



河南女子职业学院

电子商务专业人才培养方案

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
制 定 时 间：	2022 年 9 月
修 订 时 间：	2025 年 7 月
使 用 年 级：	2025 级

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标及培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
六、课程设置与要求	5
(一) 公共课程	5
(二) 专业课程	26
(三) 实践性教学环节	52
七、教学进程总体安排	59
八、实施保障	66
(一) 师资队伍	66
(二) 教学设施	67
(三) 教学资源	69
(四) 教学方法	70
(五) 学习评价	70
(六) 质量管理	72
九、毕业要求	73
(一) 成绩要求	73
(二) 技能证书的要求	73

附：2025 级电子商务专业人才培养方案专家论证意见**错误！未定义书签。**

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

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

三年

四、职业面向

表 4-1 电子商务专业职业面向

所属专业大类	财经商贸类	所属专业大类代码	53
所属专业类	电子商务	所属专业类代码	5307
对应行业	互联网和相关服务 批发业 零售业	对应行业代码	64 51 52
主要职业类别	电子商务师 S	主要职业类别代码	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
	品牌专业人员客户服务管理		2-06-07-04
	客户服务管理		4-07-02-03
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、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		
社会认可度高的行业企业标准和证书	电子商务师（网商）（三级）		

五、培养目标及培养规格

（一）培养目标

本专业立足于黄河流域生态保护区建设及区域经济高质量发展，旨在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，掌握现代商务管理、信息技术的基础理论知识，具备扎实的电子商务运营、网络营销推广、客户服务与管理、数据分析应用等核心专业技能，面向互联网和相关服务、批发业、零售行业的电子商务师、互联网营销师、市场营销专业人员、商务策划专业人员、品牌专业人员、客户服务管理等职业类别，能够从事运营主管、O2O销售主管、智能客服、视觉营销设计师、互联网产品开发主管的高技能人才。

（二）培养规格

1.素质

（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）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；

（3）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、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；

（4）崇德向善、诚实守信，具有质量意识、安全意识、信息素养、科学素养、创新精神，具有较强的集体意识和团队合作意识，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处，具有职业生涯规划意识；

（5）具有良好的身心素质、人文素养，具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和至少 1 项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的文化修养、审美和人文素养，能够形成至少 1 项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力；

（6）树立正确的婚恋观、生育观和家庭观，坚定对家庭建设的信心，培养爱国爱家的家国情怀。

2.知识

（1）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，学习 1 门外语并结合本专业加以运用，掌握必备的美育知识；

（2）掌握身体运动的基本知识，达到国家大学生体质健康测试合格标准；

（3）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（4）掌握性别平等、家庭美德、中华优秀家风家训等相关知识；

（5）掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；

(6) 掌握商品拍摄、图像图片处理和网络文案写作的方法；

(7) 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识；

(8) 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；

(9) 掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识；

3.能力

(1) 具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

(2) 具有良好的语言表达、文字表达能力，较强的人际沟通与公关协调能力，以及较强的团队协作意识与集体意识，具备合作共事能力；

(3) 具有较强的抗压能力与自我调节能力；

(4) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，能够整合并综合运用知识分析与解决问题；

(5) 掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

(6) 具备处理亲密关系、亲子关系等家庭关系的能力，提升家庭建设和家庭教育的实践能力；

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

(8) 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；

(9) 具备网店设计与装修的能力，能够根据产品页面需求，进行页面设计、布局美化和制作；

(10) 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。

(11) 具备不同商品类型进行产品策划、分类管理的能力；

(12) 具备根据运营目标，采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测能力；能正确进行网络营销，应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务等；能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理。

六、课程设置与要求

本专业课程包括公共课程、专业课程和实践性教学环节。

(一) 公共课程

包括公共基础必修课程和公共基础选修课程。

1.公共基础必修课程

根据党和国家的有关文件规定，将思想道德与法治、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、形势与政策、大学英语、体育与健康、军事理论、大学生心理健康教育、信息技术、家庭建设、大学生职业发展与就业指导、劳动教育、国家安全教育、商务礼仪等课程列入公共基础必修课程，课程描述如下：

(1) 思想道德与法治

周学时数：3，学分：3，开设学期：第一、二学期。

课程目标：领悟公民道德、职业道德规范的核心要义，掌握法律本质特征及主要实体法的基本内容，引导学生培养良好的道德行为习惯，树立法治意识，提升判断、分析和解决问题的综合能力；培养爱党爱国情怀，认同践行社会主义核心价值观。

教学内容：通过系统教学使学生深刻理解并自觉践行社会主义核心价值观，厚植爱党爱国情怀，培养有理想、有道德、有文化、有纪律的"四有"新人。

教学要求：针对大学生在思想成长和法治意识形成过程中遇到的典型困惑与现实问题，开展人生观、价值观、道德观、法治观教育，引入社会热点和生活案例，通过理论学习和实践体验，全面提高大学生的思想道德素质、行为修养和法律素养。

考核项目：主要考核大学生爱党爱国情怀、科学探索精神、良好道德习惯、正确法律观念及分析解决问题能力，运用正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观,分析判断和解决实际问题。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性评价相结合的方式，过程性评价含考勤、课堂表现、作业、实践等占 80%，终结性评价为期末考试，考查知识掌握与运用，占 20%。

（2）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

周学时数：2，学分：2，开设学期：第二学期。

课程目标：帮助学生了解马克思主义中国化时代化的历史进程，提高学生运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点和方法的能力，引导学生坚

定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，增进政治认同、思想认同、情感认同，增强社会责任感与使命感。

教学内容：本课程主要阐述毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果、中国特色社会主义理论体系的形成发展，邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的主要内容和历史地位。

教学要求：坚持理论引导，要求学生深刻认识中国化马克思主义既一脉相承又与时俱进的理论品质；增强思维能力，使学生得到思想的启迪、战略的启蒙和智慧的启示，做到学有所思、学有所悟、学有所得。

考核项目：考核主要为知识理论考核，考核方式为闭卷形式，考试内容主要围绕专题教学内容讲授的教学重难点。

考核要求：本课程为必修考试课，由过程性考核和期末理论考试两部分组成，采取线上线下相结合的模式。其中过程性考核占 80%，期末考试占 20%。

(3) 习近平新时代中国特色社会主义思想

周学时数：3，学分：3，开设学期：第三、四学期。

课程目标：引导学生系统学习习近平新时代中国特色社会主义思想的理论成果和思想精髓，结合其在中华大地的生动实践，深化学生对习近平新时代中国特色社会主义思想的时代意义、理论意义、实践意义、世界意义的认识，成为担当复兴大任的时代新人。

教学内容：习近平新时代中国特色社会主义思想作为当代中国马克思主义、二十一世纪马克思主义，是中华文化和中国精神的时代精华，实现

了马克思主义中国化新的飞跃的主要内容。

教学要求：以教促学，以学促知，以知促行，以行促情。激发学生学习本课程的主观能动性，提高用习近平新时代中国特色社会主义思想认识问题、分析问题和解决问题的能力，实现从知识认知到信念生成的转化，增强新时代青年学生的使命责任。

考核项目：理论体系把握、核心观点领会、思维方法运用、实践案例分析、价值信念塑造。

考核要求：过程性考核占 80%，关注学习过程和发展性评价，期末考核占 20%，重点考查学生的理论掌握程度和综合运用能力。

（4）形势与政策

周学时数：1，学分：1，开设学期：前 4 学期开设，每学期 8 学时。

课程目标：本课程旨在引导学生深刻把握新时代国内外形势，培养学生运用马克思主义立场观点分析复杂社会问题的能力，提升政治判断力与思辨素养，塑造兼具家国情怀与国际视野的新时代青年。

教学内容：着重进行党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验教育；进行马克思主义形势观、政策观等教育；进行改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就教育；进行党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施教育；进行当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势和我国的对外政策，世界重大事件及我国政府的原则立场教育。

教学要求：本课程坚持与时俱进的原则，紧密结合时事发展动态，突出政治性、时代性和针对性，注重运用案例教学、专题研讨、情景模拟等灵活多样的教学方法，确保课程教学的实效性和感染力。

考核项目：主要考核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风等一系列知识点。

考核要求：课程考核综合评估学生课堂学习与实践教学表现，采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，过程性考核占 80%，终结性评价占 20%。

（5）大学英语

周学时数：2，学分：8，开设学期：第一、二、三、四学期。

课程目标：能运用必要的英语知识解决实际语言问题，能在日常生活与职场情景中灵活组织沟通表达，吸收多元文化知识，挖掘不同文化背后的深层内涵；能在日常生活和职场情境中高效完成沟通任务，根据升学、就业等实际需求，选用恰当方式方法开展自主学习；增强跨文化交际意识，始终坚守中国立场并拓展国际视野，培养谨慎判断的思维品格以及精益求精的职业精神。

教学内容：涵盖高职必备的英语语言知识，阅读、写作和翻译技巧；包含职场情景表达，科技、文化等内容；涉及职业英语技能及通过场景模拟解决实际问题的内容。通过完成语言实践任务，增强民族文化自豪感，培养职业精神。

教学要求：教学过程突出实践性与互动性，通过情景模拟、角色扮演、案例分析、项目学习等方式，提升学生实际语言运用能力和跨文化交际能力。

考核项目：知识考核英语所学习的基本词汇、句型、语法点。能力考

核英语听、说、读、写、译等英语综合技能，以及职业英语技能。

考核要求：课程采用形成性评价和终结性评价相结合的方式，形成性评价占 80%，终结性评价占 20%。形成性评价结合出勤、学习态度、作业完成情况、课堂表现、语言实践任务、期中阶段性测评及线上自主学习等进行综合评定。终结性评价以线下集中考试的方式进行期末考试。

（6）体育与健康

周学时数：2，学分：6，开设学期：第一、二、四学期。

课程目标：本课程旨在指导学生运用科学方法提升体能素质，规范运动技能，设计个性化锻炼计划，养成健康生活习惯，培养团队精神和意志品质；结合专业特点提升职业健康素养，践行社会主义核心价值观，塑造全面发展的高素质技术技能人才。

教学内容：教学内容依据《全国普通高等学校体育课程教学指导纲要》和《国家学生体质健康标准》，结合本校实际条件，开设篮球、排球、足球、羽毛球、匹克球、武术、健美操、啦啦操、健身气功、瑜伽、跆拳道等多种选项课。

教学要求：将理论与实践相结合，通过不同类型的体育课程教学，提高学生的兴趣和参与度，使学生掌握两项及以上健身运动的基本方法和技能。此外，通过课内外的体育活动共同改善学生的心理状态，培养积极乐观的生活态度，促进学生身心和谐发展。

考核项目：由运动项目技术与技能评价（60%）、课后体育锻炼——校园跑评价(10%)、学习过程评价(10%)、理论成绩(10%)、课堂表现(10%)组成。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性评价相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性评价占 20%。过程性评价包括出勤、学习态度、作业完成、课堂表现、线上自主学习等进行综合评定；终结性评价为期末考试，采用线下集中考试方式。

(7) 军事理论

周学时数：2，学分：2，开设学期：第二学期。

课程目标：系统掌握中国国防的基本体系、国家安全战略框架、经典军事思想、现代战争的形态演变及信息化装备的核心技术特征；理解国防法规与军事制度的内在逻辑。通过理论学习与实践体验，激发学生的爱国热情与民族责任感，树立革命英雄主义，增强应对复杂安全形势的国防观念，培养组织纪律性和团队协作能力。以军事教育为载体，促进大学生在思想政治、身心素质、社会责任感等方面的全面发展，为中国人民解放军储备高素质后备兵员。

教学内容：涵盖中国国防的历史沿革与当代发展、国家安全体系的多元构成及战略布局、中外经典军事思想的精髓与传承、现代战争的作战样式与制胜机理、信息化武器装备的技术原理与作战应用等。

教学要求：采用“理论讲授+案例分析+模拟训练”相结合的教学模式，通过军事纪录片赏析、国防热点研讨等活动，使学生掌握基本军事理论框架，并将理论知识转化为国防意识与行动自觉，最终实现思想政治素质、身心素质与社会适应能力的综合提升。

