



闽北职业技术学院

MINBEI VOCATIONAL AND TECHNICAL COLLEGE

笃行 善思 致用 创新

电子商务专业人才培养方案

编制人：张梦君 王 辉 王 燕

林志良 叶信辉 周晨语

林 康 邓紫云

编制单位：信息系

专业主任：张梦君

系主任：张金良

年 级：2026 级

编制日期：2026 年 4 月 8 日

教务处 制

目录

一、专业名称及代码	1
专业名称	1
专业代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业和岗位面向	1
（一）职业面向	1
（二）岗位面向	1
（三）职业能力分析	2
五、培养目标与培养规格	3
（一）培养目标	3
（二）培养规格	3
（三）职业资格证书	5
六、课程设置及要求	5
（一）公共课	5
（二）专业技能课	12
七、实施保障	22
（一）师资队伍	22
（二）教学设施	22
（三）教学资源	24
（四）教学方法	25
（五）学习评价	25
（六）质量管理	26
八、毕业要求	28
九、教学进程总体安排	28
（一）课时学分结构表	28
（二）授课时间分配表	29
（三）教学进程安排表	30

闽北职业技术学院 电子商务 专业人才培养方案

（ 2026 级， 三二分段制）

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

五年制：5 年

四、职业和岗位面向

（一）职业面向

电子商务专业职业面向如表 1 所示

表 1 电子商务专业职业面向

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（4-01-02-02）、互联网营销师（4-01-02-07）、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）或技术领域举例	运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管
职业类证书举例	电子商务数据分析、网店运营推广、直播电商

（二）岗位面向

本专业毕业生主要面向现代服务业、商贸流通业、生产制造业等中小企业单位，从事运营主管、智能客服主管、视觉营销设计师等岗位工作。毕业生就业职业领域及主要工作岗位的初始岗位、发展岗位、目标岗位如表 2 所示。

表 2 职业领域及主要工作岗位（群）

序号	职业领域	工作岗位		
		初次岗位 (毕业1-2年)	发展岗位 (毕业3-5年)	目标岗位 (毕业6-10年)
1	电商运营	助理	专员	主管
2	电商美工	美工	设计师	视觉设计
3	电商客服	客服	储备干部组长	智能客服主管

（三）职业能力分析

电子商务专业职业能力见下表。

表 3 电子商务专业职业能力分析表

就业岗位	主要工作任务	职业岗位能力	
		要求	阶次
电商运营专员岗位	负责公司品牌相关平台的店铺维护。包括但不限于日常运营工作、店铺活动内容的策划、推广以及执行。	1. 1-3 年店铺运营经验，精通数据分析，监控店铺数据并能够独立制作报表。 2. 熟悉平台运营规则，能根据店铺现状及时调整运营方案，完成 KPI 绩效考核 3. 熟练运用 EXCEL 和 PPT 等办公软件。 4. 细心、责任心强，学习能力强，有一定的抗压能力。	职业综合能力
	负责公司品牌店铺的后台维护、页面装修等，确保商品库存和上下架等相关操作。		
	店铺活动报名，跟日常活动节奏获取官方流量支持，活动节奏规划、协调文案和设计支持，提供平台数据分析、不断优化流量结构提升业务增长。		
电商美工岗位	负责公司电商平台店铺的装修风格和页面、版式的创意设计、详情页优化、整体布局、活动推广设计等。	1. 具备扎实的美术功底、良好的创意思维和理解能力，能及时把握客户需求； 2. 精通 Photoshop, AI, C4d 等设计软件，掌握产品拍摄及视频剪辑技巧，对品牌设计和视觉效果有较好认识； 3. 善于与人沟通，良好的团队合作精神和高度的责任感，执行能力强，有创新精神。	职业综合能力
	配合产品和运营完成详情页制作及美观优化等工作；站在用户角度去思考，挖掘消费者的浏览习惯和点击需求，全面提升网站的整体视觉效果。		
	负责产品的拍摄设计和美化，对拍摄后的产品图进行修图、校色、美化处理，协助公司拍摄视频的剪辑制作，完成产品视频呈现。		

电商 客服 岗位	负责与客户沟通交流，解答问题，生成订单，订单跟踪，管理评价。	1. 理解客户细分、客户生命周期等知识；了解客户价值分析、客户维护的方法；了解信息技术在客户关系管理的应用； 2. 掌握网络调查、数据分析、电话联系获得客户需求信息的方法；掌握怎样有选择的建立客户关系；掌握怎样保持、挽救客户关系的方法； 3. 具有能够在客户资源库里快而准地寻找目标客户，而且能快速通过技术各种手段实现稳定客户的能力。	
	负责处理客户要求，修改价格，管理店铺等。		
	解答顾客提问，引导顾客进行购买，促成交易。及时解决客户提出的问题和要求，提供售后服务并解决一般投诉。		

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，面向互联网的运营主管、智能客服主管、视觉营销设计师等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、视觉设计的高技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 知识要求

(1) 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法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

(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。

(4) 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。

(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、图形图像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) 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务平台

和新媒体运营与管理的方法。

(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。

2. 能力要求

(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、文字表达能力和沟通能力。

(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、简单的数据分析等。

(5) 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。.

(6) 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。

(7) 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。

(8) 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。

(9) 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理。

(10) 能够根据运营目标采集电子商务平台数据,并依据店铺、产品和客户等各类数据,对其进行分析与预测。

(11) 能够正确进行网络营销,应对客户咨询、异议,处理客户投诉,进行客户个性化服务等。

(12) 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。

3. 素质要求

(1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度,在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下,践行社会主义核心价值观,具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

(2) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动,履行道德准则和行为规范,具有社会责任感和社会参与意识。

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

(4) 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。

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

(三) 职业资格证书

表 4 电子商务专业职业资格证书

序号	职业资格证书名称	取证性质	认证时间
1	商务数据分析师	选考	第 8 学期

六、课程设置及要求

(一) 公共课

培养学生思想道德、人文素质、职业素质、数理基础、沟通交流及职业自我发展能力的课程。

表 5 公共课课程说明

课程名称	思想道德与法治			开课学期	7
参考课时	48	学分	3	考核方式	考查
教学目标: 综合运用马克思主义的基本观点和方法，从当代大学生面临和关心的问题出发，对大学生进行马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育，帮助大学生确立正确的人生观和价值观，坚定理想信念，弘扬中国精神，践行社会主义核心价值观，遵守道德规范，加强道德实践，学习法治思想，真正做到尊法、学法、守法、用法，提高大学生的思想道德素质和法律素养。					
主要内容: 领悟人生真谛，把握人生方向；追求远大理想，坚定崇高信念；继承优良传统，弘扬中国精神；明确价值要求，践行价值准则；遵守道德规范，锤炼道德品格；学习法治思想，提升法治素养。					
教学要求: 通过理论学习和实践体验，帮助大学生领悟人生真谛，把握人生方向；坚定理想信念；继承优良传统，弘扬中国精神；积极践行社会主义核心价值观；遵守道德规范，锤炼道德品格；学习法治思想，提升大学生的思想道德素质和法治素养。					
课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论			开课学期	7
参考课时	32	学分	2	考核方式	考试

教学目标:

正确认识马克思主义中国化时代化的理论成果及其在指导中国革命、建设和改革中的重要历史地位和作用；掌握其形成背景、科学内涵、精神实质，培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题、解决问题的能力；理解和掌握党和国家在不同时期的路线、方针、政策，增强贯彻党的基本理论、基本路线、基本方略的自觉性、坚定性，增强社会主义的理想和信念，积极投身到中国特色社会主义建设中。

主要内容:

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。

教学要求:

通过运用多元教学方法，帮助大学生全面理解马克思主义中国化时代化理论成果的科学内涵、理论体系、思想精髓、精神实质、实践要求及理论成果之间的关系，自觉运用马克思主义立场、观点和方法指导实践，积极投身于中国特色社会主义伟大实践。

课程名称	习近平新时代中国特色社会主义思想概论			开课学期	8
参考课时	48	学分	3	考核方式	考试

教学目标:

了解习近平新时代中国特色社会主义思想创立的时代背景；了解和掌握中国特色社会主义进入新时代后，中国共产党举什么旗、走什么路，以及用什么样的精神状态、担负什么样的历史使命、实现什么样的奋斗目标等一系列重要问题；理解习近平新时代中国特色社会主义思想的科学体系，掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、主要内容和理论品格，领会习近平新时代中国特色社会主义思想的历史地位和时代价值，从而增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，提升贯彻党的路线、方针、政策的自觉性、坚定性。

主要内容:

习近平新时代中国特色社会主义思想系统回答了新时代坚持和发展中国特色社会主义的总目标、总任务、总体布局、战略布局和发展方向、发展方式、发展动力、战略步骤、外部条件、政治保证等基本问题，涵盖了经济、政治、法治、科技、文化、教育、民生、民族、宗教、社会、生态文明、国家安全、国防和军队、“一国两制”和祖国统一、统一战线、外交、党的建设等各方面。

教学要求:

通过教学，帮助大学生掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系、精神实质、鲜明特色和重大意义，理解其蕴含和体现的马克思主义基本立场、观点和方法，增进对其科学性、系统性的把握，提高学习和运用的自觉性，增强实现中华民族伟大复兴中国梦的责任感、使命感。

课程名称	形势与政策			开课学期	7-10
参考课时	16	学分	1	考核方式	考查

教学目标:

引导和帮助学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识，帮助学生全面正确地认识党和国家面临的形势和任务，让学生感知世情、国情、民意，体会党的路线方针政策的实践，把对形势与政策的认识统一到党和国家的科学判断上和正确决策上，形成正确的世界观、人生观和价值观，增强实现改革开放和社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感。通过了解和正确认识新形势下实现中华民族伟大复兴的艰巨性和重要性，引导学生树立科学的社会政治理想、道德理想、职业理想和生活理想，提高当代大学生投身于国家经济建设事业的自觉性，明确自身的人生定位和奋斗目标，全面拓展能力，提高综合素质。

