

附件 1

电子商务专业人才培养方案

1. 概述

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应互联网和相关服务、批发业、零售业行业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下运营主管、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）的新要求，不断满足电子商务领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，依据国家专业教学标准，结合本区域实际和自身办学定位，制订本校电子商务专业人才培养方案。

2. 专业名称（专业代码）

电子商务专业（530701）

3. 入学基本要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力。

4. 基本修业年限

标准学制 3 年，弹性学习年限 3-5 年。

5. 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
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

6. 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。

7. 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 and 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、英语、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、新商业文化等方面的专业基础理论知识；
- (6) 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；
- (7) 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；
- (8) 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；
- (9) 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；
- (10) 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；
- (11) 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；
- (12) 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；
- (13) 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；
- (14) 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；
- (15) 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

8. 课程设置及学时安排

8.1 课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程两类。

8.1.1 公共基础课程

①思想道德与法治（第一学期，48 学时，3 学分）

课程目标：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以“回答大学生成长成才所关心和遇到的实际问题”为切入点，引导大学生坚定理想信念，弘扬中国精神，培育正确的世界观、人生观、价值观，养成良好的道德品质和法治素养，为逐渐成长为有理想有本领有担当的时代新人打下坚实的理论基础。

主要内容：主要讲授马克思主义人生观、价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，提升思想道德素质和法治素养，使大学生努力成为自觉担当民族复兴大任的时代新人。

教学要求：立足中国，与时俱进，关注学生内心的真实需求，走进学生心灵，真正实现道德与法治课的教育价值。采用丰富灵活的教学方式，激发学生的学习兴趣 and 积极性、主动性，坚持理论与实践相结合，帮助大学生树立正确的世界观、人生观、价值观，道德观、法治观，正确把握人生方向，提高大学生成长过程中分析和解决实际问题的能力，增强民族自信心和民族自豪感。

②形势与政策（第一至第五学期，40 学时，1 学分）

课程目标：了解和掌握当前党和国家基本的路线、方针和政策以及我国发展所面临的政治、经济形势和国际形势，正确认识国情，把握时代脉搏；培养学生观察社会、认识社会的能力，培养学生理论联系实际的能力，引导学生运用马克思主义的立场、观点、方法科学分析国内外重大事件、社会热点和焦点问题；帮助学生了解国情民意，体会党和国家方针政策的正确性，增强学生投身社会主义现代化强国宏伟目标的国家荣誉感、社会责任感和民族自信心。帮助学生正确分析纷繁复杂的社会现象，使其树立正确的世界观、人生观和价值观。

主要内容：该课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以教育部每学期下发的《高校“形势与政策”教学要点》为依据，围绕国内形势与政策、国际形势与国家关系两部分内容并结合我校教学的实际情况和学生关注的热点、焦点问题展开，重点讲授党的路线、方针和政策，科学分析社会热点、焦点问题以及我国和平发展进程中的国际环境和时代特征。

教学要求：紧密围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，把坚定“四个自信”贯穿教学全过程，重点讲授党的理论创新最新成果，重点讲授新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，帮助学生全面正确地认识党和国家面临的形势和任务，拥护党的路线、方针和政策，增强实现社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感。同时使学生基本掌握该课程的基础理论知识、分析问题的基本方法，并能够运用这些知识和方法去分析现实生活中的一些问题，把理论渗透到实践中，指导自己的行为。

③毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（第三学期，32 学时，2 学分）

课程目标：通过马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程的讲授，学生能够系统掌握马列主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。突出思想政治理论课的教育功能，使大学生能够系统了解马克思主义理论教育的任务，树立正确的世界观、人生观、价值观。使大学生明晰为什么马克思主义只有中国化才能为解决中国革命、建设和改革问题指明方向。坚持理论联系实际，贴近实际，贴近生活，贴近学生，使大学生在学习中既能发挥积极性和主动性，又能够拥有科学地认识和分析复杂社会现象的能力。

主要内容：本课程主要讲授马克思主义基本原理同中国具体实际相结合形成的毛泽东思想，邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观等重要理论成果，从而使大学生坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，自觉投身于中国特色社会主义伟大实践，为实现中华民族伟大复兴作出应有的贡献。

教学要求：了解高职学生的思想特点、心理特点和成长规律，采用贴近社会、

贴近生活、贴近学生的教学素材，深刻阐释理论知识的重、难点，帮助学生了解和掌握马克思主义中国化时代化的理论成果，帮助学生理解党在革命、建设和改革时期坚持的基本理论、基本路线、基本方略等，切实提升运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。

④习近平新时代中国特色社会主义思想概论(第四学期，48学时，3学分)

课程目标:大学阶段重在形成理论思维,实现从学理认知到信念生成的转化,增强使命担当。主要以系统学习和理论阐释的方式,运用理论与实践、历史与现实相结合的方法,引导学生全面深入地理解习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系、内在逻辑、精神实质和重大意义,理解其蕴含和体现的马克思主义基本立场、观点和方法,增进对其科学性系统性的把握,提高学习和运用的自觉性,增强建设社会主义现代化强国和实现中华民族伟大复兴中国梦的使命感。

