

电子商务专业人才培养方案

执笔：

审核：

制定日期：2024 年 6 月

一、专业名称

电子商务专业（专业代码：530701）

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业教育

学历层次：专科

三、入学要求

中等职业学校毕业、高中阶段教育毕业生或者具有同等学力者。

四、学制

全日制三年

五、培养目标与培养规格

1. 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。

2. 培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握互联网交易安全、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、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、职业面向及职业能力

1. 职业面向

主要就业单位：主要面向互联网和相关服务、批发业、零售业领域的企业，包括各类电商平台企业、传统企业的电商部门、互联网营销公司、零售门店（含线上线下融合的 O2O 企业）、电商服务提供商等。

主要就业部门（岗位）：运营主管、数据化运营岗位、O2O 运营岗位、全渠道营销主管、网络

营销岗位、社群运营岗位、直播电商岗位、O2O 销售主管、互联网销售岗位、智能客服主管、客户服务管理岗位、视觉营销设计师岗位等。

可从事的工作岗位及职业能力要求如表 1 所示。

表 1 岗位工作任务与职业能力分析表

序号	岗位类别	职业岗位	工作任务	能力、知识与素质要求	主要支撑课程
1	核心岗位	网络营销专员	(1)制定设计网络营销策略。 (2)网络品牌管理和维护。 (3)利用多媒体网络平台进行产品营销。	(1)了解互联网基本知识，热爱网络营销；制定有效的营销策略并负责实施；负责网站在互联网上的整体营销，利用各种网络资源提高公司网站访问量和知名度。 (2)具有一定网络文章策划、撰写和编辑能力；了解搜索引擎优化等网络营销的技术，掌握多媒体营销等社会化营销渠道。 (3)具备较强的学习能力、工作沟通能力、团队精神，敬业诚信，富有进取精神并能承受工作压力。	网络营销*
2		运营主管	(1)根据部门业务需要，合理设置部门组织结构和岗位，优化业务流程，合理配置人力资源。 (2)进行市场调查和反馈，组织网站整体定位、风格设计、业务方向的综合策划，确立网站定位与发展方向。 (3)制定网站总体及阶段性的发展规划、运营战略，并组织协调各相关部门执行、实现网站运营目标。 (4)负责网站的整体运营，管理用户需求分析、网站优化与推广、流量分析等工作。	(1)网络营销策划能力：能够运用各种网络营销媒体开展策划，制定网络推广的整体方案。 (2)网络信息管理能力：包括采集网络商务信息、利用网络进行各种商务信息的检索、制订网络商务信息采集流程、网络商务信息整理及分析、在企业网站发布采购和销售信息。 (3)网络营销团队协调、组织、沟通、业绩考核能力，电子商务创业力。	社群运营*、零售门店 O2O 运营*
3		网店运营	(1)负责网店产品信息更新。 (2)能策划店铺及产品推广方案。 (3)网络店铺的销售目标管理与分析。	(1)运用网店分析与管理工具，分析交易平台的运营环境和交易规则，制定推广运营计划能力。 (2)熟练使用各种网络营销工具的能力。 (3)网店商品描述信息的整理、上线和维护能力。 (4)运用网络媒体开展市场营销活动的的能力，包括在线产品的销售、咨询和售后服务。	网店运营*、数据化运营*
1	相关	视觉	(1)负责网站整体的美术设计。创	(1)产品摄影能力。	视觉营销设计*

序号	岗位类别	职业岗位	工作任务	能力、知识与素质要求	主要支撑课程
	岗位	营销设计	意工作和制作工作。 (2)网站页面规划, 布局设计, 静态页面切割制作。 (3)配合程序进行页面调试。 (4)负责网站产品界面的视觉设计及市场推广设计工作。 (5)负责网站的视觉设计和视觉传达。	(2)图形图像处理能力。 (3)商品详情图片设计与制作能力。 (4)商品推广图片设计与制作能力。	
2		直播运营	(1)根据平台属性、运营需求和人群洞察, 编辑有行业深度观察和干货视角的内容输出, 独立完成高传播度的原创稿件。 (2)根据产品属性, 提炼产品卖点与优势, 以客户视角对产品进行包装和推广。 (3)参与产品、内容的线上推广宣传工作, 负责营销过程中的文案撰写。	(1)文案策划与撰写能力。 (2)短视频拍摄与制作技能。 (3)直播电商营销能力。 (4)直播的引流、维护与变现的能力。 (5)直播营销团队协调、组织、沟通、业绩考核能力。	直播营销基础、短视频运营
3		电子商务客服专员	(1)接听顾客的电话, 解决顾客投诉, 跟踪客户满意度。 (2)协调沟通解决顾客反馈的问题, 做相应数据分析等。	(1)具备基本的网络知识, 打字速度快、熟悉使用自动化办公软件。 (2)具备较强的学习能力、工作沟通能力、团队精神, 敬业诚信, 富有进取精神并能承受工作压力。	客户服务与管理

2. 职业类证书（含职业资格证书、职业技能等级证书）

表 2 职业类证书一览表

序号	证书名称	颁证单位	等级	建议考证学期	衔接课程
1	高等学校英语应用能力证书	江苏省教育厅	A 级	第 3 学期	大学英语
2	电子商务师	经人力资源社会保障部门备案的社会培训组织	中级	第 4 学期	网店运营
3	互联网营销师	经人力资源社会保障部门备案的社会培训组织	中级	第 4 学期	网店运营
4	电子商务（网店客户服务）	工业和信息化部教育与考试中心	中级	第 4 学期	电子商务方案设计与应用
5	学校规定的省级电子商务专业竞赛证书	江苏省教育厅等	三等奖及以上	第 4 学期	电子商务方案设计与应用

备注：（1）职业类证书须与专业课程衔接；
 （2）如因政策原因，证书取消，学校另行研究处理。

七、课程方案与学时分配

1. 课程方案与教学进程安排见附表
2. 课程结构分析见表 3

表 3 课程结构分析表

课程类别		学分	百分比	学 时	百分比	实践性	百分比
						教学学时	
必修课	思想政治理论课程	9	6.9%	176	6.6%	19	0.7%
	素质教育课程	35	26.7%	532	19.9%	244	9.1%
	专业（群）基础课程	27	20.6%	456	17.1%	226	8.5%
	专业中阶/高阶课程	40	30.5%	1216	45.6%	1056	39.6%
选修课	公共选修课程	8	6.1%	128	4.8%		
	专业选修课程	10	7.6%	160	6.0%	68	2.5%
	第二课堂	2	1.5%	112			
总学分		131					
教学活动总学时		2668		实践性教学总学时		1613	
实践学时比例		60.5%					

八、各教学环节周数分配

表 4 各教学环节周数分配表

教学环节	理论课程 教学周	军事 技能	文科基础实训 /工科基础实训	实训课 (集中实训周)	考试	岗位 实习	周数 合计
周数	81	2	2	6	5	24	120

九、主要课程及要求

(一) 公共基础课程

严格按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。根据党和国家有关文件规定，将思想道德与法治、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、军事理论、军事技能、国家安全教育、心理健康、体育、劳动教育、大学英语、大学语文、数学、职业生涯规划、就业与创业指导、信息技术、人工智能应用基础、美育、四史等列为公共基础课。

