

电子商务专业人才培养方案（三年制）

一、专业名称(专业代码)

电子商务（530701）

二、入学要求

普通高中毕业生、中职毕业生、其他具有同等学力者。

三、修业年限

三年制，专科

四、职业面向

本专业规定学生须获得以下任一职业资格证书（或省级职业技能大赛二等奖及以上、专项职业能力证书、从业资格证书或其它职业能力证明材料）。

专业大类及代码	对应行业	主要职业类别	主要岗位类别	职业技能等级证书名称	证书等级	发证机关	备注
财经商贸大类 53	互联网和相关服务业、零售业、批发业	电子商务师	电商运营	网店运营推广职业技能等级证书	中级或高级	北京鸿科经纬科技有限公司	
				电子商务师	中级工及以上	人社部监管第三方评价机构发证	
				电子商务数据分析职业技能等级证书	中级或高级	北京博导前程信息技术有限公司	
				浙江省高校计算机等级考试	二级	浙江省教育考试院	
		互联网营销师	主播、直播运营	直播销售员职业技能等级证书	中级工及以上	人社部监管第三方评价机构发证	
				直播电商职业技能等级证书	中级或高级	南京奥派信息产业股份公司	

			新媒体运营	视频创推员职业技能等级证书	中级工及以上	人社部监管 第三方评价 机构发证	
			新媒体运营	新媒体技术职业技能等级证书	中级或高级	南京奥派信息 产业股份公 司	

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德、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、职业道德和创新意识，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，适应电子商务行业及相关岗位需要，熟悉营销、管理、计算机技术及互联网应用等基础知识，掌握电子商务、新媒体平台应用的理论知识与操作技能，具有良好的职业道德、具备“一技之长+综合素质”，适应产业升级和企业技术创新需要，面向电子商务领域，能够从事美工设计、网店运营、新媒体运营、数据分析、直播、跨境电商等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

素质	思想政治素质	热爱国家，拥护党的基本路线，坚持教育的社会主义方向，能够准确理解和把握社会主义核心价值观的深刻内涵和实践要求，具有正确的世界观、人生观、价值观，具有良好的职业道德和社会责任感。
	文化素质	具有一定的人文和艺术修养；具有良好的人际沟通能力；具有开拓进取的健全人格；具有适应环境、善于调节的健康心理。善于自学，同时关注本行业技术的新发展，不断更新知识；具有社会交往、处理人际关系的基本能力。
	职业素质	具有合理的知识结构和一定的知识储备；具有不断更新知识和自我完善的能力；具有持续学习和终身学习的能力；掌握科学的学习方法，能够独立思考，有较强的观察能力和反应能力，具有创新精神和研究能力；具有良好的职业道德与职业操守；具备较强的组织观念和集体意识。
	身心素质	具有坚强的意志力和自律能力，积极进取的健康心态；具有健康的体魄、健全的人格、良好的心理素质和行为习惯；具有良好的人际关系和社会适应能力。
知识	通用知识	1.掌握思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识； 2.掌握计算机应用、国际贸易的基本理论； 3.掌握电商基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识； 4.掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。

	专业知识	1.掌握电子商务的基本概念和主要模式，理解其社会经济影响； 2.掌握商品拍摄、视觉营销设计和网络编辑的方法； 3.掌握电子商务数据统计分析和报告撰写及客户服务管理相关知识； 4.掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式、网络营销策划知识； 5.掌握电子商务环境、政策和法律知识，国际市场、行业和客户知识； 6.理解电子商务物流流程、互联网产品开发流程； 7.掌握电子商务相关专业外语知识（不局限于英语）。
能力	通用能力	1.具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力； 2.具有良好的语言、文字表达能力和文案撰写能力； 3.具有一定的哲学、美学、伦理、计算、数据、交互、互联网思维能力； 4.能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、数据分析。
	专业技能	1.能进行网络信息采集、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； 2.能进行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； 3.能根据网站（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； 4.能根据运营目标采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户等各类数据，对其进行分析与预测； 5.能管理客户关系，网店运营，应对客户咨询、异议、处理客户投诉，提供个性化服务等； 6.能够管理电子商务物流的各个环节，确保物流的顺畅与高效； 7.能根据不同商品类型进行产品策划、分类管理。

六、课程设置及要求

（一）专业群共享课程

专业群名称	共享课程名称	面向专业	备注
数字商贸专业群	电子商务基础	电子商务、市场营销	
	管理学基础	电子商务、市场营销、酒店管理与数字化运营	
	会计学基础	电子商务、市场营销、大数据与会计	
	短视频创作	电子商务、市场营销、酒店管理与数字化运营、空中乘务	
	直播电商实务	电子商务、市场营销、空中乘务	
	企业经营沙盘模拟实训	电子商务、市场营销	

（二）课程设置与简介

1.公共基础课程

序号	课程名称	课程目标、主要教学内容及要求	学时
1	思想道德与法治	课程目标和内容: 该课程以社会主义核心价值观为主线,讲述理想信念、中国精神、道德与法治等理论内容,是一门容思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课,是帮助大学生树立正确的世界观、人生观、价值观、提高思想道德素质和法治素养的公共必修课。 教学要求: 本课程共 48 学时,第 1 学期开设,每周 3 个理论课时,13 周共 39 个理论课时,另外 9 学时为课外实践课时量,共 3 学分。	48
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	课程目标和内容: 该课程是一门政治理论课程,是一门以马克思中国化为主线,着眼于马克思主义理论的应用,着眼于对实际问题的拷问,培养学生良好的政治觉悟能力,为学生后续各专业课程的学习奠定一定政治素养的公共必修课。 教学要求: 本课程共 32 学时,第 1 学期开设,每周 2 学时,共 2 学分,13 周共 26 学时,另外 6 学时为课外实践课时,为线上无纸化考试。	32
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	课程目标和内容: 该课程是一门政治理论课程,是一门着眼于马克思主义中国化最新理论成果的应用,着眼于新时代不断变化发展着的实践,对接专业人才培养目标,面向当前、面向未来、服务社会,培养学生良好的政治觉悟能力,为学生后续各专业课程的学习奠定一定政治素养的公共必修课。 教学要求: 本课程共 54 学时,在第 2 学期开设,每周 3 学时,共 3 学分,17 周共 51 学时,另外 3 学时为课外实践课时。为线上无纸化考试。	54
4	形势与政策	课程目标: 帮助学生开阔视野,培养高素质高格局技能人才,助力学生从国内外时事政治中汲取智慧和力量,助力民族伟大复兴梦的实现。 教学内容: 根据世情、国情和党情,聚焦国内外重要时事热点问题。 教学要求: 本课程共 32 学时,在 1-4 学期开设,每学期 8 学时,共 1 学分。	32
5	党史	教学目标和内容: 本课程主要聚焦长征精神、抗美援朝精神、改革开放精神等中国共产党人精神谱系。 教学要求: 本课程共 16 学时,在第 2 学期开设,共 8 周,每周 2 学时,共 1 学分。	16
6	军训	课程目标: 通过组织学生军训,提高学生的思想政治觉悟,激发爱国热情,增强国防观念和国家安全意识;进行爱国主义、集体主义和革命英雄主义教育,增强学生的组织纪律观念,培养艰苦奋斗的作风,提高学生的综合素质;使学生掌握基本军事知识和技能,为中国人民解放军培养后备兵员和预备役军官、为国家培养社会主义事业的建设者和接班人打好基础。	112

		教学内容：共同条令教育、法制教育与训练、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：本课程共 112 学时，在第 1 学期新生入学后 2—3 周进行，共 2 学分。	
7	高职英语 1	课程目标：促进高职学生英语学科核心素养的发展，培养具有中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场涉外情境中运用英语进行简单有效沟通的高素质技术技能人才。通过本课程学习，学生应该能够初步具备《高等职业教育专科英语课程标准(2021)》所要求的职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升和自主学习四项学科核心素养。 教学内容：日常寒暄、天气描述、就餐对话、购物对话、路线描述、未来规划、数媒使用、饮食文化、职场面试、跨文化交流。 教学要求：本课程共 32 学时，在第 1 学期开设，每周 2 学时，共 2 学分，参与学习的学生应具备中等职业学校和普通高中教育的英语课程学习基础。	32
8	高职英语 2	课程目标：进一步促进高职学生英语学科核心素养的发展，培养具有中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场涉外情境中运用英语进行有效沟通和问题解决的高素质技术技能人才。通过本课程学习，学生应该能够具备《高等职业教育专科英语课程标准(2021)》所要求的职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升和自主学习四项学科核心素养。 教学内容：家庭文化、时尚潮流、饮食差异、租房住房、指路问路、健康生活、时代精神、人工智能、理想追求、性格发展、领导力发展、社会责任。 教学要求：本课程共 36 学时，在第 2 学期开设，每周 2 学时，共 2 学分，参与学习的学生应具备《高职英语 1》的课程学习基础。	36
9	人工智能基础	课程目标和内容：本课程是各专业学生必修的一门基础课程，旨在培养学生的信息素养、计算机基本应用能力、办公软件应用能力、网络基础应用能力、人工智能基础知识、职业素养等。在教学内容上，基于计算机等级考试大纲对课程知识与技能的要求，有机融入典型的实践项目与案例，灵活运用案例教学法、任务驱动法、翻转课堂等教学方法或手段，达到增强信息意识、提升计算思维、促进数字化创新与发展能力、树立正确的信息社会价值观和责任感，并有效提升学生的计算机操作技能和办公应用水平，为其职业发展、终身学习和服务社会奠定基础。 教学要求：本课程共 32 学时，在第 1 学期开设，每周 2 学时，共 2 学分。	32
10	大学生心理健康教育	课程目标：明确心理健康的标准及现实意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养良好的心理素质、自信精神、合作意识和开放的视野，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，全面提	32

