



郑州商业中等专业学校

Zhengzhou Shang Ye Zhong Deng Zhuan Ye Xue Xiao

电子商务专业 人才培养方案 (三年制)

.....	1
.....	1
.....	1
.....	1
.....	6
(一) 培养目标.....	6
(二) 培养规格.....	6
.....	7
(一) 人才培养模式.....	7
(二) 教学模式.....	8
.....	8
(一) 公共基础课程.....	8
(二) 专业课程.....	10
.....	15
.....	18
(一) 师资队伍.....	18
(二) 教学设施.....	19
(三) 教学资源.....	21
(四) 学习评价.....	22
(五) 质量管理.....	23
.....	23
.....	23
(一) 学分奖励与转换制度.....	23
(二) 方案设计说明与审定程序.....	24

电子商务专业人才培养方案

电子商务（730701）

初级中等学校毕业（生）或具备同等学力（者）

三年

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（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）	销售人员（4-01-02） 商务咨询服务人员（4-07-02） 市场营销专业人员（2-06-07-02） 商务策划专业人员（2-06-07-03） 电子商务师（4-01-02-02） 互联网营销师（4-01-02-07） 快递员（4-02-07-08） 快递处理员（4-02-07-09） 物流服务师（4-02-06-03）
主要岗位（群）或技术领域举例	无人/真人/数字人直播运营、仓储物流员、新媒体营销助理、新媒体运营助理、视觉设计、营销策划、流量视频创作、产品拍摄、全媒体账号运营管理、广告投放、店铺运营。
职业类证书举例	电子商务数据分析证书（初级、中级） 全媒体运营师证书（初级、中级） 直播电商证书（初级、中级） 电子商务师证书（初级、中级） 网店美工证书（初级、中级）

说明：学生根据学习情况及专业技能方向考取相应职业技能证书。

（一）职业能力分析及要求

1. 电商行业分析

（1）就业面向核心行业：

电商平台与运营服务行业：传统电商、直播电商社交电商、内容电商

跨境电商行业：跨境B2C、跨境B2B、独立站运营、跨境物流与通关服务

传统产业数字化转型领域：品牌企业电商部门、零售连锁数字化板块、制造业线上渠道

电商服务支撑行业：电商技术服务、营销服务、物流履约、视觉设计

公共服务与新兴领域：政府电商监管与服务、农村电商、AI 电商

（2）主要就业单位类型：

平台型电商企业：综合类（阿里巴巴、京东、拼多多）、垂直类（唯品会、考拉海购）、短视频直播平台类（抖音电商、快手电商）。

品牌方电商板块：国产品牌（李宁、华为）、国际品牌（雅诗兰黛、耐克中国电商部）、自牌工厂（珠三角家居 / 服饰工厂电商团队）。

跨境电商企业：平台卖家（SHEIN、安克创新）、服务商（递四方物流、PingPong 支付）、独立站企业（PatPat、Zaful）。

电商服务机构：运营服务商（宝尊电商、壹网壹创）、营销机构（无忧传媒、奥美数字）、技术服务商（有赞、微盟）。

公共部门与事业单位：各级商务局（电商产业规划）、供销社（农村电商项目）、职业院校（电商专业教学）。

自主创业与个体经营：淘宝 / 拼多多个人店、抖音直播间创业、跨境电商店铺货团队。

（3）主要就业部门：

业务运营部：负责店铺 / 账号整体业绩，细分直播运营组、平台运营组、用户运营组。

产品设计部：负责视觉呈现，分为 UI 设计组（页面搭建）、视觉营销组（海报 / 短视频素材）。

供应链物流部：对接上游资源，包含采购组、库存管理组、供应商管理组。保障订单交付，下设仓储组、配送对接组、异常处理组。

客户服务与数据部：处理用户需求，分为售前咨询组、售后维权组、粉丝运营组。提供决策支持，包含数据采集组、分析报告组、策略优化组。

市场调研部：聚焦行业动态，负责竞品分析与消费趋势研判。

（4）从事的工作岗位：

运营类岗位（需求占比 35%）、营销与内容类岗位（需求占比 25%）、技术与设计类岗位（需求占比10%）、供应链与物流类岗位（需求占比10%）、客户服务类岗位（需求占比 10%）

岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别		岗位任务描述	岗位核心能力要求
		初始岗位	发展岗位		
1	电商平台运营岗位	电商平台运营专员	电商平台运营主管	制定店铺整体运营策略；统筹销售额、转化率等核心指标达成；协调跨部门资源；分析行业趋势与竞品动态，优化运营方案。	要求对数据敏感度强，熟练使用生意参谋、蝉妈妈等工具；具备策略制定与资源整合能力；极强的目标导向与抗压性。
2	店铺运营	店铺运营专员	店铺运营主管	负责单个 / 多个店铺日常维护（商品上下架、标题优化、详情页更新）；执行平台活动报名与落地；跟踪订单数据、处理售后异常；对接客服团队解决用户问题。	熟悉平台规则与后台操作；具备基础数据分析能力（Excel / 数据报表解读）；细心负责，沟通协调能力强。
3	直播运营	直播运营专员	直播运营主管	策划直播脚本与选品；对接主播与场控团队，保障直播流程顺畅；跟进直播数据（观看量、转化率、复购率），优化直播策略；维护直播间粉丝互动。	了解直播平台（抖音 / 快手 / 视频号）规则；具备内容策划与现场应变能力；熟悉直播工具（OBS、直播伴侣）操作。
4	新媒体运营	新媒体运营专员	新媒体运营主管	运营微信公众号、小红书、抖音等新媒体账号；策划内容选题（产品测评、干货分享、活动推广）；增长粉丝量，提升账号互动率；引流至电商店铺。	具备内容创作与选题策划能力；熟悉平台算法与推广规则；擅长数据分析与账号优化。
5	广告投放员	投放专员	投放主管	负责电商平台广告（直通车）、信息流广告（抖音信息流、朋友圈广告）投放；制定投放预算与策略，优化关键词与人群定向；跟踪投放数	熟悉主流投放平台操作；数据敏感度高，具备投放优化能力；目标导向，能快速调整投放策略。

