

电子商务专业

(730701)

人才培养方案

2025 年 1 月 3 日

(第四次修订)

目 录

第一部分：专业人才培养标准与要求	1
一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	2
五、培养目标与培养规格.....	2
六、课程设置与教学进程总体安排.....	10
 第二部分：人才培养实施条件和保障	19
七、实施保障.....	19
八、毕业要求.....	23
九、学生升学准备.....	23
十、附录.....	23

第一部分：专业人才培养标准与要求

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、新模式下店铺运营助理、新媒体运营助理、网络营销推广专员、新媒体营销专员、直播销售员、视觉设计、客服专员等岗位(群)的新要求，不断满足电子商务领域高质量发展对高素质技能人才的需求，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，制订本标准。

专业教学直接决定高素质技能人才培养的质量，专业教学标准是开展专业教学的基本依据。本标准落实中职基础性定位，推动多样化发展，是全国中等职业教育电子商务专业教学的基本标准，学校应结合区域/行业实际和自身办学定位，依据本标准制订本校电子商务专业人才培养方案，办出水平，办出特色。

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：730701

二、入学要求与修业年限

入学要求：初中或同等学历的学生

三、修业年限：3 年

四、职业面向

专业方向	职业（岗位）	职业资格要求	继续学习专业	
网络营销			高职：	本科：
商务网站维护	网络营销推广、网络客服、电话销售、网络信息编辑	1+X证书☆	电子商务（530701） 跨境电子商务（530702） 网络营销与直播电商（530704） 农村电子商务（530705） 商务数据分析与应用（530706）	电子商务（330701） 跨境电子商务（330702） 全媒体电商运营（330703）
电子商务物流				
客服管理				
网络推广	网站美工人员、商务网站策划人员、网站运营与推广人员、网站维护人员、网络客服人员	网页设计 1+X证书☆ 全国计算机等级考试二级证书☆		
	网上创业（网店店长）跨境电商推广、跨境电商运营与管理人员	1+X证书☆ 自媒体运营 电子商务师 跨境电商		

备注 1：各方向可选择 1 个职位，获得相应的职业资格证书，具体根据地区经济发展对人才需求的不同程度确定。

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

1. 综合素质

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：

1.1 .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；

1.2 .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；

1.3 .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；

1.4 .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；

1.5 .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；

1.6 .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；

1.7 .掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯;具备一定的心理调适能力；

1.8 .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；

1.9 .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。

2.1.行业能力

2.1.1.具备法规相关知识和技能，如安全作业、环保和电子商务等

2.1.2.理解具有一定电子商务经营经历的电子商务企业的经营过程：

2.1.3.能看懂《商务活动手册》和《常用器械、器械使用说明》等相关知识。

2.1.4.具备初步的工作计划、组织实施能力，能解决本专业的一般技术问题。

2.1.5.能使用各种 Office 软件，中文录入速度达到 45 字/分钟。

2. 职业特定能力：

3.1 .互联网市场营销能力方面：具有能实施网络市场调查问卷研究、网络信息收集与处理能力、掌握客户关系管理与业务沟通知识、能进行网络营销项目策划、实施与管理、能掌握专业文案写作方法与技巧、能进行网络商品推广、交易与服务能力、能进行网络信息编辑与处理、能自主进行网络创新创业能力、具有较强的专业文案写作能力。

3.2 .客户服务管理能力：具有较强的语言表达和沟通能力，具有较强的服务意识，具有正确处理售前、售中、售后问题的能力，并能利用电话、网络等工具与客户进行联络和沟通。

3.3 .物流管理能力：具备较强的物流信息收集和处理能力，具备逐步建立物流体系的理念，能够统筹考虑物流运作的统筹安排，从事货物整理、仓库管理和货物配送等业务。

3.4 .经营网站维护能力：能进行经营网站的策划、网站前台设计制作、用户需求分析、经营网站维护、网站编辑美化、经营管理、创新创业等方面的工作。手机业务方向的学生需求是：商务沟通能力娴熟，能够运用所学开展移动业务营销，可以搭建简单的移动商务平台，并能对移动商业平台进行经营管理和维护，在创新创业实践中能够自主地进行创新和创业的能力。

