



河南职业技术学院
HENAN POLYTECHNIC

电商物流学院 电子商务专业人才培养方案 (2022 版)

专业负责人	乔陆
研制团队	王一方、鲁冬、马会杰、 李卫红、邢颖、秦惜梦、 张苏丰（行业）
二级学院审核人	鲁冬
修订时间	2023. 07

二〇二二年七月

目 录

一、专业描述	1
二、职业面向及职业能力要求	1
三、培养目标	2
四、培养规格	3
五、人才培养模式和教学模式	5
六、课程设置及要求	6
七、实施保障	13
八、毕业及证书要求	17
附 表	18

电子商务专业人才培养方案

一、专业描述

专业名称：电子商务

专业代码：530701

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

修业年限：三年

教育类型：高等职业教育

学历层次：专科

二、职业面向及职业能力要求

（一）职业面向

表 1 专业面向的职业

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别或 技术领域	职业技能等级证书或 职业资格
财经商贸 (53)	电子商务 (5307)	互联网和相关服务 (64) 批发业 (51) 零售业 (52)	电子商务师 (4-01-02-02) 互联网营销师 (4-01-02-07) 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)	运营管理 前端应用 数字营销 数据分析	《1+X 网店运营推广职业技能等级证书》 《电子商务师职业技能等级证书》 《1+X 直播电商职业技能等级证书》 《1+X 电子商务数据分析职业技能等级证书》

（二）职业能力分析及要求

在电子商务类岗位人才的知识维度方面：掌握自然科学、社会科学和人文科学等通识类相关知识。掌握现代管理、数字经济和信息技术的基础理论和专业知识。掌握电子商务专业理论与专业方法，熟悉数字智能、商务数据分析、跨境电子商务等业务的相关流程与特点，能够将理论与实践紧密结合，解决实际问题。了解快速发展的电子商务新兴产业动态，注重产业技术创新和商业模式创新并掌握相关的理论与技术知识。

在电子商务类岗位人才的技能维度方面：具备独立自主地获取本专业相关技术的学习能力。具备将所获取的技术与实践融会贯通并灵活应用于电子商务业务的能力。初步具备基于多学科知识融合的创意、创新和创业能力。具备必需的外语听、说、读、写能力。具备良好的计算机操作、移动互联网络的综合应用能力。

在电子商务类岗位人才的素养维度：具备正确的思想政治素质和良好的道德素养、人文素养、科学素养及职业素养。具备较高的网络文明素养、电子商务诚信与信用素养、信息安全与保密素养。具备良好的人际沟通素养和团队合作精神。具备国际化视野和基本的创新精神及创业意识。

就业面向的行业：互联网运营管理、全渠道营销推广及产品销售、社会化客户服务、产品创新设计与电商产品开发等。

主要就业单位类型：开展电子商务（政务）活动的政府机关、企事业单位、工商企业、工贸企业、物流企业等。

主要就业部门：电子商务运营部门、客服部门、营销部门，电子商务应用及平台运营部门。

从事的工作岗位：电子商务师、互联网营销师、营销员、市场营销专业人员、商务策划专业人员、品牌专业人员、客户服务管理员、采购员等岗位。

表 2 岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别		岗位典型任务描述	岗位核心能力要求
		初始岗位	发展岗位		
1	前端应用	前端应用专员	技术总监	全媒体平台内容输出：完成前端内容选题策划、脚本撰写、拍摄和剪辑；负责相关业务数据的处理和分析；熟悉各主流平台的业务运营模式，提高消费者数量和消费者活跃度。	掌握互联网产品开发语言、数据库，Web 常见页面术语等。能够制定标准的 SOP 工作流程；能够独立负责前端内容运营的各个环节；擅长通过数据发现问题并能提出解决方案；能够规划出清晰的商业变现能力；拥有较强的学习能力。
2	运营管理	运营专员	运营总监	开发、跟进与维护市场中的潜在客户，并落实与执行各项网络营销方案，从而提升流量和意向用户数量；积极地拓展与推广外部渠道，促成合作；通过应用多种网络推广手段在各类网站中宣传与推广企业的产品、服务。	掌握电子商务模式与流程、市场调研与数据统计分析、客户关系管理、市场营销、新媒体运营、网络推广、办公软件等知识能力，掌握专业相关术语知识以及客户关系谈判技巧与维护知识。撰写文案和判断电子商务运营文案内容质量的能力与推广执行能力。
3	数字营销	营销专员	营销总监	能够完成对版式设计 with 页面设计，并做好色彩整体设计与布局，保证页面和谐。从事线上、直播、电商营销等设计工作，进行前期的视觉推导并完成设计方案；包括不限于图文短视频推广创意效果设计、品牌日常活动视觉呈现、品牌提案创意效果设计。	具备基本的色彩搭配、流程设计、图形制作与处理软件的能力，应用相关的专业知识来策划、设计页面创意。掌握如何应用新媒体、社会化媒体、自媒体等资源的能力，具备网络推广能力，良好的数据分析能力与客户沟通能力，通过应用互联网资源来追踪与捕捉热点信息。
4	数据分析	数据分析员	数据分析师	做好日常的平台测试、维护、更新与优化工作，收集、分析、挖掘平台运营过程中用户行为的数据；策划、制定、执行与追踪主题活动数据；及时总结行业动向并调整销售策略；优化产品服务；数据类项目的的数据需求分析、数据提取、提供数据支持；数据优化与数据建模，优化数据模型，以满足各类场景的数据需求等。	具备分析数据的能力与应用电商平台统计软件的能力；可以分析、整理与发掘数据，能运用主流分析工具中的一种进行数据分析和建模，能熟练进行数据提取和分析，并能完成分析报告；对数据敏感，具有较强的结构化思考能力和优秀的学习能力，敢于挑战，有耐心。

三、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，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、职业道德和创新意识，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，面向现代服务业、商贸流通业、生产制造业

企业的运营主管、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素质技术技能人才。

四、培养规格

本专业学生应在系统学习电子商务专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，总体上须达到以下要求：

