

晋江市晋兴职业中专学校
电子商务专业人才培养方案
(2026 级适用)



晋江市晋兴职业中专学校

2026 年 6 月

编制说明

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，依据《国家职业教育改革实施方案》（国发〔2019〕4号）（职教二十条）、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）、《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》（教职成〔2015〕6号）、《教育部等九部门关于印发〈职业教育提质培优行动计划（2020-2023年）〉的通知》（教职成〔2020〕7号）、《教育部关于印发职业教育专业目录（2021年）》（教职成〔2021〕2号）、《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》（教职成〔2019〕6号）、《职业教育专业简介（2022年修订）》、《中等职业学校专业教学标准-2025年修（制）订》、《中等职业学校公共基础课程标准》、《职业院校专业实训教学条件建设标准（职业学校专业仪器设备装备规范）》、《职业院校教材管理办法》等文件精神，根据《福建省人民政府办公厅关于深化产教融合推动职业教育高质量发展若干措施的通知》（闽政办〔2020〕51号）、《福建省教育厅等七部门关于印发福建省职业教育改革工作方案的通知》（闽教职成〔2019〕22号）、《福建省高水平职业院校和专业建设计划实施方案》（省级“双高计划”）和《泉州市人民政府办公室关于印发泉州市“十四五”战略性新兴产业发展专项规划的通知》，结合福建省职业技术教育中心《关于开展2026年全省职业院校专业人才培养方案制订与实施情况检查评价工作的通知》要求，依照落实立德树人的根本任务，坚持面向市场、服务区域经济发展、拓宽就业和升学双通道的办学方向，突出职业教育的类型特点，创新人才培养模式的要求，制订我校2026年电子商务专业人才培养方案。

目录

一、专业名称及代码	3
二、入学要求	3
三、修业年限	3
四、职业面向	3
五、培养目标与培养规格	3
(一) 培养目标	3
(二) 培养规格	4
六、课程设置及要求	6
七、教学进程总体安排	15
(一) 基本要求	15
(二) 教学计划	15
八、实施保障	17
(一) 师资队伍	17
(二) 教学设施	19
(三) 教学资源	20
(四) 教学方法	21
(五) 学习评价	21
(六) 质量管理	22
九、毕业要求	23
十、附录	24

一、专业名称（专业代码）

电子商务（730701）

二、入学基本要求

初级中等学校毕业或具备同等学力

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

专业大类 (代码)	专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位(群)或 技术领域	职业类证书
财经商贸大类 (73)	电子商务类 (7307)	互联网和相关服务 (64)、 批发业 (51)、 零售业 (52)	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)	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……	电子商务数据分析、网店运营推广、跨境电商B2B数据运营、直播电商、农产品电商运营、新媒体技术……

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，落实立德树人根本任务，传承技能文明，培养德智体美劳全面发展的社会主义接班人，为党育人、为国育才。本专业面向各类中小企业电子商务应用领域，培养具有网络客户服务与管理、网络营销、电子商务运营推广、网店美工、新媒体、直播运营等专业能力，具有良好的

职业道德，具有综合管理技能，有一定的自主创业能力，并能够从事相关操作技能的专门人才。

（二）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：

（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；

（3）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；

（4）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；

（5）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；

（6）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；

（7）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；

（8）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；

（9）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；

（10）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；

（11）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；

（12）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；

（13）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；

（14）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；

（15）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。

六、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课和专业技能课。

公共基础课包括德育课，文化课，体育与健康，艺术（音乐或美术），以及其他自然科学和人文科学类基础课。

专业技能课包括专业核心课和专业（技能）方向课，实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、教学实习等多种形式。

（一）公共基础课程

1. 德育模块

序号	课程名称	主要教学目标、教学内容和要求	参考学时
1	中国特色社会主义	以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，阐释中国特色社会主义的开创与发展，明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位，阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容。 学生能够正确认识中华民族近代以来从站起来到富起来再到强起来的发展进程；明确中国特色社会主义制度的显著优势，坚决拥护中国共产党的领导，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信；认清自己在实现中国特色社会主义新时代发展目标中的历史机遇与使命担当，以热爱祖国为立身之本、成才之基，在新时代新征程中健康成长、成才报国。	36
2	心理健康与职业生涯	基于社会发展对中职学生心理素质、职业生涯发展提出的新要求以及心理和谐、职业成才的培养目标，阐释心理健康知识，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。 通过本部分内容的学习，学生应能结合活动体验和社会实践，了解心理健康、职业生涯的基本知识，树立心理健康意识，掌握心理调适方法，形成适应时代发展的职业理想和职业发展规划，探寻符合自身实际和社会发展的积极生活目标，养成自立自强、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，提高应对挫折与适应社会的能力，掌握制订和执行职业生涯规划的方法，	36