主要内容:本课程系统全面讲授习近平新时代中国特色社会主义思想,体现其既与毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观一脉相承,又相对独立成体系,引导学生学习领会这一思想的时代背景、理论渊源、实践意义,深刻理解核心要义、精神实质、丰富内涵、基本观点、实践要求。

教学要求:了解高职学生的思想特点、心理特点和成长规律,采用贴近社会、贴近生活、贴近学生的教学素材,帮助学生了解和掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心内容、历史地位等,解读学生关心的热点问题,引导学生认清国内外形势,帮助学生对党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻的理解,帮助学生切实提升运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。

⑤体育(第一、二、三学期,108学时,6学分)

课程目标:通过体育课程的学习,使学生在运动参与、运动技能、身心健康、心理健康和社会适应五个学习领域中提升能力与素养,掌握科学锻炼的基本知识和技能,培养学生终身体育锻炼的习惯,培养学生爱国主义、集体主义、社会主义精神和奋发向上、顽强拼搏的意志品质,实现以体育智、以体育心具有独特功能。帮助学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志,培养德智体美劳

全面发展的社会主义建设者和接班人。

主要内容：该课程主要讲授体育与健康理论基本知识，具体内容包括田径、篮球、排球、足球、羽毛球、健美操、体育舞蹈等各类运动项目的基本运动理论和规则，通过体育实践活动掌握各项运动技能和科学体育锻炼方法，形成健康的心理品质、良好的人格特征、积极的竞争意识以及团队合作态度。

教学要求：以新时代大思政教育为基础，挖掘体育思政元素，塑造高尚的体育道德情感品质；以学生特点和认知规律为起点，激发主动参与、终身体育习惯；以多样综合教学方法为媒介，增强人际交往，合作沟通；以全面的体育知识和技能为载体，培养体育兴趣、健康意识，促进健康行为、身体素质；以“以体启智，以体育人”为导向，促进学生身心全面发展，发展体育文化素养和体育精神。

⑥军事课（第一学期军事技能授课 2 周，第一学期军事理论 36 课时，共 4 学分）

课程目标：通过军事课教学，使学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防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。

主要内容：本课程分军事理论和军事技能两部分。军事理论主要包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。军事技能主要包括共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练。

教学要求：围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，通过线上线下、案例教学等多种形式，以图片动画、微课视频等富媒体资源，激发学生学习兴趣，引导学生思考，积极开展互动，再次通过示范演示、仿真训练和模拟训练等多种形式，因人施教、由易到难、由浅入深，先分后合、分步细训，精讲多练、军政并重、循序渐进、劳逸结合、科学施训，培养学生的军事知识和国防素养。

⑦心理健康教育（第二学期，36 学时，2 学分）

课程目标：通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和心理健康知识，正确的认识自我并树立心理健康发展的自主意识，掌握心理调适和自我发展技能，培养学生乐观向上、积极进取的心理品质，增强自我教育能力。同时，对

有心理困扰或心理障碍的学生给予科学有效的心理辅导，提高学生心理健康水平。

主要内容：该课程普及心理健康基本知识，帮助学生认识心理异常现象，掌握简单的心理调节方法。具体内容包括自我认识、人际交往、情绪管理、自我完善、挫折教育和职业生涯规划等。旨在培养健全的人格，开发潜能，促进学生全面发展。

教学要求：以积极心理学思想为引领，以大学生心理发展特点和身心发展规律为主线，通过线上线下、案例教学、体验活动、行为训练等多种形式，助力学生开启心灵世界、规划成功人生，预防和缓解心理问题。指导学生处理好环境适应、自我管理、学习成才、人际交往、交友恋爱、人格发展和情绪调节等方面的困惑。

⑧劳动教育（第三学期，16学时，1学分）

课程目标：通过本课程的学习，使学生能够理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念；体会劳动创造美好生活，体认劳动不分贵贱，热爱劳动，尊重普通劳动者，培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神；具备满足生存发展需要的基本劳动能力，形成良好劳动习惯。

主要内容：劳动教育课程包括理论和实践两个方面：理论方面，开设劳动教育专题教育必修课或讲座，将劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育融入课程；实践方面，开展日常生活劳动、生产劳动、服务性劳动，以实习实训课为主要载体，依托第二课堂开展劳动教育，结合专业特点，增强职业荣誉感和责任感，提高职业劳动技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度。形成正确的劳动观念，培养正确的劳动精神，具备必要的劳动能力，养成良好的劳动习惯。

教学要求：本课程是一门综合性强、操作性强的学科，采用课堂讲授+小组讨论+校内、外劳动实践的教学方法，提高学生的劳动意识和劳动技能，培养德、智、体、美、劳全面发展的社会主义建设者和接班人。课程内容上力求贴近实际，教学过程中注重实践环节，课程评价方式多样化。各专业学生结合专业特色，有

目的、有计划地组织学生参加日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动，让学生动手实践、出力流汗，接受锻炼、磨炼意志，培养学生正确劳动价值观和良好劳动品质。

