

南京市中等职业学校实施性人才培养方案

年 级 2026级

学考专业类别 商务营销类（代码：14）

专 业 名 称 网络营销

专 业 代 码 730704

专业(技能)方向 网店推广与销售

学 制 三 年

招 生 对 象 初中应届毕业生

学 校（盖章）南京中华中等专业学校



填报日期 2026 年 3 月 8 日

南京中华中等专业学校

2026 级网络营销专业实施性人才培养方案

一、专业与专门化方向

专业类别：商务营销类（代码：14）

专业名称：网络营销（专业代码：730704）

专门化方向：网店推广与销售

二、入学要求与基本学制

入学要求：初中应届毕业生

基本学制：3 年

三、培养目标

本专业落实立德树人根本任务，注重学生德智体美劳全面发展，培养具有良好的职业品质和劳动素养，掌握跨入商务服务行业所必需的基础知识与通用技能，以及本专业对应职业岗位所必备的知识与技能，能胜任网店推广与销售以及相应服务、管理等一线工作，具备职业适应能力和可持续发展能力的高素质劳动者和复合型技术技能人才。

四、职业面向

主要职业（代码）	职业资格或职业技能等级要求	继续学习专业	
营销员 （4-01-02-01） 电子商务师 （4-01-02-02） 客户服务管理员 （4-07-02-03）	电子商务师 （中级） 互联网营销师 （中级） 网店运营推广 （初级） 电子商务数据分析（初级）	高职： 电子商务、移动商务、网络营销与直播电商、市场营销商务数据分析与应用等	本科： 电子商务、跨境电子商务、市场营销等

五、培养规格

（一）综合素质

1. 树立正确的世界观、人生观、价值观，具有良好的思想政治素质，坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感，砥砺强国之志、实践报国之行。

2. 具有社会责任感，履行公民义务，行使公民权利，维护社会公平正义。具有较强的法律意识和良好的道德品质，遵法守纪、履行公民道德规范和中职生行为规范。

3. 具有扎实的文化基础知识和较强的学习能力，具有从事商务服务和营销工作的情怀，为专业发展和终身发展奠定坚实的基础。

4. 具有理性思维品质，崇尚真知，能理解和掌握基本的科学原理和方法，能运用科学的思维方式认识事物、解决问题、指导行为。

5. 具有良好的心理素质和健全的人格，理解生命意义和人生价值，掌握基本运动知识和运动技能，养成健康文明的行为习惯和生活方式，具有健康的体魄。

6. 具有一定的审美情趣和人文素养，了解古今中外人文领域基本知识和文化成果，能够通过 1~2 项艺术爱好，展现艺术表达和创意表现的兴趣和意识。

7. 具有积极劳动态度和良好劳动习惯，具有良好职业道德、职业行为，形成通过诚实合法劳动创造成功生活的意识和行为，在劳动中弘扬劳动精神、劳模精神和工匠精神。

8. 具有正确职业理想、科学职业观念和一定的职业生涯规划能力，能够适应社会发展和职业岗位变化。

9. 具有良好的社会参与意识和人际交往能力、团队协作精神。热心公益、志愿服务，具有奉献精神。

10. 具备质量意识、环保意识、安全意识、创新思维。

（二）职业能力（职业能力分析见附录）

1. 行业通用能力

（1）了解商务服务行业相关的政策和法规，以及现代营销和商务信息技术服务等发展趋势，能及时关注商务营销领域的新业态和新模式。

（2）掌握市场营销 4PS 等基本理论知识和一般商务洽谈技巧，具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力，能从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作。

（3）掌握电子商务的基本类型和特点，以及电子商务运营的一般技能和具体运营流程，具备线上沟通协作和赢得客户的能力，会正确建立和处理客户关系，能利用电话、网络等工具联络客户。

(4) 了解商务数据的主要来源和财务基础知识，能运用采集工具对商务数据进行初步整理分析，会进行基本的会计核算。

(5) 爱岗敬业，诚实守信，热情主动，具有团队合作精神和强烈的服务意识。

2. 专业核心能力

(1) 掌握电子商务及其技术原理，能合理运用网络技术、营销技术、支付技术等开展电子商务活动，并能利用数据分析工具对不同运营周期的数据进行分析。

(2) 了解网络消费者购买商品的心理过程，会根据消费者个性、心理特征和社会文化等方面影响因素，引导网络消费购买行为，具备消费心理分析能力。

(3) 掌握网店设计的方法与技巧，能用精美的图文传递产品的信息，并能根据网站后台数据，挖掘消费者的浏览习惯和点击需求。

(4) 掌握物流各功能要素的含义及功能，能根据货物情况合理配置物流活动各环节，能运用物流技术解决物流实践活动中的问题。

(5) 掌握各种网络推广工具的使用方法和技巧，能根据企业实际需求合理选择推广工具，制定网络推广方案，并能通过社交媒体进行网络推广。

3. 职业特定能力

网店推广与销售：掌握网络信息采集、筛选、整理的方法，能根据企业营销方案进行网店推广与营销，能利用网店数据分析工具对网店核心数据进行分析，具有网店商品发布与管理能力，具有网店日常运营与管理能力。掌握网店客户接待与沟通的技巧，能判断顾客购买意图，并善于用合适的推介方法及准确的语言完成销售流程，具有提高客户满意度与忠诚度的能力，具有对客户关系数据进行管理与分析能力。

