

电子商务专业 人才培养方案

学院： 数字商务学院

执笔人： 鲁艺伟

审核人： 侯旭芳

制订日期： 2023 年 11 月 14 日

修订日期：

辽宁理工职业大学 教务处制

二〇二三年七月

人才培养方案摘要

专业名称	电子商务专业		
专业代码	530701	学制	三年
人才培养目标	本专业培养能够践行社会主义核心价值观，德智体美劳全面发展，具有科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业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，面向现代服务业、商贸流通业、生产制造业的运营主管、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职业，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素质技术技能人才。		
目标岗位	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岗位。		
所属本校专业群名称			
课程门数	55	专业核心课程门数	9
专业核心课程名称	网店运营、Python 数据可视化、数字媒体文案、社群运营、网络营销、短视频制作、视觉营销设计、互联网产品开发、直播电商。		
职业技能等级证书	电子商务数据分析、网店运营推广、直播电商。		
总学时	2692	总学分	149
公共课学时	768	占总学时比例	28.53%
选修课学时（公选+拓展）	288	占总学时比例	10.70%
集中实践环节学时	1172	占总学时比例	43.54%
实践性教学学时	1674	占总学时比例	62.18%
其他说明	-- --		
执笔人（签名）	鲁艺伟	审核人（签名）	
审核部门（学院专业建设指导委员会）	审批部门（学校教学工作委员会）	教学副校长批准执行	
主任（签名）：	主任（签名）：	教学副校长（签字）：	

(学院代章)	(教务处代章)	
--------	---------	--

一、专业名称（代码）：

电子商务专业（530701）

所属大类：

财经商贸大类(53)

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历。

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

（一）职业岗位类别

表 1：职业岗位类别列表

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(4-01-02-02) 互联网营销师(4-01-02-07) 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) 全媒体运营师（4-13-05-04） 电子数据取证分析师（4-04-05-08）

主要岗位（群）或技术领域举例	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
职业类证书举例	电子商务数据分析 网店运营推广 直播电商

（二）职业岗位能力分析

表 2：职业岗位能力分析列表

序号	职业岗位名称	职业能力	支撑职业能力课程
1	网店运营	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、运营绩效分析的能力。	电子商务基础、商务数据分析、网店（站）美工、管理学基础、市场营销、基础会计、电子商务物流、电子商务法律法规、网店运营、Python 数据可视化、数字媒体文案、网络营销、短视频制作、视觉营销设计、互联网产品开发、直播电商、市场调研与分析、消费者行为分析、电商数据库技术、智慧商业技术应用、网站建设与维护、计算机网络技术、商品拍摄技巧、直播与短视频运营实训、智能客服实训、营销活动策划与执行实训、电子商务运营综合实训。
2	数据化运营	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	电子商务基础、商务数据分析、管理学基础、市场营销、基础会计、电子商务物流、电子商务法律法

		续跟踪的能力。	规、Python 数据可视化、网店运营、网络营销、市场调研与分析、消费者行为分析、直播与短视频运营实训、智能客服实训、电子商务运营综合实训。
3	社群运营	社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析的能力。	电子商务基础、商务数据分析、管理学基础、市场营销、电子商务物流、电子商务法律法规、市场调研与分析、消费者行为分析、社群运营、智能客服实训、电子商务运营综合实训。
4	网络营销	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、活动复盘与总结的能力。	电子商务基础、商务数据分析、网店（站）美工、管理学基础、市场营销、基础会计、电子商务物流、电子商务法律法规、网店运营、Python 数据可视化、数字媒体文案、社群运营、网络营销、短视频制作、视觉营销设计、市场调研与分析、消费者行为分析、跨境营销与管理、电商数据库技术、商品拍摄技巧、直播与短视频运营实训、智能客服实训、营销活动策划与执行实训、电子商务运营综合实训。
5	互联网销售	销售方案执行与优化，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	电子商务基础、商务数据分析、网店（站）美工、管理学基础、市场营销、基础会计、电子商务物流、电子商务法律法规、网店运营、Python 数据可视化、数字媒体文

		转化、销售数据分析、方案评估与改进的能力。	案、社群运营、网络营销、市场调研与分析、消费者行为分析、跨境营销与管理、电商数据库技术、跨境平台运营、国际物流与跨境支付、智慧商业技术应用、网站建设与维护、计算机网络技术、商品拍摄技巧、直播与短视频运营实训、智能客服实训、营销活动策划与执行实训、电子商务运营综合实训。
6	视觉营销设计	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、新媒体视觉设计的能力。	电子商务基础、商务数据分析、网店（站）美工、管理学基础、市场营销、电子商务法律法规、网店运营、短视频制作、视觉营销设计、互联网产品开发、市场调研与分析、消费者行为分析、计算机网络技术、商品拍摄技巧、直播与短视频运营实训、营销活动策划与执行实训、电子商务运营综合实训。
7	全媒体运营专员	综合利用各种媒介技术和渠道，采集数据分析、创意策划等方式，从事对信息进行加工、匹配、分发、传播、反馈等工作的能力。	电子商务基础、商务数据分析、网店（站）美工、管理学基础、市场营销、基础会计、电子商务物流、电子商务法律法规、网店运营、Python 数据可视化、数字媒体文案、社群运营、网络营销、短视频制作、视觉营销设计、互联网产品开发、直播电商、市场调研与分析、消费者行为分析、电商数据库技术、网站建设与维护、计算机网络技术、商品拍摄技巧、直播与短视