主要内容:

依据中宣部、教育部下发的“高校形势与政策教育教学要点”选题。

国内专题教学内容: 1.进行党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验教育; 2.进行我国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; 3.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。 国际专题: 1.当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势; 2.我国的对外政策; 3.世界重大事件; 4.我国政府的原则立场与应对政策。 教学要求: 全面正确地认识党和国家面临的形势和任务,拥护党的路线、方针和政策,掌握该课程的基础理论知识、基本理论观点、分析问题的基本方法,并能够运用这些知识和方法去分析解决现实生活中的一些问题,增强建设社会主义现代化强国和实现中华民族伟大复兴的信心。					
课程名称	国家安全教育			开课学期	8
参考课时	16	学分	1	考核方式	考查
教学目标: 深刻认识新时代我国国家安全形势,掌握总体国家安全观提出背景、科学内涵,增强国家安全意识和忧患意识,提升甄别意识和斗争精神,积极参与到维护国家的行动。 主要内容: 本课程主要围绕总体国家安全观,从政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全、太空安全深海安全、极地安全、生物安全等的系统学习,培养学生自觉运用总体国家安全观指导实际学习、工作与生活,处理国家安全问题;能够自身实际在经济、军事、科技、文化、社会、国际交流等领域采取有效措施来保障国家安全。 教学要求: 通过采用“线上线下”相结合的教学方法,坚持理论联系实际原则,针对具体的教学内容和教学过程需要,采用案例教学、实践教学方式,引导学生提高警惕性,自觉抵制诱惑,提高能力,对可能危害国家安全的行为保持警觉。					
课程名称	体育与健康			开课学期	7-8
参考课时	32+32	学分	4	考核方式	考查
教学目标: 1.思政目标 通过体育文化传播,培养学生爱国情怀和民族自豪;通过身体素质练习,磨炼学生顽强意志和拼搏精神;通过学习规则,引导学生遵守规矩和正当竞争意识;通过参与集体项目,增强学生集体主义精神和团队合作意识;通过民族传统体育项目,强化学生体育文化自信和民族认同感。 2.知识目标 通过学习要求掌握体育与健康的概念,以及体育锻炼对健康的作用。使学生了解体育锻炼对自身健康的好处,促使学生自觉地参加体育锻炼。要求掌握体育锻炼应遵循的原则、发展身体素质的方法及有氧运动的概念,为科学从事体育锻炼提供指导依据。 3.能力与技能目标 熟练掌握两项以上健身运动的基本方法和技能;能科学地进行体育锻炼,提高自己的运动能力;掌握常规运动创伤的处置办法。能选择良好的运动环境,掌握有效提高身体素质、全面发展体能的知识和方法;能合理补充营养;养成良好的行为习惯;具有健康的体魄。 4.素质目标 积极参与各种体育活动并形成自觉锻炼的习惯,基本形成终身体育的意识,具有一定体育文					

化欣赏能力。能通过体育活动改善心理状态；养成积极乐观的生活态度；在运动中体验成功的乐趣。有良好的体育道德和合作精神；正确处理竞争与合作的关系。

主要内容：

1. 田径

- (1) 短跑距离跑：50 米、100 米。
- (2) 中长跑练习：800 米、1000 米。
- (3) 立定跳远。

2. 球类

- (1) 篮球：移动练习、传接球练习、运球、投篮、进攻战术。
- (2) 排球：脚步移动练习、垫球、传球、发球。
- (3) 足球：球性练习、运球、传接球、射门技术。
- (4) 乒乓球：发球、推挡球、搓球、拉攻球、步法。
- (5) 气排球：准备姿势、移动、垫球、发球、传球、拦网、扣球。
- (6) 羽毛球：发球、击球、接发球、网前技术。

3. 武术

- (1) 手法、步法、腿法、基本拳腿步法组合练习。
- (2) 二十四式简化太极拳。
- (3) 初级长拳。
- (4) 八段锦。

4. 操类

(1) 国家体育总局于 2009 年 8 月颁布的第三套《全国健美操大众锻炼标准》中的五级规定套路。

(2) 第三套校园啦啦操示范套路（大学组花球）

教学要求：

1. 田径教学要求：使学生主动参与田径课程学习和课堂活动，形成自觉锻炼习惯，编制个人锻炼计划，了解田径文化内涵，熟悉竞赛规则，提高观赏和评价比赛的能力。让学生熟练掌握田径运动的基本练习方法和锻炼方法，能科学地进行体育锻炼，提高田径运动能力，将田径作为长期锻炼项目。全面发展学生力量、协调、灵敏、柔韧等专项身体素质，掌握提高身体素质和体能的知识与方法，养成良好行为习惯和健康生活方式，为胜任未来职业岗位的体能需求打下基础。

2. 球类教学要求：通过学习要求掌握球类的各项基本技术，简单战术，能利用所学技术动作进行比赛，欣赏比赛，提高学生的身体素质，包括速度、力量、耐力、灵敏和协调等，促进身体正常发育和健康。培养学生对球类运动的兴趣，增强自信心，培养团队合作精神和竞争意识和良好的体育道德。

3. 武术教学要求：通过武术教学，提高学生身体的协调性、柔韧性、力量和速度等素质，培养学生的节奏感、空间感和本体感知能力。培养学生对武术的兴趣和热爱，增强学生的民族自豪感和文化自信，培养学生勇敢、顽强、坚韧的意志品质和良好的武德修养。

4. 操类教学要求：让学生掌握健美操的基本理论知识、基本步伐、基本手型和成套动作组合，具备一定的身体协调性、柔韧性和控制能力。全面发展学生身体素质，增强心肺功能，提高速度、耐力、力量等素质。培养学生的团队协作精神、创新能力和良好的体育道德，提升学生的艺术修养和审美能力。

课程名称	军事理论教育与军事训练			开课学期	7
参考课时	32	学分	2	考核方式	考查

教学目标：

1. 让学生了解掌握基本的国防、军事知识：国防历史与概况、国防领导体制、国防政策法规；中国武装力量的组成、编成、使命和任务；古今中外军事思想和一些代表性著作；国际战略格局、国际战略形势与我国周边安全现状；战争的产生、发展、演变和信息化战争；军事科学技术、武器装备及其在现代战争中的应用等。

2. 在学习掌握基本的国防、军事知识的基础上,增强广大学生的爱国主义情操,提升民族自信心和自豪感,引导他们学习和发扬人民军队的优良传统,确立建设强大国防、打赢未来信息化战争的自信心。

3. 在增强广大学生国防观念、国家安全观念和忧患危机意识,传承红色基因的基础上,提升他们的综合素质和国家安全责任意识,自觉主动履行国防义务,积极投身中华民族强国强军的伟大事业中。

主要内容:

1. 中国国防: 国防概述、国防法规、中国武装力量、国防动员、人民防空
2. 国家安全: 总体国家安全观、国际战略形势、我国周边安全现状
3. 军事思想: 中国古代军事思想、外国军事思想、毛泽东军事思想、习近平强军思想
4. 现代战争: 战争概述、机械化战争、新军事革命、信息化战争
5. 信息化装备: 信息化作战平台、综合电子信息系统、信息化杀伤武器

教学要求:

使学生理解国防的含义和我国的国防历史,促进学生树立正确的国防观;了解我国国防领导体制、国防战略政策和国防建设成就,熟悉国防法规、武装力量、国防动员等内容,增强学生国防观念和责任意识。正确把握和认识国家安全的内涵,理解我国总体国家安全观,深刻认识当前我国面临的安全形势;了解世界主要国家军事力量及战略动向,增强学生忧患意识和国家安全责任意识。了解军事思想的内涵、形成和发展历程,熟悉我国军事思想的主要内容、地位作用和现实意义,理解习近平强军思想的科学含义和主要内容,促进学生树立科学的战争观和方法论。

课程名称	大学英语			开课学期	7
参考课时	32	学分	2	考核方式	考查

教学目标:

通过教学使学生掌握一定的英语基础知识和技能,培养学生在职场环境下运用英语的基本能力。同时,提高学生的综合文化素养和跨文化交际意识,培养学生的学习兴趣 and 自主学习能力,使学生掌握有效的学习方法和学习策略,为提升就业竞争力及未来的可持续发展打下必要的基础。

主要内容:

1. 重点语句,学习话题相关语句,开启话题谈论之旅;2. 话题交谈,聊身边的人和事、聊熟悉的人和事,聊自己的事,学会用英语讲中国的故事、讲自己的故事、讲家乡的故事,即学即用,为学生必备的语言训练提供积极的支持3. 拓展阅读,为学生拓展话题提供相关知识和语言训练提供保障,培养学生语言实践和运用能力。4. 语用训练,巩固和提升语言知识和语用能力5. 支撑词汇,掌握必要的话题相关词汇和未来职业相关词汇。

教学要求:

高职英语课程不仅要帮助学生打好语言基础,更要注重培养学生实际应用语言的技能,特别是用英语处理与未来职业相关的业务能力。教学以学生的职业需求和发展为依据,充分体现分类指导、因材施教的原则。

