



三门峡职业技术学院

2025版 电子商务专业人才培养方案

制定院部：	经济管理学院
专业名称：	电子商务
专业代码：	530701
专业大类：	财经商贸大类
专业类：	电子商务类
适用学制：	三年
制定时间：	2002 年 6 月
修订时间：	2025 年 6 月
制定人：	翟艳辉
修订人：	王 存
审定负责人：	吕 帆

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学基本要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	1
(一) 培养目标	1
(二) 培养规格	1
1. 素质	1
2. 知识	2
3. 能力	2
六、人才培养模式或教学模式	3
(一) 人才培养模式	3
(二) 教学模式	3
七、课程设置及要求	3
(一) 通识教育课程概述	4
(二) 专业课程概述	11
1. 专业群基础课	11
2. 专业基础课	12
3. 专业技能课	14
4. 专业拓展课	17
5. 专业基础实践课	19
6. 专业综合实践课	20

八、教学进程总体安排	21
(一) 教学周数安排表	21
(二) 教学周数安排表	21
九、实施保障	23
(一) 师资队伍	23
(二) 教学条件	24
(三) 教学资源	26
(四) 教学方法	27
(五) 学习评价	27
(六) 质量保障	27
十、毕业要求	28
(一) 学分要求	28
(二) 职业技能证书要求	28
(三) 其他要求	29
十一、继续专业学习和深造建议	29
十二、附录	29
(一) 教学计划进程表	29
(二) 电子商务师职业技能等级证书职业功能与课程对照表	31
十三、人才培养方案审核	32

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

(一) 专业名称：电子商务

(二) 专业代码：530701

二、入学基本要求：中等职业学校、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

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	电子商务师、网店运营推广、电子商务数据分析、直播电商、农产品电商运营

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，立足豫晋陕等中部城市社会经济发展的总体要求，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。

(二) 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. 素质：

(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

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，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、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）具有良好的人文素养与科学素养，具有较强的集体意识和团队合作意识，养成良好的运动、卫生和行为习惯。

（4）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.知识：

（1）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、英语、信息技术等文化基础知识；

（2）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；

（3）掌握体育运动基本知识，掌握必备的美育知识，掌握绿色生产，环境保护，质量管理等相关知识；

3.能力：

（1）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；

（2）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；

（3）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；

（4）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客户体验建议；

（5）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；

（6）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；

(7) 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;

(8) 能够结合本专业运用英语,具有良好的语言和文字表达能力,沟通合作能力,具有适应本领域数字化和智能化发展需求的技能;

(9) 掌握至少一项体育运动技能,达到国家大学生体质健康测试合格标准;

(10) 具备一定的心理调适能力;

(11) 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;

(12) 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;

六、人才培养模式或教学模式

(一) 人才培养模式

本专业采用“四联合、四对接、四融通”的“1+1+N”专业群人才培养模式。通过政府、行业、企业、学校四方联合,实现专业群对接产业链、课程体系对应岗位设置、课程内容对标职业标准、教学过程衔接工作过程四个对接,实施岗课融通、书证融通、赛教融通、赛训融通四维融通,最终使学生获得“1”个毕业证书+“1”个职业资格(技能)证书+“N”个其他证书。

(二) 教学模式

本专业采用“模块化项目牵引、分散式岗位实践、集中式技能培养”三位一体的理实融合教学模式。

模块化项目牵引:将电子商务专业课程体系按照项目模块进行划分,如电商运营模块、电商营销模块、电商客服模块、直播电商模块等。每个模块围绕一个实际的电商项目展开教学,学生在完成项目的过程中掌握相关知识和技能。

分散式岗位实践:学生在学习过程中,根据课程安排,定期到合作企业进行分散式的岗位实践。在电商运营课程学习期间,学生可以到电商企业的运营部门进行实践,了解实际的运营流程和工作内容。

集中式技能培养:在特定时间段,集中安排技能培养课程,电商数据分析技能训练、电商美工技能训练等。通过集中训练,提高学生的专项技能水平。

七、课程设置及要求

构建“平台+模块”的“矩阵式”专业群课程体系。即构建“四平台、八模块”的课程体系,四平台包括:通识教育课程平台、专业基础教育课程平台、专业教育课程平台、专业实践教学环节平台。八模块包括:通识教育课程模块、素质教育实践模块、专业群基础课程模块、专业基础课程模块、专业技能课程模块、专业拓展课程模块、专业基础实践模块、专业综合实践模块。课程体系形似四行八列的矩阵,称为矩阵式专业群课程体系。具体课程设置见下表。

课程平台	课程模块	课程类别	课程性质	课程名称
通识教育课程平台	通识教育课程	思想政治	必修	习近平新时代中国特色社会主义思想概论、思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、思想政治理论实践、“四史”教育
		安全教育		军事理论、国家安全教育、大学生安全教育
		英语		高职公共英语
		体育		高职体育
		信息技术		信息技术与人工智能
		素质教育	必修	职业规划与职业素养养成训练、就业与创业指导、劳动教育专题、高职生心理健康、人文社科类或自然科学类跨专业修够4学分，艺术类教育课程2学分
	素质教育实践	军事技能训练	必修	军事技能训练
		劳动教育实践		劳动教育实践
		创新创业实践		创新创业教育活动、创新创业竞赛、创新创业经营实践
		课外素质培养实践		暑期社会实践、学生社团及专业协会活动、志愿服务、思想品德与行为习惯养成、素质拓展
专业基础教育课程平台	专业群基础课程		必修	管理学基础、市场营销、财务管理
	专业基础课程			电子商务基础、网页设计、数据可视化、美工基础、跨境电子商务
专业教育课程平台	专业技能课程		必修	网店运营与推广、数据化运营、网店美工设计、新媒体营销、直播营销与运营、电商文案策划与写作、零售门店O2O运营、互联网产品开发
	专业拓展课程		选修	沟通技巧、客户服务与管理、视频剪辑与制作、消费者行为分析
专业实践教育环节平台	专业基础实践		必修	网店客服综合实训、直播营销运营综合实训、网络营销综合实训
	专业综合实践			认识实习、专业实习、岗位实习、毕业实习、毕业论文

（一）通识教育课程概述

1.思想道德与法治

课程目标：通过教学引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，坚定理想信念，把个人理想

融入社会理想，自觉弘扬中国精神，践行社会主义核心价值观；形成正确的道德认知，积极投身道德实践；掌握基本的法律知识，增强法治素养，成为能担当民族复兴大任的时代新人。

内容简介：理论教学涵盖人生观、理想信念、中国精神、社会主义核心价值观、道德观、法治观教育等内容。实践教学则是开展主题演讲、实践调研、情景剧、法院庭审旁听等项目。

教学要求：秉持“以学生为中心”的理念，紧密对接专业，坚持“知情意行”相统一原则和“八个相统一”要求，采用多种信息化资源和手段辅助教学，改革教学模式和方法，不断提升学生的思想道德修养和法治素养。

2.毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程目标：了解马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质和历史地位；增强学生的马克思主义素养，使其能用马克思主义的立场、观点、方法分析和解决问题；坚持正确的政治立场，坚定四个自信，立志为实现第二个百年奋斗目标和中国梦贡献力量。

内容简介：理论教学包括毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系两大部分，重点介绍马克思主义中国化的理论成果，尤其是习近平新时代中国特色社会主义思想；实践部分则是开展经典诵读、参观党史馆、主题调研等项目。

教学要求：坚持课堂面授与实践相结合，深刻认识中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的发展历史；正确理解中国共产党在新时代的基本理论、基本路线、基本方略，使学生们坚定信仰信念信心。

3.习近平新时代中国特色社会主义思想概论

课程目标：准确理解习近平新时代中国特色社会主义思想的形成过程、重大意义、丰富内涵、理论创新和实践要求；能用马克思主义的立场、观点、方法分析和解决问题；正确认识世界和中国的发展大势，正确认识中国特色和国际比较，积极承担时代责任和历史使命。

内容简介：习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、实现中华民族伟大复兴的重要保障、中国特色大国外交、坚持和加强党的领导等。

教学要求：紧密结合高职学生的学习特点，遵循学生认知规律，坚持“八个相统一”要求，采用理论讲授、案例分析、经典诵读、情境表演、实践调研等方法，丰富和完善教学资源，讲深讲透讲活习近平新时代中国特色社会主义思想。

4.形势与政策

课程目标：使学生了解国内外重大时事，正确理解党的基本路线、重大方针和政策，认清形势和任务，把握时代脉搏，引导自觉肩负起民族复兴的大任。同时使学生掌握该课程基本理论观点、分析问题的方法，把理论渗透到实践中。

内容简介：该课程具有很强的现实性和针对性，教学内容因时而异，紧密围绕习近平新时代中国

特色社会主义思想，依据教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》，根据形势发展要求，重点讲授党的理论创新最新成果和新时代中国特色社会主义的生动实践，回应学生关注的热点问题。

