



洛阳商业职业学院
LUOYANG VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

电子商务专业 人才培养方案

二〇二五年九月

修订说明

依据国家电子商务专业教学标准、行业人才需求调研分析报告及校外专家论证意见，电子商务人才培养方案做了以下修订：

1.培养目标调整：核心目标是满足电商行业对高技能人才的需求，培养目标更精准，面向运营主管、全渠道营销主管等岗位群，培养数据化运营、网店运营等方向的高技能人才。培养规格新增科学素养、数字素养及工匠精神，强化零售管理等知识，新增 O2O 运营、电商产品开发等能力。

2.课程体系优化：新增视觉营销设计、社群运营等核心课、人工智能导论等拓展课，调整部分核心课，增加数据可视化实操内容，设管理类、运营类等课程方向。

3.完善实践教学体系：将实践教学课时占比保证在 52%以上，构建“四层实践体系”第一层为“基础实训”，第二层为“企业认知实践”，第三层为“项目实战”，第四层为“顶岗实习”。

4.“1+X”证书融入：建立“课证融合”课程体系，将网店运营推广、电子商务数据分析等职业技能等级证书的考核内容融入对应课程，如网店运营课程对接“网店运营推广”证书核心考点，商务数据分析课程覆盖“电子商务数据分析”证书基础模块。

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称(专业代码)

电子商务(530701)

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

表1 电子商务专业职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
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）、营销员（4-01-02-01）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）、品牌专业人员（2-06-07-04）、客户服务管理（4-07-02-03）、采购员（4-01-01-00）
主要岗位（群）或技术领域	运营主管、全渠道营销主管、O2O销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管
职业类证书	网店运营推广、电子商务数据分析、跨境电商B2B数据运营、直播电商、农产品电商运营

五、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，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，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、零售业的运营主管、全渠道营销主管、O2O销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发工作的高技能人才。具体分为以下三个方面：

1.知识目标：掌握社会主义核心价值观、科学文化、行业规律及电子商务平台运营、网络营销、数据分析、供应链管理等核心与相关知识，精准适配电商行业创新发展及专业岗位的多元化实际需求。

2.能力目标：培养数据化运营、网店运营等岗位所需实操能力，以及就业创业、可持续发展等综合能力，满足岗位工作与发展要求。

3.素质目标：强调践行社会主义核心价值观，培育工匠精神、人文素养等职业与综合素养，树立正确观念，将岗位工作与服务民生消费、推动数字经济健康发展的使命结合，成长为兼具专业能力与家国情怀的新时代行业建设者。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，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) 掌握零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等方面的专业基础理论知识；

(6) 具有行业产品分析、市场细分的能力，能够根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成O2O运营目标；

(7) 具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能够根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析，通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；

(8) 具有市场调查与分析、活动策划的能力，能够使用各类平台营销推广方法与营销工具，完成活动文案设计、资源整合、营销活动、广告投放、效果评估和媒体公关；

(9) 具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的

能力，能够撰写和优化销售方案，跟进订单确认、供应链管理、账单管理等业务流程，完成销售分析并提出优化的客户体验建议。

（10）具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，能够进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控，完成客服中心运营数据报表的制作及数据分析报告；

（11）具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能够进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；

（12）具有用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，能够建立产品需求模型及应用场景，设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动；

（13）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数字技能；

（14）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

（15）掌握身体运动的基本知识和至少1项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，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；

（16）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；

（17）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。

表2 培养规格与培养目标的支撑矩阵

培养规格	知识目标	能力目标	素质目标
1			H
2	H	L	M
3	H	L	M
4	L	H	
5	H		
6	H	M	
7	M	H	
8	L	H	
9	L	H	
10	L	H	
11	L	H	
12	M	H	L
13	H	L	
14		H	L
15	L	H	M
16	L	M	H
17			H

说明：H表示强支撑，M表示中度支撑，L表示弱支撑。

七、课程设置及学时安排

（一）课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程、专业知识课程、专业实践课程、职业素养课程。

1.公共基础课程

公共基础课程，共16门，合计35学分。主要课程有：思想政治理论课（包括：思想道德与法治、毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策）、军事理论与军事训练、大学生心理健康教育、劳动教育、大学体育、大学英

语、国家安全教育、中华优秀传统文化、大学生涯规划与职业发展、音乐欣赏、信息技术基础、党史等方面的课程或专题讲座。

表3 公共基础课简介

序号	课程名称	主要教学内容	教学目标与要求	课程思政育人
1	思想道德与法治	涵盖理想信念、爱国主义、人生价值、道德修养、法治观念等方面，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，掌握道德与法律的基本知识。	理解并认同社会主义核心价值观，提高思想道德素质和法治素养，增强辨别是非善恶的能力，形成良好的行为习惯和道德风尚。	增强爱国情怀、社会责任感、法治意识和道德品质，做有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义建设者和接班人。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	以马克思主义中国化时代化为主线，包括毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，着重讲授这些理论如何解决中国革命、建设、改革各个阶段的问题。	把握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的精神实质，认识坚持马克思主义指导地位的重要性，提升运用理论分析和解决问题的能力。	深化中国特色社会主义的政治认同，增强道路自信、制度自信、理论自信、文化自信，强化爱国、爱党、爱社会主义的情感态度和价值倾向。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	全面系统阐述习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、科学体系、核心要义、实践要求，包括新时代中国特色社会主义思想的总任务、总体布局、战略布局等内容。	深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想的重大意义，掌握其基本观点和方法，增强对新时代中国特色社会主义思想的理论认同和实践自觉。	掌握新时代中国特色社会主义思想的基本观点和方法，建立对中华民族伟大复兴中国梦的信心，不断提高科学思维能力，增强分析、解决问题的能力。
4	形势与政策	紧密结合国内外形势的发展变化，及时介绍党和国家的重大方针政策、国际热点问题、社会发展动态等，帮助学生了解国内外形势的现状和发展趋势。	关注时事政治的习惯，提高分析和判断形势的能力，能够正确认识和理解国家的政策方针，增强对国家发展的信心。	树立正确的国家观、民族观、世界观，增强爱国情怀和国际视野，培养大局意识和责任意识。
5	国家安全教育	包括国家安全的基本概念、国家安全体系、国家安全法律法规、国家安全教育案例等方面，让学生了解国家安全的重要性和维护国家安全的责任和义务。	增强国家安全意识，掌握国家安全的基本知识和法律法规，提高学生维护国家安全的能力和自觉性。	培养国家安全意识和责任感，树立总体国家安全观，能自觉维护国家主权、安全和发展利益，增强爱国情怀和民族凝聚力。

