

# 安徽国际商务职业学院

## 电子商务专业人才培养方案（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
姚盼盼	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：财经商贸大类 53

专业类及代码：电子商务类 5307

专业名称：电子商务

专业代码：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

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）	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
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

## （二）主要岗位（群）描述

表二 电子商务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	客户服务类	电商客服专员	了解客服与客户沟通注意事项，沟通的技巧与原则，学会如何利用交流工具、快捷语以及合理组织语言与客户有效沟通； 掌握转化率、客单价提升的技巧； 了解订单各个状态，掌握各大快递特点，能够查询快递单解决客服遇到的快递方面简单问题。 掌握在线或电话受理售后问题的方法与技巧；掌握售后诉求处理方法与技巧；会回复好评、中评、差评、恶意差评；了解各大平台的投诉原因及处理流程，掌握处理技巧。	智能客服
2	美工设计类	视觉设计师	能够独立完成产品图片的处理，能够在指导下完成产品详情页的排版、描述、美化，在指导下完成网络店铺装修。	美工基础 视觉营销设计 网页设计与制作
3	运营管理类	电商运营主管	负责网店日常运营，提高店铺点击率及日常运营管理工作，完成店铺销售目标；负责店铺促销活动策划；通过对相关数据的监控和分析，对店铺及时做出调整；有效协调美工、数据、客服等人员以顺利有效完成工作。	网络营销 网店运营推广 数据化运营

4	运营管理类	短视频运营主管	能够制定标准的 SOP 工作流程； 能够独立负责短视频运营的各个环节； 擅长通过数据，发现问题并能提出解决方案； 对运营的账号，能够规划出清晰的商业变现能力。	短视频运营
5		直播运营主管	能够根据店铺产品要求搭建直播场景，掌握商品短视频拍摄和剪辑的技能、技巧；展现自己最好的形象气质和良好的语言表达沟通能力，可以策划正常直播，设计直播脚本；能够运用直播平台进行直播展示，实现直播带货的目的；能够打造自己的直播账号，掌握吸粉和涨粉的技能、技巧。	直播运营

### (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	教育部
2	高校计算机应用能力一级证书	安徽省教育厅
3	1+X 网店运营推广证书（中级）	北京鸿科经纬科技有限公司
4	1+X 商务数据分析（中级）	博导前程股份公司
5	1+X 直播电商证书（中级）	南京奥派信息产业股份公司
6	1+X 农产品电商运营证书（中级）	北京博导前程信息技术股份有限公司
7	助理电子商务师	人社部
8	助理网络营销师	人社部
9	电子商务运营专才	安徽省人力资源和社会保障厅
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	1+X 网店运营推广证书（中级）	北京鸿科经纬科技有限公司
2	1+X 直播电商证书（中级）	南京奥派信息产业股份公司
3	电子商务师国家职业标准	安徽省人力资源和社会保障厅

4	助理电子商务师	人社部
5	助理网络营销师	人社部
6	电子商务运营专才	安徽省人力资源和社会保障厅

## 五、培养目标及规格

### （一）培养目标

本专业以服务安徽区域经济发展、面向企业用人需求为导向，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）以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，坚定拥护党领导与中国特色社会主义制度，践行核心价值观，心怀爱国情与民族自豪感。

（2）熟悉与本专业对应职业活动相关的国家法律、行

业规定，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) 尊崇宪法、遵纪守法、品德高尚、诚实守信，尊重生命、热爱劳动，积极参与社会活动，遵循道德规范。

(4) 具备良好沟通表达、团队协作能力，拥有自我管理与职业生涯规划意识，践行劳动精神与工匠精神。

## **2. 智**

(1) 掌握思想政治、科学文化、中华优秀传统文化等基础知识，以及零售管理、市场营销等专业基础理论知识。

(2) 熟悉专业相关法律法规，以及环保、安全消防知识，掌握计算机、网络技术、电子商务基础理论及创新创业知识。

(3) 学会互联网资料查询、调研及撰写报告，掌握市场分析、营销策划方法，具备商品拍摄、图像处理及内容编辑能力。

(4) 精通网店客服、美工、运营推广、数据分析专项知识，熟悉主流电商平台运营规则与推广方式。

(5) 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，各类跨境电子商务平台和新媒体营销运营的基本方法。