（一）知识要求

1. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的思想与政治、语文、数学、新一代信息技术等文化基础知识，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。
2. 熟悉与本专业相关的电子商务法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识；掌握基本的商务礼仪常识，能使用规范化语言服务客户。
3. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；掌握电子商务网站相关知识。
4. 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法。
5. 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。
6. 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广规则。
7. 掌握电子商务网站运营管理流程、网上交易流程、营销推广流程等网店运营规范与流程。
8. 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。
9. 掌握商品更新管理、订单流程管理和物流管理等供应链与供应商管理的相关知识。
10. 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。

（二）能力要求

主要包括以下内容：

专业能力：

1. 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。
2. 具有行业产品分析、市场细分的能力，能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。

3. 具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能根据行业、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。

4. 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。

5. 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。

6. 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，能进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控，完成客服中心运营数据报表的制作及数据分析报告。

7. 具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能进行品牌标识、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。

8. 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。

9. 掌握基本数字技能，具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具备全局意识、创新意识，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，能更好地适应电子商务行业的发展变化。

10. 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，学习一门外语并结合本专业加以运用，具有一定的国际视野和跨文化交流能力。

方法能力：

1. 具有搭建数据运营指标体系，开展行业运营、网店运营、社群运营的运营规划、渠道引流、活动策划、供应链整合的能力。

2. 具有客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控的能力。

3. 具有整合营销和销售方案制定与实施、营销活动的数据分析与评估，细化销售目标、构建销售漏斗的能力。

4. 具有结合企业的市场定位和产品营销推广目标，完成企业线上线下视觉设计与展示的能力。

5. 具有互联网产品战略规划和开发方案的制定能力，具备根据市场和客户数据分析结果进行电商产品设计与开发的能力。

6. 能够正确应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务等。

7. 能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化。

社会能力：

1. 具有诚实守信的职业道德，遵守电子商务相关的法律法规。

2. 具有良好的学习能力、表达沟通能力、团队协作能力。

3. 能够与客户进行有效的交流和沟通，并具备实施跨境电子商务的能力。

可持续发展能力：

1. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术能力。

2. 具有探究学习、文献资料的检索与获取、终身学习和可持续发展的能力。
3. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少一项艺术特长或爱好。
4. 掌握基本身体运动知识和至少一项体育运动技能，达到国家大学生体质测试合格标准，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。
5. 培育劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民，珍惜劳动成果，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

创新与创业能力：

1. 具备使用专业知识和技能，主动满足经济社会发展需求能力。
2. 具有自主创新的素质，有强烈的求新欲和兴趣，能依据企业的发展要求对企业的生产设备和生产流程进行改造或创新。
3. 掌握常用的创业方法和创业技巧；能为创业寻找或准备加速器（机会、专利）。

（三）素质要求

基本素质：

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. 能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的电子商务法律法规、互联网交易安全、质量管理等相关知识与技能，了解电子商务产业文化，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. 具有良好的科学素养与人文素养，具有质量意识、环保意识、网络安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力。
4. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。

职业素质：

1. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。
2. 具有较好的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。
3. 培养学生具有规范使用语言文字的意识和能力，重视学生交际能力培养和训练，多数学生的普通话水平达到二级乙等及以上。

五、人才培养模式和教学模式

（一）人才培养模式

根据技术领域和职业岗位（群）的任职要求，电子商务专业参照相关职业资格标准，采用校企合作，共同育人，新时代现代学徒制等方式，以培养学生电子商务实战技能为本位，积极探索工学结合人才培养模式，重构实战课程体系，开发项目课程。

（二）教学模式

在学院“产教融合、精准育人”教学模式基础上，积极探索适应本专业的“二元制”教学模式。

1. 瞄准培养目标，滚动开发“二元制”教学平台。

“二元制”教学平台是培养电子商务专业合格人才的总体蓝图，是教学改革的核心内容，将课程内容与职业能力有机结合起来，从办学思想、教学环节、管理机制等方面强化“二元制”，突出重实践、重技能，确定职业能力实施办法、考核措施及能力归属。教学平台既考虑到学生当前职业生存能力，又兼顾在未来社会中的竞争和发展潜力，从而有效保证了电子商务专业建设和人才培养始终紧贴行业和社会发展需要。

2. 打破传统模式，突出技能培养。

强化专业思想，淡化学科意识，减少重复内容，淡化理论教学，减少验证内容，突出实际应用。在整个教学体系中，尽可能突出知识面宽泛、内容联系顺畅、实用性强的特点。同时，还注意处理好理论验证性内容与技能训练的关系，对于突出实际操作的训练，通过在线演示和上机实操来完成。

3. 实施“二元制”教学，缩短从实习到上岗的时间。

电子商务专业注重动手能力的培养，学生实训实操时间占整个学习过程的三分之二以上，学习和实践紧密结合。学生从入校之后就转变为“二元”身份，无论是作为学徒的学生，还是作为学生的学徒，其学习的基调都是强化动手能力的培养，这种身份和角色的转换，大大缩短了从学生到学徒再到正式职工的转换时间。教学实施过程中，我们注重强调在真实企业环境中历练、消化和总结理论知识和技能，采用“学生送出去、专家请进来”的模式，将学生学习变成一个实际工作过程，将企业技术人员请入课堂，把工作变成一个学习过程，从而极大的提高了学生的知识积累和技能水平。通过二元结构的学习和实践，绝大多数学生在校期间已经拥有独当一面的工作能力，有的可能还会拥有创新型、应用型技术成果。毕业后学生可以选择在实践企业就业，也可以带着成果自主创业。对于用人单位来说，学生日常工作的薪酬远低于全职职员，若学生毕业后直接留用，不仅能降低招聘成本，还能降低培训成本。电子商务专业“二元制”教育模式可以推动毕业生与就业市场无缝对接，缓解就业压力，同时促进应用型、复合型、创新型人才的培养。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程概述

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
1	思想道德与法治	教育引导加强自身道德修养，提高思想道德素质；加强法律观念和法治意识教育，提高法律素养；培养学生爱岗敬业、诚实守信等道德品质	主要包括社会主义道德教育和法制教育，帮助学生增强社会主义法治观念，提高思想道德素质，解决成长成才过程中遇到的实际问题

