



珠海市理工职业技术学校
Zhuhai Vocational School of Polytechnic

**电子商务专业
人才培养方案（2026 级）**

2026 年 5 月

目录

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	- 1 -
五、培养目标与培养规格	- 2 -
(一) 培养目标	- 2 -
(二) 培养规格	- 3 -
六、课程设置及要求	- 4 -
(一) 公共基础课程	- 4 -
(二) 专业(技能)课程	- 4 -
七、教学进程总体安排	- 19 -
八、实施保障	- 21 -
(一) 师资队伍	- 21 -
(二) 教学设施	- 22 -
(三) 教学资源	- 23 -
(四) 教学方法	- 24 -
(五) 学习评价	- 24 -
(六) 质量管理	- 26 -
九、毕业要求	- 27 -
十、附录	- 27 -

电子商务专业人才培养方案

适用对象：2026 级电子商务专业学生

制定者：黄颖枰

参与者：钟美祺、张亚楠、张雪、李念茵、蒋添

核准者：魏文

审核者：方芳

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务专业

专业代码：730701

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

学制 3 年，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

（前 3 年在中职学校学习，后 2 年在高职学校学习）。

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	电子商务师职业技能等级证书、互联网营销师职业技能等级证书。 其他证书：全国计算机等级证书(一级)、 全国英语等级证书

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

（一）公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	中国特	本课程旨在帮助学生学习中国特色社会主义理论	36



	色社会主义	体系，掌握马克思主义基本原理，了解中国共产党执政经验和社会主义建设成就，培养社会主义核心价值观和爱国情怀。通过教学案例、讨论和实践活动，学生将深入了解中国特色社会主义社会发展的历史进程和现状，提高思想政治素质和社会责任感。	
2	心理健康与职业生涯	本课程旨在帮助学生学习心理健康常识、压力管理技巧和职业规划与发展知识，以促进个人心理健康和职场适应能力的提升。通过教学案例、角色扮演和心理辅导方式，学生将培养自我认知和情绪管理能力，以及制定明确的职业目标和规划。	36
3	哲学与人生	本课程旨在培养学生独立思考和分析问题的能力，探索人生意义和价值观，形成积极向上的人生态度，更好地面对人生挑战。通过学习哲学思想、社会现象分析和案例研究，学生将发展批判性思维和创造性思维，提高问题解决能力和人际交往技巧。	36
4	职业道德与法治	本课程旨在让学生学习职业道德规范、劳动法律法规等，树立正确的职业道德意识和法律意识，维护良好的职场秩序和个人权益。通过案例分析、角色扮演和讨论，学生将培养诚信、责任和合作精神，提高法律素养和法治意识。	36



5	语文	本课程旨在培养学生正确运用现代语言文字的能力，包括一定的阅读能力、写作能力、口头表达能力以及对文学作品的鉴赏能力。探索如何使学生养成自学和运用语文的良好习惯，更好地为学生的就业和职业生涯发展提供必要的语言文字基础准备。通过学习本课程所涵盖的各类知识与技能，培养学生自主学习和语言运用的良好习惯，提高阅读、写作、口头表达以及文学鉴赏等多方面能力。	216
6	数学	本课程旨在培养学生基本运算、基本计算工具使用、逻辑思维和简单实际应用等方面的能力，探索集合与逻辑用语、不等式、函数、指数函数与对数函数、任意角的三角函数、数列与数列极限、立体几何、排列与组合、概率与统计初步等数学知识的奥秘，更好地为学习专业课打下坚实的基础。通过学习这些丰富且重要的数学知识，提升学生对数学的深入理解和运用能力，提高数学素养以及解决实际问题的能力。	216
7	英语	本课程旨在培养学生听、说、读、写的基本技能以及运用英语进行交际的能力，探索让学生能更好融入英语语言环境和跨文化交流的途径。通过学习英语基础知识和日常交流技巧，学生能在不同场景下运用英语表达自我和理解他人的能力，提高自主学习和继续学习的能力，为学习专门用途英语打下坚实基础。	216



		使学生能听懂简单对话，围绕日常话题进行初步交际，读懂简单应用文，从而更好地适应未来多样化的英语学习和使用需求。	
8	信息技术	本课程旨在培养学生扎实掌握计算机基础知识、熟练运用计算机操作系统基本功能的能力，探索 windows 系统的高效使用方法以及文字录入、文本编辑与排版、表格构造与数据计算、幻灯片制作等操作的技巧，更好地适应数字化信息时代的需求。通过学习计算机网络及互联网的初步知识和熟练掌握一种汉字输入方法，培养学生综合运用计算机技术解决实际问题的能力，提高信息处理和办公操作能力。	126
9	体育与健康	本课程旨在培养学生自主锻炼、自我保健、自我评价和自我调控的能力，探索科学锻炼和娱乐休闲的基本方法，更好地养成自觉锻炼的习惯。通过学习体育与卫生保健的基础知识和运动技能，学生将提升身心素质，提高社会适应能力，为终身锻炼、继续学习与创业立业奠定坚实基础。	180
10	艺术(音乐)	本课程旨在培养学生基本的音乐审美能力，探索音乐与美术设计素质相互促进的关系，更好地提升学生的综合素养。通过学习本课程，学生将发展对音乐的感知和理解能力，提高音乐鉴赏与审美能力，同时让	36



		音乐素养与美术设计素质相得益彰，共同助力学生情操的提升。	
11	历史	本课程旨在培养学生了解人类社会特别是中国社会基本脉络的能力，探索人与人、人与社会、人与自然关系背后的历史逻辑，更好地增强历史使命感和社会责任感。通过学习以唯物史观为指导展现的人类历史发展进程，尤其是以中国历史为主的课程内容，学生将发展对优秀传统文化的认知，提高从历史角度思考问题的能力。学生还能在学习过程中弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，培育社会主义核心价值观，发展家国情怀，提高国家认同感和民族认同感。通过强化中国传统文化以及工艺技术传承的教学，培养学生对工匠精神和劳动光荣思想的理解，提高将历史学习与职业发展相融合的能力，以便在未来的生活学习和职业发展中掌握必备的历史知识，形成基本的核心素养。	36
12	劳动教育	本课程旨在培养学生的劳动素养、职业精神以及动手实践能力，探索如何结合电气专业特点，将安全规范、团队协作和工匠精神融入教学过程，更好地为电气行业培养高素质的专业人才。通过学习，学生将在电工实训室完成电路安装、设备维护等实践任务，提	18



