



郑州电子信息职业技术学院

Zhengzhou Professional Technical Institute of Electronics & Information

电子商务专业 人才培养方案

专业名称： _____ 电子商务 _____

专业代码： _____ 530701 _____

所属专业群： _____ 电子商务 _____

所属学院： _____ 商学院 _____

适用年级： _____ 2025级 _____

专业带头人： _____ 程希彦 _____

审核人： _____ 张素平 _____

修订时间： _____ 2025年9月18日 _____

编制说明

本校电子商务专业人才培养方案编制的核心是围绕电子商务行业一线岗位（如电商运营、直播电商、跨境电商、电商数据分析等）需求，构建专业课程体系，培养具备实战运营能力与数字商业素养的复合型技术技能型人才。

一、编制依据

1. 政策导向：严格遵循《“十四五”数字经济发展规划》《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》等国家政策文件，确保人才培养方向与数字经济及职业教育改革要求高度契合。

2. 行业需求：基于国内头部电商平台（如阿里、京东、拼多多）及跨境电商企业（如亚马逊全球开店、SHEIN）的岗位需求调研数据，聚焦电商运营、直播电商、跨境电商、电商数据分析等核心岗位能力缺口。

3. 教育标准：参照《电子商务专业教学标准》、高职及行业认证标准（如阿里巴巴跨境电商B2B数据运营认证、抖音电商主播职业技能等级标准），保障培养内容的专业性与规范性。

二、核心内容设计

1. 培养目标定位：面向电子商务全产业链，培养具备“技术+运营+营销+数据分析”综合能力，能胜任电商平台运营、直播策划执行、跨境店铺管理、用户增长与维护等岗位的复合型、实战型人才。

2. 课程体系构建：

专业基础课：管理学基础、电子商务概论、财税基础、电子商务法律法规等。

专业核心课：视觉营销设计、商品拍摄、社群运营、网店运营等。

专业拓展课：文字录入、新媒体运营与策划、文案策划、数字营销、消费者行为分析等。

实践技能课：主要包括1+X数据分析实训（初级）、1+X数据分析实训（中级）、淘宝美工实训、岗位实习、毕业综合设计。

主要编制人：

序号	姓名	单位	职务	职称
1	程希彦	郑州电子信息职业技术学院	专业带头人	副教授
2	赵朝辉	郑州电子信息职业技术学院	骨干教师	讲师
3	刘佳丽	郑州电子信息职业技术学院	骨干教师	助教
4	李芳	郑州电子信息职业技术学院	骨干教师	助教
5	张文娟	郑州电子信息职业技术学院	马克思主义学院习近平新时代中国特色社会主义思想概论教研室主任	讲师

审定人：

序号	姓名	单位	职务	职称
1	孙双全	河南工程学院	管理工程学院教学院长	副教授
2	李鹏飞	新道科技股份有限公司	副总经理	
3	魏心志	河南科之源商贸有限公司	总经理	2017级毕业生
4	路娟	郑州电子信息职业技术学院	艺术学院院长	副教授
5	杨桢	郑州电子信息职业技术学院	学生	2024级在校生 电子商务专业

电子商务专业 2025级人才培养方案评审表

评审专家				
序号	姓名	单位	职务/职称	签名
1	马双全	河南工程学院	教授	马双全
2	李鹏飞	新通科技股份有限公司	副总经理	李鹏飞
3	魏立志	河南科源商贸有限公司	总经理	魏立志
4	路娟	郑州电子信息职业技术学院	副教授	路娟
5	杨松	郑州电子信息职业技术学院	2024级在校生	杨松
评审意见				
该方案以“岗课赛证”融合为核心，契合职业教育改革与电商行业需求，整体科学合理，具体意见如下： 优势： 政策与行业衔接紧密：紧扣《“十四五”数字经济发展规划》等政策，对接阿里、亚马逊等企业核心岗位需求，聚焦电商运营、直播电商等能力缺口，培养目标精准。 课程体系完善：构建“基础+核心+实践+赛证”四维课程，实践学时占比52.9%，实习累计6个月，嵌入企业案例与行业赛事，同时设11门拓展课，覆盖直播、客服等细分领域，实现“学练赛用”一体。 培养规格全面：从政治素养、专业能力等六维度明确要求，兼顾电商数据分析、视觉设计等技能与数字素养、工匠精神。 建议： 细化跨境电商课程，增设平台仿真训练；强化AI、大数据在电商场景的应用教学；补充创新创业实战项目设计与资源支持；完善师资企业实践考核与激励机制。 方案符合政策与行业需求，培养目标明确、保障措施到位，可有效培养复合型电商人才。专家组一致同意电子商务专业的人才培养方案通过评审，并建议在2025级学生中实施。 评审组长签字：马双全 2025年9月23日				

2025级专业人才培养方案审定表

专业名称	电子商务
专业代码	530701
学术委员会 审核意见	专业人才培养方案中的培养目标和规格清晰,课程体系设置合理,实施条件较为完善,方案科学可行,审核通过。 签字: 陈国云 日期: 2025.9.27
校长办公会 审核意见	专业人才培养方案符合学校办学定位,经统计及审核,审议通过。 签字: 陈国云 日期: 2025.9.27
党委会 审核意见	审议通过同意实施 签字: 陈国云 日期: 2025.9.27

