



周口城市職業學院
HENAN LIANYING EDUCATION

人工智能应用学院
电子商务专业人才培养方案
(2025 版)

编制人	王磊 付文彦 张洋
审核人	李森 王国炎 徐恒玉
编制时间	2025 年 6 月

二〇二五年六月

目录

一、专业名称及专业代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限与学历	1
四、职业面向	1
五、培养目标及规格	1
六、课程设置及要求	4
七、教学进程总体安排	15
八、实施保障	17
九、毕业要求	23
附表	24

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及专业代码

电子商务 (530701)

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限与学历

三年、专科

四、职业面向

表 4-1 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	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(2-06-07-02)、商务策划专业人(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
职业类证书	网店运营推广、电子商务数据分析、跨境电商 B2B 数据运营、直播电商、农产品电商运营、电子商务师

五、培养目标及规格

(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

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）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）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握互联网交易安全、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；
- （3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；
- （4）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1门外语并结合本专业加以运用；
- （5）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；
- （6）具有行业产品分析、市场细分的能力，能够根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，

协调和整合资源，完成 O2O 运营目标；

（7）具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能够根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析，通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；

（8）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；

（9）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，能够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；

（10）具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，能够进行客服日常管理、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；

（11）具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能够进行品牌标识、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；

（12）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；

（13）掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

（14）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，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；

（15）掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，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；

（16）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 1 项艺术特长或爱好；

（17）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备

与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

六、课程设置及要求

(一) 课程设置

1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，本专业将思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、大学英语、大学语文、信息技术及人工智能基础、大学体育、大学生心理健康教育、大学生职业发展与就业指导、形势与政策、劳动教育、军事理论等列入公共基础必修课程；将中华优秀传统文化、创新创业教育、国家安全教育、艺术概论、国学智慧等列入公共基础选修课程。

表 6-1 公共基础课程及主要教学内容与教学要求

序号	课程名称	学时	课程目标	主要教学内容与要求
1	思想道德与法治	48	通过学习本课程，使大学生树立正确的人生观、爱国观、道德观、价值观、法治观；坚定崇高的理想信念、培育高尚的道德情操、厚植爱国主义情怀、增强社会主义法治观念和法律意识，培养德智体美劳全面发展的社会主义合格建设者和可靠接班人，为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献才智和力量。	本课程主要以马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以社会主义核心价值体系为主线，以马克思主义的人生观、价值观、道德观和法治观的教育为主要内容，遵循大学生的基本成长规律。本课程要求教师以教材为核心，紧扣“立德树人”。教学过程中结合社会热点与生活案例，化抽象理论为具象认知；用课堂讨论、情境模拟引导学生思考善恶与法治；借志愿服务、法治宣传促认知转行为，助学生树立正确三观，强规则意识与担当，实现知识传授与价值引领统一。
2	毛泽东思想和中国特色社会	32	通过学习本课程，使大学生对马克思主义中国化进程中形成的	本课程主要学习马克思主义中国化的提出及其科学内涵、马克思主义中国化两大理论

	主义理论体系概论		理论成果有更加准确的把握；对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加深刻的认识；对中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻的理解；对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、从而更加坚定大学生对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。	成果的形成、发展、主要内容及其精髓；毛泽东思想概论以及社会主义改造理论；社会主义建设道路初步探索的理论成果及其意义；中国特色社会主义理论体系概论等内容。本课程要求遵循“教师主导、学生中心”的核心原则，构建“理论与实践融通、课堂与网络结合”的立体化教学模式。教学实施中，综合运用互动式、体验式及信息化等多元方法，将抽象的思政内容转化为具象化、可参与的教学活动，既保障教材知识的系统传递，又充分调动学生主观能动性。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	本课程旨在帮助学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想，增强“四个自信”，激励学生将理论学习与实践相结合，培养运用该思想分析解决问题的能力，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，激励理论实践结合，担当时代重任，实现民族复兴。	本课程围绕“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”，阐述新时代中国特色社会主义总任务、总体布局等，强调思想价值，激励学生以思想指导实践、助力中国梦。课程以习近平总书记关于思政课建设指示为指导，教师需钻研理论，结合案例与互动教学，用信息技术建智慧课堂，适配学生需求，强化实践教学以提实效。
4	中华民族共同体概论	32	本课程旨在引导学生系统掌握中华民族共同体的核心概念、历史脉络与理论体系，深入理解中华民族从“多元”到“一体”的形成逻辑，明晰各民族交往交流交融的历史必然性与现实意义。同时，培养学生运用理论分析民族地区发展实际问题的能力，引导其主动参与促进民族团结的实践	本课程主要学习中华民族共同体的理论渊源与核心要义，包括马克思主义民族理论中国化成果、中华民族“多元一体”格局的历史演进，以及各民族交往交流交融的重大历史事件与文化成就；同时融入新时代铸牢中华民族共同体意识的实践路径，如民族地区高质量发展案例、民族团结进步创建经验等。 本课程要求以习近平总书记关于加强和改进民族工作的重要思想为指导，紧扣教材核