				据，提升 ROI（投资回报率）。	
6	客服	客服专员	客服主管	负责通过平台聊天工具（如淘宝旺旺、抖音私信、京东咚咚）、电话、短信等渠道，处理消费者全购物周期的咨询与需求，保障购物体验与店铺口碑。	具备沟通表达能力、专业实操能力、问题解决能力、服务意识与素养、写作与学习能力。熟悉售后维权规则。
7	仓储物流员	仓储物流专员	仓储物流主管	负责商品入库、分拣、打包、出库；管理仓储库存，定期盘点核对；对接快递公司，跟踪物流信息；处理物流异常（延迟、丢失、破损）。	熟悉仓储操作流程；细心严谨，责任心强；能适应阶段性加班，具备基础 Excel 操作能力。
8	视觉设计	视觉设计师	视觉设计主管	负责电商全场景视觉设计，包括店铺首页装修（含导航栏、Banner 轮播、板块布局）、商品详情页设计（突出产品卖点、优化信息层级，适配 PC 端与移动端展示）、活动专题页创作，制作营销视觉素材，涵盖平台广告图（直通车图、超级推荐图）、短视频封面、社交媒体配图、调整详情页重点模块位置、优化广告图色彩与文案排版。	熟练使用 PS（精细化修图、合成）、AI（矢量图形制作）、Figma（协同设计、组件化搭建）、C4D（可选，3D 产品建模与场景渲染）等工具。 拥有强视觉审美与营销思维，能通过设计突出产品核心卖点，并适配不同平台视觉规则了解用户购物视觉习惯，能优化信息层级提升页面停留时长与转化率；具备基础数据分析能力，能解读设计素材的点击、转化数据。 快速交付批量设计素材；同时具备沟通协调能力，能准确理解运营、产品团队需求，平衡审美与商业目标。
9	流量视频	流量视频制作员	视频推广主管	策划电商流量导向型视频内容，涵盖产品测评视频、场景化种草视频、活动推广视频、直播切片视频。 完成视频全流程	熟练掌握视频创作全流程工具，包括拍摄设备操作（手机、单反、云台，保障画面稳定）、剪辑软件（Pr、剪映，精通剪辑逻辑与节奏把控）、后期软件（AE，基础特效制

				制作，包括脚本撰写、拍摄执行、后期剪辑、特效包装。 跟踪视频流量数据（播放量、完播率、点赞率、转化率、引流至店铺 / 直播间的点击量），复盘内容效果，迭代创作方向。	作；剪映，快速添加字幕与贴纸）。 具备强内容策划与流量敏感度，能结合电商产品卖点与平台热门趋势设计视频，提升内容曝光与种草效果；了解不同平台算法推荐机制（。 拥有镜头语言表达能力，能通过画面构图、剪辑节奏、传递核心信息，提升视频完播率。 目标导向明确，能以“引流转化的特性。
10	产品拍摄	产品摄影师	产品摄影主管	负责电商产品全品类拍摄，包括产品主图拍摄、详情页配图拍摄、营销素材拍摄。 搭建拍摄场景与控制光线，制定拍摄计划（按产品品类、拍摄需求排序），把控拍摄后期基础修图素材质量（如画面无瑕疵构图合理）。协同视觉设计运营团队确认拍摄需求，理解产品推广重点。	精通摄影专业技能，包括相机操作（单反、微单，熟悉光圈、快门、ISO参数调节，）、光线运用、构图技巧，了解电商平台拍摄规范与用户需求，能通过拍摄突出用户关注的卖点，具备产品审美与细节把控能力， 拥有设备管理与协作能力，能维护摄影设备（相机、镜头、灯光、三脚架），保障拍摄顺利；同时可高效配合后期修图、设计团队，提供高质量原始素材，减少后期修改成本。
11	全媒体账号运营管理	全媒体运营专员	全媒体运营主管	统筹电商全媒体账号矩阵运营，制定全平台内容策略与发布计划，整合多渠道流量转化路径，管理	具备全媒体运营视野，熟悉主流电商相关平台的规则、算法推荐机制、用户画像差异，能精准选择核心运营平台并制定差

