**2025级电子商务专业**

**人才培养方案**

**山东城市服务职业学院**

**2025年5月**

**目 录**

[一、专业名称及代码 1](#_Toc28316)

[二、入学要求 1](#_Toc10356)

[三、修业年限 1](#_Toc9348)

[四、职业面向 1](#_Toc28411)

[五、培养目标与培养规格 1](#_Toc24912)

[（一）培养目标 1](#_Toc11287)

[（二）培养规格 2](#_Toc24995)

[六、培养模式 4](#_Toc19916)

[七、课程设置及要求 7](#_Toc14232)

[（一）课程体系构建思路 7](#_Toc12620)

[（二）课程体系架构 12](#_Toc6423)

[（三）公共基础课程 12](#_Toc13428)

[（四）专业（技能）课程 14](#_Toc13776)

[（五）专业核心课程描述 22](#_Toc31276)

[（六）素质拓展课程 27](#_Toc2275)

[八、学时安排 27](#_Toc3767)

[九、教学进程总体安排 28](#_Toc20289)

[（一）课程设置及教学计划表 29](#_Toc8133)

[（二）实践教学计划表 34](#_Toc8001)

[（三）综合实训活动安排表 48](#_Toc5991)

[（四）岗位实习活动安排表 51](#_Toc11793)

[十、实施保障 53](#_Toc1008)

[（一）师资队伍 53](#_Toc12080)

[（二）教学设施 54](#_Toc30603)

[（三）教学资源 56](#_Toc3610)

[（四）教学方法 57](#_Toc20925)

[（五）学习评价 58](#_Toc11857)

[（六）质量管理 58](#_Toc10700)

[十一、毕业要求 59](#_Toc11434)

# **一、专业名称及代码**

电子商务 530701

# **二、入学要求**

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

# **三、修业年限**

三年制，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

# **四、职业面向**

**表4-1 电子商务专业职业面向**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 所属专业大类（代码） | 所属专业类（代码） | 对应行业  （代码） | 主要职业类别  （代码） | 主要岗位类别  （或技术领域） | 职业资格证书或技能等级证书举例 |
| 财经商贸大类（53） | 电子商务类（5307） | 互联网和相关服务（64）、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 | 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、农产品电商运营 |

# 

# **五、培养目标与培养规格**

## （一）培养目标

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

## （二）培养规格

电子商务专业人才培养注重学思结合、知行合一，将思政元素和典型案例贯穿到了课程体系中，通过开展课程思政，培养学生能够践行社会主义核心价值观，具备工匠精神、社会责任、爱岗敬业、劳动感恩、诚实守信、创新创造等方面的素质和素养。本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

### 1.素质方面

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握互联网交易安全、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）具有电子商务服务意识、质量意识、环保意识、网络安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力；

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

（5）掌握身体运动的基本知识和至少1项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

（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）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

### 2.知识方面

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）熟悉国防安全教育常识、心理健康知识、创新创业知识；

（3）熟悉电子商务专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等知识；

（4）掌握计算机应用、网络技术的基本理论、电子商务的基本理论、商业文化、商务礼仪以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；

（5）掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；

（6）理解客户关系管理、商务网站内容管理、电子商务物流管理等专业知识；

（7）掌握电子商务数据统计分析和报告撰写及客户服务与管理的相关知识；

（8）掌握主流电子商务平台的运营流程、运营规则和推广方式；

（9）掌握网络营销、新媒体推广、网络客户服务、网络信息编辑等专业基础知识；

（10）了解市场营销、网络营销、财务管理等相关学科的基础知识；

（11）掌握电子商务网站运营管理流程、网上交易流程、营销推广流程等网店运营规范与流程；

（12）掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；

（13）掌握直播、短视频等新媒体运营工具，能够针对新媒体平台策划实施新媒体营销；

（14）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；

（15）掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能。

### 3.能力方面

（1）通用能力

* 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；
* 具有批判性思维及创新和创业的能力；
* 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习1门外语并结合本专业加以运用；
* 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力。

（2）专业能力

* 具有行业产品分析、市场细分的能力，能够根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成O2O运营目标；
* 具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能够根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析，通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；
* 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；
* 具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的能力，能够撰写和优化销售方案，跟进订单确认、供应链管理、账单管理等业务流程，完成销售分析并提出优化客户体验建议；
* 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，能够进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控，完成客服中心运营数据报表的制作及数据分析报告；
* 具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能够进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；
* 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、培养模式**

紧密围绕学校办学定位，精准对接区域产业发展需求，深度契合电子商务专业自身特色，充分考虑学生的认知发展规律与职业能力成长阶段，科学设计递进式人才培养模式。

**（一）对接区域产业，明确专业方向​**

学院所在区域的电商产业发展呈现出多元化、特色化的态势。一方面，传统制造业、农产品加工业等产业积极寻求电商转型，拓展线上销售渠道；另一方面，新兴的直播电商、社交电商等领域发展迅猛，对相关专业人才需求旺盛。基于此，学院电子商务专业精准定位，设置了电商运营、新媒体营销、直播电商等方向。

电商运营方向主要针对传统企业的电商化转型需求，培养学生掌握店铺运营、商品管理、数据分析等核心技能，能够独立运营电商店铺，制定营销策略，提升店铺的销售额和竞争力。新媒体营销方向聚焦于社交媒体平台的营销推广，培养学生熟练运用微信、微博、抖音等新媒体工具，进行品牌推广、内容创作、粉丝运营等工作，为企业打造线上品牌形象，提高品牌知名度。直播电商方向针对当下热门的直播带货领域，培养学生掌握直播策划、主播技巧、直播运营等技能，能够组织开展直播电商活动，实现商品的高效销售。​

**（二）分层递进，构建课程体系​**

**1.基础认知阶段（第一学年）**

此阶段着重培养学生的基本素养和对电子商务专业的基础认知。开设课程包括电子商务基础、电子商务法律法规、市场营销等。通过这些课程，让学生了解电子商务的基本概念、发展历程、商业模式以及相关的技术基础，为后续的专业学习奠定坚实的基础。在教学方法上，采用理论讲授与案例分析相结合的方式，引导学生对电子商务领域产生浓厚的兴趣，初步形成专业认知。​

