

德州科技职业学院

电子商务专业

2025级人才培养方案

制定人姓名	单位	年龄	职称	电话	备注
张继红	德州科技职业学院	48	教授	13688657761	专业带头人
徐曰军	德州科技职业学院	48	教授	15166693502	教学骨干
张坤	德州科技职业学院	33	讲师	13792462358	教学骨干
陶晓娟	德州科技职业学院	48	讲师	18253524955	教学骨干
王冲	德州科技职业学院	38	讲师	15589516287	教学骨干
应利萍	宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司	41	技师	17861432393	行业专家
刘玉航	山东游天下信息科技有限公司	40	技师	13223398822	行业专家
徐诚森	海阳云创智能科技产业园服务有限公司	31	工程师	13375557321	行业专家

审定人：王冲 刘玉航

单位公章：德州科技职业学院

山东游天下信息科技有限公司

制订日期：2025年07月

目 录

1 概述	1
2 专业名称 (专业代码)	1
3 入学基本要求	1
4 基本修业年限	1
5 职业面向	1
6 培养目标	2
7 培养规格	2
8 课程设置及学时安排	3
8.1 课程设置	5
8.2 学时安排	39
8.3 教学进程总体安排	41
9 师资队伍	45
9.1 队伍结构	45
9.2 专业带头人	45
9.3 专任教师	45
10 教学条件	46
10.1 教学设施	46
10.2 教学资源	52
11 质量保障和毕业要求	53
11.1 质量保障	53
11.2 毕业要求	53

1 概述

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应互联网和相关服务、批发业、零售业行业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下运营主管、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）的新要求，不断满足电子商务领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，结合区域电商产业发展实际、行业企业岗位需求及本校办学定位与特色，特制订电子商务专业人才培养方案。

2 专业名称（专业代码）

电子商务（530701）

3 入学基本要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

4 基本修业年限

三年

5 职业面向

表 1 职业面向表

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	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸大类（53）	电子商务类（5307）	互联网和相关服务（64） 互联网信息服务（64） 互联网平台（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）	运营主管 直播营销人员 智能客服主管 视觉营销设计师 数据分析师	电子商务师（高级）、互联网营销师（高级）

6 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、销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、数据分析师等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、直播营销策划与执行、数据分析、客户服务管理、视觉设计的高素质技术技能人才。

7 培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和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；

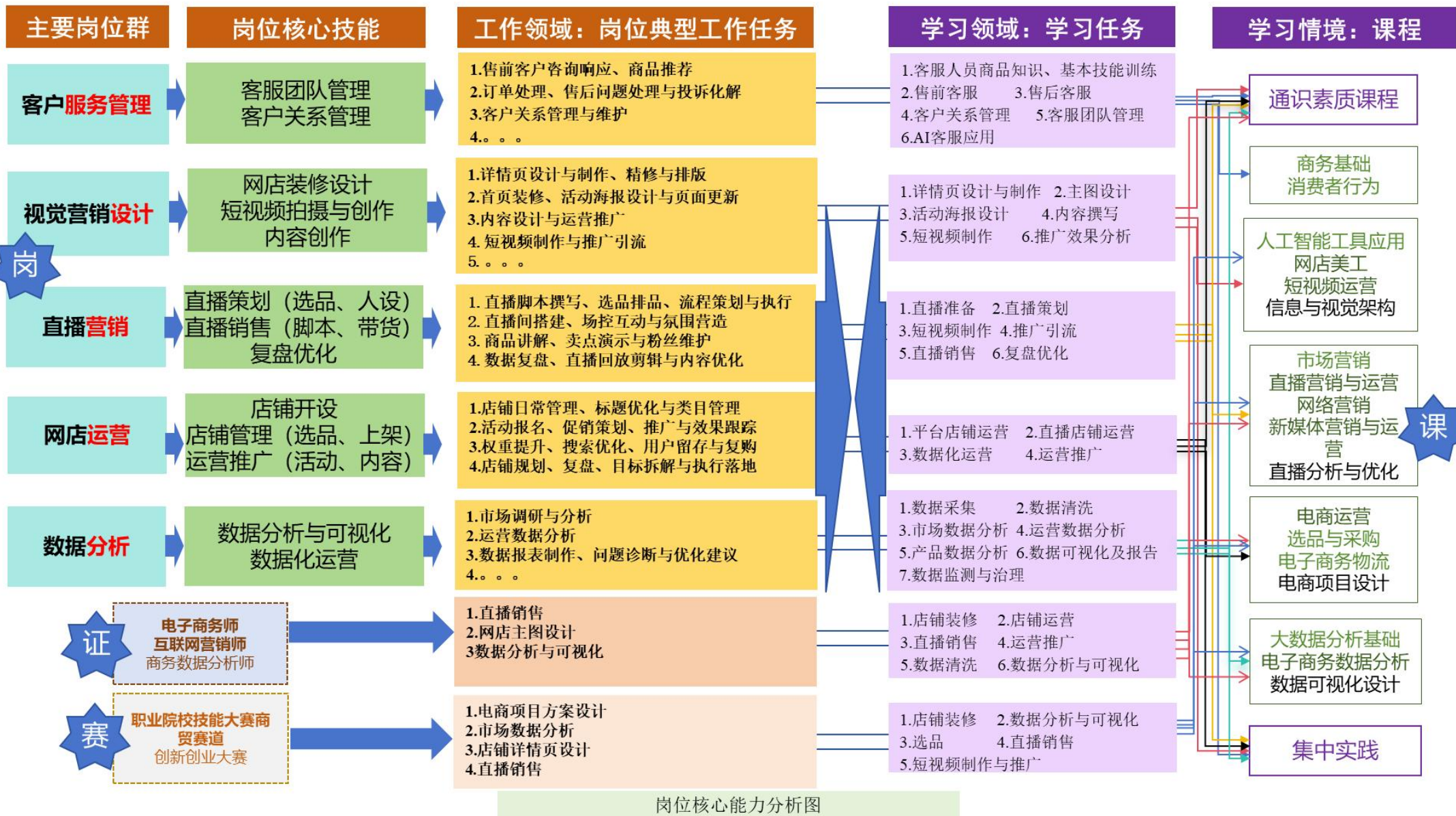
(14) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

(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。

8 课程设置及学时安排



8.1 课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

8.1.1 公共基础课程

按照国家有关规定开设公共基础课程，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、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中华民族共同体概论、形势与政策、体育与健康（一）、体育与健康（二）、体育与健康（三）、大学生职业生涯与发展规划、大学生就业指导、大学生心理健康教育、军事理论、大学英语、军事技能训练、信息技术与人工智能技术概论、劳动教育、大学生创新创业教育、国家安全教育、大学生美育、经济数学基础和统计学基础设置为公共基础必修课程。

表 2 公共基础课程

序号	课程性质	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
1	公共基础课程	思想道德与法治	落实高校立德树人根本任务，打牢大学生成长成才的科学思想基础，引导大学生树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观，提升大学生思想道德素质和法治素养，强化大学生对思想政治理论课的获得感	以马克思主义为指导，以习近平新时代中国特色社会主义思想为价值取向，以正确的世界观、人生观、价值观、道德观、法制观教育为主要内容，引导新时代青年大学生坚定理想信念，忠诚爱国，弘扬中国精神、自觉践行社会主义核心价值观	严格落实《新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求》，课堂教学为主，网络教学为辅，中班、小班授课，创新备课形式，综合运用多种教学方法手段，理论学习和实践体验相结合
2	公共基础课程	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	对大学生进行系统的马克思主义理论教育，巩固马克思主义在高校意识形态领域指导地位，实现习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神三进，培养担当民族复兴大任的时代新人	了解马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果；熟练掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观的具体内容和历史地位；坚持不懈推进马克思主义中国化时代化的进程。在一脉相承的理论体系中，全面贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，实现习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂进学生头脑，提高青年大学生政治思维、政治站位和政治定力，引导青年为中华民族伟大复兴努力奋斗	严格落实《新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求》，课堂教学为主，网络教学为辅，中班、小班授课，创新备课形式，综合运用多种教学方法手段
3	公共	习近	帮助大学生深入学习领	主题一：习近平新时代中国	遵循学生认知发展规

	基础课程	平新时代中国特色社会主义思想概论	会习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求，进一步增强大学生的“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，强化“两个确立”，重在形成理论思维，实现从学理认知到信念生成的转化，增强使命担当。	特色社会主义思想及其历史地位 主题二：坚持和发展中国特色社会主义的总任务 主题三：“五位一体”总体布局 主题四：“四个全面”战略布局 主题五：实现中华民族伟大复兴的重要保障 主题六：中国特色大国外交 主题七：坚持和加强党的领导	律，体现循序渐进、螺旋上升。坚持学段全覆盖，强化纵向一体化设计；结合学科专业特点，有机融入相关内容，强化育人立意和价值导向
4	公共基础课程	中华民族共同体概论	旨在让学生了解和探讨中华民族共同体概念、特点、形成与发展的课程。通过本课程的学习，学生将了解中华民族的历史、文化、价值观和中国特色社会主义道路的形成，并深刻理解中华民族共同体的意义和建设目标。	中华民族共同体的概念和内涵、中华民族的历史、中国特色社会主义与中华民族共同体、中华民族共同体建设的路径与原则、中华民族共同体的展望与发展目标	引导广大青年学生树立休戚与共、荣辱与共、生死与共、命运与共的共同体理念，不断增强学生对中华民族共同体的积极情感、认同态度，以及维护国家统一、民族团结的行为自觉。
5	公共基础课程	形势与政策	帮助大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战，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，引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略	党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，全面从严治党专题，党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设、纪律建设以及贯穿其中的制度建设的新举措新成效，我国经济社会发展，党中央关于经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设的新决策部署新部署；关注港澳台工作和国际形势	通过教学，引导学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，引导学生树立远大抱负，脚踏实地地实践中进行创新。
6	公共基础课程	国家安全教育	以总体国家安全观为科学指导，坚持党对国家安全教育的绝对领导，坚持以构建国家安全教育体系为途径，重点围绕理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观。学生系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中	国家安全观、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、新型领域安全等内容；公共安全教育主要包括人身安全、公共卫生安全、财产安全、心理安全、消防安全、应急处置、预防	提高新时代大学生的国家安全意识和自我保护能力，在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀，加强品德修养，增长知识见识，培养奋斗精神，提升学生综合素质。

			国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化学生责任担当。	违法犯罪、防范邪教等内容。	
7	公共基础课程	军事理论	让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质	中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备、军事技能	教学进入正常授课课堂，坚持课堂教学和教师面授在军事课教学中的主渠道作用，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理
8	公共基础课程	信息技术与人工智能技术概论	<p>(1) 了解信息技术的基本概念、发展历程、体系框架，包括信息的产生、传输、处理等过程中涉及的各种技术。</p> <p>(2) 掌握人工智能的基本概念、主要类型（如机器学习、深度学习等）、发展现状和应用领域。</p> <p>理解信息技术与人工智能技术之间的关系，以及它们对社会、经济、文化等方面的影响。</p> <p>(3) 具备运用信息技术工具解决实际问题的能力，如熟练使用办公软件、网络工具等进行信息的收集、处理、分析和表达。</p> <p>(4) 能够初步运用人工智能的基本方法和技术，对简单的实际问题进行建模、分析和求解，培养学生的算法思维和编程能力。</p>	<p>(1) 计算机的基础知识</p> <p>(2) Windows 基本操作</p> <p>(3) 网络技术的基本知识</p> <p>(4) 数据库技术及使用</p> <p>(5) 人工智能技术基础</p> <p>(6) 计算机的网络及安全处理信息技术基础</p> <p>(7) 介绍机器学习的基本概念、学习算法</p>	教学指导思想是在有限的时间内精讲多练，培养学生的实际动手能力，自学能力、开拓创新能力和综合处理能力。理论学时和上机学时的比例设置为1:1，让学生有更多的时间练习操作性的知识。通过实验指导给出详细的操作步骤
9	公共基础课程	大学英语	使学生能够掌握一定的英语基础知识和基本技能，具有一定的英语语言综合应用能力，即一定的听、说、读、写、	<p>(1) 用于日常交际及一般涉外业务的基本词汇；</p> <p>(2) 语法基础知识；</p> <p>(3) 语用知识；</p> <p>(4) 中外优秀文化知识通</p>	教师要依据教学目标、围绕教学内容，设计符合学生情况的教学活动，在教学设计和教学实施过程中，应当鼓励

			译的能力，培养学生的自主学习、实际应用英语语言和跨文化交际等方面的职业能力和职业素养，学生未来继续学习和终身发展奠定良好的英语基础。	过本门课程的学习	学生充分利用手机、互联网等手段获取课外资源，培养学生的学习兴趣，提高学生的学习能力，拓展知识面，提升文化素养。
10	公共基础课程	体育与健康	<p>(1)坚持以“健康第一”的思想为导向，培养学生自主体育意识和体育行为为目标</p> <p>(2)使学生熟练掌握1-2项以上体育健身的手段和方法，树立终身体育的思想，成为中国传统体育的传播者和社会体育的积极参加者</p>	田径 篮球 武术 体育舞蹈 健身健美 乒乓球 足球 排球 羽毛球 网球	坚持体育课堂正常教学和课外体育活动相结合，坚持教师的主导作用，重视教学内容的科学性、实用性和针对性；重视体育信息技术、体育选修课、体育社团建设，运动队建设的管理，积极开展学生课外体育活动
11	公共基础课程	大学生职业生涯规划与发展规划	本课程旨在帮助学生树立科学的就业态度和就业观念，激发学生创新创业的意识，在掌握求职、面试技巧和开展项目选择、制定商业计划书等的基础上提高就业、创业的能力，引导学生把自己的职业生涯规划与社会发展和国家需要相结合，在创造自我价值的过程中创造更大的社会价值	(1) 就业形势与政策 (2) 就业前的准备 (3) 求职与面试 (4) 就业法律保护 (5) 入职与发展 (6) 创新创业教育	全面落实教育部《大学生职业发展和就业指导课程教学要求》，综合运用知识讲授、案例分析、情景模拟、社会调查和实践实习等多种形式。理论联系实际，加强课堂训练和课外指导的结合。注重网络教学手段的运用和学生实际操作的训练，避免纸上谈兵
12	公共基础课程	大学生创新创业教育	掌握开展创业活动所需要的基本知识。认知创业的基本内涵和创业活动的特殊性，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。使学生具备必要的创业能力。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。	创新创业概述、创造性思维、创新方法和创新思维训练、创业机会与创业风险、创业团队的组建与创业资源的融合、商业模式、创业计划与项目路演	使学生树立科学的创业观。主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，正确理解创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践
13	公共基础	大学生心理	以“健康”为依据的大学生心理健康维持性目	心理健康维护 心理发展成熟	分十四个专题开展教学，采用案例分析、课

	课程	健康教育	标;以“成长”为核心的大学生心理发展性目标;以“幸福”为目的的大学生心理素质指导性目标;以“成才”为要旨的大学生心理引导性目标	心理素质培养 积极人格铸造 大学生心理素质	堂讨论、心理训练等多种教学形式,努力建构教师指导下的“互动—领悟—提高”教学模式
14	公共基础课程	劳动教育	(1)树立正确的劳动观念。 (2)具有必备的劳动能力。 (3)培育积极的劳动精神。 (4)养成良好的劳动习惯和品质。	(1)劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等;(2)日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动中的知识、技能与价值观。	(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,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。
15	公共基础课程	大学生美育	系统地了解美学的基本原理,以及美育的意义、任务和途径,从而初步树立正确、进步的审美观,培养高尚、健康的审美理想和审美情趣,发展对美的事物的感受力、鉴赏力、创造力,提高在审美欣赏活动和审美创造活动中陶冶情操、完善人格、进行自我教育的自觉性。	绪论 培养全面发展的一代新人;人类美化自身的学科;美是什么第三章 审美门户;审美范畴;审美意识;审美心理;自然审美	培养学生的马克思主义审美观;培养学生的文化自信,弘扬中华美育精神;培养学生生态文明观念和自然主义精神;挖掘红色文化元素,培养学生的革命文化精神;以美怡情,增进学生的身心健康,以美引善,提高学生的思想品德,总之要促进学生健康、全面、和谐的发展。
16	公共基础课程	大学生就业指导	使学生深入了解当前国内与国际的就业形势,熟悉相关专业在不同行业、领域的职业发展阶段特点与趋势。 助力学生清晰认知自我特性,涵盖性格、兴趣、能力、价值观等方面。 着重培养学生的自我探索能力,通过各类测评工具与自我反思,精准定位自身优势与劣势,为职业选择提供有力依据。 强化学生生涯管理能力,从大学入学开始,	(1)就业形势分析 (2)就业政策解读 (3)自我认知与职业定位 (4)自我探索 (5)职业定位 (6)求职技能训练 (7)面试技巧提升 (8)职业素养与职场适应 职业素养培养	(1)教师应具备扎实的专业知识与丰富的实践经验,能够深入浅出地讲解课程内容。 (2)采用多样化的教学方法,激发学生的学习兴趣与参与度。 (3)合理运用多媒体教学手段,丰富教学内容的呈现形式,提高教学效果。 (4)加强实践教学环节的设计与组织,确保实践教学与理论教学紧密结合。 (5)建立多元化的考