		高心理素养，为终身发展奠定良好、健康的心理素质基础。 教学内容：心理健康概论、自我意识、人格、人际交往、情绪、恋爱与性心理、压力与挫折、生命教育等。 教学要求：本课程共 32 学时，在第 1 学期开设，每周 2 学时，共 2 学分。	
11	大学生职业生涯规划与就业指导 1	课程目标：了解职业和职业的特性，了解职业生涯规划的基本概念和基本思路，关注自身的职业发展，明确大学生生活与未来职业生涯的关系，增强职业素养，提高学习的目的性、积极性；学习决策方法，确立自我职业理想，形成初步的职业发展规划，确定人生不同阶段的职业目标及其对应的生活模式，逐步确立长远而稳定的职业发展目标。 教学内容：模块一，生涯觉知，职业生涯规划概述；模块二，探索自我与职业世界，知己知彼；模块三，决策行动。 教学要求：课程共 18 学时，在第 2 学期开设，每周 2 学时，共 1 学分。	18
12	大学生职业生涯规划与就业指导 2 (含市情教育)	课程目标：了解温州和国家就业形势和政策，充分认知自我，合理调整职业预期，树立正确的择业观，增强就业竞争意识，掌握求职择业的基本常识和技巧，把握大学生就业市场的特点和功能，以此提高大学生择业、就业的能力，现成功就业，获得更好的职业发展。 教学内容：就业政策和就业形势的分析，温州市情了解，求职技巧讲授、体验和模拟，学会简历撰写等。 教学要求：本课程共 18 学时，在第 4 学期开设，每周 2 学时，共 1 学分。	18
13	高职体育 1	课程目标：本课程是大学生以各种身体练习为主要手段，通过合理的体育教育和科学的体育锻炼过程，达到增强体质、增进健康和提高体育素养为主要目的的公共必修课程。同时，它也是学校课程体系的重要组成部分，是实施素质教育和培养全面发展人才的重要途径。它是对原有的体育课程进行深化改革，突出健康目标的一门课程。 教学内容：速度、耐力、力量、灵敏、协调性和柔软等身体素质锻炼项目。 教学要求：本课程共 32 学时，在第 1 学期开设，每周 2 学时，共 2 学分。	32
14	高职体育 2	课程目标：本课程的授课采取有一定限制的内容形式，学生可以在一定范围内相对自主地选择其中的一项内容进行学习。学生通过学习能熟练掌握 1-2 项体育运动项目的基本方法和技能；能科学地进行体育锻炼，提高自己的体育能力。 教学内容：花样跳绳、健身龙舞、舞龙舞狮、武术、素质拓展、篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、网球、游泳、定向运动、体育舞蹈、跆拳道、基础体能课、健美操、体能训练、田径、健身健美、飞盘等。 教学要求：本课程共 34 学时，在第 2 学期开设，每周 2 学	34

		时，共 2 学分。	
15	高职体育 3	课程目标：本课程是作为体育选项课的有效补充课程的内容主要由两部分组成，一是体育教师确定一项个人最擅长的体育项目开展教学，二是课程融入学生体质健康促进相关内容提升学生的身体素质。 教学内容：身体素质训练+花样跳绳、健身龙舞、武术、游泳、篮球、乒乓球、足球、定向运动、羽毛球、体育舞蹈、网球、跆拳道等项目。 教学要求：本课程共 34 学时，在第 3 学期开设，每周 2 学时，共 2 学分。	34
16	高职体育 4	课程目标：本课程主要是结合《国家学生体质健康标准》的要求进行测试、评定成绩和等级，记录和分析学生的体质健康状况，帮助学生提高身体素质和健康水平。 教学内容：速度、耐力、力量和柔软等素质练习项目，具体测试内容为：身高、体重、肺活量、50 米、坐位体前屈、立定跳远、仰卧起坐/引体向上、800/1000M。 教学要求：本课程共 18 学时，在第 4 学期开设，每周 2 学时，共 1 学分。	18
17	美育与艺术教育	课程目标：培养学生运用美学理论，分析各种审美现象的能力。提高其对美的鉴赏、运用能力。唤醒其践行与传播美、创造美，培养文化自信；提升学生的美学与艺术综合素养，推动其全面发展，对学生职业能力培养起到帮助作用；加强学生对中华优秀传统文化的传承，发挥美育在个人发展和社会进步中的作用。通过美育，立德树人。 教学内容：理论模块+实践选项。（一）理论课时包括：1. 美育基础理论。2. 美学基本原理。3. 艺术与社会文化。4. 文学欣赏基础理论：中华经典美文的定义，解释其涵盖的文学体裁等。5. 演讲口才概论、朗诵艺术与美学概论。6. 音乐历史与美学概论（二）实践课时包括：实践选项 1：经典文学作品阅读与分析。文学创作实践，如写作、戏剧表演。实践选项 2：演讲技巧与训练、职场与社交口才训练、朗诵艺术欣赏与实践。实践选项 3：中外歌曲、交响音乐歌剧舞剧音乐剧鉴赏与实践；器乐曲欣赏；近现代音乐&流行音乐鉴赏实践。 教学要求：本课程共 32 学时，第 1 学期开设，共 32 学时（其中理论 14 课时，实践 18 课时），每周 2 学时，共 2 学分。	32
18	劳动教育 1	课程目标：通过课程教学使学生理解劳动精神、劳模精神、劳动组织等劳动相关知识；掌握劳动的基本方法和技能；通过劳动教育引导树立正确的劳动实践观，发挥劳动教育树德、增智、强体、育美的综合性育人价值。 教学内容：认识劳动（树立新时代劳动观）、崇尚劳动（弘扬最美劳动精神）、懂得劳动（构建和谐劳动关系）、践行劳动（贡献青春劳动力量）、劳动实践。	34

		教学要求: 本课程 34 课时, 理论 16 学时, 第 1 学期开设, 安排网络课程由公共教学部负责; 劳动实践部分 18 课时, 由各二级学院负责。	
19	准军警教育	课程目标: 为了培养学生良好行为习惯、优秀人格品质、优秀团队意识等。 教学内容: 在校期间按照规定的作息时间表学习、生活, 主要包括准点起床、早训早自习、内务整理、课前集合、课堂手机入箱、课外活动、晚自习、人脸识别进出校园及寝室、晚点名、熄灯就寝等 10 个环节。 教学要求: 本课程 36 学时, 1-4 学期开设, 由学工部负责。	36
20	安全与急救	课程目标 and 内容: 本课程是以习近平关于总体国家安全观重要论述为指导, 以科学的安全观念、现代安全意识和态度、专业安全素养和急救技能的教育和实践为主要内容, 通过安全教育, 帮助学生形成安全第一、生命至上的重要意识, 熟悉基本的安全知识, 树立与践行总体国家安全观; 经过培训使学生树立红十字人道救护理念, 增强“热爱生命护佑生命”意识, 掌握心肺复苏和创伤救护等基本急救技能, 初步具备自救互救的基本能力。 教学要求: 本课程共 32 学时, 第 2 学期开设, 其中理论部分 8 学时, 安排网络课程, 由应急技术学院负责, 实践部分 24 学时, 由学生处负责。	32

1. 专业课程（专业基础课、专业核心课、专业拓展课）

（1）专业基础课

序号	课程名称	主要教学内容及要求	主要技能与要求	学时
1	电子商务基础	本课程主要内容涉及电子商务概述、电子商务技术基础、B2C 电子商务交易模式、C2C 电子商务交易模式、B2B 电子商务交易模式和跨境电子商务、网络营销、电子商务安全、电子支付、物流管理及电子商务配送、客户关系管理、移动电商与物联网、电子政务等 12 模块。通过教学, 使学生掌握电子商务的基本概念, 对企业电子商务应用现状有较为全面、深入的理解; 掌握电子商务活动中常用的网络调研、交易、营销、支付、物流等基本技能; 能进行企业电子商务应用的调研分析和方案策划。	1.能多角度调研分析相关电子商务的应用, 并形成调研分析报告; 2.能分析电子商务对当前企业生产、经营活动产生的影响; 3.能分析 B2B 网站的经营模式, 解释其网站栏目、买家和卖家的工作流程, 并能进行业务操作; 4.能分析 B2C 网站的经营模式, 能进行卖家网站的申请、创建, 买家的订购流程等操作; 5.能分析 C2C 网站的经营模式, 能在这些平台上开店, 进行店铺管理、装修、推广、物流、订单管理等操作; 6.能够为某企业或商家编写一	48

