

2026 年安徽省职业院校教育教学技能竞赛教学能力比赛

安徽国际商务职业学院、安徽省马鞍山工业学校

2022 级中高职一体化
电子商务专业人才培养方案

参赛组别:_____衔接组_____

专业大类:_____财经商贸大类_____

专业名称:_____电子商务专业_____

制定时间:_____2022 年 7 月_____

修订时间:_____2025 年 6 月_____

方案执笔人	二级学院初审负责人	教务处审核负责人	学术委员会届次	党委会
姚盼盼	余海萍	孙正军	二届二十二次 学术委员会审议通过	2025 年 21 次 党委会审定

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
（一）职业面向.....	1
（二）主要岗位（群）描述.....	2
（三）职业技能等级证书.....	3
五、培养目标及规格.....	4
（一）培养目标.....	4
（二）培养规格.....	5
六、课程设置及要求.....	6
（一）课程体系构建说明.....	6
（二）公共基础课程.....	7
（三）专业（技能）课程.....	14
（四）实践性教学环节.....	32
（五）课程思政要求.....	33
七、教学进程总体安排.....	38
（一）教学进程安排表.....	38
（二）各类课程学时分配.....	57
八、实施保障.....	58
（一）师资队伍.....	58
（二）教学设施.....	58
（三）教学资源.....	59

（四）教学方法.....	60
（五）学习评价.....	60
（六）质量管理.....	61
九、毕业要求.....	61
（一）学时要求.....	61
（二）学分要求.....	61
（三）证书要求.....	62
十、方案编制人员信息表.....	63
十一、附录.....	65

一、专业名称及代码

专业大类及代码：财经商贸大类 53

专业类及代码：电子商务类 5307

专业名称：电子商务

专业代码：530701

二、入学要求

初级中学毕业或具备同等学力

三、修业年限

五年

四、职业面向

通过行业企业调研，参考毕业生就业三年内的职业岗位，确定本专业的主要职业面向与主要就业岗位如下。

（一）职业面向

表一 职业面向一览表

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	互联网和相关服务（64）、批发业（51）、零售业（52）
主要职业类别（代码）	电子商务师 S（4-01-06-01）、互联网营销师 S（4-01-06-02）、营销员（4-01-02-01）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）、品牌专业人员

	(2-06-07-04)、客户服务管理(4-07-02-03)、采购员(4-01-01-00)
主要岗位(群)或技术领域	运营主管、全渠道营销主管、智能客服主管、视觉营销设计师
职业类证书	新媒体运营、网店运营推广、电子商务数据分析、跨境电商 B2B 数据运营、直播电商等

(二) 主要岗位(群)描述

表二 电子商务专业毕业生职业面向、工作任务分析

序号	岗位群	就业岗位	岗位核心能力与要求	与核心能力对应的课程
1	客户服务类	电商客服主管	了解客服与客户沟通注意事项,沟通的技巧与原则,学会如何利用交流工具、快捷语以及合理组织语言与客户有效沟通; 掌握转化率、客单价提升的技巧; 了解订单各个状态,掌握各大快递特点,能够查询快递单解决客服遇到的快递方面简单问题。 掌握在线或电话受理售后问题的方法与技巧;掌握售后诉求处理方法与技巧;会回复好评、中评、差评、恶意差评;了解各大平台的投诉原因及处理流程,掌握处理技巧。	智能客服
2	美工设计类	视觉设计师	能够独立完成产品图片的处理,能够在指导下完成产品详情页的排版、描述、美化,在指导下完成网络店铺装修。	美工基础 图形图像处理 视觉设计与制作

3	运营管理类	电商运营主管	负责网店日常运营，提高店铺点击率及日常运营管理工作，完成店铺销售目标；负责店铺促销活动策划；通过对相关数据的监控和分析，对店铺及时做出调整；有效协调美工、	网店运营 网络推广实务 商务数据分析
4		直播运营主管	能够根据店铺产品要求搭建直播场景，掌握商品短视频拍摄和剪辑的技能、技巧；展现自己最好的形象气质和良好的语言表达能力，可以策划正常直播，设计直播脚本；能够运用直播平台进行直播展示，实现直播带货的目的；能够打造自己的直播账号，掌握吸粉和涨粉的技能、技巧。	直播运营实务
5	营销策划类	全渠道营销主管	需具备线上线下融合的营销策略制定能力，能够协同管理电商平台、社交媒体、线下门店等多渠道资源。需熟悉各平台运营规则与推广工具，具备优秀的数据分析能力，能通过用户画像与转化漏斗等工具优化运营效果，制定精准有效的全渠道整合营销方案。	新媒体营销 网络营销
6		短视频营销主管	能够制定标准的 SOP 工作流程； 能够独立负责短视频运营的各个环节； 擅长通过数据，发现问题并能提出解决方案； 对运营的账号，能够规划出清晰的商业变现能力。	商品拍摄与素材编辑 短视频运营

（三）职业技能等级证书

表三 职业技能等级证书

序号	职业技能等级证书	颁证单位
1	英语应用能力考试 B 级证书	教育部
2	高校计算机应用能力一级证书	安徽省教育厅
3	1+X 网店运营推广证书(中级)	北京鸿科经纬科技有限公司
4	1+X 新媒体运营(初级)	新华网股份有限公司
5	1+X 跨境电商 B2B 数据运营	阿里巴巴(中国)教育科技有限公司
6	电子商务师	人社部
7	互联网营销师	人社部

五、培养目标及规格

(一) 培养目标

本专业以服务安徽区域经济发展、面向企业用人需求为导向，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、绿色低碳理念，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、智能客服主管、视觉营销设计师等岗位(群)，能够从事数据化运营、网店运营、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、视觉设计的高技能人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在德智体美劳等方面达到以下要求：

1. 德

(1) 以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，坚定拥护党领导与中国特色社会主义制度，践行核心价值观，心怀爱国情与民族自豪感。

(2) 熟悉与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，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) 尊崇宪法、遵纪守法、品德高尚、诚实守信，尊重生命、热爱劳动，积极参与社会活动，遵循道德规范。

(4) 具备良好沟通表达、团队协作能力，拥有自我管理与职业生涯规划意识，践行劳动精神与工匠精神。

2. 智

(1) 掌握思想政治、科学文化、中华优秀传统文化等基础知识，以及零售管理、市场营销等专业基础理论知识。

(2) 熟悉专业相关法律法规，以及环保、安全消防知识，掌握计算机、网络技术、电子商务基础理论及创新创业知识。

(3) 学会互联网资料查询、调研及撰写报告，掌握市场分析、营销策划方法，具备商品拍摄、图像处理及内容编辑能力。

(4) 精通网店客服、美工、运营推广、数据分析专项知识，熟悉主流电商平台运营规则与推广方式。

(5) 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，各类跨境电子商务平台和新媒体营销运营的基本方法。

3. 体

(1) 掌握身体运动知识与至少一项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准。

(2) 养成良好运动、卫生和行为习惯，具备心理调适能力，保持健康心理状态。

(3) 解运动与健康关系，能合理安排运动计划，具备团队运动协作能力。

(4) 借助运动塑造坚韧意志，运用运动知识预防和缓解身体疲劳与损伤，

积极参与体育活动。

4. 美

(1) 掌握美育知识，具备文化修养与审美能力，形成至少一项艺术特长或爱好。

(2) 能够欣赏鉴别自然美、艺术美、社会美，在专业实践中发现美、创造美。

(3) 理解不同艺术形式特点与文化内涵，具备良好审美情趣，展现优雅气质。

(4) 运用美学原理优化产品、服务，通过艺术体验培养情感表达与共鸣能力。

5. 劳

(1) 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。

(2) 将劳动知识技能运用到电商运营等专业实践中，吃苦耐劳，勇于承担任务。

(3) 在劳动中注重质量效率，培养工匠精神，实现自我价值，提升职业成就感。

(4) 具备团队劳动协作能力，不断学习提升劳动技能，创新劳动方式，推动行业进步。

六、课程设置及要求

(一) 课程体系构建说明

依据学校与企业的合作人才培养体系，按照校企协同课程开发原则：深度对接、优势互补、课程共研、联合评估，校企共同制定专业人才培养标准，确立清晰的人才培养目标；基于服务高端装备制造产业全球化发展的高素质技能型人才培养定位，以“双阶能力等级标准谱系”为核心参照，构建了“基于职业核心能力与岗位适配能力的目标”的课程体系。该体系紧密对接企业岗位能力需求，**中职阶段以“筑基强技”为主攻方向，强化规范化内容生产与平台运营执行能力；高职阶段以“诊策验优”为主攻方向，培植跨境市场洞察、数据驱动决策与策略优化**

能力。创建了“以实践应用能力培养为核心”的三级实践教学体系：基础实践层通过“摹范例”“练技能”等任务夯实操作规范，专项实践层通过“精投放”“调策略”等任务锤炼策略思维，综合实践层通过“企业出题、师生解题、市场验题”机制贯通课堂与岗位，实现从校内实训到企业实战的能力跃迁。在教学过程中，全面实施“项目导向、案例教学、任务驱动”，扎实开展“教、学、训、做、评”一体化教学。校企双师协同指导，企业导师负责发布真实任务与验收标准，学校教师负责知识传授与技能训练，共同完成过程评价与成果检验。这种模式确保学生在掌握专业知识的同时，能更好地适应企业实际工作需求，实现从校园到职场的无缝对接，为企业输送高质量的跨境数字营销人才，同时也为学生的职业生涯发展奠定坚实基础。

（二）公共基础课程

本专业开设《中职语文》《中职数学》《中职英语》《体育与健康》《信息技术基础》《音乐》《历史》《中国特色社会主义》《哲学与人生》《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》《形势与政策》《心理健康教育》《职业规划与就业指导》《综合英语》《创业基础》《劳动教育》《国防教育》《美育》《大学生安全教育》《国家安全教育》共 22 门公共基础必修课程。

1. 公共必修课

（1）中职语文（56/72 学时、4 学分）

本课程的目的，是为了使已经具备了初中毕业语文程度的学生，进一步提高阅读能力、鉴赏能力、写作能力，提高综合人文素养，为学好各类专业课程及接受通才教育打下扎实的基础。

（2）中职数学（28/36 学时、2 学分）

本课程的任务是使学生掌握必要的数学基础知识，具备必需的相关技能与能力，为学习专业知识、掌握职业技能、继续学习和终身发展奠定基础。

（3）中职英语（56/72 学时、4 学分）

本课程通过对精选的规范的语言教材的讲解，传授系统的英语语音、语法、词汇、篇章结构等基础知识；同时对学生进行严格的英语听说读写译等基本技能综合训练。在精讲多练的原则下，着重培养学生实际运用英语的能力，帮助学生

掌握基本的英语交流技能。

（4）体育与健康（28/36 学时、2 学分）

本课程以“健康第一”为指导，以身体练习为主要手段，以增进健康为主要目的，增强体能，学习与掌握各项体育运动技能。让学生掌握体育与健康基本知识，并指导实践；提高学生身体素质，心理素质，社会适应能力，具有良好的道德品质；每位学生能掌握 1-2 项运动技术，养成终生体育的运动习惯。具备职业人所应有的职业体能与职业素养，以展现当代大学生的精神风貌，为学生的职业方向和将来的工作特点奠定坚实的基础。

（5）信息技术基础（共 64 课时、共 4 学分）

通过本课程的学习，使学生了解信息技术发展趋势、应用领域，帮助学生认识信息技术对人类社会生产、生活方式的影响，理解信息技术、信息社会等概念和信息社会特征与规范。使学生掌握信息技术设备与操作系统、网络应用、图文编辑、数据处理、程序设计、数字媒体技术应用、信息安全和人工智能等相关知识与技能，综合应用信息技术解决生产、生活和学习情境中各种问题。在数字化学习与创新过程中培养学生独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的提升奠定基础。