			就能制定合理的学业与职业规划,并根据实际情况进行动态调整。 让学生确立正确的职业规划与求职创业概念和意识,明白职业规划的重要性与意义,愿意为个人生涯发展和社会发 展积极主动付出努力。		核评价体系,全面、客观地评价学生的学习效果。
17	公共基础课程	经济数学基础	(1)使学生系统掌握经济学基本概念、原理和分析方法 (2)了解微观经济学与宏观经济学的核心框架,构建完整的经济学知识体系 (3)培养学生运用经济学理论分析现实经济问题的能力 (4)提高经济决策能力,增强逻辑思维与经济现象解读能力 (5)树立正确的经济价值观,提升经济敏感度和社会责任感,形成理性的经济思维习惯	(1)经济学导论:经济学的研究对象、基本问题及发展简史。 (2)微观经济学:供求理论、消费者行为理论、生产者行为理论、市场结构理论等。 (3)宏观经济学:国民收入核算、宏观经济运行、财政政策与货币政策等。	(1)经济学导论,要求学生准确理解经济学基本概念,能阐述经济学发展的关键阶段与代表人物 (2)微观经济学,熟练运用供求模型分析市场变化,掌握不同市场结构下企业决策方式,通过案例分析深化理解 (3)宏观经济学,理解宏观经济指标含义,掌握财政与货币政策的作用机制,能分析政策对经济的影响。
18	公共基础课程	统计学基础	(1)让学生全面掌握统计学的基本概念、原理和常用方法 (2)熟悉数据收集、整理、分析与解释的完整流程,构建系统的统计学知识架构 (3)培养学生运用统计方法进行数据处理、分析和解读的能力,提升学生运用统计软件解决实际问题的操作能力,增强逻辑思维和数据洞察能力 (4)树立科学严谨的统计思维,培养学生对数据的敏感性和尊重客观事实的态度,提升运用统计方法解决实际问题的意识与社会责任感	(1)统计学基本概念,统计学的研究对象、基本术语、统计工作过程、统计数据类型等 (2)数据收集与整理,数据收集的方法、调查问卷设计与统计图的编制和绘制 (3)数据描述分析,集中趋势与离散程度的度量,包括均值、中位数、众数、方差、标准差等指标的计算与应用 (4)概率与概率分布,概率的基本概念、古典概型、概率的运算法则,常见离散型和连续型概率分布 (5)参数估计与假设检验,点估计与区间估计的方法,假设检验的基本原理、步骤	(1)统计学基本概念,要求学生清晰准确地理解统计学基本概念和术语,能够阐述统计工作的流程和数据类型特点 (2)数据收集与整理,熟练掌握数据收集的各种方法,能够独立设计合理的调查问卷;正确进行数据分组,准确编制频数分布表和绘制各类统计图 (3)数据描述分析,熟练计算和运用集中趋势与离散程度的度量指标,能结合实际数据对其进行解读和分析 (4)概率与概率分布,

				和应用 (6) 相关与回归分析, 变量间的相关关系分析, 一元线性回归模型的建立、估计与检验	理解概率的基本概念和运算法则, 掌握常见概率分布的特点和应用场景
19	公共基础课程	军事技能训练	培养学生国防意识和国家安全观念, 锤炼吃苦耐劳、坚韧不拔的意志品质, 增强组织纪律性和团队协作能力。使学生掌握基本军事技能和国防知识, 树立集体主义精神, 提升身体素质, 养成严谨自律的良好作风, 为成为担当民族复兴大任的时代新人奠定基础。	主要内容包括队列训练、内务整理、国防理论讲解、应急避险演练等。要求学生严格遵守军训纪律, 认真学习队列动作, 规范整理内务, 掌握国防基本常识和应急避险技能, 积极参与训练, 服从指挥、团结同学, 做到理论与实践结合, 提升自身综合素养。	考核项目为队列动作(立正、稍息、齐步等)、内务整理、国防知识笔试。教学中需注重基础技能夯实, 强化动作规范性, 讲解国防知识要点, 加强日常训练督查, 要求学生熟练掌握考核内容, 做到动作标准、内务规范、知识扎实, 确保考核合格, 达成课程育人目标。

8.1.2 专业课程

(1) 专业基础课程

专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程, 是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程, 包括商务基础、市场营销、大数据分析基础、选品与采购、消费者行为、电子商务物流和人工智能工具应用。

表 3 专业基础课程

序号	课程性质	课程名称	课程目标	主要教学内容及要求	技能考核项目及教学要求
1	专业基础课程	商务基础	(1) 掌握电子商务基本理论和技能方法; (2) 熟悉电子商务的基本框架; (3) 熟悉电子商务相关的技术基础在电子商务中的应用; (4) 掌握电子商务的基本要素、电子商务的主要模式的特点、运营方式及典型案例; (5) 学习电子商务安全相关	1. 教学内容 (1) 电子商务发展概况 (2) 网络技术 (3) 电子商务安全 (4) 网络营销 (5) 电子商务物流 (6) 电子商务法律法规与职业道德 2. 教学要求 完成课程的知识、技能与素质目标, 学生了解电子商务的基本概念、发展历程、主	1. 技能考核项目 电子商务的概念、特点、分类、电子商务商业模式的特点、电子商务法律与职业道德知识、电商模拟平台的操作与使用; 2. 要求 对电商知识掌握全面、准确, 能够灵活运用所学知识分析和解决实际问题。在实

		<p>知识及电子商务交易安全的知识；</p> <p>(6) 培养学生分析电子商务案例的能力，能够从不同角度对实际的电子商务案例进行剖析和总结；</p> <p>(7) 培养学生的创新思维；</p> <p>(8) 树立正确的电子商务法律与道德观念</p>	<p>要模式和相关技术。掌握电子商务的定义、特点、分类、模式、技术、法律、职业道德等基础知识</p>	<p>验操作方面表现出色，步骤准确、完整，思路清晰，逻辑严密。</p>	
2	专业基础课程	市场营销	<p>(1) 掌握市场营销的基本概念、原理和方法；</p> <p>(2) 熟悉市场营销的各个环节和流程；</p> <p>(3) 掌握市场环境分析的方法和工具；</p> <p>(4) 掌握市场细分、目标市场选择和市场定位的方法；</p> <p>(5) 掌握产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略等市场营销组合策略的制定和实施；</p> <p>(6) 培养学生运用市场营销知识进行市场分析和决策的能力；</p> <p>(7) 培养学生市场营销策划和执行、调研和数据分析能力</p>	<p>1. 教学内容</p> <p>(1) 市场分析、竞争分析、营销环境分析、消费者购买行为分析；</p> <p>(2) 市场细分及产品决策、目标市场选择；</p> <p>(3) 产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略；</p> <p>(4) 企业营销组织、计划与控制</p> <p>2. 教学要求</p> <p>完成课程的知识、技能与素质目标，学生掌握市场营销概念与理论，掌握策略与方法、市场新兴领域与发展趋势，培养学生分析问题、决策制定、沟通表达及实践操作能力</p>	<p>1. 技能考核项目</p> <p>设计调研方案、收集与整理数据、数据分析与报告撰写、目标市场定位、营销组合策略制定、营销策划书撰写、品牌形象设计、广告创意制作及社交媒体营销</p> <p>2. 要求</p> <p>对市场营销知识掌握全面、准确，能够灵活运用所学知识分析和解决实际问题。在实践操作方面表现出色，步骤准确、完整，思路清晰，逻辑严密。</p>
3	专业基础课程	大数据分析基础	<p>(1) 学生需掌握大数据基本概念、特征与处理流程，理解常见大数据分析工具与技术原理。</p> <p>(2) 培养学生运用大数据分析工具进行数据采集、清洗、分析与可视化的能力，使其能解决简单的实际问题。</p> <p>(3) 增强学生数据安全意识与职业道德，提升数据思维与创新能力。</p>	<p>(1) 大数据基础理论：讲解大数据的定义、特征、发展趋势，要求学生能清晰阐述大数据与传统数据的区别。</p> <p>(2) 数据采集与预处理：介绍网络爬虫、数据库提取等数据采集方法，以及数据清洗、转换等预处理技术，要求学生熟练运用至少一种采集工具和数据库清洗方法。</p> <p>(3) 数据分析方法与工具：讲授统计学基础与常用数据分析算法，如回归分析、聚类分析，要求学生能运用工具完成简单数据分析任务。</p> <p>(4) 数据可视化：讲解数据可视化原理，学习可视化工具，要求学生能制作清晰美观的可视化图表。</p>	<p>(1) 数据采集与预处理考核：给定任务，要求学生采集并预处理数据，教学中注重实操演示与练习指导。</p> <p>(2) 数据分析与建模考核：布置分析任务，学生用工具完成分析与建模，教学强调算法讲解与案例实践。</p> <p>(3) 数据可视化考核：要求学生将分析结果可视化呈现，教学中加强可视化设计原则与工具操作的教学。</p>

4	专业基础课程	<p>选品与采购</p> <p>(1) 掌握不同市场的特点、趋势和需求； (2) 掌握市场调研的方法和工具，能够收集、分析市场数据； (3) 掌握分析目标客户群体的特征、偏好和购买行为； (4) 掌握产品的规格、参数、包装要求等技术细节； (5) 了解供应链的各个环节，熟悉不同采购渠道的特点和优势； (6) 能够运用市场分析和产品知识，进行有效的选品决策； (7) 能够通过销售数据、用户反馈等信息，对选品进行优化和调整； (8) 掌握采购谈判的技巧，掌握供应商评估和管理方法； (9) 能够进行风险管理； (10) 能够进行团队合作，具备责任心和职业道德</p>	<p>1. 教学内容</p> <p>(1) 市场调研方法； (2) 市场调研工具的知识与使用方法； (3) 目标市场分析方法； (4) 竞品的产品策略、价格策略和营销策略分析； (5) 产品生命周期分析； (6) 产品知识、信息与评估； (7) 产品成本与利润分析； (8) 采购流程管理与策略； (9) 采购谈判技巧与采购风险管理</p> <p>2. 教学要求</p> <p>完成课程的知识、技能与素质目标，学生掌握市场调研方法与工具的使用，掌握采购流程，能够分析市场与产品并运用分析结果制定选品方案，掌握谈判技巧并能够进行风险管理</p>	<p>1. 技能考核项目</p> <p>市场调研与分析能力考核、产品评估与筛选能力考核、供应商评估与谈判能力考核、采购成本控制能力考核、风险管理能力考核、项目管理能力考核</p> <p>2. 要求</p> <p>选品与采购知识掌握全面、准确，市场调研、产品分析、商务谈判、采购过程正确，操作熟练，能够灵活运用所学知识，分析和解决实际问题。在实践操作方面表现出色，步骤准确、完整，思路清晰，逻辑严密。</p>
5	专业基础课程	<p>消费者行为</p> <p>(1) 系统掌握消费者行为学的基本概念、理论和模型，包括消费者决策过程、影响消费者行为的因素（如个人因素、社会因素、心理因素等）； (2) 掌握消费者行为在不同市场环境和消费场景下的表现和特点，了解消费者行为的多样性和复杂性； (3) 能够运用消费者行为学理论和方法分析实际市场问题； (4) 能够准确洞察消费者需求、动机和行为模式，为企业的营销决策提供依据； (5) 能够设计和实施简单的消费者行为研究项目，如问卷调查、访谈、焦点小组讨论等；</p>	<p>1. 教学内容</p> <p>(1) 消费者行为的定义与重要性； (2) 消费者行为学的研究范畴与方法； (3) 消费者行为学的研究领域； (4) 研究方法，如问卷调查、访谈、观察法、实验法等； (5) 消费者决策过程中的问题识别、信息收集、评价选择、购买决策； (6) 影响消费者行为的因素； (7) 消费者行为与营销策略、市场细分与目标市场选择； (8) 消费者行为的新趋势与挑战；</p> <p>2. 教学要求</p>	<p>1. 技能考核项目</p> <p>消费者行为分析报告 消费者调研项目 消费者行为案例分析与解决方案 消费者行为模拟实验 市场营销策划方案</p> <p>2. 要求</p> <p>对消费者行为知识掌握全面、准确，能够灵活运用所学知识分析和解决实际问题。在实训操作方面表现出色，步骤准确、完整，思路清晰，逻辑严密。</p>

		<p>(6) 掌握收集、整理和分析消费者行为数据的方法和技巧;</p> <p>(7) 能够运用所学知识制定有效的市场营销策略, 包括产品定位、品牌建设、广告宣传、价格策略、渠道选择等, 以满足消费者需求并提高企业的市场竞争力。</p> <p>(8) 培养敏锐的市场洞察力和分析判断能力;</p> <p>(9) 增强沟通协调能力和团队合作精神, 树立正确的市场营销观念和职业道德</p>	<p>完成课程的知识、技能与素质目标, 学生掌握消费者行为学的概念与理论, 掌握消费者行为分析、市场细分及目标市场选择的策略与方法、消费者行为的发展趋势及挑战, 培养学生分析问题、决策制定、沟通表达及实践操作能力</p>		
6	专业基础课程	电子商务物流	<p>(1) 了解电子商务与物流的基本概念、关系以及发展历程;</p> <p>(2) 掌握电子商务物流的特点和重要性。</p> <p>(3) 掌握物流系统的构成要素, 理解各环节的功能和作用;</p> <p>(4) 掌握电子商务物流模式, 了解其优缺点和适用场景;</p> <p>(5) 了解物流信息技术在电子商务物流中的应用;</p> <p>(6) 了解电子商务物流的法律法规和政策;</p> <p>(7) 能够进行物流需求分析和物流方案设计;</p> <p>(8) 掌握物流成本核算和控制的方法, 能够进行成本分析和优化, 降低物流成本;</p> <p>(9) 能够对物流运营进行管理, 能够组织和协调物流各环节的运作;</p> <p>(10) 培养学生的创新意识和创业精神, 提高学生的团队协作能力和沟通能力, 增强学生的责任心和服务意识</p>	<p>1. 教学内容</p> <p>(1) 电子商务的概念、特点与发展历程;</p> <p>(2) 物流的概念、功能与作用;</p> <p>(3) 物流系统的构成要素, 包括运输、仓储、配送、包装、装卸搬运等;</p> <p>(4) 物流的分类, 如供应物流、生产物流、销售物流等;</p> <p>(5) 电商与物流的关系;</p> <p>(6) 电子商务物流模式;</p> <p>(7) 电子商务物流技术与信息系统;</p> <p>(8) 电子商务物流运作管理</p> <p>(9) 电子商务物流发展趋势与创新</p> <p>2. 教学要求</p> <p>完成课程的知识、技能与素质目标, 学生掌握电商物流的概念与理论, 掌握物流构成、模式、系统、技术, 以及电商物流运营管理的策略与方法、电子商务物流发展趋势与创新, 培养学生分析问题、决策制定、沟通表达及实践操作能力</p>	<p>1. 技能考核项目</p> <p>物流设计方案</p> <p>物流信息系统操作</p> <p>物流成本核算与分析</p> <p>物流配送作业模拟</p> <p>物流问题解决与决策</p> <p>物流项目管理</p> <p>2. 要求</p> <p>对电子商务物流的知识掌握全面、准确, 能够灵活运用所学知识分析和解决实际问题。在实训操作方面表现出色, 步骤准确、完整, 思路清晰, 逻辑严密。</p>
7	专业基础	人工智能	<p>(1) 掌握人工智能基础理论与主流工具使用方法</p> <p>(2) 培养其利用人工智能工具解决实际问题的能力</p>	<p>(1) 基础理论模块: 讲解人工智能基本概念、发展历程与应用场景</p> <p>(2) 学生理解机器学习、深</p>	<p>(1) 理论考核: 通过闭卷考试, 考查学生对人工智能基础理论、算法原理的掌握</p>