3.5 .网点促销能力：具有熟练运用各种电子商务平台和搜索引擎，收集商务信息，分类处理商务信息的能力，初步具备对网络运营数据进行整理、归

纳、分析、制定基本策略的能力，具备开展网络市场调查分析，做好推广策划，及时利用网络工具进行发布推广的能力。具备基础知识和初步运用搜索引擎优化与视觉营销的能力。

3. 跨行业职业能力：

4.1 .具有适应岗位变化的能力。

4.2 .有基本的能力进行企业经营和现场经营。

4.3 .具有创新和创业的基础能力。

职业证书

序号	类别	证书名称	考核等级	颁发机构	说明	学分
1	职业能力证书	WPS 1+X证书	二级	教育部考试	选考	6
2		网店运营1+X证书	初级	北京鸿科经纬科技有限公司	必考	6
3		自媒体运营证书	初级	抖音	必考	6
4		网店推广1+X证书	中级	北京鸿科经纬科技有限公司	选考	6
5		电子商务数据分析1+X证书	初级	北京博导前程信息技术有限公司	选考	6

4.4 .专业能力与职业资格标准分析(专业技术等级评定

4.4.1、商品上传与维护及营销能力

编号	能力描述
1.1 商品上传与维护	具备商品全流程管理、营销活动设置及订单管理的综合能力。
1.1-1	可根据商品资料，在平台提取相关信息，完成商品基础资料（如名称、规格等）和销售信息（如价格、库存）的设置。

编号	能力描述
1.1-2	（原文此处编号混乱，结合上下文推测可能为营销活动设置相关能力，暂缺具体内容，建议补充完整）
1.1-3	处理客户问题，促成交易订单； 根据收货地、商品规格、运输成本设置最优物流模板，提升配送效率并降低费用。
1.1-4	完成网店开设与装修； 按店铺营销需求设置促销活动，满足顾客售后需求。
1.2 营销活动与品牌推广	围绕店铺营销需求，执行促销活动设定及品牌内容发布的能力。
1.2-1	根据店铺营销需求，完成不同类别促销活动的设定。
1.2-2	— 设置各类别营销活动； — 按店铺品牌策略编辑并发布品牌推广内容。
1.2-3	参与年龄相关（或特定主题）的营销活动，完成不同类别促销活动的报名及审核。

4.4.2、订单处理能力

编号	能力描述
1.3.2	在承诺发货有效期内，根据订单情况完成线上发货。

1.3.3	- 根据平台退换货政策，结合商品特性、货值、收货地等，与买家达成退换货协议； - 完成退换货处理，保证店铺信誉。
-------	---

4.4.3、网店装修能力

编号	能力描述
2.1 首页设计制作	
2.1.1	根据店铺定位进行首页视觉营销设计，体现店铺风格。
2.1.2	制作具有高辨识度的 Logo，结合网店经营理念和文化特色。
2.1.3	根据商铺营销目标和商品卖点，制作主题明确、风格统一的 Banner。
2.2 详细页面设计制作	
2.2.1	对商品详情页进行视觉营销设计，结合消费心理和浏览习惯展示卖点。
2.2.2	提炼商品卖点与特征，制作完整文案，覆盖销售点和特征描述。
2.2.3	设计制作商品主图、细节图和营销图，按商品定位统一图片风格，提升转化率。
2.3 自定义设计	
2.3.1	根据企业文化和品牌故事，设计制作有辨识度的品牌宣传页。
2.3.2	按网店营销需求，设计有辨识度的品牌活动页或客户服务视觉营销创意页面。