⑨国家安全教育（第二学期，16学时，1学分）

课程目标：通过本课程的学习，教育引导大学生系统掌握总体国家安全观的内涵与精神实质，理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维。课程以国家安全战略需求为导向，弘扬爱国主义主旋律，夯实国家安全人才基础，落实立德树人根本任务，提高大学生国家安全意识，提升维护国家安全能力，从坚持总体国家安全观出发，走出一条中国特色国家安全道路，帮助大学生将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。筑牢国家安全防线，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，培养担当民族复兴大任的时代新人。

主要内容：通过专题教学形式，以《中华人民共和国国家安全法》等法律法规为依据，落实教育部印发的《大中小学国家安全教育指导纲要》精神，以习近平总书记总体国家安全观为指导，深入开展国家安全教育。抓好大学生的国家安全意识培养，使其能正确认识网络环境下隐蔽斗争的新形式和新特点，自觉抵御境内外敌对势力的渗透活动；深入开展大学生爱国主义教育，强化责任意识，结合四史教育，激发大学生的民族自尊心和自豪感，增强大学生对党和国家的向心力和凝聚力。

教学要求：了解高职学生的思想特点、心理特点和成长规律，采用贴近社会、贴近生活、贴近学生的教学素材，帮助学生了解和掌握国家安全的基本内涵和深刻理解习近平总书记国家安全观的重要内容，引导学生对当前国家安全的不同种类和内涵、当前国内外的安全形势有明确的认知，帮助学生提高个人的政治敏感性和鉴别信息的能力，帮助学生解读政治、军事、经济等重要领域安全及深海、极地、太空和生物等新型领域安全的内涵、内容、面临的威胁和挑战、维护各领域国家安全的途径与方法，帮助学生能够将在课堂上所学到的知识运用到日常生活中去，筑牢坚强有力的国家安全防线，切实维护总体国家安全。

⑩大学生职业发展与就业指导（第三学期，40学时，2学分）

课程目标：通过本课程的教学，了解就业形势与政策法规，学会运用人力资源市场信息、相关职业分类的知识，使大学生基本掌握职业发展的阶段特点，认识自己的特性、职业的特性以及社会环境，提升大学生职业探索，生涯决策、自我管理、自主创业和求职择业技能。培养大学生职业生涯发展的自主意识，教育引导大学生树立积极正确的人生观、价值观和就业观，自觉把个人发展和国家需要、社会发展相结合，为个人生涯发展和社会发展不懈努力。

主要内容：《生涯发展与就业指导》内容分两个模块。第一模块职业生涯规划知识，内容主要包括：自我认知，职业认知，职业定位，职业生涯规划实施。第二模块求职择业指导，内容包括：就业形势与政策，毕业去向的分析与选择，求职准备，应聘实务，求职心理调适，就业权益保护，职业适应与发展。其中4课时为就业指导专题讲座，在第五学期进行。

教学要求：以课程思政引导为核心，教学内容采用模块化，力求实践性、科学性和系统性，突出强调理论联系实际，切实增强针对性，注重实效，使大学生有机融入劳动精神、工匠精神等育人新要求，从而培养大学生的自我探索技能、生涯决策技能、求职技能等。要在遵循课程体系和课堂教学规律的前提下，引入多种教学方法，有效激发学生学习的主动性和参与性，提高教学效果。教学过程中力求知识新颖、案例丰富鲜活，旨在培养身心健康、具有实践能力和创新精神的高素质人才。

8.1.2 专业课程

一般包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程；专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程；专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程。

各专业结合区域实际、办学定位和人才培养需要自主确定课程，进行模块化课程设计，依托体现新方法、新技术、新工艺、新标准的真实生产项目和典型工作任务等，开展项目式、情境式教学，结合人工智能等技术实施课程教学的数字

化转型。有条件的专业，可结合教学实际，探索创新课程体系。

（1）专业基础课程

①电子商务基础（第一学期，64学时，4学分）

课程目标：培养学生胜任电子商务相关岗位应具备的基础的综合素质，包括策略策划能力、法律法规知识的把握能力、信息收集与分析能力、客户服务与管理、平台建设管理等专业能力和学习能力。

主要内容：掌握电子商务的产生、发展流程，以及电子商务各个环节和活动的基本运行原理。

教学要求：以学习工作任务为基础，设计了项目导向、任务驱动的教学模式。以教学情境为单元，利用仿真实训环境，从教师引领完成，逐步过渡到学生自主完成，培养学生职业能力、职业素养。

②商务数据分析（第三学期，72学时，4.5学分）

课程目标：培养学生胜任电子商务及现代商业企业数据分析岗位所需的核
心能力，包括数据思维、数据采集与清洗、常用分析方法应用、数据可视化呈现、
基于数据的决策支持能力以及数据伦理意识，使其能运用工具解决实际商业问题，
优化运营与决策。

主要内容：掌握商务数据分析的价值与流程、主要数据源与采集方法、数据清洗与处理技术、核心分析方法（描述性、诊断性、预测性分析基础）及应用场景、主流分析工具（如电子表格、BI工具、电商平台数据系统）的使用，以及数据分析报告的撰写与呈现技巧。

教学要求：采用项目导向、任务驱动的教学模式，基于真实电商业务场景设计分析任务；利用仿真实训环境进行情境教学，通过案例与实践强化技能；教学从教师引导逐步过渡到学生自主完成项目，培养问题解决、逻辑推理能力和严谨、客观、有效沟通的职业素养。

