

安徽国际商务职业学院

商务数据分析与应用专业人才培养方案（三年制）

方案执笔人	二级学院初审负责人	教务处审核负责人	学术委员会届次	党委会
王珊珊 方刚	余海萍	孙正军	二届二十二次 学术委员会审议通过	2025年21次 党委会审定

一、专业名称及代码

专业大类及代码：财经商贸 53

专业类及代码：电子商务类 5307

专业名称：商务数据分析与应用

专业代码：530706

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

以3年为主，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

四、职业面向

（一）职业面向

表一职业面向一览表

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）	批发业（51）、零售业（52）、互联网和相关服务（64）、软件和信息技术服务业（65）、商务服务业（72）
主要职业类别（代码）	商务数据分析师 S（4-07-02-05）、数据分析处理工程技术人员 S（2-02-30-09）、管理咨询专业人员（2-06-07-08）、其他信息传输、软件和信息技术服务人员（4-04-99）、科技咨询师（4-07-02-02）、客户服务管理员（4-07-02-03）

主要岗位（群）或技术领域	数据采集工程师、数据处理工程师、数据分析师、运营数据分析师、产品数据分析师、客户数据分析师、供应链数据分析师、数据可视化工程师
职业类证书	电子商务数据分析、数据采集与处理、供应链数据分析、Python 程序开发工程师

（二）主要岗位（群）描述

表二商务数据分析与应用专业毕业生职业面向、工作任务分析

序号	岗位群	就业岗位	岗位核心能力与要求	与核心能力对应的课程
1	网络营销	数据采集工程师、数据处理工程师、数据分析师	1. 具备借助大数据、数据分析技术进行运营策划的能力 2. 能通过第三方平台对平台数据进行分析、总结能力	1. 网络营销 2. 数据可视化 3. 数据采集与处理 4. 统计与数据分析
2	数据运营	电子商务数据分析工程师	1. 具有客户数据分析能力 2. 具备市场据分析能力 3. 具备运营数据分析能力	1. 运营数据分析 2. 客户数据分析

（三）职业技能等级证书

表三职业技能等级证书

序号	职业技能等级证书	颁证单位
1	英语应用能力考试、B 级证书	安徽省教育厅
2	高校计算机应用能力一级及以上证书	安徽省教育厅
3	1+X 网店运营推广（中级）	中教畅享(北京)科技有限公司
4	1+X 电子商务数据分析（中级）	北京博导前程信息技术有限公司
序号	社会认可度高的行业企业标准和证书	标准制定的企业或证书颁证单位
1	电子商务师国家职业标准	人力资源和社会保障部
2	互联网营销师	中国轻工业联合会

五、培养目标及规格

（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，面向批发业、零售业、互联网和相关服务、软件和信息技术服务业、商务服务业的数据采集工程师、数据处理工程师、数据分析师、运营数据分析师、产品数据分析师、客户数据分析师、供应链数据分析师等岗位（群），能够从事销售、产品、客户、供应链、市场、运营管理等数据采集、处理、分析及可视化等工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在德智体美劳等方面达到以下要求：

1. 德

（1）深入学习习近平新时代中国特色社会主义思想，将其内化于心、外化于行，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。

（2）积极参与爱国主义教育活动，深刻领会爱国主义精神内涵，增强民族自尊心、自信心和自豪感，以实际行动维护国家尊严和荣誉。

(3) 认真学习国家法律法规，尤其是与本专业相关的行业法规，做到知法、懂法、守法、用法，依法维护自身权益，同时在职业活动中严守法律底线。

(4) 秉持爱岗敬业的职业精神，干一行、爱一行、专一行，对工作高度负责，努力在平凡岗位上创造不平凡的业绩，积极弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神。

(5) 遵循职业道德准则，无论是在实习、实训还是未来的职业生涯中，都做到诚实守信、廉洁奉公，坚决杜绝弄虚作假、以权谋私等违背职业道德的行为。

(6) 积极投身社会公益活动，如参加志愿服务、社区义工等，关心关爱他人，增强社会责任感，努力为构建和谐社会贡献自己的力量。

(7) 具备良好的团队合作品德，在团队中尊重他人意见和建议，善于倾听、沟通与协作，以团队利益为重，共同为实现团队目标而努力。

2. 智

(1) 扎实掌握语文知识，提升阅读理解、写作表达和语言运用能力，能够清晰、准确地通过文字和语言进行思想交流与信息传递。

(2) 熟练运用数学原理和方法，解决专业学习和实际工作中遇到的各类数量关系和空间形式问题，为数据分析、模型构建等提供数学支持。

(3) 提高外语水平，尤其是英语，能够熟练阅读外文专业文献，进行简单的外语交流，拓宽国际视野，适应全球化背景下的职业发展需求。

(4) 精通信息技术基础知识，包括计算机操作、办公软件应用、网络技术 etc，能够利用信息技术手段提高学习和工作效率。

(5) 系统学习市场营销、电子商务、零售、商业文化等专业基础理论知识，构建完整的专业知识体系，为后续深入学习专业课程和从事相关职业奠定基础。

(6) 熟练掌握数据采集、抽取、清洗、转换、加载的技能，能够从各种内外部数据源获取高质量的数据，为数据分析工作提供可靠的数据支持。

(7) 具备出色的商务数据分析能力，能够运用数据分析工具和方法，对市场、产品、客户、销售等数据进行深入分析，挖掘数据背后的信息，为企业决策提供有力依据，并能够撰写规范、准确的分析报告。

(8) 拥有供应链管理数据分析能力，针对采购、仓储、物流、质量、安全等环节的数据进行分析，发现问题并提出优化解决方案，撰写具有针对性的分析报告，助力企业提升供应链管理水品。

(9) 掌握运营管理数据分析技能，对财务、生产管理、资产管理、人力资源、项目管理等数据进行有效分析，通过数据洞察企业运营状况，为企业运营决策提供数据驱动的建议，同时能够撰写高质量的运营分析报告。

(10) 熟练运用企业级数据可视化工具，如 Tableau、PowerBI 等，将数据分析结果以直观、美观、易懂的可视化图表形式展现出来，便于企业各层级人员理解和使用数据。

3. 体

(1) 积极参加体育课程学习，掌握科学的身体运动知识和方法，包括运动生理学、运动心理学、运动训练学等方面的基础知识。

(2) 积极参加学校或社会组织的各类体育比赛和活动，培养竞争意识和团队协作精神，享受体育运动带来的乐趣。

(3) 具备一定的心理调适能力，在面对学习、生活和工作压力时，能够通过体育运动等方式缓解压力、调节情绪，保持积极乐观的心态。

4. 美

(1) 认真学习美育课程，了解美学的基本概念、原理和发展历程，掌握艺术鉴赏的方法和技巧，提高审美素养。

(2) 积极参加艺术展览、音乐会、戏剧表演等艺术活动，亲身感受不同艺术形式的魅力，拓宽艺术视野，丰富审美体验。

(3) 培养对文学、绘画、音乐、舞蹈、戏剧等艺术形式的兴趣爱好，至少精通一种艺术形式，如能够欣赏并解读经典文学作品、绘画作品，能够演奏一种乐器、参与舞蹈表演或戏剧演出等。

(4) 在日常生活中注重审美修养，从穿着打扮、居住环境布置到行为举止等方面，都体现出一定的审美品味，展现出积极向上的精神风貌。

(5) 善于发现生活中的美，无论是自然景观、人文景观还是人与人之间的美好情感，都能够用心去感受和欣赏，并将这种审美感知融入到学习和工作中。

(6) 具备一定的艺术创作能力，能够根据自己的审美

理解和创意，进行简单的艺术创作，如绘画、摄影、写作等，表达自己对美的独特见解和感受。

(7) 积极参与校园文化艺术活动，如校园文化节、艺术社团活动等，为校园文化建设贡献自己的力量，同时在活动中提升自己的艺术水平和审美能力。

(8) 尊重不同文化背景下的审美差异，以开放包容的心态欣赏和理解多元文化中的艺术表现形式，促进文化交流与融合。

5. 劳

(1) 树立正确的劳动观念，深刻认识劳动是人类生存和发展的基础，尊重每一位劳动者的辛勤付出，珍惜劳动成果。

(2) 积极参加学校组织的劳动实践活动，如校园卫生清扫、植树造林、实验室整理等，培养劳动习惯和劳动技能。

(3) 利用课余时间参加社会实践劳动，如兼职工作、实习实训等，将所学知识运用到实际劳动中，提高实践能力和职业素养。

(4) 参与社区劳动服务，如社区环境整治、关爱孤寡老人等活动，增强社会责任感和奉献精神，为社区建设贡献力量。

(5) 不断提高劳动技能，通过学习和实践，掌握与本专业相关的劳动技能和操作规范，提高劳动效率和质量。

(6) 积极参与科技创新劳动，培养创新思维和实践能力，尝试通过技术创新改进劳动方式、提高劳动成果的附加值。

(7) 弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚，在劳动中不断追求卓越，努力成为新时代的高素质劳动者和创新型人才。

