

# 电子商务专业人才培养方案

文创商贸学院

二〇二五年四月修订

## 目录

|                   |    |
|-------------------|----|
| 一、专业名称及代码 .....   | 1  |
| 二、入学要求 .....      | 1  |
| 三、修业年限 .....      | 1  |
| 四、职业面向 .....      | 1  |
| 五、培养目标与培养规格 ..... | 1  |
| （一）培养目标 .....     | 1  |
| （二）培养规格 .....     | 2  |
| 六、课程设置 .....      | 4  |
| （一）公共基础课程 .....   | 4  |
| （二）专业（技能）课程 ..... | 11 |
| 七、学时安排 .....      | 18 |
| 八、教学进程总体安排 .....  | 18 |
| 九、实施保障 .....      | 18 |
| （一）师资队伍 .....     | 18 |
| （二）教学设施 .....     | 19 |
| （三）教学资源 .....     | 20 |
| （四）教学方法 .....     | 21 |
| （五）学习评价 .....     | 21 |
| （六）质量管理 .....     | 21 |
| 十、毕业要求 .....      | 22 |
| 附录 .....          | 23 |

## 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

基本修业年限3年，实行弹性修业年限，为3-5年。

## 四、职业面向

本专业毕业生主要就业面向岗位为运营主管、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，也可在一般工商企业从事网站运营、维护、营销推广、产品开发、客户服务与管理等工作。

表4-1 电子商务专业就业面向岗位与技能等级证书表

| 所属专业<br>大类（代<br>码） | 所属专<br>业类（<br>代码） | 对应行业<br>（代码）                                       | 主要职业类别（代码）                                                                                                                                                                  | 主要岗位类别（<br>或技术领域）                                                      | 职业技能等级<br>证书举例                                                         |
|--------------------|-------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 财经商<br>贸大类<br>63   | 电子商<br>务类<br>6308 | 互联网和<br>相关服务<br>（64）<br>批发业（<br>51）<br>零售业（<br>52） | 电子商务师S（4-01-06-01）<br>互联网营销师S（4-01-06-02）<br>营销员（4-01-02-01）<br>市场营销专业人员（2-06-07-02）<br>商务策划专业人员（2-06-07-03）<br>品牌专业人员（2-06-07-04）<br>客户服务管理（4-07-02-03）<br>采购员（4-01-01-00） | 运营主管<br>全渠道营销主管<br>O2O销售主管<br>智能客服主管<br>视觉营销设计师<br>互联网产品开发<br>主管<br>…… | 网店运营推广<br>电子商务数据<br>分析<br>跨境电商B2B数<br>据运营<br>直播电商<br>农产品电商运<br>营<br>…… |

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

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

表5-1 电子商务专业培养目标

| 序号 | 具体内容                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A  | 扎实掌握电子商务专业核心知识与技术技能，包括数据化运营、网店管理、社群维护、行业分析、营销活动策划、销售方案优化、客户服务管理、视觉设计及互联网与电商产品开发等方面的专业能力。能够快速适应行业发展需求，胜任互联网和相关服务、批发业、零售业等领域的运营主管、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）工作，在数据化运营、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等具体工作中展现出过硬的专业素养和实践能力，成为符合产业发展需要的高素质技术技能型人才。 |
| B  | 能够在跨领域的团队协作中，发挥有效的组织、沟通和协调作用。                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| C  | 能够爱岗敬业，诚实守信，工作中严格遵循各类规范要求，实事求是，精益求精，保证数据真实可靠。                                                                                                                                                                                                                                                 |
| D  | 能够通过继续教育或职业培养，扩展自己的知识，提升自身的能力。                                                                                                                                                                                                                                                                |
| E  | 立足XX，服务XX，能够为电子商务行业的发展做出贡献。                                                                                                                                                                                                                                                                   |

## （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

### （一）公共基础课程

表6-1 公共基础课程

| 序号 | 课程名称               | 课程目标、主要内容、教学要求                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 学时 | 开设学期 |
|----|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|
| 1  | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | <p><b>课程目标：</b><br/>通过本课程的学习，使学生能掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、丰富内涵、理论特质、实践要求；引导学生增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，在思想上政治上行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，为夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利、实现中华民族伟大复兴的中国梦不懈奋斗。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>本课程以马克思主义中国化最新成果为重点，全面把握中国特色社会主义进入新时代，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，充分反映建设社会主义现代化强国的战略部署。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>授课教师应具备马克思主义理论学科相关背景；教学中应把握教学目标，注意教学内容的与时俱进，结合学情，精心设计教学环节，运用“案例式”“研讨式”“启发式”教学方法，开展“理实一体化”教学，及时推进马克思主义中国化最新理论。</p> | 54 | 第3学期 |
| 2  | 思想道德与法治            | <p><b>课程目标：</b><br/>本课程立足新时代，从大学生的使命与担当出发，逐步思考人生问题，实现人生观、价值观的形成教育。树立道德意识，提升道德修养和精神境界；树立法制观念，提高法律素养，自觉遵纪守法，使学生具备先做人后做事的基本素质和较强的工作方法能力、社会能力，促进大学生职业能力与职业素养的提高。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>教学内容按照教材体例，分为六大章节，分别为第一章人生的青春之问；第二章坚定理想信念；第三章弘扬中国精神；第四章践行社会主义核心价值观；第五章明大德守公德严私德；第六章尊法学法守法用法。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>理论部分：多媒体教室；实践部分：校内校外爱国主义教育实践基地。</p>                                                                                             | 54 | 第1学期 |
| 3  | 毛泽东思想和中国特色社会主义     | <p><b>课程目标：</b><br/>本课程旨在从整体上阐释马克思主义中国化时代化的理论成果。既体现马克思主义中国化时代化理论成果形成发展的历史逻辑，又体现这些理论成果的理论逻辑；既体现马克思主义中国化理论成果的整体性，又体现各个理论成果的重点和难点，力求全面准确地理解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系。引导学生坚定马克思主义信仰，努力成为中国特色社会主义事业的建设者和接班人，自觉为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>课程以马克思主义中国化为主线，主要内容为毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观等重大战略思想</p>                                                                                                                                 | 36 | 第2学期 |

|   |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |    |                          |
|---|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|--------------------------|
|   | 理论<br>体系<br>概论 | <p>的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义等。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>授课教师应具备马克思主义理论学科相关背景；教学中应把握教学目标，结合学情，精心设计教学环节，运用“案例式”“研讨式”“启发式”教学方法，开展“理实一体化”教学。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |    |                          |
| 4 | 形势<br>与政<br>策  | <p><b>课程目标：</b><br/>使大学生能够厘清社会形势和正确领会党的路线方针政策精神，培养学生逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力，以及对职业角色和社会角色的把握能力，提高学生的理性思维能力和社会适应能力；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，增强学生振兴中华和实现中华民族伟大复兴中国梦的信心信念和历史责任感以及国家大局观，全面拓展能力，提高综合素质，塑造“诚、勤、信、行”和“有理想、有道德、有文化、有纪律”融于一体的新时代合格大学生。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>本课程教学内容根据教育部社政司下发的每学期《高校“形势与政策”教育教学要点》，主要围绕党和国家推出的重大战略决策和当代国际、国内形势的热点、焦点问题，并结合我校教学实际情况和学生关注的热点、焦点问题来确定。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>切实加强教学管理，充分保证规范开课，准确把握教学内容，规范建设教学资源，创新设计教学方式，注重考核学习效果，大力加强组织领导。</p> | 45 | 开设5<br>学期，<br>每学期<br>9学时 |
| 5 | 军训             | <p><b>课程目标：</b><br/>掌握队列动作的基本要领，养成良好的军人作风，增强组织纪律观念、培养集体主义的精神，促进综合素质的提高；使学生提高国防观念、学习国防知识、激发爱国主义和革命英雄主义精神，增强保卫国家安全的意识，自觉履行国防义务。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>主要为共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练等方面的军事技能训练。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>采取组织模拟训练、集体训练、汇报表演等方式进行。</p>                                                                                                                                                                                                         | 60 | 第1学<br>期                 |
| 6 | 军事<br>理论       | <p><b>课程目标：</b><br/>通过课堂教学，让学生了解掌握军事基础知识，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。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>主要为中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等方面的军事知识。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>面授课采取合班集中教学模式，网络课程资源学习采用观看教学视频、完成课后作业等方式进行。</p>                                                                                                                                                                                                                                          | 36 | 第1学<br>期                 |