		高对电气专业劳动技能的掌握和运用能力，提升对电气行业基本劳动安全规范与操作流程的熟悉程度，进而提升自身在电气领域的综合实践能力。	
13	心理健康	本课程旨在培养学生了解心理发展机制、特点及规律的能力，学习形成良好心理素质和健全人格的理论与方法等相关知识点，更好地运用心理学原理解决实际问题。通过学习本课程所涵盖的心理学知识体系，培养学生关注自身及他人心理状态的意识，提高学生应用心理学原理解决实际问题的能力。	18
14	人工智能通识课	本课程旨在培养学生洞察 AI 多领域应用与解决问题的能力，学习计算机视觉、自然语言处理、生成式 AI 等相关知识点，更好地理解 AI 在医疗、金融、艺术等领域所带来的渗透与革新。通过学习 AI 在各领域应用过程中产生的算法偏见、就业冲击、责任归属等争议案例，培养学生关注新兴技术问题的意识，提高学生分析和应对复杂 AI 挑战的能力。	18
15	写字	本课程旨在培养学生规范美观的书写能力，养成良好书写习惯，提升书写素养。通过学习，学生将掌握汉字基本笔画、偏旁和间架结构，能规范书写，做到书写工整；了解书写文化内涵，培养严谨态度，满足学习及职业岗位书写需求。	18



16	思维训练	本课程旨在培养学生科学思维方法，提升逻辑、创新等核心思维能力，引导学生高效分析解决问题。通过学习，学生将掌握基本思维规律与方法，能运用逻辑推理、联想发散等方式解决问题，提升思维灵活性与严谨性，为专业学习和职业发展提供支撑。	18
----	------	---	----

（二）专业（技能）课程

1. 专业基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	电子商务基础	本课程旨在培养学生掌握电子商务核心概念、模式、基本原理、平台基本操作及电子支付、物流等基础流程，能规范完成简单电商交易，适应电商行业基础岗位需求。通过学习电商概述、平台应用、支付安全等核心内容，提升学生电商操作、网络素养和商业思维能力，培养诚信与服务意识，为其从事电商基层岗位奠定基础。	72
2	市场营销基础	本课程旨在培养学生掌握市场营销基本原理与方法，能识别市场需求、分析客户特征，掌握市场调研、促销推广等基础技能，协助完成简单营销活动。通过学习市场调研、	36



		目标定位、营销策略等内容，提升学生市场洞察、沟通表达和策划执行能力，培养客户意识与团队协作能力，为其从事营销相关岗位奠定基础。	
3	Photoshop 基础	本课程旨在培养学生掌握 Photoshop 软件基本操作与核心功能，能完成图片抠图、美化、合成等基础操作，制作适配电商、广告场景的简单作品。通过学习软件操作、修图调色、版式设计等内容，提升学生图片处理、审美和创意能力，培养细致耐心的品质，为其从事电商美工等岗位奠定基础。	72
4	商务礼仪	本课程旨在培养学生掌握商务活动基本礼仪规范，规范个人仪容仪态、沟通接待等言行，树立良好商务形象，适应商务岗位礼仪要求。通过学习个人礼仪、沟通接待、会议宴请等内容，提升学生礼仪素养和商务交往能力，培养尊重与服务意识，为其从事商务接待等岗位奠定基础。	36

2. 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
----	------	-----------	------



1	网店美工	本课程旨在培养学生对网店美工核心技能的认知能力，理解网店视觉设计的核心逻辑，更好地掌握店铺装修、主图设计、详情页制作的核心要点和设计规范，掌握不同电商平台的视觉风格特点和设计要求。通过学习店铺视觉定位、图文设计、版式布局、色彩搭配等相关内容，培养学生敏锐的审美意识和创意设计思维，提高运用设计工具解决网店视觉设计实际问题的能力。本课程还聚焦于电商美工实操技巧的教学，让学生探索网店视觉优化的高效解决方案，更好地适应电商行业对网店美工岗位的发展需求。通过这些知识的学习，培养学生的细节把控意识和创新实践能力，提高综合美工设计的应用能力。	72
2	文案编辑	本课程旨在培养学生对电商文案的认知能力，理解文案创作的核心逻辑和底层逻辑，更好地掌握产品文案、宣传文案、活动文案的创作要点，理解不同平台调性和用户对文案的要求。通过学习文案结构、语言表达、卖点提炼、文案优化等相关内容，培养	36



		学生敏锐的用户思维和文字表达意识，提高运用文字解决电商宣传、产品推广实际问题的能力。本课程还聚焦于文案的实用性和传播性教学，让学生探索不同场景下文案的创作技巧，更好地适应电商行业对文案编辑岗位的发展需求。通过这些知识的学习，培养学生的逻辑思维和创新表达能力，提高综合文案创作的应用能力。	
3	数字化运营	本课程旨在培养学生认知数字化运营原理，理解数据驱动运营的核心逻辑，掌握运营工具使用与数据监测方法。通过学习商品分析、店铺数据收集与分析、搜索引擎优化、搜索引擎推广、信息流推广、促销策略推广、营销活动引流推广等工作内容，掌握企业的网店运营真实运作流程，利用虚拟仿真实训软件、办公相关软件、互联网工具操作完成工作任务，培养学生数据分析意识，提高运用数据优化运营策略的能力，适应电商运营岗位需求，提升学生综合运营能力。	72
4	网络营销	本课程旨在培养学生对网络营销的认知能力，理解网络营销的核心策略和基本原理，	72