教学要求：联系当前热点问题和学生实际，分析当前形势，解读国家政策；围绕专题实施集体备课；运用现代化教学手段，采用讨论、辩论等多种教学形式。

5.思想政治理论实践

课程目标：根据理论联系实际的教育理念和学以致用教学思想，采取多种形式的实践教学，深化、拓展思想政治理论课教育教学内容，提高学生分析问题和解决问题的能力，提升学生的思想政治素质，增进思想政治理论课的育人价值和导向功能。通过实践教学，强化理论学习效果，扩展学习内容。

内容简介：紧密结合课程教学大纲，精心组织课堂讨论、时政热点述评、辩论赛、演讲赛、经典著作阅读、影视教育等活动，周密安排专家讲座、学术报告和外出参观考察、社会调研。

教学要求：结合思想政治理论课教学的重点、难点和热点，指导学生组建实践团队，拟订学习计划；组织实践教学过程，撰写调研报告或论文，参与评价学生团队及个人的成绩；收集实践教学各环节的文档资料。安全第一的原则下途径多样化，形式灵活化。注重实践教学的过程学习，及时总结、评估。

6.“四史”教育

课程目标：旨在引导学生把握党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史核心脉络，深刻认识党的领导必然性与中国特色社会主义道路正确性。帮助学生树立正确历史观，增强“四个自信”，厚植爱国情怀与担当意识，培养历史思维能力，推动其将个人发展融入国家大局，成长为担当民族复兴大任的时代新人。

内容简介：课程以“四史”内在逻辑为主线分模块教学。党史模块聚焦党的奋斗历程与精神谱系；新中国史模块阐述国家建设探索与成就；改革开放史模块解析改革实践与时代变革；社会主义发展史模块追溯理论渊源，明晰中国特色社会主义历史方位，结合史料与现实热点展开。

教学要求：教师需以理论阐释为基础，融合史料分析、专题研讨，引导学生主动思考。要求学生课前预习、课上参与、课后完成研读与心得。采用课堂讲授、线上学习、现场教学等形式，运用多媒体辅助教学，建立综合考核机制，考察知识掌握与价值认同情况。

7.军事理论

课程目标：认识国防、理解国防；增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识；弘扬爱国主义精神、传承红色基因；提高学生综合国防素质。

内容简介：国防概述、国防法规、国防动员、国防建设、武装力量建设；中国古代军事思想、毛泽东军事思想、习近平强军思想等当代中国军事思想；国际战略形势与国家安全形势；新军事革命、

信息化战争；信息化作战平台、信息化杀伤武器。

教学要求：采用以学生为中心，以教师为主导，理论与实践相结合、线上与线下相结合、课内与课外相结合的方式，通过案例解析、小组讨论、社会调查、时政问题大家谈、课堂演讲等多种形式开展教学，帮助学生了解国防、认识国防，深刻认识国际国内安全形势，引导学生自觉提高国防意识与国家安全意识，积极投身国防事业。

8.国家安全教育

课程目标：帮助学生重点理解中华民族命运与国家关系，系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系；牢固树立国家利益至上的观念，树立国家安全底线思维，践行总体国家安全观；帮助学生增强安全防范意识，培养学生自我防范、自我保护的能力，提高学生的综合安全素质。

内容简介：国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规；国家安全各重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法；从大学生人身财产安全、就业求职安全、社交活动安全、消防安全、交通安全等多个方面进行安全教育。

教学要求：密切联系学生实际，紧贴世情国情社情，与学生专业领域相结合，采用线上与线下相结合的方式，通过案例解析、小组讨论、社会调查等多种形式开展教学。通过安全教育，全面增强学生的安全意识，提升维护国家安全能力，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础。

9.大学生安全教育

课程目标：培养学生树立安全第一、生命至上意识，掌握必要的安全基本知识，了解安全问题相关的法律法规，掌握安全防范技能，养成在日常生活和突发安全事故中正确应对的习惯，增强自我保护能力，最大限度地预防安全事故发生和减少安全事故造成的伤害。形成科学安全观念，培养安全态度、掌握现代安全技能。

内容简介：课程主要包括国家安全教育、生命安全教育、法制安全教育、心理安全教育、消防安全教育、食品安全教育、网络安全教育、交通及户外安全教育，以及实习就业和实践。涵盖大学生学习、生活、工作、娱乐中可能遇到的主要安全问题。

教学要求：将采取理论与实践相结合、专业与思想相结合的方式进行。

10.高职公共英语

课程目标：掌握语音、词汇语法、基本句型结构和基本行文结构；认知英语基本词汇2700至3000个，专业词汇500个；职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维及自主学习等能力培养，培养具有中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。

内容简介：包括英语语言知识、语用知识、文化知识和职业英语技能，具体内容为英语语言词汇、语法、语篇阅读及翻译、情景听力及口语，实用写作五个模块。

教学要求：通过对语音、词汇、语法等知识的学习，使学生能进行一般话题的日常及入门职业背景下英语交流，能套写通知、留言、贺卡、感谢信等实用写作，能借助词典阅读和翻译一般题材的简短英文资料。

11. 高职体育

课程目标：了解常见体育运动项目与健康保健的基本理论知识；熟练掌握一到两项体育运动技术和技能；培养学生终身体育锻炼的习惯，以及沟通、协调能力、组织管理能力和创新意识。

主要内容：由基础教学模块和选项教学模块两部分组成。第一学期是基础模块，具体内容包括身体素质 and 24式简化太极拳；第二学期至第四学期是选项模块，具体内容包括篮球、排球、足球、乒乓球、网球、羽毛球、武术、健美操、跆拳道、体育舞蹈、形体、瑜伽、街舞、女子防身术、毽球、健身气功、柔力球等17项。学生依据个人兴趣爱好，每学期从中选择1个项目进行学习。

教学要求：应根据学生的专业身体素质需求，按不同运动项目的特点和运动规律，采取区别对待的原则进行技能教学。学生每学期体育课程的考核项目和评分标准是根据教育部《全国普通高等学校体育课程教学指导纲要》和《国家学生体质健康标准》的要求结合我院具体情况制定的；学生毕业时，体育课和《标准》必须同时合格，缺一不可，否则做肄业处理。

12. 信息技术与人工智能

课程目标：认识信息技术对人类生产、生活的重要作用；了解现代社会信息技术的发展趋势；了解大数据、人工智能、云计算等新兴信息技术；理解信息社会特征，遵循信息社会规范；掌握常用的工具软件和信息化办公技术；拥有团队意识和职业精神；具备独立思考和主动探究能力。

内容简介：基础模块包含计算机操作基础、办公软件、信息检索、BI数据智能、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任六部分内容；拓展模块包含信息安全、大数据、人工智能、云计算、现代通信技术、物联网、数字媒体、虚拟现实等内容。

教学要求：通过贴近生活、贴近学习、贴近工作的教学项目和教学任务的学习，使学生具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题。

13. 劳动教育专题

课程目标：树立正确的劳动观念，全面理解劳动是社会进步的根本力量，树立劳动最光荣、劳动最美丽的思想观念；全面理解劳动精神、劳模精神、工匠精神的时代内涵，积极践行劳动精神、劳模精神、工匠精神，养成良好的劳动习惯；树立劳动安全意识，掌握最基本的劳动知识和技能。

内容简介：新时代大学生的劳动价值观；劳动精神、劳模精神、工匠精神的内涵以及时代意义，践行劳动精神、劳模精神、工匠精神，养成良好的劳动习惯和品质；树立劳动安全意识；掌握最基本的劳动知识和技能。

教学要求：要结合专业特点讲授劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动安全等教学内容；围绕专题实施集体备课，充实教学资源；运用现代化的教学手段，采用讨论、辩论等多种教学形式。

14.高职生心理健康

课程目标：通过本课程的学习，使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健的意识和心理危机预防意识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，掌握并应用心理调适的方法，尽快适应大学生活，提高心理素质，健全心理品质，为今后的成长成才打下良好的基础。

内容简介：内容包括心理健康与心理咨询、学习心理、适应心理、自我意识与人格发展、情绪情感与健康、人际交往、爱情与性心理健康、挫折应对、网络心理健康、生命教育与危机干预等10个专题，涵盖了个人层面、社会层面、国家层面，构成了符合社会主义核心价值观要求的以“预防为主，教育为本”的《大学生心理健康教育》内容体系。

教学要求：采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，引导学生“在学中练”“在练中悟”，在实践中充分体验、感悟，然后融入自己的人生观、价值观和日常行为习惯中，真正做到学有所获、学有所用。

15.职业规划与职业素养养成训练

课程目标：使学生通过探索自我，探索职业，能运用科学决策方法确定未来职业目标并进行职业生涯规划，能结合职业发展需要掌握职业需要的具备的职业道德、职业素质。

内容简介：职业生涯初识、探索自我、探索职业、职业决策与行动计划、职业意识与职业道德、职业基础核心能力、职业拓展核心能力。内容分布在第一学期和第二学期。

教学要求：采用理论与实践相结合、讲授与训练相结合的方式进行。采用课堂讲授、项目活动、典型案例分析、情景模拟训练、小组讨论、社会调查实习见习方法，引导学生认识到个人的优势与独特性，职业发展的趋势，能用职业生涯规划步骤方法对个人未来职业进行科学规划，在日常学习中自觉提升个人职业素质。