## **3. 体**

(1) 掌握体育运动知识与至少一项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准。

(2) 养成良好运动、卫生和行为习惯，具备心理调适能力，保持健康心理状态。

(3) 解运动与健康关系，能合理安排运动计划，具备团队运动协作能力。

(4) 借助运动塑造坚韧意志，运用运动知识预防和缓解身体疲劳与损伤，积极参与体育活动。

#### 4. 美

(1) 掌握美育知识，具备文化修养与审美能力，形成至少一项艺术特长或爱好。

(2) 能够欣赏鉴别自然美、艺术美、社会美，在专业实践中发现美、创造美。

(3) 理解不同艺术形式特点与文化内涵，具备良好审美情趣，展现优雅气质。

(4) 运用美学原理优化产品、服务，通过艺术体验培养情感表达与共鸣能力。

#### 5. 劳

(1) 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。

(2) 将劳动知识技能运用到电商运营等专业实践中，吃苦耐劳，勇于承担任务。

(3) 在劳动中注重质量效率，培养工匠精神，实现自我价值，提升职业成就感。

(4) 具备团队劳动协作能力，不断学习提升劳动技能，创新劳动方式，推动行业进步。

### 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》《劳动教育》《国防教育》《美育》《大学生安全教育》《国家安全教育》共 15 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。

### （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）（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(28/36 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；《校内公益服务劳动实践》，14 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）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

本专业开设《人工智能基础》《网络创业理论与实践》《中华优秀传统文化》《国学经典》共计4门公共基础选修课程。

### (1) 人工智能基础(36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) 网络创业理论与实践(36学时、2学分)

本课程从网上创业基础切入，从开店准备、货源管理、商品及店铺管理、网店推广、网站优化和无线运营方面，给予理论普及与实操指导，以详实的案例解析、丰富的实践经

验来引导大学生开启真实的电商创业之旅，有效避免网络创业的陷阱。

### （3）中华优秀传统文化(36 学时、2 学分)

本课程以传承与弘扬中华优秀传统文化为核心，从源远流长的中华文明脉络切入，深入讲解传统哲学思想、民俗风情、艺术瑰宝、伦理道德等领域知识。通过经典文本解读、文化遗址剖析、非遗技艺体验等多元教学方式，将理论知识与实践感悟相结合。以生动的历史故事、鲜活的文化案例，带领学生领略传统文化的深邃魅力，引导学生汲取传统文化智慧，增强文化自信，提升人文素养，助力学生在现代社会中更好地传承与创新中华优秀传统文化，避免文化认知的误区。

### （4）国学经典(36 学时、2 学分)

本课程聚焦国学经典的深厚底蕴，从先秦诸子百家著作出发，系统梳理经、史、子、集各类国学典籍。课程围绕经典文本精读、文化内涵解析、古今思想对话展开，结合丰富的学术研究成果与教学实践经验，以深入浅出的讲解方式，剖析经典中的哲学思辨、文学艺术、历史智慧与修身之道。通过经典诵读、学术研讨、情境模拟等教学活动，引导学生走进国学经典的世界，培养学生对国学经典的理解与感悟能力，提升文化底蕴与精神境界，为学生打开一扇探索中华文明智慧宝库的大门，规避对国学经典片面解读的问题。

## （二）专业（技能）课程

### 1. 专业基础课

#### （1）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。

## （2）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，建立起电子商务的基本思维框架，同时树立

起电商从业者正确的人生观、价值观，电商从业者的爱国意识、自我保护意识，培养电商从业者的从业热情。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，学会在电商活动中严格遵守相关法律法规，并利用法律制度进行自我保护；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。

### （3）管理学基础 II（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。

### （4）商务数据分析（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。

#### （5）电子商务法律法规（36学时、2学分）

课程目标：《电子商务法律法规》采用“理论+实践”模式，为培养应用型人才进行有益的探索。培养学生分析问题与解决问题的能力、职业道德素养及可持续发展能力，为电子商务专业学生的顺利就业打下基础。

主要内容：包括电子商务法概述、电子商务主体认定的法律制度、数据电文电子签名与认证法律制度、电子合同法律制度、知识产权保护法律制度、消费者权益与隐私权保护法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度。每单元都配有引导性案例、学习目标、自测题、实训题与小组任务。教学过程中力求达到理论与实践相结合，教与学互动，引导学生主动思考，强化学生对电子商务法知识的掌握与运用。

#### （6）零售基础（28学时、2学分）

课程主要介绍新零售与传统零售模式比较、驱动新零售发展的四大因素、新零售商业模式方面的内容，为从事新零售模式研究、新零售业营销奠定理论、实践基础。

## 2. 专业核心课

#### （1）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）网店运营（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，学生可掌握以淘宝为主要平台，兼顾天猫、京东、拼多多等多个电子商务平台的基本操作和运营技巧，尤其掌握相关平台规则，学会遵守相关法律法规和平台制度。包括活动策划、在线宣传推广、活动策划、品牌定位包装及日常运营；根据网站营销数据进行深入

分析，对每个产品运营情况进行评估，提炼卖点，指导美工进行页面优化，提升搜索量，促进销量等。

主要内容：市场调研与商家规划；店铺申请、初始化及平台规则；淘系网店推广；店铺活动与促销；淘系客服与物流；行业分析与店铺运营效果分析；移动网店运营；跨境电商网店运营。