(二) 专业（技能）课程

1. 专业（群）基础课程

表 5 专业（群）基础课程表

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/学时	考核方式
1	认识实习	知识目标：掌握电子商务的基本概念、分类和发展历程；理解电子商务的主要应用领域，包括传统商业中的电子商务应用；熟悉电子商务的优势和挑战，以及电子商务中的法律问题。 能力目标：培养学生分析电子商务案例的能力，能够运用所学知识解决实际问题；提升学生的创新意识和创业意识，鼓励学生创新电子商务商业模式；培养学生独立从事电子商务活动的综合能力。 素质目标：激发学生对电子商务的兴趣和学习热情；树立学生对电子商务行业的信心和认可度。	主要教学内容： (1)电子商务概述：电子商务的概念、分类和发展历程；电子商务与传统商务的对比。 (2)电子商务应用：电子商务的主要应用领域，如零售、金融、服务等；电子商务在不同行业中的具体案例。 (3)电子商务技术：电子商务涉及的主要技术，如网络通信技术、数据库技术等；电子商务平台的构建与运营。 (4)电子商务管理：电子商务的营销策略、促销方法；电子商务的物流管理和供应链管理；电子商务的客户服务管理。 (5)电子商务法律：电子商务中的法律问题，如合同、隐私保护、消费者权益等；电子商务的法律法规和政策环境。 (6)电子商务案例分析：通过实际案例，分析电子商务的商业模式、运营策略等；鼓励学生进行电子商务创业项目的策划与实施。	1/16	考查
2	文科基础实训	本课程遵循学校制定的统一实施方案进行教学内容设置	本课程遵循学校制定的统一实施方案进行教学内容设置	2/56	考查
3	会计基础	知识目标：全面理解会计理论与经济管理基础知识，掌握会计确认、计量、记录、反映基本知识，独立从事会计工作，分析企业财务状况、经营成果和成本运营的基础知识。 能力目标：准确进行会计确认、计量、记录和反映，评价会计过程与结果，分析企业经营状况、财务收支及成本运营，运用会计核算理念参与经济管理。 素质目标：激发学生对大数据与会计专业的热爱与追求，培养经济意识、服务意识，塑造社会公德、职业道德，建立效益意识与法制观念。	主要教学内容：会计目标、会计要素、账户与会计等式、借贷记账法应用、会计凭证、会计账簿、财产清查、财务报告、会计核算程序等。本课程按照会计工作任务流程将教学内容分为五大模块：“职业导论→借贷记账法及其应用→填制和审核会计凭证→登记账簿→编制财务报表”，并在各模块中融入爱国情怀、社会主义核心价值观、会计职业道德等思政元素。	3/48	考试

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
4	企业管理 基础	知识目标: 掌握管理系统的基础知识, 掌握基本的管理思想与理论, 掌握管理的基本职能。 能力目标: 具有对工商企业进行调研策划的能力; 形成理性分析能力, 提升以直觉判断为基础的决策或决断的能力。能根据工商企业存在问题设计各种管理优化方案。具有对团队领导及沟通协调的能力。能够根据不同的工商企业管理情境, 选择最优管理方案, 从而提高企业运行效率。 素质目标: 培养学生辩证唯物主义和历史唯物主义的科学世界观和方法论, 培养学生科学的管理思维(包括战略思维、历史思维、辩证思维、创新思维、底线思维), 指导管理实践, 提升管理水平; 具有团队合作精神, 培养严谨的工作作风和敬业爱岗的工作态度。	主要教学内容: 本课程由工商企业管理基础知识、企业管理基础操作两大教学模块组成。结合相关专业职业岗位对能力结构和知识结构的定位, 在以能力教学为主的原则下, 通过《企业管理基础》课程的学习, 使学生掌握有关企业管理的卓越理念, 学会构建合适的公司架构; 使学生掌握基础知识和操作步骤, 培养学生的决策能力、组织能力、团队管理能力、沟通协调能力、控制能力及创新能力。	3/48	考试
5	数字经济 基础	知识目标: 掌握数字经济的基本概念: 理解数字经济的定义、范围和核心要素, 包括数字技术、数据资源、数字平台等。熟悉数字经济的运行机制: 了解数字经济的产业链、价值链和生态系统, 掌握数字经济与传统产业的融合模式。了解数字经济的政策法规: 熟悉国家和地方关于数字经济发展的政策法规, 掌握数字经济领域的法律法规框架。掌握数字经济的分析方法: 学会运用数据分析、市场调研等工具, 对数字经济现象进行分析和研究 能力目标: 具备数字经济分析能力: 能够运用所学知识, 分析数字经济的发展趋势和市场动态。 具备数据处理能力: 能够熟练使用数据分析工具, 对数字经济发展中的数据进行收集、整理和分析。具备政策解读能力: 能够准确解读数字经济相关政策法规, 为企业或个人提供合规建议。 素质目标: 培养创新思维能力: 通过学习数字经济的前沿技术和创新模式, 激发学生的创新意识和创新能力。提高信息素养: 培养学生收集、处理和利用数字信息的能力, 提升信息素养。	主要教学内容: 数字经济概述: 数字经济的定义、特点和发展历程; 数字经济的基础设施: 数字技术、网络基础设施、数据资源等; 数字经济的商业模式: 电子商务、数字金融、共享经济等; 数字经济与传统产业的融合: 制造业数字化转型、农业数字化升级等; 数字经济的政策法规: 国家和地方数字经济政策法规解读; 数字经济的分析方法: 数据分析、市场调研等工具的使用。	3/48	考试

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
		增强团队协作能力：通过小组讨论和项目实践，培养学生的团队合作精神和沟通能力。			
6	直播营销 基础	知识目标：掌握直播营销的基本概念：了解直播营销的定义、特点和分类；熟悉直播平台的运营模式：了解淘宝直播、抖音直播、快手直播等主流直播平台的运营机制和用户群体；掌握直播营销策略：学会直播脚本撰写、直播互动技巧、直播带货方法等；了解直播营销的法律法规：熟悉直播营销中的广告法、消费者权益保护法等相关法律法规。 能力目标：具备直播营销策划能力：能够独立完成直播营销活动的策划和执行；具备直播互动能力：能够与观众进行有效互动，提升观众参与度和转化率；具备直播数据分析能力：能够运用数据分析工具，对直播效果进行评估和优化。 素质目标：培养创新思维能力：通过直播营销策划，激发学生的创新意识和创造力；提高沟通能力：通过直播互动，提升学生的语言表达能力和沟通能力；增强团队协作能力：通过小组项目实践，培养学生的团队合作精神和沟通能力。	主要教学内容：直播营销概述：直播营销的定义、特点和分类；直播平台介绍：淘宝直播、抖音直播、快手直播等主流直播平台的运营机制和用户群体；直播营销策略：直播脚本撰写、直播互动技巧、直播带货方法等；直播营销法律法规：广告法、消费者权益保护法等相关法律法规解读；直播营销案例分析：分析成功直播营销案例，总结经验教训；直播营销实践操作：模拟直播营销活动，提升实践能力。	3/48	考查
7	数字金融 基础	知识目标：掌握数字金融的基本概念：理解数字金融的定义、范围和核心要素，包括数字货币、移动支付、互联网金融等；熟悉数字金融的主要业务：了解数字货币、移动支付、网络借贷、数字银行等业务模式；掌握数字金融的风险管理：学会识别和防范数字金融风险，了解数字金融的监管框架。了解数字金融的政策法规：熟悉国家和地方关于数字金融发展的政策法规，掌握数字金融领域的法律法规框架。	主要教学内容：数字金融概述：数字金融的定义、特点和发展历程；数字金融的主要业务：数字货币、移动支付、网络借贷、数字银行等业务模式；数字金融的风险管理：风险识别、风险评估、风险防范等；数字金融的政策法规：国家和地方数字金融政策法规解读；数字金融案例分析：分析成功数字金融案例，总结经验教训；数字金融实践操作：模拟数字金融业务操作，提升实践能力。	3/48	考试