			频运营实训、智能客服实训、营销活动策划与执行实训、电子商务运营综合实训。
8	互联网产品开发主管	产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、DEMO 原型设计与打样、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的能力。	电子商务基础、商务数据分析、网店（站）美工、管理学基础、市场营销、基础会计、电子商务物流、电子商务法律法规、网店运营、Python 数据可视化、网络营销、短视频制作、视觉营销设计、互联网产品开发、市场调研与分析、消费者行为分析、电商数据库技术、跨境平台运营、网站建设与维护、计算机网络技术、商品拍摄技巧、直播与短视频运营实训、营销活动策划与执行实训、电子商务运营综合实训。
9	电商数据分析专员	能够进行数据分析目标制定、指标制定、采集渠道及工具选择、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控和数据分析报告的撰写。	电子商务基础、商务数据分析、管理学基础、市场营销、基础会计、电子商务物流、电子商务法律法规、Python 数据可视化、网络营销、市场调研与分析、消费者行为分析、直播与短视频运营实训、智能客服实训、电子商务运营综合实训。

（三）专业就业岗位

表 3：专业就业岗位列表

岗位类别	岗位名称
首岗就业岗位	店铺运营专员、电商直播员、电商数据分析专员、跨境电商客服专员、网店（站）美工、全媒体运营专员、互联网销售、智能客

	服
拓展就业岗位	视觉营销设计专员、数据化运营专员、跨境电商、互联网营销师
可发展就业岗位	智能客服主管、视觉营销设计师、运营主管、互联网产品开发主管

五、培养目标及培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，德智体美劳全面发展，具有科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业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，面向现代服务业、商贸流通业、生产制造业的运营主管、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、全媒体运营师、电子数据取证分析师等职业，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素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，总体上须达到以下要求：

1. 素质要求：

（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）能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关产业文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感 and 担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养，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，学习一门外语并结合本专业加以运用；

（5）掌握基本身体运动知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质测试合格标准，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；

（6）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；

（7）掌握基本数字技能，具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具备全局意识、创新意识，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，能更好地适应电子商务行业的发展变化；

（8）培育劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民，珍惜劳动成果，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

2. 知识要求：

（1）掌握必备的思想政理论，科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等相关知识；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的文化基础知识；

（4）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。

3. 能力要求：

（1）具有探究学习、终身学习能力，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；

（2）具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握电子商务领域数字化技能；

（3）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，学习一门外语并结合本专业加以运用；具备职业生涯规划能力；具备心理调适能力；

（4）具有行业产品分析、市场细分的能力，能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;

(5) 具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力,能根据行业、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;

(6) 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;

(7) 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;

(8) 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力,能进行客服日常管理、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;

(9) 具有平面设计和音视频制作软件的应用能力,能进行品牌标识、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;

(10) 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。

六、学分学时安排及课程设置

(一) 学时学分总体安排

本专业教学总学时为2692学时,总学分为149学分。其中公共基础课程为768学时,占总学时28.53%;选修课(包含公共选修课和专业拓展课)为288学时,占总学时10.70%;实践性教学(包含课程实践和集中实践教学环节)为1674学时,占总学时62.18%;岗位实习时间为6个月;每学年安排40周教学活动,周学时20-25学时。

学分与学时换算说明:

1. 理论课(含理实一体课)

学分数=课程总学时/16(学分的最小单位为0.5)

2. 形势与政策/体育课/校本特色技能课

学分数=课程总学时 / 32

3. 集中实践环节:

军训、入学教育、实习、毕业设计（论文）：学分数=教学周数。（每学分按 30 学时计算）

综合实训：学分数=课程总学时 / 16(学分的最小单位为 0.5)

（二）课程设置

专业培养方案课程体系由公共基础课程、专业课程、第二课堂三部分组成。其中公共基础课程包含公共基础必修课、公共基础选修课；专业课程包含专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、集中实践教学环节；第二课堂包含创新创业实践、核心素养类活动、课外体育活动、课外美育活动。

1. 公共基础课程

公共基础必修课程按照国家有关规定开齐开足。将思想政治理论、体育、军事理论与军训、公共英语、高等数学、大学物理、信息技术、职业发展与就业指导、创新创业教育、心理健康教育、劳动教育课程列入其中。

根据国家规定, 开设公共基础必修课程, 此部分课程由学校统一设置, 见表 4-7:

表 4 思想政治理论课学时设置

序号	课程名称	学分	学时	开课学期	考核方式
1	思想道德与法治	3	48	第 1 学期	考试
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	第 2 学期	考试
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	第 2 学期	考试
4	形势与政策	1	32	第 1-4 学期	考查

表 5 数理类课程设置一览表

序号	课程名称	学分	学时	开课学期	考核方式	开课专业
1	高等数学	4	64	第 1 学期	考试	工科各专业

表 6 大学英语课程设置一览表

序号	课程名称	学分	学时	开课学期	考核方式
1	公共英语 (1)	3	48	第 1 学期	考试
2	公共英语 (2)	3	48	第 2 学期	考查
3	英语口语	2	32	第 2 学期	考查

表 7 其他公共基础必修课程一览表

序号	课程名称	学分	学时	开课学期	考核方式
1	心理健康教育	2	32	第 2 学期	考查
2	德育特色	1	16	第 3 学期	考查
3	劳动教育理论与实践	2	32	第 1-6 学期	考查
4	创新创业基础	1	16	第 3 学期	考查
5	职业生涯规划与就业指导	1	16	第 1 学期	考查
6	信息技术基础	3	48	第 1 学期	考试
7	体育（1-3）	3	96	第 1-3 学期	考查

公共基础选修课程由学校面向全体学生统一开设，要求学生最低修满 8 学分。统一开设党史国史、国家安全教育、英语拓展、社会责任、公共艺术、健康教育、美育、节能减排、绿色环保、金融知识、人口资源、海洋科学、管理、校本特色技能课（演讲与口才、合作与礼仪、应用文写作）等课程，其中至少选择一门公共艺术类课程。

