



数字商贸专业群

2026 级电子商务专业

人才培养方案

专业负责人： 袁煜林

二级学院： 数字经济与管理学院

2026 年 5 月

人才培养方案内容提要及审批表

专业名称	电子商务		专业代码	530701	
学制	三年制，实行弹性学制 3—6 年				
合作企业	1. 京东物流股份有限公司 2. 美的集团电子商务有限公司 3. 唯品会（佛山）电子商务有限公司 4. 小熊电器股份有限公司 5. 德胜科技实业发展（深圳）有限公司 6. 盈桔数字视听直播产业园				
目标岗位（毕业 3—5 年的）描述	毕业 1—2 年：电商运营助理/专员，直播助理、新媒体运营专员，电商客服专员。 毕业 3—5 年：电商运营主管/店长，专业主播、新媒体运营主管，电商客服主管。				
课程门数	46		专业核心课程门数	8	
专业核心课程名称	互联网产品开发、电子商务实务、电商美工设计、视觉营销设计、网店运营、人工智能客服管理、商务数据分析、直播电商。				
毕业考核方式	考试、考查				
职业技能等级证书	1. 互联网营销师（直播销售员） 2. 网店运营推广 3. 电子商务师				
公共必修课程总学分	31.5		公共必修课程总学时	673	
专业必修课程总学分	61.5		专业必修课程总学时	1110	
选修课程总学分	42		选修课程总学时	756	
总学时数/总学分	2539/135	理论总学时	1014	实践总学时	1525
理论课占学时比例		39.94%	实践课占总学时比例		60.06%
其他说明	无				
编制（签名）	1. 广东碧桂园职业学院：袁煜林 2. 德胜科技实业发展（深圳）有限公司：蓝宝灵 3. 广东盈桔商业管理有限公司：荣晋国				
审核（签名）					

专业教学指导 委员会主任 (签章)		二级学院 部门负责人 (签章)	
教务处负责人 (签章)		学校教学工作 委员会主任 (签章)	
校 长 (签章)		学校党委书记 (签章)	

目 录

一、专业名称及代码	2
二、入学要求	2
三、修业年限	2
四、职业面向	2
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	3
六、专业组群逻辑	5
(一) 数字商贸专业群人才培养对应新零售与现代商贸服务产业(链)	5
(二) 群内专业的逻辑性	6
(三) 专业群人才培养定位	7
七、课程设置及要求	8
(一) 公共基础课程	9
(二) 专业课程	9
(三) 实践性教学环节	13
(四) 职业技能等级(资格)证书与相关专业课程的关系	13
(五) 职业院校技能竞赛与相关专业课程的关系	14
八、教学进程总体安排	14
(一) 全学程教学周分配	14
(二) 教学进程表	14
(三) 学时比例	15
九、师资队伍	15
(一) 队伍结构	15
(二) 专业负责人	15
(三) 专任教师	15
(四) 兼职教师	16
十、实施保障	16
(一) 校企共育人才培养机制	16
(二) 教学设施	16
(三) 教学资源	18
(四) 教学方法	19
(五) 学习评价	21
十一、质量保障和毕业要求	22
(一) 质量保障	22
(二) 毕业要求	23
十二、专业能力图谱	24
十三、课程思政矩阵	29
十四、人才培养模式特色	30
十五、附录	35

数字商贸专业群

2026 级电子商务专业人才培养方案

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，贯彻党的二十大精神 and 二十届历次全会精神，落实立德树人根本任务，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，根据《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）《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》（教职成司函〔2019〕61号）《教育部关于深化职业教育教学关键要素改革的意见》（教职成〔2026〕1号）等文件精神，落实《广东碧桂园职业学院关于做好2026级人才培养方案制（修）订工作的通知》（校教字〔2026〕32号）《以“三有”课堂引领“课堂革命”：广东碧桂园职业学院深化教学改革实施方案（2026—2028年）》等文件要求，践行“慈心善行、爱教乐学、勤德砺能”办学理念，深化教育教学关键要素改革，推进“三有”课堂建设，着力培养“会做人、会做事”“对人好、对社会好”服务基层一线技术和管理的高技能人才，组织开展2026级人才培养方案的制定工作。

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应互联网和相关服务、批发业、零售业行业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下运营主管、全渠道营销主管、O2O销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群）的新要求，不断满足电子商务领域高质量发展对高技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业

教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，制定本专业人才培养方案。

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力。

三、修业年限

基本修业年限 3 年，最长不超过 6 年（含休学）。

四、职业面向

表 1 职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
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（4-01-06-01）、互联网营销师（4-01-06-02）、客户服务管理（4-07-02-03）
主要岗位（群）或技术领域	运营主管、销售主管、智能客服主管、美工设计师、视觉营销设计师
职业类证书	网店运营推广、电子商务数据分析、直播电商

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，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，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、零售业的运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、

行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，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、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）掌握零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等方面的专业基础理论知识；

（6）具有行业产品分析、市场细分的能力，能够根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数

据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成 O2O 运营目标；

（7）具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能够根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析，通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；

（8）具有市场调查与分析、活动策划的能力，能够使用各类平台营销推广方法与营销工具，完成活动文案设计、资源整合、营销活动、广告投放、效果评估和媒体公关；

（9）具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的能力，能够撰写和优化销售方案，跟进订单确认、供应链管理、账单管理等业务流程，完成销售分析并提出优化客户体验建议；

（10）具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，能够进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控，完成客服中心运营数据报表的制作及数据分析报告；

（11）具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能够进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；

（12）具有用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，能够建立产品需求模型及应用场景，设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动；

（13）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数字技能；

（14）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

（15）掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，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）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、专业组群逻辑

（一）数字商贸专业群人才培养对应新零售与现代商贸服务产业（链）

数字商贸专业群以数字化商业运营与管理为核心，整合电子商务、连锁经营与管理、供应链运营、大数据会计专业组建而成。人才培养对应新零售与现代商贸服务产业链数字化升级需求，服务领域包括全渠道电商、智慧零售、智能供应链、业财一体化，岗位涵盖服务链：前端数字供应链采购与供应商管理，中端电子商务与新零售连锁门店线上与线下全渠道销售、配合数智仓储与现代物流的供应链协同，后端大数据财务分析与决策支持。各专业就业岗位各有特色，又相互关联，协同支撑区域商贸服务业数字化转型及经济发展。

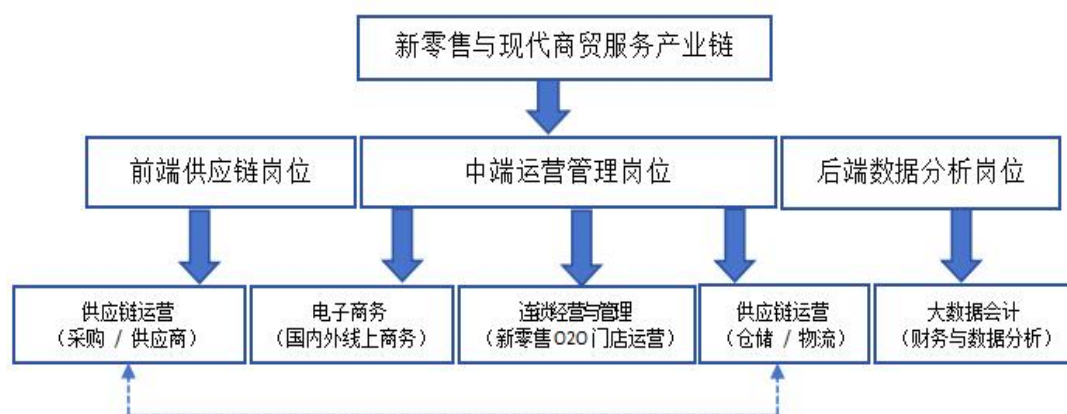


图 1 新零售与现代商贸服务产业链

（二）群内专业的逻辑性

专业基础相通，教学资源共享。群内专业均为财经商贸大类，课程体系中开设有 3 门相同的专业群平台基础课，共享 4 个校内实训基地、3 个校外实习基地、8 名教师。

技术领域相近，职业岗位相关。群内专业均主要面向现代商贸服务业数字化转型，为智能供应链管理、全渠道营销、智慧零售运营、大数据财务分析等职业岗位培养人才，提供线上线下融合的数字商贸运营与管理服务。

