

2025 级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、普通高级中学毕业生或具备同等学力

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

表 4-1 电子商务专业职业面向

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)或 技术领域	职业类证书
财经商大类 (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) 客户服务管理 (4-07-02-03) 采购员 (4-01-01-00)	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	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

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、

020 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。

六、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:

(一) 素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度,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. 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 and 担当精神;

3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维;

4. 具有良好的人文素养与科学素养,职业生涯规划的意识,有较强的集体意识和团队合作精神;

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格,掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能,养成良好的健身与卫生习惯,以及良好的行为习惯;

6. 具有一定的审美和人文素养,能够形成 1-2 项艺术特长或爱好;

7. 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;

8. 具备社会责任感,关注电商行业的社会责任。

(二) 知识

1. 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识;

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;

3. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；
4. 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；
5. 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；
6. 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；
7. 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识；
8. 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法；
9. 掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识。

（三）能力

1. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术的能力；
2. 具有良好的学习能力、表达沟通能力和团队合作精神，具有批判性思维及创新和创业的能力；
3. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力；
4. 具有搭建数据运营指标体系，开展行业运营、网店运营、社群运营的运营规划、渠道引流、活动策划、供应链整合的能力；
5. 具有整合营销和销售方案制订与实施、营销活动的数据分析与评估，细化销售目标、构建销售漏斗的能力；
6. 具有客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控的能力；能够熟练应用办公软件，进行文档排版方案演示、简单的数据分析等；
7. 具有结合企业的市场定位和产品营销推广目标，完成企业线上线下视觉设计与展示的能力；
8. 具有互联网产品战略规划和开发方案的制订能力，具备根据市场和客户数据分析结果进行电商产品设计与开发的能力；
9. 具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，遵守与电子商务相关的法律法规。

七、课程设置及学时安排

（一）课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

包括公共基础必修课程和公共基础选修课程。

(1) 公共基础必修课程

主要包括：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、军事理论与军训、体育、劳动教育、心理健康教育、大学生职业发展与就业指导。

(2) 公共基础选修课程

主要包括：英语、信息技术、中华优秀传统文化、大学生安全教育、劳动通论、突发事件及自救互救、人工智能、艺术导论、现场生命急救知识与技能、情商与智慧人生、国学智慧、有效沟通技巧、党史国史、国家安全教育。

表 7-1 公共基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容	教学要求
1	思想道德与法治	素质目标：培养学生的科学人文素养、批判精神和创新精神；培养学生严谨、求实的工作态度和学习态度；培养学生廉洁自律、爱岗敬业的职业操守。 知识目标：掌握马克思主义人生观、价值观理论，自觉践行社会主义核心价值观；掌握社会主义道德核心与原则，在投身崇德向善的实践中不断提高道德品质；掌握我国社会主义宪法和有关法律的基本精神和主要规定。 能力目标：通过探究式学习，引导学生探究现实生活中的道德和法律问题，明辨是非善恶；通过研究性学习，引导学生掌握处理问题的科学方法；通过课程实践，引导学生形成正确的职业观念，提高自身的思想道德素质和法治素养。	①系统了解、认识、掌握正确的人生观以及辩证地对待人生矛盾； ②理想信念的内涵及重要性； ③爱国主义及其时代内涵，弘扬和践行中国精神； ④社会主义核心价值观的基本内容及其践行； ⑤社会主义道德的核心和原则； ⑥社会主义法律的本质特征、运行、体系，建设社会主义法治体系的重大意义、主要内容，法治思维及其内涵。	①以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导、以社会主义核心价值观为主线，引导学生理解新时代内涵与历史使命； ②进行道德观教育，强调公民道德准则的实践路径； ③实施法治观教育，注重依法行使权利与履行义务。

2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	素质目标：通过本课程的学习，帮助大学生深刻领会毛泽东思想和中国特色社会主义思想的真理力量和实践伟力，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，坚定对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念，自觉做中国特色社会主义思想的坚定信仰者和忠实实践者。 知识目标：通过学习，帮助大学生深刻领会党在把马克思主义中国化时代化的进程中形成的这些理论成果的深刻内涵和精神实质；完整把握基本原理、基本观点和基本知识，并把马克思主义中国化时代化的这些理论成果作为一个一脉相承又与时俱进的统一整体来把握。 能力目标：树立历史观点、国情意识和问题意识，具备运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。	①马克思主义中国化时代化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义； ②中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的历史进程和基本经验。	①系统了解、认识、掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观各自形成的社会历史条件、形成发展过程、主要内容和历史地位； ②理解和领会党和国家制定的各项方针政策、理论依据及意义，能够辨析各种错误思潮和理论，增强对马克思主义和中国特色社会主义的理想信念，自觉投身于中国特色社会主义伟大实践。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	素质目标：通过本课程的学习，帮助大学生深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的真理力量和实践伟力，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，坚定对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对实现中华民族伟大复兴中国梦的信心，自觉做习近平新时代中国特色社会主义思想的坚定信仰者和忠实实践者。 知识目标：通过本课程的	①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、实践要求，包括“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”“六个必须坚持”等内容体系； ②了解这一思想创立发展的基本脉络、主要内容及其完整的科学体系。	①原汁原味学。本课程以习近平总书记提出的最新思想理念、讲话、报告等为主要学习内容，需要立足党的二十大报告和党的二十届历次全会精神、习近平总书记“七一”重要讲话、《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》以及《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》等内容开展有针对性、实效性、感染力的学习；

		学习，帮助大学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，把握这一思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法，深刻领悟蕴含其中的道理学理哲理，培养理论思维、增进思想智慧。 能力目标：通过本课程的学习，帮助大学生灵活运用本课程的知识分析和解决现实问题，提高实践能力和创新思维，增强社会责任感和历史使命感，切实做到学思用贯通、知信行统一，成为有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的新时代人才。		②立足时代学。本课程的学习需要处理好中国“大时代”和自身“小时代”之间的关系。既要立足“大时代”，又要结合自身“小时代”充分发挥自身所处的时代红利，创造最大的时代价值； ③联系实际学。本课程的学习需要联系当前现状、结合生活实际。要在知行合一中增强本领，在新时代中有大作为。
4	形势与政策	素质目标：引导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，勇做担当民族复兴大任的时代新人。 知识目标：掌握每学期“形势与政策”课的教学要点，认识当前和今后一个时期的国内外形势，理解党和国家最新出台的方针政策，熟悉和了解马克思主义的立场、观点和方法，掌握政治、经济、文化、历史以及社会等多领域的知识和信息，开拓视野，结合各自专业特点构建科学合理的知识结构。 能力目标：提升理论联系实际能力，能运用理论分析国内外形势以及党和国家的大政方针。增强理解能力，能理清社会形势，	①党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验教育； ②推进对我国改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就的教育；进行党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施的教育； ③当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势和我国的对外政策，世界重大事件及党和政府的原则立场教育。	①必须深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想； ②必须认真研读、领会教材内容和教育部下发的教学要点； ③必须适应形势发展变化要求，紧扣社会热点、难点开展教学。不断提高课程针对性、实效性，体现教学要点要求； ④培养学生的批判性思维和解决问题的能力，能够以科学的态度和方法分析国内外形势。

		正确领会党的路线方针政策精神，逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力，尤其是加强对国内外重大事件、敏感问题、社会热点难点、疑点问题的思考，提升理性思维能力和社会适应能力。		
5	军事理论与军训	素质目标： 具备基本军事素养、良好组织纪律观念和顽强拼搏的过硬作风；具有坚韧不拔、吃苦耐劳和团结协作的精神。 知识目标： 了解国防、军事基本知识，增强国防观念和国家安全意识。 能力目标： 具备一定的军事技能。	①军事技能训练（集中军训）：共同条令教育与队列训练，战术训练，防卫技能与战时防护，战备基础与应用训练，内务与养成教育； ②军事理论教学：中国国防，国家安全，军事思想，现代战争，信息化装备。	①技能训练采用讲解示范、组织练习、评比竞赛、汇报表演等形式开展； ②理论课采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理。
6	体育	素质目标： 激发学生的爱国热情；培养学生勇敢顽强的意志品质和团结协作的精神；树立和谐相处、公平竞争的规则意识；树立守时、守纪、诚实守信的价值观。 知识目标： 了解运动项目参与的基本理论知识和发展概况；掌握基本的运动技能；了解运动项目的基本规则和裁判法。 能力目标： 学会 1-2 项体育项目的基本技术和简单战术；学会运用体育理论知识与运动技能进行安全、科学的身体锻炼；能制定可行的个人锻炼计划。	①理论部分：融入实践教学，涵盖科学锻炼、营养、损伤预防及职业病体育疗法等知识； ②实践部分 基础体能：发展心肺功能、力量、耐力等基本素质； 必修项目：广播体操、太极拳、八段锦； 选修项目：开设篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、网球、武术、定向越野、健美操、飞盘等项目。	①内容基础性与实用性相结合； ②教学方法多样化与个性化相结合； ③将安全教育放在首位。
7	劳动教育	素质目标： 增强劳动意识、劳动习惯、劳动精神；塑造崇尚劳动、尊重劳动、劳动光荣的价值观。 知识目标： 了解劳动重要性、必要性；了解劳动岗位职责要求及安全注意事	①日常生活劳动教育：处理个人生活事务，培养独立生活能力； ②生产劳动教育：参与实际的生产活动，体验从理论到实践的转化； 服务性劳动教育：运用劳	①理论课采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②在专业教学中有机渗