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课程

本专业开设《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》、《体育与健康》、《心理健康教育》、《职业规划与就业指导》、《综合英语》、《信息技术》、《创业基础》、《劳动专题教育必修课（线上线下融合）》、《校内公益服务劳动实践》、《国防教育》《美育》、《大学生安全教育》、《国家安全教育》共 16 门公共基础必修课程。

1. 公共必修课

(1) 思想道德与法治(54 学时、3 学分)

本课程是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课，主要针对大学生成长过程中面临的思想道德和法治问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观及法治观教育，帮助大学生提升思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。

(2) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(36 学时、2 学分)

本课程以马克思主义中国化时代化为主线，充分反映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，集中阐述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。本课程重点阐述毛泽东思想、邓小平理论、三个代表重要思想、科学发展观。通过相关基本理论的学习，引导大学生系统把握马克思主义中国化时代化理论成果所蕴含的马克思主义立场、观点和方法，增强政治认同、思想认同、情感认同，自觉投身中国特色社会主义伟大实践，为中华民族伟大复兴作出应有贡献。

（3）形势与政策（上）（下）（48学时、1学分）

本课程旨在帮助大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略，认清历史使命、肩负时代责任，在实现中华民族伟大复兴中国梦的实践中贡献青春力量。

（4）习近平新时代中国特色社会主义思想概论（56学时、3学分）

本课程旨在引导学生从整体上把握马克思主义中国化、时代化的最新理论成果，深化对“两个结合”的规律性认识，系统学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，引导学生进一步坚定“四个自信”、增强“四个意识”、深刻领悟“两个确立”、做到“两个维护”，牢固树立与时代主题同心同向的理想信念，以理想信念筑牢精神之基，坚定不移听党话、跟党走，做有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的新时代好青年。

(5) 综合英语 (1) (2) (3) (56/72 学时、4 学分)

本课程通过对精选的规范的语言教材的讲解,传授系统的英语语音、语法、词汇、篇章结构等基础知识;同时对学生进行严格的英语听说读写译等基本技能综合训练。在精讲多练的原则下,着重培养学生实际运用英语的能力,帮助学生掌握基本的英语交流技能。

(6) 信息技术 (56 学时、4 学分)

通过本课程的学习,帮助学生认识信息技术对人类生产、生活的重要作用,了解现代社会信息技术发展趋势,理解信息社会特征并遵循信息社会规范;使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术,了解大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术,具备支撑专业学习的能力,能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题;使学生拥有团队意识和职业精神,具备独立思考和主动探究能力,为学生职业能力的持续发展奠定基础。

(7) 体育与健康 (28/36 学时、2 学分)

本课程以“健康第一”为指导,以身体练习为主要手段,以增进健康为主要目的,增强体能,学习与掌握各项体育运动技能。让学生掌握体育与健康基本知识,并指导实践;提高学生身体素质,心理素质,社会适应能力,具有良好的道德品质;每位学生能掌握 1-2 项运动技术,养成终生体育的运动习惯。具备职业人所应有的职业体能与职业素养,以展现当代大学生的精神风貌,为学生的职业方向和将来的工作特点奠定坚实的基础。

(8) 美育 (36 学时、2 学分)

本课程是以全面推进素质教育为宗旨,以审美体验为核心,结合具体的作品赏析与审美实践,有效促进学生审美能力的形成和发展。教学内容主要包括美学发展历史、中西方美学范畴、自然美、社会美、表演艺术美、影视艺术美、科学美等领域的美的发现、欣赏与领悟。通过引导学生主动参与审美实践,提升学生的良好的人文素养,为学生发现美、欣赏美乃至创造美奠定良好的基础,为培养身心和谐发展的当代大学生服务。

(9) 职业规划与就业指导(32学时、2学分)

课程旨在帮助学生认识自我,了解职业,设定职业规划目标,并规划实施;做好求职准备,掌握简历撰写和面试技巧,找到合适的工作。

(10) 创业基础(36学时、2学分)

本课程旨在培养学生的创新思维,创业意识和创新创业能力。了解创办企业的流程和步骤,掌握企业经营的方法,具备创业知识和能力。

(11) 心理健康教育(36学时、2学分)

本课程是一门集知识传授、心理体验与行为训练为一体的必修公共基础课。课程以提高学生心理素质,塑造学生职业核心能力、提升学生未来社会适应能力为主旨,提升自我认知、人际沟通、自我调节、危机预防、创新思维等心理、职业核心能力。

(12) 大学生安全教育(60学时、1学分)

本课程是一门集知识传授、技能培养为一体的所有专业必选公共基础课,总学时为60学时(每学期10课时)。课

程旨在通过对大学生进行安全教育和技能培训，促进学生主动掌握安全防范知识，不断提高安全防范意识和避险自救能力，全面提升大学生安全整体素质。主要授课内容包括国家安全、网络安全、消防安全、公共卫生安全、社会活动安全、防灾减灾、应急逃生自救、实验实训安全等。

（13）国家安全教育（16 学时、1 学分）

本课程是一门集知识传授、能力培养为一体的所有专业必选公共基础课，总学时 16 学时。本课程主要内容包括总体国家安全观、政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全、新型领域安全等内容；公共安全教育主要包括人身安全、公共卫生安全、财产安全、心理安全、消防安全、应急处置、预防违法犯罪、防范邪教等内容。本课程的培养目标是通过国家安全和公共安全教育，提高新时代大学生的国家安全意识和自我保护能力，在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀，加强品德修养，增长知识见识，培养奋斗精神，提升学生综合素质。

（14）劳动专题教育必修课（线上线下融合）（16 学时，1 学分）

本课程贯彻教育部印发的《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》文件精神，通过理论讲解和案例分析，从劳动最美丽、劳动最伟大、劳动最崇高、劳动最光荣四个角度，带领学生学习劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等内容，帮助学生正确认识劳动，树立正

确的劳动观，增强学生的职业荣誉感和责任感，培育学生积极向上的劳动精神。

（15）校内公益服务劳动实践（14学时，1学分）

本课程紧扣《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》，以校内公益服务为实践载体，通过校园环境维护、图书整理、帮扶活动等多样化劳动实践，引导学生在服务他人与校园建设中，践行劳动精神与社会责任感，树立崇尚劳动、奉献社会的价值观，实现劳动教育与品德培育的有机统一。

（16）国防教育（148学时、4学分）

国防教育课要以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。通过国防教育课教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

2. 公共选修课

（1）人工智能基础（28学时、2学分）

本课程是面向所有专业的一门通识基础课程，是在学生学习了计算机信息技术课程、具备了一般计算机信息技术基础知识、掌握了基本操作和中西文字输入能力的基础上，开设的一门理实一体课程，其功能是对接专业人才培养目标，面向以各专业的培养目标和当前社会职业岗位的需求为导

向，培养学生自觉使用计算机解决学习和工作中实际问题的能力，使计算机成为学生获取知识，提高素质的有力工具，从而促进本专业相关知识与技能的学习、提高学生基本素质与能力，为后继各专业课程学习打下基础。

（2）中华优秀传统文化（36学时、2学分）

本课程以理实一体化教学模式为核心，深度对接各专业人才培养目标，紧密围绕社会对高素质复合型人才的需求导向展开教学。通过系统梳理中华优秀传统文化在哲学思想、文学艺术、传统技艺、民俗风情等领域的精华内容，结合经典文本研读、文化遗址虚拟体验、传统技艺实践操作等教学环节，引导学生深入理解传统文化内涵，感悟其中蕴含的价值理念与精神追求。

（3）经济法(36学时、2学分)

本课程建立在学生已掌握基础经济学、管理学知识的前提下，采用理论讲解与案例分析相结合的理实一体化教学模式。课程紧密对接专业人才培养目标，紧扣市场经济发展对复合型专业人才的需求，围绕市场主体法、市场规制法、宏观调控法等核心板块展开教学。通过解析公司法、合同法、反垄断法等重要法律条文，结合企业经营纠纷、市场不正当竞争等真实案例研讨，以及模拟法庭、法律文书撰写等实践环节，让学生深入理解经济法在规范市场经济秩序、保障市场主体权益中的重要作用。

（4）新媒体环境下的品牌策划(36学时、2学分)

本课程以学生已掌握的市场营销基础理论、传播学基本原理，以及具备一定的文案写作、数据分析能力为前提开设。

课程采用理实一体化教学模式，深度对接相关专业人才培养目标，紧密贴合当前新媒体行业对品牌策划人才的需求。教学过程中，系统讲授新媒体环境下品牌定位、传播策略、内容创作、粉丝运营等核心知识，并结合抖音、小红书、微博等主流新媒体平台的真实案例剖析，以及品牌策划项目模拟实践、新媒体营销工具实操训练等实践环节，让学生深入理解新媒体特性与品牌策划之间的内在联系。

（二）专业（技能）课程

1. 专业基础课

（1）电子商务基础（28 学时、2 学分）

课程目标：通过本课程的学习，使学生全面系统地掌握电子商务概论的基本概念和基本理论，对电子商务运行有一个比较全面的了解，建立起电子商务概论的基本思维框架，为进一步学习其他专业课程奠定理论基础。