以“全链条覆盖、数字化融合、岗位群对接”为核心理念组建数字商贸专业群。基于“供应链采购—全渠道运营—大数据分析”的培养体系，通过共享《智慧供应链管理》《新媒体制作与运营》

《网店运营》《商务数据分析》等核心课程，实现“前端供应管采购、中端渠道运营、后端商务数据分析”能力贯通，培养具备数字化思维、全渠道运营能力和国际视野的高技能人才。专业群组群逻辑框架图如下。



图 2 专业群组群逻辑框架图

（三）专业群人才培养定位

专业群紧扣新零售与现代商贸服务产业链，面向商贸流通业数字化转型升级需求，培养具有良好商业人文和信息素养、懂商业、精数据、强运营特色的技术技能型人才，以保障区域商贸服务业高质量发展为人才培养宗旨，聚焦智能供应链管理、全渠道营销、智慧零售运营、大数据财务分析等核心领域。

表 2 专业群内专业及对接区域主要重点产业情况表

专业名称	专业代码	对接重点产业	备注
电子商务	530701	1. 数字经济与直播电商 2. 跨境电商与数字贸易 3. 先进制造业电子商务	牵头专业
连锁经营与管理	530602	1. 新零售与智慧商业 2. 先进制造业配套服务业 3. 餐饮与生活服务业	
供应链管理	530810	1. 跨境电商与国际贸易供应链 2. 智慧物流与冷链供应链 3. 农村与县域供应链	
大数据会计	530302	1. 数字经济与智能财务服务 2. 先进制造业财务管控 3. 现代服务业智能财税	

七、课程设置及要求

按照遵循规律、体现培养特色的原则，结合本专业实施“三段递进，校企共育”和采用“三段式”教学组织方式，培养理想信念坚定，身心健康，具有良好的人文素养、职业道德和创新意识的基层一线技术骨干（或管理干部）的要求，构建“三段式”课程体系：

第一阶段（第 1-3 学期）的公共基础课和专业技术平台课，围绕培养学生坚定的理想信念，良好的人文、职业素养和专业基础能力目标，设置公共基础课程和专业技术平台课课程模块。专业技术平台课程模块体现精准对接岗位需求特色，依据岗位需求整合传统课程，精选课程内容。

第二阶段（第 4-5 学期）的岗位知识深化学习和技能强化训练课程，围绕提升学生完成分流岗位典型工作任务的专业实践能力，构建以典型工作任务为载体的岗位专业知识应用深化学习和技能强化训练项目，聚焦学生分流岗位专业实践能力，突出专业知识应用与实践，并通过深入企业，采用工学交替的教学模式，开展企业课堂学习，在实践中及时收集并解决学生岗位职务工作中共性问题，培养学生职业能力与职业精神。

第三阶段（第 6 学期）的专业岗位职务能力企业实践教学培养课程，围绕提升学生专业岗位职务能力，通过岗位实习，实现本专业培养基层一线管理干部或技术骨干的目标，并将对学生的创新思维和创新能力的培养，落实到指导学生毕业设计之中。

本专业要构建与“三段递进、校企共育”人才培养模式相配套、具有学校办学特色的课程思政、思政课程、思想教育三者相融合的

“大思政”体系，将“价值塑造、知识传授和能力培养”三者有机融入每一门课程中。

（一）公共基础课程

按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。将习近平新时代中国特色社会主义思想概论、马克思主义理论等思想政治理论课程、体育、军事理论与军训、心理健康教育、劳动教育、创新创业教育、美育教育、人工智能导论、职业发展与就业指导、国家安全教育、安全急救教育、企业文化教育等列为公共基础必修课程。将中华优秀传统文化、人文素养、科学素养和创新创业实践等列为限定选修课程。同时，根据广东省教育厅文件，新增1门《走在前列的广东实践》课程，课程安排详见具体实施方案。

（二）专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程；专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程；专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程。

本专业结合区域/行业实际、办学定位和人才培养需要确定课程，进行模块化课程设计，依托体现新方法、新技术、新工艺、新标准的真实生产项目和典型工作任务等，开展项目式、情境式教学，结合人工智能等技术实施课程教学的数字化转型，探索创新课程体系。

1. 专业工作岗位分析

通过对行业企业调研，邀请企业专家召开实践专家研讨会，结合职业岗位，对岗位的工作任务进行归纳整理，得到包括典型工作任务、职业能力、行动领域等职业能力分解一览表。

表3 职业岗位工作分析

序号	核心职业岗位	岗位主要工作内容	应具备岗位核心能力	配套核心课程	对接职业技能证书或技能竞赛	核心职业素质要求（课程思政元素）
1	电商平台运营专员	负责电商平台店铺开店、装修、商品上架与优化；制定店铺运营计划，开展店铺推广活动；监控店铺数据，进行运营策略调整；处理店铺日常运营问题。	店铺搭建与装修能力；商品运营与优化能力；运营活动策划与执行能力；店铺数据监控与分析能力；平台规则解读与运用能力。	电子商务基础、电商平台运营、电商视觉设计、电商数据分析、网络营销。	电子商务师职业技能等级证书、广东省职业院校技能大赛电子商务技能赛项。	1. 具备良好的团队协作能力，能与设计、客服、推广团队高效配合；2. 做事认真负责、细心严谨，具备较强的执行力；3. 具有创新思维和市场敏感度，勇于尝试新的运营方法。
2	网络营销专员	制定网络营销方案，开展新媒体（微信、微博、抖音等）推广；进行短视频策划、拍摄与剪辑；开展社群营销、粉丝运营；进行网络广告投放与优化。	营销方案策划能力；新媒体平台运营能力；短视频制作与推广能力；社群运营能力；广告投放与数据分析能力。	网络营销、新媒体营销、短视频制作与运营、直播电商、电商数据分析	网络营销师职业技能等级证书、全国职业院校技能大赛新媒体营销赛项	1. 具备良好的沟通表达和文案撰写能力，积极主动开展营销工作；2. 具有市场洞察力和创新意识，能精准把握用户需求；3. 诚实守信，遵守网络营销行业规范。
3	直播电商运营师	负责直播电商策划，包括选品、直播脚本撰写、直播流程设计；开展直播间搭建与运营，进行主播配合与场控；负责直播数据分析，优化直播策略；开展直播复盘与总结。	直播策划能力；直播间运营与场控能力；选品与供应链对接能力；直播数据分析与优化能力；主播沟通与协作能力。	直播电商运营、电商选品与供应链管理、短视频制作与运营、网络营销、电商数据分析	直播电商运营师职业技能等级证书、广东省职业院校技能大赛直播电商赛项	1. 具备良好的团队协作能力，能与主播、运营、客服团队高效配合；2. 思维敏捷、应变能力强，能及时处理直播中的突发问题；3. 具有服务意识和客户思维，注重用户直播体验。

