

福建省福安职业技术学校

电子商务专业 2025 级人才培养方案（3 年）

制 订 负 责 人 : 张鹏飞
制 订 主 要 成 员 : 缪芳红、詹晓晓、陈敏、刘敏云
专 业 组 长（签 字）: 张鹏飞
教 务 主 任（签 字）: 林建
教 学 分 管 领 导（签 字）: 李国良
校 长（签 字）: 曾柳娟
党 总 支 书 记（签 字）: 范小珊



2025 年 06 月

人才培养方案制订说明

人才培养方案制订说明

为贯彻落实《中华人民共和国职业教育法》、《国家职业教育改革实施方案》、《职业教育提质培优 2020-2023 行动计划》、《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》等系列文件精神与国家职业教育教学标准体系要求，保障专业建设的科学性与规范性，使人才培养目标定位更精准，课程结构更科学，人才培养跟上产业发展的变化，毕业生更适合就业市场对人才的要求，服务区域经济发展，以及满足对口学校对升学学生的学业要求，本专业通过深入开展人才需求调研、职业能力分析、课程转化等工作，与高职院校进行研讨，制订 2025 级电子商务专业人才培养方案（3 年制）第 1 版。

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	1
六、课程设置及要求	4
七、教学进程总体安排	9
八、实施保障	10
九、毕业要求	18
十、附录	18

福建省福安职业技术学校 电子商务专业 2025 级人才培养方案 (3 年)

一、专业名称及代码

(一) 专业名称：中职 电子商务

(二) 专业代码：中职 720803

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者

三、基本修业年限

学制：三年

学历：中专

四、职业面向

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 7307
对应行业	电子商务
主要职业类别	电子商务师、互联网营销师、市场营销专业人员
主要岗位（群）或技术领域举例	网店客服、网络销售、网络推广、网络直播
职业类证书举例	电子商务师、1+X 网店运营推广、1+X 网络直播
接续专业举例	高职专科：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 高职本科：电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、市场营销

五、培养目标与培养规格

本专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、商品零售、数据采集与分析等知识，具备商品拍摄与素材编辑、店铺和账户日常维护、运营数据采集、营销推广执行、直播销售、视觉设计制作、

客户咨询服务等能力，具有工匠精神和信息素养，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、客户服务等工作的技术技能人才。

本专业坚持立德树人的根本任务，培养能够践行社会主义核心价值观，德、智、体、美、劳全面发展，具有良好的科学与人文素养和信息素养、职业道德和精益求精工匠精神，敬佑生命、甘于奉献、大爱无疆、爱岗敬业；全面掌握平台运营规则，具备从店铺创立到维护的全链路管理能力，熟悉网络营销策略，能运用多渠道推广工具提升品牌在线可见度；同时，他们需擅长视觉营销设计，包括店铺美化、内容创意与视频制作，以吸引目标顾客；在市场销售层面，不仅精通常规商品销售技巧，还能有效运用直播等新兴方式增加销售额与客户互动；此外，他们应具备高标准的客户服务技能，遵循诚信原则处理各类客户问题，且谙熟电商法律法规，确保业务合规；针对数字化趋势，拥有与时俱进的数字技能与信息技术应用能力，适应并促进产业数字化转型；并展现出良好的沟通、团队合作与创新精神，具备终身学习的态度，以灵活应对市场变化，最终，能够紧密结合区域产业特色，无论是农产品、手工艺品或是其他特色产业，都能在营销策略、内容创作、客户服务等方面融入地方文化，提升品牌区域影响力，促进地方经济与电子商务的融合发展。