主要内容：电子商务的概念、分类及发展；电子商务商业模式的分类、电子商务的盈利模式；电子商务系统结构、网络技术基础、网站建设相关技术；网络营销策略、网络营销常用方法及其应用；电子货币、电子支付系统、网上银行；电子商务下的物流配送、物流信息技术；电子商务主要安全技术、电子商务安全技术协议；电子商务法律概述、中国主要电子商务法律制度；移动商务基础、移动商务应用。

教学要求：了解电子商务的产生起源、发展趋势及应用，理解电子商务与传统商务的区别，掌握电子商务的基本框架；理解电子商务交易的过程，掌握主要电子商务交易模式的概念及特点；了解电子商务相关的基本网络技术、网站开发技

术；了解网络营销的相关策略，掌握网络营销的常用方法及其应用；理解电子货币和电子支付在电子商务中的作用，掌握电子货币、电子支付系统、第三方支付等概念及特点；了解电子商务下的物流配送管理及物流信息管理，以及物流的主要信息技术；理解电子商务的安全控制要求和安全管理，了解数字加密、数字签名等主要安全技术和主要的安全交易协议；掌握电子商务法律的概述及特点，了解主要电子商务法律的内容，理解电子商务中的法律热点问题；掌握移动商务的基本概念，了解移动商务的支撑技术、价值链及商务模式，掌握移动商务的应用。

（2）市场营销基础(28学时、2学分)

课程目标：本课程的主要目标是使学生理解市场营销学的性质、研究对象，明确市场营销管理的任务，掌握市场营销管理的发展、演变；掌握战略计划过程的主要步骤，熟悉评价企业战略业务单位的主要方法，以及发展新业务的主要途径和方法；了解市场营销环境对市场营销管理的重要影响作用，理解微观环境与宏观环境的主要构成，掌握分析、评价市场机会与环境威胁的基本方法，熟悉企业面对市场营销环境变化所应采取的对策。

主要内容：市场营销与市场营销管理、消费者市场购买行为；竞争者分析、市场细分、目标市场及其策略、市场定位；产品生命周期；影响定价的主要因素、产品定价的策略；分销渠道设计与管理；公共关系策略。

教学要求：了解影响市场购买行为的主要因素，正确认识市场购买行为的主要类型；了解竞争者分析的一般方法；

掌握市场细分的主要变量和方法，目标市场选择的主要考虑因素以及市场定位的依据和方法；掌握产品组合决策、品牌决策、包装决策的基本内容，了解产品生命周期的应用以及新产品开发的基本原理；了解影响定价的主要因素，掌握定价的基本方法，理解各种常用的定价策略；理解促销组合决策的基本内容，掌握确定广告预算的主要方法，熟悉广告媒体的选择与广告效果的测量。掌握人员推销的特点和人员推销策略的主要内容，熟悉销售促进和公共关系等基本原理。

（3）python 基础(72 学时、4 学分)

课程目标：本课程的主要目标是使学生理解 Python 编程语言的特性、应用场景及编程范式，掌握 Python 基础语法结构与数据类型操作；熟练运用控制流语句、函数与模块构建程序逻辑，掌握文件读写与异常处理机制；理解面向对象编程思想，掌握类与对象的设计方法；通过实战项目，培养学生运用 Python 解决数据处理、自动化办公、Web 开发等实际问题的能力，形成计算思维与编程调试能力，为后续学习人工智能、数据分析等进阶领域奠定基础。

主要内容：Python 基础语法与数据类型；条件语句、循环语句等程序控制流；函数定义与模块化编程；列表、字典、元组等数据结构应用；文件操作与异常处理机制；面向对象编程（类、对象、继承、多态）；Python 标准库与第三方库（如 NumPy、Pandas、Flask）的基础使用；小型 Python 项目实践（数据处理脚本、简易 Web 应用开发）。

教学要求：了解 Python 语言的运行机制与开发环境搭建，熟练掌握变量声明、数据类型转换及运算符使用；能运

用条件与循环语句实现程序逻辑控制，独立完成函数封装与调用；掌握数据结构的增删改查操作，熟练处理文件读写与异常场景；理解类与对象的关系，能够设计简单类并实现继承与多态；掌握 NumPy、Pandas 等库进行数据处理，熟悉 Flask 等框架的基础 Web 开发流程；通过项目实践，具备分析问题、设计算法并使用 Python 编程实现解决方案的能力，能独立调试程序并优化代码性能。

（4）统计与数据分析技术(72 学时、4 学分)

课程目标：通过本课程的教学，使学生能掌握对线上与线下采集来的数据资料进行整理、统计、分析的能力；掌握 SPSS 这种专业统计软件的操作，独立完成从建立数据文件到各种统计分析的操作；使学生掌握一门实用而又专业性很强的技能，同时为学生学习其他专业课程、从事科学研究奠定前提和基础。

主要内容：数据文件处理基础知识；数据整理的图示法；基本统计；参数估计；假设检验；方差分析；回归分析；SPSS 数据文件的建立与数据录入；SPSS 数据文件的整理；统计图形的绘制；基本统计分析；T 检验；方差与回归分析等。

教学要求：了解数据文件处理基础知识、熟悉统计分析软件 SPSS 的基本界面与操作；熟悉基本统计原理；熟悉参数估计、假设检验、方差分析、回归分析等统计分析方法；掌握利用 SPSS 软件完成参数估计、假设检验、方差分析、回归分析等统计分析功能。

（5）零售基础(72 学时、4 学分)

课程目标：通过课程的学习，使学生了解流量、成交转

化率、客单价等常见店铺数据。掌握数据分析基本原理和方法。掌握基本的数据处理工具，使学生能够在数据分析专员岗位上完成基本数据获取、清洗、处理、分析及数据分析报告的撰写等日常工作，为毕业后直接上岗从事数据分析工作奠定坚实的理论和实践基础。

主要内容：数据分析基本概念、应用领域与基本流程；淘宝店铺供应商资料、商品资料数据管理；成交转化率、网店访问量的分析与优化；商品名称、关键词、定价、评价的数据化分析；顾客画像绘制；行业发展、热卖区域分析；竞争对手分析；高级数据分析基础；SPSS 软件的使用；利用 SPSS 软件对网店相关数据进行统计描述、相关性分析、聚类分析等。

教学要求：理解数据分析专员应具备相关素质；理解数据分析基本概念与基本流程；熟悉常用数据分析工具 excel 与大规模数据 SPSS 软件的基本操作和分析功能；掌握电商数据的获取，能够线上、线下获取全面有效店铺数据；掌握相关数据的清洗、整理方法；掌握店铺相关指标如点击率、转化率、客单价等分析与优化技巧；掌握分析竞争对手、分析行业数据的能力。

（6）网络营销（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程的学习，使学生掌握网络营销的基本理论、方法和应用技巧，从实践的角度分析把握网络营销在现代企业的应用规律和操作机制。通过讲授、案例分析和讨论、上机实习，使学生掌握运用互联网开展营销等商务活动的一般理论、操作方法及应用技巧，使学生的知识结构

紧跟时代发展的需要，具备从事网络营销的基本技能。

主要内容：网络营销的产生与发展；网络营销相关理论与理念；网络营销相关理论与理念；网络营销目标市场分析；网络市场调研；网络营销战略；网络营销策略；搜索引擎营销；网络广告营销；微博营销；微信营销；其他常见营销工具。

教学要求：了解网络营销基本概念，掌握网络营销特点，了解网络营销发展趋势；了解网络营销的几种理念与理论，并学会运用；了解网络营销市场的宏观、微观分析，掌握网络消费者的行为分析；学会网络市场调研的步骤和方法，能够设计网络调研计划书；理解影响营销战略抉择的因素，掌握常见的网络营销战略模式，掌握网络营销战略分析；掌握网络营销的产品策略、价格策略、促销策略、渠道策略、品牌策略、网页策略和顾客服务策略；掌握搜索引擎的基本原理和主要模式；理解网络广告的本质及价值，掌握网络广告的各种形式、网络广告的评估；学会使用微博，会利用微博进行营销推广；掌握微信营销的方法和技巧；掌握 SNS 营销、论坛营销、分类信息推广、新闻营销及其他营销工具的特征及使用方法。

2. 专业核心课

(1) 数据采集与处理(56 学时、4 学分)

课程目标：

基础概念掌握：学生应掌握数据的基本概念，如数据类型、数据结构、数据来源等，为后续的数据处理和分析奠定坚实的基础。数据采集技能：学习并熟练掌握各种数据收集

方法，如问卷调查、实地观察、实验设计等，同时学习使用各种数据采集工具，如调查问卷设计软件、数据采集设备等。

数据处理与整理：学生应学习如何处理和整理收集到的数据，包括数据清洗、数据转换、数据归档等，确保数据的准确性和完整性。**数据分析技术：**掌握基本的数据分析技术，如描述统计、推断统计、数据可视化等，能够利用数据分析工具对数据进行深入挖掘，提取有价值的信息和知识。**数据隐私与安全：**了解并学习如何确保数据的隐私和安全，包括数据存储、数据共享、数据保护等方面的知识，确保在数据采集和处理过程中遵循相关的法律法规和伦理原则。**应用与解释能力：**学习如何应用和解释数据分析结果，能够利用数据分析结果指导实际工作，为企业和组织的决策提供有力支持。