		提升职业素养，为顺利就业创业创造条件。	
3	哲学与人生	阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方论，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的价值判断和行为选择的意义；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观、人生观和价值观基础。	36
4	职业道德与法治	对学生进行职业道德和法治教育，提高中职学生的职业道德素质和法治素养。理解全面依法治国的总目标和基本要求，了解职业道德和法律规范。	36
5	公共艺术（国学、音乐、舞蹈、美术、书法）	能掌握一定的艺术知识、技能和方法，感受和体验艺术要素与艺术语言，分析与比较艺术特点与审美特征，理解艺术的丰富情感表达，欣赏艺术之美；能探究艺术作品创作背景、意图和思想情感，认识艺术现象及艺术活动，理解艺术的目的和功能，形成高雅的审美情趣和高尚的审美品位；能独立或与他人合作开展艺术实践活动，展示艺术能力，交流艺术感受，表达思想情感，提升个人与社会生活品质，培育创新精神；能关注并参与中华优秀传统文化传承活动，了解中华民族丰富的文化遗产，理解艺术与文化的关系，感悟艺术所蕴涵的优秀传统文化和改革创新的时代精神。	36
6	历史（地方特色）	主要包括中国古代史、中国近代史和中国现代史；泉州历史和文化的学习和传承。通过课程的学习，学生能够对中国历史的脉络有一个较为清晰的认识，增进对中国历史与文化的认同感，提升对祖国、家乡的热爱及自豪感，确立积极向上的人生观念。	72
7	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本	引导学生了解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义，系统阐述关于新时代坚持和发展中国特色社会主义的总目标、总任务、总体布局、战略布局和发展方向、发展方式、发展动力、战略步骤、外部条件、政治保证等基本观点，全面介绍习近平总书记对经济、政治、法治、科技、文化、教育、民生、民族、宗教、社会、生态文明、国家安全、国防和军队、“一国两制”和祖国统一、统一战线、外交、党的建设等方面作出的理论概括和战略指引。引导学生树立中国特色社会主义共同理想，深刻认识习近平新时代中国特色社会主义思想是实现中华民族伟大复兴的行动指南。	18
8	中华优秀传统文化	重点介绍中华优秀传统文化的核心思想和价值观念。教学过程中，注重培养学生的思辨能力和创新精神。注重实践教学环节的设计和实施，让学生亲身感受传统文化的魅力，提高文化素养和实践	18

		能力。	
9	劳动教育	学生通过社区志愿服务、专家校友入校专题讲座、认识实习、校级技能大赛，培养学生职业素养、劳动精神、工匠精神、劳模精神等。	18
10	职业素养	通过学习职业相关行业法律法规，了解职业特点与职业道德，利用多种方式提升职业能力与职业素质。	18

2. 基础模块

序号	课程名称	主要教学目标、教学内容和要求	参考学时
1	语文	通过阅读与欣赏、表达与交流及语文综合实践等活动，指导学生学习语文基础知识，掌握日常生活和职业岗位所需的现代文阅读能力、口语交际能力和基础写作能力，具备基本的语文学习方法，养成自学和运用语文的良好习惯。	198
2	数学	培养学生的数学运算、直观想象、逻辑推理、数学抽象的能力以及计算技能、计算工具使用技能和数据处理技能，培养学生的观察能力、空间想象能力、分析与解决问题能力和数学思维能力。	144
3	英语	主要分为基础模块和拓展模块，基础模块主要培养学生的听、说、读、写基本能力；拓展模块满足不同学生升学、文化、兴趣学习等多元需求。 发挥英语课程的育人功能。坚持立德树人，关注课程内容的价值取向。坚持人文性与工具性的统一，为学生的终身发展奠定基础。价值观教育与英语知识教学相结合，注重以英语知识为载体，充分挖掘学科本身独特的育人功能，在知识传授与培养学生学科能力的过程中，实现价值观的引导，增强文化自信。 融入学科核心素养的培养。遵循语言学习规律和把握好渐进性原则，通过情感态度、语言技能、语言知识、学习策略、文化意识等五个方面来共同培养学生的综合语言运用能力。围绕英语学科核心素养，合理设计教学目标、教学过程、教学评价等，培养学生的职场语言沟通，思维差异感知，跨文化理解以及自主学习的能力。	144
4	信息技术	由基础模块和拓展模块两部分构成。基础模块包含信息技术应用基础、网络应用、图文编辑、数据处理、程序设计入门、数字媒体技术应用、信息安全基础、人工智能初步 8 个部分内容。拓展模块包括计算机与移动终端维护、小型网络系统搭建、实用图册制作、三维数字模型绘制、数据报表编制、数字媒体创意、演示文稿	108