2025级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

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

三年

四、职业面向

表 1 职业面向一览表

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) 或技术领域	职业类证书
财经商贸 大类 (53)	电子商务 类 (5307)	(1) 互联网和相关服务(64) (2) 批发业(51) (3) 零售业(52)	(1) 电子商务师(4-01-06-01) (2) 互联网营销师(4-01-06-02) (3) 营销员(4-01-02-01) (4) 市场营销专业人员(2-06-07-02)	目标岗位: 运营主管、全渠道营销主管、O2O销售主管、智能客服主管 发展岗位: 智能客服主管、视觉营销设计师 迁移岗位: 互联网产品开发主管	(1) 电子商务师 (2) 直播运营师 (3) 跨境电子商务师 (4) 阿里巴巴电商运营相关证书 (5) 抖音电商“电商学习中心认证”

五、培养目标与规格

(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，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）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）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

（5）掌握零售管理、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。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程

公共基础必修课共 18 门，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、形势与政策、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中国共产党历史、军事理论、国家安全教育、英语、高等数学、职业生涯规划、就业与创业指导、计算机应用及人工智能基础、创业基础、普通话、大学生心理健康教育、体育；公共基础选修课共 8 门，包括高等数学、数学文化、实用英语口语、实用英语写作、应用文写作、中华优秀传统文化、大学语文、公共艺术课。

（二）专业课程

1. 专业基础课

专业基础课共 6 门，包括管理学基础、电子商务概论、财税基础、电子商务法律法规、市场营销、商务数据分析。

（1）管理学基础

课程目标：使学生掌握管理学的基本概念、基本原理和基本方法，建立起管理的知识框架，了解管理思想和管理理论的产生与演变过程，帮助学生树立现代管理的思想观念，

培养学生的管理者素质，包括领导力、沟通能力、团队协作能力等，培养学生运用管理学理论分析和解决实际管理问题的能力，提升学生的管理思维和决策能力。

主要内容：管理的概念、性质、职能（计划、组织、领导、控制、创新），以及管理者的角色和技能，管理理论的发展，管理的主要职能，如包括计划与决策、组织、人员选聘、绩效管理、领导、激励与沟通、控制、管理的创新等。

教学要求：通过案例分析、小组讨论、实践项目等方式，将管理学理论与实际管理情境相结合，加深学生对理论的理解和应用能力。采用课堂讲授、多媒体教学、互动教学等多种教学方法，激发学生的学习兴趣 and 积极性。鼓励学生进行课外阅读、调研和实践，培养学生的自主学习能力和独立思考能力。

（2）电子商务概论

课程目标：了解电子商务的基本概念框架；理解电子商务的基本理论方法；掌握各类电子商务的主要业务处理流程和操作技能；学会运用所学技能进行各类网上业务的处理操作；能够将电子商务技能融会贯通，灵活应用于工作实践、个人网络化生活和日常理财。

主要内容：电子商务的基本概念、发展历史、基本理论、电子商务的功能及其分类、电子商务安全、电子商务在线支付工具等。

教学要求：本课程系统地论述了电子商务的理论和方法，是一门理论性很强的专业课程，通过本课程的学习，使学生了解并掌握电子商务的理论、应用和相关技术，初步具备从事电子商务事务的能力。

（3）财税基础

课程目标：通过本课程的学习，使学生明确财务管理的含义、目标和特点，认识做好财务管理工作对于促进生产经营、提高经济效益的重要意义，理解财务管理的基本内容，懂得各种财务活动的联系以及财务活动同其他经济活动的联系；在系统掌握财务管理的基本理论和基本知识的基础上，掌握财务管理的各种业务方法，具有一定的财务分析和解决财务管理问题的能力，为经营决策服务，并为学习其他课程打下良好的基础。

主要内容：高职财税基础课程主要涵盖财税基本概念、税务实务操作及法规政策应用。课程内容分为三大部分：财税理论：包括财政与税收的定义、功能、分类，税收原则（如公平性、合法性），以及我国税收体系结构（如中央税、地方税）；税务实务：重点讲解增值税、企业所得税、个人所得税等主要税种的计算方法、纳税申报流程、发票管理及税收优惠政策应用，同时涉及税务登记、税务稽查与风险防范；会计基础与技能：包括会计凭证填制、账簿登记、财务报表编制等基础会计操作，并结合财税软件应用提升实操能力。课程注重理论与实践结合，通过案例分析、模拟申报等教学方式培养学生解决实际财税问题的能力。

教学要求：通过本课程的教学，要求学生掌握财务管理基本概念、基本理论、基本知识、基本方法，注意结合企业会计制度、会计准则相关内容的学习，能够对公司的筹资、投资、资金营运和利润分配活动进行预测、控制、分析；能够运用所学知识对公司理财行为进行判断和决策，以适应企业财务管理工作的要求。

（4）电子商务法律法规

课程目标：通过本课程的学习，要使学生了解法律的一些基础理论知识，如法人制度、财产所有权、债权等；使学生掌握市场主体法、市场规制法、市场交易法中的劳动法、市场保障法的基本知识；熟练掌握常用的重要的电子商务法律法规的主要内容。

主要内容：包括法律基本概念、法的体系、法的属性等。国家经济法规体系：包括宪法、行政法、刑法、民商法等经济法律法规。经济法律实务：包括公司法、证券法、知识产权法等实际应用领域。经济法律案例分析：通过分析真实案例，培养学生运用法律知识解决问题的能力。

教学要求：理论与实践相结合，教学要注重理论知识的传授，同时强调学生对实际问题的解决能力培养。鼓励使用实际案例进行教学，帮助学生理解和运用法律知识。提倡学生之间的互动和讨论，培养学生独立思考和团队协作的能力。

（5）市场营销

课程目标：以培养高素质、高技能、创新型人才为目标，通过以情境化、项目制为特色的实践教学，将本课程专业知识系统地融于实践全过程。教学内容按市场营销活动的规律划分为相互关联的若干学习情境，结合社会、企业需要解决的实际项目，把上述学习情景中的一个个项目转换成相对独立的工作任务交予学生独立完成。从而培养学生独立与协作工作的能力，提升学生自主学习的兴趣，锻炼学生通过自主学习掌握工作思路与方法的能力，切实提高学生的职业技能和处理实际问题的综合素质。