2. 专业基础课程

主要包括：经济学基础、统计基础、企业财务管理、管理学基础、市场营销、零售基础、电子商务法律法规、消费者行为分析等领域的内容。

3. 专业核心课程

主要包括：电子商务实务、电商美工设计、视觉营销设计、网店运营、电商客户服务与管理、互联网产品开发、商务数据分析、新媒体制作与运营等领域的内容。

表 4 专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程思政要点
1	电子商务实务	① 典型工作任务为商品上架、详情页设计、促销活动策划及订单处理；通过在线平台接待咨询，处理售前售后问题，维护客户关系； ② 对接快递公司，跟踪订单配送，优化仓储流程；利用工具分析销售数据，优化运营策略。	① 掌握商品上架、详情页设计、促销活动策划及订单处理。② 能够 SEO/SEM 优化、社交媒体推广及内容营销。③ 能够在线咨询接待、售后纠纷处理及客户关系维护。④掌握仓储优化、订单配送跟踪及供应链协调。⑤ 能够利用 Excel、Google Analytics 等工具分析销售数据，优化运营策略。	1. 培养学生的行业认知和职业规划意识，树立电商行业发展信心；2. 培养学生的创新思维和探索精神，关注行业发展新趋势；3. 引导学生树立脚踏实地、从基础做起的职业态度。
2	电商美工设计	① 典型工作任务为商品图片精修与调色，设计高点击率主图与详情页，制作促销活动海报及专题页面，优化店铺整体视觉布局，并配合运营需求进行视觉营销方案设计。	①学习色彩理论、版式设计、视觉营销原则等基础知识。② 掌握 Photoshop、Illustrator 等工具进行商品图片处理、海报设计及详情页制作。③ 能够完成店铺首页装修、活动专题页设计、主图视频制作等电商平台视觉方案。④掌握电商平台设计规则及用户体验优化方法。	1. 培养学生的创新思维和内容创作能力；2. 培养学生的审美能力和细节意识，打磨作品；3. 引导学生树立原创意识，保护知识产权。
3	视觉营销设计	① 典型工作任务为视觉设计，工作内容主要有店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计。运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	① 掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。② 能够根据店铺定位进行 PC 端、移动端页面装修，设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料。③ 结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。④ 能够进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时分析新媒体发展，提出视觉提升方案。⑤ 能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。	1. 培养学生的审美能力和创新设计思维；2. 培养学生的细节意识和用户思维，注重视觉体验；3. 引导学生树立精益求精的工匠精神，打磨设计作品。
4	网店运营	①典型工作任务为网店运营，工作内容主要有运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析。 ② 运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	① 掌握 SEO/SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。② 运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。③ 能够进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。④ 能够进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。	1. 培养学生的实操能力和执行力，认真负责完成店铺运营工作；2. 培养学生的团队协作能力，能与设计、客服、推广团队配合；3. 引导学生树立规则意识，遵守平台运营规范和行业准则。
5	人工智能客服管理	① 典型工作任务为通过千牛、阿里旺旺等工具处理客户咨询，解答商品规格、价格、物流等问题； ② 处理退换货纠纷与投诉，依据平台规则判定责任并协调解决； ③ 跟踪订单状态，确保从下单到配送的全流程服务； ④ 定期回访客户并收集反馈，维护客户关系；分析店铺数据与竞品信息，优化服务策略；同时需熟练使用 CRM 系统进行客户分类与价值挖掘，提升复购率。	① 掌握职业心态、服务意识及职业道德，掌握客户心理分析与沟通技巧。② 能够熟练使用千牛、ERP 系统等工具处理订单、查询物流及修改地址。③ 掌握涵盖售前咨询、售中催付、售后投诉处理及退换货管理。④ 能够通过 CRM 系统维护客户关系，分析数据优化服务策略。⑤能够模拟订单处理、纠纷调解等场景，强化应变能力与合规意识。	1. 培养学生的服务意识和耐心，热情主动为客户服务；2. 培养学生的诚信意识，维护客户和企业的合法权益；3. 引导学生树立抗压能力，适应电商客服的工作节奏。
6	互联网产品开发	① 典型工作任务为互联网及电商产品开发，工作内容主要有产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、UI 设计	① 掌握 PEST 和 SWOT 分析方法，熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具。② 能够分析产品投放的投资回报率，制定互联	1. 培养学生的创新思维和市场洞察力，精准把握营销机会；2. 培养学生的数据分析能力和结果导向思维；3. 引导学生树立诚信经营、合法推

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	课程思政要点
		与打样、产品开发实施与推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核。 ② 运用平面设计软件、UI 设计软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	网产品战略规划和开发方案，并建立产品需求模型和应用场景。③ 能够进行电商产品呈现方式及 UI 设计，跟进产品开发进度。④ 选择产品发布渠道，撰写产品渠道测试报告，组织实施产品发布；对电商产品开发进度进行评估与考核。	广的职业理念。
7	商务数据分析	① 数据采集：运用合适的工具与方法采集数据，内部数据可通过 SQL 查询、Excel 导出等方式获取，外部数据可通过爬虫工具。 ② 数据清洗：处理数据中的异常值、缺失值、重复值及不一致数据。 ③ 数据整合：将来自不同渠道、不同格式的数据（Excel 表、CSV 文件、SQL 数据表等）进行合并，按照分析需求关联关键字段，形成统一的数据集。	① 掌握数据采集方法的适用性、数据清洗的完整性与准确性、数据整合的合理性、数据集的质量及数据说明文档的规范性。 ② 分析方法选择的合理性、数据模型构建的准确性、数据分析的深度与逻辑性、商业问题解读的精准度、分析工具的熟练运用程度（Excel、Python、SPSS 等） ③ 复盘分析的全面性与深度、原因剖析的准确性、优化方案的可落地性、复盘报告的规范性及经验沉淀的价值。	1. 培养学生的逻辑思维能力和数据分析素养，求真务实；2. 培养学生的保密意识，妥善保管企业电商数据；3. 引导学生树立用数据说话、数据驱动运营的职业理念。
8	直播电商	① 选品调研：分析直播账号定位、目标受众画像（年龄、性别、消费能力、偏好）及平台流量规则，结合行业热销榜单、竞品直播选品情况，明确选品方向（如高性价比、刚需、应季、差异化产品） ② 选品筛选：收集供应商产品信息，从产品资质（质检报告、合格证、商标授权）、性价比（供货价、市场价、佣金比例）、卖点（核心优势、差异化亮点）、售后（退换货政策、发货时效）四个维度筛选产品，形成初选品清单。 ③ 样品审核：对接供应商获取样品，实地检验产品质量、外观、功能、规格等，模拟用户体验场景测试产品实用性，排除质量瑕疵、资质不全、卖点模糊的产品，确定最终选品清单。 ④ 选品方案输出：撰写《直播选品方案》，包含选品依据、目标受众匹配分析、最终选品清单（含产品卖点、供货信息）、供应链保障措施，方案可直接指导后续直播策划工作。	① 掌握直播选品逻辑与方法，精准匹配目标受众需求与直播定位，完成选品筛选、样品审核及供应链对接，保障货源稳定与品控合规，培养选品判断力与供应链协作能力。 ② 选品与受众需求的匹配度、产品资质合规性、性价比判断准确性、供应链对接有效性、选品方案的规范性。 ③ 设定直播主题的吸引力、流程设计的合理性、话术的场景化与引导性、福利活动的吸引力、脚本的可落地性。 ④ 数据采集的完整性、数据解读的准确性、优化方案的可落地性、用户分类管理的合理性、用户复购引导效果、复盘报告的规范性。	1. 培养学生的应变能力和临场发挥能力，处理直播突发问题；2. 培养学生的团队协作能力，能与主播、客服、运营团队配合；3. 引导学生树立服务意识，注重用户的直播体验和购买感受。

3. 专业拓展课程

主要包括：直播电商、餐饮连锁运营与管理、供应链数字化运营、小微企业财务管理等领域的内容。

（三）实践性教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

1. 实训

在校内外进行行业运营、网店运营、社群运营、数据化运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、智能客服、视觉营销设计、互联网及电商产品开发、全渠道营销推广等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