考核项目：中国国防知识、国家安全战略布局、中外经典军事思想、现代战争与信息化武器装备等军事理论基本知识。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、作业完成等，终结性考核为期末考查，采用线下集中考试的方式。

(8) 心理健康教育

周学时数：2，学分：2，开设学期：第一学期。

课程目标：了解心理学基本概念，掌握自我调适的基本知识。掌握自我探索技能，心理调适技能。树立科学的心理健康理念，具有正确的世界观、人生观、价值观，以期培养成为认知合理、情绪稳定的从业者。

教学内容：课程分为 3 个模块，模块一为自我认同，章节包括概论、自我意识、人格发展和情绪管理；模块二为价值认同，章节包括压力与挫折教育、人际交往、恋爱与性心理；模块三为职业认同，包括学习心理和生命教育。

教学要求：掌握心理健康调试知识，培养良好的心理素质。灵活运用心理学技巧为自己和他人做心理调适。

考核项目：考核学生是否了解简单的心理调节方法，认识心理异常现象，掌握心理健康常识。正确认识自我，促进人际和谐，提高社会适应性，以更好发挥潜能和发展自我。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性考核相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。课前 50%，出勤 10%，课前心理知识学习 10%，课堂活动 30%；课中 30%，进行心理情景剧表演；期末考核 20%：撰写自我成长报告。

(9) 信息技术

周学时数：3，学分：3，开设学期：第二学期。

课程目标：能够根据专业需求，借助 AI 技术和办公软件，完成相应任务；掌握信息检索技术和技巧，并根据专业需要，借助 AI 大模型，进行信息检索；了解新一代信息技术的种类及其应用领域，尤其是 AI 与专业融合的应用；培养学生的自主探究能力、团队协作能力、审美能力以及运用 AI 等信息技术解决问题的能力；提高学生的文学素养，爱国情感，创新意识、信息安全意识和信息素养。

教学内容：AI 办公软件、信息检索、新一代信息技术、信息素养与社会责任。

教学要求：立德树人，加强对学生的情感态度和责任的教育；突出技能，提升学生对 AI 等信息技术的应用技能；服务专业，结合学生专业特点，融入相关的思政教学案例。

考核项目：知识考核 AI 办公软件的操作、信息检索技巧；新一代信息技术及 AI 的应用；能力考核运用 AI 等信息技术解决问题的能力、自主探究能力、团队协作能力等；素质考核信息安全意识、信息素养等。

考核要求：课程采用过程性考核和终结性考核相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性考核包括出勤、学习态度、作业完成、课堂表现、线上自主学习等进行综合评定；终结性考核为期末考试，采用线下提交综合性考核作品方式。

（10）家庭建设

周学时数：2，学分：2，开设学期：第五学期。

课程目标：掌握家庭定义、类型、价值及成员权责、婚姻家庭法规与

纠纷解决途径；掌握亲情培养、家庭管理、矛盾解决等知识；掌握家庭美学、健康养生、文化传承及规则构建要点；能够运用知识分析婚恋生育，用沟通技巧经营家庭关系，以法律保障权益，开展家庭财务、时间管理与活动规划，营造美学环境、践行健康生活、传承家风；树立科学家庭观与婚恋观，厚植家国情怀，培育和谐家庭素养，弘扬家庭美德，增强家庭建设能力。

教学内容：涵盖家庭之基、法、爱、智、乐、和、美、健、风、序十大模块，讲授家庭核心知识。在法律模块融入法治意识，文化传承模块融入家国情怀，实现知识与价值引领统一。

教学要求：采用“线上+线下”混合式教学，通过专题讲座、研讨、案例解析等开展，依托超星学习通等辅助，结合实践基地强化实践。

考核项目：知识考核家庭定义、婚姻家庭法规、亲情培养、家庭管理等重点内容。能力考核婚恋认知、家庭关系经营、纠纷解决、家庭规划等综合能力。

考核要求：过程性评价（80%，含出勤、课堂表现、作业、线上学习）与终结性考核（20%，情景剧考查）结合，各院部可适当调整。

（11）大学生职业发展与就业指导

周学时数：2，学分：2，开设学期：第一、二、三、四学期。

课程目标：明晰职业规划理论、自我认知与探索路径及求职要点；能独立制定职业规划，精准筛选职业信息，规范制作求职材料，灵活应对面试，有效管理职业发展。树立正确职业观，融个人发展于国家需求，培育积极心态、创新精神及敬业素养。

主要内容：以“认知—规划—就业—发展”为主线，分四大篇章并融入思政元素。认知篇解析专业与职业关联，借 MBTI、霍兰德理论引导自我探索；规划篇介绍舒伯发展理论，指导制定长中短期目标，传授 SWOT 分析法等工具；就业篇涵盖求职材料准备、笔试面试技巧、信息甄别及法律知识；发展篇指导角色转换，传授职场技能，强调持续学习。

教学要求：采用案例教学、情景模拟等方法，线上线下融合，注重理论与实践结合，提升就业竞争力，为匹配个人与社会需求奠定基础。

考核项目：知识考核职业规划理论、探索方法及求职发展知识。能力考核规划、信息筛选能力及大赛实践竞技能力。

考核要求：采用过程性评价（80%）与终结性考核（20%）结合的方式，过程性评价包括出勤、作业、参加职业规划大赛及模拟面试等；终结性考核为线上期末考试。

（12）劳动教育

周学时数：1，学分：1，开设学期：第一、二、三、四学期。

课程目标：掌握马克思主义劳动观的核心内涵；了解我国劳动法律法规的基本条款，明晰劳动者的权利与义务；知晓不同行业的劳动特点、职业规范及劳动安全知识。具备基本的劳动技能，能完成日常生活劳动和专业相关的生产实践劳动；掌握团队协作中的劳动分工方法，能在集体劳动中有效沟通、配合完成任务。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；培育吃苦耐劳、爱岗敬业的职业精神；增强劳动责任意识，形成尊重劳动者的良好品德。

教学内容：马克思主义劳动观与新时代劳动精神解读，劳动法律法规

与权益保护常识，中外劳动文化史与劳模事迹。日常生活劳动、专业关联劳动技能。

教学要求：课程采用“理论+实践”双轨模式。认真掌握劳动观的核心理论，理解劳动与个人、社会、国家的内在联系，关注劳动领域的时事与政策。遵守劳动纪律与安全规范，积极参与各类劳动活动，在实践中体会劳动过程。

考核项目：马克思主义劳动观的核心内涵，我国劳动法律法规的基本条款，不同行业的劳动特点、职业规范及劳动安全知识，基本的劳动技能实践。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括线上课视频学习、章节测试、作业完成、实践练习等，终结性考核为期末考试，采用线上集中考试的方式。

（13）国家安全教育

周学时数：1，学分：1，开设学期：第一学期。

课程目标：掌握总体国家安全观的核心内涵与理论框架，了解政治、经济、文化等 16 个领域国家安全的基本范畴；熟悉《中华人民共和国国家安全法》等相关法律法规的关键条款；知晓我国当前面临的国家安全形势及常见风险点。具备识别国家安全风险的基本能力，能对生活中可能涉及国家安全的场景作出初步判断；掌握维护自身及身边国家安全的基础方法，能规范自身行为并向他人传递基础安全常识。树立“国家安全，人人有责”的责任意识，增强对国家主权、安全、发展利益的认同感与使命感；

养成自觉维护国家安全的行为习惯，将国家安全意识融入日常学习与未来职业生活。

教学内容：总体国家安全观的提出背景、发展历程与核心要义，国家安全相关法律法规解读，政治安全、网络安全、经济安全、社会安全等重点领域的安全内涵、风险表现及应对原则。

教学要求：采用“理论讲授+案例研讨”的教学模式，通过国家安全知识专题讲座、典型案例深度剖析等活动，使学生系统掌握总体国家安全观，培养风险识别与预警能力，增强维护国家安全的责任感与使命感，形成主动抵制危害国家安全行为的自觉意识。

考核项目：总体国家安全观的核心内涵，政治、经济、文化等 16 个领域国家安全的基本范畴，《中华人民共和国国家安全法》等相关法律法规的关键条款，我国当前面临的国家安全形势及常见风险点等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括线上课视频学习、章节测试、作业完成等，终结性考核为期末考试，采用线上集中考试的方式。

（14）大学语文

周学时数：2，学分：2，开设学期：第一学期。

课程目标：系统掌握语言文字文学常识，全面认知中华优秀传统文化的多元内涵；熟悉文学鉴赏基本原理与作品分析方法；精通公务、事务、职场等应用文书的文体规范与写作要求；强化听说读写综合技能，重点提升文学鉴赏、批判性思维、应用写作及职业适应能力；具备娴熟的母语驾驭能力，能精准运用语言文字进行表达交流。树立正确三观，培育职业素养与

工匠精神；汲取先贤智慧与品格力量，涵养敬业精神；塑造仁爱孝悌、诚信刚毅的品格；弘扬民族精神与时代精神，增强文化自信与民族认同感。

教学内容：以人文素养培育为主线，梳理中国文学发展脉络，涵盖古今中外经典文学作品选读，聚焦重要作家与代表作的时代价值；设置应用文写作模块，训练各类文书的规范写作。

教学要求：采用“经典研读+技能实训+情境应用”模式，通过讲授、分组讨论、写作练习等形式引导学生掌握文学基础知识与应用文写作规范。

考核项目：知识考核文学基础知识，能力考核应用文写作规范。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括线上课视频学习、章节测试、作业完成等，终结性考核为期末考试，采用线上集中考试的方式。

（15）商务礼仪

周学时数：2，学分：2，开设学期：第五学期。

课程目标：通过学习商务礼仪，使学生了解商务礼仪规范，掌握基本的商务礼仪知识和技能，提升职业素养和形象，提高学生在商务场合中的沟通能力和人际交往能力。通过实际案例分析和社会实践，培养学生在实际工作中灵活运用商务礼仪的水平。

主要内容：包括商务礼仪基础、个人形象礼仪、商务交往礼仪、商务会议礼仪、商务宴请礼仪、国际商务礼仪、商务沟通礼仪、商务谈判礼仪等内容。

教学要求：通过理论讲解学习商务礼仪的基本理论和知识；通过案例分析，理解商务礼仪的应用场景和重要性；通过角色扮演和模拟演练，提

升学生的实际操作能力；鼓励学生参与社会实践活动，如企业实习、商务活动观摩等，增强实践经验；强调课堂互动，鼓励学生提问和讨论，提高学习效果。

考核项目：通过平时表现、案例分析报告、角色扮演考核等方式考核。平时表现，包括课堂出勤、课堂表现、作业完成情况等。案例分析报告，要求学生针对某一商务礼仪案例进行分析，并撰写报告。角色扮演考核，通过模拟商务场景，考核学生的实际操作能力。

考核要求：采用过程性评价（80%）与终结性考核（20%）结合的方式。通过平时表现、案例分析报告、角色扮演等方式进行考核，学生将全面掌握商务礼仪的知识和技能，为未来的职业发展奠定坚实基础。

2.公共基础选修课程

根据党和国家的有关规定，将创新创业教育、书法鉴赏、音乐鉴赏、影视鉴赏、高等数学、中华优秀传统文化、中共党史等课程列入公共基础选修课程，课程描述如下：

（1）创新创业教育

周学时数：2，学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：掌握创新创业理论、创新思维与机会识别方法及创业运营知识；具备创新方案设计、机会评估、计划书撰写、项目管理及风险应对能力；树立正确创新创业观，结合个人创业与社会需求，培养开拓精神、创新意识及诚信负责的商业素养。