③市场营销（第四学期，72学时，4.5学分）

课程目标：培养学生掌握现代市场营销的核心理论、策略与方法，具备市场分析、消费者行为洞察、营销组合（产品、价格、渠道、促销）策划与执行、

数字营销应用以及营销效果评估的能力，以适应企业营销相关岗位的需求。

主要内容：学习市场营销环境分析、STP 战略（市场细分、目标市场选择、市场定位）、消费者行为分析、营销组合策略（4P/7P）的设计与实施、品牌管理基础、数字营销（如社交媒体营销、内容营销、搜索引擎营销等）常用工具与策略，以及营销计划制定与效果评估方法。

教学要求：采用项目导向和任务驱动的教学模式，依托真实或仿真的市场情境设计学习任务；通过案例分析、角色扮演、方案策划与模拟实战等多样化教学手段，使学生从教师引导逐步过渡到独立或协作完成综合性营销项目，强化实战技能和职业素养培养。

④电子商务法律法规（第四学期，72 学时，4.5 学分）

课程目标：通过本课程的教学，让学生在掌握了一定的电子商务理论的基础上，对随电子商务兴起的法律问题及实务进行系统性介绍，使学生系统地掌握电子商务法的基本原理和基本知识，培养学生分析问题、解决问题的能力，帮助学生懂得如何运用电子商务法律知识管理企业，维护企业的合法权益。

主要内容：本课程属于电子商务专业必修课程，通过本课程的学习，要求学生了解并掌握电子商务法的基本概念，并通过对电子商务法基本原则、电子商务法律问题、电子商务国际立法现状的讲述，使学生掌握电子商务安全法、电子商务交易法律制度的基本知识，对电子商务在银行、税收中的法律问题、电子商务与消费者保护以及电子商务与知识产权的法律问题有基本的认识，并对涉及电子商务的有关案例能进行简单评析。

教学要求：电子商务法律法规的课程要求包括学习电子商务法律法规的概述，了解电子商务合同的要素和规定，掌握消费者权益保护的相关法律，了解网络交易平台的法律规定，熟悉电子支付的法律要求，了解个人信息保护的法律规定，掌握知识产权保护的相关法律，了解跨境经营的法律要求，以及掌握争议解决机制的相关法律规定。

（2）专业核心课程

专业核心课程主要教学内容与要求

续表

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	开设学期	学时/学分
1	网店运营	典型工作任务为网店运营，工作内容主要有运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析。 运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务	① 掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。 ② 运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。 ③ 能够进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。 ④ 能够进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化	二	72/4.5
2	数据化运营	典型工作任务为数据化运营，工作内容主要有确定运营目标、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化、持续跟踪。 运用计算机、打印机、数据采集工具、数据分析工具、计算机等软硬件工具完成工作任务	① 理解数据分析指标体系概念。 ② 掌握数据分析的方法与方法论，能根据数据运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据。 ③ 运用数据分析工具，对市场数据、客户数据、运营数据、销售数据、供应链数据进行全过程分析及可视化呈现。 ④ 撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议	四	72/4.5
3	社群运营	典型工作任务为社群运营，工作内容主要有社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析。 运用社交软件、自媒体工具、短视频平台、办公软件、计算机等软硬件工具完成工作任务	① 掌握社群种类、用户消费行为、产品价值等知识，根据用户和产品或服务属性定位社群，制定社群运营方案，并在相应的社交平台上建社群。 ② 能够通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流。 ③ 能够根据用户需求、产品卖	二	72/4.5

			点,进行社群数据分析,制定营销体系并通过社群活动提升销售转化、活跃社群及管理粉丝。		
4	网络营销	典型工作任务为营销活动策划与执行,工作内容主要有市场分析、活动主题与目标确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、活动过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结。 运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务	① 掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则,能够分析与评估市场,确定活动主题与活动目标,策划营销活动方案。 ② 整合各类资源,分解活动任务。 ③ 开展整合营销与广告投放。 ④ 跟踪、监控线上线下营销活动,分析活动效果,优化活动方案。 ⑤ 评估并复盘整个营销活动,提出有效改进方案。	三	72/4.5
5	互联网产品开发	典型工作任务为互联网及电商产品开发,工作内容主要有产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、UI设计与打样、产品开发实施与推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核。 运用平面设计软件、UI设计软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	① 掌握 PEST 和 SWOT 分析方法,熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具。 ② 能够分析产品投放的投资回报率,制定互联网产品战略规划和开发方案,并建立产品需求模型和应用场景。 ③ 能够进行电商产品呈现方式及 UI 设计,跟进产品开发进度。 ④ 选择产品发布渠道,撰写产品渠道测试报告,组织实施产品发布;对电商产品开发进度进行评估与考核	三	72/4.5
6	视觉营销设计	典型工作任务为视觉设计,工作内容主要有店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计。 运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等软硬件工具完成工作任	① 掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。 ② 能够根据店铺定位进行 PC 端、移动端页面装修,设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料。 ③ 结合产品特点与包装材质	二	72/4.5