2. 实习

严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。在生产制造、商贸流通及现代服务业的电子商务应用企业进行运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等实习，包括认识实习和岗位实习。学校应建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。

（四）职业技能等级（资格）证书与相关专业课程的关系

学生获得以下职业技能等级（资格）证书（经提交证书原件验证），可获得本专业相关 1 门专业课程学分。（若有多个职业技能等级证书，以最高等级核定为准）

表 5 电子商务专业职业技能等级（资格）证书与相关专业课程的关系

序号	证书名称	证书等级	颁证单位	置换课程名称	学分	备注
1	互联网营销师 (直播销售员)	中级	人力资源社会保障部	直播电商	1	
2	网店运营推广	中级	北京鸿科经纬科技有限公司	网店运营	1	
3	电子商务数据分析	中级	北京博导前程信息技术股份有限公司	商务数据分析	1	

(五) 职业院校技能竞赛与相关专业课程的关系

学生参加市级及以上职业院校技能大赛获奖，可获得本专业相关 1 门或多门专业课程学分。（若获多个级别职业技能大赛奖项，以最高等级核定为准）

表 6 电子商务专业职业院校技能竞赛与相关专业课程的关系

序号	竞赛名称	竞赛等级	颁证单位	置换课程名称	学分	备注
1	电子商务	省赛	广东省教育厅	电商美工设计 视觉营销设计	3.5 3	
2	短视频创造与运营	省赛	广东省教育厅	新媒体制作与运营 商品摄影与视频制作	3	
3	直播电商	省赛	广东省教育厅	直播电商	3	

八、教学进程总体安排

(一) 全学程教学周分配

表 7 全学程教学周分配表

按学期/周数分配									
第一学 年	第一学期（20 周）				寒 假	第二学期（20 周）			暑 假
	新生入学、军训及入 学教育	课程教 学	考试	机动	6	课程教学	考试	机动	6
	周数	3	15	1		1	18	1	
第二学 年	第三学期（20 周）				寒 假	第四学期（20 周）			暑 假
	课程教学		考试	机动	5	课程教学	考试	机动	7
	周数	18	1	1		18	1	1	
第三学 年	第五学期（20 周）				寒 假	第六学期（20 周）			暑 假
	岗位能力强化训练		岗位实践共性问题 解析		春 节	岗位实习与毕业 设计	毕业教育与 离校		7
	周数	18	2		1	20	3		

(二) 教学进程表

见附件 1。

（三）学时比例

表 8 学时比例表

课程类别与性质		学时分配			课程类别总计	占总学时比例（%）
		总学时	理论学时	实践学时		
公共基础课	必修课	673	343	330	817	32.18%
	限选课	72	40	32		
	任选课	72	40	32		
专业（技能）课	专业群平台课（必修）	138	112	26	1722	67.82%
	专业技术平台课（必修）	612	293	319		
	专业群拓展课（限选）	54	26	28		
	专业岗位课（限选）	558	88	470		
	岗位实习与毕业设计	360	72	288		
学时合计		2539	1014	1525		
学时比例		100%	39.94%	60.06%		

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

本专业现有教师 11 人，其中具有高级职称 3 人，占比 27%；硕士及以上学历 11 人，占比 100%；“双师型”教师 9 人，占比 81%。在校生 277 人，生师比约为 25:1，符合不高于 25:1 的要求。

（二）专业负责人

本专业配备专业负责人 1 人，具有中级职称，具有 5 年行业企业工作经历，熟悉电子商务产业前沿和行业发展趋势，具备较强的专业建设、课程开发与教学改革能力。

（三）专任教师

专任教师均具有高校教师资格证，毕业于电子商务、市场营销、直播电商、计算机等相关专业，本科及以上学历占比 100%。专任教

师资队伍年龄结构合理，形成了“老中青”相结合的梯度结构。90%的专任教师具有3年以上企业一线工作经历或实践锻炼经历，能及时将行业新技术、新规范融入教学内容。专任教师每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

（四）兼职教师

本专业从合作企业聘请兼职教师5人，占专业教师总数的45%。兼职教师均具有中级及以上专业技术职称或行业资深从业经验，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。

十、实施保障

（一）校企共育人才培养机制

依托以学校为主、牵头成立的“产教融合校企共育理事会”，根据《加强“产教融合、校企共育”人才培养工作实施办法》，持续深化“产教融合、校企共育”人才培养模式，建立本专业与京东、美的电商、唯品会、小熊电器、德胜科技等企业之间的校企共同育人工作机制，包括签订战略合作框架协议，建立专业教学指导委员会，建立产业学院，校企共同制（修）订专业人才培养方案、岗位职务工作标准、课程标准和共同编写教材，建立企业兼职教师、岗位导师教学培训制度、企业实践教学培养教学管理和学生管理制度等，确保校企共同育人各项工作规范有序扎实推进。

（二）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. 专业教室基本条件

配备了黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实验、实训场所基本要求

实验、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），实验、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，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展零售财务规划与零售营销组合、电子商务视觉设计、社群营销与整合营销、数据化运营、智能客服话术设计、O2O 运营、电子商务产品开发及原型设计、智能营销等实验、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。

京东、美的电商、唯品会、小熊电器、新媒体公司、电子商务企业等为电子商务专业学生的企业实践教学提供了基地支持。校外企业实践教学基地能够提供电子商务岗位运营真实的环境；能够配备相应数量的企业导师对学生实践学习进行指导和管理；有保证学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障等。

表 9 实训室一览表

	直播间名称	实训项目	主要工具和设施设备
1	优农智播	农产品直播、店铺运营	补光灯、支架、绿布背景、货架
2	文旅锐播	文旅直播、店铺运营	专业摄像头、台式电脑一套、麦克风、补光灯、支架、货架
3	校园悦播	日用品直播、店铺运营	补光灯、支架、绿布背景、货架

3. 实习场所基本要求

本专业的实习场所符合《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，实习基地应能提供运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管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规章制度，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。

（三）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：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理和文化类文献等。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。

（四）教学方法

电子商务专业聚焦“五育融合”“三全育人”“三教改革”和人才培养目标和定位，依据“三段递进、校企共育”人才培养模式改革和实施“三段式”教学培养的需要，结合教学目标和教学环境不同，采用不同的教学组织方式和教学方法：

1. 第一阶段（第1-3学期）教学组织方式与教学方法

第一阶段教学根据企业主要岗位群共性基础知识的特点，实施相应的教学组织方式与教学方法。

（1）以理论教学为主的职业素养类课程，主要采用讲授法为主，并结合案例法辅助教学；

（2）对于专业基础类、专业平台类和专业拓展类的课程，将真实的工程贯穿到专业教学的过程中，采用“教、学、做”合一的教学法、情景教学法、项目教学法、案例教学法、讨论式教学法、启发引导式教学法、现场教学法等实施教学；

（3）对于专业专项技能类的课程，要突出学生的主体地位，采用理论实操一体化、分小组实训方式组织教学和过程考核、操作考

核、答辩等方式。引导学生动脑动手、独立实践，提高体验、感受、领悟的能力和水平，增强学生动手能力和发现问题、分析问题、解决问题的能力。

2. 第二阶段（第 4-5 学期）教学组织方式与教学方法

第二阶段教学聚焦专业岗位，进行专业岗位分流知识深化学习与岗位技能强化训练课程，采用工学交替的方式组织教学。以电商运营等岗位为教学单位开展岗位课程包教学。选择合作企业开发建设的工程为载体，以讲解、讨论、指导、实操等方式，训练学生应用专业知识开展岗位工作、分析问题、解决问题能力和技能操作水平。

