《电子商务师（网商）》

培训课程标准

东莞市人力资源和社会保障局

东莞市人力资源和社会保障局

2026 年 8 月

目录

（一）基本概况 1
（二）培训内容和学时分配建议 4
（三）培训教材 11

东莞市人力资源和社会保障局

（一）基本概况

<table>
<tr><th colspan="4">第一部分：基本信息</th></tr>
<tr><td>课程名称</td><td colspan="3">电子商务师（网商）</td></tr>
<tr><td>职业岗位</td><td>电子商务师
（网商）</td><td>等级</td><td>不分等级、四级、三级</td></tr>
<tr><td>课程目标</td><td colspan="3">本课程旨在培养适应电子商务行业发展需求的高素质技能型人才，依据《电子商务师国家职业技能标准（2022 年版）》（职业编码：4-01-06-01），面向电子商务师四级/中级工和三级/高级工两个技能等级，构建“基础夯实—进阶提升”的递进式课程体系。通过系统化培训，使学员全面掌握产品及服务信息管理、线上店铺设计与装修、营销推广、业务处理、客户服务及商务数据分析六大职业模块的理论知识与实操技能，达到相应等级国家职业技能标准要求，具备上岗就业和职业发展的综合能力。

不分等级、四级/中级工目标：使学员掌握电子商务基础理论知识和标准化操作技能，能够独立完成产品图片拍摄与处理、网店装修元素制作、电商平台基础活动实施、商品上下架管理、基础客户关系维护及电商基础数据采集等工作，胜任电商运营助理、客服专员等入门级岗位，具备规范执行能力与基础协作能力。

三级/高级工目标：使学员掌握电子商务进阶理论知识与综合运营技能，能够独立完成产品成本核算与价格调整、营销型店铺页面设计、搜索引擎关键词推广、销售数据管理与报表制作、社群运营管理及电商数据可视化报表制作等工作，胜任店铺运营专员、新媒体运营专员等核心岗位，具备数据分析能力、市场感知能力与统筹优化能力。</td></tr>
<tr><td>可适用的就业岗位</td><td colspan="3">**不分等级、四级/中级工：**店铺运营助理、电商客服专员、直播销售员、视觉设计助理、商品上架专员、新媒体运营助理，以及电子商务企业中从事基础运营、客户服务、数据采集等工作的相关岗位。

三级/高级工：店铺运营专员/店长、新媒体运营专员、直播运营、短视频运营、电商数据分析员、达人商务专员、搜索引擎推广专员，以及电子商务企业中从事运营管理、营销推广、数据分析等工作的相</td></tr>
</table>

东莞市人力资源和社会保障局

	关进阶岗位。
课程使用情况	1.培训规模：自 2020 年以来，依托东莞市经济贸易学校电子商务专业实训基地，累计开展电子商务师职业技能培训 26 个班次，培训学员 1521 人次。其中四级/中级工培训覆盖电商运营助理、客服专员等基础岗位，三级/高级工培训覆盖店铺运营专员、新媒体运营专员等进阶岗位，培训周期 4—8 周，利用课余及周末时间集中开展。 2.培训考核情况：累计考核 1423 人，合格 1330 人，综合通过率达 93.46%。网店运营推广、跨境电商 B2B 数据运营、直播电商等证书方向多次实现 100%通过率，培训质量得到充分验证。 3.培训师资：培训师资团队由 15 名电子商务专业教研组专职教师组成，均持有电子商务师、1+X 网店运营推广等职业技能等级证书考评员资质，具备丰富的教学与考证培训经验，多次指导省、市级技能竞赛并取得优异成绩。 4.培训场所与设备：依托学校电子商务专业实训基地，实训设备资产 679.36 万元，实训场所面积超 1900 ㎡，配备电商运营、直播运营等多个实训室及网店运营推广实训系统等专业软件，可同时容纳近 500 名学生开展理论与实操一体化培训。 5.就业与社会效益：课程紧扣国家职业技能标准，结合东莞产业实际，覆盖核心岗位需求，推动“课证融通”改革，为学员高质量就业奠定基础。培训完成后学员可胜任电商运营助理、客服专员等基础岗位，有效服务本地电商产业人才需求。