课程	工具应用	<p>(3) 理解人工智能核心概念与技术原理</p> <p>(4) 熟练操作Python等工具完成数据处理、模型训练与优化</p> <p>(5) 培养学生分析业务需求、设计AI解决方案的创新思维与实践能力</p> <p>(6) 提升其在人工智能领域的综合竞争力。</p>	<p>度学习等核心概念，掌握常见算法原理。</p> <p>(3) 工具使用模块：教学Python编程框架</p> <p>(4) 熟练运用工具进行数据清洗、特征工程，搭建并训练简单模型。</p> <p>(5) 项目实践模块：以图像识别、自然语言处理等实际案例为载体，要求学生完成从需求分析、模型设计到部署的全流程实践，提升解决实际问题的能力。</p>	<p>程度。</p> <p>(2) 实操考核：给定数据集与任务，要求学生运用所学工具完成数据处理、模型搭建与训练，根据模型准确率、代码规范性等评分。</p> <p>(3) 项目答辩：学生分组完成综合性 AI 项目，通过答辩展示项目成果，考核团队协作、方案设计与成果汇报能力。</p>
----	------	---	--	---

(2) 专业核心课程

专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程，包括电商运营、网络营销、网店美工、直播营销与运营、电子商务数据分析、短视频运营、新媒体营销与运营。

表 4 专业核心课程

序号	课程性质	课程名称	课程目标	主要教学内容及要求	技能考核项目及教学要求
1	专业核心课程	电商运营	<p>(1) 网店运营的基本概念、流程和模式；</p> <p>(2) 掌握网店开设的各项流程和要求；</p> <p>(3) 掌握电商运营的基本理论和方法；</p> <p>(4) 掌握商品管理的知识；</p> <p>(5) 掌握客户服务的内容和方法；</p> <p>(6) 掌握客户沟通技巧、售后服务流程以及客户关系管理的基本知识；</p> <p>(7) 能够独立开设和运营网店，完成店铺的各项设置和操作；</p> <p>(8) 能够制定有效的营销策略和推广方案；</p> <p>(9) 能够进行数据分析和运营优化；</p>	<p>1. 教学内容</p> <p>(1) 主流网店平台的特点和优势；</p> <p>(2) 网店平台的注册和认证流程、规则和政策；</p> <p>(3) 店铺定位和规划，包括目标客户群体、商品品类、店铺风格等；</p> <p>(4) 商品选品、市场调研和分析，商品筛选和评估；</p> <p>(5) 商品采购、供应商管理；</p> <p>(6) 定价策略和方法；</p> <p>(7) 库存与供应链管理；</p> <p>(8) 站内推广与站外推广、活动推广，数据分析；</p> <p>(9) 订单管理、配送管理</p> <p>2. 教学要求</p> <p>完成课程的知识、技能与素质目标，学生掌握电商运营的概念与理论，掌握网店运</p>	<p>1. 技能考核项目</p> <p>网店规划与建设</p> <p>网店商品管理</p> <p>网店营销推广</p> <p>客户服务与管理</p> <p>运用数据分析与优化策略；</p> <p>网店创业的准备工作和应对策略；</p> <p>2. 要求</p> <p>对电商运营的知识掌握全面、准确，能够灵活运用所学知识分析和解决实际问题。在实训操作方面表现出色，步骤准确、完整，思路清晰，逻辑严密。通过模拟网店运营的过程，让学生熟悉网店运营的各个环节和操作方法将所学知识应用到实际中，提高学生的实践能力和创业能力，提高学生</p>

		<p>(10) 培养学生的创新意识和创业精神, 激发学生的创业热情; (11) 培养学生的团队协作能力和沟通能力、责任心和敬业精神。</p>	<p>营全流程各环节的知识、技能及操作方法, 以及电商运营的策略与技巧、电子商务运用的发展趋势与创新, 培养学生分析问题、决策制定、沟通表达及实践操作能力</p>	<p>的分析和解决问题的能力。</p>
2	专业核心课程	<p>网络营销</p> <p>(1) 掌握网络营销的基本概念、理论和方法; (2) 掌握网络营销渠道, 了解其特点和应用场景; (3) 掌握网络营销工具与营销平台; (4) 掌握社交媒体营销、内容策划、移动营销; (5) 掌握品牌建设与推广策略与方法; (6) 掌握目标市场定位与用户画像分析; (7) 掌握产品与服务营销策略; (8) 能够进行网络市场调研和分析, 运用各种工具和方法收集、整理和分析网络市场数据; 能够制定有效的网络营销策略, (9) 能够根据企业的目标和市场情况, 选择合适的网络营销渠道和工具, 制定具体的营销计划和方案; (10) 能够通过数据分析了解网络营销活动的效果, 及时调整营销策略和方法, 提高营销效果。 (11) 培养学生的创新意识 and 创新能力、责任心和敬业精神</p>	<p>1. 教学内容 (1) 网络营销概念与特点; (2) 网络营销与传统营销的区别与联系; (3) 网络营销的发展历程与趋势; (4) 网络营销工具与平台; (5) 内容策划、创作高质量的文章、图片、视频等内容; (6) 移动营销、移动应用推广、移动广告投放、短信营销; (7) 品牌建设与推广; (8) 目标市场定位与用户画像、产品与服务营销; (9) 网络营销数据分析与效果评估; 2. 教学要求 完成课程的知识、技能与素质目标, 学生掌握网络营销的概念、理论与方法, 学生能够运用网络营销工具和平台进行营销活动, 能够制定有效的网络营销策略, 并通过数据分析和效果评估不断优化营销效果, 以及网络营销的发展趋势与创新, 培养学生分析问题、决策制定、沟通表达及实践操作能力</p>	<p>1. 技能考核项目 搜索引擎优化 (SEO) 关键词研究与分析 内容优化 社交媒体平台选择与定位 内容策划与选题、内容创作与发布 内容分发与推广 数据分析与效果评估考核; 数据收集与整理 数据分析与报告撰写 效果评估与优化 2. 要求 对网络营销的知识掌握全面、准确, 能够灵活运用所学知识分析和解决实际问题。在实训操作方面表现出色, 步骤准确、完整, 思路清晰, 逻辑严密, 将所学知识应用到实际中, 提高学生的实践能力和创业能力, 提高学生的分析和解决问题的能力。</p>
3	专业核心课程	<p>网店美工</p> <p>(1) 掌握商品拍摄、处理, 软件操作知识与技能; (2) 掌握美工设计理论知识, 包含色彩原理、构图原理等;</p>	<p>1. 教学内容 (1) 软件操作知识与技能; (2) 设计理论知识, 包含色彩原理、构图原理等; (3) 设计规范与要求、模块设计要点、设计方法与技巧</p>	<p>1. 技能考核项目 图片拍摄与处理、图片修饰与美化、创意构思设计、设计效果对比分析与优化、商品主图、详情页设计、店标店招及品牌标志形象设计</p>

		<p>(3)掌握美工设计规范与要求、模块设计要点、设计方法与技巧;</p> <p>(4)能够进行商品图片处理、品牌形象设计、广告页制作;</p> <p>(5)掌握图片美化的主要方法;</p> <p>(6)掌握装修配色、排版知识;</p> <p>(7)能够对商品照片的进行调色优化;</p> <p>(8)能够对商品照片的进行修图;</p> <p>(9)能够根据店铺风格和商品制作宝贝详情页;</p> <p>(10)能够查看装修分析数据,并作对比分析;</p>	<p>;</p> <p>(4)裁剪、抠图商品照片、照片调色、修图;</p> <p>(5)商品图片背景设计、精修与美化;</p> <p>(6)制作宝贝主图、详情页、广告图;</p> <p>(4)设计促销模板,店铺装修数据分析</p> <p>2. 教学要求</p> <p>完成课程的知识、技能与素质目标,学生掌握美工设计软件操作步骤与方法,掌握美工设计的规则、方法与技巧等知识,培养学生分析问题、创意设计、方案制定、优化及实践能力</p>	<p>2. 要求</p> <p>网店美工知识掌握全面、准确,软件操作熟练,能够灵活运用所学知识,分析和解决实际问题,设计美工作品。在实践操作方面表现出色,步骤准确、完整,思路清晰,逻辑严密。</p>
4	专业核心课程	直播营销与运营 <p>(1)了解直播营销的概念、发展历程、现状及未来趋势</p> <p>(2)熟悉各类直播平台的特点、功能和运营模式</p> <p>(3)掌握直播营销的基本原理和策略</p> <p>(4)掌握直播策划、直播准备、直播执行与直播复盘知识与技能</p> <p>(5)能够进行直播主题策划与直播脚本撰写</p> <p>(6)掌握主播形象塑造与培养的步骤及方法</p> <p>(7)能够营造直播间氛围,制定互动策略</p> <p>(8)掌握直播销售技巧</p> <p>(9)能够对直播数据指标进行分析</p> <p>(10)能够基于数据分析提出直播优化策略</p> <p>(11)培养学生的创新意识 and 创新能力,增强学生的团队协作精神和沟通能力,提升学生的责任心和敬业精神,锻</p>	<p>1. 教学内容</p> <p>(1)直播营销的概念、特点与优势;</p> <p>(2)发展历程与现状</p> <p>(3)直播平台介绍</p> <p>(4)直播策划、直播准备</p> <p>(5)直播主题策划与直播脚本撰写</p> <p>(6)主播形象塑造与培养</p> <p>(7)直播间氛围营造与互动策略</p> <p>(8)直播销售技巧</p> <p>(9)数据分析指标</p> <p>(11)直播优化策略</p> <p>2. 教学要求</p> <p>完成课程的知识、技能与素质目标,学生掌握课程的概念、理论与方法,学生能够运用直播工具和直播平台进行直播营销与运营活动,学生具备全面的直播营销知识和技能,能够胜任直播营销岗位的工作要求,培养学生分析问题、决策制定、沟通表达及实践能力</p>	<p>1. 技能考核项目</p> <p>直播策划方案制定</p> <p>直播脚本撰写</p> <p>直播实操表现</p> <p>直播数据分析与总结</p> <p>数据分析能力和总结反思能力。</p> <p>通过以上四个考核项目,可以全面评估学生的直播营销技能水平,为学生的学习和职业发展提供有价值的反馈和指导。</p> <p>2. 要求</p> <p>对课程的知识、技能掌握全面、准确,能够灵活运用所学知识分析和解决实际问题。在实训操作方面表现出色,步骤准确、完整,思路清晰,逻辑严密,将所学知识应用到实际中,提高学生的实践能力和创业能力,提高学生的分析和解决问题的能力。</p>

		炼学生的应变能力和抗压能力			
5	专业核心课程	电子商务数据分析	<p>（1）掌握电子商务数据分析的基本概念、流程和方法；</p> <p>（2）掌握电子商务数据分析指标的含义和计算方法；</p> <p>（3）掌握常用的数据分析工具和技术；</p> <p>（4）能够运用数据分析工具进行数据处理、数据分析和数据可视化；</p> <p>（5）能够进行数据收集和整理；</p> <p>（6）能够运用数据分析方法和工具对电子商务数据进行深入分析；</p> <p>（7）能够进行数据可视化分析；</p> <p>（8）能够制作专业的数据可视化报告；</p> <p>（9）能够根据数据分析结果提出针对性建议和解决方案；</p> <p>（10）培养学生的创新思维和实践能力、团队合作精神和沟通能力、责任心和敬业精神、自主学习能力和终身学习意识</p>	<p>1. 教学内容</p> <p>（1）电子商务数据分析的概念、重要性和应用场景；</p> <p>（2）电子商务数据分析的流程和方法；</p> <p>（3）电子商务数据指标体系；</p> <p>（4）数据收集方法、数据清洗与预处理；</p> <p>（6）数据分析工具与技术；</p> <p>（7）数据可视化技术、数据可视化工具的选择和应用；</p> <p>（8）数据分析方法与应用。</p> <p>2. 教学要求</p> <p>完成课程的知识、技能与素质目标，学生掌握课程的概念、理论与方法，学生能够运用数据分析工具和数据分析平台进行数据分析与处理活动，学生具备全面的数据分析与处理的知识和技能，能够胜任数据分析岗位的工作要求，培养学生分析问题、决策制定、沟通表达及实践操作能力</p>	<p>1. 技能考核项目</p> <p>数据收集与整理能力考核</p> <p>数据分析方法应用能力考核</p> <p>数据可视化能力考核</p> <p>报告撰写能力考核</p> <p>实际案例分析能力考核</p> <p>团队协作能力考核</p> <p>通过考核项目，可以全面评估学生在电子商务数据分析方面的技能水平和综合能力。</p> <p>2. 要求</p> <p>对课程的知识、技能掌握全面、准确，能够灵活运用所学知识分析和解决实际问题。在实训操作方面表现出色，步骤准确、完整，思路清晰，逻辑严密，将所学知识应用到实际中，提高学生的实践能力和创业能力，提高学生的分析和解决问题的能力。</p>
6	专业核心课程	短视频运营	<p>（1）了解短视频行业的发展历程、现状、趋势以及市场规模和竞争格局</p> <p>（2）掌握短视频的基本概念、特点和类型</p> <p>（3）掌握短视频内容创作的原理、方法和技巧</p> <p>（4）熟悉短视频平台的算法规则、运营机制和推广策略</p> <p>（5）掌握短视频营销的基本理论和方法</p> <p>（6）了解短视频行业相关的法律法规和政策要</p>	<p>1. 教学内容</p> <p>（1）短视频的定义、特点与类型</p> <p>（2）短视频行业的发展历程、现状与趋势</p> <p>（3）短视频在各领域的应用及影响力</p> <p>（4）内容选题与策划</p> <p>（5）短视频的主题和内容方向</p> <p>（6）拍摄脚本，包括镜头景别、画面内容、台词、时长等要素。</p> <p>（7）构图、光线、色彩等基本摄影知识</p>	<p>1. 技能考核项目</p> <p>对短视频运营相关理论知识的考核</p> <p>实践项目考核，完成一个或多个短视频运营实践项目并评价</p> <p>活跃度、团队协作能力等。包括课堂发言、小组讨论、案例分析等环节的表现。</p> <p>短视频运营技能考核项目</p> <p>内容创作能力、营销策划能力</p> <p>营销效果评估</p> <p>2. 要求</p> <p>对课程的知识、技能掌握全</p>

