



陽泉職業技術學院
YANGQUAN VOCATIONAL AND TECHNICAL COLLEGE

阳泉职业技术学院

电子商务专业

人才培养方案

二零二五年 六月

目 录

一、专业名称及代码	- 1 -
二、入学基本要求	- 1 -
三、修业年限	- 1 -
四、职业面向	- 1 -
五、培养目标	- 2 -
六、培养规格	- 2 -
(一) 思想品德与职业素养	- 2 -
(二) 文化与专业知识	- 3 -
(三) 专业核心能力	- 3 -
(四) 综合能力	- 4 -
(五) 身心素质	- 4 -
七、课程设置及要求	- 4 -
(一) 公共基础课程	- 4 -
(二) 专业课程	- 13 -
(三) 实践性教学环节	- 22 -
(四) 课程思政融入机制	- 23 -
(五) 学时安排	- 24 -
1. 教学周数分配表	- 25 -
2. 教学进度表	- 25 -
3. 学时学分分配表	- 28 -
八、师资队伍	- 28 -
(一) 队伍结构	- 28 -
(二) 专业带头人	- 28 -
(三) 专任教师	- 29 -
(四) 兼职教师	- 29 -
九、教学条件	- 30 -
(一) 教学设施	- 30 -
(二) 教学资源	- 30 -
十、质量保障和毕业要求	- 31 -
(一) 教学方法、手段与教学组织	- 31 -
(二) 教学考核评价	- 33 -
(三) 教学管理	- 36 -
(四) 毕业生质量保障机制	- 36 -
(五) 毕业要求	- 37 -
十一、附录	- 39 -
(一) 参考依据	- 39 -
(二) 人才培养方案修订团队	- 39 -

阳泉职业技术学院

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务（530701）

二、入学基本要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力者。

三、修业年限

三年

四、职业面向

表1 本专业职业面向

所属专业类(代码)	对应行业(代码)	主要职业类别(代码)	主要岗位(群)或技术领域	职业类证书	区域特色对接领域
电子商务类(5307)	互联网和相关服务(64) 批发业(51) 零售业(52)	电子商务师 S(4-01-06-01)、互联网营销师 S(4-01-06-02)、营销员(4-01-02-01)、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)	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	1+X 职业技能证书： 直播电商(中级) 网店运营推广(中级) 电子商务数据分析(中级)	阳泉农产品电商运营、本地零售O2O、煤炭电商服务平台运营

五、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。

六、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：

（一）思想品德与职业素养

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，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。遵守国家法律、行业规定及职业道德准则，具备爱岗敬业的职业精神、精

精益求精的工匠精神和强烈的社会责任感。树立正确的劳动观，尊重劳动、热爱劳动，弘扬劳模精神与劳动光荣的时代风尚，能将劳动精神、劳模精神、工匠精神融入职业实践。我院思政部教师与专业教师建立结对机制，打破学科壁垒，协同开展教学研究，共同开发教学资源，创新考核评价体系，将思政教育元素有机融入专业课程体系，实现“知识传授”与“价值引领”的同频共振。

（二）文化与专业知识

掌握必备的科学文化知识，包括语文、数学、英语、信息技术等基础内容，具备良好的人文素养与科学素养。熟悉零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等专业基础理论，了解电子商务相关法律法规（如电子商务法、消费者权益保护法、税收征收管理法等），掌握数据化运营、网店运营、网络营销、视觉设计等核心专业知识，同时了解大数据、人工智能等新兴技术在电子商务领域的应用。

（三）专业核心能力

具备行业产品分析与市场细分能力，能制定商品规划方案、促销策略，通过数据与用户反馈优化商品，完成 O2O 运营目标。掌握电子商务数据分析与社群管理工具运用技能，能实施引流、活动策划及用户画像分析，实现用户拉新、留存、促活与转化。拥有市场调查、活动策划与营销推广能力，会使用各类平台营销工具，完成活动文案设计、广告投放及效果评估。能细化销售目标、构建销售漏斗，运用订单管理系统，优化销售方案并

跟进业务流程。具备智能客服系统运用与管理能力，能处理客户投诉、进行风控管理及制作数据分析报告。掌握平面设计和音视频制作软件，能完成店铺页面设计、短视频策划与剪辑。拥有用户需求挖掘与电商产品开发能力，能建立需求模型、设计产品呈现方式及生命周期路线图。

（四）综合能力

具备良好的语言表达、文字写作与沟通合作能力，能有效进行团队协作，学习并运用 1 门外语开展职场交流。拥有探究学习、终身学习及可持续发展能力，能整合知识解决复杂问题。具备一定的创新意识与创业能力，能适应行业数字化、智能化发展趋势。

（五）身心素质

掌握身体运动基本知识，至少具备 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、卫生与行为习惯。具备良好的心理调适能力，能应对职业压力与挫折。掌握美育基础知识，具有一定的文化修养与审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好，实现德智体美劳全面发展。

七、课程设置及要求

课程设置主要包括公共基础课程和专业课程，细分为五个模块，即：公共课基础模块、专业基础课模块、专业必修课模块、专业拓展课程模块、实习模块。

（一）公共基础课程

1. 公共基础必修课程

开设军事训练、军事理论及国防教育、思想道德与法治、形式与政策、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、党史及红色阳泉历史、国家安全教育、劳动教育、大学生心理健康教育、体育、大学英语、专业英语、急救知识与技术。

2. 公共选修课程

开设普通话教程、大学语文、中华优秀传统文化概要、创新创业教育、大学生职业发展与就业指导、信息技术基础、公共艺术（美育）等，此外，还应当组织开展劳动实践、创新创业实践、志愿服务及其他社会公益活动。

表2 主要基础课程教学内容及要求

序号	课程名称	主要内容及要求	课程目标	教学要求
1	军事训练（必修）	1. 中国人民解放军共同条令教育； 2. 队列训练； 3. 格斗基础； 4. 军体拳； 5. 内务秩序； 6. 紧急集合； 7. 拉练； 8. 射击。	素质目标： 养成良好的军事素养，增强组织纪律观念，培养学生令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风，全面提升综合军事素质。 知识目标： 了解中国人民解放军三大条令的主要内容，了解轻武器的战斗性能，了解格斗的基本知识，了解紧急集合、徒步行军等的基本要求、方法和注意事项。 能力目标： 掌握队列动作的基本要领，掌握射击动作要领，培养分析判断和应急处置能力以及良好的综合军事能力。	学时与学分： 第一学期开设2周，2学分，参考学时112
2	军事理论及国防教育（必修）	1. 中国国防； 2. 国家安全； 3. 军事思想； 4. 现代战争； 5. 信息化装备	素质目标： 激发学生的爱国情感，增强学生的国防意识，提高学生的国防观念，培养良好的军事素质。 知识目标： 帮助了解中国国防建设现状和国家安全形势，了解我国各个时期军事思想和战略部署，明确现代战争与信息化武器装备紧密联系的相关知识。 能力目标： 提高学生综合国防素质，为国防和	学时与学分： 第一学开设，2学分，参考学时36

