

电子商务专业人才培养方案编制说明

本专业人才培养方案适用于三年全日制高职电子商务专业，由洛阳职业技术学院电子商务专业建设指导委员会组织专业教师，与河南打造前程科技公司的企业专家及优秀创业校友共同制订。从 2025 级电子商务专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓 名	所在单位	职称/职务
1	王军华	洛阳职业技术学院电商物流学院	教授
2	张靖	洛阳职业技术学院电商物流学院	副教授
3	刘昱彤	洛阳职业技术学院电商物流学院	讲师
4	赵慧祯	洛阳职业技术学院电商物流学院	讲师
5	王曼云	洛阳职业技术学院电商物流学院	讲师
6	张恺璐	洛阳职业技术学院电商物流学院	助教
7	尹燕杰	洛阳职业技术学院电商物流学院	讲师
8	杨文	河南打造前程科技有限公司	经理
9	侯丽平	河南经贸职业学院	副院长/教授
10	张毅	洛阳师范学院	副教授
11	郭春鹏	洛阳优而美网络科技有限公司	电子商务专业学生、总经理

2025 级电子商务专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

专业名称：电子商务（530701）

二、入学要求

普通高级中学毕业，中等专业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

学制：三年

学历：大专

四、职业面向

所属专业 大类 (代码)	所属专 业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位(群) 类别 (或技术领域)	职业类证书
财经商贸 大类(53)	电子商 务类 (5307)	互联网和 相关服务 (64)；批 发业(51)； 零售业 (52)	电子商务师 (4-01-06-01)、互联 网营销师 (4-01-06-02)、营销 员(4-01-02-01)、 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)	运营主管； 视觉营销设计 师； 渠 道 营 销 主 管； 互 联 网 产 品 开 发主管； 智慧客服； 直播运营策划 师	网店运营推广、 电子商务数据 分析、直播电商

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，理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具备扎实的科学文化基础、良好的人文素养、职业道德、创新意识与诚信精神，系统掌握电子商

务运营、直播营销与短视频内容创作等专业知识与核心技能，面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等数字经济领域，能够胜任电商平台运营专员、直播运营策划与执行、短视频内容编辑与推广等岗位工作的高技能人才。

（二）培养规格

毕业生应获得以下方面的素质、知识与能力：

1.素质要求

Q1.坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感 and 参与意识。

Q2.具有良好的商业道德和职业素养。廉洁奉公，恪守信用、严守商业秘密。待人热情，具有良好服务意识。具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作能力，具有锐意进取的开拓精神、创新思维和创业能力。

Q3.具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识与技能，具有一定的审美和人文素养，养成良好的职趣爱好。掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

Q4.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.知识要求

K1.公共基础知识

掌握高等职业教育所必备的公共基础知识，包括思想道德修养与

法律基础、形势与政策、商务英语、信息技术、体育等。

K2.专业知识

①掌握电子商务的基本理论以及新技术、新模式、创新创业相关知识；

②掌握主流电子商务平台运营模式和推广方式的相关知识；

③全面掌握直播电商运营的完整流程及其实操技能；

④掌握客户服务与管理的方法，能够了解客户需求，提供高质量的服务，以及有效地处理客户投诉和反馈；

⑤掌握商品拍摄、图形图像处理以及视觉营销的方法；

⑥掌握短视频拍摄以及剪辑技巧，能够将短视频进行投放与推广；

⑦掌握 AIGC 前沿技术，并将技能应用于新媒体运营与管理的方法；

⑧掌握电子商务数据可视化以及统计分析和报告撰写的相关知识。

⑨掌握零售管理、市场与互联网营销等基础知识。

3.能力要求

A1.通用能力

①通过思想道德修养与法律基础课程的学习，具有正确的政治方向、一定的思想水平和道德情操、良好的职业道德和职业素质；

②具备一般技术综合实现能力，能适应市场经济和技术发展的需要；

③具备良好的人际沟通能力，熟练应用普通话沟通交流，能在工作中妥善处理各种人际关系；

④学会正确的处世原则，与人交往恰当得体，善于获得别人的合作作为本职工作服务；

⑤具备自学能力和创新精神，学会独立学习，树立终身学习的意

识。

A2.专业技术能力

① 具有电商平台精细化运营能力，能独立完成商品上架、活动策划及流量管理；

② 具有直播全流程执行能力，涵盖策划、脚本撰写、现场控场及粉丝互动转化；

③ 具有短视频内容创作与推广能力，包括选题策划、脚本设计、拍摄剪辑及多平台分发优化；

④ 具有数据驱动营销决策能力，能运用工具分析用户行为、直播数据及短视频效果，优化运营策略；

⑤ 具有视觉营销设计能力，掌握主流软件完成商品主图、直播封面、短视频封面等视觉素材制作；

⑥ 具有私域流量运营能力，通过社群、粉丝群等渠道实现用户沉淀与复购转化；

⑦ 具有多平台矩阵运营能力，适配抖音、快手、视频号、淘宝等平台规则与玩法；

⑧ 具有数据分析能力，能够利用 `python` 等数据分析工具，对数据进行收集以及分析，并能够撰写数据分析报告，为后期店铺运营作为指导；

⑨ 具有根据行业、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的能力，能够通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；

⑩ 具有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的能力。

六、课程设置

本专业主要包括公共基础课程和专业课程。

（一）公共基础课程

公共基础课程，共 15 门，合计学分 37。主要课程有：思想政治理论课（包括：思想道德与法治、毛泽东思想和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）、国家安全教育、军事理论、大学生心理健康，大学体育、劳动教育、大学生职业发展与就业指导、大学生创新创业基础、商务英语、现代信息技术、人工智能、财经应用文写作。

主要公共基础课程简介如下：

序号	课程名称	学分及学时	课程目标	主要内容和教学要求
1	思想道德与法治	3 学分 54 学时	以社会主义核心价值观为主线，针对大学生成长过程中面临的思想和法律问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观教育，引导学生在学习和思索中探求真理，在体验和行动中感悟人生，从而提高自身的思想道德素质和法律素养。	帮助大学生投身社会主义和谐文化建设，形成崇高的理想信念，弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革开放为核心的时代精神，其目的在于培养高等院校学生树立正确的世界观、人生观、价值观，加强思想品德修养，增强学法守法的自觉性，了解我国社会主义宪法和有关法律的基本精神和主要规定，真正做到学法、懂法、用法，依法办事，依法维护国家和公民个人的合法权益，从而全面提高大学生的思想道德素质和法律素质。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2 学分 36 学时	使当代大学生了解马克思主义中国化的过程，了解马克思主义与时俱进的理论品质，树立建设中国特色社会主义的坚定信心，培养运用马克思主义的立场、观点、方法分析和解决问题的能力，增强执行党的基本路线和基本纲领的自觉性和坚定性。	帮助学生理解和掌握中国特色社会主义的基本理论、基本路线和党的各项方针政策，确立建设中国特色社会主义的共同理想，增强社会责任感与历史使命感，积极投身全面建设社会主义事业的伟大实践之中。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想	3 学分 54 学时	引导青年大学生认清新时代的历史方位，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己，勇做新时代的弄潮	充分体现“十个明确”“十四个坚持”的核心内容，系统阐述关于新时代坚持和发展中国特色社会主义的总目标、总任务、总体布局、