主要内容：

数据采集方法：详细介绍各种数据采集方法，如问卷调查、实地观察、实验设计等，并学习如何设计和实施数据收集方法。

数据采集工具：学习使用各种数据采集工具，如调查问卷设计软件、数据采集设备等，并了解各种工具的特点和使用方法。

数据处理与整理：学习数据清洗、数据转换、数据归档等数据处理和整理的方法，确保数据的准确性和完整性。

数据分析技术：介绍描述统计、推断统计、数据可视化等数据分析技术，并学习使用数据分析工具对数据进行深入挖掘和分析。

数据隐私与安全：了解数据隐私和安全的重要性，学习如何确保数据的隐私和安全，包括数据存储、数据共享、数据保护等方面的知识。

数据应用与解释：学习如何应用和解释数据分析结果，提取有价值的信息和知识，并能够利用数据分析结果指导实际工作。

教学要求：

1 知识掌握：熟练掌握数据采集技术（爬虫、API 等）、清洗方法（缺失值处理、异常值检测）及预处理流程（特征工程），理解多源数据整合逻辑。

2、技能训练：能运用 Python/Excel/SQL 等工具完成数据采集、清洗与预处理，独立设计小型数据处理方案，输出结构化数据集。

（2）数据可视化（72 学时、4 学分）

课程目标：本课程的主要目的是培养学生的信息数据可视化处理能力。通过本课程的教学，使学生掌握数据可视化的一般原理和处理方法，能使用数据可视化工具对数据进行可视化处理。

主要内容：数据可视化简介；视觉感知与视觉通道；数据可视化基础；时空数据可视化；地理空间数据可视化；高维非空间数据可视化；层次和网络数据可视化；跨媒体数据可视化；可视化交互与评估；可视化软件与工具。

教学要求：通过课程学习使学生了解数据可视化基本概念；掌握视觉感知和认知的基本原理和可视化编码原则；掌握数据定义、组织、管理、分析、挖掘等及数据 workflow；掌

握可视化的基础理论；掌握不同类型数据的可视化方法；掌握常用的可视化软件使用。

（3）BI 高级应用(72 学时、4 学分)

课程目标：本课程致力于使学生深入理解商业智能(BI)体系架构与核心价值，熟练掌握企业级 BI 工具的高级功能与复杂应用场景。通过学习，学生需精通数据仓库建模、ETL 流程优化，能基于业务需求搭建动态交互仪表盘；掌握数据可视化设计原则，实现复杂数据的高效呈现与深度分析；培养运用 BI 工具解决企业战略决策、运营优化等实际问题的能力，助力学生成为具备数据洞察与业务赋能能力的复合型人才。

主要内容：BI 体系架构与企业级应用场景；数据仓库维度建模与 ETL 流程设计；PowerBI、Tableau 等工具的高级函数与计算字段应用；动态交互仪表盘设计（钻取、联动、参数控制）；KPI 指标体系搭建与企业运营分析；数据可视化设计原则与最佳实践；BI 项目全生命周期管理（需求分析、方案设计、部署维护）；典型行业 BI 解决方案案例解析。

教学要求：熟练掌握数据仓库建模方法，独立完成复杂 ETL 流程设计与优化；精通至少一种主流 BI 工具的高级功能，能灵活运用函数实现复杂业务逻辑计算；根据业务需求设计高交互性、可视化程度高的仪表盘，准确传达数据洞察；掌握企业 KPI 指标体系构建逻辑，能通过 BI 工具进行运营分析与决策支持；遵循可视化设计原则，提升数据呈现的专业性与可读性；熟悉 BI 项目实施流程，具备需求分析、方案落地及后期维护的综合能力。

(4) 供应链数据分析(72 学时、4 学分)

课程目标：本课程旨在让学生掌握供应链数据分析的核心理论与实践方法，理解供应链全流程数据逻辑。通过学习，学生能够运用数据分析技术对供应链中的采购、库存、生产、物流等环节进行优化，掌握需求预测、库存管理、绩效评估等模型与算法，培养利用数据驱动供应链决策的能力，提升供应链运营效率与成本控制水平，为从事供应链管理相关工作奠定坚实基础。

主要内容：供应链数据采集与整合（采购数据、库存数据、物流数据等）；供应链需求预测方法（时间序列分析、回归分析、机器学习预测模型）；库存管理模型与优化（经济订货量模型、安全库存计算、库存周转率分析）；供应链绩效评估指标体系与分析（KPI 设计、平衡计分卡应用）；供应链可视化分析工具（Tableau、PowerBI 在供应链场景中的应用）；供应链数据分析实战案例（制造、零售、电商等行业）。

教学要求：熟练掌握供应链多源数据的采集、清洗与整合方法；能够运用至少两种需求预测方法进行供应链需求分析，并评估预测结果准确性；精通库存管理模型，能根据实际业务场景进行库存优化决策；掌握供应链绩效评估指标体系构建，准确分析供应链运营状况；熟练使用主流可视化工具完成供应链数据的可视化呈现与深度分析；通过实战案例，具备独立分析供应链问题、设计数据解决方案并推动业务优化的能力。

(5) 运营数据分析(72 学时、4 学分)

课程目标：本课程聚焦于培养学生在互联网与数字化商业场景下，运用数据分析驱动运营决策的核心能力。通过学习，学生需理解运营数据分析体系框架，掌握用户行为、业务增长等关键数据的采集、处理与分析方法，能够运用数据洞察用户需求、诊断业务问题、制定优化策略，从而提升业务运营效率与商业价值，为从事互联网运营、产品分析等岗位奠定坚实基础。

主要内容：运营数据指标体系搭建（用户增长、留存转化、营收等核心指标）；数据埋点与多源数据采集整合；数据清洗与预处理（异常值处理、缺失值填充）；常用分析方法应用（漏斗分析、A/B测试、用户分群）；数据可视化工具（Tableau、PowerBI、Python 可视化库）使用；运营预测模型（用户流失预警、销量预测）；运营数据分析实战案例（电商、社交、SaaS 等行业）。

教学要求：熟练掌握运营核心指标体系构建，明确指标间逻辑关系；能独立设计数据埋点方案，完成多源运营数据采集与清洗；精通漏斗分析、用户分群等方法，准确诊断业务问题；熟练使用至少一种可视化工具，制作交互性强的运营数据看板；掌握基础预测模型原理与应用，能对业务趋势进行有效预判；通过实战案例，具备从数据发现问题、提出解决方案并推动业务优化的全流程能力。

（6）客户数据分析(72 学时、4 学分)

课程目标：通过本课程学习，培养学生树立先进的客户服务理念和团队合作意识，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、

处理客户投诉等工作，并能在工作中自我调节工作情绪和压力，为毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础。

主要内容：客服的基本素质及技能；网店客服工具的使用；迎接问好、疑问解答、产品推荐、促成订单及订单确认的要求与技巧；催付时机的把握、催付工具的掌握；售后客服处理基本思路；查件及查单处理；退款及退换货处理；售后和投诉；评价管理；电话沟通技巧。如何通过分析客户数据洞察客户需求、偏好和行为模式。学习如何利用客户细分策略，将客户群体划分为具有相似特征的子集，以便进行更精准的市场定位和营销策略制定。掌握客户生命周期管理的基本原理，了解客户在不同阶段的特征和需求，制定相应的营销策略。

教学要求：熟练掌握多维度客户数据的采集、清洗与整合方法；精通 RFM 模型及聚类分析，能科学划分客户群体；准确运用 CLV 模型评估客户价值，制定差异化运营策略；掌握逻辑回归等模型构建客户流失预警体系；熟悉个性化营销算法与推荐系统原理，实现精准营销；熟练使用可视化工具制作客户数据分析看板；通过实战案例，具备独立完成客户数据分析、策略制定及效果评估的全流程能力。

3. 专业拓展课

(1) 图形图像处理(56 学时、4 学分)

本课程旨在培养学生熟练运用图形图像处理技术实现创意表达与视觉优化的能力。课程系统讲解色彩理论、构图原理、图像合成基础等专业知识；深入教学主流软件（如

Photoshop、Illustrator)的操作技巧,涵盖图像修复、特效制作、矢量图形绘制、版式设计等核心功能;同时融入广告海报设计、电商产品修图、UI界面美化等实际应用场景。通过案例实操与项目训练,学生将掌握从创意构思到成品输出的全流程方法,具备独立完成高质量图像设计作品的的能力,为平面设计、新媒体运营等职业发展夯实技术基础。

(2) 搜索引擎优化(56学时、4学分)

本课程主要培养对以下内容的掌握:掌握搜索引擎的基本概念;搜索引擎优化的内容:域名的选择,服务器的选择,网站程序的设计,Meta标签的优化,网站内容的优化等。以及搜索引擎优化的技术与方法:关键词策略,标题和元素优化,内容策略,技术规范,熟悉并遵守搜索引擎的算法和技术规范四、搜索引擎优化的效果评估与策略调整。

(3) 直播运营(72学时、4学分)

本课程培养学生直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品与规划、直播引流互动、直播数据分析等职业技能。让学生了解直播机构、电子商务企业、传统企业直播营销与运营。

(4) 市场调研与分析(72学时、4学分)