		务	设计产品内外包装。 ④ 能够进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时分析新媒体发展，提出视觉提升方案。 ⑤ 能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。		
--	--	---	---	--	--

(3) 专业拓展课程

①图形图像处理（第一学期，64 学时，4 学分）

课程目标：通过本课程学习，使学生快速掌握软件的应用技巧；最后通过课后习题实践，拓展学生的实际应用能力，加强学生对 Photoshop 软件的实际操作能力，提高学生艺术设计的创意能力。

主要内容：课程主要介绍了 Photoshop 软件的基本操作方法和图形图像处理技巧，包括初识图像处理基础知识、绘制和编辑选区、绘制和修饰图像、编辑图像、调整图像的色彩和色调、图层的应用、文字的使用、图形与路径、通道的应用、滤镜效果、动作的制作和商业应用实战等内容。

教学要求：以“任务驱动”突破系统学习应用程序的理论和操作的框架，应用多项信息技术解决实际问题，培养学生综合应用信息技术解决问题的能力，构建以提出“任务”、分析“任务”、完成“任务”为主线的能力培养的教学体系，充分发挥学生的主体作用，让学生在学习图形图像处理技术的过程中学会学习，学会合作，具有一定的终身学习和持续发展的能力。

②新媒体营销（第三学期，72 学时,4.5 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生掌握新媒体营销的基本理论、方法和实践技能，使学生能够适应新媒体时代的发展需求，具备新媒体营销策划、实施和评估的能力。

主要内容：新媒体营销的基本概念、特点、发展趋势和影响因素；新媒体营销的常用工具和平台，如社交媒体、短视频、直播等，以及新媒体营销策略、评估指标和方法。并且能够根据企业或产品特点，制定适合的新媒体营销方案，及时调整和优化新媒体营销方案。

教学要求：采取“目标驱动，学做合一”的教学模式，以新媒体营销为教学

目标引领整个教学过程，以案例为载体培养新媒体营销岗位所需的职业能力和职业素养。依托完善的实训条件，让学生在课程实训时，完成真实的新媒体营销任务，实现学做合一。

③创新创业素质拓展（第二学期，72学时，4.5学分）

课程目标：通过创新创业教育，使学生们能够提升创新思维、创新意识和创业能力，塑造科学的职业心态，培养正确的职业意识，增强学生适应社会的能力。

主要内容：本课程分为素质、创新、创业三个模块，分别对应了“创业小白的自我蜕变”、“9小时极速创业体验”、“互联网+大赛”三个任务。主要内容包含了自我认知、自我管理和职业基础能力、创新思维能力、创新方法的应用、营销基础知识、创业综合素养等。注重培养学生的原创精神，激发创意的同时提高计划、竞争、协作、团队等职业素养。

教学要求：以O2O线上线下混合教学的主旨，按照“课前多方蓄势，课中多点提亮，课后多元评价”的思路开展教学。运用亲身体验法、分组法、讨论法、情景教学法、案例分析法，通过多元评价机制，全方位立体化的对教学效果进行评估从而形成闭环。学生通过本课程的学习，能够完成创业小白的自我蜕变，完整体验创业项目诞生的全过程，能够独立完成项目策划书及其路演复盘，增加创新创业项目的含金量并推动成果转化，最终成长为具备优秀创业者技能和特质的创新型人才。

④短视频制作（第三学期，72学时，4.5学分）

课程目标：培养学生掌握电商短视频策划、拍摄、剪辑与推广全流程技能，具备商品卖点视觉化呈现、平台算法适配、数据驱动优化能力，胜任短视频运营、内容创作等岗位需求。

主要内容：学习短视频创意策划（脚本撰写、分镜设计）、拍摄技术（构图布光、运镜）、剪辑与特效（剪映/PR基础）、电商类短视频制作（开箱测评、场景种草）、平台规则与算法机制（抖音/快手）、数据分析（完播率、转化率优化）及商业化投放基础。

教学要求： 采用真实商品项目驱动模式，分阶段完成短视频从策划到发布全流程；通过企业真实案例解析、设备实操演练、数据复盘迭代，实现从教师指导到学生独立制作；强化数据思维（依据指标优化内容）和合规意识（版权/广告法）。

（4）专业选修课程

①客户服务与管理（第四学期，72 学时，4.5 学分）

课程目标： 培养学生掌握电商场景下的客户服务全流程技能与团队管理方法，具备高效沟通、投诉处理、客户关系维护、服务质量监控及客服数据分析能力，胜任客服主管、客户运营等岗位需求。

主要内容： 学习电商客服标准流程（售前咨询-售中跟进-售后处理）、智能客服工具应用（阿里店小蜜/客服系统）、客户投诉与危机处理技巧、客户满意度与忠诚度提升策略、客服团队绩效考核指标（响应时长/解决率）、客户数据挖掘（标签体系/复购预测）及服务质量管理方法。

教学要求： 采用真实工单驱动教学模式，通过电商平台仿真客服系统完成全场景任务；从基础话术演练逐步进阶到复杂纠纷调处，融合角色扮演、工单分析、SOP 制定等实战训练；强化数据驱动意识（用服务报表优化流程）和管理思维（团队排班/质检规则）。

