



烟台汽车工程职业学院

YANTAI AUTOMOBILE ENGINEERING PROFESSIONAL COLLEGE

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

适用年级：2025 级

专业负责人：管应琦

制订时间：2025 年 6 月

编 制 说 明

本方案根据教育部《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）、教育部职成司《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）、山东省教育厅《关于办好新时代职业教育的十条意见》等有关文件精神，对接教育部《高等职业教育电子商务专业教学标准》（2025修订版），按照《烟台汽车工程职业学院2025级专业人才培养方案修订指导意见》要求编制。本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由烟台汽车工程职业学院电子商务专业和鲁商教育控股有限公司等企业共同制订，并经专业建设委员会审定、学院批准实施。

主要编制人员：

沈璐	烟台汽车工程职业学院电子商务专业教师/讲师
苏慧	烟台汽车工程职业学院电子商务专业教师/讲师
孙君君	烟台汽车工程职业学院电子商务专业教师/讲师
韩林杏	烟台汽车工程职业学院电子商务专业教师/讲师
王珊珊	烟台汽车工程职业学院电子商务专业教师/讲师
车郭怡	烟台汽车工程职业学院电子商务专业教师/助教
冯禄	青岛日日新信息服务有限公司/经理
马占峰	烟台指尖电子商务公司/总经理
王琳	泰昊通讯器材有限公司/总经理

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
(一) 人才培养面向岗位	1
(二) 岗位能力分析	1
五、培养目标与培养规格	3
(一) 培养目标	3
(二) 培养规格	4
六、课程设置及要求	6
(一) 课程体系构建	6
(二) 课程设置与要求	7
七、教学进程总体安排	36
(一) 教学进度计划	36
(二) 各类课程学时学分比例	36
(三) 实践环节教学进程表	37
(四) 电子商务专业教学进程安排表	38
八、实施保障	42
(一) 师资队伍	42
(二) 教学设施	43
(三) 教学资源	45
(四) 教学方法	46
(五) 学习评价	46
(六) 质量管理	48
九、毕业要求	48
十、附录	49

2025 级电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务 (530701)

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力者。

三、修业年限

三年

四、职业面向

(一) 人才培养面向岗位

表 1 人才培养岗位表

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 S (4-01-06-01)、互联网营销师 S (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 (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 ...
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、电子商务师

(二) 岗位能力分析

表 2 岗位能力分析表

序号	岗位	岗位细化	岗位描述	岗位能力要求	典型工作任务
1	店铺运营	店铺运营岗位 主要负责公司电商平台的日常运营管理，包括店铺整体策划、各级页面布局、营销活动策划、产品推广等系统经营性工作	制定并执行在各电商平台上 的品牌推广目 标及产品销售 指标，收集市场 和行业信息，定期汇总出详细 的数据分析报 告，并提供有效 应对方案。此 外，店铺运营岗 位还涉及产品	1. 能够针对店铺的具 体情况制定运 营推广方案 2. 能够综合分析决 策突发事件和整合 网络资源进行处理 3. 能够熟练操作电 商运营平台的营销 工具 4. 能够对后台等数 据进行分析 5. 能够分析产品并	1. 负责品牌店铺的运 营推广和活动策 划 2. 定期针对推广效 果进行跟踪、评估 及时提出运营改 进措施，并给出切 实可行的改进方案 3. 根据天猫、京东 等 B2C 运营平台模 式，针对不同商品 SKU 及项目，开发切

序号	岗位	岗位细化	岗位描述	岗位能力要求	典型工作任务
			类目排名的优化、标题优化、店铺流量的优化、转化率的优化、数据研究统计以及淘宝营销工具的优化和利用	挖掘新的网络品牌推广方式和网络营销模式 6. 能够进行活动策划和文案编写	合用户利益的新型运营促进策略 4. 策划店铺促销活动，淘宝直通车、钻石展位等活动策划
2	视觉营销设计	根据运营需求制作、发布、修改、调整网店首页广告、店铺公告及商品系列栏目页面的活动图片，配合店铺销售活动美化店铺 banner 及产品展示	负责品牌的视觉设计，包括产品包装及宣传资料的设计工作，能够独立完成品牌形象的构思与设计并达成设计方案。创建可识别的图像，艺术的外观，充分利用所相关的显示媒体，形象的表达功能，视觉一致性，布局	1. 能够用符合大众的审美制定店铺招牌、详情页、模块等设计美化工作 2. 能够有创意的设计各种产品的详情描述和美化 3. 能够运用合理的色彩搭配表达产品 4. 能够熟练使用平面设计软件的能力 5. 能够会制作简单的动画和视频 6. 能够制作网页并优化	1. 负责电商平台店铺形象和页面的设计更新，商品描述美化及宝贝详情页设计，模板设计 2. 负责店铺的专题页和活动页的设计 3. 负责网店图片的设计，并根据活动特点提供及时、有效的平面设计支持 4. 负责店铺日常产品的维护、调整、美化
3	客服服务管理	1. 负责网店店铺售前客服工作，接待好每一位进店咨询客户，确保顺利成交 2. 负责店铺的售后订单处理，及时解决好客户问题，确保客户满意度提升 3. 具备服从意识，并能按照公司要求，完成公司其他日常工作	熟悉店内所有商品，能够准确有效为客户推荐商品；与发货部门沟通，解决退换货及物流问题；维护客户资料并能进行客户消费行为分析，为客户提供商品	1. 能够处理客户关系，及时沟通，解决客户的各种合理要求 2. 能够熟悉业务范围和产品，对客户的消息迅速做出反应 3. 能够借助电话、网络等进行销售 4. 能够使用话术快速回复客户问题 5. 能够对待客户充满激情、热情和耐心，让客户感受到最大程度的满意	1. 售前支持：产品介绍，解答客户疑问与需求，引导客户下单，提高售前咨询下单率 2. 售中跟踪：客户订单生成与变更，发货与物流状态跟进 3. 售后服务：客户反馈问题处理，退换货，投诉处理等 4. 解决投诉问题以及普差评，妥善处理客户不满及意见，提升客户满意度

序号	岗位	岗位细化	岗位描述	岗位能力要求	典型工作任务
4	营销推广	1. 针对互联网异业平台展开线上线下活动，整合各种推广渠道，开展深度合作，通过合作为网站带来持续优质用户资源 2. 负责策划合作方案，提出合作策略，以及合作项目的拓展、推进，并跟进各活动项目的实施，形成定期报告提出改善建议 3. 负责搜集各类市场信息，分析竞争对手网站的市场推广情况	组建和管理项目团队、完成一个网络营销项目的策划和运营；利用多种网络营销技能进行商务管理和网络营销；执行销售及市场计划，完成公司制定的销售任务及指标	1. 能够针对店铺的具体情况制定推广方案 2. 能够综合分析决策突发事件和整合网络资源进行处理 3. 能够熟练操作电商运营平台的营销工具 4. 能够对后台等数据进行分析 5. 能够分析产品并挖掘新的网络品牌推广方式和网络营销模式 6. 能够进行活动策划和文案编写	1. 店铺活动报名、跟进、活动商品整理、实时库存； 2. 店铺商品标题优化、关键字搜索等； 3. 活动免费资源争取、活动费用预算与控制； 4. 店铺活动数据统计和分析； 5. 做好内部沟通，确保活动素材按时完成，明确活动规则； 6. 配合推广营销主管做好其他工作

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观,传承技能文明,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、零售业的运营专员、智能客服主管、视觉营销设计专员、文案编辑,能够从事数据化运营、网店运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发工作的高技能人才。

(二) 培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并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. 素质要求

S1: 具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识；

S2: 具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有服务意识、绿色环保意识、法律意识、数字素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识；

S3: 具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能。具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力；

S4: 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；

S5: 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；

S6: 树立标准意识，具备务实笃行、精益求精的职业素养，具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

2. 知识要求

Z1: 掌握思想政治理论、科学文化、与本专业相关的科学文化基础等知识；

Z2: 掌握社会主义科学体系基础知识、德育与法律基本知识、英语、体育、计算机应用、职业发展等人文基础知识；

Z3: 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；

Z4: 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；

Z5: 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；

Z6: 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；

Z7: 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；

Z8: 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式及新媒体运营与管理的方法；

Z9: 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。

3. 能力要求

(1) 通用能力

N1: 具有较强的口头与书面表达能力和较强的人际沟通能力；

N2: 具有较强的执行能力，能按照规则做事；

N3: 具有终身学习、熟练运用信息技术、收集处理信息的能力；

N4: 具有独立思考、逻辑推理、制定工作计划等方面的能力；

N5: 具有发现问题、分析问题和解决问题的能力；

N6: 具有运用知识和理论，可不断提供新思想、新理论、新方法和新发明的创新能力；

N7: 具有一定的哲学、美学、伦理、计算、数据、交互、互联网思维能力；

N8: 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。

(2) 专业能力

N9：搭建数据运营指标体系，开展行业运营、网店运营、渠道引流、活动策划、供应链整合的能力；

N10：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；

N11：管理客服日常、受理客户投诉、管理客户风控及服务质量监控的能力；

N12：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；

N13：能够根据摄影色彩、构图策略进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片；能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度；

N14：能够根据运营目标采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户等各类数据，对其进行分析与预测；

N15：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；

N16：能够正确进行网络营销，运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理。

六、课程设置及要求

(一) 课程体系构建思路

专业构建了“平台+模块”的课程体系。平台包括“通识课程平台和专业课程平台”，其中通识课程平台提供学校统一安排的公共基

础课程，培养学生通用文化素养和学习能力；专业课程平台提供专业基础课程、专业核心课程和专业实践课程，培养学生基本专业技能和核心专业能力。模块包括“专业拓展模块、素质拓展模块和创新创业模块”，聚焦服务就业和学生未来发展需要，提升学生岗位迁移能力、职业核心素养和人文素质。

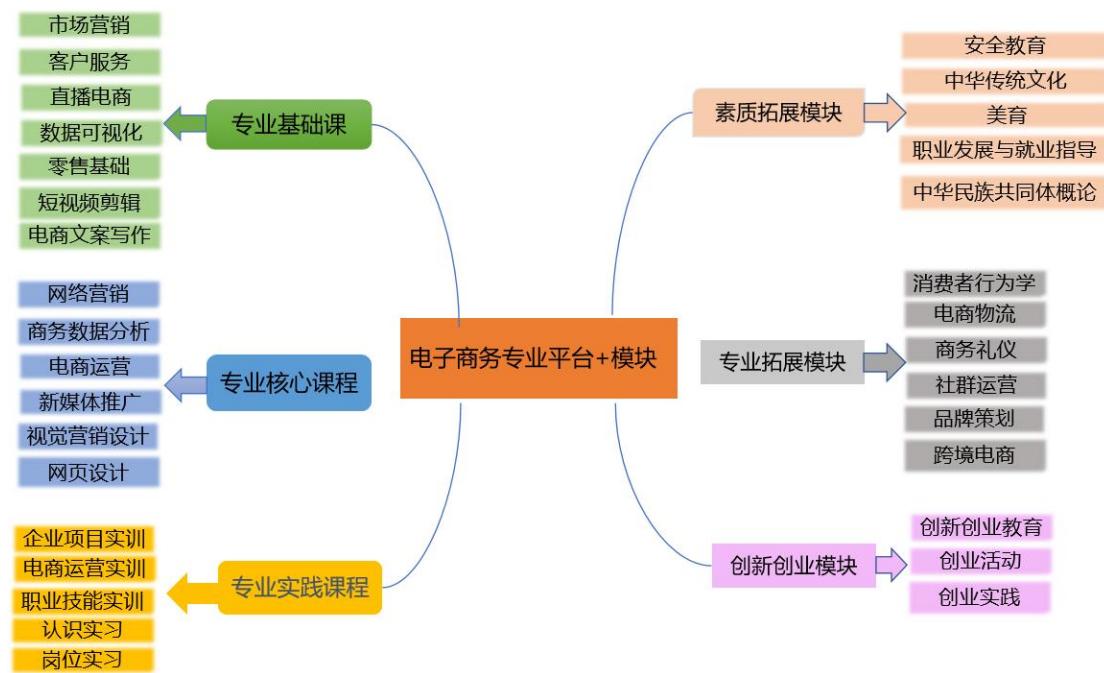


图 1 电子商务专业课程体系构建示意图

(二) 课程设置与要求

本专业课程主要有必修课程和选修课程，其中，必修课程包括通识课程、专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程；选修课程包括素质拓展课程、专业拓展课程和创新创业课程等。