**2.专业技能培养阶段（第二学年）**

根据不同的专业方向，开设相应的专业核心课程。例如，电商运营方向开设网店运营、商务数据分析、电子商务客户服务与管理等课程；新媒体营销方向开设新媒体营销、视觉营销设计等课程；直播电商方向开设直播电商、商务沟通、互联网产品开发等课程。这些课程注重实践教学，通过项目驱动、模拟实训等方式，让学生在实际操作中掌握专业技能，提升解决实际问题的能力。同时，引入企业真实项目，让学生在实践中积累经验，了解行业实际需求。​

**3.综合实践与职业拓展阶段（第三学年）**

设置综合实战课程和企业实习环节。综合实战课程将之前所学的专业知识和技能进行整合，通过开展综合性的电商项目实战，培养学生的综合应用能力和团队协作能力。企业实习环节则安排学生到与学院合作的企业进行顶岗实习，让学生在真实的工作环境中进一步提升职业素养和专业能力，熟悉企业的业务流程和管理模式，为毕业后顺利就业做好充分准备。​

**（三）产教融合，强化实践教学​**

贯彻落实学院“企业出题、校企共答、市场阅卷”的产教融合的人才培养理念，培养理想信念坚定、德行技能并备、适应行业发展及职业需要的德、智、体、美、劳全面发展的高素质技术技能人才，成立“电商e创工作坊”。工作坊按照“德技并修、工学结合”的育人机制，实施“任务导向、全程项目化”的教学模式，帮助学生在真实工作情境中实现技术技能生成和工匠精神养成。

**1.企业精准出题**

工作坊与本地龙头电商企业、行业协会建立常态化需求对接机制，定期开展企业走访调研，梳理企业在电商运营优化、新媒体营销策划、直播电商活动执行等领域的实际问题，转化为具体的教学项目。

**2.校企协同共答**

由企业技术骨干与校内专业教师组成项目指导团队，共同制定项目实施方案、设计教学流程。企业导师负责提供行业前沿技术、真实业务数据及资源支持，校内教师结合教学目标将项目拆解为阶段性学习任务。

**3.学生实战攻坚**

学生以团队形式承接项目任务，在工作坊内完成从市场调研、方案策划、项目执行到成果交付的全流程实践，在真实业务场景中锻炼电商运营、团队协作、沟通应变等综合能力。​

**4.市场客观阅卷**

项目成果直接交付企业应用，并通过市场数据（如销售额增长、粉丝量提升、转化率优化等指标）和企业满意度进行评价。企业根据项目实际效果给予学生成绩评定与反馈，真正实现“市场为学生能力打分”。

**（四）双师引领，打造教学团队​**

一方面，学院定期选派电子商务专业的校内教师到企业进行实践锻炼，了解行业最新发展动态和企业实际需求，提升教师的实践教学能力。教师在企业实践期间，参与企业的电商项目运作，积累实践经验，将企业的实际案例和工作流程引入课堂教学，使教学内容更加贴近实际。另一方面，从企业聘请具有丰富实践经验的电商行业专家担任兼职教师，为学生授课和指导实践。企业专家将行业最新的技术、理念和实践经验带入课堂，使学生能够了解行业前沿动态。

校内教师和企业兼职教师组成双师团队，共同承担课程教学任务。在课程教学过程中，校内教师负责理论知识的讲授，企业兼职教师负责实践环节的指导，双方协同教学，实现理论与实践的有机结合。

**（五）评价多元，保障培养质量​**

**1.过程性评价与终结性评价相结合**

在课程教学评价中，注重过程性评价，关注学生在学习过程中的表现，包括课堂参与度、作业完成情况、项目实践表现等。同时，结合终结性评价，通过期末考试、课程设计等方式，对学生的知识掌握和综合应用能力进行全面评价。​

**2.校内评价与企业评价相结合**

引入企业评价机制，邀请企业参与学生的实践教学评价。企业根据学生在实训基地、企业实习期间的表现，对学生的职业素养、专业技能、团队协作能力等进行评价。校内评价则由教师根据学生的课堂表现、课程作业、考试成绩等进行评价。将校内评价与企业评价相结合，能够更全面、客观地评价学生的学习效果和职业能力。

**3.学生自我评价与互评相结合**

鼓励学生进行自我评价和互评，培养学生的自我反思和评价能力。在项目实践教学中，学生完成项目任务后，先进行自我评价，总结自己在项目中的收获和不足；然后进行小组互评，小组成员之间相互评价项目成果和团队协作表现。通过学生自我评价与互评，能够促进学生之间的交流与学习，提高学生的学习积极性和主动性。

# **七、课程设置及要求**

## （一）课程体系构建思路

电子商务专业以“厚基础、宽口径、精方向”为核心目标，深度融合“三层互融、产教融合、课程思政”三大特色，构建科学系统的专业群课程体系，全面提升人才培养质量，助力学生成长为适应行业发展的复合型高素质技术技能人才。

1**.厚基础、宽口径、精方向的课程架构​**

（1）夯实基础课程，筑牢专业根基​

设置公共基础课程群与专业基础课程群。公共基础课程包含思想政治理论课、大学语文、高等数学、大学英语、体育等，旨在提升学生的人文素养、思维能力与身体素质，培养学生终身学习的能力与可持续发展的潜力。专业基础课程涵盖电子商务基础、市场营销、电子商务法律法规、财税基础、商务数据分析等，帮助学生掌握电子商务行业的基本概念、理论框架与通用技能，为后续深入学习专业知识与技能奠定坚实基础。​

（2）拓宽知识口径，增强职业适应性​

打造专业拓展课程群，打破专业壁垒，拓宽学生的知识视野与职业发展路径。课程内容涵盖新媒体营销、电商直播、数据化运营、消费者行为分析、视频制作等多个领域，使学生不仅局限于某一特定方向，而是能够全面了解电子商务行业的多元业态与发展趋势。​

（3）精准专业方向，培养核心竞争力​

依据区域产业需求与专业特色，设置了电商运营、新媒体营销、直播电商等方向。每个方向课程群均由专业核心课程与实践课程组成，聚焦特定领域的专业知识与技能培养。实战课程则有直播运营、网店运营、短视频运营等，通过理论与实践的深度融合，使学生在所选方向上深入钻研，掌握精湛的专业技能，形成独特的职业核心竞争力，精准对接企业岗位需求。​

**2.三层互融、产教融合、课程思政的融合路径​**

（1）三层互融：公共基础层、专业基础层、专业方向层有机衔接​

构建公共基础层、专业基础层、专业方向层三层课程体系，实现层层递进、相互融合。公共基础层为专业学习提供通识教育支撑，培养学生基本的文化素养与综合能力；专业基础层在公共基础之上，聚焦电子商务专业通用知识与技能，为专业方向学习做好铺垫；专业方向层则以专业基础为依托，针对特定领域进行深度拓展与强化。在课程设置与教学实施过程中，注重各层课程之间的知识衔接与能力过渡，避免课程内容的重复与脱节。