		更好地掌握社群营销、内容营销、付费推广、新媒体营销等基础营销形式的核心要点，理解不同营销渠道的特点和应用场景。通过学习营销渠道搭建、推广技巧、效果监测、营销优化等相关内容，培养学生的市场敏感度和营销策划思维，提高开展网络营销活动、实现引流转化的实际能力，提高网络营销的综合应用能力。	
5	高级办公软件应用	本课程旨在培养学生对 office 办公软件的认知能力，理解 Excel、Word、PPT 等高级办公软件的核心功能和应用逻辑，更好地掌握复杂文档编辑、数据统计分析、演示文稿设计、数据可视化等实操要点，满足职场办公和电商相关岗位的办公需求。通过学习 Excel 高级函数、数据透视表、Word 高级排版、PPT 创意设计等相关内容，提高运用办公软件解决实际办公问题的能力，培养学生的实操应用能力和高效办公能力，提高综合办公素养。	72
6	直播电商基础	本课程旨在帮助学生掌握直播电商核心概念、平台规则、基础操作及合规知识，熟	72



		悉直播间搭建、脚本撰写、商品展示等基本技能，结合理论与简单实践，通过学习，培养学生直播基础运营、话术表达、基础互动及合规运营能力，提升行业入门素养与理论联系实际能力，树立正确运营理念，为后续专业学习和职业发展奠定基础。	
7	农产品信息采集与处理	本课程旨在培养学生对农产品商品拍摄与处理的认知能力，理解拍摄核心逻辑与后期处理技巧，掌握农产品构图、光影控制、场景布置及简易修图的核心要点，适配农产品电商展示需求。通过学习拍摄设备使用、构图光影技巧、后期修图工具应用、主图制作等内容，聚焦拍摄处理与电商转化的结合，培养学生审美与实操思维，提升农产品商品拍摄与处理综合水平。	72
8	短视频制作与运营	本课程旨在培养学生对短视频制作与运营的认知能力，理解短视频的创作逻辑和运营原理，更好地掌握短视频拍摄、剪辑、脚本策划、发布推广、数据复盘等核心技能，适配电商短视频的发展需求。通过学习脚本策划、拍摄手法、剪辑工具使用、运营技巧、	36



		数据监测等相关内容，让学生探索短视频引流、转化的高效方法，培养学生的创意思维和运营思维，提高短视频创作、推广运营的实际能力。	
9	电子商务师(职业技能考证)理论	本课程旨在培养学生对电子商务师职业技能考证理论知识的认知能力，理解电子商务行业规范、运营原理、法律法规、电商核心理论等核心考点，掌握考证理论要点，熟悉考证题型和答题技巧。通过学习电商法规、运营理论、行业标准、考证核心知识点等相关内容，培养学生的职业素养，提高顺利通过理论考核的能力，为职业发展奠定基础。	72
10	电子商务师(职业技能考证)实操	本课程旨在培养学生对电子商务师职业技能考证实操内容的认知能力，理解实操考核的核心要求和流程规范，掌握电商运营、交易处理、客户服务、数据处理等实操技能，熟悉考证实操考点和评分标准。通过学习实操流程、技能训练、模拟考核等相关内容，更好地适应职业技能考证的实操要求和电商相关岗位的实操需求，培养学生的实操能力和职业素养，提高顺利通过实操考核的能力。	72



3. 专业拓展课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	点钞	本课程旨在培养学生对点钞技能的认知能力,理解点钞的核心规范和高效技巧,掌握单指单张、多指多张等点钞方法,熟悉点钞的基本要求和考核标准。通过学习点钞手法、速度训练、真伪识别等相关内容,培养学生的细致耐心品质和实操应用思维,提高点钞速度和准确率,满足会计、出纳等岗位需求,同时,培养学生的实操能力和细节把控能力,提升点钞技能水平。	36
2	会计基础	本课程旨在培养学生认知会计基础理论,理解会计核算逻辑与规范,掌握会计科目、凭证处理、账簿登记核心要点及基本流程。通过学习会计要素、分录、账务处理等内容,培养严谨作风与会计思维,提高解决简单账务问题的能力,适配会计基层岗位需求。通过这些知识的学习,夯实会计专业基础,提升会计素养与实操能力。。	72
3	POP 海报制作	本课程旨在培养学生对 POP 海报制作的认知能力,理解海报设计的核心逻辑和视觉呈现技巧,掌握 POP 海报的构图、色彩搭配、文字设计等核心要点,适配电商促销、门店宣传等场景需求。通过学习海报设计规范、色	36



		彩运用、字体设计等相关内容，培养学生的审美意识和创意设计思维，提高运用工具制作 POP 海报的实操能力。	
4	会计技能	本课程旨在培养学生对会计实操技能的认知能力，理解会计实操的核心要求和流程规范，掌握账务处理、报表编制、凭证审核等核心技能，适配会计基层岗位实操需求。通过学习账务处理实操、报表编制技巧、凭证审核规范等相关内容，培养学生的实操应用思维和责任意识，提高规范完成会计实操任务、解决实际账务问题的能力。	36
5	社会能力训练	本课程旨在培养学生对社会交往、沟通协作等核心能力的认知能力，理解社会交往的基本逻辑和职场协作规范，掌握沟通表达、团队协作、问题解决等核心技能。通过学习沟通技巧、协作方法、应急处理等相关内容，培养学生的沟通意识和团队协作思维，提高适应社会、应对职场问题的实际能力。	36
6	艺术鉴赏	本课程旨在培养学生对各类艺术形式的认知能力，理解艺术鉴赏的核心逻辑和审美标准，掌握绘画、音乐、书法等常见艺术形式的鉴赏要点，提升审美素养。通过学习艺术常识、鉴赏方法、经典作品分析等相关内容，培养学生的审美意识和艺术思维，提高艺术鉴赏和审美判断的能力；培养学生的艺术素养和人文情	36