2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	引导学生更加准确地把握马克思主义中国化进程中形成的理论成果，对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程有更加深刻的认识；提高大学生对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	以马克思主义中国化为主线，以毛泽东思想以及邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观等马克思主义中国化理论成果为主要内容，帮助学生理解和掌握马克思主义中国化理论成果的形成过程、精神实质、历史地位和指导意义，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
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	引导学生从整体上把握习近平新时代中国特色社会主义思想，系统学习这一思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，更好地把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义，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担当，自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去	围绕马克思主义中国化最新理论成果，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，全面解读习近平总书记关于重大时代课题的一系列原创性治国理政新理念新思想新战略。使学生自觉运用习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己的头脑，把爱国情、强国志、报国行自觉融入到建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中
4	形势与政策	引导学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和知识，学会正确的形势与政策分析方法，特别对我国的基本国情、国内外重大事件、社会热点和难点等问题的思考、分析和判断能力	着重进行我国改革开放和社会主义现代化建设形势、任务和发展成就教育；党和国家重大方针政策、活动和改革措施教育；当前国际形势与国际关系状况、发展趋势和我国对外政策原则立场教育
5	大学生心理健康教育	培养学生了解心理健康的标准及意义，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，切实提高心理素质	包括心理健康基础知识，了解自我、发展自我，提高自我心理调适能力，如生涯规划、学习心理、人际交往、情绪管理、压力管理、生命教育能力等，注重培养学生实际应用能力
6	体育	引导学生正确认识体育锻炼目的意义，了解基本的体育理论知识，掌握必要的运动技术和技能，学会科学锻炼身体的方法，养成锻炼身体的良好习惯	篮球、排球、足球三大球和乒乓球、羽毛球各项运动（任选一项）概述、竞赛规则、各种球类的技战术；武术、健美操运动概述、基本功和规定套路等
7	公共英语	培养学生阅读英文资料获取前沿信息的能力、涉外口头交际和书面表达能力、跨文化交流能力、学生未来职业发展和英语终身学习能力	包括学习、生活、工作等多个方面的主题单元，通过视听说、精读、翻译写作等模块，全面提高学生听、说、读、写、译各方面英语能力
8	大学语文	培养学生阅读和理解文学作品的的能力，提高学生文学鉴赏水平和文化修养，提升写作能力，以适应学习和工作的需要	散文阅读与欣赏；诗歌阅读与欣赏；小说阅读与欣赏；影视与戏剧欣赏；语言表达能力与技巧；实用写作训练

9	高等数学	培养学生可持续发展的能力；提高学生数学素养和文化素养。为后续专业课程的学习打下坚实数学基础	函数极限与连续；一元函数微分学；一元函数积分学；常微分方程；一些数学问题、典故、观点中的数学文化
10	劳动教育	通过本课程学习，能使學生掌握与自身未来职业发展密切相关的通用劳动科学知识，理解和形成马克思主义劳动观，树立正确的劳动价值取向和积极的劳动精神面貌，促进学生德智体美劳全面发展	着重讲授劳动教育基础知识和技能，以劳动教育为主，兼具我校特色专业教育、实习实训、社会实践、创新创业等各学科的联动性教育。建立以提升劳动素养为核心的“三大教学任务”——劳动情感、品德为主体的思政教育，劳动知识、技能学习的劳动实践，实验研究、分析探索的劳动创新
11	中华优秀传统文化	系统认识中国传统文化的内容、性质、特点等，提升学生人文素质和个人修养，提升民族自信心和凝聚力。培养学生把传统文化融入专业学习的意识和能力	中华优秀传统文化性质和特点、各文化领域的发展脉络（传统思想、传统艺术、传统科技、政治制度、婚姻文化、建筑文化、饮食文化、传统节日等）、传统文化现代化、传统文化与专业学习等
12	信息技术	使学生理解计算机系统与计算环境基本原理，理解信息获取、数据管理与处理分析、信息表达与发布等知识和理论。具备使用应用工具软件获取信息、处理数据、解决问题的能力，形成分析和解决问题的计算思维与素养	包括计算机与信息社会、计算机系统、计算机网络、信息安全、数据库基础、办公软件、大数据云计算、人工智能等计算机新技术。本课程注重理论与实践相结合，同时兼顾计算机应用领域的前沿知识，采用理论教学与实验教学方式
13	大学生职业发展与就业指导	了解生涯规划意义和方法，引导学生认识自我和职业世界，了解职业素养和职业能力要求，了解就业形势和就业创业政策，掌握求职材料和面试技巧，提高依法维权意识，培养学生具备解决职场适应和职业发展实际问题能力	职业生涯规划基本理论、自我认知、认识职业世界、职业生涯规划及大学生涯规划、职业素质与职业能力、求职和应聘、劳动者权益、毕业手续办理及人事代理、职场适应等内容
14	创新创业教育（含创新创业基础和创新创业与创业）	培养创新思维，提升创新能力，以创新促进创业；提升创业能力，培育创客精神，以创业带动就业	包括线下《创新创业基础》和线上《创新创业与创业》。线下部分教学以培养创业者精神，介绍开展创业活动所需要的基本知识为主，包括创业者素质和创客精神，创业的基本概念、原理、方法和相关理论。线上部分《创新创业与创业》侧重培养学生理解创新、应用创新、设计创新的行动力。通过揭示创新创意的本质和规律，以丰富的案例解读多种思维形式，进行创新思维训练，传授创新方法，激发学生的创意创新创造动机，培养学生正确的创新观和创新意识，提升学生的创新能力，为专业学习和创新创业打基础

15	军事理论	了解军事基础知识，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	主要包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备五个方面内容
16	军事技能	掌握基本军事技能，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	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等方面的相应训练

