

# 电子商务专业

(730701)

## 人才培养方案

2025 年 1 月 3 日

(第四次修订)

## 第一部分：专业人才培养标准与要求

### 一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：730701

### 二、入学要求与基本学制

入学要求：初中或同等学历的学生

基本学制：3 年

### 三、专业（职位），职业资格，专业进修

专业方向	职业（岗位）	职业资格要求	继续学习专业	
网络营销	网络营销推广、网络客服、电话销售、网络信息编辑	1+X证书☆	高职：	本科：
商务网站维护			电子商务（530701） 跨境电子商务（530702） 网络营销与直播电商（530704） 农村电子商务（530705） 商务数据分析与应用（530706）	电子商务（330701） 跨境电子商务（330702） 全媒体电商运营（330703）
电子商务物流 客服管理				
网络推广	网站美工人员、商务网站策划人员、网站运营与推广人员、网站维护人员、网络客服人员	网页设计 1+X证书☆ 全国计算机等级考试二级证书☆		
	网上创业（网店店长）跨境电商推广、跨境电商运营与管理	1+X证书☆ 自媒体运营 电子商务师 跨境电商		

备注1：各方向可选择1个职位，获得相应的职业资格证书，具体根据地区经济发展对人才需求的不同程度确定。

### 四、培养目标

本专业培养符合我国社会主义现代化建设要求的德、智、体、美全面发展，具备良好的职业道德和专业素养，掌握电子商务专业所应具备的与职业岗位相适应的知识和技能，能够从事网络营销、商务网站维护、电子商务资料分析、电子商务物流、客服管理、电子商务法律法规、网络推广等工作，具有从事生产、服务、管理一线工作的职业发展基础和终身学习能力，能够胜任生产、服务业、经营管理一线的工作，能在业务、技术、管理、产品开发等方面从事数据化经营、网店经营、社群经营、行业运营、市场营销活动策划与实施、销售计划执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电子商务产品

开发等工作的高素质技术技能人才，具有较强的专业素质和职业素养，具有较好的专业素质。

(1).培养规范（综合素质和业务能力）

（一）综合素质

- 1.品德优良，业务精湛，有较强的竞争意识和开拓创新意识。
- 2.具有健康的身体和良好的心理素质。
- 3.责任心好，工作压力大；工作认真细致，任劳任怨。
- 4.商务礼仪好，交际表达能力强，有很强的团体意识。
- 5.具有“客户至上”的服务观念。
- 6.有较好的人文素养，有较强的求学本领。
- 7.有能力利用电脑收集信息、加工资料。
- 8.基本能力是借助工具查阅中英文文献资料。

（二）专业能力（具体见附录专业能力分析）

1.行业通用能力：

- (1) 具备法规相关知识和技能，如安全作业、环保和电子商务等
- (2) 理解具有一定电子商务经营经历的电子商务企业的经营过程：
- (3) 能看懂《商务活动手册》和《常用器械、器械使用说明》等相关知识。
- (4) 具备初步的工作计划、组织实施能力，能解决本专业的一般技术问题。
- (5) 能使用各种 Office 软件，中文录入速度达到 45 字/分钟。

2.职业特定能力：

- (1) 互联网市场营销能力方面：具有能实施网络市场调查问卷研究、网络信息收集与处理能力、掌握客户关系管理与业务沟通知识、能进行网络营销项目策划、实施与管理、能掌握专业文案写作方法与技巧、能进行网络商品推广、交易与服务能力、能进行网络信息编辑与处理、能自主进行网络创新创业能力、具有较强的专业文案写作能力。

(2) 客户服务管理能力：具有较强的语言表达和沟通能力，具有较强的服务意识，具有正确处理售前、售中、售后问题的能力，并能利用电话、网络等工具与客户进行联络和沟通。

(3) 物流管理能力：具备较强的物流信息收集和处理能力，具备逐步建立物流体系的理念，能够统筹考虑物流运作的统筹安排，从事货物整理、仓库管理和货物配送等业务。

(4) 经营网站维护能力：能进行经营网站的策划、网站前台设计制作、用户需求分析、经营网站维护、网站编辑美化、经营管理、创新创业等方面的工作。手机业务方向的学生需求是：商务沟通能力娴熟，能够运用所学开展移动业务营销，可以搭建简单的移动商务平台，并能对移动商业平台进行经营管理和维护，在创新创业实践中能够自主地进行创新和创业的能力。