序号	课程名称	主要内容及要求	课程目标	教学要求
			军队建设培养大批德智体美劳全面发展的后备人才。	
3	思想道德与法治(必修)	本课程开展马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观教育,帮助学生提升思想道德素质和法治素养。	<p>知识目标:掌握新时代青年使命;掌握人生观理论、马克思主义理想信念理论;掌握中国精神、社会主义核心价值观理论;掌握道德相关理论;掌握法律基础知识等。</p> <p>能力目标:掌握新时代青年使命;掌握人生观理论、马克思主义理想信念理论;掌握中国精神、社会主义核心价值观理论;掌握道德相关理论;掌握法律基础知识等。</p> <p>素质目标:掌握新时代青年使命;掌握人生观理论、马克思主义理想信念理论;掌握中国精神、社会主义核心价值观理论;掌握道德相关理论;掌握法律基础知识等。</p>	学时与学分: 第一、二学期开设,3学分,参考学时54
4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	主要讲授马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果,包括毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果以及中国特色社会主义理论体系的形成发展及主要内容。	<p>知识目标:掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观形成的历史背景、主要内容及历史地位。</p> <p>能力目标:提升学生运用马克思主义理论武装头脑、分析问题、解决问题的能力。</p> <p>素质目标:帮助学生树立马克思主义、共产主义理想信念,坚定“四个自信”。</p>	学时与学分: 第三学开设,2学分,参考学时36
5	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	本课程包括“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”“六个必须坚持”等内容体系。	<p>知识目标:掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的形成发展过程、科学体系、历史地位和指导意义。</p> <p>能力目标:提高学生分析问题、解决问题的能力,使学生成为兼具科学价值信仰与科学理论涵养的新时代青年。</p> <p>素质目标:引导学生坚定理想信念、加强理论修养、勇担时代重任。</p>	学时与学分: 第四学开设,3学分,参考学时54

序号	课程名称	主要内容及要求	课程目标	教学要求
6	形势与政策（必修）	重点讲授党的理论创新最新成果、新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践、全面从严治政、我国经济社会发展形势与政策、港澳台工作形势与政策、国际形势与政策等。	<p>知识目标：帮助学生了解国内外大事，认识和把握当前形势。坚定大学生走中国特色社会主义道路的理想信念。</p> <p>能力目标：提高学生运用矛盾的观点、联系的观点、发展的观点和全面的观点观察形势、分析问题的能力，认清国内外形势。</p> <p>素质目标：提高学生理解政策的水平和政治觉悟，全面、准确地理解党的路线、方针和政策，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心，增强使命意识。</p>	学时与学分：第一、二、三、四学期开设，1学分，参考学时 32
7	党史及红色阳泉历史（必修课）	党在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、中国特色社会主义进入新时代四个历史时期的重大事件、重要会议、重要人物、重大历史成就以及阳泉的红色故事等。	<p>知识目标：掌握党史上的重大事件、重要会议、重要人物以及历史性成就。</p> <p>能力目标：树立正确党史观，准确把握党的历史发展的主题主线、主流本质，正确对待党在前进道路上经历的失误和曲折，坚决反对和抵制历史虚无主义。</p> <p>素质目标：提升学生的政治认同、思想认同、情感认同，做到“学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行”。</p>	学时与学分：第二学开设，1学分，参考学时 18

序号	课程名称	主要内容及要求	课程目标	教学要求
8	创新创业教育	1. 创新创业教育与人生发展 2. 创新思维 3. 创新方法 4. 创新训练之产品设计 5. 创新训练之商业模式 6. 创业者与创业团队 7. 创业资源整合与创业风险规避 8. 新企业的创办、生存与成长 9. 商业计划书与项目路演 10. 学生项目路演现场展示	知识目标: 使学生掌握开展创新创业活动所需要的基本知识。认知创新创业的基本内涵和创新创业活动的特殊性,辩证地认识和分析创业者、创新创业机会、创新创业资源、创新创业计划和创新创业项目。 能力目标: 使学生具备必要的创新创业能力。掌握创新创业资源整合与创新创业计划撰写的方法,熟悉创新创业的基本流程和基本方法,提高创办和管理企业的综合能力。 素质目标: 树立科学的创新创业观。激发学生的创新创业意识,提高学生的社会责任感和创业精神,主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求,正确理解创业与职业生涯发展的关系,自觉遵循创业规律,积极投身创业实践,促进学生创业、就业和全面发展。	学时与学分: 第一学开设,1学分,参考学时18
9	大学生职业发展与就业指导	1. 职业生涯规划概述 2. 了解自我 3. 了解职业世界 4. 决策与目标设立 5. 实施与撰写生涯规划书(2种) 6. 求职准备概述 7. 简历设计 8. 面试技巧 9. 必备职业素养	知识目标: 了解职业发展的阶段特点;较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境;了解就业形势与政策法规;掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识以及创新创业的基本知识。 能力目标: 通过本课程的教学,大学生应当掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等,还应该通过课程提高学生的各种通用技能,比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、社交礼仪和人际交往技能等。 素质目标: 树立起职业生涯发展的自主意识,树立积极正确的人生观、价值观和就业观念,把个人发展和国家需要、社会发展相结合,确立职业的概念和意识,愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。	学时与学分: 第二学开设,1学分,参考学时18

序号	课程名称	主要内容及要求	课程目标	教学要求
10	公共艺术（美育）	<p>基础型课程：使学生掌握艺术基本知识和技能，培养学生对艺术的兴趣和健康的艺术审美观念与情趣，促进学生艺术素养形成与发展。</p> <p>拓展型课程：发展学生对艺术的兴趣爱好，开发学生的艺术潜能，为学生进一步发展艺术的某些专长奠定基础的课程。</p> <p>探究型课程：学生自主运用探究性学习方式，针对艺术某一领域的问题进行更深入地学习、研究，从而获得并应用新的知识，培养发现和解决问题能力的课程。</p>	<p>素质目标：以审美和人文素养培养为核心，培养树立爱国主义精神、职业道德素养和社会责任感，形成正确的世界观、人生观、价值观，从而落实立德树人根本任务，培育学生职业精神。</p> <p>知识能力目标：本课程以创新能力培育为重点，赏析艺术作品为导向，采用赏、做相结合的模式，通过强化学生的欣赏能力，让学生在了解艺术作品基础知识的同时，培养创新思维，提高审美能力，促进学生全面发展。</p>	<p>学时与学分：第一学期开设，每周2课时，2学分，参考学时36</p>
11	大学生心理健康教育（必修）	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解健康与心理健康的概念，掌握大学生心理健康的标准与大学生健康心理的培养方法。 2. 对心理咨询有整体性认识。 3. 帮助学生学会适应环境的变化。 4. 明确树立自我意识的重要性。 5. 正确认识自身气质和性格。 6. 正确认识情绪管理对自身发展的重要性，掌握健康情绪的标准，以及调节情绪的方法。 7. 培养学生创建和谐人际关系的能力，进一步促 	<p>知识目标：通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。</p> <p>能力目标：通过本课程的教学，使学生掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等。</p>	<p>学时与学分：第一学开设，2学分，参考学时36</p>