16.就业与创业指导

课程目标：能结合个人优势和就业形势、确定求职目标，引导学生做好就业前的简历、求职书的准备；掌握一般的求职应聘、面试技巧和合法权益的维护。引导学生认知创新创业的基本知识和方法，能辩证地认识和分析创业者应具备的素质、创业机会、商业模式、创业计划、创业项目；科学分析市场环境，根据既定的目标，运用合理的方法制定创新创业计划；正确理解创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。

内容简介：就业认知择业定位、就业准备、简历撰写技巧、面试技巧、求职礼仪、劳动权益、职场适应、创业精神和创业者素质、创业机会识别、创业团队组建、商业模式设计、商业计划。

教学要求：采用理论与实践相结合、讲授与训练相结合的方式进行。采用课堂讲授、典型案例分析、情景模拟训练、小组讨论、实习见习等方法，引导学生合理确定个人求职目标、并运用求职技巧方法顺利就业。通过了解创业理论知识的学习，培养学生的创新精神、创业意识和创业能力。

17.艺术类课程、人文及自然科学类课程

课程目标：为学生提供多学科交叉综合的选修类课程，培养学生健全人格，人文情怀、科学素养和终身学习能力，拓展知识视野，为未来的职业生涯和人生发展奠定基础。

内容简介：课程主要内容包括艺术类课程、人文、自然科学类课程。

教学要求：紧密结合高职学生特点与未来职业场景进行课程设计，强化过程性考核，引导学生主动参与、动手实践、跨界思考，确保通识教育能切实内化为学生的综合素养与职业能力。

18.军事技能训练

课程目标：通过军事技能训练，帮助学生锻炼良好的体魄，掌握基本军事技能，培养学生严明的纪律性、强烈的爱国热情和善于合作的团队精神，培养学生良好的军事素质，为建设国防后备力量打下坚实的基础。

内容简介：包括共同条令教育（内务条令、纪律条令、队列条令）、分队队列动作训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练等。

教学要求：以集中实践方式进行。

19.劳动教育实践

课程目标：通过系统的劳动实践与理论教学，引导学生树立正确的劳动观念（懂劳动）、掌握必要的劳动技能（会劳动）、锤炼积极的劳动精神（爱劳动）。

内容简介：组织学生走向社会，以校外劳动锻炼为主。结合暑期自主、顶岗实习实践开展劳动教育实践。

教学要求：集中劳动教育实践和自主实践等形式。

20.创新创业实践

课程目标：创新创业教育融入职业发展全过程，培养学生形成强烈的创新意识、科学的创业思维与关键的创业能力。

内容简介：主要包括学生参加学科竞赛或创新创业竞赛、获得发明专利、参加研究项目或创新创业训练等创新创业实践活动。

教学要求：采用案例研讨、项目驱动与实战指导相结合的教学方法。在真实任务中锤炼创新思维与创业能力。

21.课外素质培养实践

课程目标：通过系统化的实践活动，引导学生在体验中成长、在服务中学习、在协作中进步，有效培养其社会责任感和公民意识，锤炼其关键通用能力和积极心理品质，实现知识、能力、人格的协调发展。

内容简介：主要包括主题教育活动、党团组织活动、文化艺术体育活动、学生社团活动、志愿服务活动、素质拓展、社会实践活动和日常管理活动等。

教学要求：自主选择并深度参与各项活动，完成从实践到认知的深度反思。

（二）专业课程概述

1.专业群基础课

（1）管理学基础

课程目标：通过学习，让学生系统掌握管理学基本概念、原理与方法，理解管理活动规律与管理职能特点。能运用管理学知识分析实际问题，把握组织内外部环境对管理的影响，具备制定计划、组织资源、领导团队及有效控制的能力，胜任基层管理岗位，为职业发展筑牢根基。

内容简介：课程深度融合理论与实践，涵盖多方面内容。管理学概述介绍管理发展历程、学科特点与研究方法；管理职能阐述计划、组织、领导、控制的内涵与关系；管理环境分析探讨组织内外部环境的构成及影响；决策理论与方法讲解决策类型、过程与技术；组织行为基础分析个体与群体行为对组织管理的作用；人力资源管理基础涉及人员招聘、培训、绩效评估等要点；沟通与协调技巧介绍有效沟通方式及冲突处理；创新管理理念强调创新的重要性与途径。通过模拟企业管理项目实战、经典案例研讨，训练学生全流程管理能力，掌握有效开展管理活动的核心方法。

教学要求：学生要掌握管理学基础理论体系，能准确分析实际管理场景。熟练运用管理工具方法，制定简单管理计划并组织资源。精准制定与执行领导策略，提升团队凝聚力与执行力。有效运用沟通协调技巧处理组织关系，提高管理效率与满意度。运用数据分析和评估工具洞察问题，结合实际设计并实施管理改进方案。通过项目实践与案例考核，验证其管理实践与决策支持能力，具备初步管理思维和解决实际问题的能力。

（2）财务管理

课程目标：本课程旨在让学生系统掌握财务管理核心知识，理解其在企业运营中的关键作用。学生能精准把握财务活动规律，熟练运用财务分析工具评估企业财务状况与经营成果。具备独立制定科学财务决策的能力，涵盖投资、融资及利润分配决策，助力企业实现价值最大化。同时，培养风险意识，掌握风险应对策略，提升学生在复杂商业环境下的财务管理能力，为从事财务分析师、财务经理等岗位筑牢专业根基。

内容简介：课程聚焦理论与实操融合。财务管理基础阐述目标、环境与价值观念，搭建理论框架。财务活动分析深入剖析筹资、投资及营运资金管理，比较不同筹资方式成本风险，讲解投资评估与策略。财务分析介绍指标与方法，洞察企业偿债、营运、盈利和发展能力。财务预算与控制讲解预算编制、执行与控制流程。此外，涉及财务风险管理，包括风险识别、评估与应对，以及国际财务管理特殊问题。通过案例分析、模拟决策项目，训练学生全流程财务管理能力。

教学要求：要求学生扎实掌握财务管理基础理论，能准确分析实际财务问题。熟练运用分析工具评估企业财务。精准制定并执行财务决策。具备风险意识，有效识别、评估与应对风

险。结合企业实际制定财务战略规划。运用沟通技巧，与各方良好协作。通过数据分析发现问题并提出改进措施。最终经项目实践与案例考核，验证其财务管理与决策支持能力。

（3）市场营销

课程目标：本课程旨在培养适应市场需求的实用型营销人才。让学生系统掌握市场营销基础理论与技能，具备敏锐的市场洞察力，能精准分析消费者需求与市场趋势。能够熟练运用多种营销手段制定有效的营销策略，提升企业产品或服务的市场竞争力。同时，培养学生良好的沟通协作、创新能力，使其毕业后能迅速胜任市场营销相关岗位，如市场专员、销售代表、营销策划助理等，为企业开拓市场、提升业绩贡献力量。

内容简介：课程围绕市场营销核心展开。市场营销基础介绍市场、市场营销的概念及营销观念的演变。市场环境分析涵盖宏观与微观环境，让学生了解影响营销的各类因素。消费者行为分析深入探究消费者购买决策过程与影响因素。目标市场选择与定位，教导学生如何细分市场并确定目标客户群体。产品策略讲解产品组合、品牌建设等内容；价格策略涉及定价方法与价格调整策略；渠道策略介绍分销渠道的类型与管理；促销策略包含广告、公关、销售促进等手段。此外，还设有市场营销策划实务，通过实际案例让学生进行营销方案策划与撰写。

教学要求：要求学生掌握市场营销基础理论知识，能运用所学分析实际市场问题。具备市场调研能力，能收集、整理与分析市场信息。能根据市场情况制定简单的营销策略与方案。提升沟通表达能力，能有效与客户、团队成员交流。通过课程实践与项目作业，培养学生创新与实践能力，使其具备解决营销实际问题的初步能力。

2.专业基础课

（1）电子商务基础

课程目标：通过课程学习，使学生系统掌握电子商务领域核心概念、运营模式及关键技术，深入理解电子商务生态系统构成，能够熟练运用电子商务平台操作技能（如商品上架、营销推广、客户服务），精准把握消费者行为与市场趋势，具备电子商务项目策划、运营管理及数据分析能力，助力学生胜任电子商务运营、网络营销、电商客服等岗位，为未来在电子商务领域的职业发展奠定坚实基础。

内容简介：本课程聚焦电子商务基础理论与实践融合，涵盖电子商务概述（发展历程、模式分类）、平台操作实务（主流电商平台功能应用与店铺搭建）、营销推广策略（搜索引擎优化、社交媒体营销、广告投放）、客户服务技巧（沟通话术、售后处理）及数据分析应用（流量分析、销售数据解读），通过模拟电商项目实战、案例研讨等方式，系统训练学生从店铺运营到营销推广、从客户服务到数据洞察的全流程能力，掌握电子商务项目策划与高效运营的核心方法。