教学要求：熟练掌握各电商平台运营规则，学生应能通过百科类网站全面认识某类商品和行业；通过百度指数、阿里指数、谷歌趋势或生意参谋了解该行业市场发展趋势，测算市场容量、细分行业趋势和容量；能对自身店铺进行人员规划，岗位分工；能对自身店铺产品进行分类和定价；掌握店铺基本设置、子账号设置、运费模板设置、发布宝贝；掌握商品拍摄和网店装修；掌握标题优化和商品描述；了解客服工作的分类、基本要求和 workflows；熟悉淘系物流工作的主要任务和事项；掌握微店运营中的关键点；了解跨境电商平台及交易流程。

### （3）视觉营销设计（72学时、4学分）

课程目标：通过网店美工课程的学习，培养学生电商平台美工岗位的设计理念和创新思维。掌握高超的图片处理技能，使学生能够在网店美工岗位上完成 logo 设计、轮播海报设计、商品主图设计、商品详情页设计，PC 端、移动端、跨境端的店铺装修。在掌握 photoshop 软件使用的基础上，胜任不同类型电商店铺的视觉营销、网店美工岗位。

主要内容：视觉营销基本概念，色彩搭配原理；选区工具的使用，商品与图片背景的分离；裁剪工具的使用，根据

不同电商平台的要求完成商品图片的裁剪；瑕疵修复工具组的使用，图片瑕疵水印的修复；形状工具、文字工具的使用，海报、logo 的基本设计。店铺活动海报设计；商品主图设计与商品详情页设计；PC 端店铺装修技巧；移动端电商电商店铺装修技巧；跨境端电商店铺装修技巧；视觉营销效果评价与效果控制。

教学要求：掌握掌握图片处理软件的基本操作；掌握 photoshop 中的选区工具；掌握裁剪与切片工具，能够将商品图片进行合理裁剪或切片；掌握各类瑕疵修复工具，能够将商品图片上的瑕疵或水印修复；掌握文字工具的使用、了解海报文字的基本设计方法；掌握形状工具、了解形状工具在 logo 设计中的基本思路。理解电商店铺装修的常用名词；掌握店铺海报的设计思路、商品与文案的不同布局方式，可以针对不同商品特点完成布局；掌握商品主图的裁剪与设计、商品详情页的基本组成要素，可以针对不同商品与不同平台完成商品设计；了解网店 logo 的设计思路；掌握对店铺视觉营销效果进行数据化评价与控制的方法，从而促进点击，提高转化。

#### （4）互联网产品开发（72 学时、4 学分）

互联网产品开发课程专注于培养学生从需求分析到产品上线全流程的能力。课程涵盖产品概述、开发流程、运营与营销、以及创新与发展趋势等关键内容。学生将通过实战演练、团队协作和专家授课，快速掌握互联网产品开发的核心技能，为未来的职业发展奠定坚实基础。

该课程旨在培养学生在互联网产品开发和管理方面的

能力，帮助他们熟悉产品开发流程，掌握产品设计和开发技术，以及运营和营销策略。

主要内容：互联网产品概述，明确互联网产品的定义和范围，包括软件、硬件、平台和应用等；设计与开发考虑因素：强调用户体验、市场需求和技术实现等方面的重要性；互联网产品开发流程，学习如何进行市场调研、用户调研和竞品分析，确定产品需求和定位；学习如何进行产品测试和上线发布，确保产品的质量和用户体验；互联网产品运营与营销；用户数据分析：学习如何收集和分析用户数据，了解用户行为和需求，以便针对性地改进产品；推广与营销：掌握社交媒体、SEO 等手段进行产品推广和市场营销的技巧。

#### （5）社群营销（72 学时、4 学分）

通过本课程的学习，使学生全面了解社群营销的产生和发展，掌握其构成、价值、模式和评估，引导学生全面认识社群及社群营销并能够从无到有建设社群、从小到大运营社群、由弱到强地构建社群运营团队，实现社群商业变现。本课程的先修课程是电子商务实务、市场营销、后续课程为网络营销综合实训等。

#### （6）零售门店 O2O 运营（72 学时、4 学分）

本课程培养学生零售门店运作管理的能力，通过学习使学生熟悉企业门店运营管理各岗位的工作内容、职责和要求，掌管理货、收银、盘点等技能，初步具备门店经营定位、商品布局确定、商品购买、商品促销等经营管理才能，培养提高学生的职业素养、方法技能和自主创业的能力。

### 3. 专业拓展课

### （1）图形图像处理（56 学时、4 学分）

课程目标：通过网店美工课程的学习，培养学生电商平台美工岗位的设计理念和创新思维。掌握高超的图片处理技能，使学生能够在网店美工岗位上完成 logo 设计、轮播海报设计、商品主图设计、商品详情页设计，PC 端、移动端、跨境端的店铺装修。在掌握 photoshop 软件使用的基础上，胜任不同类型电商店铺的视觉营销、网店美工岗位。

