

周口城市职业学院

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称(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

三年

四、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 电子商务专业职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或 技术领域举例	职业类证书
财经商贸大类 (53)	电子商务类 (5307)	互联网和相关服 务(64)、 批发业(51)、 零售业(52)	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)	运营主管、全渠 道营销主管、020 销售主管、	《电子商务 师》

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，信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业的销售人员、商务咨询服务人员等职业群，能够从事营销推广、网店运营运营管理、客户服务等工作的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求：

1. 素质

(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。

(7) 具备 AIGC 技术敏锐度与创新思维，既能够依托 AIGC 工具开展精准用户分析与营销决策，又能严格遵守数据安全法规，确保 AI 生成内容的合法性与原创性边界。

(8) 具备持续学习与审美判断力，能快速适配 AIGC 技术迭代节奏，同时对 AI 生成的电商视觉内容、营销素材进行质量把控，契合品牌调性与市场需求。

2. 知识

(1) 掌握必备的思想政理论、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

(10) 掌握直播相关理论知识和实操技能。

(11) 具备 AIGC 与电商业务融合的专业知识，包括 AI 驱动的跨境电商运营、智能营销策划、短视频/直播内容生成、用户画像构建等场景化应用逻辑。

(12) 熟悉主流 AIGC 工具的应用知识,涵盖提示词方法、工具操作、豆包、扣子等模型训练基础,以及 AI 生成内容的后期优化技巧。

3. 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。

(13) 具备 AIGC 工具实战应用能力,能独立运用 AIGC 完成电商营销文案撰写、商品图像生成、直播脚本设计、数据图表可视化等实务任务。

(14) 具备具备 AIGC 技术与业务的衔接能力,能将商业需求转化为清晰的 AIGC 应用指令,通过多模态技术优化文生图/文生视频的语义对齐效果。

六、课程设置及要求

(一) 职业岗位能力分析及课程设置思路

表 2 电子商务专业职业岗位能力分析

序号	职业岗位	典型工作任务	能力要求及素质	课程名称
1	电子商务助理	从事电子商务项目规划和电子商务业务具体开展和实施	具有电子商务专业性知识与能力,组织与管理能力。	《电子商务概论》

		等工作。		
2	市场调研、网站策划、网页设计等行业	从事电子商务市场调研、网站策划与编辑、网页设计工作	具有策划表达能力,协调沟通、解决问题的能力。	《市场营销》 《网络营销》
3	电子商务网站和平台行业	从事电子商务网络营销、网站运营与推广、国际贸易工作	具有销售能力和语言沟通能力。	《网店运营》 《网络营销》 《跨境电子商务》

根据本专业对应工作岗位群的工作过程分析,每个工作环节都有其特定的知识与技能要求,也就建立了工作任务与知识、技能的联系,在完成工作过程分析的基础上,根据认知及职业成长规律对这一过程涉及到的知识和技能进行重组、简化,从而得到相应的课程设置,确定岗位群的各种工作岗位对应的专业课程和相应的实训内容。

(二) 课程设置

本专业课程包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定,本专业将毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、大学语文、大学英语、大学体育、人工智能应用与实践、大学生职业发展与就业指导、劳动教育、心理健康教育、形势与政策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、艺术概论、国学智慧、口才艺术与社交礼仪等列入公共基础选修课程。

表 3 公共基础课程及主要教学内容与教学要求

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与教学要求
1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	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	讲授中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程,充分反映马克思主义中国化的两大理论成果。 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,运用互动式、体验式、展演式、信息化等教学方法和手段,实施案例分析、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。

		义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题能力的提升有更加切实的帮助，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。	
2	思想道德与法治	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。	进行正确的人生观、价值观、道德观和法制观教育，引导学生牢固树立社会主义荣辱观，树立高尚的理想情操，养成良好的道德品质。 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。
3	中华优秀传统文化	通过学习本课程，培养学生运用辩证唯物主义观点，理解并传承中华优秀传统文化的基本精神，能够历史地、科学的分析中华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。	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。
4	大学体育	通过学习本课程，使学生深化“健康第一”的指导	开设足球、篮球、排球、网球、羽毛球、乒乓球、健美操、武术、瑜伽、体育