②直播电商（第三、四学期，144 学时，9 学分）

课程目标： 掌握直播策划内容和流程；掌握直播策划的方法；掌握直播脚本的类型；了解直播运营在直播活动中的定位，明确工作内容、职责；掌握直播运营的内容和流程，直播运营的核心内容；掌握常见类型的直播运营活动，如开播、场控等。了解直播运营的评估方法，并能够进行数据分析。

主要内容： 本课程主要学习直播策划的内容和流程；直播目标制定；直播执行脚本和产品脚本设计；直播电商内容策略；直播电商渠道策略；直播电商传播策略；分析直播电商行业和主流直播电商平台；打造直播间；开播前的运营准备；直播选品；挖掘直播商品卖点；直播预告的制作与发布；直播实施与运营；直播间粉丝运营；识别直播粉丝、获取粉丝，并建立粉丝群；直播复盘；组建

直播团队；建立与 MCN 机构的合作。

教学要求：从直播的工作流程出发，综合运用案例教学、视频教学、翻转课堂、微课学习、情景模拟等多种教学方法，开展线上线下混合式教学，强化岗位训练与实战。

8.1.3 实践性教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式。

(1) 实训

1. 网店客服实训

课程目标：通过实训练习培养学生树立先进的客户服务理念，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。

主要内容：主要通过实训使学生掌握网店客服培训（新员工入职培训、售前知识储备培训、流程培训和准备工作）、客户管理（客户信息库的建立、客户关怀、纠纷问题处理）、客户关系管理（客户关系管理基础、客户关系管理工具）。

教学要求：按照第五学期校外实践性教学要求，根据企业生产实际，选择其中若干个岗位进行校外实践。学生需完成学校规定的校外实践性教学相关要求，遵守企业各项规章制度，按照生产要求规范开展校外实践性教学工作。

2. 自媒体运营实训

课程目标：本课程主要通过实训来学习自媒体运营的基本知识、文案策划、自媒体运营、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自媒体运营、用户运营、运营人的通用方法等。

主要内容：紧跟媒介技术、自媒体发展形态前沿，通过实训使学生掌握自媒体的策划、申请创建、名称选取、内容简介等基础工作；熟悉自媒体的内容运营、用户运营等运营类型及其内容、步骤、方法和技巧。

教学要求：按照第五学期校外实践性教学要求，根据企业生产实际，选择其中若干个岗位进行校外实践。学生需完成学校规定的校外实践性教学相关要求，

遵守企业各项规章制度，按照生产要求规范开展校外实践性教学工作。

3. 直播运营实训

课程目标：通过本课程的学习使学生熟练掌握在淘宝，微信，抖音等直播平台开展电商直播的策划、技术、主播等专业技能。能够独立在直播平台开展直播活动。

主要内容：通过实训练习使学生掌握产品描述、直播工具使用、商品拍摄美化、脚本撰写、营销方案制定、仓储规划、粉丝管理、营销渠道的开发、供应链管理、模式创新等内容。

教学要求：按照第五学期校外实践性教学要求，根据企业生产实际，选择其中若干个岗位进行校外实践。学生需完成学校规定的校外实践性教学相关要求，遵守企业各项规章制度，按照生产要求规范开展校外实践性教学工作。

(2) 岗位实习

岗位实习是专业重要的实践性教学环节。通过岗位实习，使学生更好地将理论和实践结合，全面巩固和锻炼学生的职业技能和实际岗位工作能力，为就业奠定坚实基础。本专业岗位实习主要使学生了解企业的运作、组织架构、规章制度和企业文化；掌握岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能；增强爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业素质，提高学生的就业能力。岗位实习是专业重要的实践性教学环节。通过岗位实习，使学生更好地将理论和实践结合，全面巩固和锻炼学生的职业技能和实际岗位工作能力，为就业奠定坚实基础。本专业岗位实习主要使学生了解企业的运作、组织架构、规章制度和企业文化；掌握岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能；应用网店运营、视觉设计、客户服务的技能，增强爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业素质，提高学生的就业能力。