主要内容：店招、店标、logo 设计；店铺活动海报设计；商品主图设计与商品详情页设计；PC 端店铺装修技巧；移动端电商店铺装修技巧；跨境端电商店铺装修技巧；视觉营销效果评价与效果控制。

教学要求：理解电商店铺装修的常用名词；掌握店铺海报的设计思路、商品与文案的不同布局方式，可以针对不同商品特点完成布局；掌握商品主图的裁剪与设计、商品详情页的基本组成要素，可以针对不同商品与不同平台完成商品设计；了解网店 logo 的设计思路；掌握对店铺视觉营销效果进行数据化评价与控制的方法，从而促进点击，提高转化。

### （2）电商物流（56 学时、4 学分）

本课程使学生熟练地、系统地掌握现代物流管理基础知识、基本理论，掌握现代物流管理相关方法和技能，并能理论联系实际，培养学生的分析问题、判断问题和解决问题的能力，为以后从事电子商务工作打好基础。

### （3）移动商务基础（36 学时、2 学分）

课程目标：本课程在电子商务专业的人才培养中突出移动互联网时代的到来给电子商务带来的新的变化和契机，让

学生能与时俱进的将电子商务的商业模式运用到移动商务活动中，重在探讨和研究移动电子商务的应用。同时为今后走上实际工作岗位，为企业提供好的移动商务解决方案起到很好的实践应用作用。

主要内容：移动电子商务的概念与特点；移动电子商务的技术支撑与它的社会作用；移动电子商务的应用；移动组网技术；移动通信发展；无线 Internet 无线应用协议；移动电子商务应用的内涵和本质特征；移动电子商务应用模式的特征和类型；移动电子商务运营模式；移动电子商务产业价值链的概念、生成和演进；移动电子支付概念；手机银行业务；移动电子支付的几种运营模式；移动短信服务、定位服务、搜索服务、应急服务；移动数据通信服务；移动电子商务交易相关服务；移动电子商务的市场目标与定位；移动电子商务的 4P 策略；移动电子商务的 4C 策略。

教学要求：了解移动电子商务的概念与特点；掌握移动电子商务的技术支撑与它的社会作用；了解我国移动电子商务的应用；熟悉移动组网技术；了解移动通信发展；了解无线 Internet 无线应用协议；了解移动电子商务应用的内涵和本质特征；熟悉移动电子商务应用模式的特征和类型；掌握移动电子商务运营模式；了解移动电子商务产业价值链的概念、生成和演进；了解移动电子支付概念；熟悉手机银行业务；掌握移动电子支付的几种运营模式；熟悉移动短信服务、定位服务、搜索服务、应急服务；掌握移动数据通信服务；掌握移动电子商务交易相关服务；理解移动电子商务的市场目标与定位；掌握移动电子商务的 4P、4C 策略。

#### （4）经济法IV（36学时、2学分）

本课程使学生理解并应用一些经济法的基础知识，熟悉一些常有的重要经济法律、法规的基础内容，增强法制观念并初步运用自己所学过的法律知识观察、分析、处理有关实际问题的能力。

#### （5）短视频运营（72学时、4学分）

本课程从平台、内容、故事、拍摄、剪辑、粉丝、推广、数据、变现这9个角度入手，辅以大量的理论、技巧、案例，培养学生找到短视频获利的正确方式。主要学习如何制作好短视频，如何利用短视频进行营销。该课程采用双师课堂模式，由校内教师讲授理论部分，企业导师讲师实操部分，以项目化教学方式授课，提高学生的实践技能。

#### （6）视频拍摄制作（72学时、4学分）

本课程从平台、内容、故事、拍摄、剪辑、粉丝、推广、数据、变现这9个角度入手，辅以大量的理论、技巧、案例，培养学生找到短视频获利的正确方式。主要学习如何制作好短视频，如何利用短视频进行营销。该课程采用双师课堂模式，由校内教师讲授理论部分，企业导师讲师实操部分，以项目化教学方式授课，提高学生的实践技能。

#### （7）直播运营（72学时、4学分）

本课程使学生具备直播运营能力，并能真正成为一名网络直播运营，实现能力变现。通过实践项目的设计，培养学生从事直播运营各种能力，熟悉直播运营相关方法、工具与技巧，具备熟练的职业技能。

#### （8）直播营销（72学时、4学分）

本课程使学生具备直播营销能力，并能真正成为一名网络直播主播，实现能力变现。通过实践项目的设计，培养学生从事直播营销各种能力，熟悉直播营销相关方法、工具与技巧，具备熟练的职业技能。

