

# **池州市旅游学校**

## **2024 级电子商务专业人才培养方案**

**制定部门：会计电商教研组**

# 目 录

一	专业名称（专业代码） .....	3
二	入学基本要求.....	3
三	基本修业年限.....	3
四	职业面向.....	3
五	培养目标与培养规格.....	3
六	课程设置及要求.....	5
七	教学进程总体安排.....	8
八	实施保障.....	10
九	毕业要求.....	14
十	附录.....	14

## 一、专业名称（专业代码）

电子商务（730701）

## 二、入学要求

初级中等学校毕业或具备同等学力

## 三、基本修业年限

三年

## 四、职业面向

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）	电子商务师 S（4-01-06-01）、互联网营销师 S（4-01-06-02）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、采购员（4-01-01-00）、营销员（4-01-02-01）
主要岗位（群）或技术领域	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
职业类证书	电子商务数据分析、网店运营推广、跨境电商 B2B 数据运营、直播电商、农产品电商运营、新媒体技术
接续专业	高职专科：电子商务、网络营销与直播电商、跨境电子商务 职教本科：电子商务、全媒体电商运营 普通本科：电子商务及法律、市场营销

## 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

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、营销基础、商品零售、传播内容制作、商务数据分析、商务礼仪与沟通等方面的专业基础理论知识；

6. 掌握平台规则和常用工具的使用，能进行店铺开设、账号维护、商品编辑发布与优化、采集整理运营数据、活动执行、辅助运营；

7. 具有平台站内外营销推广的能力，能进行营销内容制作与发布、社群营销、媒介营销辅助、媒体和工具推广、网络广告投放；

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. 具备视觉营销设计的能力，能进行图片处理、海报设计制作、主图制作、页面设计、短视频制作；

10. 具备客户服务的能力，能根据客服规范，完成客户咨询回复、异常订单处理、售后纠纷处理、客户维护和评价；

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；

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. 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；

14. 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;

15. 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、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业课程。

### (一) 公共基础课程

公共基础课包括思想政治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、劳动教育、国家安全教育、职业发展与就业指导、地方旅游产品和土特产。

序号	课程名称	主要内容和教学要求	基本学时	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》开设, 并与专业实际和行业发展密切结合。	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》开设, 并与专业实际和行业发展密切结合。	36	2
3	哲学与人生	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
4	职业道德与法治	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
5	语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设, 并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。	198	11
6	数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设, 并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。	144	8
7	英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设, 并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。	144	8
8	信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设, 并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。	144	8
9	体育与健康	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	8
10	艺术	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。	72	4
11	劳动教育	依据中等职业学校劳动教育相关要求开设, 并与专业实际和行业发展密切结合。	36	2
12	国家安全教育	依据国家安全教育相关要求开设, 并与专业实际和行业发展密切结合。	36	2
13	历史	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。	90	5

14	职业发展与就业指导	了解我国职业发展的现状，给与学生就业指导。	36	2
15	地方旅游产品和土特产	利用校本教材，让学生了解当地的旅游产品和土特产，促进当地文旅产业的发展。	36	2

## (二) 专业课程

1. 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。
2. 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、新媒体运营、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

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
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。 ③ 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。
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。
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、短视频制作等工作内容，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。 ⑥ 能够拍摄标准化视频素材。 ⑦ 能够制作并优化短视频。
		网络推广，包括平台内工具推广、社会化媒	① 掌握网络推广基础知识。

4	网络推广实务	<p>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</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>④ 能够完成 KOL 媒介营销、网络广告投放辅助工作。</p> <p>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。</p>
5	新媒体运营	<p>新媒体运营辅助，包括账号定位和包装、店铺选品测品、活动方案执行、新媒体引流工具操作、新媒体数据收集与分析等工作内容，使用剪辑、图文设计、平台自有编辑工具、办公相关软件、商品数据或信息平台、测试工具、引流工具及平台后台操作完成工作任务</p>	<p>① 掌握平台规则和新媒体运营基础知识。</p> <p>② 能够完成素材收集、短视频制作、文案脚本编写、账号信息和主页内容日常编辑、引流计划修改及上下线等操作。</p> <p>③ 能够监控并收集热点信息、商品、活动、引流、用户、内容等数据，完成投入产出比表等数据表格。</p>
6	新媒体营销	<p>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</p>	<p>① 掌握新媒体营销基础知识。</p> <p>② 理解新媒体平台规则、社群营销方法。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
7	直播销售	<p>直播销售（主播），包括主播直播准备、直播商品梳理、直播脚本编写、直播商品讲解、直播过程应急处理、直播复盘等工作内容，使用手机、直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件完成工作任务</p>	<p>① 掌握直播销售基础知识。</p> <p>② 理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播技巧和历史直播总结报告等内容。</p> <p>③ 能够完成商品信息梳理、商品定位，打造主播人设标签。</p> <p>④ 能够编制整场直播脚本、单品脚本、应急预案脚本。</p> <p>⑤ 能够进行商品讲解。</p> <p>⑥ 能够辨识受众类型，完成直播复盘。</p>
		<p>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</p>	<p>① 掌握直播运营基础知识。</p> <p>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</p>