(5) 网点促销能力：具有熟练运用各种电子商务平台和搜索引擎，收集商务信息，分类处理商务信息的能力，初步具备对网络运营数据进行整理、归纳、分析、制定基本策略的能力，具备开展网络市场调查分析，做好推广策划，及时利用网络工具进行发布推广的能力。具备基础知识和初步运用搜索引擎优化与视觉营销的能力。

### 3. 跨行业职业能力：

(1) 具有适应岗位变化的能力。

(2) 有基本的能力进行企业经营和现场经营。

(3) 具有创新和创业的基础能力。

职业证书

序号	类别	证书名称	考核等级	颁发机构	说明	学分
1	职业能力证书	WPS 1+X证书	二级	教育部考试	选考	6
2		网店运营1+X证书	初级	北京鸿科经纬科技有限公司	必考	6
3		自媒体运营证书	初级	抖音	必考	6
4		网店推广1+X证书	中级	北京鸿科经纬科技有限公司	选考	6
5		电子商务数据分析1+X证书	初级	北京博导前程信息技术股份有限公司	选考	6

#### 4.专业能力与职业资格标准分析(专业技术等级评定)

##### 1、商品上传与维护及营销能力

编号	能力描述
1.1 商品上传与维护	具备商品全流程管理、营销活动设置及订单管理的综合能力。
1.1-1	可根据商品资料，在平台提取相关信息，完成商品基础资料（如名称、规格等）和销售信息（如价格、库存）的设置。
1.1-2	（原文此处编号混乱，结合上下文推测可能为营销活动设置相关能力，暂缺具体内容，建议补充完整）
1.1-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 处理客户问题，促成交易订单；</li> <li>- 根据收货地、商品规格、运输成本设置最优物流模板，提升配送效率并降低费用。</li> </ul>
1.1-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 完成网店开设与装修；</li> <li>- 按店铺营销需求设置促销活动，满足顾客售后需求。</li> </ul>

编号	能力描述
1.2 营销活动与品牌推广	围绕店铺营销需求，执行促销活动设定及品牌内容发布的能力。
1.2-1	根据店铺营销需求，完成不同类别促销活动的设定。
1.2-2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 设置各类别营销活动；</li> <li>- 按店铺品牌策略编辑并发布品牌推广内容。</li> </ul>
1.2-3	参与年龄相关（或特定主题）的营销活动，完成不同类别促销活动的报名及审核。

## 2、订单处理能力

编号	能力描述
1.3.2	在承诺发货有效期内，根据订单情况完成线上发货。
1.3.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 根据平台退换货政策，结合商品特性、货值、收货地等，与买家达成退换货协议；</li> <li>- 完成退换货处理，保证店铺信誉。</li> </ul>

## 3、网店装修能力

编号	能力描述
2.1 首页设计制作	
2.1.1	根据店铺定位进行首页视觉营销设计，体现店铺风格。

2.1.2	制作具有高辨识度的 Logo，结合网店经营理念和文化特色。
2.1.3	根据商铺营销目标和商品卖点，制作主题明确、风格统一的 Banner。
<b>2.2 详细页面设计制作</b>	
2.2.1	对商品详情页进行视觉营销设计，结合消费心理和浏览习惯展示卖点。
2.2.2	提炼商品卖点与特征，制作完整文案，覆盖销售点和特征描述。
2.2.3	设计制作商品主图、细节图和营销图，按商品定位统一图片风格，提升转化率。
<b>2.3 自定义设计</b>	
2.3.1	根据企业文化和品牌故事，设计制作有辨识度的品牌宣传页。
2.3.2	按网店营销需求，设计有辨识度的品牌活动页或客户服务视觉营销创意页面。