（二）培养规格

1. 素质要求

（1）职业道德与规范意识：拥有良好的职业道德，自觉遵守电子商务行业规范、法律法规及企业规章制度，维护网络交易安全，防范信息泄露与网络诈骗。

（2）执行力与团队精神：展现出强大的执行能力、应变能力及团队合作精神，能够在压力环境下保持高效工作，与团队成员协同完成任务。

（3）沟通与逻辑思维：具备优秀的语言表达和沟通技巧，能够清晰传达信息，同时具备逻辑思维能力，独立分析问题并提出解决方案。

（4）创新与学习能力：持有开放的创新意识，能够适应电子商务的快速发展，持续学习新技术、新理念，以创新驱动业务增长。

2. 知识体系

（1）商务与营销基础：理解商务礼仪、营销基础理论，以及计算机应用和电子商务基础知识，包括电子商务网站构建、物流配送、信息处理等。

（2）电子商务技术：精通互联网交易平台操作，熟练运用 B2B、B2C、C2C、团购等电子商务模式，掌握网络营销策略与客户服务流程。

（3）专业深化方向：深入理解客户服务、网络营销策

划、电商创业、跨境电商、电商直播等专业技能方向的核心知识，如客户关系管理(CRM)、软文撰写、创业管理、跨境电商数据分析、直播运营等。

3. 技能能力

(1) 客户服务技能：运用标准普通话与客户流畅交流，快速录入信息，熟练操作 CRM 系统，进行高效的大客户关系管理。

(2) 网络营销与策划：撰写高质量软文，策划并执行促销活动，有效运用站内外推广媒介。

(3) 电商创业实践：分析电子商务案例，掌握创新创业理论，具备基本的企业管理知识。

(4) 跨境电商操作：进行市场数据分析，操作海外社交媒体账号，创造多元化营销内容。

(5) 电商直播能力：熟练操作直播平台，具备高超的沟通表达与销售技巧，设计引人入胜的直播内容，运用市场营销策略提升直播效果，进行数据分析与运营优化。

综上所述，电子商务专业毕业生应具备全面的职业素养、扎实的专业知识和多元化的技能能力，以适应电子商务领域快速变化的需求，能够在多个专业方向上发挥专长，成为具有国际视野和创新精神的复合型人才。

六、课程设置及要求

本专业课程类型分为公共基础课、专业（技能）课程。

（一）公共基础课程

公共基础课程分为必修课和选修课。

必修课包括思想政治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、劳动教育等 9 门课程，如图所示。

序号	课程名称	主要教学内容与要求	学时
1	思想政治	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设，包括《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》，旨在对学生进行思想政治教育、道德教育、法制教育、心理健康、职业生涯和职业理想教育，提高学生的政治思想素质、职业道德和法律素质，促进学生的全面发展和综合职业能力的形成。	18
2		中国特色社会主义	36
3		心理健康与职业生涯	36
4		哲学与人生	54
5		职业道德与法治	54
6	语文	依据《中等职业学校语文课程标准（2020 年版）》开设，指导学生正确理解与运用语言文字，对学生进行普通话训练、现代文阅读与欣赏训练、文言文阅读与欣赏训练、实用文体写作和口语交际能力训练、信息搜集整理与运用能力训练。注重应用文写作能力的训练，加强语文实践，为综合职业能力的形成，以及继续学习奠定基础。同时，引导学生重视语言的积累和感悟，接受优秀文化的熏陶，提高思想品德修养和审美情趣，形成良好的个性、健全的人格，促进职业生涯的发展。	234
7	数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，使学生掌握必要的数学基础知识，注重培养学生的逻辑思维能力，通过本课程的学习，使学生掌握职业岗位和生活中必要的数学基础知识，具备必需的数学运算能力和计算工具使用能力，提高学生的空间想象、数形结合、逻辑思维和分析解决问题的能力，为学生掌握职业技能、继续学习和终身发展奠定基础。	162
8	英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，使学生掌握一定的英语基础知识和基本技能，对学生进行听、说、读、写基本技能训练，初步运用英语进行交际的训练。通过本课程的学习，使学生能听懂英语简单对话和短文，能围绕日常话题进行初步交际，同时结合机电专业要求，渗透机电专业英语的学习，培养学生在日常生活和职业场景中的应用能力。	162
9	信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，通过学习	108