教学要求：要求学生通过课程掌握电子商务基础理论体系，熟练运用主流电商平台完成店

铺搭建与运营管理，精准制定并执行营销推广策略，有效提升客户服务质量与满意度，能够运用数据分析工具洞察业务现状与趋势，结合实际业务场景设计并实施完整的电子商务项目方案，最终通过项目实践与案例考核验证其电商运营与决策支持能力。

（2）网页设计

课程目标：通过本课程学习，学生将系统掌握网页设计基础理论（如用户体验原则、响应式布局、视觉设计规范），熟练运用HTML、CSS、JavaScript等前端技术实现页面交互，结合设计软件完成网站界面原型与视觉设计，能够独立完成从需求分析、原型设计到前端开发的完整网页制作流程，同时培养审美能力与跨平台适配思维，为从事网页设计、前端开发或UI/UX设计岗位奠定扎实基础。

内容简介：本课程从网页设计基础理论切入，系统讲解用户体验原则、视觉设计规范与响应式布局原理，结合HTML/CSS/JavaScript技术实现页面结构搭建与交互效果开发，涵盖网站原型设计、视觉风格制定、多终端适配等核心技能，通过企业官网、电商页面等实战项目训练，帮助学生掌握从需求分析到前端开发的全流程实践能力，同时融入SEO优化与可访问性设计理念，培养兼具技术实现与审美创意的复合型网页设计人才。

教学要求：需配备安装开发环境的计算机，完成课堂代码实操与项目作业，熟练运用前端技术实现页面布局与交互功能，参与设计评审与代码复盘，同时需研究优秀网页案例并掌握行业工具（如Figma、Sketch），通过持续优化提升作品质量与开发效率，最终达到独立完成企业级网页项目的能力标准。

（3）数据可视化

课程目标：通过课程学习，使学生掌握数据可视化核心原理与工具应用，能够根据业务需求选择合适图表类型（如折线图、热力图、桑基图），设计直观有效的可视化方案，并通过交互设计提升数据洞察力，最终实现从数据清洗到可视化呈现的全流程能力，助力学生胜任数据分析、商业智能等岗位。

内容简介：本课程聚焦数据可视化全链路实践，涵盖数据理解与预处理（清洗、聚合、转换）、可视化原理（格式塔原则、色彩心理学）、工具应用（Tableau/PowerBI/PythonMatplotlib）及交互设计（动态筛选、钻取联动），通过电商用户行为、金融风险预警等案例，系统训练学生从原始数据到动态仪表盘的完整能力，掌握“数据故事化”与“洞察驱动决策”的核心方法。

教学要求：要求学生通过课程掌握数据可视化全流程能力，包括数据预处理、图表类型选择、交互设计及动态仪表盘开发，能结合业务场景设计直观有效的可视化方案，并运用工具（Tableau/Python）实现数据故事化表达，最终通过项目实战（如销售趋势分析、用户画像可视化）验证数据洞察与决策支持能力。

（4）美工基础

课程目标：通过本课程学习，学生将系统掌握设计基础理论（如色彩搭配、构图原理、视觉层次）、常用设计软件操作（Photoshop、Illustrator等工具使用）、图形图像处理与创意设计技巧，能够独立完成海报设计、产品修图、品牌视觉元素制作等任务，同时培养审美能力与创新思维，为从事平面设计、UI设计、电商美工等职业奠定坚实基础。

内容简介：本课程从设计原理出发，系统讲解色彩构成、版式布局、字体设计等美学基础知识，结合Photoshop、Illustrator等软件操作教学，涵盖图像合成、图标绘制、界面排版、广告设计等核心技能，通过品牌VI设计、电商视觉优化、产品精修等实战项目训练，帮助学生掌握从创意构思到成品输出的完整设计流程，同时融入设计趋势分析与用户体验思维，培养兼具技术能力与艺术素养的复合型美工人才。

教学要求：需配备安装设计软件的计算机设备，按时完成课堂案例实操与课后设计作业，熟练运用软件工具实现创意构思，积极参与设计作品互评与改进，同时需关注设计行业动态与审美趋势，通过持续练习提升设计效率与作品质量，最终达到独立完成商业级美工作品的能力标准。

（5）跨境电子商务

课程目标：通过本课程学习，学生将掌握跨境电子商务的基本概念、运营模式、平台操作及营销策略，熟悉国际贸易法规与跨境支付物流流程，能够独立开展跨境店铺搭建、产品选品与推广、客户服务及数据分析等工作，培养具备全球化视野与跨境业务实操能力的复合型人才。

内容简介：本课程聚焦跨境电商全流程，涵盖平台运营（Amazon/AliExpress开店与规则解析）、选品策略（市场分析、竞品调研与产品定位）、营销推广（SEO优化、社交媒体广告、直播带货）、跨境物流（头程运输、海外仓布局与清关流程）、支付结算（国际支付工具与汇率风险管理）及客户服务（多语言售后、纠纷处理与用户评价管理）等核心模块，结合实战案例与工具操作（如Shopify建站、Google Analytics数据分析），系统培养跨境电商运营、国际营销与供应链管理的综合能力。

教学要求：需配备联网计算机及跨境电商平台模拟操作软件，掌握基础外语能力与国际贸易知识，以支持课程中平台运营、选品分析、营销推广及跨境物流等模块的实战演练。

3.专业技能课

（1）网店运营与推广

课程目标：本课程使用软件为原国家教育部主办的电子商务技能大赛参赛软件之一，通过本课程的学习，重点培养学生电子商务运营战略、战术的决策与实施，该技能不仅是电子商务高技能人才必不可少的技能，同时也是作为选拔参赛选手的重要环节。

内容简介：运营流程和操作注意事项等知识，将运营知识分散在具体的操作中。根据制订的运营策略，租赁办公场所，建立配送中心，装修网店，采购商品，运用搜索引擎、网络广告等推

广手段提升流量，针对消费人群开展促销活动，制定商品价格，提高转化率，最后处理订单，配送商品，结算资金；并且规划资金需求，控制成本，分析财务指标，调整经营策略，创造最大利润。

教学要求：以集中理论+实践方式进行，要求有机房并有互联网。

（2）数据化运营

课程目标：通过系统学习电商数据采集、分析工具与实战方法，使学生掌握数据驱动的运营决策能力，能够运用数据分析解决流量获取、用户留存、转化优化等核心问题，形成“数据洞察—策略制定—效果验证”的闭环思维，培养兼具技术实操与商业思维的复合型电商运营人才。

内容简介：本课程围绕电商数据化运营全流程展开，涵盖数据分析工具（Excel/SQL/Python/BI）实操、平台数据指标解读（如生意参谋、抖音电商罗盘）、核心场景实战（流量优化、用户分层、爆款打造、精准营销）及跨平台数据整合策略，通过真实项目案例与沙盘模拟，训练学生从数据采集到运营决策的全链路能力。

教学要求：采用“理论+实操+项目”三维教学模式，结合企业真实数据集与主流工具（如SQL/BI/平台后端系统）开展案例教学，通过沙盘模拟、小组项目与企业实习强化数据分析到运营策略落地的闭环能力，重点考核学生解决实际运营问题的数据思维与执行效果。

（3）网店美工设计

课程目标：通过本课程的学习，使学生了解平面设计构图与视觉传达的关系，掌握平面设计构图的几种常用表现方法，理解点、线、面等设计元素之间的相互关系，掌握一些绘图工具的基本使用方法，从而掌握利用绘图工具设计网页的方法，成为初步掌握网站美工基础知识和基本技能的应用型人才。

内容简介：包括不同行业的网店装修风格介绍；网店装修的四大要点：图片、配色、布局与文字；网站装修的六大技能：截图、抠图、调色、编辑图片、添加文字；店标和店招设计、首焦轮播区和商品陈列区设计、首页设计、商品详情页设计的方法；商品主图视频、商品详情页视频的制作方法；移动端网店首页和详情页装修设计的方法。

教学要求：在保证基本知识能力的基础上，重点培养学生分析问题、解决问题的能力，让学生毕业能尽快进入美工岗位，顺利投入岗位工作。

（4）新媒体营销

课程目标：通过本课程的学习，在掌握新媒体营销基本理论与研究方法的基础上，能够与企业相关实际工作的具体实践相结合，树立现代的移动互联网新媒体营销理念；掌握企业新媒体营销基本策略的实施流程和具体步骤；能够系统运营企业微博；能够成功打造微博自媒体；掌握新品上市不同阶段的微博营销技巧；能够全面构建微信营销系统；能够掌握微营销多元化发展背景下各个新模式的特点。并培养学生的自学和动手解决问题的能力。

内容简介：了解并掌握新媒体营销的基本知识，最新发展以及相关原理，熟练掌握并了解门户网站营销，网络视频营销，搜索引擎营销，电子邮件营销，网上论坛营销，博客营销，微博营销，微信营销，手机媒体营销以及数字媒体营销等新媒体营销的概念，特征及主要载体，并通过大量案例分析，使得学生能够接触到业界前沿的最新成果。