		制作、个人网店开设、信息安全保护、机器人操作 10 个专题，可根据专业选择其中一个专题进行拓展。	
5	体育与健康	以身体练习为主要手段，以体育与健康知识、技能与方法为主要学习内容，通过科学指导和安排体育锻炼过程，培养学生的健康人格、增强体能素质、提高综合职业能力，养成终身从事体育锻炼的意识、能力与习惯，提高生活质量，发展学生核心素养和增进学生身心健康为主要目的，促进学生德智体美劳全面发展。	198
6	人工智能	讲解人工智能的基本概念，如机器学习、深度学习、自然语言处理、计算机视觉等；介绍人工智能的发展历程和主要应用领域；教授机器学习的基本算法，如线性回归、逻辑回归、决策树等；介绍深度学习的基础知识，包括神经网络结构、反向传播算法等；引导学生使用简单的人工智能工具和框架，如 Scikit-learn、TensorFlow 等，进行基础模型的搭建和训练；通过实际案例和实验，让学生体验人工智能在图像识别、文本分类等领域的应用，要求学生能够理解和分析简单的人工智能模型，并运用所学知识解决一些基本的实际问题。	18

（二）专业（技能）课程

1. 专业基础课

序号	课程名称	课程目标（典型工作任务）	主要教学目标、内容和要求	参考学时
1	经济学基础	掌握微观经济学中需求、供给、均衡价格、消费者选择、企业生产和成本、市场结构等基本概念和理论。能够运用所学经济学原理分析和解释常见的经济现象，具备一定的经济分析和决策能力。培养学生的经济思维和市场意识，使其关注经济动态，理解经济活动中的规则和规律，提升经济决策的理性素养。	①能理解需求、供给、效用、成本等概念。②掌握需求规律、供给规律、边际效用递减规律等。 ③会运用供求规律分析具体经济实践问题。 ④能编制简单的经济分析报告。 ⑤能判断不同市场结构类型。 ⑥能分析企业在不同市场结构下的行为和决策。 ⑦通过学习经济学知识，培养学生理性分析经济现象、遵循经济	198

			规律的素养。	
2	管理学基础	掌握管理的基本概念、职能、理论以及决策、组织、领导、控制、创新等方面的知识。具备运用管理学知识分析和解决管理问题的能力,如进行环境分析、制定决策、设计组织结构、激励员工等。培养学生的管理思维和职业素养,增强团队协作能力、沟通能力和责任感,使其适应未来职业发展中的管理需求。	①能理解管理的内涵、本质和基本原理。②掌握古典管理理论的主要内容。 ③能运用 PEST 分析法、SWOT 分析法等进行环境分析。 ④会制定决策、设计简单的组织结构。 ⑤能掌握领导权力来源和激励理论并用于分析管理问题。 ⑥能办理控制过程中的偏差分析和纠正工作。 ⑦理解管理创新的内涵和类型。 ⑧在学习过程中,培养学生的沟通协作、解决问题的能力 and 职业责任感。	198
3	市场营销基础	通过学习理解市场营销学在市场经济问题和企业营销问题分析中的重要作用,掌握市场营销学理论的基本内容及掌握市场分析(包括市场调查与预测、消费者行为分析)的基本原理和方法,初步根据具体任务和条件从事企业营销问题的调查研究。能独立进行有关资料的搜集、整理、分析进而解决企业营销中发生的问题,运用营销 4P 策略解决企业市场营销中的实际问题。	①理解市场营销基本概念和核心理论。 ②分析市场营销环境及其影响因素。 ③掌握市场细分、目标市场选择和定位策略。 ④理解消费者行为特点和购买决策过程。 ⑤识别常见的营销渠道和分销策略。 ⑥能够分析简单的市场营销案例。	36
4	电子商务基础	通过课程学习,使学生了解 C2C、B2C 等电子商务商城的基本概念和表现形式,了解商城建设和运营的基本流程和方法,具备解决实际问题的基本能力,培养学生从事电子商务相关岗位工作的职业道德,严谨的工作态度和良好的团队合作意识。	①理解电子商务基本概念和发展历程。 ②掌握电子商务的主要商业模式(B2B、B2C、C2C 等)。 ③能够描述电子商务的支撑技术(网络技术、支付技术、安全技术等)。 ④完成电商平台的注册和基本操作。 ⑤制作简单的产品展示页面。 ⑥能处理简单的电子支付和订单管理。	36

			⑦识别常见的网络安全风险。 ⑧遵守电子商务相关法律法规。	
5	零售基础	使学生系统掌握零售渠道、业态、产业分析等理论知识,了解国内外零售业发展动态;培养学生运用理论分析行业现象与问题的能力,能够对零售案例进行简单剖析,同时具备初步的零售业务实践与策划能力。	①了解零售渠道理论。 ②了解零售业态理论。 ③能够进行零售产业分析。 ④掌握零售战略管理、零售区位管理、零售商品管理、零售门店管理、零售营销管理等相关知识。 ⑤能进行简单的案例分析。	36
6	商品拍摄与素材编辑	通过课程学习,使学生了解商品拍摄基础,包括摄影作品赏析、商品拍摄基础知识、构图练习、曝光三要素、人像摄影、错觉摄影、微距摄影、多重曝光和RAW格式照片调整的方法。具备解决实际拍摄过程中出现问题的基本能力。	①正确使用单反相机、手机等拍摄设备。 ②掌握光线运用和布光技巧。 ③根据不同商品特性设计拍摄方案。 ④运用构图法则完成商品静物拍摄。 ⑤能够处理常见拍摄问题(反光、阴影等)。	54