1. 掌握 2500 个常用词汇以及由这些词构成的常用词组,能在口头和书面表达时加以运用。根据具体情况适当学习一些与行业相关的常见英语词汇。

2. 掌握基本的英语语法,并能在职场交际中基本加以运用。

3. 能基本听懂日常生活用语和与未来职业相关的一般性对话或陈述。

4. 能就日常话题进行简单的交流。

5. 能基本读懂一般题材的英文资料,理解基本正确。

6. 能填写表格和模拟套写常见的简短英语应用文,如简历、通知、信函等。语句基本正确格式基本恰当。

7. 能借助词典将一般性题材的文字材料和与未来职业相关的业务材料译成汉语。译文达意、通顺,格式恰当。

课程名称	就业指导			开课学期	8
参考课时	16	学分	1	考核方式	考查
教学目标: 为学生提供就业政策、求职技巧、求职简历及求职信撰写等方面指导,帮助学生了解全国及当地的就业形势、就业政策。指导学生根据自身条件、特点、职业目标、职业方向以及社会需求等情况,选择适合自己的职业。对学生进行职业适应、就业权益、劳动法规、求职技巧、创业意识等教育,帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观、就业观,充分发挥自己的才能,实现自己的人生价值和社会价值,促使学生顺利就业、创业。					
主要内容: 第一部分:求职过程指导。(一)搜集就业信息(二)简历撰写与面试技巧(三)心理调适(四)就业权益保护。 第二部分:职业适应与发展。(一)从学生到职业人的过渡(二)工作中应注意的因素。					
教学要求: 第一部分:求职过程指导。通过本部分的学习,提高学生求职技能,增进心理调适能力,维护个人合法权益,有效地管理求职过程。 第二部分:职业适应与发展。通过本部分学习,使学生了解学习与工作的不同、学校与职场的区别,引导学生适应生涯角色的转换,为职业发展奠定良好的基础。					
课程名称	创新创业教育基础			开课学期	8
参考课时	32	学分	2	考核方式	考查
教学目标: 通过本课程的教学,使学生掌握开展创新创业活动所需要的基本知识,分为三个层面: 1.知识目标 使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识。包括认知创业的基本内涵,辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目。 2.能力与技能目标 通过教学使学生具备必要的创业能力。包括掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法,熟悉新企业的开办流程与管理,提高创办和管理企业的综合素质和能力。 3.素质目标 帮助学生树立科学的创业观。正确理解创业与职业生涯发展的关系,具备创业意识和创新精神,自觉遵循创业规律,积极投身创业实践。学习本课程,将使学生创业知识充实;创业综合能力提升;创新意识全面增强。					
主要内容: 模块一(追梦人生)创新创业与人生发展:1.创新创业的内涵、类型、现状、理念与意义; 模块二(勇于开拓)创新思维方法与创业精神:2.创新意识与创新思维;3.创新方法与创新能力;4.创新精神;5.保护与转化创新成果; 模块三(寻找资源)创业资源整合:6.创业者与创业团队;7.创业环境与政策;8.创业机会与创业融资; 模块四(理清思路)理清创业思路;9.创业计划书;10.优秀创业项目路演; 模块五(创办企业)新企业创立成长和生存;11.新企业的组织形式、选址、注册、相关法律知识;12.新企业的组织设计的原则和与方法、产品开发的内容与途径;13.市场营销的方法、财务管理的内容与方法、人力资源管理方法。					
教学要求: 课程坚持把知识传授、价值塑造和能力培养有机统一起来,以课堂教学为主渠道和课外实践重要途径相结合、理论讲授与实践体验相结合、合作学习与个人反思相结合、线上互动与下线引导相结合,调动学生学习的积极性、主动性和创造性,不断提高教学质量和水平。					

课堂教学要求：1. 理论教学要求。以学生发展为中心，突出学习成果导向，以教学革命促进学习革命，适应大班教学现状，依托信息化工具，运用引导技术，打造全员参与型、体验式课堂，构建线上线下相结合的混合教学模式。2. 实践训练要求：通过开展与教学内容高度匹配的“实践”训练，即创业计划书撰写，组织开展创业团队实践训练活动，将课堂知识与实践训练紧密结合起来，培养学生在实践中运用所学知识发现问题和解决实际问题的能力。

考核设计要求：过程考核和结果考核相结合，加大过程考核成绩在课程总成绩中的比重。健全能力与知识考核并重的多元化学业考核评价体系，建立基于创业计划书质量评价的学生学习过程监测、评估与反馈机制。

课程名称	劳动教育			开课学期	8
参考课时	16	学分	1	考核方式	考查

教学目标：

准确把握社会主义建设者和接班人的劳动精神面貌、劳动价值取向和劳动技能水平的培养要求，全面提高学生劳动素养，使学生树立正确的劳动观念、具有必备的劳动能力、培育积极的劳动精神、养成良好的劳动习惯和品质。

主要内容：

结合专业特点，增强职业荣誉感和责任感，提高职业劳动技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度。组织学生：（1）持续开展日常生活劳动，自我管理生活，提高劳动自立自强的意识和能力；（2）定期开展校内外公益服务性劳动，做好校园环境秩序维护，运用专业技能为社会、为他人提供相关公益服务，培育社会公德，厚植爱国爱民的情怀；（3）依托实习实训，参与真实的生产劳动和服务性劳动，增强职业认同感和劳动自豪感，提升创意物化能力，培育不断探索、精益求精、追求卓越的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度，坚信“三百六十行，行行出状元”，体认劳动不分贵贱，任何职业都很光荣，都能出彩。

教学要求：

本课程以高职大学生作为教育对象，以普及劳动科学理论、基本知识作为教育的主要内容，以讲清劳动道理为教育的着力点，旨在通过劳动教育弘扬劳动精神，促使学生养成良好的劳动习惯和积极的劳动态度，树立高职学生正确的劳动观和价值观，切实体会到“生活靠劳动创造，人生也靠劳动创造”的道理，培养他们的社会责任感，成为德智体美劳全面发展的社会主义事业建设者和接班人。

课程名称	信息技术			开课学期	1-2
参考课时	144	学分	8	考核方式	考试

教学目标：

高等职业教育专科信息技术课程目标是通过理论知识学习、技能训练和综合应用实践，使高等职业教育专科学生的信息素养和信息技术应用能力得到全面提升。

本课程通过丰富的教学内容和多样化的教学形式，帮助学生认识信息技术对人类生产、生活的重要作用，了解现代社会信息技术发展趋势，理解信息社会特征并遵循信息社会规范；使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术，了解大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术，具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题；使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的持续发展奠定基础。

主要内容：

信息技术课程内容是高等职业教育专科学生提升其信息素养的基础，包含文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任六部分内容。

另外根据国家有关规定，结合专业需要和学生实际情况，可以适当增加拓展模块教学内容，如信息安全、项目管理、机器人流程自动化、程序设计基础、大数据、人工智能、云计算、现代通信技术、物联网、数字媒体、虚拟现实、区块链等的基础知识。

教学要求：

学校为课程的教学建设了满足教学需要的教学机房，配备数量合理、配置适当的信息技术设备，提供相应的软件和互联网访问带宽；建立课程负责人制度，组建课程教研室团队，积极组织

开展各类教研活动，促进教学改革；还提供了在线学习平台，支持传统教学模式向混合学习、移动学习等信息化教学模式转型升级，引导学生进行数字化学习环境创设，开展自主学习、协作学习和探究学习。

（二）专业（技能）课

1. 专业基础课程

表 6 专业基础课程说明

课程名称	电子商务基础			开课学期	1
参考课时	64	学分	4	考核方式	考试
教学目标: 通过本课程的学习，使学生了解电子商务的相关技术，理解电子商务服务框架，理解电子商务各种模式，掌握电子商务相关法律。					
主要内容: 1. 了解电子商务的概念和分类；电子商务的产生与发展；电子商务框架；体验电子商务。 2. 掌握 B2C；B2B；C2C；O2O；其他模式。 3. 了解计算机技术；网络技术；安全技术；支付技术。 4. 了解搜索引擎营销；网络广告；微博营销；邮件营销；新媒体营销；网络直播；短视频。 5. 了解认识电子商务物流；电子商务物流模式。 6. 了解走进网络客户；使用网络工具；维护客户关系。 7. 了解移动网上开店；微店运营；移动支付；微信营销。 8. 掌握电子签名法；电子认证相关法律；《互联网广告管理暂行办法》；《电子商务法》。					
教学要求: 通过本课程的学习，让学生了解电子商务概况，理解电子商务模式，了解电子商务相关技术，了解网络营销基本内容，了解电子商务物流模式，掌握电子商务相关法律。					
课程名称	数字图像处理			开课学期	5-6
参考课时	96	学分	6	考核方式	考查
教学目标: 1. 知识目标 本课程的教学目标要求学生扎实地掌握软件的基础知识，认真完成练习作业，对该课程和专业设计课程之间的联系有一个整体的认识，能够运用所学的该课程的软件知识，使自己的设计理念更加强化、更加充分地表现出来。 2. 能力与技能目标 （1）理解图形图像处理的技术要点； （2）理解图形图像处理在电子商务、广告设计等行业中的作用； （3）熟练掌握利用 Photoshop 进行图像制作处理和艺术设计的技能； （4）能够胜任图像及照片处理、平面设计等工作，具有较强的广告艺术设计能力。 3. 素质目标 （1）在设计中能熟练地运用 Photoshop 制作效果图，并能在实际工作中得到应用； （2）具备搜集资料、阅读资料和利用资料的能力，具有团队协作精神；					
主要内容: 模块一 Photoshop 与 adobe bridge 工作环境与基础操作。 模块二 色彩原理和逻辑选色。 模块三 Photoshop 工具箱的使用。 模块四 图像的编辑与图像的色彩和色调。 模块五 Photoshop 中图层的操作。					