4. 跨行业职业能力

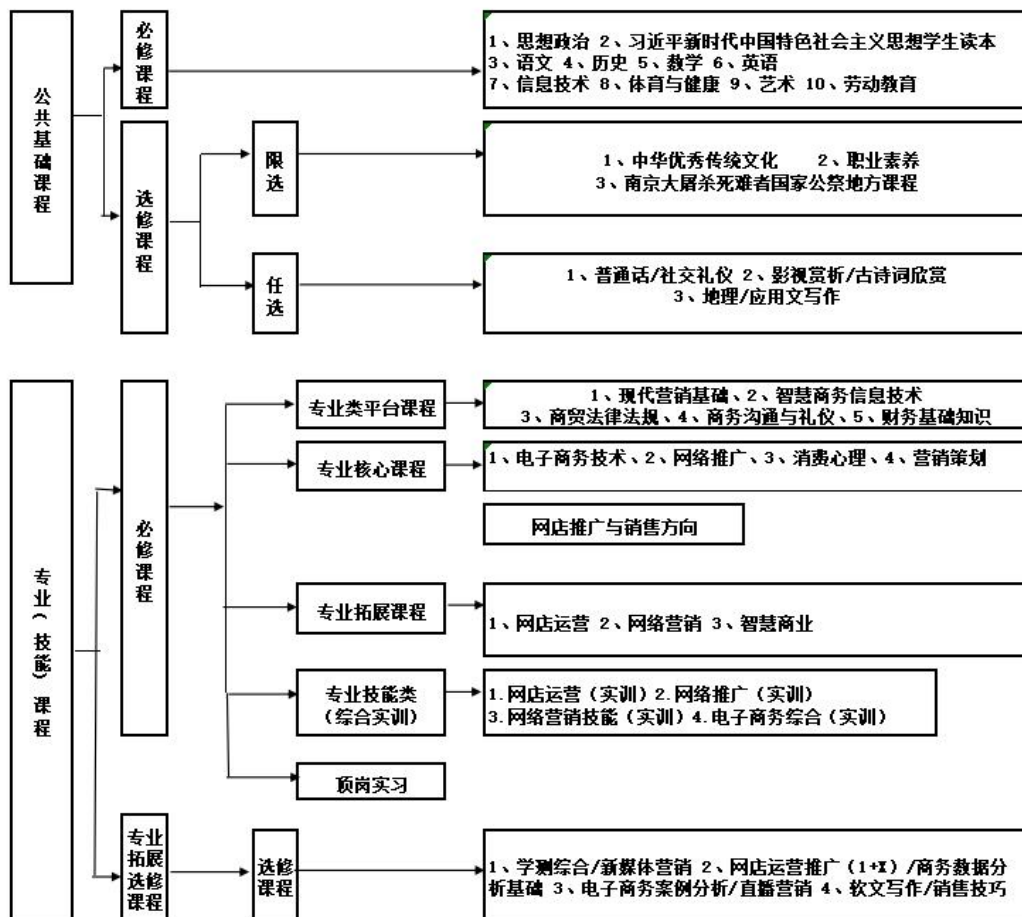
(1) 具有适应岗位变化的能力，能根据职业技能等级证书制度，取得跨岗位职业技能等级证书。

(2) 具有创新创业能力。

(3) 具有一线生产管理能力。

六、课程设置及教学要求

(一) 课程结构



（二）主要课程教学要求

1. 公共基础课程教学要求

课程名称	教学内容及要求	学时
思想政治	执行教育部颁布的《中等职业学校思想政治课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。学校结合办学特色、专业情况和学生发展需求，增加36学时的任意选修内容（拓展模块），相应教学内容依据课程标准，选择确定为就业与创业指导	180
语文	执行教育部颁布的《中等职业学校语文课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。学校结合专业情况和学生发展需求，依据课程标准，在部颁教材中选择确定基础模块和职业模块的教学内容	206
历史	执行教育部颁布的《中等职业学校历史课程标准》和省	72+

	有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。具体教学内容依据课程标准，在部颁教材中选择确定为基础模块（中国历史和世界历史）	（18）
数学	执行教育部颁布的《中等职业学校数学课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合，综合考虑专业情况和学生发展需求，依据课程标准，将选择确定基础模块和拓展模块一为教学内容	172
英语	执行教育部颁布的《中等职业学校英语课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。综合考虑专业情况和学生发展需求，依据课程标准，选择确定基础模块和职业模块为教学内容	172
信息技术	执行教育部颁布的《中等职业学校信息技术课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。具体教学内容依据课程标准选择确定为基础模块	108
体育与健康	执行教育部颁布的《中等职业学校体育与健康课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。具体教学内容依据课程标准选择确定为基础模块和拓展模块一。学校结合教学实际、学生发展需求，在课程标准的拓展模块二中选择不低于36学时的教学内容	180
艺术	执行教育部颁布的《中等职业学校艺术课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其教学内容依据课程标准选择确定为基础模块（音乐鉴赏与实践18学时和美术鉴赏与实践18学时）	36
劳动教育	执行中共中央国务院发布的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》相关要求，劳动教育以实习实训课为主要载体开展，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育18学时	18

2. 主要专业（技能）课程教学要求

（1）专业类平台课程

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
现代营销基础 (100学时)	(1) 现代营销认知; (2) 环境调查分析; (3) 消费心理入门; (4) 目标市场探寻; (5) 产品策略分析; (6) 价格应对调整; (7) 渠道模式采用; (8) 线下线上促销	(1) 了解营销的产生和发展过程, 了解传统商品交易和电子商务交易过程的三个阶段、四个基本“流”, 以及人类商品交易模式的变化; (2) 理解市场、市场营销、营销组合的概念, 能辨析各种营销观念的特征; 掌握电子商务的定义, 了解其功能特性、系统构成, 能区分传统商务与电子商务; (3) 了解营销观念的新发展类型, 以及电子商务的发展趋势; 了解移动电子商务的概念、特点及服务内容; 了解跨境电子商务的概念及分类; (4) 了解市场营销环境的概念及特性, 能区分宏观环境与微观环境, 理解环境因素对企业营销活动的影响; 理解寻求市场机会的方法与途径, 了解调节市场需求的策略; (5) 了解市场调查的概念和种类, 理解市场调查的重要性, 熟悉市场调查的基本流程; (6) 了解营销心理发展的四个阶段, 以及消费者购买商品的心理过程, 理解其需要和动机; 了解消费者购买行为的模式及影响因素, 理解消费者购买决策过程; (7) 了解市场细分的概念和意义, 理解细分的依据及有效条件; 了解市场择优的评价标准和具体战略, 了解市场定位的概念和步骤; (8) 理解产品策略的含义, 掌握产品的组合与品牌策略; 了解包装策略, 理解产品生命周期策略、新产品开发和推广策略等; (9) 理解价格策略的含义, 了解产品定价的目标、方法和具体策略, 以及初识价格变动的措施; (10) 理解分销渠道的含义, 能辨析消费者与生产者市场的不同分销形式, 能区分渠道的长度和宽度策略; 了解中间商的类型, 理解影响分销渠道选择的因素; (11) 理解商务模式的概念及特征, 掌握B2B、B2C、C2C、O2O电子商务模式的概念、分类、运作流程及赢利模式; (12) 理解促销策略的含义, 掌握促销的作