（6）音乐（共 64 课时、共 4 学分）

本课程主要是培养和提高学生对音乐的感受力，提高学生感受美、表现美的能力。对于陶冶情操，培养创新精神和实践能力，提高文化素养与审美能力，增进身心健康，具有不可替代的作用。本课程以审美为主线，以古今中外的优秀音乐作品为基础，扩大学生的音乐视野，提高学生的音乐感受能力、想象能力、理解能力和鉴赏能力，掌握多方面的音乐表现形式、音乐体裁等知识，从学生审美和艺术修养的实际出发，旨在提高学生的音乐鉴赏能力和培养高尚的审美情趣。

（7）中国历史（36 课时、2 学分）

本课程以唯物史观为指导，引导学生进一步学习中国历史上的重要历史事件、重要历史现象和重要历史人物，掌握历史发展的线索和脉络；进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，培育和践行社会主义核心价值观；树立正确的历史观、民族观、国家观和文化观；塑造健全的人格，养成职业精神，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

（8）世界历史（36 课时、2 学分）

本课程以唯物史观为指导，引导学生进一步了解人类社会形态从低级到高级发展的基本脉络、基本规律和优秀文化成果；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；了解世界历史发展的基本进程，理解和尊重世界各国、各民族的文化传统，树立正确的文化观，形成开阔的国际视野和人类命运共同体的意识。

（9）中国特色社会主义（28 课时、2 学分）

本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，阐释中国特色社会主义的开创与发展，明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位，阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容，引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，把爱国情、强国志、报国行自觉融入到坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。

（10）哲学与人生（36 课时、2 学分）

本课程重在阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论，讲述辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义；阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义；引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观，为学生的健康成长，提供正确的世界观、人生观和价值观引导。

（11）思想道德与法治（54 学时、3 学分）

本课程是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课，主要针对大学生成长过程中面临的思想道德和法治问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观及法治观教育，帮助大学生提升思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。

（12）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（36 学时、2 学分）

本课程以马克思主义中国化时代化为主线，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的历史进程和基本经验，集中阐述马克思主义中国化时代化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。本课程重点阐述毛泽东思想、邓小平理论、

三个代表重要思想、科学发展观。通过相关基本理论的学习，引导大学生系统把握马克思主义中国化时代化理论成果所蕴含的马克思主义立场、观点和方法，增强政治认同、思想认同、情感认同，自觉投身中国特色社会主义伟大实践，为中华民族伟大复兴作出应有贡献。

（13）习近平新时代中国特色社会主义思想概论（54 学时、3 学分）

本课程旨在引导学生从整体上把握马克思主义中国化、时代化的最新理论成果，深化对“两个结合”的规律性认识，系统学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，引导学生进一步坚定“四个自信”、增强“四个意识”、深刻领悟“两个确立”、做到“两个维护”，牢固树立与时代主题同心同向的理想信念，以理想信念筑牢精神之基，坚定不移听党话、跟党走，做有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的新时代好青年。

（14）心理健康教育（36 学时、2 学分）

本课程是一门集知识传授、心理体验与行为训练为一体的必修公共基础课。课程以提高学生心理素质，塑造学生职业核心能力、提升学生未来社会适应能力为主旨，提升自我认知、人际沟通、自我调节、危机预防、创新思维等心理、职业核心能力。

（15）职业规划与就业指导（36 学时、2 学分）

课程旨在帮助学生认识自我，了解职业，设定职业规划目标，并规划实施；做好求职准备，掌握简历撰写和面试技巧，找到合适的工作。

创业基础（36 学时、2 学分）

本课程旨在培养学生的创新思维，创业意识和创新创业能力。了解创办企业的流程和步骤，掌握企业经营的方法，具备创业知识和能力。

（17）形势与政策（上）（下）（48 学时、1 学分）

本课程以马克思主义中国化时代化为主线，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的历史进程和基本经验，集中阐述马克思主义中国化时代化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。本课程重点阐述毛泽东思想、邓小平理论、三个代表重要思想、科学发展观。通过相关基本理论的学习，引导大学生系统把握马克思主义中国化时代化理论成果所蕴含的马克思主义立场、观点和方法，增

强政治认同、思想认同、情感认同，自觉投身中国特色社会主义伟大实践，为中华民族伟大复兴作出应有贡献。

（18）美育（36 学时、2 学分）

本课程是以全面推进素质教育为宗旨，以审美体验为核心，结合具体的作品赏析与审美实践，有效促进学生审美能力的形成和发展。教学内容主要包括美学发展历史、中西方美学范畴、自然美、社会美、表演艺术美、影视艺术美、科学美等领域的美的发现、欣赏与领悟。通过引导学生主动参与审美实践，提升学生的良好的人文素养，为学生发现美、欣赏美乃至创造美奠定良好的基础，为培养身心和谐发展的当代大学生服务。

（19）大学生安全教育（60 学时、1 学分）

本课程是一门集知识传授、技能培养为一体的所有专业必选公共基础课，总学时为 60 学时（每学期 10 课时）。课程旨在通过对大学生进行安全教育和技能培训，促进学生主动掌握安全防范知识，不断提高安全防范意识和避险自救能力，全面提升大学生安全整体素质。主要授课内容包括国家安全、网络安全、消防安全、公共卫生安全、社会活动安全、防灾减灾、应急逃生自救、实验实训安全等。

（20）国家安全教育（16 学时、1 学分）

本课程是一门集知识传授、能力培养为一体的所有专业必选公共基础课，总学时 16 学时。本课程主要包括总体国家安全观、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、预防违法犯罪、防范邪教等内容。本课程的培养目标是通过国家安全和公共安全教育，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。

（21）劳动专题教育必修课（线上线下融合），16 学时，1 学分；《校内公益服务劳动实践》，14 学时，1 学分。）

本课程贯彻教育部印发的《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》文件精神，通过理论讲解和案例分析，从劳动最美丽、劳动最伟大、劳动最崇高、劳动最光

荣四个角度，带领学生学习劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等内容，帮助学生正确认识劳动，树立正确的劳动观，增强学生的职业荣誉感和责任感，培育学生积极向上的劳动精神。

（22）国防教育（148 学时、4 学分）

国防教育课要以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。通过国防教育课教学，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。

2. 公共选修课

本专业开设《国学经典》《普通话基础》《大学生时间管理》《幸福心理学》《人工智能基础》《国际金融》《创业法学》《网络创业理论与实践》《音乐欣赏》《影视鉴赏》10 门公共基础选修课程。

（1）国学经典（28 学时、2 学分）

本课程是高职院校所有专业大学生的专业选修课。国学的宗旨是“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平。”国学是高职学生不可缺失的一门课。通过学习，学生能领悟国学精髓，拓宽知识视野，以弘扬传统文化为己任。能增强学生的自豪感和爱国情怀。培养个人的高尚情操，广阔胸襟：伟大抱负，从中吸取人生智慧，用以指导学生的学习及生活。潜移默化地提高大学生的人文素质，并能将所学到的国学知识转化为行动，更好地处理好学习生活工作中的日常事务。

（2）普通话基础（28 学时、2 学分）

本课程根据马克思主义语言学理论，以国家的语言文字政策为依据，系统讲授普通话的基础理论和基本知识，使学生掌握普通话语音基本知识和普通话声、韵、调、音变的发音要领；具备较强的方音辨正能力和自我训练能力；能用规范标准或比较规范标准的普通话进行朗读、说话及其它口语交际，为将来从事教学工作以及现代汉语的科学研究工作打好基础。同时，针对普通话水平测试进行有

针对性的训练,把握应试要领,使学生能顺利地通过测试并达到相应的等级标准。

(3) 时间管理 (36 学时、2 学分)

本课程关乎高职学生的学习效能和处事能力,与学生的价值观有密切联系。通过课程学习使高职学生了解时间管理中存在的问题,探讨时间管理理论,提出了提升高职学生时间管理能力的对策。

(4) 幸福心理学 (36 学时、2 学分)

本课程概述积极心理学的发展近况以及中西方文化对“幸福”的理解差异,阐释了中国人的“幸福观”和“幸福感”,从影响幸福感的七类因素,分别提出增强和提升幸福感的策略和方法。

(5) 人工智能基础 (36 学时、2 学分)

本课程是面向所有专业的一门通识基础课程,是在学生学习了计算机信息技术课程、具备了一般计算机信息技术基础知识、掌握了基本操作和中西文字输入能力的基础上,开设的一门理实一体课程,其功能是对接专业人才培养目标,面向以各专业的培养目标和当前社会职业岗位的需求为导向,培养学生自觉使用计算机解决学习和工作中实际问题的能力,使计算机成为学生获取知识,提高素质的有力工具,从而促进本专业相关知识与技能的学习、提高学生基本素质与能力,为后继各专业课程学习打下基础。

(6) 国际金融 (36 学时、2 学分)

本课程主要介绍了国际收支,国际储备、国际储备的管理、国际储备水平的管理、外汇标价方法、汇率制度、外汇交易的方法、外汇风险的管理方法和控制手段、国际金融市场的类型和欧洲货币市场的有关问题、特点、形式、背景、和研究的意义。对外贸易的短期和中长期信贷、买方信贷和卖方信贷在进出口中的作用,国际资本流动对经济的影响和国际货币体系的建立和发展,如布雷顿森林体系的建立和内容以及瓦解。有关国际债务的问题和如何解决,国际金融组织和欧元的产生和背景和内容及其对世界经济的影响。

(7) 创业法学 (36 学时、2 学分)

本课程以创业的主要形式——创办企业活动的逻辑过程为主线,全程展现创业活动的关键步骤和主要细节,结合实例讲解创业相关法律问题,引导初次创业的大学生了解整个依法创业过程,使其能在较短的时间里掌握依法创业的实务。

通过本课程的学习，学生应当了解和熟悉创业相关法律基础知识，掌握企业创办和经营过程中的主要法律流程，初步了解应对创业相关法律纠纷的途径、方法。

（8）网络创业理论与实践（36 学时、2 学分）

本课程从网上创业基础切入，从开店准备、货源管理、商品及店铺管理、网店推广、网站优化和无线运营方面，给予理论普及与实操指导，以详实的案例解析、丰富的实践经验来引导大学生开启真实的电商创业之旅，有效避免网络创业的陷阱。

（9）音乐欣赏（36 学时、2 学分）

本课程为全院性开设的音乐选修课。课程的主要目的是以审美为核心，培养学生健康审美情趣和感受体验，鉴赏音乐美的能力，树立正确的审美观念，突出艺术学科特点，寓思想品德教育于音乐之中。陶冶情操，提高修养。促进学生全身心全面健康发展。

（10）影视鉴赏（36 学时、2 学分）

影视艺术的发明为人类构建了一个多姿多彩、声色俱佳的艺术世界，无数人沉迷于这个世界的美丽却又止步于这个世界的外围，仅仅窥见了它外在的繁华。本课程试图做一名向导，引领大家走进影视艺术殿堂的内部，熟悉影视艺术发展的历史，掌握影视艺术的基本语言，领略影视艺术佳作的恒久魅力，从举世闻名的好莱坞的类型电影到欧洲风起云涌的电影运动，从日韩电影的唯美到第三世界电影的崛起，以及中国电影的艰难历程以及电视剧工业化的努力，本课程不仅涉及到了影视艺术的方方面面，更试图通过经典剧作的深入分析来见证影视艺术的魅力，让大家尽享影视艺术园地内部的万千风景。

（三）专业（技能）课程

1. 专业基础课

（1）电子商务基础（56 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程的学习，使学生全面系统地掌握电子商务概论的基本概念和基本理论，对电子商务运行有一个比较全面的了解，建立起电子商务概论的基本思维框架，同时树立起电商从业者正确的人生观、价值观，电商从业者的爱国意识、自我保护意识，培养电商从业者的从业热情。为进一步学习其他专业课程奠定理论基础。

主要内容：电子商务的概念、分类及发展；电子商务商业模式的分类、电子商务的盈利模式；电子商务系统结构、网络技术基础、网站建设相关技术；网络营销策略、网络营销常用方法及其应用；电子货币、电子支付系统、网上银行；电子商务下的物流配送、物流信息技术；电子商务主要安全技术、电子商务安全技术协议；电子商务法律概述、中国主要电子商务法律制度；移动商务基础、移动商务应用。