8.2 第二课堂

为实现人才培养目标素质要求，设置第二课堂素质教育，总学分为 6 学分，具体要求见第二课堂成绩单。

表 3 第二课堂素质教育安排表

类 别	活动内容	学分
-----	------	----

入学教育	学校办学情况和专业情况简介；学习校规校纪；参加新生军训；参加入学安全教育培训等。	0.6
思想政治与道德教育	参加党课党史学习；参加校、系两级党课培训；参加“青年马克思主义者培养工程”培训；参加“青年大学习”；参加“学党史、强信念、跟党走”主题教育；践行社会主义核心价值观活动、参加校、系两级主题团日、规范教育活动等。	1.2
文化素养教育	参加学雷锋、扫墓、五四、国庆等各类活动，参加“三学三提”读书交流会；参加大学生文明修身月系列活动；大学生宿舍文化节；参加疫情防控等志愿服务活动；参加“燕赵青年说”主题演讲比赛；参加院级以上各类讲座；参加大学生志愿者暑期“三下乡”系列社会实践活动；参加艺术展演、竞赛活动等。	1.2
身心素质教育	参加运动会、素质拓展活动等各类体育竞赛；参加心理健康测试、心理健康教育活动等。	0.8
创新创业素质教育	参加书法、音乐、武术、曲艺、棋类、节日、民俗等中国传统文化展览；参加非遗文化遗产创业设计大赛；参加传统文化相关报告及讲座等。参加“挑战杯”、“互联网+”等技能赛事；参加创新创业教育活动；制订个人生涯规划；参与科研课题、论文研究；参加就业教育实践活动等。	0.8
劳动素质教育	参加文明城市创建活动；参加爱国卫生志愿服务活动；参加各级各类志愿服务培训及活动；参加社会公益性活动等。	0.8
安全素质教育	参加消防安全演练；参加国家安全知识竞赛；参加人身、财产、意识形态等安全教育专题讲座；参加国家安全教育系列活动等。	0.6
合计		6

9. 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。

9.1 队伍结构

本专业学生数与专任教师数比例 18:1，师资充足。专业教师团队由校企双方师资构成，整体素质高，业务能力强，专兼结合、年龄结构合理。教师队伍朝气蓬勃，信息化教学能力和科研意识强，能够有效开展课程教学改革和科学

研究工作。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、课程教研机制。

9.2 专业带头人

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互联网和相关服务、批发业、零售业行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

9.3 专任教师

具有高校教师资格；原则上具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

9.4 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，根据学校相关要求对兼职教师聘任与管理。

10. 教学条件

10.1 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、实验

室、实训室和实习实训基地。

10.1.1 专业教室基本要求

专业教室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,互联网接入或 Wi-Fi 环境,并实施网络安全防护措施;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,保持逃生通道畅通无阻。

10.1.2 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,确保能够顺利开展零售财务规划与零售营销组合、电子商务视觉设计、社群营销与整合营销、数据化运营、智能客服话术设计、电子商务产品开发及原型设计、智能营销等实验、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) 电子商务视觉设计实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、移动设备、电子商务视觉设计软件等设备设施,用于视觉营销设计、视频制作、图形图像处理等实训教学。

(2) 电子商务数据分析实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、大屏显示器、电子商务数据分析实训软件等设备设施,用于数据化运营、商务数据分析、数据可视化等实训教学。

(3) 电子商务运营实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、网站(店)运营与推广实训软件、移动电子商务实训软件、跨境电子商务实训软件等设备设施,用于网店运营、社群运营、

项目管理等实训教学。

10.1.3 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，实习基地应能提供运营主管、全渠道营销主管、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。

10.2 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。

10.2.1 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。

10.2.2 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：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理和文化类文献等。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。

10.2.3 数字教学资源配置基本要求

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。

11. 质量保障和毕业要求

11.1 质量保障

（1）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）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）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。

11.2 毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，本专业学生通过规定年限的学习，完成规定的各教学环节，必须修满 159.5 学分，其中必修课程学分达到 137 学分，选修课程学分到达 16.5 学分，第二课堂 6 学分，全部课程考核合格，达到本专业人才目标和培养规格的要求，准予毕业。

12. 附录

一般包括教学设置及教学安排表、教学进程安排表、课程设置及学时、学分比例表、专业人才培养方案编制小组等。

附表 1

课程设置及教学安排表

课程性质	序号	课程编码	课程名称	考核安排		学分	学时数			学期实际周学时与教学周数					
				考试	考查		总学时	内容		第一学年		第二学年		第三学年	
								理论学时	实践学时	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
										18	18	18	18	18	20
公共必修课	1	07010100	思想道德与法治	√		3	48	40	8	4/12					
	2	07410035	形势与政策		√	1	40	32	8	2/4	2/4	2/4	2/4	2/4	
	3	07010000	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	√		2	32	24	8			2/16			
	4	07010020	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	√		3	48	40	8				4/12		
	5	08010101/2/3	体育		√	6	108	6	102	2	2	2			
	6	00010020	军事理论		√	2	36	36	0	2					
	7	00010060	军事技能		√	2	2 周	0	2 周	2 周					
	8	00010100	心理健康教育	√		2	36	28	8		2				
	9	07010390	劳动教育		√	1	16	6	10			2/8			
	10	07010110	国家安全教育		√	1	16	14	2		2/8				
	11	07010171	大学生职业发展与就业指导		√	2	40	30	10			2			
小计				4	6	25	420	256	164	10	8	10	6	2	
	12	07010200	党史		√	2	32	28	4		2/16				
	13	01410000	信息技术		√	3	48	16	32	4/12					
	14	07010160	创新创业基础		√	2	32	22	10		2/16				
	15	07010240	中华优秀传统文化		√	2	32	32	0		2/16				