		项。 能力目标：掌握劳动工具的使用方法及要求；掌握劳动岗位基本技能。	动技能为他人和社会提供服务，培养社会责任感。	透，培养学生严谨规范的劳动习惯，弘扬劳模精神和工匠精神； ③组织开展课外劳动实践活动； ④举办“劳模大讲堂”、优秀毕业生报告会等形式营造劳动文化氛围； ⑤建立健全安全教育与管理体系，制定劳动实践活动风险防控预案，全面保障学生安全。
8	心理健康教育	素质目标：使学生树立正确“三观”意识，牢固树立专业和终身职业思想，培养健全人格和积极向上的人生态度。 知识目标：使学生了解心理健康有关理论，明确心理健康教育目的及意义，了解个体心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。 能力目标：使学生具备自我探索能力、心理调适能力及心理发展能力、心理状态评估能力、自我管理能力等。	①了解心理健康的基础知识：大学生心理健康导论，大学生心理咨询，大学生心理困惑及异常心理； ②了解自我，发展自我：大学生的自我意识与培养，大学生人格发展与心理健康； ③提高自我心理调适能力：大学期间生涯规划及能力发展，大学生学习心理，大学生情绪管理，大学生人际交往，大学生恋爱心理及性心理，大学生压力管理与挫折应对，大学生生命教育与心理危机应对； ④实践教学。	①采用理论与体验相结合、讲授与训练一体化的教学模式； ②综合运用课堂讲授、案例分析、小组讨论、角色扮演、心理测验、团体训练、情景模拟、心理情景剧等多种方法； ③注重采用心理测评工具、音像资料及国家级精品在线课程等数字化教学资源。
9	大学生职业发展与就业指导	素质目标：激励大学生自觉把个人的职业理想融入国家事业中，树立健康、科学的就业观念和择业观念，培养爱岗敬业的职业道德。 知识目标：掌握就业形势和政策、了解职业生涯规划的理论 and 步骤。自觉培育职业素质和能力；掌握全面的求职技巧。 能力目标：准确分析就业形势、合理定位、科学决策，撰写合格的职业生涯规划	①职业规划与发展：唤醒职业规划意识，了解职业规划理论、内容及方法； ②自我认知与分析：澄清自我价值观，发现自己的职业兴趣，识别个人能力优势，解读自我气质和性格数据； ③职业探索与设计：了解职业，认识职业环境，理清岗位标准，职业目标决策，撰写生涯发展报告； ④就业信息管理：了解就业形势，把握就业政策，调适就业心理； ⑤就业技巧：职场礼仪，	①本课程以促进毕业生高质量充分就业为核心，通过帮助学生探索各个行业背景下的职业发展方向、进行科学合理职业规划为课程教学目标； ②课程内容将时代发展、行业需求、岗位工作标准融入教学全过程； ③采用“引、思、讲、练、拓”等教学策略全方位育人，第一课堂与实践活 动、咨询活动第二课堂协同育人； ④采用案例分析、小组讨论、角色扮演、现场参观、

		规划书。注重提升职业素养，培育个人求职能力，顺利入职。	简历制作，模拟面试，就业权益保护； ⑥职业适应与发展：提升自我管理能力和情商，做高情商职业人。	专家讲座等教学方法； ⑤将人工智能、数字化、信息化教学手段和丰富教学资源融入教学过程； ⑥采用小班化教学。
10	英语	素质目标： 了解不同文化背景下的沟通方式和礼仪，具备跨文化沟通能力，以便更好地与不同国家和文化背景的人进行交流；帮助学生树立正确的三观，深化爱党、爱国、爱人民、爱集体的家国情怀。 知识目标： 掌握一定的英语基础知识和专业词汇，了解英语国家的基本文化知识。 能力目标： 提高听、说、读、写、译的能力，能够在日常和涉外业务活动中进行有效的交流。	①语言基础模块：聚焦词汇、语法、句型等核心知识，强化听、说、读、写、译五项基本技能训练，覆盖日常对话、职场交际等场景化内容； ②跨文化与思政模块：解读中西方文化差异，引入中国传统文化、当代社会发展成就等主题素材，指导学生用英语表达中国文化内涵与国家发展成果； ③实践应用模块：设置英语演讲、小组辩论、职场模拟沟通等任务，结合线上语言学习平台，开展沉浸式语言应用训练。	①融入中华优秀传统文化与爱国、诚信、敬业等思政案例，以“基础词汇+基础语法”为核心，创设“听说读写”场景化内容，适配三维目标； ②教学中注重语言实践与能力拓展，运用情境模拟法，案例教学法，任务驱动法，发现式教学法，问题教学法，引导学生自主学习，合作探究式学习； ③引导学生积极完成线上线下语言训练任务，通过形成性考核（课堂表现、实践作业）与终结性考核（笔试、口语测试）综合评估学习效果。
11	信息技术	素质目标： 培养学生具有信息意识、计算思维、数字化创新与发展、信息社会责任。 知识目标： 理解信息技术基本原理和基本技术。 能力目标： 使用计算机获取信息、加工信息、传播信息和应用信息的能力。	①基础模块：文档处理高级应用，电子表格数据分析，演示文稿专业设计，信息检索与网络应用，信息系统与社会责任； ②职业模块：与专业结合，教授相关知识。	①采用行动导向的教学模式：项目化教学，案例教学法，任务驱动法，线上线下混合式教学，模拟仿真教学； ②评价聚焦学生利用信息技术完成职业典型任务的能力。
12	中华优秀传统文化	素质目标： 培养学生对民族文化的崇敬之情，增强学生的民族自尊心、自信心、自豪感；增强学生传承和弘扬中华优秀传统文化的责任感和使命感。 知识目标： 了解中华民族优秀文化的基本要素，掌握中华优秀传统文化的主要特征和根本精神。 能力目标： 能阅读并鉴赏	①核心思想理念模块：讲仁爱、重民本，守诚信、崇正义，尚和合、求大同； ②传统美德与人文精神模块：修身之道，孝悌之道，礼仪之邦； ③工匠精神与技艺传承模块：工匠文化，传统技艺体验，古为今用； ④文学艺术与审美熏陶模块：精选古典诗词、传统	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②第二课堂与社团活动。

		中华优秀传统文化中的名篇佳句；能发扬中华传统美德，养成良好的行为习惯，健全自己的人格。	音乐、书法、绘画、戏曲等经典作品进行赏析，不追求深度，重在提升审美情趣，陶冶情操。	
13	大学生安全教育——综合篇	素质目标：培养学生安全意识、责任担当、心理抗压等素养。 知识目标：掌握校园生活安全核心知识；理解公共安全与网络安全要点；熟悉实习实践与职业安全知识以及职场常见安全事故等。 能力目标：具备安全风险识别与预防能力；具备应急处置与自救互救能力；具备安全知识应用与传播能力。	①总体国家安全观教育：国家安全的内涵，大学生在维护国家安全中的责任与义务；。 ②人身与财产安全：人身安全，财产安全； ③消防安全：学习消防法律法规，认识消防设施； ④交通安全：学习交通法规； ⑤网络与信息安全：保护个人隐私，认识网络谣言、网络暴力、信息窃取的危害，理解并遵守知识产权相关法律法规； ⑥心理健康与社交安全：学习压力管理、情绪调节，建立健康的人际关系； ⑦实验室与实习实践安全； ⑧法律法规与校纪校规。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②通过举办系列安全文化活动营造“人人讲安全、事事为安全”的校园文化氛围。
14	劳动通论	素质目标：树立劳动价值观素养，养成吃苦耐劳、精益求精、爱岗敬业的劳动精神。 知识目标：理解劳动的基础内涵与价值；掌握劳动相关理论与政策；知晓不同类型劳动的特点。 能力目标：具备基础劳动技能实践能力；职业劳动认知与准备能力；劳动问题分析与解决能力。	①理论教学模块：马克思主义劳动观与中国实践，劳动法律法规与权益保护，劳动安全与职业健康，劳动精神与工匠精神，劳动组织与管理，劳动与未来（职业生涯）； ②实践教学模块：日常生活劳动，生产性劳动，技能实训与竞赛，服务性劳动。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②在专业教学中有机渗透，培养学生严谨规范的劳动习惯，弘扬劳模精神和工匠精神。
15	突发事件及自救互救	素质目标：培养学生应急安全意识素养、心理抗压与理性应对素养、社会责任与互助素养等。 知识目标：知晓常见突发事件类型与风险特征；掌握自救互救基础理论与规	①公共安全基础与应急意识：突发事件概述，我国应急管理体系，公共安全意识培养，常见安全隐患识别； ②自然灾害应对（如地震、洪水、台风、雷电）：各	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②校企合作/校外实践：

