

新乡市职业教育中心
电子商务专业人才培养方案
(2024 级)

新乡市职业教育中心

电子商务专业人才培养方案

(2024 级)

一、专业名称和专业代码

专业名称：电子商务

专业代码：730701

二、入学要求

初中毕业或具有同等学力

三、基本学制

3 年

四、培养目标

本专业坚持立德树人，面向商业行业企业，培养符合新兴电子商务行业（B2B、B2C、C2C、O2O）发展需求的复合型专业人才；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、视频销售、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、视频销售、直播辅助、视觉设计、客户服务等工作的技术技能人才。取得电子商务师证书（国家职业资格四级）、“1+X 社交电商运营”“1+X 数据营销”（初级）职业技能等级证书等相关技能等级证书。

五、职业范围

序号	对应职业（岗位）	职业资格证书举例	专业（技能）方向
1	媒体营销专员、 产品美化专员、 媒体推广专员	1+X《网店运营推广技能等级证书》（初级） 《电子商务师技能等级证书》（四级）	网店运营、网页制作
2	网站运营专员、 搜索引擎优化师、 SEO 工程师	1+X《数据营销技能等级证书》（初级） 《互联网营销师技能等级证书》（四级）	网络营销、网店美工、 新媒体营销
3	客服、信息服务	1+X《社交电商技能等级证书》（初级）	呼入呼出、情绪管理

说明：根据实际情况和专业（技能）方向，结合 1+X 试点工作要求、国家职业技能等级标准，取得一个以上相关证书。

六、人才规格

本专业完善“岗课赛证”综合育人机制，促进书证融通，人才培养应具有以下职业素养、专业知识和技能：

（一）职业素养

1. 具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。
2. 具备网络交易安全意识，能防范个人信息泄漏，辨别网络欺诈，采用正规渠道实施网络买卖与支付。
3. 具有执行能力、应变能力、团队协作与承压能力。
4. 具有良好的语言表达和沟通能力。
5. 具有较强的逻辑思维能力和能独立处理问题。
6. 具有一定的创新能力。

（二）专业知识和技能

1. 了解基本的商务礼仪常识。
2. 了解营销基础知识。
3. 掌握计算机的基础应用知识，能使用计算机常用工具软件（包括网络工具软件）处理日常工作文档，满足工作需要。
4. 掌握电子商务基础知识，能熟练使用互联网交易平台处理 B2B、

B2C、C2C 等商务交易活动。

5. 掌握电子商务网站信息采集与信息加工的相关知识，能完成信息搜集、原创、编辑、发布等信息处理工作。

6. 掌握电子商务物流配送相关知识，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。

7. 掌握电子商务网站相关知识，能根据需求，设计网站风格、网页布局、网站色调等，并使用设计类工具软件呈现设计效果图。

8. 掌握网络营销相关知识，能根据需求，操作站内和站外推广媒介，达到网络营销目的。

9. 掌握电子商务日常工作中客户服务相关专业知 识，能按照服务规范与流程，服务客户，提出顾客接受的解决方案。

专业(技能)方向——网络营销方向

1. 能根据企业需求，撰写不同类型的软文，符合行业规范。

2. 能根据企业需求，策划促销活动主题，撰写促销活动方案，制定促销活动实施计划。

3. 能根据推广目标，实施基础的 SEO 推广，满足基本要求。

4. 能根据企业需求，运用整合网络营销相关知识，利用推广媒介实施网络推广。

专业(技能)方向——客户信息服务方向

1. 能使用标准的普通话与客户交流。

2. 能使用规范化语言服务客户，与顾客沟通顺畅。

3. 能理解客户需求，正确录入信息，汉字录入速度达到 80 字/分钟。

4. 能按照客户关系管理流程与规范，使用 CRM 客户关系管理系统，实施大客户关系管理。

专业(技能)方向——网络金融方向

1. 能熟练掌握和使用金融基础知识。

2. 能使用网上支付与结算工具软件，按照金融规范，完成支付结

算工作。

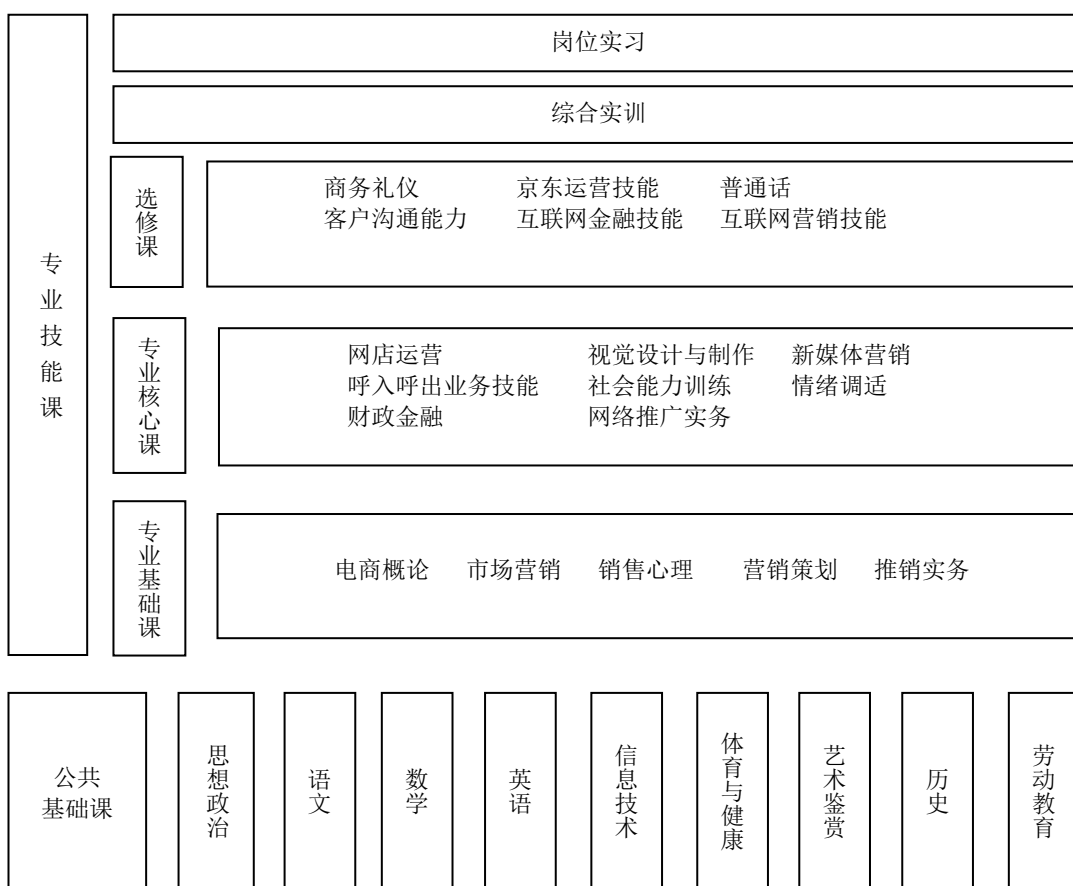
3. 能根据业务需要，合理使用移动软件，完成正常电商业务。

七、主要接续专业

高职：市场营销、电子商务、跨境电子商务、移动商务

本科：市场营销、电子商务、跨境电子商务

八、课程结构



九、课程设置及要求

本专业课程将职业技能等级标准有关内容及要求融入课程体系，课程设置分为公共基础课和专业技能课。

公共基础课包括思想政治课、文化课、体育与健康、公共艺术、历史，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基础课、专业核心课和专业选修课，包括1+X证书《数据营销职业技能等级证书》（初级）、《社交电商运营

职业技能等级证书》（初级）和电子商务师（国家职业资格四级）、互联网营销师技能等级证书（国家职业资格四级）相关课程。实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、岗位实习等多种形式。

（一）公共基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时	学分
1	中国特色社会主义	依据中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）开设，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，引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，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，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。	36	2
2	心理健康与职业生涯	依据中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）开设，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，引导学生树立心理健康意识，掌握心理调适和职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题，培育自立自强、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，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。	36	2
3	哲学与人生	依据中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）开设，阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论，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	2

