

# 漯河食品工程职业大学

## 电子商务专业人才培养方案（2025 版）

### 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 1 职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	互联网和相关服务（64）、批发业（51）、零售业（52）
主要职业类别（代码）	电子商务师 S(4-01-06-01)、互联网营销师 S(4-01-06-02)、营销员（4-01-02-01）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）、品牌专业人员（2-06-07-04）、客户服务管理（4-07-02-03）、采购员（4-01-01-00）
主要岗位群或技术领域	运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管
职业资格证书或职业技能等级证书	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

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向互联网和相关服务、批发业、零售业的运营主管、全渠道营销主管、O2O销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发工作的高技能人才。

### （二）培养规格

由素质、知识、能力三个方面的要求组成，三个方面全部合格，方可达到毕业条件。

#### 1.素质要求

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）了解电子商务文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备绿色环保意识、社会责任感和担当精神。

（3）具有扎实的科学素养与人文素养。



(4) 能够适应新技术、新岗位的要求，具有批判性思维、创新思维、创业意识。

(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。

## 2.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政治理论、大学语文、高等数学、历史等文化基础知识。

(2) 掌握管理学、经济学、营销学、商务数据分析、供应链、项目管理等方面的专业基础理论。

(3) 掌握商务数据分析、数据可视化等方面的专业基础知识。

(4) 掌握平台运营、渠道运营、行业数据化运营等知识。

(5) 掌握品牌建设、营销推广、销售管理、零售门店管理等知识。

(6) 掌握智能客服运营与管理的知识。

(7) 掌握用户体验设计、互联网产品设计等知识。

(8) 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识。

(9) 掌握必备的美育知识。

(10) 掌握基本身体运动知识。

## 3.能力要求

(1) 具备职业生涯规划能力。

(2) 具有数据分析与处理方面的综合能力。

(3) 具有电子商务运营的能力。

(4) 具有全渠道营销策划与推广的能力。

(5) 具有商品知识库维护、智能机器人调试、新功能研究测试等方面的能力。

(6) 具备持续优化改进用户体验、互联网产品体系设计的能力。

(7) 具有提供电子商务领域中高端服务的能力，具有参与解决企业运营规划和经营战略决策等较复杂问题的能力。

(8) 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，掌握电子商务领域数字化技能。

(9) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有较强的分析问题和解决问题的能力。

(10) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，学习一门外语并结合专业加以运用；具有一定的国际视野和跨文化交流能力。

(11) 具有一定的文化修养和审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好。

(12) 具备一定的心理调适能力。

表 2 职业岗位、典型工作任务及职业能力分析

岗位（群）	典型工作任务	职业能力要求	支撑课程	对应证书
1.运营主管	<p>1.1 店铺年度运营计划制定与 KPI 拆解。</p> <p>1.2 商品生命周期管理与库存优化。</p> <p>1.3 流量转化漏斗分析与 ROI 优化。</p> <p>1.4 大促活动全流程执行与复盘</p>	<p>1.数据分析能力。</p> <p>2.活动策划能力。</p> <p>3.供应链协同能力</p>	商务数据分析、网店运营	网店运营推广
2.全渠道营销主管	<p>2.1 全渠道用户画像整合与触电布局。</p> <p>2.2 社交媒体与电商平台投放策略制定。</p> <p>2.3 跨渠道营销内容标准化管理。</p> <p>2.4 社群裂变活动设计</p>	<p>4.跨平台资源整合能力。</p> <p>5.内容营销创意能力。</p> <p>6.效果归因分析能力</p>	网络营销、零售门店 O2O 运营、社群运营	跨境电商 B2B 数据运营
3.O2O 销售主管	<p>3.1 线下门店数字化改造方案设计。</p> <p>3.2 线上线下会员权益体系打通。</p> <p>3.3 基于 LBS 的精准促销策略制定。</p> <p>3.4 门店私域流量池运营与转化</p>	<p>7.线下场景数字化改造能力。</p> <p>8.会员运营能力。</p> <p>9.地理销售策划能力</p>	零售门店 O2O 运营、社群运营、	电子商务数据分析、直播电商