			活动,自觉抵制错误思潮,最终成长为铸牢中华民族共同体意识的坚定信仰者、积极传播者与模范践行者,为推动各民族共同团结奋斗、共同繁荣发展贡献力量。	心内容。采用案例教学及信息化手段,结合“四史”讲清中华民族“多元一体”演进逻辑;注重价值引领,帮助学生树立正确民族观,增强“五个认同”,同时提升教师民族理论素养,确保教学兼具理论深度与育人实效。
5	大学英语	68	通过学习本课程,培养学生听、说、读、写、译等基本语言能力,使他们在今后工作和社会交往中能使用英语有效地进行口头和书面的信息交流,同时增强其自主学习能力、提高综合文化素养,以适应我国经济发展和国际交流的需要。	本课程主要培养学生的英语综合应用能力,特别是听说能力,使学生在今后工作和社会交往中能用英语有效地进行口头和书面的信息交流。本课程利用多媒体、语音室、网络教学平台等现代化信息手段,通过情景教学、任务教学等多种教学方法设计、组织和实施教学,并对学生学习成效进行过程性和终结性考核评价。
6	大学语文	36	通过学习本课程,使学生获得较全面系统的现代汉语和古代汉语的知识,提高运用规范的现代汉语进行口头和书面交流的能力,以适应学习和工作的需要;通过针对性的培养,使学生比较准确地阅读和理解文学作品及文字材料,并具备一定的文学鉴赏水平、较好的综合分析能力和较高的写作能力。	本课程在传授文学知识的基础上,进一步提高学生正确运用祖国语言文字的能力,提高口语表达能力,进一步提高学生文学作品的阅读、分析和鉴赏能力,通过对经典作品的解读、赏析、培养学生高尚的道德情操和健康的审美情趣,提高自身的文化素养。本课程利用多媒体、语音室、网络教学平台等现代化信息手段,通过情景教学、任务教学等多种教学方法设计、组织和实施教学,并对学生学习成效进行过程性和终结性考核评价。
7	信息技术及人工智能基础	32	通过学习本课程,旨在帮助学生掌握计算机办公软件(如Word、Excel、PPT等)的基础操作技能,并重点学习如何将人工智能工具融入办公场景,提升自动化处理与智	教学内容分两大模块:一是Word、Excel、PPT基础操作,含文档排版、数据处理等;二是AI工具办公应用,涉及智能写作、数据分析自动化等。课程以“基础+AI赋能”模式,结合案例教学,助力学生掌握传统技能并借AI提效。学生

			能分析的实践能力。通过案例教学与实操训练，学生将学会利用 AI 优化文档处理、数据分析和演示设计，培养高效、智能的办公能力，为未来职场中的技术应用奠定基础。课程注重实用性，助力学生适应数字化办公趋势，提升就业竞争力。	需有基础计算机能力，按时完成实训与作业；需熟练用 AI 优化办公流程，独立完成智能文档处理、数据分析。考核含上机测试、PPT 演示、AI 项目报告及综合考试，确保掌握智能办公技能。
8	大学体育	140	通过学习本课程，使学生深化“健康第一”的指导理念。了解运动项目的理论知识与练习方法，掌握运动损伤的简单预防与处理。在提高学生身体素质的同时，积极培养学生爱国情怀、团队合作和勇于拼搏等精神，使学生成为德智体美劳全面发展的合格人才。	开设大学生体质健康测试、足球、篮球、排球、田径、太极拳、八段锦等项目课程。本课程会依据学生的运动兴趣，结合专业类型与职业特点，指导学生进行项目选择并完成教学，同时将课程思政融入教学全过程。
9	大学生心理健康教育	32	通过学习本课程，使学生掌握心理健康知识，明确心理健康意义，了解大学生心理特征；培养学生自我认知和调适能力，面对问题自助和求助能力；培养学生心理健康意识，优化心理品质，培养健全人格，促进全面发展。	全面了解心理健康的内涵，普及心理健康知识，树立心理健康观念，形成心理健康的意识与习惯；明确心理健康对个人成长发展的重要性，懂得青春期的生理、心理发展的规律。本课程通过案例导入、知识链接、技能导入等方式，将知识讲授与能力培养相结合，运用课堂讨论、案例分析等方法，积极开展课堂互动，营造良好教学氛围。
10	中华优秀传统文化	16	通过学习本课程，培养学生运用辩证唯物主义观点，理解并传承中国优秀传统文化的基本精神，能够历史地、科学的分析中	从思想文化、制度文化、物态文化、行为文化四个方面引导学生理解并传承中华优秀传统文化的基本精神，并以理性的态度和务实的精神去继承和发展中华优秀传统文化，实