			份电商网站的建设与推广策划书。	
2	管理学基础	本课程主要内容涉及营销概述、营销环境分析、消费者市场及其购买者行为分析、STP目标市场营销战略、竞争战略、业务发展战略、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、营销创新、营销管理等12模块。通过这门课程的学习，要求学生了解并熟练掌握当代市场营销学的基本理论、市场营销管理的一般程序、市场营销管理的战略与策略，最终要求学生达到能够根据企业具体的市场营销环境自主制定适宜的营销战略与策略。	1.能够认识市场和市场营销； 2.能够了解市场营销的发展史及未来的发展趋势； 3.能够掌握营销环境分析和营销战略、策略制定的基本知识。 4.具备基本的认识营销环境、分析营销环境的能力； 5.具备企业营销战略和策略的基本策划能力； 6.具备较好的团队协作能力和沟通能力。	48
3（普高后）	国际贸易基础	本课程的目的是使学生懂得国际贸易发生的基本原因，熟悉基本的国际贸易操作流程和贸易术语，对学生从事国际贸易职业能力的培养和职业素养养成起着重要支撑作用。知识能力层次的设计为：具有从事外贸职业必需的基础知识；掌握国际贸易实务应用的基本理论和基本方法；理解国际贸易各环节操作应用的实现过程。	1.掌握国际贸易实务的基础知识、国际贸易的单据和流程、国际贸易合同的内容、相关的国际贸易法律惯例； 2.具备独立分析和团队协作解决外贸业务实际问题的基本能力； 3.能利用所学国际贸易的基本原理、知识、技能和方法来分析和解决实际外贸业务中存在的问题； 4.熟练操作外贸业务流程，具备从事外贸业务的一般能力和综合职业能力。	48
3（中职后）	零售学基础	本课程主要内容涉及零售基本概念、零售业态、网络零售、零售竞争战略、零售扩张战略、零售价格管理、零售促销管理、零售顾客服务、零售安全和防损等。通过本课程的学习，学生可以全面系统地了解国内外零售业发展动态，最新零售业概念和理论，零售管理的基本知识和运营管理，深入分析零售管理的热点问题，增强学生的分析问题和解决问题的能力。	1.能够全面系统地了解国内外零售业发展动态，最新零售业概念和理论； 2.掌握零售商品的分类、结构与优化、单品管理； 3.掌握零售定价策略、零售定价的基本方法； 4.掌握零售促销、零售服务管理的策略和方法。 5.能够深入分析零售管理的热点问题。	48

4	市场营销基础	本课程主要内容涉及营销概述、营销环境分析、消费者市场及其购买者行为分析、STP目标市场营销战略、竞争战略、业务发展战略、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、营销创新、营销管理等12模块。通过这门课程的学习，要求学生了解并熟练掌握当代市场营销学的基本理论、市场营销管理的一般程序、市场营销管理的战略与策略，最终要求学生达到能够根据企业具体的市场营销环境自主制定适宜的营销战略与策略。	1.能够认识市场和市场营销； 2.能够了解市场营销的发展史及未来的发展趋势； 3.能够掌握营销环境分析和营销战略、策略制定的基本知识。 4.具备基本的认识营销环境、分析营销环境的能力； 5.具备企业营销战略和策略的基本策划能力； 6.具备较好的团队协作能力和沟通能力。	54
5	会计学基础	本课程教授的是会计学最基本的知识方法和技术技能，对接专业人才培养目标，让学生了解会计工作组织、会计工作的目标、会计核算的基本假设、会计职业的特征、会计的概念、理解会计六大要素；掌握会计的记账方法；学会常见凭证的填制、各种常见账簿的登记方法，能够编制简单的会计报表；熟悉不同单位如何选择账务处理程序。使学生具备从事会计工作的基本知识、基本技能和操作能力。	1.能够建立会计账簿；掌握借贷记账法的具体运用 2.掌握资金筹措业务、采购业务、生产业务、销售业务、利润及其分配过程核算的具体运用 3.能够编制原始凭证、记账凭证； 4.掌握总分类账户和明细分类账户平行登记、账簿登记规则、错账更正方法； 5.能够编制会计报表；掌握资产负债表、利润表和现金流量表的编制方法、偿债能力、营运能力和获利能力分析 6.掌握会计档案的保管、调阅和销毁、会计电算化的特点。	54
6	电子商务法律法规	在本门课程的教学过程中，学生学习掌握电子商务法的基本原理、电子商务立法概况、数据电文法律制度、电子签名法律制度、电子认证法律制度、电子合同法律制度、电子信息交易法律制度、电子商务安全问题、电子商务纠纷等必备知识，培养学生运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中遇到的相关法律问题的能力。	1.初步掌握电子商务法的调整对象，电子商务经营主体法律规范，电子商务商业行为法律规范和电子商务相关的法律规范。 2.全面了解电子商务法律发展趋势； 3.初步掌握电子商务法律各分支的基本概念和基本法律制度； 4.培养学生运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中	36

			各种问题的能力。	
7	网络编辑	通过本课程的学习，学生学习掌握包括初识网络编辑，使用网络编辑工具，写作网络文案，规划、设计与发布网站内容，创作新媒体内容，新媒体运营推广等知识。使学生初步涉猎新媒体编创的基本方法；能借用新媒体编创的重要概念，初步完成新媒体项目的设计与制作。	1.了解网络编辑的概念、作用、工作特点，明确网络编辑的岗位要求； 2.掌握热门内容信息查询工具的使用，掌握 HTML5 网页设计工具的使用； 3.了解网络文案的常见类型，掌握网络文案标题的写作方法和技巧； 4.掌握规划、设计与发布网站内容的方法和技巧； 5.了解新媒体和新媒体平台。	36

(2) 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容及要求	主要技能与要求	学时
1	视觉营销设计	本课程分为 8 个模块，分别讲解了网店美工与 Photoshop 基础、使用选区和图层美化图像、修饰商品图像瑕疵、调整商品图像色彩、使用图形和文字完善网店内容、使用通道和蒙版、使用滤镜、切片与批处理图像等，引入中教国赛专用软件-ITMC 软件的使用，并使用该软件进行网店开设与装修。本课程从网店美工的基础知识入手，一步步深入地介绍商品图片的美化、商品图片的修饰和调色、网店内容的完善、切片和批处理图像、网店装修实战等知识，培养并提高学生对商品和网店设计的能力。	1.能够拍摄商品照片，并能根据设计风格收集装修素材，并对网店页面进行配色与布局； 2.能够运用 Photoshop 对商品图片进行重新构图并美化、抠图处理、校正调色，并添加文字等； 3.能够运用 Photoshop 设计店标、店招、首焦轮播区、商品陈列区、首页、商品详情页等网店元素，通过视觉设计来提升网店转化率； 4.能够进行移动端网店设计，将商品卖点、商品信息、品牌信息和活动信息等通过视觉系统传达给消费者，增加流量与转化率。	64
2	网店运营	本课程以淘系平台为依托，依据实际电商企业的运作流程设计而成，全面介绍了网店运营的整个流程与关键要素。通过课程讲解、演练与实践，能够促进学生更好地掌握网店运营等基本理论，具备网店规划、店铺装修、商品上架、站内推广、站外推广、客户服务、客户关系管理、物流与包装、	1.熟悉网上开店流程与运营模式； 2.具备一定的选品与进货能力，能快速定位目标客户； 3.具备一定的店铺装修和商品拍摄能力，并能规划与设计店铺文案； 4.规划店铺商品结构，设计有针对性的营销策略；熟练上架商品，合理定价；	72

		店铺运营数据分析等 9 个部分的实际运用和操作能力。 此外，以“鸿科经纬 1+X 网店运营实训软件”为实训平台，按照网店运营的完整逻辑思路将关键的操作步骤进行实操呈现，以便教师组织学生进行实训教学活动。	5.提炼与设计商品卖点，设置直通车关键词，选择智钻资源位，设置定向投放与出价； 6.利用不同的方式开展站内营销和站外引流推广； 7.能根据店铺实际情况选择物流，进行商品仓储管理，处理物流问题； 8.能通过数据分析网店运营状况、客户购买行为。	
3	电子商务物流	本课程主要内容涉及电子商务与物流相关的基本概念、电子商务的仓储服务、电子商务的配送服务、跨境电子商务物流、电子商务干线运输和配送业务管理。 要求学生对课程的基本概念、基本知识和基本原理的内容能够用自己的语言进行准确的描述，并且能够结合实际灵活运用，用课程的理论分析实际中的问题。	1.熟悉电子商务的仓储物流、配送服务模式； 2.能够进行入库作业、在库管理、出库管理、补货作业和退货作业； 3.掌握电子商务的配送模式及特点； 4.掌握跨境电子商务物流模式、方式、电子商务干线运输方式及管理内容； 6.能够开展配送业务管理。	54
4	互联网产品开发	本课程主要内容涉及产品调研与分析、产品需求与分析、产品原型设计、产品管理 要求学生对课程的基本概念、基本知识和基本原理的内容能够用自己的语言进行准确的描述，并且能够结合实际灵活运用，用课程的理论分析实际中的问题。	1.掌握产品设计的流程； 2.掌握 Axure 工具的使用； 3.掌握需求获取及需求分析方法； 4.掌握产品结构图和产品流程图绘制； 5.能够绘制产品的低保真原型图，了解交互设计、高保真原型图制作和产品迭代。	72
5	短视频创作	本课程系统地介绍了短视频运营的知识，包括规划短视频运营的前期工作、定位短视频账号、策划短视频内容、拍摄手机短视频、剪辑短视频、发布和推广短视频等。 整个教学过程要求使用内外部网络教学设施和模拟实训条件较为先进的实验室进行，部分操作项目要求进行岗位角色分工合作开展实训。	1.能够为不同的短视频账号选择短视频类型； 2.能够根据客户需求选择不同的变现方式。 3.能够在不同的短视频平台设置符合短视频账号定位的主页。 4.能够搭建不同规模的短视频运营团队； 5.能够策划各种类型短视频的内容； 6.能够完成各种短视频的拍摄工作；	54