1. 通识课程设置与要求

通识课程根据国家要求由学校统一开设，主要包含军事理论、思想政治理论课、高等数学、大学英语、信息技术、大学语文、体育与

健康、心理健康教育、大学生就业指导、劳动教育等规定课程。

表 3 通识课程设置一览表

序号	课程	项目	相关要求
1	大学语文	课程目标	<p>素质目标: 培育人文精神与价值判断力；强化文化自信与家国情怀；陶冶审美情操与健全人格；以文学审美涵养情感，提升艺术鉴赏力与生活品味，实现人格全面发展；培育职业道德与社会责任。</p> <p>知识目标: 掌握语言文学核心知识体系；理解多元文化经典的思想内涵；认知汉语特质及修辞艺术；了解中外文明互鉴脉络。</p> <p>能力目标: 提升文本鉴赏与批判思维能力；强化语言表达与沟通协作能力；应用语文工具解决实际问题；融合跨学科视野创新实践。</p>
		主要教学内容	经典作品选读，涵盖诗歌、散文、小说、戏剧，古今中外经典等篇章；语言能力训练，涵盖现代文读写、应用文写作、口语交际等；国学经典研读；跨文化主题拓展。
		教学要求	<p>课程思政: 通过名篇阅读模块弘扬三种文化（中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化），渗透劳动精神、工匠精神，引导学生树立文化自信与家国情怀。</p> <p>教学环境: 拓展课堂边界，整合生活化资源创设真实语言实践场景，强化文本与现实关联。</p> <p>教学方法和手段: 以任务驱动为核心，结合跨学科知识及辩论、生态实践等活动，培养应用能力与批判思维。</p> <p>教学团队: 教师需融合思政素养与专业能力，通过身教实现价值引领。</p> <p>教学评价: 采用过程性评价（如读书笔记、辩论表现），结合自评/互评反思学习成效，关注能力提升与素养内化。</p>
		支撑培养规格	S3、N1、N2、N3、N4
		课程目标	<p>素质目标: 培养学生的辩证主义思想，帮助学生建立正确的世界观、人生观、价值观；培养学生勇于探索、严格精确分析的科学精神；增强学生的民族自豪感，培养学生的家国情怀。</p> <p>知识目标: 理解函数、极限、连续、导数、微分、不定积分、定积分等一元函数微积分相关概念；理解并掌握求函数极限、导数、积分的典型方法；掌握函数单调性、极值、最值、凹凸性的判定方法、定积分求面积和体积的方法；掌握 MATLAB 软件求微积分相关运算的命令；了解数学建模的一般流程。</p> <p>能力目标: 能够利用函数及微积分的观点分析实际问题，并能建立一定的模型；能够利用常见的方法求出函数的极限、导数、微分、积分；能够利用导数及积分的观点判定函数的各种性质、求不规则图形的面积及体积；能够利用 MATLAB 软件计算微积分的相关运算；并能建立一些简单问题的模型。</p>
		主要教学内容	函数的极限与连续； 一元函数微分学； 一元函数积分学； 数学软件 MATLAB 及数学建模简介。

序号	课程	项目	相关要求
3	大学英语	教学要求	<p>课程思政：哲学思想、科学精神、美学思想、价值理念、文化自信、道德修养、家国情怀。</p> <p>教学环境：多媒体教室。</p> <p>教学方法和手段：构建“小组教学+案例驱动+信息化融合”的教学模式，利用学习通平台和 MATLAB 等数学工具开展线上线下混合教学，聚焦数专融合与数形结合，强化实践应用，着力培养学生的数学思维与解决问题的能力。</p> <p>教学团队：团队教师需熟练掌握常用数学软件操作，具备利用教学平台开展混合式教学的能力，同时需具备借助人工智能工具开展教学设计与实践的数字化素养和能力。</p> <p>教学评价：构建“三维多元”的评价体系，知识目标通过课堂测试、软件操作、作业检验函数、导数、积分等知识的掌握度；能力目标依托小组项目和学习通互动数据评估问题分析与工具应用能力；素养目标融入课程思政，通过案例讨论、软件实践考查辩证思维与科学精神，教学评价覆盖课前、课中、课后全过程，注重过程性反馈与终结性考核结合。</p>
		支撑培养规格	S1、S2、Z1、N5、N6
		课程目标	<p>素质目标：厚植学生的爱国情怀，增强学生的文化自信；培养学生的批判性思维能力；帮助学生掌握正确的语言学习方法，培养良好的学习习惯；培养学生语言表达及人际沟通能力，提升学生理智分析中西方文化的素养。</p> <p>知识目标：掌握十二个话题的实用单词的简单用法、讨论的表达句型 60 句(每单元 5 句)；理解代词、形容词、副词、基本句子成分、时态等基本的语法内容；掌握常用应用文的格式、词汇和句子。</p> <p>能力目标：能够利用课本词汇理解单元文章话题；能够利用句型进行单元话题的讨论，并能够进行简单的交流输出；能够利用段落的中心主旨句及关键词进行课文的脉络复述；能够利用语法知识解决问题；能够利用应用文的固定格式及句子仿写应用文；能够利用词汇和句型改编与现实场景相关的小对话并进行输出。</p>
		主要教学内容	Freshman, English, Sports, Health, Internet, Love and Friendship, Holidays, Part-time Jobs, Travel, Delicacy, Environment, Gratitude, Idol, Dream, Job, Business Trip。
		教学要求	<p>课程思政：道德修养、人文素养、工匠精神、国际视野、文化自信、政治认同、民族情怀。</p> <p>教学环境：多媒体教室。</p> <p>教学方法和手段：采用“任务驱动+分层教学+信息化融合”的模式。以职业场景为导向设计任务，结合学生基础分层布置听说读写任务。依托超星学习通发布微课、开展线上测试，利用情景模拟、小组协作强化语言应用。融入课程思政，通过中西文化对比培养思辨能力，实现“做中学、学中用”的教学目标。</p> <p>教学团队：教学团队需具备扎实语言功底与跨文化教学能力，熟练运用学习通等信息化工具开展混合教学。团队结构应老中青结合，定期开展教研活动，强化课程思政意识，融入专业需求，提升“课程思政+语言应用”双能力，确</p>

序号	课程	项目	相关要求
4 体育与健康	支撑培养规格		<p>保教学与学生发展对接。</p> <p>教学评价：教学评价实施形成性评价与终结性评价双轨并行机制。形成性评价全程记录考勤、作业、课堂表现及学习活动等过程性数据；终结性评价通过笔试聚焦综合应用能力考核，实现过程反馈与终结考核的有机统一。</p>
			S1、S2、Z1、N5、N6
	课程目标		<p>素质目标：提高学生参加体育锻炼的社会责任感，养成终身参加体育运动的习惯；培养学生竞争意识、合作能力，顽强拼搏及开拓进取的精神；激发学生的民族自豪感，增强文化自信，厚植爱国情怀。</p> <p>知识目标：了解体育的含义，健康的重要性，理解体育锻炼的社会价值；了解个人生活方面有关健康和安全的知识；熟悉常见运动性病症的预防与处理；了解篮球、足球、排球运动的发展概况及锻炼价值，掌握基本的技巧。</p> <p>能力目标：能积极参与课外体育活动，学会制定自我锻炼运动的处方；能通过多种练习手段提高自身心肺功能、有氧耐力、位移速度、发展肌肉力量及柔韧性；能在三大球类运动中完成投、传、垫等技术动作；能根据专业特点制订健身计划，掌握发展身体素质的体育锻炼方法；</p>
			<p>基础体育课（基本队列队形，田径奔跑、跳跃，篮球基本站立姿势、移动技术、传球技术、原地投篮，足球移动技术、原地踢球技术，排球基本站立姿势、移动技术、发球技术，游戏，体育理论“体质健康标准简介”、“体育锻炼卫生常识”）</p> <p>体育选项课（田径，篮、排、足、羽毛球）</p>
	主要教学内容		<p>课程思政：“科学锻炼、吃苦耐劳、顽强拼搏、团结协作、崇礼尚武、使命担当。</p> <p>教学环境：标准化体育场</p> <p>教学方法和手段：教学方法采用“任务驱动+分层教学+线上线下融合”模式。以职业体能需求设计任务，结合学生体质分层开展田径、球类等项目教学。利用学习通发布动作视频、开展线上打卡，课堂中通过小组协作、情景模拟强化技能，融入课程思政，实现“做中学、学中练、练中悟”。</p> <p>教学团队：教学团队需具备扎实体育技能与课程思政能力，熟练运用学习通等信息化工具。结构上老中青结合，含思政教师与多专业背景成员，定期开展教研与资源开发，强化“健康第一”理念，落实“立德树人”根本任务，保障教学与育人双目标达成。</p> <p>教学评价：教学评价实行过程性考核与终结性考核结合。过程性考核记录出勤、团队协作、运动参与等学习表现，依托学习通跟踪课堂数据；终结性考核包含《国家学生体质健康标准》测试与技能考核，融入规则意识、拼搏精神等思政要素，实现“知识、技能、素养”多维度综合评价。</p>
			S1、S2、Z1、N5、N6
	教学要求		
5	中华	课程目标	<p>素质目标：树立文化自信与民族认同感；涵养家国情怀与集体主义精神；内化“仁爱中和、自强不息”的价值观；培育审美情趣与人文关怀意识；践行</p>

序号	课程	项目	相关要求
6	优秀传统文化	优秀传统文化	<p>诚信守礼、勤俭孝亲的传统美德。</p> <p>知识目标: 掌握中华文化核心思想理念；理解传统美德内涵；识记重要文化符号；了解文化演进脉络与历史贡献；认知文化多样性及当代价值。</p> <p>能力目标: 辩证分析传统文化精髓与局限；运用经典智慧解决现实问题；传承创新传统技艺或文化形式；跨文化比较与文明对话能力；</p>
		主要教学内容	<p>传统文学：辉煌灿烂的经典诗文、小说戏曲等文学作品。传统哲学：儒家、道家等思想流派的核心理念。传统技艺：陶瓷、刺绣、雕刻等工艺技术。传统建筑：园林、民居等“天人合一”的建筑哲学与空间美学。传统演艺：戏曲、音乐、舞蹈等舞台艺术的百花齐放。传统书画：书法、绘画的技法与审美体系。传统饮食：饮食文化中的礼仪、节气养生与地域特色。传统医药：中医理论、诊疗技法与“妙手回春”的实践智慧。传统风俗：节庆、婚丧、礼仪等民俗的源流与社会功能。传统道德：“修齐治平”的伦理体系。</p>
		教学要求	<p>课程思政: 以爱国主义、“团结统一、勤劳勇敢、自强不息”的民族精神、文化自信、家国情怀。</p> <p>教学环境: 多媒体教室</p> <p>教学方法和手段: 体验式活动：设计“代言历史人物”“史料研读”等任务，通过角色扮演、情境还原深化理解。大单元整合：以“核心思想理念”“传统美德”等主题统整内容，跨单元设计“改革推动发展”等大概念，贯通古今。技术融合：利用“互联网+”资源，支持自主探究与合作学习。</p> <p>教学团队: 具有一定的文化专业素养与跨界融合能力，通过协作提升教研水平，鼓励“读书教书、著书立说”的成长路径，打造“双师型”团队。</p> <p>教学评价: 采用多元实践导向评价：过程性，关注课堂活动参与度、文化项目实践表现；成果性：以文化传承创新成果为衡量标准；融合性：结合自评、互评及社会反馈，强化“明理-力行”的转化实效。</p>
		支撑培养规格	S1、S2
6	思想道德与法治	课程目标	<p>知识目标: 掌握马克思主义世界观、人生观、价值观的基本内容；社会主义核心价值观的主要内容；社会公德、家庭美德、职业道德、个人品德的内容及要求；了解相关实体法及程序法知识。</p> <p>能力目标: 具备道德实践能力，提升道德判断与行动力，能够分辨是非善恶，抵制不良风气，主动参与志愿服务、公益事业等社会活动，在专业领域践行职业道德。提升尊法、学法、守法、用法的自觉性，在职业和生活中遵守法律法规及社会规范。传承中华传统美德，在全球化背景下坚守中国立场，讲好中国故事，主动服务和融入国家发展战略。</p> <p>素质目标: 塑造正确的政治方向和价值追求，提升国家认同感与文化自信。拥护党的领导，认同中国特色社会主义道路，形成服务社会、奉献国家的使命感，培养诚信、友善、公正等基本道德品质。</p>
		主要教学内容	依据教材内容逻辑、课程标准、专业人才培养方案，从学生学习实际与未来职业生涯、成长成才需求出发，以提升新时代大学生思想道德素养为主线，进行了模块化处理，包含绪论和三个模块共二十个专题，即模块一：树立远大理想，成就出彩人生（第一章、第二章），模块二：弘扬中国精神，践行

序号	课程	项目	相关要求
7	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		价值准则（第三章、第四章），模块三：遵守道德规范，提升法治素养（第五章、第六章）。
		教学要求	<p>教学环境：多媒体教室、智慧教室授课，中班、小班授课</p> <p>教学团队：由马克思主义理论、思想政治教育等相关专业背景的教师组成。团队成员职称、年龄结构多样，老中青结合，以发挥不同年龄段教师的优势。</p> <p>教学评价：课程考核包括终结性考核（50%）和过程性考核（50%），终结性考核就是在学期末设置期末考试，对课程的重要知识和能力进行综合性的考核，重在考查运用知识解决实际问题的能力。过程性考核就是平日学习表现，包括平日项目训练、课堂表现、考勤等。坚持过程性评价和终结性评价相结合，注重学生的发展性评价，实现评价方式多元化。</p>
		支撑培养规格	S1、S2、Z1、N3、N4、N5、N6、N7、N8
		课程目标	<p>知识目标：理解和掌握马克思主义中国化的理论成果及其理论精髓；了解其产生的社会历史条件、形成发展的过程；掌握其主要内容和历史地位。</p> <p>能力目标：能够运用马克思主义的立场、观点和方法分析和解决职业生活和社会生活中实际问题。</p> <p>素质目标：增强贯彻落实党的理论、路线方针政策的自觉性和坚定性，关注社会现实，坚定理想信念，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，培养担当民族复兴大任的时代新人。</p>
8	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	主要教学内容	包含绪论和八个章节。绪论总体介绍马克思主义中国化时代化的历史进程和理论成果；毛泽东思想主要包括1-4章，主要介绍革命（新民主主义革命、社会主义革命）和建设（社会主义建设道路初步探索）理论；第5章承上启下，介绍中国特色社会主义理论体系的形成发展；6-8章分别介绍邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的核心观点、主要内容、历史地位。
		教学要求	<p>教学环境：课堂学生容量不得超过100人，多媒体授课。</p> <p>教学方法和手段：采用线上线下混合式教学模式；在课堂教学中多样化教学方法，主要采用案例教学、小组合作学习、任务驱动法等。</p> <p>教学评价：课程考核评价包括终结性考核（50%）和过程性考核（50%），终结性考核就是在学期末设置期末考试，对课程的重要知识和能力进行综合性的考核，重在考查运用知识解决实际问题的能力。过程性考核就是平日学习表现，包括作业、测试、课堂表现、考勤等。</p>
		支撑培养规格	S1、S2、S3、Z2、N1、N2、N3、N4、N5、N6
		课程目标	<p>素质目标：坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，增进政治认同、思想认同、情感认同，树立中华民族伟大复兴的信心，增强建设社会主义现代化强国的使命感。</p> <p>知识目标：理解习近平新时代中国特色社会主义思想创立的时代背景、主要内容和历史地位，掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系、内在逻辑、精神实质和重大意义。</p> <p>能力目标：系统把握习近平新时代中国特色社会主义思想所蕴含的马克思主</p>