4	职业道德与法治	依据中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）开设，着眼于提高中职学生的职业道德素质和法治素养，对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生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，增强职业道德和法治意识，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。	36	2
5	体育与健康	依据中等职业学校体育与健康课程标准开设，中等职业学校体育与健康课程要落实立德树人的根本任务，以体育人，增强学生体质。通过学习本课程，学生能够喜爱并积极参与体育运动，享受体育运动的乐趣；学会锻炼身体的科学方法，掌握1-2项体育运动技能，提升体育运动能力，提高职业体能水平；树立健康观念，掌握健康知识和职业相关的健康安全知识，形成健康文明的生活方式；遵守体育道德规范和行为准则，发扬体育精神，塑造良好的体育品格，增强责任意识、规则意识和团队意识。帮助学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志，使学生在运动能力、健康行为和体育精神三方面获得全面发展。	144	8
6	语文	依据中等职业学校语文课程标准开设，并注重培养学生加强写作和口语交际训练，提高学生应用文写作能力和日常口语交际水平。通过课内外的教学活动，使学生进一步巩固和扩展必需的语文基础知识，养成自学和运用语文的良好习惯，等在本专业中的应用能力。	270	15
7	数学	在初中数学的基础上，进一步学习数学的基础知识。通过教学，提高学生的数学素养，培养学生的基本运算、基本计算工具使用、空间想像、数形结合、逻辑思维和简单实际应用等能力，为学习专业课打下基础。	270	15
8	英语	在初中英语学习的基础上，巩固、扩展学生的基础词汇和基础语法；培养学生听、说、读、写的基本技能和运用英语进行交际的能力；使学生能听懂简单对话和短文，能围绕日常话题进行初步交际，能读懂简单应用文，能模拟套写语篇及简单	270	15

		应用文；提高学生自主学习和继续学习的能力，并为学习专门用途英语打下基础。		
9	信息技术	依据中等职业学校公共艺术课程标准开设，通过该课程的学习，了解计算机的结构、硬件配置、基本操作、软件维护，掌握 Windows 操作系统的使用方法，掌握至少一种汉字输入法，能进行编辑，排版、制作报表、图形等。学会相关应用软件的使用。	108	6
10	艺术鉴赏	依据中等职业学校艺术鉴赏课程标准开设，并注重培养学生艺术欣赏能力，提高学生文化品位和审美素质，培育学生职业素养、创新能力与合作意识等在本专业中的应用能力。	36	2
11	历史	依据中等职业学校历史课程标准开设，注重培养学生了解人类社会的发展过程，从历史的角度去认识人与人、人与社会、人与自然的关系，从中汲取智慧，提高人文素养，形成正确的世界观、人生观和价值观。	72	4
12	劳动教育	依据《大中小学劳动教育指导纲要（试行）（2020年）》开设，帮助学生树立马克思主义劳动观，铸造崇高个人品德，助益学生锻炼劳动技能，积累劳动经验，培养劳动习惯；具有沟通协作、团结合作的能力。培育正确的劳动价值观，将劳动光荣、劳动崇高、劳动伟大。劳动美丽的观念根植于学生内心，使学生摒弃好逸恶劳、不劳而获等错误观念，塑造正确的劳动态度和情感。	72	4

（二）专业课

1. 专业基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时	学分
1	电子商务概论	通过教学使学生掌握电子商务的发展战略、网络商务信息的收集与整理、网络营销的策略、电子商务物流的基本知识、基本理论和基本方法体系，为从事该领域或相关领域的实际工作打下基础。	72	4

2	市场营销	通过本课程的教学，使学生比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论、基本知识和基本技能，了解分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合策略、组织和控制市场营销活动的基本程序和方法。	216	12
3	销售心理	本课程从心理学角度解读销售活动，涉及心理学和营销学两个学科的内容，以销售活动为主线，配合相关的心理学术语，系统而科学地讲述了心理学在销售活动中的应用。还借由大量的心理学原理、心理学实验、实践工作的销售案例、有趣的销售故事和历史典故，全面、生动地讲述了销售人员的心态、客户心理和销售策略三个方面的内容。	216	12
4	推销实务	本课程讲授现代推销概述、寻找客户、制定推销计划、接近客户、推销洽谈、处理客户异议、促成交易、客户关系管理、推销管理，使学生掌握通过网络环境完成产品推销的方法与过程的实施和操作技能。	180	10
5	营销策划	通过本课程的学习，使学生能系统地理解和掌握市场营销策划的基本概念、原理、步骤与技术方法。能够将所学到的理论知识应用到营销策划实践中，具备营销策划案例分析及营销策划实战能力。形成良好的职业素质、职业道德和敬业精神。	180	10

2. 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时	学分
1	网店运营	本课程从网上商店的基本原理入手，系统地讲述创建网店的方法、实践方法和应用技巧。教材从实践入手，按照网店运营和管理的全过程，合理利用多种计算机技术，对网店的经营和管理做出了详细的讲解，对电子商务专业学生的就业创业提供了保障。	36	2
2	视觉设计与制作	本课程是以培训美学素质、提高学生的审美能力，掌握摄影技术和技巧为目标开设的为电子商务媒体营销专业的必修课，通过课程学习，学生具备摄影创作的能力，具备产品摄影规划、创作和后期处理的实践能力。	72	4

3	新媒体营销	<p>通过本课程的学习，让学生们了解并掌握移动营销的基本知识、最新发展以及相关原理，熟练掌握并了解门户网站营销、网络视频营销、搜索引擎营销、博客营销、微博营销、微信营销、手机媒体营销以及数字媒体营销等新型媒体营销的概念、特征、营销的特征及主要载体，并通过大量案例分析，使得学生能够接触到业界前沿的最新成果。</p>	36	2
4	呼入呼出业务技能	<p>本课程按照呼叫中心坐席人员的工作流程，讲解了在呼叫中心语音业务中必须掌握的一些知识和技能。具体包括来电咨询、电话投诉、电话销售、商机挖掘等业务的相关流程、内容和注意事项等内容，并通过大量的案例为读者呈现了在实际工作中会遇到的问题的一些恰当的回复方式，便于在实际工作中加以运用。</p>	36	2
5	社会能力训练	<p>本课程在形式上突破了传统说教性、理论性强的套路，真正从学生的实际学习生活和未来的社会生活出发，归纳了在社会交往中可能会遇到的各种情境和场景，让学生通过自己的判断、思考和分辨，加上教师的引导，逐渐提升社会能力。学生能够自己感受、讨论并将形成的一种结论在他们的思维中进一步强化。实现人际沟通能力和快速融入社会的能力的提升。</p>	54	3
6	情绪调适	<p>本课程从理论入手讲解了压力和减压，提供了实际心理调适练习，通过学习可以减轻从负性事件中得到的不良体验，建立和保持良好的心态。还教给学生以调息吐纳、形体动作、心理调节相结合的科学方式来调适减压，促进身心健康。达到进行心理调节，建立起愉快、平静、积极的心态，以良好的状态去适应我们意想不到的人、事和环境的结果。</p>	72	4
7	财政金融	<p>本课程主要教学内容有公共财政、财政支出、政府预算、货币与货币政策、信用与利息、金融机构及其业务、金融市场、国际金融、财政政策与货币政策。通过学习和训练 使学生具备财政、金融的基本知识和基本经济政策分析与运用能力，为学习专业知识和职业技能、提高综合素质、培养职业观念打下一定的理论与实践基础。</p>	72	4

8	网络推广实务	本课程是电子商务专业的一门必修课程。其任务是通过本课程的教学，使学生在掌握互联网各种媒体资源（如门户网站、电子商务平台、行业网站、搜索引擎、分类信息平台、论坛社区、视频网站、虚拟社区等）的营销策略上，能够根据企业的客观实际情况（如企业规模、发展战略、广告预算等）为企业提供最具性价比的一种或者多种个性化网络营销解决方案。	72	4
---	--------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	---