|   |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |     |            |
|---|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------------|
| 7 | 国家安全教育 | <p><b>课程目标：</b><br/>使学生掌握国家安全基本知识与理论，了解当前国家安全面临的各种挑战，学习并掌握维护国家安全的各种手段和方法，从而增强学生政治敏锐性，强化政权意识，牢记“捍卫政治安全，维护社会稳定，保障人民安宁”的政治和社会责任，牢记“维护国家安全与社会政治稳定、维护国家统一与民族团结、维护宪法确立的基本政治原则”的根本职责。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>主要为国家安全各重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法等。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>应坚持理论教学与学生实际生活相结合，线下资源与线上资源相结合，采用案例教学、小组讨论、情景模拟等多种教学方法。</p>                                                                                                  | 36  | 第1、2学期     |
| 8 | 体育     | <p><b>课程目标：</b><br/>提高对身体和健康的认识，掌握有关身体健康的基本知识和科学健身的方法；提高自我保健意识，增强体质、促进身体健康，养成良好的体育锻炼习惯，保持良好的心态。掌握体育运动项目的基础知识、基本技术、基本技能；增强体质健康和心理健康、增强社会适应能力。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>主要有田径、球类、传统武术类、操舞类等。课程教学要求以室外课教学为主，综合利用计算机辅助教学、多媒体教学等教学手段，优化教学过程，提高了教学质量和学生综合能力。</p> <p><b>教学方法主要采用：</b><br/>分解教学法和完整教学法、示范法、观摩法与模仿法相结合、分组练习法与纠错法相结合、语言法、讲解法。</p>                                                                                                | 108 | 第1、2、3、4学期 |
| 9 | 信息技术   | <p><b>课程目标：</b><br/>了解计算机的基本知识；熟练掌握操作系统操作方法；熟练掌握文字处理软件、电子表格软件、演示文稿软件的使用；了解计算机网络基础，熟练掌握Internet的应用。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>5个模块：计算机基础知识、Windows操作系统知识、Office办公软件知识、Internet知识、信息素养拓展</p> <p><b>教学要求：</b><br/>课程计划学时72学时，其中理论32，实践40学时。课程采用翻转教学，课程执行38学时，其中8学时理论教学，30学时实践教学。计划中其他学时体现在两个方面：一是要求学生参加学院组织的“互联网+”科学大讲堂理论学习，二是学生课后自主学习，完成实践任务。要完成第二点，要求任课教师必须熟悉课程配套的两个平台：技能云平台和编程思维平台。在教学中需要根据教学进度，将平台的实践任务布置给学生课后完成，然后实践课中进行重难点讲解和答疑。</p> | 36  | 第2学期       |



|    |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |    |                  |
|----|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------------|
| 10 | 心理健康教育         | <p><b>课程目标：</b><br/>让学生了解和掌握心理健康保健常识和简单的心理调节方法，了解掌握和学习人际关系，适应社会生活等方面的常识，以达到让学生拥有丰富的内心、健全的人格。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>心理健康概述、自我意识、个性优化、学习心理、情绪管理、人际交往心理、网络心理、恋爱与性心理、挫折心理及压力管理、生涯规划与择业心理、心理障碍及防治、生命教育、心理危机及危机干预。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>授课教师应具备高校教师资格，具备学生心理健康教育专业背景及相关教学经验，采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，教学环境以多媒体、适于开展活动的教室为宜。</p>                                                              | 36 | 第1学期             |
| 11 | 大学生职业生涯规划与就业指导 | <p><b>课程目标：</b><br/>通过本课程的教学，促进学生了解职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的特征、职业的特征和社会环境，正确规划个人职业生涯发展路径；了解就业形势与政策法规；掌握基本的就业市场信息、职业分类知识以及创业的基本知识。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>职业发展的探索与规划；职业技能及素养的训练及提升；创新创业意识培养和创业技能实践实训；就业形势与政策、就业信息搜集、简历撰写与面试技巧。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>本课程主要采用理论教学与实践模拟训练相结合的方式进行，主要采取典型案例分析、情景模拟训练、小组讨论、师生互动、角色扮演、职业测评、社会调查、职业实践等方法。</p>                                                         | 36 | 第2、3、4、5学期，每期9学时 |
| 12 | 中华优秀传统文化       | <p><b>课程目标：</b><br/>围绕着各专业通识课程的性质，思政教育目标是立德树人、培育和践行核心价值观；知识目标是使学生了解中华优秀传统文化的价值意义，熟悉传统文化的基本脉络、具备相应的实践常识；技能目标是将中国传统礼仪、优秀道德规范化用到现代交际与社会行为中，将传统人文知识活用到工作生活中；职业素养目标引导学生充分认识体会传统文化在当代具有的独特价值和意义，并处理好继承和创新的关系。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>掌握中国传统文化的形、中国传统文化的基本特征及价值意义，古代哲学和宗教文化对中国文化的影响，中国古代教育、中国古代文学、艺术、科技，节日习俗、礼仪、生活方式等课程内容，重点揭示中国传统文化中的优秀人文精神和价值传统。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>合班式，线上线下混合教学，多媒体教室。</p> | 36 | 第4学期             |
| 13 | 劳动教育           | <p><b>课程目标：</b><br/>通过课程，树立学生正确的劳动观点，使他们懂得辛勤的劳动是建设社会主义和共产主义的根本保证，懂得把脑力劳动与体力劳动相结合的重要意义；培养学生热爱劳动和劳动人民的情感，养成劳动的习惯，形成以劳动为荣，以懒惰为耻的品质，地地址好逸恶学、不劳而获、奢侈浪费等恶习。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>劳动精神、劳模精神、工匠精神、创新精神</p>                                                                                                                                                                                        | 18 | 第1学期             |

|    |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |     |          |
|----|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------|
|    |        | <b>教学要求：</b><br>授课教师基本要求具有高度的政治责任感，合理的知识结构，高尚的人格力量，较强的沟通协调能力和组织管理能力；充分利用多媒体，积极创设模拟场景开展教学。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |     |          |
| 14 | 创新创业教育 | <b>课程目标：</b><br>启蒙学生的创新意识和创业精神，使学生了解创新型人才的素质要求，了解创业的概念、要素与特征等，使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识。解析并培养学生的创新性思维、洞察力、决策力、组织协调能力与领导力等各项创新创业素质，使学生具备必要的创业能力。<br><b>主要内容：</b><br>启蒙创新与创业意识，让学生了解创新人才素质、创业基础（概念、要素、特征）及相关知识；培养创新思维、洞察力等能力，使其具备创业所需能力。<br><b>教学要求：</b><br>以学生为中心，理论结合实践教学，凭专业素养用多元评价，激发学生潜能，提升其创新创业能力。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 18  | 第3学期     |
| 15 | 经济数学   | <b>课程目标：</b><br>通过这门课程的学习，使学生系统地获得微积分基本思想和知识，掌握必要的基础理论和常用的计算方法（含数学实验），从而使学生能用一些简单的数学模型去解决经济管理问题，并为继续学习后续课程打下良好的数学基础。<br><b>主要内容：</b><br>包括一元函数微积分、数学实验和选讲模块（概率与数理统计）<br><b>教学要求：</b><br>理论部分：普通教室或多媒体教室；实验部分：实训室（计算机机房）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 72  | 第1、2学期   |
| 16 | 大学英语   | <b>课程目标：</b><br>大学英语的目标是全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立德树人根本任务，在中等职业学校或普通高中教育的基础上，进一步促进学生职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升、自主学习完善等英语学科核心素养的发展，使学生掌握在职场中用英语进行有效沟通的技能，培养具有中国情怀、国际视野，能够在职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。<br><b>主要内容：</b> 根据所使用教材并结合各专业特点，大学英语的主题范围包括基础模块：职业与个人、职业与社会和职业与环境，主要在大一学年开设；拓展模块：职业提升、学业提升或素养提升，任选一，主要在大二上学期开设。<br>大一上学期，开设72学时课程，课程各方面要求如下。一、语言知识：单词方面，在中职教育阶段1800-1900单词和高中教育必修阶段2000-2100单词的基础上，使学生学会使用500个左右的新单词和一定数量的短语，累计掌握2300-2600个单词；语法上，遵循实用为主、够用为度的原则，拾遗补阙、夯实语法基础；语篇上，学生有效理解听到、看到或读到的语篇。二、文化知识：比较文化异同，汲取文化精华，形成正确的价值观，提高跨文化理解与表达能力，拓宽国际视野，增强处理文化差异的意识和能力。三、职业英语技能：熟练掌握与电子商务专业相关的听、说、读、写等技能，并为掌握表达及互动技能打基础；四、语言学习策略：了解元认知、认知、交际及情感策略。<br>大一下学期，开设64学时课程，课程各方面要求如下。一、语言知识：单词方面，在第一学期基础上增加400个左右的新单词和 | 168 | 第1、2、3学期 |

