

**兰考三农职业学院**

**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

**所属学院:** 财经商贸学院

**时    间:** 2025年8月

# 前 言

财经商贸学院创办于2022年，学院坚持以能力培养为核心的育人思路，紧扣数字经济发展浪潮，聚焦互联网、批发零售等重点领域人才需求，致力于培养兼具专业技能、职业素养与创新意识的高技能人才。学院依托优质教育资源，深化产教融合、校企合作，为区域经济发展与行业升级输送了一批实用型商贸人才。

该教学团队拥有教师18名，其中副高及以上职称教师占比22%，80%教师具备电商行业实践经验或相关职业技能等级证书，同时聘请电商企业运营主管、视觉设计总监等行业专家担任兼职教师，形成“校内导师+企业导师”双元育人队伍。团队深耕电商领域教学改革，紧跟社交电商、内容电商、共享经济等新业态新模式，将行业新技术、新规范融入教学全过程。

为进一步适配运营主管、全渠道营销主管、视觉营销设计师等岗位（群）需求，学院组织调研多省市电商企业，结合国家职业教育政策与专业教学标准，制定本电子商务专业人才培养方案。方案以“岗课赛证”融合为核心，构建“三阶递进式”培养模式，强化实践教学与数字赋能，旨在助力学生实现从校园学习到岗位胜任的无缝衔接，成长为符合新时代电商行业发展需求的高技能人才。

# 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 . . . . .	- 2 -
六、课程设置及要求 . . . . .	- 3 -
(一) 公共基础课程 . . . . .	- 3 -
(二) 专业(技能)课程 . . . . .	- 11 -
七、教学进程总体安排 . . . . .	- 23 -
(一) 典型工作任务、职业能力分析及课程设置 . . . . .	- 23 -
(二) 专业课程设置对应的行业标准及实训项目 . . . . .	- 24 -
(三) 课程设置及教学进程安排 . . . . .	- 25 -
(四) 课程设置计划及实践教学计划 . . . . .	- 27 -
(五) 实践教学计划表 . . . . .	- 30 -
八、实施保障 . . . . .	- 32 -
(一) 师资队伍 . . . . .	- 32 -
(二) 教学设施 . . . . .	- 33 -
(三) 教学资源 . . . . .	- 35 -
(四) 教学方法 . . . . .	- 36 -
(五) 学习评价 . . . . .	- 36 -
(六) 质量管理 . . . . .	- 37 -
九、质量保障和毕业要求 . . . . .	- 37 -
(一) 质量保障 . . . . .	- 37 -
(二) 毕业要求 . . . . .	- 37 -
十、人才培养模式及特色 . . . . .	- 38 -
(一) 人才培养模式 . . . . .	- 38 -
(二) 特色 . . . . .	- 38 -
十一、附录及说明 . . . . .	- 40 -
(一) 附录 . . . . .	- 40 -
(二) 说明 . . . . .	- 40 -

# 电子商务专业人才培养方案

## 一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701

## 二、入学基本要求

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4-1 本专业职业面向

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（4-01-06-01）、互联网营销师（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、电子商务师
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、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业培养可胜任数据化运营分析、网店精细化管理、社群高效运营、营销活动全流程策划执行、销售方案落地优化、客户服务管理体系管理、视觉创意设计、互联网及电商产品开发等关键工作，符合新时代发展需求的高技能人才。不仅聚焦提升学生科学文化水平，更着重塑造其卓越的人文底蕴、严谨的科学思维、前沿的数字素养，同时强化职

业道德修养、创新突破意识，培育学生爱岗敬业的职业操守与精益求精的工匠精神，始终将社会主义核心价值观融入人才培养全过程，确保其具备强劲的就业竞争力、自主创业潜能及长期可持续发展能力。

## （二）培养规格

1. 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民族自豪感。
2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。
3. 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。
4. 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。
5. 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。
6. 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。
7. 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。
8. 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。
9. 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力建立，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。
10. 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。

11. 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。
12. 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。
13. 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。
14. 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。
15. 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。
16. 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。
17. 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。
18. 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

#### 1. 军事理论与军训

**课程目标：**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。

**教学内容：**《军事理论》和《军事训练》两部分组成。《军事理论》的教学内容包括：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。《军事训练》的教学内容包括：共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练。

**教学要求：**坚持课堂教学和教师面授的主渠道授课模式，同时重视信息技术和慕课

等在线课程在教学中的应用。军事课考核包括军事理论考试和军事技能训练考核，成绩合格者计入学分。军事理论考试由学校组织实施，考试成绩按百分制计分，根据在线课程中的考试成绩、平时成绩以及作业完成度综合评定。军事技能训练考核由学校和承训教官共同组织实施，成绩分优秀、良好、及格和不及格四个等级，根据学生参训时间、现实表现、掌握程度综合评定。军事课成绩不及格者，必须进行补考，补考合格后才能取得相应学分。

## 2. 大学英语

**课程目标：**全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立德树人根本任务。通过学习，学生能够掌握基本语言技能、典型工作领域的语言知识和文化知识，提升职业英语技能。培养其成为具有中国情怀、国际视野、文明素养、社会责任感和正确价值观的国际化技术技能人才。

**教学内容：**将大学英语重构为基础模块，拓展模块两部分。基础模块主要内容：1. 主题类别，包括职业与个人、职业与社会和职业与环境三个方面；2. 语篇类型，包括应用文，说明文，记叙文，议论文，融媒体材料；3. 语言知识；4. 文化知识；5. 职业英语技能；6. 语言学习策略。拓展模块包括1. 职业提升英语。2. 学业提升英语。

**教学要求：**采用课堂教学，以教师面授为主要授课方式。利用媒体、网络、人工智能等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，作为教学辅助。考核方式由学校组织实施，采用过程性评价（40%）和期末考试终结性评价（60%）相结合的综合评价方式；按百分制进行评定。

## 3. 信息技术

**课程目标：**本课程通过丰富的教学内容和多样化的教学形式，帮助学生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发展趋势，理解信息社会特征并遵循信息社会规范；使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术，了解大数据、虚拟现实等新兴信息技术，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；使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的持续发展奠定基础。

**教学内容：**包含基础模块和拓展模块两部分组成。基础模块的教学内容包括：文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、新一代信息技术概述、信息素养。拓

展模块的教学内容包括：大数据可视化工具及其基本使用方法等。

**教学要求：**信息技术课程教学紧扣学科核心素养和课程目标，在全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务的基础上，突出职业教育特色，提升学生的信息素养，培养学生的数字化学习能力和利用信息技术解决实际问题的能力。在教学中使学生能够利用数字化资源与工具完成学习任务，利用课堂教学，教师面授和运用中国大学MOOC《信息技术》、校级精品在线课程资源进行线上教学与线下教学相结合的混合教学模式开展教学活动。课程考核采用过程性评价（50%）和期末考试终结性评价（50%）相结合的综合评价方式，按百分制进行评定；综合成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

#### 4. 体育

**课程目标：**让学生了解掌握体育基础知识和基本技能，以增强体质，增进健康为目的，突出健康教育和传统养生体育及传统体育特色相结合的体育教育，以“健康第一”为指导思想，培养大学生身心全面发展，能较为熟练掌握一到两项运动技能，最终养成终身锻炼的习惯。

**教学内容：**具体内容选择注重理论知识和体育实践相结合，主要包括：太极拳、篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、网球、武术、田径、健美操、体育舞蹈、瑜伽、跆拳道、散打、体能、素质拓展等。

**教学要求：**使用课堂教学，教师面授和超星视频公开课在线课程的模式。体育课考核包括理论考试和技能考核，成绩合格者计入学分。理论、技能考试由学校和体育部及任课教师共同组织实施，考试成绩按百分制计分，根据课程中的考试成绩、平时成绩以及作业完成度综合评定；采用过程性评价（40%）和期末考试终结性评价（60%）相结合的综合评价方式，按百分制进行评定。体育课程综合成绩不及格者，必须参加补考，补考合格后才能取得相应学分。

#### 5. 思想道德与法治

**课程目标：**引导大学生系统掌握马克思主义基本原理和马克思主义中国化时代化最新理论成果，认识世情、国情、党情，深刻把握习近平新时代中国特色社会主义思想，培养学生运用马克思主义立场观点方法分析和解决问题的能力。引导学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德、职业道德、弘扬中国精神，

尊重和维护宪法法律权威，提升思想道德素质和法治素养。

**教学内容：**分为理论和实践两部分。理论教学主要讲授马克思主义世界观、人生观、价值观等，马克思主义理想信念教育有关内容，以爱国主义精神为核心的中国精神教育，社会主义核心价值观、中华传统美德、职业道德、社会主义道德和社会主义法治教育等主要内容。实践部分以参观、阅读、社会调查以及各类活动等形式，组织学生通过实践活动把所学理论与实际相结合，巩固和内化所学知识。

**教学要求：**严格按照课程标准，使用教育部规定的全国统编教材，更加注重学生平时学习过程考核。学生的最终成绩是由平时学习成绩和期末考试成绩两部分构成，各占比50%。最终成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

## 6. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

**课程目标：**使学生理解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系都是马克思主义中国化时代化的产物，引导学生深刻理解“中国共产党为什么能，中国特色社会主义为什么好，归根到底是马克思主义行，是中国化时代化的马克思主义行”这一重要论述，坚定“四个自信”，提高政治理论素养和观察能力、分析问题能力。