#### 4、网店客服能力

编号	能力描述
3.1.1	按客户服务原则，分析顾客提出的商品相关问题，维护和优化话术库。
3.2.1	根据不同类型顾客选择交际技巧，促进下单及订单催付，提高交单率。
3.3.1	收集、整理和分析客户资料，使用管理工具进行系统化管理。

3.3.2	分析客户资料并归类，为不同类型客户提供差异化服务，挽回流失客户（如短信问候、活动推送）。
-------	--

## 5、网店经营推广 - SEO 优化

编号	能力描述
<b>1.1 关键词挖掘分析</b>	
1.1.1	拆解关键词词根，结合商品和用户分析，按搜索引擎原理挖掘精准关键词。
1.1.2	分析整理关键词，分类建立系统词库。
<b>1.2 商品标题优化</b>	
1.2.1	根据词库制作商品标题，通过选词组词提升搜索排名，获取自然流量。
1.2.2	基于商品排名和流量分析，按平台规则优化标题，提升自然搜索流量。
<b>1.3 详情页优化</b>	
1.3.1	改善详情页基础信息，通过用户搜索需求分析提升自然搜索排名。
1.3.2	提炼商品卖点，结合用户画像完善详情页描述，增加自然搜索流量。

## 6、网店经营推广 - SEM 促销

编号	能力描述
<b>2.1 搜索促销策略制定</b>	
2.1.1	根据网店信息和促销目标，选择促销方案类型，调配

	经费，制定可行策略。
2.1.2	挖掘合适关键词，通过数据分析制定提升关键词质量分的策略。
2.1.3	结合促销目标，制定人群定向策略和创意策略，提升促销 ROI。
<b>2.2 搜索促销台账构建</b>	
2.2.1	按促销方案搭建不同类型的促销计划和促销组。
2.2.2	根据关键词策略完成关键词设置（添加、出价、匹配类型）。
2.2.3	按创意策略制作促销创意素材。
2.2.4	按人群定向策略完成目标人群精准定位。
<b>2.3 搜索促销账目优化</b>	
2.3.1	根据促销反馈数据优化推广方案和促销组，提升点击量和转化率。
2.3.2	分析关键词反馈数据，优化关键词以提升质量分、降低平均点击单价。
2.3.3	优化创意和定向人群，提升网店点击率和转化率。