（二）专业（技能）课程概述

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
1	经济学基础	掌握经济学的基本原理为学好与运用财经管理类专业知识和技能服务，能够根据经济学的基本理论知识和技能对市场供求发展趋势做出科学合理的预测，具备能够运用辩证思维方法、数理逻辑思维方法以及实证分析方法分析解决社会经济现象和具体问题。最后达到学生能够具有热爱科学实事求是学风和创新意识创新精神，树立良好的职业观念	经济学课程包括微观经济学和宏观经济学两部分。微观经济学研究家庭、厂商和市场合理配置经济资源的科学以单个经济单位的经济行为为对象；以资源的合理配置为解决的主要问题；以价格理论为中心理论；以个量分析为方法；其基本假定是市场出清、完全理性、充分信息。宏观经济研究国民经济的整体运行中充分利用经济资源的科学—以国民经济整体的运行行为对象；以资源的充分利用为解决的主要问题；以收入理论为中心理论；以总量分析为方法，其基本假定为市场失灵、政府有效
2	管理学基础	学生对管理的基本知识体系和基本框架有一个完整的了解。《管理学》学习领域主要培养学生掌握管理的基本理论、基本方法。对管理框架“计划、组织、领导、控制、创新”等多方面知识有较深刻的理解；了解管理对国家、组织、个人等的影响，对管理的信息化有较好把握；熟知全球化背景下的管理。通过本课程的信息，提高学生在未来工作岗位的职业化定位	要求学生理解管理的产生与发展，掌握管理的基本职能。通过本课程的学习，学生应具备一定的环境分析、组织设计、沟通协调等能力，对接专业人才培养目标，应该能运用管理学知识提高其实际管理工作水平。经过学习，学生应具有理论联系实际的能力，具有实事求是的学风和创新意识及精神并具有较高的职业道德素质。
3	现代物流管理	对仓库及仓库设备、物流作业流程、库存控制、物流经营管理、商品养护、物流的安全管理等知识有较全面的了解，并重点掌握物流的作业流程、库存控制等基础知识	仓库及仓库设备、物流作业流程、库存控制、物流经营管理、商品养护、物流的安全管理等基础知识
4	市场营销	使学生掌握扎实的市场营销基本理论、培养开阔的市场营销视野以及辩证的市场营销观念，培养的学生既具有牢固的基本理论素养，又能够主动汲取前沿理论，既能够对营销战略层面的问题有宏观的思考和把握，又能够对营销定位和	内容：市场营销学的基本理论、市场营销环境分析与SWOT、消费者市场与组织市场购买行为分析、市场调查与预测、STP战略与竞争战略选择、营销组合策略（4P/10P、4C、4R）、市场营销计划、组织、执行与控制、市场营销创新、数字营销原理的发展与演

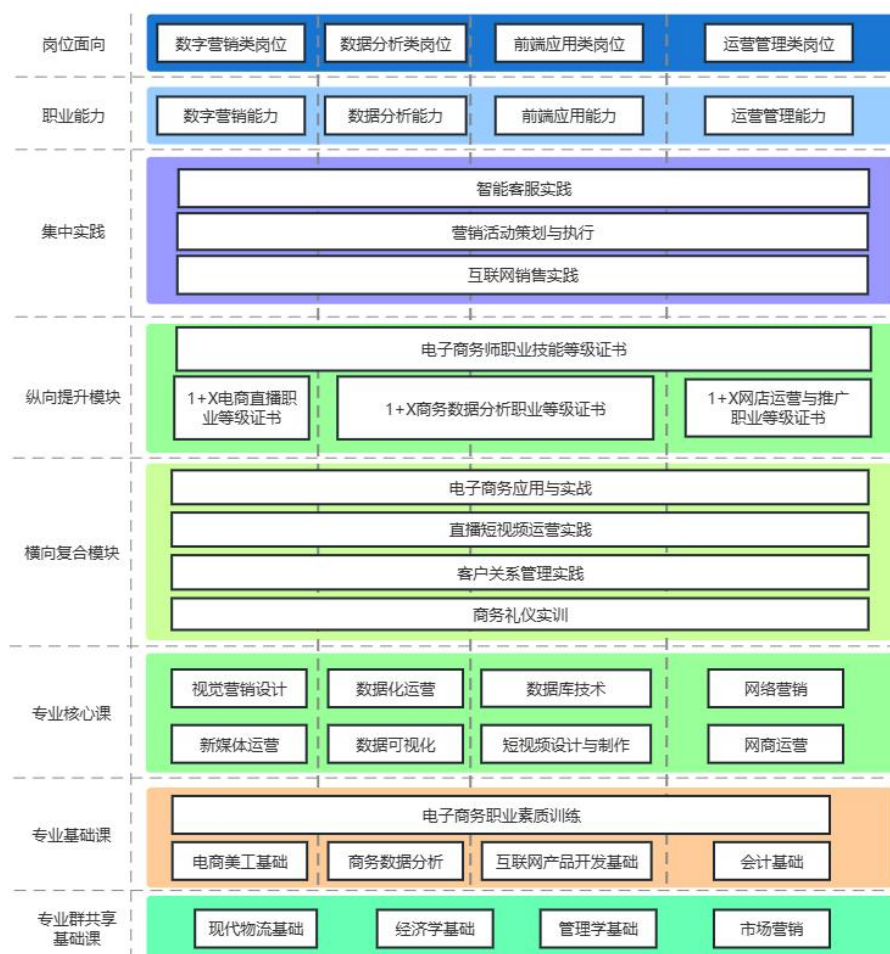
		营销策略层面地问题有清晰的认识和操作能力。同时提高学生对数字营销的基本认知，为后续课程学习及推动岗课赛证奠定基础	变、数字营销技术的应用、数字营销效果优化等。要求教师具有经济管理类本科以上学历，具备营销师级以上资格证书
5	电子商务职业素质训练	正确地认知自我，挖掘潜能，增强自信心，培养积极的心态；提高自制力，学会目标管理与高效执行；提高情商，学会处理人际关系；建立良好的思维习惯和双赢的心智模式；提高沟通表达能力及组织协调能力；提高主动学习力和环境适应能力，培养良好的团队合作精神；培养创新意识和创新能力	认知素质拓展训练、认知自我训练、心理素质训练（积极心态训练、自信心训练、自制力与时间管理训练、宽容与关爱训练、建立双赢的心智模式训练）、沟通素质与能力训练、团队合作、创新思维训练、设立目标与坚定理想训练
6	电商美工基础	培养学生胜任电子商务美工岗位应具备的作图能力、网店设计能力、网站设计能力等职业关键能力，巩固学生的作图技巧、设计思路，达到专业电商美工的技能要求。	理论知识包括：如何利用色彩、图像、文字、创意排版来增加商品与店铺的吸引力。案例涉及：店招，店铺首页，详情页，详情页关联，直通车，无线手绘海报，合成海报等。掌握摄影后期商业修图技术，图像合成技术，图像合成技术，色彩搭配与视觉统筹，网页布局与排版，摄影基础，对化妆过程的了解，美术理论和素描基础等
7	商务数据分析	通过学习，掌握函数计算和分析工具，能熟练用它来进行数据分析，能获取更为精确的信息在财会、审计、营销、统计、金融、工程、管理等各个领域的应用	电子商务数据分析的思路与流程；采集电子商务平台数据并运用 Excel 等软件进行数据处理；电子商务数据分析方法、数据分析与预测；分析报告撰写
8	短视频设计与制作	自媒体平台内容的视频输出；了解各自媒体平台的规则，策划吸引粉丝的短视频内容；完成视频选题策划、脚本撰写、拍摄和剪辑；结合产品及品牌特性，在目标客户群体当中投放吸引注意力的视频作品；挖掘用户习惯、情感需求并结合新闻热点，策划出具有较高传播度的视频内容；熟悉各视频平台的运行模式，提高粉丝数量和粉丝活跃度	短视频产品策划及账号 IP 打造；短视频内容创意及系列内容选题开发；短视频文案写作及爆款文案拆解；短视频拍摄与剪辑制作；短视频账号运营；短视频粉丝经营及账号矩阵布局。侧重培养学生的实践能力，理论讲解实操演练，培养学生短视频创作思维和理论，增强短视频制作与运营的技能
9	互联网销售	根据数据魔方进行搜索引擎优化（SEO），获取更多的自然流量；进行关键词竞价（SEM）推广，获取更多的付费流量；针对消费人群开展促销活动、制定商品价格，提升转化率；根据财务状况和经营策略，规划资金需求、控制成本。此外系统内置数据查询功能与分析工具，方便教师对学生的经营过程进行实时分析与指导	① 掌握客户服务管理基础知识、主流电子商务平台交易规则、ERP 与 CRM 等销售管理工具运用；② 能分解和制定产品 O2O 销售目标，有效识别和跟进销售线索；能有效进行销售票据的处理、订单确认及跟踪、自营渠道账单管理；③ 根据企业销售目标，建立产品销售漏斗，进行销售数据统计与分析，对销售方案评估与改进；④ 能制定和优化客户服务方案，进行智能客服机器人训练、客户投诉处理、新老客户转化服务等