		范：了解突发事件应急处置的基本原则；了解应急设备与物资使用常识。 能力目标：具备突发事件识别与风险规避能力；应急处置与自救能力；互助协作与互救能力。	类自然灾害的特点，预警信号，避险原则，自救互救方法； ③事故灾难应对（如火灾、交通事故、触电）； ④公共卫生事件与急症应对（如心肺复苏、气道梗阻、创伤急救）； ⑤社会安全事件应对（如拥挤踩踏、恐怖袭击、网络安全）。	邀请消防员、急救医生、红十字会教官、企业安全工程师进校园授课，或组织学生到应急安全体验馆、消防救援站进行参观学习。
16	人工智能	素质目标：培养利用人工智能提升专业效率的意识，形成持续学习新知识、新工具的习惯。 知识目标：理解人工智能基础概念与发展脉络；掌握人工智能核心技术基础原理；知晓人工智能在各行业的应用场景。 能力目标：人工智能工具基础应用能力；人工智能应用场景分析与适配能力等。	①人工智能概论与伦理； ②Python 编程与数据处理基础（前置/回顾）：Python 语法基，Numpy 数组操作，Pandas 数据处理，Matplotlib 数据可视化； ③机器学习基础与实践：机器学习流程，K-近邻算法与分类，决策树与回归，模型评估与选择，聚类算法（K-Means）简介； ④深度学习入门：神经网络基础概念，TensorFlow/PyTorch 框架简介，多层感知机实现，卷积神经网络概念与图像分类实战，预训练模型的使用； ⑤AI 综合应用与云服务：计算机视觉 API 调用，自然语言处理 API 调用，综合小项目开发。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②校企合作：邀请企业工程师进行讲座或分享行业最新应用案例，让学生了解产业前沿。
17	艺术导论	素质目标：构建系统的艺术基础认知框架，培育健康的审美理念与批判性思维；增强对中华优秀传统文化与世界多元文化的理解与认同，树立文化自信；养成主动关注艺术、参与艺术活动的习惯，提升综合人文素养。 知识目标：掌握艺术的基	①讲解艺术的本质、特征、功能，艺术创作的主体与过程，艺术作品的构成要素与价值； ②了解各艺术门类的特征、表现形式及美学共性，跨门类艺术的关联与融合；③学习中外主要艺术思潮（如古典主义、浪漫主义、现代主义等）的核	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②线上构建跨门类艺术对比赏析模块，梳理中外艺术思潮发展脉络并制作专题微课，组织学生结

		本概念、本质特征、主要门类（美术、音乐、舞蹈、戏剧等）及分类标准；了解中外艺术思潮的发展脉络，明确艺术与社会、文化、历史的内在关联；理解艺术创作、艺术作品、艺术鉴赏的核心要素与基本规律； 能力目标：能够运用艺术基础理论分析不同门类艺术作品的形式语言与文化内涵；能辨别中外艺术精神的核心差异，结合历史语境对经典作品的民族特质与时代价值进行评述；具备跨艺术门类的综合审美分析能力与理论迁移应用能力；	心观点、代表人物及影响； ④选取不同门类经典艺术作品，结合历史文化背景解析其艺术价值与时代意义。	合中华优秀传统文化案例提交艺术评述报告，教师在线指导修改，帮助学生构建系统艺术认知、增强文化自信。
18	现场急救知识与技能	素质目标：培养学生“时间就是生命”的急救意识，树立“能救、敢救、会救”的责任担当。 知识目标：掌握现场生命急救的基础理论；知晓急救黄金时间、急救电话拨打规范等。 能力目标：能独立规范完成成人及儿童心肺复苏操作；熟练使用 AED 进行除颤，针对不同类型创伤。	①急救基础与法律意识：急救概论，生命链，现场安全评估，紧急呼救，法律与伦理； ②心肺复苏与 AED 使用； ③气道异物梗阻急救：气道梗阻的识别，海姆立克急救法，婴儿背部叩击联合胸部冲击法； ④创伤急救：止血，包扎，固定，搬运； ⑤常见急症与意外伤害处置。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②积极与当地红十字会、急救中心、医院合作，邀请资深急救培训师进校讲座或组织学生到实践基地参观学习。
19	情商与智慧人生	素质目标：培养学生积极乐观的心态，提升情绪稳定性与抗挫折能力，树立尊重他人、理解包容的人际观念。 知识目标：情商的核心内涵；知晓情绪产生的生理与心理机制、人际沟通中的核心原则；掌握职场、生活中高情商行为的典型案例 能力目标：能准确识别自	①情商概论与自我探索：情商概念与模型，情商与智商、逆境商的关系，自我探索工具； ②情绪的自我觉察与管理：情绪的种类与功能，情绪日记，情绪 ABC 理论，负面情绪（愤怒、焦虑、抑郁）的管理策略，积极情绪的培育与拓展-建构理论； ③自我激励与目标管理：	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②利用在线平台提供拓展阅读、心理测评和讨论区，延伸课堂学习。

		身及他人的情绪状态，运用情绪调节技巧。	内在驱动与外在驱动，成长型思维与固定型思维，SMART 目标设定法，时间管理与拖延克服，坚韧品质的培养； ④同理心与人际沟通：同理心的层次与价值，积极倾听的技巧，非暴力沟通模式，人际边界感； ⑤团队协作、影响力与冲突管理：团队中的角色与责任，建设性反馈的给予与接受，双赢思维，冲突的根源与化解策略； ⑥智慧人生与心理弹性：“智慧人生”的多元定义与实现路径，压力管理与韧性培养，感恩练习，生涯规划与生命意义探索。	
20	国学智慧	素质目标： 培养学生对中华优秀传统文化的认同感与自豪感，树立以国学智慧涵养品德的意识。 知识目标： 了解国学的核心范畴；掌握《论语》《道德经》《弟子规》等经典著作中的核心观点。 能力目标： 能准确解读国学经典中的基础语句，结合生活或实习场景分析国学智慧的现实应用。	①国学入门与精神底色：国学概述，中华文明的精神标识，国学与当代青年； ②儒家智慧与职业伦理； ③道家智慧与心灵调试； ④兵法谋略与竞争智慧：《孙子兵法》精选； ⑤传统美德与人生境界：孝道与感恩文化，廉耻与职业底线，勤俭与可持续发展，坚韧与逆境商数。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②结合中国传统技艺（如书法、茶道、围棋）体验，或参观文化遗址、企业博物馆，让学生直观感受文化魅力。
21	有效沟通技巧	素质目标： 培养学生主动沟通的意识与换位思考的同理心，提升沟通中的情绪管理能力。 知识目标： 理解有效沟通的核心要素；掌握沟通典型场景的沟通策略。 能力目标： 能准确识别沟通中的问题，制定并实施有效解决方案。	①沟通基础理论：沟通的定义与重要性，沟通模型与过程，有效沟通的原则，常见沟通障碍； ②核心沟通技能（一）：倾听与提问； ③核心沟通技能（二）：表达与反馈； ④非语言沟通与情绪管理； ⑤职业场景应用实战。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②利用在线投票、思维导图等工具辅助课堂互动与表达训练。
22	党史国史	素质目标： 培养学生对党的领导与中国特色社会主	①开天辟地（新民主主义革命时期）：中国共产党	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重