	主义思想概论		儿，努力成长为能担当民族复兴大任的时代新人，在激扬青春、奉献社会的进程中书写无愧于时代的壮丽篇章。	战略布局和发展方向、发展方式、发展动力、战略步骤、外部条件、政治保证等基本观点，全面介绍习近平总书记对经济、政治、法治、科技、文化、教育、民生、民族、宗教、社会、生态文明、国家安全、国防和军队、“一国两制”和祖国统一、统一战线、外交、党的建设等方面作出的理论概括和战略指引。引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，在知行合一、学以致用上下功夫，增长知识、锤炼品格。
4	形势与政策	2 学分 36 学时	对大学生进行比较系统的党的路线、方针和政策教育、国内形势教育、国际形势和我国对外政策教育的主渠道、主阵地，在大学生思想政治教育中担负着重要使命，是每个大学生的必修课程。	以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以高校培养目标为依据，紧密结合国内外形势和大学生的思想实际，通过适时地进行形势政策教育、世界政治经济与国际关系基本知识教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，使大学生在改革开放的环境下具有坚定的立场、具有较强的分析能力和适应能力。
5	国家安全教育	1 学分 16 学时	使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观，丰富国家安全知识，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全的意识；引导学生主动运用所学知识分析国家安全问题，强化学生的政治认同，坚定道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，提升学生维护国家安全的能力，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础。	内容包括中国特色国家安全道路、统筹发展与安全、维护人民安全、维护政治安全、维护经济安全、维护军事、科技、文化、社会安全、维护国际安全、增强国家安全意识，全面践行国家总体安全观等。
6	大学生心理健康	2 学分 36 学时	使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、	涵盖了从知识到技能再到运用的全过程，将心理健康知识与自身生活有机地结合起来，既有知识的传授，又有技能的练习，还有对技能的运用；了解自身的心理特点和性

			自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。	格特征，掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能，努力实现大学生在知识、技能及素质三个层面的显著提高，帮助大学生树立积极乐观心态，为大学生实现角色转换做好心理保障。
7	大学体育	6 学分 108 学时	根据《全国普通高校体育教学指导纲要》、《学校体育工作条例》的要求及我校实际情况，遵照健康第一的教育思想，提高对身体和健康的认识，掌握有关身体健康的基本知识和科学健身的方法；提高自我保健意识，增强体质、促进身体健康，养成良好的体育锻炼习惯，保持良好的心态；掌握1-2项体育运动项目的基础知识、基本技术、基本技能，作为终身锻炼的手段；增强体质健康和心理健康、增强社会适应能力；培养终身运动意识，为实现“健康中国”奠定基础。	大学体育一：健身气功（八段锦、校园五禽戏）；大学体育二：篮球、足球、排球、羽毛球、乒乓球、网球、太极拳、健美操、跆拳道、瑜伽、毽球；大学体育三：形体、形体与礼仪、健美操、体育舞蹈、防身术、游泳、瑜伽、太极拳、羽毛球、跳绳、飞盘、拓展训练等。按照《国家学生体质健康标准（2014年修订）》开展在校生达标测试。体质测试和课外体育锻炼同为课程考核的内容之一，不合格者不能获得相应学期的学分。体育课程考核合格并获得规定学分是学生毕业的必要条件之一。
8	劳动教育	1 学分 16 学时	本课程教学以“情景分类、模块导向、任务驱动”为指导思想，结合“党中央关于全面加强新时代大中小学劳动教育的指导意见”，通过教学活动、实践活动等方式，使学生掌握必要的劳动技能和知识，培养学生良好的劳动习惯和劳动精神。课程以劳树德、以劳增智、以劳健体、以劳益美、以劳促创，使学生形成良好的劳动习惯、劳动品质，促进学生的全面发展为最终目标。	内容涵盖劳动最光荣、劳动技能、劳动安全三个模块，通过“理论讲授+大师示范+实操训练”的三阶教学模式，实现劳动教育与专业教育、思政教育的深度融合，打造有深度、有温度、有力度的劳动教育课程，培养德技并修的新时代高素质劳动者，为制造强国、质量强国建设提供人才支撑。
9	大学生职业发展与就业指导	2 学分 38 学时	引导学生树立职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念；了解职业发展的阶段特点，较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境，了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识，掌握自我探索	课程内容将学生的职业发展与就业指导有机地结合起来，既有知识的传授，又有技能的培养，还有态度和观念的转变；既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展。帮助学生掌握相关的求职技巧，努力实现在态度、知识和技能三个层面的转变，做好向“职业人”转换的各种准备。

			技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，促进学生高质量就业。	
10	大学生创新创业基础	2 学分 32 学时	通过“岗课赛证创”的有机融合，帮助学生理解创新思维与创业活动的核心内涵，掌握市场分析、商业模式设计、资源整合及风险评估等基本技能，培养团队协作能力与问题解决能力，同时引导学生认识创新创业的社会价值，激发学生的创业意识和企业家精神，使其具备在复杂环境中识别机会、应对挑战并推动创新落地的综合素质。	围绕创新思维培养与创业实践能力提升，系统讲授创新方法论、创业机会识别、商业模式构建、团队管理、融资策略及风险管理等内容，结合案例分析、项目实训与模拟实践，引导学生掌握从创意到落地全流程技能；教学要求注重理论与实践融合，通过团队协作、小组竞赛等方式完成自我认知、商业计划书写作、路演汇报等任务，强化市场调研与资源整合能力，培养学生社会责任意识，使学生树立科学的创新观和创业观。
11	军事理论	4 学分 114 学时	让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，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。	主要内容包括中国国防、军事思想、国家安全、现代战争、信息化战争等部分。在教学过程中，注重理论联系实际，不断改进教学方法和手段，确保教学质量。同时，灵活运用“史记结合、以史带记”的教学方法，注重理论与实践相结合，创新教学方法和手段，激发学生的学习兴趣 and 主动性。
12	商务英语	3 学分 54 学时	全面提升学生的职场涉外沟通能力、多元文化交流能力、语言思维能力以及自主学习能力。通过课程学习，学生将能够熟练运用英语进行国际交流，理解并尊重不同文化背景下的交流方式，同时具备独立解决问题和终身学习的能力。	以“人文技能”为核心，强调英语知识与人文素养的结合。学生不仅学习语言技能，还培养批判性思维、跨文化交际能力以及终身学习的能力。内容涵盖广泛的主题，包括理想信念、社交媒体、中华美食、职场文化等，通过“主题+任务”双轮驱动模式，融入数字化教学资源，培养学生多元文化交流能力与国际视野。采用混合式教学模式，强化语言实践应用能力；设计多样化任务型活动，提升学生解决复杂问题的综合素养。完善形成性评价体系，依托智能测评系统实时跟踪学习成效。
13	现代信息技术	2 学分 36 学时	让学生了解信息技术的基本概念、原理和应用领域，掌握信息技术工具的基本操作技能。培养学生运用信息技术解	主要内容包括计算机的发展、系统组成、编码等基本知识；Windows 操作系统的操作和设置；掌握 WPS 文字文稿、电子表格、演示

			决实际问题的能力，包括信息获取、分析、处理、表达和交流的能力，以及利用信息技术进行自主学习、协作学习和创新实践的能力。培养学生对信息技术的兴趣，增强信息安全意识和社会责任感。	文稿的基本操作；计算机网络的基本知识和应用；IT 新技术相关知识。灵活运用多种教学方法激发学生的学习兴趣，提高教学效果；重视实践教学环节，培养学生的动手能力和创新能力；采用多元化评价方式考查学生对知识和技能的掌握程度；充分利用各种教学资源培养学生的信息素养。
14	人工智能	2 学分 36 学时	使学生树立人工智能思维意识，拓展人工智能落地应用的思路，掌握人工智能产品开发的基本方法。培养学生的动手操作能力和分析解决问题能力。并了解信息时代的发展，体会科学精神，增强科学意识。	了解人工智能的起源和发展历程及其各行业的应用。熟悉人工智能的应用场景。了解 python 编程，掌握人工智能背景下，计算机视觉、语音识别、智能搜索、智能编程等技术的基础概念和操作。根据不同的教学内容和学生的实际情况，灵活运用各类教学方法，以案例分析和项目式学习为主，融合线上线下混合教学模式引导学生理解技术原理与应用场景。通过实践教学让学生在实践中掌握信息技术技能，培养学生的动手能力和创新能力。
15	财经应用文写作	2 学分 36 学时	掌握财经应用文的基本概念、分类、格式规范及写作要求，熟悉常见文种的适用场景和功能；能够独立撰写规范、专业的财经文书（如市场分析报告、财务报告、商务信函等），具备逻辑清晰、数据准确、语言得体的表达能力；结合财经实务，培养学生在实际工作场景中分析问题、整理信息并通过文书有效传递的能力；强化财经写作的职业道德意识，注重内容的真实性、严谨性和保密性。	内容包括三部分：1. 基础理论模块：财经应用文的特点、分类与写作原则；财经语言的规范性要求（术语使用、数据呈现、逻辑结构）。2. 核心文种训练：公务类文书：请示、批复、通知、报告等；商务类文书：商业计划书、招标书、投标书、合同协议；财务类文书：财务分析报告、审计报告、预算报告；市场类文书：市场调研报告、营销策划书、可行性研究报告；信函类文书：商务函电、询价函、催款函、电子邮件礼仪。3. 综合技能提升：数据可视化与图表运用（Excel/PPT 结合写作）；财经文书的编辑与排版技巧；案例分析与错误修正（常见写作问题诊断）。