序号	课程名称	主要内容及要求	课程目标	教学要求
		使学生与他人建立良好的人际关系。		
12	信息技术基础（选修）	1. 文档处理 2. 电子表格处理 3. 演示文稿制作 4. 信息检索 5. 新一代信息技术 6. 信息素养与社会责任	素质目标： 培养信息意识和信息社会责任，逐步形成正确价值观和必备品格。 知识目标： 掌握常用的信息化办公软件和技术；掌握信息查询和获取的主要方式；了解人工智能、物联网和区块链等为代表的新一代信息技术。 能力目标： 通过理实一体化教学，提升学生应用信息技术解决问题的综合能力；通过对信息行业相关知识的了解，内化形成职业素养和行为习惯自律能力。	学时与学分： 第一学开设，3学分，参考学时54
13	体育与健康（必修）	1. 基础运动能力：包括田径类和体操类 2. 球类运动：包括大球类/小球类和其他，如毽球等 3. 民族传统体育：武术和其他（太极拳/花样跳绳等） 4. 体能发展：贯穿于所有运动项目中，并有专门练习。与国家学生体质健康测试项目紧密结合。 5. 健康生活方式与行为养成：健康生活，心理健康，运动安全等。	素质目标： 培养坚韧意志、团队协作与规则意识，树立“健康第一”理念，强化自律与抗挫折能力，通过运动养成积极心态，理解体育精神对个人及社会适应的意义； 知识目标： 掌握运动生理机制、科学锻炼原则、损伤预防处理；熟悉田径、球类等项目规则与技术原理，了解体育与营养、健康管理的关联，具备识别科学运动的能力； 能力目标： 熟练掌握2项及其以上单项体育运动技能，不断提升力量、耐力等身体素质；能自主制定个性化锻炼计划，养成终身运动习惯，增强应急体能与肢体协调能力，适应工作岗位体能需求。	学时与学分： 第一、二、三学期开设，6学分，参考学时108
14	劳动教育（必修）	1. 劳动精神； 2. 劳模精神； 3. 工匠精神； 4. 劳动组织； 5. 劳动安全和劳动法规等。	素质目标： 树立正确的劳动观念，培养积极的劳动精神，养成良好的劳动习惯和品质。 知识目标： 熟悉劳动组织方法、劳动安全知识和劳动法规等。 能力目标： 具备必备的劳动能力与劳动技能。	学时与学分： 第一、二、三、四学期开设，1学分，参考学时16

序号	课程名称	主要内容及要求	课程目标	教学要求
15	中华优秀传统文化概要（选修）	1. 传统文学及哲学 2. 传统技艺及演艺 3. 传统艺术 4. 传统医药 5. 传统美食及风俗习惯 6. 传统道德	<p>素质目标：使学生热爱祖国文化，增强学生的文化自信，培养学生具有优秀的职业意识、职业道德、职业态度、职业作风等，具有独立性、责任心、敬业精神、团队意识。</p> <p>知识目标：掌握中华优秀传统文化的基本知识，包括传统文学、古代哲学思想的内涵及文化影响、传统技艺、传统艺术的形式及作品、饮食文化、传统医药学知识、传统风俗习惯等等。</p> <p>能力目标：提高学生的审美鉴赏能力，能够深入理解中华传统文化的独特魅力，掌握中华传统美学的基本原理和审美标准，培养学生的探究学习、终身学习的能力、团队合作能力、创新思维能力。</p>	学时与学分： 第一学开设，2学分，参考学时36
16	国家安全教育（必修）	1. 专业教育，安全教育； 2. 政治安全； 3. 国土安全； 4. 军事安全； 5. 经济安全； 6. 文化安全； 7. 社会安全； 8. 科技安全； 9. 网络安全； 10. 生态安全； 11. 资源安全； 12. 核安全； 13. 海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展新型领域安全。	<p>素质目标：真正形成责任感、集体荣誉感，心存敬畏，牢固树立党的意识、安全意识。牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识。</p> <p>知识目标：了解和熟悉院系发展历史、专业发展历程、行业发展动态及趋势、校园环境、教学管理制度、学生管理制度等。深入理解和准确把握总体国家安全观</p> <p>能力目标：能遵守公序良俗，能执行制度和纪律，具有一定的安全防护和维护国家安全的能力。</p>	学时与学分： 第一、二、三、四学期开设，1学分，参考学时24

序号	课程名称	主要内容及要求	课程目标	教学要求
17	普通话教程(选修)	1. 了解汉语方言与普通话,掌握学习普通话的具体方法。 2. 了解声母、韵母的分类及发音,掌握分辨的方法,进行发音训练。 3. 掌握音节的拼读和拼写技巧。 4. 进行普通话音变训练。 5. 掌握朗读的技巧,语言交际的技巧。 6. 掌握普通话水平测试的内容、应对策略,熟悉计算机辅助普通话水平测试的流程。	素质目标 1. 语言礼仪:学习符合普通话文化背景的礼貌用语。 2. 语境适应:区分正式与非正式场合的语言风格。 知识目标 掌握普通话的基本语音知识,熟练拼读所有标准音节,学习普通话常用词汇和规范语法,掌握朗读技巧。 能力目标 能够使用普通话进行日常交流,适应生活场景。能够适应职场需求,进行专业表达。为普通话水平测试做准备。	学时与学分: 第一学开设,1学分,参考学时18
18	大学英语(必修)	1. 基础的职场多模态语篇和应用文、说明文; 2. 本课程基础模块的词汇知识、语法知识、语篇知识和语用知识,世界多元文化和中华文化,尤其是职场文化和企业文化知识; 3. 中英两种语言的基础的理解、表达技能和互动技能。	素质目标: 促进英语学科核心素养的发展,培育正确三观和国际视野下的文化自信与文化输出素养。 知识目标: 掌握基本英语知识和职场应用中基本交流技能知识,掌握跨文化背景下的口头交流、书面沟通技巧与知识。 能力目标: 能用英语在未来职场进行有效沟通,具备用英语进行口头和书面处理问题的能力。	学时与学分: 第一学开设,2学分,参考学时36
19	专业英语(必修)	1. 贸易流程 2. 商务沟通 3. 商务业务联系 4. 国际商务会议文化和礼仪 5. 业务推广	素质目标: 提高商务英语专业知识涵养,同时加强团队合作意识、职业道德素质、创新意识、民族自豪感的培养 知识目标: 提高语言技能和商务沟通能力,在提高听、说、读、写、译五大能力的基础上,了解商务知识,并学以致用 能力目标: 了解商务英语语言性质和特点,增加商务英语词汇量,深入了解商务情景,提高商务英语语言应用能力	学时与学分: 第二学开设,2学分,参考学时36

序号	课程名称	主要内容及要求	课程目标	教学要求
20	大学语文（选修）	1. 掌握中国诗歌的发展脉络及特点 2. 掌握散文、小说、戏剧的基本知识 3. 进行各时期代表作品赏析	<p>素质目标：学习和感悟各时期优秀文学作品，培育学生树立正确的世界观、人生观、价值观，弘扬爱国主义、集体主义精神，拓宽学生的文学与文化视野，陶冶性情，为各系各专业培养高素质人才。</p> <p>知识目标：进一步掌握语言、文学基础知识，帮助有专升本需求的学生扎实语文学科的基础知识，掌握应用文的写作方法和技巧，能够根据情境，规范写作专业所需公文，提高学生的写作水平与文学素养。</p> <p>能力目标：进一步提高学生理解和运用祖国语言文字的能力，培养和提高学生鉴赏评价文学作品的的能力。</p>	学时与学分： 第二学开设，2学分，参考学时36
21	急救知识与技术	1. 急救基础知识； 2. 日常急症处理； 3. 意外伤害处理； 4. 创伤急救处理； 5. 心理疏导等。	<p>素质目标：培养具备公共安全意识、团队合作精神和责任感，能在紧急情况下迅速做出反应并有效执行急救操作的新时代技能人才。</p> <p>知识目标：掌握急救基础知识、常见急救技术及各类急症的处理原则。</p> <p>能力目标：通过理实一体化教学，数字化资源平台辅助教学，提升学生安全防范、应急处置、自救互救能力。</p>	学时与学分： 第二学开设，1学分，参考学时16