#### （9）内容策划与编辑（72学时、4学分）

本课程使学生掌握软文写作的各类技巧，具备一定的文字编辑、文案策划和网络营销推广能力，使学生的知识结构紧跟时代发展的需要，进而提升网络营销技能。

#### （10）新媒体运营（72学时、4学分）

本课程使学生掌握新媒体营销的基本理论、方法和应用技巧，从实践的角度分析把握新媒体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，具备从事新媒体营销的基本技能。

#### （11）客户服务与管理（36学时、2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。

教学要求：理解网店客服应具备相关素质；掌握沟通流程及成功沟通关键要素；熟悉常用网店客服工具的使用；掌握售前客服的主要内容及技巧；掌握订单处理知识和售接待流程中的解决问题能力；掌握售后处理知识和售后服务过程中的解决问题能力；理解客服评价标准。

#### （12）移动客户服务（36学时、2学分）

本课程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。

#### （13）跨境电商实务（36学时、2学分）

课程目标：通过本课程的教学，使学生熟悉并学会利用电子商务平台开发外贸客户的基本思路和基本方法，能够掌握客户开发过程中的一些具体处理的技巧及客户跟进、客户管理的措施，使学生掌握跨境电商的基础知识、初步具备进行跨境电商实务操作的各项专业基本技能。

主要内容：客户开发的前期准备；注册网店、熟悉平台规则；选定产品并进行价格核算；选择产品类目；拟定产品应为标题，填写产品属性；产品发布和优化；国际物流与货物运输；海外营销；纠纷处理。

教学要求：了解出口贸易流程、熟悉主要办公设备的基本构成和用途；熟悉网店注册流程、掌握平台规则；熟悉采

购产品的原则；了解产品及其背景行业并熟悉其英语表达方式；掌握关键词的选定方法；能够进行主图及详情页的制作，完成产品发布；掌握国际物流的种类、实现国际物流的选择；能够进行海外营销、参加平台各类活动；熟悉客户投诉处理流程。

#### （14）微信营销（36 学时、2 学分）

培养学生利用微信完成营销的实践能力，通过课程学习掌握微信营销的基本概念与技能、微信营销的技术原理及应用技能、微信营销活动的组织管理等内容，培养理论基础扎实、技能操作熟练的微信营销实践技能型人才。

### （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	国防教育（集中军训）	1	4	112	校内
	专业技能综合实训	5	8	160	企业
	电商综合实训 I	2	1	30	校内
	电商综合实训 II	3	1	30	校内
实习 (专业根据需要安排)	入学教育	1	1	16	校内
	毕业教育	6	1	16	企业
	岗位实习	5、6	24	480	企业
	毕业实践报告	6	4	80	企业

#### （四）课程思政要求

电子商务专业课程思政育人以“德技并修、育人为先”为导向，聚焦培养学生的数字素养、创新思维、职业道德与责任感，将思政元素深度融入专业课程教学，实现知识传授与价值引领的有机统一。以下为专业课程的课程思政建

设方向一览表:

表五 电子商务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
	专业基础课	市场营销基础	<p>1. 传统文化营销活化: 在"品牌定位"实践环节增设老字号品牌年轻化提案, 要求学生提取故宫文创、同仁堂等品牌的东方美学元素, 在 VI 设计中体现现代际传承的文化自信。</p> <p>2. 民生关怀视角培养: 讲授"定价策略"时引入基本民生商品价格管控案例(如医保药品集采), 通过模拟粮油、药品等特殊品类定价方案设计, 强化社会主义市场经济的民生导向。</p> <p>3. 绿色消费观塑造: 在"促销策划"任务中设置环保约束条件, 要求学生为快消品设计"空瓶回收积分计划", 结合限塑令政策分析引申可持续发展国策。</p>
		电子商务基础	<p>1. 乡村振兴实践渗透: 在"电商模式"章节增设农村电商案例拆解, 要求学生设计县域农产品上行业务流程图, 通过对"直播助农"等案例的运营分析, 引申对共同富裕政策的现实诠释。</p> <p>2. 商业伦理具象化训练: 讲授"平台规则"时设置诚信经营情景模拟, 学生需为虚构网店设计《反刷单承诺书》与《消费者保障条款》, 在规则设计中强化法治意识与契约精神。</p> <p>3. 科技自强价值引导: 结合"电子支付"技术演进内容, 对比中外移动支付发展路径, 通过分析国产加密技术突破案例, 渗透关键技术自主可控的国家战略意识。</p>
		商务数据分析	<p>1. 隐私保护技术德育: 在"用户画像"实训中设置<b>道德防火墙任务</b>, 要求学生用脱敏技术处理含身份证号的测试数据, 在代码注释栏标注《个人信息保护法》相关条款。</p> <p>2. 虚假信息甄别教育: 讲授"舆情分析"时引入<b>抗疫谣言传播图谱拆解</b>, 通过对比真实疫情数据曲线, 培养用数据捍卫科学精神的能力。</p> <p>3. 区域协调发展洞察: 在"销售地域分析"项目<b>叠加乡村振兴重点县地图</b>, 学生需标注出少数民族地区特色产品的物流改善点, 在数据可视化中呈现协调发展观。</p>
		管理学	<p>1. 现代管理思想中的家国情怀(如企业社会责任融入管理决策)</p> <p>2. 团队协作与职业素养(如跨部门协作中的沟通伦理)</p>