教学要求：校内教学场地配备电脑及多媒体设备，并确保实训室能连接互联网，满足教学需要，教学过程中要求准备好相关教辅资料。电脑装有常用办公软件及新媒体应用软件。

（5）直播营销与运营

课程目标：通过本课程的学习，重点培养掌握直播营销技巧的高级技能人才，培养具有丰富的视野和扎实的知识基础，掌握直播营销的相关技术，具有较强的实践能力和创新精神，具备较强的语言表达、文案写作能力、直播平台运营及直播间设备操作技能的直播营销人员。

内容简介：直播营销的平台选择、团队构建、主播打造、策划与筹备、商品规划，直播前的引流预告，直播营销的话术设计、直播间的氛围管理方法、直播间的商品介绍、直播间的促销设计、直播间的用户管理，直播结束后的复盘方法。

教学要求：以问题为导向，以课堂学习为基础，以课堂讨论为主要学习形式，结合课本多进行实战训练，提高学生的实战动手能力，配备直播间，实时关注各类直播平台的最新规则，熟悉自媒体平台运营技巧。

（6）电商文案策划与写作

课程目标：通过本课程的学习，使学生系统掌握常用的商务应用文章的实际用途和写作要领，从而在今后的工作中能解决商务活动中的实际问题。提高学生商务文案写作的专业素质，具备电子商务营销活动整体策划的创新能力、实践能力。

内容简介：通过对电子商务文案认知，电子商务文案的写作准备，电子商务文案的整体构思和思维激发等知识的学习，找到电子商务文案的写作切入点，商品关键词的设置，网店商品详情页文案写作，电子商务品牌创作及多平台电子商务推广文案的策划与写作。

教学要求：采用理论与实践相结合、讲授与训练相结合方式进行。采用课堂讲授、典型案例分 析、情景模拟训练、小组讨论、实习见习等方法，引导学生合理确定个人求职目标、并运用求职技巧方法顺利就业。通过了解创业理论知识的学习，培养学生的创新精神、创业意识和创业能力。

（7）零售门店O2O运营

课程目标：通过课程学习，使学生掌握线上线下融合运营的核心逻辑与实战技能，能够运用数字化工具（如小程序、社群、本地生活平台）优化门店流量转化、用户留存及全渠道销售，培养具备“数据洞察+场景设计+资源整合”能力的复合型零售运营人才，助力实体门店实现O2O模式下的业绩增长与用户体验升级。

内容简介：本课程聚焦零售门店O2O全链路运营，涵盖线上线下用户流量打通（如本地生活平台引流、门店私域社群运营）、数字化工具应用（小程序商城搭建、智能会员系统）、全渠道销售策略（到店核销、即时配送、直播联动）及数据化运营（用户画像分析、动线优化、营销ROI追踪），通过实战案例与门店沙盘模拟，训练学生设计O2O场景化营销方案并落地执行的能力。

教学要求：通过“工具实操+场景模拟+企业项目”三维融合，要求学生掌握O2O工具应用（如小程序搭建、社群运营后台）、数据化分析（用户动线、LBS数据）及全渠道策略设计能力，能独立完成门店O2O流量转化优化方案，并通过沙盘模拟与企业项目实战验证执行效果，培养兼具技术落地与商业思维的零售运营人才。

（8）互联网产品开发

课程目标：通过课程学习，使学生系统掌握互联网产品从需求洞察、功能设计到技术落地的全流程开发能力，能够以用户为中心完成产品定位、原型设计、敏捷开发与数据迭代，培养兼具产品思维、技术理解与商业敏感度的复合型人才，助力学生胜任产品经理、产品运营等核心岗位。

内容简介：本课程聚焦互联网产品开发全流程，涵盖需求分析（用户调研、竞品拆解）、产品设计（UX原则、Figma原型）、技术实现（敏捷开发、前后端协作）及数据迭代（埋点分析、A/B测试），通过实战项目（如开发社交工具或电商功能）与行业案例（抖音推荐逻辑、美团增长策略），培养学生从0到1打造产品的核心能力，掌握“需求-设计-开发-验证”闭环方法论。

教学要求：通过“实战项目+工具实操+行业案例”三维融合，要求学生掌握互联网产品全流程开发能力，包括需求提炼、原型设计、技术协作与数据迭代，能独立完成产品功能从0到1落地，并通过用户反馈与A/B测试持续优化方案，培养兼具产品思维与技术执行力的复合型人才。

4.专业拓展课

（1）沟通技巧

课程目标：通过本课程学习，学生将系统掌握有效沟通的核心原则与实用技巧，包括倾听艺术、清晰表达、非语言沟通、冲突调解及跨文化沟通等，能够根据不同场景和对象灵活调整沟通方式，提升人际互动质量与工作效率，培养具备同理心、说服力与团队协作能力的职场沟通达人。

内容简介：本课程围绕提升个人与职场沟通能力展开，系统讲授沟通基础理论（如沟通模型、信息传递原理）、核心技巧（积极倾听、精准表达、提问策略、非语言信号识别）、实用场景训练（职场汇报、团队协作、客户谈判、跨部门沟通）及冲突化解方法，结合角色扮演、

案例分析、模拟演练 等互动形式，帮助学员掌握在不同情境下建立信任、化解分歧、推动合作的沟通策略，最终实现高效 表达与人际关系的良性发展。

教学要求：需配备多媒体教室及模拟沟通场景的实训设备（如角色扮演道具、视频录制设备），积极参与课堂互动、案例分析与小组讨论，掌握沟通理论并熟练运用至职场沟通、团队协作、客户谈判等实际场景，同时需具备反思与自我提升能力，通过课后作业与模拟演练反馈不断优化沟通策略。

（2）客户服务与管理

课程目标：通过本课程的学习与实践，使学生了解客户服务与管理的重要性，客户服务人员的管理要求，以及现代化管理工具在客户服务与管理中的应用，提高学生的服务意识、客户管理能力等综合素养。

内容简介：学本课程的任务是掌握客户服务与管理的基本理论、原理和方法。主要内容包括：客户资料管理、客户细分、客户满意、客户忠诚、客户维护、客户服务中心管理。

教学要求：本课程选用讲授教学法、任务教学法、角色扮演法、模拟演练，采用理论与实践相结合典型案例分析，情景模拟训练、小组讨论、实习见习等方法，引导学生合理确定个人求职目标、并运用求职技巧方法顺利就业。通过了解创业理论知识的学习，培养学生的创新精神、创业意识和创业能力。

（3）视频剪辑与制作

课程目标：通过本课程的学习，培养学生了解整个视频剪辑制作的整个流程，并掌握视频剪辑基本方法和制作手段，培养学生的观察和分析力，掌握对产品的综合分析能力，培养学生对数字媒体语言的艺术分析力，从而运用软件熟练地进行视频剪辑与制作，在实践中激发学生的创造力和想像力。

内容简介：学习视频剪辑制作的流程，包括视频剪辑的基本方法和手段，数字媒体语言的艺术分析、Vegas、AfterEffects的视频调整、特效、动画、输入输出等几大功能，运用软件熟练地进行视频剪辑制作。

教学要求：需要多媒体教室、机房等硬件环境，必须准备与课程要求相关的辅助图书资料，经典短片案例、经典影视广告，实验课题，学生单独作业、集体作业，要求学生能对Vegas、AfterEffects有初步理解，能对多种软件综合运用。

（4）消费者行为分析

课程目标：本课程旨在培养高职学生精准洞察消费者行为的能力，使其掌握消费者行为分析的基本理论与方法。学生能够运用所学知识，剖析不同消费者群体的心理特征与购买决策过程，为企业制定有效的市场营销策略提供依据。毕业后，学生可胜任市场调研、营销策划、客户服务等岗位，助力企业提升市场竞争力与顾客满意度。

内容简介：课程聚焦消费者行为核心要素。消费者心理与行为基础部分，介绍消费者感知、学习、记忆、态度形成等心理过程对购买行为的影响。消费者购买决策过程，详细讲解问题识别、信息搜集、方案评价、购买决策和购后行为各阶段特点。影响消费者行为的因素涵盖文化、社会、个人和心理因素，如文化价值观、家庭角色、年龄性别、动机与个性等。不同市场类型下的消费者行为分析，涉及消费品市场、工业品市场及服务市场的消费者行为差异。消费者行为研究方法，包括观察法、实验法、调查法等，让学生掌握获取消费者行为信息的途径。最后通过实际案例分析，引导学生运用理论知识解决企业营销中的实际问题。

教学要求：要求学生掌握消费者行为分析的基础理论，能准确识别影响消费者行为的关键因素。具备运用研究方法收集、分析消费者行为数据的能力。能够结合市场实际情况，为企业制定针对性的营销策略。通过课程学习与实践，提升学生沟通协作、创新思考及解决实际营销问题的能力。