序号	课程	项目	相关要求
9	国特色社会主义思想概论		义立场、观点和方法，能够理论联系实际，提高思想理论水平，提高分析问题、解决问题的能力。
		主要教学内容	《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》由导论、结语和 17 章内容组成。围绕党的二十大报告明确指出的“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”等内容体系，科学揭示了习近平新时代中国特色社会主义思想的主要思想和基本精神，科学揭示了新时代我们党治国理政重大原则方针，科学揭示了新时代党的创新指引下党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革，体现了理论逻辑、历史逻辑、实践逻辑的有机统一。
		教学要求	<p>教学环境：开足开好本门课程，学生人数不得超过 100 人。</p> <p>教学方法和手段：可采用讲授法、案例分析法、专题教学法、线上线下结合法、讨论式教学、学生分组式教学等。</p> <p>教学团队：选优配强教师队伍，教师熟悉掌握马克思主义的相关理论；能够熟悉时事政治做好理论与时政相结合；年龄结构要合理搭配，老中青三结合。还需要在理论体系向教材体系转化的基础上，实现教材体系向教学体系转化、知识体系向价值体系的转化，实现学思用贯通、知信行统一，以提升本门课教学的实效性。</p> <p>教学评价：教师主导地位发挥得当、以学生为中心激发学生兴趣、教学思路清晰、教学内容丰富。</p>
		支撑培养规格	S1、S2、S3、Z2、N1、N2、N3、N4、N5、N6
		课程目标	<p>知识目标：掌握党和国家在经济、文化、社会、生态等领域的发展现状、成就和趋势；了解全球政治经济格局、大国关系、区域热点问题；理解中国外交政策和全球治理角色。</p> <p>能力目标：运用马克思主义的立场、观点和方法，分析和判断形势及国内外重大事件、热点问题的能力。</p> <p>素质目标：增强“四个意识”，坚定“四个自信”；培养家国情怀，强化责任担当。</p>
	形势与政策	主要教学内容	抗战胜利的伟大意义，中国经济的热点问题，农业强国建设，更高水平平安中国建设途径，多边主义外交新理念、全球治理新格局、周边外交工作新局面等。
		教学要求	<p>教学环境：多媒体教室，以实现线上线下教学。</p> <p>教学方法：多采用专题教学法，讲授法和案例教学</p> <p>教学评价：过程性考核和终结性考核相结合。终结性考核是指理论专题教学完成后，各教学班级需要提交 1 份专题学习心得体会，手写，800 字左右。过程性考核：以考核学生学习形势与政策课程的全过程，包括签到、平时表现和网课情况等。</p> <p>教学团队：以专业思政教师为主，兼课教师为辅，协同学生辅导员，充实教学队伍，以实现教学内容的全覆盖。</p>
		支撑培养	S3、N1、N2、N3、N4

序号	课程	项目	相关要求
		规格	
10	中华民族共同体概论	课程目标	<p>知识目标:了解和掌握中华民族共同体的基础理论；了解中华民族历史的发展脉络；掌握中华民族多元一体格局；准确把握我国统一的多民族国家的基本国情；理解掌握中华民族取得的灿烂成就和对人类文明的重大贡献。</p> <p>能力目标:能够运用中华民族共同体理论，对现实中的民族现象、民族问题进行深入剖析，提出合理的见解与应对策略；能够从中华民族整体视角出发，正确解读民族政策法规，为促进民族地区发展和民族团结贡献智慧。</p> <p>素质目标:树立正确的国家观、历史观、民族观、文化观、宗教观，增强对中华民族认同感和自豪感，增强做中国人的志气、骨气和底气，增强对中国特色解决民族问题的正确道路的自觉自信。</p>
		主要教学内容	课程系统阐述中华民族从多元起源到交融汇聚的历史进程，讲授中华民族多元一体格局的形成，讲解中华民族共同体在政治、经济、文化、社会等方面的特征与联系，涵盖民族政策法规等内容，帮助学生构建完整知识体系，引导学生理解中华民族共同体建设的深刻意义。
		教学要求	<p>教学环境:需配备多媒体教室，利用网络资源展示丰富教学素材；可依托爱国主义教育基地、民族文化场馆开展实践教学。</p> <p>教学方法和手段:运用案例教学法，结合热点民族事件展开讨论；采用情景模拟教学，让学生体验不同民族文化场景；借助线上学习平台布置作业、组织交流。</p> <p>教学团队:教师需具备深厚的民族学、历史学专业知识，熟悉民族政策；团队应涵盖不同研究方向教师，形成老中青梯队，定期开展教学研讨与学术交流活动。</p> <p>教学评价:过程性评价占比 50%，包含课堂表现、小组讨论、考勤等；终结性评价占比 50%，通过课程论文的形式考查学生对知识的掌握和运用能力。</p>
		支撑培养规格	S3、N1、N2、N3、N4
11	信息技术	课程目标	<p>知识目标:理解信息素养和社会责任；掌握计算机的基础知识和操作系统基本操作；熟练掌握常用办公软件的使用技术；掌握数字媒体软件的基本使用技术，信息检索与信息安全知识，新一代信息技术基本知识。</p> <p>能力目标:能综合运用信息素养、数字思维解决问题；能够使用办公软件、信息检索、数字媒体等信息技术支撑专业学习，利用计算机基础、安全、新技术等相关知识辅助独立思考和探究新知，为学生职业能力的持续发展奠定基础。</p> <p>素质目标:具有较强集体和团队合作意识、有效沟通交流、书面与口头表达能力；具有良好的自主学习和信息检索能力；具有创新意识、审美意识、辩证思维能力；具有良好的职业道德和职业素养；具有较强的文化自信、爱国情怀。</p>
		主要教学内容	信息素养与社会责任；初识计算机；文档处理与应用；电子表格数据处理与分析；演示文稿设计与制作；数字媒体技术应用；信息检索与信息安全；新一代信息技术。
		教学	课程思政: 以教学任务、教学活动、教学案例、教学素材为载体融入信息素

序号	课程	项目	相关要求
12	人工智能	要求	<p>养、科学精神、家国情怀、审美意识等思政元素，增强育人效果。</p> <p>教学环境：需配备多媒体教室，利用网络资源展示丰富教学素材；可依托爱国主义教育基地、民族文化场馆开展实践教学。</p> <p>教学方法和手段：以工作任务为导向，采取线上线下混合教学，使用教学平台、新技术新理念，灵活运用头脑风暴、探究学习等教学方法，增加学生自主式学习的兴趣，提高学生学习的热情，培养学生动手能力和自学能力。</p> <p>教学团队：信息技术教学团队有扎实的专业知识和丰富的教学经验，以立德树人为根本任务，积极参与教学研究和改革。</p> <p>教学评价：采取全过程评价、全员评价、增值评价相结合的多元化评价体系。</p>
		支撑培养规格	S3、N5、N4、M3、M4
		课程目标	<p>素质目标：素质目标以“符合AI行业一线岗位要求”为核心，培养学生的职业素养、伦理意识和协作能力，确保其快速融入职场。职业伦理与合规素养：树立“技术合规、数据安全”的职业意识，工匠精神与实操素养：秉持“严谨细致、精益求精”的工匠精神，持续学习与适应素养。</p> <p>知识目标：掌握AI的基本定义、发展历程（如从传统机器学习到深度学习的核心变化），明确“弱AI”在行业中的实际应用边界；熟悉AI产业链一线岗位的职责、技能要求及工作流程。掌握数据安全基础、AI设备操作安全、项目文档规范。</p> <p>能力目标：能使用Python完成简单数据处理，能使用Matplotlib绘制折线图、柱状图等，直观展示数据结果。能熟练使用LabelImg等工具完成图像标注，能根据标注规范检查标注质量，处理标注错误。</p>
		主要教学内容	理解人工智能在专业领域的典型应用，侧重提升学生的人工智能技术技能、行业应用能力、伦理意识与行为方式，包括人工智能通识素养、专业技能、行业应用能力等模块，具体内容涵盖人工智能的基本概念、算法逻辑、专业领域数据分析方法、机器学习方法、智能设备操作方法以及行业应用的知识与技能等。
		教学要求	<p>课程思政：以爱国主义、“团结统一、勤劳勇敢、自强不息”的民族精神、文化自信、家国情怀。</p> <p>教学环境：多媒体教室</p> <p>教学方法和手段：体验式活动：设计“代言历史人物”“史料研读”等任务，通过角色扮演、情境还原深化理解；大单元整合：以“核心思想理念”“传统美德”等主题统整内容，跨单元设计“改革推动发展”等大概念，贯通古今；技术融合：利用“互联网+”资源，支持自主探究与合作学习。</p> <p>教学团队：具有一定的文化专业素养与跨界融合能力，通过协作提升教研水平，鼓励“读书教书、著书立说”的成长路径，打造“双师型”团队。</p> <p>教学评价：采用多元实践导向评价：过程性，关注课堂活动参与度、文化项目实践表现；成果性：以文化传承创新成果为衡量标准；融合性：结合自评、互评及社会反馈，强化“明理-力行”的转化实效。</p>
		支撑培养	S3、N1、N2、N3、N4

序号	课程	项目	相关要求
		规格	

2. 专业课程设置与描述

(1) 专业基础课程

该专业的专业基础课程有《市场营销》、《数据可视化》等 7 门课程，课程开设的目的是让学生掌握电子商务中涉及的基础问题及法律问题、工具问题有个明确的认识，为专业核心课程的学习打下一个良好的基础。具体设置及要求见表 4：

表 4 专业基础课程一览表

序号	课程	项目	相关要求
1	市场营销	课程目标	<p>素质目标：培养学生勤于思考、做事认真的良好作风；沟通能力与团队协作精神；分析问题、解决问题的能力；使学生能培养诚实守信的品质，提高团队合作的能力，形成坚忍不拔的毅力，具有与时俱进、开拓创新的意识。</p> <p>知识目标：能运用市场营销的原理和现代市场营销观念对营销活动做出比较专业的分析；能根据企业实际正确进行市场细分、目标市场选择和市场定位；能使用产品整体概念及层次构成知识分析产品营销中的实际问题；能正确运用产品组合策略、品牌策略和包装策略去实现企业经营目标。</p> <p>能力目标：能通过各种媒体资源查找市场营销活动中所需信息；能初步制定营销策划方案并进行实施；具有创新能力，综合分析能力，全面处理营销活动中遇到的各种问题。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>课程思政：结合我国从“中国制造”到“中国智造”的发展历程创建民族品牌，强调品牌建设对企业发展和社会进步的重要价值和现实意义。从企业社会责任，增强学生的社会责任感。</p> <p>教学内容：市场调研：了解市场规模、趋势、消费者需求、竞争对手等信息，为企业决策提供依据。</p> <p>产品营销：包括产品定位、定价、包装、推广等，以提升产品的市场竞争力和销售额。</p> <p>品牌管理：塑造、维护和提升品牌形象，提高品牌知名度、美誉度和忠诚度。</p> <p>渠道管理：选择、管理和优化产品销售渠道，确保产品能高效到达消费者手中。</p> <p>促销与活动策划：设计和执行促销活动、广告宣传、公关活动等，吸引消费者，促进销售。</p>
		典型工作任务描述	市场调研分析：设计调研问卷，收集市场信息，分析数据，撰写调研报告，为产品开发和营销策略制定提供支持。

序号	课程	项目	相关要求
2	客户服务		<p>产品策划与推广：进行产品定位，制定产品上市计划，策划并执行产品推广活动，如新品发布会、广告投放等。</p> <p>品牌形象塑造：制定品牌战略，设计品牌标识和宣传口号，策划品牌推广活动，维护品牌形象，处理品牌危机。</p> <p>渠道开发与管理：寻找合适的销售渠道，与渠道商谈判合作，管理渠道库存和物流，评估渠道绩效并进行优化。</p> <p>促销活动策划执行：策划促销活动方案，如打折、满减、赠品等，协调各方资源执行活动，评估活动效果并进行总结。</p>
		主要教学内容与要求	市场营销的基本概念、基本方法以及策略技巧，并能根据工商企业的实际环境和条件加以运用，不断创新，提高企业的市场营效能力，提高企业的经济效益，推动企业的发展。
		支撑培养规格	S1、S2、S3、Z1、Z4、N4
		课程目标	<p>素质目标：具有“以客户为本、一切为了客户”的责任意识，较强的质量意识、环保意识、互联网意识、法律法规意识、危机意识、创新意识；</p> <p>知识目标：掌握识别和开发客户的方法；掌握客户档案建立的流程和客户管理管理的方法；掌握客户满意度的内涵、测评方法和提高满意度的方法；掌握客户忠诚度的内涵、测评方法和提高忠诚度的方法；理解客户抱怨与投诉产生的原因及正确处理方法；理解核心客户管理的方法与策略。</p> <p>能力目标：能够拟定客户开发计划，对客户开发业务进行有效的管理；能够初步运用客户开发的工具，完成潜在客户的开发；能够设计客户档案信息表、建立完整的客户信息档案；能够对客户进行合理的分类以及利用客户档案来进行客户管理工作；能运用所学知识评价某客户的商业价值并进行客户服务决策。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>课程思政：通过客户服务管理的专业知识、技术技能教育，引导学生深刻地理解和领会社会主义核心价值观，自觉弘扬明礼、诚实、守信等中华优秀传统文化，与时俱进、开拓创新的革命文化和爱岗敬业、服务社会、服务他人的社会主义先进文化。</p> <p>教学内容：客户服务基础知识：涵盖客户服务的概念、重要性、目标和原则等内容，让学员对客户服务有全面的认知。</p> <p>客户沟通技巧：包括语言沟通和非语言沟通技巧，如倾听、表达、提问、回应投诉等，旨在提升学员与客户的沟通能力。</p> <p>客户需求分析：教导学员如何识别、分析客户的显性和隐性需求，以便提供更精准的服务。</p> <p>服务质量管理：涉及服务标准的制定、服务质量的评估和改进方法，确保客户能得到高质量的服务。</p> <p>客户关系管理：教授学员如何建立、维护和发展与客户的长期良好关系，提高客户满意度和忠诚度。</p> <p>问题解决与投诉处理：使学员掌握处理客户问题和投诉的流程、技巧及策略，有效化解矛盾，维护企业形象。</p>
		典型工作	接听客户咨询电话：学员需模拟接听客户来电，解答客户关于产