（二）专业课程

共 18 门，合计 58 学分。主要有专业基础课程、专业核心课程和

专业拓展课程。

专业基础课程 7 门：包括电子商务基础、管理学基础、商务数据分析之 Python 程序设计、电子商务法律法规、零售基础、市场营销、数据可视化；专业核心课程 8 门：包括视觉营销设计、网络营销、互联网销售、数据化运营、网店运营、互联网产品开发、零售门店 O2O 运营、社群运营；专业拓展课程 3 门：包括直播电商、视频制作、客户服务与管理。

专业课程简介如下：

课程类别	序号	课程名称	学分及学时	课程目标	主要内容和教学要求
专业基础课程	1	电子商务基础	4 学分 72 学时	让学生全面掌握电子商务的核心知识体系与实践技能：在知识层面，学生将深入理解电子商务的基本概念、技术架构（如大数据分析、移动支付、区块链应用）、商业模式（B2B/B2C/C2C/社交电商等）及行业生态（平台运营、物流供应链、数字营销）；在能力层面，重点培养学生运用数字化工具进行市场分析、用户画像构建、全渠道营销策略设计的能力，以及解决电商运营中实际问题的创新实践能力；在素养层面，强化学生对数据安全、消费者权益保护、商业伦理等法律规范的认识，塑造具备跨学科思维、全球化视野与社会责任感之复合型人才，为其未来从事电商运营、数据分析、创业管理等工作奠定坚实基础。	主要内容：包括电子商务基础与应用，内容包括电子商务概述、电子商务技术、电子商务运营、网络营销、网络支付与安全、电子商务物流及供应链管理、电子商务法律法规、电子商务创新创业等。使学生对电子商务行业有一个全面的观察与认知，为继续学习专业技能以及做好职业规划奠定基础。 教学要求： 教师应具备扎实的电商行业积淀与全链路运营实践经验，熟悉电商平台生态及商业模式演进；需配备电商平台模拟操作系统与行业全景数据集，支撑学生沉浸式体验；每模块设置“电商模式分析”“平台入驻规划”等阶段性项目，强化知识应用；注重电商伦理、平台规则及交易安全规范讲解；定期组织商业模式答辩与方案评审，提升学生逻辑梳理与表达能力。
	2	管理学基础	4 学分 72 学时	使学生系统掌握管理学的基本原理与核心框架，包括计划、组织、	主要内容：涵盖管理学基本原理（如计划、组织、领导、控

			<p>领导、控制四大职能的内涵及相互关系，理解科学管理理论、行为科学理论、系统管理理论等经典流派的核心观点，并熟悉数字化管理、精益管理等现代管理方法的应用场景；使学生具备分析组织内外部环境、设计高效组织结构、优化决策流程的实践能力，能够运用战略思维解决团队冲突、激励员工绩效，并独立完成基础管理方案的制定与实施；使学生形成良好的商业伦理意识与责任感，强化跨文化沟通与团队协作能力，培养终身学习观念与创新精神，最终成长为具备全局视野、人文关怀与领导力的复合型管理人才。</p>	<p>制四大职能）、经典管理理论（泰勒科学管理、法约尔一般管理、韦伯行政组织理论等）及现代管理方法(数字化管理、敏捷组织、精益运营)，同时结合战略分析、团队激励、决策优化等实践场景，强化案例教学与模拟训练；教学要求上，需引导学生掌握理论逻辑与实践应用的结合路径，培养其分析复杂管理问题的结构化思维，提升沟通协调、冲突解决及创新决策能力，并注重伦理意识与社会责任的渗透，最终实现从知识认知到管理素养与实操技能的全面转化。</p> <p>教学要求：</p> <p>教师应具备电商团队管理或企业运营实战经验，能结合电商企业组织架构与管理案例开展教学；需配备电商企业管理案例库、团队协作模拟工具，支持情景化实践；每模块设置“电商团队分工设计”“运营目标拆解”等阶段性项目，强化管理思维迁移；注重目标管理、流程优化及团队激励机制讲解；定期组织管理方案答辩与角色扮演评审，提升学生统筹与协作能力。</p>
3	商务数据分析之Python程序设计	4 学分 72 学时	<p>通过本课程系统培养学生运用Python 技术解决电商实际问题的能力。课程以电商数据全生命周期为主线，涵盖数据采集、清洗、分析、可视化及系统开发等核心环节，结合爬虫技术、数据分析、Web 开发等工具链，引导学生掌握Python 在电商场景中的典型应用。</p>	<p>主要内容：基础语法与电商数据结构（如商品属性、用户行为建模）、数据采集与反爬策略（如爬取竞品价格、用户评论）、数据分析与算法应用（如用户分层、推荐系统）、Web 开发与系统集成（如商品展示平台、订单管理 API），以及综合项目实践（如电商数据看板、智能选品系统）。通过模块化教学与项目驱动，学生将逐步实现从基础编程到业务系统开发的进阶，掌握Python 在电商数据自动化处理、用户行</p>

				<p>为分析、业务流程优化中的核心技能，同时强化数据安全意识与商业伦理素养，为未来从事电商数据分析、后端开发、智能运营等岗位奠定坚实基础。</p> <p>教学要求：教师应具备 Python 编程与电商应用实践经验，能够结合真实案例开展教学；需配备可运行的编程环境与电商模拟数据集，支持学生动手实践；每模块设置阶段性项目任务，强化知识迁移能力；注重代码规范、数据隐私保护及反爬虫法律边界讲解；定期组织项目答辩与代码评审，提升学生表达与协作能力。</p>
4	电子商务法律法规	2 学分 36 学时	<p>《电子商务法律法规》课程的学习，目的在于培养学生的商业运营能力和操作能力，在商业运营中必须要尊重基本的法律规则，了解法律中的各种规定，这不仅包括直接的电子商务法律知识，还包括最基本的合同法等内容，了解电子商务运营中可能遇到的各种法律问题，包括各种纠纷的处理。</p>	<p>主要内容：该课程知识点围绕着我国目前电子商务相关的法律法规，税法，消费者权益，电子商务平台、网站及网店管理相关法律法规展开。以电子商务法律法规为依据，结合电子商务立法的实践案例阐释相关理论。针对电子商务专业从业后可能遇到的法律问题进行案例研究分析。</p> <p>教学要求：教师应具备电商法律实务经验或相关法律从业背景，能结合真实电商纠纷案例开展教学；需配备电商法律案例数据库、模拟庭审工具，支持实践演练；每模块设置“纠纷解决方案设计”“合规风险排查”等阶段性项目，强化法律应用能力；注重数据安全法、电商法及消费者权益保护法核心条款讲解；定期组织案例辩论与合规方案评审，提升学生法律思辨与表达能力。</p>
5	零售基础	2 学分 36 学时	使学生系统掌握零售业的基本概念、发展规律与核心运营模式，涵盖传统零售（实体店铺选址、	<p>主要内容：本课程全面且系统地介绍与零售相关的知识，包括零售认知、零售企业战略与</p>