主要内容：以“创新—创业—实践—成长”为主线，分四大篇章融入思政元素。创新篇解析创新与创业关联，激发潜能；创业篇指导制定项目

计划，传授市场调研工具；实践篇涵盖计划书撰写、路演技巧等；成长篇指导从项目到运营的角色转换，强调持续创新的重要性。

教学要求：采用案例教学、情景模拟等互动方式，线上线下融合，注重理论与实践结合，鼓励参与创新大赛、孵化项目等，助力建立创新创业意识，提升实践能力。

考核项目：知识考核创新创业理论、计划书撰写方法、路演技巧及大赛知识；能力考核创业规划、项目分析、计划书制作、路演展示及大赛实践竞技能力。

考核要求：采用过程性评价（80%）与终结性考核（20%）结合的方式，过程性评价包括出勤、课堂表现、创业计划书、模拟路演、参加创新大赛等；终结性考核为线上期末考试。

（2）书法鉴赏

周学时数：2，学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：本课程旨在引导学生掌握篆、隶、楷、行、草五种书体的辨识与风格特征，欣赏书法艺术中笔法、字法、章法、墨法的美感，理解书法与汉字演变、中国传统文化的内在联系，并通过结合作者生平和时代背景解读经典碑帖的精神内涵与美学价值，借助基础临摹实践体验书写过程、加深对笔法与节奏的控制与理解；同时在陶冶情操、静心养性的过程中培养耐心与专注力，通过感受历代书家的人格魅力与作品格调，接受中华传统美德教育，全面提升人文修养与文化自信。

教学内容：汉字演变简史、文房四宝知识、书法基本技法与美学原则；篆书、隶书、楷书、行书、草书的代表作品精讲；深入研读王羲之、欧阳

询、苏轼、赵孟頫等历代书法大家的代表作；书法与文学、哲学、绘画的关系探讨。

教学要求：教师要以立德树人为根本，基于深入备课和清晰目标进行精准的教学设计；在实施教学中善于引导、有效互动，并灵活运用多种教学策略与方法激发学生思维；注重通过多元评价及时反馈以调整教学。教师要言行雅正，关爱、尊重所有学生，教学中始终牢记“师德师风”要求。

考核项目：知识考核对书法史、书体特征、代表书家及作品的基本认知；能力考核对书法作品的鉴赏、批评能力，以及通过临摹所体现的初步实践理解能力。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性考核相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤 10%、学习态度 20%、作业完成 10%、课堂表现 30%、线上自主学习 10%等进行综合评定；终结性考核为期末考试，采用线下集中考试方式。

（3）音乐鉴赏

周学时数：2，学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：本课程旨在通过辨识中外不同历史时期与民族的主要音乐流派、风格特征及代表性作曲家与作品，引导学生运用旋律、节奏、和声、音色等音乐要素分析作品结构与情感表达，同时结合历史文化背景阐释音乐的社会功能与文化内涵，建立音乐风格演变与人类文明发展的关联性认知，培养对音乐的批判性思考与价值评判能力，进而提升学生的审美感知与人文素养，塑造高雅的审美情趣，并通过中国民族音乐经典增强文化自信与民族自豪感，弘扬中华美育精神。

教学内容：音乐基本要素（节奏、旋律、音色、乐器）的认知与听辨；中国古代音乐、民间音乐、近现代经典作品赏析；巴洛克、古典主义、浪漫主义到 20 世纪现代音乐的风格演变与代表作赏析。

教学要求：教师要以立德树人为根本，基于深入备课和清晰目标进行精准的教学设计；在实施教学中善于引导、有效互动，并灵活运用多种教学策略与方法激发学生思维；注重通过多元评价及时反馈以调整教学。教师要言行雅正，关爱、尊重所有学生，教学中始终牢记“师德师风”要求。

考核项目：知识考核对中外音乐史、音乐流派、代表人物及作品的基本认知；能力考核对音乐作品的聆听、分析、阐释、评价能力以及小组协作与表达展示能力。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性考核相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤 10%、学习态度 20%、作业完成 10%、课堂表现 30%、线上自主学习 10%等进行综合评定；终结性考核为期末考试，采用线下集中考试方式。

（4）影视鉴赏

周学时数：2，学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：本课程旨在使学生掌握解构影视艺术视听语言的能力，并能够辨识剧情片、纪录片等不同类型影片的风格；培养学生分析影视文本的叙事策略、人物塑造与情感思想传递，能够结合社会文化语境对作品主题、意识形态、艺术价值、社会影响进行批判性阐释，最终通过中外优秀影视作品提升学生的媒介素养与影像批判解读能力，帮助树立正确的历史观和价值观，增强对当代社会的认知与思辨能力。

教学内容：中外经典剧情片、商业片、动画片、艺术电影的主要风格与代表作赏析；中外具有重要影响力的电影导演及其美学风格专题研究；影视艺术与世界文化的关联探讨；镜头运动、剪辑、音乐、色彩等元素的分析与读解。

教学要求：教师要以立德树人为根本，基于深入备课和清晰目标进行精准的教学设计；在实施教学中善于引导、有效互动，并灵活运用多种教学策略与方法激发学生思维；注重通过多元评价及时反馈以调整教学。教师要言行雅正，关爱、尊重所有学生，教学中始终牢记“师德师风”要求。

考核项目：知识考核对电影史、电影理论、类型概念、导演风格的基本认知；能力考核对影视作品的视听读解、叙事分析、批判性思考和影评写作能力。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性考核相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤 10%、学习态度 20%、作业完成 10%、课堂表现 30%、线上自主学习 10%等进行综合评定；终结性考核为期末考试，采用线下集中考试方式。

（5）高等数学

周学时数：2，学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：清晰描述函数、极限与连续、导数与微分、不定积分、定积分等核心概念的定义；熟练掌握极限运算法则、导数与微分公式、积分的计算技巧等，支撑计算机程序分析、数据建模等专业问题运算，领会极限“无限逼近”、积分“微元累积”等数学思想。具备熟练的计算能力；能够将微积分、微分方程等基本理论，应用于专业相关问题的求解中，并依据

计算结果进行分析、推断、预测。通过数学理论严谨推导，树立实事求是、一丝不苟的科学精神；通过融入数学史与数学家故事，厚植爱国主义情怀，塑造坚韧奋斗品格；通过数学建模实践，锻炼创新思维。

教学内容：涵盖函数与极限、连续、导数与微分、微分中值定理与导数的应用、不定积分与定积分以及常微分方程。

教学要求：紧密锚定专业人才培养目标，系统涵盖函数、极限与连续、导数与微分、微分中值定理与导数的应用、不定积分与定积分、常微分方程六大核心板块。各板块既讲解核心理论要点，又结合专业领域实践适配场景，兼顾数学逻辑严谨性与专业实用价值。

考核项目：极限的计算、函数的连续性、一元微积分的计算、一阶线性微分方程的建立与解法。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性评价相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性评价占 20%。过程性评价包括出勤、作业完成、课堂表现、阶段性测试等进行综合评定；终结性评价为期末考试，采用线下集中考试方式。

（6）中华优秀传统文化

周学时数：1，学分：1，开设学期：第三学期。

课程目标：学生通过学习，掌握中华优秀传统文化的主要特征和根本精神，熟知中华传统美德元素与传统礼仪精神及中国文学艺术、科学技术主要成果；学生能以中华传统美德为基础涵养良好的行为习惯和健全人格，能客观理性的分析和解读常见社会现象；培养学生人文精神，提升文化自觉和民族自信，培养文化创新意识，增强学生传承弘扬中华优秀传统文化

的责任感和使命感。

教学内容：中国历史文化脉络、中国城市、中国古典建筑、中国古典园林与自然、中国器物文化、中国古代科技、中国古代文学、中国古代艺术、中华优秀传统文化核心理念。

教学要求：坚持立德树人，注重挖掘优秀传统文化中蕴含的资源，培养学生的文化自信和民族自豪感；突出职教特色，根据专业不同，采取针对性教学，助力学生职业发展；强化思政属性，以思政实践培育创新思维。

考核项目：课程为限选考查课，考查学生对中华优秀传统文化的基本概念和主要成就等基础知识的掌握。

考核要求：百分制考核，采用过程性评价和终结性考核相结合的方式，过程性评价综合评定课堂表现和思政实践，占比80%，终结性考核占比20%。

（7）中共党史

周学时数：1，学分：1，开设学期：第三学期

课程目标：通过系统讲授中国共产党从创立到发展壮大的历史进程，帮助学生全面掌握党的重大事件、重要会议、关键决策，深刻理解党的初心使命与奋斗历程。引导学生树立正确的党史观，增强对党的认同感、归属感和使命感，自觉传承红色基因，勇担时代责任。

教学内容：涵盖中国共产党成立的历史背景、新民主主义革命的艰难探索、社会主义革命与建设的伟大实践、改革开放的重大决策与成就，以及中国特色社会主义新时代的辉煌篇章。重点讲述党的理论创新成果、伟大精神传承，剖析党在不同历史阶段如何应对挑战、把握机遇，推动中国社会不断进步。

教学要求：坚持史论结合，采用多样化教学方法，注重引导学生从历史中汲取智慧，联系现实，思考党的历史经验对当代社会发展和个人成长的启示。

考核项目：考核学生对党的历史知识的掌握程度，运用唯物史观分析党史问题的能力，评估学生对党的精神内涵的理解与感悟，以及在现实生活中践行党的优良传统的意识。

考核要求：采用多元化考核评价体系，过程性评价占比 80%，终结性考核占比 20%。

（二）专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程。

1.专业基础课程

根据行业发展以及人才培养的要求，将电子商务基础、市场营销、商务数据分析、图形图像处理、电子商务法律法规、管理学基础列入专业基础课程，课程描述如下：

（1）电子商务基础

周学时数：4，学分：4，开设学期：第一学期。

课程目标：通过学习，具备从事电商工作所需的电子商务基本理论和知识。主要研究和介绍电子商务的基本概念、模式、基本原理、关键技术及其应用，重点突出电子商务各种模式业务处理流程及电子商务安全的实战技能训练。使学生学习后，能够正确运用电子商务理论知识，进行网上购物、网上支付、网上消费、网上贸易、网上服务等活动，明确电子商务应用中的安全以及电子商务活动的法律法规。了解电子商务的产生、发展

流程，以及电子商务各个环节和活动的运行原理。

教学内容：电子商务相关的法律法规、行业政策和电子商务安全常识；电子商务零售市场的基本特点，电子商务 B2B、B2C、C2C 等典型电子商务运营模式；电子商务零售的主要交易流程，电子商务商情信息的处理 加工；网上银行和第三方支付平台业务；应用电子商务平台进行网上商店的搭建和日常商务交易处理。

教学要求：采用混合式教学模式，采用“理实一体化”教学，形成性考核与终结性考核相结合，完成课程教学目标。能力方面：培养学生运用电子商务知识去分析和解决电商工作者工作中所遇到的实际问题的能力。岗位能力和职业资格证书的衔接：具备运用电子商务知识是分析和解决电商工作者所遇到的实际问题的能力，是考取电子商务师资格证书的主修课程。

考核项目：电子商务基本理论知识，电子商务相关法规政策，电子商务安全常识，电子商务案例分析和基本实操能力。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、作业完成情况等，终结性考核为期末考试，采用线下集中考试的方式。

(2) 市场营销

周学时数：4，学分：4，开设学期：第一学期。

课程目标：通过本课程的学习，帮助学生系统地掌握市场营销的相关知识，掌握市场调研、产品推销、渠道建设和产品促销等基本技能；通过

案例分析等方式，培养学生将市场营销专业知识运用在营销实战中的实践能力；通过课堂教学，帮助学生树立以客户为中心的营销理念，培养良好的职业素养。

教学内容：市场营销的基本概念和基本原理、现代市场营销观念的内容；消费者购买行为包含的内容、消费者购买行为的整个决策过程；市场营销调研的类型含义和内容、市场营销调研的程序和方法；市场细分的概念、依据、原则和方法、目标市场策略和市场、定位策略；产品整体概念及层次构成、产品组合策略、产品生命周期营销策略、品牌策略和包装策略；营销定价目标、定价方法和定价策略；分销渠道选择的因素和分销策略；促销的概念、作用与原则，促销组合的基本策略、常用方法和技巧。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合要求学生为跨境新品设计全渠道推广方案并模拟路演。能力方面：培养学生能够熟练运用校验工具进行市场调研工作；能够对产品进行精准地定位和正确选择目标市场；具备产品策划和渠道建设的能力。

