺装修、营销推广、客户服务及物流配送等方面的知识。通过课程的学习，学生能够系统掌握跨境电商业务的全流程操作要点，熟练运用各类跨境电商平台开展国际业务。同时培养学生的跨境电商综合运营能力、跨文化沟通能力、国际市场分析能力，从而提升学生在跨境电商领域的创新能力、实践能力，使其具备适应跨境电商行业发展的职业素养，为未来从事跨境电商相关工作奠定坚实基础。	72
2	农产品（020）	本课程主要介绍讲解农产品电商运营概述及准备、农产品020运营、农产品新媒体运营、农产品客户服务等内容。其中重点讲解了农产品020运营、农产品新媒体运营。通过课程的学习，结合学生熟悉日常运维、客户服务、社交媒体营销实施等基本操作，学生需要能够在不同平台的农产品营销账号，搭建营销矩阵，并在各营销渠道下完成商品发布、订单管理等日常维护工作。同时培养学生直播行业基本职业道德，遵守电商平台规则，培养较高的市场敏感度和产品质量安全意识，培养学生的综合素养。	72

序号	课程名称	主要教学内容和要求	总学时
3	消费心理分析	本课程主要介绍、讲解消费心理学的基本概念和相关理论、消费者的行为特点和心理需求、消费者决策过程和影响因素等内容。重点讲解了消费心理及行为的案例分析。通过课程的学习，学生能够掌握对消费者进行描述、诱发和加强消费者需要、调节消费者意志、激发消费者动机等基本操作。同时培养学生具备尊重消费者需要的职业素养，具有情绪自我管理和控制能力的职业素养。	72
4	物流综合实训	本课程主要介绍仓储、运输、叉车操作及办公软件应用等内容，重点在于物流流程优化、案例分析、项目制学习及团队合作。学生需掌握物流基础知识及实操技能，能完成入库、出库、运输、调度等岗位任务，提升专业水平和个人职业素养。课程旨在培养学生团队协作、沟通协调、问题解决及创新能力，同时强化职业道德和严谨作风，为学生未来就业奠定坚实基础。	36
5	物流企业管理	本课程主要介绍物流企业管理的基本理论、方法与实践，分析重点包括物流规划与设计、供应链管理、运输与仓储管理、成本控制及信息技术应用等。学生需掌握物流企业管理流程、策略制定与执行能力，能够完成物流项目策划、执行与监控。课程旨在培养学生的团队协作、沟通协调、问题解决及创新能力，同时强化职业道德、责任心和持续学习意识，以适应物流行业的快速发展。	36

序号	课程名称	主要教学内容和要求	总学时
6	门店运营与管理	本课程主要介绍、讲解门店经营基础理论知识、门店管理基础业务工作和职业能力，以门店运营与管理的理论知识学习为主要内容。其中重点讲解连锁门店商品管理、卖场布局 and 商品陈列、连锁门店的服务管理、连锁门店的促销管理、卖场的安全管理等内容。通过课程的学习，学生掌握门店订货、收货、补货等流程和方法，能够完成门店收银、客服等工作任务。同时培养学生爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律、坚持准则、客观公正的职业精神，强化服务与管理能力，具备热爱劳动和 8S 整理整顿的劳动精神、认真负责和勤劳踏实的劳模精神、精益求精的工匠精神。	36
7	企业经营沙盘模拟	本课程是一门基于制造型企业运营过程，综合采购、生产、物流、营销、财务等多方面知识的课程，其中重点了解企业文化的作用，明确 CEO、生产、物流、营销、财务等岗位职责，以及岗位间相互协作等企业经营知识。掌握生产线建设、产品产能、原料订购、资金收支、贷款额度、各项费用等的计算方法，了解企业成本核算方法。通过课程的学习，学生能按模拟企业运营规则，完成生产布局、物流管理、财务核算、营销规划的物理沙盘操作，并登记运营表。同时培养学生团队合作、沟通协作能力，养成规范操作的习惯、严谨的工作态度。	72

（七）实践实习课

1. 入学教育及军训

主要包括学校基本情况，学校学生管理制度，专业教育和军事训练。通过本课程的学习，使学生了解学校文化及规章制度、了解专业基本情况，掌握人民军队、现代国防、军兵种知识等军事基本知识；队列动作、战术动作、格斗基础与军事体育、卫生与救护等军事基本技能。提升青少年学生国防素养，增强国防观念和国家安全意识，培育爱党爱国爱军情怀，培塑爱国主义、集体主义和革命英