		用，了解线下线上促销的方式、特点和内容
智慧商务信息技术 (72学时)	(1) 网络商务信息概述； (2) 商务文字信息采集与处理； (3) 商务图片信息采集与处理； (4) 商务视频拍摄与处理； (5) 商务网站设计与制作； (6) 商务数据分析与应用	(1) 了解网络商务信息的概念和类型，掌握网络商务信息的特点和分级； (2) 了解商务文档的排版格式，能使用搜索引擎等工具收集商务文字信息，能用Word工具对商务文字进行排版设计，制作商业文书； (3) 了解数码相机的基本操作技巧，能利用数码相机采集商务图片信息，了解Photoshop等常用图像处理软件的功能和特点，掌握商务图片合成与处理的方法，能对商务图片进行优化处理； (4) 了解商务平台对商品视频的要求，能正确选择拍摄器材与处理软件，掌握视频拍摄与剪辑技巧，能按照电子商务平台对视频的要求，完成商品视频的拍摄和处理工作； (5) 了解商务网站的风格及特点，掌握网页设计与制作软件的使用方法，熟悉商务网页布局、制作、美化修饰的方法和技巧； (6) 了解商务数据分析的基本概念和方法，了解商务数据的主要来源，熟悉商务数据的采集工具，掌握商务数据采集方法，能对商务数据进行清洗，能运用Excel等工具对商务数据进行统计与分析
商贸法律法规 (72学时)	(1) 法律基础知识； (2) 中华人民共和国消费者权益保护法； (3) 中华人民共和国商标法； (4) 中华人民共和国反不正当竞争法 (5) 中华人民共和国产品质量法； (6) 中华人民共和国广告法； (7) 中华人民共和国价格法； (8) 商贸常用法律法规	(1) 了解法的概念与特征，理解法律的效力范围，以及解中国特色的社会主义法律体系构成； (2) 了解消费者的权利和经营者的义务，以及国家对消费者合法权益的保护；了解消费者的构成，掌握消费者和经营者发生消费者权益争议的解决途径； (3) 理解商标的概念和种类，了解不能作为商标、注册商标使用的标志；了解商标专用权人的权利，以及商标权的法律保护； (4) 掌握不正当竞争行为的概念，了解不正当竞争行为的内容，以及对涉嫌不正当竞争行为调查采取的措施； (5) 了解生产者、销售者的产品质量责任和义务，以及相关的损害赔偿条款； (6) 了解广告的内容准则和行为规范； (7) 了解经营者的价格行为和政府的定价行为，理解中华人民共和国价格法中的商品价格和服务价格的区别，了解市场调节

		价、政府指导价和政府定价的概念； (8) 了解民法典（第三编合同）、公司法、劳动法、社会保险法、劳动合同法、环境保护法等法律法规，理解其中的概念、种类及其应用等
商务沟通与礼仪 (64学时)	(1) 语言沟通； (2) 非语言沟通； (3) 书面沟通； (4) 商务形象礼仪； (5) 商务交际礼仪； (6) 商务通信礼仪； (7) 商务仪式礼仪； (8) 涉外商务礼仪	(1) 能根据不同的时间点、不同的沟通对象，选择合适的沟通话题，培养礼貌待人、真诚待人的沟通习惯；熟悉商务推销的步骤和常用技巧；了解商务谈判的概念、特征、原则，能运用商务谈判的策略和技巧进行商务谈判； (2) 了解非语言沟通的概念、特点、表现形式及作用，了解目光、微笑、手势等体态语言，会用体态语言来表情达意； (3) 了解书面沟通的概念及优缺点，掌握商务文书的种类以及常用商务文书的写作技巧，能进行常用商务文书的写作； (4) 具有一定的审美能力，能结合自身特点修饰仪容仪表，注重自身形象塑造，具有良好的职业形象； (5) 掌握现代商务场合中通用的问候、介绍、握手、名片、接待、拜访、馈赠等礼仪规范，会以正确的方式表达对别人的尊重；了解宴请的程序和规范，能得体地遵守中西餐宴会礼节； (6) 能使用电话、手机、短信、网络等手段，有礼貌地进行商务沟通； (7) 了解签约、剪彩、庆典等仪式活动的基本程序和礼仪规范； (8) 了解东西方文化及礼仪差异，了解主要国家礼仪风俗及禁忌，能在涉外商务往来中遵守基本礼仪规范
财务基础知识 (72学时)	(1) 会计概述； (2) 会计科目和会计账户； (3) 复式记账与借贷记账法； (4) 企业主要经济业务核算； (5) 会计凭证填制与审核； (6) 会计账簿设置与登记； (7) 财产清查；	(1) 了解会计的产生与发展，掌握会计的概念与基本职能，理解会计的目标与任务； (2) 理解会计对象、会计要素、会计恒等式、会计科目、账户等基本含义；理解会计日常工作，掌握会计要素的确认，以及账户的结构与分类； (3) 理解复式记账法、借贷记账法、会计分录等基本含义，会进行试算平衡，掌握会计分录的编制要领； (4) 熟悉企业的主要经济业务类型，理解各账户的核算内容，会设置账户及核算主要经济业务；

	(8) 会计报表编制； (9) 企业资金经营与管理体验	(5) 理解会计凭证、原始凭证、记账凭证的含义和内容，会填制原始凭证和记账凭证； (6) 理解建立会计账簿的意义，了解会计账簿的基本内容，掌握建账步骤和登记账簿的具体方法； (7) 理解财产清查的概念，了解其意义、种类和清查内容；了解永续盘存制和实地盘存制的含义，以及财产清查的基本程序和不同种类财产清查的方法； (8) 理解财务报表的含义、作用和分类，掌握财务报表编制的基本要求；理解资产负债表与利润表的编制基础和结构，能根据数据计算出经营成果； (9) 会运用企业财务软件或企业运营软件，熟悉企业资金的周转环节，体验资金经营与管理
--	---	--

(2) 专业核心课程

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
电子商务技术 (72 学时+实训 1 周)	(1) 电子商务技术基础； (2) 网络技术基础； (3) 电子商务网站开发； (4) 网络营销技术； (5) 电子商务支付技术； (6) 电子商务安全技术； (7) 移动电子商务技术； (8) 大数据技术应用	(1) 了解电子商务技术概念，理解电子商务系统技术架构； (2) 了解计算机网络的定义和功能，掌握 IP 地址、域名、电子邮件、浏览器等概念，理解 EDI 商务的相关概念及常用标准； (3) 了解企业电子商务网站的类型，掌握电子商务网站开发的流程； (4) 熟悉网络营销的方式方法，掌握网络营销的技术； (5) 掌握网络银行、电子货币、第三方支付等支付技术，完成安全的网上支付； (6) 了解电子交易安全的重要性，掌握数据加密、数字签名及防火墙技术； (7) 掌握移动电子商务的基本概念，以及移动通信技术及移动识别技术； (8) 能利用数据分析工具对不同运营周期的客户相关数据进行分析，明确网店的客户人群画像，利用选品分析工具，筛选并确定目标商品；能利用商品定价模型，对商品进行定价
网络推广 (72 学时+实训 1 周)	(1) 网络推广认知； (2) 网络推广	(1) 了解网络推广的概念、分类，理解网络营销和网络推广的区别和联系； (2) 理解网络推广方案的概念，熟悉网络推广