		计算机及计算机基础知识、微机操作系统、文字处理软件、电子表格软件和演示文稿软件的基本知识及基本操作方法，进一步了解、掌握计算机应用的基础知识，具有计算机基本操作、办公应用、网络应用、多媒体技术应用等基本技能，初步具有利用计算机解决学习、工作、生活中常见问题的能力。掌握现代办公中的文字处理、表格设计、演示文稿、网上浏览、电子邮件通信等常用软件的使用方法。	
10	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设，树立“健康第一”的指导思想，传授体育与健康的基本文化知识、体育技能和方法，使学生掌握体育与健康的基本文化知识和技能，学会科学锻炼身体的方法，养成终身从事体育锻炼的习惯。通过科学指导和安排体育锻炼过程，培养学生的健康人格，全面促进学生的身体健康和心理健康，提高应对挫折和适应社会的能力。	180
11	历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设，让学生了解中国国情，形成对祖国历史与文化的认同感，让学生正确看待家乡，了解祖国的自然条件、经济发展等方面的优势与不足，激发学生为建设家乡、建设祖国而贡献自己才智的自觉性和高度的社会责任感。	90
12	公共艺术（音乐、美术）	依据《中等职业学校公共艺术课程标准（2020年版）》开设，全面落实社会主义核心价值观的基本内容和要求，并与专业实际相结合，引导学生主动的参与广泛的艺术学习和活动，了解或掌握不同艺术门类的基本知识、技能和原理，丰富审美体验，增强感性认识、发展艺术鉴赏能力，树立正确的审美观念，陶冶高尚的道德情操。	36
13	劳动教育	让学生通过劳动实践促进德智体全面发展和综合职业能力形成，做好适应社会、融入社会、和就业与创业的准备。	18

选修课包括中华优秀传统文化、职业素养等 2 门课程。

（二）专业（技能）课程

专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业选修课程。

1. 专业基础课程。专业基础课程是必修课程，包括：电子商务基础、网店直播、图形图像处理、经济学基础、管理学基础等 5 门课程，如下图所示。

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求	学时/ 学分
1	电子商务基础	掌握电子商务的基本概念、模式、技术及法律环境,理解电子商务在现代社会经济中的作用和影响。	电子商务概述、电子支付系统、网络营销、电子商务安全、电子商务法律法规等。	72/4
2	网店直播	掌握直播电商的操作流程与技巧,包括直播策划、主播技能、直播互动、直播数据分析等,提升直播带货能力。	直播电商基础、直播脚本创作、直播话术、直播间搭建、直播数据分析、粉丝运营等。	72/4
3	图形图像处理	掌握图形图像处理的基本技能,能够使用相关软件进行图片编辑与设计。	1. 熟悉 Photoshop 等图形图像处理软件的基本功能。2. 学会图片的裁剪、调色、合成等基础操作。3. 掌握电商海报、产品图片等的设计与制作技巧。4. 能够进行创意图形设计,满足电商视觉需求。5. 了解图片优化与格式转换方法,确保图片适合网络展示。	72/4
4	经济学基础	掌握微观经济学原理,培养经济思维和分析能力	1. 需求、供给和均衡价格:掌握概念、规律及应用。 2. 消费者选择:理解欲望、效用、偏好及无差异曲线。 3. 企业的生产和成本:了解企业类型,掌握生产函数、成本概念。 4. 市场结构:掌握四种市场类型特点及利润最大化原则。	144/8
5	管理学基础	掌握管理学基本理论,培养管理思维和解决实际问题的能力	1. 管理与管理理论:掌握管理内涵、本质及古典管理理论。 2. 决策:理解决策类型、过程,掌握环境分析方法。3. 组织:了解组织设计原则,掌握组织结构形式及特点。4. 领导:掌握领导权力来源、行为理论及激励理论。5. 控制:理解控制内涵、分类及过程。 6. 创新:理解管理创新内涵及类型	180/10

2. **专业核心课程。**专业基础课程是必修课程,包括:视觉营销、短视频运营、电子商务师、创新创业、茶与商务礼仪等 5 门课程,如下图所示。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	学时/学分
1	视觉营销	培养学生运用视觉元素进行营销的能力,提升电商店铺的视觉吸引力和转化率。	1. 了解视觉营销的基本概念与重要性。2. 学习色彩搭配、构图原理等视觉设计知识。3. 掌握电商店铺首页、详情页的视觉布局与设计。4. 学会利用视觉元素引导用户行为,提升用户体验。5. 分析优秀视觉营销案例,培养视觉营销思维。	72/4
2	短视频运营	掌握短视频平台的运营规则与技巧,能够制作并推广短视频内容。	1. 了解主流短视频平台(如抖音、快手等)的特点与规则。2. 学习短视频内容策划与创意构思方法。3. 掌握短视频拍摄与剪辑技巧,使用相关软件进行制作。4. 学会短视频的推广策略,包括标签优化、互动运营等。5. 分析短视频数据,优化运营效果,提升账号影响力。	72/4
3	电子商务师	培养学生具备电子商务师的专业知识与综合技能,能够胜任电商运营相关岗位。	1. 掌握电子商务的基本理论与业务流程。2. 学习电商平台的运营规则与管理方法。3. 掌握电商店铺的开设、运营与推广技巧。4. 学会电商数据分析与市场调研方法。5. 培养学生的电商项目管理与团队协作能力。	108/6
4	创新创业	激发学生的创新创业意识,培养学生具备创新创业的基本能力和素养。	1. 了解创新创业的基本概念与流程。2. 学习市场机会识别与项目选择方法。3. 掌握创业计划书的撰写技巧。4. 培养团队合作与资源整合能力。5. 开展创新创业实践项目,积累实践经验。	90/5
5	茶叶与商务礼仪	掌握茶叶相关知识与商务礼仪规范,提升学生在商务活动中的综合素质。	1. 了解茶叶的种类、品质与冲泡方法。2. 学习商务礼仪的基本原则与规范,包括仪容仪表、言行举止等。3. 掌握商务接待、会议、谈判等场合的礼仪要求。4. 学会运用茶叶文化进行商务接待与交流。5. 培养学生的商务沟通能力与职业素养。	72/4