		义道路的认同感，树立正确的历史观与家国情怀，提升民族自豪感与责任感，能将党史国史中的奋斗精神、担当意识融入学习、实习及未来职业发展，形成爱岗敬业、报效国家的职业素养。 知识目标：了解中国共产党从成立到发展壮大的关键历程；掌握党史国史中的重要理论。 能力目标：能结合历史背景分析党史国史中的典型事件，清晰表达对党史国史与职业发展、社会进步关联的思考。	成立的历史必然性，井冈山道路与马克思主义中国化的开端等； ②改天换地（社会主义革命和建设时期）：确立社会主义基本制度，社会主义建设道路的初步探索等； ③翻天覆地（改革开放和社会主义现代化建设新时期）：真理标准问题大讨论与思想解放，改革开放的决策与实践等； ④惊天动地（中国特色社会主义新时代）：中国特色社会主义进入新时代的依据与意义，习近平新时代中国特色社会主义思想等； ⑤精神谱系与职教未来：中国共产党人精神谱系的梳理与解读，党史国史中的劳动模范、大国工匠等。	视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②围绕“长征精神对我的启示”、“我身边的小康故事”等议题，组织小组讨论、辩论赛、主题演讲，激发学生主动思考。
23	国家安全教育	素质目标：培养学生的国家安全意识与法治观念，树立“国家安全无小事，人人都是责任人”的责任认知。 知识目标：了解总体国家安全观的核心内涵与涵盖领域；熟悉我国国家安全相关法律法规。 能力目标：能准确识别日常生活、学习及实习场景中的国家安全隐患；运用所学知识分析国家安全事件的影响与应对措施。	①总体国家安全观概论：国家安全的概念与演变，总体国家安全观的系统阐述等； ②重点领域国家安全（一）传统安全； ③重点领域国家安全（二）非传统安全（与高职生关联密切领域）； ④国家安全法律体系与公民责任； ⑤风险防范与实战演练。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②组织参观国家安全教育基地、网络安全科技馆等；邀请相关领域专家、一线工作者举办讲座。

2. 专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

（1）专业基础课程

主要包括：电子商务基础、商务数据分析、零售基础、管理学基础、市场营销、财税基础、数据可视化、电子商务法律法规。

表 7-2 专业基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	教学目标	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	电子商务基础	素质目标：坚持社会主义核心价值观，树立正确的人生观和职业观；具有较强的法律意识、良好的信息素养，以及较强的网络安全意识。 知识目标：了解电子商务传统和新兴模式及平台特征；掌握电子商务支付安全知识；物流基础知识；掌握网络营销的方法。 能力目标：能在电子商务平台开展网络购物；具备防范电子商务安全威胁的能力；能在多个平台开展网络营销；具备探索电子商务应用的能力。	典型工作任务为电子商务的基础知识，工作内容主要有电子商务平台模式、电子支付平台、网络营销以及物流配送流程。 运用现代化办公软件、电子商务模拟软件、表格处理软件、计算机等硬件工具完成工作任务。	①理解电子商务的基础知识。 ②熟悉常见的平台，能够登录包括淘宝、京东、拼多多等电子商务平台，分析平台的异同。 ③掌握电子商务支付的相关知识。 ④掌握网络营销的基础知识、常见的网络营销方法。 ⑤熟悉电子商务的物流配送流程，以及智慧物流的含义、技术及应用。 ⑥掌握电子商务的客户服务的内容。
2	商务数据分析	素质目标：培养数据驱动的理性思维，杜绝主观臆断；树立严谨细致的工作态度，保证数据采集与分析的准确性；增强问题意识与创新意识。 知识目标：掌握电商核心数据指标定义及计算逻辑；理解数据采集原理，熟悉主流电商数据工具的基础功能；了解数据清洗、整理的基本方法，掌握简单数据分析模型；明晰数据分析结果与电商运营决策的关联逻辑。 能力目标：能使用平台工具精准采集、规范整理电商运营核心数据；具备基础数据处理能力，能剔除无效数据、修正异常数据；能运用对比、趋势等方法分析数据，识别运营问题；能撰写简洁有效的数据分析	典型工作任务为数据分析，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。 运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、计算机等硬件工具完成工作任务。	①了解涵盖业务系统、调研问卷等数据来源应用，掌握无效数据清洗、规范归档的实操方法。 ②能够分析核心指标，掌握销售额、转化率等关键指标解读，运用对比、趋势等基础分析方法定位业务短板。 ③学会分析报告撰写，掌握关键结论提炼及运营优化建议输出技巧。

		报告，提出可操作的运营优化建议。		
3	零售基础	素质目标：树立以客户为中心的服务理念，强化服务意识与同理心；培养诚信经营素养，坚守商品质量与价格诚信底线；养成严谨细致的工作态度，提升沟通协作能力，能与团队成员、客户高效互动。 知识目标：掌握零售基本概念及行业发展趋势；理解零售核心流程的关键逻辑；熟悉常见零售业态的运营特点与差异；掌握商品基础知识及定价基础原理；了解零售服务规范、消费者权益保护及基础安全管理知识。 能力目标：能完成商品验收、分类整理及基础陈列操作；具备基础销售能力，能主动接待客户、介绍商品卖点并引导成交；能处理简单客户咨询与投诉，运用服务技巧提升客户满意度。	典型工作任务为商品管理，工作内容主要有商品管理、商品服务、运营管理。运用现代化办公软件、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①掌握零售核心流程操作方法，能完成商品管理、销售服务及基础运营工作，保障零售环节高效运转。 ②掌握商品管理的方法，学会完成商品验收、分类整理、陈列布置及效期检查，保障商品合规上架。 ③能够主动接待顾客、介绍商品卖点、引导成交，处理简单咨询与退换货。 ④能够执行收银操作、盘点库存并记录，配合开展促销活动，落实基础防损工作。
4	管理学基础	素质目标：树立科学管理思维，摒弃经验主义；培养责任意识与团队协作素养；增强决策理性与问题解决意识。 知识目标：掌握管理基本概念、四大职能（计划、组织、领导、控制）内涵；了解核心管理理论（如科学管理理论、权变理论）；明晰组织架构、激励机制等基础原理。 能力目标：能制定简单工作计划与目标；具备基础组织分工与沟通协调能力；可运用管理工具分析问题并提出初步解决方案。	典型工作任务为管理四大职能，工作内容主要有计划制定、组织协调、领导执行、控制优化。运用现代化办公软件、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①掌握管理四大职能基础方法，能制定简单计划、组织分工、协调沟通，提升团队基础运营效率。 ②能够结合目标撰写简易工作计划，梳理任务清单与时间节点。 ③能够设计基础组织分工架构，统筹团队任务分配。 ④沟通传达任务要求，跟进进度并解决简单执行问题。 ⑤收集执行反馈，复盘任务效果并提出改进建议。

5	市场营销	素质目标：树立以市场为导向、客户为中心的理念；培养创新思维与抗压能力；强化诚信营销与团队协作素养。 知识目标：掌握营销 4P、目标市场定位等核心理论；了解市场调研、品牌塑造、促销策略基础逻辑；明晰线上线下营销渠道特点。 能力目标：能完成基础市场信息收集与简单调研分析；具备制定简易促销方案及执行能力；可进行产品卖点提炼与基础营销沟通。	典型工作任务为市场营销，工作内容主要有市场调研、策略策划、推广执行、复盘优化。 运用现代化办公软件、问卷调查工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①掌握市场营销核心概念、理论模型，能清晰阐述各模块逻辑关联。 ②熟悉主流营销工具与渠道的特点、适用场景，了解行业最新趋势。 ③能运用 PEST、SWOT 等工具拆解实际案例，识别机会与风险。 ④能针对具体产品/品牌，独立完成完整营销方案框架搭建。 ⑤能设计简单推广活动、撰写基础文案，且能基于数据反馈优化策略。
6	财税基础	素质目标：树立依法纳税的法治观念与诚信意识；培养严谨细致的工作态度，保障数据核算准确；强化责任意识与保密素养。 知识目标：掌握财税基本概念（税种、税率、会计要素等）；了解增值税、企业所得税等核心税种征管规则；明晰财务核算基本流程与票据管理规范。 能力目标：能识别常见原始凭证并规范整理；具备基础账务处理与税额计算能力；可完成简单纳税申报准备及财务数据初步核对。	典型工作任务为财税基础，工作内容主要有凭证管理、税额计算、申报准备、基础核算。 运用财税软件、打印机、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①理解财税概念、会计要素、税种分类及征管体系。 ②掌握增值税、企业所得税核心规则，凭证与账务核算流程。 ③能够实际操作原始凭证审核、税额计算、纳税申报准备，财税软件基础操作。
7	数据可视化	素质目标：培养数据可视化思维，聚焦核心信息传递；养成简洁直观的表达素养；强化细节把控与审美能力。 知识目标：掌握数据可视化基本概念及常用图表（柱状图、折线图）适用场景；了解可视化设计原则（对比、清晰性等）；明晰电商核心	典型工作任务为数据可视化，工作内容主要有数据准备、图表设计、可视化优化、报告整合。 运用数据采集工具、打印机、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①理解数据可视化概念。 ②掌握：Excel、简易 BI 等工具基础操作；图表设计规范（配色、标签、图例等）；数据清洗基础方法（去重、补漏）以支撑可视化效果。