主要内容：市场营销环境分析，市场细分、目标市场选择、市场定位，企业的产品、价格、渠道和促销等一系列营销策略的制定。

教学要求：通过课程理论学习和实践训练，培养学生市场分析、市场定位和营销策略（产品、价格、渠道、促销）的制定与实施等能力。

（6）商务数据分析

课程目标：通过本课程的学习，学生掌握从调查方案的设计，数据资料的收集、处理、分析到数据分析报告的撰写整个工作流程，学会运用相关数据处理工具进行数据分析的基本方法。同时还要培养学生自主学习能力、自我管理能力、沟通能力、组织协调能力。

主要内容：熟练掌握 excel 数据分析技能，掌握 Python 基础，运用 Python 能够准确

抓取数据，通过对数据的分析撰写数据报告。

教学要求：模拟企业真实项目，设计三个工作项目，难度依次增加，使用 excel 分析电子商务数据，使用 Python 收集数据，最后撰写数据分析报告。难度依次增加，最后的过程化考试完成一个课程小成果。

2. 专业核心课程

专业核心课共 7 门，包括视觉营销设计、商品拍摄、社群运营、网店运营、网络营销、数据化运营、电子商务物流。

表2 专业核心课程主要教学内容

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容及要求
1	视觉营销设计	典型工作任务为视觉设计，工作内容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。	①掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。 ②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。 ③结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。 ④能够进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时分析新媒体发展，提出视觉提升方案。 ⑤能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。
2	商品拍摄	典型工作任务为商品拍摄与设计制作。工作内容主要拍摄前准备、商品拍摄、图片后期处理、电商视觉设计、视频拍摄与制作、项目管理与交付。	①涵盖商品拍摄全流程，包括与客户沟通制定计划、准备器材素材； ②依据商品特性（吸光、反光等）选择构图与布光，完成多角度拍摄； ③用 PS 等软件修图优化；设计电商视觉元素； ④进行商品视频拍摄与剪辑； ⑤管理项目并交付成果。
3	社群运营	典型工作任务为社群运营，工作内容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、社群数据分析。运用社交软件、自媒体工具、短视频平台、办公软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①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。 ②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。 ③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
4	网店运营	典型工作任务为网店运营，工作内容主要有运营规划、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。	①掌握 SEOSEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。 ②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。 能够进行目标商品和竞品数据分析，制

		运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。能够进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。
5	网络营销	典型工作任务为营销活动策划与执行，工作内容主要有市场分析、活动主题与目标确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、活动过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结。运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①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。 ②整合各类资源，分解活动任务。 ③开展整合营销与广告投放。 ④跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案。 ⑤评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案
6	数据化运营	典型工作任务为数据化运营，工作内容主要有确定运营目标、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化、持续跟踪。运用计算机、打印机、数据采集工具、数据分析工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①理解数据分析指标体系概念。 ②掌握数据分析的方法与方法论，能根据数据运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据。 ③运用数据分析工具，对市场数据、客户数据、运营数据、销售数据、供应链数据进行全过程分析及可视化呈现。 ④撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议
7	电子商务物流	典型工作任务为处理订单，主要工作任务是电商订单物流处理、仓储规划与库存管理、退换货物流流程执行、物流成本核算与优化、跨境电商物流操作。	①电商订单处理全流程、仓储储位规划与 WMS 系统操作、库存盘点及补货策略； ②退换货流程执行与原因分析；③物流成本核算及优化方法； ④跨境物流报关与渠道选择。

3. 专业拓展课

专业拓展课共 11 门，包括文字录入、新媒体运营与策划、文案策划、数字营销、消费者行为分析、直播销售、直播电商、客户服务管理、办公软件高级应用、商务沟通、市场调研与分析。

(1) 文字录入

课程目标：通过本课程的学习，学生掌握文字录入的基础原理和常用输入法（拼音、五笔）的操作规范。理解文字排版的核心原则，包括版面设计、字体应用、段落格式及图文混排技巧。熟悉办公软件（如 Microsoft Word、WPS）的功能模块及操作流程。技能目标：实现盲打录入速度 ≥ 50 字/分钟，准确率 $\geq 98\%$ 。能独立完成多类型文档（合同、报告、宣传册等）的专业排版。熟练应用样式模板、目录生成、页眉页脚设置等进阶功能。

主要内容：键盘操作规范：指法训练、功能键组合使用。专项训练：数字/符号快速录入、生僻字处理方法。速度提升：文本听打练习、易错字库强化训练。软件操作体系：Word/WPS 界面功能详解。标准化排版：字体规范（中英文字体搭配、字号分级）；段落

格式（缩进、对齐、行距调节）；表格设计（合并拆分、数据对齐）；自动生成目录与索引；分节符控制页眉页脚差异；创意排版实践：图文混排（图片裁剪、文字环绕）。

教学要求：采用“讲解—演示—实操—反馈”四步教学法；实施分层训练：基础班（40字/分钟）→提高班（60字/分钟）→精英班（80字/分钟）。考核体系：过程考核（60%）：包含周测录入速度、排版作业完成度、课堂实操表现等；期末考核（40%）：限时完成综合排版任务模拟企业真实项目，提升跨场景适应能力，满足纸质文稿电子化、新媒体内容编排等多样化需求。

（2）新媒体运营与策划

课程目标：主要以项目驱动的方式帮助学生将本专业所学的零星知识点与技能进行整合。根据新媒体运营市场调研，从学生的现状出发，选取贴近所学技能的企业项目，激发并保持学生的学习兴趣。通过反复的实战练习，提高学生的技能，培养学生探索知识的乐趣、良好的思维习惯和实践能力，最终提高学生运用电商与新媒体知识解决实际问题的能力。