			3. 创新管理与可持续发展（如绿色管理模式、循环经济理念）
		电子商务法律法规	1. 法治思维培育（如《电子商务法》解读与合规运营） 2. 知识产权保护（如电商领域版权、专利纠纷案例分析） 3. 消费者权益与社会公平（如弱势群体网络消费保护机制）
		零售基础	1. 城市服务温度培育：在“终端布局”章节分析社区便民业态（如早餐工程、共享药房），通过绘制“15分钟生活圈”服务网点图，渗透公共服务均等化理念。 2. 劳动尊严价值彰显：结合“仓储管理”实训，增设物流工人防暑关怀方案设计，学生在优化拣货路线时需纳入劳保设备配置预算，具象化体认劳动权益保障。 3. 实体商业爱国载体：讲授“场景营销”时引入红色文旅商业体案例（如井冈山“初心书店”），分析革命元素与商业空间的融合设计，强化业态创新中的红色基因传承。
	专业核心课	网络营销	1. 红色文化传播（如红色旅游主题营销、革命文化IP开发） 2. 平台经济法治（如反垄断案例分析、合规营销边界） 3. 诚信营销理念（如抵制虚假宣传、建立用户信任体系）
		网店运营	1. 工匠精神（如老字号电商转型中的品质坚守） 2. 劳动教育（如客服实训中的服务意识、运营岗位的责任担当） 3. 乡村产业帮扶（如农产品网店选品、供应链优化实践）
		视觉营销设计	1. 美学与文化自信（如中国传统元素在电商设计中的应用） 2. 知识产权保护（如图像版权、字体侵权案例警示） 3. 低碳设计理念（如轻量化页面设计、绿色视觉传达）
		互联网产品开发	1. 用户中心思维（如适老化产品开发、无障碍设计理念） 2. 技术伦理（如算法公平性、数据安全在产品中的考量） 3. 创新驱动发展（如国产软件替代、自主研发案例）
		社群营销	1. 网络社群治理（如抵制网络谣言、构建健康社群生态） 2. 社会责任导向（如公益社群运营、弱势群体帮扶社群）

			3. 文化传承（如传统文化社群的数字化运营）
		零售门店 020 运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 实体经济与数字经济融合（如传统门店数字化转型中的本土品牌保护）</li> <li>2. 商业便民服务（如社区门店 020 的民生服务功能）</li> <li>3. 消费公平（如线下线上同价策略、消费者权益一致性保障）</li> </ul>

## 七、教学进程总体安排

### (一) 教学进程安排表

表六 电子商务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	英语应用能力考试 B

																			级证书
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		英语应用能力考试 B 级证书
6	XX2000106	信息技术	B	4	56	28	28	2+2						考试	实训室	信息工程学院	是		计算机应用能力一级证书
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	28	14	14		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	112	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	826	356	470	16	13	4	2					
	公共选修课	22	TS200501	人工智能基础	A	2	36	18	18			1+1			考查	网课	教务处	否	
		23	TS200431	网络创业理论与实践	B	2	28	14	14			1+1			考查	网课	教务处	否	二选一
		24	WL20260	中华优秀传统文化	B	2	36	18	18				1+1		考查	多媒体教室	文化旅游学院	否	
		25	WL20240	国学经典	B	2	36	18	18				1+1		考查	多媒体教室	文化旅游学院	否	二选一
		小计					4	72	36	36	0	0	2	2	0	0			
	专业课	专业基础	26	LT20063	市场营销	B	2	28	14	14	1+1					考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
27			DS23010	电子商务基	B	2	28	14	14	1+1					考	多媒	电子	否	

课			基础												查	体教室	商学院		
	28	DS20225	零售基础	B	2	28	14	14	1+1						考查	多媒体教室	电子商务学院	否	
	29	DS20020	管理学基础 II	B	2	36	18	18			1+1				考查	多媒体教室	电子商务学院	否	
	30	DS20102	商务数据分析	B	4	72	36	36					2+2		考查	实训室	电子商务学院	否	
	31	DS23006	电子商务法律法规	B	2	36	18	18					1+1		考查	多媒体教室	电子商务学院	否	
	小计					14	228	114	114	6	0	6	2	0	0				
专业核心课	32	DS20062	网店运营	B	4	64	32	32			2+2				考试	实训室	电子商务学院	是	1+X 网店运营推广证书(中级)
	33	DS202204	视觉营销设计	B	4	64	16	48			1+3				考试	实训室	电子商务学院	否	
	34	DS20067	网络营销	B	4	72	36	36					2+2		考试	实训室	电子商务	否	