教学要求：了解电子商务的产生起源、发展趋势及应用，理解电子商务与传统商务的区别，掌握电子商务的基本框架；理解电子商务交易的过程，掌握主要电子商务交易模式的概念及特点；了解电子商务相关的基本网络技术、网站开发技术；了解网络营销的相关策略，掌握网络营销的常用方法及其应用；理解电子货币和电子支付在电子商务中的作用，掌握电子货币、电子支付系统、第三方支付等概念及特点；了解电子商务下的物流配送管理及物流信息管理，以及物流的主要信息技术；理解电子商务的安全控制要求和安全管理，了解数字加密、数字签名等主要安全技术和主要的安全交易协议；掌握电子商务法律的概述及特点，了解主要电子商务法律的内容，理解电子商务中的法律热点问题，学会在电商活动中严格遵守相关法律法规，并利用法律制度进行自我保护；掌握移动商务的基本概念，了解移动商务的支撑技术、价值链及商务模式，掌握移动商务的应用。

（2）市场营销基础（72学时、4学分）

课程目标：本课程的主要目标是使学生理解市场营销学的性质、研究对象，明确市场营销管理的任务，掌握市场营销管理的发展、演变；掌握战略规划过程的主要步骤，熟悉评价企业战略业务单位的主要方法，以及发展新业务的主要途径和方法；了解市场营销环境对市场营销管理的重要影响作用，理解微观环境与宏观环境的主要构成，掌握分析、评价市场机会与环境威胁的基本方法，熟悉企业面对市场营销环境变化所应采取的对策。

主要内容：市场营销与市场营销管理、消费者市场购买行为；竞争者分析、市场细分、目标市场及其策略、市场定位；产品生命周期；影响定价的主要因素、产品定价的策略；分销渠道设计与管理；公共关系策略。

教学要求：了解影响市场购买行为的主要因素，正确认识市场购买行为的主要类型；了解竞争者分析的一般方法；掌握市场细分的主要变量和方法，目标市

场选择的主要考虑因素以及市场定位的依据和方法；掌握产品组合决策、品牌决策、包装决策的基本内容，了解产品生命周期的应用以及新产品开发的基本原理；了解影响定价的主要因素，掌握定价的基本方法，理解各种常用的定价策略；理解促销组合决策的基本内容，掌握确定广告预算的主要方法，熟悉广告媒体的选择与广告效果的测量。掌握人员推销的特点和人员推销策略的主要内容，熟悉销售促进和公共关系等基本原理。

（3）选品与采购（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生市场导向的选品思维和供应商管理意识，使学生熟练掌握市场调研与数据分析的基本方法，理解商品生命周期与采购策略的基本原理，能够根据不同电商平台特性完成商品选品规划、供应商评估与采购成本控制等工作，为电商运营岗位奠定坚实的实践基础。

主要内容：市场需求调研与数据分析方法；商品选品策略与品类规划；供应商开发、评估与管理流程；采购谈判技巧与合同管理；商品生命周期与库存周转分析；采购成本控制与供应链优化；不同电商平台选品特点与差异化策略。

教学要求：掌握市场调研工具的使用与数据分析方法；掌握商品选品的核心维度与评估标准；能够根据运营数据完成品类规划与商品汰换；掌握供应商评估体系与谈判技巧；能够制定合理的采购计划与成本控制方案；了解商品生命周期各阶段的采购策略；掌握库存管理方法与周转率优化技巧。

（4）零售基础（36 学时、2 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生现代零售业的基本认知和顾客服务意识，使学生掌握零售业态分类与经营模式，理解线上线下融合的新零售发展趋势，能够运用零售管理的基本理论分析消费者行为与市场现象，为后续专业课程学习奠定理论基础。

主要内容：零售业发展历程与业态分类；零售企业经营模式与盈利逻辑；消费者行为分析与购买决策过程；商品陈列与门店布局设计；零售价格策略与促销活动策划；新零售背景下线上线下一体化运营模式；零售行业数字化转型趋势。

教学要求：掌握零售业态分类及各业态经营特征；掌握消费者行为分析的基本方法；能够运用零售管理理论分析实际经营案例；了解商品陈列的基本原则与门店布局方法；掌握零售促销活动的策划与评估方法；理解新零售的发展趋势与

技术创新应用；了解零售数据分析的基本指标与决策价值。

（5）商品拍摄与素材编辑（36 学时、2 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生电商视觉营销的基本理念和审美意识，使学生掌握商品拍摄的基本技法与布光原理，理解不同品类商品的拍摄要点，能够运用手机和基础摄影设备完成商品主图、详情页图片的拍摄与后期素材编辑，为网店美工岗位提供合格的原始素材。

主要内容：摄影基础知识与器材使用；商品拍摄布光原理与技巧；不同品类商品（服装、食品、电子产品等）的拍摄方法；手机摄影与短视频素材采集；构图原理与视觉引导技巧；图片后期处理基础知识与软件操作；素材的格式规范与多平台适配要求。

教学要求：掌握相机与手机的基本拍摄操作；掌握商品拍摄的布光方法与场景搭建；能够根据不同商品品类选择合适的拍摄角度与构图方式；掌握图片素材的后期处理基本技巧；能够按照电商平台规范完成素材的格式转化与输出；了解视频素材的采集与初步编辑方法；了解视觉营销的基本理念与商品呈现技巧。

（6）图形图像处理（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生视觉营销的基本理念和团队合作意识，使学生熟练掌握图片处理软件的基本操作，理解图层蒙版的基本原理，能够在图片拍摄之后完成瑕疵修复、抠图、投影制作等图片美化工作。为网店美工岗位工作奠定坚实的实践基础。

主要内容：视觉营销基本概念，色彩搭配原理；选区工具的使用，商品与图片背景的分离；裁剪工具的使用，根据不同电商平台的要求完成商品图片的裁剪；瑕疵修复工具组的使用，图片瑕疵水印的修复；形状工具、文字工具的使用，海报、logo 的基本设计。

教学要求：掌握掌握图片处理软件的基本操作；掌握 photoshop 中的选区工具；掌握裁剪与切片工具，能够将商品图片进行合理裁剪或切片；掌握各类瑕疵修复工具，能够将商品图片上的瑕疵或水印修复；掌握文字工具的使用、了解海报文字的基本设计方法；掌握形状工具、了解形状工具在 logo 设计中的基本思路。

（7）实用网络技术（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生互联网技术基础应用能力和网络安全意识，使学生掌握计算机网络的基本原理与常见协议，理解 Web 前端开发的基础知识，能够完成简单的网页设计与制作，掌握基础网络设备的配置与管理方法，为电子商务平台运营与维护奠定技术基础。

主要内容：计算机网络基础理论与体系结构；TCP/IP 协议与常见网络应用协议；HTML 与 CSS 网页设计基础；网页布局与响应式设计原理；域名注册、服务器租用与网站部署流程；网络安全基础知识与防火墙配置；网络设备的基础管理与故障排查。

教学要求：掌握计算机网络的基本概念与体系结构；掌握 HTML 与 CSS 的常用标签与样式设计；能够独立完成简单网页的设计与制作；了解网站部署的基本流程与服务器管理方法；掌握网络安全的基本防护措施；能够进行基础网络设备的配置与故障诊断；了解 Web 前端开发的发展趋势与新技术框架。

（8）美术基础（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生审美素养与视觉表达能力，使学生掌握绘画基础技法与色彩理论，理解平面构成、色彩构成的基本原理，能够运用素描、色彩等绘画语言进行视觉创意表达，为网店美工、视觉设计等岗位提供坚实的艺术素养基础。

主要内容：素描基础知识与线条表现技巧；透视原理与空间表达方法；色彩学基础理论与配色原理；平面构成的形式美法则与创意表达；色彩构成的情感表达与视觉冲击力；字体设计基础与版式设计原理；优秀电商视觉设计案例分析。

教学要求：掌握素描的基本技法与造型表达方法；掌握色彩搭配的基本原理与配色技巧；能够运用平面构成理论完成视觉版式设计；掌握色彩构成的情感表达方法；能够运用绘画语言进行基础的视觉创意表达；了解字体设计的基本原则与版式设计方法；具备基本的审美鉴赏与视觉分析能力。

（9）商务数据分析（72 学时、4 学分）

课程目标：通过课程的学习，使学生了解流量、成交转化率、客单价等常见店铺数据。掌握数据分析基本原理和方法。掌握基本的数据处理工具，使学生能够在数据分析专员岗位上完成基本数据获取、清洗、处理、分析及数据分析报告的撰写等日常工作，为毕业后直接上岗从事数据分析工作奠定坚实的理论和实践

基础。

主要内容：数据分析基本概念、应用领域与基本流程；淘宝店铺供应商资料、商品资料数据管理；成交转化率、网店访问量的分析与优化；商品名称、关键词、定价、评价的数据化分析；顾客画像绘制；行业发展、热卖区域分析；竞争对手分析；高级数据分析基础；SPSS 软件的使用；利用 SPSS 软件对网店相关数据进行统计描述、相关性分析、聚类分析等。

教学要求：理解数据分析专员应具备相关素质；理解数据分析基本概念与基本流程；熟悉常用数据分析工具 excel 与大规模数据 SPSS 软件的基本操作和分析功能；掌握电商数据的获取，能够线上、线下获取全面有效店铺数据；掌握相关数据的清洗、整理方法；掌握店铺相关指标如点击率、转化率、客单价等分析与优化技巧；掌握分析竞争对手、分析行业数据的能力。

（10）管理学基础（36 学时、2 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生现代管理思维与团队协作意识，使学生掌握管理学的基本理论与核心职能，理解计划、组织、领导、控制的管理逻辑，能够运用管理学的分析方法理解企业管理实践，为后续电商运营管理、团队管理等专业课程奠定理论基础。

主要内容：管理学基本概念与理论发展演进；管理环境分析与组织战略制定；计划职能与目标管理方法；组织职能与组织结构设计；领导理论与激励机制的运用；控制职能与绩效管理体系；现代管理理论的发展趋势与创新。

教学要求：掌握管理学的基本概念与核心职能；掌握计划制定与目标管理的基本方法；能够运用组织理论分析企业管理结构；了解领导理论与激励机制的实践应用；掌握控制职能的基本流程与绩效管理工具；能够运用管理学知识分析电商企业经营管理案例；了解现代管理理论的发展方向与数字时代管理变革。

（11）电子商务法律法规（36 学时、2 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生电子商务法律意识和合规经营理念，使学生掌握电子商务相关法律法规的基本框架，理解电子合同、知识产权保护、消费者权益保护等核心法律制度，能够运用法律知识分析电子商务活动中的典型纠纷案例，为从事电商经营活动奠定法律风险防控基础。

主要内容：电子商务法基本概念与立法体系；电子商务主体登记与市场准入

制度；电子合同的法律效力与签订规范；知识产权保护与网络侵权责任；消费者权益保护法与网络交易纠纷；个人信息保护与数据安全法律制度；跨境电商法律法规与国际规则。

教学要求：掌握电子商务法的基本框架与核心制度；掌握电子合同的法律要件与签订规范；能够识别电子商务活动中的知识产权侵权风险；了解消费者权益保护的法律规定与维权途径；掌握个人信息保护的 legal 要求与合规操作；能够运用法律知识分析电商经营中的典型纠纷案例；了解跨境电商涉及的法律法规与国际规则。

（12）内容策划与编辑（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生内容营销的系统思维与创意表达能力，使学生掌握新媒体内容策划的基本方法与文案撰写技巧，理解不同平台的内容分发逻辑与用户偏好，能够根据不同营销目标完成内容选题策划、文案撰写、视觉排版与效果评估，为新媒体运营、内容营销等岗位奠定核心能力基础。

主要内容：内容营销基础理论与策略框架；用户画像分析与内容选题策划方法；文案撰写技巧与不同体裁的内容创作；视觉排版原理与图文内容编辑；短视频脚本策划与分镜设计；不同新媒体平台的内容分发规则与算法逻辑；内容效果评估指标与数据驱动优化策略。

教学要求：掌握内容策划的基本流程与选题挖掘方法；掌握文案撰写技巧与不同类型内容的创作方法；能够根据不同平台要求完成图文内容的策划与编辑；掌握短视频脚本的策划与分镜撰写技巧；了解主流新媒体平台的内容分发规则与优化方法；能够运用数据分析工具评估内容效果并提出优化方案；了解 AI 内容辅助工具的应用场景与操作技巧。

