

南通师范高等专科学校

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

专业名称（专业代码）：电子商务（530701）

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向

电子商务专业职业面向如表 1 所示。

表 1:电子商务专业职业面向

所属专业大类 (代码)	财经商贸大类(53)
所属专业类 (代码)	电子商务类(5307)
对应行业 (代码)	互联网和相关服务(64) 批发业(51) 零售业(52)
主要职业类别 (代码)	电子商务师 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)、商务策划专业人员(2-06-07-03)、品牌专业人员(2-06-07-04)、客户服务管理(4-07-02-03)、采购员(4-01-01-00)
主要岗位群或 技术领域	运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管,以及数据化运营、内容与直播运营、跨境电商运营等岗位(群)
职业资格证书	网店运营推广、电子商务数据分析、跨境电商 B2B 数据运营、直播电商、农产品电商运营

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观, 传承技能文明, 德智体美劳全面发展, 具有一定的科学文化水平, 良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识, 爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神, 较强的就业创业

能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向互联网和相关服务、批发业、零售业的运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位(群)，能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发、内容电商运营和跨境电商运营工作的高技能人才。

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：

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和解决问题的能力；

15.掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

16.掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

17.树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

七、课程设置

（一）职业能力分析

结合 2025 年版电子商务专业教学标准、行业发展趋势与企业岗位需求，按照“业务链条—岗位群—典型任务—可评价能力—课程支撑”的逻辑进行分析。

表 2：电子商务专业岗位（群）—典型工作任务—职业能力—课程支撑矩阵

岗位（群）及职业发展路径	典型工作任务	职业能力	对应课程
全渠道与平台运营岗位群 电商运营助理→店铺/平台运营专员→全渠道运营主管 (网店运营、商品运营、O2O/即时零售运营)	1. 开展行业、市场、用户与竞品调研，确定店铺及商品定位 2. 完成选品、定价、商品信息发布、页面维护与商品生命周期管理 3. 制定店铺运营计划，实施搜索、推荐、活动及推广 4. 协同订单、库存、供应商、物流与售后，推进线上线下一体化履约 5. 监测流量、转化、客单价、复购和履约指标，开展运营复盘与优化	1. 理解主流平台规则、交易流程与全渠道零售逻辑，完成店铺基础配置和运营诊断 2. 能依据市场需求和经营目标实施选品、定价、商品发布、促销及用户运营 3. 能运用平台工具组织流量获取、活动运营和 O2O 协同，控制进度、成本与风险 4. 能搭建基础运营指标，利用表格、平台数据工具分析经营结果并提出优化方案 5. 能使用生成式 AI 辅助市场调研、竞品梳理和文案初拟，对事实、品牌调性、版权和数据安全进行人工校验	电子商务基础、网店运营、数据化运营、零售基础、零售门店 O2O 运营、市场营销、网络营销、商务数据分析、数据可视化、管理学基础
数据化运营与用户增长岗位群 数据运营助理→用户/增长运营专员→数据化运营主管	1. 分解经营目标并搭建流量、商品、用户、营销、销售和履约指标体系 2. 采集、清洗、整理多渠道业务数据，制作看板和分析报告 3. 开展用户画像、分层、漏斗、留存、复购及生命周期分析 4. 设计运营实验，跟踪关键指标，识别异常并定位业务问题 5. 形成数据洞察、策略建议和复盘结论，推动运营迭代	1. 能把业务目标转化为可测量指标，理解指标口径、数据质量和分析边界 2. 能使用电子表格、可视化及平台分析工具完成数据处理、图表呈现和报告撰写 3. 能运用用户画像、转化漏斗、RFM、留存与对比分析等方法发现增长机会 4. 能围绕业务问题提出假设、设计小规模测试并依据结果优化策略 5. 能借助 AI 辅助数据解释、报告提纲和方案生成，对计算过程、因果表述和敏感数据进行复核与合规处理	商务数据分析、数据化运营、数据可视化、市场调查与研究、社群运营、办公软件高级应用、市场营销、经济学基础、人工智能通识课、经济法
内容营销与直播运营岗位群 内容运营助理→短视频/直播运营专员→全渠道营销主管	1. 开展用户洞察、热点分析与竞品内容拆解，制定内容选题和账号运营计划 2. 完成图文、短视频和直播脚本策划，组织拍摄、发布、互动和账号矩阵运营 3. 实施直播选品、排品、场景搭建、预热、场控、投流及直播后履约协同 4. 整合搜索、社交、达人和付费媒介资源，执行营销活动与广告投放 5. 分析曝光、互动、点击、转化和投入产出，开展内容与直播复盘	1. 能理解内容平台的用户特征、分发逻辑、商业化工具和运营规范 2. 能围绕品牌定位和销售目标策划内容、直播及整合营销方案，并进行任务分解和现场协同 3. 能完成短视频基础制作、直播后台操作、互动转化和异常情况处置 4. 能运用 AIGC 生成文案、图片或视频初稿，进行提示设计、编辑重构、风格统一和版权核验 5. 能根据传播与交易数据评估内容质量、投放效率和转化效果，遵守广告、直播、知识产权及平台治理规则	网络营销、互联网销售、新媒体传播、视频制作、视觉营销设计、市场营销、社群运营、商务数据分析、数据化运营、人工智能通识课、经济法

岗位（群）及职业发展路径	典型工作任务	职业能力	对应课程
智能客服与用户运营岗位群 在线客服专员→智能客服/CRM专员→客户体验或客服主管	1.梳理售前、售中、售后服务流程，建设商品知识库、话术库和服务规则 2.通过多平台接待客户，完成需求识别、商品推荐、订单跟进和售后处理 3.配置、训练和维护智能客服，实施人机协同、异常识别与人工转接 4.处理投诉、纠纷和高风险情形，开展客户分层、关怀、召回与复购运营 5.监控响应时长、解决率、满意度、转化率等指标，实施服务质检和改进	1.能理解商品卖点、消费者心理和交易规则，进行有边界、有温度的服务沟通与销售引导 2.能运用客服、CRM和订单系统处理咨询、退款、退换货、物流异常及客户投诉 3.能设计知识条目和对话流程，训练智能客服并判断AI回答的准确性、安全性和转人工条件 4.能依据客户标签和服务数据开展分层运营、质量监控及服务改进 5.具备情绪管理、冲突处理、隐私保护、反欺诈识别和跨部门协同能力	互联网销售、社群运营、电子商务基础、网络营销、市场营销、商务数据分析、数据化运营、人工智能通识课、经济法、社交礼仪
电商视觉与智能内容生产岗位群 电商视觉助理→短视频/AIGC内容设计专员→视觉营销设计师	1.进行商品拍摄、素材采集、修图、抠图和视觉资产整理 2.完成品牌标识、商品主图、详情页、店铺首页、活动海报和包装设计 3.策划、拍摄、剪辑并包装短视频和直播视觉素材 4.利用AIGC生成或扩展文案、图片、视频和场景素材，完成二次创作与质量控制 5.依据不同终端和平台规范进行多尺寸适配，并结合数据测试优化视觉表现	1.能依据品牌定位、商品卖点和目标用户建立视觉方案与信息层级 2.能熟练运用图像、排版和音视频工具完成电商视觉作品及多平台适配 3.能使用生成式AI进行素材生成、局部修改、风格控制和批量辅助生产，并识别失真、误导及品牌一致性问题 4.能建立素材命名、版本、授权和归档规范，遵守肖像权、著作权、商标权和平台内容规范 5.能依据点击、停留和转化等数据对主图、详情页和视频进行对比测试与迭代	视觉营销设计、网站美工设计、图形图像处理、视频制作、新媒体传播、网络营销、市场营销、数据可视化、商务数据分析、人工智能通识课
跨境电商与海外营销岗位群 跨境运营助理→平台/海外社媒运营专员→跨境电商运营主管	1.开展目标国家、消费者、竞品和平台调研，完成跨境选品、成本核算与定价 2.制作并本地化商品信息，实施店铺维护、活动、广告和海外社媒内容运营 3.处理跨境询盘、订单、支付、物流、清关、退换货及客户服务 4.分析流量、广告、销售、库存和利润数据，优化商品与投放策略 5.识别知识产权、税务、数据、广告和平台规则风险，实施合规运营	1.能理解主要跨境平台模式、海外市场特征和国际交易基本流程 2.能用英语开展商品信息编写、客户沟通和营销内容本地化，具备跨文化表达意识 3.能实施跨境选品、定价、平台运营、广告投放以及订单、支付、物流和售后协同 4.能利用AI辅助翻译、素材生成和市场信息整理，对文化语境、事实、品牌与合规风险进行人工复核 5.能分析跨境经营数据和利润结构，遵守知识产权、消费者隐私及平台治理要求	跨境电子商务、电子商务英语、进出口贸易、电子商务基础、网络营销、商务数据分析、数据可视化、经济法、新媒体传播、视频制作、人工智能通识课
电商产品与项目运营岗位群 产品运营助理→电商产品/项目运营专员→项目运营主管	1.开展用户访谈、场景分析和需求梳理，形成产品或项目目标 2.分析商业模式、竞争环境、	1.能运用调研、用户画像和业务流程方法识别需求，将问题转化为可执行任务 2.能进行基础商业分析、成	电子商务基础、管理学基础、市场调查与研究、市场营销、商务数据分析、数据化运营、视觉营销设计、网络营销、

岗位（群）及职业发展 路径	典型工作任务	职业能力	对应课程
	投入产出和项目可行性 3. 编制需求清单、业务流程、运营方案、预算和进度计划 4. 协同设计、运营、技术和供应链推进测试、上线、发布与迭代 5. 跟踪里程碑、质量、成本和经营数据，开展项目评估与复盘	本收益测算和项目方案撰写 3. 能使用办公、协作和可视化工具进行任务分解、进度跟踪、风险沟通与成果汇报 4. 能依据测试和运营数据评估产品表现，协调多角色推进持续改进 5. 能使用 AI 辅助信息整理、方案比较和项目文档生成，保持商业判断、数据保密和最终责任由人承担	经济学基础、经济法、创新创业教育、人工智能通识课

注：各岗位群共同要求具备职业道德与商业伦理、数据与隐私保护、平台规则与内容合规、AI 输出核验、沟通协作、项目执行、问题解决和持续学习能力。对应课程以本方案现有课程为限，同一能力由多门课程协同支撑。