2. 专业核心课

序号	课程名称	课程目标(典型工作任务)	主要教学目标、内容和要求	参考学时
1	数字化零售运营	店铺运营辅助,包括店铺开设与日常维护、商品分析、店铺数据收集与分析、平台活动执行、商品上下架及标题优化等工作内容,使用办公相关软件、互联网工具、平台工具及平台操作完成工作任务	①掌握平台规则和运营基础知识。 ②了解运营常用名词术语及经营计算公式。 ③能够完成店铺入驻、日常维护、商品上下架及标题优化、活动申报等操作。 ④能够监控店铺、商品、活动、客户等相关数据并收集、整理和汇总	36
2	客户服务	客户服务,包括客户咨询回复、异常订单处理、售后纠纷处理、客户维护、评价管理等工作内容,使用客服、社群工具及办公相关软件完成工作任务	①掌握客户服务基础知识。 ②理解平台规则、商品知识和沟通技巧等内容,能够回复客户咨询。 ③能够进行异常订单处理。 ④能够进行售后纠纷处理。 ⑤能够进行客户数据分析、引流并实施维护。 ⑥能够进行评价舆情的引导与管理	108

3	视觉设计与制作	视觉设计与制作,包括图片处理、海报设计制作、主图制作、页面设计、短视频制作等工作内容,使用数码相机、手机等设备及设计、剪辑相关软件完成工作任务。	① 掌握视觉设计基础知识。 ② 理解平台规则和营销需求等内容。 ③ 能够完成图片合规化处理。 ④ 能够收集和输出设计素材。 ⑤ 能够设计制作和优化海报、主图、商品详情页、店铺首页、专属页等。 ⑥ 能够拍摄标准化视频素材。 ⑦ 能够制作并优化短视频	144
4	网络推广实务	网络推广,包括平台内工具推广、社会化媒体推广、KOL(关键意见领袖)媒介营销、新媒体推广、网络广告投放等工作内容,使用办公相关软件、平台营销推广工具及平台后台操作完成工作任务。	① 掌握网络推广基础知识。 ② 理解平台内、社会化媒体、新媒体平台的营销推广相关规则和推广算法、推广效果数据指标、网络广告资源位。 ③ 能够执行推广任务,跟踪推广效果,收集与发布推广内容与素材。 ④ 能够完成 KOL 媒介营销、网络广告投放辅助工作。 ⑤ 能够收集、整理营销推广数据,制作日报、周报及投入产出数据报表等	36
5	新媒体运营	新媒体营销执行,包括视频内容制作与发布、营销图文制作与发布、营销文案写作、社群营销执行等工作内容,使用摄影摄像、视音频编辑等设备及办公、剪辑、图文处理相关软件、平台后台操作完成工作任务。	① 掌握新媒体营销基础知识。 ② 理解新媒体平台规则、社群营销方法。 ③ 能够分析用户需求、商品特点等,挖掘营销卖点,完成素材收集、视频内容制作、营销图文制作、营销文案写作等任务并发布。 ④ 能够建立社群、进行社群日常维护、实施线上线下社群营销活动。	36
6	新媒体营销	新媒体营销执行,包括视频内容制作与发布、营销图文制作与发布、营销文案写作、社群营销执行等工作内容,使用摄影摄像、视音频编辑等设备及办公、剪辑、图文处理相	① 掌握新媒体营销基础知识。 ② 理解新媒体平台规则、社群营销方法。 ③ 能够分析用户需求、商品特点等,挖掘营销卖点,完成素材收集、视频内容制作、营销图文制作、营销	54

		关软件、平台后台操作完成工作任务。	文案写作等任务并发布。 ④ 能够建立社群、进行社群日常维护、实施线上线下社群营销活动。	
7	直播销售	直播销售（主播），包括主播直播准备、直播商品梳理、直播脚本编写、直播商品讲解、直播过程应急处理、直播复盘等工作内容，使用手机、直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件完成工作任务。	① 掌握直播销售基础知识。 ② 理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播技巧和历史直播总结报告等内容。 ③ 能够完成商品信息梳理、商品定位，打造主播人设标签。 ④ 能够编制整场直播脚本、单品脚本、应急预案脚本。 ⑤ 能够进行商品讲解。 ⑥ 能够辨识受众类型，完成直播复盘。	72
8	直播运营实务	直播辅助，包括直播销售准备、直播创建、直播间气氛调控与维护、直播数据监控及流量维护、直播过程应急处理等工作内容，使用手机、直播平台相关工具、直播辅助设备及设计软件、办公相关软件、推流工具、平台自有和第三方检测工具完成工作任务。	① 掌握直播运营基础知识。 ② 理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播流程和直播脚本等内容。能够完成直播申请、销售准备、虚拟物料准备、预热海报制作、预告、引流工作。 ③ 能够完成直播辅助、预约、出镜、画外辅助配合和推流配合。 ④ 能够维护直播数据，制订应急处理解决方案。	108