		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。对1-2个运动项目形成兴趣爱好，为践行“终身体育”打好基础。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。	舞蹈项目。 本课程依据学生运动兴趣，针对专业类型、职业特点指导学生进行选项并完成项目教学，课程思政融入教学全过程。
5	形势与政策	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。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，帮助学生认清国际国内形势，了解党和国家重大方针政策。
6	大学生职业发展与就业指导	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。	基本了解职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境；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。 线上自主学习+线下教学，充分利用网络教学平台、多媒体等现代信息技术手段，

			科学合理设计课程内容，过程性评价与终结性评价有机结合。
7	心理健康教育	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，树立心理健康的观念，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。 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。
8	大学语文	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。	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。

9	大学英语	通过学习本课程，培养学生听、说、读、写、译等基本语言能力，提高学生以社会主义核心价值观为中心的人文素养和思想品德。	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。
10	人工智能应用与实践	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(如 DeepSeek 等)融入办公场景,提升自动化处理与智能分析的实践能力。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。	本课程分为两大模块:一是计算机办公软件(Word、Excel、PPT)的基础操作,包括文档排版、数据处理、图表制作及演示设计;二是 AI 工具(如 DeepSeek、豆包等)在办公场景中的应用,涵盖智能写作、数据分析自动化、AI 辅助 PPT 生成等。课程采用“基础+AI 赋能”模式,结合案例教学,让学生掌握传统办公技能的同时,学会利用 AI 提升效率。 学生需具备基本的计算机操作能力,按时完成课堂实训与课后作业。课程强调实践应用,学生需熟练运用 AI 工具优化办公流程,并能独立完成智能文档处理、数据分析等任务。考核方式包括实操测试、AI 应用项目报告及综合考试,确保学生真正掌握智能办公技能。
11	劳动教育	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	分别于第一、三、五学期开设,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,

		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。	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。 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。
--	--	--	--

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、新媒体营销、市场营销、AI 视频生成、电商 AI 设计通识、管理学基础。

表 4 专业基础课程主要教学内容与教学要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
1	电子商务基础	通过学习和训练，学生能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。	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	新媒体营销	通过学习和训练，能够掌握新媒体运营用户和内容的定位和优化方法，能够掌握主流新媒体营销渠道的运营方法。	熟练掌握并了解门户网站营销、网络视频营销、搜索引擎营销、博客营销、微博营销、微信营销、手机媒体营销以及数字媒体营销等新型媒体营销的概念、特征、营销的特征及主要载体，并通过大量案例分析，使得学生能够接触到业界前沿的最新成果。

3	市场营销	全面系统掌握市场营销学的核心理论框架，包括市场营销的定义、核心理念（以用户需求为中心）及电商场景下的延伸内涵。	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	AI视频生成	具备 AI 视频生成工具实操能力；掌握提示词工程核心技能，能结合场景需求设计精准的多维度提示词，提升 AI 生成视频的匹配度。具备场景化应用能力，能针对电商产品宣传、短视频内容创作等具体需求，设计完整的 AI 视频	通过本课程的教学，掌握提示词构成要素：画面描述（主体、环境、光影）、镜头语言（景别、运镜方式）、风格定义（写实、动画、复古）、节奏与时长（镜头切换频率、总时长）等维度解析。提示词优化技巧：关键词权重设置、负面提示词运用（排除模糊画面、冗余元素）、多轮迭代调整方法。版权边界界定：AI 视频生成的版权归属（用户、工具方）、训练数据合法性要求、生成内容与原有作品的相似度判定标准。
5	电商AI设计通识	掌握电商 AI 设计的核心概念与技术逻辑，理解生成式 AI 在电商视觉设计中的应用价值，明晰 AI 设计与传统电商设计的差异及协同关系。熟悉电商 AI 设计的技术生态，包括主流工具分类（文生图、图生图、智能排版、AIGC 文案等）	通过本课程的教学，掌握提示词核心构成：商品维度（品类、材质、卖点）、视觉维度（风格、构图、光影、色彩）、营销维度（促销信息、目标人群、场景氛围）、技术维度（分辨率、文件格式）解析。常见问题解决方案：AI 生成图“商品变形”（图像修复工具使用）、“色彩不符品牌调性”（PS / 稿定设计色彩校正）、“信息缺失”（AI 补图功能实操）。跟随教师完成工具实操演示，主动提问技术难点；项目实战中明确分工，积极参与方案讨论，分享设计思路。
6	管理学基础	掌握管理学的核心概念、发展历程与理论体系。具备基础	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、