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
		能力目标：具备数字金融业务操作能力：能够使用熟练数字金融工具，进行支付、转账、理财等操作；具备数字金融风险识别能力：能够识别数字金融业务中的风险点，采取有效的防范措施；具备数字金融政策解读能力：能够准确解读数字金融相关政策法规，为企业或个人提供合规建议。 素质目标：培养风险意识：通过学习数字金融的风险管理，增强学生的风险意识和合规意识；提高信息素养：培养学生收集、处理和利用数字信息的能力，提升信息素养。增强团队协作能力。			
8	电子商务英语	知识目标：掌握电商基础术语、交易流程与管理知识，了解行业趋势。 能力目标：提升英语听说读写译能力，特别是电商环境下的应用能力，解决实际问题。 素质目标：培养跨文化交流、自主学习、团队合作及遵守职业道德与法律规范的素质。	主要教学内容：该课程融合电子商务与英语应用，涵盖电商基础理论、专业术语、实务操作及案例分析。学生将学习电商模式、交易流程、网络营销策略，并通过模拟平台提升实操能力。同时，课程注重培养学生的跨文化交流能力，使其掌握国际电商环境下的沟通技巧。此外，还涉及电商法律与伦理知识，确保学生具备合法合规的从业素养。整体而言，该课程旨在培养具备扎实电商知识、良好英语沟通能力和职业道德的高素质电商人才。	3/48	考试
9	电子商务基础	知识目标：学习电子商务的基本概念，电子商务的基本技术、网上支付、电子商务与物流、网络营销等方面的基本知识和认识操作。 能力目标：培养电子商务的素养。理论与实践相结合，提高学生分析、解决实际问题的能力，通过实际操作使学生真正掌握电子商务的交易过程，掌握网络营销的基本方法和技术，从而提高学生实际操作及综合分析问题和解决问题的能力，具备从事电子商务的一般事务性工作的能力，能够运用基本原理开发初级的电子商务工作程序、方法。 素质目标：辩证思维能力；团队合作精神；严谨的工作作风和敬业爱岗的工作态度；自觉遵守职业道德和行业规范的意识。	主要教学内容：电子商务领域的核心概念、发展趋势和实际应用。课程内容包括电子商务的基础认识、新零售的崛起、网络营销策略、电子支付与物流、移动电子商务、农村电子商务与跨境电子商务的发展，以及电子商务法律框架和职业创业机会。在教学过程中，强调理论与实践的结合，通过案例分析、项目实践等。方式，使学生能够将理论知识应用于实际问题中。同时，注重培养学生的创新思维和探索精神，鼓励他们关注电子商务领域的最新发展动态和创新实践。此外，课程还强调跨学科融合，通过引入市场营销、管理学、法律等相关学科的知识，拓宽学生的知识视野和综合素质。我们鼓励学生积极参与课堂讨论，分享观点和见解，通过互动和反馈机制，不断提升他们的学习效果 and 解决问题的能力。	3/48	考试

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/学时	考核方式
10	网页编程基础	知识目标：了解网页设计基础知识和常用工具；理解 html5 结构、标签及响应式布局的含义。 能力目标：会操作常用制作软件；会利用 html 编辑页面内容，会制作修饰链接、导航条及新闻列表、表单等元素；会利用 css+div 布局制作商务网页。 素质目标：具有自主学习和实际动手能力、分析问题解决问题和开拓创新的能力；养成沉着应变、爱岗敬业的职业道德。备电商行业、计算机网络安全等行业的法律法规意识，能在 web 前端开发中遵守相关行为规范，坚守职业道德，弘扬社会主义核心价值观，传播正能量。	主要教学内容：通过本课程的学习使得学生会熟练使用相关网页制作软件，能够利用 DIV+CSS 技术布局网页，独立制作或修改项目的操作技能，具备商务网页设计的自主设计能力。按照步骤流程学习之后可以掌握前端网页开发的 HTML5 和 CSS3 基础知识，有进行商务网页设计的自主设计能力，熟练使用相关网页制作软件的操作能力，能够利用 DIV+CSS 技术布局网页，掌握链接与导航设置、页面美化的技能，可以独立制作或修改项目。	3/48	考查

2. 专业中阶/高阶课程

表 6 专业中阶/高阶课程

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/学时	考核方式
1	网络营销*	知识目标：具备高素质劳动者和中级管理专门人才所必需的网络营销的基本理论知识和基本职业技能。结合网络营销案例，全面地、系统地传授网络营销基本理论知识的前提下，以某企业的真实网络营销需要为前提，以学生组建的团队与合理分工的形式下，对网络信息处理及调研分析、网络营销手段（域名、E-Mail、论坛、博客、网络广告、网络视频等）、网站优化与推广、网络营销策划，进行项目化学习。 能力目标：掌握基本的网络营销知识；具备企业网络营销需求分析能力；具备网络信息处理及调研分析能力；具备一般网络营销手段；具备网站优化与分析能力；具备网络营销策划书的撰写能力；具备根据企业实际和互联网发展，拓展营销能力。	主要教学内容包括网络营销概念、特点、常用工具；企业网站营销、搜索引擎营销、许可 Email 营销、网络广告、病毒式营销；微博、微信、网络视频等社会化媒体网络营销*；Web3.0 营销；移动网络营销；网络营销 4P 与 4C 策略；网络营销策划等。 教学要求：分为了解、理解或熟悉、掌握三个层次。了解主要是针对课程的有关背景资料、主要事件及历史发展过程，要求能够用对相关问题的简要情况、要点进行概略地描述；理解或熟悉主要是针对课程的基本理论、基本操作，要求能够正确领会其中的基本原理，对基本操作能够在规定的时间内正确完成；掌握是针对网络营销中的重要概念、方法、策略，要求能结合企业网络营销实践需求正确理解，同时要求能够灵活地综合运用。	3/48	考试

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
		素质目标：具备辩证思维能力；团队合作精神；严谨的工作作风和敬业爱岗的工作态度；自觉遵守职业道德和行业规范的意识。			
2	网店运营 *	知识目标：掌握网络推广概述，常见的网络推广方式及具体的应用。社交网络推广、二维码推广、APP 推广等常见形式的优缺点及具体应用流程。淘宝店铺站内推广常见方式及站外推广渠道选择。移动推广渠道的种类及形式。 能力目标：能够针对自己的淘宝店铺进行优惠促销、店铺引流、互动营销等站内推广，能够选择合适的站外推广渠道对淘宝店铺进行站外推广，能够进行微信营销、微信公众号运营与推广、能够制作 H5 页面在各大社交平台进行投放推广。 素质目标：具备创新精神、可持续发展的职业素养；严谨的工作作风和敬业爱岗的工作态度；自觉遵守职业道德和行业规范的意识。	以学生开设的真实的淘宝店铺为基础，通过项目化的教学内容，整体提升学生网络营销与推广的基础知识，提高网络推广能力。主要教学内容： 模块一：网络推广概述 模块二：淘宝店铺开设及运营 模块三：淘宝站内免费推广 模块四：淘宝站内付费推广 模块五：淘宝站外推广 模块六：淘宝店铺移动营销推广 模块七：淘宝店铺无线端运营与推广	3/48	考查
3	社群运营 *	知识目标：掌握社群的产生背景与内涵，特点与优势以与社群构成地五大要素；理解社群营销中地市场调查与分析方法，分析目标人群，从而明确提出社群运营地方向，凝聚社群成员地共同爱好，分析社群成员需求，提出社群运营总体方案；掌握运用网络沟通与社群交流方法构建社群地五个步骤；了解社群地基本结构与管理制 度；掌握社群营销地数据分析工具，设置社群运营 KPI 以与评估社群质量地模型；了解社群地商业变现模式。 能力目标：具备自建社群或者进入其它社群开展社群运营活动地能力；具备凝聚社群成员地共同爱好，分析社群成员需求，提出社群运营总体方案地能力；具备不断提升社群地活跃度，并对社群成员进行定期评估地能力；具备社群运营能力，可以组织社群成员参与线下活动，达到软性推广地效果；具备社群转化地能力，可以组织社群成员与外部资源共同完成品牌推广地活动；具备社群变现地能力，可以在社群内引导社群成员与能辐射人群购买产品或服务，并	主要教学内容：社群营销的相关概念；社群的构建与设计；社群营销的运营；社群线下活动的组织和施行；社群运营团队组建与管理。 教学要求：通过课程学习，了解社群运营的相关知识，掌握社群运营的相关技能；完成课程理论及实训作业，通过期末考核。	3/48	考查