（二）专业课程

1. 专业基础课程

设置8门专业基础课程。包括电子商务基础、商务数据分析、零售基础、管理学基础、市场营销、财税基础、数据可视化、电子商务法律法规。

表 3 专业基础课程教学内容及要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	电子商务基础	<p>通过本课程学习，学生能熟练掌握网络工具使用方法，并能利用网络工具搜集、处理商务信息；能熟练掌握电子商务师实验室软件中 B2C、C2C、B2B、EDI、物流、网络营销、CA 认证、网上银行、网上单证等模块操作流程，并能将所学技能创造性地应用于淘宝、阿里巴巴等知名电子商务网站的实践；能初步进行市场调研、营销策划，掌握电子商务创业策划书的写作规范，以提高分析问题、解决问题的能力及创新能力；能够了解在淘宝网开设网上商店、进行网店管理、网店装修的基础知识，并掌握网店经营、网上支付、物流配送等技能。</p> <p>主要教学内容：电子商务概述；电子商务技术基础；电子商务模式与交易。</p>	54
2	商务数据分析与应用	<p>教学要求：本课程的学习是让学生理解数据分析的意义、作用和流程操作，培养学生分析问题和解决问题的能力，培养学生自主学习和适应新知识、新技术的能力，培养具有社会主义核心价值观的电商管理人才。</p> <p>主要教学内容：电子商务数据分析的思路与流程；采集电子商务平台数据并运用 EXCEL 等软件进行数据处理；电子商务数据分析方法、数据分析与预测；分析报告撰写等。</p> <p>该课程与 1+x 证书：直播电商相结合，实现课证融通。</p>	54
3	市场营销	<p>主要教学内容涵盖了市场营销的基本理论和实践方法。具体包括：市场营销基础知识、市场研究方法、市场营销环境分析、营销策略制定、营销组织与控制等。</p> <p>教学方法和要求：市场营销专业的教学方法强调理论与实践相结合，具体包括：①案例教学，通过具体案例分析，帮助学生理解和应用市场营销理论；②课堂讨论，通过课堂讨论，培养学生的批判性思维和团队合作能力；③实践训练，通过实践训练，提高学生的实际操作能力和解决问题的能力。</p>	54

4	零售基础	<p>教学要求：本课程以“零售业务能力+职业素养”为核心，要求学生掌握零售行业基础概念、运作流程及数字化转型趋势，理解消费者行为分析、商品管理（选品/库存/定价）及促销策划的核心逻辑；培养学生在真实零售场景中发现经营问题、设计解决方案的实践能力（如市场调研、门店运营优化），提升自主学习新技术（如AI零售助手、智能补货系统）的适应性；注重融入社会主义核心价值观，通过诚信经营案例解析、消费者权益保护法规学习及绿色零售实践，培养具备社会责任感、合规意识与创新思维的电商管理人才。</p> <p>主要教学内容：课程涵盖零售业态演变、消费者行为分析、商品管理（选品/库存/定价）、促销活动策划、私域流量运营等核心模块，结合数字化工具（电商平台、CRM系统）应用，融入《中华人民共和国消费者权益保护法》等法规解读及绿色零售、即时零售等创新案例，形成“行业认知—运营实操—合规创新”的知识闭环。</p>	36
5	管理学基础	<p>通过本课程的学习，一方面使学生了解基本的管理知识，认识管理的作用，激发从事管理工作的兴趣；另一方面，通过方法的传授和对案例的分析，提高学生的观察能力、思考能力、判断能力和操作能力，能运用所学知识解决简单的管理实践问题。最终使学生养成自觉地按照管理的原理、方法处理日常事务的习惯。</p> <p>主要教学内容：管理系统；管理思想；计划；组织；领导；企业管理与改革等。</p>	36
6	财税基础	<p>教学要求：本课程以“财税实务能力+职业素养”为核心，要求学生掌握电子商务领域财税法规基础，理解电商交易核算、发票管理及成本利润分析的核心逻辑；培养学生处理电商平台账务、编制基础财务报表及税务申报的能力；注重融入社会主义核心价值观，通过诚信纳税案例解析、反洗钱法规学习及绿色财税实践，培养具备合规意识、风险防范能力与社会责任的电商管理人才。</p> <p>主要教学内容：课程涵盖电子商务财税法规框架（增值税/所得税/跨境电商税务）、交易核算（收入确认/成本分摊/平台扣费）、税务申报（增值税申报表/税收优惠应用）等核心模块，结合数字化工具（电子发票系统/财务软件）实操，融入《中华人民共和国税收征收管理法》《中华人民共和国电子商务法》等法规解读及绿色财税（碳税政策）、行业创新案例（直播电商分账模式），形成“法规认知—财税实务—合规风控”的知识闭环。</p>	36

7	电子商务法律法规	<p>通过该课程的学习，掌握电子商务法基本知识，熟悉电子商务法的法律关系，明确各主体的法律责任和义务，掌握电子商务法律法规的基本内容和要求。对于电子商务法相关条款能够熟练运用。</p> <p>主要教学内容：电子商务主体确认的法律制度、电子签名法律制度、电子支付法律制度、电子商务安全保障与争议解决制度、其他相关电子商务法律制度。</p>	36
8	商务数据可视化	<p>教学要求：本课程以“数据洞察力+技术应用”为核心，要求学生掌握商务数据可视化的基本原理、图表类型选择逻辑及数据故事化表达方法，理解可视化在电商运营、市场分析中的决策支持价值；培养学生利用工具完成数据处理，通过真实业务场景强化从数据到商业洞察的转化技能，并提升应对多源数据的整合与可视化适应性；注重数据伦理与信息真实性教育，通过数据造假案例反思、隐私保护法规解读，培养具备严谨分析思维与社会责任感的商务人才。</p> <p>主要教学内容：课程涵盖初识商务数据可视化、商务数据可视化图表的设计与优化、市场数据可视化、商品数据可视化、客户数据可视化、营销推广数据可视化、运营成果数据可视化等，融入数据安全规范与商业伦理案例，形成“数据准备—设计表达—决策支持”的能力闭环。</p>	54

2. 专业核心课程

为落实“课证融合”要求，围绕“1+X 证书制度”，对接1+X 直播电商、1+X 网店运营推广、1+X 新媒体营销三项职业技能等级证书的标准与内容，构建了《数据化运营》《视觉营销设计》《网店运营》《网络营销》四门课证融通课程。

结合专业岗位要求，融入“课证融合”“课赛融通”理念，设置网络营销、网店运营、视觉营销设计、数据化运营、互联网销售、互联网产品开发、零售门店 O2O 运营为专业核心课程。

表 4 专业核心课程教学内容及要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容和要求	参考学时
1	网络营销	<p>网络营销 典型工作任务为营销活动策划与执行，工作内容主要有市场分析、活动主题与目标确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、活动过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结。</p> <p>运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、人工智能技术、数字化营销工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>① 掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具、数字化营销工具的使用方法和各类平台的运营规则，借助人工智能技术分析与评估市场，确定活动主题与活动目标，策划营销活动方案。</p> <p>② 整合各类资源，结合数字化营销工具分解活动任务。</p> <p>③ 运用人工智能技术开展整合营销与广告投放，提升精准度。</p> <p>④ 跟踪、监控线上线下营销活动，利用数据分析工具与人工智能技术分析活动效果，优化活动方案。</p> <p>⑤ 评估并复盘整个营销活动，结合数字化营销工具数据反馈，提出有效改进方案。</p> <p>课赛融通：课程授课过程中将省赛平台引入课堂，实现课赛融通。</p>	54
2	网店运营	<p>典型工作任务为网店运营，工作内容主要有运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析。</p> <p>运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、人工智能技术、数字化营销工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>① 掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理、数字化营销工具应用等知识。</p> <p>② 运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位、人工智能技术辅助决策等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。</p> <p>③ 能够借助人工智能工具进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。</p> <p>④ 能够利用数字化营销工具进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。</p> <p>课赛融通：课程授课过程中将省赛平台引入课堂，融入人工智能技术与数字化营销工具实操，实现课赛融通。</p>	54