3. 专业拓展课

序号	课程名称	课程目标（典型工作任务）	主要教学目标、内容和要求	参考学时
1	电商运营推广	以电子商务运营推广为核心，全面涵盖 B2B2C、网络营销、ERP、CRM、网络运营等关键知识领域，旨在使学习者深入理解和掌握这些方面的理论知识，并能够将其灵活运用到实际的电子商务运营推广工作中，从而提升在该领域的专业素养和实践能力。	本课程是中等职业学校电子商务专业学生必修的一门专业核心课程，也是福建省升学考试的技能考试科目。	108

2	网上开店实训	独立完成国内电商平台（如淘宝、抖音小店）店铺开设与基础运营。	开店实操：平台规则解读、店铺注册、保证金缴纳、类目规划；视觉设计：商品摄影/主图设计（用PS/创客贴）、详情页文案撰写（突出卖点与合规性）；基础运营：促销工具设置（满减、优惠券）、订单处理流程、退换货规则应用；数据复盘：阅读生意参谋数据，优化商品标题与上下架策略。要求：学生需完成店铺搭建并上架5款商品，输出运营日志，强调合规意识（广告法/知识产权）。	324
3	跨境电商实训	运营跨境电商平台（如速卖通、TikTok Shop）店铺，实现跨境出单全流程。	全流程实操：跨境选品（1688供应链对接）、多语言详情页制作（AIGC辅助翻译）、VAT/关税政策适配；跨境推广：设置站内广告（直通车）、社媒引流（TikTok短视频）、跨境直播策划；履约管理：设计物流方案（邮政/海外仓）、报关单证填写、汇率结算模拟；数据分析：使用平台数据工具（速卖通生意参谋）调整定价、优化关键词。	270
6	新媒体技术基础	依托新媒体运营相关典型工作任务，让学生熟知各类新媒体平台运营规范，掌握内容创作、账号运营、流量推广基础知识，具备图文编辑、短视频制作、粉丝维护及基础数据分析能力，培养学生新媒体营销思维与合规从业素养，胜任电商行业基础新媒体岗位工作。	主要讲授新媒体平台认知、账号搭建、文案撰写、图文排版、短视频剪辑、内容发布运营、用户互动及数据基础分析等内容。要求学生熟练掌握实操技巧，能够独立完成基础新媒体内容制作与日常账号运营工作。	72
5	新媒体全流程实训	新媒体营销实训教学平台涵盖当前主流的新媒体营销方式，包括微信平台、微博平台、百科平台、头条平台、知乎平台、抖音平台、斗鱼平台，让学生掌握新媒体营销技巧。	能够熟练掌握微信平台、微博平台、百科平台、头条平台、知乎平台、抖音平台、斗鱼平台。	216（选修）
6	直播电商实训	主要教学内容为直播电商运营概述、直播场景搭建与开播准备、直播平台操作、直播执行、直播后运维、直播数据整理与初步分析、直播间搭	要求了解主流的电商直播平台，熟悉直播平台的账号开通流程；能够根据直播主题选择直播场地，搭建线上线下直播场景；能够编写直播脚本；能够维护良好的粉丝关系；能够采集直播数据，分析单场直播宣传推广整体	144（选修）

		建与运维、直播执行、直播后运维与数据整理。	效果;能在直播电商中遵守网络直播营销行为规范。	
--	--	-----------------------	-------------------------	--

(三) 实习

本专业实习包括认识实习、岗位实习等。

序号	实习名称	实习内容和要求	备注
1	认识实习	新生入校专业认知实习	一年级一学期一次
2	跟岗实习	双十一、双十二等电商促销跟岗实习	一年两次
3	顶岗实习	2.5 学期结束后开始顶岗实习	半学期

七、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，周学时为 31 学时，顶岗实习和集中上课按每周 33 学时安排，3 年总学时数为 3348。其中公共基础课学时约占总学时的 1/3，专业技能课（含教学实习）学时约占总学时的 2/3。

(二) 教学计划

电子商务 专业课程设置及教学计划表（2.5 学制）														
课程类别	课程序号	课程名称	学 时			评价方式		学年学期安排课程时数						备注
			总计	课堂模式		考试（学业水平考）（学期）	考查（技能鉴定）	第一年		第二年		第三年		
				理论讲解	实践操作			1	2	3	4	5	6	
								20周	20周	20周	20周	20周	20周	