序号	课程	项目	相关要求
	3 直播电商	任务描述	<p>品或服务的各种问题，准确传达相关信息，展现出专业、热情的服务态度；</p> <p>处理客户投诉：给定一些客户投诉场景，让学员扮演客服人员，倾听客户投诉，安抚客户情绪，调查问题原因，提出合理的解决方案并跟进处理结果，直至客户满意；</p> <p>客户需求挖掘：通过案例分析或角色扮演，引导学员与客户进行沟通，运用提问、观察等技巧，挖掘客户潜在需求，为客户提供个性化的产品或服务推荐；</p> <p>服务质量评估：提供一些服务案例或实际工作中的录音、录像资料，让学员依据服务标准进行评估，找出存在的问题，并提出改进建议；</p> <p>客户关系维护：设计一些客户回访、节日问候等场景，让学员练习如何与客户保持定期沟通，增进客户感情，提高客户对企业的认同感和忠诚度。</p>
		主要教学内容与要求	了解客户的概念，客户服务的含义，客户服务的重要性；了解气质类型的分类；掌握正确发声的方法；了解客户服务代表的心理素质要求，品格素质要求；掌握电话接听的礼仪，提问、复述的技巧；能有效的化解客户抱怨。
		支撑培养规格	S1、S2、S4、Z3、Z8、N3、N11
		课程目标	<p>素质目标：具有专业主义的职业道德和精益求精工作精神；能够遵守网络言论规范，严守政治纪律与直播营销行为规范；具备数据保密意识，能规范合法的获取和处理数据；具备正面、积极的心理素质与严谨的法律意识。</p> <p>知识目标：理解直播产品选品的逻辑，熟悉直播内容策划的原理，掌握直播脚本的含义以及作用；理解直播人设的作用和分类，掌握主播人设打造的步骤；掌握商品介绍方法与技巧，掌握直播节奏及对应关键任务，了解直播危机类型与应对策略，掌握促进不同类型粉丝成交转化的活动、策略。</p> <p>能力目标：能够通过匹配用户痛点与商品功能，描述商品使用场景等方式传递商品信息，激发购物欲望；能够预判直播活动可能出现的危机，运用危机应对方法进行有效处理；能够对直播账号进行运营数据指标分析，能够进行直播账号用户画像数据、流量数据、转化数据分析，能够进行直播运营数据的诊断。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>直播策划与运营：涵盖直播主题策划、直播流程设计、直播推广与引流等内容，以提升学员的直播运营能力。</p> <p>直播销售技巧：包括如何介绍商品、激发观众购买欲望、处理观众疑问和异议、促进下单转化等，提升学员的销售能力。</p> <p>直播技术与设备：涉及直播设备的选择与使用、直播软件的操作、直播场景的搭建等技术知识，保障直播的顺利进行。</p> <p>直播数据分析与优化：让学员掌握如何通过数据分析评估直播效果，如观看量、转化率、粉丝增长等指标，进而优化直播策略和内容。</p>

序号	课程	项目	相关要求
4	数据可视化	典型工作任务描述	<p>直播策划方案撰写：根据给定的产品或品牌，学员需策划一场直播活动，包括确定直播主题、设计流程、安排环节、制定推广计划等，并形成完整的策划方案。</p> <p>选品与商品卖点提炼：从给定的商品池中挑选适合直播销售的商品，并针对每个商品分析其目标受众，提炼出独特的卖点和价值，以便在直播中准确传达给观众。</p> <p>直播场景搭建与设备调试：模拟直播场景，学员需选择合适的直播设备，进行场景布置和设备调试，确保直播画面清晰、声音流畅、灯光效果良好，营造出吸引人的直播氛围。</p> <p>直播销售实战：在模拟直播间中，学员扮演主播进行商品销售直播，要运用所学的销售技巧，生动形象地介绍商品，与观众互动，解答疑问，促进销售转化。</p>
		主要教学内容与要求	<p>课程思政：具备热点话题捕捉能力，及良好的文字表达和创意策划能力；具备良好的心态和互联网思维能力，及危机的预判与应对能力。</p> <p>教学内容：掌握直播电商策划、直播带货和推广的知识和技巧，能够完成典型行业的直播策划、主播带货、直播现场控场、引流推广和数据分析等任务。经由商品选品、内容策划、脚本策划、商品讲解与展示、直播控场、直播引流、二次传播、数据分析等典型工作实践实训，完成直播电商运营任务。</p>
		支撑培养规格	S1、S3、S4、Z5、Z6、N11
		主要教学内容与要求	<p>课程思政：培养学生以数据为依据的理性思维，提升对数据真实性、准确性的敏感度，强化科学分析、严谨求证的职业素养。</p> <p>教学内容：课程聚焦市场调查全流程，包括调查方案设计、抽样技术运用；讲解问卷、访谈、观察等数据收集方法；介绍数据处理与分析工具；传授调查报告撰写技巧及市场趋势预测方法。学生需掌握调查方法，能独立设计方案、收集数据；熟练运用工具分析数据；能撰写规范报告，提出有效市场策略建议，具备解决实际市场问题的能力。</p>
		支撑培养规格	S1、S2、S4、Z1、Z2、N6
		课程目标	<p>素质目标：锻炼学生通过可视化手段高效传达信息的能力，鼓励突破传统图表形式，探索创新可视化表达，激发创造性思维；通过项目实践，培养学生在团队中分工协作、沟通协调的能力，提升应对数据处理与可视化过程中复杂问题的抗压和解决能力。</p> <p>知识目标：掌握数据可视化的定义、发展历程、核心原则及应用场景，理解其在数据分析全流程中的重要作用；系统学习各类图表（柱状图、折线图、热力图等）的特点与适用场景，掌握色彩理论、版式设计、信息架构等视觉设计基础知识。</p> <p>能力目标：图表设计与选择能力：根据数据类型和分析目的，精准选择合适的可视化图表，并通过合理设计优化信息呈现效果；数据洞察与表达能力：能够从可视化结果中提炼关键信息，发现</p>

序号	课程	项目	相关要求
5	零售基础		数据背后的规律与问题，通过可视化报告或演示进行清晰、有逻辑的故事化表达；具备独立完成数据可视化项目的能力，能够将所学知识迁移到不同领域，解决实际问题。
		课程涉及的主要领域	<p>数据预处理：涵盖数据清洗（去重、填充缺失值）、格式转换、维度规约等，为可视化提供高质量数据源。</p> <p>数据分析逻辑：结合统计学知识（如描述性统计、相关性分析），通过可视化验证假设、发现数据趋势（如时间序列、空间分布）。</p>
		典型工作任务描述	<p>需求分析与规划 明确业务目标，与产品、运营或科研团队沟通，理解数据可视化的应用场景，确定核心展示指标。</p> <p>制定方案框架：根据数据类型和展示目的，规划可视化形式，确定关键图表类型及交互功能。</p> <p>图表设计与开发 选择合适图表类型，展示趋势、对比数据、呈现分布、表达关系、编程实现自定义图表，调整颜色方案（如业务品牌色）、布局排版、标签可读性。</p> <p>交互与用户体验优化 设计交互逻辑，添加筛选控件、钻取功能、数据下钻，提升用户探索数据的灵活性；适配多终端展示：优化图表在PC端、移动端的显示效果，确保交互按钮尺寸适合触控操作。</p> <p>数据洞察与叙事构建 分析可视化结果，从图表中提炼关键结论，如“Q2华东地区销售额环比增长20%，但华南地区下降5%”，识别数据异常点并定位原因。</p>
			<p>课程思政：数据分析能力、行业信息获取能力、思维敏捷。</p> <p>主要内容：熟悉主流数据可视化工具（如Python库、Tableau、PowerBI等）的基本功能与操作逻辑，了解数据采集、清洗、预处理的基础方法；熟练使用至少一种数据可视化工具，实现从数据导入、处理到图表生成、交互设计的全流程操作。</p>
			S1、S2、S4、Z1、Z2、Z4、N6
		课程目标	<p>素质目标：具备用户思维，能站在用户的角度思考问题；养成工作细致耐心、善于沟通和团队合作的职业习惯；</p> <p>知识目标：了解零售行业发展特点；理解商品分类方法与商品结构规划；掌握供应链数据指标的含义及作用；</p> <p>能力目标：能应用pest、swot分析法进行经营分析；能理解商圈理论进行店铺选址；能收集用户指标数据，挖掘客户潜在需求。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>商品管理：包括商品的采购、分类、定价、库存管理等，确保有合适的商品以合理的价格供应给顾客。</p> <p>销售服务：涉及顾客接待、销售技巧、商品展示与陈列等，旨在提升顾客购物体验，促进商品销售。</p>

序号	课程	项目	相关要求
6	短视频拍摄与剪辑	典型工作任务描述	<p>店铺运营：涵盖店铺的日常运营管理，如营业时间安排、人员管理、店面清洁与维护等，保证店铺的正常运转。</p> <p>市场营销：包括市场调研、促销活动策划与执行、广告宣传等，以吸引顾客，提高店铺的知名度和销售额。</p>
		主要教学内容与要求	<p>商品采购与定价：分析市场需求和竞争情况，选择供应商，采购合适的商品，并根据成本、市场行情和利润目标制定合理的价格。</p> <p>商品陈列与展示：根据商品特点和销售目标，设计并实施有吸引力的陈列方案，确保商品易于顾客发现和拿取，同时能突出商品的卖点和特色。</p> <p>顾客接待与销售：热情接待顾客，了解顾客需求，提供专业的商品信息和建议，运用销售技巧促成交易，处理顾客的异议和投诉。</p> <p>库存管理：定期盘点库存，监控商品的销售和库存水平，及时补货或调整库存结构，避免缺货或积压，确保库存的准确性和合理性。</p> <p>促销活动策划与执行：根据市场情况和店铺目标，策划促销活动方案，如打折、满减、赠品等，并负责活动的宣传、组织和实施，评估活动效果。</p>
		支撑培养规格	S1、S3、S4、Z4、Z6、N1、N6
		课程目标	<p>素质目标：培养短视频制作及艺术创造力，培养创意思维和创新意识，能力分析和解决工作中的问题。</p> <p>知识目标：熟悉短视频的特点、视频脚本编辑，视频拍摄的人员配置；掌握产品视频拍摄的要点，广告视频拍摄策略；熟悉效果控件面板，了解单/双面过渡、掌握视频过渡、运动效果。</p> <p>能力目标：能够拍摄各类景别的镜头和不同类型的运动镜头；能够导入并查看素材、新建序列、添加素材到轨道、工作区布局、保存项目、导入字幕、交叉溶解过渡、导出媒体。</p>
		课程涉及的主要领域	拍摄基础、镜头语言运用、剪辑技术、视频特效制作等。
		典型工作任务描述	典型工作任务描述：根据拍摄主题和要求，合理选择拍摄设备和场景，运用不同的镜头语言进行拍摄，获取高质量的素材；熟练使用剪辑软件，对拍摄素材进行筛选、剪辑和拼接，使视频内容流畅、节奏合理；运用特效制作技术，为视频添加转场效果、字幕、音频特效等，提升视频的观赏性和专业性。
		主要教学内容与要	课程思政： 用视频制作技术的手段切入，给学生以导向，激发学生个人修身、心怀天下的家国情怀。

序号	课程	项目	相关要求
		求 支撑培养 规格	主要内容: 通过本课程的学习, 向学生传播视频处理和视频剪辑技术、和艺术创意意识, 锻炼学生吃苦耐劳、有责任心、做事细致等基本素质; 让学生学会持续从互联网领域学习的能力, 让学生具备自学能力、岗位迁移能力和可持续发展能力。 S4、S5、Z4、Z3、Z2、Z4、N6
		课程目标	素质目标: 培养学生的沟通能力及学习精神; 培养学生良好的职业道德; 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风; 培养学生的法律意识、安全意识; 培养学生社会责任心。 知识目标: 了解移动商务文案的岗位要求; 熟悉移动商务文案的写作流程; 掌握优化移动商务文案的创意设计。 能力目标: 培养敏锐的市场观察能力, 建立对产品、行业的全面了解; 提升文案写作的实践能力。
		课程涉及的主要领域	文案策划与创意构思 营销节点规划: 结合电商大促、节日热点, 策划主题文案, 制定分阶段传播策略, 打造话题性与紧迫感。 卖点创意转化: 将产品功能转化为情感化语言, 通过场景化、故事化表达增强吸引力。 多场景文案创作 商品详情页撰写: 搭建逻辑清晰的详情页结构, 从产品核心卖点、使用方法、售后保障等维度, 撰写图文结合的导购型文案, 提升转化率。 短视频脚本设计: 适配抖音、快手等平台, 创作节奏感强、悬念突出的短视频脚本, 融入产品展示、用户痛点解决等内容, 引导用户互动。
7	电商 文案 写作	典型工作任务描述	店铺文案撰写 商品详情页文案: 撰写结构清晰、卖点突出的商品详情页文案, 包含产品介绍、使用场景、售后保障等内容, 促进用户决策 营销活动文案: 根据限时折扣、满减优惠等活动形式, 撰写具有紧迫感与吸引力的活动文案, 如活动海报文案、促销短信文案等 品牌故事文案: 挖掘品牌文化、理念, 撰写品牌故事、品牌宣言等文案, 塑造品牌形象, 提升用户对品牌的认同感与忠诚度 文案优化与效果评估 关键词优化: 分析用户搜索习惯, 筛选并合理布局商品关键词, 提升商品在电商平台的搜索曝光率 数据监测与复盘: 通过点击率、转化率、收藏加购率等数据指标, 评估文案效果, 总结经验并优化后续文案策略
		主要教学 内容与要 求	课程思政: 爱岗敬业、诚实做事、动手能力、文案撰写。 主要内容: 认识网络文案的工作职责与工作流程; 有正确的网络文案创作思路; 熟知网络文案的创作方法; 熟练的网络文案写作技巧。为学生从事电商文案写作以及其它电子商务工作打下良好的基础。
		支撑培养	S1、S2、S4、Z1、Z2、Z4、N6