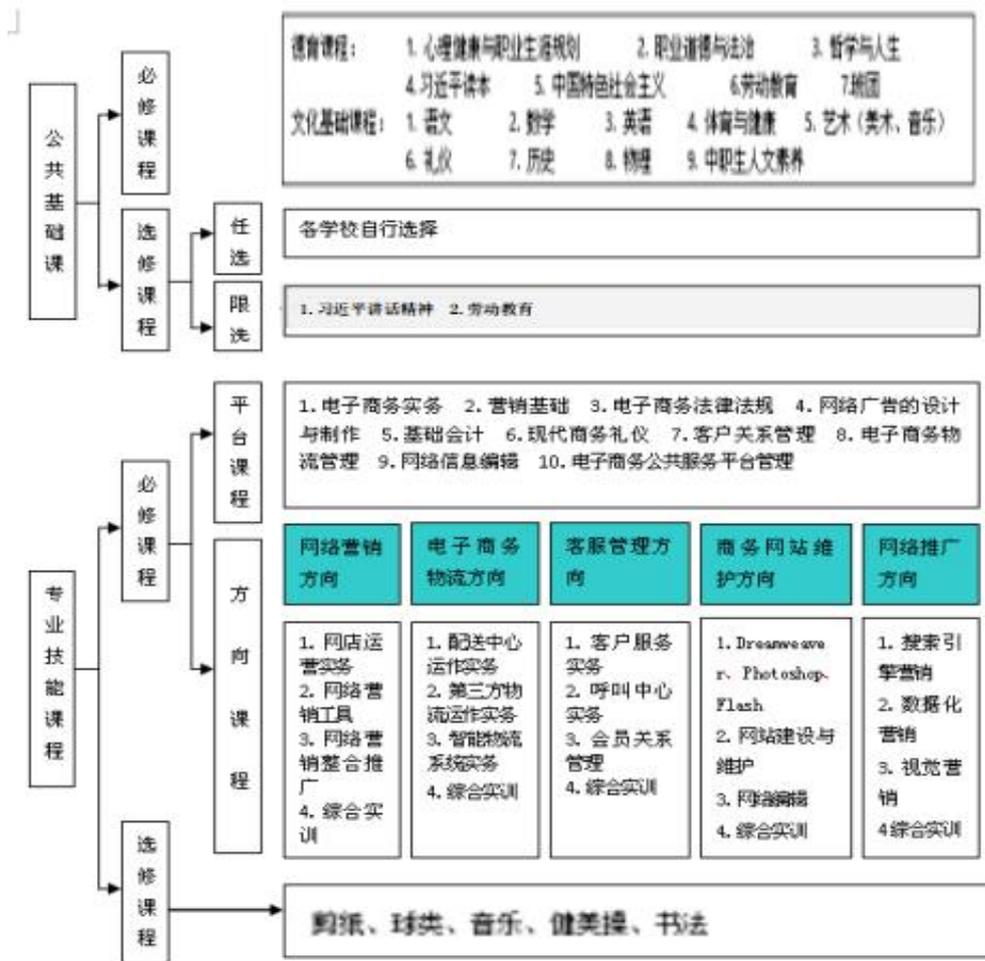
## 7、网店经营推广 - 信息流促销

编号	能力描述
<b>3.1 信息流促销策略制定</b>	
3.1.1	制定店铺、商品、图片、视频等信息流广告推广策略，匹配网店信息和推广目标。
3.1.2	分析人群画像，制定人群定向和资源定位策略，提升

	网店转化率。
3.1.3	制定创意策略和落地页策略，提升网店促销 ROI。
<b>3.2 信息流推广台账建立</b>	
3.2.1	按促销方案搭建推广计划和推广组。
3.2.2	按人群定向策略完成目标人群精准定向和竞价。
3.2.3	按推广创意和落地页策略制作创意素材和落地页。
<b>3.3 信息流推广账目优化</b>	
3.3.1	根据促销反馈数据优化推广方案和促销组，提升点击量和转化率。
3.3.2	分析人群定向数据，优化目标人群精准度，提升点击率。
3.3.3	优化创意和落地页，根据推广数据提升网店点击率和转化率。

## 六、课程结构及教学时间分配

### (一) 课程结构



## (二) 教学时间分配

学期	学期周数	教学周数		考试周数	机动周数
		周数	其中：综合的实践教学及教育活动周数		
一	20	18	(1)军训) (1)专业认识与入学教育)	1	1
二	20	18	(1)电子商务实务实训)	1	1
三	20	18	(1)网络广告的设计与制作实训)	1	1
四	20	18	(1)电子商务公共服务平台管理实训)	1	1



	6		劳动教育	18	1		1								
	7		班团（限选：习近平精神、人工智能，共36课时）	97	6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	8	文化 课	必修	语文	485	25	5	5	5	5	5	5	5	5	
	9			数学	485	25	5	5	5	5	5	5	5	5	
	10			英语	485	25	5	5	5	5	5	5	5	5	
	11			计算机应用基础	144	8	4	4							
	12			体育与健康	187	11	2	2	2	2	2	2	2	2	1
	13			艺术（音乐美术）	72	4	2	2							
	14			礼仪	72	4				2	2				
	15			中职生人文素养	36	2				1	1				
	16			历史（中国、世界）	144	8	2	2	2	2					
	17			物理	72	4	2	2							
			限定选修	72	4	1	1	1	1						
			合计	2513	135	30	31	24	24	22	20				
专业	18	专业	电子商务基础	108	6	2	2						2		
	19		网络广告的设计	216	12	2	2	2	2	2	2	2			