第二部分：培训要求	
培训总学时	四级：总学时（56），其中：理论（22）学时，实操（34）学时 三级：总学时（48），其中：理论（20）学时，实操（28）学时 注：不分等级的总学时不少于 40 学时，其中理论学时不高于 50%
师资要求条件	**不分等级、四级/中级工：**培训四级/中级工应具有本职业或相关职业三级/高级工及以上职业资格（职业技能等级）证书，或相关专业中级及以上专业技术职务任职资格，或有 5 年以上的从业经历者。

	三级/高级工：培训三级/高级工应具有本职业或相关职业二级/技师及以上职业资格（职业技能等级）证书，或相关专业中级及以上专业技术职务任职资格，或有 5 年以上的从业经历者。
培训方式	线上线下相结合 ☑　　线下培训□
培训班规模	班级人数一般不超过 50 人
培训场地	理论教室：配备多媒体教学设备（投影仪、音响、电子白板）、空调及标准课桌椅的标准教室。 实操场地：实操场地接入计算机局域网及互联网，满足电子商务平台模拟操作、网店运营推广实训等教学需求。
培训设备	硬件设备：计算机设备（学生用机及教师用机，配备主流操作系统及办公软件）、商品拍摄器材（数码相机、摄影灯箱、三脚架、反光板等）、直播设备（直播电脑、高清摄像头、麦克风、声卡、补光灯、绿幕等）。 软件系统：办公软件（Word、Excel、PPT 等）、图片处理软件（如 Photoshop 等）、视频剪辑软件。

第三部分：适用对象	
适用对象	年满 18 周岁，身体健康，无色盲色弱，从事电商相关岗位的人员、在校学生、待业人员及转岗人员等。

东莞市人力资源和社会保障局

（二）培训内容和学时分配建议

《电子商务师（网商）》培训课程主要包括理论培训课程和实操培训课程两个部分，每部分课程可结合实际培训情况自行分配实践课时。不分等级的可参照本课程四级的内容，总学时不少于 40 学时，其中理论学时不高于 50%。

四级

电子商务师（网商）培训课程学时分配一览表

训练任务	课堂学时		培训总学时
	理论课程	实操课程	
图片拍摄与处理	4	8	12
装修元素制作	4	10	14
电商平台活动实施	4	4	8
商品管理	2	2	4
客户关系维护	4	4	8
电子商务数据采集	4	6	10
合计	**22**	**34**	**56**

1.电子商务师（网商）理论培训内容

训练任务	相关知识要求	学时
1.图片拍摄与处理	1.1 电商平台图片发布规范与尺寸要求	4
	1.2 常见拍摄器材（相机、手机、灯光设备）的性能特点与适用场景	
	1.3 产品拍摄构图原则、布光技巧与场景搭建方法	
	1.4 图片后期处理软件（如 Photoshop、美图秀秀等）的操作方法与处理原则	
2.装修元素制作	2.1 网店文案的撰写技巧与优化方法（标题关键词、卖点提炼、促销话术）	4
	2.2 网店图片的设计规范与制作技巧（主图设	

东莞市人力资源和社会保障局

训练任务	相关知识要求	学时
	计、详情页排版、活动海报制作）	
3.电商平台活动实施	3.1 平台营销活动的分类、适用场景与规则解读	4
	3.2 平台活动报名的流程、资质审核要点与报名技巧	
	3.3 营销管理工具的活动设置流程、参数配置方法与注意事项	
4.商品管理	4.1 商品上下架的操作流程与平台规则要求	2
	4.2 商品上下架的时间策略、库存管理技巧与关联操作注意事项	
5.客户关系维护	5.1 客户价值的精准量化与分层	4
	5.2 影响客户满意度与忠诚度的关键因素及评估维度	
	5.3 差异化营销的策略类型、适用场景与实施方法	
6.电子商务数据采集	6.1 电子商务运营数据的主要来源与数据维度	4
	6.2 常用电子商务数据采集工具的功能特点与使用场景	
	6.3 电子商务数据采集的方法论与操作流程	
合计		**22**