（二）课程设置

1. 课程体系设计

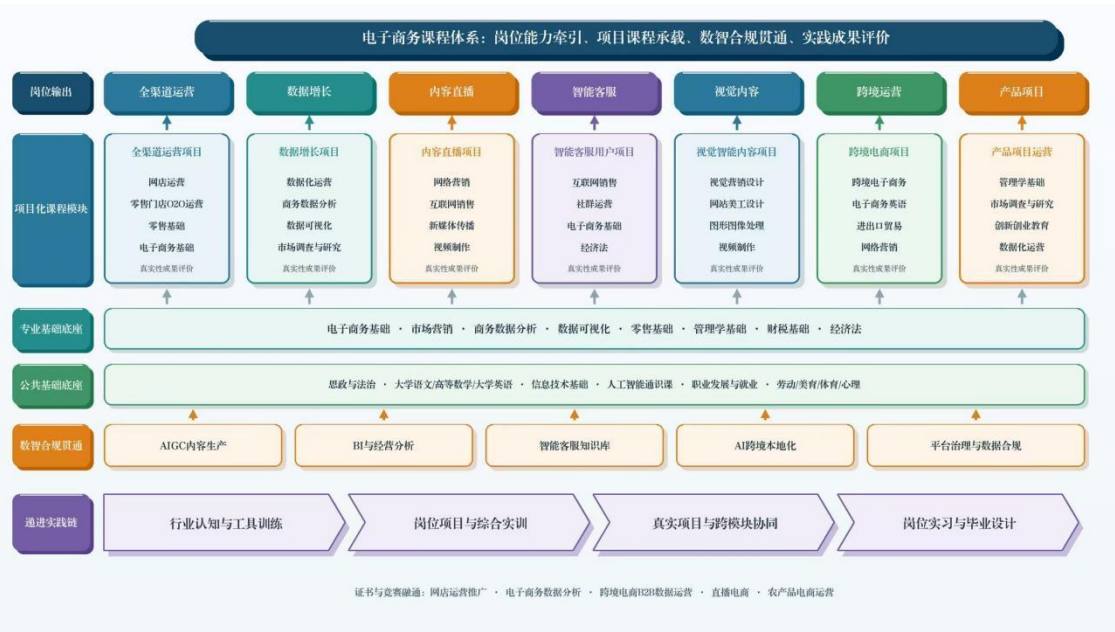


图 1:电子商务课程体系

说明：图中课程名称均取自现行人才培养方案；为呈现能力支撑关系，同一课程可出现在多个项目模块。课程类别、学分和学时暂不调整，先通过课程标准、项目任务和评价证据实现内容重构。

2. 课程设置

课程设置包括公共基础课程和专业课程，见表 3。

表 3 电子商务专业课程设置情况一览表

课程模块名称		课程性质 (实施要求)	主要课程
公共基础课程		必修	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、大学生职业发展、军事理论、军事技能、心理健康教育、体育、就业指导、信息技术、大学语文、高等数学等
		选修	党史国史、大学美育、劳动教育、中华优秀传统文化、创新创业教育等
专业课程	专业基础课程	必修	电子商务基础、市场营销、商务数据分析、零售基础、管理学基础、财税基础、数据可视化、电子商务法律法规
	专业核心课程	必修	网店运营、数据化运营、零售门店 O2O 运营、社群运营、网络销售、互联网销售、视觉营销设计、网站美工设计
	专业拓展课程	选修	市场调查与研究、跨境电子商务、进出口贸易、新媒体传播、经济学基础、图形图像处理、电子商务英语、会计学基础
	专业实践课程	必修	毕业实习、毕业设计（论文）、专业综合实训

专业总学时数为 2564 学时，总学分为 162。公共基础课程 872 学时，占总学时的 34%（国家规定不少于总学时 1/4）；实践性教学环节 1512 学时，占总学时 58.97%（国家规定不少于 50%）；公共基础选修程、专业选修课程合计 620 学时，占总学时 24.2%（国家规定不少于 10%）。

2.课程描述

公共基础课程主要教学内容如表4所示。

表4 电子商务专业公共基础课程描述一览表

课程名称	思想道德与法治	课程性质	公共基础课程
课程类别	必修	课程学时	48
课程目标	知识目标： 完成思想教育、价值教育、道德教育、法治教育四模块系统理论知识学习。 能力目标： 在理论思辨和实践研学中增进思辨力、表达力、合作力、行动力和坚持力。 素养目标： 不断提升思想道德素质和法治素养，具备社会责任感和奋斗热诚，具有内发性的专业成长动力。		
主要内容	1. 时代新人篇。 2. 人生价值篇。 3. 理想信念篇。 4. 中国精神篇。 5. 核心价值篇。 6. 道德素质篇。 7. 法治素养篇。		
教学要求	教学理念： 以生为本，情能并重，理实一体。 教学方法： 情境法、讲授法、探究法、小组合作等多种方法。 教学评价： 线上线下混合式评价，注重实践教学增值评价。		
课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	课程性质	公共基础课程
课程类别	必修	课程学时	36
课程目标	知识目标： 系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系理论成果的产生条件、科学内涵、历史地位和历史意义。 能力目标： 能够运用中国化马克思主义的理论成果特别是其中蕴藏的立场、观点和方法分析问题、解决问题。 素养目标： 引导学生树立马克思主义理想和信念，增强实现中华民族伟大复兴的使命感和社会责任感。		
主要内容	该课程以中国化时代化的马克思主义为主题，系统再现了马克思主义中国化时代化的历史进程，对马克思主义中国化时代化的一系列理论成果：毛泽东思想、邓小平理论、三个代表重要思想、科学发展观进行了系统的阐述。		
教学要求	教学理念： 学生中心，守正创新，理实一体。 教学处理： 线上线下混合式教学模式，采用讲授法、情境法、探究法等多种方法。充分开展实践教学，注重发挥红色资源的思政育人作用。 教学评价： 线上线下混合式评价，注重科学性。		
课程名称	形势与政策	课程性质	公共基础课程
课程类别	必修	课程学时	32
课程目标	知识目标： 及时了解和掌握近期国内外重要时事，形成马克思主义形势与政策观。 能力目标： 提升对国内外热点难点问题分析和判断能力及实践能力。 素养目标： 增强贯彻、执行党和国家路线方针政策的自觉性，激发爱国热情、民族自豪感和自信心，增强社会责任感和参与度。		
主要内容	1. 政治文化篇。 2. 经济形势篇。 3. 港澳台论篇。		

	4. 国际形势篇。 5. 社会热点篇。		
教学要求	教学处理： 分四学期开设。 教学方法： 注重情境教学、案例教学、多媒体辅助教学，应时顺势，守正创新。 教学评价： 线上线下混合式评价，注重全过程评价。		
课程名称	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	课程性质	公共基础课程
课程类别	必修	课程学时	48
课程目标	知识目标： 系统把握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、主要内容、精神实质和实践要求。 能力目标： 能够运用其立场、观点、方法分析、解决新时代实践中出现的新情况新问题。 素质目标： 教育引导大学生树立共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，始终与党中央保持高度一致。		
主要内容	该课程系统阐述了习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容，具体包括“十个明确”“十四个坚持”和“十三个方面成就”，全面介绍习近平总书记对经济、政治、法治、科技、文化、教育、民生、民族、宗教、社会、生态文明、国家安全、国防和军队、“一国两制”和祖国统一、统一战线、外交、党的建设等方面作出的理论概括和战略指引。		
教学要求	教学理念： 学生中心，守正创新，理实一体。 教学处理： 线上线下混合式教学，理论教学以讲授法、讨论法、探究法为主；实践教学以多形式小组合作为主，充分利用校内外实践教学场馆教学。 教学评价： 线上线下混合式评价，注重过程性全面性。		
课程名称	信息技术	课程性质	公共基础课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	素质目标： 具有较强的自主学习意识，具有自我管理意识；具有良好的信息素养，具有团队协作意识；具备计算机应用人员的社会责任与职业道德。 知识目标： 知道《信息技术》这门课程的性质、地位和独立价值。知道这门学科的研究范围、学科进展和未来方向；了解计算机的发展史，应用领域，数的进位制和计算机中数的表示方法；计算机的工作原理、硬件系统和软件系统，信息在计算机内的表示以及计算机系统的安全防护；全面掌握 Windows 操作系统的基本组成和操作、熟练掌握一种汉字输入方法，学会文件和文件夹的建立、复制、移动、删除等一系列操作，学会对磁盘的格式化等基本操作，学会使用回收站、剪贴板和控制面板；全面掌握 Office 办公软件的各项功能，掌握 Word、Excel 和 PowerPoint 三个软件的基本操作及相关应用；了解计算机网络的基本知识、组成和系统结构，Internet 的基础知识，学会使用 IE 浏览器浏览网页，学会收发电子邮件，以及搜索信息、网络实时通讯、文件的下载等基本操作。 能力目标： 能使用软件工具处理日常事务的能力，能够利用计算机和因特网进行表达、交流和学习；具备良好的信息安全意识和信息安全处理能力。		
主要内容	1. 计算机基础知识； 2. 计算机系统； 3. Word 的使用； 4. Excel 的使用； 5. PowerPoint 的使用； 6. 因特网基础与简单应用。		
教学要求	教学方法： 教师应根据学生的学习程度、专业背景选择相应的教学案例、教学情境。可根据不同的教学内容采用讲授法、提问法、案例演示法、任务驱动教学法、项目教学法等教学方法。		

	教学评价：教学评价应采用过程性评价和总结性评价相结合的方式，尊重学生个体差异，注重过程性评价，突出激励、发展功能。 教学实训：本课程实践性强，应通过模拟测试软件开展教学，授课教师需要有与时俱进的课程理念，能够针对测试成绩进行及时点评。 教学资源：本课程应该建有配套的在线课程，教学过程需要做好线上线下学习的融合贯通。		
课程名称	大学语文	课程性质	公共基础课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	知识目标：掌握汉语言文字基础知识与文学常识，建立宏观的文学史观，形成对中华优秀传统文化全面立体的认知；了解文学鉴赏基本原理，熟悉基础写作及与专业岗位相适应的应用写作知识。 能力目标：依据循序渐进、由读到写的递进原则，综合优化听说读写技能，提升经典文本解读、基础写作、应用文体写作、文化阐释与当代表达等能力，具备良好的阅读习惯和较强的母语驾驭能力；具有较高的审美鉴赏能力和思辨能力。 素养目标：培养良好的职业素养、创新批判性思维与工匠意识；涵养仁爱向善、谦让诚信的品格与豁达、进取、乐观的人生态度；在经典研读与文化传承实践中厚植人文情怀，增强文化自信，树立传承中华优秀传统文化、赓续中华文脉的责任意识。		
主要内容	本课程以蒋雪艳主编《大学语文》（高等教育出版社，“十四五”职业教育国家规划教材）为基本依据，系统讲授教材主体内容；兼顾选用多种优秀语文教材与数字化教学资源，并结合学习项目对相关内容进行整合、补充与拓展，引导学生在语文实践中提升人文素养与职业言语能力。		
教学要求	教学理念：学生中心，守正创新，以文化人。 教学方法：采用学生为中心、教师引导的教学模式，运用讲授、赏析、阅读、练习、思辨等教学方法，充分开展实践教学，辅以项目教学、情境创设、分层导学与信息化教学手段。 教学评价：过程性评价与结果性评价相结合，依托教学平台采集学习过程数据，关注学生的增值表现，注重多元参与与发展性，突出科学性与导向性。		
课程名称	高等数学	课程性质	公共基础课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	素质目标：树立正确的数学学习观，学会理解、欣赏和应用数学；提高学生的数学素养，培养学生严谨细致、精益求精、开拓创新精神及团队协作精神；引导学生逐步养成“诚信”修养，融入社会主义核心价值观，提高人文素质、科学精神。 知识目标：了解微积分的发展史，认识微积分的重要性、抽象性、实用性；掌握极限的概念，熟悉极限的运算法则；掌握导数微分的概念，熟悉导数微分的运算法则；掌握积分的概念，熟悉积分的运算法则。 能力目标：培养学生的计算技能、计算工具使用技能和数据处理技能；培养学生的观察能力、空间想象能力、分析与解决问题能力和数学思维能力；引导学生逐步养成良好的学习习惯、实践意识、创新意识和实事求是的科学态度，提高学生就业能力与创业能力。		
主要内容	模块一：函数、极限与连续 模块二：导数与微分 模块三：导数的应用 模块四：不定积分 模块五：定积分及其应用		
教学要求	教学条件：多媒体教室、CAI 课件、常用数学软件（如 Matlab 软件、几何画板等）。 教学方法：情境设置教学法、任务驱动教学法、启发讨论教学法、模拟演练教学法等。		
课程名称	大学英语	课程性质	公共基础课程