模块六 Photoshop 中路径使用。 模块七 通道和蒙版。 模块八 使用 Photoshop 滤镜。 模块九 打印与输出图像。 模块十 网页图像与动画设计。 教学要求: 本课程根据职业特点开展符合职业岗位能力需要的技能培养与训练; 课程要求将知识与技能紧密联系, 让学生在模拟或仿真职业实践中掌握知识和能力, 最终目的是提高学生的就业能力。					
课程名称	管理学原理			开课学期	3
参考课时	64	学分	4	考核方式	考查
教学目标: ①一级目标: 培养基层管理岗位的综合管理技能与素质。 ②二级目标: 通过本课程教学与实训培养学生的四大关键能力, 即计划与决策的能力、组织与人事的能力、领导与沟通的能力和评价能力。 ③三级目标: 培养观察环境, 分析界定问题的能力; 培养创新与科学决策的能力; 培养科学运筹, 配置资源, 制定计划的能力; 培养分析组织结构与职权关系, 制定组织规范的能力; 培养招聘、应聘, 考核与奖励的能力; 培养树立权威, 有效指挥的能力; 培养有效激励, 调动人的积极性的能力; 培养协调关系和与他人沟通的能力; 培养人员组合与团队建设的能力; 培养对工作有效控制的能力; 培养搜集与处理信息的能力; 培养总结与评价的能力。 主要内容: 模块 1 管理与管理系统。 模块 2 管理理论与组织文化。 模块 3 计划与战略。 模块 4 组织与人事。 模块 5 领导与沟通。 模块 6 控制与创新。 教学要求: 1. 管理系统的基础知识, 包括管理的概念、属性, 管理主体、管理对象与环境、管理机制与方法, 管理职能等; 2. 管理思想, 包括管理思想的演进过程、最新趋势, 管理原理、组织文化等。 3. 计划、组织、领导、控制的概念、类型、地位、作用、方法步骤等的知识。					
课程名称	客户关系管理			开课学期	2
参考课时	48	学分	2	考核方式	考查
教学目标: 1. 知识目标 掌握客户关系管理的内涵, 客户信息库建立的方法, 客户关系管理技术, 客户价值以及客户价值创造的途径。 2. 能力与技能目标 (1) 客户关系管理能力; (2) 客户满意能力; (3) 客户忠诚能力; (4) 顾客价值及管理 能力; (5) 技术能力; (6) 数据管理能力; (7) CRM 实施能力; (8) 营销能力; (9) 匹配 能力。 3. 素质目标 培养学生诚实诚信、保守秘密、勤奋敬业、谨慎细致、务实高效、团结协作的职业态度, 具有强烈的工作责任心、风险意识和良好心态。 主要内容: 项目一: 客户关系管理的内涵、客户关系管理的发展历程与分类、客户关系管理的功能与发展趋势、客户关系管理的营销策略。					

项目二：客户认识、寻找潜在客户、潜在客户管理、客户开发。 项目三：确定客户关系、客户分类与管理。 项目四：建立客户档案、利用客户档案、分析与评估客户信用、客户信息安全管理。 项目五：客户投诉、客户流失、客户满意、客户忠诚、客户价值。 项目六：客户关系管理系统特点以及常用软件介绍、客户关系管理系统成功实施的前提与步骤、客户关系管理系统成功实施的误区与规则、呼叫中心具体项目的实施与评价、客户关系管理系统未来发展趋势。 教学要求： 课堂教学要求：1. 理论教学要求。以学生发展为中心，突出学习成果导向，以教学革命促进学习革命，适应大班教学现状，依托信息化工具，运用引导技术，打造全员参与型、体验式课堂。2. 实践训练要求：通过开展与教学内容高度匹配的“实践”训练，将课堂知识与实践训练紧密结合起来，培养学生在实践中运用所学知识发现问题和解决实际问题的能力。					
课程名称	经济学基础			开课学期	5
参考课时	64	学分	3	考核方式	考查
教学目标： 1. 知识目标 （1）理解资源稀缺的含义； （2）掌握经济学的研究对象与方法； （3）掌握微观经济学与宏观经济学的基本内容； （4）了解经济学发展简史。 2. 技能目标 （1）能对周围发生的经济现象有一定的敏感度； （2）初步学会从经济学的角度分析各种社会问题。 3. 素质目标 引导学生运用马克思主义的基本立场、观点和方法正确地认识微观经济学和宏观经济学，吸收其中科学的分析方法和对市场机制运行的正确看法。 主要内容： 项目一 认识经济学。 项目二 需求和供给——进入经济学殿堂的钥匙。 项目三 学会理性消费——消费者行为理论。 项目四 透视厂商行为。 项目五 洞悉市场结构与厂商均衡。 项目六 生产要素分配。 项目七 市场失灵与微观经济政策。 项目八 开启宏观经济之门——国民收入核算与决定。 项目九 直面失业与通货膨胀。 项目十 认知经济增长和经济周期。 项目十一 宏观经济政策。 项目十二 经济开放与国际收支。 教学要求： 本课程包含微观经济学和宏观经济学两部分。经过多个教学方法和教学手段使学生能够将抽象问题具体化、形象化，将理论分析和应用相结合，能够初步了解经济基础一般原理。					
课程名称	电子商务企业模拟沙盘			开课学期	1
参考课时	32	学分	2	考核方式	考查

教学目标:

通过本课程的学习,使学生了解电子商务企业经营的基本流程,理解电子商务企业生存之道:现金流、利润、声誉等,都会影响企业的生存。

主要内容:

1. 了解电子商务企业经营的常规流程。
2. 了解 ITMC 电子商务企业经营模拟沙盘。
3. 掌握 ITMC 电子商务企业经营模拟沙盘的基本操作。
4. 理解 ITMC 电子商务企业经营模拟沙盘的经营战略。
5. 掌握 ITMC 电子商务企业经营模拟沙盘进行模拟经营实战。
6. 了解 ITMC 电子商务企业经营模拟沙盘总结复盘。

教学要求:

通过本课程的学习,让学生理解电子商务企业经营的基本流程,掌握 ITMC 电子商务企业经营模拟沙盘的基本操作。

2. 专业核心课程

表 7 专业核心课程说明

课程名称	电子商务平台运营与管理			开课学期	6
参考课时	64	学分	4	考核方式	考试
教学目标: 1. 能进行市场调研以及店铺定位; 2. 能开设网上店铺; 3. 能进行店铺装修; 4. 能对网上店铺进行日常管理; 5. 能进行店铺推广、网店的数据分析。 主要内容: 1. 电子商务市场上主流的网络零售平台,包括 B2C, C2C 平台进行调研、分析各平台的特点; 2. 理解并学会网店规划的基本步骤和方法,包括店铺的总体规划、店铺定位、产品定位、价格定位、渠道定位; 3. 对前期规划的网店进行网店的搭建,包括网店基本框架的搭建、商品上架等; 4. 在网店基本框架已搭建的基础上,进行进一步的网店设计,主要包括详情页设计; 5. 针对已搭建好的网店,设计并实施相应的营销方案和推广策略; 6. 掌握 B2C 平台网店的数据分析对象、分析方法。 教学要求: 1. 要求学生掌握电子商务运营的全流程,包括网店规划、网店的搭建、网店的视觉设计、网店的营销与推广、网店的数据分析; 2. 了解电子商务运营的主流平台包括天猫、京东等店铺的搭建方法,并通过淘宝、拼多多平台的实践操作,掌握 B2C 网店运营的主要流程; 3. 重点要求学生掌握视觉营销的主要内容、视觉设计的规范; 4. 熟悉平台店铺的常见推广方法; 5. 要求了解客户服务的主要工作内容,了解协同运营; 6. 要求理解数据分析,掌握网店数据分析的对象、分析的流程,并掌握基本的多平台运营的营销数据、运营数据的分析。					
课程名称	农产品电商运营			开课学期	7
参考课时	64	学分	4	考核方式	考试

教学目标:

通过学习,能够认知农产品电商“上行”“下行”的发展现状与前景,明确农产品电商的团队构成与管理、考核、激励方法;能够编写调研提纲,制定调研方案,设计调研问卷,进行调研,并收集、整理、分析各类调研数据,形成调研结论;能够改进提升或开发出符合目标市场需求、营销方案要求的农产品,并完成农产品定价、上报核定,组织进行农产品规格和包装设计;能够明确运营目标,对运营目标进行拆解,结合目标客户、竞争对手、产品等信息确定运营渠道,并对人力、资金、物料等资源进行配置,完成季度和月度运营规划制定;掌握农产品采购计划、保管条例、仓库安全管理办法、库存管理规定编制的方法,能够进行农产品采购、出入库管理、库存管理、库存调拨、采购关系维护与管理操作,能够选择农产品包装和填充材料,完成农产品物流包装,并选择合适的物流服务商,建立运输资源档案;能够根据各渠道营销目标和品牌定位,制定农产品平台营销、社交媒体营销、直播营销、短视频营销方案,推进方案实施,并跟踪采集营销数据,对营销效果进行分析诊断,提出优化建议。

主要内容:

- 模块一 农产品电商运营概述。
- 模块二 农产品市场调研。
- 模块三 农产品开发。
- 模块四 农产品运营规划。
- 模块五 农产品供应链管理。
- 模块六 农产品营销方案制定与实施。

教学要求:

能够掌握农产品市场调研、农产品开发、农产品运营规划、农产品供应链管理和农产品网络营销等农产品电商运营进阶技能。

课程名称	电商运营数据分析			开课学期	8
参考课时	64	学分	4	考核方式	考试

教学目标:

1. 知识目标

- (1) 了解电子商务运营的概念及基本内容;
- (2) 了解电子商务数据化运营的含义;
- (3) 熟悉电子商务企业组织架构及各部门职责;
- (4) 了解数据采集与处理方案;
- (5) 熟悉电子商务数据指标体系;
- (6) 熟悉电子商务数据采集渠道数据类型;
- (7) 熟悉常用电子商务数据采集工具的使用范围及功能;
- (8) 了解市场数据分析的内容;
- (9) 明确市场数据分析的价值;
- (10) 了解市场需求分析的重要性;
- (11) 熟悉竞争对手的界定方法;
- (12) 了解运营数据分析的必要条件及内容;
- (13) 熟悉客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析、供应链数据分析的相关知识

标;

- (14) 熟悉产品数据分析的概念和内容;
- (15) 了解产品搜索指数和产品交易指数分析的维度;
- (16) 掌握产品搜索指数和产品交易指数分析的方法;
- (17) 掌握产品获客能力和产品盈利能力分析的方法;
- (18) 能熟悉电子商务常用数据指标及其含义;
- (19) 熟悉数据监控的一般流程;
- (19) 了解数据监控报表制作的设计要素;
- (20) 了解报告的主要类型及各类型的特点。