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
		获取好口碑进行二次传播；具备应用社群数据分析工具，对社群运营与推广效果进行监测，并根据实际情况进行调整维护地能力。 素质目标：具备良好地职业道德，互联网伦理意识；具备法律意识，遵守相关法律法规；具备良好地沟通能力，可以与社群成员有效沟通，实现高效地信息交换；具备策划与组织能力，可以协调社群成员，群策群力，完成互联网活动孵化与开展。			
4	零售门店 O2O 运营 *	知识目标：理解 O2O 模式的概念、特点和发展趋势，掌握 O2O 运营的基本理论和实践方法。掌握线上线下融合的策略和技巧，包括线上平台引流、线下体验提升、数据驱动营销等。 (2)技能目标：培养学生具备创新思维和跨界整合能力，能够针对零售门店的特点制定个性化的 O2O 运营方案。 素质目标：提高学生团队协作和沟通能力，培养学生在新零售环境下解决实际问题的能力。	(1)O2O 模式概述：介绍 O2O 模式的概念、发展历程、主要特点和优势，以及在新零售环境下的发展趋势。要求学生了解 O2O 模式的基本概念和应用场景，为后续学习奠定基础。 (2)线上线下融合策略：讲解线上线下融合的策略和技巧，包括线上平台引流、线下体验提升、数据驱动营销等。要求学生掌握如何运用这些策略提升零售门店的客流量和销售额。 (3)线上平台运营：介绍线上平台的选择、搭建、运营和维护等方面的知识和技能，包括电商平台、社交媒体平台、自有 APP 等。要求学生能够熟练运用线上平台进行产品推广、客户互动和数据分析等工作。 (4)线下门店管理：讲解线下门店的选址、装修、陈列、服务等方面的知识和技能，以及如何通过线下门店提升客户体验和品牌形象。要求学生能够掌握线下门店管理的基本要求和技巧，提高门店的运营效率和客户满意度。 (4)数据驱动营销：介绍数据驱动营销的概念、方法和工具，以及如何通过数据分析优化 O2O 运营策略。要求学生掌握数据分析的基本方法和工具，能够运用数据分析来指导 O2O 运营实践。	3/48	考查
5	视觉营销 设计*	知识目标：了解网店视觉营销综述、视觉设计元素、视觉色彩、视觉设计中字体的应用、视觉构图；了解用户体验、视觉定位、店铺结构、商品陈列；掌握文案完美视觉化技巧；了解商品主图、直通	以职业能力为培养目标，本课程以知识递进的角度，分为三大模块。 (1)美工理论：网店美工视觉设计、视觉营销的表现形式等内容，商品的布光、构图以及拍摄。	3/48	考查

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
		车推广图片设计；了解首页、内页掌握视觉营销数据化。 能力目标：培养学生店铺页面制作基本职业能力，学会知识融合、灵活运用、创新的专业能力；收集分析网上信息的主法能力；主动建构新知识的学习迁移能力；敏锐的观察比较能力；分析问题，组织策划方案的能力；顺应市场发展趋势的应变能力和商机分析能力、创新能力。 素质目标：网上网下良好的表达沟通能力；全局观念和团队协作精神；坚忍不拔的工作态度和较强的责任心；积极乐观的心态。	(2)核心技法：商品图像颜色的填充与精修、商品素材的抠图与合成、商品图片与文字的编排等内容，视频剪辑技巧。 (3)案例实战：五大平台的网店案例设计，如美妆网店设计、女鞋广告设计、抱枕网店详情页设计、图书秒杀视频制作以及快手产品主图设计等内容。		
6	电子商务 方案设计与应用	知识目标：掌握电子商务基本概念、原理与发展趋势，了解电子商务平台架构、营销理论与市场分析知识； 能力目标：学会运营电子商务平台。能够运用数据分析工具进行市场分析，掌握电子商务营销策划、推广与效果评估技能； 素质目标：培养团队合作精神，提升沟通与协调能力，激发创新思维，提升解决复杂问题的能力，提高项目管理能力，包括计划、进度控制与风险管理，树立职业道德观念，增强法律意识，遵守行业规范。	主要教学内容：从经济、贸易和技术的角度进行电子商务的综合技能训练，旨在学习电子商务的基础课程和专业技能课程的基础上，综合应用所学知识进行电子商务技能的全方位提高。具体内容包括：(1)网店运营；(2)网店装修；(3)网络客服。	2/56	考查
7	电子商务 岗位实训	知识目标：使学生深入了解电子商务岗位的职责、技能要求、行业发展趋势，以及相关法律法规。 能力目标：培养学生电子商务相关岗位的工作能力，包括网店开设、商品上架、营销推广、客户服务、数据分析等实际操作技能。 素质目标：提升学生的团队协作能力、沟通能力、解决问题的能力，以及创新意识和职业道德。	电子商务岗位实训课程涵盖电子商务的核心知识和技能。首先，学生将学习电子商务岗位的职责、要求和行业趋势，为未来的职业生涯奠定理论基础。接着，课程将深入电子商务平台运营，包括网店搭建、商品管理、营销推广等内容，使学生掌握实际操作技能。此外，客户服务与沟通技巧、数据分析与应用能力也是教学重点，旨在提升学生的服务质量和市场洞察力。最后，课程还将培养学生的团队协作和项目管理能力，以适应电子商务领域的复杂工作环境。整体而言，课程内容旨在使学生全面具备电子商务岗位的实战能力。	2/56	考查
8	新媒体运营实训	知识目标：让学员清楚主流新媒体平台（微信公众号、抖音、小红书等）的核心规则、用户特点及基本运营逻辑。	平台实操：各平台账号注册与设置（头像、简介等），熟悉后台功能（如抖音发布入口、公众号素材管理），掌握平台核心规则（如小红	2/56	考查