主要内容：本课程主要学习新媒体运营的基本知识、文案策划、自媒体运营、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自媒体运营、用户运营、运营人的通用方法等。通过学习本课程使学生具备创建并运营管理各自媒体平台的能力，成为一名合格的自媒体人，为学生的就业成才多提供一条途径。

教学要求：本课程主要用来培养面向企业和政府机构新媒体营销、运营、编辑等岗位的人才，培养具有丰富的视野和扎实的知识基础，掌握新媒体领域的前沿技术和运营，具有较强的实践能力和创新精神，具备较强的新媒体策划、运营及文案写作能力，具备主流新媒体平台推广和运营技巧的新媒体人员。

（3）文案策划

课程目标：本课程是新媒体营销专业的一门专业核心课，通过案例学习+仿写+创意写作的教学理念，采用项目实战的教学方法，以培养学生的新媒体文案策划与写作技能。随着电子商务、新媒体等行业的飞速发展与逐渐成熟，内容建设与营销成为很多企业、机构媒体的重要工作，文案写作是新媒体内容建设的核心工作。社会对文案类岗位人才的需求越来越大，新媒体营销人才必须提高自己的文案写作水平，以适应当前广告文案、产品文案、促销文案、头条文案、微信公众号文案、短视频文案等多样化的创意与创作需求。

主要内容：详细介绍了新媒体文案的概念、特点、结构，围绕文案标题和内容写作，给出了创意策划及写作方法；介绍了产品文案、传播文案、品牌文案、活动文案等常见类别文案的创意提炼方法和写作技巧，以适应电商运营、媒体机构、各类企业在新媒体运营中的不同需求；围绕微信公众号、抖音短视频站点等热门平台，分析微信公众号文案策划和短视频内容策划的技巧与策略，以支撑这些主流新媒体平台的运作工作。

教学要求：采用“读-教-练-改”的教学思路，先学习优秀文案，然后通过教师的讲解，了解文案写作策略和技巧，根据老师布置的任务，仿写文案，在老师的指导下修改文案，每个教学单元形成一个完整的教学流程。

（4）数字营销

课程目标：通过本课程的学习，学生能够在熟知数字营销的基础理论和方法基础上，与数字营销岗位工作的具体实践相结合，树立现代的移动互联网数字营销理念，掌握企业数字营销基本策略的实施方法、流程和具体步骤，培养适合现代企业用人需求的数字营销职业技能。

主要内容：掌握数字营销的基本概念、原理和技术认知，掌握数字营销策划的基本框架和方法，掌握数字广告营销的方法，掌握数字互动营销的方法，了解数字营销效果分析和优化过程。能够从认知、认同、认购三个方面解读数字营销的路径，能够使用数字营销原理分析企业营销过程，能够构建用户标签，完成数字营销的内容定位、传播策划和客户互动策划，能够使用营销漏斗、AARRR 等模型方法进行数字营销效果分析。

教学要求：本课程教学的关键是知识扩展和业务仿真。教学不以学生掌握“应知”内容为目标，而要在应知基础上达到“应会”为目标。在教学过程中，应立足于加强学生实际应用能力和职业素质的培养，通过项目教学、以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。本课程立足于实际能力培养，应用现实的数字营销平台开展教学，并鼓励学生进行数字营销实践活动。课程以学生为中心，工作过程为线索，工作任务为载体，组织课程内容和课程教学，明确学习方向，以便于教学中的启发与引导。

（5）消费者行为分析

课程目标：通过本课程的学习，学生在掌握消费者行为分析的基本理论的前提下，能够在企业营销活动中灵活应用相关知识与技术技能，以提高企业的营销活动效率。同时培养学生掌握解决心理问题。提高心理素质。获取心理能量的方法和技能，能够获得审美能力和共情能力等。目的是为中小企业培养具有良好商业敏感性，较强观察能力，同时具备扎实理论和实际操作水平的技术技能型人才，能胜任市场机会分析、营销策划、推销等方面工作。

主要内容：消费者行为分析主要研究消费者在获取、使用和处置商品或服务过程中的心理活动和行为表现，其核心内容包括消费者需求与动机、感知与认知、学习与记忆、态度与信念、社会因素与文化影响、购买决策过程以及消费者满意度与忠诚度。这些内容共同构成了对消费者行为的全面理解。

教学要求：教学中应强调理论与实践结合，采用案例研讨、消费者访谈、眼动实验、A/B 测试等方法提升应用能力。要求学生掌握 SPSS/Python 基础数据分析技术，能够运用 ELM、AISAS 等模型解读消费行为。通过模拟商业项目训练，培养制定精准营销策略、预

测市场趋势的实战技能。重点培养学生系统理解消费者决策机制及影响因素，掌握科学分析方法与工具。

（6）直播销售

课程目标：《直播销售》作为电子商务专业的一门专业基础课程，着眼于当前直播销售对高素质人才的需求，旨在引领学生掌握直播间搭建、直播电商话术、宣传推广与数据复盘的相关知识和操作，从而能够完成行业中直播间搭建、直播执行、直播间宣传推广、订单处理等工作任务，帮助学生学习直播销售活动的理论知识的同时掌握直播销售的操作技能，为岗位和后续学习奠定基础。

主要内容：直播营销概念、直播发展史、直播平台及特点、直播风险防范、直播营销整体思路、直播人员分工设置、直播营销传播与发酵、直播复盘与提升、直播 55 问。

教学要求：多角度、深层次地剖析了直播运营的策略与方法，内容涵盖认识直播、直播内容策划、直播技能和直播运营实战等，以案例为主导，激发学生的学习兴趣，帮助学生快速掌握直播技巧和方法，使学生能够学以致用，培养和提升学生的实际运营能力。