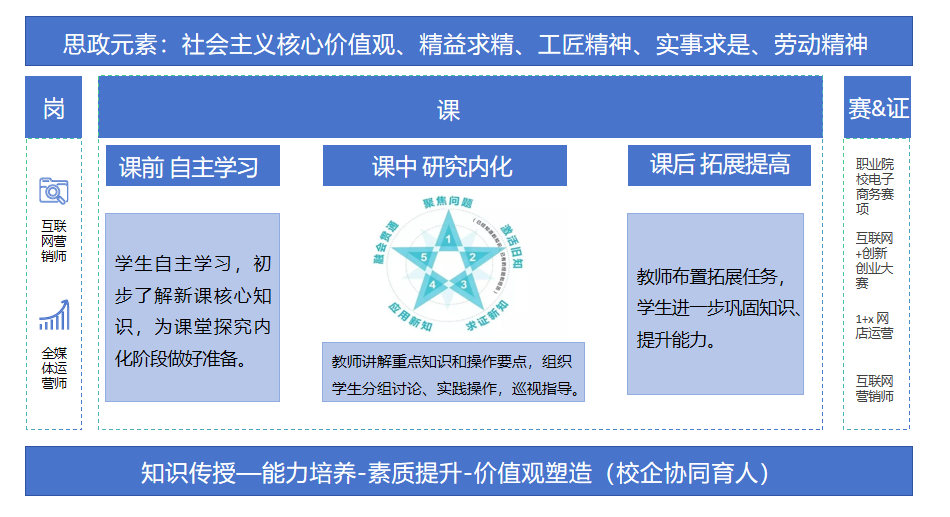
（2）产教融合：校企协同共建课程资源与教学模式​

贯彻落实学院“企业出题、校企共答、市场阅卷”的产教融合的人才培养理念，培养理想信念坚定、德行技能并备、适应行业发展及职业需要的德、智、体、美、劳全面发展的高素质技术技能人才，成立“电商e创工作坊”。工作坊按照“德技并修、工学结合”的育人机制，实施“任务导向、全程项目化”的教学模式，帮助学生在真实工作情境中实现技术技能生成和工匠精神养成。

（3）课程思政：思政元素全方位融入课程教学​

组织专业教师深入挖掘各课程中的思政元素，结合电子商务专业特点，将诚信经营、社会责任、创新精神、工匠精神、爱国主义等思政内容融入课程教学。采用项目制教学、案例教学、任务驱动教学、情境教学、小组讨论等教学方法，将思政元素自然融入课程教学过程。在课程评价体系中增加思政考核指标，不仅关注学生的专业知识与技能掌握情况，还注重对学生思想道德、职业素养等方面的评价。通过多元化的评价方式，全面考核学生的综合素质，实现知识传授、能力培养与价值引领的有机统一。​

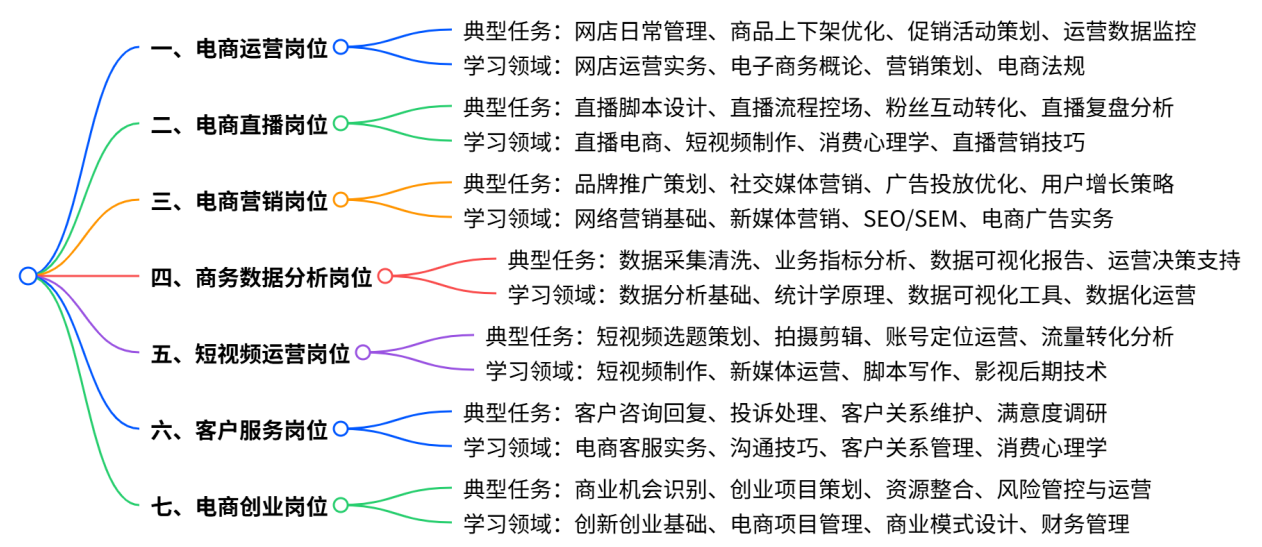
通过构建“厚基础、宽口径、精方向；三层互融、产教融合、课程思政”的专业群课程体系，培养德才兼备、全面发展的高素质技术技能人才，为区域电子商务产业发展提供强有力的人才支撑。