<p>4.智能客服主管</p>	<p>4.1 智能客服知识库搭建与语义训练。 4.2 客户投诉预警模型构建。 4.3 多模态客服数据看板设计。 4.4 客服团队人机协同SOP 制定</p>	<p>10.智能系统运维能力。 11.舆情危机处理能力。 12.人机协作流程设计能力</p>	<p>社群运营、电子商务基础</p>	<p>网店运营推广</p>
<p>5.视觉营销设计师</p>	<p>5.1 电商主图与短视频视觉标准化设计。 5.2 品牌 VI 系统与页面动效开发。 5.3 视觉转化率优化。 5.4 元宇宙营销场景建模与交互设计</p>	<p>13.视觉传达设计能力。 14.交互设计能力。 15.数据化视觉优化能力</p>	<p>视觉营销设计</p>	<p>农产品电商运营</p>
<p>6.互联网产品开发主管</p>	<p>6.1 用户需求挖掘与 PRD 文档撰写。 6.2 电商小程序开发与测试。 6.3 产品迭代数据埋点与体验优化。 6.4 跨部门协作推进产品上线</p>	<p>16.用户需求分析能力。 17.敏捷开发能力。 18.产品生命周期管理能力</p>	<p>互联网产品开发、互联网销售、数据可视化</p>	<p>电子商务数据分析</p>

## 六、课程设置

课程体系总体由公共基础课程、专业课程、集中实践环节三大类别组成。

### （一）公共基础课程

**1.公共必修课程。**公共必修课主要包括思想政治类课程、大学生心理健康教育、大学英语、信息技术与人工智能通识、体育、国家安全教育、劳动教育、军事理论、职业生涯规划、就业指导与创业教育等课程。

**2.公共选修课程。**含创新创业、食品营养与健康、国学经典与文化遗产、艺术欣赏与审美体验（含公共艺术课程）、自然科学与工程技术、经济活动与社会管理、科学普及及技术创新、外语交流与跨国文化、体育运动与心理健康、生活常识与手工体验等模块课程。

### （二）专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

**1.专业基础课程。**主要包括数据可视化、商务数据分析、电子商务基础、零售基础、食品营销、财税基础、管理学基础等领域的内容。

**2.专业核心课程。**主要包括网店运营、网络营销、零售门店O2O运营、数据化运营、社群运营、互联网销售、视觉营销设计、互联网产品开发等领域的内容。

**3.专业拓展课程。**主要包括图形图像处理、电子商务法律法规、新媒体营销、直播电商、智能客服、人工智能+数智营销等领域的内容。

### （三）集中实践环节

实践性教学环节主要包括实习、实训、毕业设计（论文）、其他社会实践活动等。

## 七、学时安排

表 3 课程设置及教学学时分配表

项目		学时				合计学时	学分
		理论教学		实践教学			
		学时	占总学时比例	学时	占总学时比例		
公共基础课程	公共必修课程	492	17.60%	180	6.44%	672	38
	公共选修课程	142	5.08%	38	1.36%	180	11
专业课程	专业基础课程	200	7.15%	200	7.15%	400	25
	专业核心课程	224	8.01%	224	8.01%	448	28
	专业拓展课程 (限选)	112	4.01%	128	4.58%	240	15
集中实践教学安排	军事技能训练	0	0%	112	4.01%	112	2
	专业认识实习及入学教育	0	0%	24	0.86%	24	1
	劳动周(同时开展技术创新成果转化实践活动)	0	0%	48	1.72%	48	2
	“双创”实践活动及项目模块拓展	0	0%	48	1.72%	48	2
	岗位实习、毕业设计(论文)、毕业教育	0	0%	624	22.32%	624	26
合计		1170	41.85%	1626	58.15%	2796	150
公共基础课占总学时比例:30.47% (852/2796)							
选修课占总学时比例:15.02% (420/2796)							
实践性教学学时占总学时比例:58.15% (1626/2796)							