			<p>品类管理、陈列设计)与新零售(全渠道融合、智慧门店、数字化供应链)的转型逻辑,深入理解消费者行为分析、精准营销策略及零售服务创新方法;通过案例研讨与模拟实训,培养学生市场趋势洞察、商品组合优化、顾客体验提升的实操能力,强化数据驱动决策思维与跨部门协作意识;同时注重零售伦理(如公平竞争、隐私保护)与可持续发展理念的渗透,塑造具备商业敏感度、创新精神和人文关怀的复合型零售管理人才,为其未来从事零售运营、品类管理、电商拓展或创业实践奠定坚实基础。</p>	<p>组织结构、零售消费者分析、零售商圈分析与商店选址、零售商品管理、零售供应链、零售服务、电子商务零售、全渠道零售与新零售等内容。采用以任务带动工作的实施,化理论为实践、化抽象为具体,并配以综合实训、案例分析等内容,旨在培养学生的理论与实践能力,使学生尽快掌握零售基础的内容并能将其灵活应用于实际操作中。</p> <p>教学要求:</p> <p>教师应具备线下零售与线上零售融合运营经验,熟悉零售供应链、商品管理全流程;需配备零售商品数据库、门店运营模拟系统,支持实践操作;每模块设置“商品组合规划”“零售场景动线设计”等阶段性项目,强化零售思维迁移;注重零售损耗控制、库存管理及顾客体验优化讲解;定期组织零售方案答辩与场景实操评审,提升学生零售运营与协作能力。</p>
6	市场营销	2 学分 36 学时	<p>使学生系统掌握市场营销的核心理论体系与实战方法论,涵盖市场调研与分析、消费者行为洞察、STP 战略(市场细分、目标选择、定位)、4P 策略(产品创新、定价策略、渠道管理、整合传播)及数字化营销工具(SEO/SEM、社交媒体运营、大数据精准营销)的应用;通过案例研讨、模拟项目与实战演练,培养学生市场机会识别、品牌价值塑造、营销效果评估及策略动态优化的综合能力,强化数据驱动决策思维与跨部门协作意识;同时注重营销伦理(消费者权益保护、社会责任)和跨文化沟通素养的渗透,塑造兼具商业敏锐度、创新执行力与社会责任感的复合型营销人才,</p>	<p>主要内容:市场营销课程以消费者需求为核心,系统涵盖市场环境分析(宏观趋势、行业竞争、消费者行为研究)、营销战略规划(市场细分、目标市场选择、定位策略)、营销组合策略(产品创新与生命周期管理、定价方法与动态调整、全渠道布局与物流优化、整合传播与品牌塑造)及数字化营销工具(大数据精准营销、社交媒体运营、内容营销、搜索引擎优化)的应用;同时结合伦理营销(消费者权益保护、社会责任)与跨文化营销等前沿议题,强化案例研讨与实战模拟。教学要求上,引导学生掌握理论逻辑与实践应用的结</p>

				为其从事市场策划、品牌管理、数字营销或创业实践提供全面支撑。	合路径，通过数据分析工具训练市场洞察能力，借助模拟项目培养策略制定与执行能力，注重团队协作与沟通表达素养的提升，最终实现从市场认知到营销方案策划、效果评估与优化的全流程能力转化，培育兼具商业创新思维与社会责任的复合型营销人才。 教学要求： 教师应具备全渠道营销实战经验，熟悉电商营销工具与策略落地方法；需配备营销效果分析工具、目标客群数据集，支持策略制定实践；每模块设置“产品营销方案设计”“营销活动效果复盘”等阶段性项目，强化营销能力迁移；注重营销伦理、精准营销边界及消费者心理分析讲解；定期组织营销方案答辩与效果推演评审，提升学生策略表达与团队协作能力。
7	数据可视化	2 学分 36 学时	使学生系统掌握数据可视化的核心理论与技术方法，涵盖视觉认知原理、数据类型与图表适配逻辑、交互设计策略及主流工具的操作技能；通过真实数据集的实战训练，培养学生从数据清洗到可视化方案设计的全流程能力，使其能够根据业务场景选择恰当的呈现形式，优化图表的可读性与交互性，并发现数据中的潜在模式；同时强化批判性思维与数据伦理意识，提升跨学科整合能力与视觉审美素养，最终成长为兼具技术严谨性、沟通效能与业务洞察力的数据可视化专业人才。	主要内容：主要讲述人机交互与数据可视化的基本概念和基本方法，以及可视化展示和交互技术。主要内容有:(1)原理篇:人机交互和可视化概述、数据可视化基础、数据可视化过程、数据可视化方法。(2)技术篇:介绍可视化工具 ECharts 的综合应用，同时介绍流行语言 Python 可视化上的应用。(3)应用篇:可视化在微信公众号舆情系统中的应用。 教学要求： 教师应具备电商数据可视化实操经验，熟练掌握 Tableau、Power BI 等工具及数据呈现逻辑；需配备电商多维度数据集、可视化工具实训环境，支持动手实践；每模块设置“销售数据仪表盘制作”“运营指标可视化报告”等阶段性项目，强化数据	

					呈现能力；注重可视化逻辑、图表选择规范及数据解读准确性讲解；定期组织可视化作品答辩与逻辑评审，提升学生数据表达与协作能力。
专业 核心 课程	1	视觉营销设计	4 学分 72 学时	让学生掌握视觉传达与营销策略相结合的核心能力，通过理论与实践的结合，提升学生在商业环境中的视觉设计应用水平。使学生具备从“美学设计”到“商业转化”的全链路视觉营销能力，适应电商行业对复合型设计人才的需求。	主要内容：视觉营销设计，包括视觉营销的基础知识，即视觉营销的相关概念、视觉营销设计要素、提炼视觉创意、视觉营销的主要应用等，店铺首页、商品主图、商品详情页、商品推广图、移动端店铺等的视觉营销设计。通过案例讲解使学生更好地掌握视觉营销的设计方法和技巧。使学生能用视觉语言精准触达目标受众，并有效传达设计理念，懂得如何将个人审美转化为能被目标市场接受和喜爱的商业视觉。 教学要求： 教师应具备电商视觉设计实战经验，熟悉平台视觉规范与消费者视觉偏好；需配备设计软件实训环境、电商视觉素材库及竞品设计案例集，支持设计实践；每模块设置“详情页设计”“店铺首页规划”等阶段性项目，强化设计落地能力；注重设计版权规范、平台视觉规则及转化导向设计思维讲解；定期组织设计作品答辩与用户体验评审，提升学生设计表达与沟通能力。
	2	网络营销	4 学分 72 学时	让学生掌握数字时代网络营销的核心理论、工具与实战技能，使其具备从策略制定到执行落地的全链路营销能力，使学生能够掌握网络营销基础理论、具备多平台营销实战能力、提升数据驱动营销能力、掌握内容创作与传播技巧、适应新技术与行业趋势，能够适应数字营销专员、社交媒体运营、电商推广等岗位需求	主要内容：包括网络营销认知、网络营销市场分析、网络营销策划、搜索引擎营销、软文营销、音视频营销、直播营销、社交媒体营销、移动营销、精准营销、网店营销和网络营销数据分析、数字营销基础、数字营销的营销方式（社会化营销、内容营销、电商营销）。通过讲解使学生全面理解

				<p>和把握网络营销的内在逻辑和操作系统，合理使用数字等营销工具为营销服务。</p> <p>教学要求：</p> <p>教师应具备丰富的互联网销售实战经验，熟悉直播带货、社群成交等销售场景；需配备销售场景模拟工具、产品销售数据集及客情管理系统，支持销售实践；每模块设置“产品销售脚本设计”“客户成交转化实战”等阶段性项目，强化销售能力迁移；注重销售礼仪、客户需求挖掘及售后问题处理规范讲解；定期组织销售场景演练答辩与成交案例评审，提升学生销售表达与应变能力。</p>
3	互联网销售	4 学分 72 学时	<p>让学生掌握客户服务管理基础知识、主流电子商务平台交易规则、ERP 与 CRM 等销售管理工具运用；让学生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；能够有效进行销售票据的处理、订单确认及跟踪、自营渠道账单管理；让学生能够根据企业销售目标，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。</p>	<p>主要内容：包括互联网销售分析；售前服务与管理；售中服务与管理；售后服务与管理；直播销售与管理；智能客服系统；销售数据分析；客户关系维护；销售管理。通过讲解使学生具备基于数据驱动的销售策略设计与效果评估能力，同步培养合规经营意识与商业伦理素养。</p> <p>教学要求：</p> <p>教师应具备丰富的互联网销售实战经验，熟悉直播带货、社群成交等销售场景；需配备销售场景模拟工具、产品销售数据集及客情管理系统，支持销售实践；每模块设置“产品销售脚本设计”“客户成交转化实战”等阶段性项目，强化销售能力迁移；注重销售礼仪、客户需求挖掘及售后问题处理规范讲解；定期组织销售场景演练答辩与成交案例评审，提升学生销售表达与应变能力。</p>
4	数据化运营	4 学分 72 学时	<p>让学生理解电商数据指标，熟练运用数据分析工具，掌握用户行</p>	<p>主要内容：包括数据化运营基础、市场与行业数据分析、商</p>