3. 专业选修课程。专业选修课程包括:内容策划与编辑、AIGC 新媒体运营、社群营销与运营、AIGC 短视频创作、新媒体营销等 5 门课程,如下图所示。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	学时/学分
----	------	------	-----------	-------

1	内容策划与编辑	培养学生的内容策划与编辑能力，能够制作高质量的电商内容。	1. 了解内容策划的基本流程与方法。2. 学习文案撰写技巧，包括标题制作、内容布局等。3. 掌握电商内容的编辑与优化方法，提升内容吸引力。4. 学会根据不同平台与受众进行内容定制。5. 分析优秀内容案例，培养内容策划思维。	72/4
2	AIGC 新媒体运营	掌握 AIGC（人工智能生成内容）技术在新媒体运营中的应用，提升运营效率与效果。	1. 了解 AIGC 技术的基本原理与应用场景。2. 学习使用 AIGC 工具进行内容创作，如文案生成、图片生成等。3. 掌握 AIGC 内容的审核与优化方法，确保内容质量。4. 学会将 AIGC 技术应用于新媒体账号的日常运营。5. 分析 AIGC 新媒体运营案例，探索创新运营模式。	72/4
3	社群营销与运营	培养学生社群营销与运营的能力，能够通过社群实现用户增长与转化。	1. 了解社群营销的基本概念与特点。2. 学习社群的创建、管理和运营技巧。3. 掌握社群内容策划与互动方法，提升用户活跃度。4. 学会社群营销活动的策划与执行，促进用户转化。5. 分析社群营销案例，总结成功经验与失败教训。	72/4
4	AIGC 短视频创作	掌握 AIGC 技术在短视频创作中的应用，提升短视频内容的创意与生产效率。	1. 了解 AIGC 在短视频创作中的应用范围与优势。2. 学习使用 AIGC 工具生成短视频脚本、素材等。3. 掌握 AIGC 短视频的后期编辑与优化方法。4. 学会结合 AIGC 技术与人工创意，制作高质量短视频。5. 分析 AIGC 短视频创作案例，探索创新创作模式。	72/4
5	新媒体营销	培养学生新媒体营销的综合能力，能够运用多种新媒体渠道进行营销推广。	1. 了解新媒体营销的基本概念与发展趋势。2. 学习主流新媒体平台（如微信、微博、抖音等）的营销策略。3. 掌握新媒体内容营销、社交营销、直播营销等方法。4. 学会新媒体营销效果的评估与优化。5. 分析新媒体营销案例，培养学生的营销策划与执行能力。	72/4

七、教学进程总体安排

（一）教学进程安排表（见附录）

（二）课程结构比例表

总学时	总学分	公共基础课学时	公共基础课学时 约占1/3	实践课学时	实践课学时 占比>=50%	选修课学时	选修课学时 占比>=10%
-----	-----	---------	------------------	-------	------------------	-------	------------------

3060	170	1116	33.6%	2052	61.8%	360	10.8%
------	-----	------	-------	------	-------	-----	-------

（三）职业资格证书考取安排表

序号	证书名称及等级（/）	拟考学期	对应课程	开设学期	证书类型
1	电子商务师（初级）	3	电子商务基础、电子商务师	1, 2, 4	行业认证/职业技能等级

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

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。本专业学生数与专任教师数比例不高于 20:1，学生数与思政教师数比例不高于 350:1，专任教师中具有高级专业技术职务人数不低于 20%，专业教师数不低于本专业专任教师数的 50%，其中“双师型”教师 75%以上，兼职教师占专任教师总数的 20%左右。