2. 专业课程

（1）专业基础课程

设置 8 门。包括：电子商务基础、商务数据分析、网店（站）美工、管理学基础、市场营销、基础会计、电子商务物流、电子商务法律法规。

表 8 专业基础课程：

序号	课程名称	学分	学时	开课学期	考核方式
1	电子商务基础	2	32	第 1 学期	考查
2	商务数据分析基础	2	32	第 2 学期	考试
3	网店（站）美工	2	32	第 3 学期	考查
4	管理学基础	2	32	第 1 学期	考查
5	市场营销	2	32	第 2 学期	考试
6	基础会计	2	32	第 2 学期	考查
7	电子商务物流	2	32	第 4 学期	考试
8	电子商务法律法规	2	32	第 3 学期	考查

（2）专业核心课程

设置 9 门。包括：网店运营、Python 数据可视化、数字媒体文案、社群运营、网络营销、短视频制作、视觉营销设计、互联网产品开发、直播电商。

表 9 专业核心课程：

序号	课程名称	学分	学时	开课学期	考核方式
1	网店运营	2	32	第 3 学期	考试
2	Python 数据可视化	2	32	第 3 学期	考试
3	数字媒体文案	3	48	第 4 学期	考查

4	社群运营	2	32	第 1 学期	考试
5	网络营销	2	32	第 3 学期	考试
6	短视频制作	3	48	第 2 学期	考试
7	视觉营销设计	2	32	第 3 学期	考查
8	互联网产品开发	3	48	第 4 学期	考试
9	直播电商	2	32	第 2 学期	考查

(3) 专业拓展课程

设置 10 门。包括：市场调研与分析、消费者行为分析、跨境营销与管理、电商数据库技术、跨境平台运营、国际物流与跨境支付、智慧商业技术应用、网站建设与维护、计算机网络技术、商品拍摄技巧。

表 10 专业拓展课程：

序号	课程名称	学分	学时	开课学期	考核方式
1	市场调研与分析	2	32	第 1 学期	考查
2	消费者行为分析	2	32	第 1 学期	考查
3	跨境营销与管理	2	32	第 3 学期	考查
4	电商数据库技术	2	32	第 3 学期	考查
5	跨境平台运营	2	32	第 4 学期	考查
6	国际物流与跨境支付	2	32	第 4 学期	考查
7	智慧商业技术应用	2	32	第 4 学期	考查
8	网站建设与维护	2	32	第 4 学期	考查
9	计算机网络技术	2	32	第 3 学期	考查
10	商品拍摄技巧	2	32	第 3 学期	考查

(4) 实践性教学环节

主要包括课程实训、毕业设计、军事训练、入学（毕业）教育、社会实践等。在校内外进行直播与短视频运营实训、智能客服实训、营销活动策划与执行实训、电子商务运营综合实训等。在生产制造、商贸流通及现代服务业中应用电子商务的企业进行运营主管、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相关企事业单位、生产性实习基地等场所进行岗位实习。严格执行《职业学校学生实习管理规定》要求。

3. 第二课堂

包括通过第二课堂各项活动获得的创新创业实践学分、核心素养类活动学分、课外体育活动学分、课外美育活动学分，共设置 4 学分。其中创新创业实践设置 2 学分由教务处、各学院设立；核心素养类活动学分、课外体育活动学分、

课外美育活动设置 2 学分分别由团委、马克思主义学院、创新创业学院、体育部、基础部、各学院设立。学生必须参加相应活动并获得相应学分，第二课堂学分纳入毕业资格审核。

（三）岗课赛证融通与学分银行

校企共同制定人才培养方案，创建“2+0.5+0.5”三段式特色鲜明的人才培养模式，即学生前 2 年在学校进行专业学习，接着 0.5 年到企业基地参加校外实训，最后 0.5 年在企业顶岗实习，并完成毕业设计。同时，将电子商务专业的岗位需求、职业技能等级证书认定标准、专业大赛内容有机融入课程体系，做到“岗课赛证”融为一体。

毕业实习中，在实习企业获得岗位操作技能证书，相关支持课程，可以获得合格以上成绩及相应学分。在校级以上技能竞赛中获奖的学生，与奖项相关的支持课程，可以获得合格以上成绩及相应学分。政府和企业颁发的技能证书，其相关支持课程，可以获得合格以上成绩及相应学分。

（四）课程考核

课程考核分考试和考查两种形式，公共课考核由学校统一安排，专业课考核要基于课程性质和课程特点确定，每学期各类考试课程为 3-5 门。

（五）课程简介

表 12-1 专业重点课程简介

课程名称	网店运营				
开设学期	第二学年第三学期	学时	32	学分	2
职业能力要求： 1.能够进行运营规划、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。 2.能够运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。					
课程目标（含思政目标）： 1. 掌握 SEO、SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。 2. 运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、					

推广策略及预算。

3. 能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。
4. 能进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。
5. 培养学生的沟通能力及团队协作精神，勇于创新、敬业乐业的工作作风，吃苦耐劳和强烈的社会责任感和正义感。

课程主要教学内容：

电子商务简介、安全教育、淘宝店铺的开通、店铺日常运营管理、网店工具应用、店铺优化、店铺装修、无线端旺铺应用、知识产权维护、店铺流量、促销工具、付费推广、活动报名、客服与售后服务。

评价方式：

考试：过程性考核 40%+期末考核 60%=100%总成绩

表 12-2 专业重点课程简介

课程名称	Python 数据可视化				
开设学期	第二学年第三学期	学时	32	学分	2
职业能力要求： 1. 能购进行 Python 数据可视化，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。 2. 能够运用计算机、打印机、Python 数据采集工具、Python 分析工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。					

课程目标（含思政目标）：

- 1.理解 Python 数据可视化分析指标体系概念。
- 2.掌握 Python 数据可视化的方法与方法论，能根据 Python 数据可视化目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据。
- 3.运用 Python 数据分析工具，对市场数据、客户数据、推广数据、客户服务数据、销售数据、物流数据进行全过程分析及可视化呈现。
- 4.撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议。
- 5.倡导科学精神和批判思维，强调数据安全和隐私保护，履行社会责任和义务，带来公共利益，推崇创新精神和实践能力。