		管理问题分析能力，能运用管理理论与原理拆解组织中的常见问题。了解管理的基本原理与方法，掌握决策、沟通、激励、团队管理等关键管理环节的基础理论。	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（尊重人、激励人、发展人）、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：消费心理学、商品信息采集与处理、网络营销、电商直播、网店运营、AI 视觉营销设计、客户服务与管理。

表 5 专业核心课程主要教学内容与教学要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
1	消费心理学	通过本课程的学习，让学生通过观察消费者，分析消费者心理活动，采用观察法、市场调查法的方式，培养学生研究消费者营销活动的的能力、分析问题的能力、解决问题的能力。	本课程主要学习消费行为与消费心理学、消费者心理活动过程、消费者情绪与情感过程、消费者的个性心理、消费者的购买动机、社会文化、商品因素、消费者家庭及价格对消费者心理的影响等基本消费者知识。 在教学中主要采用演示法、案例分析法、模拟情景法、岗位见习法等方法，使得学生能够从从实践中学习掌握消费者心理，同时使用多媒体、教学软件等现代化教学手段，提高课程的教学效率。
2	商品信息采集与处理	通过本课程的学习，让学生应用所学知识和技能来完成不同品类的采编与优化，为网店提供风格鲜明、效果精美、符合网店特色的图片、视频及详情页，有效提升网店访问量、浏览量和销售量。培养学生的操作技能。	本课程主要学习根据摄影色彩、构图策略，拍摄出曝光合理、主题突出的商品照片：根据商品的特点进行创意设计，提高用户关注度；运用相关软件对图片进行处理，展示从整体到局部的商品特性，突出商品卖点等基础知识。 在教学中主要采用演示法、案例分析法、模拟情景法、等方法，使得学生能够从从实践中学习掌握商品信息采编的方式方法，同时使用多媒体、教学软件等现代化教学手段，提高课程的教学效率。

3	网络营销	通过本课程的学习，使得学生对网络营销有一个整体的认知，掌握网络营销的基本概念，基本原理和基本方法，并以此引导学生去研究和解决网络营销的理论和实际问题，紧密联系实际，培养学生学会分析案例，解决实际问题的能力。	本课程主要学习根据网络营销的基本概念，网络营销的策略体系，信息源策略，包含企业网站、博客、百科词条等，网络营销信息传递渠道策略，网络用户的来源渠道及交互策略、网络营销环境与资源策略等内容，让学生掌握基本的网络营销知识。 在教学中主要采用演示法、案例分析法、上机操作法、等方法，使得学生能够从实践中学习掌握网络营销的基本知识，同时使用多媒体、教学软件等现代化教学手段，提高课程的教学效率。
4	电商直播	使学生了解电商直播的发展趋势和商业模式，掌握直播策划、运营和推广的技能，能够在电商平台上进行有效的直播销售。	涵盖电商直播的概念、平台选择、直播策划、主播技巧、商品展示、互动营销等。要求学生了解不同电商直播平台的特点，制定有吸引力的直播策划方案。掌握主播的语言表达和互动技巧，能够生动地展示商品特点。学会运用互动营销手段，提高直播间的人气和销售转化率。
5	网店运营	通过本课程的学习，使得学生可以掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践能力，增强学生的创业意识、交流沟通能力。	本课程主要学习网店运营与管理的理论方法和业务操作。主要包括运营筹划、网店开设、日常运营、数据运营、网店推广和运营管理等知识。 在教学过程中主要采用案例分析法、任务法、经典实训法、项目小结法以及项目测试法等方法，使得学生能够从实践中掌握网店运营的基本操作，同时使用多媒体、教学设备和教学软件等现代化教学手段，提高课程的教学效率。
6	AI视觉营销设计	在课程结束后，学生能够为某电商平台设计出一套具有吸引力的产品详情页，	本课程主要学习：1. 品牌标志和标识系统，包括独特、易于识别的品牌标志，以及与之配套的标准字体、色彩等元素，用于建立统一的品牌形象。2 产品包装设计：吸引消费者