6	军事训练	包括队列训练、体能训练、军事技能训练等，正步走、射击、野外生存，旨在提高学生的身体素质和军事技能。	通过严格的军事训练，养成良好的纪律作风，增强身体素质，提高团队协作能力和适应能力。	培养吃苦耐劳精神、坚韧不拔的意志和集体荣誉感，增强组织纪律性和国防意识，激发爱国情怀。
7	军事理论	包括军事思想、军事科技、信息化战争、国防建设等方面的基本知识，使学生了解军事领域的基本概念和发展动态。	掌握基本的军事理论知识，增强国防观念和国家安全意识，培养纪律意识和团队精神。	激发爱国热情和报国志，强化国防意识和国家安全责任感，培养爱国主义、集体主义和革命英雄主义精神。
8	大学生心理健康	涵盖心理健康的基本概念、大学生常见的心理问题及应对方法、心理调适技巧、人际关系处理、情绪管理等方面。	树立正确的心理健康观念，掌握基本的心理健康知识和心理调适方法，提高自我心理保健能力，促进身心健康发展。	正确认识自我，培养积极乐观的人生态度，增强心理承受能力和抗压能力，促进心理健康素质与思想道德素质、科学文化素质协调发展。
9	大学英语	包括英语语言知识（词汇、语法、句型等）、听力、口语、阅读、写作等方面的训练，以及英语国家的文化背景知识介绍。	提高英语综合应用能力，能够熟练运用英语进行交流和学，培养跨文化交际能力。	树立文化自信，同时通过介绍英语国家的文化，树立正确的文化观，增强国际视野和爱国情怀。
10	大学体育	设置多种体育项目，篮球、足球、健美操、太极拳等，让学生选择自己感兴趣的项目进行学习和训练，同时包括体育理论知识的教学。	掌握一定的体育技能和运动方法，提高身体素质和运动能力，培养体育精神和健康生活方式。	增强团队合作精神和竞争意识和坚韧不拔的意志，促进身心健康和全面发展，增强集体荣誉感和爱国主义情感。
11	劳动教育	增强学生的劳动观念、劳动技能、劳动习惯的培养，促进劳动教育与技术、职业体验和社会实践紧密联系，让学生了解劳动的价值和意义，掌握劳动技能。	培养劳动意识和劳动习惯，提高劳动能力，树立正确的劳动价值观，尊重劳动、热爱劳动。	树立艰苦奋斗精神、敬业精神和工匠精神，增强社会责任感和奉献精神，促进全面发展。
12	中华优秀传统文化	涵盖载体、民俗实践四大模块，培养学生精准把握经典典籍、传统艺术、科技建筑等载体的文化内涵与价值，熟练掌握传统节日习俗、礼仪规范及传统技艺的实践要点。	掌握核心思想与流派，熟知文化载体特征，明确传统美德时代价值；能解读经典、分析现实意义，具备批判性继承能力。	依托爱国典籍与事迹，培育家国情怀、树立文化自信，树立世界观、人生观、价值观与可持续发展理念。
13	大学生涯规划与职业发展	包括职业规划的基本概念、自我认知、职业环境分析、职业生涯目标设	了解自己的兴趣、爱好、能力和价值观，明确职业发展方向，	树立正确的职业观和价值观，培养敬业精神、创新精神和奉献

		定、职业生涯发展策略、职业生涯规划的实施与评估等方面。	制定合理的职业生涯规划，提高职业素养和就业竞争力。	精神，将个人职业发展与国家和社会的需求相结合。
14	音乐欣赏	以审美为主线，介绍不同的音乐形式、体裁和风格，包括古典音乐、民族音乐、流行音乐等，通过欣赏和分析音乐作品，培养学生的音乐鉴赏能力。	了解音乐艺术的基本知识和特点，提高音乐欣赏水平和审美能力，培养对音乐的兴趣和热爱。	通过挖掘音乐作品中的思政元素，如爱国主义、民族精神、人文关怀等，感悟音乐艺术的“真、善、美”，树立正确的审美观念和社会主义核心价值观。
15	信息技术基础	包括计算机基础知识、操作系统、办公软件、网络技术、数据库基础、多媒体技术等方面的知识和技能，培养学生的信息技术应用能力。	掌握基本的信息技术知识和操作技能，能够熟练运用信息技术工具进行学习、工作和生活，提高信息素养和创新能力。	培养科学精神和责任意识，能正确使用信息技术，为国家和社会的发展贡献力量。
16	党史	讲述中国共产党的发展历程，包括党的创立、新民主主义革命、社会主义革命和建设、改革开放和社会主义现代化建设等各个历史时期的重大事件、重要人物和理论成果。	了解党的历史，深刻认识中国共产党的领导是历史和人民的选择，理解中国共产党的初心和使命，增强对党的感情和信任。	传承红色基因，培养爱国主义、集体主义和社会主义精神，激发为实现中华民族伟大复兴而奋斗的使命感。

2.专业知识课程

专业知识课程共18门，合计54学分。主要有专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

(1) 专业基础课

主要包括：电子商务基础、电子商务法律法规、市场营销、商务数据分析、消费者行为分析、数据可视化。

表4 专业基础课简介

序号	课程名称	主要教学内容	教学目标与要求	课程思政育人
1	电子商务基础	电子商务核心概念，包括定义、分类、发展历程；电子商务运营框架，涵盖供应链管理、线上店铺搭建、客户服务的基础流程；电商技术支撑体系，介绍支付系统、	清晰区分不同电子商务模式的特征；独立完成简单线上店铺的基础搭建，掌握订单处理与客户服务的基本流程；理解电商技术支撑体系的	思考技术驱动下的商业模式创新逻辑，激发探索行业新机遇的意愿；结合电商平台中的虚假宣传、假货销售等负面案例，强化