本课程致力于培养学生系统开展市场调研、精准分析市场数据的专业能力。课程系统讲解市场调研基础理论,涵盖调研流程、方法体系及伦理规范;深入教学问卷设计、访谈执行、二手数据收集等实操技能;同时传授数据分析工具(Excel、SPSS)的应用,包括数据清洗、统计分析与可视化呈现。通过市场需求调研、竞品分析、消费者行为研究等

实战项目，结合零售、互联网等行业案例，强化学生从调研方案设计到调研报告撰写的全流程能力，助力其掌握市场动态洞察与商业决策支持的核心方法，为从事市场研究、营销策划等工作奠定坚实基础。

（5）办公软件高级应用(72学时、4学分)

本课程致力于培养学生熟练运用办公软件高效处理复杂办公任务的实践能力。通过系统学习，学生将全面掌握Word高级排版、Excel数据透视表与函数高级应用、PowerPoint动态演示设计等核心技能，深入理解办公软件的技术原理与应用逻辑，学会运用工具实现文档自动化处理、数据深度分析与可视化呈现、专业级演示方案设计。同时，课程还将涵盖办公软件在企业行政、财务、市场等多场景下的协同应用与项目化管理技巧，帮助学生掌握从任务需求分析到方案落地执行的全流程操作方法。通过理论与实践紧密结合的教学模式，培养出既具备扎实软件应用理论基础，又能灵活应对各类办公场景需求、高效完成复杂任务的应用型人才，全面提升学生在职场中的核心竞争力。

（6）短视频拍摄制作(72学时、4学分)

本课程旨在培养学生独立完成短视频拍摄制作的实战能力，通过系统学习，学生将掌握短视频行业发展趋势、创意策划、拍摄技巧及后期制作等核心内容，成为适应新媒体行业需求的复合型人才。

课程涵盖短视频创意构思与脚本撰写、拍摄设备操作与运镜技巧、灯光与场景布置、画面构图原则等拍摄知识；深入讲解剪辑软件（如剪映、Premiere）使用，包括素材剪辑、

特效添加、音频处理、字幕制作等后期技能；同时融入账号运营、流量推广等内容。通过经典案例分析与分组实战项目，让学生在实践中提升创作能力。

（7）网页设计与制作(36 学时、2 学分)

本课程聚焦培养学生独立完成网页设计与开发的实践能力，助力学生掌握从页面构思到上线部署的全流程技能。课程内容涵盖网页设计基础理论、色彩搭配与版式布局原则；深入讲解 HTML5、CSS3、JavaScript 等前端开发技术，以及 Photoshop 图像处理、Bootstrap 响应式框架应用；同时结合主流网页开发工具（如 Dreamweaver、VSCode），通过案例分析与项目实操，强化学生对网页交互功能实现、移动端适配的能力。通过课程学习，学生能独立设计制作兼具视觉美感与用户体验的网页作品，为从事 UI 设计、前端开发等岗位奠定扎实基础。

（8）管理学基础(36 学时、2 学分)

本课程让学生树立现代管理的思想观念，掌握和运用管理学的基本原理和方法，提高自身的管理素质，培养和提高学生的理论素质和实践技能，并通过实践技能训练，提高学生的实践能力、创新能力和职业能力，为学生就业打下坚实的理论基础和职业基础。

（9）数据库技术与应用(36 学时、2 学分)

本课程旨在培养学生掌握数据库系统设计、开发与管理的核心能力，帮助学生构建从数据建模到系统运维的完整知识体系。课程系统讲解数据库基本原理，包括数据模型、关系代数、SQL 语言基础；深入剖析数据库设计流程，涵盖需

求分析、概念设计、逻辑设计及物理设计；同时教授主流数据库管理系统（如 MySQL、Oracle）的安装配置、性能优化与安全管理方法。通过 ER 图绘制、数据库表结构设计、复杂 SQL 语句编写等实操训练，结合图书馆管理系统、电商订单管理系统等项目实践，强化学生运用数据库技术解决实际问题的能力。学完本课程，学生将具备独立完成中小型数据库系统设计与开发的能力，为从事数据库开发、数据管理等工作筑牢专业根基。

（10）客户关系管理(36 学时、2 学分)

本课程聚焦培养学生构建、维护和优化客户关系的专业能力，助力学生掌握客户全生命周期管理的核心方法与策略。课程系统讲解客户关系管理基础理论，涵盖客户价值分析、客户满意度与忠诚度管理；深入剖析客户关系管理系统(CRM)的功能模块、操作流程及实施要点；同时传授客户沟通技巧、投诉处理方法、精准营销策略等实用技能。通过客户信息分析、CRM 系统模拟操作、客户服务场景演练等实践环节，结合零售、金融等行业真实案例，强化学生运用客户关系管理技术解决实际问题的能力，为从事客户管理、市场营销等工作奠定坚实基础。

（11）跨境电子商务(36 学时、2 学分)

本课程致力于培养学生掌握跨境电商运营全流程技能，助力其成为适应全球数字化贸易需求的专业人才。课程系统讲解跨境电商行业趋势、国际贸易政策法规、主流平台（亚马逊、速卖通等）运营规则；深入剖析选品策略、国际物流与供应链管理、跨境支付结算流程；同时传授店铺搭建、营

销推广、客户服务及数据分析等实操方法。通过平台模拟开店、选品方案设计、营销活动策划等实战环节，结合典型企业案例分析，强化学生跨境电商业务执行与问题解决能力，为从事跨境电商运营、国际贸易等工作筑牢基础。

(12) 营销策划(36学时、2学分)

营销策划课程主要介绍了以下内容：市场研究：学习如何进行市场调研、分析竞争对手和目标消费者。策略制定：涵盖产品定位、定价、促销、渠道策略的制定。营销工具：介绍广告、公关、社交媒体等多种营销工具的运用。品牌管理：学习品牌形象塑造、品牌传播与保护的方法。执行与评估：了解营销策划的执行流程，并学习如何评估营销效果。

(三) 实践性教学环节

表四 实践教学环节设计

专业实践性教学环节	实践教学名称	开设学期	学分	学时	场地
实训	入学教育	1	1	16	学校
	毕业教育	6	1	16	学校
	国防教育	1	4	148	学校
	校内公益服务劳动实践 (值周)	2	1	14	学校
	劳动专题教育必修课(网课)	1	1	16	学校
实习	专业技能综合实训	5	8	160	企业
	毕业实践报告	5	4	80	企业
	岗位实习(1)(2)	5/6	8/14	160/280	企业

(四) 课程思政要求

商务数据分析与应用专业课程思政育人旨在培养学生的数据分析能力，同时加强德育教育，提高学生的道德水平和社会责任感。以下为专业课程的课程思政建设方向一览表：

表五 商务数据分析与应用专业课程思政建设方向一览表

序号	课程模块	课程名称	课程思政建设方向
1	专业基础课	电子商务基础	<p>1、社会责任意识培养：在电子商务法律法规教学中，增设"直播带货规范与消费者权益保护"专题，要求学生分析典型电商侵权案例，通过法律条文解读引申至对诚信经营、维护市场秩序的责任担当，引导学生树立合法合规的商业伦理观。</p> <p>2、传统文化传承创新：将非遗文化产品的电商运营案例融入选品与供应链管理教学，分析传统手工艺与现代电商营销结合的成功实践，对比国际品牌文化输出策略，激发学生传承弘扬中华优秀传统文化的使命感与创新意识。</p> <p>3、全球视野与家国情怀：在跨境电商章节引入"一带一路"沿线国家的电商合作案例，解析中国电商模式在国际市场的推广经验，对比不同国家的数字贸易规则，引导学生理解中国在全球数字经济发展的责任与贡献，培养学生的民族自豪感和全球视野下的家国情怀。</p> <p>4、乡村振兴实践引导：在农产品电商运营教学中，结合乡村振兴战略，剖析助农电商项目的运营模式与社会效益，组织学生参与虚拟助农电商项目策划，让学生在实践中体会电商助力乡村发展的重要意义，培养服务社会、助力乡村振兴的担当精神。</p>
2		市场营销基础	<p>1、社会责任与诚信营销培育：在广告策划教学中，增设“虚假广告案例剖析”专题，组织学生分析夸大宣传、误导消费者等违规广告事件，结合《广告法》解读，引导学生树立诚信营销理念，明确企业应承担的社会责任，强化合法合规的职业操守。</p> <p>2、传统文化与品牌创新融合：将老字号品牌焕新案例融入品牌管理教学，以稻香村、同仁堂等品牌升级为例，分析传统文化元素在现代品牌塑造中的应用，对比国际品牌文化本土化策略，激发学生传承中华优秀传统文化的热情，培养品牌创新意识。</p> <p>3、消费伦理与理性消费引导：在消费者行为分析章</p>