		其中包括合理的色彩搭配、清晰的构图以及突出产品特点和优势的排版；或者能够为线下店铺设计新颖的橱窗展示，吸引顾客的注意力并激发他们的购买欲望。	目光，传达产品特点和品质，如精美的形状、图案、色彩组合。：3. 广告海报和宣传物料：以醒目的图像、有冲击力的文字来推广产品或服务，激发消费者兴趣。4. 网站和电商页面设计：打造美观、用户友好的界面，方便消费者的浏览和购物，如布局合理、图片高清等。5. 社交媒体配图：专门设计的用于在社交媒体上发布的图片，符合平台特点和受众喜好。6. 店铺陈列和装饰：在实体店铺中，通过合理的布局、灯光、色彩等营造良好的购物氛围。7. 产品展示图片和视频：多角度展示产品细节、功能、使用场景等，增强消费者对产品的了解。
7	客户服务与管理	培养学生具备专业的客户服务理念和技能，能够有效地与客户进行沟通和互动，提高客户满意度和忠诚度。同时，掌握客户关系管理的方法和策略，为企业创造更大的价值。	内容包括客户服务的基本概念、客户需求分析、沟通技巧、投诉处理、客户关系管理等。要求学生理解客户服务的重要性，学会倾听客户需求，运用恰当的沟通方式解决问题。掌握处理客户投诉的流程和方法，能够将投诉转化为提升服务的机会。熟悉客户关系管理的策略，利用工具进行客户分类和维护，以提高客户的忠诚度。

（3）专业拓展课

专业拓展课包括：AI 电子商务文案写作与策划、演讲与口才、视频后期制作、跨境电商。

（三）实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、社会实践等。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、批发零售业等行业的电子商务应用企业进行实习。应严格执行《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》。

（四）职业资格证书

表 6 职业资格证书一览表

序号	证书名称	发证机关部门	必考	选考
----	------	--------	----	----

1	普通话相应等级证书	河南省语言文字工作委员会		√
2	电子商务师职业能力等级证书	人社局职业鉴定中心		√
3	物流从业人员职业能力等级证书	河南省职业鉴定中心		√
4	全国计算机等级考试证书	教育部考试中心		√

七、教学进程总体安排

(一) 教学活动时间分配 (周)

表 7 电子商务专业教学活动时间分配 (周)

学期	教学实训	军训入学教育	实习	机动	考试	合计
1	16	2		1	1	20
2	18			1	1	20
3	18			1	1	20
4	18			1	1	20
5	12		6	1	1	20
6			20	0	0	20
合计	82	2	26	5	5	120

说明：每学期共 20 周教学活动时间，每学期不足 20 周教学时间根据专业具体情况补充。

(二) 教学总学时分配

本专业共 3 学年，6 学期，120 周。其中，军事理论与军训 2 周，课程教学与课内实践 82 周，毕业实习 26 周，机动 5 周、考试周 5 周。本专业共有 2520 个学时。其中，公共基础课 696 学时，专业课 888 学时，专业拓展课 216 学时，实践性教学环节 624 学时。

表 8 电子商务专业教学总学时分配表

课程类型	课程类别	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
必修课	公共基础必修课	398	57.18%	298	42.82%	696	28%
	专业基础课	216	66.67%	108	33.33%	324	13%
	专业核心课	404	71.63%	160	28.37%	564	22%
选修课	公共基础选修课	96	100.00%	0	0.0%	96	12%
	专业拓展课	144	66.67%	72	33.33%	216	

实践教学环节	实习	0	0.0%	624	100.00%	624	25%
总计		1258	49.92%	1262	50.08%	2520	100%

说明：①总学时 2520 学时，周学时控制在 26-28 学时。②理论教学占比 49.92%，实践教学占比 50.08%，理论教学与实践教学比例为 1:1.003。③集中进行的实践环节一周按 24 学时计入。

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

电子商务专业现有专任教师 25 人，其中，副高级及以上 1 人，占比 4%；中级以上 8 人，占比 32%；“双师型”教师 16 人，占比 64%；研究生及以上 10 人，占比 40%；符合老中青结构，兼职教师 2 人。专任教师队伍根据职称、年龄形成合理的梯队结构。

2. 专业带头人

本专业的专业带头人具有副高级以上职称，能较好把握行业发展态势，了解本行业对人才的需求，实际教学设计专业研究能力强，积极开展教科研工作，在本地区相关领域有一定的影响力。

（二）教学设施

1. 专业教室

本专业共有 4 个专业教室，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 9 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 10 电子商务专业校外实习实训基地一览表