3. 选修课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时	学分
1	商务礼仪	本课程将通过交往艺术与沟通技巧、人际交往中的礼仪重点、人际交往中的礼仪互动、人际交往中的礼仪理念、服务与接待礼仪、公关社交礼仪等内容，为学生打造个人交际魅力提供有效的指导。	72	4
2	京东运营技能	通过本课程的学习，结合岗位实习中的收获与成长，让学生们复盘并巩固网店运营中的各个重要概念、特征、技能及主要载体，固化实习成果。	36	2
3	普通话	本课程由普通话语音基础、普通话口语表达基础、普通话实用口语训练三篇构成。从普通话语音的发音到方言发音辨正，理论知识简洁明了，训练材料丰富多彩；从发声到朗读，有一般要求，有艺术性训练；还有社会人际交往中基本的口头语言表达技巧，大量的职业化口语训练。为学生从事客服等口语工作奠定基础。	72	4
4	客户沟通能力	本课程由普通话语音基础、普通话口语表达基础、普通话实用口语训练三篇构成。从普通话语音的发音到方言发音辨正，理论知识简洁明了，训练材料丰富多彩；从发声到朗读，有一般要求，有艺术性训练；还有社会人际交往中基本的口头语言表达技巧，大量的职业化口语训练。为学生的口语工作奠定基础。	36	2
5	互联网金融技能	通过本课程的学习，结合岗位实习中的收获与成长，让学生们复盘并巩固互联网金融中的各个重要概念、特征、技能及主要载体，固化实习成果。	72	4
6	互联网营销	通过本课程的学习，结合岗位实习中的	72	4

	技能	收获与成长，让学生们复盘并巩固互联网营销中的各个重要概念、特征、技能及主要载体，固化实习成果。		
--	----	-------------------------------------------------	--	--

4. 综合实训

利用校内外实训基地，学生在跟岗学习中从事真实企业任务，在指导教师和企业师傅的指导下，通过岗位轮训，获得实际工作中的运营、营销、管理等知识、技能、技巧。同时，围绕市场需求、学生就业能力提升，推进 1+X 证书制度试点工作、国家技能等级标准，将证书培训内容有机融入专业人才培养，统筹综合实训的教学组织与实施，提高人才培养的灵活性、适应性、针对性，提高学生的技术应用综合能力和就业能力。

5. 岗位实习

岗位实习一般放在第三学年，时间不少于六个月（180 天）。学生以实际工作者的身份进入企业，了解社会以及企业各方面情况，了解各项规章制度、服务章程及工作中的相关注意事项等。岗位中学生直接参与生产经营全过程，既可以运用已有的知识技能完成一定的生产任务，又可以学习实际生产技术知识与管理知识，掌握生产技能，培养管理能力，并且通过实习巩固和丰富理论知识。进而使学生具备组织生产、独立工作以及初步的科学研究能力，以成为合格的专业技术人员，达到岗位操作学习的目的。

十、教学时间安排

(一) 基本要求

每学年教学时间 40 周(含复习考试)，周学时一般为 28 学时，岗位实习按 20 周每周 30 学时安排，3 年总学时数为 3660。课程开设顺序和周学时安排，根据学校和本专业实际情况调整。

公共基础课学时不少于总学时的 1/3，允许根据行业人才培养的实际需要在规定的范围内适当调整，但必须保证学生修完公共基础课的必修内容和学时。

专业课包括专业基础课、专业核心课、选修课，连同岗位实习约

	12	财政金融	72	4										72	4	
	13	网络推广 实务	72	4										72	4	
	合计		450	25			144	8	36	2				270	15	
	占比%		12%													
专业选修课	1	商务礼仪	72	4	72	4										
	2	京东运营技能	36	2			36	2								
	3	普通话	72	4	72	4										
	4	客户沟通能力	36	2					36	2						
	5	互联网金融技能	72	4										72	4	
	6	互联网营销技能	72	4										72	4	
	合计		360	20	144	8	36	2	36	2				144	8	
	占比%		10%													
岗位实习	岗位实习		600	30							600	30				
	合计		600	30							600	30			8	
	占比%		16%													
合计			3660	200	612	34	612	34	612	34	600	30	612	34	612	34
说明：1、本表不含军训、社会实践、入学教育、学业教育等安排，根据学校实际情况灵活设置； 2、专业课、技能课安排实训，比例原则上不低于50%； 3、第四学期岗位实习；																

十一、教学实施

(一) 教学要求

本专业教学安排坚持学历教育与岗位培训相融合、职业能力与职业素质兼顾，结合各地区办学特点，可选择网络营销、客户服务、网络金融、网络票务四个专业技能方向有针对性、系统化进行人才培养。

1. 公共基础课

公共基础课教学符合教育部有关中职教育教学的要求，按照培养学生基本科学文化素养、信息技术和终身发展的功能来定位，重在教学方法、教学组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，调动学生的学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。

公共基础课选用教育部中等职业教育国家规划教材或地方省市

规划教材。为适应实际教学需要，学校还组织编写有多本校本教材。学校提供有完备的教学设施以满足公共基础课程的教学，并根据地域特点创设有利于身体素质、文化艺术修养和职业能力培养的教学环境。建设有教学资源平台便于师生共享。高度重视信息技术对课程改革以及教学改革的影响力，努力推进信息技术在各课程教学中的应用。

2. 专业课

专业课选用教育部中等职业教育国家规划教材或地方省市规划教材。为适应实际教学需要，学校还组织编写有多本校本教材。以本专业教学标准为依据，结合本地区域经济的发展和职业资格鉴定标准的相关要求选择教学内容。建设有具备现场教学和情景教学的实训中心，兼具教学实训、职业培训、职业资格鉴定的综合功能。建设教学资源平台便于师生共享，注重信息技术的应用与教法创新。

专业技能课教学方面，按照相应职业岗位（群）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，开展项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情景教学等多种教学方式方法的探索，利用校内外实训基地，将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学等教学形式有机结合。

3. 综合实训

综合实训按照电商专业岗位能力要求，综合网店、客服、金融、移动营销等理论与实践知识进行专业技能的提升，并通过本环节加强学生的职业素养教育，使其具有较好的社会道德规范、良好的工作作风。综合实训采取开放式课堂，学习过程中教师可采用项目教学和任务引领或师带徒等方法对学生的工作态度、思想品德、技术能力等多方面进行积极引导，建立和谐、向上、团结、高效的实训课堂文化。

（二）教学管理

教学管理上更新观念，搭建学校、教务科、专业系部三级管理平台，形成并完善教学管理运行机制，从教学计划、教学运行、教学质量、教学研究、教学装备、教务行政等诸等方面开展卓有成效、规范

灵活的工作，形成切实可行的一系列管理制度，实施教学前、教学中、教学后的闭环管理；探索并完善工学结合人才培养模式，形成基于工作过程为导向的专业教学实施方案并体现动态优化；重视专业建设与课程建设，优化教学要素，合理调配教师、实训室和实训场地等教学资源，为课程的实施创造条件；完善教学质量监控体系，创新专业教学质量评价方式和学生学业评价模式，促进教师教学能力的提升，保证教学质量；建设优质核心课程，构建专业教学资源库，促进专业建设和内涵发展。

十二、教学评价

教学评价充分考虑职业教育的特点和课程的教学目标，结合企业岗位要求及职业技能等级考核标准，不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更关注知识在实践中运用与解决实际问题的能力水平，以及规范操作、安全文明生产等职业素养的形成。

考核方式应体现：“过程考核，结果考核，综合评价，以人为本”，强调以人为本的整体性评价观，从过去校内评价、学校教师单一评价方式，转向企业评价、社会评价开放式评价。

（一）课堂教学效果评价方式。

采用对学生的学习态度、思想品德，以及学生对知识的理解和掌握程度等进行综合评定。注重平时教学过程的评定，将课堂表现、平时作业、实践环节和期末考试成绩有机结合，综合评定成绩。

（二）实训实习效果评价方式。

1. 实训实习效果评价。采用现场口试、实训报告、观察记载表格、考勤情况、劳动态度和单位评价等综合评定成绩的考核方法。技能部分必须动手操作，现场考核，由教师、行业专家和能工巧匠参与。形成“过程+成果”的考核评价方法。两项考核中任何一项不及格，均判为本门课程不及格。