**教学内容：**分为理论和实践两部分。理论部分主要讲授马克思主义中国化时代化的两大理论成果，主要包括毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观等理论的产生条件、基本内容、历史地位以及各理论之间的相互关系。实践部分以参观、阅读、社会调查以及各类活动等形式，组织学生通过实践活动把所学理论与实际相结合，巩固和内化所学知识。

**教学要求：**严格遵循教育部制定的课程标准，使用教育部规定的全国统编教材，综合运用多种课堂教学方法，有效运用现代教育技术手段实施教学。学生的最终成绩是由平时学习成绩和期末考试成绩两部分构成，各占比50%。最终成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

## 7. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论

**课程目标：**帮助学生全面认识习近平新时代中国特色社会主义思想的时代意义、理论意义、实践意义、世界意义；让学生真正明白习近平新时代中国特色社会主义思想是科学的理论、彻底的理论，是以中国式现代化全面推动中华民族伟大复兴的强大思想武器；引导学生做到学、思、用贯通，知、信、行统一，进一步增强“四个意识”，坚定

“四个自信”，做到“两个维护”，努力成长为担当民族复兴大任的时代新人。

**教学内容：**分为理论和实践两部分。理论教学系统讲授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、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、政治保证等内容，系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵、理论品格、实践要求、世界观和方法论、历史地位等。实践教学主要采取参观学习、志愿服务、社会调研、理论宣讲、课堂展示、演讲辩论等形式。

**教学要求：**严格按照课程标准，使用教育部规定的全国统编教材，综合运用多种课堂教学方法，有效运用现代教育技术手段实施教学。学生的最终成绩是由平时学习成绩和期末考试成绩两部分构成，各占比50%。最终成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

## 8. 创新创业教育

**课程目标：**（1）使学生掌握开展创新创业活动所需要的基本知识，认知创新创业的基本内涵和创新创业活动的特殊性；（2）使学生具备必要的创新创业能力，掌握创新思维的方法、理论和技法，掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法，熟悉新企业的开办流程与管理，提高创新创业综合素质和能力；（3）使学生树立科学的创新观和创业观，自觉遵循创新创业规律，积极投身创新创业实践。

**教学内容：**创新创业概述、创新思维、创业、创新与创业管理、创新与创业者的源头、TRIZ与产品设计、创业团队管理、创业项目书、创业融资、创业风险、危机管理。

**教学要求：**课堂教学与实训实践相结合，理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、经验传授与创业实践相结合，实训实践环节不低于30%，做到“基础在学，重点在做”。设计真实的学习情境。通过运用模拟、现场教学等方式，努力将相关教学过程情境化，使学生更真实地学习知识、了解原理、掌握规律。过程化考核。分平时考查与期末综合考查两部分，学生最后总成绩由平时成绩（40%，其中到课率10%+课堂表现10%+课后作业20%）+实训实践、交易网络后台数据等多样性的方式进行考核。考核合格即取得相应学分。

## 9. 职业发展与就业指导

**课程目标：**了解职业发展与就业指导课程的内容、方法和途径。掌握职业测评、职

业生涯规划、就业技能、职业素质训练的基本知识；能够明确进行职业定向和定位，做出职业生涯规划；养成良好的职业意识和行为规范；能撰写求职简历，能自主应对面试，能够懂得就业权益保护，追求职业成功；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。

**教学内容：**由《大学生职业规划》和《就业指导》两部分组成。《大学生职业规划》的教学内容包括：职业生涯认知、职业世界探索、职业生涯决策、职业能力提升。《就业指导》的教学内容包括：就业形式与政策、就业心态调节、求职路径。

**教学要求：**坚持实践教学。坚持多样化、综合化教学。在教学过程中综合运用多种教学方法，如角色扮演、参观考察、案例教学、现场观摩、场景模拟等，多种方法能充分调动学生感官，帮助学生深刻理解教学内容。坚持学生参与性、互动式教学。过程化考核。分平时考查与期末综合考查两部分，学生最后总成绩由平时成绩（40%，其中到课率20%+课堂表现10%+课后作业10%）+学习发展规划书、职业生涯规划书、个性简历设计期末考查（60%）进行考核。考核合格即取得相应学分。

## 10. 形势与政策

**课程目标：**帮助学生准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。

**教学内容：**分为理论和实践两部分。理论部分以教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》为依据，以《时事报告》（大学生版）每年下发的专题内容为重点。紧密围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，把坚定“四个自信”贯穿教学全过程。实践教学以小组讨论、实践参观、社会调查等形式进行。力求实现课堂学习与课外社会实践相结合，使思想政治理论课教学达到更好的实效性和更大的吸引力。

**教学要求：**采用中共中央宣传部时事杂志社出版的《时事报告》（大学生版）教材，以讲授为主，辅以多媒体等多种现代教育技术手段。课程考核以提交专题论文、调研报告为主，重点考核学生对马克思主义中国化最新成果的掌握水平，考核学生对新时代中国特色社会主义实践的了解情况。学生成绩每学期评定。成绩不及格者，必须补考，补考合格后才能取得相应学分。

## 11. 心理健康教育

**课程目标：**帮助学生了解心理学相关理论和基本概念，明确大学生心理健康的标  
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、人际沟通、自我调节、社会适应等多方面的能力，切实提高心理素质，促进  
学生全面发展。

**教学内容：**本课程是集知识传授、心理体验与行为训练为一体的综合课程。理论知  
识包括：心理健康概述、自我意识、大学生学习心理、人际关系、恋爱心理、压力管理、  
人格发展、情绪与心理健康、大学生常见心理困惑及心理咨询、生命教育与心理危机应  
对。实训项目包括：专业心理测试、心理素质拓展训练、校园心理情景剧、个体心理咨  
询和团体心理辅导等多种实践教学活动。

**教学要求：**改变以往单一的考核形式，加重过程性考核在学生学业成绩的权重系数，  
过程性考核与终结性考核各占学期成绩的50%。其构成如下：学期成绩=平时成绩（作业  
/考勤/实践性活动）（50%）+期末考试成绩（课程论文）（50%），考核合格即取得相  
应学分。

## 12. 劳动教育

**课程目标：**让学生能够形成正确的劳动观，树立正确的劳动理念；体会劳动创造美  
好生活，培养热爱劳动，尊重劳动的劳动精神；具备满足专业需要的基本劳动技能；获  
得积极向上的劳动体验，形成良好的劳动素养。

**教学内容：**由理论课程和实践课程两部分组成。理论课程教学内容包括：发扬劳动  
精神、践行劳模精神、传承工匠精神、做新时代高素质劳动者等。实践教学内容包括  
专业劳动教育和日常劳动教育。专业劳动教育有金工实训项目、食品（工艺）产品制  
作项目、网络布线与维护项目、育苗与栽培项目、墙体彩绘项目、AK制造生产项目等项  
目，各院部可以根据专业特点任选项目进行课程安排。日常劳动教育包括实训室卫生、  
教室卫生、志愿服务等，完成相应劳动活动后提交劳动手册。

**教学要求：**课程实施以实践教育为主要形式，注重相关教学项目的统筹规划和有机  
协调，注重教学项目与专业学习结合，职业引导与劳动实践相结合等。课程考核包括课  
程结业报告、专业劳动和日常劳动等内容。采用课程结业报告（30%）+专业劳动项目  
（40%）+日常劳动项目（30%）相结合的综合评价。评定标准为五级制：优秀、良好、

中等、及格和不及格。

### 13. 党史国史

**课程目标：**党史国史课程旨在帮助大学生认识党的历史发展，了解国史、国情，深刻领会历史和人民怎样选择了马克思主义，怎样选择了中国共产党，怎样选择了社会主义道路。同时，通过对有关历史进程、事件和人物的分析，帮助大学生提高运用历史唯物主义、方法论分析和评价历史问题、辨别历史是非和社会发展方向的能力，从而激发爱国主义情感与历史责任感，增强建设中国特色社会主义的自觉性。

**教学内容：**党史内容主要涵盖中国共产党的历史发展、党的路线、方针政策、重大事件等；学习党史可以了解中国共产党的奋斗历程、思想理论、组织建设和各个历史时期的历史使命。国史内容主要涵盖中国历史的发展和演变、中国封建社会、近现代历史、中国革命和建设等；学习国史可以了解中国几千年的历史文化、社会制度的变迁、政治经济的发展以及对现实问题的认识。

**教学要求：**“党史国史”课成绩根据论文的质量进行综合评定。成绩主要考查学生对党的历史的学习与学生理论联系实际能力。专题教学后，教师布置学生结合教学内容写一篇课程论文，由主讲教师根据文章评分标准给出论文成绩，学生综合成绩的构成比例：考勤10%，课堂表现10%，论文成绩80%。

### 14. 高等数学

**课程目标：**高等数学是一门公共基础限选课程，具有高度的抽象性、严密的逻辑性和应用的广泛性。通过该课程的学习，使得学生掌握高等数学的基本概念、基本理论和基本方法，逐步培养学生具有抽象概括问题的能力、逻辑推理能力、空间想象能力、创造性思维能力和自学能力，培养学生具有比较熟练的运算能力和综合运用所学数学知识分析实际问题和解决问题的能力。

**教学内容：**高等数学主要分为六大模块：（一）函数、极限、连续（二）一元函数微积分学（三）空间解析几何（四）多元函数微积分学（五）微分方程（六）级数

**教学要求：**采用课堂教学，以教师面授为主要授课方式。利用多媒体、网络、人工智能等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，作为教学辅助。每次课后均布置适当的作业，加深对基本概念的理解，提高实践能力。考核方式由学校组织实施，采用过程性评价（50%）和期末考试终结性评价（50%）相结合的综合评价方式；按