技能课程			与制作																	
	20	课程	网络营销	144	8				2		2		2				2			
	21		电商直播实务	108	6	1		1		1		1		1				1		
	22		客户关系管理	36	2	1													1	
	23		电子商务物流管理	18	1	1														
	24		电子商务法律	9 (少时)	1	1														
	25		形体与形象	(18) 少时)	1	1														
	26		短视频剪辑	90	5	1		1		1		1		1		1				
	小计			747	43	9		6		6		8		6				8		
	27	专业实训课程 (限定选修方向至少两个)	客 服 管 理 方 向	客户服务实务	12	12	2		2		2		2		4					
28	呼叫中心实务			12	12	2		2		2		2		4						
29	会员关系管理			12	12	2		2		2		2		4						
30	综合实训			60	4											2周				
31	网 络 营 销 方 向		网店运营实务	12	5	2		2		2		2		4						
32			网络营销工具	12	5	2		2		2		2		4						
33			网络营销整合推广	12	5	2		2		2		2		4						
34			综合实训	60	4											2周				
35			电 配 送 中 心	12	5	2		2		2		2		4						



他 教 育 活 动	50	专业认识与入学教育	1	1		1 周									
	51	毕业教育	1	1											1 周
	小计		32	4		2 周									1 周
总计			416 7	291	30	2 周	28	1 周	28	1 周	30	1 周	30	4 周	20 周

注：1.总学时 4244（含在校课时 3452（97 周），军训+其他课时 32，校外课时 760）。公共基础必修和限选课程学时占比约 59%；专业技能课（含军训、顶岗实习、专业认识与入学教育、毕业教育）占比约 41%；

2.总学分 291。学分计算办法：第 1 至第 5 学期每学期 1-18 学时记 1 学分；第 6 学期每学科记 1 学分。实践教学 1 学时 2 学分；实践教学周一周二学分，顶岗实习 1 周记 1.5 学分；军训、专业认识与入学教育、社会实践活动、毕业教育等活动 1 周记 1 学分，共 5 学分。

## 第二部分：人才培养实施条件和保障

### 八、专业教师基本要求

1.专任教师与在籍学生的比例不低于 1:36；研究生学位或硕士研究生学位以上的占 5%，高级职称的占 15%以上，硕士学位以上的占 10%以上。取得高级工以上的职业资格的 60%以上，或取得非教师系列专业技术中级以上职称的 30%以上，或在相关行业取得超过 60%的执业资格；兼职教师占专业教师的 10%~40%，具有中级以上技术职称或高级工以上的教师及以上职业资格的占 60%以上。

2.专职教师应具有 90%以上的本科以上学历（含电子商务或相近管理或计算机）；3 年以上专任专业教师应符合：电子商务师、营销师、物流师、国际商务师等规定的专业资格或专业技术职称要求。

3.具有良好的师德修养，业务能力，能进行理实融合教学，具备信息化教学能力的专业教师。“五课”教研、教改课题研究、教学比武、技能比武等活

动，专任专业教师普遍参加。到企业实习，平均每两年不会少于2个月。兼职教师每学期承担不少于30学时的教学任务，必须经过专门的教学能力培训，并取得合格证书。

## 九、实训（实验）基本条件

校内实训（实验）教学功能室和校外实训基地应根据本专业人才培养目标要求和课程设置需要配备。

校内实训室按照每班30名学生为基准，按照专业平台课程和专业方向课程的设置进行建设。

制定不少于3个校外实训基地的校外实训基地管理制度。加强与企业、行业的联系与合作，通过校外实训基地的建设，达到互惠互利、共同发展的目的。

## 十、教学实施

### （一）教学要求

#### 1.公共基础课

根据教育部有关教育教学的基本要求，公共基础课教学要以教学方法、教学组织形式的改革为重点，以调动学生学习积极性为目的，以培养学生基本科学文化素养为导向，以服务学生专业学习、终身发展的功能为定位，以教学手段、教学模式的创新为重点，为学生综合素质的提高、职业能力的形成、可持续发展奠定基础。

#### 2.专业技能课

专业技能课要结合国家对所学专业学生的毕业要求及工作实际，整合课程内容，按照本专业标准对各门课程的具体要求进行科学可行的教学目标的制定，并对教学内容进行安排，并结合本专业的标准进行相应的教学内容的安排。开展以行动为导向的教学设计，提倡项目教学、案例教学、任务教学、角色模拟、情景教学等方法，突出“做中学、做中教”的职业教育特色，在学习内容与工作内容、理论学习与实际操作等方面形成统一，做到学以致用，学以