			<p>节，引入“非理性消费现象研究”，通过剖析直播冲动消费、奢侈品盲目跟风等案例，引导学生树立正确的消费观，培养理性消费意识，同时理解企业在引导健康消费中的责任。</p> <p>4、乡村振兴与公益营销实践：在市场营销策略课程中，结合乡村振兴战略，开展“农产品公益营销方案设计”实践项目，鼓励学生为乡村特色产品制定营销计划，让学生在实践中体会营销助力乡村发展的价值，增强服务社会、奉献社会的使命感。</p>
3		python 基础	<p>1、代码规范与工匠精神培育：在 Python 基础语法教学中，增设“代码规范与工程实践”专题，以 PEP8 编码风格为标准，分析优秀开源项目的代码结构，组织学生互评代码规范性。通过强调代码整洁、命名规范的重要性，引导学生树立严谨细致的工匠精神，培养对专业的敬畏之心。</p> <p>2、算法设计与创新思维激发：在数据结构与算法章节，引入“经典算法优化挑战”任务，以二分查找、冒泡排序等算法为基础，鼓励学生探索更高效的实现方式。结合中国科学家在算法领域的贡献案例，激发学生创新思维，增强科技报国的责任感和使命感。</p> <p>3、开源文化与协作精神培养：在 Python 库与框架学习中，融入开源社区文化教育，分析 NumPy、Pandas 等开源库的发展历程，引导学生参与开源项目实践。通过团队协作完成开源代码贡献，培养学生的开放共享意识和团队协作精神，理解开源文化对技术进步的推动作用。</p>
4		统计与数据分析技术	<p>1、科学精神与严谨态度培育：在数据采集与预处理教学中，增设“数据质量控制与伦理规范”专题，以虚假数据干扰决策的典型案列为切入点，讲解数据真实性、完整性的重要意义。通过强调数据清洗、校验的规范流程，引导学生树立实事求是的科学精神和严谨细致的工作态度。</p> <p>传统文化与统计思维融合：在统计方法理论教学中，引入《九章算术》等古代数学典籍中的统计思想，解析古人对数据的收集、整理与应用智慧，结合现代统计分析技术，对比古今统计思维的演变与发展，增强学生对中华优秀传统文化的认同感和文化自信，启发创新统计思维。</p> <p>2、社会责任与职业道德引导：在数据分析与可视化章节，开展“数据偏见与误导性图表”案例研讨，剖析通过不当数据处理或图表设计操纵舆论的现象，结合《统计法》等法律法规，引导学生理解数据从业者的社会责任，培养客观公正、恪守职业道</p>

		<p>德的职业素养。</p> <p>3、家国情怀与实践应用结合：在统计模型与预测技术教学中，融入国家重大战略需求相关案例，如运用数据分析助力乡村振兴、生态环境保护、公共卫生应急响应等。通过实际项目实践，让学生体会统计与数据分析技术在服务国家发展中的重要作用，激发学生的家国情怀和社会责任感。</p>
5	零售基础	<p>1、服务意识与职业精神塑造：在零售服务流程教学中，增设“客户体验与服务伦理”专题，以海底捞极致服务、胖东来暖心售后等案例为依托，深入分析优质服务背后的人文关怀与职业操守。通过情景模拟训练，引导学生树立“以客为尊”的服务理念，培养耐心细致、主动担当的职业精神。</p> <p>2、传统文化与零售创新融合：在店铺陈列与商品选品章节，引入故宫文创、敦煌联名商品等成功案例，解析传统元素在现代零售场景中的创新应用。结合老字号店铺的数字化转型实践，对比国际零售品牌本土化策略，激发学生传承传统文化的使命感，培育创新思维与跨界整合能力。</p> <p>3、绿色消费与社会责任引导：在零售业态发展教学中，开展“可持续零售模式”案例研讨，分析无印良品环保包装、盒马鲜生绿色供应链等实践，解读《环境保护法》在零售行业的具体要求。引导学生关注低碳消费趋势，树立绿色零售理念，增强企业社会责任意识。</p> <p>4、乡村振兴与零售实践赋能：在零售运营管理课程中，融入“县域商业体系建设”“直播助农”等乡村振兴相关案例，组织学生设计乡村特色产品零售方案。通过模拟实践，让学生体会零售行业在缩小城乡差距、助力共同富裕中的重要作用，激发服务社会、奉献基层的责任担当。</p>
6	网络营销	<p>1、社会责任与绿色营销引导：在网络营销发展趋势教学中，开展“绿色网络营销实践”案例研讨。以特斯拉电动汽车网络营销中对环保理念的传播、星巴克线上线下联动推广可持续消费模式为例，分析企业如何通过网络渠道倡导绿色消费、推动可持续发展。解读国家关于环境保护、资源节约等相关政策在网络营销领域的要求，引导学生关注消费者对绿色产品和服务的需求增长趋势。组织学生为绿色环保企业或项目制定网络营销策略，从产品定位、目标受众选择、传播渠道搭建等方面，强化学生的社会责任意识，树立绿色营销理念，推动网络营销行业向更加环保、可持续的方向发展。</p> <p>2、乡村振兴与网络营销实践赋能：在网络营销实战</p>

		<p>课程中，融入“乡村特色产品网络营销”项目。以各地特色农产品、手工艺品等为对象，组织学生深入乡村调研，了解产品特点、文化内涵与生产销售现状。引导学生运用所学网络营销知识，如电商平台运营、社交媒体营销、直播带货等手段，为乡村产品制定个性化的网络营销方案。通过与农户、乡村企业合作，实际参与产品推广、销售过程，让学生亲身体验网络营销在助力乡村振兴、缩小城乡数字鸿沟中的重要作用，激发学生服务社会、投身乡村建设的热情，培养学生解决实际问题的能力和社会责任感。</p>
1	专业核心课	<p>数据采集与处理</p> <p>1、科学精神与严谨态度培养：在数据采集方法教学中，增设“数据误差分析与规避”专题。以科研领域因数据采集误差导致研究成果失效、经济领域因样本偏差造成市场分析错误等案例为依托，深入讲解数据采集过程中随机误差、系统误差产生的原因及危害。通过实际操作训练，要求学生严格按照规范流程设计采样方案、选择采集工具，培养学生精益求精、实事求是的科学精神，强化严谨细致的工作态度。</p> <p>2、职业道德与数据伦理引导：在数据处理伦理教学中，开展“数据泄露与滥用案例剖析”活动。以Facebook用户数据泄露、医疗数据非法交易等典型事件为切入点，结合《数据安全法》《个人信息保护法》等法律法规，引导学生分析数据处理过程中违背伦理道德和法律规范的行为及其后果。组织学生制定数据处理伦理准则，模拟企业数据处理场景进行合规性审查，培养学生恪守职业道德、保护数据安全的责任意识。</p> <p>3、创新思维与技术报国情怀激发：在数据处理技术教学中，引入我国自主研发的数据采集与处理技术成果案例，如北斗卫星导航系统的数据采集应用、国产大数据处理平台的创新突破等。对比国际先进技术，分析我国在数据领域的优势与差距，鼓励学生探索数据采集与处理新技术、新方法。通过小组合作完成创新性数据处理项目，激发学生的创新思维和科技报国情怀，增强民族自豪感与使命感。</p> <p>4、社会责任与数据应用价值传递：在数据应用实践教学中，融入“数据助力社会发展”主题项目。以疫情期间大数据追踪流调、智慧城市建设中的数据整合应用等为例，引导学生认识数据采集与处理在公共服务、社会治理等领域的重要价值。组织学生围绕乡村振兴、生态保护等社会议题，开展数据采集与分析实践，为解决实际问题提供数据支持，培</p>

			培养学生关注社会需求、服务社会发展的责任感。
2	数据可视化		<p>1、文化自信与视觉表达创新：在数据可视化设计原则教学中，增设“传统文化元素在数据可视化中的应用”专题。以敦煌壁画色彩体系、青铜器纹样、榫卯结构等传统美学元素为例，分析如何将其融入图表设计、信息图创作中，赋予数据可视化作品文化内涵。通过对比国际优秀数据可视化案例，引导学生挖掘中华优秀传统文化资源，开展“传统文化主题数据可视化创作”实践，激发学生对传统文化的认同感，培养文化创新表达能力与文化自信。</p> <p>2、职业责任与信息真实性传递：在可视化工具与技术教学中，开展“误导性可视化案例研讨”活动。以通过不当图表比例设置、色彩误导、数据选择性呈现等手段扭曲信息的案例为素材，结合新闻报道、商业宣传中的实际情况，引导学生分析数据可视化过程中可能出现的信息失真风险。组织学生制定数据可视化信息真实性准则，模拟企业数据报告制作场景进行合规审查，培养学生客观呈现数据、对信息传播负责的职业素养，强化严谨求实的工作态度。</p> <p>3、创新思维与技术服务社会：在高级可视化应用教学中，引入“数据可视化助力社会治理”典型案例。如利用三维地图可视化展示城市交通拥堵状况，通过动态图表分析公共卫生事件传播趋势等，让学生了解数据可视化在智慧城市、应急管理等领域的重要作用。鼓励学生结合社会热点问题，运用新技术（如 AR/VR 可视化、交互式大屏展示）开展创新性数据可视化项目设计，激发学生用技术服务社会的责任感与创新思维，培养解决实际问题的能力。</p>
3	BI 高级应用		<p>1、传统文化与商业智慧融合：在 BI 战略决策分析教学中，引入《孙子兵法》“知己知彼，百战不殆”“因敌变化而取胜者，谓之神”等军事谋略思想，结合海尔集团通过 BI 系统实现供应链动态优化、华为借助数据洞察制定全球化市场策略等案例，剖析传统商业智慧与现代 BI 技术结合的应用逻辑。组织学生以老字号企业数字化转型为背景，运用 BI 工具制定商业决策方案，激发学生对中华优秀传统文化的探索热情，培养将传统文化智慧转化为现代商业实践的创新能力。</p> <p>2、创新驱动与科技报国情怀激发：在 BI 前沿技术应用教学中，展示我国自主研发的 BI 平台（如帆软 FineBI、永洪 BI）在性能优化、功能创新方面取得的突破，对比国际知名 BI 工具，分析我国在商业智</p>