2. 岗位实习评价。岗位实习校企双重考核学生的工作态度和工作业绩，以企业考核为主，学校考核为辅，其中学生能否上岗就业（与

企业签订就业协议书)作为考核学生岗位实习成绩的重要指标。企业考核占总成绩的70%，若此项成绩不合格，岗位实习总成绩不合格；学习计划目标完成情况，占总成绩的30%。

十三、实训实习环境

本专业学生在已建成的校内实训实习室和校外实训基地里，对接真实职业场景或工作情境，进行新媒体运营、营销内容制作、客户服务、网络营销、直播销售等实训。在互联网和相关服务、批发业、零售业等现代服务类、商贸流通类、生产制造类等单位的电子商务应用部门进行岗位实习。

(一)校内实训实习室

校内实训实习建议配备客户服务综合实训室、网络营销综合实训室、网店运营综合实训室，主要设施设备及数量见下表。

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	客户信息服务综合实训室	计算机	60台	1.保障客户服务方向专业技能训练; 2.保障客户服务外包项目实践教学	电子商务客户服务、文字录入、沟通技巧、客户关系管理
		程控交换机	一台		
		座机电话、耳麦电话	60套		
		客户关系管理软件	一套		
		接入外线功能	一套		
2	网络营销综合实训室	计算机	40台	保障专业基础技能训练 保障网络营销方向的专业技能训练 保障店铺运营综合实训教学	网络营销实务、网页设计、电子商务网页制作、网络广告制作、网站内容编辑、商务软文写作
		网络营销软件	一套		
		电子商务物流软件	一套		
		服务器	一套		
4	网店运营综合实训室	计算机	40台	保障网店编辑方向的专业技能训练;	电子商务基础、店铺运营、网络推
		摄影设备 (卡片机、柔光箱)	一套		

		电子商务模拟软件 1+X 技能等级证书考 试软件	一套	保障网店编辑 方向的校企综 合实训教学	广、活动策 划与实施、 电子商务物 流、网店装 修、商品拍 摄与图片处 理
--	--	--------------------------------	----	---------------------------	---------------------------------------------------------

(二) 校外实训基地

学校坚持校产融合，借助企业优势，选择优质企业开展校企合作，建立校外实训基地，使我们在专业把握、岗位实习等方面得到充分保障。实现短期实践项目教学、岗位实习等教学活动的实施。有利于学生技术技能的培养，有利于学生对口就业、对岗就业，实现专业教学与未来岗位无缝对接。有利于教师到企业挂职锻炼，实现教师轮岗实践，提升教师“双师素质”。

企业（行业）名称	岗位实习内容
江苏京东信息技术有限公司	客户信息服务
新乡市蚂蚁雄兵网络科技有限公司	网店运营
杭州众才信息科技有限公司	网店运营
河南圆梦旅游服务有限公司	航空票务

十四、专业师资

本专业教师共 33 人，其中专任教师 21 人，外聘教师 12 人；其中具有双师素质能力的教师 20 人，与本专业相应或相关中级以上专业技术职务（职称）的专业教师 27 名；具有相关行业企业经验的教师（含兼职教师）有 9 人。

(一) 专业带头人

重视专业带头人培养，通过引进、聘请或培养等多种途径，建设在区域内有一定影响力的专业带头人队伍。对内通过到相关院校进修、到企业挂职等方式培养校内专业带头人，对外聘请行业专家和省内院校教授作为校外专业带头人。

(二) “双师”教学团队

通过选派教师到企业挂职锻炼、参与企业技术课题开发等形式，

不断积累教师生产实践经验，增强教师的市场意识、产品意识和学习意识，提高教师技术应用与服务能力。充分利用寒暑假，组织教师参加各类新技术、职业技能和各种教师培训；中青年教师到企业参加实践锻炼。参加实践锻炼的每位教师，必须提交实践锻炼工作总结和企业的考核鉴定，并在全系交流汇报在企业实践锻炼的体会，与全体教师分享实践成果，共同提高。

（三）兼职教师

利用校外实训基地的资源优势，从企业聘请技术骨干和能工巧匠，参与人才培养方案的制定、课程体系改革、课程开发、实训基地建设等方面的工作，发挥他们在生产组织管理、产品研发等方面的优势，承担实训、岗位实习等环节的教学工作，共同开发工学结合的课程。同时制定相应的政策，规范兼职教师的管理，建立聘用兼职教师的保障机制。

十五、毕业要求

学生通过规定的 3 年年限的学习，需修满专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，毕业时在素质、知识和能力等方面均应达到企业岗位技能及职业技能等级考核标准的相应要求，能支撑培养目标的有效达成。

十六、附件

- 附件 1 网店运营推广职业技能等级考核标准（初级）
- 附件 2 数据营销职业技能等级考核标准（初级）
- 附件 3 社交电商运营职业技能等级考核标准（初级）

附件1 网店运营推广职业技能等级考核标准（初级）

网店运营推广职业技能等级标准

前言

本标准按照 GB/T1.1-2009《标准化工作导则》第1部分：标准的结构与编辑给出的规则起草。

本标准起草单位：北京鸿科经纬科技有限公司

本标准主要起草人：张强林、李孝臣、刘敬敬、刘廷梅、房瑜、吴杰杰、李友强、刘洪顺等。

声明：本标准的知识产权归属于北京鸿科经纬科技有限公司，未经北京鸿科经纬科技有限公司同意，不得印刷、销售。

引言

为贯彻落实《国家职业教育改革实施方案》，积极推动学历证书+若干职业技能等级证书制度，进一步完善相关行业技术技能专业标准体系，为技术技能人才教育和培训提供科学、规范的依据，北京鸿科经纬科技有限公司依据当前相关行业发展的实际情况，联合行业、企业、院校，组织有关专家编写了《网店运营推广职业技能等级标准》（以下简称“标准”）。

本标准的编制以人才需求为依据、针对企业岗位（群），结合了《高等职业学校电子商务专业教学标准（征求意见稿）》、《中等职业学校电子商务专业教学标准（试行）》和《电子商务类教学质量国家标准》，体现了行业企业新技术、新模式，借鉴了国际先进标准，考虑了学生个人发展需求，符合《中华人民共和国电子商务法》，反映了典型岗位（群）所需的职业素养、专业知识和职业技能。

本标准的编制遵循了科学性原则、系统性原则、层次性原则、甄别性原则，采用了典型工作任务分析法（BAG），既体现了以职业活动为导向、以职业能力为核心的特点，又保证了标准体例的规范化，模块化的结构便于根据行业发展进行灵活调整，以符合培训和评价工作需要。

本标准将网店运营推广职业技能等级分为初级、中级、高级三个等级。其中，初级证书持有者具有网店开设装修、客户服务能力，中级证书持有者具有网店推广能力，高级证书持有者具有网店规划、运营能力。

1 范围

本标准提出了网店运营推广职业技能的等级、工作要求及职业技能要求。

本标准适用于网店运营推广职业技能等级的考核与评价，网店运营推广从业人员的聘用、教育和职业培训可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。

B/T 1.1—2009 《标准化工作导则》第1部分：标准的结构和编写。

3 术语和定义

国家、行业标准界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 电子商务

经济活动主体之间利用现代信息技术和互联网开展的商务贸易活动。

3.2 电子商务平台

电子商务平台是一个为企业或个人提供网上交易洽谈的平台。

3.3 网店

网店是指由企业或者个人在淘宝、天猫、京东等电子商务平台上开设的网络店铺。

3.4 订单处理

对订单所进行的核实、分类、备货、发货、收款等各项工作的总称。

3.5 受众定向

受众定向是指通过对用户行为进行数据分析,找出潜在目标用户群的共同行为特征,选择适当的媒体将广告投放给具有相同特征用户的过程。受众定向通过人群划分来售卖广告。

3.6 活跃用户

在一定的时期内有消费或者登录行为的用户。

3.7 客户服务

以某种形式满足客户需要的有偿或无偿活动。

3.8 用户

互联网商品或服务的使用者。

3.9 视觉营销

通过用户视觉体验来达到商品营销或品牌推广目的的活动。

3.10 搜索引擎优化 (

SEO)