5.专业基础实践课

（1）网店客服综合实训

课程目标：本课程旨在培养具备专业网店客服能力的高素质人才。学生能掌握网店客服的基本理论、工作流程与技巧，提升沟通能力与问题解决能力。具备独立处理售前咨询、售中订单跟进及售后问题的能力，能够高效维护客户关系。同时，培养学生的团队协作精神、创新意识和良好的职业道德，使其适应电商行业对客服岗位的需求，为未来从事网店客服工作奠定坚实基础。

内容简介：涵盖网店客服岗位介绍、职业发展路径。讲解与顾客沟通的原则和技巧，包括打消顾客疑虑、处理咨询的流程。涉及销售接待、协助催付及后台促销设置操作。剖析售后服务处理方法，如标准流程、投诉处理。介绍客户关系维护方法，包括顾客分析与打标。还会引入真实客服案例进行分析，并组织学生模拟客服场景进行实操演练。

教学要求：要求学生掌握网店客服基础知识和操作技能，能运用所学处理实际问题。具备良好的沟通表达能力、快速应变能力和问题解决能力。通过模拟实操和案例分析，提升团队协作和项目管理能力。严格遵守职业道德规范，树立顾客至上、诚信服务的理念

（2）直播营销运营综合实训

课程目标：培养学生掌握直播营销运营的核心知识与技能，能够独立策划与执行直播活动，提升直播带货能力；熟悉主流直播平台规则与运营机制，具备团队协作与沟通能力，形成良好的职业道德与规范意识，为未来从事直播电商相关岗位奠定基础。

内容简介：涵盖直播电商概述、主流平台特点与入驻流程、直播团队组建与分工、直播选品与商品规划、直播场景搭建与设备配置、直播活动策划与脚本编写、直播互动技巧与粉丝管理、直播数据分析与优化等。通过模拟直播实战，让学生亲身体验直播全流程，掌握直播营销运营的核心技能。

教学要求：要求学生掌握直播营销运营的基础理论知识，能够熟练运用所学知识策划与执行直播活动；具备良好的沟通协作能力与应变能力，能够处理直播中的突发状况；通过项目实践与考核，验证其直播营销运营能力，具备初步的直播电商职业素养。

（3）网络营销综合实训

课程目标：培养高职学生网络营销综合实践能力，使其熟练掌握网络营销各类工具与策略的运用。学生能独立开展网络市场调研，精准定位目标客户群体；能够策划并执行有效的网络营销活动，提升产品或服务的网络推广效果；具备解决网络营销实际问题的能力，适应电商行业对网络营销人才的需求，为未来从事网络营销相关工作奠定坚实基础。

内容简介：涵盖网络市场调研方法与实践，利用专业工具收集分析数据。讲解搜索引擎营销，包括关键词优化、竞价排名等技巧。涉及社交媒体营销，如微博、微信、抖音等平台的运营与推广。还有内容营销，如撰写吸引人的文案、制作优质视频。介绍电子邮件营销的流程与策略。通过实际案例分析，让学生分组进行网络营销项目策划与执行，在实践中提升综合技能。

教学要求：学生需掌握网络营销基础理论，能灵活运用各种工具开展工作。具备创新思维，策划出有创意的网络营销方案。提高沟通协作能力，在团队项目中高效完成任务。通过实训考核，检验其网络营销策划、执行与效果评估的能力。

6.专业综合实践课

（1）认识实习

课程目标：帮助高职电商专业学生建立对电商行业的初步认知，了解电商行业的基本架构、运作模式与发展趋势。让学生熟悉校内电商相关实训环境与资源，明确专业学习方向，激发对电商专业的兴趣，为后续专业课程学习奠定良好的认知基础。

内容简介：安排学生参观校内电商实训基地，包括直播间、摄影棚、仓储物流区等，了解各区域功能与设备使用。邀请电商企业专家或校内教师开展行业讲座，介绍电商行业发展现状、主流电商平台特点与运营规则。组织学生参与简单的电商模拟操作，如商品上架、店铺装修基础练习等，让学生亲身体验电商业务环节。

教学要求：要求学生积极参与各项实习活动，认真观察、记录所学内容。能够结合所见所闻，初步阐述对电商行业的理解。在模拟操作中，遵守实训规则，认真完成指定任务。实习结束后，提交认识实习报告，总结收获与体会，体现对电商专业的初步思考。

（2）专业实习

课程目标：通过校外专业实习，使学生深入了解电商行业实际运作，将校内所学知识与实际操作紧密结合，增强学生在电商运营、网络营销、客户服务等方面的实操能力，培养学生解决实际问题的能力、沟通协作能力以及创新创业意识，帮助学生适应职场环境，为毕业后从事电商相关工作积累实践经验，提升就业竞争力。

内容简介：学生将进入合作电商企业，参与店铺运营、商品管理、订单处理、物流配送、售后服务等实际工作；参与网络推广活动，如社交媒体营销、搜索引擎优化等；了解电商数据分析方法，运用数据优化运营策略。

教学要求：要求学生严格遵守企业规章制度，认真完成实习任务，定期提交实习日志与报告。企业指导教师与校内指导教师共同监督指导，确保学生实习质量。实习结束后，学生需提交实习总结，进行实习答辩，展示实习成果与收获。

（3）岗位实习

课程目标：通过企业岗位实习，使学生深入电商企业实际工作环境，熟悉电商行业业务流程与岗位操作规范，掌握电商运营、营销推广、客户服务等核心技能，提升学生解决实际问题的能力、沟通协作能力与职业素养，增强学生的就业竞争力，为其毕业后从事电商相关工作积累实践经验，实现从学校到职场的顺利过渡。

内容简介：学生进入合作电商企业，参与店铺运营、商品管理、订单处理、物流配送等实际工作；参与网络营销活动策划与执行，如社交媒体营销、直播带货等；处理客户咨询、投诉与售后问题，提升客户服务意识与能力。同时，了解电商企业数据分析方法，运用数据优化运营策略。

教学要求：要求学生严格遵守企业规章制度，认真完成实习任务，定期提交实习日志与报告。企业指导教师与校内指导教师共同监督指导，确保实习质量。实习结束后，学生需提交实习总结，进行实习答辩，展示实习成果与收获。

（4）毕业论文

目标任务：培养学生综合运用电商专业知识进行学术研究与实践总结的能力，提升其逻辑分析、问题解决及文字表达能力。使学生能针对电商领域实际问题开展研究，提出创新解决方案，为未来职业发展积累经验。同时，引导学生熟悉学术规范，培养严谨的学术态度和良好的职业素养。

内容简介：涵盖选题指导，帮助学生结合电商热点与自身兴趣确定合适论文题目；文献检索与综述，教授学生查找、整理和分析相关文献的方法；研究方法讲解，如案例分析、问卷调查等；论文写作指导，包括结构安排、内容撰写、格式规范等；还会安排答辩模拟，让学生熟悉答辩流程。

教学要求：要求学生积极参与课程学习，按时完成各阶段任务。选题需具有现实意义和研究价值，文献综述要全面准确。论文内容逻辑清晰、论证充分、数据可靠，符合学术规范。答辩时表达流畅，能准确回答提问，展示出对论文内容的深入理解。

八、教学进程总体安排

（一）教学周数安排表（单位：周）

		集中性实践环节	鉴业			
--	--	---------	----	--	--	--

学期	理实一体化教学	专业基础实践	认识实习	专业实习	岗位实习	毕业论文	毕业论文答辩	劳动实践	入学教育及军事技能训练		考试	节假日及机动	教学活动总周数
第一学期	14								3		1	2	20
第二学期	16		1					1			1	1	20
第三学期	13	5									1	1	20
第四学期	15	3									1	1	20
第五学期				3	15						1	1	20
第六学期					10	5	1			3	1		20
合计	58	8	1	3	25	5	1	1	3	3	6	6	120

(二) 集中性实践教学环节安排表

类型	序号	实践训练项目	学期	时间(周)	主要内容及要求	地点
校内集中实训	1	入学教育及军事训练	第1学期	3	大学生入学教育、专业教育,熟悉学校及专业情况,通过军事训练,培养坚韧不拔的意志品质,增强体质的同时,促进精神品格的形成与发展。	校内
	2	劳动教育实践	第2学期	1	通过校内劳动实践,达到以劳树德、以劳增智、以劳强体、以劳育美。	校内
	3	网店客服实训	第3学期	3	通过网店客服实训,了解并体验真实网店客服工作流程,以参与真实客服工作为主要手段,通过真实客服体验了解客服工作在真实社会实践中所需要的技能与工作方法。	校内实训室
	4	直播营销运营综合实训	第3学期	2	通过直播平台营销与运营综合实训,掌握直播营销的基本知识,积累直播营销经验和主流电商平台规则,提高实战能力。	校内实训室
	5	网络营销实训	第4学期	3	通过网络营销实训,认知网络营销的基本理论和基本方法,了解网络营销的策划、推广,树立自己清晰的职业生涯规划,了解网络营销岗位,特别是网络营销策划方面的技巧,初步了解网络营销的整个业务流程、操作方法。	校内实训室