				账号粉丝与互动，回复各平台用户评论、私信，策划粉丝互动活动，协调跨团队资源支撑账号运营，确保全平台内容与店铺活动协同。	异化策略。 拥有强内容统筹与数据复盘能力，可整合多平台内容需求，协调团队产出适配素材；同时精通全平台数据工具，能分析账号数据，定位问题并优化。 具备流量整合与转化思维，能设计多渠道联动方案，实现“公域获客 - 私域留存 - 复购转化”的闭环；同时了解电商营销工具，能将账号运营与促销活动结合提升转化。 拥有团队管理与沟通协调能力，可统筹内容、设计、运营等多团队协作，确保执行效率；同时具备危机处理能力，能快速应对账号舆情问题、平台规则变化（如算法调整），保障账号稳定运营。
--	--	--	--	--	--

（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，具有良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，扎实的文化基础知识、较强的就业创业能力和学习能力，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、零售业的电子商务师、互联网营销师、市场营销专业人员、采购员、营销员等职业，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能人才。

（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. 掌握电子商务基础知识，能熟练使用互联网交易平台开设个人和店铺账号、处理B2B、B2C、C2C、O2O等商务交易并具备店铺装修和产品的视觉设计、商品发布优化能力，掌握购物支付收款系统，掌握网络营销基础、电商物流规则、客户服务、商务礼仪；

6. 掌握平台规则和常用工具的使用，不同平台的账号注册、引流、维护，平台活动执行、广告投放、产品数据采集与整理，账号的运营等；

7. 掌握短视频拍摄器材和后期制作软件，独立完成流量视频的文案写作，短视频拍摄，制作营销短视频等；

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. 具备一定的计算机应用能力，能够利用计算机网络，结合当下产品和活动，策划促销活动主题，撰写文案、促销活动方案，制定促销活动实施计划；

10. 掌握电子商务物流配送基本知识，能完成商品打包、订单处理、配送等环节的重要工作，符合企业规范；

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等；

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. 具有健康的身体素质与心理素质、较强的语言表达能力、社交能力、沟通合作能力、应变能力，较强集体意识和团队合作意识和创新精神。

14. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力；

15. 树立正确劳动观，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。

（一）人才培养模式

以企业岗位需求为中心、以专业课程建设为核心，构建“线上+线下双轨”的电子商务人才培养体系。将升学课程（电子商务基础、网络推广实务、市场营销、智慧物流与供应链管理基础）与企业项目实战对接，融合“三

教”改革（教师、教材、教法）、“岗课赛证”融通、“三全育人”（全员、全过程、全方位）与产教深度融合，构建“岗课赛证育能 + 产教协同育人 + 三全素养铸魂”的三维一体化进行培养。增开AI人工智能技术，顺应现代企业电子商务领域数字化、网络化、智能化发展的新趋势。

（二）教学模式

双线并行：线上自运营（联合实体工厂与批发市场，引入其产品进行线上销售）与线下销售（提供校园场地进行产品售卖）的实战模式，使其与课堂理论内容无缝衔接与互补。

课程内容与项目结合：以项目岗位要求为中心，以实际项目为课程内容，精准规划课前（课程内容设计与预习引导）、课中（互动教学与深度实践）、课后（巩固拓展与多维评估）三阶段，形成学习闭环。

主要包括公共基础课程和专业课程。

（一）公共基础课

按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。

其中思想政治、语文、历史、数学、外语（英语等）、信息技术、体育与健康、劳动教育等列为公共基础必修课程。将中华优秀传统文化等列为公共选修课程。

学校根据实际情况可开设具有地方特色的校本课程。

公共基础课程教学内容与要求

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求	学时
1	中国特色社会主义	培养学生“政治认同、职业精神、法治意识、健全人格、公共参与”的思想政治学科核心素养。	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	36
2	哲学与人生	培养学生“政治认同、职业精神、法治意识、健全人格、公共参与”的思想政治学科核心素养。	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	36
3	心理健康与职业生涯	培养学生“政治认同、职业精神、法治意识、健全人格、公共参与”的思想政治学科核心素养。	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	36
4	职业道德与法治	培养学生“政治认同、职业精神、法治意识、健全人格、公共参与”的思想政治学科核心素养。	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	36
5	语文	培养学生“语言理解与运用、思维发展与提升、审美发现与鉴赏、文化传承与参与”的语文学科核心素养。	依据《中等职业学校语文课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	198
6	数学	培养学生“数学运算、直观想象、数	依据《中等职业学校数学课	144

		据分析、逻辑推理、数学抽象、数学建模”的数学学科核心素养。	程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	
7	英语	培养学生英语“职场语言沟通、思维差异感知、跨文化理解、自主学习”的英语学科核心素养。	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	144
8	信息技术	培养学生计算机应用的实际操作能力和文字处理、数据处理、信息获取等能力。	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	144
9	体育与健康	培养学生“运动能力、健康行为、体育品格”的体育与健康学科核心素养。	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	144
10	历史	培养学生“唯物史观、时空观念、史料实证、历史解释、家国情怀”的历史学科核心素养。	依据《中等职业学校历史课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	72
11	艺术	增强学生文化自觉和文化自信，培养学生艺术欣赏能力，提高学生文化品位和审美素质。	依据《中等职业学校艺术课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	36
12	劳动教育	使学生树立正确的劳动观念，具有必备的劳动能力，养成良好的劳动习惯和品质，并重点结合专业特点，增强职业荣誉感和责任感，提高职业技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度。	依据《中等职业学校公共基础课程方案》和《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	30