注：实践教学每周折合 24 学时

## 八、教学进程总体安排

表 4 教学进程表（三年制）

课程类别	序号	课程名称	考核方式	学分	学时分配			教学活动周数及课内学时（每学期 1 周复习考试）													
					总计	理论	随堂实践	第一学年		第二学年		第三学年									
								1 学期	2 学期	3 学期	4 学期	5 学期	6 学期								
								20 周（课堂教学 16 周）	20 周（课堂教学 18 周）	20 周（课堂教学 18 周）	20 周（课堂教学 18 周）	岗位实习（20 周）	岗位实习（6 周）								
公共必修课程	1	思想道德与法治	考试	3	48	32	16	48													
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	考试	2	32	32			32												
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	考试	3	48	48				48											
	4	中共党史	考查	1	16	16				16											
	5	形势与政策	考查	1	16	16		4	4	4	4										
	6	大学英语（I）	考试	4	64	64		64													
	7	大学英语（II）	考试	4	64	64			64												
	8	大学语文	考查	2	32	32		32													
	9	信息技术与人工智能通识	考查	4	64	32	32	64													
	10	大学生心理健康教育	考查	2	32	32			32												
	11	体育（I）	考查	1	36	4	32	32													
	12	体育（II）	考查	1	36	4	32		36												
	13	体育（III）	考查	1	36	4	32			36											
	14	国家安全教育	考查	1	16	16		16													
	15	军事理论	考查	2	36	32	4		36												
	16	劳动教育	考查	2	32		32		32												
	17	职业生涯规划	考查	2	32	32		32													
	18	就业指导与创业教育	考查	2	32	32						32									
小计				38	672	492	180	292	252	88	36									0	
专业基础课	专创融合课	1	数据可视化	考试	4	64	32	32			64										
		2	商务数据分析	考试	4	64	32	32				64									
	3	电子商务基础	考试	4	64	32	32	64													
	4	零售基础	考试	4	64	32	32		64												
	5	食品营销	考试	3	48	24	24		48												
	6	财税基础	考试	3	48	24	24			48											
	7	管理学基础	考试	3	48	24	24	48													

# 电子商务专业人才培养方案

课程类别	序号	课程名称	考核方式	学分	学时分配			教学活动周数及课内学时（每学期1周复习考试）						
					总计	理论	随堂实践	第一学年		第二学年		第三学年		
								1 学期	2 学期	3 学期	4 学期	5 学期	6 学期	
								20 周（课堂教学16周）	20 周（课堂教学18周）	20 周（课堂教学18周）	20 周（课堂教学18周）	岗位实习（20周）	岗位实习（6周）	
小计				25	400	200	200	112	112	112	64		0	
专业核心课	专创融合课	1	网店运营	考试	4	64	32	32				64		
		2	网络营销	考试	4	64	32	32				64		
		3	零售门店 O2O 运营	考试	4	64	32	32			64			
	4	数据化运营	考试	3	48	24	24						48	
	5	社群运营	考试	3	48	24	24				48			
	6	互联网销售	考试	3	48	24	24						48	
	7	视觉营销设计	考试	4	64	32	32			64				
	8	互联网产品开发	考试	3	48	24	24				48			
	小计				28	448	224	224	0	0	128	224		96
专业拓展课（限选）	1	图形图像处理	考试	3	48	24	24		48					
	2	电子商务法律法规	考试	2	32	16	16			32				
	3	新媒体营销	考试	4	64	32	32			64				
	4	直播电商	考试	2	32	16	16				32			
	5	智能客服	考试	3	48	24	24				48			
	6	人工智能+数智营销	考试	1	16	0	16			16				
	7	人工智能+企业数字化管理	考试	1	16	0	16			16				
	8	人工智能+平台运营	考试	1	16	0	16			16				
	《人工智能+数智营销》《人工智能+企业数字化管理》《人工智能+平台运营》至少选一门													
小计				15	240	112	128	0	48	112	80		0	
公共选修课模块	创新创业类	1	创新思维训练	考查	2	32		32		32				
		2	创业基础与实务	考查	1	16	16				16			
		3	食品企业管理	考试	2	36	30	6					36	
		4	成果转化实务	考查	1	16	16						16	
		5	食品技术发展史	考查	1	16	16					16		
	6	食品营养与健康类	考查	至少任选 4 学分，其中公共艺术课程中最低选修 2 学分										
	7	国学经典与文化遗产类	考查											
	8	艺术欣赏与审美体验（含公共艺术课程）类	考查											
	9	自然科学与工程技术类	考查											