																	学院		
	35	DS24001	互联网产品开发	B	4	72	18	54			1+3				考试	实训室	电子商务学院	否	
	36	DS202210	社群营销	B	4	72	36	36				2+2			考试	实训室	电子商务学院	否	
	37	DS23004	零售门店 020 运营	B	4	72	36	36				2+2			考试	实训室	电子商务学院	否	
	小计				24	416	174	242	0	8	8	8	0	0					
专业拓展课	38	DS23009	图形图像处理 (Photoshop)	B	4	56	28	28	2+2						考查	实训室	电子商务学院	否	
	39	DS20007	电商物流	B	4	56	28	28	2+2						考查	实训室	电子商务学院	否	
	40	DS20086	移动商务基础	B	2	36	18	18		1+1					考查	多媒体教室	电子商务学院	否	
	41	WL20524	经济法IV	B	2	36	18	18		1+1					考查	多媒体教室	文化旅游学院	否	
	42	DS202206	短视频运营	B	4	72	18	54			1+3				考查	实训室	电子商务学院	否	

43	DS20009	视频拍摄制作	B	4	72	18	54			1+3				考查	实训室	电子商务学院	否	
44	DS20094	直播运营	B	4	72	18	54			1+3				考查	实训室	电子商务学院	否	
45	LT20067	直播营销	B	4	72	18	54			1+3				考查	实训室	商贸流通学院	否	
46	DS23020	内容策划与编辑	B	4	72	36	36				2+2			考查	实训室	电子商务学院	否	
47	DS23019	新媒体运营	B	4	72	36	36			2+2				考查	实训室	电子商务学院	否	
48	DS23005	客户服务与管理	B	2	36	18	18				1+1			考查	实训室	电子商务学院	否	
49	DS20085	移动客户服务	B	2	36	18	18				1+1			考查	实训室	电子商务学院	否	
50	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	
51	DS20074	微信营销	B	2	36	18	18				1+1			考查	实训室	电子商务学院	否	

		小计			22	380	154	226	4	2	8	8	0	0					
综合实践	52	JW20023	入学教育	C	1	16		16	1周						过程性考核	校内	各二级学院	否	与军训同时开展,不占用总周数
	53	JW20024	毕业教育	C	1	16		16					1周	过程性考核	企业实训基地	各二级学院	否		
	54	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	各二级学院	否		
	55	JW20014	岗位实习(1)	C	10	200		200					10周	过程性考核	企业实训基地	各二级学院	否		
	56	JW20015	毕业实践报告	C	4	80		80					4周	过程性	企业及学校	各二级学院	否		



## (二) 各类课程学时分配

表七 电子商务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		834	30.5%	
实践教学学时数	课内实践教学学时数	1088	69.5%	
	职业综合技能训练	252		
	岗位实习	480		
	毕业实践/设计报告	80		
	合计	1900		
总学时		2734	100%	

表八 电子商务专业学时表

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	15	826	30.2%
	专业基础课	6	228	8.3%
	专业核心课	6	416	15.2%
	综合实践课	7	812	29.7%
选修	专业拓展课	14	380	13.9%
	公共基础选修课	4	72	2.7%
合计		52	2734	100%

表九 电子商务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	15	826	30.2%
	公共基础选修课	4	72	2.7%
合计占总学时				32.9%

## **八、实施保障**

### **(一) 师资队伍**

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。

学生数与专任教师数比例不高于 25: 1，双师素质教师占专业教师比例不低于 60%。主要包括专任教师、兼职教师和企业导师。

#### **1. 专任教师**

专任教师参与企业实践，每五年累计不少于 6 个月的企业实践经历；专业带头人原则上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、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。

#### **2. 兼职教师**

要求具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神；具有丰富实践经验的企业高管、部门主管或技术骨干；具有较高的专业素养和技能水平；能承担课程和实训教学、实习指导等专业教学任务。

### **(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**

专业教室应配置满足信息化教学基本需要的教学硬件和软件，包括配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，具有网络安全防护措施，配置电子商务专业相关教学软件。

#### **2. 校内实训室**

按照企业真实工作场景布置，配备多媒体设备、投影设备、白板、电脑、路由器、常用办公软件、讨论工位，配备交换机、服务器、无线路由器、电子商务专业相关实训软件。支持本专业商品拍摄、美工、客服、运营、网络营销、数据分析等课程教学以及电子商务认知实训、单项技能实训、综合实训任务。