2. 专业教师

有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心、德艺双馨；具有电子商务专业或相关专业本科及以上学历；具有中等职业学校教师资格和电子商务专业相关职业技能等级证书（执业资格证书）；具有扎实的电子商务专业相关理论功底和实践能力，熟悉岗位群工作要求；能够独立完成相关专业课的实训教学，能够开展课程教学改革和科学研究，能够指导学生岗位实习工作，定期参加本专业相关企业实践，每年累计不少于 1 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称和高级职业资格，能广泛联系行业企业，了解国内外相关行业发展新趋势，准确把握行业企业用人需求，具有组织开展学校专业建设、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。

4. 兼职教师

兼职教师应具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有中级以上职称或高级工以上资格，主要从电子商务专业相关行业企业聘任，具有电子商务专业对应岗位 3/5 年以上一线工作经验，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教学任务。

5. 教师队伍情况

本专业专任教师 7 人（其中公共课教师 6 人、专业课教师 7 人），具有高级专业技术职务 4 人，“双师型”教师 6 人，兼职教师 3 人，专业带头人 1 人，本专业带头人张鹏飞老师，不仅持有高级技师资格，还在实践与理论上均有卓越成就。他亲自编纂了《促销策划与执行》校本教材，紧密贴合行业实际，深化促销策略教学，极大丰富了教学资源。在科研领域，他深度参与并成功结题两项重要课题，为学术研究与电商实践均作出贡献。尤为突出的是，他凭借严谨的教学风格与高效的训练策略，指导学生在省级电商技能竞赛中

多次获奖，包括两次二等奖和三次三等奖，彰显了他在培养学生生活学活用、创新思维方面的能力。

师资具体情况见下表：

序号	姓名	职称	毕业院校及专业	任教课程	任教年限	技能证书	获奖情况
1	张鹏飞	讲师	云南师范大学 电子商务	市场营销	14	电子商务师 高级技师	创新杯说课比赛国赛三等奖
2	缪凌露	讲师	厦门大学 电子商务	市场营销	18	市场营销师 高级	
3	陈凤婷	讲师	福建农林大学 茶学	茶与商务 礼仪	14	茶艺师 高级技师	省优秀指导教师
4	刘婷玉	未定级	厦门理工学院 电子商务	市场营销	2		
5	陈敏		福州大学至诚学院 工商管理	视觉营销	15		
6	詹晓晓		集美大学诚毅学院 电子商务	网络营销	3		

（二）教学设施

1. 教室要求

教室应具备多媒体设备，包括电脑、投影仪、功放等多媒体设备，教室环境 WIFI 全覆盖，并具有网络安全防护措施，以便于学生登陆手机平台参与信息化教学。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻等。

2. 校内实训室要求

根据国家教育部门的最新指导方针及职业教育的高质量发展要求，按照国家职业教育实训基地建设的高标准与前瞻性规划，学院致力于为电子商务专业学生打造一个全方

位、高效率的电子商务综合实训室，旨在充分满足学生在理论学习与实践操作结合、专业技能强化、创新创业能力培育等方面的迫切需求，确保学生能够通过贴近实际的模拟操作环境，全方位提升其在电子商务领域的核心竞争力，无缝对接未来职场挑战。

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	电子商务综合实训室	接入外线功能（可选）	一套		
		计算机	40 台	1. 保障专业基础技能训练 2. 保障网络营销方向的专业技能训练； 3. 保障店铺运营综合实训教学	电子商务基础、电子商务商务物流、网络营销实务、店铺运营、网络推广、活动策划商务软件写作
		电子商务模拟软件	一套		
		服务器	一套		
		网页设计系列软件	一套		

3. 校外实训基地要求

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供电商客服、运营助理、美工助理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，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，依法依规保障学生的基本权益。

序号	校外实训基地单位名称	单位性质	接收学生认知实习人数	接收学生岗位实习人数	接收学生就业人数	接收教师企业实践人数	其他合作情况
----	------------	------	------------	------------	----------	------------	--------