公共选修课程教学内容与要求

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求	参考学时
1	中华优秀传统文化	指导学生理解中华文化精髓，传承民族精神，提升文化自信与家国情怀。通过系统学习传统思想、礼仪、文学及技艺，培养学生的人文素养、职业精神和社会责任感，助力全面发展，为后续专业学习奠定坚实基础	依据《中华优秀传统文化进中小学课程教材指南》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。	18

（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，并涵盖实训等有关实践性教学环节。

1. 专业基础课程

按照教育部所颁布电子商务专业教学标准要求，结合河南区域电子商务行业分析及岗位调研，开设4门专业基础课程：电子商务基础、零售基础、市场营销、商品拍摄与素材编辑。

专业基础课程主要教学内容与要求

1	电 子 商 务 基 础	能识别电商平台的商业模式，完成店铺信息设置，解决注册审核、账户安全等问题；可独立执行商品上架、订单处理，并通过平台客服工具响应咨询以保障交易顺畅；能运用生意参谋、电商罗盘等工具采集访客数、转化率等基础数据，生成简易报表并初步判断运营问题；同时可识别广告法禁用词、消费者权益保护及跨境报关要求，规避运营风险。	①掌握主流电商平台功能、交易核心流程及合规要点； ② 能独立完成店铺基础操作、订单处理及简单数据采集分析； ③ 培养严谨的合规意识与高效的客户服务态度。	72
2	零 售 基 础	能按商品不同类目特性，完成商品分类、SKU 编码设置与库存盘点，依据销售数据制定补货计划，并设计临期或滞销商品的促销清库方案；可分析目标客群的消费习惯与痛点，制定新手引导、老客户权益等服务方案，处理商品质量、物流延迟等客户投诉以提升复购率；能执行线上线下商品同步上架、订单分流，参与节日满减、组合套餐等促销活动并评估初步效果；同时熟练使用收银系统、库存软件、快递打单设备，排查设备连接失败、数据同步延迟等常见故障。	① 理解零售商品管理逻辑、客群服务核心及线上线下运营融合要点； ② 能独立完成商品管理、设备操作，参与促销活动执行与效果初评； ③ 树立以客户为中心的服务理念与高效的设备操作习惯。	72
3	市 场 营 销	能针对本地特色通过设计线上问卷、开展线下访谈收集市场需求数据，分析竞品营销策略并完成产品差异化定位报告；可结合 618、双11及郑州消费节，策划直播预热、社群裂变等营销方案，撰写详情页文案、短视频脚本，设置优惠券规则并协调直播彩排；能在微信、抖音、小红书等平台搭建客户群、发布产品短视频、开展直播互动，统计各渠道点击量、加购量等引流数据；同时依据曝光量、转化率、	① 掌握市场调研、营销策划、社交引流及效果评估的核心逻辑； ② 能独立设计调研方案、撰写营销文案、执行引流操作与数据统计； ③ 培养创新的营销思维与严谨的数据分析态度。	108

		投入产出比分析营销活动效果，撰写总结报告并提出文案优化、渠道调整等建议。		
4	商品拍摄与素材编辑	能根据不同商品类型，确定拍摄风格与场景，同时完成商品预处理；可按淘宝、抖音等平台主图规范，拍摄商品细节图，确保图片清晰、色彩准确且突出卖点；能用相关编辑图片，并制作详情图；同时依据店铺风格，使用淘宝旺铺、抖音小店工具设计店招、导航栏、Banner图，完成首页与分类页面排版，保障导航清晰。	① 掌握商品拍摄原理、图片编辑技巧及店铺装修核心逻辑； ② 能独立完成商品拍摄、图片编辑、详情图制作与店铺基础装修； ③ 培养良好的审美能力与注重细节的视觉设计态度	108

2. 专业核心课程

按照教育部所颁布电子商务专业教学标准要求，结合河南区域电子商务行业分析及岗位调研，开设7门专业核心课程：数字化零售运营、客户服务、视觉设计与制作、网络推广实务、智慧物流与供应链管理基础、新媒体营销、直播运营实务。

专业核心课程主要教学内容与要求

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	72
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	144

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、页面设计等工作内容，会使用数码相机、手机等设备与设计、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。	108
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	108
5	智慧物流与供应链管理基础	能识别 AGV 机器人、智能分拣设备等功能，完成基础操作及故障处理，保障仓储分拣高效；运用 ERP 系统完成商品入库出库，通过 TMS 跟踪物流节点，实现供应链信息同步；结合销售数据用 WMS 系统管理库存、优化库存配置，降低积压与缺货风险；采集物流数据，用 Excel 等工具生成成本报表，评估供应链效率并提出优化建议。	①掌握智慧物流设备功能与应用场景、供应链系统协同逻辑及库存成本管理原理。 ②能独立操作智慧设备与相关系统完成入库出库等工作。 ③具备初步分析物流成本与效率的能力。 ④培养数字化思维与协同意识，树立高效管理理念并强化安全保密意识，	216
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。	144

			⑤ 能够拍摄标准化视频素材。 ⑥ 能够制作并优化短视频。	
7	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	198

3. 专业拓展课程

按照教育部所颁布电子商务专业教学标准要求，结合河南区域电子商务行业分析及岗位调研，开设4门专业拓展课程：电子商务法律与规范、网页设计与制作、电子支付与商务安全、AI人工智能(电商)。