雄主义精神，为实现中国梦强军梦培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

2. 认识实习

认识实习的首要任务是增加学生对所学专业的感性认识。通过参观实习单位、观摩工作流程、体验实际操作等，学生可以直观地了解所学专业在实际工作中的应用场景和方式，从而加深对专业知识的理解。在认识实习过程中，学生会在专业人员的指导下，尝试将所学知识应用于实际工作中，同时认识实习还包括职业道德和职业素养的培养，通过认识实习，学生可以更全面地了解所学专业的就业方向 and 就业前景。

3. 岗位实习

本专业岗位实习主要面向现代商贸产业链的电商客服、电商运营、短视频运营、直播运营、直播主播、电商设计师等工作岗位，实习内容除开展专业职业技能教育外，还包括对学生开展的职业道德、企业文化和安全生产等方面的岗前培训教育。学生根据具体实习岗位确定实习项目及其所属的工作任务，通过实际操作训练、分阶段实施、理论联系实际等方式，使学生能够熟悉基本覆盖专业所对应岗位的工作任务，能够完成所在工作岗位的工序操作，切实提高业务工作能力和职业道德修养，并按要求提供实习过程小结和结果性考核评价记录。

4. 毕业教育

实习结束后，学生回校进行毕业前及上岗前的教育。帮助学生确立新的人生奋斗目标，科学规划毕业后的学习生涯和职业生涯，使学生尽快转换角色，适应社会工作，引导学生养成良好的学习、生活习惯。

八、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，周学时一般为28学时（按每天安排6节课计），岗位实习按每周30学时（1小时折1学时）安排，3年总学时不少于3000学时。

实行学分制，原则上一般以18学时计1学分，入学教育及军训、认识实习、岗位实习、毕业教育等活动，以1周为1学分，总学分不得少于170学分。

公共基础课程学时一般占总学时的1/3，允许根据本专业人才培养的实际需要在规定的范围内适当调整，但必须保证党和国家要求的课程和学时。按实际情况调整课程开设顺序，但必须保证学生修完本方案确定的公共基础课程的必修内容和学时。

专业课程学时一般占总学时的2/3，岗位实习时间一般为6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。

实践性教学学时原则上要占总学时数50%以上。各类选修课程的学时数占总学时的比例应不少于10%。

（二）学时比例表

课程类别	公共基础课	专业课				实践实习课
课程	公共基础课	专业群平台课	专业基础课	专业核心课	专业群拓展课	实践实习课
学时	1098	216	252	558	396	630
比例（%）	34.86%	6.86%	8.00%	17.71%	12.57%	20.00%

注明：本专业课程总学时为：3150

（三）教学周数分配表

每个学期共 20 周，第一学期 1 周考核，1 周机动，1 周入学教育及军训，17 周教学；第三学期 1 周考核，1 周机动，1 周认识实习、17 周教学；第二、四、五学期 1 周考核，1 周机动，18 周教学；第六学期，1 周毕业教育，1 周机动、18 周岗位实习，教学周每周 30 节课，其中 1 节班会 1 节劳动，28 节教学。

学期	一	二	三	四	五	六	合计
校内课堂教学 （包含实训）	17	18	17	18	18		88
入学教育及军训	1						1
认识实习			1				1
岗位实习						18	18