序号	企业名称	通讯地址	备注
1	周口市春拓生态园林有限公司	周口市川汇区周口师范大学科技园 603	
2	周口市川汇区川禾家居用品商行	周口市川汇区八一路数字产业园 1 楼	
3	周口市川汇区华耀城商务写字楼	周口市川汇区悦居家纺店 401	
4	河南易轩汇网络科技有限公司	周口市神农路高新区管委会 712	
5	河南乐友医疗科技有限公司	周口市神农路高新区管委会 701	

(三) 教学资源

1. 教材资源

学院严格按照国家规定选用优质教材,现已建立了由专业教师、行业专家以及教研人员等参与的教材领导组,严格按照《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》选用教材。

2. 图书资源

学院图书馆现已配置图书 15.3 万余册，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 19850 册，为本专业教师及学生的专业素质提高提供了有价值的、前瞻性的参考读物。

3. 数字教学资源

建设、配备了包括管理、经济、营销和文化类文献、音视频资料、电子教材、教辅材料、教学课件、案例库、在线课程、实训软件、行业政策法规资料、就业创业信息等专业教学资源库，可满足教学。

（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、讨论时、参与式等现代教学方式方法，充分发挥现代信息技术作用。在专业教学过程中，加入AI工具进行教学，利用数字化教学手段，可以让课程与实践有效衔接。

（五）学习评价

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、操作技能考试、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。

（六）质量管理

1. 建立教学工作诊断与改进制度与运行方案

学院现已建立教学工作诊断与改进制度建设与运行方案，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计等专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学设施、过程监控、质量评价和持续改进，提高教学质量。

学院成立教学诊改工作领导小组，领导小组下设诊改工作办公室和六个专项工作组。诊改工作办公室负责质量分析、政策制定、工作推进，由院长直接领导。根据学院的办学理念、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、学院管理与制度、校企合作与创新、质量控制与成效等人才培养工作要素，从学院管理、专业建设、质量保障、平台建设等多层级成立由分管院长牵头，管理中层及教学骨干具体负责的六个专项工作组，构建机构清晰、分工明确，责任详实的组织体系。

2. 建立完善的管理机制

为完善教学管理机制,学院现已制定《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。同时已建立质量年度报告制度,学院、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,并进行分析,制定改进措施。各科室诊改结果与年终绩效考核挂钩;教师个人诊改结论与年终考核、岗位聘任、职称评定挂钩;学生个人诊改结论与个人量化管理、评先评优、实习就业挂钩。通过建立质量年报及考核性诊断制度,使每一位师生都成为教学诊断者,每一个管理环节都成为诊断工作的抓手。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

学院制定了《毕业生就业跟踪办法》,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,辅之以毕业生座谈会、优秀校友报告会等方式。主要调查毕业生进入社会后的就业状况(包括就业创业情况、签约情况、升学情况、就业地点、待遇福利、就业单位性质、工作岗位等)、就业观念(就业意愿、择业因素、期望值等)、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。同时还调查用人单位对我院毕业生的实际评价(包括用人单位对我院毕业生的思想政治道德素质、职业业务素质、知识结构、工作能力和技能、综合评价)、用人单位对我校人才培养的评价(包括对我院课程设置、教学改革以及就业创业工作的评价和建议)、用人单位对毕业生职业能力和职业素养的需求情况。专业教研组织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。

九、毕业要求

(一) 毕业要求与课程对应关系表

表 11 电子商务专业毕业要求与课程对应关系

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
1	专业能力	具有电子商务专业性教学知识及组织管理能力	电子商务基础、消费心理学、市场营销、管理学基础、新媒体营销。

2	方法能力	具有策划表达技巧，协调沟通，熟悉电子商务操作运营方面的能力，办公处理能力跨境业务能力。	消费心理学、商品信息采集与处理、网络营销、客户服务与管理、网店运营、新媒体营销、电子商务综合实训、跨境电商、电子商务文案策划与写作、演讲与口才、电商直播。
3	社会能力	具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；具有较高的社会责任感和社会参与意识。	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法律基础、形势与政策、劳动教育、党史国史。
4	可持续发展能力	具有探究学习和终身学习的能力；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。	大学生职业发展与就业指导、心理健康教育、大学体育、大学英语、大学语文。
5	创新创业能力	具有开拓创新精神，符合生活照料服务行业职业能力需求，能够辩证并系统地思考分析问题，寻求解决问题的能力；具有基本的专业文献资料检索与获取能力。	中华优秀传统文化、人工智能应用与实践、创新创业教育、职业素养。