课程类别	必修	课程学时	128
课程目标	知识目标: 掌握英语语言知识, 包括词汇、语法、句法及篇章结构, 为深入学习任何领域的知识提供坚实的语言基础。拓宽国际视野, 通过英语了解不同国家的文化、历史和社会背景, 增强对全球多样性的认识和尊重。 能力目标: 提升听说读写译五项基本技能, 使学生能在不同语境下流畅、准确地使用英语进行交流。培养跨文化交际与沟通能力, 培养学生在多元文化环境中有效沟通、建立人际关系及解决冲突的能力。培养学生运用英语解决实际问题的能力, 如信息检索、阅读理解、观点表达及批判性思考等。 素质目标: 培养自主学习与终身学习的习惯, 鼓励学生积极探索未知领域, 不断提升自我。增强文化素养, 通过英语学习, 深入理解不同文化的价值观、思维方式和生活方式。		
主要内容	1. 口语交际模块 2. 篇章阅读模块 3. 词汇语法模块 4. 写作拓展模块 5. 文化理解模块		
教学要求	教学理念: 秉持“以学生为中心, 注重语言实际应用”的教学理念, 通过多样化的教学活动和情境模拟, 激发学生的学习兴趣和动力, 培养其语言综合运用能力和跨文化交际能力。 教学处理: 在保持教材基本框架的基础上, 适当融入与财务领域相关的词汇、案例或阅读材料, 但不作为教学重点, 以确保教学内容的广泛性和适用性。根据学生的英语水平进行分组或个性化教学。注重文化背景的介绍和比较, 帮助学生理解语言背后的文化含义, 提高跨文化意识。 教学方法: 采用小组讨论、角色扮演、案例分析等互动式教学方法, 鼓励学生积极参与课堂活动, 提高语言实践能力。充分利用多媒体教学资源, 使课堂更加生动有趣。布置自主学习任务, 培养学生的自主学习能力和批判性思维。 教学评价: 建立科学、全面的教学评价体系。通过形成性评价和终结性评价相结合的方式, 全面反映学生的学习情况和发展变化。及时反馈学生的学习成果和存在的问题。		

专业课程主要教学内容如表5所示。

表5 电子商务专业专业课程描述一览表

课程名称	电子商务基础	课程性质	专业基础课程
课程类别	必修	课程学时	56
课程目标	知识目标: 识记电子商务的基本模式: B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子商务以及这几种模式的代表性网络平台; 了解电子商务相关法律法规、电子商务支付、电子商务物流等基础知识; 明白电子商务的安全及风险; 了解网络创业相关知识。 能力目标: 能熟练使用互联网及一些常用工具; 会熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具; 能使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店管理运营; 熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。 素质目标: 树立诚信经营、公平竞争的职业操守; 培养学生的团队协作精神, 提升学生的沟通和表达能力, 培养学生的创新思维 and 实践能力。		
主要内容	本课程的内容主要包括: 电子商务各平台竞争情况; B2C 电子商务模式; B2B 电子商务模式; C2C 电子商务模式; O2O 电子商务模式; 自媒体平台直播带货等新模式; 人工智能在电子商务中的应用; ITMC 电商运营全过程模拟。		
教学要求	教学理念: 以学生为中心, 注重培养学生的创新思维 and 实践能力; 理论与实践相结合, 注重实		

	践操作；注重培养学生的团队合作精神和沟通协调能力。 教学方法：模拟实训法：利用软件或平台，让学生在真实的环境中进行网络营销；案例教学法：选取具有代表性的网络营销案例，引导学生进行深入分析；项目驱动法：以项目为核心，引导学生通过完成具体的网络营销项目来学习和掌握相关知识和技能。 教学评价：通过考试、作业、课堂表现等方式评价学生对网络营销理论知识的掌握程度；通过模拟实训、项目实践等方式评价学生的网络营销实践操作能力等。		
课程名称	商务数据分析	课程性质	专业基础课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	知识目标：本课程以培养学生应用能力为主线。能掌握 Excel 数据输入的各种方式与方法；掌握 Excel 数据处理的主要方法；掌握一般商务运营知识和客户价值分析知识；掌握信息检索、采集与处理、数据分析的基本理论和撰写数据分析报告的方法；掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式与方法。 能力目标：具备利用 Excel 获取录入数据、文本数据、网站数据、数据库数据的能力，能够通过 Excel 工具对原始数据进行清洗、转换、标准化等预处理，并根据分析的目的和主题对数据进行整理；具备数据分析和初步运用数据模型的能力，能够根据业务需要，恰当选择分析指标和分析模型。 素质目标：崇尚宪法、遵纪守法、崇德向善、诚实守信，具有社会责任感和社会参与意识；具有质量意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新意识；勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的沟通意识和团队合作精神。		
主要内容	1. 认知电子商务数据分析； 2. 数据的获取； 3. 运营数据分析； 4. 流量数据分析； 5. 转化数据分析； 6. 客单价数据分析； 7. 客户数据分析； 8. 商品数据分析； 9. 市场行情数据分析。		
教学要求	教学理念：遵循“学生主体、能力本位、职业导向、工学结合、教学做一体化”教学理念，以数据分析、运营数据分析等岗位的能力培养为目标，通过项目、任务来训练职业岗位能力。 教学方法：主要采取任务驱动法、理实一体教学方式方法，在实践教学中注重技能实操、小组协作、头脑风暴等多种互动式教学形式。 教学评价：本课程是应用性很强的工具类课程，也是一门操作性很强的课程，在学习过程中尽量接触电商 实务，增强学生的感性认识，才能收到良好的学习效果。评价应基于工作流程的学生实践任务，实施过程性考核。		
课程名称	经济法	课程性质	专业基础课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	知识目标：了解中国特色社会主义市场经济运行的特点、国家干预经济的方式，理解经济法的基本理念和主要功能，综合掌握经济法的主体、行为与责任规范。 能力目标：培养学生具备一定的经济法实务操作能力，例如合同起草、审查等；提高学生的法律思维和分析能力，使其能够在实际工作中运用经济法知识解决问题。 素质目标：培养学生树立法治观念，尊重和维护社会主义市场经济秩序；增强学生的法律意识，		

	使其具备良好的职业道德和敬业精神。		
主要内容	1. 经济法基础知识； 2. 个人独资企业法和合伙企业法； 3. 公司法律制度； 4. 外商投资法律制度； 5. 破产法律制度； 6. 竞争法律制度； 7. 合同法律制度； 8. 税收法律制度； 9. 金融法律制度。		
教学要求	教学理念： 以岗位为基础，以能力为本位，本着“必需”和“够用”的原则，注重教学练相结合，理实一体。 教学处理： 以典型案例为切入点，充分运用任务驱动法、案例教学法、小组讨论法、实践教学法等多种教学方法，提高学生依法办事能力。 教学评价： 采用过程性考核评价，包括知识水平评价和能力素质评价，注重过程全面性。		
课程名称	市场营销	课程性质	专业基础课程
课程类别	必修	课程学时	56
课程目标	知识目标： 能理解市场营销学的基本知识和基本方法，能熟悉企业主要的市场营销活动内容，能熟练掌握企业市场营销中战略与策略的主要内容，能熟练运用市场营销活动的基本原理和基本技能，能正确理解企业市场营销活动的基本原理。 技能目标： 能通过各种媒体资源查找所需信息，能独立制定项目工作计划并进行实施，能将理论知识运用到实际工作中，能进行调查分析与有效访谈； 素养目标： 结合专业知识学习，发挥课堂教育功能，能够运用马克思主义哲学思想、新时代中国特色社会主义思想和方法去理解市场营销中的理论与策略，贯彻社会主义核心价值观，发展成新时代专业技术人才。		
主要内容	认识市场营销、分析市场营销环境、分析市场购买行为、选择目标市场、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略、市场营销管理。		
教学要求	教学理念： 在传授市场营销理论知识的同时，注重培养学生的实践能力，通过案例分析、模拟实训等方式，让学生将所学知识应用于实际工作中。鼓励学生发挥创新精神，勇于尝试新的市场营销策略和方法，通过实践活动锻炼学生的创新能力和解决问题的能力。 教学方法： 案例教学法：通过选取具有代表性的市场营销案例，引导学生进行分析和讨论，从而加深对市场营理论知识的理解和应用；实践法：通过小组活动，鼓励学生发挥创新精神，勇于尝试新的市场营销策略和方法 教学评价： 通过考试、测验等方式，线上线下相结合评估学生对理论知识的掌握程度；通过小组讨论、小组活动等方式，评估学生的实际操作能力和技能水平。		
课程名称	财税基础	课程性质	专业基础课程
课程类别	必修	课程学时	32
课程目标	素质目标： 1. 全面了解我国电商行业的发展历史、现状与趋势，能够描绘出行业发展的宏观图景； 2. 熟练运用企业经营中必须遵守的相关法律法规，并特别强调财税法规的重要性和应用。 知识目标： 1. 能熟练计算电商企业各个环节面临的主要税种，并能对其进行税务筹划。 2. 能准确计算电商企业利润并形成相应财务成果。		

	能力目标: 1. 能够办理新设电商企业的涉税事项; 2. 能够识别和理解不同电商企业的业务模式及其特点, 以及这些特点如何影响税务和财务处理。		
主要内容	1. 电商财税事务 2. 电商企业新设税务事项 3. 采购环节财税事务 4. 销售环节财税事务 5. 费用管理环节财税事务 6. 利润形成与财务报表事项 7. 电商企业涉税事项		
教学要求	教学理念: 项目导向、理实一体、学做结合、线上线下互通。 教学方法: 任务驱动法、工作过程导向法、角色体验法。 教学评价: 过程评价与终结评价相结合、知识评价与能力评价相结合。		
课程名称	管理学基础	课程性质	专业基础课程
课程类别	必修	课程学时	32
课程目标	知识目标: 理解管理的基本内涵、管理者角色及计划、组织、领导、控制、创新等基本理论与方法; 能力目标: 能够从业务现象中识别管理问题, 围绕目标谋划任务、配置资源、协调关系, 并依据事实和数据比较方案、作出决策, 逐步形成“识变、谋事、协同、决策”四项核心能力; 素养目标: 强化诚信守责、合作担当、创新意识、合规意识和数字伦理, 提升职业素养与持续发展能力。		
主要内容	课程以计划、组织、领导、控制、创新五大管理职能为主线, 围绕管理认知、任务谋划、组织协同、过程控制与创新改进等内容组织教学。结合开课学期的专业发展、行业变化和社会热点, 动态选择具有代表性的真实情境或项目作为教学载体, 引导学生在不同情境中反复调用、组合运用和迁移管理知识, 提升解决实际管理问题的能力。		
教学要求	教学理念: 坚持立德树人, 立足职教定位, 以真实管理问题为载体, 依托课程能力图谱, 聚焦“识变、谋事、协同、决策”核心能力, 将价值引领贯穿教学全过程。 教学方法: 采用任务驱动、情境探究、小组协作等方式, 结合数字平台与 AI 辅助, 创设真实岗位情境, 引导学生在“做中学、学中做”, 提升解决管理问题的实践能力。 教学评价: 突出过程性、实践性与增值性, 围绕核心能力采集学习证据。构建教师、学生、同伴及企业多方参与的综合评价体系, 全面衡量学习成效。		
课程名称	零售基础	课程性质	专业基础课程
课程类别	必修	课程学时	32
课程目标	素质目标: 树立质量观念和服务意识。通过学习, 使学生认识到商品质量和服务质量在零售业中的重要性, 树立良好的质量观念和服务意识。培养团队协作精神。培养良好的职业道德和职业理想, 引导学生树立正确的职业观和价值观, 为未来的职业发展奠定良好的基础。提升抗压能力, 以应对未来的职业挑战。 知识目标: 了解零售业的基本概念和发展历程, 掌握零售管理的基本知识, 熟悉现代零售业态和竞争战略, 了解不同零售业态的特点和优势, 掌握零售竞争战略的基本理论和方法。 能力目标: 培养学生的分析思维能力, 提高学生的实际操作能力, 培养学生的市场敏感度和商机捕捉能力, 培养学生的沟通技巧和人际交往能力, 使其能够与不同背景的人建立有效的合作关系。		