毕业教育						1	1
机动	1	1	1	1	1	1	6
考核	1	1	1	1	1	0	5
合计	20	20	20	20	20	20	120

注：校内集中实训项目结合本专业实际安排，校内课堂教学周数也将随之调整。

（四）教学安排表

电子商务专业课程设置及教学安排表													
学制：三年													
课程类别	课程性质	序号	课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时	各学期教学周数与周学时分配					
								1	2	3	4	5	6
								18周	18周	18周	18周	18周	18周
公共基础课	必修课	1	中国特色社会主义	2	36	36	0	2					
		2	心理健康与职业生涯	2	36	36	0		2				
		3	哲学与人生	2	36	36	0			2			
		4	职业道德与法治	2	36	36	0				2		
		5	语文	11	198	198	0	2	2	2	2	3	
		6	数学	10	180	180	0	3	3	2	2		
		7	英语	10	180	180	0	2	2	2	2	2	
		8	信息技术	6	108	0	108	2	2	2			
		9	体育与健康	10	180	0	180	2	2	2	2	2	
		10	艺术（音乐、美术）	2	36	36	0			1	1		
		11	历史	4	72	72	0			2	2		
		小计	34.86%	61	1098	810	288	13	13	15	13	7	0
专业群平台课	必修课	12	客户服务	4	72	36	36		2	2			
		13	电子商务基础	4	72	36	36	4					
		14	供应链基础	2	36	0	36				2		
		15	商务礼仪与沟通	2	36	36	0	2					
		小计	6.86%	12	216	108	108	6	2	2	2	0	0
专业基础课	必修课	16	人工智能应用	2	36	0	36		2				
		17	电商文案策划	6	108	72	36			3	3		
		18	商品拍摄与素材编辑	6	108	72	36	4	2				
		小计	8.00%	14	252	144	108	4	4	3	3	0	0

电子商务专业课程设置及教学安排表													
学制：三年													
课程类别	课程性质	序号	课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时	各学期教学周数与周学时分配					
								1	2	3	4	5	6
								18周	18周	18周	18周	18周	18周
专业核心课	必修课	19	新媒体营销	2	36	0	36			2			
		20	短视频拍摄与制作	4	72	0	72		4				
		21	视觉设计与制作	6	108	0	108	1	1	2	2		
		22	网店运营	7	126	54	72				4	3	
		23	直播销售	4	72	36	36	4					
		24	数据分析	4	72	0	72		4				
		25	网络推广实务	4	72	36	36			4			
		小	17.71%	31	558	126	432	5	9	8	6	3	0
专业群拓展课	选修课	26	跨境电商	4	72	36	36					4	
		27	农产品运营（020）	4	72	36	36					4	
		28	消费心理分析	4	72	72	0				2	2	
		29	物流综合实训	2	36	0	36					2	
		30	物流企业管理	2	36	0	36				2		
		31	门店运营与管理	2	36	0	36					2	
		32	企业经营沙盘模拟	4	72	0	72					4	
		小	12.57%	22	396	144	252	0	0	0	4	18	0
实践实习课	必修课	33	入学教育及军训	1	30	0	30	1周					
		34	认识实习	1	30	0	30			1周			
		35	综合实训	3	90	0	90						3周
		36	毕业设计	3	90	0	90						3周
		37	岗位实习	30	540	0	540						12
		38	毕业教育	1	30	30	0						1
		小	20.00%	33	630	30	600						
合计				17	3150	1362	1788	28	28	28	28	28	0

九、实施保障

电子商务专业人才培养方案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

教学团队是人才培养方案得以顺利实施的关键。工作过程系统化课程体系的实施需建立由专业（群）带头人、骨干教师、“双师型”教师、企业技术专家与能工巧匠、企业指导教师组成的专兼结合教学团队，其人员结构见下表：

表 2：电子商务专业师资结构表

专任教师	兼职教师
------	------

专业带头人	骨干教师	“双师型”教师	企业技术专家和企业指导教师
2 人	8 人	7 人	4 人

1. 专业带头人

基本要求：具有丰富的专业实践能力和经验，在行业内具有一定的知名度；与此同时还需具有丰富的教学经验和教学管理经验，对职业教育有深入研究，能够在专业建设及人才培养模式深化改革方面起到领军的作用。

主要工作：组织行业、企业调研，进行人才需求分析，确定人才培养目标定位；组织召开实践专家研讨会；主持课程体系构建工作，组织课程开发与建设工作；统筹规划教学团队建设；主持满足教学实施的教学条件建设；主持建立保障教学运行的机制、制度。

2. 专业骨干教师

基本要求：具有较丰富的专业任务，有着丰富的专业实践能力和经验；善于将企业先进的技术任务与教学相结合；对职业教育有一定的研究，具有职业课程开发能力；能够运用符合职业教育的教学方法开展教学，治学严谨教学效果良好。