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
		能力目标：使学员能独立完成账号搭建、基础内容创作（文案、短视频）、粉丝互动及简单数据分析，能策划小型推广活动。 素质目标：培养学员对新媒体热点的捕捉能力和用户思维，学会根据反馈调整运营策略。	书禁词、抖音限流红线）。 内容制作：实用文案技巧（抓眼球的标题、接地气的正文），短视频拍摄（运镜、构图基础）与剪辑（剪映卡点、字幕添加），图文排版（公众号编辑器、小红书图片拼接）。 运营推广：粉丝互动方法（留言回复、社群维护），数据分析入门（看阅读量、完播率等基础数据），小型活动策划（如转发抽奖、探店体验）。		
9	数据化运营*	知识目标： (1)深入理解数据分析基础：使学生全面掌握数据分析的基本概念、原理、流程以及在新媒体与电商领域的特定应用，包括常见的数据分析模型、算法与框架。 (2)掌握数据分析工具操作：精通 Excel 等数据分析工具的高级功能，包括数据清洗、整理、可视化及基本统计分析方法，同时了解其他主流数据分析软件(如 Python、R 语言等)的基础应用，为未来深入学习打下坚实基础。 (3)熟悉新媒体与电商数据体系：深入理解新媒体(图文、视频、直播)及电商平台的数据收集、处理与分析体系，掌握其特有的数据指标、分析框架及业务逻辑，为精准运营决策提供支持。 能力目标： (1)数据分析能力：培养学生从海量数据中快速提取有价值信息的能力，能够熟练运用数据分析工具进行深度剖析，发现数据背后的规律与趋势，为业务决策提供科学依据。 (2)策略制定与优化能力：基于数据分析结果，学生能够制定和优化新媒体与电商的运营策略，包括用户画像构建、市场趋势预测、竞品分析等，以提升运营效率与效果。 (3)问题解决与创新能力：通过实战演练和案例分析，提升学生的问	主要教学内容《数据化运营》课程的核心教学内容深度融合了数据分析基础、数智技术、新媒体与电商领域的实际应用，旨在培养学生成为具备数智创新能力的技术技能人才。课程从数据分析的基本概念与流程出发，引入大数据、人工智能等数智技术，教授学生运用 Excel、Python 等高级工具进行数据收集、处理、分析及可视化。同时，针对新媒体(图文、视频、直播)与电商平台的特定数据分析框架与指标体系，通过案例分析与实战项目，使学生掌握用户行为分析、市场趋势预测、智能推荐等技能，能够制定并优化运营策略。此外，课程还强调职业素养的培养，包括职业道德、持续学习意识及职业规划能力，为学生在快速变化的数智化时代中奠定坚实的专业基础与竞争力。 教学要求：《数据化运营》的实践教学环节注重以项目为导向，要求学生熟练掌握数据分析工具与商业智能平台，通过团队协作完成真实或模拟项目，深入挖掘数据价值并撰写全面报告。过程中强调案例分析与经验总结，培养学生的创新思维与解决问题的能力。同时，建立有效反馈与评估机制，确保教学质量。此外，始终将职业道德与规范教育融入其中，培养学生成为具备良好职业素养与数智创新能力的数字化运营专业人才。	4/64	考查

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
		题解决能力，鼓励创新思维，能够在复杂多变的市场环境中灵活运用数据分析方法，创造性地解决新媒体运营与电商运营中的实际问题。 素质目标： (1)持续学习与自我提升：引导学生树立终身学习的理念，关注行业动态与新技术发展，不断提升自身的专业知识和技能水平，以适应快速变化的数智化时代。 (2)职业道德与社会责任感：强调数据分析工作的伦理道德和社会责任，教育学生在数据收集、处理、分析及应用过程中遵守法律法规，尊重用户隐私，确保数据的真实性、准确性和安全性。 (3)创新精神与实践能力：鼓励学生勇于创新，敢于尝试新的数据分析方法和工具，将理论知识与实践操作紧密结合，不断提升自身的数智创新型技术技能水平，为行业发展和社会进步贡献自己的力量。			
10	岗位实习	(1)通过岗位实习，使学生能够从事跨境电子商务系统的应用、管理和维护工作，能够运用电子商务技术进行企业的营销、财务、物流等管理，具有跨境电子商务和电子商务网站的维护和管理能力，能够运用电子商务技术解决实际工作中的问题； (2)通过岗位实习接触认识社会，提高社会交往能力，学习各单位技术人员的优秀品质和敬业精神，培养学生的专业素质，明确自己的社会责任； (3)找到将所学的跨境电子商务知识与企业实际需要的结合点，在可能的情况下鼓励优秀大学生为企业开展跨境电子商务、企业信息化、企业运营管理、网络营销、物流管理、商务策划等献计献策，增强自己的实践经验和实战能力； (4)树立正确的劳动观念与服务观念，培养学生正确的人生观与社会	(1)了解企业生产管理流程、运营管理现状及跨境电子商务开展现状，绘制企业生产管理业务流程图。 (2)分析企业跨境电子商务网站技术应用、跨境电子商务模式的优劣。 (3)了解企业信息化建设的阶段、应用的深度广度及障碍。 (4)尝试加入企业项目管理团队，学习项目管理组织管理及技术。 (5)了解企业物流管理各环节及其策略。 (6)进行跨境电子商务系统、网站开发或维护。	12/ 576	考查

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
		责任感，引导学生建立正确的择业观。			
11	毕业设计	毕业环节是对学生运用所学专业理论知识，独立地分析、研究和解决企业电子商务实际问题能力的综合检验。其成绩是决定学生能否毕业的主要依据之一。毕业环节的主要任务是： (1)使学生通过一定的社会实践，了解企业电子商务工作的实际，增加对企业的电子商务工作的感性认识。 (2)通过收集本专业有关的文献资料和撰写毕业论文，了解电子商务领域的动态发展。 (3)通过社会实践和毕业设计的撰写，加深理解有关专业课的基本概念和基本理论，巩固所学的专业知识。 (4)通过毕业设计的撰写，锻炼学生的综合分析能力和写作能力。 (5)毕业设计的答辩主要反映和评价学生综述能力、表达能力及解答问题能力。	(1)调查研究。 本阶段是写好毕业设计的先行阶段，主要工作内容包括：①根据毕业设计的题目及任务书，要求学生下到有关企业进行调查、了解情况、收集资料；②查找有关文献资料，搜集与设计有关的理论研究动态；③分析、整理收集到的理论和实际资料。 (2)毕业设计的撰写。 毕业设计是毕业环节的成果反映和最终体现，可分三个阶段：①拟定大纲阶段；②设计或撰写毕业设计初稿阶段；③毕业设计的修改、补充、整理和撰写阶段。 以上三阶段都可以在指导教师指导下，由学生独立完成。	3/168	考查

3. 专业选修课程

表 7 专业选修课程

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
1	选品管理	知识目标：了解跨境电子商务选品管理含义和意义；掌握跨境电子商务选品原则和管理流程；掌握跨境电子商务选品管理的技巧和方法。 能力目标：能够运用跨境电子商务选品方法；能够分析市场需求数据捕捉产品商机。 素质目标：树立知识产权保护意识；培养精益求精工匠精神；树立传播中华民族文化意识。	项目一：认识选品管理。 项目二：认识选品数据分析工具。 项目三：产品数据采集。 项目四：选择优质供应商。 项目五：定价与销售策略制订。 项目六：产品销售周期分析。 项目七：供应链管理。	4/64	考查

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
2	国际市场推广	知识目标：把握国际市场宏观环境分析方法。把握国际市场信息收集、整理、分析和研究方法。初步把握国际营销战略制定知识。熟练掌握国际市场营销产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略。了解跨国公司概况。 能力目标：有一定营销战略眼光。有较强的营销分析能力。能自如运用各种营销工具、手段、策略。 素质目标：培养学生独立开展营销工作素养。培养学生团队协作开展营销的素养。	学习情景 1：走进国际市场营销。 学习情景 2：分析国际营销环境。 学习情景 3：组织国际营销调研。 学习情景 4：进行国际市场定位。 学习情景 5：制定国际营销产品策略。 学习情景 6：制定国际营销价格策略。 学习情景 7：实施国际分销策略。 学习情景 8：实施国际促销策略。 学习情景 9：国际市场营销组织与控制。	3/48	考查
3	短视频运营	知识目标：掌握短视频的基本概念：了解短视频的定义、特点和分类；熟悉短视频平台的运营模式：了解抖音、快手、B 站等主流短视频平台的运营机制和用户群体；掌握短视频内容创作方法：学会短视频脚本撰写、拍摄技巧、剪辑方法等；了解短视频营销策略：熟悉短视频的推广方式、流量变现模式和品牌营销策略。 能力目标：具备短视频内容创作能力：能够独立完成短视频的脚本撰写、拍摄和剪辑；具备短视频运营能力：能够运用数据分析工具，对短视频账号进行运营和推广。具备短视频营销能力：能够制定短视频营销策略，实现流量变现和品牌推广。 素质目标：培养创新思维能力：通过短视频内容创作，激发学生的创新意识和创造力；提高审美能力：通过学习短视频拍摄和剪辑技巧，提升学生的审美水平；增强团队协作能力：通过小组项目实践，培养学生的团队合作精神和沟通能力。	主要教学内容：短视频概述：短视频的定义、特点和分类；短视频平台介绍：抖音、快手、B 站等主流短视频平台的运营机制和用户群体；短视频内容创作：脚本撰写、拍摄技巧、剪辑方法等；短视频运营策略：账号定位、内容规划、数据分析等；短视频营销策略：推广方式、流量变现模式、品牌营销策略等；短视频案例分析：分析成功短视频案例，总结经验教训。	3/48	考查
4	客户服务与管理	知识目标：理解客服岗位的基本职责和必备知识，掌握有效沟通的理论基础。学习如何通过客服进行交叉销售和增值销售。了解售后服务的流程和策略。研究顾客满意度的构成因素和提升方法。学习客户关系管理	(1)网店客服岗前准备：掌握网店客服应具备的知识和操作技能，并了解什么是网店客服。 (2)与顾客的有效沟通：熟悉与顾客沟通的原则，掌握打消顾客	3/48	考查