主要内容	零售认知；零售业态；零售顾客；零售供应链；零售科技；零售战略等。		
教学要求	教学理念：以培养学生的工作综合能力为导向，注重实践技能的培养。强调理论联合实际，运用有效的教学策略与技术手段，突出应用性。课程设计遵循以人才培养目标为导向，结合学生的知识水平和零售业的实际发展情况。鼓励学生自发思考，开阔视野，以促进其全面发展。 教学方法：采用课堂讲授、课堂讨论、调查研究、案例分析、网络辅助多媒体教学等多种手段。利用文字、图片、音像、动画等多媒体资源，提高教学效果。启发式教学方法：通过课堂提问，引导学生思考，激发学生的主动性和创造性。实践教学：强调案例教学，分析零售管理的案例成败，汲取实务精髓，组织学生到零售店实地观察，书写心得分析，与同学分享、讨论。 教学评价：通过考试、测验等方式，线上线下相结合评估学生对理论知识的掌握程度；通过小组讨论、小组活动等方式，评估学生的实际操作能力和技能水平。		
课程名称	数据可视化	课程性质	专业基础课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	素质目标：1. 培养对数据的敏感度和精益求精的职业精神，细心、认真、解决问题；2. 熟练掌握数据可视化工具的使用技巧； 知识目标：1. 了解熟悉商务数据可视化的概念、原则、工具和流程；2 掌握商务数据可视化图表的设计与优化、市场数据可视化、商品数据可视化、客户数据可视化、营销推广数据可视化、运营成果数据可视化。 能力目标：1. 能利用 Excel 制作相应的图表，据此分析运营效果，从而发现问题，并提出合理的解决方案；2. 精准地进行数据可视化处理，可以帮助企业开展数据分析，找到运营的正确方向，提高运营效率，减少运营成本，提升整体收益。从整个社会来看，数据可视化提升了商务社会的整体运转效率，促进了商务发展。		
主要内容	1. 初始商务数据可视化 2. 商务数据可视化图表的设计与优化 3. 市场数据可视化 4. 商品数据可视化 5. 客户数据可视化 6. 营销推广数据可视化 7. 运营成果数据可视化		
教学要求	教学条件：多功能智慧教室；电商实训室。 教学方法：融入课程思政、技能抽查内容工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。 师资要求：具有丰富的电子商务专业课程教学经验，良好的思想品质，具有网店数据分析经验，以及扎实的专业知识及技能。		
课程名称	社群运营	课程性质	专业核心课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	素质目标： 1. 培养团队协作精神：通过学习社群运营，增强学生在团队中的沟通与协作能力，理解并实践团队合作在社群建设中的重要性。 2. 提升用户导向思维：树立以用户为中心的服务理念，培养学生在社群运营中始终关注用户需求、优化用户体验的意识和能力。 3. 增强创新思维：鼓励学生在社群内容策划、活动策划等方面勇于创新，不断探索适合社群特色的运营策略，提升解决问题的灵活性和创造性。		

	4. 强化职业道德与责任感：引导学生遵守互联网行为规范，树立健康、正面的社群运营理念，对社群成员负责，维护良好的网络生态环境。 知识目标： 1. 理解社群运营基本概念、掌熟悉社群运营策略； 2. 了解并掌握内容营销、用户增长、用户留存、活跃度提升等关键社群运营策略； 3. 掌握社群管理工具与方法，学习并熟练运用社群管理工具； 4. 了解行业趋势与法规，关注社群运营领域的最新动态和趋势，了解相关法律法规，确保社群运营活动合法合规。 能力目标： 达成策划与执行能力、用户管理能力、数据分析能力、沟通协调能力、持续学习与创新能力。		
主要内容	1. 社群概念与分类、社群建设与管理 2. 社群规则进、用户招募与激活 3. 社群内容运营、社群活动运营 4. 社群数据分析与优化的方法和手段 5. 群运营实战案例		
教学要求	教学目标明确性：清晰界定教学目标，理论与实践相结合； 教学内容系统性：全面覆盖关键知识点：逻辑清晰，层次分明； 教学方法多样性：采用多种教学手段：利用现代教学技术； 学生参与度提升：鼓励学生积极参与，建立反馈机制； 实践能力培养：强化实践环节，引导自主学习； 考核评价体系完善：多元化考核方式：注重过程评价。 教学评价：通过考试、测验等方式，线上线下相结合评估学生对理论知识的掌握程度；通过小组讨论、小组活动等方式，评估学生的实际操作能力和技能水平。		
课程名称	互联网营销	课程性质	专业核心课程
课程类别	必修	课程学时	32
课程目标	素质目标： 1. 培养学生具备高尚的职业道德，包括诚信经营、尊重客户、遵守行业规范等。 2. 强化学生的团队合作意识，通过团队协作提升销售效率和服务质量。 3. 培养学生的自主学习能力，使其能够持续跟踪行业动态，不断更新知识和技能。 4. 培养学生具备适应互联网销售领域变化的能力，能够灵活应对市场、技术和消费者行为的变化。 知识目标： 1. 了解互联网销售的基本概念、发展历程、行业趋势以及与传统销售模式的区别。 2. 掌握搜索引擎优化、社交媒体营销、内容营销、在线广告投放等数字营销工具和技术的基本原理和操作方法。 3. 学习如何进行市场细分、目标市场选择、消费者行为分析等，为制定销售策略提供依据。 4. 掌握数据分析的基本方法和工具，能够利用销售数据进行市场趋势预测、销售策略评估等。 能力目标： 1. 能够制定并执行有效的在线营销策略，包括内容创作、广告投放、社交媒体运营等。 2. 掌握互联网销售中的沟通技巧和成交技巧，提高销售转化率和客户满意度。 3. 具备数据收集、整理和分析的能力，能够利用数据指导销售策略的制定和优化。 4. 关注行业动态和技术发展，能够运用新技术、新工具提升销售效率和服务质量。		
主要内容	本课程内容包括认识互联网销售、搜索引擎营销、社会化媒体营销、视频营销、网络广告营销、软文营销、病毒营销与事件营销、互联网营销策划。		

教学要求	教学理念: 以学生为中心,注重培养学生的自主学习能力和创新思维。通过引导学生主动探索、实践和应用,使学生成为具备独立思考和解决问题能力的学习者。课程强调实践教学,将理论知识与实际操作紧密结合。通过模拟真实工作场景和项目实践,让学生在实操中掌握互联网销售的核心技能。课程的教学内容应保持更新,及时反映最新的行业动态和技术趋势。 教学方法: 案例教学法:通过选取具有代表性的互联网销售案例,引导学生进行分析和讨论,从而加深对互联网销售理论知识的理解和应用;实践法:通过小组活动,鼓励学生发挥创新精神,勇于尝试新的互联网销售策略和方法。 教学评价: 通过考试、测验等方式,线上线下相结合评估学生对理论知识的掌握程度;通过小组讨论、小组活动等方式,评估学生的实际操作能力和技能水平。		
课程名称	视觉营销设计	课程性质	专业核心课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	素质目标: 具有良好团队合作精神,具有积极向上的学习态度,良好的语言表达和文字应用能力,具有分析、判断和解决问题的能力。 知识目标: 能够运用调查、搜集资料的方法组织各类素材(文字、图片、音频、视频),会下载、安装非线性编辑软件 Adobe Premiere。 能够运用视频编辑的基本知识完成各类视频格式(桌面视频、标清视频、高清视频)项目的建立。 能够运用视频编辑的一般工作流程完成视频片断的基本编辑操作(入点、出点、持续时间、播放速度、复制、音视频分离与联结)。 能根据要求完成在视频画面中的字幕(静态字幕、滚动字幕)添加。 能够运用非线性编辑的艺术指导原则在视频片断、视频片断之间添加转场、缩放、变形、运动、抠像、叠加、调色特殊编辑。能够运用非线性编辑的艺术指导原则在作品中添加音频效果。 能根据要求完成不同格式的视频压缩与输出(桌面视频、标清视频、高清视频)。 能力目标: 能够利用非线性编辑软件提供的编辑技术对素材进行加工处理,进行新闻剪辑、纪录片剪辑、预告片剪辑、广告片剪辑、科教片剪辑、音乐电视剪辑、电视专题片剪辑、企业宣传片剪辑、影视片花剪辑等各类视频作品剪辑。		
主要内容	1. 项目制作与视频编辑 2. 影视素材的编辑操作 3. 影视转场特效的添加 4. 影视视频特效的应用 5. 影视色彩的校正技巧 6. 影视字幕的添加与编辑 7. 视频画面的叠加与合成 8. 运动视频效果的应用技巧 9. 音频文件的添加与编辑		
教学要求	教学方法: 教师应根据学生的学习程度、专业背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。可根据不同的教学内容采用讲授法、提问法、案例演示法、任务驱动教学法、项目教学法等教学方法。 教学评价: 教学评价应采用过程性评价和总结性评价相结合的方式,尊重学生个体差异,注重过程性评价,突出激励、发展功能。 教学实训: 本课程实践性强,应通过实训项目开展实训教学,授课教师需要有与时俱进的课程		