课程类别	序号	课程名称	考核方式	学分	学时分配			教学活动周数及课内学时（每学期1周复习考试）					
					总计	理论	随堂实践	第一学年		第二学年		第三学年	
								1 学期	2 学期	3 学期	4 学期	5 学期	6 学期
								20 周（课堂教学16周）	20 周（课堂教学18周）	20 周（课堂教学18周）	20 周（课堂教学18周）	岗位实习（20周）	岗位实习（6周）
10	经济活动与社会管理类	考查	至少任选4学分，其中公共艺术课程中最低选修2学分	11	180	142	38	0	32	16	16	0	52
11	科学普及与技术创新类	考查											
12	外语交流与跨文化类	考查											
13	体育运动与心理健康类	考查											
14	生活常识与手工体验类	考查											
小计（最低要求）				11	180	142	38	0	32	16	16	0	52
课程合计													
课程类别	序号	实践教学内容	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	实践教学时间安排（周）					
								第一学年		第二学年		第三学年	
								1 学期	2 学期	3 学期	4 学期	5 学期	6 学期
								1	军事技能训练及入学教育	平时表现、考勤、测试	2	112	0
2	专业认识实习（含入学教育）	企业评定	1	24	0	24	1 周						
3	劳动周（同时开展技术创新成果转化实践活动）	平时表现、考勤、成果评定	2	48	0	48	分配在每学期，采用专题讲座、主题演讲、劳动技能竞赛、劳动成果展示、劳动项目实践等形式						
4	“双创”实践活动	成果评定	1	24	0	24			1 周				
5	专业项目综合实训		1	24	0	24						1 周	
6	岗位实习	成果评定、企业评定	17	624	0	624					20 周	6 周	
7	毕业设计（论文）	成果评定、答辩	8								8 周（与岗位实习同时进行）		
8	毕业教育	平时表现、考勤、测试	1										1 周（与岗位实习同时进行）
集中实践学时合计							33	856	144	8	32	8	488
总计				150	2796	28	26	23	23		20		

注：军事技能训练 112 学时，记 2 学分；其他集中实践教学环节每周折合 24 学时，记 1 学分。

## 九、学分置换

根据学校学分置换相关文件执行。

## 十、实施保障

### （一）师资队伍

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

#### 1.队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 24：1，“双师型”教师占专业课教师数比例不低于 80%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立了定期开展专业教研机制。

#### 2.专业带头人

具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外互联网和相关服务、批发业、零售业行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

#### 3.专任教师

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

地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

#### 4. 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

### （二）教学设施

#### 1. 校内教学环境

依托学校创设的基于成果转化全过程的成果转化激励环境、成果转化学习环境和产业孵化实践环境，在“产学研转创”的环境中通过技术链、产业链和创新链推进食品产业发展，用推动电子商务产业发展使命驱动学生的专业学习，激发学生学习的内生动力。

#### 2. 校内实训基地

结合“技术研发-成果转化-孵化产业”的成果转化项目课程体系，合理充分利用校内实验实训资源，校内建有漯河市食品产业公共研发平台、漯河市食品产业技术市场、众创空间、孵化器、成果转化基地、生产性实训基地，打造多种职业活动场景，为实施“产学研转创”人才培养体系提供了设施保障。根据课程实施的需要设计并建设理实一体专业实训室，满足商品拍摄、图片处理、网店美工、网店客服等核心课程的教学需求。充分利用校内合作

企业的实训设备为教学服务。

表 5 营销电商实训基地

实训室名称	实验实训项目	实验室面积(M <sup>2</sup> )	主要设备	工位
VBSE 跨专业综合实训室 1 (M201)	食品市场分析综合实训	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房, 安装有市场营销、沙盘模拟企业经营、市场调查、VBSE 等教学软件	50
VBSE 跨专业综合实训室 2 (M202)	食品市场分析综合实训	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房, 安装有市场营销、沙盘模拟企业经营、市场调查、VBSE 等教学软件	50
食品电商产教融合实训室 (M203)	营销项目实践	360	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房, 安装有市场营销、沙盘模拟企业经营、市场调查、直播技术等教学软件	80
电子商务数据分析室 (M204)	商务数据分析	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕、分组研讨桌等	50
网店运营推广实训室 (M205)	网络营销	90	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房, 安装有市场营销、沙盘模拟企业经营、市场调查等教学软件	40
电子商务发展研讨室 (M206)	电子商务基础知识	90	电脑、电脑桌、电脑椅及大屏幕、分组研讨桌等	40
商品摄影实训室 (M308)	商品摄影	120	商品拍摄设备、电脑、电脑桌、电脑椅	40
新媒体运营实训室 (M309)	新媒体运营	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机	60