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
		（CRM）系统的原理与应用。掌握客服团队的管理方法。熟悉 ITMC 实训系统的功能和操作。 能力目标：能够熟练使用客服软件和 CRM 系统进行日常工作。培养与顾客进行有效沟通的技能。通过实战演练，掌握如何在客服交流中识别和抓住销售机会。能够独立处理各种售后服务场景。实践如何通过优质服务提升顾客满意度和忠诚度。利用 CRM 系统分析客户数据，制定更有效的客户维护策略。培养管理和领导客服团队的能力，包括监控、评估和改进团队表现。通过 ITMC 实训系统进行模拟练习，加深对理论知识的理解和应用。 素质目标：培养以顾客为中心的服务意识，始终将顾客的需求和满意度放在首位。强化积极的沟通态度和良好的人际关系处理能力。增强在压力下快速准确解决问题的能力，包括冲突解决和危机管理。强调诚实、责任感和对顾客隐私的尊重。	疑虑的方法以及处理顾客咨询的流程。 (3)客服的销售技能：掌握销售接待和协助催付的方法，并掌握通过后台设置促销与活动推广的相关操作。 (4)售后服务：掌握售后服务的处理方法，包括售后服务的基本思路、售后服务的标准流程、售后服务的管理以及顾客投诉的处理。 (5)给顾客满意的购物体验：了解什么是物流告知体验，什么是主动询问体验。 (6)客户关系管理：掌握顾客分析与打标、维护好客户关系的方法，并学会详细记录顾客信息。 (7)科学管理客服：掌握科学管理客服的相关知识，包括客服绩效管理、网店数据管理、客服的考核、客服的激励机制。 (8)ITMC 网店客户服务实训系统介绍：掌握 ITMC 网店客服服务的相关操作。		
5	大数据与商业数据分析	知识目标：掌握数据分析的基本知识、工具、方法，具备在互联网环境下的数据分析、数据可视化展现及评估优化能力，培养学生运用大数据思维和分析工具进行互联网环境下商务数据分析与应用的能力，实施以提升客户满意度、客户价值为客户数据搜集与客户价值分析。 能力目标：了解数据分析的工作流程、分析的主要步骤，掌握数据收集、数据处理、数据挖掘方法，培养学生学会使用数据分析工具，掌握数据分析工具的操作步骤，理解基本的统计分析方法，结合互联网企业案例进行数据分析处理与应用。 素质目标：培养辩证思维能力；具有团队合作精神；培养严谨的工作作风和敬业爱岗的工作态度；自觉遵守职业道德和行业规范；培养学生形成尊重事实、追求真理、不弄虚作假、诚信守法的职业素养。	(1)大数据与商务数据分析概述：通过课程学习，学生能够理解数据分析的背景与基础、数据分析的概念与原理、数据分析的基本流程、数据分析的优化、数据分析的避坑、数据分析的常用工具、数据分析的常用模型。 (2)数据的基本理论：通过课程学习，学生能够熟悉数据的含义与常见类型、数据分布特征、数据关系。 (3)数据的采集：通过课程学习，学生能够理解数据采集概述，使用数据采集工具。 (4)数据的预处理：通过课程学习，学生能够理解数据预处理概述，运用数据预处理方法。 (5)数据的分析方法：通过课程学习，学生能够掌握统计分析方法、数据挖掘分析方法。	3/48	考查

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
			(6)数据的可视化：通过课程学习，学生能够熟悉数据可视化的含义和作用，理解数据可视化的分类、商务数据可视化的本质与原则，利用商务数据可视化的基本流程，实现与优化不同类型商务数据的可视化。 (7)数据分析报告：通过课程学习，学生能够掌握商务数据分析报告的含义、商务数据分析报告的类型、商务数据分析报告的基本结构、商务数据分析报告的注意事项。		
6	新媒体营销	知识目标：掌握新媒体概念、类型、新媒体营销特征及模式、发展现状、趋势及应用领域等知识；熟悉新媒体营销策划的步骤及方法；掌握新媒体文案创作、图文类内容设计、视频类和直播类内容设计及营销数据分析等知识。 能力目标：能够根据企业需要完成新媒体营销策划方案的撰写与展示，包括但不限于事件营销、互动活动及社群营销等；能够熟练使用多种主流新媒体平台，生产图文及视频类内容，策划整场直播及开展新媒体运营活动。 素质目标：培育并践行社会主义核心价值观；培养新媒体从业人员的法治意识与职业道德；传播优秀商业文化与中国传统文化，培养文化自信；树立可持续营销意识。	(1)新媒体营销基本理论：了解新媒体的定义、特点及分类。掌握新媒体营销的概念、策略和常见方法。 (2)新媒体运营平台：学习微信的功能、公众号运营技巧及小程序的应用，了解微博的特点、企业账号运营及互动策略，掌握今日头条的算法推荐机制及广告投放技巧，学习抖音的短视频创作与推广方法，介绍快手、小红书、B 站等平台的运营策略。 (3)短视频营销：了解短视频营销的优势及应用场景，掌握抖音、快手等短视频平台的运营方法，学习短视频广告投放、KOL 合作及社交媒体分享的技巧。 (4)网络直播：理解网络直播的形式和应用，掌握策划和执行直播活动的思维方式，学习直播前期策划、推广、互动和数据分析的技巧，实战演练直播活动，从平台选择到互动管理。 (5)新媒体内容的创作：掌握高质量内容创作的技巧，包括文字、图片和视频。学习内容排版、美化及呈现方式，了解内容在不同渠道的传播策略和技巧。 (6)新媒体营销工具：熟悉使用 Photoshop、Canva 等工具进行内容创作，掌握 Hootsuite、Buffer 等工具进行内容发布和管理。 (7)挖掘与运营用户：学习通过数据分析和市场调研发现潜在用户的方法，掌握建立和管理用户数据库的方法，了解通过活动、	4/64	考查