		<p>求</p> <p>(7)掌握拍摄脚本方法，包括镜头景别、画面内容、台词、时长等要素</p> <p>(8)掌握拍摄的技巧</p> <p>(9)掌握构图、光线、色彩等基本摄影知识</p> <p>(10)能够进行账号注册与设置</p> <p>(11)能够进行内容发布与推广、粉丝运营与互动</p> <p>(12)能够进行短视频营销策略制定</p> <p>(13)能够分析目标市场与用户定位</p> <p>(14)培养学生的短视频内容创作能力、短视频平台运营能力、短视频数据分析能力、团队协作能力和沟通能力</p>	<p>(8)内容发布与推广、粉丝运营与互动</p> <p>(9)短视频营销策略制定</p> <p>(10)目标市场与用户定位</p> <p>2. 教学要求</p> <p>完成课程的知识、技能与素质目标，学生掌握课程的概念、理论与方法，学生能够运用短视频运营相关理论知识与实操技能进行短视频账号创建、设置、内容发布、市场定位，数据分析等，学生具备短视频运营相关岗位的知识技能，培养学生分析问题、决策制定、沟通表达及实践操作能力</p>	<p>面、准确，能够灵活运用所学知识分析和解决实际问题。在实训操作方面表现出色，步骤准确、完整，思路清晰，逻辑严密，将所学知识应用到实际中，提高学生的实践能力和创业能力，提高学生的分析和解决问题的能力。</p>
7	专业核心课程	<p>新媒体营销与运营</p> <p>(1)了解新媒体营销的基本概念、特点、发展历程和趋势</p> <p>(2)掌握新媒体营销的基本理论和方法。</p> <p>(3)熟悉各种新媒体平台的特点、功能和运营模式</p> <p>(4)掌握用户画像、用户需求分析、用户行为引导等相关知识</p> <p>(5)掌握新媒体营销中的内容创作和传播策略</p> <p>(6)能够运用新媒体平台进行营销活动策划和执行</p> <p>(7)能够根据企业或产品的特点和目标受众，制定合适的新媒体营销策略和方案</p> <p>(8)能够使用各种新媒体工具和技术，提高新媒体营销的工作效率和效果</p>	<p>1. 教学内容</p> <p>(1)新媒体的内涵、特征、表现形式</p> <p>(2)新媒体的重要性以及对企业的作用</p> <p>(3)新媒体营销思维</p> <p>(4)新媒体的发展趋势</p> <p>(5)新媒体平台与工具</p> <p>(6)社交平台营销</p> <p>(7)新媒体内容营销</p> <p>(8)新媒体文案撰写</p> <p>(9)新媒体图片与视觉设计</p> <p>(10)新媒体营销内容传播策略</p> <p>(11)数据分析与营销效果评估</p> <p>(12)数据监测与分析工具</p> <p>(13)新媒体营销效果评估</p> <p>2. 教学要求</p> <p>完成课程的知识、技能与素质目标，学生掌握课程的概念、理论与方法，学生能够运用新媒体营销相关理论知识与实操技能进行新媒体推</p>	<p>1. 技能考核项目</p> <p>分析目标受众</p> <p>进行市场调研</p> <p>热门话题挑战</p> <p>直播带货:利用抖音的直播功能，进行产品展示和销售。</p> <p>抖音广告,根据自己的营销需求,选择合适的抖音广告形式,进行投放</p> <p>抖音账号运营</p> <p>抖音视频制作、营销方案策划、数据分析与应用</p> <p>2. 要求</p> <p>对课程的知识、技能掌握全面、准确，能够灵活运用所学知识分析和解决实际问题。在实训操作方面表现出色，步骤准确、完整，思路清晰，逻辑严密，将所学知识应用到实际中，提高学生的实践能力和创业能力，提高学生的分析和解决问题的能力。</p>

		<p>(9) 提升学生的内容创作能力</p> <p>(10) 增强学生的数据分析和解读能力</p> <p>(11) 培养学生的创新意识 and 创新能力、团队协作能力和沟通能力、责任心和敬业精神、网络素养和社会责任感</p>	<p>广、社交平台营销、内容营销及数据分析优化等，学生具备新媒体营销的知识和技能，培养学生分析问题、决策制定、沟通表达及实践操作能力</p>	
--	--	--	--	--

(3) 专业拓展选修课程

专业拓展选修课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程，包括电商项目设计、数据可视化设计、信息与视觉架构、直播分析与优化、人力资源战略与管理、中小企业经营管理、商务谈判和区域经济与个人理财。

表 5 专业拓展选修课程

序号	课程性质	课程名称	课程目标	主要教学内容及要求	技能考核项目及教学要求
1	专业拓展选修课程	电商项目设计	<p>知识目标：学生应掌握电商项目策划的基本理论知识，了解电商项目的市场分析方法、商业模式构建要点以及项目流程规划的关键环节。理解电商项目设计文档的规范与结构。能力目标：能够独立完成电商项目的市场调研与分析报告，针对特定需求设计合理的电商项目商业模式，熟练制定电商项目的整体流程规划，并撰写完整、规范的电商项目设计文档。素质目标：培养学生的创新思维与创业意识，提升团队协作能力与沟通能力，增强学生对电商项目的市场敏感度和项目执行的责任心。</p>	<p>电商项目市场调研与分析，要求学生掌握调研问卷设计方法、数据收集途径以及市场分析工具的使用，能够运用数据分析软件对市场数据进行整理与分析，得出有价值的市场结论。</p> <p>电商项目商业模式设计，讲解常见电商商业模式类型，引导学生结合实际案例分析各类模式的特点与应用场景，要求学生能够根据项目定位设计创新的商业模式。</p> <p>电商项目流程规划，教授电商项目从筹备、运营到推广的全流程，要求学生掌握每个环节的关键任务与时间节点安排，能够绘制项目流程图。</p> <p>电商项目设计文档撰写，规范文档的格式、内容结构，要求学生学会撰写项目背景、目标、规划、预算等部分内容，保证文档逻辑清晰、表述准确。</p>	<p>电商项目市场调研与分析报告，要求学生在规定时间内完成一份针对特定电商项目的市场调研与分析报告，报告需包含准确的数据来源、合理的分析方法以及有深度的结论与建议。教学过程中加强对调研方法与数据分析技巧的指导。</p> <p>电商项目商业模式设计方案：学生需提交详细的商业模式设计方案，阐述商业模式的创新性、可行性与盈利点。教学中注重引导学生对案例的研究与创新思维的启发。</p> <p>电商项目设计文档，依据文档的完整性、规范性、逻辑性对学生的项目设计文档进行考核。教学过程中注重文档撰写规范的讲解与多次练习。</p>

2	专业拓展选修课程	数据可视化设计	<p>知识目标，了解数据可视化的基本概念、发展历程及重要意义。掌握数据可视化工具的基本原理，熟悉不同类型数据可视化图表的适用场景与特点。</p> <p>能力目标：能够根据给定的数据，选择合适的可视化工具与图表类型进行数据可视化设计。具备将复杂数据转化为清晰、易懂且具有吸引力的可视化作品的的能力，能够对可视化结果进行有效的解读与分析。</p> <p>素质目标：培养学生的审美能力与数据敏感度，提升学生解决实际数据展示问题的能力，以及对数据可视化作品的批判性思维。</p>	<p>数据可视化基础理论：讲解数据可视化的概念、作用、发展趋势等基础知识，要求学生数据可视化在电商及其他领域的应用有清晰认识。</p> <p>可视化工具介绍与使用：介绍主流的数据可视化工具，要求学生掌握工具的基本操作，包括数据导入、图表创建、格式设置等。</p> <p>可视化图表类型及应用：详细介绍柱状图、折线图、饼图、散点图、热力图等常见图表类型的特点与适用场景，通过实际案例让学生学会根据数据特点选择合适的图表类型。</p> <p>数据可视化设计原则与技巧：教授数据可视化设计的原则如简洁性、准确性、美观性等，以及色彩搭配、元素布局等设计技巧，要求学生在设计作品时遵循这些原则与技巧。</p> <p>可视化作品解读与分析：引导学生对优秀的数据可视化作品进行解读，分析其数据表达效果、设计思路等，要求学生能够从可视化作品中获取有价值的信息。</p>	<p>数据可视化工具操作，考核学生对选定可视化工具的操作熟练程度，包括数据处理、图表创建与编辑等功能的使用。教学中安排足够的实操练习时间，及时纠正学生操作中的问题。</p> <p>可视化图表设计，给定一组电商相关数据，要求学生设计合适的可视化图表，考核图表选择的合理性、设计的美观性以及数据表达的准确性。教学过程中注重对不同图表适用场景的讲解与案例分析。</p> <p>可视化作品解读，提供若干数据可视化作品，要求学生进行解读与分析，考核学生对作品的理解深度与分析能力。教学时多引导学生对各类作品进行讨论与分析。综合数据可视化项目，要求学生完成一个完整的数据可视化项目，包括数据收集、整理、可视化设计以及结果解读。教学中注重项目流程的指导与项目整体质量的把控。</p>
3	专业拓展选修课程	信息与视觉架构	<p>知识目标：掌握信息架构的基本概念、原理与方法，了解视觉设计的基本要素如色彩、图形、文字等的运用原则。熟悉电商平台信息与视觉架构的特点与规范。</p> <p>能力目标：能够对电商平台或相关项目进行信息架构分析与设计，制定合理的导航系统、内容分类与信息层级。具备运用视觉设计原理进行电商界面视觉架构设计的能力，能够设计出符合用户体验与品牌形象的界面布局。</p> <p>素质目标：培养学生的</p>	<p>信息架构基础：讲解信息架构的定义、重要性，介绍信息架构的基本组成部分如导航、分类、标签等，要求学生理解信息架构在电商产品中的作用。</p> <p>视觉设计基础要素：介绍色彩理论、图形设计、文字排版等视觉设计基础要素，要求学生掌握各要素的运用原则与技巧，能够进行简单的视觉元素设计。</p> <p>电商平台视觉架构设计：结合电商平台案例，讲解视觉架构设计的流程与要点，包括界面布局、色彩搭配、元素运用等，要求学生能够根据信息架构设计出符合电商平台风格与用户体验的视觉架构方案。</p>	<p>信息架构分析报告：要求学生针对某电商平台完成一份信息架构分析报告，分析其导航系统、内容分类等方面的优缺点，并提出改进建议。教学过程中注重分析方法的指导与报告撰写规范的讲解。</p> <p>信息架构设计方案：学生需提交电商项目的信息架构设计方案，包括信息架构图、导航设计说明等，考核方案的合理性与创新性。教学中加强对设计方法的实践指导。</p> <p>电商平台视觉架构设计方案：要求学生完成一套完整的电商平台视觉架构设计</p>

		<p>用户思维与设计审美能力，提升学生对信息与视觉架构的整体把控能力，增强学生的团队协作与沟通能力，以便更好地与开发、运营等团队协作。</p>	<p>用户体验与信息、视觉架构优化：强调用户体验在信息与视觉架构中的重要性，引导学生通过用户测试等方法对设计方案进行优化，要求学生学会收集用户反馈并根据反馈改进设计。</p>	<p>方案，包括界面布局图、色彩方案、元素应用说明等，考核方案的整体效果与用户体验。教学过程中注重设计流程的引导与多轮次的方案优化。</p>	
4	专业拓展选修课程	直播分析与优化	<p>知识目标：了解直播电商的行业现状、发展趋势以及直播流程的各个环节。掌握直播数据分析的主要指标与方法，熟悉直播优化的策略与技巧。</p> <p>能力目标：能够运用数据分析工具对直播数据进行收集、整理与分析，根据分析结果提出针对性的直播优化建议。具备策划与执行直播优化方案的能力，能够有效提升直播的观看量、互动率与转化率等关键指标。</p> <p>素质目标：培养学生的数据分析思维与创新意识，提升学生对直播电商行业的敏感度与应变能力，增强学生的责任心与团队协作精神，确保直播优化工作的顺利开展。</p>	<p>直播电商概述：介绍直播电商的概念、发展历程、商业模式以及在电商领域的重要地位，要求学生对直播电商行业有全面的认识。</p> <p>直播流程与关键环节：讲解直播前的筹备工作如选品、脚本策划，直播中的互动技巧、产品介绍方法，直播后的复盘总结等，要求学生熟悉直播全流程并掌握各环节的操作要点。</p> <p>直播优化策略与技巧：从直播内容、主播表现、互动方式、流量推广等方面讲解直播优化的策略与技巧，要求学生能够根据数据分析结果制定合理的优化方案。</p> <p>直播优化方案实施与效果评估：指导学生如何将优化方案落实到实际直播中，并学会通过对比分析等方法评估优化方案的实施效果，要求学生能够持续改进直播优化方案。</p>	<p>直播数据分析报告：要求学生针对一场直播活动完成详细的数据分析报告，包括数据收集、指标分析、结论与建议等内容。教学过程中注重数据分析方法的传授与报告撰写规范的训练。</p> <p>直播优化方案策划：根据给定的直播数据与问题，学生需策划一份直播优化方案，考核方案的针对性、合理性与可操作性。教学中加强对优化策略与技巧的案例讲解与实践指导。</p> <p>直播优化方案实施与效果评估：学生分组进行直播优化方案的实施，并对实施效果进行评估总结。教学过程中注重团队协作指导与效果评估方法的讲解，确保学生能够有效执行优化方案并准确评估效果。</p>
5	专业拓展选修课程	人力资源战略与管理	<p>1. 知识目标：掌握人力资源战略规划、招聘与选拔、培训与开发、绩效管理、薪酬福利管理、员工关系管理等核心模块的理论知识，了解人力资源管理的发展趋势及中小企业人力资源管理的特殊性。</p> <p>2. 能力目标：能够结合企业实际情况，制定基础的人力资源战略规划，熟练运用招聘、培训、绩效、薪酬等管理</p>	<p>1. 理解人力资源战略对企业发展的重要性，能够分析企业战略与人力资源战略的协同要点，结合中小企业案例，判断其人力资源战略的合理性。</p> <p>2. 掌握人力资源规划的基本流程，能够运用简单的预测方法（如趋势分析法、比率分析法）进行人力资源需求与供给预测，能为中小企业制定基础的人力资源规划方案。</p> <p>3. 熟悉招聘的全流程，能够根据岗位需求选择合适的招聘渠道，掌握面试的基本技巧，</p>	<p>技能考核项目</p> <p>1. 人力资源规划方案设计：结合某一中小企业的实际情况，制定年度人力资源规划方案，包括需求预测、供给预测、人员配置计划等。</p> <p>2. 招聘方案设计与面试模拟：针对某一中小企业的具体岗位，设计招聘方案，并进行面试模拟。</p> <p>3. 绩效指标设计与绩效反馈模拟：为中小企业某一岗位设计KPI指标体系，并模拟绩效反馈场景，完成绩效</p>

		<p>工具, 处理常见的员工关系问题, 具备一定的人力资源管理方案设计与落地能力。</p> <p>3. 素养目标: 树立以人为本的人力资源管理理念, 培养尊重员工、重视人才的职业素养, 具备良好的沟通协调能、团队协作能力和问题解决能力, 适应企业人力资源管理岗位的职业要求。</p>	<p>能独立完成基础岗位的招聘工作, 具备招聘效果评估的基本能力。</p> <p>4. 掌握培训与开发的基本流程, 能够进行简单的培训需求分析, 设计基础的培训方案, 掌握培训效果评估的常用方法, 能为中小企业设计贴合实际的员工培训方案。</p> <p>5. 理解绩效管理的核心意义, 掌握常用的绩效考评方法, 能够为基础岗位设计 KPI 指标, 具备绩效沟通与反馈的能力, 能协助企业推进绩效改进工作。</p> <p>6. 掌握薪酬体系设计的基本流程, 能够设计基础的薪酬方案, 理解福利制度的重要性, 能为中小企业设计贴合自身特点的薪酬福利体系, 兼顾成本与激励效果</p>	<p>沟通与反馈流程。</p> <p>2. 教学要求</p> <p>核以实践技能为主, 结合理论知识, 注重学生解决实际问题的能力, 避免死记硬背, 贴合中小企业人力资源管理的实际场景。</p> <p>每个考核项目需明确评分标准, 确保考核公平公正。教学过程中注重案例教学、小组讨论、模拟实操等教学方法, 引导学生主动思考, 将理论知识转化为实践技能, 每节课预留实操练习时间。</p> <p>针对中小企业的特殊性, 在教学和考核中重点强调低成本、高效率、易落地的人力资源管理方法, 提升学生的岗位适配性。</p> <p>鼓励学生结合自身经验或调研结果, 将真实的中小企业人力资源问题融入考核项目, 提升考核的针对性和实用性。</p>
6	专业拓展选修课程	中小企业经营管理	<p>1. 知识目标: 掌握中小企业的定义、分类及经营特点; 熟悉中小企业经营管理的核心模块; 了解中小企业的发展政策及行业趋势。</p> <p>2. 能力目标: 能够结合中小企业的实际情况, 制定基础的经营战略和营销方案, 掌握中小企业财务管理的基本方法, 具备运营管理和风险防控的基本能力, 能协助企业解决常见的经营管理问题。</p> <p>3. 素养目标: 树立创新意识和风险意识, 培养务实、高效的经营管理素养, 具备良好的决策能力、沟通协调能力和团队管理能力, 适应中</p>	<p>技能考核项目</p> <p>1. 中小企业经营环境分析与战略制定: 结合某一具体行业的中小企业案例, 运用 PEST 分析、波特五力模型等工具分析其经营环境, 并制定适合该企业的经营战略方案。</p> <p>2. 中小企业营销方案设计: 针对某一中小企业的产品或服务, 制定完整的营销方案, 包括目标市场定位、4P 策略、营销渠道选择、促销活动设计及效果评估方法。</p> <p>3. 中小企业财务分析与成本控制方案: 给定某一中小企业的财务报表, 解读财务数据, 分析企业的财务状况, 并制定基础的成本控制方案。</p>