		大数据推荐算法、云计算在电商中的应用，以及移动端电商的发展特点；农产品电商运营证书核心考点。	核心作用，识别技术应用对电商运营效率的影响。	商业道德，拒绝违规运营。
2	电子商务法律法规	电商行业核心法律体系，重点解读平台责任、经营者义务、消费者权益；电商运营法律实务；跨境电商法律要点，包括进出口关税政策、跨境支付外汇管理、国际物流通关规则、目标市场国家/地区电商法律差异。	掌握电商领域核心法律法规的关键条款；能处理简单电商法律纠纷，制定符合法律要求的运营方案；能识别跨境电商运营中的法律风险，初步设计风险规避策略。	通过分析电商平台因违法运营被处罚的案例，养成遇事找法、依法办事的习惯；结合消费者权益保护案例，承担保护消费者权益、维护市场秩序的社会责任。
3	市场营销	市场营销基础理论，包括4P、4C理论，以及市场定位、目标市场细分、品牌建设的核心逻辑；电商营销核心策略，涵盖内容营销、社交营销、搜索营销、付费推广；营销效果评估与优化，介绍数据指标的计算方法，使用工具分析营销效果，制定迭代优化方案；跨境电商B2B数据运营证书核心考点。	根据产品特性与目标用户画像，选择适配的电商营销模式，设计基础营销方案；独立操作常见电商营销工具；通过数据指标分析营销活动效果，识别存在的问题，提出针对性优化建议。	观察市场需求，挖掘用户潜在痛点，培养敏锐的商业感知能力；结合营销方案从策划、执行到优化的全流程，培育严谨务实的作风、精益求精的态度。
4	商务数据分析	电商数据来源与类型，理解数据采集工具；数据分析核心方法，涵盖描述性分析、诊断性分析、预测性分析，结合电商场景讲解应用；数据可视化与应用，学习使用工具制作数据报表，并基于分析结果制定运营决策；电子商务数据分析证书核心考点。	能独立采集电商运营中的核心数据，完成数据清洗与整理，确保数据的准确性与可用性；能运用描述性与诊断性分析方法，挖掘数据背后的运营问题，生成清晰的分析结论；能制作专业的数据可视化报表。	结合电商用户数据泄露、数据造假等案例，规范使用数据，保护用户隐私，树立数据安全观；养成“用数据说话、用数据指导行动”的习惯，避免盲目运营，培养理性决策思维。
5	消费者行为分析	消费者行为核心影响因素；电商消费者行为链路分析，从用户触达、兴趣激发、购买决策、复购与分享全流程拆解；消费者行为分析应用，包括用户画像构建、个性化推荐策略设计、消费痛点解决。	能分析不同类型电商消费者的行为特征与消费偏好；拆解特定商品的消费者行为链路，识别影响转化的关键问题；根据消费者行为分析结果，设计针对性的运营策略。	通过模拟消费者购物场景、分析用户投诉与反馈，站在消费者角度思考问题；结合消费者的行为差异，尊重多元消费群体。
6	数据可视化	数据可视化定义、价值、基本原理；电商场景可视化实践，包括运营数据可视化、营销数据可视化、供应链数	能准确判断电商不同数据类型适配的可视化图表；能熟练使用至少1种工具，将电商运营、	准确传递数据真相，坚守数据呈现的真实性原则，拒绝“数据美化”造假；结合电

		据可视化；可视化工具操作与优化，包括主流工具使用、可视化优化技巧，及可视化成果的商业呈现；电子商务数据分析证书核心考点。	营销等场景的原始数据转化为清晰、易懂的可视化图表；优化已有可视化成果。	商不同角色的可视化需求差异，培养为业务服务的思维。
--	--	--	-------------------------------------	---------------------------

(2) 专业核心课

主要包括：互联网销售、网络营销、视觉营销设计、社群运营、零售门店O2O运营、网店运营。

表5 专业核心课简介

序号	课程名称	主要教学内容	教学目标与要求	课程思政育人
1	互联网销售	主要有销售目标与销售漏斗建立、销售票据处理、销售管理工具运用、自营渠道账单管理CRM转化、销售数据分析、方案评估与改进；客服方案制定和优化、顾客纠纷处理、智能客服训练、客户风控管理、客户服务质量监控。	能够分解和制定产品O2O销售目标，有效识别和跟进销售线索；进行销售票据的处理、订单确认及跟踪、自营渠道账单管理；能根据企业销售目标，建立产品销售漏斗，进行销售数据统计与分析，对销售方案进行评估与改进。	树立正确的人生观和价值观；坚守诚信原则，恪守合规廉洁底线，秉持求真务实态度，杜绝虚假操作；具备团队合作精神和良好的职业道德修养。
2	网络营销	根据网站和网店推广目标，筛选合理的推广方式和新媒体营销方法；网络推广和营销方案制定与实施；营销推广方案效果评估与优化；网店运营推广证书核心考点。	能掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则，能够分析与评估市场，确定活动主题与活动目标，策划营销活动方案。	塑造正确的世界观、价值观和人生观；培养严谨、诚信的职业品质；具有良好的沟通能力、团队协作和服务意识；有一定的探究精神和创新意识。
3	视觉营销设计	主要有店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计。运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法；能够根据店铺定位进行PC端、移动端页面装修，设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料；能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。	挖掘品牌背后的文化内涵，塑造文化自信；增强环保理念和绿色发展理念；树立爱岗敬业、培养责任担当意识，树立工匠精神。
4	社群运营	主要有社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社	掌握社群种类、用户消费行为、产品价值等知识，根据用户和产品或服务属性定位社群，制定社群运营方案；能够通过自媒体	培养大数据思维；培养发现问洞察问题、解决问题的系统思考能力；树立数据安全意识。