	方案； (3) 搜索引擎推广； (4) 微信推广； (5) 微博推广； (6) 网络直播推广； (7) 其他推广渠道	方案的内容，掌握网络推广方案的步骤； (3) 熟悉 SEO 基础知识和工具，掌握网络诊断的基本方法，会进行网站结构与页面优化，了解各大搜索引擎竞价广告； (4) 了解微信营销的定义、特点，熟悉微信营销的策略，掌握微信内容的撰写技巧，会利用微信推广及进行效果评估； (5) 理解微博营销定义及优缺点，掌握微博营销推广的方法，能参与热门话题、创建话题； (6) 了解网络直播推广的概念，掌握网络直播推广的分类，能实施网络直播推广的策划内容，能使用各种直播工具进行推广； (7) 熟悉邮件推广、SNS 推广及软文推广、视频网站推广等其他网络推广工具的推广方法，能通过社交媒体进行产品推广
消费心理 (72 学时)	(1) 消费心理学概述； (2) 消费者个体认知； (3) 消费者个性心理与购买决策； (4) 社会文化与消费行为； (5) 营销组合与消费心理； (6) 营销传播与消费心理	(1) 了解消费心理学的研究意义，掌握消费心理学的概念、研究对象和研究内容，了解消费心理学研究方法的意义和作用； (2) 了解消费者的感觉与知觉、记忆与学习、情感与态度、想象与思维，掌握其规律、影响因素和特点； (3) 了解消费者的个性的含义、构成部分，掌握消费者个性心理特征与消费行为的差异； (4) 了解消费者的气质、性格特征规律，了解消费者的能力、兴趣、需求在购买行为中的作用； (5) 掌握消费者的需要层次和购买动机的类型，掌握购买决策过程及影响因素； (6) 掌握社会群体对个体消费行为的影响，了解社会阶层及家庭生命周期； (7) 掌握文化对消费行为的影响，了解时尚的特征，以及消费习俗、人口特征、购买情境对消费心理及消费行为的影响； (8) 了解商品命名、品牌包装的心理功能，了解价格、渠道、促销对消费心理的影响； (9) 了解口头传播的概念，能根据口头传播的特征开展营销活动，了解意见领袖传播的特征
营销策划 (90 学时)	(1) 营销策划认知； (2) 营销策划的主题和目的； (3) 营销策划的对象、场所和	(1) 掌握营销策划的含义、原则，了解营销策划的主要类型，理解策划方案的写作要求； (2) 理解撰写推广策划文案的主题原则，了解以产品类型为主题、以特定节假日为主题、以季节特点为主题的三种方法； (3) 理解不同时期的推广目标，区分新产品与

	时间； （4）营销策划的内容； （5）营销策划的运作； （6）注意事项及费用预算； （7）广告文案认知； （8）广告文案策划；	老产品的推广目的差异； （4）理解推广对象的界定、推广场所和时机的选择； （5）掌握常规的推广手段，理解创新的推广方式； （6）了解推广工具的类型和现场布置要点，明确活动部门及人员的分工； （7）了解商品推广期间的注意事项，以及对活动现场的控制要求； （8）掌握推广活动费用预算的各模块构成； （9）理解广告媒体的类型、优缺点、适用性，了解广告诉求的定义、方法； （10）掌握广告文案撰写中对标题、正文、附文、口号的要求
--	--	---

（3）专业拓展课程

网店推广与销售方向

课程名称 (学时)	主要教学内容	能力要求
网店运营 (96 学时+实训 1 周)	（1）网上开店概述； （2）商品发布与管理； （3）商品图片拍摄与处理； （4）网店的设计与装修； （5）网店日常运营与管理； （6）网店推广与营销； （7）网店运营数据分析	（1）了解常见的网店平台及网上开店的流程，掌握商品的供货渠道，掌握商品的价格制定策略，了解店铺定位方法； （2）了解商品发布的流程，掌握商品标题设置技巧，掌握商品主图优化方法，能根据商品特性撰写商品描述，能对商品进行有效管理； （3）掌握商品拍摄、后期处理的方法和技巧，能制作商品展示图片； （4）了解网店装修的内容及方法，掌握店铺首页风格、布局设计技巧，能完成主要模块区域设计，能从消费者角度设计宝贝详情页、促销海报； （5）了解网店交易管理的内容，能根据订单的交易状态进行交易管理，了解大型电商企业仓库管理方法，能根据自身情况选择快

		递公司；掌握网店客服沟通技巧，掌握售后投诉处理方式； （6）了解搜索引擎的工作原理和影响因素，掌握宝贝排名优化方法和技巧，掌握直通车推广的基本原理，掌握活动申报方法和技巧； （7）了解网店运营数据分析的意义和流程，掌握网店运营数据分析的核心数据，熟悉常用的网店数据分析工具
网络营销 (72 学时+实训 1 周)	（1）网络营销认知； （2）网络营销渠道（电商、新媒体、社群）； （3）线上内容创作与发布； （4）网络推广基础（SEO、平台投放）； （5）直播与短视频营销入门； （6）网络客户沟通与转化； （7）网络营销效果初步分析； （8）网络营销合规与风险防范。	（1）了解网络营销的概念、发展历程，能区分传统营销与网络营销的核心差异； （2）理解网络营销的核心渠道（电商平台、新媒体、社群），能识别各类渠道的特点与适用场景； （3）掌握基础线上内容（图文、短视频脚本）的创作方法，能完成简单内容的编辑与发布； 了解 SEO 基础、平台推广逻辑，能开展简单的线上推广操作； （5）了解直播、短视频营销的基本流程，能协助完成基础直播运营与短视频发布工作； （6）掌握网络客户沟通的基本技巧，能应对简单咨询，助力客户转化； （7）了解网络营销数据（流量、转化）的基本含义，能完成简单的效果复盘与分析； （8）了解网络营销相关法律法规，能规避基础营销违规行为，防范营销风险。
智慧商业 (64 学时)	（1）智慧商业基础认知：定义、发展历程、核心特征，传统商业与智慧商业的区别，智慧商业的核心价值与行业应用场景。 （2）智慧商业核心技术：	（1）知识应用能力：掌握智慧商业的核心概念、技术底座与商业模式，能清晰区分传统商业与智慧商业的差异。 （2）工具操作能力：能熟练运用智慧商业相关工具（数据平台、