			7.能够胜任短视频后期制作、片头片尾的制作等工作。 8.能够利用多种渠道向用户推广短视频。	
6	网络营销策划	本课程主要介绍网络营销项目策划、创业项目选题、调研、商业模式分析，以及进行战略与策略、营销推广、组织与管理、财务预算等内容，分析网络营销项目策划的过程。 理论与实践相结合，理论讲授并安排若干实训项目，提高学生的策划能力，借助创业园案例授课。对接电子商务大赛、挑战杯和互联网+大赛。	1.了解、认识目前网络经济环境中开展网络营销活动的基本理论内容和知识体系； 2.重点掌握如何建立基于互联网的网络营销战略模型； 3.能准确、系统地掌握基于互联网的营销学的基本概念、基本原理； 4.能根据目前网络市场的发展规模和特征，以及传统市场的网络化、信息化改造，针对不同市场环境、不同产品和网络消费者拟订网络创业计划和网络营销战略； 5.能对具体的网络营销活动进行分析和策划。	72
7	电子商务数据分析	本课程主要包括：流量、转化率、客户价值、商品类目、营销活动等八大指标体系和数据指标分析方法；结合店铺流量来源结构，运用数据分析工具分析店铺流量来源终端及来源占比等；商品分析，通过对商品销量、销售利润、走货速度等情况，利用销售状况分析、库存分析、动销率分析、售罄率、价格带等常用的商品分析指标；客户行为分析，根据客户的购买频率、单次最高消费金额、购买商品种类、最近购买时间间隔等数据，进行客户价值度分析。	1.能够使用 Excel 等数据分析工具管理供货商信息、客户信息和商品信息等； 2.能够分析店铺运营情况和月度销售情况； 3.能够对买家购买情况进行分析与评估； 4.能够对商品销售情况进行统计与分析； 5.能够进行商品采购成本分析与控制； 6.能够进行商品库存数据管理与分析； 7.能够进行畅销商品统计与分析； 8.能够对竞争对手与行业状况进行分析； 9.能够对销售市场进行预测分析。	72
8	客户关系管理	本课程“以客户为中心”的管理理念为指导，将客户关系管理的基本理论和应用分为客户关系管理基本知识、客户生命周期及应对策略、客户满意	1.能够进行客户信息搜索，分辨不同类型的消费者，认识客户的价值； 2.能够简要描述 CRM 的体系结构，简要绘图描述客户关系	72

		度、客户忠诚度、客户投诉处理等，选择理论讲授、案例分析、实践调研和课堂讨论等多种教学方式，采用理实一体的教学模式，培养学生的专业思维能力和专业实践能力，注重培养学生的分析问题、解决问题的能力 and 创新的思维方法。	管理流程； 3.能够根据市场定位的步骤进行市场定位并对顾客细分； 4.能够运用客户生命周期各阶段的 CRM 策略； 5.能够判断客户处于生命周期哪个阶段，并设计策略提高客户满意度与忠诚度； 5.能够运用客户满意状况的评价指标； 6.能够运用投诉处理的技巧妥善处理客户投诉，学会客户投诉处理技巧的具体运用； 7.能够区别客户关系生命周期与客户生命周期的区别，运用不同营销的优势为企业提供更好的建议； 8.能够发现 CRM 在实际具体操作中的问题，选择合适的 CRM 产品。	
--	--	--	---	--

(3) 专业拓展课

序号	课程名称	主要教学内容及要求	主要技能与要求	学时
1	商业摄影	本课程旨在培养学生全面掌握商业摄影技能。课程内容包括摄影功能与分类、数码相机工作原理、曝光与测光技巧、摄影设备与工作室知识、多种布光方法、手机摄影基础、图片后期处理。学生需熟练掌握数码相机的使用，调整光圈、焦距等实现景深效果，掌握商品摄影灯光布置和人像摄影技法，并能运用手机进行摄影创作和简单的图片后期处理，以适应商业摄影的多元化需求。	1.熟练掌握常见数码相机的使用方法； 2.熟练掌握调整光圈、焦距和物距来调整景深效果； 3.掌握常见材质商品摄影的灯光布置方法； 4.掌握人像摄影常用的表现技法； 5.能用手机进行一般的摄影创作； 6.能进行简单的图片后期处理。	54
2	数字影像编辑	本课程旨在让学生深入了解剪辑的历史背景，掌握音视频剪辑的基本概念、流程及其作用。课程将介绍影视作品的类型与特点，并重点讲解数字影像剪辑的六要素、音视频剪辑原理，以及蒙太奇、轴线规则	1.掌握数字影像剪辑六要素与数字音视频剪辑原理； 2.掌握蒙太奇、轴线规则在剪辑中的应用，能够对素材进行分析与添加、调整与剪辑； 3.掌握影视画面颜色校正、转场效果的编辑与设置；	54

		在剪辑中的应用。学生需掌握画面颜色校正、转场效果的编辑技巧，并熟练运用对话、动作、追逐、蒙太奇等多种剪辑方法，以提升数字影像编辑的综合能力。	4.熟练掌握对话剪辑、动作剪辑、追逐剪辑、蒙太奇剪辑的技巧。	
3	办公软件高级应用	本课程主要内容涉及办公自动化技术的基本概念、Word 工具使用与文件混排、表格、邮件合并等方法；Excel 工具使用与文件趋势图、函数、数据分析功能使用；PowerPoint 高级动画构建。	1.掌握 Word 高级应用功能； 2.掌握 Excel 中常用函数的应用及分类汇总、数据图表、数据透视表、数据合并计算等数据管理功能； 3.能制作较复杂动画效果的演示文稿。	36
4	大数据可视化	本课程旨在教授学生如何运用不同的图表技术展现复杂数据。课程内容覆盖 Tableau 的使用及其适用场景，包括条形图、直方图、线形图、饼图、环形图、折线图等多种图表的绘制和应用，以及基本表、树形图、气泡图、词云、标靶图、甘特图、瀑布图、人口金字塔图、漏斗图、箱线图等多种高级图表的作用和适用场景。	1.会使用 Tableau 制作条形图、直方图、线形图； 2.会使用 Tableau 制作饼图、环形图、基本表、树形图、气泡图、词云； 3.会制作标靶图、甘特图、瀑布图； 4.会制作人口金字塔图、漏斗图、箱线图； 5.能合理分析和选用采集的数据。	36
5	Web 前端	本课程旨在培养学生掌握 Web 开发的基础知识和技能。课程内容包括 Web 基础知识、HTML5 语言、CSS3 样式设计、DIV+CSS 布局技巧、HTML5 表单应用、多媒体嵌入以及 JavaScript 基础。要求学生熟悉 HTML5 新增标签，掌握盒子模型应用，设计丰富网页布局，并能应用 JavaScript 提升网页交互性。	1.会搭建开发环境；能够使用 HTML5 的标签及属性定义网页内容结构； 2.会使用 HTML5 的新增标签及属性；能够熟练使用各类选择器；会使用链接伪类、表格样式进行网页设计； 3.会定义和使用盒子模型；能够应用浮动和定位进行网页设计； 4.会设置元素的阴影、渐变、过渡与变形属性； 5.熟练应用表单类型和表单元素，会对表单进行基本的验证；能够在网页中插入视频与音频； 6.了解简单编写基本的 JavaScript 代码。	54
6	Python 语言基础	本课程主要讲解 Python 语言的基础理论与运用。课程内容	1.掌握 Python 语法、数据类型、基本运算函数、模块和包；掌	54