|    |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |    |            |
|----|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------|
|    |                 | <p>一定数量的短语，累计掌握2700-3000个词汇；语法上，继续夯实语法基础；语篇上，在口头和书面表达过程中根据交流需要选择恰当的语篇类型，设计合理的语篇结构，保持语篇的衔接性和连贯性等，从而达到有效交际的目的；二、文化知识：加深对中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化的认同，形成正确的价值观，成为有文明素养和社会责任感的高素质技术技能人才；三、职业英语技能：掌握与电子商务专业相关的说、写、译、对话、讨论、辩论、谈判等技能；四、语言学习策略：在语言学习中能够运用元认知、认知、交际、情感等策略。</p> <p>大二上学期，开设32学时课程，课程各方面要求如下。一、职业提升英语:为进入职场不同工作岗位的学生而开设的职场类英语课程;二、学业提升英语:为有升学或出国留学意向的学生而开设的英语课程；三、素养提升英语为提升学生个人综合素养和满足学生学习兴趣而开设的英语课程。三选一。</p> <p><b>教学要求：</b></p> <p>大一上学期（72 学时）：引导学生在已有词汇基础上掌握 500 个新单词及短语，累计达 2300-2600 词；按 “实用为主、够用为度” 原则补全夯实语法；助力学生有效理解各类语篇。对比文化异同，帮助学生汲取精华、树立正确价值观，提升跨文化能力与国际视野。培养学生熟练掌握电子商务相关的听、说、读、写技能，为表达及互动技能打基础。让学生了解元认知等各类学习策略。</p> <p>大一下学期（64 学时）：指导学生新增 400 个左右单词及短语，累计达 2700-3000 词，继续巩固语法；教学生根据交流需求构建合理语篇以实现有效交际。加深学生对中华优秀传统文化等的认同，培养其文明素养与社会责任感。使学生掌握电子商务相关的说、写、译等多种技能，引导学生运用各类学习策略。</p> <p>大二上学期（32 学时）：针对学生所选的职业提升、学业提升或素养提升英语课程，分别聚焦职场需求、升学留学、个人综合素养提升开展教学。</p> |    |            |
| 17 | 大学<br>语文与<br>写作 | <p><b>课程目标：</b></p> <p>通过文学阅读与写作，理解文学塑造的社会生活与作家情感，了解中外国文学经典著名的基本创作特点、熟悉若干重点作家及其作品。熟练掌握基础写作的五大基本写作方法，以及应用写作的常见文体（通知、通报、请示、报告、计划、总结等）。培养学生高尚的思想品质和健康的道德情操，了解中国传统文化的若干内容，学习以历史文化的眼光和当代意识观照生活。</p> <p><b>主要内容：</b></p> <p>文学阅读四个单元主题，掌握论语中的君子、呼兰河与故乡、鲁迅小说中的情感、美术名作二十讲中的艺术鉴赏方法等各类热门书籍的推荐与导读，掌握语言文学的情感性、知识性与工具性。写作包括文学写作与应用写作（通知、通报、请示、报告、计划、总结等）。</p> <p><b>教学要求：</b></p> <p>课教师应具备高校教师任教资格，具备汉语言文学专业教育背景和高校任教经验。教学中针对文学阅读、写作、与应用写作部分，开展丰富的自主学习活动。开展阅读与写作的“活动教学法”。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 72 | 第1、2<br>学期 |
| 18 | 美育              | <p><b>课程目标：</b></p> <p>使学生比较系统地了解马克思主义美学的基本原理，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。</p> <p><b>主要内容：</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 36 | 第1、2<br>学期 |

|    |         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |    |      |
|----|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|
|    |         | <p>课程主要涵盖马克思主义美学基本原理，包括美的本质、形态及审美规律等核心内容；系统讲解美育的意义、具体任务与实施途径；通过理论解析与案例赏析，引导学生树立正确进步的审美观，培养高尚健康的审美理想与情趣，提升对美的感受力、鉴赏力和创造力，增强在审美活动中陶冶情操、完善人格的自我教育意识。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>教师需系统讲授马克思主义美学原理与美育要点，通过案例解析引导学生掌握分析、鉴赏美及初步创造美的方法；注重引导学生在审美活动中践行自我教育，助力其涵养高尚情操与健全人格。</p>                                                                                                                                                     |    |      |
| 19 | 中国共产党历史 | <p><b>课程目标：</b><br/>帮助掌握中国共产党发展的历程，了解中国共产党关于革命、建设和改革的理论、路线、方针和政策，领会马列主义的立场、观点和方法，掌握中国共产党的成功经验，提高分析问题和解决问题的能力。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>在梳理百年中共党史的主题主线、主流本质的基础上，重温百年党史四个历史时期，回眸新民主主义革命时期、社会主义革命和建设时期、改革开放和社会主义现代化建设新时期、中国特色社会主义新时代的壮阔史诗，聚焦党的重大历史关头，总结党史辉煌成就和经验，追问“中国共产党为什么能”的历史命题。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>授课教师应具备马克思主义理论学科相关背景；教学中应把握教学目标，结合学情，精心设计教学环节，运用“系统讲述”“参与式”“案例式”等教学方法，开展“理实一体化”教学，结合理论教学和时政热点开展丰富多样的实践教学活</p> | 18 | 第1学期 |
| 20 | 职业素养教育  | <p><b>课程目标：</b><br/>培养学生具备电子商务行业所需的职业操守、沟通协作能力、数据分析思维及持续学习能力，适应行业发展需求。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>涵盖电商职业道德规范、客户服务技巧、团队协作方法、数据处理基础及行业动态认知等内容。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>结合电商实例教学，注重实践引导，用多元评价激发学生主动性，提升职业素养。</p>                                                                                                                                                                                                             | 36 | 第2学期 |
| 21 | 视频赏析    | <p><b>教学目标：</b><br/>培养学生专业的视频鉴赏能力，能从叙事、镜头、画面、声音等角度剖析广告、短片、纪录片等各类视频，解读其传达的信息与情感，并将赏析成果用于指导创作或营销实践，提升审美与分析应用能力。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>分析视频叙事技巧，如叙事结构、冲突构建和人物塑造；解读镜头语言，包括景别选择、镜头运动的表意作用；探究画面美学，涉及色彩搭配、构图法则的运用；解析声音设计，如背景音乐、音效、旁白的功能；针对不同类型视频，明确赏析重点，如广告的创意与转化点、短片的主题与共鸣等。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>教师筛选代表性视频案例，运用暂停、回放等方式讲解元素运用技巧；组织课堂讨论，鼓励学生分享见解；布置视频分析作业，要求撰写规范报告；定期开展研讨会，可邀请行业专家分享经验。</p>                             | 36 | 第2学期 |