百分制进行评定。综合成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

### 15. 大学美育

**课程目标：**本课程旨在提升学生审美素养，助其掌握美学原理与艺术规律，增强对自然美、社会美和艺术美的感知与鉴赏力；激发艺术创造力，引导突破思维定式，提升艺术实践与创新能力；塑造人文精神，通过经典作品与理论，树立正确三观，厚植人文情怀与文化自信；培养跨学科融合能力，助力学生在不同学科领域发现美、创造美。

**教学内容：**课程包含美学理论基础，讲解美学概念、流派等知识；艺术鉴赏与批评，涵盖多艺术门类的赏析；艺术实践与创作，设置绘画、音乐表演等实践课程；生活美学与文化传承，探讨日常美学与传统美学思想；跨学科美育专题，开展科学与艺术融合等专题教学，拓展学生综合素养

**教学要求：**教学方法采用讲授、讨论、实践等多样化形式，结合多媒体与网络平台增强效果；师资需具备美学理论与实践经验，定期邀请行业专家拓展视野；教学评价综合课堂表现、实践成果等，注重过程与终结评价结合；同时建设丰富教学资源库，建立校外实践基地，保障教学资源与实践机会。

## （二）专业（技能）课程

### 1. 电子商务基础

**课程目标：**本课程通过丰富的教学内容和多样化的教学形式，帮助学生认识现代电子商务的理论与实践，了解企业实施电子商务的模式，掌握现代互联网商务技术，了解电子商务发展的脉络及趋势，学会常用电子商务模式的操作与实施，理解商务过程中的策略与技巧，能在日常生活、学习和工作中综合运用电子商务知识解决实际问题；教育学生作担负社会责任的经营者，使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的持续发展奠定基础。

**教学内容：**课程包含电子商务概述，电子商务新业态、新技术，电子商务主要的商业模式，网络营销方法，新媒体运营，电子商务物流及供应链管理，跨境电子商务认知，农村电子商务认知等内容。理论适度，重点进行技术和能力的培养。

**教学要求：**信息技术课程教学紧扣学科核心素养和课程目标，在全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务的基础上，突出职业教育特色，培养学生电子商务能力。

在教学中使学生能够利用数字化资源与工具完成学习任务，利用课堂教学、教师面授和学习通在线课程资源进行线上教学与线下教学相结合的混合教学模式开展教学活动。学生的最终成绩是由平时学习成绩和期末考试成绩两部分构成，平时成绩50%，期末考试成绩50%。

## 2. 商务数据分析

**课程目标：**掌握数据分析方法、流程、工具，电商数据分析指标体系，Excel数据处理操作及分析报告内容。能够构建指标体系、处理数据、分析推广效果与多维度运营数据，能撰写报告、设计可视化方案，还能通过关联数据诊断问题。培养交往、沟通、数据搜集整理与问题解决能力，以及良好数据习惯，锻炼观察力、适应力，培育工匠精神及终身学习、竞争、创新的互联网思维意识。

**教学内容：**本课程以商务数据分析的全流程应用与实践创新为主线，系统地介绍了商务数据分析的思路、方法与工具，内容包括商务数据分析概述、数据采集与预处理、市场数据分析、客户行为数据分析、销售数据分析、供应链数据分析、设计可视化方案和撰写数据分析报告。

**教学要求：**通过多样化教学手段，将所需掌握的知识点融入商务数据分析实际案例，使学生能够更深入地理解和参与到数据分析的实践过程中。通过案例解析+软件操作演示+学生独立分析，使学生能够更快地掌握商务数据分析技能。通过问题导向的授课方式，培养学生的数据分析思维，促进学生对核心技能的掌握和商务数据分析任务的完成。学生的最终成绩由平时成绩和期末成绩两部分组成，平时成绩占50%，期末考试成绩占50%。最终成绩不及格者，须参加补考，补考成绩合格后方可取得相应学分。

## 3. 零售基础

**课程目标：**本课程通过系统学习零售行业的基本概念与运作规律，使学生掌握零售业态分类、商品规划、店铺选址与布局、采购与库存管理、定价策略、促销活动策划，以及零售服务规范等核心技能，具备开展基础零售业务的能力，同步培养零售行业服务意识与职业素养。

**教学内容：**本课程以零售业务的基本流程与运营逻辑为主线，系统地介绍了零售行业的基础知识、运作方法与实践技巧，内容包括零售概述、零售业态分析、商品规划与管理、店铺选址与布局设计、采购管理、库存控制、定价策略制定、促销活动策划与执

行、零售服务规范和零售运营绩效评估。

**教学要求：**通过多样化教学，将所需掌握的知识点融入零售模拟运营项目，使学生能够更直观地体验和参与到零售业务的实战流程中。通过案例讲解+场景模拟+实训演练，使学生能够更快地掌握零售基础技能。通过互动启发的授课方式，培养学生的零售思维，促进学生对核心技能的掌握和零售基础任务的完成。考核方式采用过程性评价（考勤+作业+实训） $\times$  50%+期末考试终结性评价 $\times$  50%的综合评价方式；按百分制进行评定。

#### 4. 管理学基础

**课程目标：**本课程通过丰富的教学内容和多样化的教学形式，帮助学生熟悉管理的基本过程，掌握管理的方法与技巧，制订管理活动方案，同时，具有决策与计划能力、组织与人事管理能力、领导与激励能力、沟通与协调能力。学生能够在日常生活、学习和工作中综合运用管理知识解决问题；拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为其职业能力的持续发展奠定基础。

**教学内容：**根据工作任务与职业能力分析，本课程分为五个教学项目，在项目的教学实施中，进一步分解成13个学习型工作任务。主要包括：认知管理（管理内涵、管理理念、管理方法）、计划工作（企业分析、决策、编制计划）、组织工作（组织设计与变革、员工管理）、领导工作（领导、激励、沟通）、控制工作（控制、协调）。

**教学要求：**《管理学基础》教学紧扣学科核心素养和课程目标，严格按照课程标准，使用教育部规定的全国统编教材，更加注重学生平时学习过程考核。学生的最终成绩是由平时学习成绩和期末考试成绩两部分构成，各占比50%。最终成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

#### 5. 市场营销

**课程目标：**本课程的教学目标在于使学生理解和掌握市场营销的基本理论和营销战略，熟练掌握企业从事市场营销活动的基本工具和实施策略，重点培养学生观察问题、分析问题、解决问题的能力，为各级工商企业、管理部门、各类营销机构培养具备市场营销知识和技能、有开拓和创新精神、适应社会经济发展需要的高技能人才。

**教学内容：**营销基础理论主要涵盖：市场营销的核心概念、市场营销管理观念的演变与发展、市场营销环境分析、消费者购买行为分析和市场调研的基本方法等；目标营销战略和4P营销策略主要涵盖：市场细分战略、目标市场选择战略、市场定位战略、品

牌战略、产品策略、定价策略、渠道策略和促销策略等。

**教学要求：**严格按照课程标准，做到精讲多练，注重学生平时学习过程考核。学生的最终成绩由期末考试成绩和平时学习成绩两部分构成，期末考试成绩占比50%，平时学习成绩占比50%。期末考试采用标准试卷闭卷考试的形式，平时学习成绩包括考勤、个人作业和团队项目。最终成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

## 6. 财税基础

**课程目标：**本课程以电子商务企业财税工作需求为导向，科学梳理了电子商务企业“业务—财务—税务”工作内容，并有机融入电子商务企业会计发展的新趋势、课程思政启示、调查研究与社会实践活动等，启发学生进行思考与实践。通过本课程的学习，学生可以初步了解电子商务企业财税工作的基本内容，掌握财务核算和涉税工作的基本方法，实现德技并修、岗课融通。

**教学内容：**本课程共分为七个项目：电子商务企业财税工作认知、电子商务企业基础会计知识认知、电子商务企业借贷记账法认知、电子商务企业借贷记账法运用、电子商务企业账务处理、电子商务企业财务报表编制与分析、电子商务企业税务报表编制与分析。

**教学要求：**利用课堂教学和在线课程资源进行线上教学与线下教学相结合的混合教学模式开展教学活动。注重学生平时学习过程考核。学生的最终成绩是由平时成绩和期末成绩两部分构成，各占比50%。最终成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

## 7. 数据可视化

**课程目标：**让学生了解并熟悉商务数据可视化的概念、原则、工具与流程，掌握图表设计优化及市场、商品、客户等多场景数据可视化方法。培养学生用 Excel 制作可视化图表的能力，能分析网店运营数据、定位问题并提出解决方案，提升数据敏感度与实战动手能力；通过小组任务锻炼团队协作与成果呈现能力，同时培养终身学习新图表技巧的意识。塑造学生细心认真、精益求精的职业规范，助力企业提高运营效率、降低成本，推动商务社会整体运转效率提升。

**教学内容：**涵盖商务数据可视化认知、基本流程，涉及数据可视化意义、基本原则、

常用工具等内容；介绍图表类型、构成要素及设计、优化方法；并聚焦市场、商品、客户、营销推广、运营成果数据可视化，各章节均覆盖对应场景下的核心数据（如市场容量、商品销售 SKU、复购率、关键词推广、店铺流量等）处理内容。

**教学要求：**需掌握可视化全流程与多场景应用，能定位网店运营数据问题，可针对运营数据制作图表并分析提出方案，熟练运用 Excel，并了解数据可视化对商务发展的作用，培养学生的数据敏感度与职业精神，指导学生完成小组任务并自评、互评，持续提升其图表制作与商业知识理解能力。学生的最终成绩是由平时成绩和期末成绩两部分构成，各占比50%。最终成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