			房	
网络营销实训室 (M307)	网络营销	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房	60
网店美工实训室 (M305)	网店美工	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房	60
电商创业实训室 (M303)	电商创业	90	电脑、电脑桌、电脑椅及大屏幕、分组研讨桌等	40
网店运营实训室 (M304)	网店运营	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房	60
直播电商实训室 (M306)	直播电商	120	直播设备	40

### 3.校外实训基地

在学校周边及全国范围内电子商务（食品类）行业内具有相对稳定、结合紧密的教学实训基地 15-20 家，满足学习专业认知、技能实训、岗位实习等实践教学的要求。实习基地数量上与专业学生规模相适应，管理规范，设备先进，在当地及食品电子商务行业中具有代表性。

校外实训基地要有健全的规章制度及基于职业标准的员工日常行为规范，有利于学生在实训期间便养成遵纪守法的习惯，能真正地领悟到团队合作精神，同时能培养学生解决实际问题的能力。

### 4.信息网络教学条件

为了满足专业信息网络教学的需要，学校校园网的主干带宽要达到千兆速率传输能力，专业教学场所（校内实训基地）、自

主学习场所（图书馆、学生宿舍）达到百兆速率到桌面，确保学生在课程学习的所有计算机终端设备能够访问校园网的专业课程资源和互联网的专业学习资源。

电子商务专业运用“理论课堂+实训课堂+线上课堂+双创课堂+社会课堂+企业课堂”等多样化的课堂形式，保障了专业培养目标的实现。同时，电子商务实训基地配备有投影仪、多媒体、幻灯、CAI 课件等现代教学设施，广泛应用多媒体教学、网络教学、计算机教学等现代化教学手段。

电子商务专业将现代新技术、新工艺规范纳入教学标准和教学内容。为培养学生的新型营销能力，在学习中纳入直播带货技术和现代食品数字经济分析流程，助力培养学生的新媒体应用技能。

### （三）教学资源

将食品技术创新成果转化案例、课程思政成果引入课堂，积极开发行动导向的双创通识课、专创融合课活页教材和食品安全控制新技术、新工艺、新规范活页教材，未开发的课程选用近 5 年的高职高专优质规划教材。校企合作编写适合我校实际的校本教材，包括技术创新成果转化案例、“双创”通识课、“专创融合”课活页教材、新技术、新工艺、新规范活页教材、课程思政成果、行动导向专业教材。

打破传统单一的知识型学习环境，利用产业学院优质实验实训设施、漯河市食品产业公共研发平台、漯河市食品产业技术市场、众创空间、孵化器、成果转化基地、生产性实训基地等打造的成果转化全过程的成果转化激励环境、成果转化学习环境和产

业孵化实践环境，以食品产业发展为使命，激发学生学习的内生动力。

建设方便迅捷的校园网络，教室安装网络接口及多媒体教学设备，有充足迅捷的网络，可以链接国家食品检验检测技术专业教学资源库和国家、省、校级精品课程等网络优质资源，满足学生自主进行网络学习的需要。专业教学管理系统和教学课件等电子教学资源能满足专业教学需要。

通过与企业合作，按照电子商务岗位工作规范、标准、工作流程和学生的特点，开展基于工作过程的课程开发与实践，校企双方成员共同确定课程标准、设计教学项目、制定技能考核标准，共同开发电子教案、电子课件、模拟仿真项目、教学视频、学生自主学习资源、实训项目及指导、理论及实践技能测试题库、案例库、课程网站等，形成交互式网络课程，通过专业优质核心课程的建设，带动专业课程的改革，逐步建设成一整套专业教学资源库。

#### **（四）教学方法**

1.立足于加强学生实践动手能力培养，核心课程采用企业的真实项目，采用“任务驱动”教学法，通过电商项目，让学生在活动中锻炼专业技能，增强爱岗敬业、团结协作的意识，实现技能与素质的同步提高。