课程主要教学内容：

数据可视化简介、统计学概述、NumPy、pandas、比较图、关系图、合成图、分布图、地理图、良好的设计规则、Matplotlib、利用 Seaborn 简化可视化、基于 Bokeh 的交互式、知识整合。

评价方式：

考试：过程性考核 40%+期末考核 60%=100%总成绩

表 12-3 专业重点课程简介

课程名称	数字媒体文案				
开设学期	第二学年第四学期	学时	48	学分	3
职业能力要求： 1.熟悉各类新媒体平台，具备熟练的访问与应用能力。 2.具备信息检索、信息收集的能力，能采集各类优质文案。 3.具有良好的文案阅读能力，文案归纳与总结能力。 4.熟练掌握各类文案创意方法和策略。 5.具备各类文案稿件的写作能力和仿写能力。 6.熟悉产品文案的卖点提炼方法。 7.掌握能熟练应用故事文案和的写作技巧。					

- 8.能策划和撰写企业传播文案。
- 9.根据营销目标，策划活动文案。
- 10.能撰写微信公众号文案，策划微信专题信息。
- 11.能够撰写短视频脚本、对白、字幕等文字内容。
- 12.能够策划新媒体广告文案。
- 13.具备文案创意能力，能写出原创文案。
- 14.能够根据要求修改文案稿件。

课程目标（含思政目标）：

1. 线上线下的自学能力
2. 持续改进优化的意识。
- 3.版权保护意识。
- 4.自我发展能力和岗位迁移能力。
- 5.具备数字媒体职业道德和新闻操守。
- 6.培养学生具有正确的从业心态，刻苦、严谨、周密细心、不敷衍了事、工作到位的作风。
- 7.培养学生具有艰苦奋斗、热爱劳动、爱岗敬业和良好的团队合作精神。
- 8.培养学生具有积极进取的职业心理，刻苦钻研，好学上进、克服困难。

课程主要教学内容：

数字化媒体文案认知、文案的结构、产品文案写作、传播文案写作、品牌文案写作、活动文案写作、微信文案写作、短视频文案写作。

评价方式：

考试：过程性考核 60%+期末考核 40%=100%总成绩

表 12-4 专业重点课程简介

课程名称	社群运营				
开设学期	第一学年第一学期	学时	32	学分	2

职业能力要求：

- 1.能够进行社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析。
2. 能够运用社交软件、自媒体工具、短视频平台、办公软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。

课程目标（含思政目标）：

- 1.掌握社群种类、用户消费行为、产品价值等知识，根据用户和产品或服务属性定位社群，制定社群运营方案，并在相应的社交平台上建群。
- 2.能通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流。
- 3.能根据用户需求、产品卖点，进行社群数据分析，制定营销体系并通过社群活动提升销售转化、活跃社群及管理粉丝。
- 4.建立消费者保护理念，改善企业营销管理水平，增强学生抗压能力、拓展能力，加强学生实践能力和实践经验，增强团队合作能力和社会贡献意识。
- 5.培养学生具有正确的从业心态，刻苦、严谨、周密细心、不敷衍了事、工作到位的作风；培养学生具有艰苦奋斗、热爱劳动、爱岗敬业和良好的团队合作精神；培养学生具有积极进取的职业心理，刻苦钻研，好学上进、克服困难。

课程主要教学内容：

社群营销概述、构建优质社群、社群用户运营、社群活动运营、社群品牌化运营、社群营销推广、社群团队管理、社群商业变现。

评价方式：

考试：过程性考核 40%+期末考核 60%=100%总成绩

表 12-5 专业重点课程简介

课程名称	网络营销				
开设学期	第二学年第三学期	学时	32	学分	2

职业能力要求：

- 1.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。
- 2.运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务。

课程目标（含思政目标）：

- 1.掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则，能够分析与评估市场，确定活动主题与活动目标，策划营销活动方案。
- 2.整合各类资源，分解活动任务。
- 3.开展整合营销与广告投放。
- 4.跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案。
- 5.评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案。
- 6.培养学生树立诚实、守信的职业道德，良好的人格，正确的价值取向。

课程主要教学内容：

现代营销学原理、网络营销概述、网络营销的理论基础环境、网络市场与网络消费者、网络营销企业战略规划、网络营销产品与价格策略、网络营销渠道、移动电子商务网络营销、网络营销促销、网络营销广告、网络营销实例分析。

评价方式：

考试：过程性考核 40%+期末考核 60%=100%总成绩

表 12-6 专业重点课程简介

课程名称	短视频制作				
开设学期	第一学年第二学期	学时	48	学分	3

职业能力要求：

1. 能够分辨不同短视频平台的优势,根据实际制作需要选择短视频的类型和平台。
2. 能够根据制作需要,使用数码相机和智能手机拍摄出美观且主题突出的短视频画面。
- 3.能够使用多种视频剪辑软件对视频进行剪辑、创意制作。
- 4.能够制作 Vlog、美食、生活技能、情景短剧、逗趣萌宠等不同主题类型的短视频。
- 5 能够将制作好的短视频发布到各个平台中。

课程目标（含思政目标）：

- 1.培养对短视频制作的全局统筹能力和对短视频节奏的把控能力。
- 2.培养为集体奉献的精神,养成团队合作的观念。
- 3.提高全局把控、沟通协调,以及策划和执行等方面的素质。
- 4.遵守短视频平台的规则,不发布损害国家和人民利益、影响社会和谐的短视频。

课程主要教学内容：

认识短视频、探寻短视频制作流程、制作 Vlog 短视频、制作美食短视频、制作生活技能短视频、制作情景短视频、制作萌宠短视频。

评价方式：

考试：过程性考核 40%+期末考核 60%=100%总成绩

表 12-7 专业重点课程简介

课程名称	视觉营销设计				
开设学期	第二学年第三学期	学时	32	学分	2
职业能力要求：					
1.能够进行视觉设计，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。					