（1）专业岗位分流知识深化学习。根据岗位设置的课程，采用“教、学、做”合一的教学法、情景教学法、项目教学法、案例教学法、讨论式教学法、启发引导式教学法、现场教学法等实施教学。

（2）专业岗位技能强化训练。本阶段课程安排在企业课堂以岗位实践学习与集中授课交替的方式组织教学。企业课堂期间统一设置两门课程，即“专业岗位能力强化训练”和“岗位实践共性问题解析”。其中“专业岗位能力强化训练”课程须以岗位典型工作任务为训练项目构建课程内容，采用项目化教学，任务驱动的模式组织学生进行专业岗位技能现场实操训练，完成相应的岗位任务；“岗位实践共性问题解析”须紧密结合学生的实际，根据学生企业实践教学过程中共性问题的梳理和总结，收集和准确分析学生的共性问题，针对共性问题设计线上/线下集中授课的方式，采用混合式教学方法开展教学，培养学生在工作中分析问题、解决问题的能力。

3. 第三阶段（第6学期）教学组织方式与教学方法

第三阶段的“专业岗位职务能力企业实践教学培养”，是“产教融合、校企合作、工学结合、知行合一的共同育人机制”向企业的延伸，是由在校学生变为企业技术管理人员的过渡阶段，是适应专业岗位的切入点。根据企业基层的电商运营等专业岗位职务工作标准和学生在工作中遇到的共性问题，采取分阶段集中授课、企业导师指导、学校指导教师实践教学管理平台线上指导交流、毕业设计指导等方式组织教学，并进行过程考核，提升学生岗位实践能力。

教师及教师团队要与时俱进，积极围绕教、学、评、研、育五大教育教学主场景，以学生为中心，以问题为导向，深化教学改革，聚焦职业教育教学典型场景应用，以各类通用、垂直类人工智能平台工具为抓手，以人工智能赋能教学。进一步实施人工智能赋能“五金”建设，试点开展人工智能赋能专业教学及人才培养工作；推进人工智能教学实训实习场所建设，构建技术赋能的教学生态环境等。

（五）学习评价

按照过程性评价、结果性评价和增值性评价相结合的原则，全面考核学生的素质、能力、知识等掌握情况。建议：

1. 评价内容“注重”能力。在考查学生基础理论知识的基础上，结合电子商务专业特点，重点考查学生数据化运营、网店运营、视觉营销设计、智能客服管理、直播电商等岗位核心能力。校企双方依据《岗位职务工作标准》和企业典型工作任务要求，共同确定能力考核要点，确保评价内容与职业岗位需求精准对接。计算机解决实际问题的能力。通过实验锻炼学生搜集资料、整合资料、分析问题

题、解决问题的能力。

2. 评价形式“注重”多样化。结合课程的特点，坚持正确的命题原则和灵活多样的考试形式相结合，笔试与上机考试相结合，平时考查与期末考试相结合。在此基础上，积极引入企业评价形式：在企业课堂和岗位实习阶段，实行校企双导师制，企业岗位导师依据岗位操作规程和工作表现进行日常考核与技能评价，学校指导教师依据知识运用和综合素养进行过程评价，形成校企二元评价记录；毕业设计选题来源于企业真实项目，由校企双方共同组成答辩评审组进行综合评定。

3. 评价考核“注重”过程。跟踪记录学生运用完成任务、案例或项目的过程，评价学生操作过程及操作结果的准确性、合理性、熟练性及全面性。依托校企共建的校内实训室和企业实践教学基地，学生在真实或仿真的职业情境中完成项目任务，企业导师和学校教师共同对其任务执行过程进行阶段性观察与反馈，通过实习周志、项目报告、岗位技能操作记录等方式，形成贯穿学习全过程的评价档案。把学生整个学习过程的动态情况，进行量化考核。

十一、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

1. 按照学校《关于进一步加强“产教融合、校企共育”人才培养的实施意见》文件精神，建立校企共同育人工作机制，校企双方协同做好育人过程管理，强化对人才培养实施的全过程监控，确保人才培养质量。同时，智慧城市管理技术专业在学院教学质量管理机制下，严格执行教学质量管理制度，形成常态化的人才培养质量管控体系，以确保专业人才培养质量，全面实现专业人才培养目标。

2. 学校和二级学院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，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，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。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。

3. 学校和二级学院完善教学管理机制，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，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立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，定期开展公开课、示范课等教研活动。

4. 专业教研组织建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

5. 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

（二）毕业要求

1. 学分要求

学生最低要求修满总学分 131.5 学分，其中公共限选课 4 学分，公共任选课 4 学分；此外，素质拓展学分不低于 12 分。学生可参照学校相关学分认定和转换办法获得素质拓展和课程学分。

2. 体能测试要求

体能测试成绩须达到《国家学生体质健康标准（2014 年修订）》合格标准的要求，成绩未达标者按结业或肄业处理。

十二、专业能力图谱

本表依据广东碧桂园职业学院 2025 级电子商务专业人才培养方案，结合数字经济与直播电商、先进制造业电商产业需求，以及京东、美的电商、唯品会、千鲟生物等合作企业岗位标准，遵循“基础通用—专业核心—岗位专项—综合拓展”四层递进逻辑，构建本专业能力图谱，实现岗课赛证融通、校企共育、数智赋能。

（一）基础通用能力层

支撑学生从“学生”向“准职场人”转变，夯实思政素养、数字工具、合规与沟通基础。

能力项 (一级)	能力指标点 (二级/三级)	对应典型生产任务/职业场景	支撑课程 (模块化/项目化)	支撑教材与资源 (含思政资源库)	对应教师能力要求 (含思政育人能力)	评价/观测手段 (含素养评价)
职业素养 (课程思政)	1. 践行社会主义核心价值观 2. 恪守电商行业职业道德与合规规范 3. 团队协作、应急抗压、责任担当	新员工入职适应、客户纠纷处理、直播应急、项目协同执行	思想道德与法治、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、职业发展与就业指导	思政课程教材、企业文化案例库、职业素养微课资源	具备理论宣讲与价值引领能力；能将思政元素融入教学	主题班会、素质拓展、职场模拟、综合素养测评
数字化办公能力	1. 熟练使用 Office/WPS 2. 电商策划案/报表/台账撰写 3. 应用《电子商务法》《消费者权益保护法》 4. 基础财务票据与台账管理 5. 商务礼仪与客户沟通	店铺通知发布、直播策划撰写、客户接待、法规查阅、台账整理	大学计算机基础、应用文写作、电子商务法律法规、商务礼仪、人工智能导论	办公软件实训教程、法律案例汇编、商务礼仪微课、AI 工具指南	具备信息技术应用能力；熟悉电商法规与行业规范	办公软件测试、文书写作、法规研讨、情景模拟