		怀，提升综合审美水平。	
7	茶艺服务	本课程旨在培养学生对茶艺服务的认知能力,理解茶艺的核心文化内涵和服务规范,掌握茶叶冲泡、茶具使用、茶艺礼仪等核心技能,适配茶艺服务岗位要求。通过学习茶叶知识、冲泡技巧、服务礼仪等相关内容,培养学生的服务意识和文化素养,提高茶艺服务和沟通表达的实际能力,提升茶艺服务水平。	36
8	民俗文化	本课程旨在培养学生对民俗文化的认知能力,理解民俗文化的核心内涵和传承意义,掌握各类民俗的起源、特点和习俗规范,了解中华优秀民俗文化。通过学习民俗常识、传统节日、民俗活动等相关内容,培养学生的文化自信和传承意识,提高了解、传播民俗文化的能力。通过让学生探索民俗文化的传承与创新方法,更好地适应文化传播相关需求,培养学生的文化素养和人文情怀,夯实民俗文化传播基础。	36

七、教学进程总体安排

教学进程安排表



课程性质	课程类别	课程名称	课程类型	学分	计划学时			各学期教学周数与周学时安排						考核评价方式	备注
					总学时	理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6		
								18周	18周	18周	18周	18周	18周		
公共基础课	必修课	思想政治	理论	8	144	144	0	2	2	2	2			考查	
		语文	理论	12	216	216	0	2	3	2	3	2		考试	
		数学	理论	12	216	216	0	2	3	2	3	2		考试	
		英语	理论	12	216	216	0	2	3	2	3	2		考试	
		信息技术	理论+实践	7	126	63	63	4	3					考查	
		体育与健康	理论+实践	10	180	36	144	2	2	2	2	2		考查	
		艺术（音乐鉴赏与实践）	理论+实践	2	36	18	18	1	1					考查	
		历史	理论	2	36	36	0	1	1					考查	
		劳动教育	实践	1	18	0	18			1/0	0/1			考查	课后安排
				66	1188	945	243	16	18	10	13	8	0		
	限定选修课	心理健康	理论	1	18	18	0	1						考查	
		人工智能	理论+实践	1	18	9	9		1					考查	
		写字	理论	1	18	18	0			1				考查	
		思维训练	理论	1	18	18	0					1		考查	
				4	72	63	9	1	1	1	0	1	0		
	公共基础课合计（占总学时 40.0%）			70	1260	1008	252	17	19	11	13	9	0		
专业技能课	专业基础课	电子商务基础	理论+实践	4	72	36	36	4						考试	
		市场营销基础	理论	2	36	36	0	2						考试	
		photoshop 基础	理论+实践	4	72	12	60	4						考试	
		商务礼仪	理论+实践	2	36	24	12	2						考试	
				12	216	108	108	12	0	0	0	0	0		
	专业核心课	网店美工	理论+实践	4	72	12	60		4					考试	
		文案编辑	理论	2	36	36	0		2					考试	
		数字化运营	理论+实践	4	72	12	60		4					考试	
		网络营销	理论+实践	4	72	36	36			4				考试	
		高级办公软件应用	实践	4	72	0	72			4				考试	
		直播电商基础	理论+实践	4	72	36	36			4				考试	
		农产品信息采集与处理	理论+实践	4	72	36	36			4				考试	
		短视频制作与运营	理论+实践	2	36	18	18				2			考试	
		电子商务师（职业技能考证）理论	理论	4	72	72	0				4			考试	
		电子商务师（职业技能考证）实操	实践	4	72	0	72				4			考试	
				36	648	258	390	0	10	16	10	0	0		
	专	点钞（选修）	实践	2	36	0	36			2				考试	



课程性质	课程类别	课程名称	课程类型	学分	计划学时			各学期教学周数与周学时安排						考核评价方式	备注
					总学时	理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6		
								18周	18周	18周	18周	18周	18周		
	业拓展课	会计基础	理论	4	72	72	0				4			考试	
		P0P 海报制作	实践	2	36	18	18				2			考试	
		会计技能	理论+实践	2	36	36	0					2		考试	
		社会能力训练	理论	2	36	36	0					2		考试	
		艺术鉴赏（选修）	理论	2	36	36	0					2		考试	
		茶艺服务（选修）	理论+实践	2	36	18	18					2		考试	
		民俗文化（选修）	理论+实践	2	36	36	0					2		考试	
					18	324	252	72	0	0	2	6	10	0	
	综合实训课	电商综合实训	理论+实践	2	36	12	24					2		考试	
		客户服务综合实训	理论+实践	4	72	12	60					4		考试	
		视觉设计	实践	4	72	0	72					4		考试	
		岗位实习（含毕业设计）	实践	29	522	0	522						29	考查	
					39	702	24	678	0	0	0	0	10	29	
	专业技能课合计（占总学时 60.0%）			105	1890	642	1248	12	10	18	16	20	29		
	合计			175	3150	1650	1500	29	29	29	29	29	29		

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 专业带头人

专业带头人黄颖枰老师熟知电子商务在行业、产业的发展现状和最新的技术，参与省（市）级课题如《AI人工智能背景下的职业教育数字资源课程建设——以《直播电商基础》课程为例》等共4项，“畅享杯”全国财经商贸类专业教师数字技术技能大赛-网店推广竞赛获得全国二等奖，指导学生在“畅享杯”全国数字商业技能大赛电子商务师——网络营销总决赛获得一等奖。

2. 专任教师要求

根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校



设置标准》的有关规定，配备具有相关专业中级以上专业技术职务的专任教师 6 人，其中硕士学历教师占比 33%，其中专任教师本科以上学历占比 100%，双师型教师占比接近 84%，高级、中级、初级职称教师比例为 1: 3: 2。