2.能够运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。

课程目标（含思政目标）：

- 1.掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。
- 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。
- 3.结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。
- 4.能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。
- 5.能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。
- 6.使学生树立正确的价值观、理想信念和道德观念，从而建立起一种良好的精神状态，使他们培养正确的世界观、人生观和价值观，形成一种良好的个人风格，为其身发展和国家的发展做出积极的贡献。视觉设计课程的这一目的是无懈可击的，它既是教学的基本原则，又是教学的主要特点。

课程主要教学内容：

摄影中的视角与构图、摄影中的色彩运用、商品拍摄实战、图像基本操作、工具箱的使用、视觉营销设计技术、图像调整技术、通道与蒙版的应用、网店设计与装修、电子商务技能竞赛“网店开设与装修赛项”实践。

评价方式：

考试：过程性考核 60%+期末考核 40%=100%总成绩

表 12-8 专业重点课程简介

课程名称	互联网产品开发				
开设学期	第二学年第四学期	学时	48	学分	3

职业能力要求：

- 1.能够进行产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、DEMO 原型设计与打样、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。
- 2.能够运用原型设计工具、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。

课程目标（含思政目标）：

- 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。
- 2.能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。
- 3.能进行电商产品呈现方式及 UI 原型设计，跟进产品开发进度。
- 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。
- 5.培养学生具有牢固的社会主义核心价值观，工匠精神和严谨务实、精益求精工作态度，不断学习的动力、勇于克服困难的勇气和能力，具有团队合作精神。

课程主要教学内容：

认识互联网、互联网产品设计思维、初识产品及互联网产品、产品的用户体验、学习互联网产品设计基本过程、互联网外卖服务产品、设计互联网产品。

评价方式：

考查：过程性考核 40%+期末考核 60%=100%总成绩

表 12-9 专业重点课程简介

课程名称	直播电商				
开设学期	第一学年第二学期	学时	32	学分	2
职业能力要求：					
1.能够在主流视频直播平台推广及运营，进行网络直播，直播活动策划推广。					

2.能够进行直播创意文案写作，直播室负面舆情监控，熟练搭建直播团队，并进行人员岗位职责的划分。

3.熟悉直播间爆款选品与产品卖点整理的多种方，掌握平台直播系统算法揭秘与流量分发机制，直播间快速吸粉。

课程目标（含思政目标）：

- 1.具有分析、思辨、判断、决策的能力。
- 2.具有对国情、地方经济、产业的深入了解，运用直播营销的知识来提高产品销量，促进地方经济的发展。
- 3.培养具备团队合作精神、创新精神、职业素质高、就业能力强、有社会责任感的新时代技术技能型人才。
- 4.培养学生具有牢固的社会主义核心价值观，工匠精神和严谨务实、精益求精工作态度，不断学习的动力、勇于克服困难的勇气和能力，具有团队合作精神。

课程主要教学内容：

直播电商概述、直播电商产业链、直播电商平台、直播电商的筹划与准备、直播电商的策略与运作、直播电商的实施与执行、直播电商的效果评估与改进、直播电商相关岗位概述、直播电商的风险与防范。

评价方式：

考查：过程性考核 60%+期末考核 40%=100%总成绩

七、实施保障

1. 师资队伍

(1) 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例为 17.5:1，“双师型”教师占专业课教师数的 61.54%，高级职称专任教师的比例为 33.33%，专任教师队伍职称、年龄，形成合理的梯队结构。

（2）专任教师

具有高校教师资格；具有电子商务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；具有电子商务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。

（3）专业带头人

本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，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。

电子商务专业带头人具体情况如下：

①学术背景和专业知识：电子商务专业带头人具备高水平的学术背景和专业背景知识，能够在相关领域内有所建树，并对该领域的前沿动态有深入了解。

②领导和管理能力：电子商务专业带头人需要具备较强的领导和管理能力，能够组织和领导团队开展相关研究工作，推动项目的进展和实施。

③卓越的研究和创新能力：作为电子商务专业带头人，在相关领域内有卓越的研究和创新能力，能够提出前瞻性的研究方向和创新理念，并能够推动相关项目的实施和成果的产出。对电子商务学科建设和学术研究工作有创新性构想，具有带领本学科(实验室)在其前沿领域赶超或保持省内外先进水平的能力。

④出色的沟通和协调能力：电子商务专业带头人与各类人员进行沟通和协调，包括团队成员、合作伙伴、相关领域的专家学者等，具备出色的沟通和协调能力，能够有效地传递和交流想法和信息。

⑤良好的团队合作精神：电子商务专业带头人需要能够带领团队成员合作，凝聚团队的力量，共同完成项目和任务，并能够与团队成员和合作伙伴保持良好的合作关系。

⑥高度的责任心和事业心：电子商务专业带头人具备高度的责任心和事业心，对所从事的领域和项目充满热情和奉献精神，能够为实现团队和项目的目标

而不断努力。

(4) 兼职教师

从本专业相关行业企业的高技术技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，原则上具有中级及以上相关专业技术职称，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，建立专门针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。建立专门针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

2. 实践教学条件

(1) 校内实训室（基地）基本要求

表 13-1：校内实训室情况列表

实训室名称		虚拟主播设计与开发实训室	面积	335m ²
序号	核心设备		数量	备注
1	电脑		5	
2	服务器		2	
3	直播一体机、直播监看电视、无线领夹麦克风等设备		9	
4	摄像导播通讯系统、网络导播机等设备		3	
5	便携真三维虚拟演播室系统、无线领夹麦克风等设备		3	
6	机柜		1	

表 13-2：校内实训室情况列表

实训室名称		商务运营实训室	面积	225m ²
序号	核心设备		数量	备注
1	电脑、多媒体设备		61	
2	智慧班牌		1	
3	多媒体中控台		1	

表 13-3: 校内实训室情况列表

实训室名称		数字媒体交互设计实训室	面积	135m ²
序号	核心设备		数量	备注
1	电脑		61	
2	智慧班牌		1	
3	多媒体中控台		1	
4	交互式电子白板		1	