考核项目：市场营销学基本理论知识，市场调研的设计和实施，STP战略，4P营销策略，小组实训项目演练等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占80%，终结性考核占20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、作业完成情况等，终结性考核为期末考试，采用线下集中考试的方式。

(3) 商务数据分析

周学时数：4，学分：4，开设学期：第二学期。

课程目标：通过对本课程的学习，使学生掌握商务数据分析的基本知识，掌握基于 **Python** 的数据分析逻辑框架，并能够运用数据分析的方法和工具对商品销量、用户画像、销售转化率、库存数量、流量等数据进行分析，从而实现对产品类型和销售策略的优化，提升企业竞争力，旨在帮助学生掌握运营数据分析的技能，培养用数据创造真实商业价值的社会责任感，杜绝算法滥用与数据造假。

教学内容：明确数据分析的工作流程，设置目标、规划框架、数据获取与处理、数据分析、总结评估；掌握数据分析方法与指标体系，如流量、销售转化率、商品类目和营销活动等评价指标；应用流量来源分析、商品分析、客户行为分析的方法，通过对店铺流量来源、商品销售情况和客户价值度进行分析，调整并优化实施方案，提升商品竞争力。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，采用仿真实训的方式，通过真实项目引导教学，边学边练，教学做训评一体化，让学生真正掌握商务数据分析的知识精髓。能力方面：使学生能够运用数据分析技能去解决电子商务运营中的实际问题，培养企业所需要的应用型人才。岗位能力和职业资格证书的衔接：电子商务师（网商）（三级）。

考核项目：商务数据分析的基本理论知识，**Python** 的在电子商务数据分析中的应用，电子商务数据分析方法与指标体系。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习

态度、作业完成情况等，终结性考核为期末考试，采用线上集中考试的方式。

（4）图形图像处理

周学时数：4，学分：4，开设学期：第二学期。

课程目标：通过该软件的学习能使学生掌握使用 **Photoshop** 进行绘图、网店网页美工设计，照片处理等。能够让学生达到熟练操作图像处理的方法与灵活运用设计创作的基本要求，从而达到专业学习的基本要求和满足市场与社会发展的需求。学生应掌握平面绘图；掌握图层、通道、路径等在平面图形图像处理中的应用；掌握常用的滤镜效果并在创作中应用；掌握图形图像的输出。

教学内容：掌握 **Photoshop** 的界面，相关工具的使用，图层、蒙版的应用，通道的使用技巧，路径的使用方法及滤镜的灵活运用，对互联网技术的支持，为网页设计打好基础。

教学要求：采用混合式教学模式，采用“理实一体化”教学，形成性考核与终结性考核相结合，完成标志设计、包装设计、数字界面设计等项目实践。能力方面：运用 **Photoshop** 知识去解决电商工作者工作中所遇到瑕疵图片的问题的能力。岗位能力和职业资格证书的衔接：电子商务师。

考核项目：**Photoshop** 基本工具的使用，电子商务 GIF 动画的制作方法，标志、包装等界面设计。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方

式。

(5) 电子商务法律法规

周学时数：4，学分：4，开设学期：第四学期。

课程目标：掌握电子商务法的基本原理和电子商务立法概况；能够运用相关法律知识，为用户从事电子商务活动提供法律保障。

教学内容：了解电子商务法基础知识；能够运用电子商务法律知识解决电子合同签订，电子商务安全等问题；具有分辨法律问题归属的能力和独立分析解决商务法律问题的能力。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，剖析经典诉讼案例，模拟企业合规申报全流程操作。能力方面：通过课堂教授的方式，使学生具有诚实守信的职业道德和敬业精神；通过案例分析法，使学生能够将理论和实际相结合，解决现实中的电子商务法律问题，并树立终身学习的理念。

考核项目：法律的基本概念，电子商务法，电子商务安全相关法规，合同相关法律在电子商务中的应用等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、作业完成情况等，终结性考核为期末考试，采用线上集中考试的方式。

(6) 管理学基础

周学时数：4、2，学分：5，开设学期：第三、五学期。

课程目标：本课程以组织为研究对象，致力于研究管理者如何有效地管理其所在的组织。通过本课程的学习，要求学生系统地掌握管理学的基本理论和一般方法，了解管理思想史，培养学生能够通过执行计划、组织、领导、控制等职能，整合组织的各项资源，实现组织目标。

教学内容：本课程主要讲授管理活动过程及其规律、管理的基本概念、管理理论的形成与发展；计划、决策、组织设计、人员配备、领导、激励、协调与沟通、控制等内容。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，掌握管理理论，培养实践能力与职业素养。能力方面：具备计划、决策、组织设计、人员配备、领导、激励、协调与沟通、控制等基本管理能力。

考核项目：管理基本理论，主要管理流派，管理的职能，基础管理技能，管理案例分析能力。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、作业完成情况等，终结性考核为期末考试，采用线下集中考试的方式。

2.专业核心课

根据行业发展以及人才培养的要求，将网络营销与直播销售、网店运营与推广、视觉营销设计、社群运营、零售门店 O2O 运营、AI+商务智能、互联网产品开发列入专业核心课程，课程描述如下：

(1) 网络营销与直播销售

周学时数：4，学分：4，开设学期：第二学期。

课程目标：通过系统地学习和实践，使学生能够掌握直播销售的核心技能和知识，适应并胜任直播销售相关岗位的工作。能够独立策划并执行直播销售活动，具备良好的产品推荐与解说能力，熟练掌握直播设备的操作与直播间的搭建技巧，能够通过数据分析优化直播内容与推广方式，提高销售转化率，熟悉直播电商平台及其运营规则，树立正确的职业道德与团队协作精神。

教学内容：电商平台的特点、规则与入驻流程；直播技能：直播设备的选购与调试、直播间的搭建与布置技巧、直播平台的操作与功能使用、直播内容的策划与脚本编写；产品知识：了解直播销售的产品类型、特点与卖点、学习产品的使用方法与功能介绍技巧；营销策略与技巧：制定直播销售策略，包括折扣优惠、满减活动等，掌握互动策略，如抽奖、红包等，提升观众参与度；数据分析与优化：学习如何收集直播销售数据并进行分析，监控直播效果，及时调整策略以提高销售转化率。

教学要求：采用混合式教学模式，采用“理实一体化”教学，形成性考核与终结性考核相结合，完成课程教学目标。通过模拟实训、案例分析等方式，让学生亲身体验直播销售的各个环节，鼓励学生参与实际直播项目，提升实战能力；组织小组讨论、角色扮演等活动，锻炼学生的沟通表达与互动能力，引导学生学习如何与观众建立信任关系，提高销售转化率；教授数据分析的基本方法与工具，让学生掌握数据收集与分析的技巧，引导学生根据数据分析结果制定优化策略，提高直播销售效果。岗位能力和职业资格证书的衔接：网络主播。

考核项目：网络营销理论知识和实践操作能力，直播核心技能和知识，主流电商平台特点和入驻运营规则，直播策略和技巧等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线下线上相结合的集中考核方式。

（2）网店运营与推广

周学时数：4，学分：4，开设学期：第三学期。

课程目标：具备独立开通网店的能力，能够对店铺进行定位及寻找货源，能自己装修店铺以及基础制作详情页，会设置相关网店运营客服工具，能够使用流量推广技术对网店进行运营，能够撰写活动策划案、运营策划，掌握相关数据分析工具，能对网店进行诊断，并形成诊断报告。

教学内容：学习网店运营基础理论，网店装修的基础知识，学习主要的推广工具和方法的知识，掌握网店运营管理的基本要素。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，在虚拟仿真系统达成 GMV 目标。培养学生独立开网店和网店运营的职业技能和能力。岗位能力和职业资格证书的衔接：1+X 网店运营推广（中级）。

考核项目：主流平台开设网店的能力，店铺定位和货源获取，网店装修和详情页制作，网店客服工具的设置等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习

态度、作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方式。

（3）视觉营销设计

周学时数：4，学分：4，开设学期：第三学期。

课程目标：通过理实一体化的教学理念，采用项目实战的教学方法，了解电商运营的原理，掌握电商视觉营销基础知识、网站店铺布局和视觉设计、电商产品视觉、活动视觉等传统 PC 端视觉营销的基本技能，熟悉视觉数据分析及流量引导和转化率提升的技能，并了解移动端视觉营销的发展和运用，把握电商发展的新方向。

教学内容：视觉营销设计的基本概念、原则和技巧，包括色彩心理学、排版规则、图形设计；根据不同的广告目标和受众特点进行创意设计；包装设计提升产品价值感和品牌形象；有效的展示设计吸引顾客注意，提升销售业绩。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，培养掌握视觉元素（色彩、排版、图像等）的营销应用原理与设计工具的核心技能，提升视觉呈现与消费者心理洞察能力。能力方面：培养学生具备独立思考和创意设计的能力；使学生能够熟练掌握相关设计软件工具；培养学生的沟通能力和团队协作精神。

考核项目：电商视觉营销基础知识，网店布局和视觉设计，色彩心理学，排版规则、图形设计，创意设计等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习

态度、作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方式。

（4）社群运营

周学时数：2，学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：全面了解社群运营的核心理念、策略及实操方法。具备运用社群平台（如微信、微博、抖音等）进行品牌推广、内容创作、用户互动和数据分析，以提升品牌知名度和用户参与度。同时，具备创新思维和团队协作能力，以适应快速变化的新媒体环境。

教学内容：社群的概念、发展历程、特点和趋势，熟悉主流新媒体平台的运营规则和策略；创作高质量的社群内容，包括文字、图片、视频等，并掌握内容传播的技巧和方法；分析用户的行为、兴趣和需求，制定相应的用户互动策略，提高用户黏性和参与度；利用社群平台进行品牌推广和营销活动；使用数据分析工具对社群运营效果进行评估。

教学要求：采用混合式教学模式，采用“理实一体化”教学，形成性考核与终结性考核相结合，完成课程教学目标。能力方面：培养学生的创新思维和团队协作能力，以适应快速变化的新媒体环境。

考核项目：社群的相关理论知识，社群运营的核心理念、策略及实操方法，社群品牌推广、内容创作和用户互动等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方式。

(5) 零售门店 O2O 运营

周学时数：4，学分：4，开设学期：第四学期。

课程目标：了解并掌握零售门店线上线下融合运营的理念、策略及实操技巧。通过这门课程，学生将学会如何利用 O2O 模式，提升零售门店的销售业绩，增强客户体验，以及优化门店运营。

教学内容：O2O 模式的基本概念、发展历程以及当前的市场趋势；将线上和线下的运营策略相结合，包括线上平台的搭建、线下门店的布局、商品陈列、促销活动；分析消费者的购物行为、消费心理以及购物习惯；通过数据分析工具来监测门店业绩，分析销售数据，并根据分析结果调整运营策略；利用社交媒体平台进行品牌推广、客户互动以及营销活动，提升门店知名度。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，指导学生能够制定商品规划方案和智能选品策略。能力方面：能够独立策划并执行线上线下融合的营销活动；数据分析能力；创新思维与解决问题能力；树立起以客户为中心的服务理念。

考核项目：零售门店线上线下融合运营的理念、策略及实操技巧，线上平台搭建和线下门店布局能力，商品陈列和促销活动的设计和实施等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方式。

(6) AI+商务智能

周学时数：4，学分：4，开设学期：第四学期。

课程目标：掌握 AI 与商务智能（BI）的核心技术原理（机器学习、数据挖掘、自然语言处理）及其在跨境场景下的应用逻辑，理解跨境电商全链路数字化框架（选品、供应链、营销、客户管理）与 AI 赋能的结合点，具备“技术+商业”双核思维，能通过 AI 与 BI 技术解决跨境业务复杂问题。