利用搜索引擎的搜索规则,对网页结构、内容、链接等方面进行合理规划和部署,从而在搜索引擎结果页面中获得更好的自然排名的活动。

3.11 搜索引擎营销 (SEM)

通过改变企业网站或商品页面链接在搜索结果页面出现的位置,利用搜索引擎推广商品和服务的营销活动。

3.12 信息流广告

在社交平台动态或资讯媒体推荐内容中,依据用户喜好进行广告信息的精准推荐,主要展现形式包括文字链、图片、短视频等。

3.13 电子商务经营者

通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人或非法人组织,包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

3.14 电子商务平台经营者

在电子商务中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务,供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。-本标准所称平台内经营者,是指通过电子商务平台销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

4 面向工作岗位(群)

《网店运营推广》职业技能等级分为三个等级:初级、中级、高级。

《网店运营推广》初级职业技能:主要面向网络编辑、网店美工、网店客服等岗位(群),完成商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作、客户问题处理、交易促成以及客户关系维护等工作任务,具备网店开设与装修、客户服务能力。

《网店运营推广》中级职业技能:主要面向搜索引擎推广、信息流推广等岗位(群),完成关键词挖掘与分析、商品标题制作、详情页优化、搜索推广策略制定、搜索推广账户搭建、搜索推广账户优化、信息流推广策略制定、信息流推广账户搭建、信息流推广账户优化等工作任务,具备网店推广能力。

《网店运营推广》高级职业技能:主要面向商品运营、活动运营、内容运营、店铺运营等岗位(群),完成市场数据分析、网店定位、网店运营策略制定、商品品类管理、商品选品及采购、商品价格制定、推广策略制定与实施、推广效果分析与优化、营销转化策略制定与实施、营销转化效果分析与优化、客户服务数据分析、客户画像分析、财务数据分析等工作任务,具备网店规划、运营能力。

5 面向院校专业领域

中职:电子商务、跨境电子商务、网络营销、移动商务、客户服务、市场营销等专业。

高职:电子商务、移动商务、网络营销、商务数据分析与应用、国际商务、市场营销、汽车营销与服务等专业。

应用型本科:电子商务、国际商务、市场营销。

6 职业技能等级标准

6.1 职业技能等级划分

网店运营推广职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级，三个等级为逐次递进关系，即高等级职业技能应覆盖并满足低等级职业技能。

6.2 职业技能等级标准描述

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 电子商务平台操作	1.1 商品上传与维护	1.1.1 能根据商品资料，提取相关信息，在电子商务平台上完成商品基础信息、销售信息的设置。 1.1.2 能根据商品详情页的设计逻辑，与页面设计成员合作，完成商品的图文描述设置。 1.1.3 能根据不同的收货地址、商品规格、运输成本，完成不同的物流模板设置。 1.1.4 能根据店铺的运营策略，完成售后服务设置。
	1.2 营销活动设置	1.2.1 能根据店铺的营销需求，完成不同类别促销活动的设置。 1.2.2 能根据店铺的品牌策略，完成品牌推广内容的编辑与发布。 1.2.3 能根据电子商务平台的要求，完成不同类别促销活动的报名。
	1.3 日常订单管理	1.3.1 能根据订单情况，在承诺的发货有效期内，完成线下发货并上传物流单号。 1.3.2 能根据订单情况，完成线上发货。 1.3.3 能结合商品本身的特性、货值以及收货地，按照电子商务平台退换货政策，与买家达成退换货协议，完成退换货处理。
2. 网店装修	2.1 首页设计与制作	2.1.1 能根据店铺定位，对店铺首页进行视觉营销设计。 2.1.2 能根据店铺的经营理念和文化特色，制作一个高辨识度的 Logo。 2.1.3 能根据店铺的营销目标、商品卖点，制作主题明确、风格统一的 Banner
	2.2 详情页设计与制作	2.2.1 能根据网络用户的消费心理和浏览习惯，对商品详情页进行视觉营销设计。 2.2.2 能够根据商品信息，提炼卖点与特点，并制作完整的文案。 2.2.3 能够根据商品定位和目标人群，完成商品主图、商品细节图、商品营销图的设计与制作。
	2.3 自定义页设计与制作	2.3.1 能根据企业文化、品牌故事，对企业品牌宣传页进行视觉营销设计。 2.3.2 能根据店铺的营销需求，设置自定义活动页。
3. 网店客户服务	3.1 客户问题处理	3.1.1 能够根据业务发展需求，不断完善话术库。 3.1.2 能按照客户服务原则，处理客户提出的与商品相关的问题。 3.1.3 能按照客户服务原则，处理客户提出的与物流相关的问题。
	3.2 交易促	3.2.1 能够根据与客户的交谈情况，适时进行商品推荐。

	成	3.2.2 能够选择合适的促成方式，促使客户下单。 3.2.3 能够根据实际情况，对未支付订单进行催付。
	3.3 客户关系维护	3.3.1 能够采用网络客户信息管理工具，对网络客户的信息进行收集、整理、分析。 3.3.2 能够根据对客户信息的分析，将客户分类，为不同类型的客户提供差异化的服务。 3.3.3 能够分析客户流失的原因采取短信问候、活动推送等措施挽回流失的客户。

附件 2 数据营销职业技能等级考核标准（初级）

数据营销职业技能等级标准

（2021年2.0版）

百度在线网络技术（北京）有限公司 制定 2021 年 09 月 发布

前 言

本标准按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本标准起草单位：百度在线网络技术（北京）有限公司、郑州百捷智能科技有限公司、武汉军捷教育科技有限公司、郑州京慧越科技有限公司、北京联合大学、黄河水利职业技术学院、广东轻工职业技术学院、宁波职业技术学院、浙江经贸职业技术学院、湖北科技职业技术学院、河南经贸职业学院、许昌职业技术学院、河南财政金融学院、山西金融职业学院、武汉科技大学、黄冈科技职业技术学院、山西经济干部管理学院、河南省商务中等职业学校、武汉科技大学城市学院、郑州市商贸管理学校。

本标准主要起草人：刘钊、王冬、郑凯彬、熊光荣、周爱荣、王丽丽、宋沛军、万永彬、焦红浩、陈红霞、张帆、张晓光、袁彬、何峰、吴梦轩、姜炎、乐旭、陶磊、赵莺燕、蔡翔、原慧、师振华、倪章龙、郭春鹏、杨帆、李胜、李超锋、张森。

声明：本标准的知识产权归属于百度在线网络技术（北京）有限公司和郑州百捷智能科技有限公司，未经百度在线网络技术（北京）有限公司和郑州百捷智能科技有限公司同意，不得印刷、销售。

1 范围

本标准规定了数据营销职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

本标准适用于数据营销职业技能培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 34941-2017 信息技术服务 数字化营销服务

GB/T 31232.2-2014 电子商务统计指标体系 第 2 部分：在线营销

3 术语和定义

3.1 数据营销 Marketing Data marketing

数据营销是通过人的创造性、创新力以及创意智慧将先进的计算机、网络、移动互联网等科学技术的融合应用于当代品牌营销领域的新思维、新理念、新方法和新工具的创新营销新概念。

3.2 搜索引擎营销 Search Engine Marketing, SEM

根据用户使用搜索引擎的方式,利用用户检索信息的机会,尽可能将营销信息传递给目标用户。简单来说,搜索引擎营销就是基于搜索引擎平台的网络营销,利用人们对搜索引擎的依赖和使用习惯,在人们检索信息的时候将信息传递给目标用户。

3.3 搜索引擎优化 Search Engine Optimization, SEO

搜索引擎优化是一种利用搜索引擎的搜索规则来提高目前网站在有关搜索引擎内的自然排名的方式。为网站提供生态式的自我营销解决方案,让网站在行业内占据领先地位,从而获得品牌收益;SEO包含站外SEO和站内SEO两方面;SEO是指为了从搜索引擎中获得更多的免费流量,从网站结构、内容建设方案、用户互动传播、页面等角度进行合理规划,使网站更适合搜索引擎的索引原则的行为。