表 13-4: 校内实训室情况列表

实训室名称		供应链管理实训室	面积	135m ²
序号	核心设备		数量	备注
1	电脑、多媒体设备		49	
2	交换机		1	
3	智慧班牌		1	
4	多媒体中控台		1	
5	交互式电子白板		1	

表 13-5: 校内实训室情况列表

实训室名称		数据可视化实训室	面积	135m ²
序号	核心设备		数量	备注
1	电脑、多媒体设备		61	
2	智慧班牌		1	
3	多媒体中控台		1	
4	交互式电子白板		1	

表 13-6: 校内实训室情况列表

实训室名称		电子商务运营综合实训室	面积	135m ²
序号	核心设备		数量	备注
1	电脑		49	

2	专业摄像三脚架、200w 聚光灯、 全画幅微单相机、24-70 变焦镜头 等设备	1	
3	电容麦克、软件控制台、录音声卡、 监听控制器、录音软件等设备	1	

表 13-7：校内实训室情况列表

实训室名称		互联网产品设计实训 室	面积	180m ²
序号	核心设备		数量	备注
1	电商教学核心课程资源包、全媒体 电商教学实训资源包（574000 元） 电脑、多媒体设备		61	
2	交换机		3	
3	投影仪、投影幕布、投影吊架、会 议桌椅等设备		12	

表 13-8：校内实训室情况列表

实训室名称		智能客服实训室	面积	135m ²
序号	核心设备		数量	备注
1	电脑、多媒体设备		61	
2	智慧班牌		1	
3	多媒体中控台		1	
4	交互式电子白板		1	

表 13-17：校内实训室情况列表

实训室名称		网络营销实训室	面积	135m ²
序号	核心设备		数量	备注
1	电脑		65	
2	智慧班牌		1	

3	多媒体中控台	1	
4	交互式电子白板	1	

(2) 校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展本专业相关实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 14：校外实训基地列表

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途
1	共建校外实习基地	沈阳坤禾文化传媒有限公司	学生校外实训、实习
2		北京千锋互联科技公司大连分公司	
3		方正宽带网络服务有限公司	
4		锦州滨海电子商务产业基地股份有限公司	
5		沈阳银信资产管理有限公司	
6		中国高科集团股份有限公司	
7	订单班校企合作	沈阳东方般若信息技术有限公司	学生校外短期培训、实习
8		西格玛科技（大连）有限公司	
9		杭州海康威视电子有限公司	
10	共建教师企业实践基地	北京畅为信息技术有限公司	教师校外企业实践
11	共建教师企业实践基地与“双师型”教师培训基地	中国高科集团股份有限公司	教师校外企业实践、培训

3. 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、图书及数字化教学资源等。

（1）教材选用

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。专业课程教材体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过活页式教材等多种方式进行动态更新。

表 15：专业教材选用列表

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	出版日期
1	网店运营与管理（第2版）	国家规划教材	电子工业出版社	葛青龙	2022
2	Python 数据分析项目化教程	国家规划教材	高等教育出版社	薛国伟	2020
3	移动商务文案写作（第2版）	国家规划教材	人民邮电出版社	陈庆	2023
4	社群营销与运营	国家规划教材	人民邮电出版社	李兰青	2023
5	网络营销实务（第2版）	国家规划教材	高等教育出版社有限公司	方玲玉	2020
6	短视频制作入门：Premiere 剪辑基础	职业教育改革创新系列教材	人民邮电出版社	左菁华	2023
7	网店视觉营销与美工设计（微课版）	国家规划教材	北京理工大学出版社	童海君	2020
8	H5 网页设计与制作（全彩慕课版）	国家规划教材	人民邮电出版社	周建国	2020
9	直播电商运营	国家规划教材	北京理工大学出版社	汪永华	2020

（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：技术类和案例类图书，以及职业技术教育、信息技术和涉及业务领域的专业学术期刊等。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）数字资源配备基本要求

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。

表 16：专业数字化资源选用列表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	智慧树	智慧树网 (zhihuishu.com)
2	中国大学 MOOC	中国大学 MOOC(慕课)_国家精品课程在线学习平台 (icourse163.org)
3	学堂在线	学堂在线 - 精品在线课程学习平台 (xuetangx.com)

4. 教学方法:

(1) 课程设计与教学目标

在进行具体的教学前,我们需要先深入了解电子商务行业的发展历程、特点、优势应用等,同时制定出明确的教学目标。教学目标需要与具体课程内容相一致,要分别对整个课程和每个单元制定出明确的目标。整个课程教学目标一般包括以下几个方面:

①引导学生理解电子商务专业各课程的基本概念、发展历程、特点、优势、应用等。

②掌握电子商务专业各课程的相关技术与工具等。

③提高学生对电子商务专业各课程的实际操作能力和分析问题的能力等。

(2) 在线教学平台的应用

由于电子商务专业课程是一门完全基于互联网知识体系的课程,在线教学平台的应用尤为重要。通过搭建各类线上学习平台,将电子商务专业相关的课程内容上传到系统中,并提供在线课程、测试、论坛、实验等辅助功能。这种教学方式可以大大提高教学效率和互动性,并可以轻松管理和追踪学生的进度。

(3) 案例分析与模拟实验

为了让学生更好地理解并掌握电子商务专业的相关概念和技能,教师可以通过真实的案例分析和模拟实验的方式让学生去加深理解和印象。这种教学方式可以让学生通过实际操作去理解概念和技术的具体应用,同时可以大大增加学生的学习兴趣和学习动力。

(4) 课程项目实践

将电子商务专业中的课程,以课程项目的形式进行实践。此教学方式可以让学生运用所学到的知识和技巧,亲自实践并解决问题。课程项目也可以有许多种形式,比如:展示、竞赛、实践等,这些课程项目让学生可以在实践中体验到电