		群数据分；直播电商证书核心考点。	工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流。	
5	零售门店O2O运营	主要有运营数据采集、运营数据分析、商品规划、商品发布与优化、行业商家管理、活动运营、用户运营；运用数据处理工具、促销活动工具、计算机等软硬件工具完成任务。	根据运营规划，制定新品全渠道促销策略，在平台或自有网站发布、调整优化商品信息；设定O2O运营目标，协调和整合资源，使用促销活动工具和营销产品进行全渠道活动推广；建立用户成长体系并进行精准营销。	培养实事求是、严谨务实的工作态度；培养爱国情怀，增强民族自豪感；恪守职业道德，立足长远发展与社会价值；秉承谨慎的态度，养成慎独慎欲、慎省慎微的好习惯。
6	网店运营	主要有运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析。用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成相关任务；网店运营推广证书核心考点。	掌握SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识；运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。	弘扬敬业精神与责任意识，强化对“成本控制、效率提升”与可持续发展的理解，融入企业经营伦理、绿色发展理念，树立价值创造导向，增强服务国家发展战略的使命感。

(3) 专业拓展课

通选：经济学基础、商务沟通与礼仪、办公软件高级应用、图形图像处理；限选（2门）：客户服务与管理、新媒体营销、人工智能导论、直播运营、管理学、专升本英语。

表6 专业拓展课简介

序号	课程名称	主要教学内容	教学目标与要求	课程思政育人
1	经济学基础	学习经济学核心原理，微观部分涵盖供需理论、市场机制及消费者行为；宏观部分解析GDP、通货膨胀、失业率等关键指标，探讨财政政策与货币政策对经济的调控作用。培养运用经济学思维分析常见经济现象的能力，为后续专业学习奠定基础。	运用经济学分析简单的商业案例与经济新闻，培养理性决策和综合分析问题的能力。塑造经济理性思维，树立基本的市场观念与成本效益意识，为后续专业课程学习及未来职业发展奠定坚实的能力基础。	理解中国特色社会主义市场经济的制度优势；培养诚信经营、公平竞争的市场伦理观，树立服务经济社会发展的职业理想与家国情怀。

2	商务沟通与礼仪	学习商务礼仪基本理论知识的，利用文字、图片、视频、微课堂等多种多样的丰富案例，对商务场合的个人形象塑造、职场沟通、日常事务、商务会面、商务推销、商务会议、商务宴请等内容；跨境电商B2B数据运营职业技能等级证书核心考点。	培养良好的情商，养成沟通协调和团队协作的能力；树立与人交往、适应环境、灵活的应变能力；掌握商务礼仪的原则；有效沟通的原则与方法；在职场正确地运用体态及表情传达对他人的礼貌和尊敬；增强人际交往能力。	培养文明守礼的良好习惯，投身社会主义精神文明建设，能通过阅读有关文明礼貌的故事或事例，培育和践行社会主义核心价值观。
3	办公软件高级应用	Word 模块有长文档排版、批量处理及文档协同（修订模式与权限设置）；Excel 模块深入剖析高级函数、数据深度分析与可视化呈现）；PPT 模块则围绕专业演示设计、交互功能及演示优化展开，最终通过真实办公场景案例，如报表制作、会议演示、合同排版，提升办公效率与文档专业度。	掌握WPS的使用，以物联网、人工智能、区块链、量子信息、移动通信等为代表的新一代信息技术的基本概念、技术特点等，了解信息素养的基本概念及主要要素；信息技术的发展历史；信息安全的基本概念和相关法律法规；个人在不同行业发展的共性途径和工作方法。	强调国家标准（如公文格式）的严肃性，培养遵守规范、一丝不苟的工匠精神。引导思考，规范的文档是高效协作和专业形象的基础。
4	图形图像处理	掌握Photoshop的基本操作、基本概念，包括文件操作、颜色设置、图像的绘图与编辑；熟练运用路径、图层、蒙版与通道等工具；掌握色彩调整的方法及技巧，包括色阶、曲线、色彩平衡等。文字输入与特效制作，以及滤镜的运用；掌握商品主图、详情页制作。	掌握工具栏中各种工具的使用方法；运用软件进行图像的色彩调整、修饰和特效处理；使用滤镜、混合样式等功能来增强图像效果；掌握路径与选择区域的互换技巧；使用软件进行图形图像的绘制与设计。	分析网店设计案例，理解并践行社会主义核心价值观，如爱国、敬业、诚信，培养的工匠精神、创新精神。
5	客户服务与管理	掌握客户服务与管理相关知识；学会使用客户服务工具；妥善处理客户投诉的方法；提升客户满意度与忠诚度的策略；学习客户关系管理系统。	借助客户服务工具，有效开展客户服务工作；熟练运用沟通技巧与客户进行沟通；使用恰当的方法处理客户投诉；设计提高客户满意度方案，并提出改进措施；运用客户关系管理系统完成相关工作。	诚信服务、责任担当与协作精神，树立正确的职业价值观。培养恪守职业道德、心系社会需求，成为德才兼备的高素质服务人才。

6	新媒体营销	主流平台（微信、微博、抖音等）特性与运营策略；内容创作、短视频制作与热点追踪技巧；社群构建与用户互动管理；以及数据分析和营销效果优化。通过案例分析与项目实践，培养扎实的运营能力、创新思维和数据驱动决策力，胜任新媒体运营相关岗位。	掌握基础理论，完成模拟或真实项目实践；撰写文案、制作简易推广素材，运用工具进行数据监测与优化；具备解决常见营销问题的综合职业素养；培养具备内容策划、短视频制作、数据初步分析及社群运营等实战能力，独立执行营销方案。	通过案例教学，强调内容创作的真实性、知识产权保护与社会责任，杜绝虚假宣传；恪守职业道德，在流量追求中坚守法律与公序良俗底线，弘扬积极网络文化，成为德技并修的数字营销人才。
7	人工智能导论	掌握人工智能的基本概念、技术框架与发展趋势；机器学习、深度学习及自然语言处理等核心技术的原理与实现方式；介绍常用开发工具与平台，并结合行业案例进行实践训练。注重培养的技术应用能力，同时强调人工智能伦理规范与社会责任，为从事人工智能相关岗位奠定理论与实践基础。	掌握人工智能基本概念、技术框架与典型应用，了解机器学习、深度学习等核心技术原理；通过理论学习与案例实践，具备初步的AI技术理解与应用能力，运用工具完成简单模型训练与场景实现。培养的技术伦理意识与创新思维，为其从事人工智能相关岗位奠定基础。	理解数据隐私、算法公平与社会责任的重要性，强调技术应用必须符合社会主义核心价值观；培养成为兼具专业技能与社会担当的高素质技术人才。
8	直播运营	讲授直播运营全流程，涵盖市场分析与账号定位、选品与脚本策划、直播流程执行与互动技巧、短视频引流及数据复盘分析等内容。通过实战演练，使掌握主流平台直播运营核心技能，具备独立策划与执行能力；直播电商证书核心考点。	掌握从零启动直播间的完整流程，包括人设打造、选品策略、话术设计、流量获取与现场控场等核心技能；通过高仿真项目演练，独立完成直播全案策划与执行，具备数据驱动的问题诊断与优化能力。	聚焦职业伦理与社会担当，坚守诚信底线、尊重知识产权、重视数据隐私。注重培养文化传播意识，在商业实践中传递积极价值观。
9	管理学	计划、组织、领导、控制四大职能；电商企业组织结构设计与岗位职责划分、绩效考核体系建立以及团队建设及激励方法；SWOT分析、PEST分析等战略工具，数据驱动决策在电商运营中的具体应用。	掌握管理学基本原理和方法，理解计划、组织、领导、控制等管理职能在电商企业中的具体应用；运用SWOT分析、PEST分析等管理工具分析电商企业内外部环境；制定基础的人力资源管理和绩效考核方案。	树立精益求精的管理意识；培养尊重员工、关爱团队的人文关怀精神，树立人力资源是企业最宝贵资源的价值观；将企业管理与国家发展相结合，增强服务国家经济发展的责任意识。