**图7-1 教学设计示意图**

****

**图7-2 电子商务专业课程体系结构图**



**图7-3 电子商务专业的职业岗位、典型工作任务及学习领域划分**

**表7-1 典型工作任务与课程支撑关系表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **典型工作任务** | **职业能力** | **培养途径（主要课程）** |
| 1 | 基础店铺运营协助 | 电商店铺商品信息的录入、更新与管理，保障商品信息准确、完整且符合平台规则；协助处理店铺日常订单，跟进订单全流程，及时处理简单问题；参与店铺基础数据收集，为店铺运营分析提供数据支持。 | 《商务数据分析》《市场调查与预测》《网店运营》 |
| 2 | 基础营销活动支持 | 协助策划电商平台基础营销活动，依据活动方案在多平台发布与更新活动信息，活动结束后协助收集客户反馈、统计基础数据，为活动效果评估提供支持。 | 《新媒体营销》《商务数据分析》《网店运营》 |
| 3 | 店铺运营优化 | 定期收集并分析店铺流量、转化率、客单价等运营数据，依据分析结果对店铺页面布局、商品详情页内容进行优化，提升页面吸引力与转化率；运用数据分析工具，研究市场和竞争对手，选择合适关键词优化商品标题，增强商品在搜索结果中的竞争力，促进店铺销售业绩增长。 | 《网店运营》《商务数据分析》《市场营销》 |
| 4 | 营销活动策划与执行 | 依据市场分析、产品特性和目标受众，独立策划并全流程执行中小型电商营销活动；协调设计、客服、仓储等多部门协同合作，保障活动顺利开展；活动结束后深入剖析活动效果，总结经验教训并撰写复盘报告，为后续活动提供数据与策略支撑 | 《网店运营》《商务数据分析》《市场营销》《商务沟通》 |
| 5 | 用户体验优化与反馈管理 | 多渠道收集用户对店铺页面和购物流程的反馈，深度分析用户评论和投诉数据，精准定位用户痛点与问题；协同技术、设计和产品等团队制定并实施优化方案；定期开展用户满意度调查，依据调查结果持续完善商品和服务，提升用户满意度和忠诚度。 | 《网店运营》《商务数据分析》《消费者行为分析》 |
| 6 | 市场活动执行与合作拓展 | 与合作伙伴共同开展联合营销活动，从活动筹备、执行到后续跟进全流程参与，确保活动达到预期效果；积极参与行业展会和电商活动，展示店铺品牌和商品，挖掘潜在客户资源，拓展业务渠道；有效协调外部资源，提升店铺的曝光度和影响力，促进业务增长。 | 《项目管理》《网店运营》《商务沟通》《数据化运营》 |
| 7 | 店铺整体运营规划 | 综合分析市场动态、行业趋势、竞争对手状况以及店铺自身资源与优势，制定店铺年度运营计划，明确店铺发展目标、销售目标和市场定位；持续进行市场调研和竞品分析，依据所获信息适时调整店铺运营策略；有效整合店铺内外部资源，协调各部门间的工作，保障店铺整体业务的持续、稳定发展。 | 《项目管理》《网店运营》《互联网产品开发》《数据化运营》 |
| 8 | 拓展业务渠道与合作 | 开拓新的电商业务渠道，评估各渠道潜力并制定入驻和运营策略；全面负责寻找潜在合作伙伴，开展合作项目，从前期洽谈、合同签订到后期执行全程跟进，保障合作双方利益，实现互利共赢，助力店铺业务拓展和品牌提升。 | 《项目管理》《网店运营》《商务沟通》 |
| 9 | 战略规划与目标制定 | 密切关注行业动态、市场趋势以及竞争对手的发展态势，结合公司自身资源与优势，制定公司电商业务的年度发展战略，明确市场定位和业务方向；将年度战略目标细化为具体的销售、市场和运营计划，合理分解年度销售目标至各个季度和月份，并明确各部门的工作重点和任务；持续跟踪行业变化，定期评估战略规划的执行效果，及时调整战略规划，确保公司在激烈的市场竞争中保持优势地位。 | 《项目管理》《网店运营》《市场调查与预测》《消费者行为分析》 |
| 10 | 数据驱动的决策支持 | 构建并完善数据监测和分析体系，确保公司运营数据的全面收集、精准整理与深度剖析；运用大数据分析技术挖掘潜在市场机会和用户需求，为产品研发方向、市场推广策略提供有力的数据依据；定期评估公司运营数据，及时发现业务问题并提出切实可行的解决方案，推动公司业务持续优化和高效发展。 | 《网店运营》《商务数据分析》《数据化运营》《项目管理》 |

注：以电商运营岗位为例

## （二）课程体系架构

课程分为公共基础课程、专业（技能）课程和素质拓展课程三类。公共基础课程包括公共必修课程（必修）、公共限选课程（限选）和公共任选课程（任选）三部分。专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程和专业方向（选修）课程。素质拓展课程包括综合素质拓展课程和第二课堂活动课程。

**表7-2 课程体系构成及学分分配表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | | **学分** | **学时** | **占比** | **必修** | **限选** | **任选** |
| **公共基础课程** | | 47 | 870 | 30.31% | 39 | 4 | 4 |
| **专业（技能）课程** | **专业基础课** | 21 | 336 | 11.71% | 21 | —— | —— |
| **专业核心课** | 20 | 320 | 11.15% | 20 | —— | —— |
| **专业实践课** | 40 | 1056 | 36.79% | 40 | —— | —— |
| **专业方向课** | 12 | 192 | 6.69% | 8 | 4 | —— |
| **素质拓展课** | | 6 | 96 | 3.34% | —— | —— | 6 |
| **合计** | | 146 | 2870 | 100.00% | 127 | 8 | 10 |

## （三）公共基础课程

公共基础课程47学分，具体包括公共必修课程（必修）、公共限选课程（限选）和公共任选课程（任选）。

### 1.公共必修课

本专业开设的公共必修课，具体情况详见表7-3。

**表7-3 公共必修课程一览表**

| **序号** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **统筹学院** | **建议开设学期** | **备注** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 48 | 3 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 2 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 32 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 3 | 思想道德与法治 | 48 | 3 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 4 | 形势与政策 | 32 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 在校（1-4学期）每学期8课时 |  |
| 5 | 中国共产党党史 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 6 | 思想政治理论课实践教学 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一至第二学期 |  |
| 7 | 大学英语 | 128 | 8 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一至第二学期 | 学生从两门中任选一门 |
| 大学日语 |
| 8 | 体育与健康  （公共体育） | 36 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 9 | 体育与健康  （专项一） | 36 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 10 | 体育与健康  （专项二） | 36 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第四学期 |  |
| 11 | 劳动教育 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 12 | 管理学基础 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 13 | 国家安全教育 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 14 | 信息技术 | 48 | 3 | 教务处（科研与规划处、院士工作站） | 第一学期 |  |
| 15 | 军事技能 | 112 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |  |
| 16 | 军事理论 | 36 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |  |
| 17 | 心理健康教育 | 32 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第二学期 |  |
| 18 | 职业发展与就业指导 | 38 | 2 | 招生就业与校企合作处 | 在校学期分模块开设 |  |

### 2.公共限选课

本专业开设的公共限选课，具体情况详见表7-4。

**表7-4 公共限选课程一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **统筹学院** | **开设学期** | **建议专业** |
| 1 | 高等数学 | 64 | 4 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一至第二学期 | 装备制造大类、财经商贸大类相关专业 |