		包括, Python 的安装与环境配置、Python 基础语法与代码规范、Python 语句、字符串与正则表达式、函数编写、面向对象程序设计、Python 文件基础操作、数据分析与可视化模块运用、GUI 基础编程等。	握条件、range、循环、自定义函数等的应用; 2.掌握数据获取与表示的方法; 3.掌握 Numpy 的常见应用、掌握基于 Pandas 的数据统计与分析; 4.掌握 GUI 基础编程; 5.具备运用 Python 独立编写基础程序, 完成数据分析的能力。	
7	企业文化	本课程旨在使学生全面了解企业文化的基本理论和方法, 认识其在现代管理中的重要地位与作用。课程将对发达国家和地区的企业文化特点, 探讨其对中国企业文化建设的启示。教学要求包括: 学生能够策划企业形象, 分析不同环境对企业文化的影响, 并正确理解先进企业文化对企业发展的推动作用。通过本课程, 学生将能够深入理解企业文化的内涵, 为企业文化的建设与发展提供有力支持。	1.掌握企业文化的基本理论和方法, 包括企业文化的概念、发展历史、核心要素等; 2.能够将所学理论应用于实践中, 如策划企业形象、分析企业文化对企业管理的影响等; 3.能够比较发达国家和地区的企业文化特点, 了解不同文化背景下企业文化的异同; 4.能够通过案例研究, 深入了解企业文化在企业实际运营中的具体应用和效果。	36
8	财务管理	本课程旨在全面培养学生掌握财务管理的核心知识和技能。学生需了解财务管理的基本内容, 掌握货币时间价值的计算与评价、风险与收益的衡量方法, 认识筹资渠道的选择与运用, 熟悉项目投资现金流量的计算, 掌握债券、股票等投资价值的评价方法, 以及企业利润分配的一般程序。通过本课程学习, 学生应能够确定企业融资渠道和方式, 计算资金成本, 运用投资决策指标分析评价项目投资的可行性, 并具备一定的营运资金管理工作能力。	1.掌握货币时间价值的计算与评价和风险与收益的衡量; 2.掌握项目投资现金流量计算; 3.掌握对债券、股票等投资价值的评价方法; 4.掌握企业利润分配的一般程序。 5.能够确定企业融资渠道和融资方式, 计算资金成本; 6.能够利用项目投资决策指标分析评价企业项目投资的可行性。	36
9	商务英语口语	本课程旨在帮助学生掌握英语语音基础知识, 确保发音准确; 同时, 培养学生与英语母	1. 能够通过英语表述自己真实的思想和观点;	36

		语者进行基础涉外交流的能力，并掌握商务英语所需的相关词汇、语法和翻译知识。课程要求学生能够用英语真实表达思想和观点，掌握交际策略和社会礼仪，熟练进行一般涉外交流，并了解国际商务活动流程，能够用英语完成基本的商务操作。	2. 能够掌握一般交际策略、社会礼仪； 3. 能够熟练地用英语进行一般涉外活动的交流； 4. 掌握国际商务活动的流程，能用英语完成基本的商务流程。	
10	沟通技巧	本课程旨在全面介绍沟通的理论与实践，涵盖沟通基础、障碍分析、非语言与口头表达、演讲、倾听、说服与拒绝等核心技能。学生将学习语言技巧、身体语言与副语言沟通方法，并掌握冲突应对和常见沟通情景下的应用策略。通过课程，学生将提升沟通经验与能力，为未来的职场和生活奠定坚实基础。	1.掌握倾听、表达、提问等语言技巧； 2.掌握身体言语包括动作、表情、眼神等身体语言、副语言沟通技巧； 3.掌握发生人际冲突时的回应批评、合理争吵、自我辩解等应对技巧； 4.培养学生在会谈沟通、电话沟通、书面沟通、同事沟通等常见情景下的沟通经验与能力。	36
11（普高后）	外贸英语写作	本课程以国际贸易工作流程为主线，围绕行业企业发展和职业岗位实际需求设计教学内容。课程涵盖七个核心工作情境，包括公司及产品介绍、外贸业务函电撰写、市场与客户开发、客户接待与工厂参观、询盘、报盘与还盘、付款方式与价格术语选择，以及国际贸易合同的签订与争议解决等。每个情境均通过精选案例和商务活动实训展示，旨在帮助学生深入理解外贸英语写作的实际应用。	1. 掌握外贸业务中常用的函电写作规范； 2. 能够进行外贸函电写作，包括建立商务关系、询盘、报盘、还盘、订单确认、装运通知、保险、付款、索赔等各环节； 3. 具备用英文清晰、准确地介绍公司及其产品的能力，包括公司背景、产品特点、优势等方面的描述； 4. 了解接待客户来访和参观工厂的流程，包括接待准备、客户引导、产品展示、工厂介绍等环节，并能够用英文进行流利的交流。	36
11（中职）	消费者行为学	本课程要求掌握消费者感知、记忆、注意等心理基础，了解消费者个性与决策过程，洞悉消费者特征、购买类型以及社会、文化因素的影响。学生需具备察言观色、换位思考的能力，分析消费心理与市场营销因素，搜集消费活动相关信	1. 会察言观色，善于换位思考，能准确把握消费者心理活动； 2. 能分析营销消费者行为的心理因素； 3. 能从事与消费者消费活动有关的信息搜集；	36

		息，基于市场细分和消费者需求进行产品开发，并有效运用理论影响消费者购买行为。	4. 能够依据市场细分、产品定位与消费者行为的关系，依据消费者需求进行产品开发； 5. 分析市场营销因素对消费者行为的影响，并能运用理论影响消费者的购买行为。	
12	商务礼仪	本课程旨在全面培养学生品牌策划与管理的综合能力。学生需熟悉商务人员形象礼仪要素，掌握商务礼仪基本原则和国际惯例，精通电话、电子邮件等非会面礼仪，以及会面礼仪如称呼、问候、握手、名片交换等。同时，课程还将介绍中、西餐礼仪，以及庆典、签约、新闻发布会等商务仪式的礼仪规范，确保学生在商务活动中展现出专业与得体。	1.能通过合理的着装、化妆、表情、站坐行蹲手势等体现良好的个人修养，塑造良好的个人职业形象； 2.能正确使用电话、电子邮件等进行非会面人际交往； 3.能正确使用称呼、问候、握手、名片等礼仪进行人际交往； 4.能进行商务会议、商务仪式的策划与组织、实施； 5.能合理安排、组织与实施商务宴请； 6.能正确使用涉外商务礼仪进行商务交往。	36
13（普高后）	跨境电子商务	本课程内容涵盖跨境电商零售的相关知识，包括：平台的介绍、跨境电商零售的支付系统、国际物流介绍、产品属性填写、零售商品价格与利润率计算、网站运营、营销手段、纠纷处理等。本课程的总体设计思路是：以外贸业务员实际工作任务为引领，以企业出口贸易活动中涉及的客户开发和客户管理为主线，以外贸业务员的岗位能力和职业要求为依据，采用工作活动流程式与并列式相结合的结构来展示教学内容，通过情景教学、技巧训练、项目工作完成等虚实结合的教学方法，培养学生基本的职业意识、职业思维及处理相关问题的能力。	1.备对平台的认知、特点、特征、优劣势的掌握和判断能力，根据自己业务类型、产品属性、目标市场、商业习惯等要素自主选择跨境电商平台能力； 2.能够找出目前主流国际市场畅销产品，分析其产生的原因和影响因素，并具备基本的市场预测能力； 3.具备跨境电商基本操作能力，学习和掌握跨境电商平台选择、注册账户账号，了解个人或企业账号的结构与组成； 4.掌握商品的出口报价、运费模版设置、尺码表制作、标题拟定、关键词选取等各项专业基本能力以及相关的产品上传主图与辅助图的获取、修饰语排列。	54
14（普高后）	跨境电商海外营销	本课程主要涵盖海外营销基础模型、数字营销生态系统及	1.掌握海外营销的基础模型，了解不同市场环境下的营销	54

		快速启动指南。课程深入解析跨境独立站的定位与策划，包括视觉、内容、邮件营销等实战技法，并结合海外搜索引擎优化与广告投放、社交媒体及视频营销策略，全面培养学生的跨境电商海外营销能力，使学生能够迅速适应国际市场，提升品牌竞争力。	策略； 2.具备快速启动海外营销项目的的能力，包括制定营销计划、实施营销活动以及评估营销效果； 3.掌握搜索引擎广告的基本原理和投放策略，能够通过广告投放提升网站的曝光率和流量； 4.熟悉海外社交媒体平台的特点和用户行为，能够制定有效的社交媒体营销策略。	
13（普高后）	零售门店 O2O 运营	本课程旨在培养电子商务运营与营销人才，围绕 O2O 门店营销与运营能力，通过案例分析和情境任务，教授电商平台与行业特性，应用用户、漏斗模型分析市场与竞品，制定商品规划及促销策略。课程强调资源整合、全渠道推广及精准营销，培养学生商业敏感度与实践创新能力。	1.能对新零售和 O2O 运营有正确的认知； 2.能结合新零售的特点开发营销平台，开展营销工作能实现新零售的交易； 3.能开展线上线下的客户服务，能开展线上和线下门店的仓储与物流； 4.能利用大数据和相关技术开展新零售工作； 5.能够开展新零售门店运营与管理工作。	54
14（中职后）	品牌策划与管理	本课程重点教授品牌本质、构成要素，环境分析与定位方法，以及个性识别策划技巧。学生将学习标志与视觉形象设计策略，深入理解叙事、公关、广告和人际传播等多种品牌传播手段。课程还强调品牌延伸与扩张策略，指导学生如何综合运用品牌策划与推广方法，实现品牌价值最大化。通过学习，学生将掌握品牌策划与管理的核心知识，提升在复杂市场环境中塑造和推广品牌的能力。	1. 能够开展品牌属性与特征分析； 2. 能够开展环境分析、竞争分析与传播环境分析，开展品牌定位与个性识别策划； 3. 能够开展品牌命名、标志设计与视觉形象设计策划； 4. 具备运用各种策略开展品牌传播及管理的能力。	54
15（中职后）	供应链管理实务	本课程主要内容涉及供应链的认知、供应链的构建、供应链的优化、供应链的运作、制造商主导的供应链管理、批发商主导的供应链管理、零售商主导的供应链管理、物流商主	1.能够认识供应链及其管理原理； 2.能够了解供应链的发展史及未来的发展趋势； 3.具备基本的认识、分析供应链的能力；	54