			<p>小企业经营管理岗位的职业要求。</p>		<p>2. 教学要求 注重实践应用,以解决中小企业实际经营管理问题为核心,结合理论知识,突出技能实操,避免纯理论考核,贴合中小企业经营管理的实际场景。 每个考核项目明确评分标准,确保考核公平公正,可量化、可落地。 教学过程中采用案例教学、小组调研、模拟经营、角色扮演等教学方法,引导学生主动参与,将理论知识转化为实践技能,鼓励学生深入调研中小企业,积累真实案例经验。</p>
7	专业拓展选修课程	商务谈判	<p>素质目标: 培养尊重对方、互利共赢的谈判理念,树立诚信守约、理性沟通的职业素养; 增强学生的心理素质与应变能力,具备在复杂商务环境中沉着应对的信心与能力。</p> <p>知识目标: 掌握商务谈判的基本概念、原则与类型; 熟悉商务谈判的完整流程,包括准备、开局、磋商、让步、成交等阶段; 了解不同谈判风格与策略,掌握谈判中的沟通技巧与心理战术。</p> <p>能力目标: 能够进行商务谈判前的信息收集与方案准备; 具备在谈判过程中运用倾听、提问、陈述、反驳等技巧的能力; 能够根据谈判进程灵活调整策略,达成互利共赢的谈判结果。</p>	<p>商务谈判概述 谈判心理与风格 谈判准备与目标设定 谈判团队组建 谈判开局策略 谈判磋商技巧 让步策略 处理僵局 谈判结束与成交 谈判中的沟通与说服技巧 跨文化商务谈判 商务谈判模拟实训</p>	<p>能够针对给定的谈判任务,制定一份完整的谈判方案,内容包括谈判目标、底线设置、策略选择、让步计划、团队分工等,方案完整、策略合理、准备充分。 能够在模拟谈判中完成开局阶段的展示,包括自我介绍、议程设定、氛围营造、开场陈述等,表达清晰、仪态得体、掌握主动权。 能够在模拟谈判中完成磋商阶段的对抗,包括报价、回应、讨价还价、条件交换等,反应迅速、技巧运用得当、目标明确。 能够在模拟谈判中合理运用让步策略,包括让步时机选择、让步幅度控制、让步条件交换等,让步有计划、有原则、有收获。</p>
8	专业拓展	区域经济	<p>素质目标: 培养理性投资、科学理财的生活态度,树立风险意识与长期规划观念; 增强学生</p>	<p>区域经济概述 区域经济发展规律 区域产业结构与就业 区域收入与消费分析</p>	<p>能够根据个人收支情况,编制一份完整的月度或年度财务预算表,内容包括收入来源、固定支出、可变支出、</p>

选修课程	与个人理财	<p>对区域经济发展的敏感度与责任感，具备在复杂经济环境中管理个人财务的信心与能力。</p> <p>知识目标：掌握区域经济发展的基本概念、发展规律与影响因素；熟悉个人理财的基本原理与核心工具，包括储蓄、保险、基金、股票、房产等；了解区域经济与个人理财的相互关系。</p> <p>能力目标：能够运用区域经济知识分析当地就业、收入、消费等经济现象；具备制定个人财务预算、储蓄计划、投资方案的基本能力；能够在不同经济环境下做出合理的个人理财决策。</p>	<p>个人理财概述 个人财务预算管理 储蓄与现金管理 保险规划 基金投资基础 股票投资基础 房产投资基础 个人投资组合管理 区域经济与个人理财的联动 个人理财风险防控 个人理财规划书撰写</p>	<p>储蓄目标等，结构清晰、数据合理、具有可执行性。能够根据个人资金需求与风险偏好，设计一份储蓄与现金管理方案，内容包括应急金储备、储蓄产品选择、流动性安排等，方案合理、兼顾收益与安全。</p> <p>能够根据个人风险状况与保障需求，设计一份保险配置方案，内容包括险种选择、保额确定、保费预算等，配置合理、保障全面、符合个人实际情况。</p> <p>能够根据给定的投资目标与风险承受能力，设计一份基金投资方案，内容包括基金类型选择、资金分配、定投计划等，方案合理、风险可控、操作可行。</p>
------	-------	--	---	--

8.1.3 实践性教学环节

学院注重实践育人过程，践行产教融合、校企合作，2018年开始与云创智能科技产业园共建数字经济实训基地，充分借助实训基地平台，深入实施“校园+产业园”双园融合战略，以“实训”为核心驱动，构建了实岗、实训、实战、实员的“四实制”实践育人链条，包含“岗位认知、课程实训、岗位实习、岗位任职”四个岗位实践环节，形成“校园+产业园”双园融合制现代商贸专业实践育人模式，模式运行达到了人才培养和企业发展的共赢。

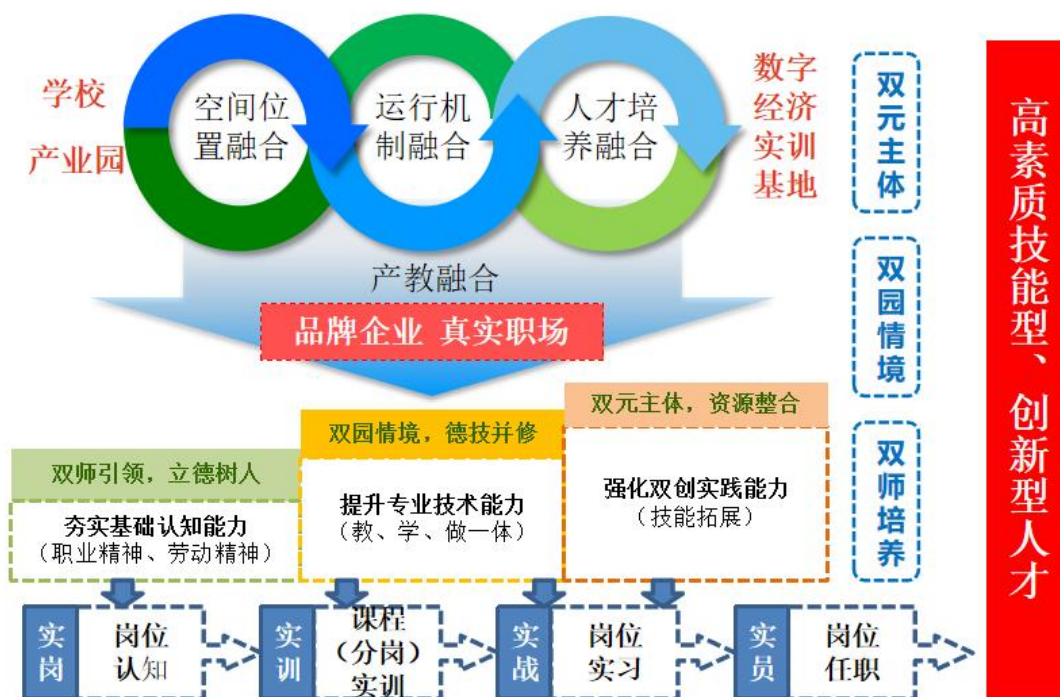


图2 双园融合现代商贸专业实践育人模式

（一）课程实训

1.实训目的

电子商务课程实践环节旨在将理论知识与实际应用相结合，培养学生的实践能力、创新能力和解决问题的能力。通过实践环节，学生可以更好地理解课程内容，掌握专业技能，提高综合素质，为未来的职业发展打下坚实的基础。

2.实训内容

（1）电子商务实践课程

电子商务实践课程作为电子商务专业教学体系的关键环节，高度契合专业课程要求，旨在强化学生对理论知识的理解与应用，着重培养其实践操作与问题解决能力。学生将深入探索电子商务领域各核心业务流程的实际运作，切实掌握扎实的实践技能。

学生需依据所学专业课程，如直播营销与运营、网络营销、电商运营等，针对具体的电商业务场景展开实践方案设计。以直播营销与运营的实践课程为例，如创建一场美妆产品直播销售活动，学生首先要进行全面的市场调研，分析美妆产品市场的整体趋势，深入研究目标客户群体特征。此外，剖析竞争对手在直播销售方面的策略、优势与不足，从而确定本次直播销售的定位与发展方向。根据市场调研结果，挑选具有吸引力的美妆产品种类，制定全方位的直播营销方案，策划直播带货流程，设计有趣且富有吸引力的直播

环节，以增加观众的参与度和购买欲望，同时需要搭建客户服务体系，明确客户服务流程，包括直播前的咨询解答，以及直播结束后的售后处理，确保为消费者提供优质、及时的服务，提升客户满意度与忠诚度。在直播销售过程中，主播与助播密切配合，生动展示美妆产品，详细讲解产品特点、使用方法及优势，与观众积极互动，及时解答疑问，处理问题，及时响应观众需求，全面体验电商直播运营的各项事务。直播结束后，学生需对实践结果进行深入分析。收集多维度信息，运用数据分析工具对基础数据进行整理与分析，从不同角度剖析直播运营状况，从而调整未来的营销策略。通过分析客户评价，挖掘产品的优势与不足，为后续选品及产品改进提供依据。

基于分析结果，学生撰写详细的电商实践报告。报告内容不仅要如实记录直播销售的实践过程，包括前期准备、直播执行与售后处理等各个环节，还要全面展示数据分析成果。同时，更要深入反思实践中遇到的问题，如直播过程中的技术故障、观众互动效果不佳、销售转化率未达预期等，并阐述相应的解决方案。系统总结实践经验，提炼对电子商务理论知识在直播销售场景下的新认识与新感悟，为今后的学习与实践提供有力参考，助力学生在电商直播领域不断提升专业能力与实践水平。

综上所述，电子商务实践课程，引导学生从实践方案设计、实施到结果分析，全方位、沉浸式地参与电商流程，不仅使学生将商务基础、网络营销等专业理论知识应用于实际操作，加深对知识的理解与掌握，还锻炼了学生在电商核心业务流程中的实践操作能力。

在实践中，学生学会专业方法解决直播销售过程中遇到的各种实际问题，培养了问题解决能力与数据驱动的决策思维。课程也为学生提供了体验真实电商业务挑战与机遇的机会，有助于学生积累宝贵的实践经验，提升在电子商务领域的专业素养与竞争力，为未来从事电商相关职业或进一步深造奠定坚实基础，是连接电子商务专业理论与实际应用的重要桥梁。

（2）电子商务项目设计

本次电子商务项目设计实训，聚焦于提升学生在电商领域的综合实践能力，全面对接职业院校技能大赛高职组商贸赛道具体要求，以四人小组协作的形式模拟真实的电商项目运作。通过四个关键岗位的设置，覆盖从项目构思到优化提升的全流程，使学生深入体验电商项目的设计与运营。

电商项目设计岗成员扮演项目的总策划师角色。首先，通过问卷、访谈等多种方式，深入调研潜在客户、商家等相关方需求，并细致剖析同类电商

项目的市场态势，从而精准定位项目，明确其差异化竞争优势。基于此，撰写详尽的需求规格说明书，涵盖功能与非功能需求，同时制定全面的项目规划，包括商业模式、发展战略等。该岗位需协调各方，确保项目设计理念准确传达至其他岗位，引领项目整体方向。

信息与视觉架构岗着重于打造电商项目的信息框架与视觉形象。一方面，梳理商品分类、用户信息管理等内容，构建清晰的信息架构图，为平台的有序运行奠定基础；另一方面，依据项目定位与目标受众，精心设计整体视觉风格，从色彩、字体到界面原型，注重用户体验与美观度的平衡。最终形成高保真视觉设计稿，助力项目以优质的视觉效果吸引用户，并且与后续负责技术实现的人员沟通协作，确保设计能够落地。

直播分析与优化岗，承担着数据收集、分析及提出优化策略的重要职责。在直播前搭建完备的数据收集体系，确保直播过程中观看人数、互动数据、销售数据等关键信息的全面获取。运用专业的数据分析工具与方法，深度挖掘数据背后的问题与机遇，例如发现直播时段与观众活跃度、产品销售之间的关联。基于分析结果，为直播运营在内容策划、主播表现等多方面提出针对性优化建议，并跟踪效果，不断提升直播的质量与销售转化率，以数据驱动电商直播的持续改进。

数据可视化设计岗，致力于将复杂的数据转化为直观易懂的视觉呈现。通过与其他岗位沟通，明晰数据展示需求，确定可视化目标。依据数据特点选择合适的工具与图表类型，对数据进行预处理后，创建具有良好可读性与交互性的数据可视化报表及展示界面。这些可视化成果能够帮助团队成员与相关决策者迅速理解数据蕴含的信息，为项目决策提供有力支持，使数据在项目推进中发挥更大价值。

在实训过程中，各岗位成员各司其职又紧密协作，历经项目启动、需求分析与设计、直播筹备与数据规划、直播实施与数据分析以及优化总结等阶段，共同完成一个完整的电商项目设计。通过此次实训，学生不仅能够强化专业知识的应用能力，还能提升团队协作、沟通交流以及解决实际问题的能力，为未来从事电商相关工作积累宝贵经验。

（3）电子商务综合实训

电子商务综合实训旨在全方位提升学生在电子商务领域的综合实践能力、团队协作能力以及创新应变能力，通过模拟真实商业环境下的电商企业

运营，让学生将所学的电子商务专业知识融会贯通，切实掌握电商运营的核心技能，为未来步入职场或自主创业奠定坚实基础。

电商运营实训，学生负责电商平台的整体规划与日常运营管理。依据公司业务方向与目标客户群体，选择适宜的电商平台，制定商品策略，深入市场调研，挑选具有竞争力与市场需求的商品，把控商品质量，规划商品定价与库存管理策略，根据销售淡旺季、市场趋势及促销活动，灵活调整商品价格与库存水平。

同时，策划并执行各类电商活动，如限时折扣、满减优惠、赠品活动等，以提升用户购买转化率与客单价。监控平台运营数据，如流量数据、用户行为数据等，根据数据反馈优化平台功能与用户体验，例如调整商品展示顺序、优化购物流程等，确保平台的高效运转与持续发展。

直播营销实训，学生制定全面的直播营销策略，结合公司商品特点与目标受众，规划直播主题、内容与流程。确定直播平台，目前主流的如抖音、淘宝直播、快手等，分析各平台特性，制定针对性的直播方案。选拔与培训主播，使其熟悉商品知识、掌握直播技巧，能够生动展示商品功能、优势，与观众有效互动。

策划直播活动环节，如设置产品试用、抽奖、问答等，提升观众参与度与留存率。在直播前，通过社交媒体、短信推送、平台公告等多种渠道进行预热宣传，吸引潜在观众关注。直播过程中，实时监控观众反馈、互动数据与销售数据，根据数据调整直播节奏与营销策略，如增加热门商品展示时间、及时回应观众关切问题等。直播结束后，对直播效果进行复盘，总结经验教训，为后续直播改进提供参考。

美工设计实训，学生负责电商平台与营销活动的视觉设计工作，塑造公司品牌形象与独特视觉风格。设计电商平台的页面布局，包括首页、商品详情页、活动页等，确保页面设计符合目标客户群体审美，同时注重用户体验，使页面信息清晰、操作便捷。例如，运用色彩心理学原理，选择与品牌定位相符的色调，搭配合理的字体与图片，营造舒适的视觉氛围。

制作商品图片，对商品进行拍摄、后期处理，突出商品特点与优势，吸引消费者购买。设计营销活动的宣传素材，如海报、短视频等，结合活动主题与目标，运用创意设计元素，提高宣传素材的吸引力与传播力。同时，关注行业设计趋势，不断优化设计风格，保持平台与宣传素材的新颖性与时尚感。