	理念，能够针对专业实训进行及时点评。 教学资源： 本课程应该建有配套的在线课程，教学过程需要做好线上线下学习的融合贯通。		
课程名称	网络营销	课程性质	专业核心课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	知识目标： 识记企业开展网络营销开展所需要的电子商务基础；了解当前网络营销模式、各平台竞争情况、企业的宏观环境分析；掌握营销组合策略（4P's 分析）及应用；掌握网店推广工具的应用方法及技巧——爆款打造。 能力目标： 能够应用 4Ps 营销组合；能够应用网络营销工具；能够应用 photoshop 软件处理商品图像和店铺整体设计；能够设计视频脚本、拍摄视频、剪辑视频，并掌握自媒体账号的运营。 素质目标： 树立诚信经营、公平竞争的职业道德；培养学生的团队协作精神，提升学生的沟通和表达能力，培养学生的创新思维 and 实践能力。		
主要内容	本课程内容主要包括：当前网络营销模式、各平台竞争情况、企业的宏观环境分析；营销组合策略（4P's 分析）及应用；网店推广工具的应用方法及技巧——爆款打造；photoshop 软件的应用及网点美工设计；视频脚本设计及拍摄、视频剪辑及自媒体账号的运营。		
教学要求	教学理念： 以学生为中心，注重培养学生的创新思维和实践能力；理论与实践相结合，注重实践操作；注重培养学生的团队合作精神和沟通协调能力。 教学方法： 模拟实训法：利用软件或平台，让学生在真实的环境中进行网络营销；案例教学法：选取具有代表性的网络营销案例，引导学生进行深入分析；项目驱动法：以项目为核心，引导学生通过完成具体的网络营销项目来学习和掌握相关知识和技能。 教学评价： 通过考试、作业、课堂表现等方式评价学生对网络营销理论知识的掌握程度；通过模拟实训、项目实践等方式评价学生的网络营销实践操作能力；通过小组讨论、团队项目等方式评价学生的团队协作精神和沟通能力。		
课程名称	网店运营	课程性质	专业核心课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	素质目标： 具备电商运营的基本职业道德，热爱电子商务职业，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规；养成细心耐心的习惯，具有良好的服务意识；维护企业的形象，在客户面前不卑不亢，与客户交流中切勿庸俗低下；加强团队精神，能够与团队成员和谐相处，有合理化建议及时与团队成员进行交流、探讨；培养学生德智体美劳全方面的发展，注重开发的学生智慧潜能，适应社会的能力。 知识目标： 掌握网店运营的基础理论知识；熟练掌握网店管理、商品交易管理；学会网店商品拍摄的基本方法；掌握影响商品排名的因素和商品的搜索引擎优化；熟悉网店客服的沟通技巧与客户关系管理。 能力目标： 掌握网店开通、商品选择及发布的方法，培养产品选择等能力；掌握图片处理的基本操作，培养电商美工设计能力；掌握网店装修的方法，培养优化店铺的能力；掌握网店推广的方法，培养电商运营的能力；掌握网店数据分析的方法，培养诊断店铺能力及数据分析能力。		
主要内容	《网店运营》以淘宝平台为主要依托，以网店运营与管理为核心，系统、全面地介绍了开店、装修、推广等的基本方法和技巧。本书沿着“网上开店概述→商品发布→网店管理→网店图片的拍摄与处理→网店装修→网店搜索引擎优化→网店推广和营销→网店客服与客户关系管理→网店运营数据分析→移动网店运营”这一线索展开分析与实践。		
教学要求	本课程的教学设计以电子商务专业的网店运营岗位需求为导向，基于网店运营的工作过程设计教学内容。将网店运营岗位的工作过程划分为几个阶段，然后按流程顺序分析每个阶段所需的知识和技能，以此来设计每节课的教学内容。在课程中引入校企合作的真实电商运营项目，让学生参与其中，零距离接触就业岗位工作。采用以学生为中心的教学方法组织教学，如任务驱		

	动、案例法、项目教学等。课程考核注重线上与线下、过程与结果、个人与团队等多方面的考核。		
课程名称	数据化运营	课程性质	专业核心课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	素质目标: 数据思维培养: 通过本课程的学习, 培养学生具备数据驱动的思维方式, 能够在面对问题时首先考虑数据收集与分析, 以数据为依据进行决策。 创新意识激发: 鼓励学生运用数据化运营的视角去审视和解决问题, 激发学生的创新思维和创造力, 勇于尝试新方法、新技术, 不断探索数据化运营的新边界。 团队合作精神: 在实战项目和案例分析中, 强化学生的团队合作意识, 通过团队协作提升问题解决能力, 培养沟通协调能力和责任感。 知识目标: 数据化运营理论: 掌握数据化运营的基本概念、原理、发展历程及未来趋势, 理解数据在业务运营中的重要性。 数据分析技能: 学习并掌握数据分析的基本方法和工具, 包括数据收集、处理、分析、可视化等, 以及常用的统计分析、关联分析、聚类分析、预测分析等技术。 数据指标体系: 了解并掌握如何根据业务需求构建合理的数据指标体系, 包括用户行为数据、业务运营数据、市场竞品数据等, 以便全面监控和评估业务表现。 能力目标: 达成数据收集与处理能力、数据分析与决策能力、实战应用能力、持续学习能力。		
主要内容	1. 数据化运营基础 2. 市场与行业数据分析 3. 商品运营数据分析 4. 营销数据分析 5. 会员数据化运营 6. 店铺服务数据化运营 7. 成本利润数据化运营 8. 撰写数据分析报告与运营计划		
教学要求	教学条件: 多功能智慧教室; 电商实训室。 教学理念: 遵循“学生主体、能力本位、职业导向、工学结合、教学做一体化”教学理念, 以数据分析、运营数据分析等岗位的能力培养为目标, 通过项目、任务来训练职业能力。 教学评价: 本课程是应用性很强的工具类课程, 也是一门操作性很强的课程, 在学习过程中尽量接触电商 实务, 增强学生的感性认识, 才能收到良好的学习效果。评价应基于工作流程的学生实践任务, 实施过程性考核。		
课程名称	零售门店 o2o 运营	课程性质	专业核心课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	素质目标: 1 跨渠道思维: 培养学生具备线上线下融合的跨渠道运营思维。2 市场敏锐度: 提升学生的市场洞察力和敏锐度, 以应对市场竞争。3 创新思维与学习能力: 鼓励学生运用创新思维探索 O2O 运营的新模式、新方法, 同时保持对新技术、新趋势的学习热情, 不断提升自己的专业素养和综合能力。 知识目标: 1 掌握 O2O 运营的基本概念、原理、发展历程及未来趋势。2 学习线上线下融合的策略和方法, 包括商品策略、价格策略、促销策略、渠道策略等, 以及如何通过数字化手段优		

	化顾客购物体验。3 掌握基本的数据分析方法和工具，能够运用数据指导运营决策，优化运营效果。 能力目标： 1 策略规划与执行能力； 2 跨部门协作与沟通能力；3 技术工具应用能力；4 持续学习与创新能力。保持对新技术、新方法的学习热情，不断探索 O2O 运营的新领域和新应用，为零售门店的持续发展提供动力。		
主要内容	1. O2O 运营基础与趋势 2. 线上线下融合策略 3. 顾客体验优化 4. 数据分析与运营决策 5. 实战案例与项目实践		
教学要求	教学目标明确性：清晰界定教学目标，理论与实践相结合； 教学内容系统性：全面覆盖关键知识点，逻辑清晰，层次分明； 教学方法多样性：采用多种教学手段，利用现代教学技术； 学生参与度提升：鼓励学生积极参与，建立反馈机制； 实践能力培养：强化实践环节，引导自主学习； 考核评价体系完善：多元化考核方式，注重过程评价。		
课程名称	网站美工设计	课程性质	专业核心课程
课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	知识目标： 了解网店设计的基础知识、设计与制作需要的基本要素；掌握处理商品图片的基础技法，掌握精修商品图片的方法；了解网店主图和主图视频的设计规范与要点，掌握制作网店主图和主图视频的方法；了解商品详情页的内容，掌握各部分内容的设计方法 能力目标： 能够赏析不同风格的网店视觉设计作品；能够按照网店具体需求处理图片、精修图片；能够设计商品详情页的各部分内容；能够完成网店首页的整体设计； 素质目标： 提升学习运用、归纳总结不同风格设计的能力；具有总体把握网店视觉设计的能力、洞察力与素材分析能力；培养诚实守信、敬业奉献、严谨细致、不断自我提升的职业精神。		
主要内容	1. 网店美工设计入门 2. 美工图像处理基本操作 3. 选区、路径、文字及形状 4. 绘制图像、蒙版 5. 图层的高级应用 6. 网店图像的修复、修补和修饰 7. 调整图像的色彩与色调 8. 制作手机端淘宝首页和详情页		
教学要求	教学方法： 教师应根据学生的学习程度、专业背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。可根据不同的教学内容采用任务驱动、案例教学法、项目教学法等教学方法。 教学评价： 教学评价应采用过程性评价和总结性评价相结合的方式，尊重学生个体差异，注重过程性评价，突出激励、发展功能。 教学实训： 本课程实践性强，应通过实训项目开展实训教学，授课教师需要有与时俱进的课程理念，能够针对专业实训进行及时点评。 教学资源： 本课程应该建有配套的在线课程，教学过程需要做好线上线下学习的融合贯通。		
课程名称	电子商务英语	课程性质	专业拓展课程
课程类别	选修	课程学时	64
课程目标	知识目标： 掌握跨境电商领域的专业英语词汇、句型及常用表达，了解跨境电商交易的基本流程和行业知识。		

	能力目标: 能够运用英语进行跨境电商业务中的有效沟通,包括口头和书面交流,具备解决实际跨境电商交际问题的能力。 素养目标: 培养跨文化交际能力,拓宽国际视野,同时增强职业道德和职业素养,为从事跨境电商行业奠定坚实基础。		
主要内容	1. 跨境电商基础与概述 2. 跨境电商英语交际技能 3. 跨境电商业务流程 4. 实战案例与项目演练 5. 职业素养与职业规划		
教学要求	教学理念: 以实用为主导,以情境为依托,培养跨境电商英语交际能力。 教学处理: 紧扣跨境电商交际需求,精选教学内容,注重语言技能与商务知识的融合。 教学方法: 采用多样化教学手段,如课堂讨论、角色扮演、案例分析等,激发学生兴趣,促进主动学习。 教学评价: 实施多元化评价体系,结合过程性评价与结果性评价,全面评估学生的学习成效。		
课程名称	新媒体传播	课程性质	专业拓展课程
课程类别	选修	课程学时	64
课程目标	素质目标: 具有较强的自主学习意识,具有自我管理意识;具有创新意识,具有一定的新媒体从业人员基本素质;具有对时事、热点的敏锐性、具有现代市场竞争意识。 知识目标: 了解并掌握新媒体的基本理论、基本方法; 掌握热点查找方法和新媒体编辑工具的功能及适用平台;了解新媒体运营的不同模式;了解主要新媒体平台的产品,熟悉各平台的特点。 能力目标: 能认识新媒体运营不同岗位的基本工作内容;能熟练使用各类新媒体编辑工具运营主要新媒体平台。		
主要内容	1. 新媒体基础知识; 2. 新媒体编辑工具的运用; 3. 新媒体运营模式; 4. 微信运营与推广; 5. 短视频与直播类新媒体运营与推广; 6. 社区电商类新媒体运营与推广。		
教学要求	教学方法: 教师应根据学生的学习程度、专业背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。可根据不同的教学内容采用讲授法、提问法、案例演示法、任务驱动教学法、项目教学法等教学方法。 教学评价: 教学评价应采用过程性评价和总结性评价相结合的方式,尊重学生个体差异,注重过程性评价,突出激励、发展功能。 教学实训: 本课程实践性强,教师应通过实训项目开展实训教学,授课教师需要有与时俱进的课程理念,应注重实训内容的更新与升级。 教学资源: 本课程应充分利用各种教学资源,包括校内外资源、线上线下资源等,应注重不同学科之间的交叉融合。		
课程名称	进出口贸易	课程性质	专业拓展课程
课程类别	选修	课程学时	64