			国优秀传统文化的特点，了解中国传统哲学、文学、宗教等文化精髓及相关理论基础，并从优秀传统文化中扩大文化视野、理解传统的人文精神、伦理观念、审美情趣及其中的现代因素。	现文化更新。 本课程要求以教师为主导、以学生为中心，通过构建第一课堂与第二课堂联动、理论教学与实践教学融通、课堂教学与网络教学结合的教学模式，采用互动式、体验式、展演式、信息化等教学方法和手段，运用案例分析、课堂讨论、情境教学、课题研究、知识竞赛、模拟授课、参观考察等教学项目组织教学。
11	大学生职业发展与就业指导	38	通过学习本课程，引导学生掌握职业生涯发展的基本理论和方法，促使大学生理性规划自身发展，在学习过程中自觉提高就业能力和生涯管理能力，有效促进大学生求职择业与自主创业。	本课程主要学习职业发展的阶段特点；了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识。还应当树立起职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。
12	形势与政策	32	通过学习本课程，使大学生正确认识中国和世界发展大势、中国特色和国际比较、时代责任和历史使命；第一时间推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑，学会用马克思主义的立场、观点和方法观察分析国内外形势，正确理解和贯彻落实党和国家的各项路线、方针、政策。	本课程主要以当前国内外重大的热点问题为契机，对大学生进行形势与政策教育，帮助学生认清形势，了解党和国家重大方针政策。 本课程以教学专题为单元，主要运用集中讲授法、案例分析法、小组研讨法等教学方法和信息化教学手段组织教学。
13	劳动教育	16	通过学习本课程，学生亲身参与劳动与技术实践活动获得直接劳动体验，促使学生主动认识并理解劳动	本课程教学内容依次为劳动精神、劳模精神、工匠精神。本课程注重围绕创新创业，重视新知识、新技术、新工艺、新方法应用，创造性地解决实

			<p>世界，逐步树立正确的劳动价值观，养成良好劳动习惯和热爱劳动人民的思想情感，注重生活中的技能学习，学会生活自理，逐步形成自立、自强的主体意识和积极的生活态度。</p>	<p>际问题，使学生增强诚实劳动意识，积累职业经验，提升就业创业能力，树立正确择业观，具有到艰苦地区和行业工作的精神，懂得空谈误国、实干兴邦的深刻道理；注重培育公共服务意识，使学生具有面对重大疫情、灾情等危机主动作为的奉献精神。</p> <p>本课程要求以教师为主导、以学生为中心，通过构建第一课堂与第二课堂联动、理论教学与实践教学融通、课堂教学与网络教学结合的教学模式，采用互动式、体验式、展演式、信息化等教学方法和手段，运用案例分析、课堂讨论、情境教学、课题研究、知识竞赛、模拟授课、参观考察等教学项目组织教学。</p>
14	军事理论	36	<p>本课程旨在引导学生掌握基本军事理论与国防知识，树立正确的国防观念和国家安全意识。通过课程学习，使学生深刻认识新时代国防建设的重要性，增强爱党爱国爱军情怀；了解我国国防政策、军事战略及现代战争特点，提升军事素养；培养学生的组织纪律观念、集体主义精神和应急应战能力，为其履行国防义务、投身国家建设和国防后备力量储备奠定思想与知识基础，符合教育部关于大学生国防教育的核心要求。</p>	<p>主要教学内容包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备五个方面内容。教师需依据教育部《普通高等学校军事课教学大纲》授课，融入最新国防政策与军事动态。</p> <p>学生需系统掌握核心知识点，能结合实际分析国防与安全问题，通过理论考核与课堂研讨检验学习效果，确保达到国防教育育人目标。</p>

2. 专业课程

专业课程包括专业基础课、专业核心课、专业拓展课程。

(1) 专业基础课

专业基础课包括：电子商务基础、零售基础、市场营销、电子商务法律法规、财税基础、管理学基础。

表 6-2 专业基础课程主要教学内容与教学要求

序号	课程名称	学时	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	电子商务基础	64	负责电商平台（如淘宝、京东、拼多多等）店铺的日常运营管理，包括商品上下架、标题优化、详情页策划等基础操作。制定店铺促销活动方案，如节日大促、满减活动等，并协同设计团队完成活动素材制作。监控店铺运营数据，如访客量、转化率、销售额等，定期撰写运营报告并提出优化建议。对接供应商，确保商品库存充足，处理订单发货及售后衔接问题。	掌握电子商务的概念、分类、运作、网络营销、网上支付等相关知识；掌握电子商务网站的基本开发技术；能初步使用 HTML、ACCESS 创建简单的电子商务网站等。
2	零售基础	48	负责门店商品的陈列摆放，根据零售商品分类和陈列原则，保证商品摆放整齐、美观且便于顾客挑选。主动迎接顾客，了解顾客需求并提供商品咨询、推荐等服务，完成商品销售工作。做好商品库存管理，定期盘点商品，及时上报缺货情况，协助完成商品补货。维护门店环境卫生，处理顾客简单的退换货需求，保障门店正常运营秩序。	掌握零售行业定义、分类（超市、便利店、购物中心等）、发展历程及传统与现代零售的融合趋势，解读客单价、坪效等核心指标；讲解商品采购（供应商选择、谈判、计划制定）、库存管理（监控、补货、滞销品处理）、门店日常运营（排班、环境卫生、安全）等核心业务流程；传授客户接待礼仪、商品卖点介绍、需求识别、异议处理及退换货等销售服务技能；结合案例演示商品陈列技巧，指导运用Excel、简单库存软件记录分析库存与销售数据。需使学习者理解零售行业运作逻辑，掌握采购、库存、销售等基础运营流程与技