4.4.4、网店客服能力

编号	能力描述
3.1.1	按客户服务原则，分析顾客提出的商品相关问题，维护和优化话术库。
3.2.1	根据不同类型顾客选择交际技巧，促进下单及订单催付，提高交单率。
3.3.1	收集、整理和分析客户资料，使用管理工具进行系统化管理。
3.3.2	分析客户资料并归类，为不同类型客户提供差异化服务，挽回流失客户（如短信问候、活动推送）。

4.4.5.网店经营推广 – SEO 优化

编号	能力描述
1.1 关键词挖掘分析	
1.1.1	拆解关键词词根，结合商品和用户分析，按搜索引擎原理挖掘精准关键词。
1.1.2	分析整理关键词，分类建立系统词库。
1.2 商品标题优化	
1.2.1	根据词库制作商品标题，通过选词组词提升搜索排名，获取自然流量。
1.2.2	基于商品排名和流量分析，按平台规则优化标题，提升自然搜索流量。
1.3 详情页优化	
1.3.1	改善详情页基础信息，通过用户搜索需求分析提升自然搜索排名。
1.3.2	提炼商品卖点，结合用户画像完善详情页描述，增加

	自然搜索流量。
--	---------

4.4.6、网店经营推广 – SEM 促销

编号	能力描述
2.1 搜索促销策略制定	
2.1.1	根据网店信息和促销目标，选择促销方案类型，调配经费，制定可行策略。
2.1.2	挖掘合适关键词，通过数据分析制定提升关键词质量分的策略。
2.1.3	结合促销目标，制定人群定向策略和创意策略，提升促销 ROI。
2.2 搜索促销台账构建	
2.2.1	按促销方案搭建不同类型的促销计划和促销组。
2.2.2	根据关键词策略完成关键词设置（添加、出价、匹配类型）。
2.2.3	按创意策略制作促销创意素材。
2.2.4	按人群定向策略完成目标人群精准定位。
2.3 搜索促销账目优化	
2.3.1	根据促销反馈数据优化推广方案和促销组，提升点击量和转化率。
2.3.2	分析关键词反馈数据，优化关键词以提升质量分、降低平均点击单价。
2.3.3	优化创意和定向人群，提升网店点击率和转化率。

4.4.7、网店经营推广 – 信息流促销

编号	能力描述
----	------

3.1 信息流促销策略制定	
3.1.1	制定店铺、商品、图片、视频等信息流广告推广策略，匹配网店信息和推广目标。
3.1.2	分析人群画像，制定人群定向和资源定位策略，提升网店转化率。
3.1.3	制定创意策略和落地页策略，提升网店促销 ROI。
3.2 信息流推广台账建立	
3.2.1	按促销方案搭建推广计划和推广组。
3.2.2	按人群定向策略完成目标人群精准定向和竞价。
3.2.3	按推广创意和落地页策略制作创意素材和落地页。
3.3 信息流推广账目优化	
3.3.1	根据促销反馈数据优化推广方案和促销组，提升点击量和转化率。
3.3.2	分析人群定向数据，优化目标人群精准度，提升点击率。
3.3.3	优化创意和落地页，根据推广数据提升网店点击率和转化率。

六、课程设置与教学进程总体安排

（一）课程设置

1. 课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

1.1 公共基础课程

按照国家有关规定将思想政治、语文、历史、数学、外语(英语等)、信息技术、体育与健康、艺术、劳动教育等列为公共基础必修课程。将党史国史、中华优秀传统文化、国家安全教育、职业发展与就业指导、创新创业教育等列为必修课程或限定选修课程。

1.2 专业课程

一般包括专业基础课程、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;