3	数据化运营	<p>典型工作任务为数据化运营,工作内容主要有确定运营目标、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化、持续跟踪。</p> <p>运用计算机、打印机、数据采集工具、数据分析工具、人工智能技术、数字化营销工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>① 理解数据分析指标体系概念,掌握数字化营销工具相关数据逻辑。</p> <p>② 掌握数据分析的方法与方法论、人工智能技术分析模型,能根据数据运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据。</p> <p>③ 运用数据分析工具、人工智能技术,对市场数据、客户数据、运营数据、销售数据、供应链数据进行全过程分析及可视化呈现,结合数字化营销工具输出洞察。</p> <p>④ 撰写数据分析报告,借助人工智能技术辅助判断,提出运营优化和改进建议。</p> <p>课赛融通:课程授课过程中将省赛平台引入课堂,实现课赛融通。</p> <p>将该课程与1+x直播电商证书相结合,实现课证融通。</p>	54
4	视觉营销设计	<p>典型工作任务为视觉设计,工作内容主要有店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计。</p> <p>运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>① 掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。</p> <p>② 能够根据店铺定位进行PC端、移动端页面装修,设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料。</p> <p>③ 结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。</p> <p>④ 能够进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计,及时分析新媒体发展,提出视觉提升方案。</p> <p>⑤ 能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。</p> <p>课赛融通:课程授课过程中将省赛平台引入课堂,实现课赛融通。</p>	72

5	互联网销售	<p>典型工作任务1为销售方案执行与优化,工作内容主要有销售目标与销售漏斗建立、销售票据处理、销售管理工具运用、自营渠道账单管理、CRM转化、销售数据分析、方案评估与改进。</p> <p>典型工作任务2为客户服务管理,工作内容主要有客服方案制定和优化、顾客纠纷处理、智能客服训练、客户风控管理、客户服务质量监控。</p> <p>运用办公软件、财税软件、ERP与CRM系统、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>① 掌握客户服务管理基础知识、主流电子商务平台交易规则、ERP与CRM等销售管理工具运用。</p> <p>② 能够分解和制定产品O2O销售目标,有效识别和跟进销售线索;能够有效进行销售票据的处理、订单确认及跟踪、自营渠道订单管理。</p> <p>③ 根据企业销售目标,建立产品销售漏斗,进行销售数据统计与分析,对销售方案进行评估与改进。</p> <p>④ 能够制定和优化客户服务方案,进行智能客服机器人训练、客户投诉处理、新老客户转化服务等。</p>	36
6	零售门店O2O运营	<p>典型工作任务为行业运营,内容主要有运营数据采集、运营数据分析、商品规划、商品发布与优化、行业商家管理、活动运营、用户运营。运用数据采集与处理工具、促销活动工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>① 掌握电商平台和本行业特点,运用用户模型、漏斗模型,分析用户需求、细分市场及竞品,制定商品规划方案,形成商品配置策略,完成电商产品的开发。</p> <p>② 根据运营规划,制定新品全渠道促销策略,在平台或自有网站发布、调整优化商品信息。</p> <p>③ 设定O2O运营目标,协调和整合资源,使用促销活动工具和营销产品进行全渠道活动推广。</p> <p>④ 建立用户成长体系并进行精准营销。</p>	54
7	互联网产品开发	<p>典型工作任务为互联网及电商产品开发,工作内容主要有产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、UI设计与打样、产品开发实施与推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核。</p> <p>运用平面设计软件、UI设计软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>① 掌握PEST和SWOT分析方法,熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具。</p> <p>② 能够分析产品投放的投资回报率,制定互联网产品战略规划和开发方案,并建立产品需求模型和应用场景。</p> <p>③ 能够进行电商产品呈现方式及UI设计,跟进产品开发进度。</p> <p>④ 选择产品发布渠道,撰写产品渠道测试报告,组织实施产品发布;对电商产品开发进度进行评估与考核。</p>	54

3. 专业拓展课程

开设商品拍摄与素材编辑、消费者行为分析、商务礼仪、客户服务与管理、图形图像处理、直播运营、新媒体营销、现代物流、短视频策划与制作为专业拓展课。

表5 主要专业拓展课程教学内容及要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	商品拍摄与素材编辑	<p>通过本课程的学习，培养学生具有操控单反相机，能够搭建商品拍摄场景、控制灯光、模特摆拍等商品摄影工作所必需的知识、技能和态度，掌握 PhotoshopCS6 软件的使用方法，以达到能利用 PS 软件独立完成海报制作，广告设计等综合案例的能力，从而增强自身图像处理创意思维，获得更加健康的审美意识和较高的艺术设计鉴赏能力，成为具有中级或高级电子商务师职业资格的技能型人才。</p> <p>主要教学内容根据摄影色彩、构图策略，拍摄出曝光合理、主题突出的商品照片；根据商品的特点进行创意设计，提高用户关注度；运用相关软件对图片进行处理，展示从整体到局部的商品特性，突出商品卖点。</p>	36
2	客户服务与管理	<p>通过本课程的学习，培养学生树立客户至上的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等工作，培养学生的学习能力、实践能力、创新能力和吃苦精神，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础，更要为学生的职业生涯中有能力不断获得新的职业技能和职业资格，创造更广阔的发展空间。</p> <p>主要教学内容：网店客服岗前准备、与顾客的有效沟通、客服的销售技能、售后服务、给顾客满意的购物体验、客户关系管理、科学管理客服等。</p>	36

3	商务礼仪	<p>丰富学生的知识结构，提高学员的礼仪素质，培养学员的礼仪意识，加强自身的礼仪修养，提高实际的与人交际及办事能力。帮助学生更好地从事销售类、关系管理类岗位工作。</p> <p>主要教学内容：礼仪概论、个人形象礼仪、交际礼仪、习俗礼仪。</p>	36
4	图形图像处理	<p>通过本课程的学习，学生能够具备初步的美学素养，掌握计算机图形设计基础知识和艺术规律，为后期的网店美工的学习奠定基础。</p> <p>主要教学内容：美学原理，Photoshop 的使用以及平面的版式、文字、图片、色彩等设计的基本理论和基础知识。</p>	72
5	新媒体营销	<p>通过本课程的学习，让学生们了解并掌握新媒体营销的基本知识、最新发展以及相关原理，熟练掌握网络营销、微博营销、微信营销、视频营销、移动营销、游戏营销、社群营销以及户外新媒体营销基本技巧。并通过大量案例分析，使得学生能够接触到业界前沿的最新成果。</p> <p>主要教学内容：网络营销、微博营销、微信营销、视频营销、移动营销、游戏营销、社群营销以及户外新媒体营销基本技巧。</p> <p>课证融合：与 1+X 直播电商技能证书相结合，实现课证融合。</p>	54
6	短视频与直播运营	<p>典型工作任务涵盖短视频运营与直播运营两大板块。</p> <p>在短视频运营方面，包括短视频内容策划（如确定主题、风格、剧本撰写）、短视频拍摄与剪辑制作、短视频平台发布与推广、短视频流量引入与粉丝维护、短视频成本控制、短视频数据分析与优化等。在直播运营方面，包含直播间运营策划、直播间流量引入、直播成本控制、直播过程监测与调整、直播风险把控、供应链协调、人员分配、直播全程数据分析与优化等。</p> <p>主要教学内容与要求：① 掌握主流短视频平台及直播平台的规则，熟悉短视频与直播在运营、选品、脚本策划、引流、数据分析等方面的流程和技巧。② 能够独立策划短视频主题和直播主题，完成短视频的拍摄与剪辑，搭建符合主题的直播间。③ 具备制定短视频推广方案和直播方案的能力，并能根据数据反馈动态调整短视频内容和直播内容。④ 建立短视频发布及直播过程中的风险预案，能有效应对各类突发状况。⑤ 熟练分析短视频数据（如播放量、完播率、点赞量、转发量、粉丝增长数等）和直播数据（如观看人数、互动率、转化率、销售额等），并据此进行优化总结，提升运营效果。</p> <p>课证融合：与 1+X 直播电商技能证书相结合，实现课证融合。</p>	36