				能，能完成简单的商品陈列、库存管理及客户服务工作，树立客户导向的零售服务理念，可通过情景模拟、实操训练提升零售运营实操能力。
3	市场营销	64	参与制定公司市场营销策略，根据产品定位和目标客户群体，策划并执行市场推广活动，如线上广告投放、线下展会参展等。开展市场调研工作，收集市场动态、竞争对手信息及客户需求，为营销策略调整提供依据。撰写推广文案，制作推广素材，通过社交媒体、行业网站等渠道进行品牌和产品宣传。跟踪推广活动效果，分析推广数据，评估活动 ROI，优化后续推广方案。	通过本课程的教学，使学生比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论、基本知识和基本技能，了解分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合策略、组织和控制市场营销活动的基本程序和方法。
4	电子商务法律法规	72	负责审核电商平台的用户协议、商品销售合同、促销活动规则等法律文件，确保其符合电子商务相关法律法规及行业规范。处理电商业务中的法律纠纷，如消费者投诉、知识产权侵权、合同违约等问题，制定解决方案并协助处理诉讼或仲裁事宜。为公司电商业务开展提供法律咨询服务，解答业务部门在合规方面的疑问，开展法律法规培训，提高员工的法律意识。关注电子商务领域的法律法规更新动态，及时调整公司合规策略。	涵盖电商领域核心法律体系，包括《电子商务法》《电子签名法》《网络安全法》《数据安全法》的立法背景与核心条款；解析电子合同订立、履行、变更及纠纷解决规则，消费者知情权、退货权、隐私保护等权益的法律要求与维权流程；讲解电商知识产权保护（商标、著作权侵权认定与规避），以及电商平台与商家的信息披露、资质审核义务及违规责任；结合虚假宣传、刷单炒信、数据泄露等案例，分析法律风险识别与合规应对策略。需让学习者掌握电商核心法律条款，能识别运营中的法律风险，具备制定基础合规运营方案的能力，树立依

				法经营的法律合规意识，可通过案例分析、模拟实操等方式提升法律知识的应用能力。
5	财税基础	72	负责公司日常现金收付、银行存款结算业务，严格按照财务制度和财税法规办理资金业务，确保资金安全。登记现金日记账和银行存款日记账，做到账实相符、日清月结。整理和审核原始凭证，协助会计编制记账凭证，配合完成公司账务处理工作。办理公司税务相关基础事务，如发票领购、开具、认证等，协助会计进行纳税申报准备工作。	通过本课程的教学，能够准确理解并运用财税法规及政策，具备独立完成基础纳税申报、财税核算的实务能力；同时培养学员的财税思维，使其能从财税视角分析企业经营活动中的成本与收益，识别常见财税风险并提出应对思路，最终为学员未来从事企业财务、税务相关工作，或在创新创业中做好财税规划，奠定坚实基础。
6	管理学基础	48	制定行政部门的工作计划和规章制度，规范行政工作流程，确保部门高效运转。负责团队日常管理，包括员工考勤、绩效考核、培训安排等，协调部门内部及与其他部门之间的工作关系。统筹管理公司行政事务，如办公物资采购与管理、办公环境维护、会议组织与安排等。参与公司重要决策的讨论，为公司管理优化提供建议，协助高层领导处理各类行政突发问题。	通过本课程的教学，掌握核心概念与价值解析：管理的定义、本质与特征；管理者的角色与技能。管理学发展历程：古典管理理论、行为科学理论、现代管理理论丛林的演进逻辑与核心贡献。核心管理原理：系统原理（整体优化、动态平衡）、人本原理、责任原理（权责对等、绩效反馈）、效益原理（效率与效果统一）的内涵与应用场景。

(2) 专业核心课

专业核心课包括：网店运营、网络营销、零售门店020运营、社群运营、视觉营销设计、互联网销售。

表 6-3 专业核心课程主要教学内容与教学要求

序号	课程名称	学时	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	网店运营	72	运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营	掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。