			能领域的技术优势与发展潜力。结合“东数西算”工程中 BI 技术在数据资源调度与分析的应用案例，鼓励学生参与开源 BI 项目开发、探索 BI 技术新应用场景，引导学生树立科技强国信念，激发以技术创新服务国家战略的使命感。
4		供应链数据分析	<p>1、科学精神与严谨态度培育：在供应链数据采集与清洗教学中，通过物流信息误差导致库存积压、订单数据错误引发供应失衡等案例，强调数据准确性对供应链高效运作的重要性，培养学生严谨细致、求真务实的科学态度。</p> <p>2、文化自信与智慧传承融合：在供应链优化决策教学中，引入古代丝绸之路贸易路线规划智慧，结合现代数据分析技术优化供应链网络的案例，引导学生从传统文化中汲取经验，增强文化自信与创新应用能力。</p> <p>3、社会责任与绿色发展引导：在供应链绩效分析教学中，以企业碳排放数据监测与优化、循环包装使用数据分析等案例，融入绿色供应链理念，培养学生关注环境保护、践行社会责任的意识。</p> <p>4、创新驱动与家国情怀激发：在供应链智能预测教学中，展示我国自主研发的供应链数据分析平台助力制造业升级案例，结合“双循环”发展格局，激发学生用技术创新服务国家经济建设的使命感。</p>
5		运营数据分析	<p>1、数据伦理与责任担当培养：在数据采集与处理教学中，以用户数据泄露、虚假数据美化业绩等案例，结合《个人信息保护法》讲解，强调数据真实性和隐私保护的重要性，培养学生恪守数据伦理、对数据负责的职业担当。</p> <p>2、传统文化与创新思维激发：在运营策略分析教学中，引入《管子·轻重》中经济调控智慧，结合现代电商平台通过数据分析优化运营策略的案例，引导学生从传统文化汲取养分，培养古为今用、创新运营思路的能力。</p> <p>3、服务意识与社会价值引导：在运营效果评估教学中，以数据分析助力社区团购惠民、政务平台优化服务流程等案例，引导学生关注数据分析在服务民生、推动社会发展中的作用，增强服务社会、创造价值的意识。</p> <p>4、团队协作与攻坚克难精神塑造：在大型运营数据分析项目实践中，通过模拟多部门协同分析场景，让学生体会团队协作在数据驱动决策中的关键作用，培养面对复杂数据难题时的协作精神与攻坚克难意志。</p>

6		客户数据分析	<p>1、数据安全与职业道德强化：在客户数据采集教学中，以知名企业客户数据泄露事件为警示，结合《网络安全法》解读，强调客户隐私保护的重要性，培养学生严守数据安全底线、恪守职业道德的意识。</p> <p>2、传统文化与服务理念融合：在客户需求分析教学中，引入“以客为尊”“童叟无欺”等传统商业智慧，结合现代企业通过数据分析精准满足客户需求的案例，引导学生传承优秀商业文化，树立优质服务意识。</p> <p>3、社会责任与精准营销引导：在客户画像构建教学中，剖析大数据杀熟、过度营销等不良现象，结合消费者权益保护知识，引导学生利用数据分析开展负责任的精准营销，增强社会责任感。</p> <p>4、创新意识与服务升级驱动：在客户数据分析成果应用教学中，展示企业借助数据分析实现客户服务创新的成功实践，鼓励学生探索客户数据分析的新方法、新应用，培养创新服务模式、推动行业发展的使命感。</p>
---	--	--------	--

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排表

表六 商务数据分析与应用专业教学进程安排表

课程性质	课程属性	序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	计划学时			周学时						考核方式	主要教学场所	开课学院	是否课证融合	备注
							总学时	理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年						
										1	2	3	4	5	6					
公共课	公共必修课	1	MY20039	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	3	54	36	18		2+1					考试	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		2	MY20041	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	2	36	18	18		1+1					考试	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		3	MY20040	思想道德与法治	B	3	54	36	18	2+1						考试	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		4	GJ24001	综合英语 II (1)	B	2	28	14	14	1+1						考试	多媒体教室	国际教育学院	是	

		5	GJ24002	综合英语 II (2)	B	2	28	14	14		1+1					考试	多媒体教室	国际教育学院	是	
		6	XX200106	信息技术	B	4	56	28	28	2+2						考试	实训室	信息工程学院	是	
		7	WL20434	体育与健康 (1)	C	2	28		28	2						考试	体育场	文化旅游学院	否	
		8	WL20435	体育与健康 (2)	C	2	36		36		2					考试	体育场	文化旅游学院	否	
		9	WL20436	体育与健康 (3)	C	2	36		36			2				考试	体育场	文化旅游学院	否	
		10	WL20437	体育与健康 (4)	C	2	36		36				2			考试	体育场	文化旅游学院	否	
		11	CY20001	职业规划与就业指导	B	2	32	14	18	1+1						考试	多媒体教室	学生处	否	
		12	CY20002	创业基础	B	2	36	18	18		1+1					考试	多媒体教室	学生处	否	
		13	MY20003	心理健康教育	B	2	36	18	18		1+1					考试	多媒体教室	学生处	否	

		14	MY20004	形势与政策(上)	A	1	48	48	0	1/3/5 学期 8 课时, 集中授课					考查	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		15	MY20005	形势与政策(下)						2/4/6 学期 8 课时, 集中授课					考查	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		16	WL20550	美育	B	2	36	34	2			2			考查	多媒体教室	文化旅游学院	否	
		17	JW20012	大学生安全教育	B	1	60	30	30	每学期 10 课时					考查	多媒体教室	安保处	否	
		18	MY20042	国家安全教育	B	1	16	8	8	1+1					考查	网课	马克思主义学院	否	
		19	JW20010	国防教育	B	4	148	36	11 2	3 周					考试	户外场地	学生处	否	
		20	JW20017	校内公益服务劳动实践(值周)	C	1	14		14	1 周					考试	学校	教务处、学生处	否	
		21	JW20011	劳动专题教育必修课(线上线下融合)	B	1	16	8	8	1					考试	网课	教务处	否	

		小计				41	834	360	474	17	16	4	2						
公共选修课	22	WL20260	中华优秀传统文化	B	2	36	18	18		2					考查	多媒体教室	文化旅游学院	否	二选一
	23	WL20521	经济法	B	2	36	18	18		2					考查	线上	教务处	否	
	24	TS200501	人工智能基础	A	2	36	18	18			1+1				考查	网课	教务处	否	二选一
	25	TS200013	新媒体环境下的品牌策划	B	2	36	18	18			1+1				考查	线上	教务处	否	
	小计				4	72	36	36	0	2	2	0	0	0					
专业课	专业基础课	26	DS20015	电子商务基础	B	2	28	14	14	1+1					考试	实训室	电子商务学院	否	
		27	LT20063	市场营销基础	B	2	28	14	14	1+1					考试	实训室	商贸流通学院	否	
		28	DS20087	python 基础	B	4	72	36	36		2+2				考试	实训室	电子商务学院	否	
		29	DS20057	统计与数据分析技术	B	4	72	36	36			2+2			考试	实训室	电子商务学院	否	
		30	DS20033	零售基础	B	4	72	36	36				2+2		考查	实训室	电子商务	否	

																	学院		
	31	DS20069	网络营销	B	4	72	36	36				2+2			考查	实训室	电子商务学院	否	
	小计				20	344	17 2	17 2	4	4	4	8	0	0					
专业核心课	32	DS20008	数据采集与处理	B	4	56	28	28	2+2						考试	实训室	电子商务学院	否	
	33	DS20052	数据可视化	B	4	72	36	36		2+2					考试	实训室	电子商务学院	否	
	34	DS20008	BI 高级应用	B	4	72	36	36			2+2				考试	实训室	电子商务学院	否	
	35	DS20013	供应链数据分析	B	4	72	36	36				2+2			考证	实训室	电子商务学院	否	校企合作置换
	36	DS20042	运营数据分析	B	4	72	36	36				2+2			考试	实训室	电子商务学院	是	
	37	DS20059	客户数据分析	B	2	36	18	18				1+1			考查	实训室	电子商务学院	否	校企合作置换
	小计				22	380	19 0	19 0	4	4	4	10	0	0					