3.4 信息流广告 News feed Ads, Feeds

顾名思义,即是出现在社交媒体用户好友动态中的广告。它最早于2006年出现在社交巨头Facebook上,随后Twitter、Pinterest、Instagram 和 LinkedIn 以及国内的QQ空间、微博和人人网等社交媒体也相继推出信息流广告。它以一种十分自然的方式融入到用户所接受的信息当中,用户触达率高。

3.5 展现量 Impressions, Pv

是一段时间内客户获得的展现次数。在网民搜索查询时,如果客户账户内符合网民搜索需求的关键词被触发,该关键词所对应的创意出现在搜索结果页,称之为关键词和创意的一次展现。

3.6 着陆页 landing page, Arrive at

着陆页,有时成为首要捕获用户页。就是你花钱了打的广告,人家点进来第一次看到你真正的产品的初始页面,叫做着陆页。

4 适用院校专业

(1) 适用院校专业(参照原版专业目录):

中等职业学校: 市场营销、电子商务、商品经营、连锁经营与管理、客户服务、网络营销、移动商务、跨境电子商务等专业。

高等职业学校: 市场营销、电子商务、网络营销、广告策划与营销、移动商务、连锁经营管理、跨境电子商务等专业。

应用型本科学校: 市场营销、工商管理、市场营销教育、零售业管理、电子商务、跨境电子商务等专业。

(2) 适用院校专业(参照新版职业教育专业目录):

中等职业学校: 连锁经营与管理、市场营销、客户信息服务、电子商务、跨境电子商务、移动商务、网络营销、直播电商服务、商务助理等专业。

高等职业学校: 工商企业管理、连锁经营与管理、商务管理、中小企业创业与经营、市场营销、电子商务、跨境电子商务、移动商务、网络营销与直播电商、农村电子商务、商务数据分析与应用、酒店管理与数字化运营、网络直播与运营、传播与策划、全媒体广告策划与营销等专业。

应用型本科学校: 市场营销、工商管理、市场营销教育、网络与新媒体、零售业管理、电子商务、跨境电子商务等专业。

高等职业教育本科学校: 企业数字化管理、市场营销、电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、网络与新媒体等专业。

5 面向职业岗位(群)

主要职业面网络营销师、营销客服、SEM 竞价专员、网站运营师、全媒体运营、互联网策划师、网站开发工程师、营销优化人员、数据分析师等相应岗位。

6 职业技能要求

6.1 职业技能等级划分

数据营销职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级，三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

【数据营销】（初级）：主要面向各类从事数据营销，网络营销，电子商务，数据分析等企事业单位，从事广告专员、网络营销专员、销售客服、增值顾问、美工设计、企业网站设计等工作。根据营销要求，完成搜索营销基础应用、美工设计、信息流营销基础应用、网站设计与制作等数据营销准备工作和基础操作。

【数据营销】（中级）：主要面向各类从事数据营销，网络营销，电子商务，数据分析等企事业单位，从事网店推广专员、SEM&SEO 优化师、信息流广告优化师、网络营销员、网站运营、商城网站设计、企业网站设计、推广策划专员等工作。根据营销要求，完成搜索营销方案设计、搜索引擎优化、信息流营销方案设计、移动商城搭建等工作。

【数据营销】（高级）：主要面向各类从事数据营销，网络营销，电子商务，数据分析等企事业单位，从事互联网营销师、全媒体运营师、跨境营销、跨境建站、数据分析专员、数据分析师等工作，根据营销要求，完成广告创意策划、社媒广告投放、跨境建站与跨境社媒营销、数据分析等工作。

6.2 职业技能等级要求描述

表 1 数据营销职业技能等级要求（初级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 搜索营销基本操作	1.1 搜索引擎营销账户搭建	1.1.1 能够按照要求及时准确完成营销账户注册。 1.1.2 能够按要求完成账户资质证明上传。 1.1.3 能够建立完整的搜索推广账户结构。 1.1.4 能够完成单元搭建。 1.1.5 能够进行关键词添加。
	1.2 设置关键词	1.2.1 能够对关键词进行分类。 1.2.2 能够使用关键词工具进行设置。 1.2.3 能够进行精确匹配和短语匹配及广泛匹配并设置精确否定关键词。 1.2.4 能够掌握通配符和断句符的使用技巧。
	1.3 搜索引擎营销推广操作	1.3.1 能够撰写具有吸引力的创意。 1.3.2 能够运用显示和访问 URL 的技巧。 1.3.3 能够掌握搜索推广出价原则。 1.3.4 能够进行推广地域设置和每日预算设置。 1.3.5 能够分析影响关键词排名的因素并合理设计推广时段。
2. 信息流营销基础操作	2.1 信息流广告平台选择与开户	2.1.1 能够掌握信息流广告基本原理和展现方式。 2.1.2 能够运用不同的信息流广告计费模式。 2.1.3 能够根据营销需求选择信息流平台。
	2.2 百度信息流广告策划	2.2.1 能够运用信息流账户开户规则和白名单机制。 2.2.2 能够完成竞价账户和计划单元搭建。 2.2.3 能够完成推广预算的分配。
	2.3 百度信息流广告设置	2.3.1 能够完成定向方式的选择。 2.3.2 能够完成出价调价的设置。 2.3.3 能够管理创意内容。
3. 视觉营销设计操作	3.1 视觉营销原理	3.1.1 能够运用视觉营销的实施原则。 3.1.2 能够运用视觉营销的运作流程。 3.1.3 能够运用视觉营销三大指标和营销四大关键点。
	3.2 主流营销平台视觉设计	3.2.1 能够色彩运用进行营销设计。 3.2.2 能够用创客贴平台进行设计。

		3.2.3 能够用 MAKA 工具进行设计。
	3.3 主流营销平台文案展现与设计	3.3.1 能够进行文案工作流程梳理。 3.3.2 能够进行文案编排。 3.3.3 能够进行文案与软件的搭配。
4. 官网智能网站搭建	4.1 智能建站基本操作	4.1.1 能够进行标题与段落的操作。 4.1.2 能够进行图像与链接的操作。 4.1.3 能够进行列表与注释的操作。
	4.2 智能建站栏目增加	4.2.1 能够使用语义化元素。 4.2.2 能够将网站类型与盈利模式进行匹配。 4.2.3 能够增加网站顶级栏目。
	4.3 智能建站其他设置	4.3.1 能够设置网站栏目。 4.3.2 能够设置页面关键词与描述。 4.3.3 能够设置频道封面栏目内容。

参考文献

- [1] 中等职业学校专业目录（2010年）
- [2] 普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录（截至2019年）
- [3] 普通高等学校本科专业目录（2020年）
- [4] 职业教育专业目录（2021年）
- [5] 姚利磊, 赵文权, 蓝色光标打造数据营销模式. 英才, 2020 (Z2): 46
- [6] 周春林, 王瑾, 杜倩, 杨斌, 康瑶, 李晓亮. 人工智能时代企业的精准营销模式研究. 产业与科技论坛, 2020, 19 (08): 186-187
- [7] 魏秉全, 袁卫东, 秦思佳. 基于数据挖掘的普惠信贷客户数据营销模型. 金融科技时代, 2020, 28 (04): 12-19
- [8] 林莹. 2020年中国广告营销行业趋势展望. 中国广告, 2020 (02): 75 [5] 中等职业学校专业目录（2010年修订）
- [9] 邵理煜. 夯实数据挖掘能力, 赋能数据营销——中国光大银行零售数据营销建设和应用实践. 中国金融电脑, 2020 (02): 23-27
- [10] 王奕文. 百度搜索在网络资源平台上的利用与管理. 湖南大学, 2017
- [11] 季永伟. 企业在电商模式下搜索营销的研究. 中国集体经济, 2016 (19): 54-55