2.重视本专业领域新技术、新手段发展趋势，贴近销售现场。充分利用校内外实训基地，工学结合，课堂与电商企业岗位结合，积极引导提升职业素养，提高职业道德。

3.案例分析与情景模拟式教学。利用互联网多媒体技术，将

电子商务专业技术课程进行随堂教学，并引导学生进行专业案例分析。促使学生关注现实问题，激发其将理论运用于实践的尝试热情，培养学生分析和解决实际问题的能力。

4.互动启发式教学。以问题为导向，开启学生的思维，增强学生的注意力，提高其听课兴趣，达到高质量的教学效果，并通过小组讨论，培养学生的思考、表达等能力和团队精神。

5.课堂演讲。通过学生讲授，锻炼学生的语言表达能力，提高学生的资料收集整理能力，提高学生的综合分析能力。

6.头脑风暴。组织学生们畅所欲言、充分交流，打破思维定势，进行开放性思考，以此培养学生的团队精神和思考、表达等能力。

7.企业实地训练。有计划地安排学生轮流到共建企业进行相应环节的实践操作。在学生现场实践中，邀请企业职能部门给予指点。

8.创新创业教育实践。为使学生能够将所学电子商务专业知识应用于实践，同时拓展学生的就业面，学校鼓励有条件的在校学生在专业教师的指导下自主创业，在全校范围内开展创新教育，提倡创新精神。

### **（五）质量保障**

在主管校长领导下，实行学校、学院两级负责，主要通过以下形式进行：

1.建立教学管理组织协调系统：专业教研室配合教务处，各二级学院对日常课堂教学及教学建设工作进行管理和监控，及时解决教学中出现的问题。

2.学校、二级学院两级督学系统：组织有丰富教学和教学管理经验的教学管理人员组成校、院两级督学小组，实现督教、督学、督管。

3.学生信息员系统：成立由各班学生代表组成的教学质量监督小组，及时掌握一线的教学信息，对教学中存在的问题及时向二级学院、学校进行反馈。每学期期中由信息员组织学生填写《课堂教学效果反馈表》，对所有上课教师的教学效果进行反馈。

### **（六）考核评价**

基于服务创新和成果转化价值引领，建立以学习能力、职业能力，创新创业能力和综合素质为目标的人才培养质量评价体系。所有必修课和学生选定的选修课及岗前实训等均在教学过程中或完成教学目标时进行知识和技能考核，合格者取得该课程学分。

评价体系包括笔试、实践技能考核、项目实施技能考核、岗位绩效考核、职业资格技能鉴定、技能竞赛等多种考核方式。每门课程评价根据课程的不同特点，采用其中一种或多种考核方式相合的形式进行。

#### **1.笔试**

理论性比较强的课程，考核成绩采用百分制，该门课程不合格，不能取得相应学分，由专业教师组织考核。

#### **2.实践技能考核**

实践性比较强的课程，尤其是专业核心课程，应根据应职岗位技能要求，确定其相应的主要技能考核项目，由专兼职教师共同组织实施过程考核。

#### **3.岗位绩效考核**

在企业开设的课程，如岗位实习等，由企业 with 学校进行共同

考核，企业考核主要以企业对学生的岗位工作执行情况进行绩效考核。

#### 4.职业资格技能鉴定

学生参加职业技能等级证书考试，获得的认证计入学生总学分。

#### 5.技能竞赛

学生参加国家、省各有关部门及学校组织的各项专业技能竞赛，根据取得的成绩等级核算计入学生总学分。

#### 6.成果转化能力考核

在成果转化引领下，学生参与成果转化，根据取得的成绩等级核算计入学生总学分。

### 十一、毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满 150 学分，准予毕业。

表 6 培养目标实现矩阵

培养目标	培养要求（素质、知识、能力）	实现途径	
		课程	其他（如教学方式、技能竞赛等）
素质目标	1-1 思政素质：热爱党，热爱祖国，热爱人民；努力学习思想理论，有较强的上进心和人生远大理想；有求真务实，勇于创新的精神；遵纪守法，有较强的社会责任感；有正确的人生观、世界观、价值观和道德观	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中共党史、思想道德与法治、形势与政策	理论授课、视频、参观革命纪念馆、爱国主义教育基地、红色大讲堂等