10	视觉营销设计	针对电商运营中视觉设计环节，将商品的卖点、商品企划的信息、品牌信息，通过视觉系统传达给客户，来增加点击率、增加转化率、提升调性	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设计产品内外包装；④ 能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
11	数据可视化	根据数据可视化的原理，掌握基于几何的技术、面向像素技术、基于图标的技术、基于层次的技术、基于图像的技术和分布式技术等	①数据空间：由 n 维属性和 m 个元素组成的数据集所构成的多维信息空间；②数据开发：利用一定的算法和工具对数据进行定量的推演和计算；③数据分析：对多维数据进行切片、块、旋转等动作剖析数据，从而能多角度多侧面观察数据；④数据可视化：将大型数据集中的数据以图形图像形式表示，并利用数据分析和开发工具发现其中未知信息的处理过程
12	数据库技术	通过学习，使学生掌握数据库管理系统，数据库管理系统与 WEB 的结合和简单的应用开发	数据管理的演变、数据管理的模型、数据库系统构成、关系数据库理论、SQL 语言、数据库设计等。此外，本课程还将向学生介绍当前流行的数据库管理系统，以及数据库连接技术如 ODBC 技术，Web 服务器和数据库服务器之间的通讯技术等
13	数据化运营	全面深入了解网店数据化运营的工作流程及主要岗位技能要点，以培养适应电子商务发展需要的电商运营人才为目标任务，以网店数据化运营为核心，从基础、技能、实战三个方面讲述数据化运营的基础知识及操作技能，对网店经营反馈数据进行管理和分析，发现经营过程中存在问题的环节，并得出有效的改进措施来完善店铺的经营策略，对数据化运营形成全面的认知	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、推广数据、客户服务数据、销售数据、物流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
14	网络营销	对在网络虚拟市场开展营销活动的原理和特点、环境与方法、工具和手段、目标与实施控制等相关内容有全面的领会和感性认识，并且在企业的网络营销实务中，并掌握开展网络营销的操作思路和相应的运作技巧，具备一定的实际应用能力。使学生掌握网络营销策略和营销方案的制定	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
15	新媒体运营	通过主流营销平台，掌握图片处理、文案撰写、表单制作、活动策划、营销推广、数据分析等相关技能训练，具备主流新媒体平台推广和运营技巧	新媒体发展趋势和社交网络特性；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；根据后台数据完成促销活动、品牌推广活动和移动营销活动