（13）动画设计与制作（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生动画创意思维与视觉动态表达能力，使学生掌握动画设计的基本原理与制作流程，理解时间轴、关键帧等动画核心概念，能够运用动画制作软件完成基础动画的创意设计与制作，为电商视觉营销、短视频动画等岗位提供专业技能支撑。

主要内容：动画设计基本概念与行业发展概况；动画制作软件的操作基础与工作流程；关键帧动画与补间动画的制作方法；图形元件、按钮元件的创建与交

互设计；图层管理、遮罩层与引导层动画技法；音频素材的添加与音画同步控制；动画作品的测试、优化与发布格式适配。

教学要求：掌握动画设计的基本原理与制作软件的核心操作；掌握关键帧与补间动画的制作方法；能够独立完成基础动画作品的创意设计与制作；掌握图层管理与动画交互设计技巧；能够为动画作品添加音频并完成音画同步；了解动画作品的优化方法与多平台发布规范；了解动画设计在电商视觉营销中的应用场景。

2. 专业核心课

（1）客户服务与管理（36 学时、2 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生客户服务意识与沟通协调能力，使学生掌握客户服务的基本流程与服务规范，理解客户关系管理的核心理念，能够运用客服工具完成售前咨询、售中跟进、售后纠纷处理等服务工作，为电商客服主管岗位奠定实践基础。

主要内容：客户服务基本概念与服务标准体系；售前咨询话术与需求挖掘技巧；售中订单跟进与异常处理流程；售后纠纷处理原则与情绪管理方法；客户关系管理系统的基本操作；客户满意度评价与服务质量监控；智能客服工具的应用与人机协作模式。

教学要求：掌握客户服务的基本流程与规范标准；掌握售前咨询的话术技巧与沟通方法；能够按照平台规则完成异常订单与售后纠纷的处理；了解客户关系管理系统的基本功能与操作；掌握客户满意度调查与服务质量评估方法；能够运用智能客服工具完成常见问题的自动回复配置；了解客户服务岗位的职业素养与情绪管理技巧。

（2）新媒体营销（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生新媒体平台的内容策划与运营推广能力，使学生掌握主流新媒体平台的运营规则与内容分发逻辑，理解图文、短视频、直播、社群等多元化营销方式的操作规范，能够根据企业营销目标完成产品推广内容的策划、制作、发布与基础数据分析，为新媒体运营、短视频运营等岗位奠定坚实的实践基础。

主要内容：主流新媒体平台（抖音、京东、微信视频号、小红书等）的运营

规则与内容生态；新媒体营销策略框架与用户画像分析方法；图文内容创作技法与多平台排版适配规范；短视频选题策划、分镜脚本撰写、场景拍摄与后期剪辑制作流程；直播策划、选品排品、脚本撰写与场控配合操作规范；社群搭建、内容规划、用户互动与转化策略；多平台内容分发策略与发布时间优化；传播效果基础数据采集与复盘方法。

教学要求：掌握主流新媒体平台的操作规范与内容分发规则；掌握图文内容的创作技法与多平台排版适配方法；能够按照分镜脚本完成短视频的策划、拍摄与后期剪辑；掌握直播策划的基本流程与脚本撰写、场控配合方法；能够完成社群搭建、内容规划与用户互动的基础操作；掌握多平台内容发布的基本流程与优化技巧；能够运用平台后台完成播放量、互动率等基础数据的采集与分析。

（3）网店运营（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，学生可掌握以淘宝为主要平台，兼顾天猫、京东、拼多多等多个电子商务平台的基本操作和运营技巧，尤其掌握相关平台规则，学会遵守相关法律法规和平台制度。包括活动策划、在线宣传推广、活动策划、品牌定位包装及日常运营；根据网站营销数据进行深入分析，对每个产品运营情况进行评估，提炼卖点，指导美工进行页面优化，提升搜索量，促进销量等。

主要内容：市场调研与商家规划；店铺申请、初始化及平台规则；淘系网店推广；店铺活动与促销；淘系客服与物流；行业分析与店铺运营效果分析；移动网店运营；跨境电商网店运营；绿色包装设计、低碳物流优化、二手电商运营模式。

教学要求：熟练掌握各电商平台运营规则，学生应能通过百科类网站全面认识某类商品和行业；通过百度指数、阿里指数、谷歌趋势或生意参谋了解该行业市场发展趋势，测算市场容量、细分行业趋势和容量；能对自身店铺进行人员规划，岗位分工；能对自身店铺产品进行分类和定价；掌握店铺基本设置、子账号设置、运费模板设置、发布宝贝；掌握商品拍摄和网店装修；掌握标题优化和商品描述；了解客服工作的分类、基本要求和 workflows；熟悉淘系物流工作的主要任务和事项；掌握微店运营中的关键点；了解跨境电商平台及交易流程。

（4）社群营销（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生社群运营的系统思维与用户管理能力，

使学生掌握社群搭建、引流裂变、内容运营、用户转化的全流程操作方法，理解私域流量的运营逻辑与价值转化路径，能够根据不同营销目标制定社群运营方案并完成效果评估，为私域运营、社群营销等岗位奠定核心能力基础。

主要内容：社群营销基本概念与私域流量运营逻辑；社群定位方法与用户画像分析；社群搭建流程与平台工具操作；社群引流策略与裂变活动设计；社群内容规划与互动氛围营造；社群用户分层管理与精准触达；社群销售转化策略与活动策划；社群数据分析与运营效果评估。

教学要求：掌握社群营销的基本概念与私域运营逻辑；掌握社群搭建的操作流程与工具使用方法；能够根据不同用户画像设计社群引流与裂变方案；掌握社群内容的策划方法与互动技巧；能够运用用户分层方法完成精准触达与转化；掌握社群活动策划与执行评估的基本方法；能够运用数据分析工具完成社群运营效果评估。

（5）视觉设计与制作（72 学时、4 学分）

课程目标：通过网店美工课程的学习，培养学生电商平台美工岗位的设计理念和创新思维。掌握高超的图片处理技能，使学生能够在网店美工岗位上完成 logo 设计、轮播海报设计、商品主图设计、商品详情页设计，PC 端、移动端、跨境端的店铺装修。在掌握 photoshop 软件使用的基础上，胜任不同类型电商店铺的视觉营销、网店美工岗位。

主要内容：视觉营销基本概念，色彩搭配原理；选区工具的使用，商品与图片背景的分离；裁剪工具的使用，根据不同电商平台的要求完成商品图片的裁剪；瑕疵修复工具组的使用，图片瑕疵水印的修复；形状工具、文字工具的使用，海报、logo 的基本设计。店铺活动海报设计；商品主图设计与商品详情页设计；PC 端店铺装修技巧；移动端电商店铺装修技巧；跨境端电商店铺装修技巧；视觉营销效果评价与效果控制。

教学要求：掌握掌握图片处理软件的基本操作；掌握 photoshop 中的选区工具；掌握裁剪与切片工具，能够将商品图片进行合理裁剪或切片；掌握各类瑕疵修复工具，能够将商品图片上的瑕疵或水印修复；掌握文字工具的使用、了解海报文字的基本设计方法；掌握形状工具、了解形状工具在 logo 设计中的基本思路。理解电商店铺装修的常用名词；掌握店铺海报的设计思路、商品与文案的不

同布局方式，可以针对不同商品特点完成布局；掌握商品主图的裁剪与设计、商品详情页的基本组成要素，可以针对不同商品与不同平台完成商品设计；了解网店 logo 的设计思路；掌握对店铺视觉营销效果进行数据化评价与控制的方法，从而促进点击，提高转化。

（6）直播运营实务（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生直播运营的系统思维与实操能力，使学生掌握直播策划、选品排品、脚本撰写、场控配合、数据复盘的全流程操作方法，理解不同平台的直播规则与流量分发机制，能够根据营销目标完成单场直播的策划执行与效果优化，为直播运营、直播销售等岗位奠定核心能力基础。

主要内容：直播电商行业概况与主流平台运营规则；直播账号定位与人设打造策略；直播选品逻辑与排品顺序优化方法；直播脚本撰写与商品话术设计技巧；直播间场景搭建与设备操作规范；直播场控配合与互动氛围营造；直播数据分析与效果复盘方法；直播流量投放与付费推广策略。

教学要求：掌握直播电商的基本概念与主流平台运营规则；掌握直播策划与选品排品的基本方法；能够完成单场直播脚本的撰写与商品话术设计；掌握直播间场景搭建与基础设备的操作规范；能够运用场控工具完成直播互动与节奏把控；掌握直播数据的核心指标与复盘分析方法；了解直播流量投放的基本策略与操作方法。

（7）网络营销（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生网络营销的系统思维与策略执行能力，使学生掌握社交媒体营销、内容营销、广告投放等主流网络营销方式的操作方法，理解图文推广、短视频引流、直播转化、社群运营等多元化营销手段的协同逻辑，了解“一带一路”沿线市场的数字营销环境与跨文化传播基本规则，能够根据不同营销目标制定网络营销方案并完成效果评估与持续优化，为网络营销推广、数字营销等岗位奠定核心能力基础。

主要内容：网络营销基本概念与国内外营销环境分析方法；社交媒体平台营销推广策略与多语种内容运营方法；图文推广策略与多平台内容矩阵搭建；短视频引流策略、跨境平台投放工具操作与本土化效果优化方法；直播营销策划、流量投放与跨境转化路径设计；社群运营策略、海外用户分层管理与精准触达；网

络广告创意设计与跨境落地页协同策略；用户数据采集与精准营销技术应用；网络营销效果评估指标与数据驱动优化方法。

教学要求：掌握网络营销的基本概念与国内外营销环境分析方法；能够完成社交媒体营销推广方案与多语种图文内容矩阵的策划执行；掌握短视频平台投放工具的基本操作与本土化优化方法；能够完成直播营销的策划与跨境流量投放方案设计；掌握社群运营的用户分层管理与海外用户精准触达方法；能够完成网络广告创意的设计与跨境落地页协同配置；能够运用数据分析工具完成跨境网络营销效果的评估与优化建议。

（8）网络推广实务（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生网络推广的策略思维与工具应用能力，使学生掌握搜索引擎优化、信息流广告投放、社交媒体推广等主流推广方式的操作方法，理解不同推广渠道的流量特征与优化逻辑，能够根据营销目标制定推广方案并完成效果评估与持续优化，为网络推广专员、数字营销师等岗位奠定核心能力基础。

主要内容：网络推广基本概念与主流推广渠道分析；搜索引擎优化原理与关键词策略；信息流广告投放逻辑与创意素材设计；社交媒体平台推广策略与 KOL 合作模式；短视频平台推广工具与投放优化方法；网络广告效果监测指标与数据分析；推广预算管理 with ROI 优化策略。

教学要求：掌握网络推广的基本概念与渠道分析方法；掌握搜索引擎优化的基本原理与关键词策略；能够完成信息流广告的基础投放与素材设计；了解社交媒体推广的策略制定与 KOL 合作流程；掌握短视频平台推广工具的基本操作与优化方法；能够运用数据分析工具完成推广效果的监测与评估；掌握推广预算的分配方法与 ROI 优化策略。

（9）数字化零售运营（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生数字化零售的系统思维与运营管理能力，使学生掌握线上线下融合的全渠道零售运营模式，理解数字化工具在门店管理、商品管理、用户运营中的应用逻辑，能够运用数据分析工具完成门店运营诊断、商品效率提升与用户体验优化，为新零售运营主管等岗位奠定核心能力基础。

主要内容：新零售概念解析与行业发展趋势；数字化门店运营管理系统与工

具应用；智能商品管理与库存优化策略；电子价签、智能货架等数字化设备操作；用户数据采集与会员体系运营；全渠道订单履约与即时配送管理；门店运营数据分析与经营决策支持。

教学要求：掌握数字化零售的基本概念与全渠道运营模式；掌握数字化门店管理系统的操作与应用；能够运用数据分析工具完成商品效率分析与库存优化；了解智能硬件设备在零售场景中的应用方法；掌握用户数据采集与会员运营的基本策略；了解全渠道订单履约与配送管理的基本流程；能够运用经营数据完成门店运营诊断与优化建议。