		导的供应链管理、供应链管理绩效评价及激励机制、供应链的资源整合及创新发展。使学生了解供应链管理的基本技术和手段，掌握在互联网环境下构建供应链管理平台所需的理论知识以及对这些知识的综合运用能力	4.具备供应链管理的一般操作能力； 5.具备较好的团队协作能力和沟通能力。	
16	直播电商实务	本课程多角度、深层次地剖析了短视频与直播运营的策略与方法，内容涵盖认识短视频与直播、短视频内容策划、短视频创作、短视频营销、短视频商业变现、短视频运营实战、直播内容策划、直播技能和直播运营实战等，手把手教学生玩转短视频与直播运营，帮助学生快速掌握短视频和直播运营技巧和方法，抢占短视频与直播时代的巨量红利市场。通过与 MCN 机构、电子商务企业、直播机构、传统企业建立校企合作关系，为教学提供项目资源，实现实训任务的实战化，提高学生学习的积极性和成就感。	1.能够进行短视频的内容策划、拍摄与后期编辑，创作出高质量的短视频作品； 2.能够通过引流推广、用户运营等开展短视频营销活动； 3.能够通过销售商品、用户付费、广告变现、平台扶持、加入 MCN 机构等方式实现短视频商业变现； 4.能够策划出具有创意性和吸引力的直播内容，用创意内容提高观众黏性； 5.能够在直播平台上开展具有专业水准的直播活动，培养符合直播行业需求的直播能力。	54
17	技能证书培训	本课程主要对接人才培养方案，对学生进行 X 证书培训，围绕 X 证书知识体系，讲解基础素质模块、专业基础模块和专业能力模块及备考重难点，培养智慧工匠。	1.掌握电子商务师、互联网营销师等职业技能等级证书要求的相关技能要点； 2.强化职业能力培养，培养适应产业需求、具有创新思维、德技并修的智慧工匠。	54

七、教学进程总体安排

（一）教学课程比例分配

课程类别	课程类型	学时	占总学时比例(%)	学分	占总学分比例(%)	备注
通识教育类	公共基础课	718	26.1%	37	18.3%	实践学时占总学时的 61.7%。
	公共选修课	96	3.5%	6	3.0%	
专业教育类	专业基础课	324	11.8%	19	9.4%	
	专业核心课	532	19.3%	30	14.9%	
	专业拓展课	414	15.1%	23	11.4%	
实践教育类	认识实习	18	0.7%	1	0.5%	
	专项综合实践	144	5.2%	8	4.0%	
	岗位实习 1	216	7.9%	12	5.9%	
	岗位实习 2	216	7.9%	12	5.9%	
	毕业设计（论文）	72	2.6%	4	2.0%	
综合素质类	德育、智育、体育、美育、劳育	\	\	+50	\	
合 计		2750	100%	202	100%	

(二) 教学进程表

课程类别	课程类型	序号	课 程 名 称	考核方式	课程性质	学 分	学时分配		学 年 及 学 期 周 学 时 数								备注
							计划学时	实践学时	第一学年		暑假	第二学年		暑假	第三学年		
									1	2		3	4		5	6	
									16	18		18	18		18	16	
通识教育类	公共基础课	1	思想道德与法治	必/试	B	3	48	9	3								
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必/试	B	2	32	6	2								
		3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	必/试	B	3	54	3		3							
		4	形势与政策	必/查	A	1	32	0	√	√		√	√				
		5	党史	必/查	B	1	16	2		2*8							下半学期
		6	军训	必/查	C	2	112	112	2W								
		7	高职英语 1	必/试	B	2	32	12	2								
		8	高职英语 2	必/试	B	2	36	16		2							
		9	人工智能基础	必/查	B	2	36	18		2							
		10	大学生心理健康教育	必/查	B	2	32	16	2								
		11	大学生职业生涯规划与就业指导 1	必/查	B	1	18	2		2*9							上半学期
		12	大学生职业生涯规划与就业指导 2 （含市情教育）	必/查	B	1	18	6					2*9				后 9 周
		13	高职体育课 1	必/试	C	2	32	30	2								
		14	高职体育课 2	必/试	C	2	34	32		2							
		5	高职体育课 3	必/查	C	2	34	32				2					

课程类别	课程类型	序号	课 程 名 称	考核方式	课程性质	学分	学时分配		学 年 及 学 期 周 学 时 数								备注
							计划学时	实践学时	第一学年		暑假	第二学年		暑假	第三学年		
									1	2		3	4		5	6	
									16	18		18	18		18	16	
公共选修课	16	高职体育课 4	必/查	C	1	18	18					2*9				前 9 周	
	17	美育与艺术教育	必/查	B	2	32	18	2									
	18	劳动教育 1	必/查	B	2	34	18	1		1W							
	19	准军警教育	必/查	C	2	36	36	√	√		√	√					
	20	安全与急救	必/查	B	2	32	24		√								
	合 计					37	718	410	13	11		2	2				
	公共选修课	1	艺术类选修课	限/查	B	2	32	24		2						限选	
		2	创业类选修课	限/查	B	2	32	16		2						限选	
		3	专升本选修课	选/查	A	2	32	0		2						任选	
		4	科技类选修课	选/查	B	2	32	12		2							
		5	体育类选修课	选/查	C	2	32	32		2							
		6	时政类选修课	选/查	B	2	32	12		2							
	合 计					6	96	72		6							
专业教育类	专业基础课	普高后	1	电子商务基础	必/试	B	3	48	16	3							
			2	管理学基础	必/试	B	3	48	16	3							
			3	国际贸易基础	必/试	B	3	48	16	3							
			4	市场营销基础	必/试	B	3	54	18		3						
			5	会计学基础	必/试	B	3	54	18		3						
			6	电子商务法律法规	必/试	B	2	36	16			2					
			7	网络编辑	必/试	B	2	36	16		2						
			合 计					19	324	116	9	8		2			
	专业基础课	中职后	1	电子商务基础	必/试	B	3	48	16	3							
			2	管理学基础	必/试	B	3	48	16	3							
			3	零售学基础	必/试	B	3	48	16	3							
			4	市场营销基础	必/试	B	3	54	18		3						
			5	会计学基础	必/试	B	3	54	18		3						
			6	电子商务法律法规	必/试	B	2	36	16			2					
			7	网络编辑	必/试	B	2	36	16		2						
			合 计					19	324	116	9	8		2			
	专业核心课		1	视觉营销设计	必/查	B	4	64	30	4							
			2	网店运营	必/试	B	4	72	32		4						
			3	电子商务物流	必/试	B	3	54	24			3					
			4	互联网产品开发	必/试	B	4	72	32			4					
			5	短视频创作	必/查	B	3	54	30			3					
			6	网络营销策划	必/试	B	4	72	32			4					
			7	电子商务数据分析	必/试	B	4	72	32				6*12W				共 12 周
			8	客户关系管理	必/试	B	4	72	32				6*12W				共 12 周
			合 计					30	532	244	4	4		14	8		

课程类别	课程类型	序号	课 程 名 称	考核方式	课程性质	学分	学时分配		学 年 及 学 期 周 学 时 数								备注
							计划学时	实践学时	第一学年		暑假	第二学年		暑假	第三学年		
									1	2		3	4		5	6	
									16	18		18	18		18	16	
专业拓展课	普高后	1	商业摄影	选/查	B	3	54	24		3							2 选 1
		2	数字影像编辑	选/查	B	3	54	24		3							
		3	办公软件高级应用	选/查	B	2	36	16				2					2 选 1
		4	大数据可视化	选/查	B	2	36	16				2					
		5	Web 前端	选/查	B	3	54	24				3					2 选 1
		6	Python 语言基础	选/查	B	3	54	24				3					
		7	企业文化	选/查	B	2	36	16					3*12W				2 选 1
		8	财务管理	选/查	B	2	36	16					3*12W				
		9	商务英语口语	选/查	B	2	36	16					3*12W				2 选 1
		10	沟通技巧	选/查	B	2	36	16					3*12W				
		11	外贸英语写作	选/查	B	2	36	16				2					2 选 1
		12	商务礼仪	选/查	B	2	36	16				2					
		13	跨境电子商务	选/查	B	3	54	24					4.5*12W				3 选 2
		14	跨境电商海外营销	选/查	B	3	54	24					4.5*12W				
		15	供应链管理实务	选/查	B	3	54	24					4.5*12W				共 12 周
		16	直播电商实务	选/查	B	3	54	30							9D		
		17	技能证书培训	选/查	B	3	54	30							9D		2 选 1
		合 计					23	414	190		3		7	10			
	中职后	1	商业摄影	选/查	B	3	54	24		3							2 选 1
		2	数字影像编辑	选/查	B	3	54	24		3							
		3	办公软件高级应用	选/查	B	2	36	16				2					2 选 1
		4	大数据可视化	选/查	B	2	36	16				2					
		5	Web 前端	选/查	B	3	54	24				3					2 选 1
		6	Python 语言基础	选/查	B	3	54	24				3					
		7	企业文化	选/查	B	2	36	16					3*12W				2 选 1
		8	财务管理	选/查	B	2	36	16					3*12W				
		9	商务英语口语	选/查	B	2	36	16					3*12W				2 选 1
		10	沟通技巧	选/查	B	2	36	16					3*12W				
		11	消费者行为学	选/查	B	2	36	16				2					2 选 1
		12	商务礼仪	选/查	B	2	36	16				2					
		13	零售门店 O2O 运营	选/查	B	3	54	24					4.5*12W				3 选 2
		14	品牌策划与管理	选/查	B	3	54	24					4.5*12W				
		15	供应链管理实务	选/查	B	3	54	24					4.5*12W				共 12 周
		16	直播电商实务	选/查	B	3	54	30							9D		
		17	技能证书培训	选/查	B	3	54	30							9D		2 选 1
		合 计					23	414	190		3		7	10			
实践教育	1	认识实习		必/查	C	1	18	18	9*2W								
	2	专项综合实践	企业经营沙盘模拟实训	必/查	C	2	36	36		9*4W							
	3		电子商务技能综合实训	必/查	C	1	18	18				6*3W					
	4		电子商务创新创业综合实训	必/查	C	5	90	90					5W			集中实训	