（7）直播电商

课程目标：本课程是依照高等职业教育培养目标与新媒体行业企业实际需求设置的专业必修课，主要面向电子商务类、新媒体类、市场营销类相关专业学生，新媒体从业者、电子商务从业者及社会学员，以实现技能提升和知识更新。

本课程主要针对直播销售员、电商带货主播、直播运营师、直播数据分析师等岗位开设，主要任务是：培养学生直播营销方案筹划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品与规划、直播引流互动、直播数据分析等职业技能。本课程注重实操性、实用性，重点让学生了解直播机构、电子商务企业、传统企业的直播营销与运营需求，掌握直播营销的方法、技巧并应用到实践中，适应岗位工作要求。

主要内容：直播电商概述主要以介绍直播电商的概念、特点和流程为切入点，细致地讲解直播电商的发展现状，并对未来趋势做了展望，最后讲述了直播电商相关的法律法规。直播前期准备主要介绍直播前期要做好直播选品、直播团队构建、直播活动策划、直播预告策划和直播设备的配置与直播间的布置等工作。直播电商的运营主要介绍在直播运营过程中，为了更快地增加直播间的粉丝，应该注意直播间语言技巧的修炼、直播间商品的展示与呈现、直播间的互动技巧及引流策略。直播数据分析与复盘主要介绍直播数据分析常用的工具、方法和指标，便于学生根据数据做出更好地判断，进行复盘。直播电商客户服务与物流主要介绍直播电商客户服务的流程、策略和语言技巧，还介绍直播电商仓储与物流管理。

教学要求：本课程教学的关键是知识扩展和业务仿真。教学不以学生掌握“应知”内容为目标，而以在应知基础上达到“应会”为目标。在教学过程中，应立足于加强学生实

际应用能力和职业素质的培养，通过工程教学、以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

本课程立足于实际能力培养，应用现实的直播平台开展教学，并鼓励学生进行创业。课程以学生为中心，以工作过程为线索，以工作任务为载体，组织课程内容和课程教学，以真实直播营销业务的形式导出，以激发学习兴趣，明确学习方向，便于教学中的启发与引导。让学生在完成各工程具体工作任务的过程中构建相关理论知识和各项职业技能，开展职业能力。

（8）客户服务与管理

课程目标：通过学习，力求实现以下教学目标，学会运用现代信息管理方法收集管理、运用客户信息；学会运用 CRM 系统，并利用它来改善管理效率；了解呼叫中心的运作方式；掌握组建一流服务团队所需素养；学会从人力资源管理流程组建团队。

主要内容：通过本课程的学习，使学生了解客户服务的重要性，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和管理能力及电子信息系统应用能力等综合素养。

教学要求：本课程旨在培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易处理、客户投诉等工作，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗、从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础。

（9）办公软件高级应用

课程目标：能熟练运用 Office（Word/Excel/PPT）高级功能解决职场文档处理、数据统计分析、专业演示汇报等实际问题，具备高效办公和协作能力。掌握办公软件高级操作原理（如 Excel 函数逻辑、PPT 动画逻辑），理解办公文档规范化标准与职场应用场景适配逻辑。

主要内容：Word 高级应用、Excel 高级应用、PPT 高级应用、综合应用与协作

教学要求：具备职场办公实战经验，能结合不同专业（如会计、行政、电商）的岗位需求设计案例。采用“演示+实操”结合模式，每门课程预留 30%以上时间让学生完成针对性练习。引入真实职场案例（如企业报表、会议 PPT），替代纯理论讲解，强化应用导向。

（10）商务沟通

课程目标：能熟练运用口头、书面、非语言等沟通技巧，完成商务谈判、客户接待、职场汇报、跨部门协作等场景任务，具备应对沟通冲突的解决能力。掌握商务沟通的基本原理、不同场景（如销售、职场、涉外）的沟通规范，理解客户心理、企业文化对沟通策略的影响逻辑。培养诚信、专业的商务礼仪素养与团队协作意识，树立以目标为导向的沟

通思维，符合现代企业对商务岗位人员的沟通素养要求。

主要内容：涵盖商务沟通原理、沟通渠道（口头/书面/线上）差异，以及商务礼仪（接待、会议、宴请）规范。聚焦客户沟通（需求挖掘、异议处理）、职场协作（跨部门汇报、团队沟通）、商务谈判（议价技巧、冲突化解）等核心场景，融入合同撰写、商务邮件等书面沟通内容。通过案例分析（企业沟通案例）、模拟训练（角色扮演谈判/汇报），强化场景化应用能力。

教学要求：须具备企业商务实战经验，采用“案例讲解+场景模拟”模式，每节课预留 40%时间组织小组演练；引入企业真实沟通案例，替代纯理论讲授。课前预习沟通理论，课上积极参与角色扮演、辩论等互动；课后完成实战任务（如撰写商务邮件、设计客户沟通方案），每周至少 1 次小组协作练习，提升沟通熟练度与团队协作力。

（11）市场调研与分析

课程目标：能独立完成市场调研全流程，包括设计调研方案、选择抽样方法、制作问卷、收集分析数据，最终输出可落地的调研报告，解决企业产品定位、客户需求挖掘等实际问题。掌握市场调研原理、定量（问卷）与定性（访谈）调研方法，理解数据分析工具（如 Excel、SPSS 基础）的应用逻辑，熟悉调研报告撰写规范。