	大数据、人工智能(AIGC)、物联网、云计算等基础技术的商业应用逻辑，技术与商业场景的结合要点。 (3) 数智化商业模式：企业数字化转型路径，平台化、内容电商、即时零售等创新商业模式，商业计划书基础撰写。 (4) 数智化运营实务：智能选品、智慧定价、智能营销(AIGC 内容生产、精准投放)、数字化客户管理(私域运营、智能客服)。 (5) 智慧商业工具实操：主流数据平台(生意参谋、罗盘)、AI 工具(文心大模型等)的基础操作，数据看板核心指标解读。 (6) 安全与合规：数据隐私保护、电商平台规则、商业伦理与网络安全基础。 (7) 综合实训：智能选品报告、直播策划、私域增长方案等任务实操，模拟店铺数智化运营全流程。 (8) 案例分析：头部企业智慧商业实践案例拆解，总结行业经验与应用技巧。	AI 工具)，完成基础数据解读与实操任务。 (3) 实操落地能力：能独立完成智能选品、简单营销策划、私域运营等基础实训任务，具备数智化运营初步能力。 (4) 分析与优化能力：能结合数据指标，分析推广、运营效果，提出基础优化建议。 (5) 合规与职业素养：遵守数据安全、商业伦理及平台规则，具备良好的职业素养与协作能力。 (6) 创新与适应能力：了解智慧商业行业前沿趋势，能适应数智化商业环境的发展变化。
--	---	--

七、教学安排

(一) 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：综合实践教学及教育活动周数		
一	20	18	1 (军训) 1 (入学教育及专业认知实习)	1	1
二	20	18	/	1	1
三	20	18	/	1	1
四	20	18	/	1	1

五	20	18	1(网店运营实训)	1	1
			1(社会实践活动)		
六	20	20	12(岗位实习)	/	/
			2(网络推广实训)		
			2(网络营销技能实训)		
			2(电子商务综合实训)		
			2(毕业考核、毕业教育)		
总计	120	110	24	5	5

技能训练项目安排表

序号	技能训练项目名称	课时数	学期	校历周	教学条件及设施	地点	考核目标与要求
1	网店运营实训	30	5	7	计算机、多媒体设备	电子商务实训室1	认知岗位职责，实践网店装修、产品策划、运营推广、客户服务、仓储物流。
2	网络推广实训	60	6	1-2	计算机、多媒体设备	电子商务实训	掌握网络推广基础方法与平台操作，具备文案编辑、渠道投放、数据简单分析及推广方案落地的实操能力。
3	网络营销技能实训	60	6	3-4	计算机、多媒体设备	电子商务实训	掌握网络营销实操技能，能运用多平台完成推广策划、内容创作、运营执行与数据分析，规范完成实训任务并提交成果，提升数字化营销综合实践能力。
4	电子商务综合实训	60	6	5-6	计算机、多媒体设备	电子商务实训	掌握电商全流程操作技能，能独立完成店铺运营、商品管理、营销推广及数据分析等实训任务，夯实电商综合实践与岗位适配能力。

考证安排表

编号	证书名称	考证时间 (学期)	发证部门	证书等级	备注
1	全国计算机等级考试	3	教育部考试中心	一级	
2	普通话水平测试等级证书	4	南京市语委	三级甲等以上	
3	电子商务师证书	5	工业和信息化部人才交流中心	中级证书	
4	1+X 网店运营推广	5	北京鸿科经纬科技有限公司	初级	
其它					

(二) 教学进程安排

网络营销 专业实施性教学进程表

课程类别	课程性质	课程名称		学时数		课程教学各学期周\学时										考核方式			
				总学时	学分	一		二		三		四		五		六		考试	考察
						18周		18周		18周		18周		18周		20周			
						16	2	18	0	18	0	18	0	16	2	20			
公共基础课程	必修课程	思想政治	中国特色社会主义	36	2	2											√		
			心理健康与职业生涯	36	2			2									√		
			哲学与人生	36	2					2							√		
			职业道德与法治	36	2						2						√		
			就业与创业指导	36	2								2				√		
		习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本	18	1	1											√			
		语文	206	12	3		3		2		2		2			√			
		历史	72	4	2		2									√			
		数学	172	10	2		2		2		2		2			√			
		英语	172	10	2		2		2		2		2			√			
		信息技术	108	6	3		3									√			
		体育与健康	180	10	2		2		2		2		2			√			
		艺术（音乐、美术）	36	2	1		1										√		
		劳动教育	18	1	1												√		
	限定选修课程	中华优秀传统文化	18	1	1												√		
		职业素养	18	1								1					√		
		南京大屠杀死难者国家公祭地方课程	4	0.5					总4								√		
	选修课程	普通话/社交礼仪	32	2							2						√		
		影视赏析/古诗词欣赏	32	2	2												√		
		地理/应用文写作	32	2					2								√		

			公共基础课程小计		1298	74.5	22	0	17	0	12	0	12	0	11	0	0	0		
专业 技能 课程	专业类平台课程		必修课程	现代营销基础	100	6	4		2									√		
				智慧商务信息技术	72	4						4					√			
				商贸法律法规	72	4			4								√			
				商务沟通与礼仪	64	4	4										√			
				财务基础知识	72	4			4								√			
	专业核心课程		必修课程	电子商务技术	72	4				4								√		
				网络推广	72	4						4						√		
				消费心理	72	4					4							√		
				营销策划	90	5						5						√		
				专业拓展课程	网店推广与销售方向	必修课程	网店运营	96	6									6		
	网络营销	72	4								4							√		
	智慧商业	64	4											4				√		
	综合实训		必修课程	网店运营（实训）	30	2										1周			√	
				网络推广（实训）	60	4											2周		√	
				网络营销技能（实训）	60	4											2周		√	
				电子商务综合（实训）	60	4											2周		√	
	专业拓展选修课程		选修课程	学测综合/新媒体营销	48	3									3				√	
				商务数据分析基础/网店运营推广（1+X）	72	4							4							√
电子商务案例分析/直播营销				64	4									4					√	
软文写作/销售技巧				54	3					3									√	
岗位实习		必修课程	顶岗实习	360	18												12周		√	
专业（技能）课程小计					1726	96	8	0	10	0	15	0	17	0	17	1周	18周			
其他 教育 活动	入学教育与专业认知实习				30	1		1周												
	军训				30	1		1周												
	毕业考试（考核）、毕业教育				60	2										2周				
	社会实践活动				30	1									1周					
	其他教育活动小计				150	5		2周								2周	20周			