3. 专任教师培养

专任教师有 6 位，学校通过委托高等院校、行业企业培训机构及企业等加强对电子商务专业教师的培训和培养工作，进一步提升教师电子商务专业技术水平和教学能力，每学年持续开展企业专家进课堂等教学活动。

（二）教学设施

校内实训实习具备直播、新媒体、电子商务、网络营销实训室，主要设施设备及数量见下表：

序号	实训室名称	主要工具和实施设备		主要锻炼能力	主要支撑课程
		名称	数量(台/套)		
1	直播实训室	平板电脑	50	直播综合运用 短视频制作	直播电商基础
		直播一体机	2		直播综合实训
		直播图形工作站	3		短视频制作与运营
		直播移动补光类套装	3		
		4K 摄录一体机	1		
2	新媒体实训室	图形工作站	8	新媒体运营	网络营销
		直播导播一体机	1		农产品信息采集与处理
		直播支架	50		
		手持稳定器	8		电商综合实训
		LED 摄影棚	6		
		拍摄道具	50		
3	电子商务实训室	计算机	48	网店运营	photoshop 基础
		网店运营推广虚拟仿真实训系统	1		数字化运营
		视觉设计与制作虚拟仿真实训系统	1		网店美工

		电子商务直播虚拟仿真实训系统	1		直播电商基础
		客户服务虚拟仿真实训系统	1		客户服务综合实训
4	网络营销实训室	计算机	60	视觉设计	网络营销
		图形图像设计软件	60		视觉设计
		电子商务技能实训系统	1		电子商务师（职业技能考证）

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

根据《职业院校教材管理办法》和《珠海市理工职业技术学校教材建设与管理制度》的要求，在学校教选用委员会的指导下，选用了国家规划教材《电子商务基础（慕课版）》、《网络营销：推广与策划（第3版 慕课版）》等7本。专业课程教材体现了本行业新技术、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，校内自编教材《1+X网店运营推广职业技能等级理论辅导》、《1+X网店运营推广基础实训》、《1+X直播电商基础职业技能等级理论考核辅导》等3本。

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：短视频与直播营销策略研究、AI文案写作、生成式人工智能素养、巧用AI高效教学、电子商务师——国家基本职业培训包（指南包课程包）等技术类和案例类图书，以及电子商务技术及产业等方面的专业学术期刊。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

建设了“电子商务教学资源库”，在智慧职教教学平台建设了《直播电商基础》线上精品课，在泛雅网络教学平台建设了《1+X 网店运营基础实训》、《网店美工》等线上精品课，配备了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

课程在教学过程中充分体现了工学结合、项目驱动的教学方法。在教学过程中考虑到学生的个体差异，要加强对差生的辅导以及对优生的指导。教师采用了灵活多样的教学方法，因材施教。采用过程和终结想结合的考核方法。

具体包括：启发式教学法、讨论研究式教学法、多媒体教学法、现场教学法、实物教学法、案例教学法等。激发学生的学习兴趣 and 求知欲，以增进学习效果，提高学习质量。

结合信息化教学模式，尽可能采用混合式教学模式，鼓励学生展现个人个性，开发学生的创新能力，将知识转化为能力，支持学生自主开展实验创新制作。建立课内学习与课外学习紧密结合的教学方式，将课外学习项目，与实验室开放相结合，与学习任务相结合。以实验促进理论知识的消化吸收，以理论引导学生实践能力的提高。

（五）学习评价

1. 公共基础课

语文、数学、英语学科以校内笔试统考进行学习评价，其他公共基础



课以考查为主，方式可以选择试卷及其他灵活的方式，以反应学生的实际应用能力。

2. 专业基础课、专业课程评价标准

教学评价体现了评价主体、评价方式、评价过程的多元化。校内校外评价结合，学业考核与职业技能鉴定结合，教师评价、学生互评与自我评价相结合，过程性评价与结果性评价相结合。创新评价方式方法，既关注学生对知识的理解和技能的掌握，更关注运用知识在实践中解决实际问题的能力水平。

（1）专业基础课程评价标准

专业基础课程是专业课程的根基，万丈高楼平地起，只有基础扎实，才能立专业学习于不败。专业基础课程主要偏向理论知识，因此其考核重点是考查学生对理论知识的掌握程度，并且在学生成绩评定中注重学生的学习过程，因此学生成绩评定原则为：过程考核占 40%，期中、期末终结性考核占 60%。

过程考核的方式：学生的出勤、作业、实验或实训、课堂小测试、课堂互动情况等。

终结性考核的方式：笔试、实操考核。

（2）专业课程评价标准

专业课程是学生学习专业知识和专门技能的课程。专业课的任务是使学生掌握必要的专业基础知识和专业技能，了解本专业的前沿科学技术和发展趋势，培养分析解决本专业范围内一般实际问题的能力。

由于本专业为偏技能型专业，要求学生掌握较扎实的专业理论知识和

技能知识，为日后自学新知识、新技术奠定较好的基础，以及具有较强的职业发展后劲，理论笔试与技能实践并重，重点考查学生掌握专业技术的情况，以及对专业技能的掌握能力。学生成绩评定原则为：过程考核占40-50%，终结性考核占50-60%。

过程评价的方式：学生的出勤、作业、实验或实训、课堂小测试、课堂互动情况等。

终结性评价的方式：多种考核方式的综合评价，如笔试、大型作业、作品制作、小论文、答辩等，充分反映了学生对专业基础知识的理解能力以及专业技能的掌握程度。

（六）质量管理

1. 学校建立了专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 学校完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡堂、听课、评教等制度，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。

3. 专业教研组织建立了线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质



量。

4. 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

学生通过规定三年的学习，须修满本专业人才培养方案所规定的学时学分，三年制毕业总学分为 175 学分（含军训 1 分），取得一个以上专业相关技能证书，操行评定合格者准予毕业。