课程目标	知识目标: 掌握交易磋商知识和程序;掌握外贸合同条款制订原则和有关规定;掌握进出口业务的基本流程;掌握国际贸易运输、保险、国际结算的相关知识。 能力目标: 具备对进口和出口市场进行初步调查的能力;善于利用网络资源和市场资源进行产品和专业资源选择和积累,学习应用各种资料的能力。能用英文科学准确的拟定国际货物买卖合同;能准确的核算商品价格进行报价;能掌握进出口常用的专业英文词汇,能用英文开展一般进出口工作;能够对跨境业务风险进行管理和防范。具备判断解决简单贸易纠纷的能力; 素质目标: 树立严谨的职业道德观,能自觉维护国家和企业利益,具有较强的责任感和全局意识;具备吃苦耐劳、诚实守信、敬业高效、尊重规则、认真严谨的职业素养;具有较强的团队精神和与人合作能力;具有发现新问题并进行系统地分析问题、解决问题的能力;具有良好的心理素质和克服困难的能力。		
主要内容	该课程以交易磋商的四个环节为主线,涵盖了对外贸易的前期询盘、发盘,还盘中对拟成交商品的品质、数量、包装、价格、保险、结汇等成交条件的谈判,外贸合同的签订及后期合同的履行,包括履约中的习惯做法和贸易惯例,及出现贸易争端时的处理方法。		
教学要求	教学理念: 以国际货物买卖合同的订立和履行为主线,将进出口业务各个环节串联起来。培养学生订立合同条款的能力及合理选用结算方式和贸易术语的能力。 教学方法: 本课程采用混合式教学模式,综合运用自主学习法、讲授法、情景模拟法、案例教学法、直观演示法、主题讨论法等多种教学方法。 教学评价: 本课程兼具理论性和操作性。本课程融“教、学、做、考”于一体,实施知识、能力、素质考核并重的多元化课程考核方式。考核评价的内容包括学生的知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质。注重对学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核,加强教学过程环节的考核,综合评定学生的成绩。		
课程名称	图形图像处理	课程性质	专业拓展课程
课程类别	选修	课程学时	28
课程目标	知识目标: 了解图像处理基础知识;了解 Photoshop 的工作界面和基本操作;掌握绘制和编辑选区的方法;掌握绘制、修饰图像的方法和技巧;了解绘制图形与路径的方法;掌握调整图像色彩和色调的方法;掌握图层的应用方法和操作技巧;掌握文字的应用;了解通道的概念与使用技巧;掌握滤镜的使用方法。 能力目标: 能够熟练运用 Photoshop 软件;会图形图像处理技巧,具备图形图像处理能力。 素质目标: 提升学生审美鉴赏能力和设计意识;培养诚实守信、敬业奉献、不断自我提升的职业精神。		
主要内容	图像处理基础知识、绘制和编辑选区、绘制图像、修饰图像、编辑图像、绘制图形及路径、调整图像的色彩和色调、图层的应用、应用文字、通道与蒙版、滤镜。		
教学要求	教学方法: 可根据不同的教学内容采用任务驱动、案例教学法、项目教学法等教学方法,提高学生学习的积极性,提高教学效果。 教学评价: 教学评价应采用过程性评价和总结性评价相结合的方式,尊重学生个体差异,注重过程性评价,突出激励、发展功能。 教学实训: 本课程实践性强,应通过实训项目开展实训教学,授课教师需要有与时俱进的课程理念,能够针对专业实训进行及时点评。 教学资源: 多关注一些设计网站和公众号,提高审美和创新能力。		
课程名称	会计学基础	课程性质	专业拓展课程
课程类别	选修	课程学时	64
课程目标	知识目标: 认知会计职业岗位的特点和要求,产生对会计职业的兴趣;系统学习会计的基本理论知识、复式记账的基本原理及企业主要经济业务的核算,账务处理程序流程。		

	能力目标: 能正确填制和审核原始凭证、记账凭证;能运用借贷记账法熟练处理企业一般的经济业务;能正确设置和登记各种账簿,会进行对账、结账;能正确编制简单的资产负债表和利润表。 素质目标: 引导学生树立诚信为本、操守为重的职业道德观点;培养学生廉洁自律、合规守法的法制意识;具有团队协作精神,共同完成会计核算的基本业务处理工作。		
主要内容	1. 会计基础理论认知 2. 认识会计等式与会计账户 3. 记账方法的选择及应用 4. 借贷记账法的应用—主要经济业务活动的会计核算 5. 填制和审核会计凭证 6. 设置和登记会计账簿 7. 开展财产清查 8. 确定账务处理程序 9. 财务会计报告 10. 会计工作组织		
教学要求	教学理念: 以学生中心,教学做一体化 教学方法: 理论教学以任务驱动法、案例教学法、小组讨论法为主;实践教学以小组角色扮演,充分利用校内外各种平台进行仿真实训。 教学评价: 包括知识水平评价和能力素质评价,引入过程评价形式,注重过程全面性。		
课程名称	经济学基础	课程性质	专业拓展课程
课程类别	选修	课程学时	64
课程目标	知识目标: 理解经济学的研究方法,如实证分析和规范分析,掌握经济模型的构建与应用。掌握经济学的基本概念、原理和理论体系,包括供求理论、边际效用理论、生产理论、成本理论、市场结构理论、宏观经济指标等。掌握不同经济流派的主要观点和政策主张,了解其发展脉络和应用场景。 能力目标: 具有运用经济学原理分析现实经济问题的能力,能够对市场现象、经济政策的效果进行初步分析和判断。学会运用经济学思维进行决策,在资源有限的情况下做出最优选择。 素养目标: 关心国内外经济发展动态,了解经济政策对社会经济生活的影响,培养宏观视野和全局意识。培养独立思考 and 创新能力,善于运用经济学思维探索解决经济问题的新途径和新方法。树立正确的经济价值观,培养理性、客观的经济观念和社会责任感。		
主要内容	本课程涵盖需求与供给、消费者行为、生产者行为、市场结构、国民收入核算、宏观经济政策等内容。介绍微观经济中的供求理论、成本与收益,以及宏观经济中的经济增长、通货膨胀、失业等基本理论与模型。		
教学要求	教学理念: 坚持理论与实践相融合,强化学生对经济学知识的理解与应用,突出实践应用价值,以解决实际经济问题为出发点,引导学生从现实经济情境中理解经济学知识,由知识的学习走向实践的运用,实现“从知到行”的转化。 教学方法: 运用多种教学方法、整合教学资源、以任务为驱动,锻炼学生运用经济学知识解决问题的能力。借助学习通、云班课等在线教学平台,开展线上线下混合式教学,将部分基础知识的学习前置,课堂上则集中进行问题探讨、案例分析和实践成果展示。 教学评价: 重视教学全过程评价,以学生解决实际经济问题的能力和完成经济分析任务的成果为主要评价依据,检验学生对经济学知识的掌握程度和应用能力。运用在线评价工具、数据分析软件等新兴媒介进行综合评价。		
课程名称	市场调查与研究	课程性质	专业拓展课程

课程类别	选修	课程学时	48
课程目标	知识目标: 通过学习, 学生们掌握市场调查与预测基本概念和基本理论, 熟悉市场调查与预测的主要方法。 能力目标: 通过本课程学习, 学生能运用市场调查与预测方法解决实际问题, 并能够将市场调查与预测理论和方法运用于指导国家和企业实践。 素质目标: 培养学生树立分析问题的意识、增强学生形成量化意识、具备严谨务实的工作态度、发扬工匠精神。		
主要内容	本课程以市场调查与预测的步骤为主线, 共八个项目, 包括: 认识市场调查、设计市场调查方案、认识抽样调查、设计市场调查问卷、收集市场调查资料、整理分析市场调查数据、预测市场发展趋势、撰写市场调查报告等内容。		
教学要求	教学理念: 基于应用型人才培养, 强调以培养学生的创新精神为灵魂, 旨在通过实践教学, 提高学生的市场调查与预测能力。通过实践操作来加深学生对市场调查与预测理论的理解和应用, 从而培养他们的实际操作能力。 教学方法: 根据课程内容, 综合运用任务驱动法、案例教学、小组头脑风暴等方法, 以此调动学生学习的积极性, 锻炼学生主动思考、解决实际问题的能力。 教学评价: 以知识与能力考核并重的形成性评价, 考查学生对课程的掌握以达成了应用型人才培养的目的。		
课程名称	跨境电子商务	课程性质	专业拓展课程
课程类别	选修	课程学时	64
课程目标	能力目标: 能够进行跨境电商平台调研与分析; 能够描述跨境电商的职业岗位要求; 熟悉掌握各大跨境电商平台的购物流程; 熟悉掌握掌握不同跨境电子商务平台的特点和优劣势。 知识目标: 了解跨境电商发展现状; 了解跨境电商各类业务岗位和要求; 掌握跨境电子商务平台各类业务规则; 熟悉跨境电子商务平台基本业务流程。 素养目标: 具备基本的职业道德和法律意识; 具备熟练的计算机与网络应用能力; 具备良好的沟通能力与团队意识; 具备较强的竞争意识和创新意识; 具备较强的自主学习能力。		
主要内容	以跨境电商工作过程为主线, 采用“案例分析+实操”的模式组织内容, 共 10 个项目, 内容包括跨境电商概述、跨境电商平台、选品与商品定价、商品发布和优化、店铺优化及推广、跨境电商营销、跨境电商支付、跨境电商物流、跨境电商客户管理和进口跨境电商。		
教学要求	以学生为主体, 职业能力培养为本位, 以工作过程和工作任务为主线, 任务驱动, 融“教、学、做、创业”为一体的项目教学法。教学通过项目导入、学生操作、教师示范、归纳总结、能力实训等五个环节循序渐进, 让学生以职业人身份进行业务操作, 突出学生主体地位, 实现课堂与实习地点一体化教学模式, 实习与创业相结合, 让学生在学中做, 让教师在做中教, 融“教、学、做、创业”为一体。		

实践性教学环节主要包括专业实训、毕业实习、毕业设计（论文）。实训在校内电子商务综合实训室、校外实训基地等开展完成；实训、实习教学的主要内容包括：网站运营实训、网络创业实训、岗前综合实训、顶岗实习等。严格执行《职业学校学生实习管理规定》。