序号	课程	项目	相关要求
		规格	

(2) 专业核心课程

该专业的核心课程有《农产品电商运营》、《视觉营销设计》、《数据分析》等 6 门课程，通过专业核心课程的学习，培养学生现代信息技术、商务管理、网络经济能力以及系统应用和创新能力，在教学学习过程中培养学生敬业爱岗意识、创新能力、合作能力。具体设置及要求见表 5：

表 5 专业核心课程一览表

序号	课程	项目	相关要求
1	视觉营销设计	课程目标	<p>素质目标: 培养学生的创业意识、创新思维和灵活运用知识的能力；培养具有团队协作精神、自主学习的能力；培养分析问题、解决问题的能力；具有良好的职业素养和勤奋工作的基本素质；具有良好的语言和文字表达能力和社会沟通能力。</p> <p>知识目标: 网店页面各区域的设计规范及要点；页面整体打造的设计思路和操作步骤；网店装修中的页面制作与代码生成方法；网店页面各个区域的装修设计和页面整体打造的综合案例。</p> <p>能力目标: 能够进行店铺招牌和详情页的美化；能够进行页面整体打造进行网店装修；能够利用软件进行修改主图店招等；能够恰当的对网店页面各个区域进行布局与设置。</p>
		课程涉及的主要领域	涵盖品牌形象设计、广告设计与营销、电商视觉设计、空间展示设计等。旨在通过视觉元素的组合与运用，传达品牌信息，吸引消费者注意力，促进产品或服务的销售
		典型工作任务描述	为品牌设计标志、包装、宣传册等视觉形象系统；创作广告海报、视频广告等营销素材；设计电商平台的店铺页面、产品详情页；规划商业空间的展示布局，如店铺陈列、展会摊位设计等。
		主要教学内容与要求	<p>课程思政: 中华传统文化、审美意识、创新创意。</p> <p>主要内容: 进行店铺招牌和详情页的美化；能够进行页面整体打造进行网店装修能够利用软件进行修改主图店招等；能够恰当的对网店页面各个区域进行布局。</p>
		支撑培养规格	S1、S2、S4、Z3、Z6、N12、N15
2	农产品电商运营	课程目标	<p>素质目标: 培养创新思维和灵活运用知识的能力；具备遵纪守法，良好的职业道德和法律素养；培养分析问题、解决问题的能力；激发学生创新意识，提高学生的艺术修养；培养具有良好的职业素养和勤奋工作的基本素质；树立正确的电商运营设计理念及数</p>

序号	课程	项目	相关要求
			<p>据分析能力。</p> <p>知识目标: 了解网上开店的应该基本的基本素质和基本条件；掌握电商运营的类型和表现形式；掌握网上开店的基本流程；掌握电商运营设计效果表现的知识与技能；掌握网上店铺推广的主要方法；掌握不同类型电商运营的设计技巧；掌握电商运营效果测评和管理。</p> <p>能力目标: 能开设网上店铺；进行市场调研以及店铺定位；能进行店铺装修；能对网上店铺进行日常管理；能进行店铺推广。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>店铺开设：根据农产品特点和目标市场，选择合适的电商平台，完成店铺注册、资质审核等流程，开设农产品电商店铺。</p> <p>店铺规划：对店铺页面进行整体规划和设计，包括首页布局、产品展示、导航栏设置等，突出农产品特色，提升店铺的吸引力和用户体验。</p> <p>商品上架：负责农产品的信息整理，包括产品标题、描述、图片处理等，将商品准确无误地发布到店铺中，确保商品信息完整、准确。</p> <p>营销策划：根据市场调研结果，制定农产品的营销方案，包括品牌推广、促销活动策划、广告投放等，提高产品的知名度和销售量。</p>
		典型工作任务描述	<p>农产品电商基础：介绍农产品电商的发展现状与趋势、农产品电商的模式与特点，以及农产品电商运营的基本流程等。</p> <p>农产品选品与供应链管理：包括农产品的选品策略、供应商的选择与管理、农产品的采购与库存管理，以及物流配送等内容。</p> <p>电商平台运营：主要讲解各大电商平台的规则与政策、店铺的开设与装修、产品的上架与推广，以及电商平台的营销工具与技巧等。</p> <p>农产品营销推广：涵盖农产品的品牌建设与推广、内容营销、社交媒体营销、直播带货，以及农产品的促销活动策划等。</p>
		主要教学内容与要求	<p>课程思政: 数据分析能力、运营思维、劳动意识、三农意识。</p> <p>主要内容: 运营管理步骤，内容包括电子商务运营基础、定位管理、商品规划及管理、渠道规划及管理、市场推广和网站运营，为学生从事电商运营工作打下必要的基础。</p>
		支撑培养规格	S1、S2、S4、Z3、Z8、N14、N15
3	网络营销	课程目标	<p>素质目标: 具有开拓意识、创新精神、爱岗敬业、不断进取的精神；具有良好的职业道德，能遵纪守法；具有良好的语言和文字表达能力和社会沟通能力；具有诚实守信的美德，尊重他人，富</p>

序号	课程	项目	相关要求
			<p>有责任心；具有热爱劳动的观念及从事艰苦工作的思想，能承受工作压力。</p> <p>知识目标：了解网络消费者需求特征，购买行为模式；掌握网络商务信息搜集的方法和技巧，能够开展网络营销市场调研并进行市场定位分析；理解搜索引擎营销的含义；了解并掌握搜索引擎营销的主要任务；熟悉开展搜索引擎营销的主要形式；了解网络广告的特点及主要形式、网络广告策划过程及网络广告效果评估的方法。</p> <p>能力目标：能够开展网络营销市场调研并进行市场定位分析；能够针对特定企业设计适合企业的域名，并能进行域名注册，交易；能够以营销思想为导向进行网站规划与设计；能够通过搜索引擎优化，付费搜索推广两种基本的方式开展搜索引擎营销，并能够对搜索引擎营销效果进行分析与评估。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>搜索引擎营销：主要研究搜索引擎的工作原理，掌握关键词研究、搜索引擎优化、付费搜索广告等知识，以提高网站在搜索引擎结果页面的排名，增加网站流量。</p> <p>社交媒体营销：聚焦于各类社交媒体平台的特点和用户行为，学习如何制定社交媒体营销策略，创建和管理社交媒体账号，制作吸引人的内容，以及通过社交媒体广告等手段实现品牌推广和产品销售。</p> <p>内容营销：着重于内容的策划、创作、发布和传播，了解不同类型内容（如文章、视频、图片等）的特点和适用场景，掌握内容营销的技巧和方法，以优质内容吸引和留住目标受众，建立品牌权威。</p>
		典型工作任务描述	<p>课程思政：透过现象看到本质、助农意识、诚实守信。</p> <p>主要内容：搜索引擎营销：进行关键词调研与分析，优化网站页面元素和结构，监控网站在搜索引擎中的排名变化，管理付费搜索广告账户，制定广告投放策略并优化广告效果。社交媒体营销：制定社交媒体运营计划，创建和发布社交媒体内容，策划并执行社交媒体活动，与用户进行互动和沟通，分析社交媒体数据以评估营销效果。内容营销：策划内容选题和创作计划，撰写、编辑和制作各种内容形式，建立内容发布渠道和推广机制，通过内容营销工具跟踪和分析内容的传播效果和用户反馈。</p>
		主要教学内容与要求	透过现象看到本质、助农意识、诚实守信网络营销与传统营销的关系，现状、发展、存在的问题以及网络营销学的理论体系，网络营销赖以生存的内外环境，网络消费者的购买动机、购买程序和实际购买操作，正确理解网络消费行为，网络市场细分、网络

序号	课程	项目	相关要求
			目标市场、市场定位的基础、前提和方法，掌握与运用网络促销方法，制定促销组合，掌握网络广告的相关知识等。
		支撑培养规格	S1、S2、S4、Z6、Z8、N14、N16
4 新媒体推广		课程目标	<p>素质目标：具备对推广内容的审美能力、质量审核把控能力和创意评估能力；具备较强的互联网内容发布规范意识和法律法规意识。</p> <p>知识目标：掌握企业微信公众账号后台操作及运营方法；掌握数据分析及平台效果监控的方法；掌握企业互动全网整合营销方法。</p> <p>能力目标：能够进行企业微信公众账号运营与推广；熟练运用微信工具；熟练运用微博工具；能够利用数据分析工具监控各平台运营效果；能够进行企业互动全网整合营销。</p>
		课程涉及的主要领域	新媒体推广课程主要涉及以下领域：社交媒体营销，研究利用微信、抖音等平台推广品牌；内容创作与策划，涵盖文案、图片、视频等多种形式内容的产出；搜索引擎优化，提升网站在搜索引擎中的排名；数据分析与评估，通过数据优化推广效果；广告投放与合作，包含新媒体平台广告投放及与 KOL 等的合作，各领域相互配合，助力实现高效新媒体推广。
		典型工作任务描述	<p>策略制定与规划，依据品牌定位和目标受众，制定整体新媒体推广策略，明确各阶段目标与执行计划；</p> <p>内容生产与运营，策划图文、短视频等多样化内容，结合热点和用户需求创作，同时完成内容的排版、发布及日常更新维护；</p> <p>社交媒体运营，管理微信、微博等平台账号，策划话题活动，与用户互动答疑，提升粉丝活跃度与粘性；</p> <p>广告投放与优化，选择合适的平台及广告形式，设置投放预算与定向条件，实时监测投放数据，调整出价、素材等提升转化率；</p> <p>数据分析与报告撰写，通过后台工具收集阅读量、点赞率等数据，分析推广效果，总结经验并提出改进方案，为后续工作提供决策依据。</p>
		主要教学内容与要求	<p>课程思政：与时俱进、行业标准意识、终身学习能力。</p> <p>主要内容：掌握新媒体平台运营、新媒体平台推广、数据收集整理，同时会进行企业微信平台运营、企业微博平台运营的基本技能。</p>
		支撑培养规格	S4、S5、Z4、Z3、Z2、Z4、N6
5	商务	课程	素质目标：解释商务数据及其用对当代社会以及经济体系的影响

序号	课程	项目	相关要求
数据 分析	目标		<p>响；认知、接受社会对商务数据分析的规范要求；具有商务发展与大数据密切结合发展的国际视野。</p> <p>知识目标：掌握数据分析基础知识；掌握数据分析工具的基本操作；理解商务数据及其应用对当代社会以及经济体系的影响；认知、接受社会对商务数据分析的规范要求；掌握成交转化漏斗模型。</p> <p>能力目标：商务数据分析能力；实践中发现数据规律的能力；具备增量市场与存量市场分析的能力；具备转化漏斗对比分析的能力。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>数据收集与整理：学习如何从各种渠道，如数据库、网络平台、调查问卷等收集数据，并对其进行清洗、转换和集成，以确保数据的质量和一致性。</p> <p>数据分析方法：涵盖描述性统计、相关性分析、回归分析、聚类分析、分类分析等多种分析方法，用于揭示数据中的规律和趋势。</p> <p>数据可视化：掌握使用图表、图形、仪表盘等工具将分析结果以直观的方式呈现出来，帮助决策者更清晰地理解数据。</p> <p>行业应用：了解数据分析在市场营销、销售、运营、财务等不同商业领域的具体应用，以及如何根据业务需求制定相应的分析策略。</p>
	典型工作任务描述		首先是数据采集，从企业 ERP 系统、销售平台、社交媒体等多渠道获取结构化与非结构化数据；接着开展数据清洗，去除重复、错误及无效数据，统一数据格式；然后运用统计工具，进行数据探索性分析，挖掘销售趋势、客户偏好等规律；再通过 Tableau、PowerBI 等可视化工具，制作动态图表与仪表盘，直观呈现分析结果；最后基于分析结论，结合行业背景，为企业营销优化、成本控制、战略规划等提供可行性建议，助力企业科学决策。
	主要教学内容与要求		<p>课程思政：数据分析能力、行业信息获取能力、思维敏捷。</p> <p>主要内容：能够根据电子商务网店实际运营数据采用正确的数据分析方法；能够利用生意参谋、数据魔方、EXCEL 或其他常用数据分析工具软件；能够对店铺的主要运营状况或存在问题进行分析；能通过恰当的展示形式进行数据展示，撰写基本的数据分析报告。</p>
		支撑培养规格	S2、S4、Z3、Z8、N12、N14、N16
6	网页设计	课程目标	<p>素质目标：具有团结协作、爱岗敬业、不断进取的精神；具有良好的团队合作精神和客户服务意识；具有健康的体魄和良好的</p>