### 3.公共任选课

公共任选课为公共选修课程，包括公共艺术类、传统文化类、创新创业类、人文素养类、自然科学类、信息技术类等课程，学生在第二至第五学期从学院提供的公共任选课程清单中进行选修，选修4个学分，具体由教务处统筹。

## （四）专业（技能）课程

专业（技能）课程93学分，占总学分的64.1%，包括专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程和专业方向（选修）课程。

### 1.专业基础课程

专业基础课程设置6门，包括《电子商务基础》《市场营销》《电子商务法律法规》《财税基础》《商务数据分析》和《零售基础》。

### 2.专业核心课程

专业核心课程设置8门，包括《视觉营销设计》《网络营销》《社群运营》《网店运营》《互联网产品开发》《零售门店O2O运营》《岗位实习》和《毕业设计（论文）》。

### 3.专业实践课程

专业实践课程是为培养学生的基本实践能力与操作技能、专业技术应用能力与专业技能、综合实践能力与综合技能所开设的课程。根据专业岗位对电子商务人才的复合性要求设置3门，包括《直播运营实战》《网店运营实战》《短视频运营实战》。

### 4.专业方向（选修）课程

专业方向（选修）课程共设置2个模块，其中每个模块设置不低于1门专业选修课程供学生选择，学生在第三至第四学期从提供的专业选修课程清单中进行选修，每学期分别选择其中1门课程进行修读，总计应完成12学分，附专业选修课程清单：主要有《新媒体营销》《直播电商》《市场调研与分析》《消费者行为分析》《管理学基础》《数据可视化》《数据化运营》《电子商务物流》《互联网销售》《办公软件高级应用》《商务沟通》《项目管理》《视频制作》《社交礼仪》《图形图像处理》《经济学基础》《思维训练》《艺术鉴赏》《人工智能导论》《智慧商业》等，由电子商务专业教研室统筹。