2. 能力目标 (1) 能够理解电子商务运营的业务流程; (2) 能够掌握电子商务数据化运营的工作流程; (3) 能够制定数据分析目标; (4) 能够合理选择数据采集工具及确定数据渠道; (5) 能够撰写数据采集与处理方案及数据采集表; (6) 能够根据获取的数据进行行业集中度分析; (7) 能够进行市场容量分析及预测; (8) 能够分析市场需求量变化趋势以及客户对品牌、价格、属性的偏好; (9) 掌握识别竞争对手的方法; (10) 能够进行竞店和竞品分析; (11) 能够进行客户数据分析, 包括客户特征分析、客户忠诚度分析、客户行为分析; (12) 能够进行推广数据分析, 包括推广渠道分析、关键词推广分析、活动推广效果分析、内容运营分析; (13) 能够进行销售数据分析, 包括交易数据分析、服务数据分析; (14) 能够进行供应链数据分析, 包括采购数据分析、物流数据分析、仓储数据分析; (15) 能独立完成产品搜索指数分析和产品交易指数分析; (16) 能独立完成产品获客能力分析和产品盈利能力分析; (17) 能使用生意参谋工具完成产品数据分析; (18) 能够完成数据监控报表的制作及异常数据的鉴别与分析; (19) 能设计数据分析报告框架, 并完成数据分析报告的撰写。 3. 素质目标 (1) 熟悉电子商务企业在运营中应该遵循的相关法律法规; (2) 能够在电子商务数据化运营过程中坚持科学的价值观和道德观; (3) 熟悉计算机信息技术相关法律法规, 合理合法的开展数据收集行为; (4) 遵守职业道德, 在进行数据分析时不弄虚作假; (5) 具备数据保密意识, 尊重公民隐私, 遵守职业道德; (6) 具备良好的数据安全意识, 以及较强的数据判断能力; (7) 具备较强的系统化思维和文字表达能力; (8) 培养学生具有自主、开放的学习能力和创新能力。 主要内容: 通过本课程的学习, 学生能够掌握商务数据分析涉及的原理、方法、常用工具、典型数据分析场景应用及数据可视化方案, 从调查方案设计、数据资料的收集、处理、分析到数据分析报告的撰写整个工作流程。同时还要培养学生自主学习能力、自我管理能力、沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神, 使学生既具备较高的业务素质, 又具有良好的职业道德和敬业精神。 教学要求: 课程内容从基于数据分析的网络营销, 提升到基于大数据分析的商务数据采集、分析与应用到互联网商务运营全过程。同时还要培养学生自主学习能力、自我管理能力、沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神, 使学生既具备较高的业务素质, 又具有良好的职业道德和敬业精神。					
课程名称	网络营销与策划			开课学期	7
参考课时	48	学分	3	考核方式	考试
教学目标: (1) 让学生掌握网络市场调研的内容与主要方法, 以及商情分析等方面的知识。 (2) 掌握网络营销过程的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识。 (3) 让学生具备分析问题、解决问题的实际运用的能力。 主要内容:					

(1) 搜索引擎营销：搜索引擎的工作原理；PC 端和移动端搜索引擎优化的内容；应用商店优化的内容；搜索引擎付费营销分类、影响因素及营销效果；了解百度付费推广。

网络视频营销：了解网络视频、网络视频营销、网络直播营销和短视频营销；熟悉网络视频的类型、网络直播营销的应用场景及短视频平台；掌握网络视频营销、网络直播营销和短视频营销的方法和技巧。学会应用网络视频营销策略；能够设计网络直播营销方案；能够制作一则营销导向的短视频。

(2) 软文营销：了解事件营销运作的定义、原理、特点；掌握事件营销策划的基本方法、内容、技巧；掌握对事件营销效果进行监测和评估的工具和方法；能够设计策划事件营销方案；能够诊断网络事件营销的现状并提出解决方案；能够对事件营销效果进行监测和评估。

(3) 品牌营销策划：了解品牌、品牌营销、品牌营销策划的概念；掌握品牌营销策划过程和网络营销营销策划步骤；了解网络红人及其成名原因；熟悉如何打造网络红人；掌握品牌营销效果的评估方法，能够制订网络品牌营销方案；能够对品牌营销效果进行评估。

(4) 网站推广策划：熟悉网站推广的不同阶段；掌握网站推广的策划思路；了解网站推广的评估指标和评估工具；掌握 App 推广的常用方法；掌握网店推广中站内推广和站外推广的常用方法；能够撰写网站推广策划方案；能够对网站推广效果进行评估，并找出针对性推广方法；能够策划 App 推广方案；能够策划网店站内推广和站外推广方案。

(5) 产品营销策划：了解产品客户定位的方法；掌握产品销售页面策划的准备工作及销售页面文案的编写方法；熟悉产品营销策划的效果监测；能够设计产品销售页面的文案；能够对产品营销策划效果进行监测。

教学要求：

(1) 了解网络营销现状、网络营销概念、网络营销战略、搜索引擎营销方法、社会化媒体营销、视频及短视频营销、网络广告营销、网络广告策划及投放、软文营销、事件营销、病毒营销、网络营销策划、网络推广项目、产品在线销售项目、品牌策划项目、网络舆情管理及负面舆情管理。

(2) 熟悉用户画像的概念及构建方法、主流搜索引擎、SEM、企业微博营销运营、主流自媒体及营销方法、社群营销及运营的方法、视频营销的方法及策略、软文营销策划、事件营销策划、病毒营销策划、网络营销推广步骤及执行策略、网站推广策划思路、APP 推广方法及实施、网店推广方法、产品销售页面策划、打造网络红人的策略及打造个人网络品牌、企业口碑营销策划、负面舆情危机应对及防控。

(3) 掌握网络营销职能及内容体系、网络调研的方法、SEO、个人微信及企业微信公众号营销方法及技巧、H5 营销方法、短视频营销的全过程、软文写作方法及技巧、事件营销的方法和策略、网络营销策划书的类型及写作方法、网站推广/APP 推广/网店推广策划书、产品销售页文案写作及逻辑关系、打造个人网络品牌的策略、企业舆情监测及日常管理。

课程名称	网店视觉设计			开课学期	8
参考课时	48	学分	3	考核方式	考试

教学标准：

1. 知识目标

通过本课程的学习，使学生认识电商、认识美工重要性，了解美术基础及网店色彩搭配，深入理解店铺装修的构思的作用，深入理解美工实践课店铺装修。

2. 能力目标

能进行网店 PC 端和无线端的设计、装修和照片的美化操作，掌握 H5 的简单制作。

3. 素质目标

培养学生学好技术，科技助农的情怀；培养学生爱岗敬业、精益求精、创新的“工匠精神”；培养学生团队合作及与他人沟通的能力；培养学生职业素养；培养学生的民族自信情怀。

主要内容：

1. 网店美工基础知识。了解网店美工概述，了解网店美工必备的视觉营销知识，掌握 Photoshop 基本操作，掌握利用 Photoshop 抠图 UI 设计概述

2. 图片调色。了解图片调色，掌握处理曝光不足或曝光过度的照片，掌握图片调色。

3. 图片修饰。掌握修饰图片，掌握丰富图片内容，掌握添加图片特效

4. 网店首页设计与装修。掌握 LOGO 设计、店招设计、海报设计、海报设计、优惠券设计、活动区商品拍摄、活动区设计、使用素材中心和模块装修店铺
5. 详情页设计与装修。了解商品详情页设计要点，掌握宝贝描述核心模块设计
6. 视觉营销推广图的制作。掌握制作高点击率的主图，掌握制作智钻图设计，掌握制作直通车推广图设计
7. 无线终端首页的视觉设计与装修。了解无线终端详情页设计基础，掌握无线终端详情页的设计与装修，掌握无线终端详情页模块的设计与装修。
8. 无线终端 H5 设计。了解 H5 的基础知识，掌握使用 MAKE 工具制作 H5，掌握使用 IH5 工具制作 H5。

教学要求：

1. 通过本课程的学习，使学生认识电商、认识美工重要性，了解美术基础及网店色彩搭配，深入理解店铺装修的构思的作用，深入理解美工实践课店铺装修。
2. 能进行网店 PC 端和无线端的设计、装修和照片的美化操作，掌握 H5 的简单制作。

课程名称	短视频制作与运营			开课学期	8
参考课时	64	学分	4	考核方式	考试

教学目标：

本课程主要培养学生从事短视频剪辑以及相关短视频后期制作工作时所需要的短视频脚本撰写能力、摄影摄像采集素材能力、视音频剪辑处理能力、视音频特效制作能力、字幕制作能力、短视频合成能力、短视频软件综合应用能力，理解电商短视频编辑与制作工作流程，掌握 Premiere 、剪映等剪辑软件应用技巧，具备不同类型短视频制作技能。

主要内容：

1. 短视频的概念和分类。
2. 常用的 App 和短视频平台。
3. 短视频脚本撰写与策划。
4. 拍摄设备与视频构图理论。
5. 短视频制作流程与拍摄技巧。
6. 视频转场与特效应用。
7. 短视频音频制作能力。
8. 短视频字幕制作。
9. 短视频编辑与制作实战。

教学要求：

这是一门实操性很强的课程，是对基础课程的融合，通过强化本专业学生的创作敏感度，提高学生对视频媒体的创作和再加工能力，让学生有对思维进行影像表达的素质，通过导入实训项目，让学生了解在短视频在商业模式下是如何运作以及怎样制作出受市场欢迎的作品。

3. 集中实践教学环节

表 8 集中实践教学环节安排表

集中实训项目	学期									
	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十
认识实习										
课程集中实训		1 周				1 周		1 周		
综合实训									12 周	