		数据与图表匹配逻辑。 能力目标： 能选用适配图表呈现电商数据（如销量趋势、转化率对比）；具备基础可视化工具（如 Excel、简易 BI）操作能力；可制作简洁易懂的电商数据可视化报表。		③根据业务数据（如销售、转化率）选择适配图表；独立制作可视化图表并优化呈现；将图表整合进分析报告，精准传递数据洞察。 ④制作数据电商数据可视化报表。
8	电子商务法律法规	素质目标： 树立电商法治思维与合规意识；培养诚信经营与风险防范素养；强化知识产权保护与责任担当意识。 知识目标： 掌握电商核心法律概念（电子合同、隐私保护等）；了解电商平台规则、消费者权益保护法核心条款；明晰知识产权、数据安全及税务合规基础要求。 能力目标： 能识别电商运营常见法律风险（如虚假宣传）；具备规范起草简单电子合同的基础能力；可处理简单合规问题（如隐私信息保护、售后维权）。	典型工作任务为电子商务法律法规，工作内容主要有法规查询、风险识别、合规审核、纠纷处理。	①掌握电商法核心条款、电子合同规则及权益保护规范。 ②理解电商各主体法律责任与风险防控逻辑。 ③运用法律知识，能独立识别电商运营常见法律风险，审核基础电商文案与合同。

（2）专业核心课程

主要包括：网店运营、数据化运营、零售门店 O2O 运营、社群运营、网络营销、互联网销售、视觉营销设计、互联网产品开发。

表 7-3 专业拓展课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	教学目标	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	网店运营	素质目标： 诚信合规经营，坚守服务质量承诺；树立客户中心理念，耐心解决售后；养成数据思维与创新意识，具备团队协作及风险防范素养。 知识目标： 掌握平台规则、店铺定位及竞品分析；熟知选品、标题优化、详情页设计及库存管理；明晰流量运营（SEO、付	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。 运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软	①掌握 SEO\SEM、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。 ③能够进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据

		费推广等)、转化技巧及核心数据解读方法。 能力目标:能独立搭建上线网店;完成选品、标题优化及库存方案制定;运用SEO及至少1种付费工具引流,策划简单活动;高效处理客服及售后提升转化;分析数据并制定优化方案。	件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	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。 ④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。
2	数据运营	素质目标:秉持数据诚信,保障数据真实合规;培养数据敏感与逻辑思维,树立迭代优化意识;具备跨岗协作素养,坚守数据安全理念。 知识目标:掌握数据运营核心指标(流量、转化等)定义;熟知数据采集工具(生意参谋等)使用逻辑;明晰数据清洗、分析及优化方案制定原理。 能力目标:能独立采集整理运营数据;运用工具分析数据定位问题;结合数据制定引流、转化等优化策略并落地;联动团队推进数据驱动运营。	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。
3	零售门店O2O运营	素质目标:坚持诚信经营,保障线上线下服务一致;培养全渠道用户思维,主动优化体验;具备数据敏感与跨岗协作素养,坚守合规理念。 知识目标:掌握O2O平台规则、门店数字化工具逻辑;熟知线上引流(社群、直播等)、线下体验及线上线下融合策略;明晰核销、配送及数据复盘知识。 能力目标:能搭建门店O2O基础体系;策划线上引流+线下转化活动;高效处理核销、配送等履约问题;分析全渠道数据并优化运营方案。	典型工作任务为行业运营,工作内容主要有运营数据采集、运营数据分析、商品规划、商品发布与优化、行业商家管理、活动运营、用户运营。 运用数据采集与处理工具、促销活动工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①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,形成商品配置策略,完成电商产品的开发。 ②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。 ③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。 ④建立用户成长体系并进行精准营销。
		素质目标:坚持诚信沟通,维护用户信任;培养用户思维与共情力,主动响应需求;具备社群活跃意识与责任心,坚守	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、	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

4	社群运营	合规底线。 知识目标：掌握社群定位、入群规则等基础逻辑；熟知内容策划、活动运营及用户分层方法；明晰社群数据（活跃度、转化率）解读原理。 能力目标：能搭建并运营社群，策划话题与活动提升活跃；精准分层用户并维护关系；处理用户问题提升粘性；分析数据优化社群运营策略。	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、计算机等硬件工具完成工作任务。	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。
5	网络营销	素质目标：秉持诚信营销原则，保障信息真实合规；培养市场敏感与创新思维，树立用户中心理念；具备跨域协作素养，坚守品牌与数据安全意识。 知识目标：掌握网络营销核心模式（SEO、内容营销等）；熟知主流平台（抖音、淘宝等）规则及工具逻辑；明晰用户画像、流量转化及数据复盘知识。 能力目标：能制定针对性营销方案；运用 SEO、内容或付费推广引流；策划活动提升转化；分析营销数据定位问题并优化；联动团队落地执行。	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，提出有效改进方法。
6	互联网销售	素质目标：秉持诚信销售原则，保障信息真实；培养用户思维与共情力，耐心响应需求；具备抗压与服务意识，坚守合规底线。 知识目标：掌握主流平台（淘宝、抖音等）规则；熟知产品卖点提炼、沟通话术及活动营销逻辑；明晰客户分层、转化技巧及售后规范。 能力目标：能精准挖掘客户需求并推介产品；运用话术高效沟通促成转化；处理售后问题提升复购；配合营销活动落地执行。	典型工作任务1：为销售方案执行与优化，工作内容主要有销售目标与销售漏斗建立、销售票据处理、销售管理工具运用、自营渠道账单管理、CRM 转化、销售数据分析、方案评估与改进。 典型工作任务2：为客户服务管理，工作内容主要有客服方案制定和优化、顾客纠纷处理、智能客服训练、客户风控管理、客户服务质量监控。	①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。 ②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。 ③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。 ④能够制定和优化客户服务方案，进行智能客服机器人训练、客户投诉处理、新

				老客户转化服务等。
7	视觉营销设计	素质目标：坚守审美诚信，拒绝抄袭低俗设计；培养视觉审美与创新思维，树立用户体验理念；具备细节把控与团队协作素养，坚守版权合规底线。 知识目标：掌握色彩、图形、排版等核心设计要素；熟知品牌视觉规范及主流设计工具逻辑；明晰不同场景（海报、界面等）设计原则及视觉营销原理。 能力目标：能精准提炼品牌调性设计视觉作品；运用工具完成海报、详情页等设计；适配多场景优化视觉呈现；结合反馈与数据迭代设计提升营销效果。	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。
8	互联网产品开发	素质目标：秉持用户至上理念，坚守产品诚信与合规底线；培养创新思维与迭代意识，具备抗压与跨团队协作素养；重视数据伦理与用户隐私保护。 知识目标：掌握互联网产品生命周期管理逻辑；熟知用户调研、需求分析及产品规划方法；明晰原型设计、技术实现及测试上线流程；了解主流产品工具与行业规范。 能力目标：能独立开展用户调研并提炼核心需求；完成产品原型设计与需求文档撰写；协调研发、测试等团队推进产品落地；通过数据反馈优化产品功能与体验。	典型工作任务为互联网及电商产品开发，工作内容主要有产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、UI设计与打样、产品开发实施与推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核。运用平面设计软件、UI设计软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①掌握PEST和SWOT分析方法，熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具。 ②能够分析产品投放的投资回报率，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。 ③能够进行电商产品呈现方式及UI设计，跟进产品开发进度。 ④选择产品发布渠道，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。

（3）专业拓展课程

主要包括：经济学原理、消费者行为分析、商务礼仪、图形图像处理、短视频剪辑、新媒体营销、直播营销与运营、互联网文案写作、商品信息采编、电子商务物流配送、电子商务案例分析、经济法基础。