序号	课程	项目	相关要求
			<p>心理，能胜任本专业岗位的工作；具有责任感，具有优良的工作作风和认真的学习态度。</p> <p>知识目标：了解商务网站的基本构成；掌握客户需求分析的途径和方法；掌握 HTML 基础知识；熟悉制作网页效果图的流程；掌握表格布局网页的方法；掌握 DIV+CSS 布局网页的方法；了解网站整合测试、运营维护的方法。</p> <p>能力目标：能够编写网站规划方案；能比较不同的外贸管制制度并能按外贸管制要求办理进出口手续；能够应用网站标准布局技术 HTML+CSS 实现网站前台；能够进行 B/S 网站的测试、配置、发布、维护；能够进行网页的优化。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>视觉设计领域，学习色彩搭配、字体选择、版式布局等，打造美观且符合品牌调性的页面视觉效果；交互设计领域，注重用户与网页的交互体验，设计按钮点击反馈、导航跳转逻辑等交互功能；前端开发领域，涉及 HTML、CSS、JavaScript 等语言，实现网页结构搭建、样式美化与动态效果开发；用户体验设计领域，通过用户调研、原型测试等，优化网页易用性，提升用户满意度。</p>
		典型工作任务描述	<p>首先进行需求分析，与客户沟通明确网页功能、风格、受众等需求；接着开展原型设计，运用专业工具绘制页面布局草图，规划交互流程；然后进入视觉设计环节，搭配色彩、设计图标，制作高保真效果图；之后利用 HTML、CSS、JavaScript 等技术进行前端开发，实现页面功能与动态效果；再对网页进行兼容性测试，确保在不同浏览器、设备上正常显示；最后协助完成网页上线，并根据用户反馈进行优化迭代，持续提升用户体验。</p>
		主要教学内容与要求	<p>课程思政：信息素养、数字思维、审美设计能力。</p> <p>主要内容：能够利用本地服务器测试、利用远程服务器测试；利用 FTP 工具上传，能根据网站内容设计出合理的链接关系、能正确创建各种超链接；能熟练掌握本地服务器的设置及测试方法；利用网站的后台程序进行站点的更新和维护；能够使用表格进行页面布局、使用布局视图及扩展视图进行布局</p>
		支撑培养规格	S1、S2、S4、Z3、Z6、N12、N15

(3) 专业实践课程

电子商务专业实践课程主要有电商运营实训、企业项目实训、职业技能实训、毕业教育等。具体要求见表 6:

表 6 专业基础课程一览表

序号	课程	项目	相关要求
1	电商运营实训	课程目标	<p>素质目标: 聚焦服务三农，将劳动教育、乡村振兴贯穿整个课程，让学生在营销推广过程中习得诚实守信、德法兼修的职业规则；养成精益求精、爱岗敬业的职业精神；恪守厚德求实、坚守品质的职业道德；塑造经世济民、服务三农的职业信念。</p> <p>知识目标: 在给定的运营推广预算范围内，分析市场数据，做好区域、商品、人群定位；根据数据魔方进行搜索引擎优化操作、获取尽可能多的自然流量，进行关键词竞价推广、获取尽可能多的付费流量，进行站外推广获取尽可能多的站外流量；针对不同消费人群采取不同策略，制定商品价格，促成交易，提升转化率；处理订单，配送商品，结算资金；规划资金需求，控制成本，分析财务指标，调整策略，创造最大利润。</p> <p>能力目标: 市场洞察分析能力、目标人群选择与店铺定位能力、商品选品与定价能力、流量获取与转化能力、运营数据分析能力以及团队合作能力。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>店铺开设：根据农产品特点和目标市场，选择合适的电商平台，完成店铺注册、资质审核等流程，开设农产品电商店铺。</p> <p>店铺规划：对店铺页面进行整体规划和设计，包括首页布局、产品展示、导航栏设置等，突出农产品特色，提升店铺的吸引力和用户体验。</p> <p>商品上架：负责农产品的信息整理，包括产品标题、描述、图片处理等，将商品准确无误地发布到店铺中，确保商品信息完整、准确。</p> <p>营销策划：根据市场调研结果，制定农产品的营销方案，包括品牌推广、促销活动策划、广告投放等，提高产品的知名度和销售量。</p>
		典型工作任务描述	<p>农产品电商基础：介绍农产品电商的发展现状与趋势、农产品电商的模式与特点，以及农产品电商运营的基本流程等。</p> <p>农产品选品与供应链管理：包括农产品的选品策略、供应商的选择与管理、农产品的采购与库存管理，以及物流配送等内容。</p> <p>电商平台运营：主要讲解各大电商平台的规则与政策、店铺的开设与装修、产品的上架与推广，以及电商平台的营销工具与技巧等。</p> <p>农产品营销推广：涵盖农产品的品牌建设与推广、内容营销、社交媒体营销、直播带货，以及农产品的促销活动策划等。</p>
		主要教学内容与要求	<p>课程思政: 数据分析能力、运营思维、劳动意识、三农意识。</p> <p>主要内容: 掌握网店操作的主要工作流程着手，学生分岗位进行店铺装修、市场考察、组织货源、店铺推广宣传、店铺日常管理、淘宝客服等，为学生从事电商运营工作和其他方面运营工作打下必要的基础。</p>

序号	课程	项目	相关要求
2 职业技能实训		支撑培养规格	S1、S2、S4、Z3、Z8、N14、N15
		课程目标	<p>素质目标: 通过关键词优化，培养保护知识产权的意识，严格遵守职业规范和职业道德；增强信息流宣传推广营销效果和品牌宣传，培养推陈出新、归纳思维能力和知农爱农意识。</p> <p>知识目标: 关键词挖掘与分析，商品标题制作与优化详情页优化，搜索推广账户搭建，搜索推广账户优化，信息流推广策略制定，信息流推广账户优化。</p> <p>能力目标: 能根据网店运营需求，制定并实施可行的服务策略，有效增加网店的转化量；营销活动效果分析与优化能对网店内营销活动策略效果进行分析。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>搜索引擎营销：主要研究搜索引擎的工作原理，掌握关键词研究、搜索引擎优化、付费搜索广告等知识，以提高网站在搜索引擎结果页面的排名，增加网站流量。</p> <p>社交媒体营销：聚焦于各类社交媒体平台的特点和用户行为，学习如何制定社交媒体营销策略，创建和管理社交媒体账号，制作吸引人的内容，以及通过社交媒体广告等手段实现品牌推广和产品销售。</p> <p>内容营销：着重于内容的策划、创作、发布和传播，了解不同类型内容（如文章、视频、图片等）的特点和适用场景，掌握内容营销的技巧和方法，以优质内容吸引和留住目标受众，建立品牌权威。</p>
	典型工作任务描述		
			<p>搜索引擎营销：进行关键词调研与分析，优化网站页面元素和结构，监控网站在搜索引擎中的排名变化，管理付费搜索广告账户，制定广告投放策略并优化广告效果。社交媒体营销：制定社交媒体运营计划，创建和发布社交媒体内容，策划并执行社交媒体活动，与用户进行互动和沟通，分析社交媒体数据以评估营销效果。</p> <p>内容营销：策划内容选题和创作计划，撰写、编辑和制作各种内容形式，建立内容发布渠道和推广机制，通过内容营销工具跟踪和分析内容的传播效果和用户反馈。</p>
	主要教学内容与要求		
			<p>课程思政: 理解和领会社会主义核心价值观，自觉弘扬明礼、诚实、守信等中华优秀传统文化，与时俱进、开拓创新。</p> <p>主要内容: 能够进行商品描述并发布产品；能够进行商铺的设置与添加模块；能够进行在线下单、改价及处理客户退货投诉等能够掌握客户信息，进行各种促销活动。</p>
	支撑培养规格		S1、S2、S4、Z6、Z8、N14、N16
3	企业	课程目标	素质目标：具有“以客户为本、一切为了客户”的责任意识，较

序号	课程	项目	相关要求
	项目实训		<p>强的质量意识、环保意识、互联网意识、法律法规意识、危机意识、创新意识；理解并践行“由中国制造向中国创造的转变、由中国速度向中国质量的转变、由中国产品向中国品牌的转变”的商品创新发展理念和精益求精的工匠精神。</p> <p>知识目标：通过在线处理用户咨询提供售前售后服务，导购问题或售后问题，以销售为目的，了解产品知识、熟悉活动规则、与用户沟通达成交易，从一线客服的工作视角了解大促节点下的最真实的用户反应以及需求。</p> <p>能力目标：提前了解现有各大电商大促活动节点的运营策略以及活动节奏，丰富学生项目实战经验，缩短在校生与用人单位之间需求之间的差距，增强学生就业综合能力，促进教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接，提升学生对职场化工作管理的全面认知。</p>
	课程涉及的主要领域		<p>客户服务基础知识：涵盖客户服务的概念、重要性、目标和原则等内容，让学员对客户服务有全面的认知。</p> <p>客户沟通技巧：包括语言沟通和非语言沟通技巧，如倾听、表达、提问、回应投诉等，旨在提升学员与客户的沟通能力。</p> <p>客户需求分析：教导学员如何识别、分析客户的显性和隐性需求，以便提供更精准的服务。</p> <p>服务质量管理：涉及服务标准的制定、服务质量的评估和改进方法，确保客户能得到高质量的服务。</p> <p>客户关系管理：教授学员如何建立、维护和发展与客户的长期良好关系，提高客户满意度和忠诚度。</p> <p>问题解决与投诉处理：使学员掌握处理客户问题和投诉的流程、技巧及策略，有效化解矛盾，维护企业形象。</p>
	典型工作任务描述		<p>在线接待客户：解答客户关于产品或服务的各种问题，准确传达相关信息，展现出专业、热情的服务态度；</p> <p>客户需求挖掘：引导学生与客户进行沟通，运用提问、观察等技巧，挖掘客户潜在需求，为客户提供个性化的产品或服务推荐；</p> <p>服务质量评估：提供一些服务案例或实际工作中的录音、录像资料，依据服务标准进行评估，找出存在的问题，并提出改进建议；</p> <p>客户关系维护：设计一些客户回访、节日问候等场景，练习如何与客户保持定期沟通，增进客户感情，提高客户对企业的认同感和忠诚度。</p>
	主要教学内容与要求		<p>课程思政：强调品牌建设对企业发展和社会进步的重要价值和现实意义。</p> <p>主要内容：接待在线售前售后，在线处理用户咨询导购问题或售后问题，以销售为目的，了解家电产品知识、熟悉活动规则、与用户沟通达成交易，针对已购买用户出现售后问题进行处理，提</p>

序号	课程	项目	相关要求
4	认识实习		前了解现有各大电商大促活动节点的运营策略以及活动节奏，从一线客服的工作视角了解大促节点下的最真实的用户反应以及需求。
		支撑培养规格	S1、S2、S3、Z1、Z4、N4
		课程目标	<p>素质目标: 培养学生良好的职业道德和敬业精神；认真仔细严谨的工作作风，良好的沟通能力、交流能力。</p> <p>知识目标: 接触实际工作过程，达到对所学专业的性质、内容及其在电子商务领域中的地位有一定的认识在实践中了解专业、熟悉专业</p> <p>能力目标: 通过到企业去参观各种工作流程，为进一步学习电商基础、专业课程和将来走向社会奠定坚实基础。</p>
		课程涉及的主要领域	S1、S2、S4、Z6、Z8、N14、N16
		典型工作任务描述	根据专业认知需求，使用企业提供的技术资料、多媒体展示平台，完成行业发展现状、岗位类型及技术应用场景的学习与了解；根据岗位认知目标，使用访谈提纲、问卷调查表，完成与企业工程师、技术人员的交流，获取职业技能要求与岗位工作内容的信息；根据工作规范与操作指引，使用软件和电子设备，完成简单岗位环节的体验操作，初步掌握生产实践的基本流程。
		主要教学内容与要求	<p>课程思政: 在认识实习中，结合企业案例讲解、岗位人员访谈与实习日志复盘，培养学生商业思维、法律意识、劳动意识、职业道德与社会责任感。</p> <p>主要内容: 本课程安排在第三学期，以运营、客服等为主要岗位。通过认识实习，接触实际工作过程，达到巩固和加深理解专业课程在课堂所学的理论知识，通过到企业去参观各种工作场景和过程，为进一步学习专业的工作基础和专业课程奠定基础。</p>
		支撑培养规格	S2、S3、S4、Z7、Z8、N12、N13
5	岗位实习	课程目标	<p>素质目标: 提升对职场的感性认识，能以积极的心态调适择业心理，能够坦然面对就业挫折。</p> <p>知识目标: 接触实际工作过程，提前了解现有各大电商大促活动节点的运营策略以及活动节奏，从岗位的工作视角了解电商平台及其销售的最真实的用户反应以及需求。</p> <p>能力目标: 通过到企业实习，为进一步学习技术基础和专业课程奠定基础，为将来走向社会就业奠定坚实基础。</p>

序号	课程	项目	相关要求
6	毕业设计	课程涉及的主要领域	岗位实习
		典型工作任务描述	根据岗位认知目标，使用访谈提纲、问卷调查表，完成与企业人员的交流，获取职业技能要求与岗位工作内容的信息；能够通过搜索引擎优化，付费搜索推广两种基本的方式开展搜索引擎营销，并能够协助运营对搜索引擎营销效果进行分析与评估；根据市场调研结果，制定农产品的营销方案，包括品牌推广、促销活动策划、广告投放等，协助运营提高产品的知名度和销售量；根据安全规范与操作指引，使用软件及电子设备，完成简单工作环节的体验操作，初步掌握生产实践的基本流程；根据实习总结要求，使用文档编辑软件、PPT制作工具，完成实习报告撰写与成果汇报材料整理，系统梳理实习收获与认知提升。
		主要教学内容与要求	课程思政： 强调品牌建设对企业发展和社会进步的重要价值和现实意义，实现电商相关理论知识与企业真实业务场景、职业岗位要求的深度融合。 主要内容： 本课程安排在第五、六学期，以网络营销等为主要岗位。通过岗位实习，使学生把专业理论知识应用到生产实践中，了解社会、了解行业、熟悉电商企业的经营活动过程及经营理念，培养良好的职业道德、服务观念、合作意识、健康心智，培养从事运营、营销等相关岗位应具备的基础知识和专业技能、职业素养和基本工作方法，具备网络营销推广等岗位核心能力，为将来走向社会奠定坚实基础。
		支撑培养规格	S3、S4、Z5、Z8、N14、N15
		课程目标	素质目标： 培养学生良好的职业道德和敬业精神；认真仔细严谨的工作作风，良好的沟通能力、交流能力。 知识目标： 使学生掌握论文书写的一般性要求，书写方法、资料查找和使用方法；使学生能够根据实习岗位情况，利用网络等途径查找资料，归纳总结专业相关技能要点，正确书写毕业论文。 能力目标： 具备资料查找、整理归纳和使用能力；具有敏捷思维；具有认真细致的工作作风和严谨的工作态度。
		课程涉及的主要领域	毕业设计
		典型工作任务描述	根据毕业设计题目要求，使用图书馆、知网等资源，完成资料收集与文献综述；根据设计任务书，完成网络营销方案设计；根据