				<p>为数据挖掘技巧，实现精准人群画像与个性化推荐，学会通过A/B测试与ROI评估优化广告投放与活动策划，培养数据驱动决策思维，建立可持续的店铺运营优化闭环，最终使学生具备独立完成数据采集、分析诊断及策略落地的全链路运营能力，提升店铺竞争力。</p>	<p>品运营数据分析、营销数据分析、会员数据化运营、店铺服务数据化运营、成本利润数据化运营、撰写数据分析报告与运营计划等内容。通过讲解使学生学会用数据分析方法来寻求店铺运营问题的症结所在。</p> <p>教学要求：</p> <p>教师应具备电商数据化运营实战经验，熟练运用数据指导运营决策；需配备电商运营全链路数据集、数据分析工具（如Excel、SQL）实训环境，支持实践操作；每模块设置“运营数据诊断报告”“基于数据的优化方案”等阶段性项目，强化数据应用能力；注重数据采集规范、指标逻辑及隐私保护边界讲解；定期组织运营方案答辩与数据复盘评审，提升学生数据思维与协作能力。</p>
5	网店运营	4 学分 72 学时		<p>让学生掌握网店开设、装修、基础操作、客户服务以及运营数据分析等方面的知识和技能，能使学生独立完成商品上传与维护、营销活动设置、订单管理以及客户关系维护等核心任务，能使学生运用电商平台（如淘宝、京东、拼多多等）的运营工具，制定有效的营销策略，包括SEO优化、付费推广（如直通车、钻展）、内容营销及社交媒体引流。</p>	<p>主要内容：包括网店开设、网店装修、网店基础操作、网店客户服务、运营数据、SEO优化、SEO推广、信息流推广等内容。通过讲解学习使学生能够在平台开设店铺，完成店铺装修，制定营销方案，为店铺量身定制运营方案，优化店铺流量与转化，提升网店运营效果。</p> <p>教学要求：</p> <p>教师应具备主流电商平台网店运营实战经验，熟悉店铺搭建、推广及转化全流程；需配备网店模拟运营系统、平台规则手册及店铺运营数据集，支持实操训练；每模块设置“新店开业规划”“店铺流量提升项目”等阶段性项目，强化运营能力迁移；注重平台违规风险、店铺服务标准及订单管理规范讲解；定期组织店铺运营复盘答辩与实操效果评审，提升学生</p>

				运营落地与表达能力。
6	互联网 产品开 发	4 学分 72 学时	使学生掌握 PEST 和 SWOT 分析方法，熟练运用大数据分析、原型设计等工具；能够制定互联网产品战略规划和开发方案，并建立产品需求模型和应用场景，能够进行电商产品呈现方式及 UI 设计，跟进产品开发进度，能够选择合适的产品发布渠道，撰写产品渠道测试报告，组织实施产品发布，对电商产品开发进度进行评估与考核	主要内容：包括互联网产品概述、互联网产品开发流程和工具、产品需求分析、产品规划、产品原型设计、产品开发和测试、产品发布和推广、产品迭代等内容。通过系统学习互联网产品开发的全流程知识与技能，使学生掌握互联网产品赛道确定、商业模式探索、竞品分析、需求挖掘与分析、产品设计、工具使用及运营迭代等核心能力，具备基于市场需求与用户体验进行产品全生命周期管理的实践能力，同步培养创新思维与职业伦理素养。 教学要求： 教师应具备电商相关互联网产品开发经验，熟悉需求分析、原型设计及迭代流程；需配备原型设计工具、用户需求数据集及产品开发案例库，支持实践操作；每模块设置“电商工具类产品原型设计”“产品需求文档（PRD）撰写”等阶段性项目，强化产品思维迁移；注重用户隐私保护、产品合规性及开发流程规范讲解；定期组织产品方案答辩与原型评审，提升学生产品表达与团队协作能力
7	零售门 店 O2O 运营	2 学分 36 学时	掌握电商平台和本行业特点，运用用户模型、漏斗模型，分析用户需求、细分市场及竞品，制定商品规划方案，形成商品配置建立用户成长体系并进行精准营销策略，完成电商产品的开发；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。	主要内容：以探讨零售企业如何实现全渠道运营为主线，系统地介绍了零售门店全渠道运营的策略与方法，共分为 8 个项目，主要内容包括零售行业与全渠道运营、运营数据采集与分析、线下门店规划与布局、线下门店商品管理、线上店铺规划、线上商品发布、营销活动运营，以及客户运营与管理等。通过系统性学习零售门店运营底层逻辑与前沿技术，使学生具备基于数据驱动的销售策略设计与效果评估能力，同

				步培养合规经营意识与商业伦理素养。 教学要求： 教师应具备零售门店线上线下融合运营经验，熟悉门店数字化转型及全渠道服务流程；需配备 O2O 运营模拟系统、门店销售数据集及配送协同工具，支持实践操作；每模块设置“门店线上引流方案”“线上下单线下履约优化”等阶段性项目，强化 O2O 运营能力；注重门店库存协同、服务体验一致性及平台合作规范讲解；定期组织运营方案答辩与门店实操评审，提升学生全渠道运营与表达能力。
8	社群营销	2 学分， 36 学时	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，并在相应的社交平台上建社群；能够通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流；能够根据用户需求、产品卖点，进行社群数据分析，制定营销体系并通过社群活动提升销售转化、活跃社群及管理粉丝	主要内容：包括社群营销概述、构建优质社群、社群用户运营、社群活动运营、社群品牌化运营、社群营销推广、社群团队管理以及社群商业变现等。使学生全面了解社群营销的产生和发展，掌握其构成、价值、模式和评估，引导学生全面认识社群及社群营销并能够从无到有建设社群、从小到大运营社群、由弱到强地构建社群运营团队，实现社群商业变现。同时规范学生的互联网伦理意识。 教学要求： 教师应具备电商社群从 0 到 1 搭建及活跃运营实战经验，熟悉社群引流、促活及转化逻辑；需配备社群运营工具、用户画像数据集及社群案例库，支持实践操作；每模块设置“垂直社群搭建方案”“社群活动策划与执行”等阶段性项目，强化社群运营能力；注重社群规则制定、用户隐私保护及客情维护规范讲解；定期组织社群运营复盘答辩与活动效果评审，提升学