								(学 期)								
公共基础课	德育模块	1	中国特色社会主义	36	36		2	4		2						
		2	心理健康与职业生涯	36	36		2	4			2					
		3	哲学与人生	36	36		2	4				2				
		4	职业道德与法治	36	36		2	4					2			
		5	公共艺术（国学、音乐、舞蹈、书法）	36	36		2		2					1	1	
		6	历史（地方特色）	72	72		4		2	2	2					
		7	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本	18	18		1	1				1				
		8	劳动教育	18	18		1		1	1						
		9	中华优秀传统文化	18	18		1		1					1		
		10	职业素养	18	18		1		1						1	
	基础模块	11	体育与健康	198	18	180	11		6	2	2	2	2	2	1	
		12	信息技术	108	54	54	6	2		3	3					
		13	语文	198	198		11	4		2	3	3	3			
		14	数学	144	144		8	4		2	2	2	2			
		15	英语	144	144		8	4		2	2	2	2			
		16	人工智能	18	18		1								1	
		公共基础课时小计		1134	900	234	63			16	16	12	11	4	4	
专业技能课	专业基础课	1	经济学基础	198	198	0	11	4			3	4	4			
		2	管理学基础	198	198	0	11	4			3	4	4			
		3	市场营销基础	36	0	36	2				2					
		4	电子商务基础	36	0	36	2			2						
		5	零售基础	36	18	18	2			2						
		6	商品拍摄与素材编辑	54	0	54	3		2		3					
		专业基础课小计		558	396	162	31			4	9	10	8	0	0	
	专业核心课	1	视觉设计与制作	144	0	144	8			4	4					双导师
		2	新媒体营销	54	0	54	3				2					
		3	网络推广实务	36	0	36	2				2					
		4	新媒体运营	36	36		2						2			
		5	客户服务	108	36	72	3							6		
		6	数字化零售运营	36	0	36	2			2						
		7	直播销售	72	0	72	4				4					

专业拓展课	8	直播运营实务	108	0	108	3			2	2						
	专业核心课小计		594	72	522	33			8	14	0	2	6			
	1	电商运营推广(必修)	108	0	108	6					3		3			证书
	2	网上开店实训(必修)	324	0	324	18			3	4	4	5	7			
	3	跨境电商实训(必修)	270	0	270	15					3	5	7			双导师 1+x
	4	新媒体技术基础(必修)	72	0	72	4								4		工程技术课程
	5	新媒体全流程实训(选修)	216	0	216	12					8	4				
	6	直播电商实训(选修)	144	0	144	8							4		4	
	专业拓展课小计		576	0	576	63			3	4	10	10	21	0		
专业技能课小计		1728	504	1836	130			15	15	19	20	27	0			
顶岗实习		486		486	27									27		
合 计		3348	1350	1998	186	周课时		31	31	31	31	31	31			
统计	课型			课时		占总学时比例										
	公共基础课			1134		33.87%										
	专业(技能)课 (含教学实习)			2214		66.12%										
	选修课			360		10.75%										
	理论课			1350		40.32%										
	实践课			1998		59.68%										

八、实施保障

(一) 师资队伍

实施“骨干教师队伍建设”、“优秀教学团队建设”、“双师素质队伍建设”三大队伍建设，提高师资队伍素质，优化师资队伍队伍的年龄结构、学历结构和职称结构。另外建立校企“互聘、互兼”双向交流机制。一方面各个专业组积极聘用企业优秀员工为专业组特聘讲师，进校进行讲座和担任部分课程。另一方面，

和专业组每学期都安排了相应的专业老师到多家企业进行“顶岗实践”，提升专业实战能力。本专业共有专业教师 24 人，其中本校专任教师 17 人，学生数与专任教师数比例为 12: 1，行业企业专家兼职教师 7 人（均有 3 年以上独立操盘多家网店运营的经验，并在行业中有一定影响力）；高级职称 2 人、中级职称 3 人，具有“电子商务师”等资格证书的“双师型”教师 10 人，占专业课教师数 58%。具体师资情况如下表：

序号	姓名	职称/职务	双师型类型	是否双师	专任/兼职
1	杜小荣	高级讲师	高级双师型教师	是	专任
2	钟卫敏	高级讲师	高级双师型教师	是	专任
3	黄生海	讲师	高级双师型教师	是	专任
4	李娜	讲师	高级双师型教师	是	专任
5	张婉茹	讲师	高级双师型教师	是	专任
6	伊芳芳	助理讲师		否	专任
7	庄清锴	助理讲师	初级双师型教师	是	专任
8	郑珠凤	助理讲师		否	专任
9	林美珠	见习教师		否	专任
10	尹绪	助理讲师	初级双师型教师	是	专任
11	许茵茵	助理讲师	初级双师型教师	是	专任
12	洪玲玲	助理讲师		否	专任
13	叶贝冰	助理讲师		否	专任
14	杨琼兰	助理讲师	初级双师型教师	是	专任
15	林晶晶	助理讲师		否	专任
16	陈双玲	助理讲师	初级双师型教师	是	专任
17	许秋程	助理讲师		否	专任
18	陈善焜	总经理/技师			兼职
19	郭亚枫	总经理/高级工			兼职
20	卢双雄	总监/技师			兼职
21	黄国忠	总经理/技师			兼职
22	刘巧玲	经理/技师			兼职
23	闫顺山	会长/高级技师			兼职