## 8. 电子商务法律法规

**课程目标：**聚焦电商岗位合规需求，培育学生三大能力：掌握电商交易全流程法律框架的认知能力，培养将电子签名、知识产权保护等规则转化为合规运营的实践能力，提升识别并应对广告、数据安全等法律风险的运用能力，适配相关岗位工作。

**教学内容：**涵盖五大项目：电商法律法规认知、交易主体身份确认、交易实施、知识产权利用与保护、市场规制，每个项目含具体任务，结合案例解析法律知识，融入岗位实训演练，构建“理论 + 实操”内容体系。

**教学要求：**采用案例分析、混合教学等形式开展教学实施；考核结合过程与成果，注重学生对法律知识的应用，确保学生能将所学用于解决电商岗位实际法律问题。考核方式采用过程性评价（考勤+作业） $\times$ 50% + 期末终结性评价 $\times$ 50%的综合评价方式；按百分制进行评定。

## 9. 网店运营

**课程目标：**《网店运营》课程通过丰富的教学内容和多样化的教学形式，使学生理解网店运营的基本理论，具备网店规划、店铺装修、商品上架、客户服务、物流配送、店铺诊断优化等实际运用和操作能力，具备社会主义核心价值观，具备创新创业意识、商务意识、担当意识、劳动精神、劳模精神和工匠精神。并为学生取得电子商务及相关职业资格证书，形成综合能力打下良好的基础。

**教学内容：**围绕网店运营核心能力展开，从网店前期准备、网店装修、网店日常运营管理、店铺推广开展教学。学生能够掌握SEO\SEM、关键词优化及用户运营管理知识；

运用流量获取转化、竞争力分析与市场定位方法，制定运营目标、推广策略及预算；学会目标商品与竞品数据分析，制作运营报告，开展选品、供应商开发及供应链管理；掌握用户画像分析，优化运营与客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化，全方位提升网店运营实战能力。

**教学要求：**采用项目引领，任务驱动。以项目开发为主线，基于工作过程设计实训项目。采用情境教学、理实一体的授课方法，通过模拟实训使学生掌握网店开设的业务流程。利用多媒体、网络技术，依托微课、云教学平台等网络教学手段，作为教学辅助。考核方式采用过程性评价（考勤+作业+实训） $\times$ 50% + 期末考试终结性评价 $\times$ 50% 的综合评价方式；按百分制进行评定。

## 10. 数据化运营

**课程目标：**通过本课程的学习，学生将掌握数据化运营管理的基本理论和方法，了解运营管理的实际应用，培养学生收集、处理、分析和应用数据的能力。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。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。撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议。掌握数据化运营管理的知识和技能，将有助于学生在未来的职业生涯中脱颖而出。

**教学内容：**聚焦数据分析核心能力培养，学生需先理解数据分析指标体系概念；掌握数据分析方法与方法论，能依据数据运营目标采集处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据；熟练运用数据分析工具，对市场、客户、运营、销售、供应链数据开展全过程分析及可视化呈现；最终学会撰写专业数据分析报告，从数据洞察中提炼运营优化和改进建议，为网店运营决策提供科学支撑。

**教学要求：**采用项目引领，任务驱动。以项目数据化运营为主线，基于工作过程设计实训项目。项目案例式教学，在实训室通过模拟演练使学生掌握企业的数据化运营流程。利用多媒体、网络技术，依托知识点动画、微课等网络教学手段，作为教学辅助。考核方式采用过程性评价（考勤+作业+实训） $\times$ 50% + 期末考试终结性评价 $\times$ 50% 的综合评价方式；按百分制进行评定。

## 11. 零售门店O2O运营

**课程目标：**本课程通过系统学习零售门店线上线下融合运营的模式与技巧，使学生

掌握O2O平台搭建、线上引流与线下转化、全渠道库存协同、会员体系打通、线上线下单线下配送管理、门店数字化营销，以及O2O运营效果评估等核心技能，具备开展零售门店O2O全渠道运营的能力，同步培养全渠道运营思维与创新意识。

**教学内容：**围绕商品开发与全渠道运营展开，内容包括掌握电商平台及行业特点，运用用户模型、漏斗模型分析用户需求、细分市场与竞品，制定商品规划方案和配置策略，完成电商产品开发；依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并优化商品信息；设定O2O运营目标，协调整合资源，利用促销工具与营销产品推广全渠道活动；同时建立用户成长体系，实施精准营销，提升运营效果。

**教学要求：**通过多元化教学，将所需掌握的知识点融入零售门店O2O真实运营项目，使学生能够更深入地体验和参与到O2O运营的实战流程中。通过案例剖析+平台实操演示+学生分组运营，使学生能够更快地掌握零售门店O2O运营技能。通过问题导向的授课方式，培养学生的全渠道运营思维，促进学生对核心技能的掌握和O2O运营任务的实施。学生的最终成绩是由平时学习成绩和期末考试成绩两部分构成，平时成绩50%，期末考试成绩50%。最终成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

## 12. 社群运营

**课程目标：**本课程目标为培养学生的社群运营相关技能，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。能够运用社交软件、自媒体工具、短视频平台、办公软件、计算机硬件等工具完成工作任务。

**教学内容：**教学专注于社群运营能力培养，需要掌握社群种类、用户消费行为及产品价值等知识，结合用户与产品属性定位社群，制定运营方案并在社交平台建群；学会通过自媒体、搜索引擎、短视频平台进行社群推广引流；能依据用户需求与产品卖点开展社群数据分析，制定营销体系，通过社群活动提升销售转化、活跃社群氛围及高效管理粉丝，实现社群价值最大化。

**教学要求：**全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，突出职业教育特色，培养学生的社群运营能力，利用信息技术解决实际问题的能力。在教学中使学生能够利用数字化资源与工具完成学习任务，利用课堂教学、小组练习、实训操作等，完成教学目标。充分利用各种线上教学资源，开展线上线下共享式教学。

### **13. 网络营销**

**课程目标：**本课程使学生了解网络营销相关岗位及岗位工作任务，建立基本的网络岗位职业规划；了解和掌握网络营销的基本理论和核心内容，使学生对网络营销的理论体系有一个系统的了解，对在网络市场中开展营销活动的原理和特点、环境与方法、工具和手段、目标与实施控制等相关内容，得到全面的领会和感性认识，并掌握开展网络营销的操作思路和相应的运作技巧。

**教学内容：**聚焦营销活动全流程能力，包括市场调研分析、数据分析与营销推广工具使用及平台运营规则，分析评估市场确定活动主题目标并策划方案；学习整合各类资源、分解活动任务；开展整合营销与广告投放；跟踪监控线上线下活动，分析效果并优化方案；最后评估复盘整个活动，提炼有效改进方案，提升营销活动策划与执行的实战水平。

**教学要求：**本课程旨在培养学生对网络营销相关岗位的了解，建立职业规划，系统掌握网络营销理论与核心内容。使学生需具备策划分析、工具运用及实践操作能力，熟练运用网络营销工具，能够进行网络市场调研、网站推广、市场分析与策划等实际操作。同时，注重培养学生的团队协作、职业道德、社会化媒体沟通、品牌传播、创新思维等综合素质，使学生具备持续关注互联网热点的敏感度和洞察力，为未来网络营销职业发展奠定坚实基础。

### **14. 视觉营销设计**

**课程目标：**《视觉营销设计》课程通过丰富的教学内容和多样化的教学形式，使学生理解视觉营销设计的相关概念、基本原理和规范，掌握视觉营销设计方法和流程，能够进行移动界面的布局和交互设计，进而激发学习者自主开发互联网产品的创新创业热情，建立起团队合作和竞争的意识，培养爱国情怀、爱岗敬业、创新设计的思维。并为学生取得电子商务及相关职业资格证书，形成综合能力打下良好的基础。

**教学内容：**课程内容围绕视觉设计与新媒体内容能力培养两方面。具体包括平面设计和音视频制作软件的使用方法；依据店铺定位完成PC端、移动端页面装修，设计制作企业品牌图形元素及宣传物料；结合产品特点与包装材质设计产品内外包装；进行新媒体平台页面配图排版、主题设计，及时分析新媒体发展并提出视觉提升方案；同时具备策划、拍摄与剪辑短视频活动的实战能力，增强网店视觉吸引力与内容传播力。

**教学要求：**采用项目引领，任务驱动。以网店视觉营销设计为主线，以Photoshop CC 2020为载体，基于工作过程设计实训项目。项目案例式教学，在实训室通过模拟实训使学生掌握网店的业务设计流程。利用多媒体、网络技术，依托微课、云教学平台等网络教学手段，作为教学辅助。考核方式采用过程性评价（考勤+作业+实训） $\times$  50% + 期末考试终结性评价 $\times$  50% 的综合评价方式；按百分制进行评定。

## 15. 商业文化

**课程目标：**了解商业定义、特征及文化洋葱模型，掌握中华商业文化演变历程，明晰中西方商业思想与价值观差异。能运用商业文化理论解决实践问题，洞察顾客需求，掌握营销、信用等商业运营文化核心内容。激发商业兴趣，培养人文素养与社会责任感，树立诚实守信、改革创新的商业精神。