## （二）专业（技能）课程

表6-3 专业（技能）课程

| 序号 | 课程名称   | 课程目标、主要内容、教学要求                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 学时 | 开设学期 |
|----|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|
| 1  | 电子商务基础 | <p><b>课程目标：</b><br/>让学生熟悉电商核心概念、主流模式及完整运作流程，深入知晓行业最新动态与发展趋势，能对不同电商模式的优劣势进行初步分析。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>包含电商的精准定义、详细类型划分、典型商业模式解析，主流电商平台（如淘宝、京东、拼多多等）的注册、店铺搭建、商品上架及运营技巧，电子支付的分类（如第三方支付、网银支付等）、流程及安全常识。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>是把抽象的概念讲透彻，融入大量国内外经典电商案例（如亚马逊的发展、阿里巴巴的崛起等）进行教学，带领学生实际操作主流电商平台，及时解答学生在实操中遇到的问题。</p>                                      | 36 | 第1学期 |
| 2  | 零售基础   | <p><b>教学目标：</b><br/>使学生明白零售的核心本质、清晰掌握业态划分标准，熟练学会零售基础运营技巧，能对不同零售业态的运营特点进行对比分析。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>有零售的精准定义、不同业态（如便利店、超市、购物中心等）的特征与区别，店铺选址的影响因素及评估方法，商品摆放的原则、技巧及视觉营销作用，基础客户服务的标准流程、沟通技巧及投诉处理方法。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>为结合丰富的零售实例（如沃尔玛的商品陈列、7-11的选址策略等）教学，引导学生分析不同业态的差异及适用场景，通过模拟服务场景提升学生的服务观念和实践能力。</p>                                           | 36 | 第2学期 |
| 3  | 市场营销   | <p><b>教学目标：</b><br/>让学生学会营销基本理论与各类策略，能独立进行简单的市场分析和营销策划，具备一定的市场洞察力。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>包括市场调研的方法（如问卷调研、访谈调研等）、流程及数据整理分析，目标市场的确定步骤（市场细分、目标选择、市场定位），产品策略（产品组合、品牌建设、包装设计等）、价格策略（定价方法、折扣策略等）、渠道策略（线上线下渠道选择、渠道管理等）、促销策略（广告、公关、销售促进等）。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>注重理论结合实际，组织学生对知名企业的营销案例（如可口可乐的促销活动、苹果的产品策略等）进行研讨，指导学生分组完成基础营销方案的撰写与展示，培养学生的团队协作和策划能力。</p> | 54 | 第2学期 |

|   |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |    |      |
|---|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|
| 4 | 电子商务法律法规   | <p><b>教学目标:</b><br/>让学生全面了解电商相关法律条文（如《电子商务法》《消费者权益保护法》等），显著提高法律意识和风险防控能力，能运用法律知识处理简单的电商法律问题。</p> <p><b>主要内容:</b><br/>电商交易过程中涉及的法律问题、电子签名的法律效力，知识产权（商标、专利、著作权等）在电商领域的保护，消费者在电商交易中的权益（知情权、退换货权等）及保护措施，电商纠纷的解决方式（协商、调解、仲裁、诉讼等）。</p> <p><b>教学要求:</b><br/>准确解读复杂的法律条款，结合真实的电商法律案例（如电商平台售假纠纷、知识产权侵权案例等）讲清法律应用，通过模拟法庭等活动培养学生的法律思维和解决实际问题的能力。</p>                                | 36 | 第1学期 |
| 5 | 商务数据分析     | <p><b>教学目标:</b><br/>使学生熟练掌握商务数据的收集、处理和基础分析方法，能灵活运用常见分析工具（如Excel、SPSS等）做简单分析，为商务决策提供初步数据支持。</p> <p><b>主要内容:</b><br/>包含数据的来源（内部数据库、第三方数据平台等）和收集途径（爬虫技术、API接口等），数据的清洗（去除重复值、缺失值处理等）、整理和标准化方法，基本分析指标（如转化率、客单价、复购率等）的含义及计算，常用分析工具的基本操作和功能应用。</p> <p><b>教学要求:</b><br/>详细教授数据分析工具的使用技巧，引导学生分析实际的商务数据（如电商平台的销售数据、用户行为数据等），通过项目式学习提升学生的数据解读能力和分析报告撰写能力。</p>                       | 36 | 第2学期 |
| 6 | 管理学基础      | <p><b>教学目标:</b><br/>让学生深刻理解管理的基本概念、四大职能（计划、组织、领导、控制）和主要原理，具备初步的管理认知和团队管理能力，能运用管理知识解决简单的团队问题。:</p> <p><b>主要内容:</b><br/>包括管理的定义、性质及重要性，计划职能（目标设定、计划制定等）、组织职能（组织结构设计、人员配备等）、领导职能（领导风格、激励方法等）、控制职能（控制标准、控制过程等），古典管理理论、行为科学理论等主要管理理论的核心观点，团队的组建、沟通、冲突管理等基础内容。:</p> <p><b>教学要求:</b><br/>结合经典的管理案例（如华为的管理模式、海尔的组织变革等）讲解理论，组织学生开展小组合作项目以培养团队管理能力，注重课堂互动（如提问、讨论等），激发学生的学习积极性。</p> | 36 | 第1学期 |
| 7 | *零售门店O2O运营 | <p><b>教学目标:</b><br/>让学生掌握零售门店线上线下融合运营的核心逻辑与方法，能制定基本的O2O运营策略，提升门店全渠道销售能力。</p> <p><b>主要内容:</b><br/>包括O2O模式的概念与特点，线上引流（如社群推广、平台入驻等）与线下体验（如门店活动、服务优化等）的结合方式，订单管理（线上订单处理、线下配送衔接等）、会员体系打通及数据分析在O2O运营中的应用。</p> <p><b>教学要求:</b></p>                                                                                                                                              | 72 | 第4学期 |

|    |         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |      |
|----|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|
|    |         | 结合知名零售品牌的O2O案例（如苏宁易购、国美在线的门店O2O模式）进行讲解，组织学生模拟O2O运营场景，指导学生制定简单的O2O运营方案，强调线上线下协同的重要性。                                                                                                                                                                                                                                                |    |      |
| 8  | *数据化运营  | <b>教学目标：</b><br>使学生熟练运用数据化思维开展运营工作，掌握数据驱动运营决策的方法，能通过数据分析优化运营策略，提升运营效率与效果。<br><b>主要内容：</b><br>包含数据化运营的概念与流程，关键运营数据（如流量、转化、留存等）的监测与解读，数据模型在运营中的应用（如用户分层模型、销量预测模型等），基于数据的产品优化、活动调整及用户运营策略。<br><b>教学要求：</b><br>引导学生建立数据化思维，教授专业的数据监测与分析工具（如百度统计、GrowingIO等），结合实际运营案例（如电商平台的精细化运营）分析数据如何影响决策，组织学生进行数据化运营实战练习。                           | 54 | 第4学期 |
| 9  | *网店运营   | <b>教学目标：</b><br>让学生全面掌握网店的搭建、日常运营及推广技巧，能独立运营小型网店，实现店铺流量与销量的提升。<br><b>主要内容：</b><br>包括主流电商平台（如淘宝、天猫、抖音电商等）的网店注册与店铺装修，商品选品、定价、标题优化及详情页制作，订单处理、物流管理及客户关系维护，网店推广方法（如直通车、钻展、直播带货等）及效果评估。<br><b>教学要求：</b><br>结合成功网店案例（如网红店铺的运营模式）进行教学，带领学生实际操作网店后台，指导学生制定网店推广计划，及时反馈学生在运营中存在的问题并提出改进建议。                                                   | 72 | 第3学期 |
| 10 | *网络营销   | <b>教学目标：</b><br>使学生掌握网络营销的各类方法与工具，具备制定网络营销方案的能力，能有效提升品牌或产品的线上知名度与影响力。<br><b>主要内容：</b><br>包括网络营销的概念与特点，搜索引擎营销（SEO、SEM）、社交媒体营销（微信、微博、小红书等）、内容营销（软文、短视频、直播等）、电子邮件营销等方法，网络营销效果的监测指标与评估方法。<br><b>教学要求：</b><br>注重实操教学，让学生亲自参与各类网络营销活动（如撰写软文、制作短视频），组织学生分析不同行业的网络营销案例（如美妆品牌的社交媒体营销、数码产品的搜索引擎营销），培养学生的营销创意与执行能力。                           | 36 | 第3学期 |
| 11 | *视觉营销设计 | <b>教学目标：</b><br>助力学生深入领会视觉营销设计的核心逻辑，掌握将视觉元素与营销目标相融合的技能。能依据不同营销场景（电商页面、线下海报、品牌宣传物料等），设计出兼具审美价值与营销力的作品，精准传递品牌理念与产品卖点，增强消费者对品牌和产品的关注度与购买欲。<br><b>主要内容：</b><br>包含视觉营销设计的底层逻辑，如视觉吸引、信息传递、情感共鸣在营销中的作用；品牌视觉识别系统基础，涉及Logo应用、色彩体系、字体规范在设计中的体现；不同场景设计要点，像电商详情页的信息层级规划、海报的视觉焦点突出、宣传册的版式设计；视觉设计与用户体验的结合，如何通过设计降低用户认知成本、引导用户行为；设计效果评估，结合点击率、转化率 | 72 | 第3学期 |