表 6 电子商务专业实践性课程描述一览表

课程名称	专业综合实训	课程性质	实践活动课
------	--------	------	-------

课程类别	必修	课程学时	64
课程目标	素质目标: 1. 弘扬中华民族传统美德, 传播礼仪文化, 拥有民族自豪感; 2. 培养学生践行体会社会主义核心价值观; 3. 爱岗敬业的工匠精神; 4. 讲诚信、讲纪律; 5. 乐于服务的仁爱态度和职业意识, 培养严谨、细致的服务作风; 6. 培养学生的团队精神、协作意识及和专业表达能力。 知识目标: 1. 设置网络客户服务与管理; 2. 网店美工; 3. 电商平台运营; 4. 企业网络推广技能模块。 能力目标: 1. 测试学生的网络客服、美工设计、网店运营、网络推广能力; 2. 学生从事跨境电子商务工作的团队协作、执行力、创新思维、等职业素养		
主要内容	模块一: 客户服务与管理; 模块二: 网店美工; 模块三: 电商平台运营; 模块四: 企业网络推广。		
教学要求	教学要求: 1. 教学条件: 智慧教室, 电商实训室, 信息化教学平台。 2. 教学方法: 任务驱动、讨论式教学、现场观摩、专题讲座等。 3. 师资要求: 具有双师素质, 或本专业职业资格证书。 4. 考核方式: 课堂出勤 20%+实训表现 30%+实训报告 (成果) 50%。		
课程名称	毕业实习	课程性质	实践活动课
课程类别	必修	课程学时	192
课程目标	素质目标: 1. 培养学生热爱劳动、不怕苦、不怕累的工作作风及爱岗敬业, 精益求精追求完美的工匠精神与社会主义核心价值观结合; 2. 培养、锻炼学生交流、沟通能力, 实现学生尽快适应由学校向社会的转变; 3. 体验社会生活, 培养组织性、纪律性, 增强劳动观念和提高职业道德素养; 4. 培养学生自觉学习和自我发展、独立分析与解决具体问题的综合素质能力。 知识目标: 1. 培养学生社会实践能力, 2. 培养学生对所学知识在岗位的运用能力 3. 并能在实习岗位中不断提升自我。 能力目标: 1. 具备将本专业理论知识结合实际, 转化应用到现场工作中的能力, 具备适应岗位要求的全面工作能力; 2. 掌握相应岗位的操作技能, 按照跨境电商相关岗位要求形成职业能力和素养。		
主要内容	模块一: 企业概况模块二: 岗位适应模块三: 技能训练模块四: 综合能力		
教学要求	教学要求: 1. 教学条件: 依托跨境电商企业作为学生实习实训基地。2. 教学方法: 任务驱动、模块化教学、分段实施教学等。3. 师资要求: 原则上应由校内具有中级职称以上的, 具有“双师素质”教师担任。实习单位指导教师一般应由企业中具有较高的技能、良好的职业道德和较强的责任感的专业技术人员担任。4. 考核方式: 企业考核 40%+学生自评考核 20%+岗位实习周记与报告 20%+教师考核 20%		
课程名称	毕业设计 (论文)	课程性质	实践活动课
课程类别	必修	课程学时	96
课程目标	素质目标: 1. 培养学生热爱劳动、不怕苦、不怕累的工作作风及爱岗敬业精神, 与社会主义核心价值观相结合; 2. 锻炼学生交流、沟通能力, 培养团队精神, 实现学生由学校向社会的转变; 3. 体验社会生活, 培养组织性、纪律性, 增强劳动观念和提高职业道德素养。 知识目标: 1. 培养学生撰写文稿的能力; 2. 培养学生对所学知识综合运用能力; 3. 能用自己的语言表达个人观点和意见。 能力目标: 1. 具备本专业的的基本能力; 2. 能够完成毕业设计所需的基本能力。		

主要内容	按学校制定的毕业设计（论文）要求完成相关内容的撰写。
教学要求	设计（写作）要求： 毕业设计由成果（封面、目录、正文、参考文献、附录）和过程资料（设计任务书、进度检查表、答辩记录、成绩评定表）组成，其中毕业设计任务书须明确具体目的、任务及要求、进程和成果表现形式等。毕业设计的撰写及装订应严格按照毕业设计格式要求执行。

八、师资队伍

（一）队伍结构

组建由专任教师和兼职教师构成的双师型教学团队，生师比不高于 18:1，其中高级职称教师占 30%以上，双师型教师占专业教师 80%以上，硕士占比 80%以上。教师队伍职称、年龄、职（执）业资格等方面形成合理的梯队结构。

（二）专业带头人

电子商务专业带头应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外电子商务行业发展，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，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。具备高职教育认识能力、专业发展方向把握能力、课程开发能力、教研教改能力、学术研究尤其是应用技术开发能力、组织协调能力；具备教研教改能力和经验，具有先进的教学管理经验；具备较强专业水平、专业能力，具备创新理念；成为专业建设的龙头，具备最新的建设思路，主持专业建设各方面工作；能够指导骨干教师完成专业建设方面的工作；能够牵头专业核心课程开发和建设；能够主持及主要参与应用技术开发课题；有一定的相关企业经验，具有较强的现场生产管理组织经验和专业技能，能够解决现场的实际问题。

（三）专任教师

专任教师都具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；35 岁以下的青年教师均有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。专任教师队伍职称、年龄结构合理。

（四）兼职教师

兼职教师聘任、管理和考核办法完善，聘任条件明确、职责明确、手续完备。建有由企业经营管理者、技术能手、组成的兼职教师库，落实“产业教授”聘任制；兼职教师占专兼职教师总数比例为 20~30%；兼职教师中，具有中级以上技术职称或技师以上职业资格比例 $\geq 70\%$ 。兼职教师承担专业课程教学（包括校内实践性教学、校外实习）达到专业课总学时的 20%以上，具有扎实的专业知识和

丰富的实际工作经验，了解教学规律，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。

九、教学条件

（一）教学设施

1.专业教室基本条件

电子商务专业教室 8 间均具备利用信息化手段开展混合式教学的条件，配有黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接收环境，并适时网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，逃生通道畅通无阻。

2.校内实训室基本条件

电子商务实训室配备服务器、投影设备、白板，具有网络接入环境。配备的计算机、无线终端，可运行 IE 等常用浏览器，安装 Windows 操作系统等软件，可以根据需要构筑不同的商业应用场景。实训室支持电子商务运营、电子商务数据分析、跨境电子商务实践等课程的教学与实训。

3.校外实训基地

电子商务专业在遵循长期规划、深度合作、互助互信的原则上，选择经营情况比较理想，拥有专业技术能手，人才培养、选拔体系比较完善的行业龙头企业作为校外实训基地，实习场所均符合《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，并经实地考察，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，并签署有学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地能提供客户服务、数字化运营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。

4.信息化教学方面

具有数字化教学资源库、文献资料查阅等信息化条件，可供师生开展信息化教学、信息化下的自主学习。

（二）教学资源

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所需的教材、图书文献及数字资源配备等。

1.教材选用

（1）优先使用国家规划教材、省级优秀教材，教材设计应充分体现项目任务引领、职业能力导向的职业教育理念。同时，教材一般应配套有线上课程资源，方便学生课后线上学习。并根据教学实际需求，开发新型活页式、手册式教材，教材中文字和符号规范，图表正确、清晰、文图配合恰当。鼓励教师与企业技术人员、专家共同开发校本教材和实验实训指导书，使教学内容更好地与实践结合，以满足未来实际工作需要，使教材更贴近电子商务专业和地方经济发展和实际需要。

（2）教材内容应体现先进性、通用性、实用性，能及时跟踪、反应行业技术最新发展成果。应将电商职业活动分解成若干典型的项目任务，按完成项目任务的需要和项目要求组织教材内容。通过实务操作机制，引入必要的理论知识，增加实践操作内容，强化基本理论在实际操作中的应用。教学过程中，教学内容不仅仅限于教材内容，应根据企业实际需要和经济发展需要来增加课外内容。

（3）学校建立专业教师、行业专家和教研人员参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

（4）教材的选用既要符合教学标准的规定，又要符合学校专业培养的方向，同时兼顾学生的实际知识水平和接受能力，选用教材内容既易被学生接受，又能提高学生的知识和技能，

（5）教材选用采取动态更新机制，每一年调整一次教材选用，优先选用近三年出版的教材，保证教材内容更有利于培养德智体美全面发展的高素质复合型技术技能人才。

2.图书文献配备

（1）图书文献配备与人文教育、专业教学相关的纸质图书资料和期刊，定期选购和更新相关图书资料，以满足教师和学生查阅、学习和提高，保证教师与学生顺利获取相关知识和信息，开展备课、学习和实训等教学活动。专业类图书文献主要包括：有关电子商务理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和经济、管理、营销、信息技术类文献等。

（2）图书文献配备电子图书资料库，满足师生在线搜集查阅学习，具备使用

精品资源共享课资源的条件，能满足师生在线学习的需求。

3. 数字教学资源配置

(1) 建设电子商务专业教学资源库，所有核心课程均建设在线课程资源，配备与课程相关的微课视频、音频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库。

(2) 开发和使用国家级、省级和校级在线精品开放课程资源，课程资源形式多样、使用便捷。

(3) 实现数字教育资源全覆盖和动态更新，每年至少更新 10%，每三年全部更新一次。我校在 MOOC 学院建有几十门 MOOC 资源课程，其中电子商务专业相关空间资源课程有市场营销、商务英语翻译、管理学基础等，这些课程资源均可用于日常教学。

十、质量保障和毕业要求

(一) 质量保障

1. 质量保障机制

建立健全覆盖校院两级，全员、全过程、全方位育人的质量保障体系。

(1) 学校建立专业人才培养方案调整机制。学校通过开展多层次和角度的专业调研，形成调研报告，根据调研掌握的行业发展趋势、企业技术和管理发展走向及要求，适时调整人才培养方案，专业人才培养方案的调整邀请了企业代表或行业专家参与，充分听取行业企业专家的意见，合理采纳其建议，保证所编制的专业人才培养方案紧跟企业需求。

(2) 学校建立专业建设和教学质量诊断与改进机制。建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，形成“8 字螺旋”，小螺旋分析预警，实时调控改进，大螺旋质量提升。加强日常教学组织运行与管理，建立健全日常教学巡查、专项检查、学生信息员、听评课等教学质量管理制度，建立与行业企业联动的实践教学环节，强化教学组织功能，每学期开展公开示范课、集体备课等教研活动。通过专业技能抽查、毕业设计抽查以及学生技能竞赛以全面掌握学生的学习效果，达成人才培养目标。

2. 教学管理

(1) 二级学院建立专业建设和教学质量诊断与改进机制。健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，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。

(2) 二级学院完善教学管理机制。加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，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。任课教师根据所承担课程的知识、能力、素质目标，充分进行课前学情分析，梳理自身优势、缺点和机遇，认真备课；因材施教后，做好每次课的教学反思与改进，定期进行每单元的测验与反馈、与学生座谈或问卷调研、作业等形式了解教学目标达成情况，定期进行反思与诊改。

3.教研活动

教研活动以提升课堂教学质量和教师专业能力为核心，构建常态化、制度化的研讨机制。

(1) 深化教学研究与改革。定期开展集体备课、磨课活动，重点研讨课程思政融入、教学内容更新及信息化教学手段的应用。结合电商行业动态，及时将“新知识、新技术、新规范”引入教学内容，确保人才培养与行业需求同步。

(2) 强化教学诊断与改进。建立“听课-评课-诊改”闭环机制。常态化开展公开课、示范课及相互听课活动，通过评教、评学数据，对教学目标达成度进行深度剖析，及时调整教学策略。

(3) 促进产教融合交流。定期邀请企业专家参与教研，共同研讨课程标准、实训项目设计及考核评价方案。组织教师开展教学反思与经验分享，提升团队整体教学水平，确保人才培养规格的有效达成。

4.教学方法

(1) 教学模式。教学过程中强调精讲+多练，教、学、做一体化教学，实施线上+线下相结合的混合式教学、模块化教学等新型教学模式，以教师课堂讲授为主，辅以国家职业智慧教育平台、超星、MOOC等网络教学平台，充分利用网络教学资源 and 平台，鼓励学生自主学习。主要采取课堂“精讲多练+课外实训实践”的形式开展教学，突出实训实践技能，使职业教育特色更加鲜明。每一门专业课程的教学均通过课程标准的形式规定有理论讲授、课内实训、课外实训(含集中模拟实训和校外实习两种形式)三种形式构成，将实践教学通过课内外实训完全融入到课程教学，真正做到“教、学、做”的统一，并专门设置校内外集中实训，从而凸显实践性教学特点，专业课实践教学课时超 50%以上。