十、附录

（一）专业技能图谱

序号	工作岗位	岗位任务	核心技能点	知识点	对应课程名称
1	1. 网店美工	1. 软件工具操作技能	Adobe Photoshop 核心操作	精通图层、蒙版、通道、调色、抠图、修图等核心功能	Photoshop 基础 网店美工
2			Adobe Illustrator 核心操作	掌握矢量图形绘制、Logo 设计、字体设计、商业插画制作	视觉设计
3			AIGC 工具应用	熟悉 AI 绘画、智能抠图、模板设计等 AIGC 工具，提升设计效率	Photoshop 基础
4			动态效果图制作	制作主图视频、详情页动态展示、GIF 海报等，掌握 AI 提示词编写、AI 素材生成、智能剪辑与动效辅助、图像优化等知识	网店美工 视频制作与运营
5		2. 商品图片	基础修图技能：能使用软件裁剪、旋	1. 图片构图原则（如三	Photoshop



		基础处理	转、校正商品图片、能去除图片瑕疵（如污点、杂物）	分法、对称构图） 2. 图片格式知识（JPG、PNG、WebP） 3. 修复工具原理（如克隆图章、修复画笔）	基础 网店美工
6			调色与质感处理：能调整图片亮度、对比度、饱和度，提升视觉效果	1. 色彩理论基础（RGB、CMYK） 2. 调色逻辑（如色温、色调调整） 3. AI 图像精修：优化产品光影、抠图、调色美化	
7			尺寸与规范处理：能统一多张图片尺寸和比例，适配平台要求	1. 平台图片尺寸规范 2. AI 批量改尺寸	
8			能添加水印或品牌标识，防止盗图	1. 版权知识 2. AI 隐形水印制作	
9			创意主图设计与卖点提炼	1. 设计具有点击率的主图，能通过视觉快速传达核心卖点。 2. 运用 AI 提炼卖点、生成主图	Photoshop 基础 网店美工
10		3. 商品主图制作	视觉构图：白底图/透明底图规范制作	掌握平台对白底图的尺寸、背景、商品展示等规范要求。	
11			主图视频策划与剪辑	1. 策划 15-30 秒的主图视频脚本，并进行基础剪辑、配音、加字幕。 2. 会使用 AI 脚本撰写：撰写主图视频分镜脚本、动态展示逻辑脚本	网店美工 短视频制作与运营
12		4. 商品图像采集与精修	能搭建简易静物拍摄环境，控制光线与背景	1. 摄影布光原理：主光、辅光、轮廓光 2. 色彩管理与白平衡校准	农产品信息 采集与处理
13			能对商品图片进行曝光、色彩、对比度的标准化校正	1. 图像直方图解读 2. 色彩平衡与饱和度原理	
14			能对商品主体进行精准抠图，使用修复工具去除商品瑕疵（如污点、划痕）	1. 选区与蒙版、钢笔工具	



				2. 数字图像修复逻辑 3. AI 抠图+AI 修图+传统精修结合，保留商品真实质感	
15			能制作不同电商平台对应的主图：透明商品背景图（白底图等），符合平台规范	1. 各电商平台对主图的具体要求（如尺寸、文件格式、背景） 2. AI 背景替换	
16			详情页逻辑框架策划	规划“引起兴趣-激发需求-建立信任-促成下单”的详情页浏览动线	
17			卖点可视化与信息图表设计	将复杂的商品参数、功能卖点通过图标、图表等视觉元素清晰呈现	
18		5. 详情页视觉策划与设计	场景化营销图设计	1. 将商品置于使用场景中，激发用户购买欲望 2. 通过 AI 工具初步生成商品场景化+传统精修结合	Photoshop 基础 网店美工 文案编辑
19			细节展示设计	通过微距、特写等方式，突出商品的做工、材质等细节优势	
20			关联销售设计	1. 设计关联推荐模块 2. AI 搭配推荐	
21			活动海报设计	1. 针对 618、双 11 等大促活动，设计氛围感强的活动海报 2. 使用实景图 + AI 合成海报	
22		6. 营销推广图设计	推广图设计	设计高点击率的推广图，理解信息流广告的视觉要求	网店美 视觉设计 网络营销
23			钻展图设计与品牌调性统一	设计大型品牌展示广告，确保视觉与品牌 VI 高度统一	
24			社交平台图文设计	1. 为多平台设计适配的推广图文 2. AI 风格调整	
25		7. 品牌视觉统一性维护	视觉设计通用能力（审美 + 版式） 能制定品牌视觉规范（如色彩、字体、	1. 落地 / 更新品牌 VI 手册	



			LOGO 使用)	2. 品牌一致性原则 3. 视觉规范文档编写逻辑 4. 通过视觉设计引导用户浏览路径, 降低跳失率	
26			能更新品牌视觉元素, 适应市场趋势	1. 设计趋势分析 (如极简、复古) 2. 视觉迭代方法论 3. AI 工具辅助分析数据	
27			能制作品牌视觉手册, 指导团队使用。培训团队成员掌握基础视觉规范	1. 手册编写结构 2. 多场景应用示例 3. 培训技巧 4. AI 手册排版	
28			直播间场景搭建与背景设计	1. 设计符合品牌调性、能突出产品的直播间背景与场景。 2. AI 虚拟场景搭建	
29			直播封面图与海报设计	设计吸引点击的直播预告海报和平台封面图	
30		8. 直播与短视频视觉	短视频封面与字幕设计	为商品短视频设计统一风格、信息明确的封面和动态字幕	短视频制作与运营
31			产品展示短视频分镜脚本视觉化	1. 能够将短视频的文字脚本转化为可视化的分镜画面 2. AI 工具辅助生成脚本和辅助剪辑	
32			能使用 AIGC 工具进行设计灵感探索与素材生成	1. 文生图提示词撰写技巧 2. 主流 AIGC 绘图工具特性	
33		9. AIGC 辅助设计	能利用 AIGC 工具扩展图片背景或生成场景素材	1. 图生图 2. AI 背景扩图	视觉设计 网店美工
34			能对 AIGC 生成图片进行二次优化和精修	1. AIGC 图片的常见缺陷与修复 2. 人工优化	
35	2. 运	1. 网店开设	网店开设的准备	1. 主流电商平台介绍、	电子商务基础
36			个人卖家账号注册及认证、企业卖家	店铺类型分析	