专业拓展课程主要教学内容与要求

--	--	--	--	--

1	电子商务法律与规范	能识别电商经营中的法律风险（如平台规则、广告法、消费者权益保护法适用场景），规范商品宣传、交易合同、用户隐私保护等操作，处理电商纠纷（如售后维权、知识产权侵权），确保电商运营全流程符合法律与行业规范。	① 掌握电子商务领域核心法律法规。 ② 理解法律规范在实际场景中的应用。 ③ 具备合规经营意识与风险控制能力 ④ 能运用法律工具解决实际问题。	54
2	网页设计与制作	能依据电商品牌风格确定网页布局（首页、商品页等）与视觉方案，使用设计工具（如PS、Figma）制作页面元素，运用 HTML/CSS 完成静态网页搭建，确保网页适配不同设备且满足电商信息展示、用户浏览交互需求	① 掌握电商网页布局逻辑与设计规范，理解 HTML/CSS 基础语法，熟悉设计工具核心功能； ② 能独立用设计工具制作网页元素，运用 HTML/CSS 完成静态电商网页搭建，实现网页多设备适配与基础优化； ③ 具备电商视觉审美能力与用户思维，树立细节把控意识（如按钮位置、字体大小适配），强化代码规范与版权保护意识；	54
3	电子支付与商务安全	能识别主流电商支付方式（如第三方支付、跨境支付），规范完成支付流程操作，排查支付环节安全风险（如钓鱼链接、信息泄露），运用安全工具（如加密技术、验证码）保障支付安全，处理支付纠纷与异常交易，确保电商资金流转合规安全。	① 掌握电子支付全流程技术原理与安全风险。 ② 熟悉支付工具及系统的安全设计与运行规范。 ③ 具备支付安全漏洞分析、安全策略制定与合规风险防控能力。 ④ 能针对支付安全问题提出有效的解决方案，强化安全意识与合规操作能力。	54

4	AI人工智能 (电商)	培养学生技术认知、电商实操、数据应用、合规创新的核心素养，掌握 AI 在电商领域的基础应用逻辑与常用工具技能，能运用 AI 技术辅助电商运营、营销推广、客户服务等基础工作，树立数据安全意识和行业合规理念，提升适应电商智能化发展的职业能力。	依据《教育强国建设规划纲要（2024—2035 年）》《中等职业学校教学计划原则意见》及电商行业智能化发展需求开设，紧扣“大思政课”建设要求，实现技术应用与价值塑造有机融合。	162
---	----------------	---	---	-----

4. 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

在校内外进行新媒体运营、视觉营销设计、营销内容制作、客户服务、数字化零售运营、网络营销推广、直播销售、电子商务 B2C、电子商务 O2O 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

在生产制造、商贸流通及现代服务业的开展电子商务应用的企业进行店铺运营助理、新媒体营销专员、直播辅助、客服专员等实习，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。

实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。学校可根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。应严格执行《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。

（3）相关要求

学校应充分发挥思政课程和各类课程的育人功能。发挥思政课程政治引领和价值引领作用，在思政课程中有机融入党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史等相关内容；结合实际落实课程思政，推进全员、全过程、全方位育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。应开设安全教育（含典型案例事故分析）、社会责任、绿色环保、新一代信息技术、数字经济、现代管理、创新创业教育等方面的拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入课程教学中；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践

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，岗位实习按每周30学时安排，3年总学时数为3204。课程开设顺序和周学时安排，以每学期的实施性教学计划为准。一般18学时为1学分，3年制总学分不得少于170。军训、劳动教育、入学教育、毕业教育等活动1周为1学分。

教学进程安排表

课程类别		序号	课程代码	课程名称	学分	教学课时			开设学期	教学进程（学期、教学活动周数课堂教学周数、平均周学时）						课程考核	备注
						总计	理论	实践		1学期	2学期	3学期	4学期	5学期	6学期		
										18+4	18+2	18+2	18+2	18+2	19+1		
公共基础课	必修课	1	10301001	中国特色社会主义	2	36	26	10	1	2						考试	
		2	10301002	心理健康与职业生涯	2	36	24	12	2		2					考试	
		3	10301003	哲学与人生	2	36	26	10	3			2				考试	
		4	10301004	职业道德与法治	2	36	26	10	4				2			考试	
		5	10305001	体育与健康1	2	36	18	18	1	2						达标	
		6	10305002	体育与健康2	2	36	18	18	2		2					达标	
		7	10305003	体育与健康3	2	36	18	18	3			2				达标	
		8	10305004	体育与健康4	2	36	18	18	4				2			达标	
		9	10309001	劳动教育	2	30	0	30	1							考察	不计入周学时平均值，根据实际情况保证总学时。
		10	10302001	语文1	2	36	18	18	1	2						考试	基础模块
		11	10302002	语文2	2	36	18	18	2		2					考试	基础模块
		12	10302003	语文3	2	36	18	18	3			2				考试	职业模块
		13	10302004	语文4	2	36	18	18	4				2			考试	职业模块
		14	10302005	语文5	3	54	27	27	5					3		考试	拓展模块
		15	10303001	数学1	3	54	45	9	1	3						考试	基础模块
		16	10303002	数学2	3	54	45	9	2		3					考试	基础模块
		17	10303003	数学3	2	36	30	6	3			2				考察	拓展模块
		18	10304001	英语1	3	54	36	18	1	3						考试	基础模块
		19	10304002	英语2	3	54	36	18	2		3					考试	基础模块
		20	10304003	英语3	2	36	24	12	3			2				考察	职业模块