			绩效分析。运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	能够进行目标商品和竞品数据分析,制作运营数据分析报告,实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。能够进行用户画像分析,优化运营和客户管理策略,完成用户拉新、留存、促活和转化。
2	网络营销	64	市场分析、活动主题与目标确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、活动过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结。运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务。	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。整合各类资源,分解活动任务。开展整合营销与广告投放。跟踪、监控线上线下营销活动,分析活动效果,优化活动方案。评估并复盘整个营销活动,提出有效改进方案。
3	零售门店 020运营	72	运营数据采集、运营数据分析、商品规划、商品发布与优化、行业商家管理、活动运营、用户运营。促销活动工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。	掌握电商平台和本行业特点,运用用户模型、漏斗模型,分析用户需求、细分市场及竞品,制定商品规划方案,形成商品配置策略,完成电商产品的开发。根据运营规划,制定新品全渠道促销策略,在平台或自有网站发布、调整优化商品信息。促销活动工具和营销产品进行全渠道活动推广。建立用户成长体系并进行精准营销。
4	社群运营	72	社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析。运用社交软件、自媒体工具、短视频平台、办公软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	掌握社群种类、用户消费行为、产品价值等知识,根据用户和产品或服务属性定位社群,制定社群运营方案,并在相应的社交平台上建社群。能够通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流。能够根据用户需求、产品卖点,进行社群数据分析,制定营销体系并通过社群活动提升销售转化、活跃社群及管理粉丝。
5	视觉营销设计	72	店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装	掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。能够根据

			设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计。运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	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。结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。能够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。能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。
6	互联网销售	72	销售目标与销售漏斗建立、销售票据处理、销售管理工具运用、自营渠道账单管理、CRM 转化、销售数据分析、方案评估与改进。客服方案制定和优化、顾客纠纷处理、智能客服训练、客户风控管理、客户服务服务质量监控。运用办公软件、财税软件、ERP 与 CRM 系统、计算机等软硬件工具完成工作任务。	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。能够分解和制定产品 O2O 销售目标，有效识别和跟进销售线索；能够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。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，对销售方案进行评估与改进。能够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。

（3）专业拓展课

专业拓展课主要包括：视频制作、直播电商、客户服务与管理、人工智能导论、商务沟通、社交礼仪、智慧商业、新媒体营销、艺术鉴赏、办公软件高级应用。

（二）实践性教学环节

实习实训作为实践性教学的核心载体，同时是专业课教学的关键延伸，采用深度践行理论与实践一体化教学理念——通过“边教、边学、边做”的模式，让学生在实践操作中深化理论认知，在理论指导下规范实践行为，实现理实交融的育人效果。学校依据技能人才成长规律，结合企业生产周期与项目节点，提升实践育人的针对性与实效性。

1. 实训

在校内外进行网站(店)运营实训、移动商务实训、网络创业、直播实践等综合实训。在互联网和相关服务、批

发业零售业等行业的电子商务应用企业进行实习。严格执行《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业学校电子商务专业顶岗实习标准》。

2. 实习

实习环节聚焦数字经济背景下的岗位需求，组织学生在生产制造、商贸流通及现代服务业的电子商务应用企业中，开展认识实习与岗位实习相结合的实践训练，实习岗位涵盖运营主管、数据化运营、零售门店 O2O 运营、社群运营、网络营销、网店运营、视觉营销设计等核心岗位类型，实现专业学习与产业需求的精准对接。构建稳定充足的实习基地体系，通过校企共建等模式拓展实践平台，并组建由校内教师与企业导师组成的“双师型”指导团队，全程负责实习的组织协调、专业指导、过程管理与综合考核，确保实习内容与专业培养目标高度匹配。

实习工作全过程严格遵循《职业学校学生实习管理规定》及相关专业岗位实习标准要求，严守实习规范与安全底线，确保实习质量与学生权益得到双重保障。

七、教学进程总体安排

（一）教学活动时间分配（周）

教学安排共 3 学年，6 个学期，120 周。其中，军事技能训练 2 周，课程教学与课内实践 82 周，实习 26 周，机动 3 周，考试 5 周，入学教育 1 周，毕业教育 1 周。

表 7-1 电子商务专业教学活动时间分配（周）

学期	教学周	军事技能训练	实习	考试	机动	合计
1	16	2		1	1（入学教育）	20
2	18			1	1	20
3	18			1	1	20
4	18			1	1	20
5	12		6	1	1（毕业教育）	20
6			20			20
合计	82	2	26	5	5	120

（二）教学总学时分配

总学时为2602学时。其中，公共基础课必修课590学时，公共基础课选修课112学时，专业基础课368学时，专业核心课424学时，专业拓展课必修课108学时，专业拓展课选修课216学时，入学教育24学时，实践性教学环节760学时。

表 7-2 电子商务专业教学总学时分配表

课程类别	课程性质	学时分配					
		理论学时	理论学时比例	实践学时	实践学时比例	合计	占总学时比
公共基础课	必修	384	65. 1%	206	34. 9%	590	22. 7%
	选修	98	87. 5%	14	12. 5%	112	4. 3%
专业基础课	必修	262	71. 2%	106	28. 8%	368	14. 1%
专业核心课	必修	266	62. 7%	158	37. 3%	424	16. 3%
专业拓展课	必修	72	66. 7%	36	33. 3%	108	4. 2%
	选修	108	50. 0%	108	50. 0%	216	8. 3%
入学教育	必修	12	50. 0%	12	50. 0%	24	0. 9%
实践性教学环节	必修	0	0. 0%	760	100. 0%	760	29. 2%
总计		1202	46. 2%	1400	53. 8%	2602	100. 0%