16	互联网产品开发基础	通过学习使学生能够利用各种开发工具进行前端设计开发，掌握图形化的面向对象的编程方法和思路，掌握编程开发语言基础，掌握访问数据库的方法，并能够利用开发工具完成交互网站、程序及软件的开发和应用	掌握开发环境基本配置；掌握运算符、表达式、流程控制语句、数组等的使用；掌握字符串的基本操作；初步建立面向对象的编程思维；熟悉异常捕获的基本流程及使用方式；掌握类和对象的基本使用方式；掌握网络编程技术，能够实现网络通讯；知道通讯协议原理；掌握开发中的多任务编程实现方式；知道多进程多线程的原理等
17	网商运营	通过课程理论学习和实践训练，使学生掌握网络开店及运营的必备理论知识和基本操作流程；培养学生获得与网店经营相关的操作能力、营销能力、学习能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、提高学生的创业能力。通过项目式的教学形式，使学生发现真实的市场需求，通过学生自身的实践，达成真实的网店运营项目，为其职业发展培养良好的核心能力	基于网商运营的店铺策划、店铺开设、店铺管理、店铺推广的工作过程设计教学内容。掌握电商运营的核心思维；了解电商行业的未来发展以及就业前景；掌握网站（店）运营的规范与流程；熟练掌握店铺装修技能、商品类型分类、编码、上架、下架；店铺、产品和客户数据分析；熟练操作使用后台，掌握基本的电商运营后台操作工具的使用；营销推广策略制定与实施，实现企业短期及长期营销目标；创建个人店铺等

（三）专业（技能）课程体系构建

专业课程体系逻辑关系图



七、实施保障

（一）师资队伍要求

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 20:1，双师素质教师占专业教师比一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学技术等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

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，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，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

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等。

1. 教室要求

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，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室（基地）要求

序号	实训室	主要设备及数量	主要实训内容	职业能力培养
1	电子商务数据分析实训室	智慧黑板、交换机，电子商务数据实训系统；工位数 80 个	数据分析及网店运营，完成电子商务交易数据分析、电子商务运营管理、数据分析决策等项目训练	商务数据分析、数据可视化、数据库技术、数据化运营、互联网产品开发等能力等
2	电子商务实训室	云终端、计算机、服务器、交换机；工位数 72 个。	网店管理与运营、营销活动策划与执行、数据化运营等	电子商务流程设计能力、市场调研与数据统计分析能力、网络推广能力，电子商务运营文案内容质量管理能力与推广执行能力等

3	京东校园实训基地	计算机, 电话机, 耳机, 空调, 沙发; 工位数 48 个	用于商务沟通与礼仪、客户服务与管理、客户服务技巧等教学与实训	掌握沟通技巧与沟通相关术语的能力, 客户关系谈判技巧与维护能力等
4	生产性实训基地(直播)	提词器、提词器支架、补光灯、摄像头、麦克风、手机支架、展示柜、声卡、投影机、交互式一体机、数码相机、桌几; 工位数 50 个	视觉营销、新媒体及短视频、在线直播、产品的拍摄与处理等	色彩搭配能力、流程设计能力、图形制作与处理软件的能力, 设计页面创意能力。网络推广能力, 良好的数据分析能力与客户沟通能力, 通过应用互联网资源来追踪与捕捉热点信息的能力等

3. 校外实习基地要求

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、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。

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途	合作深度要求
1	京东(宿迁)电商实习基地	江苏京东信息技术有限公司	岗位实习	深度合作
2	杭州 555 电商创意产业园实习基地	杭州赢动教育科技有限公司	岗位实习	深度合作
3	洛阳顺兴信息通信产业园电商实习基地	洛阳群客电子商务有限公司	岗位实习	深度合作
4	大能手电商实习基地	大能手科技(北京)有限公司	岗位实习	紧密合作

(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需要的教材、图书文献及数字教学资源等。

1. 教材选用要求

按照国家规定选用优质教材, 禁止不合格的教材进入课堂。学校建立由专业教师、行业企业专家和教研人员等参与的教材选用机构, 完善教材选用制度, 经过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献配备要求

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，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

3. 数字资源配置要求

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、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、能满足教学要求。

（四）教学方法

教学按照“双元循环，多段上升”培养模式的要求，通过校内与校外相结合、课内与课外相结合、集中与分散相结合，按照依据企业人才需求，实施集中授课、机动授课等灵活、弹性的教学组织形式。

1. 第一、第二学期，开设公共基础课程和专业基础课程，着重培养学生的专业基本能力，同时通过社会实践、创业讲座和素质教育活动开展创业启蒙。

2. 第三、第四学期分两个阶段，首先开设职业岗位课程和专业核心课程，着重培养学生的专业关键（专项）能力。然后进行课程认知实习，通过社会实践提高学生的实践技能，使学生进一步的专业课程学习有的放矢。在整个过程中贯穿素质教育活动开展创业体验。

3. 第五学期分两个阶段，着重培养学生的专业综合能力。并通过与企业结合的过程汲取经验培养创业能力，进行实践。（注：上述课程认知实习时间段或因实习企业用人情况调整）。

（五）学习评价

针对课程类型的不同，分别采用“试卷考试”、“过程评价”和“实际操作”等不同的考核方法。

（一）理论课考核

由任课教师采用过程考核与期末考试相结合的方式考核。过程考核主要考察学生的知识积累和素质养成，依据是平时作业、课堂表现、考勤记录等方面。期末考试以笔试、机试、面试、案例作业等形式进行，考核学生的知识运用能力。

（二）实践课考核

校内实训课程以“小组互评”、“实践操作”、“教师评定”等方式考核学生；校外实习课程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。

（三）增值评价

在保障学生隐私的前提下，全面采集学生真实数据，分析构成个人的“整体画像”，建成增值评价的测试数据体系，用其结果反映学业成绩的变化，及其技术技能的变化，甚至是职业精神和品质的发展变化。最终目的是促进学生的成长，促进教师和学校教学效能的增强。

（四）评价方法

1. 理论加实践课程考核评价方法

总成绩=平时成绩 10%+过程考核成绩 30%+期末考核成绩 60%

2. 纯实践课程考核评价方法

总成绩=平时成绩 10%+过程考核成绩 60%+期末考核成绩 30%

3. 纯理论课程考核评价方法

总成绩=平时成绩 40%+期末考核成绩 60%。

（六）质量管理

1. 学校和二级院系建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 学校和二级院系完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业群及专业教研室充分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。