|    |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |      |
|----|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|
|    |          | <p>等数据判断设计的营销有效性。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>教师需选取多行业优秀视觉营销设计案例，剖析设计背后的营销逻辑；引导学生从营销角度思考设计，避免单纯追求美感；组织设计项目实践，让学生针对真实品牌或产品完成系列视觉设计；邀请资深视觉设计师分享实战经验，提升学生的行业认知。</p>                                                                                                                                                          |    |      |
| 12 | *互联网销售   | <p><b>教学目标：</b><br/>使学生掌握互联网销售的沟通技巧与成交方法，具备在不同互联网平台（如电商平台、社交软件、直播平台等）开展销售工作的能力，提高销售转化率。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>包括互联网销售的特点与流程，客户需求挖掘与分析技巧，线上沟通话术（文字、语音、视频沟通等）与谈判策略，不同互联网平台的销售规则与成交技巧，售后跟进与客户复购促进方法。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>通过模拟互联网销售场景（如直播带货、在线客服沟通）训练学生的销售技巧，分享优秀互联网销售案例（如金牌销售的成交经验），培养学生的应变能力与客户服务意识。</p>          | 72 | 第4学期 |
| 13 | *社群运营    | <p><b>教学目标：</b><br/>让学生掌握社群的搭建、维护与运营方法，能打造活跃的社群，实现社群的商业价值（如用户转化、品牌传播等）。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>包括社群的概念、分类与价值，社群搭建（目标定位、成员招募、规则制定等），社群维护（内容运营、活动组织、互动引导等），社群裂变与变现方式（如社群团购、会员付费等），社群数据分析与优化。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>结合成功社群案例（如小米社群、逻辑思维社群）进行分析，指导学生分组搭建并运营小型社群，定期复盘社群运营效果，培养学生的社群组织与运营能力。</p>                         | 72 | 第4学期 |
| 14 | *互联网产品开发 | <p><b>教学目标：</b><br/>使学生了解互联网产品开发的完整流程与核心环节，具备参与互联网产品开发的基本能力，能提出简单的产品需求与设计思路。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>包括互联网产品的概念与分类，产品开发流程（需求分析、产品设计、开发测试、上线运营等），用户研究与需求挖掘方法，产品原型设计（如Axure原型制作）与PRD文档撰写，产品迭代与优化的基本原则。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>结合经典互联网产品（如微信、抖音）的开发历程进行讲解，指导学生完成简单的产品原型设计与需求文档撰写，组织学生进行产品设计方案的设计与评审，培养学生的产品思维与创新能力。</p> | 54 | 第3学期 |
| 15 | 视频制作     | <p><b>教学目标：</b><br/>使学生精通视频制作的全流程技艺，能根据不同营销场景（产品推广、品牌故事、活动宣传等），策划并制作出具有传播力的视频内容。掌握视频叙事节奏、镜头运用、剪辑逻辑，让视频既能吸引观众观看，又能有效传递营销信息，达成品牌曝光或产品销售的目标。</p> <p><b>主要内容：</b></p>                                                                                                                                                     | 54 | 第3学期 |



|    |         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |    |      |
|----|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|
|    |         | <p>涵盖视频策划的完整流程，从明确营销目标、分析受众喜好到确定视频主题、构思故事线；镜头语言系统知识，包括景别（远、全、中、近、特）的表意功能、运镜（推、拉、摇、移、跟）的运用技巧；剪辑的核心原则，如镜头衔接的流畅性、节奏把控与情绪渲染，以及转场、字幕、配乐的合理运用；不同类型视频制作要点，如产品功能展示视频的细节呈现、品牌故事视频的情感表达；视频发布与优化，根据不同平台（抖音、视频号、B站等）的特性调整视频格式与内容。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>教师要结合爆款营销视频案例，拆解其策划思路与制作技巧；安排大量实操练习，从短平快的产品小视频到完整的品牌故事片逐步进阶；指导学生使用专业剪辑软件（如Pr、剪映专业版），提升技术熟练度；组织视频创作竞赛，激发学生的创意与执行力。</p>                                                                                                                                                                                         |    |      |
| 16 | 市场调研与分析 | <p><b>教学目标：</b><br/>培养学生具备系统化的市场调研思维和专业分析能力，能精准锁定市场问题，设计科学的调研方案。灵活运用问卷、访谈、大数据分析等多种方法收集信息，通过对数据的深度挖掘，清晰呈现市场机会、竞争格局和消费者需求，为企业产品定位、营销策略制定等提供可靠的数据支撑和决策建议。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>包含市场调研的策划与设计，明确调研问题的界定方法、抽样方案的设计（随机抽样、分层抽样等）；多元数据收集渠道，一手数据的实地调研技巧（街头问卷、焦点小组访谈），二手数据的筛选与评估（行业报告、政府统计数据、社交媒体数据）；高级数据分析方法，如交叉分析、聚类分析、SWOT-PEST分析等，以及数据分析工具（SPSS、Python数据分析库）的实操；调研报告的深度撰写，不仅呈现数据结果，更要提炼洞察、提出可落地的策略建议。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>教师需以真实企业的市场难题为案例，引导学生设计调研方案；带领学生参与实际调研项目，体验从问题到结论的完整过程；强化数据分析工具的实操教学，让学生能独立处理复杂数据；对调研报告进行多维度点评，重点关注洞察的独特性和建议的可行性。</p>             | 54 | 第4学期 |
| 17 | 直播电商    | <p><b>教学目标：</b><br/>让学生全面把控直播电商的商业逻辑与运营精髓，具备从0到1搭建直播体系的能力。能精准定位直播目标受众，策划有吸引力的直播内容，优化选品与定价策略，通过互动技巧和推广手段提升直播间流量与转化率，同时能依据数据复盘持续优化直播效果，适应直播电商快速迭代的行业环境。</p> <p><b>主要内容：</b><br/>涵盖直播电商的商业模型解析，包括平台规则（抖音、淘宝、快手等的流量分配机制、佣金政策）、盈利模式（坑位费、佣金、自有品牌销售）；直播团队搭建与分工，主播的人设打造、助播的配合技巧、运营的场控能力；直播内容策划的进阶，如剧本的剧情化设计、产品演示的场景化呈现、互动环节的游戏化设置；流量获取的多元路径，自然流量的提升技巧（关键词优化、直播标签）、付费流量的投放策略（DOU+、直通车）；直播数据的深度分析，通过UV价值、转粉率、复购率等指标优化直播策略。</p> <p><b>教学要求：</b><br/>教师要引入头部主播和品牌直播间的实战案例，拆解其成功的关键要素；搭建模拟直播场景，让学生轮流担任主播、助播、运营进行实操演练；邀请直播行业操盘手分享最新玩法和避坑指南；组织直播带货竞赛，以销售数据和粉丝增长作为评估标准。</p> | 54 | 第3学期 |