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
			促销等方式提升用户活跃度的技巧。 (8)搭建与运营社群：学习社群建设的基本原则和步骤，掌握组建高效运营团队的方法，理解通过高质量内容和互动提升社群价值的策略。		
7	移动商务视觉设计	知识目标：掌握移动商务视觉设计的基本理论、原则和方法；了解移动商务视觉设计的最新发展趋势和技术应用。 能力目标：能够根据用户需求和市场趋势，进行移动商务产品的视觉设计；熟练运用各种视觉设计工具和技术，完成高质量的设计作品；具备团队协作和沟通能力，能够与设计团队、产品经理等角色有效合作。 素质目标：培养学生的创新思维和审美能力，提高设计作品的创意水平和竞争力；引导学生关注用户体验，设计出让用户满意的产品界面和交互体验。	(1)移动商务视觉设计概述：介绍移动商务视觉设计的基本概念、原则和重要性。 (2)设计基础与技能：包括色彩、构图、字体、图标等基础设计元素的运用，以及 Photoshop、Sketch 等设计工具的使用。 (3)移动商务产品界面设计：学习如何设计移动应用的界面布局、交互效果、动效等。 (4)实战项目训练：通过实际项目案例，让学生将所学知识应用于实践中，提高设计能力和团队协作能力。	3/48	考查
8	移动营销实务	知识目标：本课程旨在让学生全面掌握移动营销的基础理论、技术及其应用。学生将了解移动营销的定义、特点、发展趋势，以及各类移动营销平台和工具的使用方法。 能力目标：学生应能够运用所学的移动营销知识，针对特定产品或服务制定有效的移动营销策略；学生应熟练掌握移动营销工具的操作技巧，如社交媒体营销、移动广告投放、内容营销等；学生应具备良好的团队协作能力，能够与其他营销团队成员有效沟通，共同完成营销任务。 素质目标：本课程注重培养学生的创新思维、市场敏锐度和职业道德。学生应能够在实践中不断探索新的营销方法和手段，以适应不断变化的市场环境。同时，学生应树立正确的职业道德观念，遵守法律法规，诚信经营。	本课程将围绕移动营销的基础理论、策略制定、工具应用等方面进行讲授。学生需完成理论学习、案例分析、实训练习等环节，以达到知识点、技能点的融会贯通。同时，学生还需参与课程团队项目，通过实际操作提升综合应用能力。	3/48	考查
9	移动商务运营	知识目标：本课程旨在使学生全面理解移动商务运营的基本概念、原理和策略。学生将学习移动商务的运营模式、市场分析、用户行为分析、营销策略制定等核心知识，为未来的职业发展奠定坚实的基础。	本课程将涵盖移动商务运营的各个方面，包括市场分析、用户行为分析、营销策略制定、内容运营、用户运营、数据分析等。学生将通过理论学习、案例分析、实训练习等方式，全面掌握	3/48	考查

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容及要求	学分/ 学时	考核 方式
		能力目标：学生将具备独立进行移动商务运营策划、执行和优化的能力。他们应能够运用所学知识，分析市场趋势，制定有效的运营策略，并监控和优化运营效果。此外，学生还应具备团队协作和沟通能力，能够与其他团队成员有效合作，共同推动项目的成功。 素质目标：本课程注重培养学生的创新思维、市场敏感度和职业道德。学生应能够在实践中不断探索新的运营方法和手段，以适应不断变化的市场环境。同时，他们应树立正确的职业道德观念，遵守法律法规，为用户和企业创造更大的价值。	移动商务运营的核心知识和技能。同时，课程还将要求学生参与实际项目，通过实际操作提升他们的运营能力和综合素质。		

十、“形势与政策”课说明

1. “形势与政策”课由学校马克思主义学院统一组织开课，统一管理任课教师，宣传部、学生工作处、教务处等相关部门配合做好教学管理工作。
2. 马克思主义学院依据教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》安排教学。
3. “形势与政策”课每学期开课不低于 8 学时，共计 1 学分。

十一、第二课堂活动的设计与安排

表 8 第二课堂活动的设计与安排表

学期	形式（社团、讲座、参观、实践活动）	主要内容
1	讲座、参观、竞赛、实践、班会、主题团日	社会主义核心价值观教育、入学教育、专业教育、参观企业、演讲比赛、才艺比赛、征文比赛、参加各种报告会及讲座、校运动会、志愿服务
2	主题活动、竞赛、讲座、实践、班会、主题团日	社会主义核心价值观教育、汉字录入比赛、英语口语比赛、计算机应用能力比赛、书法绘画摄影比赛、读书活动、运动月、生涯规划教育、心理健康教育、学院社团巡礼、社会实践、志愿服务
3	主题活动、讲座、竞赛、社团活动	社会主义核心价值观教育、职业生涯规划教育、学业学习交流，征文比赛、参加各种报告会及讲座、企业实践、社团展示月
4	主题活动、竞赛、讲座、实践、科研	社会主义核心价值观教育、电子商务专业技能竞赛专业学习交流、社会实践、志愿服务、读书活动、运动月、就业导向教育、职业生涯规划大赛、大学生创新创业训练计划
5	主题活动、讲座、竞赛、实践、班级活动	社会主义核心价值观教育、就业创业教育、电子商务技能竞赛选手选拔、简历制作比赛、模拟招聘会、职业道德和素养教育、岗位实习
6	主题活动、讲座、交流、班会	社会主义核心价值观教育、毕业教育、形势与政策教育、优秀毕业生交流会、爱校荣校文明离校教育

备注：第二课堂 2 学分、112 学时（不计入总学时），具体实施办法参见校团委有关文件。

十二、毕业要求

学生在有效学习年限内，修完本专业人才培养方案规定内容，达到规定的毕业总学分，思想品德考核合格，准予毕业。

十三、实施保障

1. 师资队伍

（1）队伍结构

本专业教师一共 19 人，教师队伍副教授 5 人，6 人具有博士学位，硕士以上学位 95.24%。符合高级职称专任教师的比例不低于 20% 要求，专任教师队伍职称、年龄，梯队结构合理。“双师型”教师一共 12 人，占比不低于 60%。本专业整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任产业导师，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。学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1。

（2）专业带头人

本专业带头人具有副高职称,具有较强的实践能力,能够较好地把握国内外互联网及相关服务、批发业、零售业、商务服务业等行业发展新趋势,能广泛联系行业企业,了解行业企业对电子商务专业人才的需求实际。专业带头人主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作,社会服务能力强,在电子商务专业改革发展中起引领作用。

(3) 专任教师

本专业教师均具有高校教师资格,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;本专业教师具有电子商务专业相应工作经历或者实践经验,达到相应的技术技能水平;本专业教师具有扎实的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;本专业教师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;本专业教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼,具有每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

(4) 兼职教师

本专业兼职教师主要从电子商务相关行业企业的高技术技能人才中聘任,具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验,具有中级及以上相关专业技术职称,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。本专业建立了专门针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

2. 教学设施

(1) 专业教室

本专业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、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

本专业实训场所符合面积、安全、环境等方面的要求,实验、实训设施对接真实职业场景或工作情境,能满足实验、实训教学需求,实训指导教师确定,能够满足开展电子商务视觉设计、社群营销与整合营销、数据化运营、智能客服话术设计、O2O运营等实验、实训活动的要求,实验、实训管理及实施规章制度齐全,配备实训室管理人员。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) 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、图形图像处理等课程的教学与实训。

2) 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、新媒体营销等课程的教学与实训。

3) 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、数据可视化等课程的教学与实训。

4) 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、消费者行为分析等课程的教学与实训。

5) 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、网店运营、项目管理等课程的教学与实训。

6) 校外实训基地

校外实训基地的基本要求为：具有稳定的校外实训基地；能够开展电子商务运营、社会化客户服务、全渠道营销推广等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

(3) 实习场所

实习场所符合《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，确定为合法经营、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。电子商务专业目前建立了多家校外实习实训基地，包括本地多家电商类合作企业，可提供智能客服、视觉营销设计等对口实习岗位。根据本专业人才培养的需要，实习基地应能提供智能客服、视觉营销设计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。

3. 教学资源

现有教学资源包括教材图书文献及数字教学资源等，能够满足电子商务专业学生学习、教师专业教学研究和教学实施所需。

(1) 教材选用

学院严格按照学校教材选用管理办法，采用个人自查—专家审查—学院复查的流程，组织专业教师、行业专家和教研人员等参与教材选用核查，择优选用教材。

(2) 图书文献配备基本要求

学校图书馆的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。电子商务专业纸质图书 13641 册，期刊 49 种。图书馆馆藏数字资源中专业数字图书共 36801 册，方正电子图书中专业数字图书共 11502 册，合计 48303 册。