1	福安市我来电子商务有限公司	企业	30	30	30	10	共建课程 师资培养 实训室建设
2	福安威斯特	企业	30	10	10	5	学生实习

（三）教学资源

1. 教材选用要求

思想政治、语文、历史三科，必须使用国家统编教材，其他公共基础课教材须选用国家规划教材。

专业课程教材优先从国家和省级规划教材中选用，也可在学校教材（校本教材）信息库中选用，建议选用校企合作开发活页式/工作手册式校本教材；不得以岗位培训教材取代专业课程教材。

选用的教材应符合课程标准的基本要求，必须具有思想性、科学性、先进性和适用性。相同课程标准的同一门课程选用一种教材，确因教学需要的辅助教材，任课教师提出拟选用教材，须经学校审核通过方可使用。选用的教材情况见下表：

序号	教材名称	出版社	版本	国规/省规/校本（活页实、工作手册）
1	茶艺	高等教育出版社	第一版	国规
2	短视频运营	高等教育出版社	第一版	国规
3	电子商务基础与实务	北京理工大学出版社	第二版	国规
4	Photoshop 图形图像处理项目教程	电子科技大学出版社	第一版	国规
5	茶艺基础	广西师范大学出版社	第一版	国规

6	从零到卓越—创新与创业导论	上海交通大学出版社	第一版	国规
---	---------------	-----------	-----	----

2. 图书文献配备要求

本专业精心配备了全面的图书文献资源，紧密围绕电子商务核心课程与实践需求，包括电子商务基础、商品拍摄、市场营销、网络营销、网店运营、促销策划、新媒体营销、电子商务案例分析、商务软文写作、沟通技巧、茶叶与商务礼仪、管理学基础、网络推广、网店直播、视觉营销、创新创业及跨境电商概论等领域，不仅覆盖理论深度，也兼顾实操广度。资源库定期更新，紧跟行业前沿，确保师生能随时查阅最新、最权威的图书资料，有效支撑人才培养、专业建设和教科研活动，促进学术与技能的双重提升。

3. 数字资源配备要求

结合专业需要，开发和配备一批优质的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件、网络课程等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足多种形式的信息化教学要求。目前本校有网络推广、商品拍摄与图片处理、电子商务商品采编等 3 门精品课程，并利用教育部职业教育智慧教育平台的资源。

（四）教学方法

坚持校企合作、工学结合的人才培养模式，利用校内外实训基地，按照职业岗位的能力要求，强化理论实践一体化，突出“做中学、做中教”的职业教育教学特色。普及项目教

学、案例教学、任务教学、情境教学、模块化教学等方式，运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等教学模式，推动课堂教学革命。全面提升教师信息技术应用能力，推动大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的广泛应用，推进信息技术与教学有机融合，优化教学过程，提升学习效率。

（五）学习评价

采用“三维三层”对学生进行全方面、全流程的评价，“两维”指知识、能力和素养三个维度，“三层”指课堂学习、课程学习、岗位实习三个层面，完善学生学习过程监测、评价与反馈机制，达成学习目标。

1. 课堂学习评价：建立课堂学习评价机制，采用学生自评、学生互评、教师评价的方式，对学生学习状态、学习过程、学习成果进行评价，检查学生知识、能力和素养情况，引导学生自我管理、主动学习，提高学习效率。

2. 课程学习评价：学期末，结合学生职业技能大赛标准、职业技能等级证书考级标准、企业标准及课程标准，通过理论测试和综合项目测试的方式对学生进行考核，检查学生知识、能力和素养情况。理论测试采用笔试，检查学生对专业知识的掌握程度。综合项目测试由教师、企业专家共同形成考官，选取源自企业的真实工作任务作为考核项目，组

织学生以独立、双人或多人合作的方式进行实操，考官全程进行测评。考察学生在完成任务过程中体现出的道德责任、安全环保、专业技术、自我管理、解决问题、创新创业、学习能力、人际沟通、团队合作等综合能力，每学期形成每个学生综合能力分析报告。

3. 岗位实习评价：学生在岗位实习期间，校企双方共同对岗位实习学生进行评价，共同开发针对岗位实习学生的评价标准，共同从不同的维度，有针对性地对学岗位实习阶段的解决问题能力、规范操作、安全文明生产、节约能源、节省原材料、爱护生产设备、保护环境等做出综合评价，总结存在问题，不断改进，提升知识、能力和素养。

（六）质量管理

1. 建立质量管理机制。加强日常教学组织运行与管理，建立巡课、听课、评教、评学等制度，探索与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展学习培训、公开课、示范课等教研活动。