主要内容：市场调研概念、流程与类型，明确调研目的与问题界定方法，掌握调研方案（目标、对象、方法）设计要点。聚焦问卷设计（问题类型、逻辑排版）、抽样方法（随机/分层抽样）、数据收集（线上线下渠道），以及 Excel/SPSS 基础数据分析（描述统计、交叉分析）。

教学要求：须具备企业调研项目经验，采用“理论+工具实操+案例实战”模式，每节课预留 50%时间指导学生动手操作；引入企业真实调研任务，替代虚拟案例。掌握 Excel 基础操作，课上紧跟工具实操演示，课下分组完成调研项目（如校园周边商铺需求调研），每周至少 3 小时用于数据收集与分析，提升实战能力。

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验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式，公共基础课程和专业课程都要加强实践性教学。

4. 实践技能课

实践技能课主要包括 1+X 数据分析实训（初级）、1+X 数据分析实训（中级）、淘宝美工实训、岗位实习、毕业综合设计。

（1）1+X 数据分析实训（初级）

课程目标：本模块旨在帮助学生掌握数据分析的基础流程和技能，达到“1+X”电子商务数据分析（初级）职业技能等级要求。培养学生具备数据采集、处理、可视化及制作基础报表的能力，建立数据化运营的初步意识。

主要内容：学习数据认知与采集方法，使用 Excel 等工具进行数据清洗、分类与整

理。重点训练基础数据计算、图表制作（如饼图、柱状图、折线图），并依据分析目标撰写描述性数据报告，说明“是什么”的问题。

教学要求：紧扣“1+X”初级考核标准组织教学。学生应熟练掌握 Excel 核心函数与图表工具，通过模拟数据集完成固定主题的分析报告。考核方式以上机实操和报告撰写为主，强调操作的规范性与准确性。

（2）1+X 数据分析实训（中级）

课程目标：在初级基础上，培养学生进行多维度、深层次的诊断性与预测性数据分析能力，达到“1+X”中级水平。能够独立完成专题分析，为运营决策提供直接的数据支持和优化建议。

主要内容：深入学习数据监控方案制定、多维度数据交叉分析（如流量—转化—客单价关联）、常用数据分析模型（如漏斗模型、AARRR 模型）的应用。重点训练诊断性问题定位、原因分析及趋势预测，并撰写包含可行性建议的专题分析报告。

教学要求：需结合电商真实业务场景，引入更复杂的数据集和商业问题。学生须具备较强的逻辑推理能力，能够运用模型工具洞察数据背后的业务逻辑。考核以综合性专题分析报告和方案答辩为重点。

（3）淘宝美工实训

课程目标：本模块聚焦淘宝、天猫等平台，培养学生掌握电商视觉设计的核心技能。使学生能够高效制作符合平台规范、突出卖点并能提升转化率的主图、详情页等核心视觉素材。

主要内容：实战学习电商设计规范、色彩与版式原理、卖点视觉化表达技巧。重点训练高点击率主图、高转化详情页的逻辑策划与设计，并学习使用 Photoshop、创客贴等工具进行图片精修、抠图、合成及文案排版。

教学要求：应“以转化率为导向”，强调设计为商业目标服务。学生需在理解产品与用户的基础上进行设计，而非纯粹艺术表达。考核以关键视觉物料的作品集为核心，评估其营销逻辑、视觉美感与制作水准。

（4）顶岗实习

岗位实习作为电子商务专业人才培养的关键实践环节，旨在实现多维度目标。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。学校应建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。

顶岗实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。学校可根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性

教学。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

（5）毕业综合设计

电子商务专业的毕业综合设计核心要求围绕“理论结合实践”展开，需体现对电子商务行业的认知与实操能力。选题紧密结合行业需求，主要围绕行业热点或痛点，如社交电商、跨境电商、用户体验优化、精准营销策略等，要求问题界定清晰，目标明确，具备一定的理论或实践价值。

整个过程分五个关键阶段，共 16-18 周：前 2 周确定选题并完成开题答辩；3-8 周开展调研并设计方案；9-14 周进行实践实施或深化理论研究；15-16 周撰写并修改报告；最后 2 周参加答辩。学校会为学生配备专业指导教师，全程跟踪指导，同时通过过程档案、定期检查和报告查重确保质量。

成绩评定采用过程与结果结合的方式，过程评价占 40%，关注开题、中期进展和学习态度；结果评价占 60%，看重报告质量、实践成果与答辩表现，成绩及格方可获得学分，不及格需修改后重新答辩。

七、教学进程总体安排

教学进程是对本专业技术技能人才培养、教育教学实施进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。

本专业总学时 2916 学时，总学分 168 学分，每 16-18 学时折算 1 学分。公共基础课占总学时的 29.4%。专业拓展课程教学学时为总学时的 13.2%。实践性教学学时为总学时的 55%。其中，实习时间累计一般为 6 个月，可根据实际情况集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程的学时累计不少于总学时的 10%。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按 1 周为 1 学分。

以表格的形式列出本专业开设课程类别、课程性质、课程名称、课程编码、学时学分、学期课程安排、考核方式，并反映有关学时比例要求。见附表 1-5（1. 各教学环节教学周总体安排表 2. 教学进程安排表 3. 公共艺术课安排表 4. 课程结构、学时与学分总体分配表）

八、师资队伍

（一）队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合

作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

（二）专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称（具备较强科研能力和专业能力的可放宽至中级职称）和较强的实践能力，能够较好地把握国内外互联网和相关服务业、批发业、零售业行业、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，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

（三）专任教师

具有高校教师资格；原则上具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等相关专业本科及以上学历；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。

（四）兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，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。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

九、教学条件

（一）教学设施

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。一般配备黑（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. 校内外实验、实训场所基本要求

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（规定、办法），实验、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，实验、实训指导教师配备合理，实验、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。