**教学内容：**涵盖商业文化概论、中华商业文化演变与觉醒、传统文化与商业、商业道德与社会责任、商业活动角色、商业运营文化、商业规则文化、新时代商业文化，涉及茶文化、商帮、公司治理、数智时代商业等内容。

**教学要求：**结合微课与视频演示，辅助理论学习；组织市场调研，鼓励分享实践收获；通过课堂讨论、考勤、在线习题考等考核平时表现（占比50%），期末以调研作业考核（占比50%）。

## 16. 图形图像处理

**课程目标：**聚焦网店美工岗位需求，培育学生三大能力：掌握 Photoshop 图像处理、图层应用、文字设计等核心技能；能独立完成直通车主图、促销海报、商品视频等设计；具备符合电商审美与营销需求的创意设计能力，适配视觉营销设计师等岗位。

**教学内容：**包括图像操作、选区与图层应用、色调调整、图像修复、路径与蒙版使用、文字设计、滤镜应用等，结合大量课堂案例与练习，强化实操，助力掌握网店设计全流程技能。

**教学要求：**采用“理论 + 实践”模式，每章节结合案例教学；要求学生完成课堂练习与设计任务；考核兼顾技能操作（如海报制作）与作品质量，确保学生能将所学熟练应用于网店美工实际工作，提升设计效率与效果。学生的最终成绩是由平时学习成绩和综合实训考核成绩两部分构成，各占比50%。最终成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

## 17. 客户服务与管理

**课程目标:** 本课程目标为培养学生的客户服务与管理综合能力,使学生掌握现代客户服务理念、沟通技巧、投诉处理、客户关系维护及数字化服务工具的应用。包括理解客户服务标准、服务流程及行业规范,掌握客户服务礼仪与沟通技巧;能够运用电话、在线聊天、邮件等多种渠道与客户有效沟通,妥善处理客户咨询、投诉及突发事件;掌握CRM系统操,能够进行客户分级管理、忠诚度培养及客户价值分析;熟练运用智能客服系统、数据分析工具等提升服务效率与质量;能够再客户服务团队中高效协作,具备情绪管理、压力应对及职业道德素养。

**教学内容:** 根据客服工作任务,教学内容涵盖客户服务基础、客户沟通技巧、投诉处理与危机应对、客户管理管理、数字化工具应用、团队协作与职业素养等内容,培养具备专业服务能力与优质沟通素养的客服人才。

**教学要求:** 本课程全面贯彻党的教育方针,落实立德树人根本任务,培养学生诚信、责任、尊重、同理心等职业素养,引导学生树立正确的客户服务价值观,提升社会责任感。在教学中使用案例教学、情景模拟训练、互动讨论等方法,强化学生实践能力的培养,同时利用数字化资源辅助学习。学生的最终成绩是由平时学习成绩和综合实训考核成绩两部分构成,各占比50%。最终成绩不及格者,必须参加补考,补考成绩合格后才能取得相应学分。

## 18. 新媒体视频制作

**课程目标:** 让学生认识短视频特点、类型及主流平台,掌握剪映工作界面与常用功能,了解不同类型短视频制作流程。培养学生使用剪映制作图文类、旅行 Vlog 等多类短视频的能力,提升剪辑、调色等技能,能借助相关工具优化视频质量。培养团队协作与严谨工作态度,提升审美素养,树立终身学习意识,助力短视频电商发展与精神文明建设。

**教学内容:** 课程以案例主导、理实结合,主要介绍短视频概述、制作流程以及剪映界面、常用功能及快剪操作;并具体讲解图文类、旅行 Vlog、美食类、公益宣传类、产品推荐类短视频的剪辑思路与实操;聚焦音乐卡点、抠像拼接等创意短视频制作,介绍剪映脚本创作、AI 作图等特色功能,重点培养学生短视频全流程制作能力。

**教学要求:** 教学紧扣学科核心素养和课程目标,严格按照课程标准,更加注重学生

平时学习过程考核。学生的最终成绩是由平时学习成绩和期末考试成绩两部分构成，平时成绩50%，期末成绩50%。最终成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

## 19. 直播电商实训

**课程目标：**本课程是一门依照职业教育培养目标与企业实际需求设置的专业核心课，主要面向电子商务类、市场营销类、新媒体运营类等相关专业学生，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策划、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。

**教学内容：**包括以下十个项目：1. 直播电商概述；2. 直播平台选择；3. 直播团队构建；4. 直播电商的筹备与策划；5. 主播的打造；6. 直播电商的商品规划；7. 直播的引流推广；8. 直播间的营销管理；9. 直播复盘；10. 直播营销的经典案例分析。

**教学要求：**直播运营课程教学紧扣学科核心素养和课程目标，在全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务的基础上，突出职业教育特色，提升学生的电子商务专业技能素养，使学生能够熟知直播电商的基本概念和政策，遵守直播平台规则，进行直播营销与运营工作。利用课堂教学，教师面授和运用在线课程资源进行线上教学与线下教学相结合的混合教学模式开展教学活动。注重学生平时学习过程考核。学生的最终成绩是由平时学习成绩和综合实训直播考核成绩两部分构成，各占比50%。最终成绩不及格者，必须参加补考，补考成绩合格后才能取得相应学分。

## 20. 电子商务与物流

**课程目标：**本课程是现代物流管理专业的交叉融合课程，衔接电子商务与物流两大领域，对培养学生电商物流一体化运作能力具有重要意义。学习本课程旨在让学生掌握电子商务的商业模式、运营流程及电商物流的核心运作模式，能设计与电商业务匹配的物流方案，具备电商物流订单处理、库存协同管理、物流服务质量管控的能力，适应电商物流、快递物流等岗位的工作需求。

**教学内容：**课程围绕“电子商务基础认知”“电商物流运作模式”“电商物流核心环节管理”“电商与物流协同优化”四个大项目，包含电子商务商业模式、电商平台运

营流程、电商物流模式、电商仓储管理、电商配送管理、电商退换货物流流程与成本控制、电商物流信息系统、电商物流服务质量评价与改进、跨境电商物流运作、电商物流综合方案设计10个学习型工作任务，每个任务配套电商物流企业案例与方案设计练习。

**教学要求：**教学采用“案例分析 + 方案设计”模式，利用多媒体课件展示电商平台运作流程、电商物流仓储配送实景，结合典型案例开展小组研讨；设置情景任务，引导学生完成方案撰写与展示。同时，邀请电商物流企业从业者分享实战经验，利用云教学平台上传电商物流行业报告、方案案例模板。考核采用过程性评价（50%）与期末考试终结性评价（50%）相结合的方式，过程性评价包括案例分析报告、方案设计成绩、课堂研讨表现，期末考试以案例分析、方案设计题为主，考察学生电商与物流协同运作的规划能力。

## 21. 财经应用文写作

**课程目标：**本课程是专业拓展课程，对学生职业能力和职业素质培养起到拓展和辅助作用，是学生职业能力的延伸课程。学习本课程的目的，在于使学生掌握财经应用文书的写作规律和方法技巧，并经相应的习作训练，写出内容充实、结构严谨、语言精当、体式合格的文章。

**教学内容：**课程分“财经应用文基础知识”“公务类文体写作”“日常事务处理类文体写作”和“财经事务处理类文体写作”四个大项目，系统学习财经应用文写作的文体知识、写作事件和知识拓展，具体包括认识财经应用文、公务文书写作、常见事务类文书、常见往来文书、财经报告类文书、财经契约类文书、财经信息传播类文书、财经毕业论文等8个学习型工作任务。

**教学要求：**教学充分应用多媒体课件、学生实操等教学手段，结合案例分析、案例实训、情景设置等多种方式，利用慕课、微课、云教学平台等网络教学手段进行综合教学。考核方式由学校组织实施，采用过程性评价（50%）和期末考查终结性评价（50%）相结合的综合评定方式。

## 七、教学进程总体安排

### (一) 典型工作任务、职业能力分析及课程设置

表7-1 职业岗位能力分析与基于工作过程的课程体系分析表

工作岗位	典型工作任务	职业能力要求 (含应获得职业资格证书及技术等级)	课程设置 (含综合实训)
客服类	1. 商务模式与流程认知 2. 商品特色提炼 3. 消费心理分析 4. 客户数据画像 5. 商务沟通与引导 6. 客户服务与管理	1. 能分析电商商业模式和基本业务流程; 2. 能分析和提炼企业产品或服务特色及优势; 3. 能分析目标客户，为企业有效规划客服前的准备工作; 4. 通过网络沟通客户的需求，引导客户消费; 5. 对客户进行客户画像分析、价值分析、客户分级管理; 6. 处理客户异议与投诉，实施客户关怀等。  (初级/中级1+X 网店运营推广职业技能等级证书)	电子商务基础 商务数据分析 数据可视化 市场营销 网店运营 客户服务与管理
视觉设计类	1. 商品拍摄与信息采集 2. 商品图片美化 3. 短视频剪辑 4. 商品详情页设计 5. 推广图片设计 6. 网店首页设计 7. 自定义页设计 8. 网店装修与美化	1. 能完成商品图片拍摄、视频拍摄; 2. 能进行商品信息采集; 3. 能进行商品图片美化处理、视频剪辑; 4. 能完成商品详情页设计与制作; 5. 能进行各类推广图片设计; 6. 能进行网店首页设计制作; 7. 能根据店铺风格理念进行自定义页面设计; 8. 能进行店铺的整体装修与美化。  (初级/中级1+X 新媒体技术职业技能等级证书)	网店运营 视觉营销设计 新媒体视频制作 图形图像处理