- [12] 汤梦思. 从搜索引擎看软件行业营销创新. 软件和信息服务, 2014 (07): 30
- [13] 马玉. 搜索引擎营销推广技巧. 计算机与网络, 2017, 43 (12): 49-50
- [14] 吴心怡. 百度搜索在 E 公司产品推广中的运用研究. 苏州大学, 2016
- [15] 耿帅. 搜索引擎优化技术在高校网站推广中的应用——以天津师范大学教务处网站为例. 通讯世界, 2016 (16): 284-285
- [16] 高尚建, 魏国, 杨功. 网站搜索引擎优化策略研究. 科学技术创新, 2020 (18): 98-99
- [17] 常志顺. 基于SSH框架的智能建站系统的设计与实现. 北京工业大学, 2013
- [18] 徐庭伟, 罗守贵. 基于爬虫技术的城际信息流网络测度及其经济意义研究. 地域研究与开发, 2019, 38 (06): 46-51
- [19] 毛郁欣. 案例比较教学在“搜索引擎优化与推广”课程中的应用. 计算机教育, 2019 (05): 42-44

附件 3 社交电商运营职业技能等级考核标准（初级）

社交电商运营职业技能等级标准

（2021 年 2.0 版）

中联集团教育科技有限公司 制定 2021 年 9 月 发布

前 言

本标准按照 GB/T1.1-2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本标准起草单位：中联企业管理集团、财天下科技有限公司、北京中联能力大数据测评技术研究院、中联集团教育科技有限公司、现代职业教育研究院、中国商业联合会智慧商业分会、福建省互联网零售行业协会、中央财经大学、东北财经大学、安徽商贸职业技术学院、芜湖职业技术学院、安徽财贸职业学院、北京电子科技职业学院、北京财贸职业学院、北京信息职业技术学院、北京经济管理职业学院、重庆电子工程职业学院、闽西职业技术学院、

兰州石化职业技术学院、甘肃财贸职业学院、广东轻工职业技术学院、广西职业技术学院、广西经贸职业技术学院、广西金融职业技术学院、海南职业技术学院、河南工业贸易职业学院、哈尔滨职业技术学院、武汉职业技术学院、襄阳院、河南工业贸易职业学院、哈尔滨职业技术学院、武汉职业技术学院、襄阳职业技术学院、江西外语外贸职业学院、吉林交通职业技术学院、江苏经贸职业技术学院、常州机电职业技术学院、宁夏财经职业技术学院、山西工程职业学院、山西工程职业学院、山西林业职业技术学院、晋中职业技术学院、山东商业职业技术学院、青岛职业技术学院、威海职业学院、山东电子科技职业学院、上海思博职业技术学院、上海震旦职业学院、上海电子信息职业技术学院、上海城建职业技术学院、四川商务职业学院、天津市职业大学、浙江机电职业技术学院、浙江金融职业学院、浙江经济职业技术学院、浙江经贸职业技术学院、浙江商业职业技术学院、金华职业技术学院、宁波职业技术学院、浙江工商职业技术学院、浙江育英职业技术学院、杭州科技职业技术学院、北京市商业学校、北京市丰台区职业教育中心学校、靖远县职业中等专业学校、武汉市财政学校、吉林财经学校、陕西省第二商贸学校、四川省成都市财贸职业高级中学校、浙江商贸学校。

本标准主要起草人:丁莎、马成旭、马天有、王子林、王雪宜、王东成、王红蕾、王若军、王薇、王伟、王冀川、勾俊伟、方娇、冯江华、孙万军、孙红菊、刘邵君、刘喜敏、许菁、许明星、乔刚、陈道志、陈曙光、陈慧敏、陈晨、吴洪贵、李琳娜、李敏、李玉梅、李志刚、李昕、杨尚想、杨泳波、杨秀英、沈婉莹、沈弥雷、沈丽伟、张红艳、张弛、张赠富、张明明、张枝军、张瑞夫、张森、张莉、张会娟、邱浩然、金川涵、周金铁、周雅顺、周任慧、罗宁、欧阳驹、林小兰、林长根、郑培进、俞洋洋、赵莺燕、姚大伟、夏名首、夏曼、谈黎虹、高洁、郭瑞、贾桂花、崔华楠、曹军、黄志平、黄涛、盛鑫、程越敏、葛永明、童红斌、童永通。

声明:本标准的知识产权和使用权归属于中联集团教育科技有限公司,未经中联集团教育科技有限公司同意,不得印刷、销售。

1 范围

本标准规定了社交电商运营职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

本标准适用于社交电商运营职业技能培训、考核与评价,相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用必不可少。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件,其最新版本适用于本标准。

GB/T 1.1-2020 《标准化工作导则》第 1 部分：标准的结构和编写
GB/T 26841-2011 基于电子商务活动的交易主体 企业信用档案规范
SB/T 10518-2009 电子商务模式规范
《职业技能等级标准开发指南（试行）（2020 年版）》
《普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录（2015 年）》
《普通高等学校本科专业目录（2012 年）》
《信息网络传播权保护条例》
《互联网信息服务管理办法》

3 术语和定义

国家、行业标准界定的，以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1 社交电商 social e-commerce

社交电商是基于社群生态和社交网络体系，以信任为核心的社交型交易模式。

依托社交网络信任链，借助互联网社交工具，融入关注、分享、互动等社交元素的商务活动。

3.2 社交电商运营 social e-commerce operations

从事社群生态和社交网络体系打造，构建以信任为基础的社交电商生态，基于社交网络信任链，对产品和服务进行策划、推广和运营。

3.3 社交电商活动 social e-commerce activities

依托人际关系网络，借助社交网络等传播途径，通过社交互动，开展的为实现预定目标而完成一定社会职能的动作总和。

3.4 社交电商模式 social e-commerce model

在社交化环境中基于社交渠道、社交互动和社交内容的商务运作方式和盈利模式。具体细分为：拼购型、会员分销型、社区团购型、内容分享型、网红直播型等模式。

3.5 社群 community

社群是依托社交网络信任关系，基于一个或多个相似特征，深度聚合起来具有强链接关系、有规则和管理的社交组织。

3.6 粉丝 fans

粉丝是一种特殊的社会群体，是指对某个领域内有一定影响力的人物、产品或服务等的热心追随者或支持者。

4 适用院校专业

(1) 适用院校专业（参照原版专业目录）：

中等职业学校：网站建设与管理、连锁经营与管理、市场营销、电子商务、物流服务与

管理、冷链物流服务与管理、客户信息服务、跨境电子商务、移动商务、网络营销、会展服务与管理、数字影像技术等专业（参照中等职业学校专业目录（2010年））。

高等职业学校：商务管理、连锁经营管理、市场管理与服务、市场营销、电子商务、移动商务、跨境电子商务、商务数据分析与应用、物流管理、会展策划与管理、数字媒体艺术设计、包装艺术设计、文化创意与策划、网络新闻与传播、播音与主持、传播与策划、媒体营销等专业（参照普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录（截至2019年））。

应用型本科学校：数字媒体技术、虚拟现实技术、市场营销、电子商务、跨境电子商务、物流管理、视觉传达设计、数字媒体艺术、网络与新媒体等专业（参照普通高等学校本科专业目录（2020年））。

（2）适用院校专业（参照新版职业教育专业目录）：

中等职业学校：连锁经营与管理、市场营销、客户信息服务、电子商务、物流服务与管理、冷链物流服务与管理、跨境电子商务、移动商务、网络营销、直播电商服务、会展服务与管理、数字影像技术等专业（参照职业教育专业目录（2021年））。

高等职业学校：工商企业管理、商务管理、连锁经营管理、市场营销、电子商务、移动商务、跨境电子商务、网络营销与直播电商、农村电子商务、商务数据分析与应用、现代物流管理、会展策划与管理、数字媒体艺术设计、艺术设计、文化创意与策划、网络新闻与传播、播音与主持、传播与策划、网络直播与运营、全媒体广告策划与营销（参照职业教育专业目录（2021年））。

应用型本科学校：数字媒体技术、新媒体技术、虚拟现实技术、市场营销、电子商务、跨境电子商务、物流管理、视觉传达设计、数字媒体艺术、网络与新媒体等专业（参照普通高等学校本科专业目录（2020年））。

高等职业教育本科学校：数字媒体技术、虚拟现实技术、市场营销、电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、现代物流管理、数字媒体艺术、网络与新媒体、播音与主持、全媒体新闻采编与制作等专业（参照职业教育专业目录（2021年））。