子商务专业对商业的巨大影响力，同时得到对企业运营的更深一步了解。

5. 学习评价：

（1）课程评价原则

遵循职业教育基本特征和发展规律，以育人为导向，以学生发展为本，侧重对学生的发展性评价，尊重学生个体差异。采用过程性评价与总结性评价相结合的方式，全面客观地反映学生学习成效。

（2）评学一体设计

依据课程目标构建评价内容和维度，基于典型职业活动学习经历，评价学生职业知识、职业技能、职业素养（知识守法、诚实守信、沟通协作、精益求精等）的形成及发展情况，同时结合行业特点，关注学生创新思维与能力提升。

（3）评价工具科学

注重过程性评价，设计理实一体课课次评价细则表、理实一体课任务实操评分表、综合实训项目评分表等具有观测性质的量表，利用在线开放课程平台、直播实训平台等工具，开展客观与主观相结合、定量与定性结合的评价。

（4）评价主体多元

校内教师、企业导师、学生等多主体参与评价，学生可结合学习过程及成果开展自评、互评，校内教师参与课程考核全过程，企业导师参与实操任务、综合实训评分。

6. 质量保障：

（1）学校和二级学院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标准建设，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）学校和二级学院完善教学管理机制，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）教研室组织建立集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进电子商务专业教学，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。

八、毕业要求

在校期间遵守法律、法规，遵守学生行为规范及学校各项规章制度；根据专业人才培养方案确定的培养目标和培养规格，完成规定的教学环节，修完专业人才培养方案所规定的课程，修满 149 学分；按照《辽宁理工职业大学第二课堂学分管理办法》完成第二课堂学分，准予毕业。

（九）教学进程安排

表 17:

电子商务专业教学进程安排表（高职专科）

课程体系 结构 名称	课程编码	课程名称	考核 方式	课 程 类 型	学分	学时	理论 学时	实践 学时	学期学分分配						备注
									第一学年		第二学年		第三学年		
									1	2	3	4	5	6	
公共基础必修课程	Z1000201	思想道德与法治/德育特色	考试	B	3	48	40	8	3						
	Z1000102	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	考试	B	2	32	26	6		2					
	Z1000204	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	考试	B	3	48	38	10			3				
	Z1000203-(1-4)	形势与政策（1-4）	考查	A	1	32	32	0	√	√	√	√			
	Z1000206	心理健康教育	考查	B	2	32	22	10		2					
	Z1100201	高等数学	考试	A	4	64	64	0	4		信息、全媒体一学期、机电、汽车、建筑二学期				
	Z1100202	公共英语 1	考试	A	3	48	48	0	3						
	Z1100203	公共英语 2	考查	A	3	48	48	0		3					
	Z1100205	英语口语	考查	B	2	32	10	22		2	建筑、护理、财经、物流、旅游一学期开设；机电、汽车、信息、全媒体二学期开设				
	Z1200201-(1-3)	体育（1-3）	考查	B	3	96	6	90	1	1	1				
	Z1300205	国家安全教育	考查	A	1	16	16	0	√						
	Z1100204	军事理论	考查	A	2	32	32	0	√	√					
	Z1300206	劳动教育理论与实践	考查	B	2	32	8	24	√	√	√	√	√	√	理论部分 1 或 2 学期开设，实践部分 1-6 学期进行
	Z1300207	职业生涯规划与就业指导	考查	B	1	16	10	6	1						
	Z1300208	创新创业基础	考查	B	1	16	10	6			1				
Z1300101	信息技术基础	考试	B	3	48	24	24	3		机电、汽车、建筑一学期；财经、物流、旅游、护理二学期					

公共基础选修课程	全校统一公布选课科目 （该类课程面向全校各专业开设，要求学生最低修满 8 学分。学生要选择两个以上模块的课程，其中至少选择一门公共艺术类课程。本类课程包含“四史”、校本特色技能（演讲与口才、合作与礼仪、应用文写作等课程）			考查	A	8	128	128	0	2	2	2	2			课程目录见通识选修课目录	
公共基础课程小计						44	768	562	206	17	12	7	2	0	0		
专业课程	专业基础课	必修课	Z0501261	电子商务基础	考查	B	2	32	16	16	2						
			Z0501262	商务数据分析基础	考试	B	2	32	16	16		2					
			Z0501263	网店（站）美工	考查	B	2	32	16	16			2				
			Z0501264	管理学基础	考查	A	2	32	32	0	2						
			Z0501265	市场营销	考试	B	2	32	16	16		2					
			Z0501266	基础会计	考查	A	2	32	32	0		2					
			Z0501267	电子商务物流	考试	B	2	32	16	16				2			
			Z0501268	电子商务法律法规	考查	A	2	32	32	0			2				
	专业基础课小计						16	256	176	80	4	6	4	2	0	0	
	专业核心课	必修课	Z0501269	网店运营	考试	B	2	32	16	16			2				
			Z0501270	Python 数据可视化	考试	B	2	32	16	16			2				1+X 证书课程
			Z0501271	数字媒体文案	考查	B	3	48	24	24				3			
			Z0501272	社群运营	考试	B	2	32	16	16	2						
			Z0501273	网络营销	考试	B	2	32	16	16			2				
			Z0501274	短视频制作	考试	B	3	48	24	24		3					
Z0501275			视觉营销设计	考查	B	2	32	16	16			2					
Z0501276			互联网产品开发	考试	B	3	48	24	24				3				