课程类别		序号	课程代码	课程名称	学分	教学课时			开设学期	教学进程（学期、教学活动周数课堂教学周数、平均周学时）						课程考核	备注
						总计	理论	实践		1学期	2学期	3学期	4学期	5学期	6学期		
										18+4	18+2	18+2	18+2	18+2	19+1		
		21	10306001	信息技术1	3	54	36	18	2		3					考试	基础模块
		22	10306002	信息技术2	3	54	36	18	3			3				考试	基础模块
		23	10306003	信息技术3	2	36	24	12	4				2			考察	拓展模块
		24	10307001	历史1	4	72	56	16	4				4			考察	基础模块
		25	10307002	历史2	1	18	14	4					1		考察	拓展模块	
		26	10308001	艺术	2	36	24	12	3			2				考察	基础模块
		27	10310001	就业指导	1	18	18	0	4				1			考察	基础模块
		28	10211001	入学教育与军事训练	3	60	20	40	1							考察	集中 2 周
	限选课	1	10314001	中华优秀传统文化	1	18	18	0	5					1		考察	基础模块
		公共基础课合计				65	1170	735	435		12	15	15	13	5		
专业基础课	必修课	1	10324001	零售基础	4	72	28	44	1	4						考试	理实一体化
		2	10324002	商品拍摄与素材编辑	6	108	28	80	1.2	2	2					考试	理实一体化
		3	10324003	电子商务基础	4	72	28	44	1	4						考试	理实一体化
		4	10324004	市场营销	6	108	28	80	1.2	2	4					考试	理实一体化
		专业基础课合计				20	360	112	248		14	6					
专业核心课	必修课	1	10324005	数字化零售运营	4	72	28	44	1.2	4	2					考试	理实一体化
		2	10324006	智慧物流与供应链管理基础	12	216	54	162	4.5				7	5		考试	理实一体化
		3	10324007	网络推广实务	6	108	28	80	3			6				考试	理实一体化
		4	10324008	视觉设计与制作	6	108	28	80	1.2	2	4					考试	理实一体化
		5	10324009	直播运营实务	11	198	42	156	3.4 .5			6	3	2		考试	理实一体化
		6	10324010	新媒体营销	8	144	28	116	5					8		考试	理实一体化
		7	10324011	客户服务	8	144	28	116	5					8		考察	理实一体化
		专业核心课合计				55	990	236	754		4	6	12	10	23		
专业拓展课	选修课	1	10324012	电子商务法律与规范	3	54	19	35	1.2	1	2					考察	理实一体化
		2	10324013	网页设计与制作	3	54	19	35	3.4			2	1			考察	理实一体化
		3	10324014	电子支付与商务安全	3	54	19	35	4.5				2	1		考察	理实一体化
		4	10324015	AI人工智能-视觉篇	2	36	10	26	2		2					考察	基础模块

课程类别		序号	课程代码	课程名称	学分	教学课时			开设学期	教学进程（学期、教学活动周数课堂教学周数、平均周学时）						课程考核	备注
						总计	理论	实践		1学期	2学期	3学期	4学期	5学期	6学期		
										18+4	18+2	18+2	18+2	18+2	19+1		
		5	10324016	AI人工智能-视频媒体篇	2	36	14	22	3			2				考察	拓展模块
		6	10324017	AI人工智能-WEB UI、Compy UI	5	90	33	57	4.5				3	2		考察	拓展模块
		专业拓展课合计			18	324	114	210		1	4	4	6	3			
实践课		岗前实训			6	180	0	180	6						30	考察	
		岗位实习			12	360	0	360	6							考察	
		合计			18	540	0	540									
专业课总合计					113	2034	462	1572		19	16	16	16	26			
专业（技能）课累计学时、占总学时比例					113	2034	462	1572		64.6%							
考试										1	1	1	1	1			每学期考试1次，1次1周
毕业教育活动					2	60											
平均周学时										31	31	31	29	31	30		
学分总计、学时总计					178				3384								
选修课程：学分总计、学时总计、占总学时比例					19	342			10%								
实践性教学：学分总计、学时总计、占总学时比例					71	2187			65%								

总课时实际达到3384学时，公共基础课为1170学时，实践性教学学时为2187，选修课学时为342学时，公共基础课比例占比达35%，实践课时占到教学总时数的65%，选修课占总学时的10%。满足教育部要求的公共基础课学时占总学时的1/3以上，专业技能课约占总学时的2/3，实践性教学占总学时数的50%以上，选修课占总学时不低于10%。

（一）师资队伍

严格按照“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。

1. 队伍结构：学生数与本专业专任教师数比例不高于20：1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于50%，高级职称专任教师的比例不低于20%，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

2. 专业带头人：原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外软件和信息技术服务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师：具有中等职业教育教师资格；原则上具有电子商务、计算机应用等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

4. 兼职教师：主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，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。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学设施