（二）专业核心能力层

覆盖电商全业务流程，为所有电商岗位提供通用专业技能支撑。

能力项 (一级)	能力指标点 (二级/三级)	对应典型生产任务/职业场景	支撑课程 (模块化/项目化)	支撑教材与资源 (含思政资源库)	对应教师能力要求 (含思政育人能力)	评价/观测手段 (含素养评价)
电商全流程运营能力	1. 店铺入驻、装修与商品上架优化 2. 选品、定价与供应链对接 3. 运营计划制定与流程管控 4. 成本预算与经营管控	新店搭建、商品上架、运营规划、预算编制	电子商务实务★、网店运营★、电商财务管理	电商平台操作手册、运营沙盘软件、企业运营数据案例	具有电商平台实战经验；能指导运营沙盘推演	沙盘模拟成绩、店铺装修评审、预算方案答辩
视觉设计与内容创作能力	1. 商品图片精修与主图设计 2. 店铺首页/详情页视觉装修 3. 短视频拍摄、剪辑与包装 4. 品牌视觉与营销素材制作	主图设计、详情页制作、短视频产出、活动海报	电商美工设计★、视觉营销设计★、商品摄影与视频制作	PS/AI 教程、视觉营销案例集、短视频资源包、企业 VI 标准	熟练掌握设计软件；具有审美指导能力	设计作品评审、店铺装修验收、短视频作品评估
商务数据处理能力	1. 运营数据采集、清洗与整理 2. 数据可视化报表制作 3. 数据洞察与运营策略优化 4. 销售预测与用户画像分析	数据日报、转化分析、流量优化、复盘报告	商务数据分析★、电商统计与大数据	Excel 高级教程、Python 数据分析案例、数据可视化工具	具备数据分析实操能力；熟悉电商数据指标体系	数据报告质量评估、可视化看板验收、分析方案答辩
客户服务与管理能力	1. 售前咨询、售中催付、售后处理 2. 投诉调解与纠纷处置 3. 客户分层维护与复购引导 4. 智能客服系统应用	客服接待、退款处理、投诉化解、CRM 运维	电商客户服务与管理★、人工智能客服管理	客服话术标准手册、智能客服系统指南、投诉处理案例集	具有客服管理经验；熟悉智能客服工具	客服模拟系统评分、纠纷处置答辩、服务流程考核
新媒体与直播基础	1. 新媒体账号基础运营 2. 短视频脚本与简单直播	短视频发布、简单直播、社群互	新媒体制作与运营、直播电商	新媒体运营教材、短视频策划模板、	具有新媒体运营经验；熟悉直播	内容作品数据、直播模拟表现、

能力项 (一级)	能力指标点 (二级/三级)	对应典型生产任务/职业场景	支撑课程 (模块化/项目化)	支撑教材与资源 (含思政资源库)	对应教师能力要求 (含思政育人能力)	评价/观测手段 (含素养评价)
能力	播执行 3. 内容发布与粉丝互动 4. 直播基础场控与流程配合	动、场控协助		直播脚本范例	流程	运营方案汇报
合规与风险防控能力	1. 平台规则解读与违规规避 2. 知识产权与广告合规 3. 舆情预警与应急处置 4. 交易安全与隐私保护	店铺合规自查、广告审核、舆情应对、订单安全	电子商务法律法规★、电商运营风险管理	电商法规案例库、广告合规清单、舆情应对预案	熟悉电商法律风险点；具有法规案例教学能力	合规检查报告、风险预案答辩、安全操作考核

(三) 岗位专项能力层

对接运营管理、互联网营销、技术应用、客户服务四大岗位群，
聚焦典型岗位专项技能。

能力项 (一级)	能力指标点 (二级/三级)	对应典型生产任务/职业场景	支撑课程 (模块化/项目化)	支撑教材与资源 (含思政资源库)	对应教师能力要求 (含思政育人能力)	评价/观测手段 (含素养评价)
电商平台运营专员	1. 店铺流量推广与 SEO 优化 2. 平台活动报名与大促执行 3. 商品标题/关键词优化 4. 店铺数据监控与迭代优化	日常运营、活动策划、流量提升、数据复盘	网店运营★、电子商务实务★	平台运营推广指南、SEO 技巧手册、大促活动方案模板	具有平台店铺运营经验；熟悉搜索排名机制	网店运营推广证书、运营方案实施效果
互联网营销 / 新媒体专员	1. 全渠道营销方案策划 2. 短视频 / 图文内容创作 3. 社群运营与私域转化 4. 广告投放与效果优化	新媒体推广、社群运维、内容涨粉、投放优化	新媒体制作与运营、网络营销、直播电商	全渠道营销案例集、短视频指南、社群运营 SOP	具有全渠道营销经验；掌握广告投放策略	互联网营销师证书、营销方案数据
直播电商运营师	1. 直播选品与排品规划 2. 脚本撰写与场景搭建 3. 场控、互动与节奏把控 4. 直播数据复盘与策略优化	直播全流程执行、选品方案、场控、复盘	直播电商、电商选品、短视频制作	直播运营手册、选品案例库、话术脚本库、复盘模板	具有直播运营经验；熟悉选品与排品策略	直播销售员证书、复盘报告质量
视觉营销/美工设计师	1. 店铺整体视觉规划 2. 高转化主图/详情页设计 3. 活动海报与专题页制作 4. 品牌 VI 与产品包装设计	视觉全案、页面装修、设计输出	电商美工设计★、视觉营销设计★、网页设计与制作	视觉设计原理、品牌 VI 规范、优秀作品赏析库	具有商业设计经验；熟悉电商视觉标准	电子商务师证书、设计项目验收
商务数据分析师	1. 多渠道数据整合分析 2. 用户行为与转化漏斗分析 3. 运营诊断与优化建议 4. 数据报表自动化搭建	经营分析、流量诊断、转化提升、数据看板	商务数据分析★、大数据应用	数据分析方法指南、Python 案例、BI 工具教程	具备商业数据分析能力；熟练使用分析工具	数据分析证书、数据看板验收、诊断报告答辩
电商客服主管 / 专员	1. 客服团队流程管理 2. 复杂投诉与批量纠纷处理 3. 服务质量监控与培训 4. 客户满意度提升与口碑管理	客服排班、投诉终审、质量巡检、满意度提升	电商客户服务与管理★、人工智能客服管理	客服管理 SOP、投诉案例集、服务质量标准	具有客服团队管理经验；熟悉质量监控方法	客服技能考核、企业岗位评价、满意度调查

(四) 综合拓展能力层

面向毕业 3—5 年基层管理/技术骨干目标，强化综合实战、创新与跨平台能力。

能力项 (一级)	能力指标点 (二级/三级)	对应典型 生产任务 /职业场 景	支撑课程 (模块化/项 目化)	支撑教材与资源 (含思政资源库)	对应教师能力要 求 (含思政育人能 力)	评价/观测手段 (含素养评价)
全渠道运营能力	1. 淘宝/抖音/视频号跨平台运营 2. 线上线下 O2O 融合执行 3. 多账号矩阵与内容协同 4. 全域流量整合与转化	跨平台开店、全域推广、O2O 活动	全渠道电商运营、多平台电商实务	多平台运营对比资料、O2O 案例、矩阵策略指南	具有跨平台运营经验；熟悉全域流量逻辑	跨平台方案评审、项目成果评估、企业导师评价
产品开发与创新能力	1. 用户需求挖掘与产品定位 2. 电商产品原型与功能设计 3. 新品测试与迭代优化 4. 产品投资回报测算	产品规划、原型设计、新品落地	互联网产品开发★、创新创业	产品经理方法论、原型设计教程、投资回报模型	具有产品开发经验；能指导商业计划书撰写	产品方案答辩、原型设计验收、竞赛成绩
团队管理与项目统筹能力	1. 小组/部门任务拆解与分工 2. 项目进度管控与绩效落地 3. 跨岗位协同与资源协调 4. 基层管理流程落地	团队管理、项目执行、进度管控	管理学基础、电商运营管理	项目管理工具教程、团队协作案例、绩效模板	具有团队管理经验；熟悉项目管理流程	管理模拟评价、项目统筹答辩、岗位履职鉴定
企业实践与综合输出能力	1. 真实企业岗位独立履职 2. 复杂问题现场解决 3. 实习总结与问题复盘 4. 毕业设计综合呈现	顶岗实习、岗位实操、毕业设计	岗位实习与毕业设计（20 学分）	岗位实习手册、毕业设计指导书、岗位职务标准	具有企业实践指导经验；能开展共性问题解析	企业导师评价、实习周志评阅、毕业设计答辩