7	现代物流	<p>通过该课程的学习，要求学生了解电商企业物流管理的基本知识，掌握常见的现代物流技术，能合理进行运输管理、采购与仓储管理、装卸与搬运、配送管理，降低物流成本，掌握基本的物流管理软件使用的技巧；能结合实际情况进行物流管理方案策划和应用，并能提出自己的观点。</p> <p>主要教学内容：物流的基本概念、物流的产生与发展、物流系统及要素、现代物流的发展趋势、物流的基本功能、第三方物流、企业物流、现代物流管理、行业物流等。</p>	54
8	短视频策划与制作	<p>典型工作任务涵盖短视频策划与制作两大核心板块。</p> <p>在短视频策划方面，包括短视频主题定位与风格设计、目标受众分析、内容选题与创意构思、脚本撰写（含分镜头设计）、策划方案撰写等。在短视频制作方面，包含拍摄器材选择与调试、拍摄场景布置、运镜与构图设计、灯光与收音操作、视频剪辑（含转场、字幕、配乐、特效添加）、视频调色与包装等。</p> <p>主要教学内容与要求：① 掌握主流短视频平台的内容规则与用户偏好，熟悉短视频策划的全流程（从选题到脚本）和制作技术规范（拍摄、剪辑、包装等）。② 能够独立完成短视频的主题策划、创意构思及完整脚本撰写，具备根据主题选择合适拍摄设备、完成拍摄及剪辑制作的能力。③ 具备根据平台特性和目标受众调整内容策划方向的能力，能结合剪辑技巧增强视频吸引力，提升内容传播潜力。④ 树立短视频制作过程中的版权意识与内容合规意识，掌握常见素材（音乐、图片、字体）的合法使用方法，避免内容风险。⑤ 能够分析短视频基础数据（如播放量、完播率、点赞量、评论量等），并根据数据反馈优化策划思路和制作技巧，提升短视频质量。</p>	72

（三）实践性教学环节

实践性教学主要包括实习实训、社会实践活动等形式。

1. 实训

在校内外进行行业运营、网店运营、社群运营、数据化运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、智能客服、视觉营销设计、互联网及电商产品开发、全渠道营销推广等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

2. 实习

在生产制造、商贸流通及现代服务业的电子商务应用企业进行运营主管、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实习，包括认识实习和岗位实习。

为学生提供实习基地，选派专门的实习指导教师，加强对学生实习的指导、管理和考核。严格执行《电子商务专业岗位实习管理规定》标准要求。

第 1-2 个月：跟岗实习（熟悉岗位流程，辅助完成基础工作，如订单处理、客服咨询）；

第 3-4 个月：轮岗实习（在运营、营销、设计等岗位轮换，掌握多岗位技能）；

第 5-6 个月：顶岗实习（独立承担岗位任务，如独立运营店铺子栏目、策划小型营销活动）。

3. 课外活动环节

结合我院实际，开设了安全教育、社会责任、绿色环保、管理等方面的选修课程、拓展课程和专题讲座，并将有关内容融入专业课程教学；将创新创业教育融入专业课程教学和相关实践教学；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

（四）课程思政融入机制

我院思政教研室教师与专业教师建立结对机制，打破学科壁垒，协同开展教学研究，共同开发教学资源，创新考核评价体系，将思政教育元素有机融入电商专业课程体系，实现“知

识传授”与“价值引领”的同频共振。

在专业课程教学中，要深度融合电商行业职业道德、平台规则与诚信经营理念培育，着力培养学生“合规经营、诚信为本、精益求精、客户至上、协同创新”的职业品质。将数字经济时代的劳动精神、网络安全意识、数据保密观念、绿色电商理念贯穿于实训课程全过程。

要注重加强“数字工匠”的责任感与荣誉感的教育引导，在传授扎实的电商运营知识和过硬的实操技能（如直播带货、店铺运营、客户服务、数据分析等）的同时，教育引导學生始终将消费者权益、信息安全、平台信誉、服务质量放在首位。

强调遵守电商平台规则、尊重行业前辈指导、注重团队协作（如店铺运营中的前后端配合、直播团队的分工协作等）、善于沟通反馈（如与客户的有效沟通、团队内部的工作对接），全面提升职业素养、服务意识和合规经营意识。

要激发学生立足电商岗位、钻研数字技术、解决实际运营问题的“干一行、钻一行”的韧劲和创新意识，培养其分析市场数据、优化营销方案、改进运营策略、提升转化效率的实践能力。

特别要强化在应对电商大促流量高峰、处理客户投诉纠纷、参与紧急订单履约、进行店铺合规整改等实际工作场景下的规范操作、应急处理与团队协作能力，努力成为企业认可、行业需要、具有家国情怀和过硬本领的电商技能人才。

（五）学时安排

总学时不少于 2500 学时，其中，公共基础课总学时一般不少于总学时的 25%；实践性教学学时原则上不少于总学时的 50%；各类选修课程的学时累计不少于总学时的 10%。实习时间累计为 6 个月。

1. 教学周数分配表

	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
周数	20	20	20	20	20	20
其中：						
机动周	1	1	1	1		
考试周	1	1	1	1		
毕业设计、考试						1
授课周数	18	18	18	18		

2. 教学进度表

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	学时分配			按学期周学时分配						成绩考核			
					总学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六	考查	考试		
公共基	1	军事训练	JC010001	2	112		112	2周								√	
	2	军事理论及国防教育	JC010002	2	36	36		2								√	
	3	思想道德与法治 1	JC010003	3	54	36	18	2									√
		思想道德与法治 2	JC010004						2								√
	4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	JC010005	2	36	28	8			2							√
5	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	JC010046	3	54	36	18					3					√	