表 7-4 专业拓展课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	教学目标	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	经济学原理	素质目标: 树立理性思维与辩证视角, 客观分析经济现象; 培养诚信守规意识, 理解市场伦理; 具备社会责任感, 关注经济与民生关联。 知识目标: 掌握供需、价格、市场等核心概念; 熟知微观(厂商、消费者行为)与宏观(GDP、通胀等)经济基础理论; 了解经济政策传导逻辑。 能力目标: 能运用理论解读物价、就业等现实经济问题; 分析市场供需变化并预判趋势; 撰写基础经济现象分析报告。	典型工作任务为经济形势分析, 工作内容有市场供需分析、微观经济主体行为分析、宏观经济指标解读、经济政策影响评估。	①明晰微观与宏观理论框架, 掌握核心概念及逻辑关联。 ②运用供需、政策等理论分析经济现象, 制定基础分析思路。 ③完成竞品/市场简单经济分析, 撰写基础报告。 ④结合运营场景(如定价、供需预判)落地理论。
2	消费者行为分析	素质目标: 秉持客观分析视角, 尊重消费群体差异; 培养同理心与市场敏感, 树立诚信营销理念; 具备数据伦理意识, 坚守消费者隐私保护底线。 知识目标: 掌握消费者需求、动机、决策等核心概念; 熟知心理、社会、文化等影响消费行为的因素; 明晰消费者决策流程及行为分析模型(如AIDA、ELM)。 能力目标: 能运用调研工具收集消费行为数据; 分析数据提炼消费偏好与痛点; 结合理论制定针对性营销策略; 预判消费行为趋势并优化方案。	典型工作任务为消费者行为分析, 工作内容有消费需求与动机调研、消费决策路径分析、消费群体画像构建任务、消费趋势预判与策略落地任务。 运用问卷调研工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①了解消费行为核心逻辑, 掌握影响因素及分析模型框架。 ②运用调研工具收集数据, 结合模型拆解消费动机与决策路径。 ③完成目标用户画像构建与竞品消费行为分析, 撰写分析报告。 ④结合网店运营场景制定拉新、留存策略。
3	商务礼仪	素质目标: 秉持尊重包容理念, 善待他人、文明处事; 塑造职业形象; 培养跨文化同理心; 增强诚信与责任观念。 知识目标: 掌握个人形象塑造的系统知识, 包括仪容、仪表、仪态的规范标准。熟知商务会面、商务沟通、商务活动等核	典型工作任务聚焦于在各类商务场景中, 主要包括商务接待礼仪、商务沟通礼仪、商务活动礼仪、职场形象与行为礼仪、跨文化商务礼仪。	①掌握商务礼仪核心原则。 ②明晰各场景礼仪核心规范, 掌握跨文化礼仪适配逻辑。 ③运用礼仪规范适配不同场景, 规避社交误区。 ④独立完成商务接待、

		心场景的礼仪规范与流程。明晰跨文化商务交际的基本常识与主要国家的礼仪禁忌。 能力目标: 能独立且得体地完成商务接待、拜访、会议组织与参与等任务。精准地运用沟通技巧进行商务洽谈、电话联络和邮件往来, 有效传递信息。熟练地运用中西餐宴请礼仪, 合理安排座次、点菜和席间交流。		会议统筹等礼仪执行。 ⑤能够处理线上线下社交冲突, 维护职业形象; 结合网店运营场景(如客户沟通、直播礼仪)落地规范。
4	图形图像处理	素质目标: 坚守设计诚信与版权意识, 拒绝抄袭侵权; 培养审美素养与创新思维, 注重细节把控; 具备耐心专注与协作精神, 坚守规范操作底线。 知识目标: 掌握色彩、构图、修图等核心原理; 熟知 PS、Figma 等主流工具操作逻辑; 了解不同场景(海报、电商图等)图像处理标准及输出规范。 能力目标: 能运用工具完成图像裁剪、调色、合成等操作; 精准匹配需求设计视觉作品; 适配多平台优化图像呈现; 根据反馈迭代提升处理效果。	典型工作任务聚焦视觉内容优化与创作。工作内容包括根据需求进行图像采集与素材筛选, 运用专业软件完成修图、调色、合成等基础处理、设计平面视觉作品、适配多场景尺寸规范, 优化图像分辨率与格式、配合营销、设计等场景需求, 确保视觉效果贴合品牌调性与传播目标, 高效交付高质量视觉素材。运用专业修图软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①理解设计基础原理与工具操作逻辑, 掌握不同场景图像处理标准。 ②运用工具实现图像基础编辑与创意设计, 适配场景需求调整视觉效果。 ③利用图像裁剪、调色、合成、抠图等实操技巧, 独立完成网店商品图精修、宣传海报设计等任务。 ④图层、蒙版、滤镜等工具运用方法, 适配直播、电商详情页等运营场景输出优质素材。
5	短视频剪辑	素质目标: 坚守版权伦理, 拒绝抄袭侵权; 培养审美创新与细节把控力, 保持创作耐心; 具备团队协作素养, 恪守规范操作与正向传播底线。 知识目标: 掌握分辨率、帧率等基础概念; 熟知拍摄构图、光线运用原理; 明晰 Pr、AE 等工具操作逻辑及不同场景(短视频、宣传片)制作标准。 能力目标: 能完成拍摄、素材剪辑、调色配乐等全流程操作; 精准匹配需求创作视频; 适配多平台优化输出; 结合反	典型工作任务为短视频剪辑, 工作内容有前期策划与拍摄、后期剪辑与包装、输出与优化、多场景适配。运用手机/微单、剪辑软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①掌握分辨率、帧率、视频格式及各平台输出规范。 ②独立完成脚本撰写(含场景设计、台词设计)、拍摄(含设备调试、光线布置)、剪辑(含素材筛选、转场设计)全流程操作。 ③利用图像裁剪、调色、合成、抠图等实操技巧, 独立完成网店商品图精修、宣传海报设计等任务。

		馈迭代提升作品质量。		④能根据抖音、视频号等平台特性优化输出参数。 ⑤结合播放量、完播率等数据及用户反馈调整内容风格与制作细节。
6	新媒体营销	素质目标：秉持诚信营销原则，保障内容真实合规；培养市场敏感与创新思维，树立用户中心理念；具备跨岗协作素养，坚守品牌与数据安全意识。 知识目标：掌握新媒体平台（抖音、微信等）规则与特性；熟知内容营销、社群运营、直播带货等核心模式；明晰用户画像、流量转化及数据复盘逻辑。 能力目标：能制定针对性新媒体营销方案；创作适配平台的内容引流；运营社群或执行直播提升转化；分析数据定位问题并优化；联动团队落地执行。	典型工作任务围绕线上流量获取与转化展开。核心包括搭建新媒体矩阵、策划创意内容，开展话题营销、达人合作等推广活动、监测用户数据与互动反馈、维护用户关系，提升品牌曝光与用户粘性，实现营销目标。 运用新媒体平台、营销推广工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①掌握新媒体营销核心理论框架，明确新媒体定义、特征及与传统营销的本质差异。 ②学会用户画像、流量漏斗、AIDA等核心模型的原理及应用逻辑分析消费者和流量。 ③适配多平台特性创作内容（如抖音短视频、小红书图文），熟练运用SEM、SEO等技巧引流。 ④精准分析曝光量、转化率等核心数据，撰写复盘报告并优化策略。
7	直播营销与运营	素质目标：直播电商从业者应具备诚信意识，确保商品信息真实准确，不进行虚假宣传和欺诈行为；要有良好的沟通能力和亲和力，能够与观众建立良好的互动关系；同时，还应具备团队协作精神，与运营、策划、客服等人员密切配合，共同打造优质的直播内容和购物体验。 知识目标：掌握主流平台（抖音、淘宝等）规则与流量逻辑；熟知商品卖点提炼、直播脚本设计要点；明晰互动技巧、售后规范及数据指标（观看量、转化率等）解读。	典型工作任务聚焦直播全流程运营与转化，工作内容为直播前策划与筹备任务、直播中运营与控场任务、直播后数据复盘与优化任务、直播客情维护与售后衔接任务。 运用直播软件、提词器、拍摄设备、音频设备等软硬件工具完成工作任务。	①了解主流直播平台的规则、用户画像、流量分配逻辑及直播权限开通要求。 ②掌握目标用户调研方法与画像构建能力，能通过竞品分析提炼差异化优势。 ③能够进行用户画像分析，提高用户转化率。 ④能够利用直播数据监测工具，精准分析核心数据并撰写复盘报告。