十三、课程思政矩阵

课程思政面与 课程思政线 课程名称	思政面 1（家国情怀）			思政面 2（职业道德）			思政面 3（职业精神）				思政面 4（个人品格）			思政面 5（专业素养）		
	思政线 1	思政线 2	思政线 3	思政线 1	思政线 2	思政线 3	思政线 1	思政线 2	思政线 3	思政线 4	思政线 1	思政线 2	思政线 3	思政线 1	思政线 2	思政线 3
	精益求精	知识产权意识	公平竞争意识	爱岗敬业	遵纪守法	消费者权益保护	数据伦理与安全	工匠精神	责任意识	团队意识	网络文明素养	绿色电商理念	互联网创新思维	助农兴商担当	人文修养	合法合规防控
商务数据分析	●	●		●	●	●	●	●	●		●	●	●		●	●
电商美工设计	●	●	●	●	●	●		●	●			●	●	●	●	●
人工智能客服管理	●			●	●	●			●	●	●	●			●	●
管理学基础	●	●	●	●	●				●	●				●	●	●
市场营销	●		●	●	●	●			●	●	●	●			●	●
企业财务管理	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●		●	●
电子商务法律法规	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●			●	●
消费者行为分析	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●		●	●
短视频制作与运营	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●
互联网产品开发		●	●	●	●	●	●		●		●	●	●	●	●	●
统计学基础	●		●	●	●	●	●	●	●		●	●			●	●
经济学基础	●		●	●	●	●	●	●	●		●	●			●	●
直播电商	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
职业化综合训练	●	●	●	●	●			●	●	●	●		●	●	●	●
新媒体运营	●	●		●	●			●	●	●	●		●	●	●	●

十四、人才培养模式特色

本专业作为数字商贸专业群牵头专业，紧扣数字经济与直播电商核心产业发展需求，依托京东、美的电商、唯品会、小熊电器、德胜科技、盈桔数字视听直播产业园等优质校企合作资源，以“三段递进、校企共育”为核心培养模式，落实学校“有用、有趣、有效”三有课堂教学改革要求，构建“资源互融、双元共育、五金联动、多元协同、岗课赛证、三有课堂、数智赋能”的特色育人体系，形成“群内牵头引领、校企深度融合、三有课堂赋能、技能精准对接、数智能力突出”五大核心专业优势，培养符合产业高质量发展需求的电子商务高技能人才。

（一）资源互融：打造“产业+教学”双向赋能的实践优势

依托校企共建的专属实训资源和产业资源共享机制，形成“校内实训贴近企业、企业资源反哺教学”的实践教学优势，解决电商专业“实践与产业脱节”的行业痛点。

硬件资源专属化，实践场景全真化。校企联合投入打造直播电商专属实训基地（3间标准化直播实训室：优农智播、文旅锐播、校园悦播），配备高清直播设备、专业设计工作站、电商数据分析系统等行业前沿硬件，1:1还原企业直播运营、视觉设计、客服服务的真实工作场景，学生在校即可完成“从岗位模拟到真实操作”的实践训练，相较于传统实训，实现“实训即上岗、毕业即胜任”。

产业资源常态化，教学内容动态化。合作企业向教学端开放真实营销案例、行业最新数据、平台运营规则，将企业实际运营项目（如直播选品、新媒体推广、店铺运营）转化为教学实训项目；学校为企业提供员工技能培训、行业课题研究等支持，形成“产业资源进课堂、教学资源助产业”的双向流动机制，让教学内容始终紧

跟电商产业的技术更新和岗位需求，凸显“教学与产业同频”的内容优势。

（二）三有课堂：落实“有用、有趣、有效”课堂革命，创新教学实施路径

将学校“三有课堂”（有用、有趣、有效）教学改革全面融入本专业人才培养，贯穿公共基础课、专业课程、实训实践全流程，在教学方法、学习评价两个关键环节落地改革路径，打造适配电商专业的课堂教学新范式。

聚焦“有用”，教学内容对接岗位真实需求 课程内容锚定电商岗位典型工作任务，把企业真实项目、岗位标准、证书考核要点、技能竞赛要求融入课堂。公共基础课强化职业素养、数字素养培育；专业课程以网店运营、直播电商、商务数据分析、美工设计等真实任务作为课堂载体，摒弃脱离岗位的纯理论讲授，做到课堂所学即为岗位所用。依托“三段递进”教学组织，第一阶段夯实基础理论与通用技能，第二阶段工学交替引入企业课堂，第三阶段岗位实习开展真实岗位历练，保障教学内容服务于学生职业成长。

聚焦“有趣”，创新课堂组织与教学方法 改变传统满堂灌模式，综合运用项目式、情景式、任务驱动、案例教学、分组实训、模拟演练等教法，结合AI数字人、虚拟仿真、直播实操等数字化手段，把店铺运营、直播场控、美工修图、客户纠纷调解等变成课堂实操任务。引入企业导师进课堂，分享行业一线案例；开展小组PK、项目路演、模拟直播等课堂活动，激发学生主动参与，实现师生、生生充分互动，提升课堂吸引力与学生学习主动性。

聚焦“有效”，完善多元立体学习评价机制 落实过程性评价、

结果性评价、增值性评价相结合，把课堂任务完成度、项目作品质量、小组协作表现、实训实操成果纳入课程考核。打破“期末一张卷”单一评价，推行“校内教师+企业导师”双主体评价；结合证书置换学分、竞赛获奖置换学分制度，既看知识掌握，更看技能提升与素养成长，实现学、练、评闭环，教学效果可测可评。

（三）双元共育：构建“学校+企业”协同育人的培养优势

以企业深度参与为核心，打造“岗位与学习融合、工学与赛证结合、学历与资格双证”的双元育人体系，形成“企业全程参与培养、人才精准匹配岗位”的核心优势，区别于传统“学校单一育人”模式。

专业建设校企共定，培养目标精准对标 以德胜科技、盈桔数字视听直播产业园等为核心合作企业，共同参与专业定位、课程体系设计、岗位能力标准制定，聚焦电商运营、直播营销、智能客服等核心岗位的典型工作任务，重构课程内容，让培养目标直接对标京东、美的电商、唯品会等企业的基层管理干部、技术骨干岗位需求。

人才培养项目驱动，实践能力靶向提升 引入企业真实营销案例，打造“项目式+活页式”实战实训模式，建立以“直播电商运营、全链路网店运营、新媒体推广”为核心的项目实训体系，学生以“项目团队”形式完成企业真实任务（如产品直播推广、店铺数据优化），在实践中提升岗位核心能力，形成“做中学、学中练、练中创”的能力培养优势。

学历资格双证融合，就业竞争力显著提升，将互联网营销师（直播销售员）、网店运营推广、电子商务师等职业技能等级证书考核内容融入课程教学，实现“课证融通”，学生毕业可同时获得

大专学历证书+职业技能等级证书，相较于单一学历毕业生，在电商行业的就业竞争力和岗位适配性大幅提升。

（四）岗课赛证：实现“能力+证书+竞赛”三位一体的能力优势

将岗位需求、课程教学、技能竞赛、职业证书深度融合，形成“以岗定课、以课育能、以赛促学、以证赋能”的能力培养体系，让学生的核心能力既符合岗位要求，又具备行业竞争力。

以岗定课，课程内容对接岗位核心能力。围绕电商平台运营专员、网络营销专员、直播电商运营师等核心岗位的能力要求，设置专业核心课程和岗位拓展课程，让课程内容直接对应岗位典型工作任务。

以赛促学，技能竞赛提升行业竞争力。将广东省职业院校技能大赛（电子商务、直播电商、短视频创作与运营）的竞赛标准转化为教学训练要求，组建竞赛集训队，以赛项训练提升学生的实操能力和创新能力，学生参赛获奖可置换课程学分，形成“以赛促学、以赛促练”的技能提升优势。