本专业配备校内实训室和校外实训基地。

校内实训室配置如下：

序号	实训室名称	主要实训内容	设备名称	设备主要功能	数量（台/套）
1	电商平台自运营实训室	1. 电子商务实战运营。 2. 电子商务技能竞赛训练。	台式电脑	教学设备	40台
			产品货架	教学设备	5组
			肆物馆实训软件	教学设备	1套
			模拟接待会议桌	教学设备	1套
			美工实训软件	教学设备	40套
			液晶电视	教学设备	2台
			交换机	教学设备	2台
			服务器	教学设备	1台
			实训产品	教学设备	50件
2	直播实训室	1. 真人/无人直播场景的打造 2. 账号打造。 3. 直播电商团队的打造。 4. 主播人设打造。	高清直播摄像头	教学设备	2个
			电子提词器	教学设备	2个
			直播电脑	教学设备	3台
			液晶电视	教学设备	1台
			直播LDE灯	教学设备	2个
			无人直播转盘	教学设备	1个

序号	实训室名称	主要实训内容	设备名称	设备主要功能	数量（台/套）
			无人直播支架灯光套装	教学设备	1组
			无线投屏器	教学设备	1个
			产品货架	教学设备	1组
3	信息技术实训室、电子商务沙盘实训室	1. 电子商务模拟运营。 2. 办公软件的应用。	台式电脑	教学设备	70台
			模拟电商沙盘实训软件	教学软件	1套
			极域多媒体软件	教学软件	1套
4	新媒体运营实训室	1. 视频内容制作与发布。 2. 营销图文制作与发布。 3. 营销文案写作、社群营销执行等。	台式电脑	教学设备	70台
			Pr视频剪辑软件	教学软件	70套
			AE视频制作软件	教学软件	70套
			Nuke视频制作软件	教学软件	70套
			达芬奇视频制作软件	教学软件	70套
			edius影视剪辑软件	教学软件	70套
			剪映专业版软件	教学软件	70套
			极域多媒体软件	教学软件	1套
			交换机	教学设备	7台
5	产品摄影实训室	1. 拍摄不同产品的风格与场景，完成商品预处理； 2. 拍摄商品细节图。 3. 编辑图片，并制作详情图。	作业网盘服务器	教学设备	1台
			小型摄影棚	教学设备	4套
			静物台	教学设备	2套
			四角柔光箱	教学设备	2套
			微缩景观台	教学设备	1套
			产品货架	教学设备	2组
			佳能70D单反	教学设备	2台
			佳能1000D单反	教学设备	1台
			佳能600D	教学设备	1台
			尼康D7000	教学设备	1台
			球形三脚架	教学设备	4套

序号	实训室名称	主要实训内容	设备名称	设备主要功能	数量（台/套）
			折叠背景绿布	教学设备	1套
			台式电脑	教学设备	2台
			彩色打印机	教学设备	1台
			UV打印机	教学设备	1台
			服装道具	教学设备	30套
6	视觉设计实训室	1. 图片处理。 2. 海报设计作 3. 主图制作。 4. 页面设计。	台式电脑	教学设备	70台
			PS美工软件	教学软件	70套
			Ai美工软件	教学软件	70套
			C4D建模电商软件	教学软件	70套
			极域多媒体管理软件	教学软件	1套
			作业网盘服务器	教学设备	1台
7	配音实训室	1. 短视频音 2. 产品详情页与广告配音。 3. 直播与音频引流内容配音	调音台	教学设备	1台
			音响功放设备	教学设备	1套
			台式电脑	教学设备	2台
			话筒	教学设备	4个
			液晶电视屏	教学设备	2台
			Au配音软件	教学软件	1套
8	网络推广实训室	1. 平台内工具推广。 2. 社会化媒体推广。 3. 新媒体推广 4. 网络广告投放等工作内容	台式电脑	教学设备	70台
			网络营销软件	教学软件	70套
			网页设计软件	教学软件	70套
			办公软件	教学软件	70套
			交换机	教学设备	10台
			极域多媒体管理软件	教学软件	1套
			作业网盘服务器	教学设备	1台

校外实习基地拥有郑州小红书仓储中心、郑州逸阳裤业有限公司、郑州亚马逊运营有限公司、河南肆物网络科技有限公司等多家稳定的校外实习基地，其提供的实习岗位涵盖电商运营、直播、全媒体运营、现代物流管理、产品销售、客户服务及产品编辑等当前产业主流技术方向，可接纳一定

规模的学生实习。基地会配足指导教师，对学生的实习进行全程指导与管理，并具备完善的规章制度及安全、保险保障，确保实习生的日常工作、学习与生活得到全面保障。

（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、图书及数字化资源等。

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、新闻传媒、互联网、数据分析、供应链、零售、视觉设计的技术、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。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）学习评价

对学生学习评价的方式方法提出要求和建议。

建立学校、合作企业和其他社会组织等共同参与的教育质量多方互动评价机制，形成多元主体评价与过程评价相结合的分级分层教学质量评价体系，对学生的文化知识、专业知识、专业技能、职业素质、创业能力等多方面进行评价，突出技能和规范标准化及熟练化的考核。

1. 基本素养

评价基本素养主要包括品德素养、团队合作、敬业精神、组织协调等方面。依据学校学生素养评价标准执行，成绩评定由学生课程学习表现结果评价，以及第二课堂成绩单综合评价构成。