10	专升本英语	系统梳理核心语法知识，扩展专升本考试要求的高频词汇；重点学习电商领域的专业词汇和术语，训练阅读英文平台规则、行业报告、商务信函等专业材料；专项训练专升本英语考试的题型特点和解题策略，提升应用文和议论文的写作水平。	掌握专升本英语考试要求的核心词汇和语法知识；阅读理解题的解题技巧；完成各类英语写作任务，包括应用文、议论文等考试常见文体；理解电子商务领域的专业英语材料，掌握专业术语的英文表达方式。	正确认识中华优秀传统文化的价值，在英语学习中保持文化定力，增强民族自豪感；培养精益求精的学习态度，锤炼严谨细致、追求卓越的专业品格；树立诚信意识，恪守学术道德，为未来的学术生涯奠定品德基础。
----	-------	--	---	---

3.专业实践课程

专业实践课程包括专业认知、专业见习、专业岗位实习、毕业设计，共4大模块，合计20学分。

表7 专业实践课简介

序号	课程模块		主要教学内容	教学目标与要求
1	专业认知 (1周)		电子商务行业背景、现状及发展趋势；电子商务专业专业培养目标、职业面向；课程设置及学时安排；期末考核评估方式及要求；证书考取及学分置换规则；毕业要求。	了解电子商务行业背景、现状及发展趋势；明确专业培养目标与职业面向，规划职业路径；理解课程设置逻辑及学时安排；证书考取类别及学分置换规则，制定备考计划；达到毕业要求。
2	专业见习 (3周)	电子商务岗位见习 (1周)	参观：电商相关企业环境、企业文化，以及电商核心业务流程。 讨论：电子商务岗位要求与个人发展的联系。 总结：撰写见习报告。	了解电商企业的管理流程、企业文化及其对电商人才的能力需求；了解电商行业现状、技术发展趋势及相关政策法规；熟悉电子商务岗位要求与个人发展的联系，明确个人职业技能提升方向。
		电子商务岗位见习 (2周)	参观：电子商务相关企业环境、企业文化、电子商务相关工作流程。 讨论：电子商务相关岗位要求与个人发展的联系。 总结：撰写见习报告。	了解用人单位的管理流程、企业文化及其对安全人才的能力需求；了解行业现状、技术发展趋势及相关的政策法规；熟悉电子商务相关岗位要求与个人发展的联系。

3	专业岗位实习 (24周)	前1-2周为岗位认知培训阶段，学习企业规章、平台规则、电商后台、办公软件等基础工具操作；第3-21周是核心岗位实践，按4-5周/岗位轮岗，涉及店铺运营、客户服务、网络推广、新媒体电商、仓储物流等核心岗位实操；职业素养培养贯穿全程，提升沟通协作、问题解决与时间管理能力；最后3周（22-24周）为总结考核阶段，完成日/周/月汇报与实习报告，接受企业和学校导师的综合考核。	掌握各岗位工作内容和操作技能，提升实际工作能力与社会适应力，为就业铺垫；深度参与实际工作，主动学习；联动用人单位，保障实践岗位与技能训练适配性。
4	毕业设计 (6周)	第1周结合电商行业热点确定选题，完成文献综述撰写与开题报告论证，明确研究思路与技术工具；第2-4周聚焦课题核心实践，理论 research 类需完成数据采集、整理与深度分析，形成阶段性论证报告，系统设计类需推进需求分析、架构搭建、模块开发与初步测试，解决实践中的技术与逻辑问题；第5-6周重点完善成果，规范撰写毕业设计，优化系统功能或研究方案，做好准备与成果验收。	熟练运用电子商务专业理论知识与专业工具，独立完成选题调研、实践实施与成果凝练，具备解决电商领域实际问题的能力；同时培养项目规划能力与创新意识，确保毕业设计成果兼具理论严谨性与行业实践价值。

4.职业素养课程

职业素养课程共4门，合计4学分。主要课程有大学生创新创业基础、大学生职业发展与就业指导、职业礼仪、职业技能。

表8 职业素养课简介

序号	课程名称	主要教学内容	教学目标与要求	课程思政育人
1	大学生职业发展与就业指导	聚焦职业定位与求职实操内容，包括自我认知、职业探索、就业实践、职业规划全方位覆盖求职全流程。	清晰认知自我职业潜力，掌握求职全流程核心技能，具备主动规划职业发展的意识和能力，提升就业竞争力与职业幸福感。	树立敢为人先、勇于探索的创新精神、脚踏实地的实干作风。