		证书)	
营销推广类	1. 市场调查与分析 2. 营销推广方案策划制定 3. 推广文案策划与写作 4. 营销推广方案执行 5. 推广效果反馈与优化	1. 能为企业推广目标进行市场调查与分析; 2. 能进行营销推广策划、方案制定; 3. 能进行推广文案的撰写; 4. 利用常用推广平台、推广工具进行推广活动实施; 5. 能针对推广效果进行评估与优化。 (初级/中级1+X 网店运营推广职业技能等级证书)	市场营销 管理学基础 网店运营 网络营销 财经应用文写作
运营类	1. 产品及服务信息管理 2. 业务处理能力 3. 客户服务 4. 商务数据分析	1. 能进行产品及服务品类、组合、价格信息管理; 2. 能为企业进行采购、销售管理; 3. 能进行社群管理、客户关系管理; 4. 电子商务数据加载、统计分析、报表设计制作。 (三级/四级电子商务师)	网店运营 零售门店O2O运营 社群运营 数据化运营

## (二) 专业课程设置对应的行业标准及实训项目

表7-2 相关行业标准、实训项目与课程对应表

序号	课程名称	相关行业标准(或职业资格证书)	所对应的实训项目
1	管理学基础、 市场营销基础、 图形图像处理、 视觉营销设计、 网店运营、 商务数据分析、 数据化运营	1+X网店运营推广	商品主图制作 商品详情页制作优化设计 商品推广海报制作 移动界面色彩设计 界面布局设计 界面交互设计 网店前期准备

			网店装修 网店日常运营管理 店铺推广 商务数据获取 商务数据处理 商务数据分析 数据可视化
2	网店运营、 零售门店O2O运营、 社群运营、数据化运营	电子商务师	编制生产物流计划 销售物流的管理 商品主图制作 商品详情页制作优化设计 商品推广海报制作 移动界面色彩设计 界面布局设计 界面交互设计 创建和编辑表 创建和编辑查询 创建和编辑窗体和报表 创建和编辑宏和模块。 C2C电子商务 B2B电子商务、网络营销 商务网站建设

### (三) 课程设置及教学进程安排

表7-3 课程结构与学时分配表

课程性质	课程类别	学时		学分	
		总学时	百分比	总学分	百分比
	公共基础课	738	29.08%	41	29.08%

必修课	专业基础课	396	15. 60%	22	15. 60%
	专业核心课	360	14. 18%	20	14. 18%
	集中实践教学	756	29. 79%	42	29. 79%
选修课	专业拓展课	252	9. 93%	14	9. 93%
	素质教育选修课	36	1. 42%	2	1. 42%
全部学时	讲授学时	1124	44. 29%	-	-
	实践学时	1414	55. 71%	-	-
实践学时	教学性实训	730	51. 63%	-	-
	生产性实训	684	48. 37%	-	-
实践学时	校内实践学时	802	56. 72%	-	-
	校外实践学时	612	43. 28%	-	-

#### (四) 课程设置计划及实践教学计划

表7-4 课程设置计划表

课程类别	课程名称 (课程代码)	课程性质	考核方式	学分	学时			建议修读学期						备注	
					总学时	理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6		
公共必修课	军事理论 (090002)	必修	考查	2	36	36	0	√							
	职业发展与就业指导 (000001)	必修	考查	2	36	18	18	√			√				分两学期开设
	创新创业教育 (000003)	必修	考查	1	18	18	0		√						
	国家安全教育 (090104)	必修	考查	1	18	18	0	√							
	心理健康教育 (090017)	必修	考查	2	36	36	0	√							线上线下混合教学
	思想道德与法治 (090001)	必修	考试	3	54	46	8	√							
	大学英语 (一) (090011)	必修	考试	2	36	36	0	√							
	大学英语 (二) (090027)	必修	考试	2	36	36	0		√						
	信息技术 (090008)	必修	考试	2	36	18	18	√							
	劳动教育 (090007)	必修	考查	1	18	18	0	√							
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 (090038)	必修	考试	2	36	28	8		√						
	党史国史 (090013)	必修	考查	1	18	18	0				√				
	体育 (一) (090003)	必修	考查	2	36	0	36	√							
	体育 (二) (090028)	必修	考查	2	36	0	36		√						
	体育 (三) (090014)	必修	考查	2	36	0	36			√					
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论 (090037)	必修	考试	3	54	42	12			√					
	形势与政策 (一) (090012)	必修	考查	0.5	9	9	0	√							
	形势与政策 (二) (090022)	必修	考查	0.5	9	9	0		√						
	形势与政策 (三) (090023)	必修	考查	0.5	9	9	0			√					
	形势与政策 (四) (090024)	必修	考查	0.5	9	9	0				√				
	形势与政策 (五) (110001)	必修	考查	0.5	9	9	0					√			
	形势与政策 (六) (110002)	必修	考查	0.5	9	9	0						√		
	高等数学 (一) (090005)	必修	考试	2	36	36	0	√							
	高等数学 (二) (090026)	必修	考试	2	36	36	0		√						
	人工智能基础 (090009)	必修	考查	2	36	36	0		√						

	大学美育 (090106)	必修	考查	2	36	36	0		√					
	公共必修课小计			41	738	566	172	333	243	99	45	9	9	
素质教育选修课	素质教育选修课，学生在校期间需选修2门，2学分，36学时。具体选修要求依据学校《素质教育选修课选修要求》执行。													
	公共课程合计				43	774	602	172	333	261	117	45	9	9
专业基础课	电子商务基础 (050094)	必修	考试	4	72	36	36	√						
	商务数据分析 (050136)	必修	考查	2	36	18	18		√					
	零售基础 (050044)	必修	考试	2	36	27	9		√					
	管理学基础 (050033)	必修	考试	4	72	72	0	√						
	市场营销 (050006)	必修	考试	2	36	27	9			√				
	财税基础 (050095)	必修	考试	4	72	36	36			√				
	数据可视化 (050155)	必修	考查	2	36	18	18			√				
	电子商务法律法规 (050134)	必修	考查	2	36	18	18		√					
	专业基础课小计			22	396	252	144	144	108	144	0			
专业课程	网店运营 (050096)	必修	考查	4	72	36	36			√				
	数据化运营 (050108)	必修	考查	4	72	18	54			√				
	零售门店O2O运营 (050058)	必修	考试	2	36	27	9			√				
	社群运营 (050056)	必修	考试	2	36	18	18		√					
	网络营销 (050111)	必修	考试	4	72	54	18		√					
	视觉营销设计 (050075)	必修	考查	4	72	18	54			√				
	专业核心课小计			20	360	171	189	0	108	144	108			
专业拓展课	商业文化 (050130)	选修	考查	2	36	18	18	√						
	图形图像处理 (050135)	选修	考查	2	36	9	27		√					
	客户服务与管理 (050097)	选修	考查	2	36	18	18			√				

	新媒体视频制作 (050076)	选修	考查	2	36	9	27			√			
	直播电商实训 (050053)	选修	考查	2	36	9	27				√		
	电子商务与物流 (050135)	选修	考查	2	36	18	18			√			
	财经应用文写作 (050007)	选修	考查	2	36	18	18			√			
	经济学基础 (050137)	选修	考查	2	36	18	18	√					
	市场调研与分析 (050138)	选修	考查	2	36	9	27				√		
	消费者行为分析 (050139)	选修	考查	2	36	18	18			√			
	办公软件高级应用 (050140)	选修	考查	2	36	9	27			√			
	商务沟通 (050141)	选修	考查	2	36	9	27			√			
	项目管理 (050142)	选修	考查	2	36	18	18				√		
	智慧商业 (050143)	选修	考查	2	36	18	18			√			
	计划执行专业拓展课小计				14	252	99	153	36	108	36	72	
	专业课程合计				56	1008	522	486	180	324	324	180	
实践课程	集中实践教学	军事训练 (107001)	必修	考查	2	36	0	36	√				
		社会实践活动 (106001)	必修	考查	2	36	0	36		√			
		毕业设计 (论文) (1060012)	必修	考查	4	72	0	72					√
		岗位实习 (106014)	必修	考查	34	612	0	612					√
		集中实践教学合计			42	756	0	756	36	36	0	0	342
	总学分、总学时合计				141	2538	1124	1414	549	621	441	225	351

## (五) 实践教学计划表

表7-5 实践教学计划表

序号	课程或项目名称	学期	总学时	子项目名称及周数
1	电子商务基础	1	36	电商认知与模式2周、电商工具与平台2周、电商运营基础2周、电商支撑体系2周、电商实践操作1周
2	商务数据分析	2	18	商品数据获取2周、数据处理2周、数据分析4周、设计可视化方案和撰写报告1周
3	零售基础	2	9	零售门店布局与商品陈列1周、商品管理1周、顾客服务与销售技巧1周、新零售融合场景实训2周
4	市场营销	3	9	市场调研1周、消费者画像构建1周、营销策略制定2周、营销执行与协作1周
5	财税基础	3	36	原始凭证识别与记账凭证填制3周、帐薄登记与对账结账2周、税务核算与申报2周、财务报表编制与分析2周
6	数据可视化	3	18	数据可视化基本流程1周、图表类型与优化设计2周、场景数据可视化6周
7	电子商务法律法规	2	18	法律认知3周、案例拆解3周、实操应用3周
8	网店运营	3	36	网店前期准备2周、网店装修2周、网店日常运营管理3周、店铺推广2周
9	数据化运营	4	54	有确定运营目标1周、搭建指标体系1周、数据采集2周、数据分析6周、运营优化2周、持续跟踪2周
10	零售门店O2O运营	4	9	运营数据采集与分析1周、商品规划与商品发布及优化2周、行业商家管理与活动运营1周、用户运营1周
11	社群运营	2	18	社群定位及建群1周、社群引流1周、社群爆款打造1周、社群活动策划与执行2周、社群管理工具使用1周、社群活跃1周、社群粉丝管理1周、社群数据分析1周
12	网络营销	2	18	市场分析1周、活动主题与目标确定、活动方案设计与任务