5 面向职业岗位（群）

【社交电商运营】（初级）：

主要面向社交电子商务应用企业和服务企业的社交电商产品运营、内容运营、用户运营、社群运营、网络直播运营、媒体营销等社交电商专员岗位。

【社交电商运营】（中级）：

主要面向社交电子商务应用企业和服务企业的社交电商产品运营、平台运营、用户运营、社群运营、数字媒体设计、网络直播运营、媒体营销策划、数据运营等社交电商主管岗位。

【社交电商运营】（高级）：

主要面向社交电子商务应用企业和服务企业的社交电商运营规划、运营管理、团队管理

等社交电商经理岗位。

6 职业技能要求

6.1 职业技能划分等级

社交电商运营职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级。三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

【社交电商运营】(初级)：根据社交电商运营规划从事社交电商信息收集与调研、社交营销页面设计与发布、社群营销内容制作与发布、社交平台用户触达与分类、社群粉丝互动与管理等工作任务。

【社交电商运营】(中级)：根据社交电商运营规划，完成社交电商产品规划、社交电商内容策划、社交电商传播策划、社交电商转化与复购、社交电商数据分析等工作任务。

【社交电商运营】(高级)：根据企业业务需要完成社交电商运营规划、社交电商团队组建、社交电商考核评价、社交电商方案设计等工作任务。

6.2 职业技能等级要求描述

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 社交电商信息收集与调研	1.1 社交电商平台信息收集与调研	1.1.1 能够对社交电商平台进行分类，并对其盈利模式进行归纳总结，如有货型平台、无货有券型平台、微商城类平台等。 1.1.2 能够调研并总结各平台的经营亮点、用户特征及人群结构。 1.1.3 能够调研并总结各平台的入驻规则、产品销售规则、内容创作规则等基本规则，以及各平台的不可逾越和违反的红线规则。 1.1.4 能够调研并归纳总结各平台的收费标准、扣点规则。 1.1.5 能够撰写包含社交电商平台盈利模式、规则、玩法等内容的调研报告。
	1.2 社交电商行业信息收集与调研	1.2.1 能够运用网络及相关工具，搜索、查阅、调查、汇总社交电商某个行业的发展状况，例如美妆、服装等。 1.2.2 能够运用相关趋势指数工具，调研、整理某个行业的搜索热度、变化趋势、热搜关键词、热搜属性等内容。 1.2.3 能够撰写某个典型行业的社交电商行业调研报告。
	1.3 社交电商竞争者信息收集与调研	1.3.1 能够搜索、调研、分析竞争者的获客渠道。 1.3.2 能够收集、调研、汇总竞争者的产品体系、属性参数、定价规则等内容。 1.3.3 能够撰写某个企业或者品牌的社交电商竞争情况调研报告。

		告。
2. 社交营销页面设计与发布	2.1 营销主页面设计与发布	<p>2.1.1 能够根据账号人格体或店铺特点，设计并制作营销主页面的 logo 或头像。</p> <p>2.1.2 能够通过分析同类账号或店铺的特点，对照粉丝画像，设计并制作账号或店铺的核心视觉记忆点，如统一画风、标志性装饰图等，</p> <p>2.1.3 能够在营销主页面呈现设计完成的内容，并进行发布。</p> <p>2.1.4 能够建立符合账号或店铺特点的素材库。</p>
	2.2 产品页面设计与发布	<p>2.2.1 能够根据核心利益点、人群属性、传播机制，设计并制作商品主图和封面图。</p> <p>2.2.2 能够根据产品的基本属性、核心卖点、差异化等关键要素，设计并制作商品介绍页面。</p> <p>2.2.3 能够依据产品运输属性、外形大小、重量、印刷技术、包装材质等因素，设计并制作符合社交属性的产品包装展开图。</p> <p>2.2.4 能够在产品页面呈现设计完成的内容，并进行发布。</p>
	2.3 推广页面设计与发布	<p>2.3.1 能够根据目标用户特点、活动节点，设计与制作推广落地页以及线上线下活动海报。</p> <p>2.3.2 能够根据项目的传播机制，设计并制作传播海报，便于转发传播、获客。</p> <p>2.3.3 能够建立推广海报设计的素材库。</p>
3. 社群营销内容制作与发布	3.1 图文内容制作与发布	<p>3.1.1 能够根据产品卖点，收集相关的图文素材。</p> <p>3.1.2 能够根据产品卖点和设计思路，编写产品软文文案。</p> <p>3.1.3 能够根据产品文案和呈现要求，使用图文排版工具，选择符合软文情境的图片素材，制作信息长图并发布。</p>
	3.2 短视频内容制作与发布	<p>3.2.1 能够根据短视频创意文案，进行拍摄准备，完成短视频拍摄，</p> <p>3.2.2 能够根据短视频创意文案，完成短视频素材剪辑与拼接。</p> <p>3.2.3 能够结合社交平台特点，完成短视频后期特效、字幕制作并发布。</p>
	3.3 直播内容准备与开播	<p>3.3.1 能够结合直播主题、产品类型、受众人群特点。搭建布置直播场景。</p> <p>3.3.2 能够根据直播脚本完成直播活动，在直播过程中使用话</p>

		<p>术进行开场介绍，引导关注、点赞、分享，并进行产品卖点介绍。</p> <p>3.3.3 能够在直播过程中，根据直播脚本，开展优惠活动、悬挂链接以及展示挂图。</p>
	3.4 其他内容制作与发布	<p>3.4.1 能够使用二维码生成工具，根据使用链接内容，制作相关内容的二维码并发布。</p> <p>3.4.2 能够使用 H5 场景制作平台，根据设计思路，选择符合主题的模板，进行 H5 场景制作并发布。</p>
4. 社交平台用户触达与分类	4.1 触达计划编写与制定	<p>4.1.1 能够根据自身产品特点，确定需触达人群的属性，制定需触达人群标签。</p> <p>4.1.2 能够根据触达人群特点，确定触达时间、触达地点，并制定触达话术，</p> <p>4.1.3 能够根据社交平台特点，选择触达渠道，制定用户触达计划。</p>
	4.2 平台用户触达与拉新	<p>4.2.1 能够运用社交账号唤醒私域，通过群组内互动、私信、公开发文等方式触达用户。</p> <p>4.2.2 能够运用问答类平台，通过问题提问、问题解答、跟帖植入等方式触达用户。</p> <p>4.2.3 能够运用主流音视频类平台，通过音视频内容分享、评论、私信植入等方式触达用户。</p> <p>4.2.4 能够运用生活方式类平台，通过生活类软文分享植入等方式触达用户。</p>
	4.3 社交用户分类与建群	<p>4.3.1 能够根据新用户的标签属性进行用户分类。</p> <p>4.3.2 能够对各类新用户进行细分，细化并增加标签内容及用户需求。</p> <p>4.3.3 能够根据标签属性，对新用户进行分类建群。</p>
5. 社群粉丝互动与管理	5.1 粉丝留存与活跃	<p>5.1.1 能够持续维护粉丝打卡机制的正常运行，宣布打卡规则，兑现打卡奖励，</p> <p>5.1.2 能够持续发布新粉交互活动，宣布交互规则，统计交互效果，提高新粉丝留存率与活跃度，</p> <p>5.1.3 能够持续发布老粉丝互动活动，通过情感交流，痛点解决，有规律的持续输出利益点，提高老粉丝的粘性与活跃度。</p>
	5.2 社群	5.2.1 能够选择并安装群机器人工具，并进行基本设置，

维护与管理	<p>借助工具完成社群内互动游戏、冷笑话、专业知识等内容调取以及关键字回复、打卡奖励等设置。</p> <p>5.2.2 能够在社群内使用标准化回复及社群话术，包括欢迎语、添加问询语、群公告、群规则以及各类常见问题等，并在输入法软件里设置快捷短语。</p> <p>5.2.3 能够在群内针对粉丝提出的产品疑问。下单疑问、支付疑问、物流疑问等进行标准话术解答，并跟进问题处理进度。</p> <p>5.2.4 能够创建并管理知识库，对垂直细分领域的专业知识、新技能、新知识进行持续收集整理。</p>
-------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------