数据分析优化实训，学生构建数据收集体系，全面采集电商运营各环节数据，涵盖平台流量数据、销售数据、用户行为数据、直播营销数据以及客服服务数据等。

运用数据分析工具，进行数据清洗、整理与深入分析。通过数据分析挖掘业务问题与潜在机会，例如通过用户行为分析优化商品推荐系统，通过销售数据分析预测商品销量与库存需求，通过直播数据分析评估营销活动效果。基于数据分析结果，为电商运营、直播营销、美工设计与客服服务等环节提供数据支持与决策建议，助力公司实现数据驱动的精细化运营。

客服服务实训，学生建立完善的客服服务体系，通过多种渠道，如在线客服、电话、邮件等，及时响应与处理客户咨询、投诉与建议。培训客服人员，使其熟悉公司商品信息、服务流程与常见问题解决方案，具备良好的沟通技巧与服务意识。

在客户咨询时，提供专业、准确、耐心的解答，帮助客户了解产品特点、使用方法、购买流程等信息，引导客户完成购买决策。对于客户投诉，及时记录问题，协调相关部门进行处理，跟踪处理进度，确保客户问题得到妥善解决，提高客户满意度与忠诚度。同时，收集客户反馈信息，定期整理分析，将有价值的信息反馈给相关部门，为公司优化产品、改进服务提供参考依据。

实训结束后，各小组对整个实训过程进行全面总结。分析实训过程中遇到的问题，如技术难题、市场竞争压力、团队协作冲突等，探讨解决方案和应对策略。总结成功经验和不足之处，评估团队在项目执行过程中的表现和个人在团队中的成长与收获。撰写详细的实训报告，内容包括公司运营概况、业务模式与发展战略、运营过程中的关键决策与实施效果、数据分析结论与策略调整、团队协作经验分享以及对电子商务行业的新认识与展望。各小组进行汇报展示，通过 PPT、视频演示等方式，向其他小组和教师分享实训成果和心得体会。在汇报过程中，接受教师和同学的提问和评价，促进各小组之间的交流与学习，共同提升对电子商务行业的综合认知和实践能力。

（二）岗位认知

本次岗位认知实习旨在让电商专业学生对电子商务行业的实际工作岗位有直观且深入的认识，拓宽学生的行业视野，使其明确电商专业知识在实际工作中的应用方向，激发学生的学习兴趣与职业规划意识，为后续专业课程学习和未来职业发展奠定基础。

电商运营岗位的岗位认知中，学生参观电商企业的店铺运营部门，了解店铺整体规划与搭建流程，包括店铺定位、目标客户群体分析、商品品类规划等。学习如何通过数据分析工具监控店铺运营数据，如流量来源与去向、访客行为分析、转化率等，依据数据制定相应的运营策略，如优化商品标题与描述、调整商品上下架时间、策划店铺促销活动等，以提升店铺的曝光度和销售业绩。学生们观察运营人员如何根据市场动态和竞争对手情况，及时调整店铺的商品布局 and 价格策略，同时学习如何运用平台提供的营销工具进行精准推广，提高店铺流量和转化率。

平台运营岗位的岗位认知中，学生了解电商平台的整体运营架构，包括平台规则制定、商家入驻审核流程、平台活动策划与执行等。学生将学习如何协调平台内各方资源，保障平台的稳定运行和良性发展，以及如何通过数据分析评估平台运营效果，制定平台发展规划和优化方向。学生们参观平台运营监控中心，观察工作人员实时监控平台交易数据、用户反馈等信息，及时处理突发问题，保障平台的正常运营。了解平台如何与商家沟通协作，为商家提供培训与支持，促进商家提升店铺运营水平。

直播营销岗位的岗位认知中，学生深入直播策划团队，了解直播项目从创意构思到具体执行方案的制定过程。学习如何根据产品特点和目标受众，策划直播主题、内容和流程，设计吸引人的直播环节，如产品展示、互动抽奖、嘉宾访谈等，以提高观众的参与度和购买意愿。同时，学习如何进行直播前的市场调研和竞品分析，制定具有竞争力的直播营销策略。学生们观察策划团队如何与产品部门、主播团队沟通协作，确保直播内容准确传达产品信息和品牌理念。了解他们如何根据不同平台的特点和用户喜好，制定个性化的直播推广方案，提高直播的曝光度和关注度。

美工设计岗位的岗位认知中，学生参观电商美工设计部门，了解电商平台页面设计的流程和规范。学习如何根据品牌定位和产品特点，设计具有吸引力和用户友好性的首页、商品详情页、活动页等页面。学生将掌握色彩搭配、字体选择、图片处理、布局排版等设计技巧，以及如何运用设计软件实现设计创意，提升页面的视觉效果和用户体验。学生们观察设计师如何与运营团队沟通，理解业务需求，将运营思路转化为具体的设计方案。了解设计师如何根据用户反馈和数据分析结果，对页面进行优化和迭代，提高页面的转化率和用户满意度。

数据分析岗位的岗位认知中，学生们深入数据分析团队，学习如何运用数据分析工具对电商数据进行深入挖掘和分析。掌握数据分析方法和指标体系，如用户画像分析、销售趋势分析、营销效果评估等，通过数据分析洞察业务问题和市场趋势，为企业决策提供数据支持和建议。学生们观察数据分析师如何与其他部门沟通协作，了解业务需求，将数据分析结果转化为实际的业务行动方案。例如，根据用户行为分析结果，为运营部门提供优化产品推荐系统的建议；根据销售数据分析，为采购部门提供调整商品库存的决策依据。

客服服务岗位的岗位认知中，学生们了解售前客服的工作流程和职责，学习如何通过在线聊天工具、电话等渠道，及时回复客户咨询，解答客户关于产品信息、价格、优惠活动、购买流程等方面的问题。掌握与客户有效沟通的技巧，了解客户需求，提供个性化的购买建议，引导客户完成购买决策。学生们观察售前客服人员如何快速准确地回复客户咨询，处理客户的疑问和顾虑。学习他们如何运用专业知识和良好的沟通态度，提高客户满意度和购买转化率。同时，了解客服团队如何通过知识库系统和培训，不断提升客服人员的业务水平和服务质量。

实习反馈与交流中，学生汇报实习成果，分享实习中的收获和遇到的问题。企业人员针对学生的汇报进行点评，解答学生的疑问，并给予学生职业发展方面的建议。同时，教师根据学生的实习表现和实习报告，对学生的实习成绩进行评定，并对本次实习进行总结，为今后的实习教学提供经验参考。

（三）岗位实习

1. 实习目的

岗位实习在专业教学计划里占据关键地位。通过在实际工作岗位的全方位锻炼，学生能够把在课堂上学到的理论知识切实运用到实践当中，实现理论与实践的深度融合。这不仅有助于学生提升专业技能，使其对所学专业有更透彻的领悟，还能全面提高他们的综合素质，比如培养严谨的工作态度、高效的时间管理能力等。此外，岗位实习还能极大地增强学生的就业竞争力，帮助他们提前熟悉职场环境与规则，为毕业后顺利进入职场、开启职业生涯做好充分且全面的准备。

2. 实习内容

（1）深入了解实习单位

学生需全面了解实习单位的组织架构，清晰辨别各部门的设置及其相互之间的隶属关系与协作模式。例如，在大型电商企业中，市场部负责品牌推广与营销活动策划，运营部专注于电商平台的日常运作与管理，技术部保障平台的技术支持与维护，学生要明确这些部门如何协同工作，共同推动企业发展。通过绘制组织架构图等方式，加深对企业整体架构的理解。

学生需要细致研究实习单位的业务范围，深入了解其核心业务与周边业务。以电商企业为例，核心业务可能是线上商品销售，涵盖多种品类的产品；周边业务也许包括提供增值服务，如电商培训、代运营等。学生要知晓企业业务的市场定位、目标客户群体，以及在行业内的竞争优势与特色。

学生需要深入学习实习单位各项业务的工作流程，从业务发起、执行到最终完成的每一个环节都要详细掌握。比如电商平台的商品上架流程，需历经选品、商品信息收集与整理、图片拍摄与处理、审核上架等步骤；订单处理流程包括订单接收、确认、分拣、发货、物流跟踪直至完成交易等。学生要通过实际观察、参与流程操作以及向同事请教等方式，熟练掌握这些工作流程。

（2）全面熟悉所在岗位

学生需要明确所在岗位的具体工作职责，精准把握自身工作在整个业务环节中的定位与作用。例如，电商运营岗位可能负责店铺的日常运营管理，包括制定运营策略、监控数据、优化商品排名等；客服岗位主要承担解答客户咨询、处理投诉与纠纷、维护客户关系等职责。学生要将工作职责梳理清晰，形成书面记录，以便更好地履行职责。

学生需要深入了解所在岗位的工作要求，包括工作质量标准、时间节点要求等。以电商美工岗位为例，对设计作品的质量要求可能体现在色彩搭配协调、图像清晰美观、符合品牌风格等方面，同时对于不同类型设计任务的交付时间也有明确规定。学生要严格按照这些工作要求开展工作，确保工作成果达到标准。

学生需要熟练掌握所在岗位的操作规范，这是保证工作质量与效率的关键。比如电商数据分析师在处理数据时，要遵循特定的数据采集规范、清洗流程以及分析方法的操作标准；电商仓库管理员在货物出入库管理中，要依据既定的盘点流程、存储规范等进行操作。学生要认真学习并严格遵守这些操作规范，避免因操作不当引发错误。

（3）积极参与实际工作任务

学生需深度参与电商项目的执行过程，无论是小型的促销活动策划与实施，还是大型的电商平台功能升级项目。以促销活动为例，学生可能参与活动前期的市场调研，分析竞品促销策略与消费者需求；协助制定活动方案，包括确定活动主题、优惠方式、推广渠道等；在活动执行阶段，负责活动页面的搭建、商品的调整与优化，以及实时监控活动数据，根据数据反馈及时调整活动策略，确保活动达到预期效果。

学生需投身于业务拓展相关工作，如协助开拓新的市场领域、挖掘潜在客户群体或推广新的业务模式。在跨境电商企业中，学生可以参与海外市场调研，分析目标市场的政策法规、消费习惯、市场竞争状况等，为企业进入新市场提供数据支持；尝试通过社交媒体、行业展会等渠道寻找潜在客户，进行业务洽谈与合作沟通，推动企业业务的拓展与增长。

学生需全方位参与客户服务工作，通过多种渠道，如在线客服平台、电话、邮件等，与客户进行沟通交流。及时解答客户关于商品信息、购买流程、售后服务等方面的咨询，耐心处理客户的投诉与纠纷，积极收集客户反馈信息。在这个过程中，学生要学会运用沟通技巧，准确把握客户需求，提供个性化的解决方案，提高客户满意度与忠诚度，维护企业良好的品牌形象。

（4）着重学习团队协作与沟通技巧

学生需积极融入实习单位的工作团队，参与团队项目与日常工作协作。在团队项目中，明确自己的角色与任务，与团队成员密切配合，共同完成项目目标。例如在电商营销活动策划团队中，运营人员负责制定活动框架，美工设计人员负责制作宣传素材，文案撰写人员负责编写推广文案，学生要与不同角色的成员相互协作，发挥各自优势，确保活动顺利推进。通过参与团队协作，学生要学会倾听他人意见，尊重团队成员的想法，共同解决团队中出现的问题，提高团队整体的工作效率与凝聚力。

学生需注重学习与同事和上级之间的沟通技巧，掌握有效的沟通方式与方法。在与同事沟通时，要清晰、准确地表达自己的想法与观点，同时认真倾听对方意见，及时给予反馈。在向上级汇报工作时，要提前整理好汇报内容，突出重点与关键数据，简洁明了地阐述工作进展、成果以及遇到的问题与解决方案。通过良好的沟通，确保工作信息的准确传递，避免因沟通不畅导致工作失误或延误，同时与同事和上级建立起和谐、信任的工作关系。

（5）灵活运用所学知识 with 技能解决实际问题

在实际工作中，学生需主动运用所学的电子商务专业知识与技能来解决遇到的各种问题。比如，运用数据分析知识对电商平台的销售数据进行深入分析，找出销售波动的原因，为运营决策提供数据支持；运用网络营销技能制定适合企业的线上推广策略，提高品牌知名度与产品销量；运用电商平台开发技能协助解决平台技术故障或进行功能优化等。

当遇到实际工作问题时，学生需要冷静分析问题的本质与产生原因，然后结合所学知识与实际工作经验，提出多种可能的解决方案。对这些方案进行评估与筛选，选择最优方案进行实施，并在实施过程中密切关注效果，根据实际情况及时调整优化。例如，在电商客服工作中遇到客户对产品质量投诉的问题，学生要分析投诉原因，可能是产品本身质量问题、运输过程中损坏或者客户对产品使用方法误解等，针对不同原因制定相应解决方案，如协调退换货、与物流协商赔偿、为客户提供详细的使用说明等，通过这个过程提高自己解决实际问题的能力。

8.1.4 课程思政教学体系

以立德树人为根本任务，以社会主义核心价值观为核心引领，紧扣数字中国、数字经济高质量发展国家战略，贴合电子商务行业发展需求，结合数字贸易、跨境电商发展趋势、校企协同育人特色，将思政教育贯穿人才培养全过程、覆盖全课程体系。构建“思政课程+课程思政”同向同行、校企协同、分层分类的立体化思政育人体系，实现价值塑造、知识传授、能力培养三位一体的育人目标，具体分为三个维度：

1.思想引领目标：坚定学生理想信念，厚植家国情怀，深刻领悟数字经济、电子商务发展的时代意义，增强服务数字贸易、助力乡村振兴、推动电商产业自主可控发展的使命感与责任感，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观。

2.职业素养目标：培育工匠精神、劳模精神、劳动精神，恪守电子商务行业职业道德，强化网络诚信、数据安全、消费者权益保护、知识产权保护、电商合规经营意识，养成严谨规范、精益求精、诚信经营、攻坚克难的职业作风。

3.综合素养目标：培养学生创新思维、团队协作、终身学习能力，塑造诚信友善、爱岗敬业、遵纪守法、互利共赢的健全人格，培养能够担当民族复兴大任、适配电子商务产业高质量发展的高素质技术技能人才。

表6 课程思政融入一览表

课程	主要知识点、技能点	融入的思政元素	素材案例资源
商务基础	掌握商务活动基本流程、市场经济运行规律、商务礼仪规范，具备基础商务沟通、商务文书撰写能力，了解电商行业商务逻辑与业态特征。	厚植家国情怀，了解我国商务领域发展成就；培育诚信意识、契约精神，树立合规经营理念；渗透劳动精神，引导尊重商务从业者劳动成果。	我国中小企业商务模式创新案例、电商行业诚信经营标杆企业事迹、商务礼仪规范践行典型案例。
市场营销	掌握市场营销4P/4C理论、目标市场定位、市场调研方法，具备市场分析、营销方案初步设计能力，了解电商场景下的营销逻辑。	强化责任意识，引导营销活动坚守道德底线，拒绝虚假宣传；培育创新思维，助力民族品牌推广；渗透家国情怀，结合国货营销案例传递文化自信。	国货品牌（如李宁、花西子）营销创新案例、虚假营销违规处罚案例、乡村振兴背景下的农产品营销案例。
大数据分析基础	掌握大数据基本概念、数据收集与整理方法、简单数据分析工具使用，具备基础数据解读、数据应用能力，适配电商数据场景。	强化数据安全、数据伦理意识，引导规范使用数据，保护用户隐私；培育严谨细致的工匠精神，杜绝数据造假；渗透科技报国理念，了解我国大数据产业发展成就。	电商平台用户数据保护案例、数据造假违规案例、我国大数据企业（如阿里云）技术创新事迹。
选品与采购	掌握选品原则、供应链基本流程、采购谈判技巧、库存管理基础，具备电商选品、采购方案初步制定能力。	培育诚信经营、公平交易意识，拒绝假冒伪劣产品；强化责任担当，注重产品质量，维护消费者权益；渗透家国情怀，支持国货选品，助力本土企业发展。	电商平台优质选品案例、假冒伪劣选品处罚案例、本土特色产品采购助力乡村振兴案例。
消费者行为	掌握消费者心理、消费决策流程、影响消费行为的因素，具备消费者需求分析、消费行为预判能力，适配电商消费场景。	强化诚信意识，引导尊重消费者权益，杜绝诱导消费、虚假宣传；培育理性消费、绿色消费理念，传递健康消费价值观；渗透社会责任，引导关注特殊群体消费需求。	电商平台消费者权益保护案例、绿色消费相关电商活动案例、关爱老年群体的电商适老化改造案例。