八、毕业及证书要求

（一）毕业要求与课程对应关系

表 3 毕业要求与课程对应关系

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
1	专业能力	1. 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。 2. 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等。 3. 能够根据摄影色彩、构图策略，进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片，能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度。 4. 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。 5. 能够对直播和短视频等新媒体形式的作品进行脚本设计、拍摄和剪辑，能够运用直播设备进行实战操作，掌握直播和短视频等新媒体运营的能力。 6. 能够在跨境电商平台进行活动策划、营销推广、运营与管理跨境电商网店。 7. 具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作。 8. 能够根据运营目标，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。 9. 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理。	公共艺术限选课（美育） 马克思主义理论类课程 党史国史类课程 专业群共享基础课 电商美工基础 视觉营销设计 数据化运营 网络营销 新媒体运营 网商运营 电子商务应用与实战 电子商务职业素质训练

2	方法能力	1. 具有搭建数据运营指标体系,开展行业运营、网店运营、社群运营的运营规划、渠道引流、活动策划、供应链整合的能力。 2. 具有客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控的能力。 3. 具有整合营销和销售方案制定与实施、营销活动的数据分析与评估,细化销售目标、构建销售漏斗的能力。 4. 具有结合企业的市场定位和产品营销推广目标,完成企业线上线下视觉设计与展示的能力。 5. 具有互联网产品战略规划和开发方案的制定能力,具备根据市场和客户数据分析结果进行电商产品设计与开发的能力。 6. 能够正确应对客户咨询、异议、处理客户投诉,进行客户个性化服务等。 7. 能够根据网站(店)推广目标,选择合理的推广方式,进行策划、实施和效果评估与优化。	公共英语 高等数学 信息技术 专业群共享基础课 短视频设计与制作 商务数据分析 数据可视化 数据库技术 互联网产品开发基础 互联网销售实践 商务礼仪实践 客户关系管理实践 直播短视频运营实践
3	社会能力	1. 具有诚实守信的职业道德,遵守电子商务相关的法律法规。 2. 具有良好的学习能力、表达沟通能力、团队协作能力。 3. 能够与客户进行有效的交流和沟通,并具备实施跨境电子商务的能力。	马克思主义理论类课程 党史国史类课程 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 形势与政策 大学生心理健康教育 中华优秀传统文化 军事理论与军事技能
4	可持续发展能力	1. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术能力。 2. 具有探究学习、文献资料的检索与获取、终身学习和可持续发展的能力。	营销活动策划与执行 智能客服实践 电子商务应用与实战
5	创新与创业能力	1. 具备使用专业知识和技能,主动满足经济社会发展需求能力。 2. 具有自主创新的素质,有强烈的求新欲和兴趣,能依据企业的发展要求对企业的生产设备和生产流程进行改造或创新。 3. 掌握常用的创业方法和创业技巧;能为创业寻找或准备加速器(机会、专利)。具备创新创业实际运用能力。	国家安全教育方面课程 职业素养方面课程 创新创业教育 大学生职业发展与就业指导 金融知识方面课程 社会责任方面课程 管理方面课程

（二）毕业学分及证书要求

表 4 毕业学分及证书要求

应修学分		应取得的证书	
公共基础课	44	职业技能等级证书 或职业资格证书名称	发证机构
专业基础课	23	1. 毕业证 2. 《1+X 电子商务数据分析职业技能等级证书》 3. 《1+X 网店运营推广职业技能等级证书》 4. 《1+X 直播电商职业技能等级证书》 5. 《电子商务师职业技能等级证书》 (2-5 证书任选其一)	1. 河南职业技术学院 2. 北京博导前程信息技术股份有限公司 3. 北京鸿科经纬科技有限公司 4. 南京奥派信息产业股份有限公司 5. 中教畅享(北京)科技有限公司
专业核心课	33		
专业拓展课	8		
实践技能课	31		
公共选修课	19		
活动类课程	2		
合计	160		

注：活动类课程学分由学生参加学院组织的劳动实践、社团服务活动、创新创业实践、志愿服务及其他社会公益活动等获得。

附表：

1. 各教学环节教学周总体安排表
2. 各教学环节教学周具体安排表
3. 课堂教学环节教学进程安排表
4. 课堂教学环节信息明细表
5. 集中实践环节教学进程安排表
6. 公共选修课要求及安排表
7. 学时与学分总体分配表

附表 1:

各教学环节教学周总体安排表

学 期	课堂 教学 环节	集 中 实 践 环 节			复习 考试 (其他)	集中 教学 研讨	合 计
		军事 训练	集中 实践	岗位 实习			
一	15	2			2	1	20
二	16		2		1	1	20
三	14		4		1	1	20
四	14		4		1	1	20
五	10			8	1	1	20
六				17	2	1	20
合计	69	2	10	25	8	6	120

附表 2:

各教学环节教学周具体安排表

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	教学准备	军事技能训练 2 周	课堂教学 15 周																复习考试	教学研讨
二	课堂教学 16 周																集中实践 2 周	复习考试	教学研讨	
三	课堂教学 7 周							集中实践 4 周				课堂教学 7 周						复习考试	教学研讨	
四	课堂教学 14 周														集中实践 4 周			复习考试	教学研讨	
五	课堂教学 10 周										复习考试	岗位实习（含毕业设计或论文） 8 周							教学研讨	
六	岗位实习（含毕业设计或论文） 17 周																	办理离校 2 周	教学研讨	

附表 3:

课堂教学环节教学进程安排表

类别	序号	课程编码	课程名称	学分	课程学时分配				统考方式		上课学期	落实标准及课证融通情况
					总计	课堂教学	实践教学	线上教学	校考	院考		
公共基础课	1	Z110010061-2	思想道德与法治	3	54	48	6		1		1、2	
	2	Z110010020	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	36	32	4		3		3	2
	3	Z110010070	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	54	46	8		4		4	3
	4	Z110010031-4	形势与政策	1	32	32					1-4	
	5	Z110010051-2	大学生心理健康教育	2	32	32					1、2	
	6	Z100010091-2	公共英语	7	128	108		20	1、2		1、2	
	7	Z100010101-4	体育	6	108		84	24			1-3、5	
	8	Z100010030	大学语文	3	56	40		16			2	
	9	Z100010040	高等数学	2.5	44	14		30			2	
	10	Z100010060	劳动教育	1	16	16					2	
	11	Z140010020	中华优秀传统文化	2	38	20		18			2	
	12	Z050010010	信息技术	3.5	60	26	18	16	1		1	
	13	Z120010011-2	大学生职业发展与就业指导	2	38	20		18			1、4	
	14	Z150010011-2	创新创业教育（含创新创业基础和创新创业与创业）	2	32	8		24			2	
	15	Z130010010	军事理论	2	36	8		28			1	
专业基础课	专业群共享课	16	Z180320010	现代物流管理	1.5	30	30				1	①
		17	Z180320020	经济学基础	1.5	30	30				1	①
		18	Z180323040	市场营销	1.5	30	30				1	①
		19	Z180323010	管理学基础	1.5	30	30			2	2	①
	本专业基础课	20	Z180320030	会计学基础	1.5	30	30				2	①、②
		21	Z181320010	电商美工基础	5	90	30	60			1	①
		22	Z180320120	商务数据分析	5	90	30	60			2	①、②
		23	Z181320020	互联网产品开发基础	3.5	60	30	30			2	①
	24	Z181320051-2	电子商务职业素质训练	2	40	4	36			3、4	①	
专业核心课		25	Z181330010	视觉营销设计	4.5	84	28	56			3	①
		26	Z181330020	数据可视化	4.5	84	28	56		3	3	①、②
		27	Z181330030	数据库技术	4.5	84	28	56			3	①、②
		28	Z181330040	短视频设计与制作	3	56	28	28			3	①
		29	Z181330050	网络营销	4.5	84	28	56		4	4	①
		30	Z181330060	新媒体运营	4.5	84	28	56		4	4	①
		31	Z181330070	数据化运营	4.5	84	28	56			4	①
		32	Z181330080	网商运营	3	56	28	28			4	①
专业拓展课	纵向提升模块	33	Z181341010	1+X 电商直播证书	2	40		40			5	②
		34	Z181341020	1+X 商务数据分析证书	2	40		40			5	②
		35	Z181341030	1+X 网店运营与推广证书	2	40		40			5	②
		36	Z181341040	电子商务师证书	2	40		40			5	②
	横向复合模块	37	Z180350250	商务礼仪实践	2	40		40			5	①
		38	Z181342020	客户关系管理实践	2	40		40			5	①
		39	Z181342030	直播短视频运营实践	2	40		40			5	①
		40	Z181342040	电子商务应用与实战	2	40		40			5	①
合计				106	1970	918	858	194	6	4		

注：“落实标准及课证融通情况”部分，落实职业教育国家教学标准等要求的填“①”、融入职业技能等级证书或职业资格证书要求填“②”。

附表 4:

课堂教学环节信息明细表

序号	课程类型	课程	考试课	考查课	学期学时安排						
		门数	门数	门数	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	小计
1	公共基础课	27	6	21	382	354	52	80	8		876
2	专业基础课	9	1	8	180	210	20	20			430
3	专业核心课	8	3	5			308	308			616
4	专业拓展课	4		4					160		160
学期学时小计					562	564	380	408	168		2082
学期课内学时小计					374	454	380	400	168		1776
学期课堂教学周数					15	16	14	14	10		69
课堂教学周学时					24.93	28.38	27.1	28.6	16.8		
考试课程门数					3	2	2	3			10

注：课内学时包括课堂教学和相应实践教学，不含线上自学时。

附表 5:

集中实践环节教学进程安排表

实践地点	序号	课程编码	课程名称	学分	学时	周学时/周数					
						第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
校内	1	Z130050010	军事技能	2	112	56/2					
	2	Z181350010	互联网销售实践	1	28		14/2				
	3	Z181350020	智能客服实践	1.5	40			10/4			
	4	Z181350030	营销活动策划与执行	1.5	40				10/4		
校外	1	Z180050030	岗位实习	25	600					24/8	24/17
	2	Z180050040	毕业设计或论文（岗位实习期间开展）	2	30						30
实践技能课总计				33	850	112	28	40	40	192	438
集中实践周数						2	2	4	4	8	17

注：集中实践环节课程均安排为考查课。

附表 6:

公共选修课选修要求及安排表

序号	课程类型		选修学时	选修学分	备注
1	人文素养类	公共艺术课程（含美学和艺术史论类、艺术鉴赏和评论类、艺术体验和实践类等 3 类）	32	2	3 类课程中任选 2 门（其中美学和艺术史论类、艺术鉴赏和评论类课程至少 1 门）
2		马克思主义理论类课程	16	1	任选 1 门
3		党史国史类课程	16	1	任选 1 门
4		健康教育方面课程	16	1	任选 1 门
5		国家安全教育方面课程	16	1	任选 1 门
6		职业素养方面课程	16	1	任选 1 门
7	科学素养类	节能减排方面课程	32	2	任选 1 门
8		绿色环保方面课程	32	2	任选 1 门
9		金融知识方面课程	32	2	任选 1 门
10		社会责任方面课程	32	2	任选 1 门
11		管理方面课程	32	2	任选 1 门
12		营销方面课程	32	2	任选 1 门
合计			304	19	

注：公共选修课原则上要求在第四学期结束前完成，课程编码由学生实际选修课程决定。

附表 7:

学时与学分总体分配表

课程类别		课程	考试课	考查课	学时	学时 百分比 (%)	学分	学分 百分比 (%)
		门数	门数	门数				
公共基础课		27	6	21	876	27.76%	44	27.50%
专业基础课		9	1	8	430	13.62%	23	14.38%
专业核心课		8	3	5	616	19.52%	33	20.63%
实践技能课		5		5	738	23.38%	31	19.38%
选修课	专业拓展课	4		4	160	5.07%	8	5.00%
	公共选修课	13		13	304	9.63%	19	11.88%
活动实践类课程		1		1	32	1.01%	2	1.25%
合 计		67	10	57	3156	100.00%	160	100.00%
理论教学总学时			1416		实践教学总学时		1740	
理论教学总学时与实践教学总学时比例					0.45:0.55			

注：公共基础课在统计时需将“集中实践环节”的军事技能相应学时学分计算在内，实践技能课不再统计军事技能训练学时学分。