		能力目标: 能独立策划直播主题与流程;精准讲解商品激发购买欲,高效互动控场;处理售后及突发问题;分析直播数据优化策略提升转化。		
8	互联网文案写作	素质目标: 应具备创意和写作能力,能够撰写吸引人的文案;注重语言准确性和规范性,避免误导消费者;有市场敏感度,能根据目标受众调整文案风格。 知识目标: 掌握文案写作的基本原则和技巧;了解不同平台(如微信、微博、电商平台)的文案特点;熟悉SEO优化和关键词使用;知道如何评估文案效果。 能力目标: 能独立撰写产品描述、广告文案、社交媒体内容等;能根据数据优化文案以提高转化率;能协同设计团队完成图文内容。	典型工作任务是互联网文案写作,主要内容有文案策划与撰写、文案测试与优化、跨部门协作。	①掌握文案写作技巧,如标题创作、内容结构。 ②了解SEO和关键词优化方法。 ③能使用数据分析工具评估文案性能。 ④具备创意发散和逻辑思维能力。
9	商品信息采编	素质目标: 应具备细致和耐心,确保商品信息准确无误;有审美能力,能展示商品亮点;遵守诚信原则,不夸大商品特性。 知识目标: 掌握商品信息采集的标准流程;了解图片拍摄和编辑技巧;熟悉商品分类和标签系统;知道如何撰写吸引人的产品描述。 能力目标: 能独立完成商品图片拍摄和编辑;能撰写详细且吸引人的产品信息;能管理商品数据库并及时更新。	典型工作任务包括商品信息收集、图片处理、文案撰写、信息上传与维护,工作内容涵盖数据采集、编辑和质量管理。 运用摄影设备、图片编辑软件、商品信息管理系统等完成工作任务。	①掌握摄影和图片编辑软件(如Photoshop)的基本操作技巧。 ②能撰写清晰、吸引人的产品描述,突出商品优势。 ③了解商品信息管理系统的使用,实现高效数据录入。 ④具备质量检查能力,确保信息准确无误。
10	电子商务物流配送	素质目标: 培养供应链整体思维与成本意识;树立服务与效率导向;具备风险防控与合规运营意识。 知识目标: 掌握物流管理基本概念与流程;熟悉常见电商物流模式(如自营、第三方、众包);了解物流信息技术与系	典型工作任务为电商订单物流处理与供应链协同。工作内容包括订单接收与处理、仓储管理、拣货打包、物流配送安排、退换货处理、物流信息跟踪与异常处理,协同	①掌握电子商务物流基本流程与关键环节(订单、仓储、配送、售后)。 ②能处理典型电商订单物流全流程,包括打单、拣货、发货与跟踪。 ③掌握物流成本控制与时效管理方法,提出优

		统应用。 能力目标: 能处理典型电商物流订单流程; 优化仓储与配送方案; 应对常见物流异常与客户咨询。	仓储、运输与平台运营环节, 提升物流效率与客户满意度。 运用 WMS、TMS 等物流管理系统、电子面单工具、计算机等完成工作任务。	化建议。 ④结合真实电商平台场景, 完成模拟订单物流处理与数据分析。
11	电子商务案例分析	素质目标: 培养批判性思维与综合分析能力; 树立诚信经营与法律意识; 具备跨文化沟通与市场适应能力。 知识目标: 掌握电子商务基本概念与分类; 熟悉典型电商平台运营模式; 了解电商法律法规与市场环境。 能力目标: 能系统分析电商企业案例; 提炼可复用的运营策略与方法; 撰写专业案例分析报告并提出建议。	典型工作任务为电子商务典型模式与平台案例研究。工作内容包括选取国内外典型电商企业/平台案例, 分析其商业模式、运营策略、用户增长与盈利方式, 总结成功经验与失败教训, 撰写案例分析报告, 并提出优化建议或本土化应用方案。	①掌握电子商务主流商业模式 B2B、B2C、C2C、O2O 及其特点。 ②能系统分析电商案例, 识别关键成功要素与潜在风险。 ③完成典型电商平台/企业案例分析, 撰写报告并进行汇报。 ④结合本地市场或特定产品, 提出电商落地可行性方案。
12	经济法基础	素质目标: 应具备法律意识和合规观念, 遵守商业法规; 有诚信和公正意识, 保护消费者权益; 具备谨慎和细致的工作态度。 知识目标: 掌握经济法的基本概念和原则; 了解合同法、消费者权益保护法、电子商务法等相关法律法规; 熟悉商业纠纷处理流程。 能力目标: 能识别商业活动中的法律风险; 能起草和审查简单合同; 能处理常见法律咨询和投诉。	典型工作任务是经济法基础, 工作内容法律咨询、合同管理、合规检查、风险防控。	①了解经济法相关法律法规。 ②能应用法律知识解决实际问题。 ③具备合同起草和审查能力。 ④能进行法律风险评估。

3. 实践性教学环节

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等都要加强实践性教学。

(1) 实训

在校内外进行网店运营、社群运营、数据化运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、智能客服、视觉营销设计、互联网及电商产品开发、全渠道营销推广等实训, 包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

（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。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。

实习实训既是实践性教学，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。

（二）学时安排

见附表

八、教学保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

本专业现有教师 24 人，其中专职教师 18 人，校外兼职教师 6 人，双师素质教师占专业教师比 85.6%，高级职称专任教师的比例 20%，师生比为 1:20。专任教师队伍考虑了职称、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，建立定期开展专业教研机制。

2. 专业带头人

本专业专业带头人具有本专业副高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、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。

3. 专任教师

本专业专任教师具有高校教师资格；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；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。

4. 兼职教师

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，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。

（二）教学条件

教学条件应满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室

普通专业教室配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备；有互联网接入和 Wi-Fi 环境，实施网络安全防护措施；安装应急照明装置保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室

表 8-1 电子商务专业校内实训室信息一览表

序号	实训室名称	实训室设备	实训室功能	使用课程	工位数量	场地面积（m ² ）
1	电子商务实训室	计算机、服务器、多媒体中控台、课桌椅、交换机、机柜、操作系统软件、办公软件	店铺运营实训功能、数据分析与决策功能、数据分析与决策功能	网店运营、数据化运营、社群运营、图形图像处理、视觉营销	48	80
2	直播运营综合实训室	计算机、服务器、多媒体中控台、课桌椅、交换机、机柜、操作系统软件、办公软件、直播设备	直播场景搭建与实操功能、营销推广与流量运营功能、数据分析与复盘优化功能	商务数据分析、数据可视化、新媒体营销、视频制作、直播电商	48	80

		播软件				
--	--	-----	--	--	--	--

3. 校外实训条件

合作关系稳定，能够开展网店美工、商品信息采编、电子商务、直播营销等综合业务、电子商务等实训活动，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。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；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；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

（三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用

本着编选并重、择优选用的原则大力推动高质量教材的选用。根据专业发展变化速度较快的特色，积极选用近三年出版的、高质量的高职高专国家规划教材。专业核心课优先选用国家支持开发的专业教学资源库开发的教材，部分专业核心课程，结合企业培训教材，十三五和十四五职业教育国家规划教材，按照国家教材规范重新构建了教学内容，制定了校本活页教材。

2. 图书文献配备

学校图书馆拥有教学必备的、门类较全的现代物流管理、市场经济、计算机类图书资料，总量能满足专业教学和学科发展的需要，具有本专业信息资料查阅所需的计算机网络系统。

3. 数字教学资源配置

在教学中充分发挥网络的优势，有效利用网络资源。一方面，建立专业教学网站，将本专业全部教学资源上传到网上，教师、学生都可以随时使用，实现了课程资源共享。另一方面，随着教学的需要，会将相关的网站进行链接，提供给学生，开阔学生视野。通过校园网、互联网，可以开展网上学习，实现教学和学习环境开放性。一方面提高学生的学习兴趣和教学质量；另一方面提高学生自主学习能力。

（四）教学方法

1. 案例教学法

通过引入真实的电子商务案例，如淘宝、京东等平台的运营案例，引导学生进行深入分析和讨论，让学生理解和掌握电子商务的原理、策略和技巧，培养他们的问题解决能力和创新思维。

2. 项目教学法

以企业真实项目为载体，让学生参与其中，如全流程参与电商运营项目，或为农产品设计短视频营销方案等。构建“基础技能训练 — 岗位专项实践 — 综合项目攻关”三级进阶体系，使学生在实践中学习和掌握电子商务技能。

3. 讨论式教学法

教师提出一些电子商务领域的热点问题或有争议的话题，如电商平台的垄断问题、直播带货的法律规范等，组织学生进行讨论。让学生在讨论中各抒己见，激发他们的思维活力，培养其批判性思维和团队协作能力。

4. 混合式教学法

将线上和线下教学相结合，课前教师通过在线平台发布学习资料和任务，引导学生预习；课中组织学生进行讨论和互动，深入探讨电子商务的原理和技能；课后布置作业和项目，帮助学生巩固所学知识和提高实践能力。

5. 实训教学法

利用电子商务模拟软件，搭建虚拟的电商运营环境，让学生在模拟平台上进行店铺开设、商品上架、营销推广、客户服务等操作，模拟真实的电商业务流程，使学生熟悉电商运营的各个环节，提高实际操作能力。