教学内容：认识 AI 基础，全面了解当前主流的生成式 AI 工具，涵盖文本、图片、视频及 AI 数字人等多个方面；利用 AI 工具快速且全面地捕捉电商市场的最新动态与概况；依托先进的 AI 工具和实训背景资料，获取新媒体创意策划的灵感，形成独特的策划思路。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，掌握商务智能与人工智能技术的融合应用。能力方面：数据驱动决策能力；跨场景应用能力；创新与伦理平衡能力。引导学生综合应用电子商务、人工智能企业管理等多学科专业知识，充分利用人工智能的优势，帮助企业在激烈的市场竞争中脱颖而出，培养拥有业务、技术一体化的高素质技术技能人才。

考核项目：AI、BI 核心技术原理，主流 AI 工具在电商运营业务中的应用。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、实训任务完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方式。

（7）互联网产品开发

周学时数：4，学分：4，开设学期：第四学期。

课程目标：增强对互联网产品开发全流程理解，掌握从需求分析、产品设计、技术实现到产品测试与发布的各个环节。通过实践项目，使学生能够运用所学知识解决实际问题，提高产品开发能力，并具备团队协作和创新思维的能力。

教学内容：互联网产品开发的基本概念、流程、方法和趋势；收集、分析和提炼用户需求，明确产品的功能、特性和目标用户群体；产品设计的原则和方法，包括用户体验设计、交互设计、视觉设计；互联网产品开发中常用的技术框架、开发语言和工具；单元测试、集成测试、系统测试；产品运营的基本概念和策略，通过数据分析来优化产品的功能和体验。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，指导学生掌握产品开发全流程（需求分析→原型设计→运营迭代）。能力方面：培养学生的问题分析和解决能力，使其能够独立思考和解决问题；培养学生的团队协作能力，使其能够与他人有效沟通和协作，共同完成任务；培养学生的创新思维和产品设计能力，使其能够设计出符合用户需求和市场趋势的优质产品。

考核项目：互联网产品开发基础理论，互联网产品开发软件 AXURE 的基本功能和应用，互联网产品开发实践模拟。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、实践作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查

的方式。

3.专业拓展课程

专业拓展课程包括商品拍摄与素材编辑、跨境电子商务基础、短视频制作、移动商务基础、品牌策划与推广、网络推广、选品管理、供应链管理、企业财务会计、财税基础，课程描述如下：

（1）商品拍摄与素材编辑

周学时数：4，学分：4，开设学期：第一学期。

课程目标：了解商品拍摄和素材编辑的意义，掌握商品图片以及视频的拍摄要求。熟悉不同的拍摄风格和拍摄器材，了解布置拍摄环境和摆放商品的方法。掌握不同拍摄视角、构图和布光方式，以及不同材质商品的拍摄技巧。熟悉 **Photoshop** 的工作界面，掌握文件和图层的基本操作；同时熟悉常用的视频剪辑工具，如“剪映”PC 端的相关操作。具有岗位责任心，熟练掌握岗位所需专业技能，以及不断学习新知识，提升专业水平的职业道德精神。具有从不同角度分析问题的意识，能够多元化地看待问题。

教学内容：商品拍摄基础：商品拍摄的意义、要求和流程。摄影器材的选择与使用，拍摄环境的布置与灯光设置。商品摆放技巧、拍摄视角与构图方法。素材编辑技巧：**Photoshop** 的基本操作，包括图层、蒙版、滤镜等的使用。商品图片的校正、裁剪、抠取、调色、修复和修饰技巧。视频剪辑工具的基本操作，如“剪映”PC 端，包括剪辑、转场、音效、字幕等编辑方法。实战演练：通过项目演练，模拟真实场景下的商品拍摄与素材编辑过程。涵盖不同材质商品的拍摄与编辑，如服装、饰品、电子产品等。

教学要求：采用混合式教学模式，采用“理实一体化”教学，形成性

考核与终结性考核相结合，完成课程教学目标。能力方面：实践操作能力：通过实际操作，提升商品拍摄与素材编辑的技能水平。学会运用不同的拍摄技巧和编辑方法，优化商品展示效果。创意思维能力：鼓励创新思维，探索独特的拍摄风格和编辑手法。培养对商品特性的敏感度，提升创意表现能力。团队协作能力：在项目演练中，培养团队协作和沟通能力。学会与团队成员共同完成任务，提升工作效率和成果质量。问题解决能力：在实际操作中，学会分析和解决拍摄与编辑过程中遇到的问题。培养独立思考和解决问题的能力，提升应对挑战的能力。

考核项目：商品图片和视频拍摄的要求，摄影器材的选择和实用，商品拍摄视角、构图和布光方式，常用修图软件的应用等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、实践作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方式。

（2）跨境电子商务基础

周学时数：4，学分：4，开设学期：第一学期。

课程目标：使学生熟悉跨境电子商务的基本概念、发展历程、模式、流程、法规政策等。让学生了解跨境电商的特点、模式、发展现状、业务流程、清关模式与税收政策。使学生掌握跨境电商平台的特点、店铺类型、账号类型、收费模式及入驻流程。让学生了解跨境电商物流、跨境支付、跨境网络营销等基础专业知识。让学生了解跨境电商数据分析、跨境电商客户服务基本方法。

教学内容：电子商务基础知识：包括电子商务的概念、发展历程、分类、特点、优势和劣势等。跨境电子商务相关知识：深入学习跨境电子商务的概念、模式、流程、法规政策等。国际贸易知识：了解国际贸易的基本概念、模式、风险管理等。财务管理知识：学习会计基础知识、财务报表分析、财务预算等。营销管理知识：掌握市场营销基础知识、市场营销策略、品牌管理等。网络技术知识：学习网站建设、网络安全、搜索引擎优化、社交媒体营销等。物流管理知识：掌握跨境物流、供应链管理、仓储管理等。

教学要求：采用混合式教学模式，采用“理实一体化”教学，形成性考核与终结性考核相结合，完成课程教学目标。能力方面：国际市场分析能力：能够了解不同国家和地区的消费趋势、市场规模、竞争情况等，制定相应的营销策略。供应链管理能力：熟悉国际贸易流程和相关的法规政策，有效管理供应商、物流、海关等环节，确保产品品质和及时交付。跨文化沟通能力：具备良好的外语沟通能力和跨文化交流能力，与各国合作伙伴、客户有效沟通。电子商务平台运营能力：熟悉各大电子商务平台的规则和操作流程，优化店铺页面、提升产品曝光度和销售转化率。售后服务能力：建立完善的售后服务体系，提高客户满意度和忠诚度。财务管理能力：制定合理的财务预算和风险控制措施，保证企业的资金安全和利润稳定。网络安全意识和技术应用能力：了解网络安全风险和防范措施，确保交易平台和客户信息的安全。创新和适应能力：持续关注行业变化和新技术趋势，创新和改进产品和运营模式，适应市场变化。岗位能力和职业资格证书的衔接：跨境电商 B2B 数据运营。

考核项目：跨境电子商务基本理论，国际贸易基本理论，主流跨境电商平台规则，网络安全意识和技术应用能力。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、实践作业完成情况等，终结性考核为期末考试，采用线上集中考试的方式。

（3）短视频制作

周学时数：2，学分：2，开设学期：第四学期。

课程目标：掌握短视频制作的基础理论，理解电子商务场景下短视频内容的核心价值，熟悉主流视频平台的内容规则与用户偏好差异，能独立完成电商短视频从策划、拍摄到后期制作的全流程操作，熟练使用视频剪辑软件及辅助工具，提升审美能力与创新意识，适应电商行业快速迭代的视频内容需求。

教学内容：电商视频基础理论，镜头分类、景别运用、时长规划、背景音乐与音效搭配，不同平台的视频尺寸、标签优化、完播率提升策略；工具应用与实操技能，前期拍摄技术，后期剪辑核心技能，辅助技能。

教学要求：采用混合式教学模式，采用“理实一体化”教学，形成性考核与终结性考核相结合，完成课程教学目标。能力方面：从创意构思到成片输出的完整链路把控，确保视频符合电商营销目标的全流程执行能力；灵活运用主流软件实现创意效果的技术工具应用能力；跟踪行业新技术，快速掌握新工具的自主学习与迭代能力、问题解决能力；在小组项目中清晰表达创意方案，协调拍摄分工，解决团队分歧的团队协作与沟通能力。

考核项目：短视频制作基础理论，主流短视频平台内容规则，短视频制作能力，短视频剪辑软件的应用。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、实训作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方式。

（4）移动商务基础

周学时数：2，学分：2，开设学期：第四学期。

课程目标：理解移动商务的概念、特点及其与电子商务的区别。掌握移动商务的基础技术，如二维码、RFID、NFC、H5 等。了解移动支付的含义、类型及其应用场景，包括数字人民币的特点和发展。熟悉移动商务运营、营销与推广的策略和方法。知晓移动商务安全技术和移动终端安全防护的重要性。

教学内容：移动互联网的演变与发展。移动商务的定义、特点与类型。移动商务与传统商务的比较移动基础技术。移动商务应用技术，如二维码、RFID、NFC 等。云计算、大数据与物联网技术在移动商务中的应用移动商务运营理念与运营内容。移动商务运营规划与内容运营。

教学要求：采用混合式教学模式，采用“理实一体化”教学，形成性考核与终结性考核相结合，完成课程教学目标。能力方面：培养学生移动商务的基础知识和技能。能够运用移动商务工具和技术进行实际操作通过案例分析、模拟操作等方式，提升移动商务的实践能力。培养学生在移动商务领域的创新思维和解决问题的能力。树立正确的职业观念，培养良好

的职业道德。提升团队协作、沟通和执行等职业素养。

考核项目：移动商务基础理论知识，移动商务应用技术，移动商务运营规划和内容运营。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、实践作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方式。

（5）品牌策划与推广

周学时数：2，学分：2，开设学期：第五学期。

课程目标：聚焦品牌全生命周期管理，具备系统化品牌建设能力：掌握从品牌定位、价值塑造到市场推广的全流程逻辑，能针对不同行业设计差异化品牌策略；通过消费者洞察、竞品分析构建品牌核心竞争力，实现品牌认知度、忠诚度提升；强化实战导向，使学生能够独立完成品牌策划方案并推动落地，最终提升品牌市场溢价与长期价值。

教学内容：解析品牌定位、品牌架构、品牌资产等核心概念，学习品牌视觉体系与文化内涵的构建方法；涵盖市场调研、竞品分析、策略制定；掌握整合营销传播手段，包括传统媒体、数字营销、线下活动及公关策略；拆解国内外经典品牌案例，分析其从 0 到 1 的品牌冷启动路径与成熟期升级策略；通过模拟真实品牌完成全案策划，包括撰写品牌策划书、设计推广执行方案并进行提案演练

教学要求：采用混合式教学模式，采用“理实一体化”教学，形成性考核与终结性考核相结合，完成课程教学目标。能力方面：能运用 PEST、

波特五力模型等进行市场环境诊断，通过用户调研数据提炼消费痛点，精准定位品牌目标人群与核心卖点；掌握“品牌故事化表达”“场景化营销”等创意方法，设计可落地的整合传播方案，并具备预算管理、进度把控等项目执行能力。

考核项目：品牌管理相关理论知识，品牌策划，品牌构架，品牌运营全流程管理。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、实践作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方式。

（6）网络推广

周学时数：2，学分：2，开设学期：第五学期。

课程目标：通过本课程的学习使学生全面掌握网络推广的基础知识、方法和技能，能够在实际工作中灵活运用这些知识和技能进行网络推广活动。使学生对网络推广的概念、分类、发展趋势等有深入的理解，能够熟练掌握各种网络推广工具的使用方法和技巧，提高学生的分析问题能力、综合运用能力和创新能力，使其能够在复杂的市场环境中制定有效的推广策略。

教学内容：网络推广基础知识：包括网络推广的概念、分类、发展历程、新趋势；网络推广方法：学习网站的整体规划、营销型网站建设、内容传播规划、整合传播推广以及数据监控运营等，了解如何通过关键词、网盟、网络进行推广，包括竞价广告和搜索引擎的推广策略，学习店铺的