8	直播运营实务	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	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。
---	--------	---	---

3. 专业拓展课程：思维训练、文案写作、视频制作、商务数据分析、新媒体内容制作。

## 七、教学进程总体安排

### （一）基本要求

每学年为 52 周，其中教学时间 36 周，周学时为 31 学时，岗位实习按每周 31 学时安排，三年总学时为 3348 学时，其中理论教学 1530 学时，占 46%，实践教学 1818 学时，占 54%。三年共 186 学分。

### （二）总体教学进程安排表

课程类别	序号	课程名称	学分	学时				按学年、学期教学进程安排						考核形式			
				总学时	理论学时	实践学时		第一学 年		第二学 年		第三学 年		考试	考查		
						实习 实训	岗 位 实 习	1 18 周	2 18 周	3 18 周	4 18 周	5 18 周	6 18 周				
公共基础课	1	中国特色社会主义	2	36	36			2								√	
	2	心理健康与职业生涯	2	36	36				2							√	
	3	哲学与人生	2	36	36					2						√	
	4	职业道德与法制	2	36	36						2					√	
	5	语文	11	198	198			3	2	2	2	2				√	
	6	数学	8	144	144			2	2	2	2					√	
	7	英语	8	144	144			2	2	2	2					√	
	8	信息技术	8	144	44	100		2	2	2	2					√	
	9	历史	5	90	90			3	2							√	

	10	体育与健康	8	144	36	108		2	2	2	2			√			
	11	艺术	4	72	36	36		2	2					√			
	12	劳动教育	2	36	10	26					2				√		
	13	国家安全教育	2	36	36							2			√		
	14	职业发展与就业指导	2	36	36							2			√		
	15	地方旅游产品和土特产	2	36	36							2			√		
	小计			<b>68</b>	<b>1224</b>	<b>954</b>	<b>270</b>		<b>18</b>	<b>16</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>8</b>				
专业课程	专业基础课程	16	电子商务基础	8	144	144			2	2	2	2			√		
		17	零售基础	8	144	144			2	2	2	2			√		
		18	市场营销	8	144	72	72			2	2	2	2			√	
		19	商品拍摄与素材编辑	8	144		144			2	2			4		√	
	专业核心课程	20	数字化零售运营	8	144		144					2	2	4		√	
		21	客户服务	5	90		90							5		√	
		22	视觉设计与制作	6	108		108			1	3	2				√	
		23	网络推广实务	4	72		72							4		√	
		24	新媒体运营	4	72		72			2	2					√	
		25	新媒体营销	4	72		72			2	2					√	
	专业拓展课程	26	直播运营实务	4	72		72						2	2		√	
		27	思维训练	4	72	72						3	1			√	
		28	文案写作	4	72	72						2	2			√	
		29	视频制作	4	72	72								4		√	
30		商务数据分析	4	72		72					2	2			√		
31		新媒体内容制作	4	72		72					2	2			√		
小计			<b>87</b>	<b>1566</b>	<b>576</b>	<b>990</b>		<b>13</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>23</b>					
顶岗实习			<b>31</b>	<b>558</b>										√	√		

总学分、总学时	186	3348	1530	1260	558	31	31	31	31	31		
				1818								

## 八、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第一标准。

#### 1. 队伍结构

我校现有电子商务专业教师 10 名，其中，专任教师 8 人，高级职称 4 人，中级职称 4 人；行业企业兼职教师 2 人，兼职教师占比 20 %；“双师型”教师 7 人，占比 70%；具有本科以上学历 10 人，占比 100%；学生数与专任教师数比例不高于 20：1。

#### 2. 专业带头人

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。

#### 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。

#### 4. 企业兼职教师

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

本专业配备若干专业教室、实验室、实训室和实习实训基地。

## 1. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（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。

## 2. 校内外实训场所基本要求

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，实训指导教师配备合理，实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展商品拍摄与素材编辑、运营数据采集、新媒体营销、网络推广、视觉设计、客户服务等实训活动。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。

实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实习实训项目）	主要设备	容量（一次性容纳人数）
1	数字化零售运营实训室	数字化零售运营、新媒体运营、商务数据分析、零售基础、电子商务基础	服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，配套数字化零售相关软件、电商运营模拟软件或真实项目操作平台	50人
2	网络营销推广实训室	电子商务基础、网络营销推广、市场营销、商务数据分析、文案写作、视频制作、新媒体内容制作、视觉设计与制作	服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，配套网络营销推广模拟软件或真实项目操作平台、图像处理、音频和视频剪辑软件	50人
3	直播销售实训室	直播销售、直播运营实务、视频制作、新媒体营销	服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，	50人