岗位实习								6周	18周
总计：39周		1周				1周		1周	18周

4. 专业选修课程

在职业能力课程的基础上，围绕本专业职业能力拓展的多方位、多层次的职业能力和职业素质相关课程。

表 9 专业选修课程说明

课程名称	电商创业实务			开课学期	7
参考课时	64	学分	4	考核方式	考查
教学目标： 1. 知识目标 掌握网店运营技巧，选品、拍摄、图文视频的制作过程，行业、商品趋势分析，淘系各类工具的使用。 2. 技能目标 （1）网店运营技巧； （2）电商选品方式和工具的使用； （3）网店整店运营策略制定； （4）掌握了解淘系流量入口与来源； （5）商品分析与优化方法。 3. 素质目标 培养学生运营思维、流程化思维、发散性思维以及创造性思维能力，具有强烈的竞争意识、创业精神和创业心里品质。 主要内容： 项目一：网店运营技巧，了解网店的基础设置和工具使用。 项目二：商品上传前的选品、拍摄、图文视频的制作过程，掌握商品上传中的类目设置、信息编辑、支付设置、物流设置等，顺利完成商品上传工作。 项目三：行业分析的核心指标含义，学会分析行业趋势、行业客群的方法，了解时间地域数据在网店中的应用方法。 项目四：网店策略制定和目标制定的方法、网店商品规划和生命周期，以及人群策略制定方法，从而完成全面的网店规划制定。 项目五：了解淘系的流量来源、不同渠道的流量获取方式。 项目六：内容运营的基本知识，内容营销的简单策略，了解目前淘系商家在内容运营中常用的策略和方法。 项目七：淘系官方营销工具的使用，针对网店所处的不同阶段和不同的运营目标选择不同的营销工具。 项目八：活动营销的报名和运营流程；客户管理的方法和工具使用。 项目九：分析商品需求的方法，完成需求测试。 教学要求： 课堂教学要求：1. 理论教学要求。以学生发展为中心，突出学习成果导向，以教学革命促进学习革命，适应大班教学现状，依托信息化工具，运用引导技术，打造全员参与型、体验式课堂。 2. 实践训练要求：通过开展与教学内容高度匹配的“实践”训练，将课堂知识与实践训练紧密结合起来，培养学生在实践中运用所学知识发现问题和解决实际问题的能力。					

课程名称	电子商务文案			开课学期	6
参考课时	64	学分	4	考核方式	考查
教学目标: 1. 知识目标 本课程的知识目标是让学生掌握各种网络文案的撰写, 主要包括: (1) 使学生能够学会准确分析网络营销中消费人群的特点与购买心理, 策划组织各种网络营销活动; (2) 学会分析网店文化、撰写品牌故事、掌握网店各页面文字的表示特点和写法; (3) 熟练掌握对各大论坛、博客、微博、空间的文案策划与撰写; (4) 掌握文案创意思维和写作方法, 形成电子商务文案撰写的知识体系和实际操作能力。 2. 能力与技能目标 通过本课程的教学, 学生能够具备如下能力: (1) 从事电商网站整体运营与日常管理维护的能力; (2) 在各大企业或公司从事网络营销与推广类工作的技术与能力; (3) 在各种互联网电商平台上进行自主创业的能力。 3. 素质目标 (1) 具有网络营销与网络推广等职业岗位职业道德观念、职业的敬业精神和团队合作精神。 (2) 具有网络营销与网络推广等职业人员所需要的逻辑分析能力、管理意识。					
主要内容: 模块一 电子商务文案认知。 模块二 网店商品分析与品牌文案写作。 模块三 商品关键词的设置。 模块四 网店商品详情页文案写作。 模块五 常规网络推广文案的撰写。 模块六 微信文案的撰写。					
教学要求: 1. 使学生能够学会准确分析网络营销中消费人群的特点与购买心理, 策划组织各种网络营销活动; 2. 学会分析网店文化、撰写品牌故事、掌握网店各页面文字的表示特点和写法; 3. 熟练掌握对各大论坛、博客、微博、空间的文案策划与撰写; 4. 掌握文案创意思维和写作方法, 形成电子商务文案撰写的知识体系和实际操作能力。					
课程名称	电子商务三维视觉设计			开课学期	8
参考课时	64	学分	4	考核方式	考查
教学目标: 1. 知识目标 (一) 知识教学目标 (1) 熟悉 Cinema 4D 三维动画制作流程; (2) 掌握变形技术、路径动画与约束、骨骼与绑定技术、角色动画技术和粒子动力学技术等具体使用方法。 2. 能力与技能目标 (1) 培养学生三维动画创作能力; (2) 培养学生的自主学习能力、创新思维与设计意识, 正确的审美观念; (3) 培养学生团队协作能力。 3. 素质目标 (1) 结合本课程三维立体的特点, 培养社会责任感和全面观察事物的意识。 (2) 通过多媒体教学, 上机实践等环节, 培养学生迎难而上、坚持不懈的毅力。 (3) 通过课内实训、课下练习, 培养学生的组织纪律性和刻苦、敬业精神。					

主要内容:

1.三维动画基础。了解 CG 行业的定义及行业标准,了解三维动画的发展历程,了解三维动画制作软件的分类,了解 Cinema 4D 软件的优势。

2. Cinema 4D 操作基础。了解 Cinema 4D 软件界面布局,了解 Cinema 4D 软件的基本操作和视图控制。

3.参数化对象。掌握对象的创建及参数调节技巧,掌握样条的创建及样条点插值类型,掌握将参数化对象转换为可编辑对象,掌握利用参数化对象搭建场景。

4.建模工具。掌握生成器参数调节技巧,掌握造型工具参数调节技巧,掌握变形器参数调节技巧,掌握多边形建模布线原理。

5.材质。掌握材质管理器的使用技巧,掌握材质编辑器的使用技巧,掌握典型材质的调节方法,掌握材质标签的使用技巧。

6 灯光。掌握三维软件灯光照明原理,掌握三点布光照明技巧,掌握灯光参数调节技巧,掌握区域光参数调节技巧。

7.渲染。掌握 Cinema 4D 渲染工具,掌握输出图像尺寸、格式、帧范围以及输出路径,掌握全局光照和环境吸收效果,掌握物理渲染器参数设置。

8.动画设计 Cinema 4D 关键帧动画。掌握 Cinema 4D 摄像机的使用技巧,掌握动画曲线编辑器的调节技巧。

9.运动图形。掌握克隆的使用技巧,掌握效果器的使用技巧,掌握分裂的使用技巧,掌握文本工具的使用技巧。

教学要求:

通过本课程的学习,使学生掌握图像建模、材质设置、灯光添加、渲染输出的操作方法,能够运用 Cinema 4D 进行电商海报制作。掌握基础的动画设置。

课程名称	直播电商			开课学期	5
参考课时	64	学分	4	考核方式	考查

教学目标:

- 1.学习和掌握电商直播基础知识;
- 2.了解各平台直播技巧及规则;
- 3.掌握直播间视觉设计、听觉环节设计,团队人员选择、产品宣传文案、直播主题、直播脚本设计技巧,能正确的进行直播产品展示,并能够完成客户转化。

主要内容:

- 1.掌握直播电商的基本理论、方法和操作能力;
- 2.掌握直播电商的筹划、运作、实施和评估;
- 3.了解主要直播电商岗位和直播电商存在的风险,能够通过后台数据分析一些直播电商的案例,利用 AI 技术进行数字人直播等。

教学要求:

本课程以直播的整体工作流程为线索,通过知识讲解和案例分析,引导学生实际操作,帮助学生快速掌握直播环节的筹备、运作、实施和改进的方法和技巧,最后通过直播实战,进一步了解直播各个环节各个岗位的具体工作和注意事项,从而提高课程教学的效果。

课程名称	跨境电商			开课学期	4
参考课时	64	学分	4	考核方式	考查

教学目标:

- 1.知识目标:使学生了解跨境电商直播的基本原理、流程与模式,掌握直播电商的核心概念和理论框架。
- 2.技能目标:培养学生进行跨境电商直播的策划、执行、营销和推广能力,包括但不限于直播内容创作、互动设计、流量引入、数据分析等。

3. 素质目标：提升学生的创新思维、团队协作和跨文化沟通能力，使其能够在跨境电商直播领域具备竞争优势。

主要内容：

跨境电商直播概述：介绍跨境电商直播的背景、发展历程、特点与优势，以及行业现状与发展趋势。

跨境电商直播策划与执行：讲解直播主题策划、内容设计、场景布置、直播流程安排等实际操作技能，以及直播过程中可能遇到的问题与解决方案。

跨境电商直播营销与推广：分析直播营销的策略、方法与技巧，探讨如何有效引入流量、提升观众参与度和转化率。

跨境电商直播数据分析与优化：教授如何收集、整理和分析直播数据，利用数据指导直播优化与改进。

教学要求：

本课程采用理论教学与实践操作相结合的教学方法，注重学生的参与和互动。通过案例分析、小组讨论、角色扮演、实战演练等多种形式，激发学生的学习兴趣 and 积极性。选用国内外先进的跨境电商直播教材作为参考，同时结合网络资源、行业报告和实战经验，为学生提供丰富的学习资源。本课程由具有丰富跨境电商直播经验和实践能力的教师团队授课，他们将在课程中分享自己的心得体会和实战经验，为学生提供更加贴近实际的教学指导。

七、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

1. 队伍结构

电子商务专业拥有一支素质优良、结构合理、师德高尚、治学严谨，执教能力较强的“双师型”教学团队。现有教师 20 人，其中校内教师 8 人，校外教师 12 人。学生数与专任教师数比例为 22:1，高级职称占比 10%；具有硕士及以上学位占比 20%；“双师型”教师占比 60%，专兼教师共同组成了一支具有较强的专业实践能力和丰富的教学工作经验的教学队伍。

2. 专业带头人

张梦君，副教授，科研方面主持了 3 项省教育厅课题，1 项院级课题，参与省级及院级课题共计 6 项，公开发表论文 6 篇，参编出版教材 2 本，发表软件著作 2 项，获南平市教育工委“俊波式教学能手”称号，获福建省职业院校教师教学能力比赛三等奖 2 项，先后指导学生获省职业技能竞赛二等奖 1 次，三等奖 1 次，指导学生获一带一路暨金砖国家技能发展与技术创新大赛“电子商务运营数据分析”赛项一等奖 1 项，三等奖 3 项，指导学生获海峡两岸大学生职业技能竞赛“电子商务数据分析”赛项二等奖 1 项、三等奖 2 项。