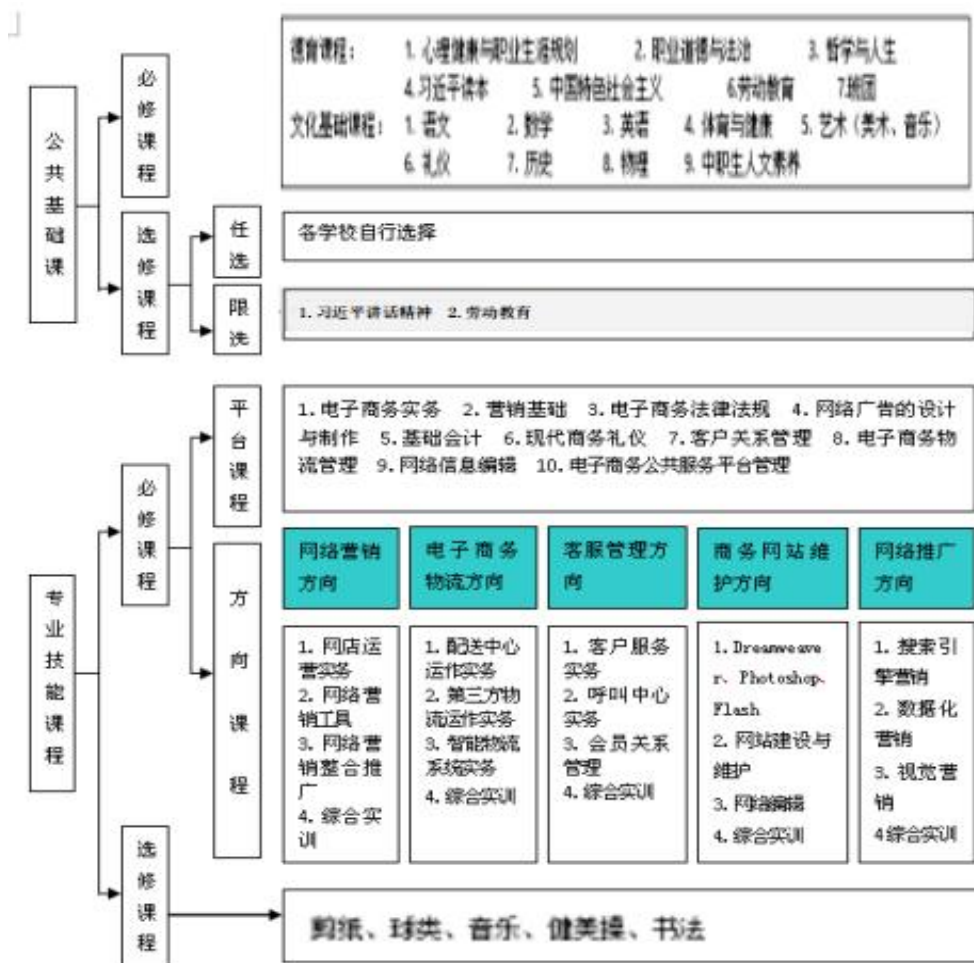
专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程,是培养核心职业能力的主干课程;专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程,是提升综合职业能力的延展课程。

1.2.1.专业基础课程

一般设置 4 门。包括:电子商务基础、零售基础、市场营销、商品拍摄与素材编辑等领域的课程。

1.2.2.专业核心课程

设置 8 门专业基础课程。包括:数字化零售运营、客户服务、视觉设计与制作、网络推广实务、新媒体运营、新媒体营销、直播销售、直播运营实务等领域的课程。



(二) 教学进程总体安排

课程类别	序号	课程名称	学时数		课程教学各学期每周学时									
					一		二		三		四		五	
			总学时	学分	20周		20周		20周		20周		20周	
					18周	考试	18周	考试	18周	考试	18周	考试	18周	考试
					7周		+13周		7周		高			

																	考 + 实 习
公 共 基 础 课 程	1	德 育 课	必 修	中国特 色社会 主义	36	2	2										
	2			心理健 康与职 业生涯 规划	36	2		2									
	3			哲学与 人	36	2				2							
	4			生职业 道德与 法治	18	1						2					
	5			习近平 读本	18	1	1										
	6			劳动教 育	18	1		1									
	7			班团 (限 选: 习 近平精 神、人 工智	97	6	1	1		1		1		1		1	