**表7-5 专业（技能）课程教学计划安排表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程性质** | **课程名称** | **学分** | **学时** | **开设学期** | **课程主要内容** |
| 专业基础课程 | 电子商务基础 | 3 | 48 | 第一学期 | 1.认识电子商务  2.电子商务技术基础  3.电子商务基本模式  4.电子商务交易流程  5.电子商务安全支付 |
| 市场营销 | 4 | 64 | 第一学期 | 1.认识市场营销  2.监测市场环境  3.跟踪消费行为  4.研判市场信息  5.选择目标市场  6.产品、定价、渠道、促销策略 |
| 电子商务法律法规 | 3 | 48 | 第二学期 | 1.通晓电子商务相关法律法规  2.通晓抖音平台规则  3.通晓淘宝天猫平台规则  4.通晓跨境平台规则 |
| 财税基础 | 3 | 48 | 第三学期 | 1.企业财务会计认知  2.收入费用和利润  3.金融资产  4.无形资产和其他资产  5.负债  6.所有者权益 |
| 商务数据分析 | 4 | 64 | 第三学期 | 1.数据分析基础理论  2.数据收集与预处理  3.数据分析方法与工具  4.数据可视化呈现  5.商务场景数据分析应用  6.数据分析报告撰写 |
| 零售基础 | 4 | 64 | 第三学期 | 1.零售行业基础认知  2.零售市场与消费者洞察  3.零售商品管理  4.零售渠道与店铺运营  5.零售营销与促销策略  6.零售供应链与物流管理  7.零售数据分析与管理 |
| 专业核心课程 | 视觉营销设计 | 3 | 48 | 第二学期 | 1.视觉营销基础理论  2.视觉设计工具与技术  3.视觉营销元素设计  4.电商平台视觉营销应用  5.线下零售空间视觉营销  6.视觉营销策划与执行  7.视觉营销效果评估与优化 |
| 网络营销 | 4 | 64 | 第三学期 | 1.认知网络营销  2.网络营销战略  3.搜索引擎营销  4.社会化媒体营销  5.网络视频营销  6.网络广告营销  7.软文营销、事件营销、病毒营销  8.网络营销策划 |
| 社群运营 | 3 | 48 | 第三学期 | 1.社交电商的基本概念  2.产品运营、用户运营、活动运营、内容运营、社群运营、数据运营  3.运营平台的实际操作流程 |
| 网店运营 | 4 | 64 | 第四学期 | 1.网店开设  2.网店装修  3.网店基础操作  4.网店客户服务  5.SEO优化  6.SEM推广  7.信息流推广 |
| 互联网产品开发 | 3 | 48 | 第四学期 | 1.互联网产品开发基础认知  2.互联网产品开发流程与工具应用  3.产品需求分析与规划  4.产品原型设计与文档撰写  5.产品开发技术、测试与迭代 |
| 零售门店O2O运营 | 3 | 48 | 第四学期 | 1.新零售初识  2.理念革新  3.零售O20  4.渠道构建  5.商品管理与创新  6.深度营销  7.数据化运营  8.体验建设  9.重构会员体系 |
| 岗位实习 | 20 | 600 | 第五、六学期 | 岗位实习 |
| 毕业设计（论文） | 2 | 60 | 第六学期 | 毕业设计 |
| 专业实践课程 | 直播运营实战 | 6 | 180 | 第五学期 | 1.直播间搭建与运维  2.直播电商执行、宣传推广与数据整理  3.直播复盘 |
| 网店运营实战 | 6 | 180 | 第五学期 | 1.开设网店前软硬件方面的准备  2.装修网店  3.采购商品  4.网店推广  5.处理订单  6.配送商品  7.结算资金  8.分析财务指标 |
| 短视频运营实战 | 6 | 180 | 第五学期 | 1.短视频拍摄  2.视频剪辑  3.角色人设  4.实操制作  5.数据复盘 |
| 专业方向（选修）课程模块1 | 新媒体营销 | 4 | 64 | 第三学期 | 1.认识新媒体运营  2.资讯类平台内容策划与运营  3.社交类平台内容策划与运营  4.内容电商平台策划与运营 |
| 商务谈判与推销技巧 | 2 | 32 | 第三学期 | 1.商务谈判与推销技巧的基本概念、原理和方法  2.商务谈判与推销技巧岗位技能  3.实践训练销售洽谈能力 |
| 商务沟通 | 2 | 32 | 第三学期 | 1.商务沟通基础认知  2.理念升级与思维革新  3.多元沟通渠道构建  4.高效沟通技巧提升  5.商务谈判策略与技巧  6.客户关系维护与拓展  7.数据驱动的沟通决策  8.沟通体验优化与品牌塑造  9.跨文化商务沟通应对 |
| 电子商务客户服务与管理 | 2 | 32 | 第三学期 | 1.电商客服接待准备  2.售前咨询  3.售中沟通  4.售后服务  5.投诉处理  6.客户关系维护 |
| 管理学基础 | 2 | 32 | 第三学期 | 1.管理学基本认知  2.管理理论的演变与发展  3.计划职能与目标管理  4.组织设计与结构优化  5.人员配备与团队管理  6.领导风格与激励理论  7.有效沟通与冲突管理  8.控制过程与绩效评估  9.3管理创新与战略规划 |
| 经济学基础 | 2 | 32 | 第三学期 | 1.经济学十大原理  2.供给与需求的市场力量  3.弹性及其应用  4.供给需求与政府政策  5.消费者、生产者与市场效率 |
| 互联网销售 | 2 | 32 | 第三学期 | 1.互联网销售基础认知  2.网络营销平台与工具  3.消费者行为与市场分析  4.互联网销售渠道搭建  5.内容营销与文案策划  6.搜索引擎优化（SEO）与SEM  7.社交媒体营销与运营  8.直播电商与短视频营销  9.客户关系管理与转化  10.数据驱动的销售决策  11.互联网销售法律法规与伦理 |
| 电子商务物流 | 2 | 32 | 第三学期 | 1.电子商务物流模式  2.跨境电子商务物流  3.面向新零售的即时物流  4.电商物流中的共享经济  5.电子商务物流信息技术 |
| 项目管理 | 2 | 32 | 第三学期 | 1.项目管理基础认知  2.项目生命周期与组织架构  3.项目范围管理  4.项目进度管理  5.项目成本管理  6.项目质量管理  7.项目资源管理  8.项目沟通与干系人管理  9.项目风险管理  10.项目采购管理  11.项目整合管理  12.敏捷项目管理方法  13.项目管理工具与软件应用 |
| 专业方向（选修）课程模块2 | 直播电商 | 4 | 64 | 第四学期 | 1.直播前期的平台选择、团队构建、主播打造、策划与筹备、商品规划等方面准备工作  2.直播营销的引流预告、话术设计、直播间的氛围管理方法、直播间的商品介绍、直播间的促销设计、直播间的用户管理  3.直播结束后的复盘方法 |
| 市场调研与分析 | 2 | 32 | 第四学期 | 1.市场调研与分析基础  2.市场调研流程与方法  3.市场分析方法与工具  4.特定市场调研与分析  5.市场调研报告撰写与呈现 |
| 消费者行为分析 | 2 | 32 | 第四学期 | 1.消费者行为基础理论  2.影响消费者行为的因素  3.消费者购买决策过程  4.消费者群体行为分析  5.特殊情境下的消费者行为  6.消费者行为分析方法与应用 |
| 数据可视化 | 2 | 32 | 第四学期 | 1.数据可视化基础认知  2.数据可视化理论与原则  3.数据清洗与预处理  4.常见可视化图表类型及应用  5.可视化工具入门（Excel/PowerBI）  6.高级可视化工具使用（Tableau / 帆软）  7.编程语言中的可视化库（Python/Matplotlib）  8.交互型可视化设计  9.动态可视化与故事化表达  10.大屏可视化设计与实践  11.数据可视化项目实战  12.数据可视化伦理与规范 |
| 数据化运营 | 2 | 32 | 第四学期 | 1.数据化运营基础认知  2.数据采集与预处理  3.数据分析基础与统计学应用  4.常用数据分析工具与平台  5.用户行为数据挖掘与分析  6.业务指标体系构建  7.数据驱动的运营策略制定  8.流量运营与转化优化  9.产品运营的数据化管理  10.营销活动的数据监测与评估  11.数据可视化与报告呈现  12.数据化运营的风险管理  13.数据化运营案例实战 |
| 办公软件高级应用 | 2 | 32 | 第四学期 | 1.办公软件高级应用基础概述  2.Word高级排版与文档自动化处理  3.Excel数据处理与高级函数应用  4.办公软件间的数据交互与协作  5.办公软件效率工具与插件应用  6.办公软件项目实战与综合应用 |
| 图形图像处理 | 2 | 32 | 第四学期 | 1.通晓PS工具与软件使用  2.拍摄、绘制与编辑商品图片  3.实施图片通道与模板处理 |
| 视频制作 | 2 | 32 | 第四学期 | 1.视频制作基础理论与流程认知  2.拍摄设备操作与镜头语言运用  3.视频前期策划与分镜脚本设计  4.视频拍摄技巧与布光构图  5.视频剪辑软件基础操作  6.视频剪辑节奏把控与转场设计  7.音频处理与音效添加  8.视频调色原理与色彩校正  9.动态图形设计与动画制作  10.绿幕抠像与特效合成  11.短视频运营与分发策略  12.视频项目实战与成片输出 |
| 社交礼仪 | 2 | 32 | 第四学期 | 1.礼仪基础认知  2.个人形象塑造礼仪  3.日常交往礼仪  4.餐饮社交礼仪  5.职场礼仪规范  6.社交沟通礼仪  7.国际社交礼仪差异  8.仪式活动礼仪 |
| 思维训练 | 2 | 32 | 第四学期 | 1.思维基础认知与类型解析  2.逻辑思维构建与推理训练  3.创新思维激发与方法实践  4.批判性思维培养与问题分析  5.系统思维搭建与整体认知  6.思维迁移应用与综合实战 |
| 艺术鉴赏 | 2 | 32 | 第四学期 | 1.艺术鉴赏基础理论与方法  2.绘画艺术流派与经典作品赏析  3.雕塑艺术发展脉络与风格解读  4.音乐艺术要素与不同类型品鉴  5.建筑艺术美学特征与代表作品剖析  6.影视艺术语言与经典影片鉴赏 |
| 智慧商业 | 2 | 32 | 第四学期 | 1.智慧商业基础概念与发展趋势  2.物联网技术与商业场景应用  3.大数据与人工智能驱动商业决策  4.智能营销与精准客户运营  5.智慧供应链与物流数字化管理  6.商业智能化转型实践与案例分析 |
| 人工智能导论 | 2 | 32 | 第四学期 | 1.人工智能基本概念与发展历程  2.机器学习基础与算法入门  3.深度学习原理与神经网络架构  4.自然语言处理技术与应用场景  5.计算机视觉基础与图像识别技术  6.人工智能伦理、安全与未来展望 |