（五）教学评价

1. 专业课程的考核

表 8-2 电子商务专业课程考核与评价表

课程性质	考核内容	评价比例	评价人员
理论课	课堂表现	30%	任课教师
	课后作业	30%	任课教师
	试卷成绩	40%	任课教师
理论+实践	课堂表现	30%	任课教师
	技能考核	70%	任课教师、企业导师
实践课	技能考核	50%	任课教师、企业导师

	成果展示	50%	学生互评
--	------	-----	------

2. 顶岗实习课程的考核评价

对在顶岗实习期间的劳动纪律、工作态度、团队合作精神和人际沟通能力、专业技术能力和任务完成等方面情况进行考核评价。

（六）质量管理

1. 依据学校《关于 2025 级专业人才培养方案修订工作的指导意见》，明确人才培养方案的制（修）订及动态微调的规范流程，确保市场调研、任务分析、体系构建等方面工作的科学性、合理性。

2. 依据学校相关教学管理制度，加强日常教学组织运行与管理，开展督导评价、同行评价、学生评价等听课、评教、评学工作，明确校内评价指标包括：教学任务完成情况、教学（含考核）效果、教学改革与研究、学生专业技能和综合素质。

3. 依据学校建立的毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，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，明确校外评价指标主要包括：毕业生社会声誉和就业质量、用人单位对学生的评价、学生家长对学校的满意度和自身发展评估等。

4. 专业教研室充分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。

九、毕业要求

本专业学生应达到以下标准方可毕业：

1. 根据专业人才培养方案确定的培养目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分。
2. 完成岗位实习和毕业实习报告。
3. 完成第二课堂相应学分要求。

十、附录

按照《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》（教职成司〔2019〕13 号）《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61 号）的相关要求，在由行业企业专家、教科研人员 and 一线教师代表组成的专业建设委员会指导下，按照学校统一部

署，前后开展了行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研等工作，分析产业发展趋势和行业企业人才需求，明确本专业面向的职业岗位（群）所需要的知识、能力、素质，形成了专业人才培养调研报告。经过由行业企业、教研机构、校内外一线教师和学生代表等参加的论证会论证，进一步明确了专业人才培养目标与培养规格，重构课程体系、安排教学进程，更新完善了教学内容、教学方法、教学资源、教学条件保障等要求。

2025 年 6 月，对照职业教育专业教学标准(2025 年)进行了最新修订。

附表 I

电子商务专业教学进程总体安排表

课程类别	课程性质	课程名称	课程编码	学时数			学分	考核方式	按学年、学期教学进程安排 (周学时、教学周数)						备注
				总学时	理论学时	实践学时			I	II	III	IV	V	VI	
公共基础课程	必修	思想道德与法治	1210201010	54	48	6	3	1	2	1					
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	1210201011	36	30	6	2	1		2					
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1210301009	54	48	6	3	1		1	2				
		形势与政策 I	1210201013	8	8	0	2	2	▲						
		形势与政策 II	1210201014	8	8	0		2		▲					
		形势与政策 III	1210201015	8	8	0		2			▲				
		形势与政策 IV	1210201016	8	8	0		2				▲			
		军事理论与军训 I	1106201010	36	0	36	2	2	▲						
		军事理论与军训 II	1106201011	32	32	0	2	2	▲						
		体育 I	1213201017	36	2	34	2	1	2						
		体育 II	1213201018	36	2	34	2	1		2					
		体育 III	1213201019	36	2	34	2	1			2				
		体育 IV	1213201020	36	2	34	2	1				2			
		劳动教育 I	1106201003	18	0	18	1	2	▲						每周 1 学时
		劳动教育 II	1106201004	18	0	18	1	2		▲					
		劳动教育 III	1106201005	18	0	18	1	2			▲				
		劳动教育 IV	1106201006	18	0	18	1	2				▲			
		心理健康教育	1210201004	36	26	10	2	2	2						
		大学生职业发展与就业指导 I	1304201107	36	20	16	2	2	2						
		大学生职业发展与就业指导 II	1304201108	36	26	10	2	2				2			
	选修	英语 I	1208201040	36	36	0	2	2	2						全校限定选修
		英语 II	1208201041	36	36	0	2	2		2					全校限定选修
		信息技术	1203201011	36	12	24	2	2	2						全校限定选修
		中华优秀传统文化	1106201012	16	16	0	1	2	▲						全校限定选修
		大学生安全教育-综合篇	1106201008	32	32	0	2	2	▲						全校限定选修
		劳动通论	1106201007	32	32	0	2	2		▲					全校限定选修

		突发事件及自救互救	1106204077	32	32	0	2	2		▲					全校限定选修
		人工智能	1106204063	32	32	0	2	2		▲					全校限定选修
		艺术导论	1106204171	32	32	0	3	2			▲				全校限定选修
		现场生命急救知识与技能	1106204084	16	16	0	1	2			▲				全校限定选修
		情商与智慧人生	1106204061	16	16	0	1	2				▲			全校限定选修
		国学智慧	1106204015	32	32	0	2	2				▲			全校限定选修
		有效沟通技巧	1106204028	32	32	0	2	2					▲		全校限定选修
		党史国史	1106201015	16	16	0	1	2					▲		全校限定选修
		国家安全教育	1106201016	32	32	0	2	2					▲		全校限定选修
		小计		996	674	322	59								
		占比		30.89%											
专业基础课程	必修	管理学基础	1202202102	72	36	36	4	1	4						
		市场营销	1202202125	36	18	18	2	2	2						
		电子商务基础	1202202101	72	36	36	4	1		4					
		商务数据分析	1202202073	72	36	36	4	2				4			
		零售基础	1202202120	36	18	18	2	2		2					
		数据可视化	1202202124	36	18	18	2	2			2				
		财税基础	1202202095	36	18	18	2	2		2					
		电子商务法律法规	1202202100	36	18	18	2	1		2					
		小计		396	198	198	22								
		占比		12.28%											
专业核心课程	必修	网络营销	1202202088	72	36	36	4	2	4						
		网店运营	1202203117	72	8	64	4	1			4				
		视觉营销设计	1202203114	36	12	24	2	2			2				
		数据化运营	1202203115	72	36	36	4	2			4				
		互联网销售	1202203102	36	18	18	2	2	2						
		零售门店 O2O 运营	1202203105	72	36	36	4	1				4			
		互联网产品开发	1202203101	72	36	36	4	2				4			
		社群运营	1202203142	36	18	18	2	2				2			
		小计		468	200	268	26								
		占比		14.52%											
专业拓展课程	必修	图形图像处理	1202204109	72	24	48	4	1		4					
		消费者行为分析	1202204108	36	18	18	2	2		2					
		短视频剪辑	1202202078	72	6	66	4	1			4				
		互联网文案写作	1202202067	36	18	18	2	2			2				
		商品信息采编	1202202084	72	36	36	4	1			4				

		电子商务物流配送	1202203013	72	36	36	4	2		4					
		电子商务案例分析	1202204114	36	18	18	2	2				4			
		直播营销与运营	1202203089	72	36	36	4	1				4			
		新媒体营销	1202202068	36	18	18	2	1			2				
	选修	经济学原理	1202202106	36	18	18	2	2	2						
		经济法基础	1202202105	36	18	18	2	1	2						
		商务礼仪	1202202044	36	18	18	2	2		2					
	小计			612	264	348	34								
	占比			18.98%											
第二课堂	思想成长								▲	▲	▲	▲	▲	▲	
	实践实习和志愿公益						4		▲	▲	▲	▲	▲	▲	
	创新创业							▲	▲	▲	▲	▲	▲		
	文体活动							▲	▲	▲	▲	▲	▲		
	工作履历							▲	▲	▲	▲	▲	▲		
	技能特长							▲	▲	▲	▲	▲	▲		
实践性教学环节	必修	岗位实习Ⅰ	1106201100	360	0	360	20						▲		
		岗位实习Ⅱ	1106201101	360	0	360	20							▲	
		毕业设计	1106201102	32	32	0	2							▲	
	小计			752	32	720	42								
	占比			23.33%											
总计				3224	1368	1856			28	30	28	26			

- 注：
1. 考试课用“1”表示，考查课用“2”表示。
 2. ▲表示在对应学期开设课程

附表 II

电子商务专业学时分配

课程类别			学时分配			学时比例
			总学时	理论学时	实践学时	
公共基础课	必修		568	270	298	17.62%
	选修		428	404	24	13.28%
专业课程	专业基础课程（必修）		396	198	198	12.28%
	专业核心课程（必修）		468	200	268	14.52%
	专业拓展课程	必修	504	210	294	15.63%
		选修	108	54	54	3.35%
毕业实习（必修）			752	32	720	23.33%
合计			3224	1368	1856	100%
比例分配				42.43%	57.57%	100%