（三）教学进程安排表（见附表）

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

电子商务专业现有专兼职教师25人，其中专任教师23人，占比92%，兼职教师2人，占比8%。专任教师中副高级及以上5人，占比20%；“双师型”教师15人，占比60%；研究生及以上8人，占比32%。教师队伍根据职称、年龄形成合理的梯队结构。

2. 专业带头人

牛显明，男，副教授，1969年9月出生，汉族，“双师型教师”。主要从事电子商务方面的教学及研究工作，长期

深耕经济学、电商领域的教学与科研工作，具备扎实的理论功底和丰富的实践经验，在专业课程体系建设、产教融合项目推进及人才培养质量提升中发挥关键作用。

3. 兼职教师

本专业从知名电商运营、电商设计的企业中聘任了2名资深企业专家担任兼职教师。他们均具备5年以上的行业一线工作经历，精通电商运营、数据分析、营销策略、电商设计、营销推广等专业知识，兼职教师主要承担电商运营专项实训、项目化课程教学等任务，将企业真实项目、行业新趋势融入教学过程，提升了人才培养的针对性与职业适应性。

（二）教学设施

1. 专业教室

本专业共有15个标准教室，每个教室现已配备无尘黑板、教学一体机（教学一体机含实验展示台、投影等功能）、音响，教学区域现已实现有线、无线网络全覆盖，并具有网络安全防护措施。专业教室已安装应急照明装置，符合紧急疏散要求，能够满足广泛化、个性化学习方式的需要。

2. 校内实训场所

表 8-1 电子商务专业校内实训场所一览表

序号	实训室名称	数量	面积 (m ²)	实训内容
1	商品采编实训室-摄影室	1	70	主要满足各种类型商品以及人物的拍摄需要以及学生的人像摄影、产品摄影等基础训练，同时也承担视频采编、图形图像处理、商品信息采编、网络编辑等课程的实训与教学工作
2	商品采编实训室-设计室 ①	1	70	主要满足电子商务专业学生的网页设计与制作技巧等基础训练，同时也承担了图形图像处理、网页设计与制作等课程的实训与教学工作

3	网络营销实训室	1	70	主要满足电子商务专业学生的选品与采购技巧、网络营销技能等基础训练，同时也承担了选品与采购、市场调研与分析、网络营销、移动商务等课程的实训与教学工作
4	商品采编实训室-设计室 ②	1	85.5	主要满足电子商务专业学生的网页设计与制作技巧等基础训练，同时也承担了图形图像处理、网页设计与制作等课程的实训与教学工作
5	数据分析实训室	1	70	主要满足电子商务专业学生的电子商务数据分析技能以及数据库系统的操作等基础训练，同时承担了物联网基础、电子商务数据分析与应用等课程的教学与实训工作
6	客服服务实训室	1	70	主要满足电子商务专业学生的客户服务技巧以及沟通技能的提升训练，同时承担了客户服务与管理、客户服务技巧等课程的教学与实训工作
7	运营实训室	1	70	该实训室主要满足电子商务专业学生的电商运营技巧的基础训练，同时承担了网店运营实务、跨境电子商务、移动电子商务、电子商务物流及供应链管理等课程的教学与实训工作

3. 校外实习实训基地

表 8-2 电子商务专业校外实习实训基地一览表

序号	基地名称	承担教学任务
1	周口市春拓生态园林有限公司	校企合作共建企业教师工作站，强化校企协同，共施社会服务；共建教学资源和教师队伍，推进“三教改革”；共同研讨电子商务专业人才培养方案。

2	周口市川汇区川禾家居用品商行	校企合作共建企业教师工作站，强化校企协同，共施社会服务；共建教学资源和教师队伍，推进“三教改革”；共同研讨电子商务专业人才培养方案；协同培养“双师型”教师高级研修班；岗位实习；师资培训。
3	周口市川汇区华耀城商务写字楼	校企合作共建开展订单培养；共同研讨电子商务专业人才培养方案；岗位实习；师资培训。
4	河南易轩汇网络科技有限公司	校企合作共建开展订单培养；共同研讨电子商务专业人才培养方案；岗位实习；师资培训。
5	河南乐友医疗科技有限公司	共同研讨电子商务专业人才培养方案；岗位实习；师资培训。

（三）教学资源

1. 教材资源

落实国家教材管理有关规定，党委（党组织）对教材负总责，学校成立了由专业教师、行业专家以及教研人员等参与的教材选编委员会，制定了《周口城市职业学院教材征订管理办法》和《周口城市职业学院教材选用办法》。