	1-2 文化素质：具有较宽阔的文化视野，具有一定的科学思维和科学精神，具备健康、高雅的审美情趣和正确的审美观，形成继续学习、可持续发展和善于研究的良好习惯	高等数学、大学英语、大学语文	理论授课
	1-3 职业素质：具有良好的职业态度和职业道德修养；热爱营销行业，乐于从事营销事业，具有爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务民众、奉献社会的精神和精益求精的作风；树立创业意识，具有创新精神和成果转化意识，勇于承担社会责任和岗位责任，具有从事职业活动所必需的基本能力和创新素质	职业生涯规划、就业指导与创业教育、创新思维训练、创业基础与实务、信息技术与人工智能通识	理论+实训、视频、讨论
	1-4 身心素质：具有一定的体育运动和生理卫生知识，养成良好的锻炼身体、讲究卫生的习惯，掌握一定的运动技能，达到国家规定的体育锻炼标准；具有坚忍不拔的毅力、积极乐观的态度、良好的人际关系、健康的人格	体育、大学生心理健康教育、军事理论、国家安全教育	理论授课、视频
	1-5 劳动素质：具备满足生存发展和工作需要的基本劳动能力，形成良好劳动习惯。牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念；体会劳动创造美好生活，体会劳动不分贵贱，热爱劳动，尊重普通劳动者，具有勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神	劳动教育	理论+实践
知识目标	2-1 思想政治方面：了解党史国史、掌握必备的政治理论、了解中华优秀传统文化	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中共党史、思想道德与法治、形势与政策	理论授课、视频、参观革命纪念馆、爱国主义教育基地、红色大讲堂等
	2-2 行业发展方面：了解企业电子商务、互联网经济发展史；了解大数据营销的重要意义、新媒体营销发展动态；了解创新创业教育、创业基础	电子商务基础、新媒体营销、电子商务数据分析、就业指导与创业教育、创业基础	案例教学、情景模拟教学、小组讨论、项目任务驱动式

	业相关政策	与实务	教学
	2-3 专业理论方面：掌握本专业必需的食品营销、电子商务法律法规、网点商品视觉设计、网店客户服务、零售门店运营等知识；掌握互联网产品设计的理论和方法、网店运营的方法与技巧、商务数据分析的理论及方法、网络营销的方法等。掌握本专业基础理论知识，如高等数学、计算机应用等	电子商务基础、零售基础、商务数据分析、网店运营、视觉营销设计、互联网产品设计、互联网产品开发、高等数学、信息技术与人工智能通识	案例教学、情景模拟教学、小组讨论、项目任务驱动式教学、考证、技能大赛等
	2-4 法律法规方面：了解与本专业相关的法律法规，特别是经济法律法规	电子商务法律法规	案例教学、情景模拟教学、小组讨论、项目任务驱动式教学
能力目标	3-1 通用能力：适应数字化、智能化技术环境，具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；具有团队合作能力	高等数学、信息技术与人工智能通识、大学语文、社群运营、互联网销售	理论+实训



	<p>3-2 专业能力：电商平台运营能力，熟练操作主流电商平台，完成店铺开设/商品上架/活动策划/订单处理等全流程操作，掌握SEO优化、直通车投放、商品详情页设计等核心运营技能；数据驱动决策能力，能运用数据分析工具进行数据清洗、分析和可视化，解读用户行为、销售趋势等数据，支撑运营策略优化，熟练使用生意参谋、抖店后台等平台数据工具；数字营销与推广能力，具备内容营销能力，能撰写爆款文案、策划短视频、图文笔记等新媒体内容掌握直播电商全流程，达成销售转化目标；视觉设计与技术应用能力，掌握基础UI设计，优化用户体验；客户服务与供应链管理能力，熟练处理售前咨询、售后纠纷，运用工具维护客户关系，了解供应链管理基础，降低运营成本</p>	<p>数据可视化、商务数据分析、零售门店O2O运营、数据化运营、社群运营、互联网销售、视觉营销设计、互联网产品开发、电子商务法律法规</p>	<p>案例教学、情景模拟教学、小组讨论、项目任务驱动式教学、考证、技能大赛等</p>
--	--	--	--

附件 1: 主要课程简介

附件 2: 公共选修课一览表

附件 3: 人才培养方案专家评审意见表

附件 4: 人才培养方案审批表

附件 5: 电子商务专业人才培养方案调研报告