致用。充分利用校内外实训基地，丰富教学资源，借助校企合作机制，为学生提供自主学习、合作学习的强大保障。

对学生主体地位的尊重和反思学习的提倡，对学生创新精神的培养，教师应该予以尊重。加强职业技能训练，培养学生综合职业能力，要与工作实际紧密结合起来。

## （二）教学管理

教学管理应更新观念，改变教学管理的传统做法。对教师、实训室、实训场地等教学资源进行合理调配，为课程的实施创造条件，教学管理应具有一定的规范性和灵活性；改革教学评价标准和方法，促进教师教学能力的提高，确保教学质量，要加强对课程教学和实践环节的质量监控。

认真落实《中等职业学校学生实习工作管理办法》的各项规定和要求，做到实训、实习工作统一组织，计划落实，校企齐抓共管，切实把实训、实习工作落到实处。学校与实习企业签订实习协议，明确双方的权利和义务，由双方指派指导教师具体组织和管理，学校与实习企业签订实习协议，明确双方的权利和义务。实习指导教师要对实习教师的思想教育、组织管理、业务指导、考核评价等工作切实负起责任，切实负起指导教师的责任。学校要注意学生在实习期间的意外伤害保险，还要注意实习生活和工作环境的基本保障。

## 十一、实施说明

（一）推行学生在校学习5个学期，校外顶岗实习不超过1个学期的“2.5+0.5”人才培养模式。每学年52周，其中40周为授课时间（包括复习考试），12周为节假日。第1-5学期按28~30学时/周计算，每学期教学周为20周（含机动一周、复习考试一周）；6学期顶岗实习时间为18或19周，计算时间为30学时/周。

（二）实行学分制的学校，一般16~18学时为1个学分，3年累计不少于170个学分。专业实践教学周按每周2学分计算，军事训练、专业认知与入学教育、毕业教育、社会实践按每周1学分计算，顶岗实习按每周1.5学分计算。

(三)本专业所必修的公共基础课、专业平台类课程均为公共基础课。分网络营销方向、电子商务物流方向、客户服务管理方向、商务网站维护、网络推广五个方向,按照培养目标、专业方向的需要进行培养。各学校可以组织教学,并结合本校实际选择其中一个方向来实施国家职业资格的鉴定工作。

(四)可以结合学生个性的发展需求,结合学校办学的特点,有针对性地开设任意选修课。

## 十二、教学评价

树立科学可行的评价标准,按照本专业培养目标和育人理念。制定课程教学及实训实习评价标准参照国家对专业的要求和职业标准等。重点突出基础和团队协作能力的评价,评价学生的专业素养、学习能力和业务实践能力。

评价主体要坚持多样化,评价方式要多样化,考核过程要多元化。吸纳行业企业参与其中的主要是任课教师评价、实训指导老师评价和学生自评互评。

既要对学习过程进行评价,又要对学习结果进行评价,注重学生在原有基础上的发展,依据形成性评价与终结性评价相结合的原则进行。考试采取理论考试与实际操作考查相结合的方式进行,注重对理论知识运用程度的考查,注重对实际操作水平的考查。

加大对顶岗实习课程的考核评比力度。对学生在顶岗实习期间的劳动纪律、工作态度、团队合作精神、人际交往能力、学习能力、专业技能、完成任务等方面的情况,成立由幼儿园指导教师(兼职)、专业教师、班主任组成的考核评价小组。

## 十三、毕业及毕业证书

本科毕业合格,颁发三年制职业高中毕业证,本专业学生达到下列规定:毕业。

1.对修满课目计划中规定的全部课程,达到人才培养规定的德、智、体、美、劳等规格要求,并按等级评定成绩合格;(学科成绩=平时成绩+期中成绩×20%+

2、以合格的成绩参加各项基本技能测试。

3.按要求完成毕业见习工作并取得合格成绩。

#### 十四、学生升学准备

电子商务类专业技能操作考试大纲参考黑龙江省职业教育2024年春季高考

2025年1月3日