2.电子商务师（网商）技能培训内容

训练任务	技能目标	学时
1.图片拍摄与处理	1.1 依据电商平台图片发布规范，结合商品视觉展示需求，合理选定拍摄形式、摄影器材与后期图像处理工具，完成拍摄配套方案规划	8
	1.2 依据电商平台图片质量要求，协调委托拍摄方完成产品及服务图片的拍摄任务，并对交付图片进行质量审核与后期处理跟进	

东莞市人力资源和社会保障局

训练任务	技能目标	学时
2.装修元素制作	2.1 依据网店文案策划方案，运用文案撰写技巧完成网店商品标题、详情描述及促销文案的设计与制作	10
	2.2 依据网店视觉设计规范，运用图片处理工具完成网店主图、详情页图片及活动海报的设计与制作	
3.电商平台活动实施	3.1 分析产品特性与目标用户画像，筛选匹配的平台营销活动类型并完成活动方案适配	4
	3.2 解读平台活动报名规则与资质要求，评估店铺符合条件后完成活动报名操作	
	3.3 依据平台活动规则，通过营销管理工具完成活动设置，包括活动商品、价格、优惠券及限购条件等参数配置	
4.商品管理	4.1 依据电商平台商品发布规范，完成商品类目选择、属性填写、主图上传及详情页编辑等上架操作	2
	4.2 依据电商平台商品管理规则，对需要调整或停止销售的商品执行下架操作，并处理下架后的库存与订单关联事项	
5.客户关系维护	5.1 通过在线客服沟通、交易记录分析及问卷调查等方式，系统收集客户基本信息、消费偏好及反馈意见	4
	5.2 依据客户分类标准，从消费频次、客单价、活跃度等维度对客户进行分级分类管理	
	5.3 针对不同类别客户的需求特征，制定并实施差异化营销服务方案，提升客户复购率与忠诚度	
6.电子商务数据采集	6.1 运用电子商务数据采集工具，对网店流量、转化率、客单价等运营核心指标进行数据采集与	6

东莞市人力资源和社会保障局

训练任务	技能目标	学时
	整理	
	6.2 运用电子商务数据采集工具，对行业大盘数据、品类趋势及市场热度进行数据采集与分析	
	6.3 运用电子商务数据采集工具，对竞争对手的商品结构、价格策略及营销活动进行数据采集与对比分析	
合计		**34**

三级

电子商务师（网商）培训课程学时分配一览表

训练任务	课堂学时		培训总学时
	理论课程	实操课程	
产品及服务的价格信息管理	2	2	4
用户页面设计	4	6	10
搜索引擎推广	4	4	8
销售管理	2	4	6
社群管理	4	6	10
电子商务数据报表设计制作	4	6	10
合计	**20**	**28**	**48**

1.电子商务师（网商）理论培训内容

训练任务	相关知识要求	学时
1.产品及服务的价格信息管理	1.1 产品及服务成本的构成要素与核算方法（完全成本法、变动成本法等）	2
	1.2 产品及服务定价策略（成本加成定价、竞争定价、价值定价等）与价格调整方法	
2.用户页面设计	2.1 网店首页设计的视觉吸睛法则与版面布局原则	4
	2.2 营销型分类导航的设计逻辑与用户引导策略	

东莞市人力资源和社会保障局

训练任务	相关知识要求	学时
	2.3 商品详情页的营销助力设计技巧与转化率优化方法	
	2.4 网店自定义页（专题页、活动页）的设计思路与内容组织方法	
3.搜索引擎推广	3.1 关键词挖掘的方法与分类体系（核心词、长尾词、热词等）	4
	3.2 平台搜索排名规则与权重影响因素	
	3.3 商品标题的优化方法（关键词布局、卖点排序、合规要求）	
	3.4 关键词竞价广告的排名原理与扣费规则（CPC、质量分机制）	
	3.5 关键词竞价广告中关键词、创意文案及人群设置的优化技巧	
	3.6 关键词竞价广告账户数据分析方法与优化策略	
4.销售管理	4.1 客户信息管理的方法与工具（CRM 系统、客户标签体系等）	2
	4.2 交易评价的分类处理方法与沟通技巧	
	4.3 销售报表的构成要素与制作方法（数据透视、图表呈现等）	
5.社群管理	5.1 社群定位的方法论与社群类型选择（兴趣群、会员群、福利群等）	4
	5.2 社群推广的渠道策略与用户引流技巧	
	5.3 社群用户运营的策略与技巧（内容运营、活动运营、用户激励体系）	
6.电子商务数据报表设计制作	6.1 电子商务数据报表的设计原则与结构规范	4
	6.2 电子商务数据报表中的核心业务指标及其含义	
	6.3 数据可视化图表的类型、特点及适用场景（柱状图、折线图、饼图等）	