3. 专业拓展课

（1）零售门店 020 运营（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生线上线下融合的全渠道运营思维和门店管理能力，使学生掌握 020 运营的基本模式和门店数字化工具的操作方法，理解“线上引流、线下体验、即时配送”的运营闭环，能够根据门店经营目标完成 020 活动策划、商品管理、履约优化和效果评估，为 020 运营主管等岗位奠定坚实的实践基础。

主要内容：新零售与 020 运营基本概念及行业发展趋势；门店数字化转型路径与智能硬件设备操作；020 商品规划、选品策略与差异化定价方法；线上平台（外卖、即时零售、团购等）的入驻与运营规则；全渠道订单履约流程与即时配送管理；门店社群搭建、用户运营与私域流量转化；020 活动策划、执行与数据复盘方法。

教学要求：掌握零售门店 020 运营的基本模式与核心逻辑；掌握门店数字化工具与智能硬件的操作方法；能够完成 020 商品规划、选品上架与定价策略制定；了解主流线上平台的运营规则与活动申报流程；掌握全渠道订单履约的基本流程与异常处理方法；能够完成门店社群的搭建与基础用户运营；能够运用经营数据完成 020 活动效果的评估与优化建议。

（2）微信营销（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生微信生态下的营销策划与运营执行能力，使学生掌握微信公众号、视频号、小程序、企业微信等核心产品的运营规则与营销工具，理解微信生态内“内容获客、社交裂变、私域沉淀、商业转化”的

运营闭环，能够根据企业营销目标完成微信营销方案的策划、执行与效果评估，为微信运营、私域营销等岗位奠定坚实的实践基础。

主要内容：微信生态概览与各产品营销功能解析；微信公众号内容策划、排版编辑与用户增长策略；微信视频号内容创作与直播带货运营方法；微信小程序的基础搭建与营销场景应用；企业微信客户管理功能与社群运营工具操作；微信朋友圈广告投放策略与效果优化；微信生态内用户数据采集与私域流量运营方法。

教学要求：掌握微信生态各产品的营销功能与运营规则；掌握微信公众号内容的策划方法与排版编辑技巧；能够完成微信视频号短视频的基础创作与直播策划；了解微信小程序的基础搭建流程与营销应用场景；掌握企业微信的客户管理与社群运营工具操作方法；能够完成微信朋友圈广告的基础投放与数据监测；能够运用数据分析工具完成微信营销效果的评估与优化。

（3）移动商务基础（36 学时、2 学分）

课程目标：本课程在电子商务专业的人才培养中突出移动互联网时代的到来给电子商务带来的新的变化和契机，让学生能与时俱进的将电子商务的商业模式运用到移动商务活动中，重在探讨和研究移动电子商务的应用。同时为今后走上实际工作岗位，为企业提供好的移动商务解决方案起到很好的实践应用作用。

主要内容：移动电子商务的概念与特点；移动电子商务的技术支撑与它的社会作用；移动电子商务的应用；移动组网技术；移动通信发展；无线 Internet 无线应用协议；移动电子商务应用的内涵和本质特征；移动电子商务应用模式的特征和类型；移动电子商务运营模式；移动电子商务产业价值链的概念、生成和演进；移动电子支付概念；手机银行业务；移动电子支付的几种运营模式；移动短信服务、定位服务、搜索服务、应急服务；移动数据通信服务；移动电子商务交易相关服务；移动电子商务的市场目标与定位；移动电子商务的 4P 策略；移动电子商务的 4C 策略。

教学要求：了解移动电子商务的概念与特点；掌握移动电子商务的技术支撑与它的社会作用；了解我国移动电子商务的应用；熟悉移动组网技术；了解移动通信发展；了解无线 Internet 无线应用协议；了解移动电子商务应用的内涵和本质特征；熟悉移动电子商务应用模式的特征和类型；掌握移动电子商务运营模式；了解移动电子商务产业价值链的概念、生成和演进；了解移动电子支付概念；熟

悉手机银行业务；掌握移动电子支付的几种运营模式；熟悉移动短信服务、定位服务、搜索服务、应急服务；掌握移动数据通信服务；掌握移动电子商务交易相关服务；理解移动电子商务的市场目标与定位；掌握移动电子商务的 4P、4C 策略。

（4）电商支付（36 学时、2 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生电子商务支付体系的基本认知和风险防范意识，使学生掌握主流电商支付工具的操作流程和结算规则，理解第三方支付、跨境支付的基本原理和安全机制，能够根据不同的电商业务场景选择合适的支付方案并识别常见的支付风险，为电商运营、财务管理等岗位奠定支付结算基础。

主要内容：电子商务支付体系的基本构成与支付流程；网银支付、第三方支付平台的操作与结算规则；移动支付的多种形态与扫码支付原理；跨境支付的结算方式与外汇管理政策；电商平台担保交易与分账系统的运作模式；支付安全技术（加密、认证、SSL 协议等）与常见风险防范；电子发票与税务合规基础。

教学要求：掌握电子商务支付体系的基本构成与各参与方的角色；掌握主流第三方支付工具的操作流程与结算规则；了解移动支付的技术原理与应用场景；了解跨境支付的结算方式与相关外汇管理规定；能够识别常见的电商支付风险并采取基本防范措施；掌握电商平台担保交易与分账系统的基本运作逻辑。

（5）互联网产品开发（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生互联网产品开发的系统思维与项目管理能力，使学生掌握产品需求分析、原型设计、开发迭代、测试上线的全流程操作方法，理解用户需求挖掘与产品功能设计的核心逻辑，能够运用产品原型工具完成产品方案设计与产品需求文档撰写，为互联网产品经理、产品运营等岗位奠定坚实的实践基础。

主要内容：互联网产品开发的基本流程与敏捷开发模式；用户需求调研方法与需求分析工具；产品功能规划与版本迭代策略制定；产品原型设计工具的操作与交互设计方法；产品需求文档的撰写规范与评审流程；产品开发项目管理与跨部门协作沟通；产品上线后的数据监控、用户反馈收集与持续优化方法。

教学要求：掌握互联网产品开发的基本流程与敏捷开发模式；掌握用户需求

调研与需求分析的核心方法；能够运用产品原型设计工具完成产品方案的原型设计与交互设计；掌握产品需求文档的撰写规范；了解产品开发项目管理的核心环节与协作流程；能够运用数据分析工具完成产品上线后的效果监控与优化建议。

（6）互联网销售（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生互联网销售的系统思维与全流程执行能力，使学生掌握电商平台销售、社交电商销售、内容电商销售等主流互联网销售模式的操作方法，理解销售漏斗搭建、客户线索跟进、销售转化优化的核心逻辑，能够根据不同的产品和市场制定互联网销售方案并完成销售数据分析与策略优化，为互联网销售、电商运营等岗位奠定坚实的实践基础。

主要内容：互联网销售基本概念与主流销售模式分析；电商平台店铺运营、商品管理与转化率优化；社交电商销售模式与分销裂变机制；内容电商销售路径与短视频、直播带货转化方法；销售漏斗搭建与客户线索管理工具操作；CRM 系统基础应用与客户跟进流程规范；销售数据分析核心指标与业绩提升策略。

教学要求：掌握互联网销售的基本模式与各渠道的运营逻辑；掌握电商平台店铺运营与转化率优化的基本方法；了解社交电商分销裂变机制的搭建与运营；能够完成内容电商销售的基本策划与执行；掌握销售漏斗搭建与客户线索跟进的操作方法；能够运用 CRM 系统完成客户管理与销售流程规范；能够运用数据分析工具完成销售业绩评估与优化建议。

（7）短视频运营（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生短视频运营的系统思维与策划执行能力，使学生掌握主流短视频平台的运营规则与内容分发逻辑，理解短视频选题策划、内容创作、用户运营、商业变现的全链路运营方法，能够根据运营目标完成短视频账号的定位规划、内容矩阵搭建与数据效果优化，为短视频运营、内容运营等岗位奠定坚实的实践基础。

主要内容：短视频行业发展概况与主流平台算法机制解析；账号定位策略与人设打造方法；短视频选题策划、脚本撰写与内容创意方法；短视频拍摄技法和后期剪辑制作规范；多平台内容分发策略与矩阵账号运营方法；用户互动运营与粉丝社群维护技巧；短视频商业变现模式与数据分析优化策略。

教学要求：掌握主流短视频平台的运营规则与算法分发机制；掌握账号定位

与人设打造的基本策略；能够完成短视频选题策划、脚本撰写与内容创意设计；掌握短视频拍摄与后期剪辑的基础操作技能；能够完成多平台内容分发与矩阵账号的基础运营；掌握粉丝互动运营与社群维护的基本方法；能够运用数据分析工具完成短视频运营效果的评估与优化。

（8）视频拍摄制作（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生视频拍摄与后期制作的专业技能和视觉审美能力，使学生掌握视频拍摄的基础理论和设备操作技能，理解镜头语言、画面构图、光线运用的基本原理，能够运用专业软件完成视频素材的剪辑、调色、特效和音效处理，为短视频运营、新媒体运营等岗位提供视觉内容生产能力支撑。

主要内容：视频拍摄基础理论与设备操作规范；镜头语言运用与画面构图设计；景别选择、运镜技巧和场景调度方法；布光原理与多场景光线控制技巧；视频素材管理与后期剪辑软件操作流程；视频调色理论与视觉风格统一方法；音效处理与字幕设计技巧；不同平台视频规格要求与输出设置。

教学要求：掌握摄像机及辅助拍摄设备的基础操作技能；能够运用镜头语言和构图原理完成分镜头脚本的拍摄执行；掌握自然光和人工光源的基本布光方法；能够运用后期剪辑软件完成素材的剪辑、转场和基础包装；掌握视频调色的基本流程和风格统一方法；能够为视频添加字幕、背景音乐和基础特效；了解不同新媒体平台对视频格式和参数的差异化要求。

（9）跨境电商实务（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生跨境电商运营的系统思维与平台操作能力，使学生掌握主流跨境电商平台的运营规则与店铺管理方法，理解跨境选品、Listing 优化、国际物流、跨境支付、客户服务等全链路运营流程，能够根据目标市场完成跨境电商店铺的基础运营与营销推广，为跨境电商运营专员等岗位奠定坚实的实践基础。

主要内容：跨境电商行业发展概况与主流平台（亚马逊、速卖通、Shopee 等）运营规则；目标市场消费特征分析与选品策略；跨境 Listing 标题优化、关键词布局与详情页设计；跨境物流模式选择与仓储管理；跨境支付工具操作与结算规则；跨境客户服务规范与跨文化沟通技巧；跨境电商平台站内推广与站外引流策略；跨境经营合规要求与知识产权保护。

教学要求：掌握主流跨境电商平台的开店流程与基础运营规则；掌握跨境选品的方法与市场调研工具的使用；能够完成 Listing 的标题撰写、关键词优化与详情页设计；了解跨境物流的主要模式与仓储管理基本流程；掌握跨境支付工具的操作方法与结算规则；能够按照平台规范完成跨境客户服务的基本工作；了解跨境电商平台的站内推广方式与站外引流渠道；了解跨境电商经营中的合规要求与知识产权保护基本知识。

（10）直播营销（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生直播营销的系统策划与全流程执行能力，使学生掌握直播间的选品、定价、排品等核心策略，理解直播脚本创作、商品话术设计的基本方法，能够完成直播间的场景搭建、设备调试、场控互动等工作，并能够根据营销目标完成直播数据复盘与优化，为直播运营、直播销售等岗位奠定坚实的实践基础。

主要内容：直播电商行业概况与主流平台（抖音、淘宝、快手等）运营规则；直播间定位与人设打造策略；直播选品逻辑、定价方法与排品顺序优化；直播脚本撰写结构与商品讲解话术设计技巧；直播间场景搭建方法与直播设备配置规范；直播场控配合、互动引导与突发情况处置；直播流量获取方式与付费投放基础操作；直播数据监测体系与效果复盘优化方法。