2	大学生创新创业基础	以“培养创新思维、赋能创业实践”为核心，讲解市场调研、商业模式设计、团队组建、商业计划书撰写等创业全流程要点。	认清创业所需的逻辑思维、沟通协作、风险应对能力，具备职场创新意识、为创业意愿打下坚实基础。	树立爱岗敬业、诚实守信、艰苦奋斗的职业精神，强化责任担当意识。
3	职业礼仪	以实用礼仪规范为核心，结合职场中个人形象塑造、社交沟通规范及不同商务场景的行为准则。	能熟练掌握职场核心礼仪规范，能够在不同场景中展现专业形象与得体举止，通过礼仪赋能职场沟通与人际关系构建。	能以礼仪养德，涵养尊重他人、包容友善的品格，提升团队协作中的同理心。
4	职业技能	以“岗位核心能力适配”为导向，聚焦通用职业技能与行业基础技能，理论讲解+实操训练+场景应用，为职业准入与发展提供硬实力支撑。	掌握职场通用技能能够快速适应岗位工作需求，具备技能迭代意识与持续学习能力，为职业发展奠定硬实力基础。	树立严谨细致、精益求精的工匠精神，工作责任感与质量意识，能以大局为重、主动补位的工作态度。

表9 课程设置与培养规格的支撑矩阵

课程名称	培养规格																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
思想道德与法治	H																L
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H	M															L
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H	M															L
形势与政策	H	M															L
国家安全教育	H	M															L
军事训练	L	M													H		
军事理论	H	L													M		
大学生心理健康	L	M		H													
大学英语			H	L													
大学体育	L	M													H		
劳动教育		L															H
中华优秀传统文化	H		L														
大学生涯规划与职业发展			H														L
音乐欣赏			L													H	
信息技术基础			H					L					M				
党史	H																L
电子商务基础					H							L					
电子商务法律法规		H															L
市场营销						M		H	L								
商务数据分析							H			L		M					
消费者行为分析					H				M		L						

数据可视化							M					H		L				
互联网销售									M			H		L				
网络营销					M	H			L									
视觉营销设计												H	L					
社群运营							H	M	L									
零售门店O2O运营					M	H	L											
网店运营						H	L		M									
经济学基础					H								L					
商务沟通与礼仪				H													L	
办公软件高级应用					H	L				M								
图形图像处理											H		L					
客户服务与管理										H			L					
新媒体营销											H	L						
人工智能导论			L										H					
直播运营				H								L						
管理学			H												M			
专升本英语			H											M				

说明：H表示强支撑，M表示中度支撑，L表示弱支撑。

（二）学时安排

本专业总学时为2528学时，113学分，其中公共基础课学时796学时，占总学时32%，共35学分。实践性教学学时1346，占总学时的53%，其中，专业见习3周，专业岗位实习24周；公共基础选修课和专业拓展选修课为306学时，占总学时12%，共17学分。

表10 电子商务专业课程体系配置表

序号	课程模块	课程类别	课程门数	学分	学时分配			
					理论学时	实践学时	总学时	学时比例
1	公共基础模块	公共基础必修课	12	30	404	302	706	28%
		公共基础选修课	4	5	72	18	90	4%
2	专业知识模块	专业基础必修课	6	18	246	78	324	13%
		专业核心必修课	6	24	300	132	432	17%
		专业拓展选修课	6	12	108	108	216	8%
3	专业实践模块	课程实训	4	20	0	684	684	27%
4	职业素养模块	专业拓展	4	4	52	24	76	3%
合计			42	113	1182	1346	2528	100%
					47%	53%	100%	

表11 电子商务专业教学周具体安排表

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
一	军事技能 训练3周			课堂教学14周														考试 1周	
二	课堂教学17周，专业认知1周																		考试 1周
三	课堂教学15周，专业见习3周																		考试 1周
四	课堂教学18周																		考试 1周
五	专业实习19周																		
六	专业实习5周				课堂教学10周 同时进行毕业设计6周											毕业 教育 1周			

说明：

1.按三年计算，教育周数为110周（第一学期为18周，第二、三、四、五学期为19周，第六学期为16周）；

2.军事训练3周，专业认知1周，专业见习3周，专业实习24周，毕业教育1周，共计32周；

3.课堂教学和考核共78周。

表12 电子商务专业教学进程表

课程 模块	课程类别	课程编码	课程名称	学分	学时	理论 学时	实践 学时	学期学时计划						考核 方式
								1	2	3	4	5	6	
								18	19	19	19	19	16	
公共 课程	公共基础必修 课	10000101	思想道德与法治	3	54	46	8	3						1
		10000102	毛泽东思想和中国特色社 会主义理论体系概论	2	36	32	4		2					1
		10000138	习近平新时代中国特色社 会主义思想概论	3	54	46	8			3				1
		10000103 10000125-10000127	形势与政策	2	36	36	0	1	1	1	1			2
		10000140	国家安全教育	2	36	36	0		2					2
		10000104	军事训练	2	112	0	112	3 周						2
		10000105	军事理论	2	36	36	0	2						2
		10000106	大学生心理健康	2	36	36	0			2				2
		10000107-10000109	大学英语	6	108	90	18	2	2	2				1
		10000110-10000113	大学体育	4	144	24	120	2	2	2	2			2
		10000114 10000128-10000130	劳动教育	1	36	4	32	1	1	1	1			2
		10000133	中华优秀传统文化	1	18	18	0		1					2
	小计			30	706	404	302	11	11	11	4			
	公共基础限定选修课	10000115	大学生涯规划与职业发展	1	18	18	0	1						2
		10000134	音乐欣赏	1	18	18	0	1						2
		10000136-10000137	信息技术基础	2	36	18	18	2	2					2
		10000118	党史	1	18	18	0		1					2
	小计			5	90	72	18	4	3	0	0			
公共课程合计				35	796	476	320	15	14	11	4			