电子商务物流	掌握电商物流流程、物流配送模式、仓储管理基础、物流成本控制方法，具备物流方案初步设计、物流环节对接能力。	培育劳模精神、劳动精神，致敬物流从业者；强化责任意识，注重物流时效与服务质量，践行诚信配送；渗透绿色发展理念，推广绿色物流、低碳配送。	京东物流、顺丰物流的优质服务案例、绿色物流（如循环包装）应用案例、疫情期间物流从业者坚守岗位事迹。
人工智能应用	掌握电商领域常用AI工具（如智能客服、AI选品、AI设计）的基本操作，具备运用AI工具提升电商工作效率的能力。	渗透科技自立自强理念，了解我国AI产业发展成就；培育创新思维，引导合理运用AI工具，拒绝依赖与滥用；强化责任意识，规范AI工具使用，规避技术伦理风险。	电商AI智能客服应用案例、我国AI电商工具创新案例、AI技术滥用违规案例。
电商运营	掌握网店搭建、商品上下架、店铺装修、客户服务、运营数据分析能力，具备店铺日常运营、运营方案优化能力。	培育工匠精神、精益求精的工作态度，注重运营细节；强化诚信经营、合规运营意识，杜绝违规操作；渗透家国情怀，助力国货店铺、乡村电商运营发展。	优质国货网店运营案例、违规运营（如刷单）处罚案例、乡村电商店铺运营成功案例。
网络营销	掌握搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销、社群营销等方法，具备网络营销方案设计、执行与优化能力。	强化责任意识，坚守营销道德，拒绝虚假宣传、恶意竞争；培育创新思维，打造正能量营销内容；渗透文化自信，结合传统文化开展网络营销。	传统文化IP网络营销案例、正能量网红营销案例、虚假网络营销违规案例。
网店美工	掌握PS、AI等设计工具使用，具备店铺装修、商品主图设计、详情页设计、海报设计能力，贴合电商审美与转化需求。	培育工匠精神，追求设计细节与品质；渗透文化自信，将传统文化元素融入美工设计；强化版权意识，拒绝抄袭，尊重原创设计。	融入传统文化的网店美工设计案例、原创设计保护案例、抄袭设计违规处罚案例。
直播营销与运营	掌握直播脚本撰写、直播流程把控、直播话术设计、直播互动技巧，具备直播策划、执行与复盘能力。	强化诚信意识，杜绝虚假带货、夸大宣传，坚守直播底线；培育责任担当，助力农产品、国货直播推广；渗透劳动精神，致敬直播从业者的坚守与付出。	乡村主播助农直播案例、国货直播标杆案例、虚假直播带货处罚案例。
电子商务数据分析	掌握电商数据指标（如转化率、客单价）、数据分析工具（如Excel、千牛）使用，具备数据解读、运营优化建议提出能力。	培育严谨细致的工作态度，杜绝数据造假；强化数据安全与隐私保护意识，规范数据使用；渗透创新思维，通过数据分析助力运营创新。	电商数据分析助力店铺优化案例、数据造假违规案例、用户数据隐私保护案例。

短视频运营	掌握短视频脚本撰写、拍摄与剪辑技巧、账号定位与运营、流量提升方法，具备短视频策划、制作与运营能力。	强化责任意识，传播正能量内容，拒绝低俗、虚假短视频；培育文化自信，挖掘传统文化、本土特色内容；渗透创新思维，打造有特色、有价值的短视频内容。	正能量电商短视频案例、传统文化主题短视频案例、低俗短视频违规处罚案例。
新媒体营销与运营	掌握微信公众号、小红书、抖音等新媒体平台运营规则，具备内容策划、粉丝运营、营销活动推广能力。	强化媒介素养，引导正确使用新媒体，拒绝网络谣言；培育诚信意识，规范新媒体营销行为；渗透家国情怀，通过新媒体传播国货、本土特色品牌。	新媒体助力国货推广案例、正能量新媒体内容案例、网络谣言治理案例。
电商项目设计	掌握电商项目策划、可行性分析、方案撰写、项目执行与复盘方法，具备完整电商项目设计与落地能力。	培育团队协作精神、责任担当意识，提升抗压与攻坚克难能力；强化创新思维，聚焦电商领域痛点难点设计项目；渗透家国情怀，设计助力乡村振兴、国货发展的电商项目。	大学生电商创业项目案例、乡村电商项目设计案例、国货创新电商项目案例。
数据可视化设计	掌握数据可视化工具使用、可视化图表设计原则，具备将电商数据转化为清晰、直观可视化作品的的能力。	培育严谨细致、精益求精的工匠精神，确保数据可视化的准确性；强化责任意识，规范数据呈现，拒绝误导性可视化设计；渗透创新思维，打造简洁、高效的可视化作品。	电商数据可视化优秀案例、误导性数据可视化反面案例、我国数据可视化产业发展案例。
信息与视觉架构	掌握信息梳理、视觉布局原则，具备电商平台、网店的信息架构设计、视觉优化能力，提升用户体验。	培育以用户为中心的服务理念，注重用户体验；强化责任意识，优化信息呈现，方便用户获取有效信息；渗透审美素养，传递积极、健康的视觉文化。	电商平台信息架构优化案例、网店视觉架构优秀案例、适老化电商视觉设计案例。
直播分析与优化	掌握直播数据指标分析、直播问题诊断、直播流程优化方法，具备直播效果提升、复盘优化能力。	培育严谨细致的工作态度，注重直播细节优化；强化责任意识，针对直播中的问题及时整改，提升直播质量；渗透创新思维，通过数据分析创新直播模式。	直播优化提升成功案例、直播问题复盘案例、创新直播模式案例。
人力资源战略与管理	掌握人力资源招聘、培训、绩效考核、激励机制设计方法，具备电商团队人力资源管理基础能力。	培育以人为本的管理理念，尊重员工、关爱员工；强化责任意识，规范人力资源管理流程，保障员工合法权益；渗透团队协作精神，打造凝聚力强的电商团队。	优秀电商企业人力资源管理案例、员工权益保护案例、团队建设成功案例。

中小企业经营管理	掌握中小企业经营模式、战略规划、成本控制、风险防范方法，具备中小企业电商经营管理基础能力。	培育企业家精神、创新精神与责任担当，助力中小企业发展；强化诚信经营、合规管理意识，引导中小企业规范发展；渗透家国情怀，支持本土中小企业电商转型。	中小企业电商转型成功案例、中小企业诚信经营案例、疫情期间中小企业突围案例。
商务谈判	掌握商务谈判原则、技巧、流程，具备电商场景下（如采购谈判、合作谈判）的谈判能力，实现互利共赢。	培育诚信意识、契约精神，坚守谈判底线，拒绝恶意谈判；强化沟通协作能力，引导换位思考，实现互利共赢；渗透家国情怀，在跨境谈判中维护国家与本土企业利益。	电商采购谈判成功案例、跨境电商合作谈判案例、诚信谈判典型案例。
区域经济与个人理财	掌握区域经济发展规律、电商与区域经济的融合路径，了解个人理财基础、理财工具使用，具备基础理财规划能力。	渗透家国情怀，了解我国区域经济发展战略，助力区域电商协同发展；培育理性理财、诚信理财意识，树立正确的财富观；强化责任意识，合理规划个人发展，助力区域经济建设。	区域电商助力区域经济发展案例、理性理财成功案例、违规理财反面案例。

8.2 学时安排

（一）学时安排

总学时为 2538 学时，每 16~18 学时折算 1 学分，其中，公共必修课程为 858 学时，其中理论课时为 476 学时，实践课时为 382 学时，公共选修课程 128 学时，专业基础课程理论为 464 学时，其中理论课时为 232 学时，实践学时为 232 学时，专业核心课程为 464 学时，其中理论学时为 232 学时，实践学时为 232 学时，专业拓展课程为 192 学时，其中理论学时为 48 学时，实践学时为 144 学时，集中实践学时为 432 学时。理论总课时为 1116 学时，占总学时比例为 44%，实践学时为 1422 学时，占总学时比例为 56%。实习时间累计为 6 个月，集中安排实习时间。各类选修课程的学时累计不少于总学时的 10%。

（二）学分安排

总学分为 142，其中，公共必修课程为 43 学分，公共选修课程 4 学分，专业基础课程为 28 学分，专业核心课程为 28 学分，专业拓展选修课程为 12 学分，集中实践学时为 27 学分。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按 1 周为 1 学分。

表7 学时学分分配汇总表

课程分类	公共必修课程		公共选修课程		小计	专业基础课程		专业核心课程		专业拓展课程		小计	集中实践	理论课时	实践课时	合计
	理论	实践	理论	实践		理论	实践	理论	实践	理论	实践					
学时数	476	382	128	0	986	232	232	232	232	48	144	1120	432	1116	1422	2538
小计	858		128			464		464		192						
学时占比	34%		5%		39%	18%		18%		8%		44%	17%	44%	56%	100%
学分	43		4		47	28		28		12		68	27			142

8.3 教学进程总体安排

表 8 教学进程总体安排

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	总学时	学时分配		学分分数	建议开设时间及周学时数						备注	
					理论学时	实践学时		一	二	三	四	五	六		
平台必修课程	公共必修课程	GG111001	思想道德与法治	54	36	18	3	2							
		GG111033	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	30	6	2			2					
		GG111034	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	54	48	6	3				2				
		GG111032	中华民族共同体概论	36	30	6	2		2						
		GG111012-GG111015	形势与政策	36	32	4	2	1-4 学期，每学期 8 学时							
		GG111007	体育与健康（一）	36	2	34	1	2							
		GG111008	体育与健康（二）	36	2	34	1		2						
		GG111009	体育与健康（三）	36	2	34	1			2					
		GG111035	大学生职业生涯规划与发展规划	16	8	8	1	2							
		GG111037	大学生就业指导	16	8	8	1				2				
		GG112021	大学生心理健康教育	32	32		2		2						

	GG111016	军事理论	36	36	0	2	2						
	GG111004	大学英语	64	40	24	4	4						
	GG111041	军事技能训练	112	0	112	2	2周						
	GG111039	信息技术与人工智能 技术概论	64	32	32	4	4						
	GG111025-28	劳动教育	48	18	30	3	1-6 学期, 每学期 8 学时						
	GG111036	大学生创新创业教育	32	16	16	2		2					
	GG112005	国家安全教育	18	16	2	1				2			
	GG112019	大学生美育	32	24	8	2			2				
	SZ111018	经济数学基础	32	32		2	2						
	SZ111019	统计学基础	32	32		2		2					
	小计		858	476	382	43	18	10	6	6	0	0	
专 业 基 础 课 程	SZ121001	商务基础	64	32	32	4	4						
	SZ121002	市场营销	68	34	34	4		4					
	SZ121003	大数据分析基础	64	32	32	4			4				
	SZ121004	选品与采购	68	34	34	4		4					
	SZ121005	消费者行为	68	34	34	4		4					
	SZ121006	电子商务物流	64	32	32	4			4				
	SZ121007	人工智能工具应用*	68	34	34	4				4			
	小计		464	232	232	28	4	12	8	4	0	0	
专	SZ121008	电商运营*	64	32	32	4			4				

业 核 心 课 程	SZ121009	网络营销*	64	32	32	4			4					
	SZ121010	网店美工*	64	32	32	4			4					
	SZ121011	直播营销与运营*	68	34	34	4				4				
	SZ121012	电子商务数据分析*	68	34	34	4				4				
	SZ121013	短视频运营*	68	34	34	4				4				
	SZ121014	新媒体营销与运营*	68	34	34	4				4				
	小计			464	232	232	28	0	0	12	16	0	0	
模 块 选 修 课 程	公 共 选 修 课 程	文学鉴赏	32	32		1								每位学 生公共 选修课 程总学 分数最 少4学分
		影视鉴赏	32	32		1								
		创新中国	32	32		1								
		企业绿色管理	32	32		1								
		文献信息检索与利用	32	32		1								
		艺术鉴赏	32	32		1								
		常见病的健康管理	32	32		1								
		语言学(普通话)	32	32		1								
		中国文化概论	32	32		1								
		论文写作初阶	32	32		1								
		小计			128	128	0	4						
专 业	SZ122001	电商项目设计	48	12	36	3							6	专业拓 展选修
	SZ122002	数据可视化设计	48	12	36	3							6	

拓展课程	SZ122003	信息与视觉架构	48	12	36	3						6	课最少 12学分
	SZ122004	直播分析与优化	48	12	36	3						6	
	SZ122005	人力资源战略与管理	48	12	36	3						6	
	SZ122006	中小企业经营管理	48	12	36	3						6	
	SZ122007	商务谈判	48	12	36	3						6	
	SZ122008	区域经济与个人理财	48	12	36	3						6	
	小计			192	48	144	12	0	0	0	0	0	
合计			2106	1116	990	115	22	22	26	26	0	24	
集中实践模块	GG121001	毕业设计	32		32	2						2周	第四五 学期按 班级轮 换制
	GG121002	岗位实习	384		384	24					24周		
	GG111042	岗位认知	16		16	1		1周					
	小计			432	0	432	27						
总计			2538	1116	1422	142							

9 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。2022年电子商务专业教学团队被山东省教育厅评为山东省职业教育教学创新团队。

9.1 队伍结构

电子商务专业重视师资队伍的建设，目前电子商务专业共有教师51名（其中专任教师37名，行业导师14名），学生数与本专业专任教师数比例为17.9:1，“双师型”教师占专业课教师数比例为54%，高级职称专任教师的比例为25%，专任教师队伍年龄、学历、职称、双师、工作经验等结构合理，能够满足本专业高质量教学的需要。电子商务专业教学团队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，建立定期开展专业（学科）教研机制。

9.2 专业带头人

专业带头人在电子商务专业的发展中起着至关重要的作用。电子商务专业的师资队伍中，有电子商务专业带头人2名（专任教师1人，行业导师1人），具有娴熟的电子商务职业技能，热爱教育事业，具有强烈的责任心和使命感，共同参与校企合作企业技术研发，承担多项电子商务专业课题研究、课程建设与教材编写，获得多项荣誉称号，并积极开展高校周边社会培训服务。

9.3 专任教师

专任教师具有电子商务、工商管理、信息管理等相关专业本科及以上学历，具有高校教师资格证书和电商专业领域有关证书，具有坚定的社会主义理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心，掌握电子商务专业等方面的理论知识，具有一定的信息化教学能力和电商实操能力，能够开展课程教学改革和行业科学研究，每年累计不少于1个月的企业实践经历。每年接受至少1次职业教育教学方法改革、专业课程开发等内容培训；能够指导新教师完成上岗实习工作。

10 教学条件

10.1 教学设施

10.1.1 专业教室基本要求

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

10.1.2 校内外实验、实训场所基本要求

(1) 校内实训室

建有电子商务运营实训室、电子商务美工实训室、电子商务客服实训室、电子商务直播实训室等校内电子商务实训室。

表 9 实训室功能表

序号	校内实训室名称	主要设备	数量 (人/工位)	主要功能	适用课程	适用范围 (职业鉴定项目)
1	电商运营实训室	计算机高配置电脑，满足多软件并行，支持电商平台管理与数据分析。 网络设备：高速路由器、交换机，打造稳定网络，保障运营数据实时交互。 服务器模拟：小型服务器或虚拟软件，模拟后台环境，学习服务器运维。 分析软件：安装专业电商分析软件，助力数据挖掘，支撑运营决策。 模拟平台：电商模拟平台，涵盖多业务模块，实践电商运营全流程。	55	模拟电商运营全流程，助学生掌握平台管理与决策技能。 提供数据分析环境，支持学生运用数据优化电商运营策略。 通过电商模拟平台，培养学生综合运用知识开展运营能力。	电商运营、电子商务数据分析	1+X 电子商务数据分析（中级）、电子商务师、1+X 网店运营推广（中级）、互联网营销师
2	商务数据分析实训室	配备高性能学生机，满足 Python、excel、BI 可视化工具等多工具并行，云桌面管理，集中部署软件，统一管控学生终端，简化维护。 服务器模拟：小型服务器或虚拟软件，模拟后台环境，学习服务器运维。 分析软件：安装专业电商分析软件，助力数据挖掘，支撑运营决策。 模拟平台：电商分析模拟平台，涵盖多业务模块，实践电商数据	55	通过模拟真实电商数据场景，让学生学习从多渠道收集数据，运用数据分析方法挖掘数据背后的商业价值。通过实训，培养学生熟练运用数据分析工具，具备敏锐的数据洞察能力、精准的数据分析能力以及根据分析结果	大数据分析基础、电子商务数据分析等课程	1+X 电子商务数据分析（中级）、电子商务师、互联网营销师