|    |         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |    |      |
|----|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|
| 18 | 客户服务与管理 | <p><b>教学目标:</b><br/>帮助学生构建以客户为中心的服务理念，掌握全生命周期的客户管理技能。能通过高效沟通化解客户疑虑与投诉，建立稳定的客户关系；运用CRM系统对客户进行分层运营，针对不同客户群体制定个性化服务策略，提升客户留存率和终身价值，同时能通过客户反馈优化产品或服务，形成企业与客户的良性互动。</p> <p><b>主要内容:</b><br/>包含客户服务的核心准则，如响应速度、专业度、同理心在服务中的体现；客户投诉处理的进阶技巧，从问题解决到情绪安抚，再到将投诉客户转化为忠诚客户的方法；CRM系统的深度应用，客户信息的精细化管理（消费习惯、偏好标签）、客户分层模型（RFM模型）的实践；客户忠诚度培养策略，会员体系设计、专属权益设置、个性化关怀方案；客户反馈的收集与应用，如何通过问卷、访谈、舆情监测获取客户意见，并推动产品或服务改进。</p> <p><b>教学要求:</b><br/>教师要通过大量真实客户服务案例（包括正面和负面），分析服务质量对客户关系的影响；开展沉浸式情景模拟，如处理退换货纠纷、应对产品质量投诉等场景；指导学生使用CRM系统完成客户分层和服务方案设计；邀请企业客服总监分享客户管理的实战经验。</p>                                     | 36 | 第2学期 |
| 19 | 消费者行为分析 | <p><b>教学目标:</b><br/>引导学生穿透消费者行为的表象，掌握影响消费决策的深层机制。能运用心理学、社会学等多学科理论分析消费者的需求动机、认知过程和购买习惯，预测消费趋势的变化；将分析结果转化为可操作的营销策略，如产品设计优化、营销信息触达方式调整等，提升营销活动的精准度。</p> <p><b>主要内容:</b><br/>涵盖消费者决策的心理机制，如认知偏差（锚定效应、损失厌恶）、情感驱动（怀旧心理、社交认同）对购买行为的影响；不同群体的消费特征差异，如Z世代的个性化需求、中产阶层的品质追求、银发群体的实用导向；消费场景的解构与重构，如何识别高频消费场景（居家、通勤、社交）、创造新的消费场景（仪式感消费、悦己消费）；数字化时代的消费行为变迁，如直播购物的冲动消费、社群推荐的信任消费、元宇宙中的虚拟消费；消费者行为研究的进阶方法，如眼动实验、神经科学营销（脑电波监测）在消费分析中的应用。</p> <p><b>教学要求:</b><br/>教师要结合热点消费现象（如盲盒经济、国潮崛起）进行深度剖析，揭示背后的行为逻辑；组织学生开展消费者跟踪研究，记录并分析特定群体的消费全过程；引导学生将行为分析结果转化为具体的营销建议，如针对冲动型消费者的促销设计；邀请消费行为研究专家分享前沿理论与研究方法。</p> | 36 | 第4学期 |
| 20 | 新媒体营销   | <p><b>教学目标:</b><br/>使学生成为新媒体营销的复合型人才，能根据品牌特性选择适配的新媒体渠道，制定整合营销方案。掌握各平台（微信、微博、抖音、小红书、B站等）的内容创作规律和流量运营技巧，通过创意内容和互动活动吸引目标用户，提升品牌声量和用户粘性，同时能通过数据追踪评估营销效果，实现策略的动态优化。</p> <p><b>主要内容:</b><br/>涵盖新媒体平台的生态与规则差异，如微信的私域属性、抖音的算法推荐、小红书的社区信任机制；内容创作的高阶技巧，微信公众号的深度文案撰写、抖音的爆款短视频脚本、小红书的种草笔记创作；私域流量的搭建与运营，微信社群的活跃方法、企业微信的客户管理、小程序的用户留存策略；新媒体整合营销策划，如何协调多平台资源形成营销合力（如微博话题引流、</p>                                                                                                                                                                                                                    | 72 | 第4学期 |

|    |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |      |
|----|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|
|    |        | <p>抖音内容种草、微信私域转化）；新媒体营销的效果评估体系，除了曝光量、互动量，更关注转化成本、用户生命周期价值等深层指标。</p> <p><b>教学要求：</b></p> <p>教师要选取不同平台的成功营销案例（如微信的裂变活动、抖音的挑战赛），解析其策划逻辑和执行细节；让学生分组运营不同平台的新媒体账号，进行真实的粉丝增长和变现尝试；指导学生完成完整的新媒体整合营销方案，包括预算分配、执行排期、效果预估；及时引入平台新规和新兴玩法（如AI生成内容在新媒体中的应用），保持教学内容的时效性。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |    |      |
| 21 | 图形图像处理 | <p><b>教学目标：</b></p> <p>让学生成为视觉表达的高手，熟练运用专业工具将营销需求转化为高质量图像。能精准把握图像的色彩、构图、质感，完成产品精修、创意合成、视觉特效等处理，制作出符合电商平台、社交媒体、广告物料等场景要求的图像，使图像既能准确传递信息，又能形成独特的视觉记忆点，增强营销内容的吸引力。</p> <p><b>主要内容：</b></p> <p>涵盖图像后期的专业技法，产品修图（如珠宝的光泽强化、服装的褶皱处理、美食的色彩增强）、人像精修（皮肤美化、姿态调整）；创意合成的进阶技巧，如何通过图层蒙版、混合模式实现超现实场景构建、产品与场景的自然融合；视觉风格的打造，如极简风、复古风、国潮风在图像中的呈现方法，以及如何匹配品牌调性；图像的跨场景适配，不同平台（淘宝主图、抖音封面、朋友圈海报）的尺寸规范和视觉要求，图像压缩与清晰度平衡的技巧；辅助设计工具的运用，如AI绘图工具（Midjourney）与PS的结合使用，提升设计效率。</p> <p><b>教学要求：</b></p> <p>教师要通过对比修图前后的效果案例，详解每一步操作的原理和目的；布置针对性练习，如“将普通产品图修化为电商爆款主图”“为品牌活动合成创意海报”；组织图像设计竞赛，邀请行业设计师担任评委；引导学生关注国际设计趋势，培养独特的设计审美。</p> | 36 | 第2学期 |

## 七、学时安排

表7-1 学时安排表

| 类型      | 学分    | 占总学分比例 (%) | 课时   |      |      |                | 占总课时比例 (%) |
|---------|-------|------------|------|------|------|----------------|------------|
|         |       |            | 总课时  | 理论课时 | 实践课时 | 实践课时占总课时比例 (%) |            |
| 公共必修课程  | 28.5  | 17.33%     | 537  | 347  | 190  | 5.35%          | 15.13%     |
| 公共选修课程  | 28    | 17.02%     | 492  | 314  | 178  | 5.02%          | 13.86%     |
| 专业基础课程  | 13    | 7.90%      | 234  | 153  | 81   | 2.28%          | 6.59%      |
| 专业核心课程  | 28    | 17.02%     | 504  | 144  | 360  | 10.14%         | 14.20%     |
| 专业拓展课程  | 19    | 11.55%     | 342  | 144  | 198  | 5.58%          | 9.64%      |
| 实践性教学环节 | 48    | 29.18%     | 1440 | 0    | 1440 | 40.57%         | 40.57%     |
| 总计      | 164.5 | 100%       | 3549 | 1102 | 2447 | 68.95%         | 100%       |

## 八、教学进程总体安排

具体教学进程安排见附录。

## 九、实施保障

### (一) 师资队伍

#### 1. 师资数量与结构

(1) 教师队伍数量应与学生规模相适应，生师比控制在 16:1 左右。

(2) 教师队伍结构优化，梯队合理，45 岁以下青年教师中研究生学历或硕士学位比例达到 30%，专任教师中高级职称的比例 $\geq 30\%$ ，具备双师素质教师的比例应达到 90%以上。