				分解、活动执行2周、活动过程跟踪与数据分析1周、活动复盘与总结1周
13	视觉营销设计	3	54	店铺页面设计4周、品牌视觉设计4周、产品包装设计4周、新媒体视觉设计4周
14	商业文化	1	18	案例分析1周、创意转化2周、调研与报告4周、模拟运营2周
15	图形图像处理	2	27	图形处理6周、图像处理6周、图像渲染2周
16	客户服务与管理	4	18	服务沟通技巧2、需求分析与解决3周、投诉处理与危机公关2周、数字化服务工具应用2周
17	新媒体视频制作	3	27	视频设计与拍摄6周、编辑6周、运营2周
18	直播电商实训	4	27	直播脚本策划2周、打造直播团队2周、直播间装修布置2周、直播间选品与定价策略2周、直播间预热引流2周、开播运营2周、复盘与数据分析2周
19	电子商务与物流	2	18	电商仓储配送2周、退换货物流2周、库存协同管理3周、物流服务质量管控2周
20	财经应用文写作	2	18	写作练习9周
21	毕业设计	6	72	论文写作4周
22	岗位实习	5、6	612	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34周
	总计		1170	

## 八、实施保障

### (一) 师资队伍

电子商务专业教学团队共有教师18人。其中专职教师15人，兼职教师3人，高级职称4人，占22%;中级职称6人，占33%;拥有硕士学历者11人，占61%。本团队现有专业带头人1人，负责专业教学团队的管理、协调与团队建设的规划、实施;校级专业骨干教师1人，负责专业引领，发挥教学支撑作用和指导青年教师的骨干作用;院级骨干教师10人，是专业教师团队的主要力量。根据教学需要和教师的教学特长，专业教师在教学实施过程中各有所“专”，充分发挥了分工合作的整体优势。各位骨干教师和专职教师均承担两门以上专业基础或专业课程的教学任务。

近年来，本教学团队主持完成省、市级科研项目30余项，公开发表科研论文共计30余次，多次组织学生参加河南省高等职业教育技能大赛、河南省职业技能大赛、“挑战杯”等，并获得奖项。本专业兼职教师，主要来自电子商务相关企业或高等院校，具有丰富的实践经验和一定的教学素质。电子商务专业建立了有利于提高教师质量和师德师风的机制与政策，效果显著；师资队伍建设规划及保障机制行之有效，措施得力。

表8-1 专业教学团队名单

姓名	职称	师资类型	备注
魏慧	副教授	专业带头人	“双师型”教师 河南省教育厅学术技术带头人
谭瑞花	副教授	专任教师	“双师型”教师
孙春娇	副教授	专任教师	“双师型”教师
李彦顺	副教授	专任教师	“双师型”教师
齐五国	讲师	专任教师	“双师型”教师
高岩	讲师	专任教师	“双师型”教师
刘红源	讲师	专任教师	“双师型”教师
路苗苗	讲师	专任教师	“双师型”教师
刘晓芳	讲师	专任教师	“双师型”教师
朱利利	讲师	专任教师	校级优秀党员教师
张娜	助教	专任教师	“双师型”教师

宋彦平	助教	专任教师	“双师型”教师
谭蕊彦	助教	专任教师	“双师型”教师
杨瑾	助教	专任教师	校级文明教师
何艳坤	助教	专任教师	校级优秀教师
代雷	总经理	兼职教师	行业导师
胡鹏	运营部经理	兼职教师	行业导师
方言	设计师	兼职教师	行业导师

## (二) 教学设施

为保证人才培养方案的顺利实施，建成了与课程体系相配套的校内实训基地和校外实训基地。

### 1. 专业教室条件

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。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. 校内实训基地

本专业由实训基地提供数据分析、视觉营销设计、直播电商、新媒体视频制作等与专业对口的实训场所，并严格遵循教育部《职业院校实训基地建设标准》推进建设；设备设施实行定期更新与维护机制，保障实训教学与行业技术同步；安全防护设备（如灭火器、应急电源）配备齐全，同时保持环境整洁通风，且将设备使用规范、安全操作规程等管理制度上墙公示，实现规范化管理。

表8-2 电子商务专业实训室设置表

实训室名称	实训项目	主要实训内容	技能鉴定	社会服务
电子商务视觉设计实训室	视觉营销设计实训	网店首页、详情页、促销视觉营销设计；	1+X网店运营推广证书	
	新媒体视频制作实训	视频策划、视频拍摄、视频剪辑；		
	图形图像处理实训	图像处理、图形处理、图像渲染。		
网络营销实训室	网络营销实训	网络营销发布、实施、复盘；	1+X网店运营推广证书	
	直播电商实训	直播活动与脚本策划、打造高效的直播		

		团队、直播间的装修布置、直播选品及定价策略、直播间的预热引流、直播开播阶段的运营、直播复盘与数据分析。		相关行业培训及考试
电子商务数据 分析实训室	商务数据分析实训 数据可视化实训	商务数据获取、商务数据处理、商务数据分析； 商务数据可视化。	1+X网店运营推广证书	
电子商务运营 实训室	网店运营实训 零售门店O2O运营实训 社群运营实训 数据化运营实训	网店前期准备、网店装修、网店日常运营管理、店铺推广； 运营数据采集与分析、商品规划与商品发布及优化、行业商家管理与活动运营、用户运营； 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； 数据透视表的使用、市场数据可视化、商品数据可视化、客户数据可视化、营销推广数据可视化、用AI快速处理数据报表。	电子商务师	

### 3. 校外实训基地

在原有的校外实训基地的基础上，财经商贸学院积极开拓新的校外实训基地，签订就业基地协议。目前本专业已基本建成了相对稳定、深度融合的校外实训基地，确保既能为学生提供真实工作场景，满足学生进行岗位实习需要的同时，又为教师企业锻炼、提高教师实践能力发挥重要作用。

表8-3 电子商务专业校外实习实训基地

实习基地名称（单位）	实训项目	功能
河南春池嫣韵科技有限公司	综合职业能力实践	岗位实习
河南棉柚实业有限公司	综合职业能力实践	岗位实习

兰考县双冠乐器配件有限公司	综合职业能力实践	岗位实习
兰考古川木门有限公司	综合职业能力实践	岗位实习
河南云派信息科技有限公司	综合职业能力实践	就业
河南乐汀网络科技有限公司	综合职业能力实践	就业
河南锦富文化传媒有限公司	综合职业能力实践	就业

### （三）教学资源

#### 1. 教材选用

本专业严格执行国家、省和学校关于教材选用的有关要求，优先选用高等职业院校国家级和省级规划教材，尽可能选用近3年出版的高职高专教材，确保教材的科学性、先进性和适用性。核心教材优先选用“十四五”规划教材，重点覆盖《网店运营》《网络营销》《视觉营销设计》等专业核心课程，这类教材既贴合高职教育“岗课赛证”融合需求，又能同步反映数智化电商发展新趋势。其次，优先选用配套有微课视频、实训案例库、虚拟仿真资源的新形态教材，例如带线上实训平台的《客户服务与管理》《电子商务与物流》教材，助力理论教学与实操训练无缝衔接。同时，结合区域电商产业特色（如本地农村电商），补充选用企业编写的实操手册、行业白皮书作为辅助教材，如引入本地头部电商企业的《直播电商运营SOP》，进一步强化教材与岗位实际需求的匹配度。

教材选用前需经过教研组集体审核，重点审查内容是否符合意识形态要求、是否涵盖最新行业标准（如《电子商务法》修订条款）、是否适配高职学生认知水平与技能培养目标；选用后建立教材使用反馈机制，每学期收集教师教学建议与学生学习体验，结合行业技术更新动态，及时调整教材选用清单，确保教材始终服务于专业人才培养质量提升。

#### 2. 图书文献配备

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，方便师生查询、借阅。拥有完善的图书文献检索系统，提供便捷的电子图书借阅服务，覆盖新电商模式操作技巧、匹配数字技术岗位需求、支撑运营管理能力培养，紧跟行业前沿。专业类图书文献主要包括：涵盖电子商务核心概念、主流模式与行业发展逻辑，满足入门认知需

求的《电子商务概论》；聚焦客服、运营、设计、推广等核心岗位，匹配技能培养需求的《网店运营推广实战教程》《淘宝天猫运营从入门到精通》《短视频电商内容创作与流量变现》等；覆盖电商相关数字技术与工具应用，适配技术岗位需求的《生意参谋数据分析实战》《Photoshop 电商美工设计》《人工智能在精准营销中的实践》等。

### 3. 数字教学资源配置

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、数字教材、精品在线课程等省级专业教学资源，形成“基础 - 技能 - 实战”三层资源体系，覆盖课程教学、实训实操、技能提升全场景，支撑“岗课赛证”融合育人。

## （四）教学方法

针对其强实践性的特点，采用“以学生为主体、理论与实践一体”的课程教学设计思路。为激发学生学习热情，避免单纯理论讲解的枯燥，结合课程特点，因材施教，灵活运用项目教学法、案例教学法、任务驱动法等教学方法，坚持做中学、学中做。