		分析全流程。		为电商业务制定科学决策的能力，以适应现代电商行业对数据分析人才的需求。		
3	网店美工实训室	<p>图形电脑：顶级配置，适配专业设计软件，流畅处理复杂图像任务。</p> <p>设计软件：Adobe 等系列软件，满足电商广告、页面等设计需求。</p> <p>摄影设备：相机、灯光等，拍摄高质量产品图，提供优质素材。</p> <p>校准设备：色彩校准仪，保证设计色彩准确，符合视觉要求。</p>	55	<p>配备专业设备软件，帮助学生掌握电商视觉设计与制作技能。</p> <p>运用摄影设备，让学生学会拍摄高质量电商产品图片的技巧。</p> <p>依靠色彩校准仪，确保学生设计作品色彩精准符合视觉标准。</p> <p>通过各类设计软件，培养学生电商广告及页面等设计的能力。</p>	网店美工、视觉营销、新媒体营销	1+X 电子商务数据分析（中级）、电子商务师、1+X 网店运营推广（中级）、互联网营销师
4	电商直播实训室	<p>直播电脑：高性能电脑，支持多任务，保障直播画面与互动流畅。</p> <p>摄像头：高清高帧率，清晰捕捉细节，呈现优质直播画面。</p> <p>麦克风：专业麦降噪，确保声音清晰，提升直播声音质量。</p> <p>灯光：主辅背光组合，营造氛围，打造良好直播视觉效果。</p> <p>背景道具：多样背景道具，契合主题，增强直播观赏性吸引力。</p>	100	<p>凭借专业设备，助力学生实践电商直播流程与提升直播效果。</p> <p>利用直播背景道具，帮助学生营造场景增强直播观赏性吸引力。</p> <p>借助高清设备与灯光，确保学生直播画面清晰且视觉效果良好。</p> <p>通过直播软件平台，使学生熟悉不同平台直播规则与操作。</p>	直播营销与运营、新媒体营销与运营	1+X 电子商务数据分析（中级）、电子商务师、1+X 网店运营推广（中级）、互联网营销师
5	短视频运营实训室	配置高清相机、补光灯、绿幕等拍摄收音设备；配备高性能剪辑电脑、高色域显示器；搭建直播导播台，辅以企业级网络、存储服务器、智慧中控设备，预装剪辑、设计及短视频数据分析实训软件。	70	可开展短视频选题策划、实景拍摄、剪辑调色、封面设计全流程实训；支持直播带货、多机位导播与绿幕虚拟直播教学；实现账号运营、数据复盘、爆款文案创作实操，兼具作品展示、课	短视频运营、新媒体营销与运营	1+X 电子商务数据分析（中级）、电子商务师、1+X 网店运营推广（中级）、互联网营

				程录制、技能考核功能，贴合新媒体岗位实践教学需求。		销师
--	--	--	--	---------------------------	--	----

(2) 校内实训基地

建有京东校企合作产教融合运营基地、美团校企合作产教融合运营基地、（海尔）日日顺电子商务实践教学基地、云创电子商务实践教学基地、云智电子商务师培训与创业孵化基地、电商直播基地，可以承担电商运营、网店美工、直播营销、短视频运营、新媒体营销与运营与电商数据分析等多门课程的实训教学任务。

表 10 校内实训基地情况表

序号	实训基地名称	主要实训项目	实训设备	适用范围(职业鉴定项目)
1	京东校企合作产教融合运营基地	新零售运营、京东金融服务、商务数据分析项目	配置高性能实训电脑、数据分析服务器、新零售实操终端，搭载京东运营、金融服务及大数据实训软件，配套数据研判实操设备，满足项目实训需求。	电子商务师、1+X 网店运营推广（中级）、互联网营销师、互联网营销师、1+X 电子商务数据分析（中级）
2	美团校企合作产教融合运营基地	美团平台推广、酒店外卖平台服务等实训项目	配备电商实操计算机、平台业务模拟终端、营销推广实训设备，搭建本地生活服务仿真系统，支撑外卖酒店平台相关实操教学。	电子商务师、1+X 网店运营推广（中级）、互联网营销师、互联网营销师、1+X 电子商务数据分析（中级）
3	游天下校企合作产教融合实训基地(天衢新区 AI 数智创新产业园)	同程、去哪儿网平台营销与售后服务项目、短视频推广项目	布设专业实训电脑、供应链管理终端、物流电商实操设备，搭载海尔电商专属实训平台，开展电商全流程实践教学实训工作。	电子商务师、1+X 网店运营推广（中级）、互联网营销师、互联网营销师、1+X 电子商务数据分析（中级）
4	云创电子商务实践教学基地	面向电子商务专业课程实践教学与岗位实习实训，同时支撑电子商务技术服务、学科竞赛与产教融合	配备全套办公实训计算机、专业设计设备与赛事实训器材，搭载电商教学系统，支撑课程实操、岗位实习、竞赛及产教融合项目。	电子商务师、1+X 网店运营推广（中级）、互联网营销师、互联网营销师、1+X 电子商务数据分析（中级）
5	云智电子商务师培训与创业孵化基地	电子商务师职业技能培训及工种鉴定，创新创业理论与实操培训	配置技能考评电脑、创业实训终端、多媒体教学设备，配备考证题库系统与孵化实操器材，保障职业培训、等级鉴定与创业实训。	电子商务师、1+X 网店运营推广（中级）、互联网营销师、互联网营销师、1+X 电子商务数据分析（中级）

6	电商直播基地	面向电子商务专业直播营销与运营实训，同时支撑直播营销乡村振兴技术服务、学科竞赛与产教融合	配齐摄影灯光收音、直播导播设备、高清大屏与剪辑工作站，搭载直播运营实训软件，助力带货实操、乡村振兴服务与竞赛实训。	电子商务师、1+X 网店运营推广（中级）、互联网营销师、互联网营销师、1+X 电子商务数据分析（中级）
---	--------	--	---	---

（3）校外实践教学条件

通过校企合作，与德州鸿联九五信息科技有限公司、德州市德轩电商基地、山东创谷信息技术有限公司、山东东昀信息科技有限公司、宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司、杭州春客网络科技有限公司、泰盈科技集团股份有限公司、江苏京东信息技术有限公司、上海携程国际旅行社有限公司、杭州郝姆斯食品有限公司、同程网络科技股份有限公司签订合作协议，建成稳定的校外实训基地，部分基地情况如下表。

表 11 校外实训基地情况表

序号	实训基地名称	主要实训项目	实训设备	实训指导及实训实习管理模式
1	德州鸿联九五信息科技有限公司	电商运营、网络客户服务与管理、电商美工、新媒体营销与电商数据分析	win10 计算机、北恩话务耳机、华为 6525E-ac 防火墙、联想塔式域控服务器、直播补光灯、手机支架、模拟软件、电脑桌椅	现场示范指导模式、项目驱动指导模式，采用集中管理、校企合作管理模式
2	德州市德轩电商基地	农产品直播营销、短视频制作与推广	专业直播间、直播运营控制台、高性能计算机及淘宝专用运营软件，数据分析终端、主播实训配套设备，配套实训教程及直播脚本模板，搭建真实淘宝直播实训场景。	双师指导，企业认证运营师及资深主播带教，校内教师衔接理论；按平台规则实训，分层考核，校企协同跟进实习，三方评定成绩。
3	山东创谷信息技术有限公司	网络客服	高性能计算机、客服工单系统、智能客服 APP，配套实训软件及资料，搭建多功能实训功能区。	双师指导，企业认证运营师及资深主管带教，校内教师衔接理论；按平台规则实训，分层考核，校企协同跟进实习，三方评定成绩。
4	山东东昀信息	网络客服、AI 短视频营销	高性能计算机、客服工单系统、智能客服 APP、AI 短视频制作	双师指导，企业认证运营师及资深主管带教，校内教师衔接理

	科技有限公司		APP, 配套实训软件及资料, 搭建多功能实训功能区。	论; 按平台规则实训, 分层考核, 校企协同跟进实习, 三方评定成绩。
5	宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司	太平鸟客服、客服数据分析	服饰直播专用直播间、服装陈列实训区、商品拍摄设备、计算机及电商运营软件、库存管理系统、售后处理终端, 配套服饰样品、实训耗材, 搭建服饰电商全流程实训场景。	双师协同指导, 企业一线骨干带教实操; 实行岗位化管理、分层考核, 校企联动跟进实习, 三方评定成绩。
6	杭州春网络科技有限公司	网络客服、短视频营销	高性能计算机、客服工单系统、智能客服APP、AI 短视频制作APP, 配套实训软件及资料, 搭建多功能实训功能区。	双师指导, 企业认证运营师及资深主管带教, 校内教师衔接理论; 按平台规则实训, 分层考核, 校企协同跟进实习, 三方评定成绩。
7	泰盈科技集团股份有限公司	小红书平台客服、内容审查、客服数据分析	高性能计算机、短视频剪辑软件、抖音运营管理系统、数据分析终端, 配套实训资料及合规手册, 搭建新媒体全流程实训场景。	双师协同, 企业骨干带教实操并讲解平台规则, 校内教师辅助教学; 实战导向管理, 分岗实训, 校企联动考核, 跟进实习全程。
8	江苏京东信息技术有限公司	京东客服、客服数据分析	高性能计算机、京东零售云系统、客服工单系统、智慧物流模拟设备、直播孵化设备, 配套实训软件及资料, 搭建多功能实训功能区。	双师带教, 企业驻校导师指导实操, 校内教师衔接理论; 岗位化管理、轮岗实训, 柔性化管控, 校企协同评定实习成绩。
9	上海携程国际旅行社有限公司	携程客服、客服数据分析	高性能计算机、携程旅游电商运营系统、客服终端、订单管理系统、数据分析软件, 配套旅游产品样品及实训手册, 还原真实旅行社工作环境。	双师指导, 企业行业专家带教, 校内教师辅助教学; 订单式培养, 轮岗实训, 全程跟踪, 校企协同完成实习鉴定与考核。
10	杭州郝姆斯食品有限公司	百草味直播、客服、客服数据分析	高性能计算机、食品拍摄设备、专业直播直播间、电商运营软件、数据分析终端, 配套食品样品及实训耗材, 搭建食品电商实训场景。	双师带教, 企业运营骨干指导实操, 校内教师辅助教学; 实操导向, 分岗实训, 全程管控, 校企协同考核实习成果。

11	同程网络科技股份有限公司	同程客服、客服数据分析	高性能计算机、智慧旅游运营系统、客服终端、数据分析软件、短视频剪辑设备，配套实训资料，搭建智慧旅游电商实训场景。	双师指导，企业资深工程师带教，校内教师衔接理论；实战驱动，分层实训，校企协同跟进，综合评定实训实习表现。
----	--------------	-------------	--	--

10.1.3 实习场所基本要求

电子商务专业学生实习场所，核心要求是合法合规、专业对口、安全规范、能提供真实岗位实践与指导，并符合《职业学校学生实习管理规定》。

一、实习岗位与专业匹配

1. 岗位对口

岗位须与电子商务专业培养目标一致，覆盖店铺运营、新媒体运营、直播电商、视觉设计/美工、客户服务、网络推广、电商数据分析、跨境电商、供应链/物流、短视频制作等。

2. 任务真实

提供真实项目与业务流程，让学生参与店铺搭建、商品上架、营销推广、直播执行、订单处理、客户咨询、数据复盘等实际工作。

二、场所与设施设备要求

1. 办公与网络

固定办公区域、工位、桌椅，计算机、高速网络、打印机、扫描仪等基础设备齐备。

满足多平台操作（淘宝/京东/抖音/拼多多/独立站等）、软件运行（PS/PR/Excel/数据分析工具/ERP/CRM）的硬件与网络条件。

2. 专业场景设施

直播电商岗位：直播间、补光灯、麦克风、摄像机、提词器、绿幕、直播控制台等。

视觉/内容岗位：摄影棚、相机、灯光、道具、后期设备与软件。

客服/呼叫中心：耳麦、录音系统、客服工作台、在线沟通工具。

仓储/物流岗位：仓储系统、拣货设备、打包台、快递对接系统等。

3. 安全与防护

符合安全生产法规，消防、应急通道、急救器材齐全。

网络与信息安全保障，规范数据使用与客户信息保护。

三、指导与管理体系要求

1. 双导师制

企业配备专职/资深业务导师（3年以上相关岗位经验），负责日常带教、任务安排、技能指导、考核评价。

学校配备专业指导教师，定期巡查、沟通、解决问题、评定成绩。

2.培训与计划

实习前：岗前培训（企业文化、规章制度、安全规范、岗位流程、工具使用）。

实习中：有明确实习计划，含阶段目标、任务清单、考核节点。

3.过程管理

有考勤、工作记录、周报/月报、项目复盘机制。

定期沟通反馈，及时调整实习内容与难度。

10.2 教学资源

10.2.1 教材选用基本要求

学校建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材，使用国家规划教材、省级规划教材，并根据教学实际需求，校企合作开发新型活页式教材。

目前，电子商务专业开发的教材有：出版教材有《网络客服服务与管理》、《市场营销》、《市场营销理论与实务》、《直播营销与运营》，开发校本教材《商务基础》、《网店美工》、《跨境单证英语》、《电子商务英语教程》、《跨境单证操作》、《跨境电商模拟实训》。

10.2.2 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。在购置综合人文素养类书籍的基础上配置专业类图书文献，主要包括：电子商务专业领域的优秀期刊、电子商务准则及法规、有关电子商务理论及实务操作类图书、电子商务相关文献、电子商务相关的报刊等。

10.2.3 数字教学资源配置基本要求

依托优质教学平台，优先从国家级数字化资源库中选用数字化教学资源，电子商务专业教师主持的省级精品在线课程资源、校级优质核心课程资源，鼓励教师开发建设与课程配套的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、试题库等线上资源，与企业合作开发虚拟软件，建成种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、能满足信息化教学的数字教学资源库。

目前电子商务专业课程已经实现在线课程 100%全覆盖，其中电子商务专业《网络客户服务与管理》精品课、《直播营销与运营》精品课与《新媒体营销》精品课已经获得校级精品课资源共享课立项并建设完成。

11 质量保障和毕业要求

11.1 质量保障

1.学校和院系已经建立电子商务专业建设和教学质量诊断与改进机制，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、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养目标。

2.学校和院系已经完善教学管理机制，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。

3.学校已经建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、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。

4.教研室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。

11.2 毕业要求

(1) 学分要求

1.学生在修业年限内，修完毕业要求的 142 学分课程，其中，公共必修课程为 43 学分，公共选修课程 4 学分，专业基础课程为 28 学分，专业核心课程为 28 学分，专业拓展课程为 12 学分，集中实践学时为 27 学分。

2. 参加毕业实习全过程，毕业综合实践报告符合规定要求。

(2) 证书要求

表 12 通用证书要求

序号	证书名称	颁证单位	等级	性质
1	普通话水平测试等级证书	山东省语言文字工作委员会	二级乙等及以上	必取
2	驾驶证	车管所	C 以上	选取

表 13 职业资格/职业技能等级证书要求

序号	证书名称	颁证单位	等级	性质	备注
1	电子商务师	人力资源和社会保障 厅	三级	选考	至少取得 1 项
2	互联网营销师	人力资源和社会保障 厅	三级	选考	
3	商务数据分析师	人力资源和社会保障 厅	三级	选考	