			限定选修	社团 (剪纸、球类、音乐、健美操、书法)	72	4	1		1		1		1				
	合计				251 3	135	3 0		3 1		2 4		2 4		22		20
专业技能课程	18	专业 课程		电子商务基础	10 8	6	2		2								2
	19			新媒体运营\营销	216	12	2		2		2		2		2		2
	20			市场营销	14 4	8					2		2		2		2
	21			电商直播实务	10 8	6	1		1		1		1		1		1
	22			商品拍摄与素材	36	2	1										1
	23			网络推广实务	18	1	1										
	24			电子商务法律	9 (少	1							1				

[illegible]

	35	)	电子 商务 物流 方向	配送中 心运作 实务	12	5	2		2		2		2		4		
	36			第三方 物流运 作实务	12	5	2		2		2		2		4		
	37			智能物 流系统 实务	12	5	2		2		2		2		4		
	38			综合实 训	60	4										2 周	
	39		商 务 网 站 维 护 方 向	Photosh op、 Flash	12	5	2		2		2		2		4		
	40			网站建 设与维 护	12	5	2		2		2		2		4		
	41			网络编 辑	12	5	2		2		2		2		4		
	42			综合实 训	12	4										2 周	
	43		网 站 推 广 方	搜索引 擎营销	12	5	2		2		2		2		4		
	44			数据化 营销	12	5	2		2		2		2		4		
	45			视觉营	12	5	2		2		2		2		4		

			向 销														
	46		综合实训	60	4											2周	
	专业实训课时小计			192 — 48 0	80.2 00	6 — 3 0		6 — 3 0		6 — 3 0		6 — 3 0		12 — 60	2周		
	47		社会实践活动	60	1										2周		
	48	顶岗实习		70 0	29											20周	
	小计			760	30												
	专业课程情况合计			169 9	153	4		6	1周	1 6	1周	1 4	1周	26	4周	20周	
其他教育活动	49	军训		30	1		1周										
	50	专业认识与入学教育		1	1		1周										
	51	毕业教育		1	1											1周	
	小计		32	4		2周										1周	
总计				41 67	291	30	2周	2 8	1周	2 8	1周	3 0	1周	30	4周	20周	

(三) 学时统计表

3.1 .总学时 4167（含在校课时 3452（97 周），军训+其他课时 32，校外课时 760）。公共基础必修和限选课程学时占比约 59%；专业技能课（含军训、顶岗实习、专业认识与入学教育、毕业教育）占比约 41%；

3.2 .总学分 291。学分计算办法：第 1 至第 5 学期每学期 1-18 学时记 1 学分；第 6 学期每学科记 1 学分。实践教学 1 学时 2 学分；实践教学周一周二学分，顶岗实习 1 周记 1.5 学分；军训、专业认识与入学教育、社会实践活动、毕业教育等活动 1 周记 1 学分，共 5 学分。

第二部分：人才培养实施条件和保障

七、实施保障

（一）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标准。

1.1 队伍结构

专任教师队伍的数量、学历和职称符合国家有关规定，形成合理的梯队结构。学生数与专任教师数比例不高于 20:1，专任教师中具有高级专业技术职务人数不低于 20%。“双师型”教师占专业课教师数比例应不低于 50%。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。

1.2 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，能广泛联系行业企业，了解国内外互联网和相关服务、批发业、零售业发展新趋势，准确把握行业企业用人需求，具有组织开展专业建设、教科研工作和企业服务的能力，在本专业改革发展中起引领作用。

1.3 专任教师

具有教师资格证书；具有电子商务、市场营销、计算机科学与技术、艺术设计等相关专业学历；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。

1.4 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

学校具有能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室1个、实训室1个，配备黑(白)板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。校企合作的实习实训基地3个。