教学要求：掌握主流直播平台的运营规则与流量分发机制；掌握直播间选品、定价与排品的基本策略；能够独立完成单场直播的脚本撰写与商品话术设计；能够完成直播间的基础场景搭建与设备调试；掌握直播场控配合与互动引导的基本技巧；了解直播流量获取的主要方式与付费投放基础操作；能够运用后台数据完成直播效果的复盘分析与优化建议。

（11）供应链管理（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生供应链管理的系统思维和统筹协调能力，使学生掌握供应链的基本构成和运作逻辑，理解采购、生产、库存、物流等环节的协同管理方法，能够运用供应链管理工具完成供应商评估、库存优化与成本分析，为电商运营、供应链管理等岗位奠定坚实的实践基础。

主要内容：供应链管理基本概念与 SCOR 模型（供应链运作参考模型）；供应链网络结构与运作模式分析；采购策略、供应商管理与采购成本控制；需求预

测、库存控制与仓储管理；供应链协同管理与牛鞭效应分析；供应链信息技术与数字化工具应用；供应链风险管理与弹性建设策略；绿色供应链的基本理念与发展方向。

教学要求：掌握供应链管理的基本概念与核心运作流程；掌握供应商评估与采购管理的基本方法；能够运用库存管理工具完成库存水平监控与优化分析；了解供应链协同管理的重要性与信息共享机制；掌握供应链成本分析的基本方法；能够识别供应链中的主要风险并了解基本应对策略；了解信息技术在供应链管理中的应用与发展方向。

（12）电商物流（72 学时、4 学分）

课程目标：通过本课程学习，培养学生电商物流的系统思维和运营管理能力，使学生掌握电商物流的基本模式和运作流程，理解仓储管理、分拣包装、运输配送、逆向物流等核心环节的操作规范，能够运用物流管理系统完成订单处理、仓储管理与配送优化，为电商运营、物流管理等岗位奠定坚实的实践基础。

主要内容：电商物流基本概念与发展趋势；B2B 与 B2C 电商物流模式分析；仓储规划、作业流程与库存管理方法；订单处理与分拣系统操作规范；运输配送网络规划与最后一公里解决方案；快递包裹的包装规范与成本控制；逆向物流的处理流程与客户体验优化；智能仓储设备与物流信息技术的应用；电商物流 KPI 体系与服务质量管理。

教学要求：掌握电商物流的基本模式与运作流程；掌握仓储管理的基本作业规范与库存管理方法；了解订单处理与分拣系统的基本操作流程；掌握运输配送网络的规划方法与最后一公里配送模式；了解逆向物流的处理流程与操作规范；能够运用物流 KPI 指标完成物流服务质量的基本评估；了解智能仓储与物流信息技术的发展应用方向。

（四）实践性教学环节

表四 实践教学环节设计

专业实践性教学环节	实践教学名称	开设学期	学分	学时	场地
实训	国防教育（集中军训）	1	4	112	校内

	专业技能综合实训	5	8	160	企业
	办公自动化实训	2	1	30	校内
	电商综合实训 I	6	1	30	校内
实习 (专业根据需要安排)	入学教育	1	1	16	校内
	毕业教育	6	1	16	企业
	岗位实习	9、10	24	480	企业
	毕业实践报告	10	4	80	企业

(五) 课程思政要求

电子商务专业课程思政育人以“德技并修、育人为先”为导向，聚焦培养学生的数字素养、创新思维、职业道德与社会责任感，将思政元素深度融入专业课程教学，实现知识传授与价值引领的有机统一。以下为专业课程的课程思政建设方向一览表：

表五 电子商务专业课程思政建设方向一览表

序号	课程模块	课程名称	课程思政建设方向
1	专业基础课	市场营销基础	1. 传统文化营销活化：在“品牌定位”实践环节增设老字号品牌年轻化提案，要求学生提取故宫文创、同仁堂等品牌的东方美学元素，在 VI 设计中体现现代际传承的文化自信。 2. 民生关怀视角培养：讲授“定价策略”时引入基本民生商品价格管控案例（如医保药品集采），通过模拟粮油、药品等特殊品类定价方案设计，强化社会主义市场经济的民生导向。 3. 绿色消费观塑造：在“促销策划”任务中设置环保约束条件，要求

			学生为快消品设计"空瓶回收积分计划", 结合限塑令政策分析引申可持续发展国策。
2		美术基础	1. 美学与文化自信 (如中国传统元素在电商设计中的应用) 2. 知识产权保护 (如图像版权、字体侵权案例警示) 3. 低碳设计理念 (如轻量化页面设计、绿色视觉传达)
3		内容策划与编辑	1. 历史真相守护机制: 制作"老字号品牌故事"推文时, 增设史料核查环节(如查证同仁堂御药房档案), 在内容审核清单中标注"杜绝伪历史"红色条款。 2. 民生痛点传播伦理: 策划"社区改造"专题报道, 要求拍摄前后对比图必须含便民设施 (适老扶手/无障碍坡道), 用视觉叙事传递人民城市理念。 3. 生态警示创意转化: 在环保海报设计中绑定本地污染数据(如太湖蓝藻浓度曲线), 要求学生将年度监测报告转化为"可感知"信息图表。
4		电子商务基础	1. 乡村振兴实践渗透: 在"电商模式"章节增设农村电商案例拆解, 要求学生设计县域农产品上行业务流程图, 通过对"直播助农"等案例的运营分析, 引申对共同富裕政策的现实诠释。 2. 商业伦理具象化训练: 讲授"平台规则"时设置诚信经营情景模拟, 学生需为虚构网店设计《反刷单承诺书》与《消费者保障条款》, 在规则设计中强化法治意识与契约精神。 3. 科技自强价值引导: 结合"电子支付"技术演进内容, 对比中外移动支付发展路径, 通过分析国产加密技术突破案例, 渗透关键技术自主可控的国家战略意识。
5		商务数据分析	1. 隐私保护技术德育: 在"用户画像"实训中设置道德防火墙任务, 要求学生用脱敏技术处理含身份证号的测试数据, 在代码注释栏标注

			《个人信息保护法》相关条款。 2. 虚假信息甄别教育：讲授"舆情分析"时引入抗疫谣言传播图谱拆解，通过对比真实疫情数据曲线，培养用数据捍卫科学精神的能力。 3. 区域协调发展洞察：在"销售地域分析"项目叠加乡村振兴重点县地图，学生需标注出少数民族地区特色产品的物流改善点，在数据可视化中呈现协调发展观。
6		管理学基础	1. 现代管理思想中的家国情怀（如企业社会责任融入管理决策） 2. 团队协作与职业素养（如跨部门协作中的沟通伦理） 3. 创新管理与可持续发展（如绿色管理模式、循环经济理念）
7		电子商务法律法规	1. 法治思维培育（如《电子商务法》解读与合规运营） 2. 知识产权保护（如电商领域版权、专利纠纷案例分析） 3. 消费者权益与社会公平（如弱势群体网络消费保护机制）
8		选品与采购	1. 强调选品过程中的诚信原则，如拒绝假冒伪劣商品、坚守质量底线，培养学生“以消费者为中心”的服务意识。 2. 通过案例分析（如“三无产品”法律风险），强化合规意识，引导学生遵守《电子商务法》《产品质量法》等法律法规。
9		零售基础	1. 新零售与乡村振兴（如县域新零售模式助农） 2. 消费升级中的文化自信（如本土零售品牌国潮化转型） 3. 可持续零售实践（如绿色包装、低碳供应链管理） 4. 城市服务温度培育：在"终端布局"章节分析社区便民业态（如早餐工程、共享药房），通过绘制"15分钟生活圈"服务网点图，渗透公共服务均等化理念。 5. 劳动尊严价值彰显：结合"仓储管理"实训，增设物流工人防暑关怀方案设计，学生在优化拣货路线时需纳入劳保设备配置预算，具象化体

			认劳动权益保障。 6. 实体商业爱国载体：讲授"场景营销"时引入红色文旅商业体案例（如井冈山"初心书店"），分析革命元素与商业空间的融合设计，强化业态创新中的红色基因传承。
10		商品拍摄与素材编辑	1. 工匠精神（如老字号产品拍摄中的品质呈现） 2. 文化传承（如传统手工艺品视觉化传播） 3. 绿色摄影理念（如环保场景搭建、资源节约意识）
11		实用网络技术	1. 网络安全意识（如防范网络攻击、维护信息主权） 2. 科技报国情怀（如国产网络技术应用与创新） 3. 团队协作能力（如网络项目部署中的分工伦理）
12		图形图像处理	1. 美学教育与文化认同（如中国风海报设计、传统色彩运用） 2. 版权保护意识（如正版素材使用规范、侵权风险警示） 3. 创新设计思维（如无障碍设计理念、服务特殊群体）
13		动画设计与制作	1. 红色文化传播（如革命历史动画短片创作） 2. 数字技术伦理（如虚拟形象版权保护、内容合规性） 3. 劳动教育（如动画制作流程中的工匠精神培养）
1	专业核心课	客户服务与管理	1. 服务意识与职业道德（如耐心沟通、客户隐私保护） 2. 社会责任感（如特殊客户群体关怀、售后纠纷公正处理） 3. 跨文化沟通能力（如跨境电商客服中的文化包容性） 4. 数字鸿沟消除实践：设计"适老版客服流程"时，要求录音分析方言通话样本（吴语/粤语识别率），通过技术适配体现弱势群体关怀。 5. 维权成本压缩创新：处理家电投诉案例，开发"故障自检 AR 教程"替代上门核查，在解决方案中践行绿色低碳理念。

			6. 民族团结服务强化: 针对少数民族客户, 考核宗教禁忌知识库调用准确率 (如清真食品退换货规则), 在服务标准中筑牢共同体意识。
2		新媒体营销	立足合力叉车国内新媒体推广任务, 以“帧帧有标准”为思政主线, 构建“规范筑基、诚信立身、品牌认同”三层递进的思政育人路径。在短视频策划、拍摄、剪辑、发布的全流程教学中, 涵养学生严格遵守平台规则与品牌视觉规范的职业底线意识; 在卖点提炼与产品呈现环节, 强化“真实呈现、不夸大不造假”的诚信经营理念; 在传播效果复盘环节, 引导学生从国内标杆产品的用户反馈中感知中国制造的底蕴。三层递进, 将规范化操作的职业习惯与诚信传播的职业操守融入技能训练全过程, 为高职阶段跨境策略运营奠定职业素养基础。
3		网店运营	1. 工匠精神 (如老字号电商转型中的品质坚守) 2. 劳动教育 (如客服实训中的服务意识、运营岗位的责任担当) 3. 乡村产业帮扶 (如农产品网店选品、供应链优化实践)
4		社群营销	1. 网络社群治理 (如抵制网络谣言、构建健康社群生态) 2. 社会责任导向 (如公益社群运营、弱势群体帮扶社群) 3. 文化传承 (如传统文化社群的数字化运营)
5		视觉设计与制作	1. 美学与文化自信 (如中国传统元素在电商设计中的应用) 2. 知识产权保护 (如图像版权、字体侵权案例警示) 3. 低碳设计理念 (如轻量化页面设计、绿色视觉传达)
6		直播运营实务	1. 网络主播职业伦理 (如诚信带货、抵制数据造假) 2. 文化传播责任 (如非遗技艺直播推广、乡村农产品带货) 3. 科技应用与创新 (如虚拟直播技术、绿色直播场景搭建)

7		网络营销	立足合力叉车品牌出海任务,以“每一次投放都代表中国制造”为思政主线,构建“数据伦理、品牌自信、出海担当”三层递进的思政育人路径。在海外客群洞察与数据分析环节,强化“数据驱动决策、绝不虚假投放”的数字营销伦理底线;在跨境创意策划与竞品对标环节,以合力叉车 34 年行业领跑、远销 180 余国的实绩激发“中国制造走向世界”的品牌自信;在多语种短视频创作与海外真实投放环节,涵养“每一次投放都是中国品牌的名片”的使命担当。三层递进,将数据伦理意识、品牌自信与家国情怀融入策略运营全流程,实现从职业操守到价值认同的素养升华。
8		网络推广实务	1. 诚信生态技术约束: 操作 SEO 优化时,设置“黑帽技术”自动拦截实验(隐藏文字/刷点击量工具),通过算法失效反证正当竞争必要性。 2. 国家形象守护机制: 投放海外推广素材前,启动“文化误读预警系统”,防范跨文化传播风险。 3. 重大主题传播创新: 策划“航天精神”热点营销时,绑定航天食品包装专利数据,要求将冻干技术参数转化为“可食用”传播话术。
9		数字化零售运营	1. 实体经济与数字经济融合(如传统门店数字化转型中的本土品牌保护) 2. 商业便民服务(如社区门店 O2O 的民生服务功能) 3. 消费公平(如线下线上同价策略、消费者权益一致性保障)