序号	课程	项目	相关要求
7	毕业教育	主要教学内容与要求	论文撰写规范，使用 Word 等软件，完成毕业设计的撰写。
			<p>课程思政: 从企业社会责任，增强学生的社会责任感，培养学生刻苦钻研勇于创新的精神，养成学生良好的学习态度和严谨的工作作风。</p> <p>主要内容: 通过本课程学习，使学生掌握论文书写的一般性要求，书写方法、资料查找和使用方法；使学生能够根据实习岗位情况，利用网络等途径查找资料，归纳总结专业相关技能要点，正确书写毕业论文；具备资料查找、整理归纳和使用能力；具有敏捷的思维；具有认真细致的工作作风和严谨的工作态度。</p>
			S1、S3、S4、Z7、Z8、N14、N15
		课程目标	<p>素质目标: 培养学生良好的职业道德和敬业精神；认真仔细严谨的工作作风，良好的沟通能力、交流能力。</p> <p>知识目标: 了解社会、了解行业、熟悉电商企业的经营过程及经营理念，培养良好的职业道德、服务观念、合作意识。</p> <p>能力目标: 培养从事网络营销等相关岗位应具备的基础知识和专业技能、职业素养和基本工作方法，具备营销推广相关岗位核心能力</p>
			毕业教育
			根据毕业生职业发展需求与就业形势，使用就业指导手册、职业测评工具，完成毕业生职业规划建议与就业方向引导；根据毕业生思想动态与心理特点，使用主题班会、谈心谈话等方式，完成毕业生的理想信念教育与心理健康疏导；根据毕业生离校流程与档案管理规范，使用离校系统、档案整理工具，完成毕业生离校手续办理与个人档案整理工作；根据毕业生服务社会的责任要求，使用榜样案例、实践教育基地，完成毕业生社会责任感培养与奉献精神强化；根据毕业生综合素质提升目标，使用校友经验分享会、职业技能培训资源，完成毕业生职场适应能力与职业素养提升指导。
		典型工作任务描述	<p>课程思政: 以企业岗位职能认知、熟悉经营流程为核心，培养学生劳动意识、辩证思维、商业道德。</p> <p>主要内容: 本课程安排在第六学期，通过毕业教育，使学生把专业理论知识应用到生产实践中，了解电商行业企业的经营过程及经营理念，培养良好的职业道德、服务观念、合作意识、健康心智，培养从事运营推广相关岗位应具备的基础知识和专业技能、</p>

序号	课程	项目	相关要求
			职业素养和基本工作方法，具备运营推广等相关岗位核心能力，为将来走向社会奠定坚实基础。
		支撑培养 规格	S1、S2、S4、Z6、Z8、N14、N16

3. 专业拓展模块

为拓展电子商务专业学生所学专业知识，扩大就业面，提高学生的职业道德与职业素养，本专业还开设专业选修课，主要包括：品牌与策划、商务礼仪等课程。专业选修课程需要达到 8 学分。

4. 素质拓展模块

素质拓展模块由课程+实践+活动构成。其中，课程包括素质养成课程，实践包括实践拓展，活动主要是第二课堂活动。

素质养成课程。包括限选课程、人文艺术素养类课程和职业核心素养类课程。人文艺术素养类课程以开设美育类、传统文化类、人文素养类等选修课形式开展，其中美育类课程不低于 1 学分，传统文化类课程不低于 1 学分。职业核心素养类课程以开设安全教育、普通话、演讲与口才、现代礼仪等选修课形式开展。

第二课堂。第二课堂活动从文艺活动、体育活动、社团活动、公益活动、科技活动、劳动教育、安全教育及社会实践活动等八个方面全面提升学生综合素质，有效学分 4 学分。

5. 创新创业模块

创新创业模块由创新创业教育课程和创新创业活动和创业实践构成，有效学分 6 学分。

七、教学进程总体安排

(一) 教学进度计划

表 7 教学进度计划表

环节 学期	课堂 教学	考核 与测 评	实践教学						学期 总周数	
			军事 技能 训练	劳动 实践	集中 实训	认识 实习	岗位 实习	毕业 教育		
一	16 周	1 周	3 周							20 周
二	16 周	1 周			3 周					20 周
三	16 周	1 周		1 周		2 周				20 周
四	16 周	1 周		1 周	2 周					20 周
五					4 周		16 周 (含 劳动实践)			20 周
六							8 周 (含劳 动实践)	4 周	8 周	20 周
合计	64 周	4 周	3 周	2 周	9 周	2 周	24 周	4 周	8 周	120 周

(二) 各类课程学时学分比例

表 8 学时学分比例表

课程类别	学时分配			学分	备注
	学时小计	理论学时	实践学时		
公共必修课程	656	412	244	36	
专业基础课程	352	304	48	22	
专业核心课程	384	192	192	24	
专业实践课程	1075		1075	43	
专业拓展课程	128	128		8	
素质养成课程	192	192		12	
实践拓展				4	
第二课堂活动				4	
创新创业课程	32	32		2	
创新创业活动					
创业实践				4	
总计	2819	1260	1559	159	

课程类别	学时分配			学分	备注
	学时小计	理论学时	实践学时		
总学时数为 2819。其中公共基础课包括公共必修课和素质养成限选课共计 848 学时，占总学时 30.1%；实践性教学总学时为，占总学时 55.3%。					

(三) 实践环节教学进程表

表 9 实践环节教学进程表

实践环节名称		学时	学分	开设学期	实践时间	实践场所	考核方式	课程性质
单项实训	军事技能训练	75	2	一	3 周	校内	考查	限选
	劳动实践	40	2	后四学期	2 周	校内外	考查	限选
	运营实训	25	1	二	25 学时	校内	考查	必修
	职业技能实训	50	2	二	40 学时	校内	考查	必修
综合实训	企业项目实训	50	2	四	40 学时	校内外	考查	必修
	认识实习	50	2	三	2 周	校内	考查	必修
	毕业教育	100	4	六	4 周	校外	考查	必修
	毕业设计	200	8	六	8 周	校外	考查	必修
岗位实习		600	24	五、六	24 周	校外	考查	必修
合计		1190	47					

(四) 电子商务专业教学进程安排表

表 10 专业教学进程安排表

平台/ 模块课 程	课程 性质	序 号	课程名称	课程代码	学分	学时分配			各学期课内学时分配						考核 类型	
						总学 时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六		
通识课 程平台	公共必修 课程	1	军事理论	020140204	2	32	32		16	16						考查
		2	思想道德与法治	001103002	3	48	32	16	32							考试
		3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	0011002003	2	32	32			32						考试
		4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	0011002006	3	48	48				48					考试
		5	形势与政策 1	001102017	1	32	32		8							考查
			形势与政策 2	001102018						8						考查
			形势与政策 3	001102019							8					考查
			形势与政策 4	001102016								8				考查
		6	高等数学	001102008	4	64	64		32	32						考试
		7	大学英语	001102006	4	128	64	64	32	32						考试
		8	信息技术	002101032	4	64	32	32	32	32						考试
		9	体育与健康	001102012	8	128	12	116	32	32	32	32				考试
		10	心理健康教育	001102025	2	32	16	16	32							考查
		11	国家安全教育	001102402	1	16	16			16						考查
		12	人工智能	202502011	2	32	32		32							
小计(占总课时比例 23.1%)				36	656	412	244									

平台/ 模块课 程	课程 性质	序 号	课程名称	课程代码	学分	学时分配			各学期课内学时分配						考核 类型
						总学 时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六	
素质拓 展模块	素质 养成 课程	1	安全教育	0002101027	2	32	32		16	16					考查
		2	美育	001102046	1	16	16			16					考查
		3	中华优秀传统文化	001101022	1	16	16			16					考查
		4	大学语文	0011002025	1	16	16				16				考查
		5	大学生职业发展与就业指导	0021010171	2	32	32			16	16				考查
		6	劳动教育	0201402052	1	16	16		16						考查
		7	中华民族共同体概论	001102401	1	16	16					16			考查
		8	普通话	070100001	1	16	16		16						考查
	任 选 课 程	1	职业核心素养类课程		1	16	16				16				考查
		2	人文艺术素养类课程		1	16	16					16			考查
	实践 拓展	1	军事技能训练	0011020011	2				3周						考查
		2	劳动实践	102101017	2							2周		2周	
	第二 课堂 活动	1	第二课堂活动	1002102021	4										考查
小计					20	192	192								

平台/ 模块课 程	课程 性质	序 号	课程名称	课程代码	学分	学时分配			各学期课内学时分配						考核 类型	
						总学 时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六		
创新创业模块	创新 创业 课程	1	创新创业教育	1602021	2	32	32						32			考查
	创新 创业 活动	2	创新创业活动	2601002	4											考查
		3	创业实践	2602003	4											考查
	创新创业活动、创业实践有效学分 4 学分															
小计						6	32	32		注：创新创业模块有效学分 6 分。						
小计 (占总课时比例 7.9%)																
专业课 程平台	专业 基础 课程	1	市场营销	311204001	4	64	64		4							考试
		2	客户服务	311202002	2	32	32			2						考试
		3	直播电商	311204003	4	64	32	32		2						考试
		4	零售基础	311202004	2	32	32				4					考试
		5	短视频拍摄与剪辑	311204005	4	64	64				4					考试
		6	数据可视化	311204006	4	64	64			2						考试
		7	电商文案写作	311204007	2	32	16	16				4				考试
	专业 核心 课程	1	视觉营销设计	311304009	4	64	32	32	4	2						考试
		2	农产品电商运营	311304010	4	64	32	32				4				考试
		3	网络营销	311304011	4	64	32	32		4						考试
		4	新媒体推广	311304012	4	64	32	32			4					考试
		5	商务数据分析	311304013	4	64	32	32			4					考试
		6	网页设计	311304014	4	64	32	32				4				考试
	专业 拓展	1	商务礼仪	312202015	2	32	32					2				考查
		2	消费者心理学	312202016	2	32	32					2				考查

平台/ 模块课 程	课程 性质	序 号	课程名称	课程代码	学分	学时分配			各学期课内学时分配						考核 类型		
						总学 时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六			
课程	3	品牌与策划	312202017	2	32	32						2				考查	
		电商物流	312202018	2	32	32						2				考查	
		数据化运营	312202019	2	32	32										考查	
		国际贸易	312202020	2	32	32											
		社群运营	312202021	2	32	32											
	实践 性教 学	电商运营实训	311401001	1	25		25		1周							考查	
		职业技能实训	311402002	2	50		50		2周							考查	
		企业项目实训	311402003	2	50		50				2周					考查	
		认识实习	311402004	2	50		50			2周						考查	
		岗位实习	1416024	24	600	0	600					16周	8周			考查	
		毕业教育	1420025	4	100	0	100							4周		考查	
		毕业设计	1403023	8	200	0	200							8周			
小计(占总课时比例 70.7%)				97	1939	624	1315										
总计				159	2819	1260	1559										

八、实施保障

(一) 师资队伍

坚持培养和引进相结合的原则，逐步优化师资结构，建设“双师”结构优化和“双师”素质优良的教学团队；培养一批集理论水平、实践动手能力、教学能力于一身，具有创新精神的电子商务专业骨干教师；聘请企业中具有丰富实践经验的电子商务骨干来校教学，建设一支稳定的兼职教师队伍。

1. 队伍结构

电子商务专业教学团队的特征是：专兼结合，双师结构。教学团队是人才培养方案得以顺利实施的关键。以工作过程为主线建立的课程体系的实施需建立由骨干教师、一般教师、企业技术专家与能工巧匠、企业指导教师组成的专兼结合教学团队。

表 11 电商专业教师结构一览表

专兼结构	专任教师			兼职教师		
	12 人			11 人		
职称结构	副教授及以上职称	中级职称	初级职称	副教授及以上职称	中级职称	初级职称
	2 人	6 人	4 人	2 人	5 人	4 人
学历结构	硕士学位及以上		本科	硕士学位及以上	本科	大专
	11 人		4 人	3 人	5 人	3 人
技能结构	双师素质		高级技师	技师及高级技师		
	12 人		3 人	4 人		

2. 专任教师

(1) 具有高校教师资格，原则上具有电子商务等相关专业本科及以上学历；

(2) 具有“双师”素质教师资格，具有扎实的专业理论基础及专业实践能力，能胜任本专业两门以上专业核心课程的一体化教学；

(3) 熟悉本行业最新技术动态、较好的把握本专业的发展方向，积极参与专业建设、课程建设和教学改革研究等工作；

(4) 对教学方法和教学手段以及教学改革方面有较深的研究，

具有较强的课程开发能力，能够参与人才培养方案的制定；

(5) 能承担专业比赛或辅导学生考取职业资格证书，具备一定的科研能力，开展社会服务工作。

3. 兼职教师

(1) 具有丰富的实践经验，具有中级以上职称或技师及技师以上职业资格；

(2) 具有专科及专科以上学历，在企业相应岗位工作累计5年以上；有较强的语言表达能力和沟通能力；

(3) 能承担专业核心课程的一体化教学，能承担辅导顶岗实习任务，能承担协助指导毕业论文任务。

(二) 教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地。

1. 专业教室基本条件

电子商务专业按照学院提供的条件，运用标准教师，生均使用面积不少于1平方米，生均座位数不少于1个。电子商务教室由学院专门的管理机构进行专职管理、维修和维护，注重教室的安全管理，教室楼的设计、建筑和装修工程经消防部门审验合格，教学区内有方便的饮用水设施；有满足学生基本需求的通讯设施。消防设备齐全完好、灭火器具等配置达标，消防通道、出入通道和疏散通道畅通，不得摆放任何物品；消防器材摆放有位，不过期；应急灯和安全指示灯完好有效，疏散警示标志位置正确醒目。