3. 专任教师

专业教师均具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、

有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有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；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。专业通过内培外引，打造了一支教科研服务水平较高、实践能力强、结构合理的“双师型”教学团队。目前有校内专任教师 7 人，副高级以上职称 1 人，占比 14.3%，具有硕士及以上学历教师 2 人，占比 28.6%，“双师型”教师比例 42.9%。

4. 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，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。目前有兼职教师共有 13 人，具有中级及以上职称 10 人。

（二）教学设施

1. 教室基本情况

学院现有智慧教室 2 间，公共多媒体 42 间，支持“插卡取电”、“教师考勤”、“一键式上下课”，实现可视化远程语音对讲功能、报警联动功能、远程观摩功能和教学听评课功能等。

2. 校内实训基地基本要求

（1）电商运营综合实训室

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

（2）电子商务实训室

电子商务实训室安装三维动画制作、非线性编辑等相关软件及工具。用于电商短视频创作、后期合成、电商三维视觉设计等课程的教学与实训。

（3）新媒体直播中心

新媒体直播中心配备直播设备、摄像设备，交互式电子白板、直播灯光设备、辅助直播支架、无线麦克风、虚拟背景幕、商品陈列架、大屏显示器、多媒体技术处理软件，用于网络营销、互联网销售、新媒体营销等课程的教学与实训。

3. 校外实训基地基本要求

能够开展网络营销推广、网站(店)运营管理、美工设计、电商客服等实训活动,实训设施齐备,实训岗位、实训指导教师确定,实训管理及实施规章制度齐全。目前深度合作的企业有福建省多维度电子商务有限公司,福州台江区辉腾信息科技有限公司,福州望花溪电子商务有限公司,众事达(福建)信息技术股份有限公司,福建省延平区沈甜杨科技有限公司。

4. 信息化教学基本要求

基于智慧教学平台，开展线上、线下混合式教学，建成了精品课程 3 门；购置了电子期刊、电子图书、电子教材和课程资源包等数字化教学资源，教师积极开展信息化教学，并引导学生通过智慧教学平台进行自主学习。

（三）教学资源

1. 教材选用和建设基本要求

（1）教材选用。按照规范程序，严把马工程教材选用关，其他课程教材优先选择适用、优质的规划教材，特别是教育部“十三五”、“十四五”职业教育国家规划教材，禁止不合格教材进入课堂，严把教材质量关。

（2）教材开发。积极参加国家和行业规划教材建设。校企合作共同开发基于工作过程的校本特色教材。本专业教师参与正式出版教材 2 本，校本教材 2 本。

2. 图书文献配备基本要求

现有专业图书 1.1 万余册，可基本满足本专业人才培养、专业建设、教科研、师生学习查阅的需求。

3. 数字教学资源配置基本要求

本专业所有专业课程均配备了音视频素材、教学课件、数字化教学案例、数字教材、教学资源库等专业教学资源。

（四）教学方法

人才培养模式是为完成人才培养目标的资源配置方式，涵盖教学组织、培养途径等内容。根据电子商务专业人才培养目标，依托学院实践教学平台，结合职业标准和企业岗位能力需求及专业实际情况，依托众事达（福建）信息技术股份有限公司等企业，积极探索和实践“基地融合、实境交替、项目化教学”的人才培养模式。为学生打造一个“工作室+顶岗实习基地”工学结合的运作平台，引入企业和当地实际项目，学生通过不断完成工作项目来提高专业技能、增强岗位适应与迁移能力。

1. 基地融合

“基地融合”指校内实训基地和顶岗实习基地融合；在校内实训基地中，实训场与工作室融合。

合作模式，企业做学校的教学实践基地、师资培训基地；学校做企业的人才培养培训基地、技术工艺创新基地；构建校企合作长效运行机制；使校内老师承担企业角色，企业人员肩负培养任务。

在校企“双赢”原则指导下，企业全方位参与学校的专业建设和实训基地建设，学校为企业提供电商平台企业运营、员工技能培训等服务项目，形成“校中企、企中校”交融的格局，学校和企业融为一体。

根据职业能力培养需要，计划重点建设技能和理实一体工作室，将理

论与实践相互融合,知识与技能有机结合,为学生的可持续发展提供更好的平台。

2. 实境交替

构建校内实训场与校外顶岗实习基地各部门的实境对应。

3. 项目化教学

电子商务专业课的教学采用项目教学的模式,通过做项目的方式完成一个完整的工作过程,让学生在实践行动过程中学习。按照资讯→计划→决策→实施→检查→评估的结构相对固定的工作步骤完成电子商务经营工作流程,在这六步法的每个工作步骤中加入反思的环节。

（五）学习评价

根据教学目标、教学方式,采用形式多样的考核办法。考核内容应体现:能力本位的原则、实践性原则、实用性原则、针对性原则及可持续性原则。

考核方式应体现:“过程考核,结果考核,综合评价,以人为本”,强调以人为本的整体性评价观。

评价主体应体现:从过去校内评价、学校教师单一评价方式,转向企业评价、社会评价开放式评价。

1. 公共课采用以学生的学习态度、思想品德,以及学生对知识的理解和掌握程度等进行综合评定。注重平时教学过程的评定,将课堂表现、平时作业、实践环节和期末考试成绩有机结合,综合评定成绩。

2. 专业基础课与专业核心课的考核应以形成性考核为主,可以根据不同课程的特点和要求采取笔试、机试、实操、作品展示、成果汇报等多种方式进行考核;并能够根据课程的特点和要求,对采取不同方式、对各个方面的考核结果,通过一定的加权系数评定课程最终成绩。

3. 综合实训和岗位实习以企业考核为主,学院考核为辅。

顶岗实习校企双重考核学生的工作态度和工作业绩,以企业考核为主,学院考核为辅,其中学生能否上岗就业(与企业签订就业协议书)作为考核学生顶岗实习成绩的重要指标。企业考核占总成绩的 60%,若此项成绩不合格,顶岗实习总成绩不合格;学习计划目标完成情况,占总成绩的 40%。

（六）质量管理

1. 组织保障

信息系 2026 年专业建设指导委员会

组长:张金良、鞠建恩

副组长:叶文全、李金春

组员:各专业主任、行业企业专家、教师代表和学生(毕业生)代表。
行企业专家:

林 康 南平市延平区宇易烱商贸有限公司运营总监

邓紫云 福建省延平区宇易烱商贸有限公司运营

2. 校企合作

校内实习基地虽然使学生有了一定的实践体验的机会，但是为了让学生能够更直观地感受到电商行业的紧张与压力，就应该让学生走出去，这是提升学生实践能力必不可少的环节。从第 5 学期开始，我们设置了综合实训环节，第 6 学期开始设置了岗位实习环节。对于综合实训与岗位实习环节，可以潜移默化地培育学生的职业观念，树立职业理想，此外，学生在长期的工作实践中，增强了企业和学校之间的联系，极好地增加了双方的了解和信任，可以有效地促进企业对毕业生的认可和接受。同时我们安排专业教师带队作为学院实践指导教师，企业安排经验丰富的技术人员作为企业实践指导教师，由校企双方教师共同管理、共同考核。集中实习主要是提升学生的实习技能，实现与用工单位的零对接。

根据高职培养目标，实践考核方式完全不同于以往的“一张试卷”的考核方法。通过一个阶段的实践，我们采用理论考核与技能考核结合起来，以技能考核为主的考核机制。作业考核注重的不是“结果”，而是考核的“过程”。为了对学生的实习成果有一个客观的评价，应注重实习单位实习指导教师对学生的评价，邀请企业技术、管理骨干组成专业实习指导委员会，参与实践教学计划的制订，担任学生实习指导老师。对实习中的学生进行指导和管理，结合行业技术要求和标准对实习学生进行考核，并对学校的实践教学进行指导和评价。校内实训周内，实训教师在实训现场进行指导，定期主持布置阶段性实训任务，总结学生实训表现，进行典型问题剖析；并对学生实训成果进行分析、评价、整理、归档。为顺应教学模式的改革，我们鼓励教师下企业一线进行实践锻炼；注重以老带新；采取引进人才战略；选聘企业骨干做实训指导教师的方法组建教学团队。依托行业企业，以深度校企合作为保障，争取建设一支“校企互通、专兼结合、素质优良、结构合理”的优质教学团队，以此保证教学实施的顺利进行。

3. 专业建设和教学质量管

系部每年开展专业调研、人才需求调研分析，依据调研情况进行人才培养方案修订、课程体系完善、课程标准优化情况。系部执行专业教学质量监控管理制度，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格情况。系部每学期期末对该专业各年级本学期教学实施效果检查情况，针对成效和存在问题确定是否对下学期的课程和教学环节进行适当调整。

教学实施管理：强化思政课程和课程思政、深化课堂教学模式改革、推进信息技术与教学有机融合。

教学过程管理：成立院系两级督导机构情况，系督导组定期开展课程建设和教学质量诊断改进情况，健全巡课、听课、评课、评学制度和具体实施教学督导、定期开展公开课、示范课等教研活动情况。院系督导机构

认真按规范开展教学质量监管工作，并引入第三方社会评价机构，通过期初、期中、期末教学检查和多元主体评价制度、督导听课制度、毕业生跟踪反馈制度等教学过程管理，保证学生满意和教学质量稳定和提高的情况。

八、毕业要求

中职阶段，学生需参加全省统一组织的中等职业学校学业水平考试全部考试科目，转段合格成绩按同一专业参加全省学业水平考试的五年制高职考生的 95%划定。转段合格的考生升入高职阶段继续学习，不合格的由所在学校按照中职毕业考核要求进行毕业资格认定，并可参加全省高职院校分类考试招录。

转段后，大学生体质健康测试合格。达到本专业人才培养方案规定的知识、技能、素质的基本要求。继续通过 2 年的学习，修满人才培养方案中规定的转段后所有课程，成绩全部合格，准予毕业，颁发毕业证书。