	6	毕业论文答辩	第6学期	1	答辩需围绕研究背景、目的、创新点及实践价值系统阐述，重点展现电商行业分析、问题解决能力；通过答辩了解学生专业掌握深度与素养，同步培养职业服务意识、语言表达及逻辑思辨能力。	校内
校外集中实习	7	毕业鉴定	第6学期	3	毕业手续办理等	校内
	1	认识实习	第2学期	1	通过认识实习周，学生们到三门峡市电商产业园众客电子商务公司进行实地调查和学习，学习客户服务、文案策划、视频编辑等技能。	校外实习基地
	2	专业实习	第5学期	3	根据实际情况，由专业指导教师带领学生到上海兰亭集势信息科技有限公司、杭州泰润科技有限公司等校外实习基地进行见习，重点对客户服务管理、美工辅助、店铺运营等岗位进行对接。	校外实习基地
	3	岗位实习	第5学期和第6学期	25	由企业指导教师对在在在上海兰亭集势信息科技有限公司、杭州泰润科技有限公司等校外实习基地进行岗位实习的学生进行指导，重点对客户服务管理、美工辅助、店铺运营等岗位进行实习。	校外实习基地
	4	毕业论文	第6学期	5	毕业论文内容的创作及毕业论文格式调整	校外实习基地
合计				50		

九、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

本专业有专兼职教师26人，生师比例为16:1。副高级以上职称8人，占教师总数比例为30.7%，双师型教师22人，占教师总数比例为84.6%。该专业师资团队2023年获评三门峡市工人先锋队荣誉称号，拥有市级电子商务科技特派员服务团成员6人，省级骨干教师4人，省级教学名师2人。

2.专业带头人

专业带头人王存，中共党员，副教授、管理学硕士，三门峡职业技术学院经济管理学院教科研办公室主任、电子商务教研室主任、商贸物流专业群负责人、市级“教学标兵”、市电子商务科技特派员服务团成员、河南职业院校省级教学名师、高级电子商务师、物流管理师。主持和参与国家、省部级课题2项，主持和参与河南省教育厅就业创业课题2项，主持河南省社

科联课题3项，参与河南省社科联课题8项，主持三门峡市社科联课题2项，参与三门峡市社科联课题1项，出版专著3部，参编教材5部，发表论文40余篇。

3.专业教师

专任教师数15人，均具有高校教师资格证书，其中，副高级以上职称6人，高级职称占比40%。具备良好的师德，爱岗敬业，为人师表、遵纪守法；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；具有扎实的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，开展技术研发与社会服务；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.兼职教师

兼职教师11人，占教师总数比例为42.3%，均具有电子商务、经济学相关专业中级及以上职业技能等级水平。主要从本专业相关行业企业的高技术技能人才中聘任，他们具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，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。

（二）教学条件

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。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。

表9-1 教室基本配置表

序号	教室名称	功能	座位
1	理实一体化教室42311(多媒体)、42312(多媒体)、41404(多媒体)	开展理论知识讲授与实践技能训练深度融合的理实一体化教学	60位/间
2	智慧教室4号楼、5号楼	开展交互式课堂教学、实现情景式个性化、开放式教学	60位/间

2.校内实训室

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，确保能够顺利开展零售财务规划与零售营销组合、电子商务视觉设计、社群营销与整合营销、数据化运营、智能客服话术设计、O2O运营、电子商务产品开发及原型设计、智能营销等实验、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。

表9-2 校内实训室基本配置表

序号	实训室名称	功能	工位
1	电子商务运营实训室	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	60位/间
2	网络营销实训室	用于网络营销、互联网销售、新媒体营销等实训教学	60位/间
3	电子商务视觉设计实训室	用于视觉营销设计、视频制作、图形图像处理等实训教学	60位/间
4	智能客服实训室	用于客户服务管理、商务沟通、消费者行为分析等实训教学	60位/间
5	电商产品开发实训室	用于互联网产品开发、视觉营销设计等实训教学	60位/间

3. 实习场所基本要求

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》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、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，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供运营主管、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与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位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9-3 校外实训基本配置表

序号	实训室名称	功能
1	三门峡众客网络服务有限公司	客户服务、店铺运营、美工
2	三门峡骏通车辆有限公司	运营助理、美工、客服、主播、新媒体运营
3	灵宝市振宇商贸有限责任公司	主播、客户服务、新媒体运营
4	河南浅末年华文化传播有限公司	跨境电商、客户服务、店铺运营、数据分析
5	杭州兆海文化传媒有限公司	主播、中控、投手、数据分析、视频剪辑制作

表9-4 校外实习基地基本配置表

序号	合作企业	基地功能
1	三门峡盘古跨境电子科技有限公司	共同制定人才培养方案、编写课程标准；推进产教融合，加强师资队伍建设；组织岗位实习，助力学生就业
2	河南匡慧传媒科技有限公司	共同制定人才培养方案、编写课程标准；推进产教融合，加强师资队伍建设；组织岗位实习，助力学生就业
3	三门峡九洲文化传媒有限公司	共同制定人才培养方案、编写课程标准；推进产教融合，加强师资队伍建设；组织岗位实习，助力学生就业
4	河南美道家实业有限公司	共同制定人才培养方案、编写课程标准；推进产教融合，加强师资队伍建设；组织岗位实习，助力学生就业
5	三门峡诚亿传媒有限公司	共同制定人才培养方案、编写课程标准；推进产教融合，加强师资队伍建设；组织岗位实习，助力学生就业
6	江苏京东信息技术有限公司	校企合作、岗位实习与就业
7	上海兰亭集势信息技术有限公司	校企合作、岗位实习与就业
8	携程信息技术（南通）有限公司	校企合作、岗位实习与就业
9	杭州春客网络科技有限公司	校企合作、岗位实习与就业

（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。专业现出版有国家级规划教材1部、省级规划教材2部、校本教材3部。

2.图书文献配备基本要求

学院图书馆馆藏资源丰富，载体形式多样。目前馆藏纸质图书约 97 万册，订阅当年期刊、报纸 66 种。其中文史财经类书籍约 38 万册，专业类图书文献涵盖专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书等，包含电子商务类、商务数据分析类图书资源 1.9 万种，6.7 万册，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。主要包括：管理类核心期刊、电子商务基础类、电子商务运营、直播电商类、人工智能与信息化技术应用类、供应链管理类等图书资源。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

学校引进有 CNKI中国知网全文数据库、移动图书馆、超星电子书等各类国内优秀的数据库资源，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。

平台资源：在智慧职教开设《直播营销与运营》、《新媒体营销》、《电子商务文案策划与写作》等3门省级精品在线课程，含视频147个，课件160个、试题1500道。

资源库：接入国家职业教育电子商务专业教学资源库，建设智慧职教课程10门、MOOC课程29门、SPOC课程1267门、微课364门、素材9819条，拥有204955名院校、企业、社会用户，有10门标准化课程入选国家智慧教育平台，获批国家职业教育在线精品课程5门，辐射带动省级课程21门，累计出版国家职业教育规划教材34本。

（四）教学方法

在教学方法上，注重调动学生学习积极性，充分利用信息技术和各类教学资源，开展线上线下混合式教学模式改革。根据学生认知特点及课程特点，采取项目教学、任务驱动、情景模拟、角色扮演、分组探究、行动导向教学等多种教学方法，培养学生的职业能力、自主学习能力、评判性思维能力、社会适应能力与创新能力；强调理论实践一体化，突出“做中学、做中教”的职教特色；注意要把思想政治、职业道德、职业素养引入到课堂中去。

（五）学习评价

1.评价原则

对学生的评价实现评价主体、评价方式、评价过程的多元化。不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更要关注知识在实践中运用与解决实际问题的能力水平，重视学生职业素质的形成。另外，参加各类社会活动、比赛等，取得良好效果及成绩的，以不同标准，以奖励形式计入学生的学业成绩中。

2.评价标准

（1）过程性评价（占比百分之五十）

通过过程性评价，可以更为全面和客观地考查学生的学习效果和学习能力；在教学的过程中适时地把评价的结果反馈给学生，可以使根据阶段性的评价结果了解自己阶段性的学习效果，鞭策自己及时地调整学习方式，更好地达成课程的教学目标。

①职业素质养成：仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、安全意识、环保意识、职业态度。

②平时过程评价：课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操训练、课后实操训练、实训报告等。

（2）总体性评价（占比百分之五十）

期末考试、学期技能综合测评或校内技能大赛情况等，由任课教师综合裁定。

3.考核形式实操考核、理论考核等。

（六）质量保障

1.质量保障机制建立校、院两级教学质量监督工作体系，成立教学质量监督委员会，对全院教学秩序、教学质量、教学改革进行研究、指导、监督、检查和评估。通过吸纳行业、企业专家参与学生实习实训、毕业设计、技能考核等环节，改进结果评价，强化过程评价，并积极探索增值评价，构建