## （五）专业核心课程描述

**表7-6-1 《视觉营销设计》课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 视觉营销设计 | **学分** | 3 | **学时** | 48 |
| **课程目标** | 视觉营销设计课程旨在帮助学生掌握视觉营销的基础理论，熟悉 Photoshop 等设计工具的操作，理解不同场景下视觉营销的应用策略。培养学生运用设计工具完成创意作品、进行电商平台与线下零售空间视觉设计，以及策划执行视觉营销方案的实践能力。同时，激发学生创新思维与艺术审美，提升团队协作能力，强化职业责任感与商业意识，使学生能够将视觉设计与商业目标相结合，满足行业对视觉营销设计人才的需求，创作出符合规范与商业价值的设计作品。 | | | | |
| **学习内容** | 1.视觉营销基础理论  2.视觉设计工具与技术  3.视觉营销元素设计  4.电商平台视觉营销应用  5.线下零售空间视觉营销  6.视觉营销策划与执行  7.视觉营销效果评估与优化 | | | | |
| **能力培养** | 1.设计工具运用能力；  2.电商平台视觉营销实践能力；  3.线下零售空间视觉营销能力；  4.视觉营销策划执行能力。 | | | | |
| **与岗位能力和职业资格证书的衔接** | 数字营销技术应用职业技能等级证书（中级） | | | | |

**表7-6-2 《网络营销》课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 网络营销 | **学分** | 4 | **学时** | 64 |
| **课程目标** | 课程旨在帮助学生系统掌握网络营销基础理论、核心策略与实操方法。通过课程学习，学生能够熟练运用搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销等常见网络营销手段，独立完成网络营销方案的策划、执行与效果评估；具备运用数据分析工具洞察用户需求、优化营销策略的能力，提升网络营销活动的转化率与品牌传播效果。同时，培养学生创新思维与互联网商业意识，使其能够结合行业动态与企业实际需求，灵活调整营销策略，满足网络营销岗位的技能要求，为考取网络营销师、数字营销技术应用等职业资格证书奠定坚实基础。 | | | | |
| **学习内容** | 1.认知网络营销  2.网络营销战略  3.搜索引擎营销  4.社会化媒体营销  5.网络视频营销  6.网络广告营销  7.软文营销、事件营销、病毒营销  8.网络营销策划 | | | | |
| **能力培养** | 1.网络营销策划与执行能力；  2.数据分析与优化能力；  3.创意与内容创作能力；  4.网络营销工具应用能力。 | | | | |
| **与岗位能力和职业资格证书的衔接** | 数字营销证书 | | | | |

**表7-6-3 《社群营销》课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 社群营销 | **学分** | 3 | **学时** | 48 |
| **课程目标** | 社群营销课程旨在让学生系统掌握社群营销的基础理论、核心流程与运营策略。通过学习，学生能够熟练完成社群定位、搭建、推广及变现全流程操作，运用主流社群平台工具策划运营活动，提升社群活跃度与用户粘性；掌握数据分析方法，依据社群数据优化运营策略，实现精准营销；具备策划创意活动与优质内容的能力，增强社群影响力与品牌传播效果。同时，培养学生的创新思维与互联网营销意识，提升团队协作、沟通能力与职业责任感，助力学生满足社群运营专员、新媒体运营经理等岗位需求，为考取数字营销相关职业资格证书奠定基础。 | | | | |
| **学习内容** | 1.社交电商的基本概念  2.产品运营、用户运营、活动运营、内容运营、社群运营、数据运营  3.运营平台的实际操作流程 | | | | |
| **能力培养** | 1.社群全流程运营能力；  2.数据分析与优化能力；  3.创意策划与内容输出能力；  4.用户管理与沟通能力。 | | | | |
| **与岗位能力和职业资格证书的衔接** | 新媒体运营职业技能等级证书 | | | | |

**表7-6-4 《网店运营》课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 网店运营 | **学分** | 4 | **学时数** | 64 |
| **课程目标** | 通过本课程的教学，使学生掌握网店运营基础理论知识，熟悉网店运营的规则和对区域经济发展的作用，掌握网店运营基本工作过程，具备对淘宝平台运营的操作能力，能够掌握网店运营中客户服务、客户管理的措施，掌握网店运营数据的分析及应用。培养学生具备逻辑思维能力、营销能力、规划能力、产品策划能力、监控能力、市场推广、数据分析能力等基本岗位能力和职业素质。 | | | | |
| **学习内容** | 1.淘宝店铺开通2.商品发布  3.网店管理4.网店图片的拍摄与处理  5.网店装修6.网店搜索引擎优化  7.网店推广和营销8.网店内容运营  9.网店客服与客户关系管理10.网店运营数据分析 | | | | |
| **能力培养** | 1.掌握网店开通、商品选择及发布的方法,培养产品选择等能力。  2.掌握图片处理的基本操作，培养电商美工设计能力。  3.掌握网店装修的方法，培养优化店铺的能力。  4.掌握网店推广的方法，培养电商运营的能力。  5.掌握网店数据分析的方法，培养诊断店铺能力及数据分析能力。 | | | | |
| **与岗位能力和职业资格证书的衔接** | “电子商务师、电子商务运营”1+X职业技能证书 | | | | |

**表7-6-5 《互联网产品开发》课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 互联网产品开发 | **学分** | 3 | **学时数** | 48 |
| **课程目标** | 课程旨在帮助学生掌握产品开发全流程知识，从需求分析、原型设计到技术实现与迭代优化。通过课程学习，学生能够独立完成产品构思与规划，熟练使用Axure、墨刀等工具进行原型设计，运用市场分析模型挖掘用户需求；掌握产品开发技术基础与项目管理方法，具备团队协作完成产品开发、测试与上线的能力；同时培养创新思维与商业洞察力，使学生能够结合行业趋势优化产品功能与用户体验，满足产品经理、互联网运营等岗位要求，为考取产品经理职业认证等相关证书奠定基础。 | | | | |
| **学习内容** | 1.互联网产品开发基础认知  2.互联网产品开发流程与工具应用  3.产品需求分析与规划  4.产品原型设计与文档撰写  5.产品开发技术、测试与迭代 | | | | |
| **能力培养** | 1.产品全流程开发能力；  2.数据分析与需求挖掘能力；  3.跨团队协作与项目管理能力；  4.技术应用与创新能力。 | | | | |
| **与岗位能力和职业资格证书的衔接** | NPDP（产品经理国际资格认证） | | | | |