东莞市人力资源和社会保障局

训练任务	相关知识要求	学时
合计		**20**

2.电子商务师（网商）技能培训内容

训练任务	技能目标	学时
1.产品及服务的价格信息管理	1.1 依据产品成本构成要素（原材料、人工、物流、平台费用等），运用成本核算方法完成产品及服务的单位成本与总成本计算	2
	1.2 依据市场行情、成本变动及竞争态势，运用定价策略对产品及服务价格进行合理调整，并评估调价对利润的影响	
2.用户页面设计	2.1 依据店铺品牌定位与视觉营销策略，运用页面设计原理完成网店首页的版面布局、色彩搭配与内容规划	6
	2.2 依据商品卖点与目标用户需求，运用详情页设计技巧完成商品详情页的图文编排、模块组织与转化引导设计	
	2.3 依据营销活动主题与推广目标，运用自定义页设计方法完成网店专题活动页的结构规划与视觉呈现	
3.搜索引擎推广	3.1 运用关键词挖掘工具与方法，从商品属性、用户搜索习惯及竞品分析等维度进行关键词挖掘，建立分类关键词词库	4
	3.2 依据平台搜索排名规则，从关键词匹配度、搜索热度及竞争度等角度对商品标题进行优化撰写	
	3.3 依据推广目标与预算限制，制定关键词竞价推广策略，包括出价方案、匹配方式及人群定向设置	
	3.4 依据推广效果数据（点击率、转化率、ROI 等），对关键词质量分、出价策略、创意文案及人群设置进行持续优化调整	

东莞市人力资源和社会保障局

训练任务	技能目标	学时
4.销售管理	4.1 依据网上交易信息与客户档案，运用客户管理工具完成客户信息的分类整理、标签标注与关系维护	4
	4.2 依据交易明细记录，对客户评价进行分级处理，包括好评维护、中差评沟通及评价回复等操作	
	4.3 依据交易数据与销售记录，运用数据分析方法完成销售数据的统计汇总，并制作销售报表供运营决策参考	
5.社群管理	5.1 依据企业品牌定位与目标用户特征，明确社群定位方向与运营目标，完成社群的创建与基础架构搭建	6
	5.2 运用多渠道推广策略（社交媒体、内容引流、裂变活动等），吸引目标用户加入社群，提升社群用户规模	
	5.3 制定社群日常运营策略，包括内容规划、互动活动设计及激励机制，提升社群用户的活跃度与留存率	
6.电子商务数据报表设计制作	6.1 依据业务需求与数据分析目标，设计电子商务数据报表的整体结构，包括指标体系、维度划分与报表布局	6
	6.2 依据业务需求，筛选并确定报表中需展示的核心业务指标与数据维度	
	6.3 运用报表制作工具（如 Excel 数据透视表、图表功能等），将各项指标数据转化为可视化图表	
	6.4 按照报表整体结构设计，完成数据填充、图表嵌入与报表排版，输出完整的电子商务数据报表	
合计		**28**

东莞市人力资源和社会保障局

（三）培训教材

[1]孙令、陈寿杰.网店美工实战[M].重庆大学出版社,2020 年 6 月.
[2]廖文硕.网络客户服务实务[M].重庆大学出版社,2022 年 12 月.
[3]容湘萍、肖学华.移动电子商务[M].重庆大学出版社,2022 年 1 月.
[4]张雪玲.网店运营[M].重庆大学出版社,2022 年 12 月.
[5]北京博导前程信息技术股份有限公司.电子商务数据分析基础[M].高等教育出版社,2019 年 11 月.

东莞市人力资源和社会保障局