2. 校内实训室基本要求

通过校企联合培养方式培养的学生可以更快地了解企业用人要求，明确学习任务，确定学习目标，增强职业意识，更快地适应岗位工作。近几年来，积极建设实训室和教学设备，尽可能地为各专业创造各种实践教学条件，以满足实践教学的需要，保证实践教学的质量。

电子商务专业校内实训基地包括网络营销实训室、视觉营销实训室、电商运营实战中心、农村电商实训中心等组成，具体如下表所示。

表 12 电子商务专业校内实训基地一览表

序号	实训室名称	主要设备及说明	实训项目
1	网络营销实训室	计算机、网店开设装修实训软件、网店客户服务实训软件、多媒体教学系统	营销推广实训
2	电商运营实战中心	计算机、客户服务实训软件、多媒体教学系统、摄影设备	企业项目实训实训
3	视觉营销实训室	计算机、多媒体教学系统、网店运营推广实训软件	视觉设计实训
4	农村电商实训中心	电子商务综合竞赛系统、无纸化考试系统、多媒体教学系统	电子商务综合实训

3. 校外实训基地基本要求

与烟台指尖电子商务有限公司、鲁商教育控股有限公司、山东捷瑞电子商务有限公司、华录出版传媒有限公司等企业建立了校外实训基地的合作关系。这些校外实训基地的建立为专业进行实践教学提供了得天独厚的条件，学生在校外实训基地顶岗实践，既熟悉了每个岗位的职业技能，又提高了动手实践能力。

表 13 电子商务专业校外实训基地一览表

序号	实训基地名称	实习岗位	对应的学习领域
1	烟台指尖电子商务有限公司	网络运营	网络营销
2	山东网商集团有限公司	视觉营销	视觉营销
3	济南华恒星科技有限公司	网络客服	客户关系管理
4	华录出版传媒有限公司	网络运营	电子商务运营
5	重庆猫宁电子商务有限公司	网络客服	客户关系管理
6	山东世纪开元电子商务集团	网络美工	市场营销
7	烟台商机互联电子商务有限公司	美工设计	网页设计
8	烟台明远家用纺织品有限公司	网络运营	网店运营

4. 学生实习基地基本要求

能提供网络营销推广、运营管理、美工设计、电商客户服务等相

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；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。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

严格落实国家规定，按照《烟台汽车工程职业学院教材管理办法（修订）》（烟汽职院字〔2021〕27号）要求规范教材选用程序。优先选用国家级和省级规划教材、精品教材及获得省部级以上奖励的优秀教材；优先选用近三年出版新编（修订）高水平教材或优秀数字教材、活页式教材等新形态教材。所选用专业课教材符合电子商务专业人才培养目标和有关课程标准的要求，体现电商行业新技术、新规范、新标准、新形态。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备要能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便本专业师生查询、借阅。专业类图书主要包括需涵盖电子商务技术、方法、思维及实务操作类图书，如介绍电商平台搭建、网络营销技巧、数据分析方法等方面书籍。相关学科文献配备经济、管理和文化类文献等，帮助学生了解商业环境、企业管理知识，提升综合素养。期刊杂志订阅《中国电子商务》等专业期刊，以及《哈佛商业评论》等相关杂志，让师生及时了解行业动态与前沿资讯。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设数字化教学平台，建设精品资源共享课程，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，提供丰富线上学习

资源，满足学生自主学习和教师教学创新需求。配备网络营销推广、电子商务综合竞赛系统等虚拟仿真软件、农产品电商运营等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

以学生为中心，积极探索与实施教、学、做、练一体的项目化与模块化教学。在实际教学过程中，可采用现场教学、启发式教学、项目化教学、案例式教学等灵活多样的教学方法，充分调动学生学习的积极性、主动性，促进学生的积极思考，激发学生的潜能。教学方法的采用强调学生自主性、师生互动性与成果应用性紧密结合。

根据电子商务专业的教学特点，建议将学生按 4-6 人的标准分成若干组进行教学，方便以项目、案例为载体教学方法的实施，进一步强化实践教学，根据培养目标和职业技能鉴定考核的要求，围绕“一专多能、一生多证”，建立以基本技能，专业技能、综合技能实训三大模块为主线的相对独立的实践教学体系。

（五）学习评价

1. 通识课程考核评价建议

通识课程成绩按百分制计分，包括平时成绩和期末考试成绩两部分。平时成绩根据学生出勤情况、作业完成情况、课堂表现情况、小组学习活动情况、实训课表现情况等进行评定，占总成绩的 50%；期末考试可根据课程特点采用闭卷考试、开卷考试和撰写论文等多元考试方式，考试内容要注重考查学生知识运用能力和解决实际问题能力，闭卷考试要从考查学生的知识掌握情况和知识应用能力入手进行拟题，题量和难度要适中，避免偏、难题型，全面考察学生对本门课程的掌握情况，期末考试成绩占总成绩的 50%。

2. 专业课程考核评价建议

依据《烟台汽车工程职业学院教学管理规范》规定，进行考试或考查并评定成绩。采取以职业能力考核为重点的工学结合考核方式，

提倡考核模式创新和改革，采用多种考核方式，建立过程考评（项目考评）与期末考评（课程考评）相结合的考核评价体系。

（1）专业课程考评形式

过程考评。根据学生在每个学习情境或者每个学习任务的教、学、做的教学过程中，学生参加课堂学习、实践训练、小组协作学习、任务完成情况等所反映出的学生学习态度、学习能力和学习效果。即对教学过程进行实时监控，考评学生对学习任务的掌握情况，探究教学中所存在的问题或缺陷，适时调整教学方法与手段。

期末考核评价。在学期末进行综合知识和能力的考核，可以采用笔试，也可以采用实操考核和现场提问等多种形式，了解学生通过一学期的学习是否达到教学目标的要求。

（2）专业课程考评标准

表 14 专业课程考核标准

考评方式	过程考评			期末考评	
	职业素质考核 (10分)	课内实操过程考核 (35分)	任务工单考核 (5分)	理论考核 (25分)	实操考核 (25分)
考评实施	根据学生学习过程表现情况，由任课教师评价、学生自评与互评。	根据学生操作完成情况，由任课教师评价、学生自评与互评。	根据学生任务工单、学生工作页完成情况，由任课教师评价。	按照学校教务处统一组织的期末考试成绩评价，A\B卷，教考分离。	任课教师上报系部统一安排实操考试。
考评标准	考查安全意识、团队协作意识、遵守法律等情况进行打分 10 分。	方案制定情况 5 分；软件使用情况 5 分；操作过程情况 15 分；任务完成情况 10 分。	项目操作过程记录 5 分。	客观题与主观题比例合理，建议客观题与主观题比例为 6: 4。	根据学生操作实际情况进行打分。
备注	造成设备损坏或人身伤害的过程考核计 0 分；过程考核达不到合格标准者，总评成绩不合格。				

（3）专业课程考核成绩

专业课程的成绩由过程考核成绩和期末考核成绩两部分组成。过程考核总评达不到合格标准者，取消其参加期末考核的资格，达到合格标准者，其过程考核总评与期末考核按照一定的比例合成，作为学

生课程最终考核成绩。

3. 第二课堂与创新创业课程考核评价建议

第二课堂与创新创业实践采用学分替换，学生发表论文、获得专利、竞赛成绩和自主创业等折算为学分，在第二课堂文艺活动、体育活动、公益活动、科技活动、社团活动以及劳动教育项目中，获得校级或校级以上荣誉可以获得 1 学分。

（六）质量管理

1. 学院建设专业管理质量平台，健全专业教学质量监控管理制度，完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 依据学院相关教学管理制度，加强日常教学组织运行与管理，开展督导评价、学生评教等工作。

3. 出台《专业负责人选拔及管理办法（试行）》，各专业实行专业负责人制度。作为本专业建设和发展的主要责任人，专业负责人带领专业团队做好本专业教育教学工作，做好专业建设规划。定期组织专业团队开展集体备课，召开教学研讨会，改革教学模式，创新教学环境、教学方式、教学手段，促进知识传授与生产实践的紧密衔接，增强教学的实践性、针对性和实效性，使人才培养对接用人需求、专业对接产业、课程对接岗位、教材对接技能，全面提高教育教学质量。

4. 继续加强与企业合作，引入企业评价，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。

5. 依据学院建立的毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，对生源情况、在校生学业水平、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，充分利用评价分析结果反馈改进专业建设。

九、毕业要求

1. 在学校规定年限内修满本专业人才培养方案规定的 165 学分；
 2. 毕业时应达到的素质、知识和能力等要求详见培养目标与培养规格；
 3. 鼓励获得与本专业紧密相关的职业资格证或行业上岗证 1 个；
 (主要包括电子商务师、电子商务客户服务、网店运营推广等) ；
 4. 符合学校学生学籍管理规定的相关要求；
 5. 根据《教育部关于推进高等学分认定和转换工作的意见》
 (教育部教改〔 2016 〕 3 号) ，学生可依据附件 3 《烟台汽车工程职业学院电子商务专业学分认定和转换标准》进行学分认定和转换。

表 15 电子商务专业毕业学分要求一览表

课程体系	学分要求				备注
	必修	限选	任选	小计	
公共必修课程	36			36	
专业基础课程	22			22	
专业核心课程	24			24	
专业实践课程	43			43	
专业选修课		8		8	
素质拓展课程		10	2	12	
实践拓展		4		4	
第二课堂活动			4	4	
创新创业课程	2			2	
创新创业活动	4			4	
创业实践					
合计	131	22	6	159	

十、附录

1. 烟台建筑工程职业学院专业人才培养方案变更审批表
2. 烟台建筑工程职业学院教学计划变更审批
3. 烟台建筑工程职业学院电子商务专业学分认定和转换标准

附件 1：

烟台建筑工程职业学院专业人才培养方案变更审批表

专业代码		专业名称	
适用年级		专业所在系	
变更内容			
变更理由			
教学系 意见	签名： 日	年 月	
教务处 意见	签名：	年 月 日	
学院党委 审核意见	签名（盖章）：	年 月 日	
备注			

附件 2:

烟台汽车工程职业学院教学计划变更审批表

填表日期			填表人			开课系部			开课年级		
开课专业				课程类别							
课程编号			课程名称								
变 更 内 容	课程类别	原类别: → 现类别:									
	课程名称	原名称: → 现名称:									
	学 分	原学分: → 现学分:									
	学 时	原学时: → 现学时:									
	学时分配	原学时分配: → 现学时分配:									
	学 期	原学期: → 现学期:									
	考核方式	原考核方式: → 现考核方式:									
	该专业以后各级是否照此执行:										
变 更 理 由											
课程所在 部 门 审 核 意 见	课程负责人签名: 年 月 日				部门领导签名: 年 月 日						
专业所在 教 学 系 审 核 意 见	专业负责人签名: 年 月 日				系部领导签名: 年 月 日						
分管领导 审 批 意 见	教务处处长签名: 年 月 日				分管院长签名: 年 月 日						

附件 3：

烟台汽车工程职业学院电子商务专业 学分认定和转换标准

为拓宽高技能人才成长通道，推动学习成果的认定、积累与转换，根据《烟台汽车工程职业学院学分认定和转换管理办法》的具体要求，结合电子商务专业人才培养方案和教学实际，制定本标准。

一、适用范围与原则

1. 本标准适用于烟台汽车工程职业学院电子商务专业（专业代码：530701）的所有在籍学生。
2. 遵循学院办法。严格执行学院办法中关于不予转换课程、学分上限、成绩记载、就高不重复等所有通用规定。
3. 突出专业特色。本标准重点细化与本专业密切相关的证书、竞赛、实践等成果的认定规则。

二、学分认定与转换的具体标准

（一）证书类学习成果认定标准

表1 证书类学习成果认定标准

序号	证书名称	等级要求	学分	可替代课程	备注
1	全国大学英语(CET)四级证书	四级	4	大学英语	选考
2	CCT 全国高等学校计算机证书	二级	4	计算机应用基础	选考
3	普通话水平测试证书	二级乙等及以上	2	《普通话》	必考

4	电子商务师	中级	4	零售基础	选考
5	网店运营推广 (中级)	中级	4	网络营销	选考
6	电子商务客户服务	中级	2	客户服务	选考

(二) 竞赛类学习成果认定标准

表2 竞赛类学习成果认定标准

竞赛名称	级别或获奖要求	可认定学分	可转换课程
电子商务技能大赛	三等奖及以上	8	农产品电商运营、视觉营销设计、直播电商

(三) 其他类学习成果认定标准

表3 创业类学习成果认定标准

成果来源(名称)	相关要求	可认定学分	可转换课程
创业实践	取得营业执照且运营一年以上团队	2	创新创业课程

三、组织实施与程序

1. 本专业成立学分认定与转换工作小组，由专业负责人、教研室主任、骨干教师等组成，负责本专业范围内的初审与评议工作。

2. 申请流程。学生每学期开学后两周内提交《学分认定与转换申请表》及相关证明材料原件、复印件。专业工作小组在5个工作日内完成初审，重点审核成果与申请转换课程的等效性，并提出初步认定意见。初审通过后，按成果类别报送至学校相应的认定单位复核。最终由教务处核定、公示并录入系统。

3. 争议处理。学生对专业工作小组的初审意见有异议，可向教学系提出书面复议申请。

四、附则

本标准未尽事宜，严格按照《烟台汽车工程职业学院学分认定和转换管理办法》执行。