合 计		3174	175.5	30	2周	27	0	27	0	29	0	28	2周	20周		
课时数比例	公共基础课程	40.89%														
	专业技能课程	59.11%														
	任选（综合课程）	10.76%														
备注：																
1. 公共基础课中思想政治、历史、信息技术、体育与健康、劳动教育、艺术等课程因综合实训被冲学时利用选修课、自习课、讲座等形式补齐；																
2. 学生在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等，按照学校相关规定奖励学分。																

八、实施保障

（一）师资条件

1. 师德师风

热爱职业教育事业，具有职业理想、敬业精神和奉献精神，践行社会主义核心价值观价值体系，履行教师职业道德规范，依法执教。立德树人，为人师表，教书育人，自尊自律，关爱学生，团结协作。在教育教学岗位上，以人格魅力、学识魅力、职业魅力教育和感染学生，因材施教、以爱育爱，做学生职业生涯发展的指导者和健康成长的引路人，展示出默默奉献的职业精神，争做“四有”好老师。

2. 专业能力

（1）专业带头人黄超，高级讲师，工商管理专业，硕士学位，主讲《电子商务概论》《电商案例分析》和《市场营销》等课程。曾获区政协优秀个人等荣誉称号，具有较强的实践能力，能够组织和指导校企合作工作，较好地把握国内外互联网及相关服务、批发业、零售业等行业的发展，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，主持开展现代学徒制的探索工作，社会服务能力强，在本专业发展中起引领作用。

（2）学校网络营销专业师资力量充足，专业专任教师13人，专任教师中双师素质型教师11人，占全体专业课教师85%。高级职称3人，硕士学位3人。总体是一支专业能力较强、职称和年龄相对合理、专兼结合的师资队伍，能够整合校内外优质人才资源，建立定期开展专业教研机制。多位教师在江苏省职业学校技能大赛、教学大赛中获得奖项。教师能够开展教学改革和科学研究，参与省市多项课题研究，在省级以上期刊发表多篇论文。近5年累计不少于6个月的企业实践经历。

（3）兼职教师主要来自博西家电电商导购部门、江苏思贝等知名企业，是公司的高层管理人员，均具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关职称，在课程教学、实习、实训和学生职业发展规划方面能给予一定指导。

序号	类型	姓名	性别	学历	专业技术职务	所学专业	任教课程	职业资格证书或非教师系列职称
1	专任教师	黄超	男	硕士	高级讲师	工商管理	电子商务案例分析	营销师
2	专任教师	周俐萍	女	硕士	副教授	经济学	现代营销基础	高级会计师、高级经济师
3	专任教师	张亚男	女	本科	高级讲师	统计学	会计	助理电子商务师

4	专任教师	朱颖颖	女	硕士	讲师	艺术设计	网店美工	商业美术师
5	专任教师	孔运帷	女	本科	讲师	会计学	现代营销基础	二级电子商务师
6	专任教师	何玲	女	本科	讲师	经济学	软文营销	助理电子商务师
7	专任教师	杨艳秋	女	本科	讲师	财务管理	会计	助理会计师
8	专任教师	朱亚京	女	本科	助理讲师	国际贸易	电子商务概论	网络营销师
9	专任教师	孙梦笛	女	本科	助理讲师	会计	商贸实务	助理会计师
10	专任教师	王涵莹	女	本科	助理讲师	市场营销	电商直播	1+x 网店运营培训师
11	专任教师	弓丽莉	女	本科	助理讲师	经济管理	网店运营	1+x 网店运营初级
12	专任教师	戴娅婷	女	本科	中学二级	财务管理	电子商务概论	助理电子商务师
13	专任教师	王永健	男	本科	助理讲师	电子商务	电子商务技术	助理电子商务师
14	兼职教师	笪敏敏	女	本科	兼职教师	人力资源管理	新媒体营销	
15	兼职教师	孙溪	女	本科	兼职教师	电子商务	客户关系管理	

3. 团队建设

由校内专任教师和企业专家合作组成校企教学创新团队，其中校内专任专业教师与在籍学生之比为 1:18，双师素质教师占专业教师比例达 90%，高级教师占 36%，从企业聘请的兼职教师占教学团队成员比例约为 20%。

（二）教学设施

1. 专业教室

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 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。具有体现行业特征、专业特点、职业精神的文化布置。

2. 实训实习基本条件

（1）校内实习实训基本条件

实训室名称	主要设备名称	数量 (台/套)	规格和技术的特殊要求
-------	--------	-------------	------------

电子商务运营实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板（或投影设备和音响设备）	1	/
	学生用计算机	40	/
	电子商务运营平台	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
客户服务实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板（或投影设备和音响设备）	1	/
	学生用计算机	40	/
	话务耳机	40	降噪
	CRM教学软件	1	/
	客服实训软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
网络营销实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板（或投影设备和音响设备）	1	/
	学生用计算机	40	/
	网络营销软件	1	/
	CRM软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
市场营销实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板（或投影设备和音响设备）	1	/
	学生用计算机	40	/
	市场营销模拟软件	1	/
	客户管理软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
	模拟实景	1	/
模拟商务谈判实训室	智慧黑板（或投影设备和音响设备）	1	/
	录播系统	1	/
	笔记本电脑	10	/
	谈判场景	1	/
	商务谈判模拟软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室

根据本专业人才培养目标的要求及课程设置的需要，按每班 40 名学生为基准，校内实训室配置如下：

（2）校外实习实训基本条件

学校与博西家电中国有限公司、中国电信南京分公司、中国联通南京分公司、苏宁易购、江苏思贝、江苏户传科技等知名企业建立了长期的合作关系，校外实训基地满足学生岗位实习、专业教师企业实践的需要，按照本专业人才培养方案的要求配备场地和实习实训指导人员，实训设施设备齐全，校企双方共同制订实习方案、组织教学与实习管理。

（三）教学资源

1. 教材

按照省教育厅规定选用优质教材，教材原则上应从国家推荐教材目录和《江苏省中等职业教育主干专业核心课程推荐教材目录》中遴选。学校建立由专业教师、行业专家等参与的教材选用机制，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献资料

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. 数字资源

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、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