主要工作：参与人才培养方案制定的相关工作；进行专业核心课程的开发与建设，编写相关教学文件；进行理实一体专业教室建设；参与专业教学管理制度的制定。

3. 专业“双师型”教师

基本要求：具有一定的专业任务和实践能力，以及职业教育教学能力，能够较好地完成教学任务，教学效果良好。

主要工作：参与专业核心课程的开发以及相关教学文件编写；对专业一般课程进行课程开发及建设；参与理实一体专业教室建设；通过下厂锻炼、参加培训不断提高专业实践能力及职业教育教学能力。

4. 企业技术专家与能工巧匠

基本要求：须具备丰富实践经验和较强专业技能的企业一线技术人员，能够及时解决生产过程中的技术问题；具有一定的教学能力，善于沟通与表达。

主要工作：参与人才培养方案的制定；承担一定的教学任务，指导实训；参与课程开发与建设，参与相关教学文件的编写；参与理实一体专业教室建设及实训基地建设；参加教学培训，提高职业教育教学能力。

5. 企业指导教师

基本要求：需具有较强的实践能力，在企业的相应岗位独当一面；具有一定的管理能力。

主要工作：按照实习大纲的要求在本企业指导学生的岗位实习，具体负责学生在岗实习期间的岗位教育和技术指导工作；反馈学生的在岗情况，发现问题与学校指导教师一同及时解决；负责学生岗位实习期间的考勤、业务考核、实习鉴定等。

（二）教学设施

本专业配备校内实训基地和校外实习基地，按学校实训中心规划逐步完善。学校建有教育部《中等职业学校专业教学标准》对应专业所必备的实训场室，实训场室设施设备基本达到《中等职业学校专业教学标准》配置要求，实训场室具有理实一体化教学功能。

表 3 电子商务专业校内实训室

序号	实训室名称	主要设备
1	电子商务基础实训室	电子商务教学实训（省赛）比赛系统 1 套、网络营销教学系统 1 套、市场营销教学系统 1 套、市场调研模拟系统 1 套、服务器 2 台、86 寸交互智能一体机 1 台、教师电脑 1 台、学生电脑 55 台、交换机 3 台、交换机机柜 1 个、2.4G 智能无线扩声音箱 1 套、屏风办公台 55 位、挂图 4 幅
2	移动电子商务实训室	移动电子商务实训软件（核心基础模块）1 套、移动电子商务实训软件（移动端前台功能模块）1 套、移动电子商务实训软件（移动端后台功能模块）1 套、连锁企业经营管理模拟软件 1 套、86 寸交互智能一体机 1 台、教师电脑 1 台、学生电脑 54 台、六角台 10 套、平板电脑 20 台、交换机 2 台、多媒体讲台 1 套、推拉黑板 1 个、2.4G 智能无线扩声音箱 1 套、Ipad 锁柜 1 个、实验室挂图 4 幅
3	电子商务实战实训室	电子商务 C2C 网上商城软件 1 套、86 寸交互智能一体机 1 台、教师电脑 1 台、学生电脑 50 台、交换机 3 台、交换机机柜 1 个、2.4G 智能无线扩声音箱 1 套、屏风办公台 55 位、挂图 4 副
4	电子商务美工实训室	电脑 55 台、多媒体设备 1 套、电脑桌 59 张、交换机柜 3 个
5	电子商务直播实训室	65 寸一体机 1 台、电脑 9 台、5G 手机 5 台、单反相机 4 台、镜头 2 副、照片打印机 1 台、曲面显示器 2 台、智能直播摄像头 4 个、直播间（大卖场）1 套、麦克风设备若干、灯光设备若干、

序号	实训室名称	主要设备
		辅助设备若干
6	物流综合实训室	物流管理信息系统 1 套、无线 RF 手持终端 7 台、无线基站 2 台、托盘货架 8 组、轻型货架 6 组、流利货架 4 组、手动搬运车 4 台、模拟叉车 2 台、站立式堆高车 2 台、条码打印机 2 台、塑料托盘 10 个、木质托盘 40 个、模拟货品 2 批、纸箱若干、电脑 6 台
7	物流 3D 软件实训室	物流管理信息系统 4 套、电脑 55 台
8	企业沙盘实训室	电脑、手工沙盘
9	市场营销模拟实训室	电脑、畅捷通企业经营沙盘、市场营销调查、企业经营管理模拟、市场营销实训等实训教学软件
10	新零售体验馆	展架、商家商品等
11	共创室	希沃 65 寸一体机 1 台、打印机 1 台、产品展示架 4 张、柜台 2 张、Ipad 锁柜 1 个、屏风办公台 5 位、多功能拼桌 12 张