以证赋能，职业证书夯实岗位任职基础。将互联网营销师、网店运营推广、电子商务数据分析等职业技能等级证书的考核内容融入课程教学，实现“课证融通”，学生通过课程学习即可考取职业证书，夯实岗位任职的核心能力。

（五）数智赋能：凸显“数字化+智能化”的产业适配优势

紧扣电商产业数字化、网络化、智能化的发展趋势，将人工智能、大数据、新媒体等数智技术融入教学全过程，形成“数智能力突出、产业适配性强”的差异化优势。

数智技术融入课程体系。开设《人工智能导论》《人工智能客

服管理》《商务数据分析》等核心课程，培养学生的大数据分析能力、智能客服运营能力、数智化店铺运营能力，适配电商行业“数据驱动运营、智能提升效率”的岗位需求。

数智工具赋能课堂与实训（支撑三有课堂落地）。在直播电商、视觉营销设计、网店运营等课程与实训中，引入电商数据分析工具、智能客服系统、AI 设计工具、直播运营平台，丰富课堂教学载体，让学生熟练掌握行业主流数智工具的使用方法，成为“懂运营、会数据、善用智”的复合型电商人才。

（六）多元协同：健全“组织+制度+评价”的保障优势

建立“学校、企业、行业”多元协同的保障机制，从组织、制度、评价三个维度确保人才培养模式落地见效，包含对“三有课堂”教学改革的制度支持，形成“培养过程有保障、培养质量有监控、培养结果有反馈”的质量保障优势。

组织架构协同，统筹推进各项改革落地。成立由学校二级学院负责人、企业核心管理团队、行业专家组成的校企合作委员会，统筹推进专业建设、课程开发、“三有课堂”教研、实训安排、师资培养等工作，定期开展集体备课、公开课教研，及时解决教学改革、校企合作过程中的实际问题。

制度规范协同，规范育人全过程。校企共同制定系列管理制度，把“三有课堂”教改要求纳入课程标准、教师教学考核，规范教学实施、实习管理、师资考核等环节，确保人才培养全过程标准化、规范化。

考核评价协同，保障人才培养质量。构建“学校教师+企业导师”的多元评价体系，同步落实三有课堂“有用、有趣、有效”评价导

向，将学生课堂表现、企业实践表现、项目完成质量、岗位技能水平纳入考核范围，打破单一的校内评价模式，确保评价结果全面反映学生的岗位胜任能力。

十五、附录

1. 专业教学进程表

广东碧桂园职业学院（数字商贸专业群）2026 级电子商务专业教学进程表

专业方向：

人才培养阶段	课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	课程类型	总学分	总学时	学时分配		核心课程	考核方式	学期周学时安排					
								理论学时	实践学时			1	2	3	4	5	6
第一阶段 职业素养培养与专业岗位基础能力训练	公共基础课	必修	991110010	思想道德与法治	A	3	54	45	9*			3					
			991110033	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	2	36	32	4		▲		2				
			991110030	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A	3	54	48	6		▲			3			
			991130006	走在前列的广东实践	B	1	18	10	8					1			
			991110011	形势与政策	A	1	48	48				每学期 8 学时					
			981120017	军体融合课	C	6	108	8	100			3	3	1	1		
			981120008	军事技能	C	2	112		112			2w					
			981110013	军事理论	A	2	36	36						2			
			984130010	大学生心理健康教育	A	2	36	24	6+6*			2					
			981110022	大学生职业发展与就业指导	B	2	38	18	20*			每学期 6 学时					
			981130005	大学生创新创业	B	2	36	18	18*				2				
			981110012	国家安全教育	A	1	18	18							1		
			981120058	体育体质健康测试	C	0.5	9		9			每学年 3 学时					
			981120019	劳动教育	C	1	18	4	14*				1				
			981110024	美育概论	A	1	18	18				1					
			111110001	人工智能导论	B	1	18	8	10				1				
			981110023	碧桂园企业文化	B	0.5	8	8				每学期 2 学时					
			981120077	安全急救教育	C	0.5	8		8			2					
			小计				31.5	673	343	330			11	9	7	2	
	限选	---	中华优秀传统文化类课程	A	2	36	20	16			课程设置面向全校，学生在限定课程中选择修学						
		---	创新创业类课程	A	2	36	20	16									
		小计				4	72	40	32								
	任选	---	人文素养类课程	A	2	36	20	16			课程设置面向全校，学生在给定范围内任选						
		---	科学素养类课程	A	2	36	20	16									
		小计				4	72	40	32								
	公共课合计						39.5	817	423	394			11	9	7	2	
专业技能课	专业群平台课（必修）	044110122	经济学基础	A	1.5	30	24	6		▲	2						
		044110176	统计基础	A	3	54	44	10				3					
		044110177	企业财务管理	A	3	54	44	10		▲			3				
		小计			7.5	138	112	26			2	3	3				
	专业	044110139	管理学基础	A	1.5	30	24	6		▲	2						

		技术 平台课 (必修)		045330067	互联网产品开发	B	2.5	45	20	25	★	▲	3						
				044130282	电子商务实务	B	2.5	45	20	25	★	▲	3						
				044130283	电商美工设计	B	3.5	60	25	35	★	▲	3						
				044110165	市场营销	A	2	36	28	8				2					
				044130307	视觉营销设计	B	3	54	26	28	★	▲		3					
				044120059	网店运营	B	3	54	26	28	★	▲		3					
				044130309	智能电商 AI 应用实战	B	3	54	26	28						3			
				044120060	消费者行为分析	B	2	36	20	16					2				
				044130281	人工智能客服管理	B	3	54	26	28	★	▲			3				
				044130266	短视频制作与运营	B	3	54	26	28					3				
				044130267	新媒体制作与运营	B	3	54	26	28					3				
				044130236	生产实践项目课 I	C	2	36	0	36					2				
				小计			34	612	293	319			11	8	13				
		专业 群拓 展课 限选	电子商务专业	045330069	数字人直播	B	3	54	26	28	★	▲					3		
			连锁经营与管理专业	045330070	餐饮连锁运营与管理	A	3	54	34	20							3		
			供应链运营专业	045330071	供应链数字化运营	C	3	54	16	38							3		
			大数据与会计专业	045330072	小微创业企业财务管理	C	3	54	16	38							3		
				小计			3	54	26	28			0	0	0	3			
第二阶段 岗位分流专业 知识深化学习 和专业技能强化训练	专业 技能课	全链路电 商运营 岗位课 (限选)	044130235	商务数据分析	B	3	54	22	32	★	▲				3				
			124130499	网络销售	C	2	36	20	16						2				
			045330070	全链路电商运营技能综合项目实训	C	4	72	10	62						4				
			044130237	生产实践项目课Ⅱ	C	2	36	0	36						2				
			044130238	全链路电商运营岗位能力强化训练	C	18	324		324							18w			
			044130239	岗位实践共性问题解析	A	2	36	36								2w			
			小计			31	558	88	470						11				
第三阶段 基层管理 干部技术 骨干岗位 职务能力 企业实践 教学培养	专业 技能课	全链路电 商运营 岗位 企业实践 教学培养	044130240	岗位实习与毕业设计	C	20	360	72	288								20w		
			小计			20	360	72	288	0	0	0	0	0	0	0	0		
		专业（技能）课合计					95.5	1722	591	1131	0	0	13	11	16	14	0	0	
学时、学分及学期周学时总计						135	2539	1014	1525	0	0	24	20	23	16	0	0		

注：*表示课外实践；★表示核心课程；▲表示考试课程，其余为考查；w 表示集中实践教学周

学生素质拓展贯穿全学程，素质拓展学分为 12 学分以上

专业技术拓展课程，群内一个专业一个模块，应列明所有专业的专业技术拓展课程，学生可自由选择其中一个或多个模块学习。