课程类别	课程类型	序号	课 程 名 称	考核方式	课程性质	学分	学时分配		学 年 及 学 期 周 学 时 数								备注
							计划学时	实践学时	第一学年		暑假	第二学年		暑假	第三学年		
									1	2		3	4		5	6	
									16	18		18	18		18	16	
类		5	岗位实习 1	必/查	C	12	216	216							12W		
		6	岗位实习 2	必/查	C	12	216	216							12W		
		7	毕业设计（论文）	必/查	C	4	72	72							4W		
		合 计				37	666	666									
	综合素质类	德育、智育、体育、美育、劳育					+50										
总 计						202	2750	1698	28	28		27	22				

说明： ①考核方式为选项内容：必修与选修，考试与考查；②课程性质分为 A（纯理论课程）、B（理论与实践一体课程）、C（纯实践课程）。③专业拓展课可以是 2 选 1、3 选 1 等，自行设计，但同一系列的备选课程必须课程性质、课程类型、学分学时等一致；④劳动教育 1，理论部分线上课程，专业劳动实践部分第 2 学期暑假开设，为期 1-2 周。⑤岗位实习一般不少于 6 个月（含寒假）。

（三）综合素养类项目

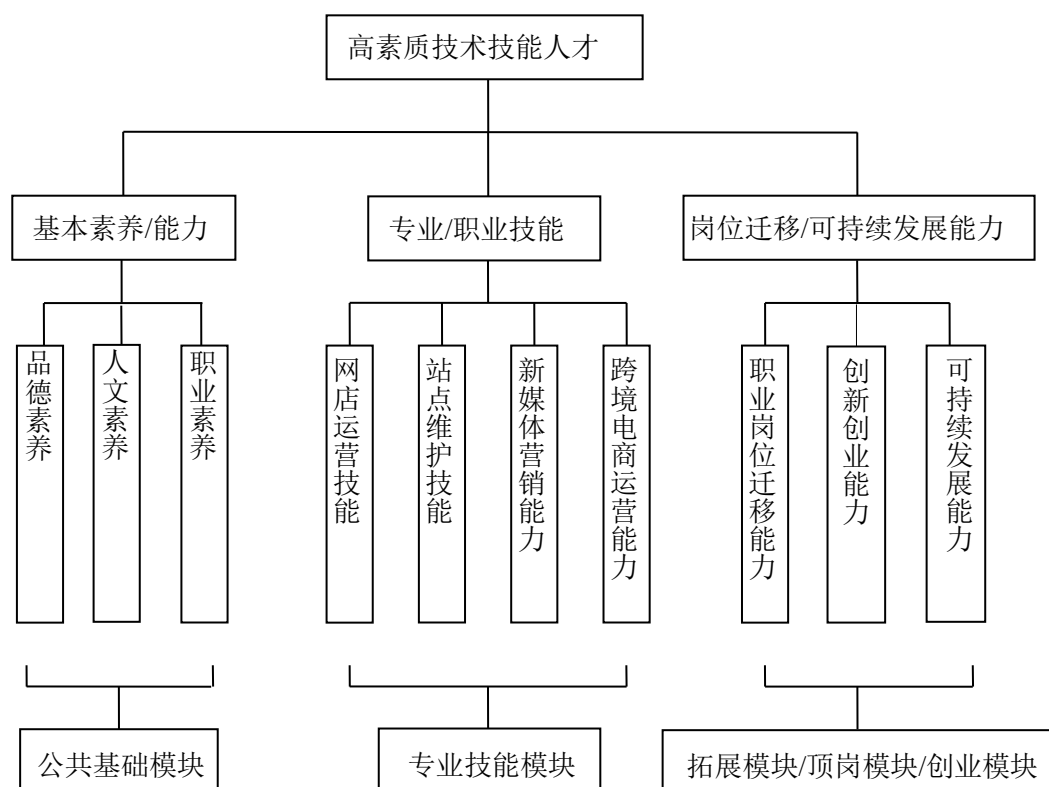
序号	项目分类 (50 分 /35 分)	项目说明及各部分分值	限高分值	必修/选修	赋分学期	责任部门	牵头部门
1	德育 (10/7 分)	军事理论教育课程在线学习 36 学时，第一学期开设。	2	必修	1	公共教学部 (马克思主义学院)	学工部
		国家总体安全观在线学习 36 学时，第二学期开设。	2	必修	2	公共教学部 (马克思主义学院)	
		参加青年大学习、浙里潮音、中国传统文化在线学习等平台进行理论教育学习每 4 次计 0.25 分。	1	选修	1-4	团委	
		担任各级学生组织、班级（含寝室长）等学生干部满一学期，考核合格，计 1 分。	4	选修	1-6 (1-3)	团委	

		参加学校组织的公益活动，每半天（次）按 4 学时计 0.25 分。	6	选修	1-4 (1-3)	团委	
		参加特色早自习，每学期不少于 18 次，每学期可得 1 分。	4	选修	1-4 (1-3)	各二级学院	
		参加各类德育讲座、特色德育活动，每半天（次）按 4 学时计 0.25 分。	6	选修	1-4 (1-3)	各二级学院	
		“准警务分”（即日常行为分）个人无扣分，每学期可得 1 分。	4	选修	1-4 (1-3)	各二级学院	
2	智育 (10/7 分)	参与“书香安防”各类文化活动，每半天（次）按 4 学时计 0.25 分。	2	其中必修 1 分	1-4	图信中心	教务处 (实训中心)
		参加一类职业技能竞赛（含挑战杯、互联网+、生涯规划等）集训，每半天按 4 学时计 0.25 分。	8	选修	1-4	教务处（实训中心）	
		参加信息素养集训，每半天（次）按 4 学时计 0.25 分。	9	选修	1-4	图信中心	
		借阅学校图书馆书籍并书写 500 字以上的读书笔记 0.25 分/册。	6	其中必修 1 分	1-6	团委	
		参加各类讲座（不含德育、美育讲座）报告会、学习会等，并做好笔记，每半天（次）按 4 学时计 0.25 分。	3	选修	1-4	团委	
		参加学校市级及以上精品课程、专业资源库等网络学习且合格的，每 16（18）学时计 1 分。	4	选修	1-6	教务处（实训中心）	
		以学校为第一单位公开发表论文/作品，普通刊物每篇（项）1 分，核心刊物每篇（项）2 分；以学校为第一单位授权发明专利 3 分/项，实用新型专利 2 分/项，外观专利及版权 1 分/项。	9	选修	1-6	科技处	
	体育	参加校级体质健康测试合格者 1 分/学期，满 2 学期为 2 分（必修），获得良好者再加 1 分/学期，优秀者 1.5 分/学期；参加省抽测获得良好及以上再加 1 分。	6	必修 2 分	1-4	公共教学部 (马克思主义学院)	公共教学部 (马克思主义)

	(10/7分)	参加跳绳强心计划并每学期完成 30000 个强心跳，建议平均每周 2000 个；每学期 0.25 分。	1	必修	1-4	公共教学部 (马克思主义学院)	学院)
		参加校园跑每学期完成 90+10 公里，或 90 公里+游泳 10 次， 每学期 0.25 分。	1	必修	1-4	公共教学部 (马克思主义学院)	
		参加学校、二级学院组织的各类体育活动，每半天（次）按 4 学时计 0.25 分。	6	选修	1-4	各二级学院	
		参加体育竞赛（如游泳、网球、羽毛球等传统赛事）训练每半天按 4 学时计 0.25 分。	6	选修	1-4	公共教学部 (马克思主义学院)	
		参加体育保健类在线课程学习，每 16（18）学时，计 1 分。	2	选修	1-4	公共教学部 (马克思主义学院)	
4	美育 (10/7分)	参加志愿服务工作，每 10 小时计 0.5 分（每学期必修 0.5 分）。	8	其中必修 2 分	1-4	团委	团委
		参加校歌（班歌）大赛 1 分/人。	2	必修	1-4	团委	
		参加温州城市研学（含城市观光旅游、红色教育等）或者参观美育方面展览，每半天（次）按 4 学时计 0.25 分。	1	选修	1-4	团委	
		参加各类社团（俱乐部），每学期每个社团（最多参加 2 个社团）满 8 学时，考核合格计 0.5 分。	4	选修	1-4	团委	
		参加大学生艺术类活动每半天（次）按 4 学时计 0.25 分。	6	选修	1-4	团委	
5	劳育 2 (10/7分)	完成学校公共区域劳动任务，每学期 0.5 分。	2	其中必修 1 分	1-4 (1-3)	学工部	学工部
		完成教室、实训室劳动任务，每学期 0.5 分。	2	必修	1-4 (1-3)	学工部	