(3) 每门课程(学习领域)的专任教师不少于2人，其中专业核心学习领域配备相关专业中级技术职称以上的双师素质教师2人。

(4) 各专业学习领域及独立实践环节，均配备行业企业工程技术人员担任兼职教师，兼职教师承担专业教学折算比例应达到50%左右。

(5) 专业实习(训)指导教师均为大专以上学历或中级以上职称。实习(训)指导教师具有中高级职称 $\geq 20\%$ 。

#### 2. 专业带头人

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

#### 3. 专任教师

具有高校教师资格；具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

#### 4. 兼职教师

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

### （二）教学设施

#### 1. 教室

教室具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或无线网络环境，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。

#### 2. 校内外实训、实验场所条件

表8-1 校内实训一览表

| 序号 | 实训室名称     | 实训室功能     | 适用课程            | 规模                |
|----|-----------|-----------|-----------------|-------------------|
| 1  | 视觉设计实训室   | 图片设计、视频剪辑 | 视觉设计与制作、视频剪辑与制作 | 200m <sup>2</sup> |
| 2  | 直播电商实训室   | 直播技能实训    | 直播运营实务          | 100m <sup>2</sup> |
| 3  | 电子商务运营实训室 | 网店经营实训    | 网店经营            | 200m <sup>2</sup> |

### 3. 校外实习教学条件

表8-2 校外实训

| 序号 | 基地名称         | 实训项目及课程         | 功能与效益        |
|----|--------------|-----------------|--------------|
| 1  | **信息科技有限公司   | 网店运营、直播技能以及客服实训 | 掌握电子商务运营综合技能 |
| 2  | **信息产业有限公司   | 网店运营、直播技能以及客服实训 | 掌握电子商务运营综合技能 |
| 3  | **科技集团股份有限公司 | 网店运营、直播技能、客服实训  | 掌握电子商务运营综合技能 |
| 4  | **电子商务有限责任公司 | 网店运营、直播技能、客服实训  | 掌握电子商务运营综合技能 |
| 5  | **金融科技有限公司   | 网店运营、直播技能、客服实训  | 掌握电子商务运营综合技能 |

### （三）教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

#### 1. 教材选用

本专业教材结合地区需要，根据学生认知规律和课程设置要求，选用国家级规划教材、教育部重点高职高专教材、获省、部级以上奖励教材或其它优秀教材。在自编教材上，本专业校本教材编写以课程标准为依据，教材内容体现“理论够用、突出实践”原则，与工作岗位对专业人才的知识要求、技能结合，体现任务引领、理实一体、工学结合的设计思想。同时，本专业教材以吸收新理念、新案例、新技术、新方法为基本要求，引进鲜活的生活与生产实境材料，体现出教学的先进性、通用性和实用性。

#### 2. 图书资料配备要求

本专业相关图书文献配备，以满足人才培养、专业建设、教学科研等工作需要为基本原则，以方便师生查询、借阅为基本目标，定期更新。专业类图书文献主要包括电子商务技术、方法、思维及实务操作类的图书，同时也包括经济学、法学、管理学、营销学、文化类、艺术学等书籍。

#### 3. 数字资源配备要求

本专业充分运用现代信息化技术手段，合理选择和优化组合教学资源，让网络、视频、微课、慕课等丰富的信息化学习资源走进课堂，建立文化知识与专业知识、技能的联系，让教学的表现形式更加直观、形象、多元。专业所借鉴的数字化（网络）资料包括：国家职业教育电子商务专业教学资源库共享平台（高等职业教育数字化学习资源中心，<http://cchve.icve.com.cn>）、各院校数字化网络课程平台、各院校精品在线开放课、各类微课、慕课网站等。

#### （四）教学方法

教学活动化：针对每一教学主题，基于企业真实的工作岗位需求，由教师设计成一个或系列教学活动，尽量利用高度仿真的教学实训软件或企业真实平台、案例，将学习活动融合在真实或高度仿真的操作情境中，把知识置于一定的真实情境中进行学习和理解，学生学习实践知识和技能在具体、真实的问题情境中，让学生在身临其境地参与中完成教学任务。

#### （五）学习评价

对学生的评价可采用积分制评价方法，以过程性评价为主，结果性评价为辅的模式，以激发学生学习的兴趣与自主学习意识为目的，综合地使用出勤率评价、教师课堂评价、课下自学沟通评价、阶段性测试评价、个人发展性评价、学生潜在学习能力自我评价与学生互相评价等多种评价形式进行学生最终分数评定。

#### （六）质量管理

1. 学校和二级院系建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 学校和二级院系完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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. 专业教研组织建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

4. 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

## 十、毕业要求

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

学校可结合办学实际，细化、明确学生课程修习、学业成绩、实践经历、职业素养、综合素质等方面的学习要求和考核要求等。要严把毕业出口关，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。

接受职业培训取得的职业技能等级证书、培训证书等学习成果，经职业学校认定，可以转化为相应的学历教育学分；达到相应职业学校学业要求的，可以取得相应的学业证书。

本专业职业资格证书尚无硬性指标规定，学生可根据个人发展方向，自行选择考取相关资格证书，证书获取可参考下表：

表9-1 等级证书与职业资格证书参考

| 序号 | 考核项目           | 颁证单位         | 等级要求    |
|----|----------------|--------------|---------|
| 1  | 计算机等级考试        | 教育部考试中心      | 二级及以上   |
| 2  | 普通话水平测试        | 山东省语言文字工作委员会 | 二级乙等及以上 |
| 3  | 全国英语等级考试       | 教育部          | 四、六级    |
| 4  | 职业资格证书、职业技能证书等 |              |         |
| 5  | .....          |              |         |



# 附录

附表1 课程教学进程安排表

| 课程类型   |        |                   | 序号                   | 课程名称     | 课程性质 | 考核类型 | 课程学分 | 教学时数 |    |      | 按学期分配基准学时 |     |     |    |    |    | 备注 |   |
|--------|--------|-------------------|----------------------|----------|------|------|------|------|----|------|-----------|-----|-----|----|----|----|----|---|
|        |        |                   |                      |          |      |      |      | 总计   |    | 理论学时 | 实践学时      | 一   | 二   | 三  | 四  | 五  |    | 六 |
|        |        |                   |                      |          |      |      |      |      |    |      |           |     |     |    |    |    |    |   |
| 公共基础课程 | 公共必修课程 | 1                 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论   | 必修       | 考试   | 3    | 54   |      | 54 | 0    |           |     | 54  |    |    |    |    |   |
|        |        | 2                 | 思想道德与法治              | 必修       | 考查   | 3    | 54   |      | 54 | 0    | 54        |     |     |    |    |    |    |   |
|        |        | 3                 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 必修       | 考试   | 2    | 36   |      | 30 | 6    |           | 36  |     |    |    |    |    |   |
|        |        | 4                 | 形势与政策                | 必修       | 考查   | 2.5  | 45   |      | 45 | 0    | 9         | 9   | 9   | 9  |    |    |    |   |
|        |        | 5                 | 军训                   | 必修       | 考查   | 2    | 60   | 2    | 0  | 60   | 60        |     |     |    |    |    |    |   |
|        |        | 6                 | 军事理论                 | 必修       | 考查   | 2    | 36   |      | 36 | 0    | 36        |     |     |    |    |    |    |   |
|        |        | 7                 | 国家安全教育               | 必修       | 考查   | 2    | 36   |      | 36 | 0    | 18        | 18  |     |    |    |    |    |   |
|        |        | 8                 | 体育                   | 必修       | 考查   | 6    | 108  |      | 8  | 100  | 27        | 27  | 27  | 27 |    |    |    |   |
|        |        | 9                 | 信息技术                 | 必修       | 考试   | 2    | 36   |      | 18 | 18   |           | 36  |     |    |    |    |    |   |
|        |        | 10                | 心理健康教育               | 必修       | 考查   | 2    | 36   |      | 36 | 0    | 36        |     |     |    |    |    |    |   |
|        |        | 11                | 大学生职业生涯规划与就业指导       | 必修       | 考查   | 2    | 36   |      | 30 | 6    |           | 9   | 9   | 9  | 9  |    |    |   |
|        |        | 小计（占总课时比例：15.13%） |                      |          |      |      | 28.5 | 537  | 2  | 347  | 190       | 240 | 135 | 99 | 45 | 18 |    |   |
|        | 公共选修课程 | 公共限选课程            | 1                    | 中华优秀传统文化 | 必修   | 考查   | 1    | 18   |    | 15   | 3         |     |     | 18 |    |    |    |   |
|        |        |                   | 2                    | 劳动教育     | 必修   | 考查   | 1    | 18   |    | 8    | 10        | 18  |     |    |    |    |    |   |