(3) 数字教学资源配置基本要求

本专业目前现有的专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

4. 教学方法

(1) 案例教学法，在电子商务专业中，可以使用电子商务企业的实际案例，让学生分析、讨论并解决问题。这种方法有助于学生将理论知识与实际应用相结合，提高他们的分析能力和解决问题的能力。

(2) 项目驱动法，在电子商务专业中，可以组织学生参与电子商务网站的设计与开发、网络营

销策划与实施等实际项目。这种方法有助于培养学生的团队协作能力和实践能力，同时提高他们的创新能力和解决问题的能力。

(3) 混合式教学法，在电子商务专业中，可以将课堂教学、实验教学、在线课程、企业实践等多种教学资源相结合，为学生提供丰富多样的学习体验。这种方法能够充分发挥不同教学资源的优势，提高教学效果和学习效率。

5. 学习评价

学习评价的主要目标是全面、客观地评估学生的学习成果，包括知识掌握、技能运用、学习态度、创新能力等方面。通过评价，旨在激发学生的学习兴趣 and 潜力，提高学习质量和学习效果。

学习评价的主要内容有：知识掌握，评价学生对电子商务专业基础知识和核心课程的理解程度，包括理论知识的掌握和应用能力的提升。技能运用，评价学生在实际操作中的表现，如电子商务平台的运营、网络营销策略的制定、数据分析等技能的运用情况。学习态度，评价学生的学习态度、学习方法和学习习惯，包括课堂参与度、作业完成情况、自主学习能力等。创新能力，评价学生的创新思维 and 创新能力，包括在课程设计、实践项目中的创新表现和对新技术、新趋势的敏感度和适应性。

学习评价的方法有：考试与测验、作业与项目、课堂表现、自我评价与同伴评价。

学习评价的实施具体包括：制定明确的评价标准，根据课程目标和教学要求，制定清晰、具体的评价标准，确保评价的公正性和客观性。多元化评价手段，结合不同的评价方法和手段，全面、客观地评价学生的学习成果和能力水平。及时反馈与指导，及时向学生反馈评价结果和意见，针对学生的不足和问题进行有针对性的指导和帮助，促进学生的持续改进和成长。激励与奖励机制，建立激励和奖励机制，对表现优秀的学生进行表彰和奖励，激发学生的学习积极性和自信心。

6. 质量管理

(1) 学校和学院建立了专业人才培养质量保障机制，拥有健全的专业教学质量监控管理制度，不断改进结果评价机制，强化过程评价，探索增值评价，健全综合评价。强化人才培养方案、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标准建设，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) 学校和学院建立了完善的教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，常态化开展课程建设、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) 学校与第三方专业数据机构合作，建立了毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

(4) 系部、专业教师团队建立了集中备课制度，定期举办教学研讨活动，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。

十四、课程方案与教学进程安排表

电子商务专业课程方案与教学进程安排表见附表。

附表：电子商务专业课程分配与教学进程安排表

课程类别		序号	课程代码	课程名称	开课部门	学分	学时			开课学期及学时						考核方式
							计划学时	学时分配		一	二	三	四	五	六	
								讲授	实践							
公共基础课程	思想政治理论课程	1	100005A	思想道德与法治		3	48	39	9	48						考试
		2	100008A	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		2	32	28	4		32					考试
		3	100009A	习近平新时代中国特色社会主义思想概论		3	48	42	6			48				考试
		4	100004A	形势与政策		1	48	48	0	8	8	8	8	8	8	考查
	素质教育课程	5	005001A	军事理论		2	36	36	0	36						考查
		6	005002A	军事技能		2	112	0	112	112						考查
		7	100006A	国家安全教育		1	16	6	10		16					考查
		8	100007A	心理健康		2	32	24	8		32					考查
		9	005003A	体育1		7	112	2	26	28						考查
		10	005004A	体育2				2	28		30					考查
		11	005005A	体育3				2	28			30				考查
		12	005006A	体育4				2	18				20			考查
		13	005007A	体育5				0	4					4		考查
		14	080001A	劳动教育		1	16	6	10		16					考查
		15	000072A	大学英语A1		7	112	32	16	48						考试
		16	000073A	大学英语A2				48	16		64					考试
		17	000046A	大学语文		2	32	16	16				32			考查
		18	005008A	经济数学		4	64	64	0	64						考试
		19	005020A	职业生涯规划		1	16	8	8	16						考查
		20	000051A	就业与创业指导		1	16	8	8				16			考查
		21	005018A	信息技术		3	48	16	32	48						考查
		22	005019A	人工智能应用基础		2	32	16	16		32					考查
		公共选修课程						8	128	128	0	每个学生至少选修一门美育类和一门“四史”类课程				
合计（学分=52）						52	836	573	263	296	230	86	76	12	8	

附表：电子商务专业课程分配与教学进程安排表

课程类别		序号	课程代码	课程名称	开课部门	学分	学时			开课学期及学时						考核方式
							计划学时	学时分配		一	二	三	四	五	六	
								讲授	实践							
专业（技能）课程	专业（群）基础课程	1	045301A	认识实习		1	16	8	8	16						考查
		2	005014A	文科基础实训		2	56	0	56		56					考查
		3	040406A	会计基础		3	48	30	18		48					考试
		4	040413A	企业管理基础		3	48	30	18	48						考试
		5	045006A	数字经济基础		3	48	30	18	48						考试
		6	045007A	直播营销基础		3	48	30	18			48				考查
		7	045005A	数字金融基础		3	48	30	18			48				考试
		8	040177A	电子商务英语		3	48	30	18				48			考试
		9	040438A	电子商务基础		3	48	24	24	48						考试
		10	040439A	网页编程基础		3	48	18	30			48				考查
	小计（学分= 27）					27	456	230	226	160	104	144	48	0	0	
	专业中阶 / 高阶课程	1	045309A	网络营销*		3	48	24	24		48					考试
		2	045310A	网店运营*		3	48	24	24			48				考查
		3	040442A	社群运营*		3	48	32	16					48		考查
		4	040443A	零售门店 O2O 运营*		3	48	32	16				48			考查
		5	040444A	视觉营销设计*		3	48	16	32		48					考查
		6	045305A	电子商务方案设计与应用		2	56	0	56		56					考查
		7	045307A	电子商务岗位实训		2	56	0	56			56				考查
		8	045311A	新媒体运营实训		2	56	0	56					56		考查
		9	040446A	数据化运营*		4	64	32	32			64				考查
		10	045312A	岗位实习		12	576	0	576						576	考查
		11	045313A	毕业设计		3	168	0	168						168	考查
	小计（学分= 40）					40	1216	160	1056	0	152	168	48	104	744	

附表：电子商务专业课程分配与教学进程安排表

课程类别		序号	课程代码	课程名称	开课部门	学分	学时			开课学期及学时						考核方式
							计划学时	学时分配		一	二	三	四	五	六	
								讲授	实践							
专业（技能）课程	专业选修课程	1	045308A	选品管理		4	64	18	46				64			考查
		2	040449A	国际市场推广		3	48	30	18					48		考查
		3	045004A	短视频运营		3	48	30	18				48			考查
		4	040191A	客户服务与管理		3	48	18	30				48			考查
		5	040417A	大数据与商业数据分析		3	48	18	30				48			考查
		6	040448A	新媒体营销		4	64	32	32				64			考查
		7	040299A	移动商务视觉设计		3	48	18	30				48			考查
		8	040300A	移动营销实务		3	48	18	30				48			考查
		9	040298A	移动商务运营		3	48	18	30				48			考查
	小计（学分=10）					10	160	92	68							
合计（学分= 77）					77	1832	482	1350	160	256	312	96	104	744		
第二课堂					2	112										
总计					131	2668	1055	1613	456	486	398	172	116	752		

备注：课程名称右上角加“*”者为专业核心课程。