九、质量管理

（一）教育教学改革措施

学校建有完善的校、系二级教学质量监控体系，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。具体措施如下：

1. 强化基础条件。持续做好师资队伍、专业教室、实训场地、教学资源等基础建设，统筹提高教学硬件与软件建设水平，为保障人才培养质量创造良好的育人环境。

2. 明确教改方向。充分体现以能力为本位、以职业实践为主线、以项目课程为主体的模块化专业课程体系课程改革理念，积极推进现代学徒制人才培养模式，加强德技并修、工学结合，着力培养学生的专业能力、综合素质和职业精神，提高人才培养质量。

3. 提升课程建设水平。坚持以工作过程为主线，整合知识和技能，重构课程结构；主动适应产业升级、社会需求，体现新技术、新工艺、新规范，引入典型生产案例，联合行业企业专家，共同开发工作手册、任务工作页和活页讲义等专业课程特色教材，不断丰富课程教学资源。对于推进“1+X”证书制度试点项目，应制订本专业开展教学、组织培训和参加评价的具体方案，作为“专业实施性人才培养方案”的附件。

4. 优化课堂生态。推进产教融合、校企合作，建设新型教学场景，将企业车间转变为教室、课堂，推行项目教学、案例教学、场景教学、主题教学；以学习者为中心，突出学生的主体地位，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，促进学生主动学习、释放潜能、全面发展；加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。

5. 深化信息技术应用。适应“互联网+职业教育”新要求，推进信息技术与教学有机融合，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，推广翻转课堂、混合式教学等教学模式，建设能够满足多样化需求的课程资源，创新服务供给模式，推动课堂教学革命。

（二）毕业考试要求

学生学习期满，经考核、评价，符合下列要求的，予以毕业：

1. 符合《江苏省中等职业学校学生学籍管理规定》中关于学生毕业的相关规定，思想品德评价和操行评定合格。

2. 修满本方案规定的全部课程且成绩合格，取得规定学分。

3. 毕业考核成绩达到合格以上。毕业考核方式：（1）综合素质评价，包括思想素质、文化素质、身体素质、劳动素质、艺术素质、社会实践等；（2）学业成绩考核，包括本专业各科目的学业成绩，以及结合本校本专业实际而开设的毕业综合考试；（3）实践考核项目，包括学校综合实践项目考评、岗位实习报告、作品展示等。学生在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等并获得奖项，按照奖项级别和等级，视同其“实践考核项目（学校综合实践项目考评、岗位实习报告、作品展示等）”成绩为合格、良好、优秀。

4. 取得人社部门委托社会化认定的中级以上或教育部门委托第三方社会化认定的初级以上相关职业技能等级证书1项以上，如：网店运营推广（初级）、电子商务师（中级）等。

十、编制说明

（一）编制依据

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）和《教育部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）、《教育部办公厅关于印发〈中等职业学校公共基础课程方案〉的通知》（教职成厅[2019]6号）、《职业教育专业目录》和2025年职业教育专业目录增补清单、《职业教育专业简介（2022年修订）》、《职业教育专业教学标准-2025年修（制）订》、《省教育厅关于印发江苏省中等职业学校专业类指导性人才培养方案及专业核心课程标准（试行）的通知》（苏教职函〔2021〕9号、25号）、省教育厅《关于开展职业教育国家和省级教学基本文件落实情况检查工作的通知》（苏教职函〔2023〕37号）、《关于公布2025年五年制高职专业点梳理结果和做好实施性人才培养方案研制的通知》（苏联院教〔2025〕18号）及江苏省中等职业学校学生学业水平考试相关文件要求。

（二）开发团队

1. 南京中华中等专业学校

孔运帷、黄超、朱颖颖

2. 行业企业专家

周丽娟 博西家电电商导购部门副总经理

笪敏敏 博西家电电商导购部门能力与发展经理

郑庆亚 江苏户传科技有限公司总经理

附录

南京中华中等专业学校网络营销专业（中职）工作任务与职业能力分析表

职业岗位	工作任务		职业技能	能力整合排序	课程设置
互联网营销师	1. 工作准备	(1) 宣传准备	能制定产品素材搜集计划	1. 行业通用能力 (1) 了解商务服务行业相关的政策和法规, 以及现代营销和商务信息技术服务等发展趋势, 能及时关注商务营销领域的新业态和新模式。 (2) 掌握市场营销4PS等基本理论知识和一般商务洽谈技巧, 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力, 能从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作。 (3) 掌握电子商务的基本类型和特点,	《现代营销基础》 《商贸法律法规》 《智慧商务信息技术》 《财务基础知识》 《网络营销》
			能制作产品专属宣传素材		
			能执行跨平台宣传计划		
			能制定宣传数据监控方案		
			能运用工具对素材进行转码		
		(2) 设备、软件 和材料准备	能盘点样品库		
			能制定样品(道具)搭配计划		
			能制定出镜者形象方案		
			能根据销售需求选择硬件设备		
			能完成多种设备的搭建与联调		
		(3) 风险评估	能评估团队协作风险		
			能制定并执行风险应对计划		
	2. 产品信息 收集	(1) 市场调研	能收集产品的溯源信息	(2) 掌握电子商务的基本类型和特点,	《现代营销基础》 《商贸法律法规》 《智慧商务信息技术》 《营销策划》 《网络营销》
			能根据产品进行用户调研		
			能对竞品进行调研		
		(2) 调研结果分析	能对采集到的信息进行分类		
			能对采集到的信息进行比对		
		(3) 样品搜集	能根据营销方案提出样品的具体要求		
			能对收到的样品进行分类管理并制定试用计划		
	3. 产品确定	(1) 样品试用及	能比对样品试用后效果与产品描述之		《现代营销基础》