2. 图书资源

学校配备有足够的图书文献，其中，电子商务技术、方法、思维以及实务操作、行业政策法规等相关图书3万余册，并围绕本专业订阅了有影响力的学术期刊8种，图书配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要，方便师生查询、借阅。

3. 数字教学资源

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、数字教材、虚拟仿真软件、仿真实训机房等。具体包含电商运营软件操作演示（如千牛、卖家精灵）、电商设计软件操作演示（如AdobeIllustrator、PS、Pr、AE）等核心技能的教学课件，配套AE、PS、Pr等软件实操指南的数字教材，建有1个仿真实训摄影室，配备摄像机、灯光、

仿真背景等硬件设施，可实现学生同时开展实操训练，满足电子商务专业核心技能实训需求。

(四) 教学方法

从调动学生积极性出发，以激励学生学习为目标，从以学生听为主转变为学生以练为主和亲身体验。教师甘当“指导者”、“辅导者”、“助手”。根据本专业教学要求和课程特点，采用项目教学、案例教学、情景教学、工作过程导向教学等，强调学生自主学习能力的养成。广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等现代教学方式方法，充分发挥现代信息技术作用。教学实施中，需基于专业跨学科属性与岗位能力需求，系统运用项目驱动教学法，以企业真实项目为载体，如电商平台运营全流程实践，实现任务分解与能力进阶、案例教学法，选取行业典型案例与热点案例，通过案例解构、小组研讨、归因分析，深化理论与实践的耦合、情景模拟教学法，构建电商客服纠纷处理、直播电商应急响应等仿真场景，实现岗位情境与职业能力的映射及工作过程导向教学法，依据电商岗位工作任务与流程，如商品选品、物流对接、数据分析等，进行教学模块重构与行动导向设计。在专业教学过程中，利用数字化教学手段，可以让课程与实践有效衔接。

(五) 教学评价

教学评价分为过程性评价和结果性评价，主要针对教学过程中教师、学生、教学内容、教学方法手段、教学环境、教学管理诸因素进行评价。考核方法除笔试外，采用日常表现、开卷考试、答辩、顶岗实习综合评价等多种形式，对学生知识、能力、素质全面客观的考核。

1. 项目化考核评价

运用针对性的项目化实训考核，把课程开展与课程内容考核相结合，每个教学项目内容完结后，即时对该模块内容进行理论、实践等，实现教学与考核无缝衔接。

2. 职业技能考核评价

采用操作技能考试，分学期、分学年举行职业技能大赛

来锻炼学生的职业能力。设置实习跟踪调查，根据实习企业的反馈情况进行打分，综合以上各项成绩与学生的课堂表现、课后练习、期末考试成绩进行评价，作为最终课程成绩。

3. 第三方技能鉴定评价

通过聘请电子商务行业中具有较高影响力的企业或个人，按照岗位标准，定期对专业学生进行实践考核。

(六) 质量管理

1. 组织保障

学校成立了教学诊改工作领导小组，负责质量分析、政策制定、工作推进，由校长直接领导。根据学校的办学理念、办学定位、专业人才培养目标，聚焦专业设置与条件、教师队伍与建设、课程体系与改革、课堂教学与实践、学校管理与制度、校企合作与创新、质量控制与成效等人才培养工作要素，从学校管理、专业建设、质量保障、平台建设等多层级成立由分管校长牵头，管理中层及教学骨干具体负责的专项工作组，构建机构清晰、分工明确，责任详实的组织体系。

2. 制度保障

学校制定了《周口城市职业学院教学质量管理制度》，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。同时建立了质量年度报告制度，学校、教务部门按年度编制质量分析报告；专业、教师、学生按年度撰写总结，进行质量分析，及时发现实施和运行中存在的问题，制定改进措施。

3. 校企合作机制

学校成立了校企合作领导小组，由校长牵头、分管校长具体负责，成员包括教务处、招生就业处、各专业负责人及行业、企业代表。主要负责制定校企合作的发展规划和工作目标；协调学校与企业之间的合作关系，推动双方在科研项

目、人才培养、技术创新等方面的合作；组织开展校企合作的科研项目申报、评审和管理工作；对校企合作的成果进行评估和推广，提高合作的效益和影响力以及学校的科研水平和创新能力，推动产学研深度融合。

4. 毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才质量和培养目标达成情况。毕业生跟踪调查主要通过网络问卷调查及实地访谈的方式进行。主要调查毕业生进入社会后的就业状况、就业观念、对学校就业创业指导服务工作的满意度、对学校人才培养的满意度，以及对就业工作和对母校的总体评价和建议等。通过用人单位对我校毕业生的职业能力和职业素养的评价，从而了解用人单位对毕业生的需求情况，积极推荐我校毕业生，不断拓展毕业生就业渠道，了解应届毕业生状况，及时提供就业岗位信息，帮助每一位毕业生顺利就业。学校将充分利用评价分析结果，有效改进专业人才培养方案，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，严把毕业出口关，确保学生毕业时，完成规定的学时学分和各教学环节，保证毕业要求的达成度。学生全部课程考核合格并至少获得 134 学分，准予毕业。