（三）教学资源

教学资源主要包括能够满足本专业学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需求的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用

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。对于相关职业技能等级，推荐选择培训评价组织开发教材；对于其他涉及书证融通的专业教材，建议与 1+X 培训评价组织共同设计研发校本教材。

2. 图书文献配备

图书资料配备要求本专业相关图书文献配备，应能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅，且定期更新。

3. 数字教学资源配置

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、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

1. “任务驱动”法

授课时就告诉学生课程的任务内容、要求，设计应该涵盖的知识点，以此为基础展开教学，注重培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力。

2. 案例法

通过精选典型案例，有机地将相关知识点融合到课程中，让学生对客户关系管理问题产生浓厚兴趣，提高其学习的积极性与主动性。

3. “教”“学”“做”一体教学法

采用边讲解、边剖析、边指导的方法进行教学。

4. 直观教学法

通过动画演示、电子教案、电子课件、投影、录像、图片等现代教育技术展开理论教学，将复杂的原理用简单的、感性的方法展现出来，并选取与学生实际生活密切相关的实例讲解，有效地使难以理解的概念简单化、形象化，充分激起了学生的学习兴趣 and 主动性。

5. 讨论交流法

课程教学中，让每个学生积极参与，给学生机会发表自己的意见。

6. 项目教学法

以项目为主线、教师为引导、学生为主体，学生自己处理，信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价。

7. 激励教学法

采用小组之间竞赛的方法，竞赛的结果记入平时考核成绩。鼓励团队合作精神和培养创造性解决问题的能力。

（五）学习评价

1. 文化（理论）课程考核评价

倡导考试模式创新和改革，采用多种考试方式，如笔试、一张纸考试、大型作业、探究式考试，充分反映学生的知识掌握程度。

课程考核评价分为结果（期末）考试成绩和过程（平时）考试成绩两个部分，课程考核评价中的结果考试成绩按照理论教学中知识的预期成果要求用笔试方式进行考核，其成绩占总成绩的60%，平时成绩的考核评价通过课堂教学各种不同教学活动方式下的表现记录进行综合评定，其成绩占总成绩的40%。

2. 实训实习考核评价

实训实习是指时间在一周以上的课程实习、课程设计、专业实习、岗位实习。实行课程化管理，考核由平时成绩（30%）、审阅成绩（30%）和答辩成绩（40%）折算后按优（90-100），良（75-89），及格（60-74），不及格（59分以下）评定等级。实习不合格者不具备毕业资格。

依据《河源理工学校教学管理规范》的要求评定成绩。

（六）质量管理

为了圆满完成理实一体化课程、岗位实习等各项教学任务，培养出符合岗位职业能力要求的人才，创新人才培养机制，规范教学过程，建立相应的机制制度保障体系，提高教学质量。

1. 强化教学工作中心地位

校长为学校教学第一责任人，专业带头人为本专业教学第一责任人，负责本专业教育教学工作。学校应加大对专业教学的投入和管理，确保专业教学有序运行。专业带头人要加强本专业建设总体设计，负责本专业教育教学与改革具体组织实施，确保专业人才培养质量。

2. 教学管理组织机构与运行

学校要根据办学规模和实际需要，设立教务、实训实习、教研等教学管理和研究机构，配备与学校规模相适应的教学管理和研究人员；要完善各级管理机构的管理职责，完善管理人员、教师及教辅人员的岗位职责，完善包括教学文件、教学过程、教学质量、教学研究、教学设施设备、图书及教材等各项管理制度。

3. 常规教学管理制度

学校应制订完善的常规教学管理制度。常规教学管理制度主要包括教学组织管理制度、课堂教学管理制度、实践教学管理制度、岗位实习与社会实践管理制度、学生学业成绩考核管理制度、教师教学工作考核评价制度等。

4. 实施性教学计划制定与执行

学校应根据本专业人才培养方案，在充分调研的基础上制订实施性教学计划，根据区域产业结构特点，进一步明确具体的教学内容，科学设计训练项目，即对岗位核心能力课程标准进行二次开发。