基础运营与管理、店铺活动与推广、店铺美化常用工具及扩展等；网络推广工具：学习并掌握各种网络推广工具的使用方法和技巧，如社交媒体平台、广告投放平台等。

教学要求：采用混合式教学模式，采用“理实一体化”教学，形成性考核与终结性考核相结合，完成课程教学目标。能力方面：市场调研与分析能力：通过学习和实践，学生能够掌握市场调研的方法和技巧，准确分析市场需求和竞争环境；策划与执行能力：学生能够根据企业目标和市场需求制定有效的网络推广方案，并具备方案执行的能力；创新能力：通过案例分析、小组讨论等教学方法，激发学生的创新思维，使其能够在网络推广中不断创新，提升推广效果；团队协作能力：培养学生的团队合作精神和沟通能力，使其能够在团队中协作完成推广任务；职业素养：注重培养学生的职业道德和职业素养，使其能够规范操作，具备职业责任感和团队精神。

考核项目：网络推广的基础理论，常见网络推广工具的特点和应用，网络推广方案的策划和实施。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、实践作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方式。

(7) 选品管理

周学时数：2，学分：2，开设学期：第五学期。

课程目标：使学生能够熟练地在跨境电子商务主流第三方平台如速卖通、Wish、亚马逊、eBay 等上面开展跨境电商选品。

教学内容：跨境电商店铺定位：跨境电商店铺需求分析；跨境电商平台热销产品分析；产品分类与产品线选择：产品的维护及跟踪。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，通过案例研讨与电商平台实操，强化选品策略制定与风险评估技能。能力方面：通过对跨境电商平台进行市场调查分析，寻找热销及销售潜力大的产品；收集分析市场情报及竞争对手状况，通过各项分析工具分析新产品销售数据，并适时调整相关策略通过各种途径确认所售商品的安全合法性，遇有专利产品应确认供应商是否有相关专利授权，以及确认产品是否符合出口相关认证要求。

考核项目：跨境电商店铺需求和产品分析，跨境电商平台市场调查分析，电商分析工具的应用和数据分析，主流跨境电商平台选品实操等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、实践作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方式。

(8) 供应链管理

周学时数：2，学分：2，开设学期：第五学期。

课程目标：使学生全面理解供应链的基本概念、原理和结构。掌握供应链管理的关键流程、技术和方法。了解供应链中的风险管理、协同管理以及绩效评估等核心知识；树立全局观念、系统思维和创新精神。增强学

生的团队协作意识和职业道德素养。

教学内容：供应链基础知识：供应链的定义、类型、结构。供应链管理的概念、目标和原则。供应链流程管理：采购管理、生产计划与控制、库存管理、物流管理等关键流程。流程优化、成本控制、时间管理等技术方法。供应链协同管理：供应商关系管理、客户关系管理。供应链中的信息共享、风险共担和利益共享机制。供应链风险管理：供应链风险的识别、评估和控制。风险应对策略和应急预案的制定。供应链绩效评估：供应链绩效的评估指标和方法。绩效评估结果的应用和改进。供应链技术与应用：物联网、大数据、人工智能等技术在供应链管理中的应用。供应链信息系统、电子商务平台等工具的使用。

教学要求：采用混合式教学模式，采用“理实一体化”教学，形成性考核与终结性考核相结合，完成课程教学目标。能力方面：问题分析与解决能力：教授学生运用供应链理论和方法分析实际问题的能力。培养学生针对具体问题制定解决方案的能力。技术应用能力：教授学生使用供应链管理软件、工具和技术进行实际操作的能力。培养学生利用信息技术提高供应链管理效率的能力。团队协作能力：通过团队项目、角色扮演等方式，培养学生的团队协作能力。教授学生如何与供应链合作伙伴进行有效沟通和协同工作。创新能力：鼓励学生提出新的供应链管理方法和策略。培养学生的创新思维和创新能力，以适应不断变化的供应链环境。职业道德素养：强调供应链管理中的诚信、责任和公正等职业道德素养。培养学生的职业素养和道德观念，使其成为合格的供应链管理人才。

考核项目：供应链管理基础理论，供应链流程管理，供应链协同管理，

供应链风险管理等相关知识和模拟实践。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、实践作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上线下相结合的集中考查的方式。

（9）企业财务会计

周学时数：2，学分：2，开设学期：第五学期。

课程目标：了解国家有关企业财务的法律和制度，掌握财务的基本理论知识；掌握企业各经济业务的会计处理程序和方法，具有观察、计算、记录各种经济业务的基本技能；掌握企业财务报告的组成内容和主要会计报表的编制方法。使学生深刻理解会计工作在企业治理和社会经济运行中的重要作用，树立大局观和使命感，为企业和社会的发展贡献力量。

学习内容：主要学习各类资产、各种流动负债和长期负债的账务处理方法；所有者权益的核算方法；收入、费用和利润形成及其分配的核算方法；资产负债表、利润表和现金流量表的编制方法。

教学要求：以企业实际经济业务为导向，结合会计准则和税收法规进行教学，注重会计核算方法的系统性和准确性，培养学生职业判断能力。

考核项目：考查学生对企业财务会计的核心概念（如会计要素、会计等式、会计基本假设与信息质量要求）、基本核算方法（复式记账法、会计科目设置、会计凭证填制与审核、会计账簿登记）、核心业务核算（货币资金、应收款项、存货、固定资产、无形资产、负债、所有者权益、收入、费用、利润等业务的会计处理）、财务报表编制（资产负债表、利润

表、现金流量表的编制原理与方法)以及财务会计信息分析(运用报表数据进行简单偿债能力、盈利能力分析)的掌握程度;同时考查学生根据企业实际经济业务填制会计凭证、登记账簿、编制基础财务报表的实操能力,以及运用财务会计准则规范处理经济业务、解决常见会计核算问题的应用能力。

考核要求:百分制考核,采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定以下内容,占比80%:①课堂表现(含会计案例讨论、会计分录编制思路分享的准确性与逻辑性);②阶段性实操作业(如模拟企业经济业务的会计凭证填制、明细账登记、期末结账练习);③会计核算案例分析(针对企业典型经济业务场景,完成从业务判断到会计处理的完整流程);④阶段性小测(侧重会计要素、核心业务核算方法等基础知识的掌握)。最终评价占比20%,采用两种形式任选其一:①闭卷考试(考查财务会计理论体系、核心业务核算规则、财务报表编制逻辑等系统性知识);②综合性实操任务(模拟企业一个会计期间的经济业务,独立完成会计凭证填制、账簿登记、基础财务报表编制,并提交核算过程说明)。

(10) 财税基础

周学时数:2, 学分:2, 开设学期:第五学期。

课程目标:通过业务与财税融合实践项目,树立电商财税合规意识,具备业财融合能力,使学生能够在复杂多变的商业环境中,更深刻洞察企业运营的全貌,在业务规划与决策时融入财税合规的考量。强化法治观念与诚信经营意识,筑牢防范虚开发票、偷漏税等法律红线的职业道德根基,为胜任电商运营、财务助理等岗位奠定基础。

教学内容：电商企业会计的基本要素，增值税、企业所得税、个人所得税等电商企业常见税种及其征收管理规定，电商财务指标分析、成本结构分析、收入模型分析，剖析资产负债表、利润表、现金流量表三大财务报表的编制原理与解读技巧，电商业务模型分析，整体销售分析、运营成本分析、店铺盈亏平衡分析，直播电商中的财税。

教学要求：采用虚拟企业仿真实训模式，采用“问题导向的情境引入、系统化的知识图谱构建、实战导向的任务实施、拓展性的实训练习”等策略，构建连贯的学习路径链，为学生提供了丰富多样的实践资源和业务场景。能力方面：学生结课后应具备合规操作能力、风险识别能力、跨境税务适配能力、业财协同能力，培养既精通电商业务运作又熟知财税管理知识的复合型人才。

考核项目：电商企业会计基本要素，各类电商企业涉税类型，电商企业业务与财税融合实践等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、实践作业完成情况等，终结性考核为期末考查，采用线上集中考查的方式。

（三）实践性教学环节

实践课程包括入学教育与军事训练、企业仿真项目实践实训、网店运营与推广、视觉营销设计项目实训、岗位实习、毕业设计，实践性教学贯穿人才培养全过程，公共基础课程和专业课程均有实践性教学，课程描述如下：

1.入学教育与军事训练

学时数：112（周学时 56），学分：2，开设学期：第一学期前两周。

课程目标：掌握校规校纪，接受法治安全、校史校情、专业认知、行为养成等相关教育；了解中国人民解放军三大条令的主要内容，掌握军事训练队列动作的基本要领，养成良好的军事素养，增强组织纪律观念，培养学生令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风；学会单兵战术基础动作，了解战斗班组攻防的基本动作和战术原则，培养学生良好的战斗素养；熟悉卫生、救护基本要领，掌握战场自救互救的技能，提高学生安全防护能力。

教学内容：入学教育主要包括爱国主义教育、集体主义教育、道德教育、法纪教育、安全教育、专业思想教育、文明行为教育、健康成长教育、节能减排教育、绿色环保教育、金融知识教育、社会责任教育、人口资源教育、海洋科学教育、艾滋病防治等相关教育。军事训练主要有《内务条令》《纪律条令》《队列条令》教育；集合、离散，整齐、报数，出列、入列，行进、停止，方向变换等分队的队列动作训练；单兵战术基础动作、分队战术训练；救护基本知识、个人卫生及意外伤的救护、心肺复苏，战场自救互救等训练。

教学要求：引导学生认真学习入学教育相关知识，积极参与各项训练与教育活动；严格遵守军事训练纪律，培养学生吃苦耐劳和团队协作精神。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，提高学生综合国防素质。

考核项目：校规校纪认知、职业生涯规划启蒙、军事技能训练。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式。过程性评价（含训练出勤、内务表现、阶段考核、学习态度等）占 70%，终结性考核占 30%。

2.企业仿真项目实践实训

学时数：50（周学时 25），学分：2，开设学期：第二学期。

课程目标：融入本区域产业相关企业的运营环境，具备电子商务三大核心方向的实战能力：在 Python 数据分析方向，重点训练数据驱动决策思维，能通过销售趋势预测、用户画像构建指导业务优化；在新媒体营销方向，掌握多平台内容创作与流量裂变技术，提升品牌传播效能；在网络营销与直播电商方向，精通直播间运营全流程与 ROI 优化策略。同步强化团队协作意识与商业伦理底线，树立“以技术创新推动商业向善”的职业价值观。

教学内容：课程采用分组分方向实施。Python 数据分析方向，基于虚拟数据集，进行数据清洗分析商品动销率、流量转化漏斗，输出库存预警模型与选品策略；新媒体营销方向，策划并执行跨平台营销方案，制作短视频；直播电商方向：完成直播间搭建、脚本策划、实时数据监控，实施秒杀促销与粉丝运营。

教学要求：采用“赛训结合+企业导师”双轨制，通过任务驱动，向每个方向发布阶梯式挑战，使用数字看板实时追踪每组数据进行过程管控，同时企业运营专家参与过程评审。能力方面：学生能够从海量数据中定位核心问题，设计跨部门协作解决方案的系统化问题解决能力；协调数据分析组的新客画像、新媒体组的流量热点、直播组的促销节奏，制定动态定价

与库存调配策略的资源整合能力。

考核项目：电子商务三大核心方向的实战能力：**Python** 在销售趋势预测、用户画像构建业务优化中的应用；主流新媒体平台营销内容创作与流量裂变技术和品牌传播实践；直播电商直播间运营全流程与**ROI**优化实践。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式。过程性评价包括出勤、学习态度、实训作业完成情况等，终结性考核为撰写并提交实习成果报告的形式。

3.视觉营销设计项目实训

学时数：50（周学时 25），学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：通过国际化设计思维+数据化运营能力双轨培养体系，掌握电商视觉设计的核心逻辑。学生将系统理解跨文化审美差异、主流平台视觉规范，精通爆款视觉工具；重点提升高转化视觉创作能力、本土化设计能力及数据驱动优化能力，同步塑造版权合规意识与跨团队协作能力，为国内电商竞争输送“懂数据、精设计、通文化”的复合型人才。