（二）毕业及相关证书要求

学生在规定学习期限内修完本专业教学计划规定的全部课程，完成实践教学等环节，成绩合格，由周口城市职业学院颁发专科毕业证书，并报教育部电子注册，国家承认学历。

1、获取毕业证书的条件

- （1）在教育部学信网上已注册学籍并达到最低修业年限；
- （2）修完本专业教学计划规定的全部课程和实践教学等环节，成绩合格；
- （3）进行毕业信息采集并已提交毕业信息采集照片；
- （4）网上提交毕业生登记表相关内容；
- （5）交齐所有费用；

2、建议选考证书

- （1）电子商务师证书
- （2）英语四、六级证书
- （3）普通话相应等级证书

(4) 物流从业人员职业能力等级证书

(5) 全国计算机等级考试证书

十、附录

表 12 电子商务专业教学计划进程表

课程性质	课程类别	序号	课程名称	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		考查		
							16	18	18	18	12	20	闭卷	自主			
公共基础课	公共基础必修课	1	思想道德与法治	32	28	4	2									√	
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	32	4		2								√	
		3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	36	32	4			2							√	
		4	中华民族共同体概论	36	32	4			2							√	
		5	大学生安全教育	18	18	0				2 (1-9)						√	
		6	国家安全教育	18	18	0				2 (10-18)						√	
		7	形势与政策	32	32	0	1. 2. 3. 4 学期每学期 8 学时									√	
		8	大学英语	68	60	8	2	2					√				○
		9	大学语文	32	24	8	2									√	
		10	人工智能应用与实践	32	8	24	2									√	
		11	大学体育	140	20	120	2	2	2	2						√	
		12	大学生职业发展与就业指导	36	28	8		2 (1-9)		2 (1-9)						√	
		13	劳动教育	32	8	24	1. 2. 3. 4 学期每学期 8 学时									√	

	14	大学生心理 健康教育	36	26	10		2						√	
	15	军事理论与 军训	112	32	80								√	
	小计		696	398	298									
公共基础选修课	1	创新创业教育	16	16	0					2			√	△ 限定选修
	2	中华优秀传统文化	16	16	0				2				√	
	3	音乐鉴赏	16	16	0		2						√	△ 7选4
	4	艺术概论	16	16	0				2				√	
	5	食品与营养	16	16	0					2			√	
	6	影视鉴赏	16	16	0					2			√	
	7	口才艺术与 社交礼仪	16	16	0		2						√	
	8	国学智慧	16	16	0			2					√	
	9	短视频拍摄 制作	16	16	0			2					√	

	小计			96	96	0										
专业 课	专业 基础 课	1	电子商务基础	46	18	46	4							√	★	
		2	新媒体营销	30	18	30					4 (1-12)			√		
		3	市场营销	46	18	46	4							√		
		4	管理学基础	30	18	30					4 (1-12)			√	○	
		5	AI 视频生成	36	18	18		2								
		6	电商 AI 设计通识	46	18	46	4							√		
	小计			324	216	108										
	专业 核 心 课	7	消费心理学	36	36	36		4						√		
		8	商品信息采集与处理	46	18	46	4							√		
		9	客户服务与管理	36	18	18		2						√		
		10	网络营销	32	16	16	2							√		
		11	网店运营	126	18	126			4	4				√		
		12	AI 视觉营销设计	126	18	126			4	4				√		
		13	电商直播	36	36	36				4				√		
	小计			564	404	160										
	专业 拓 展 课	1	AI 电子商务文案策划与写作	18	18	18		2							√	
		2	演讲与口才	18	18	18				2					√	
		3	视频后期制作	54	18	54		4						√		
		4	跨境电商	54	18	54			4							
	小计			216	144	72										
	周学时						28	26	22	20	6					
实习				624	0	624	第五学期后 6 周、第六学期							√		
合计				2520	1258	1262										

说明：① 备注中★代表证书；○代表专升本课程；△代表选修课，其中公共课选修课程1-8周上课；□代表特殊情况说明；②在顶岗实习中，对学生进行社会实践教育、专业实践教育和劳动教育；③在每学期的寒暑假间，进行至少一周的社会调查。