专业知识	专业基础必修课		10404201	电子商务基础★	4	72	60	12	4						1	
			10404202	电子商务法律法规	4	72	60	12	4						1	
			10404205	市场营销★	2	36	30	6		2					1	
			10404208	商务数据分析★	2	36	30	6			2				2	
			10404204	消费者行为分析	2	36	30	6			2				1	
			10404209	数据可视化	4	72	36	36				4			2	
	小计				18	324	246	78	8	2	4	4				
	专业核心必修课		10404310	互联网销售	4	72	36	36		4						2
			10404305	网络营销★	4	72	60	12	4							1
			10404307	视觉营销设计	4	72	60	12			4					2
			10404308	社群运营★	4	72	48	24		4						1
			10404309	零售门店O2O运营	4	72	60	12				4				1
			10404306	网店运营★	4	72	36	36				4				2
	小计				24	432	300	132	4	8	4	8				
	专业拓展选修课		通选	10404406	经济学基础	2	36	18	18				2			2
				10404402	商务沟通与礼仪★	2	36	18	18			2				2
				10404412	办公软件高级应用	2	36	18	18			2				2
				10404404	图形图像处理	2	36	18	18				2			2
			电子商务管理类岗位	10404408	客户服务与管理	2	36	18	18			2				2
				10404409	新媒体营销	2	36	18	18				2			2
			电子商务运营类岗位	10404410	人工智能导论	2	36	18	18			2				2
				10404403	直播运营★	2	36	18	18				2			2
			专升本	10404411	管理学▲	2	36	18	18			2				2
				10000401	专升本英语▲	2	36	18	18				2			2
	小计				12	216	108	108	0	0	6	6				
	专业知识合计				54	972	654	318	12	10	14	18				

八、师资队伍

1.队伍结构

学校现有电子商务专业专任教师40人。专任教师中级以上职称29人，占比72.5%；其中高级职称共有10人，占专任教师的比例为25%；“双师型”教师共有25人，占专任教师的比例为62.5%；硕士研究生23人，占专任教师的比例为57.5%，专业教师结构符合专业建设的要求。

2.专业带头人

专业带头人1人，具有相关专业副高职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外电子商务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

3.专任教师

专任教师均具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务、市场营销、计算机科学技术等相关专业本科及以上学历；具有相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；专业教师每年参加企业实践能力提升工作，学习专业新知识、新技术、新标准，5年累计学习和培训时间不少于6个月。

4.兼职教师

从电商产业园、互联网营销等行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经

验，具有中级及以上相关专业职称或担任相应行业企业中层以上管理岗位，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教学任务。

九、教学条件

（一）教学设施

1.专业教室

专业教室配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入和Wi-Fi环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2.校内实训室

（1）电子商务视觉设计实训室

电子商务视觉设计实训室配备多功能智慧黑板、计算机，安装Flash、Photoshop等软件；网络接入或Wi-Fi环境；实训室支持视觉营销设计、视频采编、图形图像处理、数据可视化等课程的教学与实训。

（2）网络营销实训室

网络营销实训室配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪、直播所用设备；提供网络接入或Wi-Fi环境，配备计算机、无线终端(手机或pad)，安装MindManager、office、网页数据采集工具等软件；支持社群运营、零售门店O2O运营、市场调研与分析、市场营销、网络营销等课程的教学与实训。

（3）电子商务数据分析实训室

电子商务数据分析实训室配备服务器、投影设备、白板、交换机、计算机，可运行chrome、IE、Firefox等常用浏览器的测试终端;安装windows操作系统、MYSQL、.Net等软件、电子商务数据实训系统;支持于数据化运营、数据可视化等实训教学，商务数据分析等课程的教学与实训。

(4) 电子商务客户服务实训室

电子商务客户服务实训室配备服务器、白板，网络接入或Wi-Fi环境，配备计算机、服务器、交换机、路由器、交互式电子白板、客户服务与管理实训软件;支持商务沟通与礼仪、客户服务与管理、消费者行为分析、电子商务基础等教学与实训。

(5) 电子商务运营实训室

电子商务运营实训室配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、网站（店）运营与推广实训软件、移动电子商务实训软件、跨境电子商务实训软件等设备设施，用于零售门店O2O运营、网店运营、社群运营、项目管理等实训教学。

3.校外实训实习基地

目前共有8个实训实习基地，符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习基地的有关要求，根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，各基地可针对性开展网络营销推广、网店运营管理、美工设计、电商客服等实训实习活动，实训实习设施配备齐备，实训实习岗位、实训实习指导教师确定，实训实习管理及实施规

章制度齐全。学校和实训实习基地双方共同制订实习计划，配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习基地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，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表13 校外实训实习基地表

序号	企业名称	合作类型	主要实训实习项目
1	百得（苏州）科技有限公司 实训基地	实训基地合作	网店运营、社群运营、项目管理等；专业见习、专业岗位实习。
2	宿州和君数据科技有限公司 实训基地	实训基地合作	电子商务数据实训;数据化运营、数据可视化、商务数据分析等；专业见习、专业岗位实习。
3	通达（厦门）科技有限公司 实训基地	实训基地合作	网店运营、社群运营、项目管理等；专业见习、专业岗位实习。
4	尊锐（南通）电子商务有限公司 实训基地	实训基地合作	视觉营销设计、视频采编、图形图像处理、数据可视化等；专业见习、专业岗位实习。
5	上海志行合力网络技术有限公司 实训基地	实训基地合作	网店运营、社群运营、项目管理等实训项目；专业见习、专业岗位实习。
6	苏州小满金福数据科技有限公司 实训基地	实训基地合作	电子商务数据实训;数据化运营、数据可视化、商务数据分析等；专业见习、专业岗位实习。
7	洛阳财通代理记账服务有限公司	实训基地合作	商务沟通与礼仪、客户服务与管理、消费者行为分析等；专业见习、专业岗位实习。
8	洛阳财悦心诚信息科技有限公司	实训基地合作	商务沟通与礼仪、客户服务与管理、消费者行为分析等；专业见习、专业岗位实习。

（二）教学资源

1.教材选用

严格执行《国家职业院校教材管理办法》和《河南省职业院校教材管理实施细则》中的规定，完善教材选用制度。其中，思政课必须使用国家统编的思想政治理论课教材、马克思主义理论研究和建设工程重点教材；专业核心课程和公共基础课程教材从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用；国家和省级规划目录中没有的教材，在职业院校教材信息库选用。选择时依据本专业课程标准选用合适教材，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。同时教材体现基于工作过程的课程设计理念，以学生为本，充分体现学生的主体作用和教师的组织、引导作用，提高学生学习的主动性和积极性。

2.图书文献配备

学校图书馆拥有电子商务类图书资料3.83万册，其中电子商务类图书资料1.73万册，并配备了中国知网（CNKI）、万方数据知识服务平台、超星数字图书馆等权威电子资源，电子图书及专业论文折合总量逾2万册，形成了载体多样、内容丰富的文献保障体系。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，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.数字资源配备