基础必修课	6	党史及红色阳泉历史	JC010023	1	18	18	0		1					√			
	7	体育与健康 1	JC010007	2	36	6	30	2							√		
	8	体育与健康 2	JC010008	2	36	6	30		2						√		
	9	体育与健康 3	JC010009	2	36	6	30			2					√		
	10	大学英语 1	JC010038	2	36	18	18	2							√		
	11	专业英语	JC010048	2	36	18	18		2						√		
	12	大学生心理健康教育	JC010013	2	36	32	4	2							√		
	13	急救知识与技术	JC010047	1	16	6	10		1						√		
	14	国家安全教育	JC010019	1	24	24	0	6 学时/学期							√		
	15	劳动教育	JC010020	2	16	6	10	4 实践/学期							√		
	16	形势与政策	JC010022	1	32	32	0	8 学时/学期							√		
	小计				30	614	308	306	10	8	4	3					
	限定选修课	1	普通话教程	JC010024	1	18	9	9	1							√	
		2	大学语文	JC010029	2	36	24	12		2						√	
		3	中华优秀传统文化概要	JC010015	2	36	24	12	2							√	
		4	创新创业教育	JC010016	1	18	9	9	1							√	
5		大学生职业发展与就业指导	JC010017	1	18	9	9		1						√		
6		信息技术基础	JC010014	3	54	12	42	3							√		
7		公共艺术（美育）	JC010018	2	36	30	6	2							√		
8		商务礼仪	GL102001	2	36	20	16		2						√		
9		客户服务与管理	GL312009	2	36	20	16			2					√		
小计					16	288	157	131	9	5	2						
专业基础	1	电子商务基础	GL112001	3	54	36	18	3							√		
	2	市场营销	GL112005	3	54	30	24	3							√		
	3	商务数据分析	GL112002	3	54	21	33		3						√		

课	4	电子商务法律法规	GL110001	2	36	24	12				2			√	
	5	管理学基础	GL112004	2	36	24	12				2			√	
	6	零售基础	GL112003	2	36	24	12		2					√	
	7	财税基础	GL112006	2	36	24	12				2			√	
	8	商务数据可视化	GL112007	3	54	18	36			3				√	
	小计				20	360	201	159	6	5	3	6			
专业核心课	1	网络营销	GL112009	3	54	36	18		3					√	
	2	网店运营	GL112008	3	54	24	30			3				√	
	3	视觉营销设计	GL112010	4	72	32	40		4					√	
	4	数据化运营	GL112011	3	54	24	30				3			√	
	5	互联网销售	GL112012	2	36	24	12			2				√	
	6	互联网产品开发	GL112013	3	54	24	30					3		√	
	7	零售门店 O2O 运营	GL112014	3	54	24	30					3		√	
	小计				21	378	188	190	0	7	5	9			
专业拓展课	1	图形图像处理	GL112018	4	72	28	44	4						√	
	2	商品拍摄与素材编辑	GL312001	2	36	14	22		2					√	
	3	短视频策划与制作	GL112020	4	72	20	52				4			√	
	4	短视频与直播运营	GL311001	3	54	18	36				3			√	
	5	现代物流	GL112019	3	54	30	24				3			√	
	6	新媒体营销	GL312012	3	54	24	30				3			√	
	小计				19	342	134	208	4	2	9	4			
实习实训	1	岗位项目化实训	GL111001	4	72		72				4			√	
	2	实习		32	576		576							√	
	3	毕业考试			10		10								
	小计				36	658		658				4			
合计					142	2640	988	1652	29	27	23	26			

3. 学时学分分配表

课程类型	学分	理论学时		实践学时	
		学时数	占总学时比例	学时数	占总学时比例
公共基础课	30	308	11.67%	306	11.59%
限定选修课	16	157	5.95%	131	4.96%
专业基础课	20	201	7.61%	159	6.02%
专业核心课	21	188	7.12%	190	7.20%
专业拓展课	19	134	5.08%	208	7.88%
实习实训课	36		0.00%	658	24.92%
合计	142	988	37.42%	1652	62.58%
公共课占总学时比例	31.44%		选修课占总学时比例	10.91%	

八、师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

（一）队伍结构

本专业现有专任教师 8 人，学生数与本专业专任教师的比例为 18:1，其中，副教授 1 人，讲师 6 人，助教 1 人，具有研究生学历的有 3 人，35 岁以下的年轻教师有 3 人，形成了合理的梯队结构。

（二）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业、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。

（三）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。

（四）兼职教师

1. 资质要求

具备中级及以上专业技术职务（如电子商务师、高级营销师）或高级工及以上职业技能等级，5 年以上电商行业工作经验。

2. 数量标准

兼职教师与专任教师比例不低于 1:3（即至少 2 人），其中技能大师/企业骨干不少于 1 人。

3. 教学任务

承担专业课程教学（如《直播运营》《岗位项目化实训》）、实习实训指导、技能竞赛辅导等。

4. 管理机制

每学期开展 1 次兼职教师教学能力培训（如教育心理学、教学方法），建立“聘任 - 考核 - 续聘”动态管理体系。

九、教学条件

（一）教学设施

1. 专业教室基本条件

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，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实验、实训场所基本要求

学院前期投资建设了电子商务实训基地，现又进行实训室建设，建成了直播电商实训中心、美工摄影室、营销策划室、电子商务运营实训室、技能大赛备赛实训室等，设备齐全，软件平台丰富，能够满足学生实训需求。

3. 校外实训基地条件

具有稳定的校外实训基地，我院与山西鲲鹏传媒有限公司、阳泉西西科技有限责任公司、阳泉宇星网络科技有限公司等进行校企合作，能够提供带货主播、直播运营、网络营销推广、美工设计、电商客服服务等相关实习岗位，能够接纳一定规模的学生实习，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。

（二）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需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，有完善的教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理和文化类文献等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

十、质量保障和毕业要求

（一）教学方法、手段与教学组织

1. 教学方法和手段

在课程实施过程中根据不同的教学任务应用不同的教学方

法，主要包括：演示教学法、翻转课堂方法、案例分析法、问题引导法、讨论式教学法、项目教学法、微课。

教学过程中利用各种现代教育技术手段，充分激发学生的学习兴趣，提高学习效果，主要包括：多媒体教学资料，例如电子教案、课件、多媒体资料等；理实一体教学环境，要求所有教学活动都在实训室完成，学生可以随时根据需要进行各项专业技能的操作活动，教师可以在实训室组织学生个人或团队完成各种类型的任务活动，在教师的引导和干预下解决学习过程中的困难；实用的课程网站建设，可以实现学生在线答疑，提供课件与教案以及参考资料来提高学生的自主学习积极性；充分利用校园网和互联网的教學环境以及在线的资源。

2. 教学组织形式

在教学过程中，可以根据不同课程的课程性质、教学目的和教学内容、教学主客观条件、师生数量、学生具体情况等因素，采取不同的教学组织形式来开展教学活动。可以采用的类型有：

（1）个别教学

在进行实训、跟岗实习和顶岗实习过程中，教师可以根据个别学生的具体情况进行单独辅导或者指导，有针对性地解决学生学习过程中遇到的问题，这样可以适应不同学生的个体差异。

（2）班级授课

即把一定数量的学生按年龄和知识程度编成固定的班级，

根据周课表和作息时间表安排教师有计划地向全班学生集体进行教学的制度。

(3) 分组教学

将学生进行分组，在此过程中注意不同成绩和学习能力差异的学生的合理搭配，充分发挥学生学习的主动性和团队学习精神，这样可以照顾学生的学习水平和能力差异。

(4) 协作教学

由教师、企业讲师组成教学小组，共同研究拟订教学计划，然后分工合作，协力完成教学计划。能同时发挥教师的理论知识基础及企业讲师的工作经验，开展实战性教学。

(5) 现场教学

贯彻教育与生产劳动相结合的方针，在实践过程可广泛地采用现场教学这种教学辅助形式。它能给学生提供丰富的直接经验，有助于理解和掌握理论知识；并通过实际操作，能培养学生运用知识于实践的能力，同时为学生适应不同工作岗位创造条件。