	营 专 员		账号注册及认证、店铺分类设置、店铺基本信息设置	2. 电商/直播电商平台 开店资质、开店及入驻 流程	直播电商 基础
37			根据法律法规开设与运营店铺	3. 网店基本信息设置方法 4. 电子商务、直播电商 法律法规	
38		2. 网店基础 操作	商品的发布	1. 商品发布与设置	
39			上架商品进行维护	2. 根据平台活动制定店 铺促销活动策划方案	
40			店铺营销活动设置	3. 直播平台帐号开通	
41			直播平台操作	4. 线上直播间装修	
42		3. 运营数据 分析	使用常用数据分析工具对网店进行分析	1. 平台内数据分析工具 主要模块、功能、第三 方数据分析工具	数字化运 营
43			根据流量来源构成, 分析与优化流量 渠道	2. 网店常用流量分析指 标、流量分析方法、销 量分析指标	
44			根据客户画像, 指导营销与产品规划	3. 流量来源分类、各渠 道流量价值评估	
45			使用推广平台和推广工具进行数据 分析, 进行阶段性效果评价及分析	4. 用户画像分析, 优化 运营和客户管理策略, 完成用户拉新、留存、 促活和转化	
46			使用 AI 辅助网店运营分析	5. AI 工具辅助网店运 营分析方法	
47		4. 搜索引擎 优化	根据搜索引擎的工作原理和商品关 键词常用挖掘策略, 通过对商品和用 户的分析, 拆解关键词词根	1. 商品搜索机制	
48			商品关键词挖掘	2. 关键词分类	
49			根据建立的商品关键词词库, 依据选 词和组词策略, 制 作合适的商品标 题并完成优化。	3. 关键词挖掘	
50			使用 AI 工具辅助优化详情页	4. 搜索排名影响因素	
51		5. 搜索引擎 推广	SEM 推广时间定向设置和地域定向设 置	5. 建立关键词词库	
52			SEM 推广关键词添加	6. 标题关键词组合策略	
53			SEM 推广创意编辑和创意优化	7. 商品标题优化	
				8. 商品属性优化技巧	
				9. AI 辅助详情页文案、 描述、视频优化的方法	
				1. 时间地域定向	
				2. 关键词添加	
				3. 创意编辑与优化	
				4. 人群溢价	



54			SEM 推广人群选择和人群溢价设置	5. SEM 推广		
55			标品新品/滞销品 SEM 推广计划优化			
56			非标品新品/滞销品 SEM 推广计划优化			
57		6. 信息流推广	信息流推广时间和地域定向优化	1. 时间地域定向		
58			兴趣意图定向优化	2. 兴趣意图定向		
59			产品店铺定向优化	3. 产品店铺定向		
60			资源位选择与出价优化	4. 资源位选择与出价		
61			标品爆款信息流推广计划组优化	5. 信息流推广账户搭建及优化		
62			非标品新品/滞销品信息流推广计划组优化	6. 信息流展位营销及推广		
63		7. 短视频运营	根据店铺定位、商品特点和目标客户，策划短视频内容主题	1. 短视频内容营销的作用与常见形式 2. 商品卖点、用户需求与内容主题的匹配方法 3. 平台短视频内容发布规范与基础运营规则		短视频制作与运营 网络营销文案编辑
64			根据商品卖点撰写短视频标题、文案和拍摄脚本	1. 短视频标题与文案的撰写方法 2. 短视频脚本基本结构：镜头、景别、台词、时长、画面说明 3. “开头吸引—卖点展示—信任建立—行动引导”的内容逻辑		短视频制作与运营 网络营销农产品信息采集与处理
65			使用 AI 工具辅助生成短视频选题、标题、脚本和口播文案	1. AI 文案生成工具的基本使用方法 2. AI 提示词的基础写法：商品信息、目标人群、内容风格、平台场景 3. AI 生成内容的检查、修改与合规使用要求		
66			使用手机或基础拍摄设备完成商品短视频拍摄	1. 手机拍摄参数与画面稳定方法 2. 基础运镜方法：推、拉、摇、移、跟拍 3. 商品展示角度、光线、背景和收音的基本要求		



67			使用剪辑软件完成短视频剪辑、字幕、配音、转场和封面制作	1. 短视频剪辑流程与基础剪辑原则 2. 字幕、配音、背景音乐、转场、贴纸等元素的使用方法 3. 短视频封面设计与信息突出方法	
68			按平台要求完成短视频发布、标签设置和内容维护	1. 短视频发布时间、话题标签、商品链接设置方法 2. 短视频内容审核、版权和广告合规要求 3. 短视频账号内容风格统一与日常维护方法	
69			根据播放量、完播率、点赞率、评论率、转化率等数据优化短视频内容	1. 短视频常用数据指标含义 2. 短视频数据复盘方法 3. 根据数据调整选题、脚本、封面、发布时间和商品展示方式的方法	
70			使用 AI 工具辅助分析短视频数据并提出内容优化建议	1. AI 辅助数据分析的基本方法 2. 短视频数据表格的整理与描述方法 3. 根据 AI 建议进行人工判断和二次修改的方法	
71		8. 直播运营	参与直播前选品、货品组合和直播活动策划	1. 直播电商的基本流程与岗位分工 2. 直播货品组合方法：引流款、利润款、形象款 3. 直播主题、优惠活动和预热计划的策划方法	直播电商基础 直播综合实训
72			根据直播商品和活动目标编写直播脚本、产品讲解话术和互动话术	1. 直播脚本的基本结构：开场、产品讲解、互动、促单、收尾 2. 产品卖点提炼与 FABE 话术方法 3. 直播互动话术、福利	