教学内容：基于用户痛点，完成逻辑清晰、卖点突出、说服力强的详情页文案与视觉动线规划。策划并拍摄能“3 秒抓住眼球”的优质主图短视频，掌握剪辑节奏、卖点突出、氛围营造等技巧实训主图视频拍摄剪辑、3D 虚拟场景搭建、信息流广告图设计，产出符合平台规范的视觉资产库；打造沉浸式、主题性的专题页面，提升品牌形象与用户体验。

教学要求：采用理实一体化教学模式，以企业真实项目为载体，构建“市场调研—创意策划—设计执行—数据优化”的全流程实训体系。课程分设基础理论、市场分析、创新设计、实操训练四大模块，融入行业标准（如

1+X 证书考核点、职业技能大赛规程）和数字化工具。教学过程中强化多主体协同评价，结合企业 KPI（如点击率、转化率）、教师过程性考核及学生作品展评，确保教学与行业需求同步迭代。能力方面：学生需掌握三大核心能力，技术应用能力：熟练操作 PS、AI 等设计软件，满足跨平台（移动端/H5/线下物料）视觉输出需求；商业设计思维：理解视觉营销逻辑，能基于市场数据优化设计策略，提升商品转化率与品牌辨识度；创新协作能力：结合品牌调性产出创意方案，具备多角色协作（运营/市场/设计）和抗压执行能力，适应快节奏商业环境。

考核项目：实训项目详情页架构设计，视频脚本的撰写，主图视频拍摄剪辑，一源多端设计技巧的实践应用。

考核要求：考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式。过程性评价包括出勤、学习态度、实训作业完成情况等，终结性考核为撰写并提交实习成果报告的形式。

4.网店运营与推广项目实训

学时数：50（周学时 25），学分：2，开设学期：第四学期。

课程目标：掌握主流平台的规则算法、数据化选品方法及全链路推广策略（涵盖站内广告、社交媒体引流、直播转化）；重点提升店铺实操能力、风险应对能力及数据分析能力；同步塑造合规意识及创新创业精神，为技能竞赛与职业发展夯实基础。

教学内容：涵盖店铺搭建、产品上架及物流模板设置，结合速卖通/亚马逊后台操作实训。训练站内推广与站外引流，通过“9 周爆款 SOP”学习广告架构优化与流量承接技巧。融入典阅杯等赛事模块，模拟企业决策、

广告投放等高强度任务，强化抗压与团队协作能力。

教学要求：以企业真实项目为载体，构建“市场选品—店铺搭建—推广引流—数据分析—优化迭代”的全流程实训体系。课程内容需覆盖平台规则、商品管理、视觉设计、推广工具（直通车、引力魔方、SEO 优化）、用户运营及数据复盘等核心模块。教学过程中强化产教融合，引入企业导师协同授课，结合真实店铺运营数据进行动态考核，并通过多主体评价（企业 KPI 达成率、教师过程性评估、小组互评）确保教学与行业需求同步迭代。

能力方面：学生能基于市场数据制定选品、定价及推广策略，熟练应用直通车、引力魔方等工具精准引流，并设计复购提升方案；熟悉平台规则规避违规风险，具备跨职能协作能力，确保全链路运营高效合规。

考核项目：国内外主流电商平台运营规则，平台店铺开设实操能力，网店选品，上架，推广等运营能力。

考核要求：考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式。过程性评价包括出勤、学习态度、实训作业完成情况等，终结性考核为撰写并提交实习成果报告的形式。

5.岗位实习

学时数：600（周学时 25），学分：24，开设学期：第五、六学期。

课程目标：通过实习学生掌握相关职业岗位所要求的实际问题分析和解决能力，在实习的基础上实现与就业岗位的零距离对接，达到能够完全胜任职业岗位的要求。

教学内容：注重理论与实践相结合，让学生既掌握系统的专业知识，又具有较强的实践操作能力。

教学要求：教师与实习单位建立良好的合作关系，共同指导，确保实习岗位的质量；定期与实习单位和学生沟通，了解实习进展，解决实习中的问题；实习结束后，收集实习单位和学生的反馈，进行综合评价。能力方面：学生具备胜任电商相关岗位所需的专业知识和技能；能够快速适应职场环境，遵守企业规章制度；能够与同事、上级有效沟通，协调工作关系；能够在实际工作中发现问题并寻求解决方案。

考核项目：岗位实践问题的发现、分析和解决能力，电子商务理论知识和实践操作的应用，职场适应能力。

考核要求：考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式。过程性评价包括实习过程报告、实习线上教学考查，线下企业走访，师生双向沟通等，终结性考核为撰写并提交实习总结报告。

6. 毕业设计

学时数：100（周学时 25），学分：4、开设学期：第六学期。

课程目标：具备真实电商岗位实践的综合应用与创新能力。通过深度复盘实习经历，系统分析岗位业务流程、关键问题及优化方案，强化学生发现问题、解决问题的职业能力；激发学生在真实商业场景中的创新思维，提升其总结反思与流程优化意识；学生具有独立开展岗位研究、数据收集与案例提炼的能力；最终完成一篇紧密结合实习实践、兼具应用价值与规范性的毕业设计。

教学内容：结合实习内容，选取典型业务问题（如直播转化率提升、跨境物流成本优化、用户画像应用等）作为毕业设计主题；整理实习中积累的业务数据（如 GMV 曲线、客诉分类表、广告 ROI 报表），采用统计

工具或业务模型进行量化分析；针对发现问题提出可落地的优化方案（如会员体系重构、短视频内容 SOP 调整），并评估其实际或预期效益；严格按学术规范撰写论文，重点体现实习背景、问题分析、解决方案与职业反思。

教学要求：实施“校企双导师+过程管控”机制，企业导师负责审核选题的实际价值与数据真实性，校内导师把控学术规范与研究逻辑；采用阶段审查制，确保毕业设计进度与质量；组织实习案例分享会，推动学生互鉴行业经验。能力方面：培养学生扎实的专业理论基础；有效解决研究过程中遇到的问题能力；清晰、准确地表达研究内容和成果的能力。

考核项目：电商岗位实践的综合应用与创新能力，结合实践典型业务问题抓取能力，业务问题优化方案的策划和毕业设计的撰写能力。

考核要求：考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式。过程性评价包括毕业设计选题、初稿等节点考核，学习态度等，终结性考核为撰写并提交毕业设计的形式。

七、教学进程总体安排

全学程总学时 2738 学时（表 7-3 理实一体化课程学时 + 表 7-4 集中实践教学学时），总学分 143（表 7-3 专业课程学分 + 表 7-4 集中实践教学学分）。

表 7-1 电子商务专业课程设置及教学学时分配表

项 目		学 分	学时数	百分比 (%)	教学活动安排					
					第一学年		第二学年		第三学年	
					16周	16周	16周	16周	10周	
理论 学时 分配	公共基础课程	39	458(202)	43.37	11	12	4	5	4	0
	专业基础课程	25	218(186)	20.64	8	8	4	4	2	0
	专业核心课程	26	212(204)	20.08	0	4	10	12	0	0
	专业拓展课程	12	124(92)	11.74	4	0	0	2	12	0
	人文素养课	5	44(36)	4.17	0	0	5	0	0	0
	合 计	107	1056(720)	100	23	24	23	23	18	0
实践 学时 分配	课内实训	0	720	42.81	--	--	--	--	--	--
	入学教育与军事训练	2	2 周（112）	6.66	2 周					
	实践教学周	6	6 周（150）	8.92		2 周	2 周	2 周		
	岗位实习	24	24 周（600）	35.67					8 周	16 周
	毕业设计	4	4 周（100）	5.95						4 周
	合 计	36	36 周（1682）	100	2 周	2 周	2 周	2 周	8 周	20 周
考试安排					1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	
机动安排					1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	
总 计		143	1056(1682)		20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周
			2738							
理论教学与实践教学比例		1:1.59								
实践学时与总学时比例		1682/2738=61.43%								

注：1.理论学时分配中的学时数为纯理论学时；

2.劳动教育 16 学时、形势与政策 16 学时、大学生职业发展与就业指导 32 学时不包含在周学时统计中；

3.实践教学每周折合 25 学时；

表 7-2 电子商务专业课程结构比例表

课程类别		学时、学分比例			
		学时	学时比例 (%)	学分	学分比例 (%)
必修课	公共基础课程	660	24.11	39	27.27
	专业基础课程	404	14.76	25	17.48
	专业核心课程	416	15.18	26	18.19
	合计	1480	54.05	90	62.94
选修课	专业拓展课程	216	7.89	12	8.39
	人文素养课	80	2.92	5	3.50
	合计	296	10.81	17	11.89
实践课（不含课内实训学时）		962	35.14	36	25.17
总 计		2738	100	143	100

注：1.公共课学时占比：（公共基础课学时+人文素养课学时）/总学时 = $740/2738 = 27.03\%$ 。

表 7-3 电子商务专业理论课（理实一体课）教学进程安排表

课类		课程名称	课程代码	学分	学时安排			理论教学活动周数及课内周学时						考核形式
								第一年		第二年		第三年		
					总计	理论	课内实训	16周	17周	17周	17周	10周	0周	
必修课	公共基础课程	思想道德与法治	208991003/06	3	48	32	16	2	1					考试
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	208991001	2	32	32	0		2					考试
		习近平新时代中国特色社会主义思想	208991004/5	3	48	48	0			2	1			考试
		形势与政策	208991002/07/08/09	1	32	32	0	每学期4周，每周2学时						考查
		大学英语	210991003/8/9/10	8	128	96	32	2	2	2	2			考试
		体育与健康	212991001-3	6	108	20	88	2	2		2			考查
		军事理论	210991006	2	36	36	0		2					考查
		心理健康教育	215991001	2	32	20	12	2						考查
		信息技术	216991001	3	48	28	20		3					考查
		家庭建设	213991004	2	32	26	6					2		考查
		大学生职业发展与就业指导	210991014	2	32	26	6	每学期4周，每周2学时						考查
		劳动教育	210991019	1	16	16	0	每学期4学时						考查
		国家安全教育	210991018	1	16	16	0	1						考查
		大学语文	210991001/11	2	32	20	12	2						考试
		商务礼仪	20542039	1	20	10	10					2		考查
			小计	--	39	660	458	202	11	12	4	5	4	--

	专业基础课程	电子商务基础	205012303	4	64	32	32	4						考试
		市场营销	205000104	4	64	32	32	4						考试
		商务数据分析	205002101	4	64	32	32		4					考试
		图形图像处理	205002031	4	64	32	32		4					考查
		电子商务法律法规	205012304	4	64	40	24				4			考试
		管理学基础	205000101/103	5	84	50	34			4		2		考试
		小计	--	25	404	218	186	8	8	4	4	2	--	--
	专业核心课程	网络营销与直播销售	205012101	4	64	32	32		4					考查
		网店运营与推广	205012408	4	64	32	32			4				考试
		视觉营销设计	205002102	4	64	32	32			4				考试
		社群运营	205012102	2	32	20	12			2				考查
		零售门店 O2O 运营	205012103	4	64	32	32				4			考试
		AI+商务智能	205000105	4	64	32	32				4			考查
		互联网产品开发	205002103	4	64	32	32				4			考查
		小计	--	26	416	212	204	0	4	10	12	0	--	--
选修课	专业拓展课程	商品拍摄与素材编辑	205014001	4	64	32	32	4						考查
		跨境电子商务基础	205042006	4										
		短视频制作	205004101	2	32	12	20				2			考查
		移动商务基础	205004102	2										
		品牌策划与推广	205004103	2	40	20	20					4		考查
		网络推广	205004104	2										