专业拓展课程	选修	Z0501284	直播电商	考查	B	2	32	16	16		2					1+X 证书课程
		专业核心课程小计				21	336	168	168	2	5	8	6	0	0	
		Z0501277	市场调研与分析	考查	B	2	32	16	16	2						
		Z0501278	消费者行为分析	考查	A	2	32	32	0	2						
		Z0501279	跨境营销与管理	考查	C	2	32	0	32			2				
		Z0501289	电商数据库技术	考查	B	2	32	16	16			2				
		Z0501281	跨境平台运营	考查	B	2	32	16	16				2			
		Z0501282	国际物流与跨境支付	考查	B	2	32	16	16				2			
		Z0501283	智慧商业技术应用	考查	B	2	32	16	16				2			
		Z0501285	网站建设与维护	考查	B	2	32	16	16				2			
集中实践环节		Z0501286	计算机网络技术	考查	B	2	32	16	16			2				
		Z0501287	商品拍摄技巧	考查	B	2	32	16	16			2				
		专业选修课程小计				10	160	96	64	2	0	4	4	0	0	
		Z0501288	直播与短视频运营实训	考查	C	6	96	0	96				6			
		Z0501280	智能客服实训	考试	C	3	48	0	48				3			1+X 证书课程
		Z0501290	营销活动策划与执行实训	考查	C	10	160	0	160					10		
		Z0501292	电子商务运营综合实训	考查	C	12	192	0	192					12		
		Z1100206	军事训练			1	30	0	30	√						
		Z0501294	入学教育			1	16	16	0	√						
		Z0501295	社会实践			1	30	0	30	√	√	√	√	√		
		Z0501296	岗位实习（含毕业设计或论文）			20	600	0	600						20	
课堂第二		集中实践环节小计				54	1172	16	1156	0	0	0	9	22	20	
		Z0000214	创新创业实践			2										教务处、各学院
		Z0000207	核心素养类活动			2										团委、马克思主义学院、创新创业学院、体育部、基础部、

	Z0000215	课外体育活动											各学院		
	Z0000216	课外美育活动													
	第二课堂小计					4	0	0	0	0	0	0	0	0	
合计					149	2692	1018	1674	25	23	23	23	22	20	

表 18：公共通识选修课列表

序号	课程分类	课程名称	学分	学时
1	人文社科类	旅游景观文化与赏析	2	32
2		英语考试的奥秘	2	32
3		商务礼仪实务	2	32
4		普通话训练与测试	2	32
5		中国传统文化	2	32
6		西方文化经典之旅	2	32
7		社会学	2	32
8		轻松学日语	1	16
9		中华国学	1	16
10		古诗词鉴赏	1	16
11		语言表达艺术	1	16
12		世界著名博物馆艺术经典	1	16
13		大学语文	2	32
14	经济管理类	互联网+供应链管理	2	32
15		新媒体运营	2	32
16		生活中的经济学	2	32
17		经济法理论与实务	2	32
18		消费者行为学	2	32

19	科学技术类	影视剪辑	2	32
20		动画场景制作	2	32
21		计算机系统结构	2	32
22		家居软装设计与搭配	2	32
23		建筑设计入门	2	32
24		好司机养成记—汽车驾驶技术与维护	2	32
25		3DMAX 基础建模	2	32
26		数控技术与数控机床	2	32
27		汽车维修技术	2	32
28		人工智能基础导学	2	32
29		汽车品牌文化	1	16
30		点亮我的家——家庭电工	1	16
31		传感器与检测技术	1	16
32		生活中的趣味物理	1	16
33		平面图像处理—PS 高手	1	16
34		网页制作	1	16
35	就业创业与国防教育类	大学生劳动就业法律问题解读	2	32
36		创新创业成功的方法	2	32
37		职场 C 位指南——大学生职业素养养成	2	32
38		企业形象 CIS 策划与设计	2	32
39		人力资源管理	2	32
40		军事理论	2	32
41	美育类	大学美育	2	32
42		音乐与身心健康	2	32
43		音乐治疗学概论	2	32

44		艺术学概论	2	32
45		美术鉴赏	2	32
46		舞蹈鉴赏	2	32
47		音乐鉴赏	2	32
48		影视鉴赏	2	32
49		零基础学乐理	2	32
50		戏剧鉴赏	2	32
51		戏曲鉴赏	2	32
52		形象设计与训练	2	32
53		环境艺术设计 with 训练	2	32
54		摄影艺术	2	32
55		影视欣赏	2	32
56		书法鉴赏	2	32
57		多彩拉丁之旅	1	16
58		陶瓷装饰工艺	1	16
59		园林绿地规划与赏析	1	16
60		数字媒体艺术与民族文化传播	1	16
61	体育健康类	舞蹈形体修塑训练	2	32
62		大学体育——瑜伽	2	32
63		太极拳初级	2	32
64		认知心理学	2	32
65		心理学原理与应用	2	32
66		社会心理学	2	32
67		生命科学与健康	2	32
68		大学生安全教育	2	32

69		从基础到临床-全面认识新型冠状病毒肺炎	2	32
70		关爱生命——急救与自救技能	2	32
71		帆船运动基础	2	32

表 19：教学周数分配表

环节 周 学期	教学周	入学教育与 军训	考试周	岗位实习（含毕业 教育）	机动周	法定假日	学期总周数
一	16	2	1	0	0	1	20
二	17	0	1	0	1	1	20
三	17	0	1	0	1	1	20
四	17	0	1	0	1	1	20
五	17	0	1	0	1	1	20
六	0	0	0	20	0	0	20
总计	84	2	5	20	4	5	120

表 20：理论与实践教学分配比例表

必修/选修	总学时	公共必修	专业必修	公共选修	专业选修	理论/理实一体/实践	总学时	理论（A类）	理实一体(B类)	实践（C类）
学时	2692	640	1764	128	160	学时	2692	496	1024	1172
比例	100%	23.77%	65.53%	4.75%	5.94%	比例	100%	18.42%	38.04%	43.54%
必修/选修	总学分	公共必修	专业必修	公共选修	专业选修	理论/理实一体/实践	总学分	理论（A类）	理实一体(B类)	实践（C类）
学分	149	36	95	8	10	学分	149	30	61	58
比例	100%	24.16%	63.76%	5.37%	6.71%	比例	100%	20.13%	40.94%	38.93%