|          |                |  |                      |              |    |    |      |      |   |     |     |     |     |     |    |    |  |  |
|----------|----------------|--|----------------------|--------------|----|----|------|------|---|-----|-----|-----|-----|-----|----|----|--|--|
| 专业（技能）课程 |                |  | 3                    | 创新创业教育       | 必修 | 考查 | 1    | 18   |   | 9   | 9   |     |     | 18  |    |    |  |  |
|          |                |  | 4                    | 经济数学         | 限选 | 考查 | 4    | 72   |   | 54  | 18  | 36  | 36  |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 5                    | 大学英语         | 限选 | 考查 | 10   | 168  |   | 84  | 84  | 72  | 64  | 32  |    |    |  |  |
|          |                |  | 6                    | 大学语文与写作      | 限选 | 考查 | 4    | 72   |   | 54  | 18  | 36  | 36  |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 7                    | 美育           | 限选 | 考查 | 2    | 36   |   | 36  | 0   | 18  | 18  |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 8                    | 中国共产党历史      | 限选 | 考查 | 1    | 18   |   | 18  | 0   | 18  |     |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 说明：语数英三科各专业根据实际灵活开设。 |              |    |    |      |      |   |     |     |     |     |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 小计（占总课时比例：11.83%）    |              |    |    | 24   | 420  | 0 | 278 | 142 | 198 | 150 | 50  | 18 |    |  |  |
|          | 公共<br>任选<br>课程 |  | 1                    | 职业素养教育       | 任选 | 考查 | 2    | 36   |   | 18  | 18  |     | 36  |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 2                    | 视频赏析         | 任选 | 考查 | 2    | 36   |   | 18  | 18  |     | 36  |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 小计（占总课时比例：2.03%）     |              |    |    | 4    | 72   |   | 36  | 36  |     | 72  |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 合计（占总课时比例：28.99%）    |              |    |    | 56.5 | 1029 | 2 | 661 | 368 | 438 | 357 | 149 | 63 | 18 |  |  |
| 专业（技能）课程 | 专业<br>基础<br>课程 |  | 1                    | 电子商务基础       | 必修 | 考查 | 2    | 36   |   | 36  | 0   | 36  |     |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 2                    | 零售基础         | 必修 | 考查 | 2    | 36   |   | 18  | 18  |     | 36  |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 3                    | 市场营销         | 必修 | 考试 | 3    | 54   |   | 27  | 27  |     | 54  |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 4                    | 电子商务法律法规     | 必修 | 考查 | 2    | 36   |   | 36  | 0   | 36  |     |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 5                    | 商务数据分析       | 必修 | 考试 | 2    | 36   |   | 18  | 18  |     |     | 36  |    |    |  |  |
|          |                |  | 6                    | 管理学基础        | 必修 | 考试 | 2    | 36   |   | 18  | 18  | 36  |     |     |    |    |  |  |
|          |                |  | 小计（占总课时比例：6.59%）     |              |    |    | 13   | 234  | 0 | 153 | 81  | 108 | 90  | 36  |    |    |  |  |
|          | 专业<br>核心<br>课程 |  | 1                    | *零售门店 O2O 运营 | 必修 | 考查 | 4    | 72   |   | 18  | 54  |     |     |     | 72 |    |  |  |
|          |                |  | 2                    | *数据化运营       | 必修 | 考试 | 3    | 54   |   | 18  | 36  |     |     |     | 54 |    |  |  |
|          |                |  | 3                    | *网店运营        | 必修 | 考试 | 4    | 72   |   | 18  | 54  |     |     |     | 72 |    |  |  |
|          |                |  | 4                    | *网络营销        | 必修 | 考试 | 2    | 36   |   | 18  | 18  |     |     |     | 36 |    |  |  |

|         |                   |                   |          |    |       |      |      |      |      |      |     |     |     |     |     |     |  |  |
|---------|-------------------|-------------------|----------|----|-------|------|------|------|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--|--|
|         |                   | 5                 | *视觉营销设计  | 必修 | 考查    | 4    | 72   |      | 18   | 54   |     |     | 72  |     |     |     |  |  |
|         |                   | 6                 | *互联网销售   | 必修 | 考试    | 4    | 72   |      | 18   | 54   |     |     |     | 72  |     |     |  |  |
|         |                   | 7                 | *社群运营    | 必修 | 考试    | 4    | 72   |      | 18   | 54   |     |     |     | 72  |     |     |  |  |
|         |                   | 8                 | *互联网产品开发 | 必修 | 考试    | 3    | 54   |      | 18   | 36   |     |     | 54  |     |     |     |  |  |
|         |                   | 小计（占总课时比例：14.20%） |          |    |       |      | 28   | 504  | 0    | 144  | 360 | 0   | 0   | 234 | 270 |     |  |  |
|         | 专业拓展课程            | 1                 | 视频制作     | 必修 | 考试    | 3    | 54   |      | 18   | 36   |     |     | 54  |     |     |     |  |  |
|         |                   | 2                 | 市场调研与分析  | 必修 | 考查    | 3    | 54   |      | 27   | 27   |     |     |     | 54  |     |     |  |  |
|         |                   | 3                 | 直播电商     | 必修 | 考查    | 3    | 54   |      | 18   | 36   |     |     | 54  |     |     |     |  |  |
|         |                   | 4                 | 客户服务与管理  | 必修 | 考查    | 2    | 36   |      | 18   | 18   |     | 36  |     |     |     |     |  |  |
|         |                   | 5                 | 消费者行为分析  | 必修 | 考试    | 2    | 36   |      | 18   | 18   |     |     |     | 36  |     |     |  |  |
|         |                   | 6                 | 新媒体营销    | 必修 | 考查    | 4    | 72   |      | 36   | 36   |     |     |     | 72  |     |     |  |  |
|         |                   | 7                 | 图形图像处理   | 必修 | 考查    | 2    | 36   |      | 9    | 27   |     | 36  |     |     |     |     |  |  |
|         |                   | 小计（占总课时比例：9.64%）  |          |    |       |      | 19   | 342  | 0    | 144  | 198 | 0   | 72  | 108 | 162 |     |  |  |
|         | 合计（占总课时比例：30.47%） |                   |          |    |       | 60   | 1080 | 0    | 441  | 639  | 108 | 162 | 378 | 432 |     |     |  |  |
| 实践性教学环节 | 1                 | 毕业设计/论文           | 必修       | 考查 | 4     | 120  | 4    | 0    | 120  |      |     |     |     |     |     | 4周  |  |  |
|         | 2                 | 岗位实习              | 必修       | 考查 | 35    | 1050 | 35   | 0    | 1050 |      |     |     |     |     | 20周 | 15周 |  |  |
|         | 3                 | 社会实践              | 必修       | 考查 | 1     | 30   | 1    | 0    | 30   |      | 1周  |     |     |     |     |     |  |  |
|         | 4                 | 入学教育              | 必修       | 考查 | 1     | 30   | 1    | 0    | 30   | 1周   |     |     |     |     |     |     |  |  |
|         | 5                 | 毕业教育              | 必修       | 考查 | 1     | 30   | 1    | 0    | 30   |      |     |     |     |     |     | 1周  |  |  |
|         | 6                 | 校内实训              | 必修       | 考查 | 6     | 180  | 6    | 0    | 180  |      | 2周  | 2周  | 2周  |     |     |     |  |  |
|         | 小计（占总课时比例：40.57%） |                   |          |    |       | 48   | 1440 |      | 0    | 1440 | 30  | 90  | 60  | 60  | 600 | 600 |  |  |
| 总计      |                   |                   |          |    | 164.5 | 3549 | 2    | 1102 | 2447 | 576  | 609 | 587 | 555 | 618 | 600 |     |  |  |