2. 专业素养评价

专业素养主要包括文化知识、专业基础、专业技能等方面。主要通过学生课程学习的作业、课堂提问、出勤、考试、技能考核等进行过程评价和结果评价，成绩评定按照平时表现占 40%，期末考试占 60%进行综合评定。

3. 岗位实习评价

岗位实习评价以实习单位为主，通过实习考勤、实习记录、实习报告、实习表现等方面，结合实习指导教师的评价对学生进行综合评价，成绩评定按照学校岗位实习管理规定执行。

（五）质量管理

对专业人才培养的质量管理提出要求。

1. 根据学校专业建设标准，建立校、系两级专业诊断与改进工作机制，成立由企业专家、教育专家和骨干教师组成的专业建设指导委员会，指导专业建设，完善专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 根据学校教学工作规范和主要教学环节标准完善学院教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊改，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律和课堂纪律，强化教学组织功能，定期公开课、示范课等教研活动。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 充分利用评价分析结果有效促进专业建设、课程改革、团队建设和人才培养，针对人才培养过程中存在的问题，制定诊断与改进措施，形成诊改工作机制，持续提高人才培养质量。

（一）通过电子商务专业三年的学习，修完教学计划规定的全部课程及修满规定的学分，成绩合格，并具备较高的思想道德品质和优良的职业素养，同时掌握专业知识和实践技能，准予毕业。

（二）达到培养规格中描述的素质、知识、能力。

（三）鼓励学生获得本专业的国家、行业、企业相关的技能证书，获得国家职业资格证书和职业技能等级证书。

（一）学分奖励与转换制度

为探索建立多种形式学习成果认定机制，提高学生综合素质能力，培养学生创新创业意识，鼓励学生积极参加社会实践、社团活动、科技创新活动、计算机能力考试、普通话等级考试、各级各类专业技能竞赛、创新创业类比赛、职业技能等级考试等，并获取相关证书，通过学校认定的给予学分奖励。

序号	奖励项目	奖励学分	置换课程	说明
1	专业技能竞赛	国家 一等奖：6 二等奖：4 三等奖：2	公共选修课程 专业选修课程	

序号	奖励项目	奖励学分	置换课程	说明
	专业技能竞赛	省级 一等奖：3 二等奖：2 市级 一等奖：2 二等奖：1	公共选修课程 专业选修课程	1. 年度内所有市级以上（含市级）的同类项目，按最高等级学分计算，不累计加分； 2. 技能大赛是指由国家、省、市教育部门组织的技能竞赛； 3. 技能考核是指由市职业教研室组织的技能考核； 4. 国家级职业资格是指国家有关行政部门颁发的技能鉴定证书； 5. 校内竞赛不同学科、不同活动学分可累计，同学期同学科多次活动只取最高学分； 6. 每学期三好学生、优秀班干、优秀团员、优秀团干及其它校级荣誉证书奖励，奖励0.5学分（不累计），省市级以上荣誉按同等次省市级学科竞赛予以奖励，由班主任统计上报教务处。
2	“5+1”及综合职业技能竞赛	同专业技能竞赛	公共选修课程 专业选修课程	
3	学科竞赛	市级 一等奖：2 二等奖：1	公共选修课程 专业选修课程	
4	校内竞赛	校级 一等奖：0.5 二等奖：0.3 三等奖：0.1	公共选修课程 专业选修课程	
5	评优表先	国家：3 省级：2 市级：1 校级：0.5	公共选修课程 专业选修课程	
6	技能考核	合格：2	公共选修课程 专业选修课程	
7	国家级职业资格	高级：6 中级：2	公共选修课程 专业选修课程	
8	校内各类竞赛	一等奖：0.5 二等奖：0.3 三等奖：0.1	公共选修课程 专业选修课程	
9	职业技能等级证书	2-4	专业必修课程、 专业选修课程	获取1个职业技能等级证书置换2学分，最多置换4学分。
10	普通话等级证书	1-3	公共选修课程	二级乙等置换1学分；二级甲等2学分；一级乙等转换3学分。

上述10个方面的学分可以累计，但每个方面的奖励学分只能计算一次，同一项目中有多个符合奖励条件者，取该项奖励学分的最高值。

（二）方案设计说明与审定程序

1. 设计说明

按照“专业调研→提炼专业岗位→岗位能力分析→岗位知识结构（关键知识、相关知识、拓展知识）分析→实训环节”设计思路，遵循将职业素质教育贯穿于专业人才培养全过程的原则，考虑职业教育与终身学习对接，分析专业所需开设的课程。

2. 审定程序

（1）教务处对各专业人才培养方案制（修）订的总体原则、形式、结构完整负责在人才培养方案制（修）订过程中协助各系部开展工作，并协调全校各专业公共类课程的教学安排。

（2）各专业由专业带头人负责对专业人才培养方案提出具体制（修）订意见与初步方案。

（3）教研室主任负责组织教研室成员集体讨论形成初稿。

（4）各系部组织专业建设指导委员会（含企业专家）对专业人才培养方案进行初审。

（5）教务处组织校内专家组进行论证。

（6）学校党组织会议审定。

（7）报上级教育行政部门备案。

（8）通过学校网站等向社会公开，接受全社会监督。