表 9-1 毕业学分要求及学分转换

应修学分		证书与学分认定转换		
		取得证书	认定学科	转换学分
公共基础必修课	34	计算机等级证	计算机基础	1
专业基础必修课	22	英语四级	大学英语	1
专业核心课	24	普通话证	大学语文	1
公共基础选修课	7	机动车驾驶证	公共选修课	1
专业拓展(必修课)	6	省级 一等奖	专业基础课	2

专业拓展(选修课)	11	技能竞赛	二等奖		1
实习	26		三等奖		0.5
入学教育	1	其他省级以上竞赛	国赛	专业拓展课	2
毕业教育	1		省赛		1
军事技能训练	2				
应修总计	134				

注:

1. 学生课程考核成绩低于 60 分, 该课程的学分为 0
2. 学生课程缺勤时长达到总课时的 50%, 该课程的学分为 0

附表

电子商务专业教学计划进程表

课程类别	课程性质	序号	课程名称	学分	学时总数	学期学时		各学期周学时分配						考核方式		备注	
						理论	实践	一	二	三	四	五	六	考试	闭卷	自主	
公共基础课	必修	1	思想道德与法治	3	48	44	4	4									✓
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	28	4		2								✓
		3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	44	4		2	2							✓
		4	中华民族共同体概论	2	32	28	4			2							✓
		5	形势与政策	1	32	32		第一、二、三、四学期每学期8学时									✓
		6	大学英语	4	68	60	8	2	2								●
		7	大学语文	2	36	28	8		2								✓
		8	信息技术及人工智能基础	2	32	8	24	2									✓
		9	大学体育	8	140	20	120	2	2	2	2						✓
		10	大学生职业发展与就业指导	2	38	30	8	2				2					单周课
		11	劳动教育	1	16	2	14			2							✓
		12	大学生心理健康教育	2	32	24	8	2	2								双周课
		13	军事理论	2	36	36			2								✓
选修		1	创新创业教育	1	16	14	2						2				▲限定期选
		2	中华优秀传统文化	1	16	14	2					2					✓

		3	国家安全教育	1	16	14	2				2				✓	修 ▲ 6 选 4
		4	音乐鉴赏	1	16	14	2				2				✓	
		5	艺术概论	1	16	14	2				2				✓	
		6	食品与营养	1	16	14	2				2				✓	
		7	影视鉴赏	1	16	14	2				2				✓	
		8	口才艺术与社交礼仪	1	16	14	2				2				✓	
		9	国学智慧	1	16	14	2				2				✓	
		小计		41	702	482	220	12	14	8	8	2				
专业基础课	必修	1	电子商务基础	4	64	46	18	4							✓	★
		2	零售基础	3	48	30	18				4				✓	1-12周
		3	市场营销	4	64	46	18	4							✓	
		4	管理学基础	3	48	30	18				4				✓	1-12周
		5	财税基础	4	72	56	16		4						✓	
		6	电子商务法律法规	4	72	54	18			4					✓	
小计		22	368	262	106	8	4	4	4	4						
专业核心课		1	零售门店O2O运营	4	72	54	18		4						✓	
		2	社群运营	4	72	36	36				4				✓	
		3	网络营销	4	64	32	32	4							✓	
		4	网店运营	4	72	36	36		2	2					✓	
		5	视觉营销设计	4	72	54	18			4					✓	
		6	互联网销售	4	72	54	18				4				✓	
小计		24	424	266	158	4	6	6	8							
专业拓	必修	1	视频制作	4	72	54	18				6				✓	1-12周

展 课 选 修	2	直播电商	2	36	18	18			2					✓			
	1	客户服务与管理	2	36	18	18			2					✓			
	2	人工智能导论	2	36	18	18				3				✓		▲ 限 定 选 修	
	3	商务沟通	2	36	18	18				3				✓			
	4	社交礼仪	1	24	12	12			2					✓			
	5	智慧商业	1	24	12	12				2				✓			
	6	新媒体营销	1	24	12	12				2				✓			
	7	艺术鉴赏	2	36	18	18			2					✓		▲ 二 选 一	
	8	办公软件高级应用	2	36	18	18	2							✓			
小计			17	324	180	144			4	2	16						
入学教育			1	24	12	12	第一学期第1周										
实 践 性 教 学 环 节	必 修	1	军事技能训练	2	112		112	第一学期第2周和第3周									
		2	毕业教育	1	24		24	第五学期									
		3	实习	26	624		624	第五学期后6周和第六学期									
小计			29	760		760											
合计			134	2602	120 2	140 0	24	24	22	22	22						

注：1. ★代表电子商务专业相关等级职业资格证考试课程；
●代表专升本考试课程；▲代表选修课程，公共选修课上课时间为第1周至第8周。
2. 每16-18学时折算1学分，军事技能训练、实习、入学教育、毕业教育等活动1周为1学分。