九、教学进程总体安排

（一）课时学分结构表

表 10 课时学分结构表

课程性质		课程门数	教学活动 总课时	占总课时 比例	学分	学分比例
公共	必修课	22	1464	30.58%	84	33.73%
	选修课	6	226	4.72%	13	5.22%
专业基础课		16	1080	22.56%	60	24.10%
专业核心课		6	360	7.52%	21	8.43%
专业选修课		9	668	13.95%	38	15.26%
集中 实践 教学 环节	课程 集中实训	3	90	1.88%	3	1.20%
	综合实训	1	180	3.76%	6	2.41%
	岗位实习	1	720	15.04%	24	9.64%
合 计			4788		249	
总课时 4788 课时，其中理论教学 2388 课时，实践教学 2400 课时；实践教学课时数占教学活动总课时 50.13% ，公共课时 1690 课时，占比 35.30% ，选修课时 894 课时，占比 18.67% 。						

(二) 授课时间分配表

表 11 电子商务专业授课时间分配表

学年	学期	课程教学	集中实践教学环节			军训入学教育	复习考试	节假日运动会	岗位实习总结与交流	毕业教育	合计
			课程集中实训	综合实训	岗位实习						
一	1	14				4	1	1			20
	2	17	1				1	1			20
二	3	18					1	1			20
	4	18					1	1			20
三	5	18					1	1			20
	6	17	1				1	1			20
四	7	18					1	1			20
	8	17	1				1	1			20
五	9			12	6		1	1			20
	10				18				1	1	20
合计		137	3	12	24	4	9	9	1	1	200

(三) 教学进程安排表

表 12 教学进程安排表

课程性质	课程代码	课程名称	课程类别	总课时	学分	理论课时	实践课时	教学方式	考核方式	各课程按学期设置的周课时/总课时									
										第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年	
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
公共课必修课	801032	中国特色社会主义	纯理论课	36	2	36		讲授	考查	2/36									
	801033	心理健康与职业生涯	纯理论课	36	2	36		讲授	考查		2/36								
	801034	职业道德与法治	纯理论课	36	2	36		讲授	考试				2/36						
	801035	哲学与人生	纯理论课	36	2	36		讲授	考查			2/36							
	801045	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本	纯理论课	36	2	36		讲授	考查	2/36									
	801036	语文	纯理论课	216	12	216		讲授	考试	3/54	3/54	3/54	3/54						
	321001	英语（大学英语）	纯理论课	176	10	176		讲授	考试考查	2/36	2/36	2/36	2/36			2/32			
	801037	数学	纯理论课	144	8	144		讲授	考试	2/36	2/36	2/36	2/36						
	801006	体育与健康	实践课	208	12	8	200	讲授	考查	2/36	2/36	2/36	2/36			2/32	2/32		
	801038	信息技术	理论+实践课	144	8	72	72	讲授	考试	4/72	4/72								

课程性质	课程代码	课 程 名 称	课程类别	总课时	学分	理论课时	实践课时	教学方式	考核方式	各课程按学期设置的周课时/总课时									
										第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年	
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	801039	公共艺术（音乐、美术）	纯理论课	36	2	36		讲授	考查	1/18	1/18								
	801040	历史	纯理论课	72	4	72		讲授	考查					2/36	2/36				
公共课必修课	801013	思想道德与法治	理论+实践课	48	3	42	6	讲授	考查							4/48			
	801012	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	理论+实践课	32	2	30	2	讲授	考试							3/32			
	801014	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	理论+实践课	48	3	42	6	讲授	考试							3/48			
	80101409	习近平经济思想概论	纯理论课	32	2	32		讲授	考试							3/32			
	801010	形势与政策	纯理论课	16	1	16		讲授	考查							每学期开设 8 课时			
	801015	国家安全教育	理论+实践课	16	1	14	2	讲授	考查								1/16		
	801008	创新创业教育基础	纯理论课	32	2	32		讲授	考查								2/32		
	801031	就业指导	纯理论课	16	1	16		讲授	考查								1/16		
	801007	军事理论教育与军事训练	理论+实践课	32	2	16	16	线上自学 实践	考查							2/32			
	801060	劳动教育	实践课	16	1	8	8	实践	考查								8 实践 8 理论		
小计				1464	84	1152	312			18/32 4	16/28 8	11/19 8	11/19 8	2/36	2/36	13/17 6	13/19 2		

课程性质	课程代码	课 程 名 称	课程类别	总课时	学分	理论课时	实践课时	教学方式	考核方式	各课程按学期设置的周课时/总课时									
										第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年	
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
公共选修课	801041	中华优秀传统文化	纯理论课	36	2	36		讲授	考查						2/36				
	801042	物理	纯理论课	45	2.5	45		讲授	考查						3/45				
	801043	化学	纯理论课	45	2.5	45		讲授	考查						3/45				
	801044	职业素养	纯理论课	36	2	36		讲授	考查						2/36				
公共选修课	804001	人工智能导论	纯理论课	32	2	32		线上自学	考查							2/32			
		选修课	纯理论课	32	2	32		线上自学	考查							2/32			
	小计			226	13	226									10/16 2	4/64			
专业基础课	212009	造型与设计基础	理论+实践课	72	4	24	48	理实一体	考查				4/72						
	212128	设计色彩	理论+实践课	72	4	24	48	理实一体	考查					4/72					
	212305	电子商务物流管理	理论+实践课	72	4	36	36	理实一体	考试				4/72						
	212712	应用文写作	理论+实践课	54	3	24	30	理实一体	考查			3/54							
	215304	计算机网络基础	理论+实践课	72	4	56	16	理实一体	考查					4/72					
	712801	管理学原理	纯理论课	72	4	72		讲授	考试			4/72							
	212310	经济学基础	理论+实践课	72	4	52	20	理实一体	考试					4/72					

课程性质	课程代码	课 程 名 称	课程类别	总课时	学分	理论课时	实践课时	教学方式	考核方式	各课程按学期设置的周课时/总课时									
										第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年	
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	212301	电子商务基础	理论+实践课	54	3	42	12	理实一体	考试	3/54									
	712805	市场营销	理论+实践课	54	3	42	12	理实一体	考试					3/54					
	212302	数字图像处理	理论+实践课	108	6	36	72	理实一体	考查					4/72	2/36				
	212306	客户关系管理	纯理论课	72	4	60	12	讲授	考查		4/72								
	212308	电子商务法	理论+实践课	54	3	50	4	理实一体	考查	3/54									
	212307	办公自动化	理论+实践课	72	4	20	52	理实一体	考查		4/72								
	215301	电子商务企业模拟沙盘	理论	72	4	20	52	讲授	考查		4/72								
	212311	消费者行为学	理论	54	3	42	12	讲授	考查	3/54									
	212312	市场调研与预测	理论	54	3	42	12	讲授	考查					3/54					
	小计			1080	60	642	438			9/162	12/216	7/126	8/144	22/396	2/36				
专业核心课	215306	电子商务平台运营与管理	理论+实践课	72	4	20	52	理实一体	考试						4/72				
	213308	农产品电商运营	理论+实践课	64	4	32	32	理实一体	考试							4/64			
	213303	网络营销与策划	理论+实践课	48	3	24	24	理实一体	考试							3/48			
	213803	短视频制作与运营	理论+实践课	64	4	16	48	理实一体	考试								4/64		

课程性质	课程代码	课 程 名 称	课程类别	总课时	学分	理论课时	实践课时	教学方式	考核方式	各课程按学期设置的周课时/总课时									
										第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年	
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
专业选修课	213305	网店视觉设计	理论+实践课	48	3	16	32	理实一体	考试								3/48		
	213309	电商运营数据分析	理论+实践课	64	3	32	32	理实一体	考试								4/64		
	小计			360	21	140	220								4/72	7/112	11/176		
	215302	平面图形设计	理论+实践课	72	4	20	52	理实一体	考查						4/72				
	215307	电商创业实务	理论+实践课	64	4	16	48	理实一体	考查							4/64			
	212304	电子商务文案	理论+实践课	72	4	36	36	讲授	考查						4/72				
	212313	商务数据可视化	理论+实践课	54	3	22	32	理实一体	考查			3/54							
	215309	电子商务三维视觉设计	理论+实践课	64	4	22	42	理实一体	考查								4/64		
	215303	创业企业财务管理	理论+实践课	54	3	32	22	理实一体	考查			3/54							
	215312	直播电商	理论+实践课	72	4	20	52	理实一体	考查					4/72					
	212309	电商摄影	理论+实践课	72	4	20	52	理实一体	考查			4/72							
	215305	跨境电商	理论+实践课	72	4	20	52	理实一体	考查				4/72						
	215308	电子商务网页编程基础	理论+实践课	72	4	20	52	理实一体	考查				4/72						
	小计			668	38	228	440					10/180	8/144	4/72	8/144	4/64	4/64		

课程性质	课程代码	课 程 名 称		课程类别	总课时	学分	理论课时	实践课时	教学方式	考核方式	各课程按学期设置的周课时/总课时									
											第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年	
											1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
集中实训课	210304	课程集中实训	电子商务企业模拟沙盘项目实训	纯实践课	30	1		30	实训	考查		1周								
	210305		电子商务平台运营项目实训	纯实践课	30	1		30	实训	考查					1周					
	210303		电商运营数据分析项目实训	纯实践课	30	1		30	实训	考查							1周			
	215311	综合实训		实践课	180	6		180	实践	考查								6周		
	210086	岗位实习		实践课	720	24		720	实践	考查								12周	18周	
	小计				990	33		990				1周				1周		1周		
合计					4788	249	2388	2400			27/48 6	28/50 4+1周	28/50 4	27/48 6	28/50 4	26/45 0+1周	28/41 6	28/43 2+1周	18周	1/16+ 18周

说明：1. 课程类别：纯理论课、理论+实践课、纯实践课。

2. 课程集中实训共 3 门，在第 2 学期 1 门，第 6 学期 1 门，第 8 学期 1 门。