项目教学法：以《网店运营》《直播电商实训》等项目为载体，让学生分组完成项目，提升实战能力。

案例教学法：结合《图形图像处理》《数据化运营》等实操课，边讲理论边指导软件操作，同步开展案例演练，实现知识与技能衔接。

任务驱动法：《电子商务法律法规》等课程用学习通发布案例任务，学生拆解维权场景，让学生在完成任务步骤中掌握电商知识，替代纯理论讲解。

## （五）学习评价

1. 评价方式：为响应国家关于推动人工智能与教学深度融合、优化教育教学评价的号召，本专业积极探索并构建多元主体、人机协同的教育评价模式。已形成成果汇报、项目化成果、理论考试、平时测验、职业技能大赛、职业资格鉴定证书等评价方式。

2. 评价主体：由教师评价、小组互评、企业导师评价相结合。

3. 成果确定：对教学过程的关键项目的关键节点进行阶段性成果考核，打破了学期末一次性理论评价的局限，可以及时调整考核方式、教学进度确保教学效果。职业技能证书与课程考试的融通。校内对技能性较强的课程，可用相关的职业资格证书替代考试成绩，多考可累计计入学分。将职业资格证书纳入专业技能等级考核的范畴，更好地体现职业能力地培养。鼓励参加院内外专业技能竞赛，竞赛可成绩代入课程成绩评定。

**4. 推动人工智能与教学深度融合：**充分利用教育大数据和人工智能技术，积极构建多元主体、人机协同的教育评价模式，提高教育评价的科学性和准确性，推进教育评价创新变革。

## **(六) 质量管理**

1. 建立行企校合作的专业建设和教学过程质量监控机制，定期完善人才培养方案和课程标准，完善教学基本要求。

2. 定期开展课程建设水平和教学质量整改，健全听课、评教、评学制度。

# **九、质量保障和毕业要求**

## **(一) 质量保障**

本专业高度重视人才培养质量保障，构建了完善的质量保障机制。以专业标准为引领，从过程管理、跟踪评价和基层组织建设等方面入手，确保人才培养的各个环节都符合高质量要求。

首先，强化过程管理，把控培养全环节。对照专业标准细化课程目标、实训要求，通过“教师备课审核 + 课堂教学巡查 + 教研组抽检”三重监督，确保课堂教学贴合岗位需求、实训操作匹配行业规范；同时利用学习通等平台跟踪学生作业完成度，及时干预学习薄弱环节。

其次，完善跟踪评价，动态优化培养方案。建立“校内考核 + 企业评价 + 毕业生追踪”三维评价体系，校内通过技能大赛、实训考核检验学习效果，企业实习实训时由企业导师评分反馈岗位适配度，毕业后定期调研用人单位满意度与薪资水平，根据评价数据调整课程设置、优化实训项目。

最后，夯实基层组织建设，筑牢质量保障基础。以专业教研室为核心，组建“校 - 企”双带头人团队，定期开展教学研讨、行业标准解读会；同时将教师教学质量与绩效考核挂钩，激发基层组织对质量保障的主动性。

## **(二) 毕业要求**

本专业的学生在全学程修完本方案所有课程，并符合《兰考三农职业学院学生学籍管理实施细则》之规定，方能准许毕业并获得规定的毕业证书。

### **1. 修业年限**

学生在校期间实施3-5年的弹性学习年限制度，学生在校基本学习年限为3年，可根

据个人修业情况，申请延长修业时间，最晚可推迟2年毕业。

## 2. 学分规定

总学分不低于141学分（其中选修课学分16学分），但必须修完所有职业能力课程。学生在基本学习年限内，未获得毕业所需学分，可申请结业证（学籍终止）；不申请结业者，可重修相应课程。学分设定标准以授课（训练）学时数（或周数）为主要依据。

- (1) 按学期排课的课程以18学时折算1学分；
- (2) 每门课程的学分以0.5为最小单位。

## 十、人才培养模式及特色

### (一) 人才培养模式

本专业采用“岗课赛证”融合的“三阶递进式”培养模式，以互联网及批发零售领域岗位（群）需求为核心，分阶段实现“知识筑基—技能提升—岗位适配”目标。

第一阶段（基础认知期）：聚焦“岗课对接”，通过《电子商务基础》《网店运营》等课程，结合虚拟仿真软件模拟网店运营、视觉设计基础场景，让学生掌握电商基础理论与工具操作，同步融入电子商务师（三级/四级）证书核心知识点，夯实专业基础。

第二阶段（技能强化期）：侧重“课赛融合”，以全国电子商务职业技能大赛、直播电商实战赛等赛事标准设计实训项目，如围绕“全渠道营销主管”岗位，开展营销活动策划、社群运营等实战训练；结合《电子商务法律法规》课程，组织合规方案设计竞赛，提升学生实战能力与职业素养。

第三阶段（岗位适配期）：深化“校企协同”，安排学生进入合作企业（如本地电商产业园、头部平台商家）开展为期不少于6个月的顶岗实习，参与真实项目，企业导师与校内教师共同指导，实现从“校园学习”到“岗位胜任”的无缝衔接。

### (二) 特色

基于上述模式，电子商务专业的人才培养着重突出以下特色，形成差异化竞争优势。

#### 1. “双元双导”育人机制

校内教师与企业导师组成“双导师”团队，校内教师负责理论教学与课程思政渗透，企业导师主导实践教学，定期开展企业进校园讲座、实训指导，确保教学内容与行业新技术、新规范同步。

#### 2. “数字赋能”实践教学

引入大数据分析平台、AI智能客服模拟系统等数字资源，在《数据化运营》《客户服务与管理》等课程中，让学生通过真实数据集分析用户画像、优化运营策略，借助模拟软件场景演练客户服务等场景，提升数字素养与技术应用能力。

### 3. “分层分类”个性化培养

针对学生职业规划差异，设置“运营管理”“视觉设计”“客户服务”等发展方向的模块课程，同时为有创业意愿的学生提供电商创业孵化指导，助力学生精准匹配岗位需求。

## 十一、附录及说明

### (一) 附录

表 11-1 教学进程及教学活动周计划安排表

学年	学期	课堂教 学	集中实践				复习考试 (其他)	机动	合计	学分
			军训	岗位实 习	毕业设计 (论文)	其它 集中 实践				
一	一	16	2				1	1	20	30.5
	二	18					1	1	20	34.5
二	一	18					1	1	20	24.5
	二	18					1	1	20	12.5
三	一			19				1	20	19.5
	二			15	4			1	20	19.5
合计		70	2	34	4		4	6	120	141

### (二) 说明

- 《形势与政策》课程中的实践学时，由马克思主义学院、团委、学生管理处相配合，根据学校社会实践活动内容统一安排。
- 劳动教育课程以实习实训课为主要载体，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育不少于 16 学时。
- 本专业的人才培养方案主要依据于《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13 号）、高等职业学校专业教学标准（2025）、《关于修订 2025 级专业人才培养方案的通知》以及本专业发展情况的相关调查与论证。
- 专业人才培养方案制定（修订）完成后经学校校长办公会和党委会研究审定后实施。



## 财经商贸学院人才培养方案初审

审批人/审批部门	审批人签名	审批时间
电子商务专业负责人	何艳坤	2025.6
电商教研室	何艳坤	2025.7
院专业建设指导委员会	魏慧 王坤 魏海 高京霞 李利利	2025.7
学院审批	魏慧	2025.8

## 人才培养方案专家评审意见

专家组成员名单			
姓名	单位	专业	联系方式
张新成	开封大学	计算机	17703780036
赵瑾	开封大学	中文	13663786161
张富云	开封大学	艺术设计	13783901998
赵书锋	开封大学	土木工程	13569525790
付晓豹	兰考三农职业学院	软件工程	18903780272
杨晴	正大食品(开封)有限公司	人力资源管理	13733199892
吴扎根	开封悦音乐器有限公司	古筝制作	15603784888

## 专家评审意见

各专业的人才培养方案整体框架完整，结构清晰，大部分专业能够结合国家教学标准进行设计，体现了规范性。方案中注重核心课程与典型工作任务的对接，并在课程设置中考虑了区域经济特色，显示出一定的应用型人才培养思路。还存在以下主要问题：

1. 要严格落实 2025 版专业教学标准，重审目标、规格与核心课程，优化课程内容与教学要求。结合区域经济与学校特色，完善人才培养模式，避免照搬。
2. 培养规格需突出本校特色，细化核心能力与素质要求。
3. 核心课程设计应融合国家职业标准，对接典型工作任务，明确典型工作任务与教学内容。
4. 要强化实践教学，专业核心课程应体现职教特色，学时安排要合理。
5. 继续完善选修课的设置，要提供充足的课程选择，专业选修课数量  $\geq$  应选课程的 2 倍。
6. 在方案中要清理冗余备注，规范课程性质的标注。
7. 继续优化课程模块设置，避免无效学时。公共选修、平台模块不列空表，课程类型改为“必修/选修”。
8. 要确保毕业学分与课程设置一致，规范教学周数安排。
9. 需修正职业面向的语言表述，统一表格标题与内容。

专家组组长签字：张新权

日期：2025 年 8 月 18 日

## 人才培养方案单位终审

审批人/审批部门	审批人	审批时间
教育教学处审核	杨建伟	2025.9.11
主管副校长审核	白宝山	2025.9.12
校专业（群）建设指导委员会审核	姚冬 白宝山 吴利敏 杜友 李智永 杨建伟 付晓丽 徐宁 田军亮 雷莹莹 魏慧 <del>郭春海</del> <del>张璐</del>	2025.9.22
校长办公会审议	陈宣陶	2025.9.26
校党委会审定	同意 	2025.9.29