充分将校内外各项数字资源应用于专业教学。

（1）针对专业核心课程和技能方向课程制定课程建设方案，完成标准化教学课件、音频视频素材、题库等数字资源建设，并在校内学习平台上搭建课程，加大课程资源建设，便于学生学习。

(2) 依托国家资源库建设平台如国家智慧教育平台，完成资源库课程建设，丰富数字化教学资源。

(3) 借助智慧职教、爱课程、学科网网络教学平台，组织教学，丰富课程教学形式。

(三) 教学方法

主要采取项目教学、案例教学、任务教学、模块教学等方法。通过实际与仿真的项目或任务，让学生在教师的引导下参与探究式学习。所有课程全面普及项目教学、案例教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式。部分课程还需要使用讲授法、演练法等让学生巩固学习成效。

十、质量管理

电子商务专业教学质量控制与评价采用多元化的方式，即教学督导、学生评教、社会评价相结合的方式。

1.教学督导

教学督导作为教学过程的监控环节，对于保证教学质量，提高教学水平，具有非常重要的意义。本专业教学督导工作由校级（教务处）、院级（教研室）两级督导组成。校级督导从全局出发，全面掌控学院教育教学质量；教研室督导则从实际出发，全面落实院部督导工作计划。

2.学生评教

学生评教作为让学生表达教学意愿的常规渠道，具有了解教师教育教学情况，发现并解决教学过程中的问题，为改进教育教学方式、提升

教育教学质量提供资料信息等诸多功能，学生评教主要由学期中的“教学信息员反馈”和学期末的“学生网上评教”组成。

3.社会评价

社会评价是社会（如用人单位、家长和毕业生本人）对学校教学质量的综合评价。通过毕业生就业质量调查、通过对用人单位反馈意见分析、通过对毕业生自我发展评价的调查等三个方面来综合评判我专业培养出的学生是否符合社会发展需要，能否为社会提供服务，获得预先的期望，进而使我们得到课程开设是否适宜、教学内容安排是否得当等方面的信息。

4.考核评估方式和要求

（1）考核评估方式分为考试与考查两种，采用形成性评价和终结性评价相结合方式进行。

（2）形成性评价包括课堂出勤、课堂表现、课堂讨论、阶段性作业等。

（3）终结性评价采用笔试(闭卷、开卷)、面试、综合实验、应用设计、课程论文或多种形式相结合的方式进行考核。根据课程的性质及特点采取合适的考核方式，对于基础理论类课程以闭卷笔试为主，对于实践技能类课程以非闭卷考试/考查为主。

（4）某些实践性课程(如实验、实训、专业实习等)，根据实验、实训报告、实习情况、实习报告等确定总评成绩。列入考试科目的实验课程除进行书面考试外，根据实际情况组织操作考试。

十一、毕业要求

1.课程与学分要求

(1) 课程要求：各门必修课程及选修的课程考试合格。

(2) 学分要求：本专业学生毕业时必须修满113学分，其中，公共基础必修课30学分；专业必修课42学分；选修、拓展课21学分；集中实践实训课20学分。

2.取得证书奖励办法

本专业学生在校期间获得以下证书的，可以置换相应课程学分。

表14 证书与学分置换课程一览表

学分置换项目	X证书名称	学分数	置换课程名称/学分
	电子商务数据分析师	2	商务数据分析（2学分）
	电子商务技能大赛省赛获奖	4	1.市场营销（2学分） 2.视觉营销设计（4学分） 3.商务沟通与礼仪（2学分） （可任选课程）
	电子商务技能大赛国赛获奖	8	
	电子商务师职业技能等级证书	4	电子商务基础（4学分）
	网店运营推广职业技能等级证书	4	网店运营（4学分）
	直播电商	4	社群运营（4学分）
	跨境电商B2B数据运营职业技能等级证书	2	商务沟通与礼仪（2学分）
	农产品电商运营证书	4	电子商务基础（4学分）

3.毕业要求观测点分解

为明确电子商务专业学生在毕业时应达到的知识、能力与素养要求，现将毕业要求分解为7个核心维度，并为每个维度设定了具体的观测点与能力描述，以作为学生毕业的依据。

表15 毕业要求观测点分解表

毕业要求	观测点
1.专业知识	1-1 掌握电子商务基本理论与业务流程，熟悉国内外电商平台运营机制；
	1-2 理解网络营销、数据分析、客户关系管理等核心知识，能够运用电子商务相关软件工具；
	1-3 掌握电子商务法律法规、网络安全与电子支付等相关知识，具备基本的风险防范意识。
2.问题分析	2-1 能够识别电商运营中的常见问题（如流量低、转化率差、客户投诉等），并分析其产生的原因；
	2-2 能够运用数据分析工具定位问题节点，提出合理的优化建议与应对策略。
3.设计/开发解决方案	3-1 能够根据企业或平台需求，设计电商推广方案、活动策划或店铺运营计划；
	3-2 具备网页设计与图文编辑基础能力，能够参与电商平台界面优化与用户体验提升工作。
4.研究能力	4-1 能够通过行业报告、市场调研等方式，研究电子商务发展趋势与消费者行为变化；
	4-2 能够收集电商运营数据，运用统计方法进行分析，形成数据支持的业务建议。
5.使用现代工具	5-1 能够熟练使用主流电商平台后台工具（如淘宝、京东、抖音电商等）进行商品上架、订单处理与数据分析；
	5-2 能够运用PS、剪映、Excel等工具进行图文制作、视频剪辑与数据处理；
	5-3 了解并初步使用SEO、SEM、CRM等数字化营销工具。
6.职业与社会	6-1 理解电子商务相关法律法规与行业规范，具备良好的职业道德与社会责任感；
	6-2 具备电商企业实习或项目经历，能够适应团队协作，具备一定的沟通与协调能力。
7.可持续发展	7-1 能够在电商运营中践行绿色电商理念，如推广环保产品、优化包装与物流方式；
	7-2 关注电商行业的可持续发展趋势，如农村电商、跨境电商、社会责任营销等新兴领域。