多元综合评价体系。相关评价信息与结果将及时公开，接受校内督导与社会监督。依据质量评价反馈，持续对人才培养方案、课程标准、课堂评价、实践教学、资源建设等进行动态更新与完善，确保人才培养精准对标规格要求，形成“实施-监控-评价-改进”的质量闭环。

2. 教学管理机制

建立校、院两级管理机制，系统化、常态化的加强对日常教学组织与运行的过程性管理。制定巡课、听课、评教等管理制度，采用“定期巡查与随机抽查相结合”“全覆盖与重点指导相结合”的方式，对日常教学秩序与教学效果进行常态化管理。同时，通过公开课、示范课等教研活动，严明教学纪律，确保课程教学目标的达成。

3. 集中备课制度

建立线上线下相结合的常态化集中备课制度。定期组织召开教学研讨会，结合课程特点，围绕教学大纲、教学方法、教学资源及考核评价方式进行集体研讨，针对性地改进教学内容与方法，确保教学的科学性与前沿性。

4. 毕业生跟踪反馈机制

建立常态化、制度化的毕业生跟踪反馈与社会评价机制。通过问卷调查、企业访谈、校友座谈等多种方式，对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行持续分析，确保人才培养工作始终与行业发展及社会需求同步。

十、毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

结合学校办学实际，细化、明确学生课程修习、学业成绩、实践经历、职业素养、综合素质等方面的学习要求和考核要求等。严把毕业出口关，确保学生毕业时完成规定的学时学分和各教学环节，保证毕业要求的达成度。

接受职业培训取得的职业技能等级证书、培训证书等学习成果，经职业学校认定，可以转化为相应的学历教育学分；达到相应职业学校学业要求的，可以取得相应的学业证书。具体要求如下：

（一）学分要求

最低毕业总学分为143学分，其中必修课129学分、选修课14学分。

（二）职业技能证书要求

获得电子商务师（网商）资格证等，发证机构：三门峡职业技术学院；鼓励获得与专业有关的技能证书，如：人力资源社会保障厅颁发的电子商务师职业技能等级证书；

（三）其他要求

1. 获得大学生体质健康测试合格证书；

2. 获得普通话水平测试等级证书；

3. 获得全国计算机等级考试（二级B）或全国计算机应用水平考试合格证书；

4.高职英语考试成绩合格，鼓励考取英语等级证书。

十一、继续专业学习和深造建议

关注学生的全面可持续发展，鼓励本专业毕业生通过专升本、同等学力研究生教育等接受更高层次的教育，继续学习，不断提升自身知识和技能水平，提高学历层次，为将来从事电子商务专业技术人员的考试晋升奠定基础，从而能很好地适应未来的职业环境，面对新的挑战。

十二、附录

（一）教学计划进程表

课程平台	课程模块	课程类别	课程序号	课程名称	学分	学 时			课程类别	考 试	考 查	各学期授课周数及学时分配						修读方式			备注		
						计划学时	理论学时	实践学时				第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	必修	选修				
																			限选	任选			
												17	18	18	18	18	16						
通识教育课程平台 35.6%	通识教育课程 27.9 %	思想政治	1	思想道德与法治	3	48	32	16	B		1	32							√				
			2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	24	8	B	2			24							√			
			3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	32	16	B	3				32						√			
			4	形势与政策	1	32	32	0	B		1-4	8	8	8	8					√			
			5	思想政治理论实践	1	16	0	16	C		1-3	4	4	8						√			
			6	“四史”教育	1	16	16	0	A		4					16				√			
		安全教育	7	军事理论	2	36	28	8	B		2		36							√			
			8	国家安全教育	1	16	8	8	B		1	16								√			
			9	大学生安全教育	2	32	16	16	B		1-4	8	8	8	8					√			
			英语	10	高职公共英语	6	96	80	16	B	1	2	48	48						√			
			体育	11	高职体育	4	128	18	110	C		1-4	32	32	32	32				√			
			信息技术	12	信息技术与人工智能	2	64	32	32	B		1	64							√			
	素质教育	13	劳动教育专题	1	16	16	0	A		2、3		8	8						√				
		14	高职生心理健康	2	32	24	8	B		1	32								√				
		15	职业规划与职业素质养成训练	1.5	24	16	8	B		2		24							√				
		16	就业与创业指导	1.5	24	16	8	B		4					16				√				
		17	艺术类课程	2	32	32	0	A												√			
		18	人文或自然科学类	4	64	64	0	A												√			
		19																					
素质教育实践 7.7%	1	入学教育及军事技能训练	3	112	12	100	C		1	3周								√					
	2	劳动教育实践	1	24	0	24	C				1周							√					
	3	创新创业实践	3				C											√					
	4	课外素质培养实践	4				C											√					
专业基础教育课程平台 13.3%	专业群基础课程 4.9%	1	管理学基础	3	48	40	8	B	1		48							√					
		2	财务管理	2	32	24	8	B		4				32				√					
		3	市场营销	3	48	40	8	B	3				48					√					
	专业基础课程 8.4%	1	电子商务基础	2.5	40	32	8	B		1	40							√					
		2	网页设计	2.5	40	32	8	B		2		40							√				
专业教育课程平台 19.9%	专业技能课程 14.3%	3	数据可视化	2.5	40	32	8	B	3					40				√					
		4	美工基础	3	48	40	8	B		1	48							√					
		5	跨境电子商务	3	48	40	8	B	4					48				√					
		1	网店运营与推广	2.5	40	32	8	B		2		40						√			专业核心课程		
		2	数据化运营	2.5	40	32	8	B		3			40					√			专业核心课程		
		3	网店美工设计	2.5	40	32	8	B		2		40						√			专业核心课程		
		4	新媒体营销	2.5	40	32	8	B		4				40				√			专业核心课程		
		5	直播营销与运营	2.5	40	32	8	B		3			40					√			专业核心课程		
	专业拓展课程 5.6%	6	电商文案策划与写作	2.5	40	32	8	B	2			40						√			专业核心课程		
		7	零售门店O2O运营	2.5	40	32	8	B		3			40					√			专业核心课程		
		8	互联网产品开发	3	48	40	8	B	4					48				√			专业核心课程		
		1	沟通技巧	2	32	24	8	B		4				32					√				
		2	客户服务与管理	2	32	24	8	B		2		32							√				
		3	视频剪辑与制作	2	32	24	8	B		4				32					√				
专业实践教育平台 29.3%	专业基础实践 5.6%	4	消费者行为分析	2	32	24	8	B		4				32					√				
		1	网店客服综合实训	3	72		72	C		3			3周					√			项目式集中授课		
		2	直播营销运营综合实训	2	48		48			3			2周					√			项目式集中授课		
	专业综合实践 23.7%	3	网络营销综合实训	3	72		72	C		4				3周				√			项目式集中授课		
		1	认识实习	1	24	0	24	C				1周						√					
		2	专业实习	3	72	0	72	C						3周				√					
		3	岗位实习	25	600	0	600	C						15周	10周		√						
4	毕业论文	5	120	0	120	C							5周			√							
合 计					143	2700	1138	1562				380	432	424	416	432	360		160	64			
比例								57.8%												10.2%			
周课时												22	24	24	23	24	24						

(二) 电子商务师职业技能等级证书职业功能与课程对照表

所属院部：经济管理学院

专业名称：电子商务

对应职业（工种）：电子商务师

职业编码：4-01-06-01

级别：三级工

职业功能	工作内容	开设课程
1.产品及服务信息管理	1.1产品及服务品类信息管理	直播营销与运营、电子商务基础、跨境电子商务
	1.2产品及服务组合信息管理	
	1.3产品及服务的价格信息管理	
2.线上店铺设计与装修	2.1整体风格设计	美工基础、网店美工设计、网页设计、视频剪辑与制作、电商文案策划与写作
	2.2装修元素设计	
	2.3用户页面设计	
3.营销推广	3.1搜索引擎推	市场营销、网店运营与推广、零售门店O2O运营
	3.2信息流推广	
4.业务处理	4.1采购管理	互联网产品开发、消费者行业分析
	4.2销售管理	
5.客户服务	5.1社群管理	新媒体营销、客户服务与管理、网店客服综合实训、直播营销运营综合实训、
	5.2客户关系管理	
6.商务数据分析	6.1电子商务数据加载	数据化运营、网络营销综合实训
	6.2电子商务数据报表设计制作	
	6.3电子商务数据 统计分析	

十三、人才培养方案审核

拟定/审批部门	拟定/审批人	拟定/审批时间
专业负责人拟定	王存	2025 年 5 月 26 日
教研室初审	王存	2025 年 6 月 10 日
专业(群)建设指导委员会论证	宋洋洋 李珍珍 申潘康 王存 周晓枫 孟媛 吕帆 张宇 狄盼盼	2025 年 6 月 26 日
院部党政联席会审议	孟媛 吕帆	2025 年 9 月 18 日
教务处复核	刘丰年	2025 年 9 月 25 日
学校审定	校党委会	2025 年 9 月 29 日