（二）教学设施

1. 校内实训设施

序号	实训室名称	建筑面积 (平方米)	设备	设备总值 (万元)	实训项目
1	电子商务基础技能实训室	160	40 台电脑 网店运营综合实训系统 +竞赛实训系统等	228.2	网店运营实训相关
2	直播电商实训室	120	15 工位+3 间直播室+直播实训系统等	169	直播电商实训相关
3	摄影实训室	70	有整套供进行人像摄影、广告摄影、产品摄影的灯光设备，各色背景，数码照相机等	111.6	

2. 校外实训基地

建立厦门易普道信息科技有限公司、泉州市稳迈网络科技有限公司、泉州市厉界文化传播有限公司等校外实训基地积极引入企业作为师生校外实训实习基地。

(1) 厦门易普道信息科技有限公司公司提供 45 人电脑工位以及 2 个单独直播间；

(2) 泉州市稳迈网络科技有限公司提供客服集训工位 35 个工位；

(3) 泉州市厉界文化传播有限公司提供电脑工位 25+20 个工位使用,保障短期实践项目教学、顶岗实习等教学活动实施,提供教师企业挂职锻炼岗位,实现教师轮岗实践,支持企业与学校采用合作培养、订单培养、培训班等多种方式加快培养符合企业要求的电子商务人才,提升教师“双师素质”。实施“骨干教师队伍建设”、“优秀教学团队建设”、“双师素质队伍建设”三大队伍建设,提高师资队伍素质,优化师资队伍的年龄结构、学历结构和职称结构。另外建立校企“互聘、互兼”双向交流机制。一方面各个专业组积极聘用企业优秀员工为专业组特聘讲师,进校进行讲座和担任部分课程。另一方面,和专业组每学期都安排了相应的专业老师到泉州、晋江地面多家企业进行“顶岗实践”,提升专业实战能力。

(三) 教学资源

1. 教材

电子商务专业在选择教材方面主要遵循以下原则:所选教材必须是十三五规划或十四五规划教材;所选教材必须是任务驱动式教材;所选教材必须是近三年出版的教材;所选教材可以是校企合作开发的校本教材。

2. 图书文献配备

学校拥有图书配备为 125000 余册,生均图书超 40 册。本专业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,方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括:有关电子商务技术、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。

3. 数字教学资源

目前，电子商务专业拥有《市场营销基础》《电子商务推广》《新媒体营销》《商品拍摄》《直播电商》《短视频营销》等多门精品课程数字资源。

（四）教学方法

1. 教学组织

按照“教、学、做、评一体”的总体原则，根据课程性质，采用班级授课、分组教学、现场教学、实践训练、讨论、讲座等形式组织教学。公共基础课、专业基础课中部分理论为主的课程，主要采用班级授课组织形式；专业核心课、专业选修课、实习实训等操作性较强的课程，主要采用分组教学组织形式。

2. 教学方法

（1）不断改革教学方法，课堂教学采用项目教学、案例教学、场景教学、模拟教学等方法；

（2）不断创新教学手段，利用网络、多媒体、空间等信息化手段，倡导学生利用信息化手段自主学习、自主探索，积极开展师生教学互动，达到共同学习、共同提高的目的；

（3）引进企业真实运营项目，采用“双导师”制，企业导师与学校专业教师之间“互帮、互助、互学”，将企业生产经营服务流程融入课堂教学，实现课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接。

（五）学习评价

1、转变评价观念。评价的目的要从注重甄别转变为注重激励、

诊断与反馈；

2、转变单一的评价模式。采用多元评价方式，使终结性评价与过程性评价相结合；个体评价与小组评价相结合；理论学习评价与实践技能评价相结合；除书面考试以外，还可以采用观察、口试、现场操作、提交案例分析报告等方式，进行整体性、过程性和情境型评价。

3、加强评价结果的反馈。通过及时反馈，更好地改善学生的学习，有效地促进学生发展。在反馈中要充分尊重学生，以鼓励、肯定、表扬为主。

（六）质量管理

学校秉承“产教融合，优势互补，资源共享，互惠互利，提高教育教学质量，实现学校、企业、学生三方共赢”的校企合作原则。认真贯彻“合作办学、合作育人、合作就业、合作发展”的校企合作理念，按照“依托行业、对接产业、定位职业、服务社会”的专业建设思路，由专业建设指导委员会参与人才培养的全过程，成立由教学主管校长为组长，教务处、教研室、实训就业处、专业部、专业组等多部门成员组成的教学质量督导检查组，形成教学常规检查、量化考核评比机制，制定系列教学管理文件和教学管理制度。