		选品管理	205042004	2	40	20	20					4		考查
		供应链管理	205004105	2										
		企业财务会计	205002029	2	40	40	0					4		考查
		财税基础	205000022	2										
		小计	--	12	216	124	92	4	0	0	2	12	--	--
	人文素养课程	创新创业教育	210991013	2	32	12	20			2				考查
		书法鉴赏	211993006	2										
		音乐鉴赏	211993001	2	32	16	16			2				考查
		影视鉴赏	211993005	2										
		高等数学	210993001	2										
		中华优秀传统文化	208993001	1	16	16	0			1				考查
		中共党史	208991010	1										
		小计	--	5	80	44	36	0	0	5	0	0	--	--
	合计		--	107	177 6	105 6	720	23	24	23	23	18	0	

注：1.课内实训包括随堂技能训练、随堂实践、模拟教学。

2.学生可以根据自己的兴趣选择不低于 17 学分的选修课课程；

3.家庭建设课程为线上课程在第五学期 16 周上完 32 课时。

表7-4 电子商务专业集中安排的实践教学环节进程表

序号	实践教学内容	课程代码	学时	学分	考核方式	实践教学时间安排					
						第一学年		第二学年		第三学年	
						1	2	3	4	5	6
1	入学教育与军事训练	107990001	112	2	平时表现、操作考核	2 周					
2	企业仿真项目实践实训	205000084	50	2	实习成果、撰写报告		2 周				
3	视觉营销设计项目实训	205000085	50	2	实习成果、撰写报告			2 周			
4	网店运营与推广	205000086	50	2	实习成果、撰写报告				2 周		
5	岗位实习	205000999	600	24	校企共同考核					8 周	16 周
6	毕业设计	205000998	100	4	实习成果、操作考核						4 周
合计		--	962	36	$\Sigma=36$ 周	2 周	2 周	2 周	2 周	8 周	20 周

八、实施保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“建设四个相统一”“四个引路人”的要求教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1.队伍结构

教师团队现有教师 34 人，其中专任教师 31 人，兼职教师 3 人。专任教师中，高级职称 8 人，占比 25.81%；符合“双师型”要求的教师 23 人，占比 74.19%；均为大学本科及以上学历，其中研究生 22 人，占比为 70.97%，学生数与本专业专任教师数比例不高于 20：1。财经商贸学院通过培养、引进途径，采取企业挂职兼职、参加社会实践、考察调研、教材开发、进修培训、提升学历、职业资格认证等方式，完善相关规章制度和考核激励制度，已形成一支素质优良、专兼结合、以中青年教师为主、结构合理、理实素质高的教学师资队伍。

2.专业带头人

专业带头人具有副教授职称，研究生学历，具有坚定的理想信念和高尚的道德情操，主持、参与省市级课题 10 余项，在国内外学术期刊发表高质量论文 20 余篇，在省厅级优质课比赛中多次获奖。能够较好地把握国内外制造业，批发业，零售业，互联网和相关服务，商务服务业专业发展，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，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域和本专业领域具有一定的专业影响力。

3.专任教师

本专业专任教师均具有高校教师资格，是有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心的四有好老师。其中 60.3%教师具有 5 年以上专业相关工作经历；具有电子商务、国际经济与贸易、工商管理、计算机科学技术等相关专业本科及以上学历。具备互联网和相关服务、批发业、零售业行业经验，具有开展思政教育的能力。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。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

兼职教师主要从本专业相关的互联网和相关服务、零售业行业企业聘任，具有相关专业大学本科以上学历，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称或相应行业企业中层以上管理岗位，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教学任务。

（二）教学设施

1.教室配备

电子商务专业配备多媒体教室 9 个，教室面积达 100 平方米，可容纳学生 60-80 名，配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，有线网络和无线 Wi-Fi，并具有网络安全防护措施；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.实训条件

（1）校内实训室

以电商行业先进实训平台为载体，以数字化为驱动，实训场地满足学生独立操作的教学要求，与职业活动环境接近，将教学内容与企业真实项目结合为一体，实现课岗衔接。现有实训室 4 个，内部配置主要设备设施有：教师机、学生机及桌椅、录播设备、智能黑板等，配备信息化云平台、教学、赛训相关硬件及软件。

表 8-1 电子商务专业校内实训室一览表

序号	实训室名称	适用课程	实训项目	工位	培养能力
1	电子商务专业岗课赛证融通实训室	商务数据分析	市场调研分析、用户行为分析、营销策略优化、供应链优化	60	数据收集与整理能力、数据分析能力、数据可视化能力、业务理解能力、团队协作能力
		网店运营	网店开设与基础设置、商品上架与优化、店铺装修与设计、营销推广与活动策划、客户服务与售后管理		电商平台操作能力、商品管理能力、营销推广能力、客户服务能力、团队协作能力
		视觉营销设计	电商店铺视觉设计、广告创意设计、社交媒体视觉内容制作		视觉设计能力、品牌策划能力、用户研究能力、团队协作能力
2	电子商务产品开发实训室	互联网产品开发	需求分析实训、产品设计实训、项目管理与团队协作实训	56	设计与审美能力、需求分析与产品规划能力、测试与质量保证能力、项目管理与团队协作能力
3	电子商务数字媒体实训室	图形图像处理(PS) 影视剪辑	图像处理与修饰、UI/UX 设计、广告与海报设计、摄影后期处理、视频剪辑与合成、短片制作	56	图像处理与修饰能力、设计创意能力、软件应用能力
4	电子商务大数据分析实训室	数据分析 数据可视化	销售数据分析、市场调研分析、业务数据可视化、交互式数据可视化	56	数据分析能力、数据可视化能力、业务理解能力、沟通与协作能力

(2) 校外实习实训

本专业拥有河南森特文化传播有限公司、河南杰夫电子商务有限公司等校外实训基地，能提供网络营销推广、网店（站）运营管理、美工设计、

数据指标分析等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

表 8-2 电子商务专业教学实习基地一览表

校外实训基地	实训项目	培养能力	岗位数	指导教师
河南杰夫电子商务有限公司	电商平台操作与管理； 电商营销推广； 商务沟通模拟；	掌握电商平台上的店铺开设、产品上架、订单处理、客户服务等全流程操作；掌握电商平台的运营规则和技巧，提升平台操作能力；掌握社交媒体营销（如 Facebook、Instagram 等）、搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎营销（SEM）、电子邮件营销，培养学生的营销思维 and 创新能力。	30	1~2 名
河南森特文化传播有限公司	电商平台操作与管理	掌握店铺装修、图片优化技能，及商品展示的视频剪辑等。	20	1~2 名
河南披荆斩棘配送服务有限公司	数据指标分析	数据分析与处理能力，通过数据收集、清洗、转换及可视化等技术，培养学生高效处理复杂数据问题，掌握 Excel、Python 等工具进行数据全流程处理。	30	1~2 名

（三）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、图书文献及数字教学资源等。

1.教材选用

严格按照教育部印发的《职业院校教材管理办法》以及我校《河南女子职业学院教材管理办法》选用优质教材，禁止不合格教材进入课堂。学院建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材能够体现本行业新技术、

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

目前共有专业类图书文献 15273 册，图书文献能满足电子商务专业人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。主要包括电子商务专业核心领域的图书、期刊、资料、规范、标准法律法规等。

3.数字教学资源配置

配备了电子商务专业有关的虚拟仿真软件 14 项；已建成有电子商务专业特色的在线精品课、音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、精品数字教材等超过 1TB 的专业教学资源库，种类丰富形式多样、使用便捷、满足教学需要。

（四）教学方法

在专业合理定位和培养目标清晰的基础上，围绕职业核心能力的要求科学设置课程体系，整合教学内容，不断探索教学过程的实践性、开放性和职业性，加强与企业的合作，进行阶段性的企业实践，逐步建立了职业情景融入教学过程，职业资格考试内容融入高职课程，职业能力与职业岗位实现“零距离对接”的“两融合、一对接”人才培养模式。日常教学中主要采用“线上+线下”混合式教学，案例教学法、任务驱动法、实操演示法、自主探究法等先进的教学方法。

（五）学习评价

学习评价遵循“关注能力，注重过程，多元评价，分类实施”的原则。聚焦教学目标达成，关注学生全面成长，重点考核学生分析解决实际问题

的能力。学习评价分为学生自评、教师评价、家长评价、企业评价，注重过程评价与结果评价相结合，探索增值评价，健全综合评价的方式，充分利用学习通平台、课程配套软件等多种手段，多元化评价学生的学习成果和学习成效，激发学生学习激情，发掘学生的潜能。一般分为理论课考核、实践环节考核和岗位实习考核三部分。

1.理论课考核

理论课程考核包括学生对课程中理论知识的识记、理解、掌握和运用的考核，采用过程评价与结果评价相结合的方式。过程评价由学生自评、任课教师根据学生的平时作业完成情况、上课与老师互动情况、学习表现记录（包括到课率记录）等进行综合评定。

结果评价采取期末无纸化（或纸质）考试。

2.实践环节考核

实践环节的考核包括对学生完成时间项目、任务作业和学习表现的考核，采用过程性考核方式，由任课教师根据学生实践项目、任务作业的完成情况、学习表现记录、对应技能大赛参与情况等进行综合评定。如果某一实践环节结束需要一次综合性的考核，可作为形成性考核的组成部分给予较大的分值和比例，具体数值由任课教师按照课程标准，结合课程教学实际合理确定。

考核标准：实训过程符合基础规范；软件操作能完成指定内容为合格。

3.岗位实习考核

岗位实习考核包括对学生在课程学习期间的岗位实习考核和毕业实习期间的岗位实习考核。成绩由企业指导教师和校内指导教师共同评定，

以企业评价为主。校内指导教师主要根据学生的岗位实习记录和对学生的指导记录进行评定，企业指导教师主要根据学生在岗位实习期间运用所学专业知识和解决问题的能力以及职业素质情况进行评定。校内指导教师的评定成绩占总成绩的 40%，校外指导教师的评定成绩占总成绩的 60%。

本专业考核成绩一律采用百分制，60 分及以上为合格。

（六）质量管理

建立健全专业教学质量监控管理制度。学校和财经商贸学院建有完善课堂教学、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，达成人才培养规格。

加强教学督导制度建设。学校和财经商贸学院有完善的教学管理机制，注重日常教学组织运行与管理，有健全的巡课、听课、评教、评学等制度。通过教学督導體系的运行，严明教学纪律，形成教学质量诊断与改进机制。

建立与企业联动的实践教学环节。学校和财经商贸学院突出对实践教学的重视，强化学生实操能力的培养，巩固教学成果。

建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。应对生源情况、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。

加强教研能力水平建设。财经商贸学院充分利用评价分析结果有效改进专业教学，对教材、教法深入研究，定期开展公开课、示范课等教研活动，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

（一）成绩要求

学生在学校规定学习年限内，修完专业人才培养方案所规定的课程与教学活动，修满 143 学分，全部课程成绩考试合格，且体育测试成绩达到 50 分以上（含 50 分）。

德、智、体、美、劳五育并举，综合评价达到良好及以上，积极参加课外素质教育拓展活动，学生管理部门考核达标。

（二）技能证书的要求

学生毕业前需至少获取以下四项证书中的一项。

- 1.本专业的学生鼓励获取 1+X 网店运营推广（中级）证书。
- 2.本专业的学生鼓励获取电子商务师证书。
- 3.本专业的学生鼓励获取全国高等院校计算机等级二级(文管)证书考试。
- 4.本专业的学生鼓励获取普通话二级乙等以上等级证书。

2025 级电子商务专业人才培养方案 专家论证意见

学院： 财经商贸学院

2025 年 8 月 4 日

专家姓名	单位	职务/职称	签名
尤影	开封大学	教授	
郭磊	河南物流职业学院	教授	
王俊飞	厦门网中网软件有限公司	经理	
专家论证意见			
电子商务专业人才培养方案体现了“三对接”原则（专业与产业、课程内容与职业标准、教学过程与生产过程），在课程体系模块化与“岗课赛证”融通设计上较为扎实，契合高职类型教育定位。建议增加“区域产业真实项目”优化实训体系；学习评价方面建议建立多元评价机制，将岗位需求直接映射到人才培养全过程，切实增加专业与产业的适应性与匹配度。			
学校审核意见（优秀/合格）： 合格 2025 年 8 月 4 日			