专业拓展课	38	DS20003 2	图形图像处理	B	4	56	28	28	2+2						考查	实训室	电子商务学院	否	二选一
	39	DS20054	搜索引擎优化	B	4	56	28	28	2+2						考查	实训室	电子商务学院	否	
	40	DS20009 4	直播运营	B	4	72	36	36			2+2				考查	实训室	电子商务学院	否	二选一
	41	LT20005	市场调研与分析	B	4	72	36	36			2+2				考查	实训室	电子商务学院	否	
	42	TS20428	办公软件高级应用	B	4	72	36	36			2+2				考查	实训室	信息工程学院	否	二选一
	43	DS20009	短视频拍摄制作	B	4	72	36	36			2+2				考查	实训室	电子商务学院	否	
	44	DS20072	网页设计与制作	B	2	36	18	18			1+1				考查	多媒体教室	电子商务学院	否	二选一
	45	DS20020	管理学基础	B	2	36	18	18			1+1				考查	多媒体教室	电子商务学院	否	
46	XX20016	数据库技术与应用	B	2	36	18	18					1+1		考查	多媒体教室	信息工程学院	否	二选一	

		47	DS20030	客户关系管理	B	2	36	18	18				1+1			考查	多媒体教室	电子商务学院	否		
		48	DS20034	跨境电子商务	B	2	36	18	18				1+1			考查	实训室	电子商务学院	否	二选一	
		49	LT20065	营销策划	B	2	36	18	18				1+1			考查	多媒体教室	商贸流通学院	否		
		小计					18	308	154	154	4	0	10	6	0	0					
	综合实践	50	JW20023	入学教育	C	1	16		16	1周							过程性考核	校内	电子商务学院	否	与军训同时开展,不用总周数
		51	JW20024	毕业教育	C	1	16		16					1周	过程性考核	企业实训基地	电子商务学院	否			
		52	JW20013	专业技能综合实训	C	8	160		160					8周	过程性考核	企业实训基地	电子商务学院	否			
		53	JW20014	岗位实习(1)	C	10	200		200					10周	过程性考核	企业实训基地	电子商务学院	否			

		54	JW20015	毕业实践报告	C	4	80		80					4周	过程性考核	企业及学校	电子商务学院	否		
		55	JW20016	岗位实习(2)	C	14	280		280					14周	过程性考核	企业实训基地	电子商务学院	否		
		小计				38	752	0	752					18周	18周					
总学分、总学时合计						143	2690	912	1778	29	26	24	26	18周	18周					

注:

- 1、课程代码: 以教学管理系统中的代码为准。
- 2、课程类型: 填 A 类 (纯理论)、B 类 (理论+实践)、C 类 (实践)。
- 3、学分: 每 16-18 学时为 1 学分计, 课程学时数以 16-18 学时的整数倍或 0.5 倍数确定。以周为单位的实践必修课, 按每 1 学分 30 学时计算。
- 4、主要教学场所: 指多媒体教室、普通教室、实训室名称、校外实训基地等。
- 5、每学期 20 周, 其中第一学期三周集中军训。选修课可设限定选修课。
- 6、素质拓展需修满 10 分方可毕业, 具体实施工作由学生处负责。

(二) 各类课程学时分配

表七 商务数据分析与应用专业理论教学与实践教学学时比例表

项目		学时数	占总学时的比例	备注
理论教学学时数		912	33.90%	
实践教学学时数	课内实践教学学时数	1058	66.09%	
	职业综合技能训练	160		
	岗位实习	480		
	毕业实践/设计报告	80		
	合计	1778		
总学时		2690	100%	

表八 商务数据分析与应用专业学时表

课程类别	课程模块	课程门数	学时数	所占比例
必修	公共基础课	21	834	31.00%
	专业基础课	6	344	12.79%
	专业核心课	6	380	14.13%
	综合实践课	6	752	27.96%
选修	专业拓展课	6	308	11.45%
	公共基础选修课	2	72	2.68%
合计		47	2690	100.00%

表九 商务数据分析与应用专业公共基础课程学时表

课程类别	课程模块	课程门数	学时数	所占比例
公共基础课	公共基础必修课	21	838	31.15%
	公共基础选修课	4	72	2.67%
合计占总学时				33.82%

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（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

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25 : 1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职称、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（学科）教研机制。

2. 专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外批发业、零售业、互联网和相关服务、软件和信息技术服务业、商务服务业等行业、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

具有高校教师资格；原则上具有计算机科学技术、管理

科学与工程、统计学、应用统计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

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应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。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）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. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实验、实训场所基本要求

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展采集与处理、销售数据分析、产品数据分析、市场数据分析、供应链数据分析、用户数据分析、运营管理数据分析、数据结果呈现等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

（1）数据采集与处理实训室

配备服务器、交换机、计算机、投影设备、办公软件、爬虫软件、ETL 工具、数据采集与处理实训系统等设备设施，用于 Python 基础、零售基础、市场营销、数据采集与处理等实训教学。

（2）数据分析实训室

配备服务器、交换机、计算机、投影设备、办公软件、爬虫软件、ETL 工具、数据分析工具、数据分析实训系统等设备设施，用于数据分析技术、销售数据分析、市场数据分析、产品数据分析、客户数据分析、供应链数据分析、运营管理数据分析等实训教学。

（3）数据可视化实训室

配备服务器、交换机、计算机、投影设备、办公软件、ETL 工具、数据可视化软件、数据可视化实训系统等设备设施，用于数据可视化等实训教学。

3. 实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供数据采集工程师、数据处理工程师、数据分析师、运营数据分析师、产品数据分析师、客户数据分析师、供应链数据分析师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规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

（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. 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：行业法规政策资料，有关商务数据分析的技术、标准、方法，常用工具使用，操作规范以及相关案例类图书等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配备基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，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

要以工学结合、校企合作为纲，精心设计、力求创新。着力培养学生的电子商务意识，让学生深刻体会移动商务在企业中的应用形式和给企业带来的效益。采用任务导向课程教学，教学过程应“教-学-做”一体；以学生为主，教师为辅。加强线上线下混合教学模式的应用，鼓励启发式和案例式教学、自主性学习和研究性学习的新模式。个别课程开展“双师课堂”。重视第二课堂的作用，为学生提供课程实训指导，以增强学生对知识与技能的应用能力。

（五）学习评价

着眼于科学全面地评价学生的综合素质，强化实践能力、应用能力的考核，发挥考核评价促进教法和学法改进的作用。学生评价从专业知识、专业技能、职业素质、团队合作、过程表现等多方面进行，评价方式呈多元化，有期末考

试、教学过程考核、实训操作考核、职业技能大赛、职业资格鉴定考核等评价、评定方式。任课教师可根据学生实际情况，根据课程特点灵活运用笔试、机试、线上考试、作品评价、撰写课程报告、提交项目策划书等考核形式，较好地反映学生的综合知识和技能水平。注重对教师教学过程的质量监控，注重对教师教学过程的质量监控，建立了学生评教、督导评教和同行评教、教研室评教和教务部门评教的多元化的教学质量评价体系。

（六）质量管理

1. 学校和二级院系应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。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. 学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

4. 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

(一) 学时要求

本专业总学时 2690，其中包含：教学计划要求的必修课学时 2310，选修课学时 380。

(二) 学分要求

本专业总学分 143，其中包含：教学计划要求的必修课学分 121，选修课学分 22。

表九 证书与学历专业（课程）之间的转换规则表

赛事/证书名称	获奖登记/ 证书等级	颁证机构	可替代课程名称	课程学 分
安徽省职业技能大赛 高职组电子商务数据 分析赛项	三等奖及 以上	安徽省教育厅	BI 高级应用	4
1+X《电商数据分析》 证书	中级	北京博导前程股份有限 公司	运营数据分析	4

(三) 证书要求

表十 商务数据分析与应用专业各资格证书一览表

序号	考核项目	等级要求	考核发证部门	考核学期	类型	
					必考	鼓励
1	大学英语	B 级及以上	教育部	不限	✓	
2	安徽省计算机 等级考试	一级	安徽省教育厅	不限	✓	
3	1+X《电商数据 分析》证书	中级	博导前程股份 公司	不限	✓	

十、方案编制人员信息表

表十一 商务数据分析与应用专业人才培养方案编制人员信息表

二级学院	电子商务学院	教研室	直播电商教研室	教研室主任	王珊珊	专业带头人	王珊珊
参与人员	编制者	姓名	职务	职称	工作单位	职责分工	备注
	学院教师	王珊珊	教研室主任	副教授	安徽国际商务职业学院	调研、修订报告	修订主持人、主执笔人
		方刚	教务处副处长	教授	安徽国际商务职业学院	调研、修订报告	执笔人
	行业企业专家	闻文			声浪科技有限公司	校企合作	参与者
		杨丽			晓庄科技有限公司	校企合作	参与者
		水章超		总经理	唯品客有限公司	校企合作	参与者
		赵强		运营总监	宝湾国际	校企合作	参与者
	高校同行	曹亚宝			安徽商贸职业技术学院	修订报告	参与者
		杜淑琳			安徽职业技术学院	修订报告	参与者

十一、附录

安徽国际商务职业学院专业人才培养方案变更申请表

学院：_____

填表日期：_____年____月____日

专业名称		年 级	
更改前后信息对照			
更 改 前		更 改 后	
课程名称		课程名称	
开课学期		开课学期	
开课学院		开课学院	
学 分		学 分	
周课时		周课时	
总课时		总课时	
考核方式		考核方式	
更改原因			
教研室 主任 审批意见		学院领导 审批意见	
教务处处长 审批意见		分管校领导 审批意见	