本专业修订《专业人才培养方案》和《专业课程标准》，规范制定本专业实施性教学计划，加强对实施性教学计划执行的管

理监督，严格按教学计划开足开齐课程，按相关规定实行学分制管理，加强对教学过程的质量监控，指导和管理本专业教学、保证教学质量和人才培养规格，实现专业设置与岗位对接、课程教学内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接。

本专业教师管理严格执行上级部门和学校制定的管理制度，从师德及工作态度、教学计划执行、教学能力、学生评教、考核评价等方面激励促进、监督管理教师的教学工作。

本专业积极推进学历证和职业资格证“双证书”制度，制定《学生岗位实习管理制度》《专业实训室管理规定》等，加强实习监管，为本专业实习实训的教学质量和工学结合人才培养模式的实行提供有力的保障。

本专业积极落实企业导师入校兼职制度，开展校企联合招生、联合培养的现代学徒制试点，推进校企协同育人。本专业健全教学质量监控管理，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，健全综合评价。建设专业教研组织，建立线上线下相结合的集中备课制度和定期召开教学研讨会议制度。建立毕业生跟踪反馈和社会评价机制，定期分析人才培养目标的达成情况。

九、毕业要求

1、根据《福建省中等职业学校学生学籍管理实施细则(试行)》第八章“毕业与结业”第三十五条的规定，必须满足以下三个条件：

(1) 全日制学历教育学生综合素质总评合格，非全日制学历教育学生思想品德评价评定合格；

(2) 修满专业人才培养方案规定的全部课程且成绩合格，或修满规定学分；

(3) 实习考核合格。

2、学业水平考试：学业水平考试：中职学考不再分为合格性与等级性考试。全省统一组织考试，采取书面闭卷笔试方式，考试内容包括公共基础知识、专业基础知识两部分。

(1) 公共基础知识考试。考试科目设思想政治(含职业素养)、语文、数学、英语等4门。其中，语文、数学考试时长90分钟，思想政治(含职业素养)、英语考试时长70分钟。各科单独成卷，卷面满分100分。

(2) 专业基础知识考试。考试科目为经济与管理基础，考试时长150分钟，满分150分。

(3) 职业技能赋分。根据考生中职阶段获取的各类技能证书(证明)情况，分等级进行成绩认定，为学生职业技能赋分，不再组织全省统一职业技能测试。考生可自主选择以下三类的任意一类进行职业技能赋分，满分200分。考生取得的职业技能证书、技能竞赛证书或学校职业技能测试类别需与报考的招考类别相关，方可赋分。考生取得多本技能证书(证明)的，成绩就高赋分，不重复计分。

十、附录

专家意见表和党总支审批表

晋江市晋兴职业中专学校
电子商务专业《人才培养方案》
专家论证意见表

2026 年 5 月 17 日

姓名	职称/职务	工作单位	联系电话	签名
庄雅丝	高级讲师 / 教研组长	晋江华侨职业中专学校	13559529563	庄雅丝
柯树炜	讲师 / 商学院副院长	泉州轻工学院	13002663346	柯树炜
彭桂生	项目经理	厦门易普道信息科技有限公司	13808557687	彭桂生
柯清海	讲师/教研组长	福建省晋江职业中专学校	13808557689	柯清海
张妮妮	数字商务系主任	福建省泉州华侨职业中专学校	13559074246	张妮妮

经与专家充分讨论，大家一致认为电子商务专业 2026 年人才培养方案设置科学合理，该校办学符合要求，同意该方案予以实施。

组长签名: 庄清钢

晋江市晋兴职业中专学校专业人才培养方案审批表

专业类别	财经商贸大类	类别代码	7307
专业名称(方向)	电子商务	专业代码	730701
人才培养方案 调整情况	根据人才培养方案调研及人才需求分析,结合专业建设专家知道委员会各专家的意见,对人才培养方案进行调整,以体现职业教育的特点。 1、专业拓展课没有开设专业选修课,本次补充选修课程。 2、修改计算机应用基础课程设置与任务;根据学业水平考试科目要求,讲经济学管理学加入专业基础课。		
专业组意见	本专业根据专业设置动态调整方案,在调整后的专业人才培养目标基础上,修订 2026 年的人才培养方案,请学校审核。 签名: 庄清锦 2026年6月25日		
教务处意见	该专业严格按照《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》(教职成〔2019〕13 号)和《关于开展 2026 年全省职业院校专业人才培养方案制订与实施情况检查评价工作的通知》(闽职教中〔2026〕10 号)文件要求,按照规定的程序修订本专业人才培养方案,请学校党总支给予审批。 签名: 2026年6月25日		
学校党总支 审定意见	签名(盖章) 2026年6月25日 		