分)	参加学校、学院组织的寒暑假社会实践活动，时间累计 2 周及以上，考核合格，团队实践成员每人计 2 分、个人实践计 1 分。	2	其中必修 1 分	1-4 (1-3)	团委
	完成学校劳动教育基地全周期任务，每学期 0.5 分。	2	选修	1-4 (1-3)	学工部
	参加通用技能证书（如普通话、驾驶证等）得 1 分，其中获得高级证书的得 2 分。	6	选修	1-6 (1-3)	教务处（实训中心）
	参加二级学院各类特色劳动教育活动，每半天（次）按 4 学时计 0.25 分。	6	选修	1-4 (1-3)	各二级学院

（四）能力模块构建



八、人才培养模式设计

秉承“崇德尚能、知行合一”的校训精神，秉承“错位发展、特色取胜”办学理念，围绕双创型人才培养目标，创新人才培养模式；坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，探索行、企、政、校四方协同育人新机制；采取专业

基础教育、专创融合教育、双创实践教育三段式培养，采取师生共创、以赛促学、依托园区三举措，激发学生创新创业活力。



九、实施保障

(一) 专业教学团队

电子商务专业现有专业教师 15 人，专任教师 9 人，校外兼职教师 6 人。其中专任教师中具有中高级职称的教师占 55.55%，双师型教师占 77.77%，硕士学历教师占 100%。本专业主干课程由专兼结合的师资队伍承担，以讲师职称以上的教师为主，整体师资队伍比较年轻。

1. 专任教师

专任教师均具有高校教师资格；具有电商相关专业本科及以上学历；具有扎实的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。

2. 专业负责人

能够较好地把握国内外行业、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实际需求，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本专业领域有一定影响力。

3. 兼职教师

本专业兼职教师目前主要在电商行业企业聘任，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，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) 教学实施条件

1.校内实践教学安排表

序号	实训项目	学期安排	周安排	学时	学分	主要内容与要求	实训成果
1	视觉营销设计	1	1-18	64	4	内容: 包括网店页面布局、商品图片处理、网店元素设计以及移动端网店设计。学生需掌握 Photoshop 和 ITMC 软件操作,设计独具特色的网店页面和商品图片。 要求: 熟练掌握 Photoshop 基础操作和 ITMC 软件应用;结合行业趋势,发挥创意,设计独特网店;模拟真实环境,完成网店设计与装修;协作完成,明确分工,积极沟通。	网店页面布局与配色设计方案、网店元素设计成品图等。
2	短视频创作	3	1-18	54	3	内容: 涵盖短视频账号定位、内容策划、拍摄制作、发布推广及团队建设。学生需掌握短视频运营全流程,包括内容创新、技术操作及团队协作。 要求: 熟悉短视频策划、拍摄、剪辑及推广,能根据需求选择短视频类型和变现方式;实训中需进行角色分工,积极沟通,确保项目顺利完成;组队完成短视频运营各环节。	短视频内容策划方案、短视频剪辑成品、短视频发布与推广计划。
3	网络营销策划	3	1-18	72	4	内容: 项目前期调研,包括市场分析、目标受众及竞争对手分析;构建商业模式,明确产品核心价值及推广策略;制定网络营销战略,包括品牌定位、市场细分、目标选择;设计营销策略,如内容营销、社交媒体营销、SEO 等。 要求: 学生需以团队形式,结合案例和竞赛要求,进行实际项目操作。	项目策划书

2.专项综合实践安排表

序号	实践项目	学期安排	学时	学分	内容与要求	实践成果	备注
1	企业经营沙盘模拟实训	2	32	2	内容: 了解企业与企业的组织架构;认清沙盘模拟与真实企业之间的关系;熟练掌握竞赛规则;了解各角色的任务和作用。 要求: 深刻认识管理者所担任角色的作用和任务;按照企业运行流程,履行管理者所担负的职责;团队协作,努力争取竞赛的胜利;做好实训总结,获得最大的收获。	实训报告和实训心得总结	

2	电子商务技能综合实训	3	18	1	内容: 对接电子商务职业技能大赛, 让学生熟悉职业技能大赛 ITMC 软件网店运营与推广竞赛策略。 要求: 深刻认识电子商务职业相关技能, 团队协作, 努力争取竞赛的胜利; 做好实训总结, 获得最大的收获。	实训报告和实训心得总结	
3	电子商务创新创业综合实训	4	90	5	内容: 在校合作企业的供应链基础上, 实际操作淘宝、京东、拼多多、得物、小红书、抖音等平台店铺运营。 要求: 能熟悉各平台规则, 从建站到推广; 团队合作, 实现真实团队运营。	实训报告和实训心得总结	

3.校外实践教学安排表

序号	实习名称	实习岗位	学期安排	周安排	学时	学分	主要内容与要求	实训成果	备注
1	认识实习	电商行业认知实习	1	1W	18	1	内容: 认识、了解岗位职业及素养要求。 要求: 对岗位的工作内容和所需要的知识和技能有基本了解, 对未来的职业发展方向有一定规划。	认知报告	
3	岗位实习 1	网店运营类岗位 新媒体运营岗位 互联网营销岗位	5	12W	216	12	内容: 在电子商务类企业进行跟岗实习。 要求: 遵守各项工作制度, 认真学习岗位职责和服务规范, 按要求完成实践报告。	实习手册、周记、总结	
4	岗位实习 2	网店运营类岗位 新媒体运营岗位 互联网营销岗位	6	12W	216	12	内容: 在电子商务企业进行顶岗实习。 要求: 熟悉相关岗位的服务流程、掌握服务技能, 能够顺利完成某项工作任务, 并撰写实习总结。	实习手册、周记、总结	
5	毕业设计(论文)	网店运营类岗位 新媒体运营岗位 互联网营销岗位	6	4W	72	4	内容: 根据岗位内容完成毕业设计, 毕业设计形式可以与指导老师进行沟通。 要求: 符合毕业设计统一撰写规范。	毕业设计	

6	专业劳动实践	电子商务系统或行业发展认知调研	2	1W	18	1	内容： 运用短视频、直播等方法，结合校企合作企业的产品，进行实战。 要求： 运用所学电商知识，结合新媒体技术推广产品获得较好流量并从中有所收获；体现吃苦耐劳精神和坚持不懈精神；体现团队合作和工匠精神。	劳动实践报告	含在劳动教育1里
---	--------	-----------------	---	----	----	---	---	--------	----------

（三）教学资源

1.专业特设专业阅览室，现有与本专业相关约 1000 余册，每年预投入 10 万元购置专业书籍。

2.学院目前与本专业相关的数字资源，包括中国知网数据库、维普中文期刊数据库、超星移动图书馆等。

3.教材选用情况：一般是首选高职高专“十三五”、“十四五”教材，再选校企合作教材、教师自编校本教材。目前教师自编校本教材 1 本。

（四）教学方法

组织团队教师全员开展教学方法创新，借助专业教研活动，专业教师共同备课磨课，探索“行动导向”教学、案例式、情景式、研讨式、项目式、任务驱动式等教学方法，以老带新、加强研讨，以学习者为中心，强化教学教法能力，改善课堂教学质量。

鼓励青年教师积极参与教师教学技能大赛，以赛促教，从而提升团队模块化教学设计实施能力、教学评价能力、团队协作能力和信息技术应用能力。支持每位教师形成特色的教学风格，积极创建高级别优秀教学创新团队。

（五）学习评价

改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价、目标评价、项目评价、理论与实践一体化评价模式，注重过程考核，多维度考核学生的表现。创新评价主体，可以聘请企业技术人员、学生等参与评价。关注评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训及考试情况，综合评价学生成绩。应注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

（六）质量管理

充分发挥学院教学委员会的全局指导作用和专业指导委员会的实践指导作用，以及学院教学行政管理部门（教务处、督导处）的监督作用，具体来说，通过以下措施保证人才培养质量：

学院建有“学院-专业群-教研室”三级管理自我诊断与改进制度，建有健全的专业教学质量监控管理制度，完善的课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案修订、资源建设等方面的质量标准，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。

学院有完善的教学管理机制，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。

学院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。专业团队将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。

十、毕业要求

本专业规定学生所修课程成绩合格，须修满 202 学分，其中选修课程最低学分为 29 学分。

十一、编制说明

编制日期		编制执笔人	
团队成员		二级学院院长	

说明：1.编制日期为定稿后提交教务处（实训中心）时间；2.编制执笔人、二级学院院长、团队成员栏目须由本人亲笔签名。