(2) 教学方法。教学过程中融入课程思政、技能抽查内容、以及工作岗位技

能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，普及推广的工作过程导向的项目教学法、情景教学法、工作过程导向教学法、案例教学法、课堂讲授法、头脑风暴法、小组讨论法等教学方法。

(3) 教学手段。大力推广大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的应用，推广远程协作、翻转课堂、移动学习等信息化教学模式，充分利用移动互联通信设备、多媒体、网络、空间等信息化手段实施教学，灵活采用班级授课、分组教学、现场教学、专题讲座等形式组织教学，积极开展师生教学互动，大力倡导学生自主学习、自主探索，注重学生职业素养的养成教育、学生营销能力的锻炼教育、学生实践操作水平的提升教育，以提高教学的时效性。

5.学习评价

坚持理论与实践相结合，注重对综合素质的评价，突出专业课程与实践岗位对接，建立吸纳行业企业和社会有关方面组织参与的形成性多元考核评价体系，每门课程都要对学生进行形成性考核与终结性考核的评定。

(1) 各课程的考核评价方式选择要符合相关规定。

(2) 合理运用云计算、大数据、物联网等信息技术以及数字资源、信息化教学设施设备改造传统教学与实践评价方式，提高管理成效。

(3) 对学生的课程考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，力图从态度、素质、知识、能力等方面进行全面评价，评价中注重形成过程的考核、自我管理和团队合作和管理，让学生在活动中增加团队合作意识和开拓创新能力。

一般而言，课程考核计分为平时成绩占 30%(考勤、作业、单元考试等，含期中测验)、实验实训成绩占 40%、期末考试 30%；实习实训课程考核计分为测试成绩占 60%、学习过程(实训报告、工作态度、出勤情况)考核占 40%(包括实训报告、工作态度、出勤情况占)。在形成性考核中突出多元考核，多元主体参与的评价方式，有效促进教学目标达成。形成性考核主要包括：

(1) 基本学习素养。依据课堂表现(回答问题、讨论发言、听课状况)、考勤、作业等情况评定，鼓励学生积极思考，踊跃发言。使学生注重平时学习，改变学生期末考试前临时抱佛脚、搞突击的习惯。

(2) 能力训练。由企业教师评价+专业教师评价+小组学生评价+学生自评相结合。教师评价由企业教师和专业教师共同进行，主要对学生在课程实施过程中，教师观察学生的工作方法和操作步骤，结合课程标准的学习目标要求，检查学生

完成学习性工作项目进程的合规性和经济性，提出专业建议，并给出评价结果，占能力训练成绩的 60%；小组学生评价即小组学生互评，是指学生分组进行学习与完成学习项目时，学生要同时观察小组中其他同学的工作方法和操作步骤，结合课程标准的学习目标要求，检查小组中其他同学的完成学习性工作项目进程的合规性和经济性，并给出评价结果，占能力训练成绩的 20%；学生自评即指学生审视自己的工作方法和操作步骤，结合课程标准的学习目标要求，检查自己完成学习性工作项目进程的合规性和经济性，并给出评价结果，占能力训练成绩的 20%。

(3) 终结性考核。期末时，由教师根据专业标准、课程标准要求，结合职业成长规律，以笔试等形式考核学生完成课程学习项目所应掌握的知识，注重理论与实际的联系和对学生分析能力的考查。

6. 毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

专业建设小组建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。专业建设小组建立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。专业带头人定期组织教研组成员充分利用评价分析结果，针对教学模式、人才培养模式、课程标准、课程体系、课程内容、教学方法等方面进行研讨与调整，有效改进专业教学效果，持续提高人才培养质量。

(二) 毕业要求

学生达到以下各项要求准予毕业：

1. 品德发展良好，操行考核合格。坚持四项基本原则，热爱祖国，热爱人民，能树立正确的世界观、人生观、价值观；关心集体。尊敬师长，文明礼貌，自觉遵守法纪法规和社会公德，操行考核合格。

2. 身体素质达标。身体素质达标，注意公共及个人卫生，注意心理的自我调节，身心健康，每学年体育测试成绩需达到 60 分以上。

3. 学业成绩合格。每学年的各科考查科目、考试科目成绩不低于 60 分，如有科目低于 60 分，可有一次补考机会，补考需合格。

4. 专业实习成绩合格。能够积极参与在校期间的专业实践与顶岗实习，并在专业实践与实习考核中取得合格及以上成绩。

5. 毕业设计成绩合格。在校期间撰写毕业论文及毕业设计时，要求独立、认

真、严肃地完成毕业设计（论文），毕业设计（论文）应遵守学术道德与学术规范，不得弄虚作假，不得抄袭他人劳动成果，不能发生伪造数据、请人代写等现象。毕业设计（论文）最终评定成绩要求及格或以上成绩。

6. 终身学习。具有终身学习与专业持续发展意识，做好职业生涯规划。了解国内外财务改革发展动态，能够适应时代和财务发展需求。掌握自学的方法与技能，具有一定的创新意识。

7. 沟通合作。有较强的集体意识和团队合作精神。掌握倾听、表达、沟通等合作技能，在将来的岗位上能有效地与上下级、客户进行沟通与协作。

8. 根据社会形势和用人单位的需要，积极推行证书管理制度，将日常教学活动与职业资格证书考核有机结合，鼓励本专业学生在完成学业取得大专学历的同时，积极参与培训并通过有关部门的社会化考核取得与本专业能力相关的专业技术资格证书。本专业学生可以取得的相关证书有：网店运营推广、电子商务数据分析、直播电商、跨境电商 B2B 数据运营、初级经济师等。

9.规定的年限内修满 162 学分，其中公共基础课 55 学分，专业课程 85 学分，实践活动课程 22 学分。

培养目标与毕业要求的关系矩阵见表 7。

表 7 培养目标与毕业要求的关系矩阵表

毕业要求	目标 1 思政品德	目标 2 专业能力	目标 3 沟通协作	目标 4 数智素养	目标 5 国际视野	目标 6 创新解题
1 品德发展	H	L	M	L	L	L
2 身体素质	M	L	L	L	L	L
3 学业成绩	L	H	L	M	L	M
4 专业实习	M	H	H	M	L	M
5 毕业设计	M	H	M	H	L	H
6 终身学习	L	M	L	H	M	H
7 沟通合作	M	L	H	M	M	M
8 证书获取	L	H	L	H	L	M
9 修满学分	M	H	M	M	L	M

注：关联强度符号：H 强相关(80%) M 中等相关(50%)；L 弱相关(20%) 没有关联的可以不选。

十一、教学进程总体安排

(一) 教学周数安排表

表 8 教学周数安排表

学期 周次安排	第 1 学期	第 2 学期	第 3 学期	第 4 学期	第 5 学期	第 6 学期
教学	16	18	18	18	18	
入学教育、军训	2					
见习						
复习考试	2	2	2	2	2	
毕业实习						20
毕业鉴定与考试						
小计	40		40		40	

(二) 课程总表

课程 类 别	课程编码	课程名称	学 分	总学时分配			学期/周学时						考核 方式	教学承 担部门	备注
							—	二	三	四	五	六			
				学时	理论	实践	18	20	20	20	20	20			
公共 基础 课程	G09101	思想道德与法治	3	48	38	10	2	2					考试	马克思主义学院	
	G09102	毛泽东思想和中国 特色社会主义理论 体系概论	2	36	26	10			2				考试	马克思主义学院	
	G09103	习近平新时代中国 特色社会主义思想 概论	3	48	36	12				3			考试	马克思主义学院	
	G09104	形势与政策	1	32	16	16							考查	马克思主义学院	每学期8课时
	G53101	大学生职业发展	1	16	10	6	1						考查	管理学院	
	G54101	军事理论	2	36	36	0	2						考查	管理学院	
	G54102	军事训练	2			2 周							考查	管理学院	
	G52101	心理健康教育	2	32	16	16	1						考查	管理学院	
	G06102	大学体育	8	128	20	108	2	2	2	2			考查	体育学院	
	G53102	就业指导	1	16	8	8					1		考查	管理学院	
	G05102	信息技术	4	64	16	48	2	2					考试	信息技术学院	
	G51101	大学语文	4	64	32	32	2	2					考试	管理学院	
	G51102	高等数学	4	64	40	24	2	2					考试	管理学院	
	G51103	大学英语	8	128	64	64	2	2	2	2			考试	管理学院	
		小计	45	712	358	354	16	12	6	7	1				

	选修课程	G09208	党史国史	2	32	32	0							考查	马克思主义学院	
		G51201	劳动教育	2	32	16	16							考查	管理学院	
		G51202	大学美育	2	32	16	16							考查	管理学院	
		G51203	创新创业教育	2	32	16	16							考查	管理学院	
		G51205	中华优秀传统文化	2	32	16	16							考查	管理学院	
			小计	10	160	96	64	0	0	0	0	0				
专业基础课程	必修课程	042111101	电子商务基础	4	56	24	32	4						考试	管理学院	
		042111402	商务数据分析	4	64	32	32				4			考查	管理学院	
		042111503	电子商务法律法规	4	64	32	32					4		考试	管理学院	
		042111504	经济法													
		042111105	市场营销	4	56	40	16	4						考试	管理学院	
		042111506	财税基础	2	32	16	16					2		考试	管理学院	
		042111207	管理学基础	2	32	24	8		2					考试	管理学院	
		042111408	零售基础	2	32	20	12				2			考试	管理学院	
		042111409	数据可视化	4	64	16	48				4			考查	管理学院	
			小计	26	400	204	196	8	2	0	10	6				
专业核心课程	必修课程	042121510	社群运营	4	64	32	32					4		考试	管理学院	
		042121311	互联网销售	2	32	6	26			2				考试	管理学院	
		042121312	视觉营销设计	4	64	16	48			4				考查	信息技术学院	
		042121213	网络营销	4	64	32	32		4					考试	管理学院	
		042121314	网店运营	4	64	16	48			4				考试	管理学院	
		042121515	数据化运营	4	64	16	48					4		考试	管理学院	
		042121516	零售门店 O2O 运营	4	64	16	48					4		考试	管理学院	
		042121217	网站美工设计	4	64	16	48		4					考查	信息技术学院	
			小计	30	480	150	330	0	8	10	0	12				
专业拓展课程	选修课程	042132318	电子商务英语	4	64	32	32			4				考试	管理学院	
		042132519	新媒体传播	4	64	16	48					4		考查	信息技术学院	
		042132420	进出口贸易	4	64	32	32				4			考试	管理学院	
		042132121	图形图像处理	2	28	12	16	2						考查	信息技术学院	
		042132422	会计学基础	4	64	48	16				4			考试	管理学院	
		042132323	经济学基础	4	64	56	8			4				考试	管理学院	
		042132524	市场调查与研究	3	48	16	32					3		考试	管理学院	
		042132225	跨境电子商务	4	64	32	32		4					考试	管理学院	
			小计	29	460	244	216	2	4	8	8	7				
			合计	140	2212	1032	1160	26	26	24	25	26				
实践活动课	必修课程	042141226	专业综合实训	4	64		64		1W	1W	1W	1W			管理学院	
		042141627	毕业实习	12	192		12W						12W		管理学院	
		042141628	毕业设计 (论文)	6	96		6W						6W		管理学院	
			小计	22	352	0	352									
			总计	162	2564	1032	1512	26	26	24	25	26				