（1）零售基础实训室

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、零售基础实训软件等设备设施，用于零售基础、财税基础、电子商务基础、消费者行为分析、市场营销、市场调研与分析、商业文化等实训教学。

（2）电子商务视觉设计实训室

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、移动设备、电子商务视觉设计软件等设备设施，用于视觉营销设计、视频制作、图形图像处理等实训教学。

（3）网络营销实训室

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、直播灯光设备、辅助直播支架、无线麦克风、虚拟背景幕、商品陈列架、大屏显示器、手机/平板电脑、多媒体技术处理软件、直播营销实训软件、网络营销实训软件等设备设施，用于网络营销、互联网销售、新媒体营销等实训教学。

（4）电子商务数据分析实训室

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、大屏显示器、电子商务数据分析实训软件等设备设施，用于数据化运营、商务数据分析、数据可视化等实训教学。

（5）智能客服实训室

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、智能客户服务与管理实训软件等设备设施，用于客户服务管理、商务沟通、消费者行为分析等实训教学。

（6）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。

（7）电商产品开发实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、3D 扫描仪、DEMO 原型设计实训软件等设备设施，用于互联网产品开发、视觉营销设计等实训教学。

（8）智慧商业实训室

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、智慧商业管理实训软件等设备设施，用于智慧商业技术等实训教学。

可结合实际建设综合性实训场所。

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。

（二）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。专业课程教材应体现本行业新技术、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。

2. 图书文献配备基本要求

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。专业课程教材应体现本行业新技术、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。

3. 数字教学资源配置基本要求

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。

十、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

1. 学校和二级院系应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程

标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

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

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

(二) 毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，本专业学生通过规定年限的学习，修满培养方案中规定课程 2916 学时共 168 学分，其中公共基础课程 856 学时 49 学分，专业课程 2060 学时 119 学分，且符合相关要求方准予毕业。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。

学校可结合办学实际，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。要严把毕业出口关，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。

1. 毕业要求与课程对应关系（表3 毕业要求与课程对应关系）

表3 毕业要求与课程对应关系（参考）

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
1	政治素养	坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，践行社会主义核心价值观；崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动；具有社会责任感和社会参与意识；具有质量意识、环保意识、安全意识、数字素养、工匠精神、创新思维；具有健康的体魄、心理和健全的人格；具有一定的审美和人文素养。	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、大学生心理健康教育、劳动教育、中国共产党历史、国家安全教育、美育1/2。
2	专业能力	掌握零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等专业基础理论知识；具备行业产品分析、市场细分、商品规划、数据化运营、活动策划、销售执行、客服管理、视觉设计、产品开发等专业技能。	管理学基础、电子商务概论、财税基础、电子商务法律法规、市场营销、视觉营销设计、商品拍摄、社群运营、网店运营、网络营销、数据化运营、电子商务物流、电子商务数据分析、新媒体运营与策划、文案策划、数字营销、消费者行为分析、直播销售、直播电商、客户服务与管理。

3	方法能力	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；掌握信息技术基础知识，具备数字技能。	高等数学1/2、计算机应用基础、数据化运营、电子商务数据分析、Python基础、数学文化、实用英语写作、应用文写作。
4	社会能力	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门外语并结合专业加以运用。	普通话、高职英语、实用英语口语、公关礼仪与人际沟通、大学生职业生涯规划、就业与创业指导、创业基础。
5	可持续发展能力	具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；具备整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；具备终身学习和职业发展基础。	人工智能通识课、数字营销、数据化运营、电子商务数据分析、Python基础、计算机应用基础。
6	创新创业能力	具有较强的就业创业能力和可持续发展的能力；具备创新意识、创业精神和实践能力。	大学生职业生涯规划、就业与创业指导、创业基础、新媒体运营与策划、直播电商、数字营销。

附表：1. 各教学环节教学周总体安排表

2. 教学进程安排表

3. 公共艺术课安排表

4. 课程结构、学时与学分总体分配表

附表1 各教学环节教学周数安排表

学 年	学 期	课 堂 教 学	军 事 技 能 训 练	劳 动 教 育	实 习 与 实 训	岗 位 实 习	毕 业 设 计	考 试	机 动	合 计
1	一	16	3					1	1	21
	二	15		1	2			1	0	19
2	三	16			2			1	0	19
	四	17			2			1	1	21
3	五	8				12		1	0	21
	六	0				12	6	0	1	19
合计		70	3	1	6	24	6	5	5	120

附表2 教学进程安排表

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	思想道德与法治	ZD000210	必修	48	32	16	3	3*16						考试	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	ZD000220	必修	32	26	6	2		2*16					考试	
	形势与政策	ZD000230	必修	32	32	0	2	2*4	2*4	2*4	2*4			考查	
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	ZD000240	必修	48	48	0	3			3*16				考试	
	中国共产党历史	ZD000250	必修	16	16	0	1				2*8			考查	
	国家安全教育	ZD000270	必修	16	16	0	1	2*8						考查	
	军事理论	ZD000260	必修	36	36	0	2	2*18						考查	
	军事技能训练	ZD000034	必修	112	0	112	3	3W							包含新生入学教育
	劳动教育 1	ZD000032	必修	30	0	30	2		1W				考查	第2、3学期	
	劳动教育 2	ZD000033	必修	16	16	0	1			1*16				考查	线上线下相结合