					生社群管理与表达能力。
专业 拓展 课程 选修	1	直播电 商	4 学分 72 学时	<p>使学生对直播的各个环节能有深度了解，从平台选择、账号包装、内容创作、摄制手法、涨粉引流、变现方式等方面，学生将系统掌握直播策划、场景搭建、脚本撰写、互动话术、数据分析等核心技能。全面提升学生短视频与直播的营销与运营能力，解决直播营销中的痛点和难点。</p>	<p>主要内容：系统地讲解了直播营销方法与技巧，包括直播间搭建、脚本设计、话术训练、数据分析工具应用直播内容策划与执行、直播复盘与总结、模拟运营实训设置虚拟直播间实操、真实产品选品会、直播数据复盘会等实战环节。</p> <p>教学要求： 教师应具备直播电商实战运营或主播经验，熟悉直播策划、流程把控及转化技巧；需配备直播模拟设备、直播脚本工具及直播数据复盘系统，支持实践训练；每模块设置“直播选品与脚本设计”“直播流量提升与转化优化”等阶段性项目，强化直播运营能力；注重直播合规性、产品质量把控及售后服务承诺讲解；定期组织直播实战演练答辩与数据复盘评审，提升学生直播实操与表达能力。</p>
	2	视频制 作	4 学分 72 学时	<p>让学生掌握短视频脚本创作、短视频拍摄技巧、剪辑软件的基本操作、特效制作及平台运营等核心技能，重点培养学生内容创作、视觉表达和数据分析能力，注重学生实操能力和创新思维的培养。最终达到独立完成电商短视频从策划到发布的职业标准，胜任短视频编导、电商内容运营等岗位需求。</p>	<p>主要内容：包括短视频营销方法与技巧、短视频内容策划、短视频拍摄与剪辑、短视频发布与复盘。短视频策划（选题定位、脚本创作）、拍摄技巧（构图布光、器材使用）、剪辑制作以及特效添加等内容。</p> <p>教学要求： 教师应具备电商短视频、产品视频制作实战经验，熟悉脚本撰写、拍摄及剪辑全流程；需配备视频制作设备、剪辑软件实训环境及电商视频素材库，支持实践操作；每模块设置“产品推广短视频制作”“直播预热视频策划”等阶段性项目，强化视频创作能力；注重视频版权规范、平台内容规则及转化导向创作思维讲解；定期组织视频作品答辩与传播效果评审，提升学生视频表达与协作能</p>

					力。
3	客户服 务与管 理	2 学分 36 学时	通过本课程的学习，使学生掌握客户服务与管理的基本理论、方法和技巧，具备良好的客户服务意识和能力，能够处理客户投诉、提升客户满意度，并能在电子商务环境中有效进行客户关系管理，为未来的职业发展打下坚实基础。	<p>主要内容：涵盖客户服务理念、客户沟通技巧、客户投诉处理、客户关系管理、客户满意度提升策略等方面。具体包括客户服务的重要性与原则、有效沟通技巧的训练、客户投诉的分类与处理流程、客户关系管理系统的使用、客户满意度调查与分析方法等。</p> <p>教学要求：</p> <p>教师应具备电商全流程客户服务与管理经验，熟悉客诉处理、客户关系维护及满意度提升策略；需配备客服模拟系统、客户反馈数据集及服务规范手册，支持实践训练；每模块设置“客诉解决方案设计”“高价值客户维护方案”等阶段性项目，强化服务能力迁移；注重客户隐私保护、服务礼仪及平台售后规则讲解；定期组织服务场景演练答辩与客户满意度评审，提升学生服务沟通与问题解决能力。</p>	

（三）实践教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式。（详见附表三）

1.实训

在校内进行新媒体营销实训、全渠道营销营销推广实训。

2.实习

在生产制造、商贸流通及现代服务业的电子商务应用企业进行运营主管、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实习，包括认识实习和岗位实习。

3. 毕业设计

毕业设计以项目方案为主，要求学生围绕电商真实场景或企业需求，独立完成从项目调研到效果评估的全流程实践。完成后提交完整方案文本，含项目背景等内容，通过答辩阐述思路、过程及创新点，由专业与企业导师评估可行性、创新性及应用价值，确保理论与实践融合，检验学生综合职业能力与解决实际问题的水平。

4. 社会实践

社会实践以提升学生电商职业素养与社会服务能力为核心目标，组织学生深入电商产业园区、县域电商公共服务中心、乡村振兴电商示范点及各类电商企业开展实践活动。

（四）课程体系与培养规格关联矩阵

课程体系与培养规格关联矩阵

课程名称	岗位模块名称	培养规格		
		素质 (Q)	知识 (K)	能力 (A)
电子商务基础	全岗位基础	Q1、Q2、Q3	K2①	A2①、A2④、A2⑦
管理学基础	全岗位基础	Q1、Q2、Q3	K2①	A1②、A1③、A1④、A2④、A2⑥
市场营销	全岗位基础	Q1、Q2、Q3、Q4	K2⑨	A1②、A2①、A2④、A2⑨
电子商务法律法规	全岗位基础	Q1、Q2、Q3	K2①	A1①、A2⑦
客户服务与管理	全岗位基础	Q1、Q2、Q3	K2④	A1②、A1④、A1⑤、A2⑥
商务数据分析之python 程序设计	电商数据分析专员	Q1、Q2、Q3	K2⑧	A2⑧、A2⑦
数据可视化	电商数据分析专员	Q1、Q2、Q3	K2⑧	A2⑧、A2⑦
数据化运营	电商数据分析专员分析	Q1、Q2、Q3、Q4	K2⑧	A1②、A1④、A1⑤、A2④
零售基础	全岗位基础	Q1、Q2、	K2①、	A1①、A1②、A1③、

		Q3、Q4	K2⑨	A1④、A1⑤、A2⑨
视频制作	视觉营销设计师	Q1、Q2、Q3	K2⑥	A1②、A1④、A1⑤、A2③
视觉营销设计	视觉营销设计师	Q1、Q2、Q3、Q4	K2⑤	A1②、A1④、A1⑤、A2⑤
网络营销	运营主管	Q1、Q2、Q3、Q4	K2⑦	A1②、A1④、A1⑤、A2④、A2⑥
互联网销售	运营主管	Q1、Q2、Q3、Q4	K2⑦	A1②、A1④、A1⑤、A2④、A2⑥
网店运营	渠道营销主管	Q1、Q2、Q3、Q4	K2②	A1②、A1④、A1⑤、A2①
社群运营	运营主管	Q1、Q2、Q3、Q4	K2①、K2⑨	A1①、A1②、A1③、A1④、A1⑤、A2⑨
零售门店 O2O 运营	渠道营销主管	Q1、Q2、Q3、Q4	K2①、K2⑨	A1①、A1②、A1③、A1④、A1⑤、A2⑨
互联网产品开发	互联网产品开发主管	Q1、Q2、Q3、Q4	K2②	A1②、A1④、A1⑤、A2①、A2⑥、A2⑦
新媒体营销实训	运营主管	Q1、Q2、Q3、Q4	K2⑦、K2③	A1①、A1②、A1③、A1④、A1⑤、A2①
直播电商	直播运营策划师	Q1、Q2、Q3	K2③	A1②、A1④、A1⑤、A2②、A2⑦
全渠道营销推广实训	运营主管	Q1、Q2、Q3、Q4	K2⑦、K2③	A1①、A1②、A1③、A1④、A1⑤、A2①

七、教学进程安排

教学进程安排表是人才培养方案的核心部分，各院系在制订的时候，应参照教育部文件要求的学分、学时、课程设置、实践性教学环节等内容。

（一）教学周具体安排表 （附表一）

（二）教学进程安排表 （附表二）

（三）实习实践教学安排表 （附表三）

（四）公共选修课程 （附表四）

八、实施保障

本专业师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面进行保障实施。

（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

本专业现有在校生 358 人，生师比为 18:1，教学团队现有教师情况如下：

专业课程教师配置总数：20 人		生师比 18:1	
结构类型	类别	人数	比例
职称结构	教授	2	10%
	副教授	2	10%
	讲师	11	55%
	初级	5	25%
学位结构	硕士	15	75%
	本科	5	25%
年龄结构	35 岁以下	5	25%
	35-45 岁	13	65%
	45 岁以上	2	10%
双师型教师		10	50%
专业带头人		1	5%
专任教师		16	80%
兼职教师（行业导师）		4	20%

2.专业带头人

专业带头人张靖，拥有本专业及相关专业副高级以上职称，实践能力突出。他能够精准把握电子商务行业及专业发展趋势，广泛对接行业企业，深入了解其对专业人才的实际需求。张靖主持专业建设、

推进教育教学改革、开展教科研及社会服务的能力卓越，在本专业的改革与发展中发挥着核心引领作用。

3.专任教师

本专业的专职专业课教师均具有高校教师资格，且 87.5%为研究生以上学历；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；跟踪电子商务发展前沿，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，或学校委派教师参加顶岗实习 6 个月。

4.兼职教师

本专业的兼职教师来自企业生产一线，具有扎实的专业知识和丰富的实践工作经验，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专业教学任务。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实验室、实训室和实习实训基地。