职业岗位	工作任务		职业技能	能力整合排序	课程设置
	及规划	分析	间的差异	以及电子商务运营的一般技能和具体运营流程，具备线上沟通协作和赢得客户的能力，会正确建立和处理客户关系，能利用电话、网络等工具联络客户。 (4) 了解商务数据的主要来源和财务基础知识，能运用采集工具对商务数据进行初步整理分析，会进行基本的会计核算。 (5) 爱岗敬业，诚实守信，热情主动，具有团队合作精神和强烈的服务意识。	《财务基础知识》 《电子商务技术》 《消费心理》
			能比对产品在不同平台间的价格并进行分析		
		(2) 确定营销卖点	能结合自身营销定位选择适合的产品		
			能结合自身营销定位编写产品的营销话术		
		(3) 确定合作方式	能根据产品特性提出合作建议		
			能设计合作方式的结算方案		
	4. 直播营销	(1) 直播预演	能编写团队协作的直播脚本	(4) 了解商务数据的主要来源和财务基础知识，能运用采集工具对商务数据进行初步整理分析，会进行基本的会计核算。 (5) 爱岗敬业，诚实守信，热情主动，具有团队合作精神和强烈的服务意识。	《智慧商务信息技术》 《电子商务技术》 《网络推广》 《网店运营》
			能根据直播脚本测试营销流程		
		(2) 直播售卖	能使用营销话术介绍产品特点		
			能介绍平台优惠及产品折扣信息		
	5. 视频创推	(1) 视频制作	能制定拍摄方案	(5) 爱岗敬业，诚实守信，热情主动，具有团队合作精神和强烈的服务意识。	《智慧商务信息技术》 《网络推广》 《网店运营》 《销售技巧》 《网络营销》
			能对拍摄素材进行分类管理		
			能对素材进行剪辑并导出		
		(2) 视频推广	能搜集整理互联网推广渠道		
			能用推广工具增加视频观看、互动等指标		
	6. 技术支持与互动管理	(1) 技术支持	能根据直播计划整理设备清单	2. 专业核心能力 (1) 掌握电子商务及其技术原理，能合理运用网络技术、营销技术、支付技术等	《智慧商务信息技术》 《电子商务技术》 《网络推广》 《网店运营》 《营销策划》
			能排除现场设备故障		
			能在直播界面配置功能		
			能将企业提供的产品素材上传至直播间		
(2) 互动管理		能制定互动管理规则			

职业岗位	工作任务		职业技能	能力整合排序	课程设置
网商	7. 售后与复盘	(1) 售后	能建立互动常见问题库	开展电子商务活动，并能利用数据分析工具对不同运营周期的数据进行分析。 (2) 了解网络消费者购买商品的心理过程，会根据消费者个性、心理特征和社会文化等方面影响因素，引导网络消费购买行为，具备消费心理分析能力。 (3) 掌握网店设计的方法与技巧，能用精美的图文传递产品的信息，并能根据网站后台数据，挖掘消费者的浏览习惯和点击需求。 (4) 掌握物流各功能要素的含义及功能，能根据货物情况合理配置物流活动各环节，能运用物流技术解决物流实践	《智慧商务信息技术》 《电子商务技术》 《网店运营》
			能分析和汇总异常数据		
		(2) 复盘	能建立售后标准工作流程		
			能对售前预测数据进行复核		
	1. 产品及服务信息管理	(1) 文字资料采编	能通过复盘提出营销方案的优化建议		《智慧商务信息技术》 《网络推广》 《网店运营》 《营销策划》 《网络营销》
			能根据电子商务平台发布要求进行产品及服务文字信息采集		
		(2) 图片拍摄与处理	能根据电子商务平台要求撰写产品及服务文字信息		
			能根据电子商务平台对图片的要求，进行产品及服务图片拍摄方式以及拍摄器材、处理软件的选择		
		(3) 视频拍摄与处理	能根据电子商务平台对图片的要求，协调产品及服务图片的委托拍摄和处理工作		
			能根据电子商务平台对视频的要求，进行产品及服务视频拍摄方式以及拍摄器材、处理软件的选择		
			能按照电子商务平台对视频的要求，协调产品及服务视频的委托拍摄和处理工作		
			能根据网店文案设计方案，进行网店文案的制作		
	2. 线上店铺设计与装修	(1) 装修元素制作	能根据网店图片设计方案，进行网店图片的制作		《智慧商务信息技术》 《网店运营》 《营销策划》

职业岗位	工作任务		职业技能	能力整合排序	课程设置
		(2) 用户页面装修	能根据网店视频设计方案,进行网店视频的制作	活动中的问题。 (5) 掌握各种网络推广工具的使用方法和技巧,能根据企业实际需求合理选择推广工具,制定网络推广方案,并能通过社交媒体进行网络推广。3. 职业特定能力 网店推广与销售: 掌握网络信息采集、筛选、整理的方法,能根据企业营销方案进行网店推广与营销,能利用网店数据分析工具对网店核心数据进行分析,具有网店商品发布与管理能力,具有网店日常运营与管理能力。掌握网店客户接待与沟通的技巧,能判断顾客购买意图,并善于用合适的推	《网络推广》 《网店运营》 《消费心理》 《网络营销》 《数智营销》
			能根据首页设计方案,进行网店首页装修		
			能根据详情页设计方案,进行商品详情页装修		
			能根据自定义页设计方案,进行网店自定义页装修		
	3. 营销推广	(1) 网店促销	能根据节假日设定网络促销规则		
			能进行主题活动促销策划与实施		
			能收集和整理促销效果信息		
		(2) 电商平台活动实施	能根据产品特性选择合适的平台活动		
			能解读平台活动报名规则,选择平台活动进行报名		
			能根据活动规则,通过营销管理工具设置活动		
		(3) 网络直播推广	能根据直播受众的兴趣,策划直播活动主题		
			能在直播主题框架下挖掘产品卖点,形成大致的直播方案		
			能够撰写与直播策划方案相对应的直播活动脚本		
	4. 业务处理	(1) 商品管理	能根据电商平台规则进行商品上架处理		《网店运营》 《营销策划》
			能根据电商平台规则进行商品下架处		

职业岗位	工作任务		职业技能	能力整合排序	课程设置
		(2) 订单管理	理	介方法及准确的语言完成销售流程，具有提高客户满意度与忠诚度的能力，具有对客户关系数据进行分析能力。 4. 跨行业职业能力 (1) 具有适应岗位变化的能力，能根据职业技能等级证书制度，取得跨岗位职业技能等级证书。 (2) 具有创新创业能力。 (3) 具有一线生产管理能力	
			能结合买家需求、库存情况等信息，安排订单发货		
			能根据客户退货请求，进行退货处理		
	5. 商务数据分析	(1) 电子商务数据采集	能使用电子商务数据采集工具采集网店运营相关数据		《电子商务技术》 《智慧商务信息技术》 《网店运营》 《数智营销》
			能使用电子商务数据采集工具采集行业相关数据		
			能使用电子商务数据采集工具采集竞争对手相关数据		
		(2) 电子商务数据清洗	能对电子商务数据中的空值和缺失值进行处理		
			能对电子商务数据中的重复值进行处理		
			能对电子商务数据中的异常值进行处理		
			能对电子商务数据的数据类型进行修改		