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	英语 1	ZD000111	必修	64	64	0	4	4*16						考试	2*16 线下 2*16 线上
	英语2	ZD000112	必修	64	64	0	4		4*16					考试	限选
	高等数学1	ZD000101	必修	32	32	0	2	2*16						考试	
	职业生涯规划	ZD000131	必修	18	16	2	1	2*8						考查	实践 不占 正常 课时
	就业与创业指导	ZD000132	必修	20	16	4	1				2*8			考查	实践 不占 正常 课时
	计算机应用及人工智能基础	ZD000143	必修	32	0	32	2		2*16					考查	
	创业基础	ZD000121	必修	32	16	16	2				2*8			考查	实践 不占 正常 课时
	普通话	ZD000122	必修	16	8	8	1	2*8						考查	
	公共艺术课	—	限定性选修课	32	24	8	2	2*8	2*8					考查	大一 每学期一 门
	大学生心理健康教育	ZD000512	必修	32	24	8	2		2*16					考查	

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	体育1	ZD000322	必修	32	2	30	2	2*16						考试	
	体育2	ZD000333	必修	32	2	30	2		2*16					考试	
	体育3	ZD000344	必修	32	2	30	2			2*16				考试	
	体育4	ZD000355	必修	32	2	30	2				2*16			考试	
	小计			856	494	362	49	396	216	88	88	0	0		
	高等数学2	ZD000102	选修	64	64	0	4		4*16					考试	
	数学文化	ZD000103	选修	32	16	16	2			2*16				考查	
	实用英语口语	ZD000113	选修	32	0	32	2		2*16					考查	
	实用英语写作	ZD000114	选修	32	16	16	2			2*16				考查	
	应用文写作	ZD000123	选修	32	16	16	2				2*16			考查	
	中华优秀传统文化	ZD000124	选修	32	32	0	2				2*16			考查	
	大学语文	ZD000125	选修	32	32	0	2			2*16				考查	
	小计			96			6								
至少选修6个学分															

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
专业基础课	管理学基础	ZD051002	必修	64	60	4	4	4*16						考查	
	电子商务基础	ZD050401	必修	64	60	4	4	4*16						考试	
	电子商务法律法规	ZD050211	必修	32	30	2	2			2*16				考查	
	市场营销	ZD050203	必修	64	64	0	4			4*16				考试	
	财税基础	ZD050403	必修	64	32	32	4					8*8		考查	
	小计			288	246	42	18	8	0	6		8			
专业核心课	视觉营销设计	ZD050408	必修	64	32	32	4		4*16					考试	
	商品拍摄与素材编辑	ZD050406	必修	64	32	32	4		4*16					考试	
	互联网产品开发	ZD050250	必修	64	32	32	4			4*16				考查	
	网店运营	ZD050209	必修	64	32	32	4			4*16				考试	
	网络营销	ZD050210	必修	64	32	32	4				4*16			考试	
	数据化运营	ZD050230	必修	64	32	32	4				4*16			考查	
	电子商务物流	ZD050213	必修	64	60	4	4				4*16			考试	
	商务数据分析	ZD050253	必修	64	32	32	4				4*16				

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	小计			512	284	228	32		8	8	16				
专业拓展课程	文字录入与排版	ZD050413	选修	64	0	64	4		4*16					考查	
	新媒体运营与策划	ZD050221	选修	64	32	32	4							考查	
	文案策划	ZD050222	选修	64	32	32	4							考查	
	数字营销	ZD050223	选修	64	32	32	4							考查	
	消费者行为分析	ZD050419	选修	64	32	32	4							考查	
	直播销售	ZD050229	选修	64	32	32	4							考查	
	直播电商	ZD050226	选修	64	32	32	4							考查	
	客户服务管理	ZD050208	选修	64	32	32	4							考查	
	办公软件高级应用	ZD050251	选修	64	32	32	4					8*8		考查	
	商务礼仪与沟通	ZD050233	选修	64	32	32	4					8*8		考查	
	市场调研与分析	ZD050252	选修	64	32	32	4					8*8		考查	
	小计				384	192	192	24							

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
实践技能课程	1+X数据分析实训（初级）	ZD050215	必修	60	0	60	3		2W					考查	
	淘宝美工实训	ZD050217	必修	60	0	60	3			2W				考查	
	1+X数据分析实训（中级）	ZD050216	必修	60	0	60	3				2W			考查	
	小计			180	0	180	9								
	岗位实习	ZD050227	必修	480	0	480	24					12W	12W	考查	
	毕业综合设计	ZD050219	必修	120	0	120	6						6W	考查	
	小计			600	0	600	30								

备注：“课程性质”分为必修、选修，“考核方式”分为考试、考查

附表3 公共艺术课程安排表

序号	课程名称	课程代码	建议学时	理论学时	实践学时	学分	考核
1	艺术导论	ZD0000418	16	12	4	1	考查
2	音乐鉴赏	ZD0000419	16	12	4	1	考查
3	美术鉴赏	ZD0000420	16	12	4	1	考查
4	影视鉴赏	ZD0000421	16	12	4	1	考查
5	剪纸	ZD0000422	16	12	4	1	考查
6	合唱	ZD0000423	16	12	4	1	考查
7	书法鉴赏	ZD0000424	16	12	4	1	考查
8	摄影	ZD0000425	16	12	4	1	考查

备注：每个学生在校期间，至少要在公共艺术课程中，大一每学期任选 1 门，总共需选择 2 门并且取得 2 学分。

附表4 课程结构及学时、学分分配表

课程结构			学时	学时比例	学分	学分比例
课程类别	课程性质					
必修课	公共基础课		856	29.4%	49	29.2%
	专业基础课		288	9.9%	18	10.7%
	专业核心课		512	17.6%	32	19.0%
	实践技能课		780	26.7%	39	23.2%
选修课	公共基础选修课		96	3.3%	6	3.6%
	专业拓展课		384	13.2%	24	14.3%
总学时			2916	总学分	168	
理论学时	1312	理论：实践	45:55			
实践学时	1604					