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排表

表六 电子商务专业教学进程安排表

课程性质	课程属性	序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	计划学时			周学时										考核方式	主要教学场所	开课学院	是否课证融合	备注
							总学时	理论	实践	中职（三年）						高职（二年）								
										第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年						
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10					
公共课	公共必修课	1	WL20536	中职语文（1）	B	4	56	42	14	3+1										考试	多媒体教室	基础部	否	
		2	WL20537	中职语文（2）	B	4	72	54	18		3+1									考试	多媒体教室	基础部	否	
		3	WL20538	中职语文（3）	B	4	72	54	18			3+1								考试	多媒体教室	基础部	否	
		4	WL20539	中职语文（4）	B	4	72	54	18				3+1							考试	多媒体教室	基础部	否	

																				体 教 室	部		
5	XX20052	中职数 学（1）	B	2	28	14	14	1+1											考 试	多 媒 体 教 室	基 础 部	否	
6	XX20053	中职数 学（2）	B	2	36	18	18	1+1											考 试	多 媒 体 教 室	基 础 部	否	
7	XX20054	中职数 学（3）	B	2	36	18	18		1+1										考 试	多 媒 体 教 室	基 础 部	否	
8	XX20055	中职数 学（4）	B	2	36	18	18			1+1									考 试	多 媒 体 教 室	基 础 部	否	
9	GJ20001	中职英 语（1）	B	4	56	42	14	3+1											考 试	多 媒 体	基 础 部	否	

																			教室			
10	GJ20002	中职英语（2）	B	4	72	54	18		3+1									考试	多媒体教室	基础部	否	
11	GJ20003	中职英语（3）	B	4	72	54	18		3+1									考试	多媒体教室	基础部	否	
12	GJ20004	中职英语（4）	B	4	72	54	18			3+1								考试	多媒体教室	基础部	否	
13	WL20434	体育与健康（1）	B	2	28	0	28	2										考试	体育场	基础部	否	
14	WL20435	体育与健康（2）	B	2	36	0	36		2									考试	体育场	基础部	否	
15	WL20436	体育与健康（3）	B	2	36	0	36			2								考试	体育场	基础部	否	

		16	WL20437	体育与健康(4)	B	2	36	0	36				2						考试	体育场	基础部	否	
		17	WL20447	体育与健康(5)	B	2	36	0	36					2					考试	体育场	基础部	否	
		18	WL20453	体育与健康(6)	B	2	36	0	36						2				考试	体育场	基础部	否	
		19	WL20454	体育与健康(7)	B	2	36	0	36							2			考试	体育场	文化旅游学院	否	
		20	WL20455	体育与健康(8)	B	2	36	0	36								2		考试	体育场	文化旅游学院	否	
		21	XX200134	信息技术基础(1)	B	2	28	14	14	1+1									考试	实训室	信息中心	否	

		22	XX200135	信息技术基础 (2)	B	2	36	18	18		1+1								考试	实训室	信息中心	否	
		23	WL20555	音乐(1)	B	2	28	14	14	1+1									考查	多媒体教室	基础部	否	
		24	WL20556	音乐(2)	B	2	36	18	18		1+1								考查	多媒体教室	基础部	否	
		25	MY20035	历史(1) (中国历史)	B	2	36	18	18		1+1								考试	多媒体教室	基础部	否	
		26	MY20036	历史(2) (世界历史)	B	2	36	18	18			1+1							考试	多媒体教室	基础部	否	
		27	MY20037	中国特色社会	B	2	28	14	14	1+1									考试	多媒	基础	否	

			主义																体 教 室	部		
28	MY20038	哲学与 人生	B	2	36	18	18		1+1									考 试	多 媒 体 教 室	基 础 部	否	
29	MY20010	习近平 新时代 中国特色 社会主义 思想概论	B	3	54	36	18						2+1					考 试	多 媒 体 教 室	基 础 部	否	
30	MY20001	毛泽东 思想和 中国特色 社会主义 理论体系 概论	B	2	36	18	18						1+1					考 试	多 媒 体 教 室	基 础 部	否	
31	MY20002	思想道 德与法 治	B	3	54	36	18					2+1						考 试	多 媒 体 教 室	基 础 部	否	

		32	MY20003	心理健康教育	A	2	36	18	18						1+1					考查	多媒体教室	学生处	否	
		33	CY20001	职业规划与就业指导	B	2	36	18	18						1+1					考查	多媒体教室	学生处	否	
		34	CY20002	创业基础	B	2	36	18	18						1+1					考查	多媒体教室	学生处	否	
		35	MY20004	形势与政策（上）	A	1	48	48	0					5/7/9 学期 8 课时，集中授课					考查	多媒体教室	马克思主义学院	否		
		36	MY20005	形势与政策（下）										6/8/10 学期 8 课时，集中授课					考查	多媒体教室	马克思主义学院	否		

		37	WL20550	美育	B	2	36	34	2							2			考查	多媒体教室	文化旅游学院	否	
		38	JW20012	大学生安全教育	B	1	60	30	30	每学期 10 课时									考查	多媒体教室	安保处	否	
		39	MY20042	国家安全教育	B	1	16	8	8	1+1									考查	网课	学生处	否	
		40	JW20010	国防教育	B	4	148	36	112	3 周									考试	户外场地	学生处	否	
		41	JW20017	校内公益服务劳动实践（值周）	C	1	14		14						1 周				考试	学校	学生处	否	
		42	JW20011	劳动专题教育必修课（线上线下融	B	1	16	8	8					1					考试	网课	学生处	否	

			合)																				
		小计			97	181 4	916	898	20	18	14	14	8	11	4	2	0	0					
公共选修课	43	WL20230	国学经典	B	2	28	14	14	1+ 1										考查	多媒体教室	基础部	否	二选一
	44	WL20513	普通话基础	B	2	28	14	14	1+ 1										考查	多媒体教室	基础部	否	
	45	TS200026	大学生时间管理	B	2	36	18	18					1+ 1						考查	多媒体教室	学生处	否	二选一
	46	TS200004	幸福心理学	B	2	36	18	18					1+ 1						考查	多媒体教室	学生处	否	
	47	TS200008	音乐欣赏 I	B	2	36	18	18					1+ 1						考查	多媒体教室	基础部	否	二选一

																			体 教 室	部		一
48	TS200009	影视鉴 赏	B	2	36	18	18					1+ 1						考 查	多 媒 体 教 室	基 础 部	否	
49	TS200501	人工智 能基础	A	2	36	18	18							1+1				考 查	多 媒 体 教 室	教 务 处	否	二 选 一
50	TS200016	国际金 融	B	2	36	18	18							1+1				考 查	多 媒 体 教 室	教 务 处	否	
51	TS200427	创业法 学	B	2	36	18	18								1+ 1			考 查	多 媒 体 教 室	教 务 处	否	二 选 一
52	TS200431	网络创 业理论 与实践	B	2	36	18	18								1+ 1			考 查	多 媒 体	教 务 处	否	

																			教室			
		小计				10	172	86	86	2	0	0	0	4	0	2	2					
专业基础课	专业课	53	DS23010	电子商务基础	B	4	56	28	28	2+2									考试	多媒体教室	信息中心	否
		54	WL20324	美术基础	B	4	72	36	36		2+2								考查	多媒体教室	信息中心	否
		55	DS20225	零售基础	B	2	36	18	18			1+1							考查	多媒体教室	信息中心	否
		56	DS23020	内容策划与编辑	B	4	72	36	36			2+2							考查	多媒体教室	信息中心	否
		57	DS20081	选品与采购	B	4	72	36	36				2+2						考查	多媒体	信息中心	否

																				体 教 室			
58	DS24006	商品拍 摄与素 材编辑	B	2	36	18	18				1+ 1								考 查	实 训 室	信 息 中 心	否	
59	DS20046	实用网 络技术	B	4	72	36	36				2+2								考 查	实 训 室	信 息 中 心	否	
60	LT20001	市场营 销基础	B	4	72	36	36					2+ 2							考 试	多 媒 体 教 室	信 息 中 心	否	
61	DS20019	管理学 基础	B	2	36	18	18					1+ 1							考 查	多 媒 体 教 室	信 息 中 心	否	
62	DS23009	图形图 像处理	B	4	72	36	36					2+ 2							考 查	实 训 室	信 息 中 心	否	
63	XX20050	动画设 计与制 作	B	4	72	36	36						2+ 2						考 查	实 训 室	信 息 中 心	否	

		64	DS20102	商务数据分析	B	4	72	36	36						2+2				考试	实训室	电子商务学院	否	
		65	DS23006	电子商务法律法规	B	2	36	18	18							1+1			考查	多媒体教室	电子商务学院	否	
		小计				44	776	388	388	4	4	6	10	10	4	4	2						
		66	DS23005	客户服务与管理	B	2	36	18	18			1+1							考查	实训室	信息中心	否	
	专业核心课	67	DS20079	新媒体营销	B	4	72	36	36				2+2						考查	实训室	信息中心	是	1+X 新媒体运营证书（初级）
		68	DS20062	网店运营	B	4	72	36	36					1+3					考试	实训	信息中心	是	1+X 网店

																			室			运营 证书 （中 级）
69	DS202210	社群营 销	B	4	72	36	36						2+ 2					考 查	实 训 室	信 息 中 心	否	
70	DS24002	视觉设 计与制 作	B	4	72	18	54						1+ 3					考 试	实 训 室	信 息 中 心	否	
71	DS24003	直播运 营实务	B	4	72	18	54							1+3				考 查	实 训 室	电 子 商 务 学 院	否	
72	DS20067	网络营 销	B	4	72	36	36							2+ 2				考 试	实 训 室	电 子 商 务 学 院	是	互 联 网 营 销 师 证 书
73	DS24004	网络推 广实务	B	4	72	36	36								2+ 2			考 试	实 训 室	电 子 商 务 学 院	否	
74	DS24005	数字化 零售运	B	4	72	18	54								2+ 2			考 查	实 训	电 子 商 务	否	

			营																室	学院			
小计					34	612	252	360	0	0	2	4	4	8	8	8	0	0					
专业拓展课	75	DS23004	零售门店 020 运营	B	4	72	36	36			2+2								考试	多媒体教室	电子商务学院	否	二选一
	76	DS20074	微信营销	B	4	72	36	36			2+2								考试	多媒体教室	电子商务学院	否	
	77	DS20086	移动商务基础	B	2	36	18	18						1+1					考试	多媒体教室	电子商务学院	否	二选一
	78	DS20008	电商支付	B	2	36	18	18						1+1					考试	多媒体教室	电子商务学院	否	
	79	DS24001	互联网产品开发	B	4	72	18	54							2+2				考查	实训室	电子商务学院	否	二选一

		80	DS23002	互联网销售	B	4	72	18	54						2+2				考查	实训室	电子商务学院	否	
		81	DS202206	短视频运营	B	4	72	18	54						1+3				考查	实训室	电子商务学院	否	二选一
		82	DS20009	视频拍摄制作	B	4	72	18	54						1+3				考查	实训室	电子商务学院	否	
		83	DS20032	跨境电商实务	B	4	72	36	36							2+2			考查	实训室	电子商务学院	否	二选一
		84	LT20067	直播营销	B	4	72	36	36							2+2			考查	实训室	电子商务学院	否	
		85	LT20049	供应链管理	B	4	72	36	36							2+2			考试	多媒体教室	商贸流通学院	否	二选一
		86	DS20007	电商物流	B	4	72	36	36							2+2			考试	多媒体教室	商贸流通学院	否	