			话术和催单话术的写法	
73		使用 AI 工具辅助生成直播脚本、商品讲解话术和互动问题	1. AI 辅助直播文案生成的基本方法 2. 直播话术提示词写法：商品信息、目标人群、优惠机制、语言风格 3. AI 生成话术的人工审核、修改和合规表达要求	
74		能完成直播前账号检查、直播间布置、商品链接和优惠信息准备	1. 直播平台账号、设备、网络、灯光、收音检查方法 2. 直播间背景、商品陈列和氛围布置要求 3. 商品链接、优惠券、库存和价格信息核对方法	
75		能完成直播中控操作，包括商品上下架、优惠券发放、评论管理和数据查看	1. 直播中控岗位职责与操作流程 2. 商品讲解顺序、商品卡片和优惠券设置方法 3. 评论区管理、违规词提醒和实时数据查看方法	
76		能协助主播进行直播互动、节奏控制和突发情况处理	1. 直播节奏控制方法 2. 粉丝互动、提问回复和氛围营造技巧 3. 常见直播突发情况及应急处理方法	
77		完成直播后订单、客户反馈和直播数据整理	1. 直播订单跟进与客户问题记录方法 2. 直播核心数据指标：观看人数、停留时长、互动率、转化率、销售额等 3. 直播复盘表的填写方法	
78		使用 AI 工具辅助进行直播复盘，提出选品、话术和活动优化建议	1. AI 辅助直播数据复盘的基本方法	



				2. 直播数据与话术、商品、优惠活动之间的关系分析 3. 根据 AI 分析结果制定下一场直播改进措施的方法	
79		9. 社群与用户运营	能建立与维护客户微信群/企微群	1. 社群生命周期管理 2. 社群活跃度提升策略	网络营销文案编辑
80			能策划与执行社群裂变与促销活动	1. 裂变增长模型（邀请、拼团、分销）	
81			能通过 CRM 工具进行客户分层与精准营销	1. RFM 客户价值模型 2. 短信营销、优惠券精准推送策略	
82	3. 客服专员	1. 售前咨询转化	能使用标准服务用语快速响应客户咨询，准确介绍商品信息并解答客户疑问	1. 客服岗位职责与售前接待流程 2. 标准欢迎语、结束语和服务礼仪 3. 商品规格、功能、价格、库存、发货等常见咨询问题处理方法	客户服务综合实训 电子商务师(职业技能考证)理论 电子商务师(职业技能考证)实操
83			根据客户需求进行商品推荐、关联推荐和下单引导	1. 客户需求识别方法 2. 商品卖点提炼与 FABE 话术 3. 关联推荐、搭配推荐、收藏加购和下单引导方法	
84			能处理客户议价、犹豫、比价等情况，维护店铺价格和服务形象	1. 常见议价与比价情境分析 2. 价值替代法：品质、服务、赠品、售后保障 3. 客户情绪安抚与礼貌沟通方法	
85			使用 AI 工具辅助生成、优化和检查售前客服话术	1. AI 辅助客服话术生成方法 2. 提示词基本写法：商品信息、客户问题、语气要求、平台场景 3. AI 生成内容的真实性、合规性和人工审核	



			要求	
86	2. 售中订单处理	能核对订单信息，处理客户修改地址、规格、数量、发票等售中需求	1. 订单处理标准流程 2. 订单信息核对要点 3. 平台订单修改规则与操作权限	
87		能跟进发货和物流状态，处理延迟发货、物流停滞、派送异常等问题	1. 常见物流状态识读方法 2. 异常物流问题处理流程 3. 客服与仓储、物流岗位的协作流程	
88		能对售中异常情况进行记录、反馈和客户安抚	1. 售中异常情况记录方法 2. 客户焦虑、催发货、催物流等情绪安抚话术 3. 跨岗位沟通与问题跟进方法	
89	3. 售后问题处理	能依据平台规则处理退货、换货、补发、维修、退款等售后申请	1. 售后服务基本流程 2. 平台退换货、退款和七天无理由退货规则 3. 质量问题、错发漏发、未收到货等常见售后场景处理方法	
90		能处理客户投诉、中差评和平台介入风险，维护店铺形象	1. 投诉处理流程: 倾听、道歉、解释、解决、跟进 2. 中差评回复原则与沟通方法 3. 平台介入风险与客服沟通规范	
91		能记录并归类售后问题，反馈商品、物流和服务改进建议	1. 售后问题登记表填写方法 2. 商品质量、物流异常、服务问题分类方法 3. 售后数据整理与问题反馈方法	
92		能使用 AI 工具辅助归类售后问题并生成初步处理建议	1. AI 辅助问题分类方法 2. 售后问题关键词提取方法	



				3. AI 处理建议的人工判断、修改和风险把控	
93		4. 客户关系维护	能进行订单完成后的客户关怀、回访、合规邀评和复购引导	1. 客户关怀的作用与时机 2. 回访、邀评和复购引导话术 3. 老客户维护与优惠信息告知方法	
94			根据客户购买记录、咨询记录和售后记录进行客户分层维护	1. 客户标签与客户档案整理方法 2. 新客户、老客户、高价值客户、沉默客户的维护策略 3. 客户分层与精准服务基础方法	
95		5. 智能客服工具应用	能设置和维护客服机器人的常见问题知识库、关键词和自动回复内容	1. 智能客服工具的基本功能 2. 常见问题知识库分类方法 3. 关键词、相似问法和标准答案设置方法	
96			根据机器人接待数据优化自动回复内容和转人工规则	1. 机器人解决率、转人工率、未解决问题数等指标含义 2. 无效回复原因分析 3. 转人工场景设置与优化方法	
97			使用 AI 工具辅助优化客服知识库、同义问法和标准回复话术	1. AI 辅助客服知识库优化方法 2. 客户问题改写、同义问法补充和标准答案润色方法 3. 智能客服内容合规检查与人工复核要求	