1.专业教室

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。

2.校内实训室

本专业建有 6 个校内实训室，实验、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，实验、实训环境与设备设施对接真实工作情境，完全能够满足本专业课程的实训教学需要。

校内专业实训室一览表

序号	实训室名称	主要设备及功能
1	电子商务技术实训室 2-415	主要设备：电脑、投影仪、软件等设备；功能：实训教学
2	电子商务综合实训室 3-107	主要设备：电脑、投影仪、软件等设备；功能：实训教学
3	京东校园实训中心 3-108	主要设备：电脑、投影仪、软件等设备；功能：实训教学
4	网络营销实训室 2-417	主要设备：电脑、投影仪、软件等设备；功能：实训教学
5	互联网营销室图书馆 601	主要设备：电脑、投影仪、软件等设备；功能：实训教学
6	市场营销技能实训室图书馆 602	主要设备：电脑、投影仪、软件等设备；功能：实训教学

3.校外实习基地

依据专业人才培养方案的要求，选择适合本专业学生特点，与能为学生提供实习实践岗位的企业进行校企合作，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，现拥有 3 个校外实习基地，实习条件完备且符合产业发展实际，满足本专业人才培养的需要和未来就业需求。

校外实习基地一览表

序号	校外实习基地名称	实习内容
1	洛阳恒客电子商务有限公司	提供电子商务相关实习岗位
2	河南群客网络科技有限公司	提供电子商务相关实习岗位
3	河南翰聆信息科技有限公司	提供电子商务相关实习岗位

（三）教学资源

能够满足正常的课堂教学需要，配有现代化的多媒体教室，双千兆光纤、网络全覆盖。现建有京东校园实训中心、商品信息采集与处理中心、互联网金融实训中心；直播电商一体化实训平台、数字营销综合实训运营平台、直播岗位技能实战平台、元宇宙数字人直播平台；

郑州巨木服饰有限公司、河南群客网络科技有限公司、上海鞠门贸易有限公司、上海翰聆信息技术有限公司等 13 个稳定的校外实训基地。设施齐全，达到国家颁布的专业实训教学条件建设标准与要求。教学资源制作中心、录播教室和多媒体教室等信息化教学条件完全满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

（四）教学方法

运用多媒体教学环境，以项目任务为导向，以岗位能力形成为目的，采用工学结合、教学做一体化的教学模式。通过建立岗位工作模拟环境，搭建“课堂与岗位”“教学与实训”相融合的育人平台，以“岗位为主轴、项目为主线、模块为主阵、能力为主导、学生为主体”，根据

不同的课程特点，结合岗位实际，灵活运用讲授教学法、案例教学法、项目驱动教学法、情境教学法、讨论法和现场教学法等方法，让学生充分掌握项目流程和实践细节，通过完成工作任务获得专业知识和技能，形成综合职业能力。同时积极指导学生参加教育行政部门、行业协会等举行的职业技能大赛，达到“以赛促教、以赛促学”的目的。

（五）教学评价

教学评价方式突出能力本位，采用知识考核与能力考核相结合，过程考核和结果考核相结合的考核评价方式，结合课程特色，选用闭卷笔试、开卷笔试、口试、以证代考、实务操作考核等多种考评方式。注重对学生综合素质的全面评价，包括学习态度、考勤、课堂表现、阶段性成果等形成性评价，作业完成积极性、实践操作积极性等自主学习能力评价和课堂发言、讨论等表达与思维能力评价。基本技能课程采用标准化的机试与现场操作考核为主进行评价考核；课证融合课程可以采用以证代考进行评价考核；项目式课程教学评价的标准应体现项目驱动、实践导向课程的特征，体现理论与实践、操作的统一，

以能否完成项目实践活动任务以及完成情况给予评定。校外岗位实习成绩采用校内专业教师评价、校外兼职教师评价、实习单位鉴定三项评价相结合的方式，对学生的专业技能、工作态度、工作纪律等方面进行全面评价。

（六）质量管理

1.学校对人才培养质量

学院实行课程中心（校）-教学办（院）-教研室三级教学运行管理和督导团（校）-督导组（院）二级教学督导管理体制。学院教学工作由分管教学院长总负责，教学办公室和各教研室分工负责。在学校教学质量监控体系框架下，对专业建设和教学工作过程实施质量监控，从制度入手，采取信息化手段对专业建设和课程教学的质量进行监控，确保人才培养质量的稳步提高。

2.学院对专业建设质量

电商物流学院成立由专业带头人、骨干教师、管理人员和行业企业专家组成的电子商务专业建设委员会，定期开展市场调研，了解本专业人力资源需求状况和该专业毕业生就业情况及用人单位对学生满意度；适时召开会议研究专业建设过程中相关问题，做好顶层设计，为专业建设提供市场、政策及行业信息，提高专业建设的科学性和合理性。

3.教研室对课程教学质量

电子商务专业建设委员会吸纳行业专家、教师和管理人员成立专项调研组，负责本专业的社会需求、毕业生跟踪调查和新生素质调查等工作，为本专业的招生和就业提供支持。

4.外部反馈评价

邀请行业企业专家、校友、学生家长及社会各界人士参与人才培

养质量的评价。通过定期的问卷调查、座谈会、企业实习反馈等方式，收集外部对学校人才培养质量的意见和建议。学校根据外部反馈调整教学策略和人才培养方案，确保教育成果与社会需求相匹配，提高学校的教育质量和声誉。

九、毕业要求

（一）胜任力：学生毕业时需达成的知识储备、能力水平及素质要求的具体说明，应能支撑培养目标的达成，并在培养过程中分解落实。

毕业要求与培养规格关联矩阵

毕业要求	培养规格							
	素质 (Q)				知识 (K)		能力 (A)	
	Q1	Q2	Q3	Q4	K1	K2	A1	A2
毕业要求 1：拥护中国共产党的领导，践行社会主义核心价值观，具备高度的社会责任感和职业道德；遵守法律法规，恪守行业规范，维护网络安全和数据隐私，坚决抵制网络欺诈、虚假宣传等违法违规行为。	√	√	√		√			
毕业要求 2：掌握电子商务数据分析以及数据运营，能够根据数据分析结果进行报告撰写以及运营方案的制定。			√	√		√		√
毕业要求 3：掌握视觉营销相关知识，包括 Photoshop 应用以及视频拍摄以及剪辑技巧，能够将短视频进行投放与推广；			√	√		√		√
毕业要求 4：全面掌握直播电商运营的完整流程及其实操技能			√	√		√	√	√
毕业要求 5：掌握人工智能基础理论与技术、利用 AI 进行文案撰写、Python 语言编写等，并将所学技能运用与新媒体运营			√	√	√	√	√	√
毕业要求 6：掌握行业产品分析、市场细分等知识，可以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		√		√		√	√	√
毕业要求 7：掌握社群管理等知识，可以根据行业、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								
毕业要求 8：掌握细化企业销售目标、构建销售漏斗、订单管理等知识，可以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		√	√			√	√	√
毕业要求 9：掌握客户服务系统和智能客服训练等知识，可以进行客服日常管理、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		√	√			√	√	√
毕业要求 10：掌握用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析等知识，可以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		√		√		√	√	√

（二）学分要求：本专业必须修满 133 学分方可毕业。其中，公共基础课 37 学分；专业课 48 学分；公共选修课 6 学分、拓展课 10 学分；集中实践实训课 32 学分。

（三）本专业获得的相关资格证书：学生获得网店运营推广、电子商务数据分析、直播电商，电子商务师执业资格证书，可以每项奖励 1 学分。

附表一

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	20	21
一		军事技能训练 3 周			课堂教学 15 周															考试 1 周	
二	课堂教学 18 周																		考试 2 周	社会实践	
三	课堂教学 16 周																实训周 2 周	考试 2 周	社会实践		
四	课堂教学 6 周						实训周 2 周		课堂教学 6 周						考试 2 周						
五	岗位实习 21 周																				
六	岗位实习 5 周					毕业设计 2 周															