(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) 教学方法

1. 公共基础课

根据教育部有关教育教学的基本要求，公共基础课教学要以教学方法、教学组织形式的改革为重点，以调动学生学习积极性为目的，以培养学生基本科学文化素养为导向，以服务学生专业学习、终身发展的功能为定位，以教学手段、教学模式的创新为重点，为学生综合素质的提高、职业能力的形成、可持续发展奠定基础。可采**任务驱动教学法、案例教学法、情境模拟教学法、项目化教学法、分层教学法、信息化教学手段辅助**等方法。

2. 专业技能课

专业技能课要结合国家对所学专业学生的毕业要求及工作实际，整合课程内容，按照本专业标准对各门课程的具体要求进行科学可行的教学目标的制定，并对教学内容进行安排，并结合本专业的标准进行相应的教学内容的安排。开展以行动为导向的教学设计，提倡项目教学、案例教学、任务教学、角色模拟、情景教学、模块分层教学法、竞赛驱动法、项目实战法等方法，突出“做中学、做中教”的职业教育特色，在学习内容与工作内容、理论学习与实际操作等方面形成统一，做到学以致用，学以致用。充分利用校内外实训基地，丰富教学资源，借助校企合作机制，为学生提供自主学习、合作学习的强大保障。

对学生主体地位的尊重和反思学习的提倡，对学生创新精神的培养，教师应该予以尊重。加强职业技能训练，培养学生综合职业能力，要与工作实际紧密结合起来。

(五) 学习评价

树立科学可行的评价标准，按照本专业培养目标和育人理念。制定课程教学及实训实习评价标准参照国家对专业的要求和职业标准等。重点突出基础和团队协作能力的评价，评价学生的专业素养、学习能力和业务实践能力。

评价主体要坚持多样化，评价方式要多样化，考核过程要多元化。吸纳行业企业参与其中的主要是任课教师评价、实训指导老师评价和学生自评互评。

既要对学习过程进行评价，又要对学习结果进行评价，注重学生在原有基础上的发展，依据形成性评价与终结性评价相结合的原则进行。考试采取理论考试与实际操作考查相结合的方式进行，注重对理论知识运用程度的考查，注重对实际操作水平的考查。

加大对顶岗实习课程的考核评比力度。对学生在顶岗实习期间的劳动纪律、工作态度、团队合作精神、人际交往能力、学习能力、专业技能、完成任务等方面的情况，成立由幼儿园指导教师（兼职）、专业教师、班主任组成的考核评价小组。

(六) 质量管理

教学管理应更新观念，改变教学管理的传统做法。对教师、实训室、实训场地等教学资源进行合理调配，为课程的实施创造条件，教学管理应具有一定的规范性和灵活性；改革教学评价标准和方法，促进教师教学能力的提高，确保教学质量，要加强对课程教学和实践环节的质量监控。

认真落实《中等职业学校学生实习工作管理办法》的各项规定和要求，做到实训、实习工作统一组织，计划落实，校企齐抓共管，切实把实训、实习工作落到实处。学校与实习企业签订实习协议，明确双方的权利和义务，由双方指派指导教师具体组织和管理，学校与实习企业签订实习协议，明确双方的权利和义务。实习指导教师要对实习教师的思想教育、组织管理、业务指导、考

核评价等工作切实负起责任，切实负起指导教师的责任。学校要注意学生在实习期间的意外伤害保险，还要注意实习生活和工作环境的基本保障。

八、毕业要求

本科毕业合格，颁发三年制职业高中毕业证，本专业学生达到下列规定：毕业。

对修满课目计划中规定的全部课程，达到人才培养规定的德、智、体、美、劳等规格要求，并按等级评定成绩合格；(学科成绩=平时成绩+期中成绩×20%+；以合格的成绩参加各项基本技能测试；.按要求完成毕业见习工作并取得合格成绩。

九、学生升学准备

电子商务类专业技能操作考试大纲参考黑龙江省职业教育 2024 年春季高考

十、附录

2025 年 1 月 3 日