		小计				22	396	162	234	0	0	4	0	0	2	8	8						
综 合 实 践	87	JW20023	入学教育	C	1	16	0	16	1周										过程性考核	校内	各二级学院	否	与军训同时开展，不占用总周数
	88	JW20024	毕业教育	C	1	16	0	16										1周	过程性考核	企业实训基地	各二级学院	否	
	89	JW20013	专业技能综合实训	C	8	160	0	160										8周	过程性考核	企业实训基地	电子商务学院	否	
	90	JW20014	岗位实习（1）	C	10	200	0	200										10周	过程性考核	企业实训基地	电子商务学院	否	

																			地			
91	JW20015	毕业实 践报告	C	4	80	0	80										4 周	过 程 性 考 核	企 业 及 学 校	电 子 商 务 学 院	否	
92	JW20016	岗位实 习（2）	C	14	280	0	280										14 周	过 程 性 考 核	企 业 实 训 基 地	电 子 商 务 学 院	否	
93	SXDS2000 5	办公自 动化实 训	C	1	30	0	30		1 周									考 查	实 训 室	电 子 商 务 学 院	否	
94	SXDS2000 6	电商综 合实训 I	C	1	30	0	30						1 周					考 查	实 训 室	电 子 商 务 学 院	否	
小计				40	812	0	812										1 8 周					
总学分、总学时合计				24 7	458 2	180 4	277 8	26	22	26	28	26	25	26	22		1 8 周					

（二）各类课程学时分配

表七 电子商务专业理论教学与实践教学学时比例表

项目		学时数	占总学时的比例	备注
理论教学时数		1804	39.4%	
实践教学时数	课内实践教学时数	1966	60.6%	
	职业综合技能训练	252		
	岗位实习	480		
	毕业实践/设计报告	80		
	合计	2778		
总学时		4582	100%	

表八 电子商务专业学时表

课程类别	课程模块	课程门数	学时数	所占比例
必修	公共基础课	22	1814	39.6%
	专业基础课	13	776	16.9%
	专业核心课	9	612	13.4%
	综合实践课	7	812	17.7%
选修	专业拓展课	12	396	8.6%
	公共基础选修课	10	172	3.8%
合计		72	4582	100%

表九 电子商务专业公共基础课程学时表

课程类别	课程模块	课程门数	学时数	所占比例
------	------	------	-----	------

公共基础课	公共基础必修课	22	1814	39.6%
	公共基础选修课	10	172	3.8%
合计占总学时				43.4%

八、实施保障

（一）师资队伍

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

学生数与专任教师数比例不高于 25: 1，双师素质教师占专业教师比例不低于 60%。主要包括专任教师、兼职教师和企业导师。

1. 专任教师

专任教师参与企业实践，每五年累计不少于 6 个月的企业实践经历；专业带头人原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外电子商务行业、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。

2. 兼职教师

要求具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神；具有丰富实践经验的企业高管、部门主管或技术骨干；具有较高的专业素养和技能水平；能承担课程和实训教学、实习指导等专业教学任务。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地。

1. 专业教室

专业教室应配置满足信息化教学基本需要的教学硬件和软件，包括配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，具有网络安全防护措施，配置电子商务专业相关教学软件。

2. 校内实训室

按照企业真实工作场景布置，配备多媒体设备、投影设备、白板、电脑、路

由器、常用办公软件、讨论工位，配备交换机、服务器、无线路由器、电子商务专业相关实训软件。支持本专业商品拍摄、美工、客服、运营、网络营销、数据分析等课程教学以及电子商务认知实训、单项技能实训、综合实训任务。

3. 校外实训基地

校外实训基地原则上以在岗职工所在单位为依托，如果在岗职工从事非本专业工作，可以选择到相关合作企业实习。校外实训基地应能提供网络营销推广、网店运营管理、美工、客服等实训活动，实训岗位充足，实训指导教师明确，实训管理制度齐全。

4. 学生实习基地

学生实习基地应能提供网络营销推广、网店运营、网店美工、客服等相关实习岗位，能体现电子商务行业新技术、新模式的应用，可接纳 30 名以上学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，应为学生提供实习期间的安全、保险保障。

5. 信息化教学

构建满足信息化教学的网络化多媒体教学环境，利用智慧职教等网络教学平台，进行网络课程和专业资源库建设，为学生搭建自主、便捷的学习平台。

（三）教学资源

1. 教材选用

教材选用以国家级、省级规划教材为主，兼顾专业自编教材，鼓励选用与行业企业合作开发的特色鲜明的校本教材、实习实训材料。

2. 图书配备

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关电子商务理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

3. 数字资源

具备使用安徽省网络课程中心、安徽省继续教育网络园区平台资源共享课程的条件，能满足师生在线学习需求。依托智慧职教、职教云等建设各课程教学资源库，形成数字化课程在线学习平台。课程资源包括：电子课件、音视频讲解、微课、MOOC、习题与试题库等。

（四）教学方法

要以工学结合、校企合作为纲，精心设计、力求创新。着力培养学生的电子商务意识，让学生深刻体会电子商务在企业中的应用形式和给企业带来的效益。采用任务导向课程教学，教学过程应“教-学-做”一体；以学生为主，教师为辅。加强线上线下混合教学模式的应用，鼓励启发式和案例式教学、自主性学习和研究性学习的新模式。重视第二课堂的作用，为学生提供课程实训指导，以增强学生对知识与技能的应用能力。

（五）学习评价

1. 结合校企合作企业标准的评价体系

以学生在企业岗位及职业发展为核心，引入企业品牌视觉规范、跨境投放合规标准与市场业绩指标。改革课程考核评价，使内容与实际工作融合，综合过程性考核与终结性考核、理论考核与技能考核，并重学历证书与互联网营销师等职业资格证书。

实训考核聚焦学生在企业真实场景下的综合职业能力，创新考核方式。采用“全流程”评价与增值性评价，考核学生理论技能掌握、工作态度、能力和素养，综合学生自评、互评、组间互评、教师评价与企业导师评价。课程结束后，通过作品路演、方案答辩、理实一体考核评估学生解决企业相关问题的能力。对1+X新媒体运营等课证融通课程以证代考，实习实训和顶岗实习由校企双导师共同评价工作态度、专业技能和团队合作。新增“能力衔接表现”增值评价指标，考察学生能否在高职任务中有意识地调用中职阶段掌握的已有技能解决新问题，从“基本不能迁移”到“能独立完成知识迁移与融合”进行阶梯式赋分。

2. 多方协同评价教师教学质量与实践课程监控

多方协同评价教师教学质量，企业专家(30%)、学生(25%)、同行教师(5%)、教学系和学院(20%)、教务(10%)、校领导(10%)从多方面评估。针对“理实一体化”课程，学校通过说课、巡查、听课、访谈、抽查作品，由企业专家、学生、同行、督导测评，结果用于教师年度考核。毕业设计质量控制通过抽查“企业出题”任务书、听课看答辩、查方案报告、检投放数据，检查选题的产业对接情况、方案的可执行性和答辩质量。岗位实习借助“工学云实习信息管理系统”监控师生互动、校企联系和教师指导情况。

3. 完善多元质量监控保障人才培养

建立包括合力叉车、电子商务行业协会、学生及家长、职教研究机构的多元评价机制，以毕业生在合力叉车的就业相关指标衡量培养质量，促进培养与企业需求同步。实行第三方评价，结合校内审核、企业导师审核、行业专家评审，引入企业标准，综合过程性评价和终结性评价考核学习质量。

（六）质量管理

人才培养方案是我校实现人才培养的总体设计和实施方案，是安排教学任务、组织教学活动、进行教学管理工作的基本依据，也是学校监控和评价教学质量的基本文件。为了维护人才培养方案的严肃性和相对稳定性，规范人才培养过程管理，保证人才培养方案的顺利实施，我校特对人才培养方案的制订、修订、实施和调整修改，制定了严格的规范和程序进行。学校以构建内部质量保证体系为抓手，以诊断与改进为手段，建立健全学校-二级单位-教研室（专业、课程）三级质量保证组织管理体系，形成“五主体五系统一平台”的内部质量体系架构，有力地促进了教育教学质量的提升。

九、毕业要求

（一）学时要求

本专业总学时 4582，其中包含：教学计划要求的必修课学时 4014，选修课学时 568。

（二）学分要求

本专业学生毕业应达到的学分要求总学分 247，其中包含：教学计划要求的必修课学分 215，选修课学分 32。

表十 证书与学历专业（课程）之间的转换规则表

赛事/证书名称	获奖登记/ 证书等级	颁证机构	可替代课程名称	课程 学分
安徽省职业技能大赛 高职组“电子商务技能”赛项	三等奖以上	安徽省教育厅	《网店运营》《网络营销》 《视觉营销设计》（需承担 美工比赛任务）	4

1+X 新媒体运营证书	通过	安徽省教育厅	新媒体营销	4
1+X 跨境电商 B2B 数据运营	通过	阿里巴巴（中国）教育科技有限公司	跨境电商实务	4
1+X 网店运营推广证书	通过	北京鸿科经纬科技有限公司	网店运营	4

（三）证书要求

表十一 电子商务专业各资格证书一览表

序号	考核项目	等级要求	考核发证部门	考核学期	类型	
					必考	鼓励
1	大学英语	B 级及以上	教育部	不限	✓	
2	安徽省计算机等级考试	一级	安徽省教育厅	不限	✓	
3	1+X《网店运营推广》证书	中级	北京鸿科经纬科技有限公司	不限		✓
4	1+X《新媒体运营》证书	中级	新华网股份有限公司	不限		✓
5	1+X 跨境电商 B2B 数据运营	中级	阿里巴巴（中国）教育科技有限公司	不限		✓
6	互联网营销师	五级及以上	人社部	不限		✓

十、方案编制人员信息表

表十二 电子商务专业人才培养方案编制人员信息表

二级学院	电子商务学院	教研室	电子商务教研室	教研室主任	姚盼盼	专业带头人	潘园园
参与人员	编制者	姓名	职务	职称	工作单位	职责分工	备注
	学校教师	姚盼盼	教研室主任	讲师	安徽国际商务职业学院	全面负责方案修订统筹	修订主持人/主执笔人
		潘园园	专业带头人	教授	安徽国际商务职业学院	把控专业方向，审核人才培养方案	专业带头人 / 审核人
		王扬宇	副院长	讲师	安徽国际商务职业学院	对接企业实训资源	课程体系设计成员
		付梦汝	专任教师	讲师	安徽国际商务职业学院	优化专业基础课与核心课程内容	教学内容优化成员
		李静雯	专任教师	讲师	安徽国际商务职业学院	收集岗位需求数据	校企合作协调员
		张海娟	教研室主任	副教授	安徽省马鞍山工业学校	中职课程体系设计	课程体系设计成员
		曹景棚	信息中心主任	讲师	安徽省马鞍山工业学校	中职课程内容优化	教学内容优化成员
	行业企业专家	张灵	经理		安徽合力股份有限公司	课程设置及内容优化	

		李志鹏	总经理		安徽声浪科技有限公司	课程设置优化	
		常磊	总经理		安徽鲜森绿色食品有限公司	课程内容优化	
		夏俊生	会长		安徽省网商协会	课程体系优化	
	高校同行	杜淑琳	院长	教授	安徽职业技术学院现代商务学院	人培方案论证	
		曹宝亚	副院长	副教授	安徽财贸职业学院经济贸易学院	人培方案论证	

十一、附录

安徽国际商务职业学院专业人才培养方案变更申请表

学院： 电子商务学院

填表日期： 2025 年 6 月 10 日

专业名称	电子商务	年级	2022 级
更改前后信息对照			
更改前		更改后	
课程名称		课程名称	人工智能基础
开课学期		开课学期	第 7 学期
开课学院		开课学院	信息工程学院
学分		学分	36
周课时		周课时	2
总课时		总课时	36
考核方式		考核方式	考查
更改原因	增加《人工智能基础》课程，提升学生对新技术的理解和应用，紧密衔接企业岗位工作任务。		
教研室主任 审批意见	 	学院领导 审批意见	
教务处处长 审批意见		分管校领导 审批意见	