公共限选课	16	07020191/2	数学		√	4	64	64	0	2/16	2/16				
	17	07010270	美育通鉴		√	2	32	12	20		2/16				
小计				0	6	15	240	174	66	6	10				
公共选修课					√	属于动态管理，至少选两门，课程名称不确定。									
小计				0	2	3	56	56	0						
专业基础课	18	02134590	电子商务基础	√		4	64	32	32	4/16					
	19	02035600	商务数据分析		√	4.5	72	36	36			4			
	20	02530880	市场营销	√		4.5	72	36	36				4		
	21	02231410	电子商务法律法规		√	4.5	72	36	36				4		
小计				2	2	17.5	280	140	140	4	0	4	8		
专业核心课	22	02136930	视觉营销设计		√	4.5	72	36	36		4				
	23	02035320	网店运营	√		4.5	72	36	36		4				
	24	02331340	网络营销	√		4.5	72	36	36			4			
	25	02037090	数据化运营		√	4.5	72	36	36				4		
	26	02037100	社群运营		√	4.5	72	36	36		4				
	27	02037110	互联网产品开发		√	4.5	72	36	36				4		
小计				2	4	27	432	216	216	0	12	4	8		
专业拓展课	28	02132410	图形图像处理		√	4	64	32	32	4/16					
	29	02234640	新媒体营销	√		4.5	72	36	36			4			
	30	02034110	创新创业素质拓展		√	4.5	72	36	36		4				
	31	02036950	视频制作		√	4.5	72	36	36			4			
小计				1	3	17.5	280	140	140	4	4	8	0		
专业选修	32	02046970	客户服务与管理		√	4.5	72	36	36				4		
	33	02047121/2	直播电商		√	9	144	72	72			4	4		

课															
小计				0	2	13.5	216	108	108	0	0	4	8		
实践课	34	02135110	网店客服实训		√	3	48	0	48					4/12	
	35	02136490	自媒体运营实训		√	6	96	0	96					8/12	
	36	02136510	直播运营实训		√	3	48	0	48					4/12	
	37	00030050	岗位实习		√	22	550	0	550					100	450
	38	00030090	毕业设计		√	4	100	0	100					50	50
小计				0	5	38	842	0	842	0	0	0	0	16	
总学分总学时及周学时合计						153.5	2766	1090	1676	24	34	30	30	18	
考试考查课程门数				9	29					2/7	2/11	3/7	2/6	5	

说明：①军事理论、心理健康教育两门课程以系为单位开设，每周2课时，交通运输系、数字商贸系、现代农牧系、信息工程系在第一学期开设军事理论课，在第二学期开设心理健康教育；学前教育与社会服务系、艺术与设计系、智能制造系在第一学期开设心理健康教育，在第二学期开设军事理论。劳动教育以校区和学制为单位开设，本部校区和两年制所有专业开在第三学期，武邑校区三年制专业开在第四学期。美育课程以校区为单位开设，武邑校区在第一学期开设，本部校区第二学期开设。②院级选修课为素质拓展类课程，学院进行动态管理；三年制专业院级选修课安排在第1-3学期，每学期14周，学生至少选修2门且不低于56学时，3学分；系选修课安排在3-4学期，每学期18周，学生需选修2门，共216学时，13.5学分。③院系两级选修课学时合计不少于总学时的10%。

附表 2 教学进程表

学 周 年 次 级 期 别 别		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
一 年 级	第一 学期	★	★	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	●	◎	◆=					
	第二 学期	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	●	◎	◆=					
二 年 级	第三 学期	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	●	◎	◆=					
	第四 学期	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	●	◎	◆=					
三 年 级	第五 学期	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	■	■	#	#	#	#	●	◎	◆=					
	第六 学期	# ■ ☆ ◇																									

说明：★—入学教育及军训，□—课堂教学，E—集中实训、实习（集中实践周的安排根据专业实际自主设置），●—考试，◆—社会实践，≡—寒暑假，#—岗位实习，■—毕业设计（论文），☆—毕业教育，◇—毕业答辩，◎第二课堂及公益活动（此项教学活动应该穿插到整个教学过程中，并非固定在进程表体现的周数中）。

附表 3 课程设置及学时、学分比例表

学时/学分	学时	%	学分	%	学时/学分	学时	%	学分	%
课程性质					课程性质				
公共课	716	25.9	43	28	必修课	2494	90	137	89.3
专业课	2050	74.1	110.5	72	选修课	272	10	16.5	10.7
合计	2766	100	153.5	100	合计	2766	100	153.5	100
院选课最低合格标准学分			3						
系选课学分			0						
最低合格标准学分总计			总分=必修课+选修课+第二课堂=135.5+18+6=159.5						
实践教学环节占教学活动总学时比例			B=实践学时/教学总学时*100%=1676/2766*100%=60.6%						

说明：三年制公共课指附表 1 的第 1-3 个小计之和，专业课指附表 1 第 4-8 个小计之和；必修课指附表 1 第 1、2、4、5、6、8 个小计之和，选修课指附表 1 第 3、7 个小计之和。

附表 4

电子商务专业人才培养方案编制小组

项目名称	姓名	职称/职务	工作单位
组长	张运建	讲师	衡水职业技术学院
执笔人	赵晓红	讲师	衡水职业技术学院
审核人	杨海源	系主任	衡水职业技术学院
小组成员	程连生	副教授	衡水职业技术学院
	马彩华	讲师	衡水职业技术学院
	刘琴	讲师	衡水职业技术学院
	许文培	助理讲师	衡水职业技术学院
	张凯悦	助理讲师	衡水职业技术学院
	张恒	会长	衡水市电商协会