学校制订的实施性教学计划，应报河源市教育局审核备案，并严格依据制订的实施性教学计划组织教学与考核。

5. 教学档案收集与整理

学校应做好教学档案的收集与整理,为教学教研工作提供重要的教学信息资源。教学档案主要包括教学文书档案、教学业务档案、教师业务档案和学生学籍档案等。学校应对教学档案的收集、保管和利用做出规定,由专人负责管理,使教学档案管理制度化、规范化、信息化,能更好地为教学教研服务。

6. 教育教学研究与改革

(1) 学校应设立专门的教育教学研究机构,配备专职和兼职教研人员,统筹管理全校的教育教学研究与改革工作。

(2) 教育教学研究与改革要以促进学生形成职业能力、实现全面发展为目的,通过教研活动、教育教学课题研究、校企合作等途径,改革教学模式,创新教学环境、教学方式、教学手段,促进知识传授与生产实践的紧密衔接,增强教学的实践性、针对性和实效性,使人才培养对接用人需求、专业对接产业、课程对接岗位、教材对接技能,全面提高教育教学质量。

表 4: 电子商务专业管理机制与制度

序号	主要机制制度	主要内容
1	双证书制度	学生毕业时持有学历证书、职业资格证书(含 1+X 证书)/技能证书,从制度层面促使学生主动获得职业资格、丰富工作经历,提高综合职业能力,促进体面就业
2	课程考核	对理实一体课程要加强过程控制,引导教师采用过程考核的方式促进学生有效学习。课程考核方式改为过程考核+期末考核+平时考核,使考核能真实反映学生完成实际工作任务能力
3	岗位实习管理	岗位实习由企业对学生实施员工化管理,企业把学生作为员工进行考勤、派工与计酬,主要由企业指导教师对学生进行工作指导,专任教师则主要进行学习指导。实习结束,校企双方联合为学生颁发“工作经历证书”
4	专业教学团队建设	建立由专业带头人、骨干教师、“双师型”教师、企业技术专家与企业指导老师等组成的专业教学团队,建立以专业建设为核心的教学管理组织系统;建立培训制度,促进教师国内外进修学习、下企业锻炼、教育教学能力培训,提高教师的专业教学能力和职业教育教学能力。
5	校内实训基地	建立合理的实训基地管理体制,健全校内实训基地管理,加强实训教学

序号	主要机制制度	主要内容
	管理	过程的管理
6	校外实训基地管理	建立校外实训基地建设组织机构，确保校企联系渠道畅通，建立健全的管理制度和提供实践氛围，加强校外专业实习与岗位实习管理

十、毕业要求

（一）学分要求

本专业毕业生需修满最少 173 学分，其中：公共基础课程最低 61 学分，专业群平台课程最低 12 学分，专业基础课程最低 14 学分，专业核心课程最低 31 学分，专业群拓展课程最低 22 学分，实践课程最低 33 学分。

（二）证书要求

1. 毕业证书

毕业生修满最低学分方可办领中等职业学校毕业证书。

2. 其他证书

学校组织学生参加各级各类职业技能鉴定工作，学生可根据个人需求选考并获得证书，具体见下表。

表 5 本专业可选择的各级各类职业技能鉴定考试项目

序号	职业资格证书名称	等级	备注
1	全国计算机等级证书	一级	必考
2	直播销售员	四级（中级）	选考
3	电子商务师	四级（中级）	选考
4	普通话证书	二级乙等	选考

十一、附录

附件：电子商务专业人才培养方案（2025 修订版）审批表

电子商务专业人才培养方案审批表

专业所在专业部意见 情况属实 批准 专业部主任签字: 张敏生 2025 年 5 月 6 日	专业所在党支部意见 同意实施 党支部书记签字: 曹伟 (公章) 第四支部委员会 2025 年 5 月 6 日
教研室意见 同意实施 负责人签字: 廖明 (公章) 2025 年 5 月 7 日	教务科意见 同意实施 负责人签字: 王 (公章) 2025 年 5 月 7 日
实训中心意见 同意实施 负责人签字: 谢小青 (公章) 2025 年 5 月 7 日	招生与就业科意见 同意实施 负责人签字: 刘 (公章) 2025 年 5 月 7 日
学术委员会审核意见 同意 负责人签字: 李 (公章) 2025 年 5 月 8 日	学校审批意见 同意 负责人签字: 李 (公章) 2025 年 5 月 8 日