### **3. 校外实训基地**

校外实训基地原则上以在岗职工所在单位为依托，如果在岗职工从事非本专业工作，可以选择到相关合作企业实习。校外实训基地应能提供网络营销推广、网店运营管理、美工、客服等实训活动，实训岗位充足，实训指导教师明确，实训管理制度齐全。

### **4. 学生实习基地**

学生实习基地应能提供网络营销推广、网店运营、网店美工、客服等相关实习岗位，能体现电子商务行业新技术、新模式的应用，可接纳 30 名以上学生实习；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，应为学生提供实习期间的安全、保险保障。

### **5. 信息化教学**

构建满足信息化教学的网络化多媒体教学环境，利用智慧职教等网络教学平台，进行网络课程和专业资源库建设，为学生搭建自主、便捷的学习平台。

## **（三）教学资源**

### **1. 教材选用**

教材选用以国家级、省级规划教材为主，兼顾专业自编

教材，鼓励选用与行业企业合作开发的特色鲜明的校本教材、实习实训材料。

## **2. 图书配备**

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，方便师生查询、借阅。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，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

## **3. 数字资源**

具备使用安徽省网络课程中心、安徽省继续教育网络园区平台资源共享课程的条件，能满足师生在线学习需求。依托智慧职教、职教云等建设各课程教学资源库，形成数字化课程在线学习平台。课程资源包括：电子课件、音视频讲解、微课、MOOC、习题与试题库等。

### **（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，让学生深刻体会电子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。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**

人才培养方案是我校实现人才培养的总体设计和实施方案，是安排教学任务、组织教学活动、进行教学管理工作的基本依据，也是学校监控和评价教学质量的基本文件。为了维护人才培养方案的严肃性和相对稳定性，规范人才培养过程管理，保证人才培养方案的顺利实施，我校特对人才培养方案的制订、修订、实施和调整修改，制定了严格的规范和程序进行。学校以构建内部质量保证体系为抓手，以诊断与改进为手段，建立健全学校-二级单位-教研室（专业、课程）三级质量保证组织管理体系，形成“五主体五系统一平台”的内部质量体系架构，有力地促进了教育教学质量的提升。

## **九、毕业要求**

### **（一）学时要求**

本专业总学时 2734，其中包含：教学计划要求的必修课学时 2282，选修课学时 452。

### **（二）学分要求**

本专业学生毕业应达到的学分要求总学分 145，其中包

含：教学计划要求的必修课学分 119，选修课学分 26。

表十 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“电子商务技 能”赛项	三等奖以 上	安徽省教育厅	《网店运营》《网络营销》 《视觉营销设计》（需承 担美工比赛任务）	4
安徽省职业技能大赛 高职组“直播运营” 赛项	三等奖以 上	安徽省教育厅	直播运营	4
《电子商务数据分 析》1+X 证书	通过	博导前程股份公 司	数据化运营	4
1+X《网店运营推广》 证书	通过	北京鸿科经纬科 技有限公司	网店运营 网店推广	4
1+X《直播电商》证书	通过	南京奥派信息产 业股份公司	直播运营	4
安徽省职业技能大赛 高职组“电子商务技 能”赛项	三等奖以 上	安徽省教育厅	《网店运营》《网络营销》 《视觉营销设计》（需承 担美工比赛任务）	4

### （三）证书要求

表十一 电子商务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《网店运营推 广》证书	中级	北京鸿科经纬 科技有限公司	不限	✓	
4	《电子商务数据 分析》1+X 证书	中级	博导前程股份公 司	不限		✓
5	1+X《直播电商》 证书	中级	南京奥派信息产 业股份公司	不限		✓
6	1+X《新媒体技 术》证书	中级	南京奥派信息 产业股份公司	不限		✓

## 十、方案编制人员信息表

表十二 电子商务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	电子商务教研室	教研室主任	姚盼盼	专业带头人	潘园园
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	姚盼盼	教研室主任	讲师	安徽国际商务职业学院	全面负责方案修订统筹	修订主持人/ 主执笔人
		潘园园	专业带头人	教授	安徽国际商务职业学院	把控专业方向,审核人才培养方案	专业带头人/ 审核人
		王扬宇	副院长	讲师	安徽国际商务职业学院	对接企业实训资源	课程体系设计成员
		付梦汝	专职教师	讲师	安徽国际商务职业学院	优化专业基础课与核心课程内容	教学内容优化成员
		李静雯	专职教师	讲师	安徽国际商务职业学院	收集岗位需求数据	校企合作协调员
	行业企业专家	李志鹏	总经理		安徽声浪科技有限公司	课程设置优化	
		常磊	总经理		安徽鲜森绿色食品有限公司	课程内容优化	
	高校同行	杜淑琳	院长	教授	安徽职业技术学院现代商务学院	人培方案论证	
		曹宝亚	副院长	副教授	安徽财贸职业学院经济贸易学院	人培方案论证	

## 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	