2. 开展质量诊断与改进。定期对专业人才培养方案制订与实施、教学资源建设、师资队伍建设、课堂教学、教学评价、教研活动开展、在校生学业水平和综合素质、毕业生就业情况等进诊断，完善相关制度和方案，推进专业人才培养质量持续提升。

九、毕业要求

（一）学分要求和学分免修条件

学生需至少修满专业人才培养方案所规定的 170 学分。

（二）思想道德要求

坚持正确的政治方向，爱国拥党，理想信念坚定，思想道德高尚，行为习惯良好，无违规违纪，三年综合素质评价合格。

（三）学业成绩要求

完成本专业人才培养方案规定的全部教学环节，考核合格；参加福建省学业水平考试合格性考试，所有成绩合格。

（四）获取职业资格证书要求

获取人才培养方案规定必考的证书。

（五）综合职业能力要求

参与 1 项以上综合职业技能考核，并通过考核。

符合以上要求，授予本专业中职学历毕业证书。

十、附录

1. 教学进程安排表

课程类别	课程名称	学时	理论学时	实践学时	学分	学期					
						1	2	3	4	5	6
						课堂教学 18 周 (考试 1 周、机动 1 周)	课堂教学 18 周 (考试 1 周、机动 1 周)	课堂教学 18 周 (考试 1 周、机动 1 周)	课堂教学 18 周 (考试 1 周、机动 1 周)	课堂教学 18 周 (考试 1 周、机动 1 周)	实习实训
公	必修	习近平新时代中	18	18		1	1				

共 基 础 课	课、选 修课	国特色社会主义 思想学生读本										
		中国特色社会主 义	36	36		2	2					
		心理健康与职业 生涯	36	36		2		2				
		哲学与人生	54	54		3			3			
		职业道德与法治	54	54		3				3		
		语文	234	234		13	3	3	3	3	1	
		数学	162	162		9	2	2	2	2	1	
		英语	162	162		9	2	2	2	2	1	
		信息技术	108	38	70	6	3	3				
		体育与健康	180	20	160	10	2	2	2	2	2	
		历史	90	90		5	1	1	1	1	1	
		音乐	18	18		1		1				
		美术	18	18		1			1			
		劳动教育	18	9	9	1					1	
		安全教育	18	9	9	1					1	
公共基础课小计			1206	958	248	67	16	16	14	13	8	
专 业 技 能 课	专业基 础课	网店直播	72	36	36	4	4					
		电子商务基础	72	18	54	4	4					
		图形图像处理	72	18	54	4	4					
		经济学基础	144	72	72	8		2	2	4		
		管理学基础	180	72	108	10		3	3	4		
	专业 核心 课、专 业选 修课	视觉营销	72	18	54	4		4				
		短视频运营	72	18	54	4			2	2		
		电子商务师	108	18	90	6		3	3			
		创新创业	90	18	72	5			2	3		
		茶叶与商务礼仪	72	36	36	4			2	2		
		内容策划与编辑	72	18	54	4					4	
		AIGC 新媒体运营	72	54	18	4					4	
社群营销与运营	72	36	36	4					4			
AIGC 短视频创作	72	36	36	4					4			
新媒体营销	72	18	54	4					4			
专业技能课小计			1314	540	774	73	12	12	14	15	20	
实 践	图形图像处理实训						1 周					
	电子商务师实训							1 周				

教学环节	创新创业实训							1 周			
	网店装修实训	60		60							2 周
	网店直播实训	60		60							2 周
	网店运营实训	60		60							2 周
	顶岗、跟岗实习实训	360		360							12 周
实践教学环节小计		540		540							
合计		3060	1498	1562	170	28	28	28	28	28	30

2. 职业能力分析及课程转化表

序号	职业能力点	对应课程及课程目标	课程名称	开设学期	关联证书备考
1	电子商务平台操作与维护能力	掌握电子商务平台的注册、管理、推广等操作技能；理解电子商务交易流程与规则。	电子商务基础	1	电子商务师（初级）
3	新媒体设计与运营管理能力	掌握新媒体开设、装修、商品上架、促销活动策划与执行，提升店铺流量与转化率。	新媒体运营	5	
4	电商直播策划与执行能力	理解直播电商模式，能够策划直播内容，操作直播工具，进行商品展示与互动，提升直播效果与销量。	电商直播、短视频运营	5	