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实习实训项目）	主要设备	容量（一次性容纳人数）
			以及直播间场地和直播辅助设备，配套直播相关模拟软件或真实项目操作平台	
4	商品信息采编实训室	视觉设计与制作、视频制作、商品拍摄与素材编辑、新媒体内容制作	服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，以及拍摄场地、摄影器材和相关道具，满足大型商品、小型商品以及人物的拍摄需要，配套图像处理、音频和视频剪辑软件	50人
5	客户服务实训室	客户服务、商务礼仪与沟通、新媒体营销	服务器、计算机、投影设备、教师主控台、互联网接入或无线网络环境，配套客服实训系统或真实项目操作平台	50人

### 3. 实习场所基本要求

依据《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，认为祥悦林黄精有限责任公司、飞鱼农业科技等企业合法经营、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，可接纳一定规模的学生实习，实习单位可以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。

最后，确定这些企业为我校实习实训基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

### （三）教学资源

#### 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. 数字教学资源配备基本要求

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

体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，教学评价注意吸收电商行业企业参评。校内校外评价相结合，电子商务相关职业技能鉴定与学业考核相结合，过程性评价，应从情感态度、对应技能方向岗位能力、职业行为等多方面对学生在整个学习过程中的表现进行综合测评；结果性评价应从完成项目的质量、技能的熟练程度等方面进行评价。过程性评价内容包括：参加学习的课时、学习过程的参与程度、过程成果、技术操作与应用。结果性评价内容包括：分小组汇报总结，上交项目实施报告，汇报演讲、项目答辩考核成绩等；终结性评价内容包括：技能课程成果、综合实训成果和顶岗实训成果三部分。考核评价应纳入一定的电商企业专业人员评价（课堂成果、顶岗实习评价）。各阶段评价还要重视对学生遵纪守法、规范操作等职业素质的形成，兼顾对节约意识、网络安全意识的考核。

### （五）质量管理

1. 建立完善的专业建设和教学质量诊断与改进机制。实行三级监控制，即监控委员会、质监办、专业组三级监控。成立教学质量监控委员会，校长兼任主任，全面负责学校专业建设和教学质量诊断与改进工作；主管副校长任副主任，领导教导处、学生处等配合做好质量监控工作。监控委员会下设质监办，设党政办，负责具体实施教学质量监控工作。专业组是教学质量管理的实体，具体负责专业

和课程建设、教学环节、教学常规管理等各项监控指标的监控实施，落实各项监控措施。实行动态监控，对各专业课程标准的制定与实施、授课计划的审查与执行、教材的选定、考核评价等实行多方位、多层次、多方式的动态监控，适时监测数据，对照标准，分析问题，督促改进。

2. 建立毕业生跟踪反馈及社会评价机制。开展三评工作，即评管、评教、评学。对学校教学管理、教师教学水平、学生学业水平采用社会评价、企业评价、家长评价、学生评价的多维评价方式，监测人才培养目标达成情况和培养质量。

3. 完善教学管理机制。制定《教学管理制度》和《教学岗位绩效考核办法》。依托智慧校园，每月进行一次数据分析和阶段性评价，及时安排，逐步提升。参照考核细则，每学期进行一次教学岗位考核，分为课堂管理、常规检查、教研教改、教学效果与学生测评等，量化评分，创先争优。

## 九、毕业要求

依据教育部印发的《中等职业学校学生学籍管理办法》（教职成[2010]7号）第八章“毕业与结业”第三十三条的规定，并结合本专业实际情况，达到以下要求的学生，可准予毕业：

- （一）学生在校期间，出勤率需达到 90%以上；
- （二）须修满 186 学分，基础课程和专业课程考试/考查合格；
- （三）有三年完整学籍；
- （三）岗位实习考核应达到合格及以上；
- （四）取得本专业相关职业技能证书至少一项；
- （五）思想品德评价合格（综合素质测评达到学校有关规定）；
- （六）在校期间无留校察看及以上处分或在校期间处分被取消者。

## 十、附录

### （一）修订说明

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《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）等文件精神，依据《电子商务专业教学标准（中等职业教育）》（2025修订），2025年6月经过市场调研、专家论证、学校教代会审议通过，完成人才培养方案修订。

### （二）编写依据

1. 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》
2. 教育部《电子商务专业教学标准（中等职业教育）》（2025 修订）
3. 教育部《职业院校专业实训教学条件建设标准》
4. 教育部《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的通知》

（三）运用范围

池州市旅游学校电子商务专业。