(二) 教学考核评价

1. 考核科目

教学计划规定的必修课、选修课、社会实践、课程设计、毕业实习等评分教学环节以及军训，都必须进行成绩考核，单独计分。

2. 考核规则和办法

学生考核应对知识、技能、态度三个方面进行综合评价，

要重视目标考核，也要重视过程考核，要不断完善和改革考核评价方法，建立多元化的考核评价机制，既要全面、客观、公正评价学生，也要通过考核促进师资队伍建设和课程改革。

3. 课程教学考评

按照“依托行业，项目教学，实境育人”的人才培养模式以及不同课程类型的要求，对不同类型课程的考核方式作出以下规定，在课程教学中参照选择执行。

(1) 笔试+平时成绩

对应课程类别：基础性课程

考核方式说明：平时成绩考查学生在基础性课程学习过程中的学习态度、学习效果，主要通过考勤和平时作业、测验确定。笔试要求可以采用不同的方式，例如学习心得、体会、论文、调查报告等，可以在规定的时间内全面对学生学习效果进行考核。

(2) 机试+平时成绩

对应课程类别：操作性要求较强，不宜采用笔试方式的专业性课程

考核方式说明：平时成绩考查学生在专业课程学习过程中的学习态度、学习效果，主要通过考勤和平时作业、测验确定。机试要求题量、难度适中，考察面广，可以由考核不同技能点的多个小题组成。例如图形图像处理、短视频策划与制作等。

(3) 课程设计+平时成绩

对应课程类别：操作性要求较强，可以完成综合性应用的

专业课程。

考核方式说明：平时成绩考查学生在专业课程学习过程中的学习态度、学习效果，主要通过考勤和平时作业、测验确定。课程设计需提前给出要求，设计内容包含本门课程所涉及的各种典型技能，考查学生的技能综合应用能力。例如网店运营、视觉营销设计等。

（4）综合性技能应用+平时成绩

对应课程类别：综合性专业课程。

考核方式说明：平时成绩考查学生在专业课程学习过程中的学习态度、学习效果，主要通过考勤和平时作业、测验确定。综合性技能应用根据课程任务由任课教师设计，设计内容涵盖相关专业课程的典型技能要求，在设计评分标准时，根据任务完成情况和相应结果设计评分标准和依据。例如客户服务与管理、商务数据分析等。

4. 实践项目考核与评价

（1）校内实训考核

校内实训成绩分为三个部分组成，实训成果 50%，平时表现 20%，实训日志 30%。课程集中整周实训以学生参加实训的态度和表现作为实训成绩评定的主要依据。其中，实训包括所有要求上交评分的练习，取平均值；平时表现成绩主要考核遵守纪律、按要求操作等方面；此外通过操作任务考核学生对本门课程主要知识点的掌握和理解程度。

综合岗位实训以学生在岗位上的表现、工作质量、实训态

度作为实训成绩评定的主要依据，其中实训过程中的表现和工作质量占 60%，实训报告占 30%，实训日记占 10%。

（2）校外实训考核

指导教师根据学生的实习日记、实习单位鉴定及实习表现进行成绩评定。通过这个考核方式，在检查学生基本知识、基本方法的基础上，加强过程考核，重点考核学生的应用能力和实践能力，以及沟通协作能力，让学生在学习和实践过程中掌握每一部分的内容和操作技能，把职业道德、职业规范和职业技能的培养有机地结合起来，不仅保证了实训效果，也在课堂教学和实训中逐步培养了学生的职业素质。

（三）教学管理

我院建立的教学质量监控体系借鉴了企业的管理理念与方法，制订和完善与之相适应的基于学生职业生涯发展的学籍管理条例、学生实习管理制度、基于学生学习成效提高和技能掌握的成绩考核办法、以社会和企业评价为主的教学质量评价制度和相关教学文件，完善督导与评价、检查与考核、学生评教与教师评学等教学质量监控方法，强化由计划、实施、检查、考核、总结 5 个环节构成的教学质量保障闭环运行机制，规范对教学的全过程、全方位、全员的管理，形成适应“依托行业，项目教学，实境育人”的人才培养模式的教学管理体系。

（四）毕业生质量保障机制

1. 跟踪反馈机制

建立毕业生跟踪数据库，对毕业后 1 年、3 年的毕业生进行

定期调研（每年1次），内容包括就业岗位、薪资水平、职业发展、对母校课程满意度等。

每学期召开用人单位座谈会（邀请5-8家合作企业），收集岗位能力需求变化、人才培养建议等。

2. 持续改进机制

成立“毕业生质量评估委员会”（由专业带头人、企业代表、毕业生代表组成），每年分析跟踪数据，形成质量报告，用于调整人才培养方案（如优化课程设置、更新实训内容）。

对就业率低于85%、专业对口率低于70%的情况启动预警，3个月内制定整改方案（如加强校企合作、增设职业技能培训）。

3. 职业发展支持

建立“校友导师制”，聘请优秀毕业生（毕业3年以上，在电商领域有突出成就）担任在校学生导师，提供职业规划指导。

为毕业生提供3年继续教育咨询服务（如新技术培训、技能等级提升课程），助力职业发展。

（五）毕业要求

1. 学分要求

总学分修满142学分，其中公共基础课学分不少于30学分，专业基础课学分不少于20学分，专业核心课学分不少于21学分，专业拓展课学分不少于19学分，实习实训课学分不少于36学分，限定选修课学分不少于16学分。专业课程中，每门课程考核合格方可获得相应学分，不合格课程需通过补考或重修获

得学分。

2. 实习要求

完成不少于6个月的实习。

实习期间，需每周提交实习日志，详细记录实习内容、工作心得及遇到的问题与解决方法；每月提交实习月报，由实习单位指导教师和学校指导教师共同签字确认。

实习结束后，提交不少于3000字的实习报告，内容包括实习单位概况、实习岗位工作内容、实习成果、自我评估及改进方向等，并附实习单位出具的实习鉴定表（需加盖单位公章），鉴定结果需为合格及以上。

3. 考试要求

毕业考试合格，毕业考试内容涵盖专业核心课程知识与技能，采用理论考试与实践操作相结合的方式进行，理论考试占比40%，实践操作占比60%。

理论考试主要考查学生对电子商务专业基本理论、法律法规、行业动态等知识的掌握程度；实践操作主要考查学生在网店运营、网络营销、数据分析、视觉设计等方面的实际操作能力，需独立完成一个完整的电商项目案例。

4. 综合素质要求

思想政治表现合格，遵守国家法律法规及学校规章制度，无严重违纪记录。

体质健康测试达到国家大学生体质健康测试合格标准，体育课程考核合格。

完成规定的劳动教育、创新创业实践、志愿服务及其他社会实践活动，且考核合格。

十一、附录

（一）参考依据

1. 国务院关于印发《国家职业教育改革实施方案的通知》（国发〔2019〕4号）
2. 教育部印发的《电子商务专业教学标准（高等职业教育专科）》（2025年修订）

（二）人才培养方案修订团队

序号	姓名	工作单位	职务/职称	分工
1	乔虹	阳泉职业技术学院	讲师	主持
2	陈程	阳泉职业技术学院	讲师	骨干
3	周凡	阳泉职业技术学院	讲师	骨干
4	孟宪莉	阳泉职业技术学院	副教授	参与
5	王军	阳泉市电子商务商会	副秘书长	参与