附表二

教学进程安排表

序号	课程类别	课程代码	课程名称	学分	考试	考查	学年、学期、学时									
							总学时	课堂教学	实践教学	线上教学	第一学年		第二学年		第三学年	
											1	2	3	4	5	6
											20	20	20	20	20	20
1	公共基础课程	121001	思想道德与法治	3	1		54	46	8		54				岗位实习	岗位实习
2		121028	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2		36	32	4			36				
3		121027	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	3		54	46	8				54			
4		121020/121025	形势与政策	2		2-3	36	18	18			18	18			
5		121033	国家安全教育	1		1	16	16			16					
6		161002	军事理论	4		2	114	8	78	28		114				
7		161003	大学生心理健康	2		2	36	30	6			36				
8		141001-3	大学体育	6	1/3		108	8	64	36	36		36		36	
9		161001	劳动教育	1		1	16			16					岗位实习	
10		121034	大学生职业发展与就业指导	2		2-3	38	8		30		19	19			
11		181010	大学生创新创业基础	2		2-3	32	8		24		16	16			
12		131102	商务英语	3	2		54	50	4			54				
13		071995	现代信息技术	2		1	36	18	18		36					
14		071902	人工智能	2		2	36	18	18			36				
15		131101	财经应用文写作	2		1	36	34	2		36					
16	公共选修课程		在公共选修课模块中，须修满6个学分课程（每门公共选修课记1学分，每学期限选2门）	6		1-4	108	108								

			小计	43			810	448	228	134	178	329	143	0	36	
17	专业 基础 课程	091183	电子商务基础	4	1		72	36	36		72					
18		091268	管理学基础	4	1		72	50	22		72					
19		091491	商务数据分析之 Python 程序设计	2		1	36	6	30		36					
20		091006	电子商务法律法规	2		2	36	36	0			36				
21		091482	零售基础	2		2	36	10	26			36				
22		091483	市场营销	2	2		36	18	18		36					
24		091484	数据可视化	4		2	72	12	60			72				
			小计	20			360	168	192		216	144				
25	专业 核心 课程	091299	视觉营销设计	4	3		72	18	54				72			
26		091300	网络营销	4	4		72 1-6, 9-14 周	12	60						72	
27		091485	互联网销售	4		3	72	22	50				72			
28		091442	数据化运营	4	4		72 1-6, 9-14 周	12	60						72	
30		091106	网店运营	4	2		72	20	52			72				
31		091443	互联网产品开发	4	3		72	22	50				72			
32		091486	零售门店 O2O 运营	2	4		36 1-6, 9-14 周	10	26						36	
		091533	社群运营	2		4	36 1-6, 9-14 周	10	26						36	
			小计	28			504	126	378			72	216	216		
33	专业 拓展 课程 (选 修)	091445	直播电商	4	3		72	18	54				72			
34		091487	视频制作	4		4	72 1-6, 9-14 周	12	60						72	
35		091488	客户服务与管理	2		2	36	18	18			36				
			小计	10			180	48	132			36	72	72		

岗位
实习

岗位
实习

36		091820	岗位实习	26			676	0	676						21 周	5 周
37		091811	毕业设计	2			32	0	32							2 周
38		091489	新媒体营销实训	2		3	52	0	52				52			
39		091490	全渠道营销推广实训	2		4	52	0	52					52		
			小计	32			812	0	812				52	52		
			合计	133			2666	790	1742	134	394	581	483	340	36	
毕业设计：专业综合能力达标测试																

注：此表中课程代码要依据教务管理系统（青果系统）课程库中的课程编码填写，公共基础课编码不允许改变。

附表三

实习实践教学安排表

序号	类别	实践教学名称	学分	周数	实习实践学时	开设学期	备注
1	军事课	军事技能	2	3	78	1	
2	社会实践	思想道德与法治	1	1	8	2	学生即可参加教师组织的实践教学，也可通过提交思政理论学习相关的实践成果获得学分。
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		1	4	3	
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论		1	8	4	
3	实践实训课	电商实训项目	4	4	104	3-4	
4	岗位实习	对口实习	26	26	676	5-6	
5	毕业设计	专业综合能力达标测试	2	2	32	6	
合计			35	37	910		

附表四

公共选修课程

编号	类型	课程名称	学分	学时	授课学期
1	任选	移动互联网时代的信息安全与防护	1	18	1-4
2	任选	食品营养与食品安全	1	18	1-4
3	任选	生命安全与救援	1	18	1-4
4	任选	全球变化生态学	1	18	1-4
5	任选	家园的治理：环境科学概论	1	18	1-4
6	任选	全球变化与地球系统科学	1	18	1-4
7	任选	垃圾分类	1	18	1-4
8	任选	经济决策思维与原理	1	18	1-4
9	任选	经济与社会：如何用决策思维洞察生活	1	18	1-4
10	任选	经济学原理（上）：中国故事	1	22	1-4
11	任选	法社会学	1	18	1-4
12	任选	中国民间艺术的奇妙之旅（民间艺术赏析）	1	18	1-4
13	任选	现代人口管理学	1	18	1-4
14	任选	民俗资源与旅游	1	18	1-4
15	任选	人工智能与科学之美	1	22	1-4
16	任选	人力资源管理：基于创新创业视角	1	18	1-4
17	任选	海洋与人类文明	1	18	1-4
18	任选	生命智能	1	18	1-4
19	任选	智慧海洋	1	18	1-4
20	任选	内部控制与风险管理	1	18	1-4
21	任选	管理素质与能力的五项修炼——跟我学“管理学”	1	18	1-4
22	任选	行政管理学	1	18	1-4
23	任选	中国历史人文地理（上）	1	18	1-4
24	任选	中国历史人文地理（下）	1	18	1-4
25	任选	设计与人文：当代公共艺术	1	18	1-4
26	任选	人文智能	1	18	1-4
27	任选	生态文明——撑起美丽中国梦	1	18	1-4
28	任选	名侦探柯南与化学探秘	1	18	1-4
29	任选	大数据算法	1	18	1-4
30	任选	人工智能	1	18	1-4
31	任选	人工智能，语言与伦理	1	18	1-4
32	任选	《时间简史》导读	1	18	1-4
33	任选	人工智能与信息社会	1	18	1-4
34	任选	舌尖上的植物学	1	18	1-4
35	任选	婚恋-职场-人格	1	18	1-4
36	任选	礼行天下 仪见倾心	1	18	1-4
37	任选	社会心理学	1	18	1-4
38	任选	大学生心理健康与发展	1	18	1-4

39	任选	大学生安全教育	1	18	1-4
40	任选	创新创业	1	18	1-4
41	任选	创新创业大赛赛前特训	1	18	1-4
42	任选	党史	1	18	1-4
43	任选	新中国史	1	18	1-4
44	任选	改革开放史	1	18	1-4
45	任选	社会主义发展史	1	18	1-4
46	任选	中华优秀传统文化之戏曲瑰宝	1	14	1-4
47	限选	书法鉴赏	1	18	1-4
48	限选	戏剧鉴赏	1	18	1-4
49	限选	艺术导论	1	18	1-4
50	限选	音乐鉴赏	1	18	1-4
51	限选	美术鉴赏	1	18	1-4
52	限选	影视鉴赏	1	18	1-4
53	限选	舞蹈鉴赏	1	18	1-4
54	限选	戏曲鉴赏	1	18	1-4
公共选修课程采用动态管理方式，根据实际需要按照学年进行调整					

注：学生在 1-4 学期，需要在选修课模块中任选修读完成 6 个以上学分课程，其中限选课至少完成 3 学分。

附表五

学时比例表

课程模块		学分	总学时	课程类型		各学时比例
				理论学时	实践学时	
公共基础必修课程		37	702	474	228	26.3%
专业基础课程		20	360	168	192	13.5%
专业核心课程		28	504	126	378	18.9%
实习实训课程		32	812		812	30.5%
选修课程	公共基础选修课程	6	108	108	0	10.9%
	专业拓展课程	10	180	48	132	
小计		133	2666	924	1742	
总学时		2666				
占比			100%	34.7%	65.3%	100%