**表7-6-6 《零售门店O2O运营》课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 零售门店O2O运营 | **学分** | 3 | **学时数** | 48 |
| **课程目标** | 通过本课程的学习，使学生掌握零售店铺O2O运营的基本理论，学会运用相关理念和工具开展O2O运营。同时培养学生自主学习能力、自我管理能力、沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。 | | | | |
| **学习内容** | 1.新零售初识 2.理念革新 3.零售 O20  4.渠道构建 5.商品管理与创新  6.深度营销 7.数据化运营  8.体验建设 9.重构会员体系 | | | | |
| **能力培养** | 1.能够以数据化衡量客户价值，实现精准营销；  2.具有独立完成用大数据绘制消费者虚拟代表的能力；  3.具有重构经营模式，实现传统零售向新零售的战略转型的能力；  4.能以数据为驱动，构建数字化供应链网络；  5.能商品创新，持续赋予商品全新的吸引力。 | | | | |
| **与岗位能力和职业资格证书的衔接** | 全媒体运营师 | | | | |

**表7-6-7 《岗位实习》课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 岗位实习 | **学分** | 20 | **学时数** | 600 |
| **课程目标** | 岗位实习是学习了三年多的电子商务专业后进行的一次全面的实践性练习。通过岗位实习，有助于加深对电子商务基础理论和基本知识的理解，将课堂知识与现实工作进行结合，达到理论与实践相结合的目的，并进一步通过亲身体验社会实践让自己更进一步了解社会，在实践中增长见识，锻炼自己的才干，培养自己的韧性，更重要的是检验一下自己所学的东西能否被社会所用，找出自己的不足之处，以便更好的取长补短，提高个人素养，为即将进入社会做好准备和进行必要的热身及适应。 | | | | |
| **学习内容** | 1.听取企业实习指导老师的介绍；  2.在实习单位实习岗位跟班实习或岗位实习；  3.查阅有关资料；  4.撰写实习报告。 | | | | |
| **能力培养** | 1.通过岗位实习，使学生能够从事电子商务系统的应用、管理和维护工作，能够运用电子商务技术进行企业的营销、财务、物流等管理，具有电子商务和电子商务网站的维护和管理能力，能够运用电子商务技术解决实际工作中的问题；  2.通过岗位实习接触认识社会，提高社会交往能力，学习各单位技术人员的优秀品质和敬业精神，培养学生的专业素质，明确自己的社会责任；  3.找到将所学的电子商务知识与企业实际需要的结合点，在可能的情况下鼓励优秀大学生为企业开展电子商务、企业信息化、企业运营管理、网络营销、物流管理、商务策划等献计献策，增强自己的实践经验和实战能力；  4.树立正确的劳动观念与服务观念，培养学生正确的人生观与社会责任感，引导学生建立正确的择业观。 | | | | |
| **与岗位能力和职业资格证书的衔接** |  | | | | |

**表7-6-8 《毕业设计（论文）》课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 毕业设计（论文） | **学分** | 2 | **学时数** | 60 |
| **课程目标** | 学生通过资料收集、阅读、整理和分析，做到理论有效结合实践，原理上有实践的突破。同时综合培养学生的良好的职业素养，脚踏实地、勤于思考、严谨写作的治学态度，发现问题、分析问题和解决问题的能力，写作能力以及语言表达能力。 | | | | |
| **学习内容** | 1.毕业论文选题  2.毕业论文实施  3.毕业论文答辩 | | | | |
| **能力培养** | 1.具备在实践中发现问题、解决问题的能力；  2.熟练进行需求分析、信息检索、方案设计、资源利用等专业方法和技能；  3.理论与实践相结合的能力；  4.办公软件操作能力。 | | | | |
| **与岗位能力和职业资格证书的衔接** |  | | | | |

## （六）素质拓展课程

素质拓展课程要求至少完成6学分，96学时。素质拓展课程包括综合素质拓展课程和第二课堂活动课程。依据人才培养需要，参照学生工作处（武装部、团委）《“第二课堂成绩单”制度实施办法（试行）》执行。

**表7-7 素质拓展课程一览表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **统筹部门** | **拟开设学期** |
| 1 | 入学教育 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |
| 2 | 思想成长 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |
| 3 | 社会实践、志愿公益 | 32 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 4 | 文体社团活动 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 5 | 技能特长 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 6 | 学生工作履历 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 7 | 创新创业 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 8 | 特色模块 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 9 | 健康教育 | 16 | 1 | 总务处（基建处） | 第一至五学期 |
| 10 | 电商e创工作坊 | 48 | 3 | 现代商务学院 | 第一至四学期 |
| 11 | 直播电商社团 | 48 | 3 | 现代商务学院 | 第一至四学期 |

注：参加讲座、技能展示、专业技能证书考取等相关活动，视参与情况及是否取得合格证书认定1-2学分。

# **八、学时安排**

每学年教学时间40周，课内学时一般按每周20-24学时计算，综合实战、岗位实习按每周30学时计算。每学时不少于45分钟。

电子商务专业总学分为145学分，总学时数为2854学时，其中公共基础课程854学时，占总学时的29.9%；实践性教学1706学时，占总学时的59.8%；各类选修课程416学时，占总学时的14.6%。

# **九、教学进程总体安排**

实行三学年六学期制。探索实行“2+0.5+0.5”三段式学制人才培养模式。前两年四个学期，以人文素养课程、专业基础课程、专业核心课程为主，同时开展专业认知，专业基本技能训练；第五学期实行工学交替，校企协同培养，以开展专项实训、综合实训、企业项目化实训为主，重在学生综合技能训练提升，为岗位实习做好衔接；第六学期安排岗位实习。

每学期教学周数20周，三年共120周。

**表9-1 2025级电子商务专业教学进程表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **学年** | **学期** | **教学周** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** |
| 一 | 1 | 入学教育  军事技能 | | | 一体化教学 | | | | | | | | | | | | | | | | 考试 |
| 2 | 一体化教学 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 考试 |
| 二 | 1 | 一体化教学 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 考试 |
| 2 | 一体化教学 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 考试 |
| 三 | 1 | 工学交替、校企协同培养、综合实训 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 考试 |
| 2 | 岗位实习、毕业设计（论文） | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

## （一）课程设置及教学计划表

**表9-2 电子商务专业课程设置及教学计划表**

| 课程  性质 | 课程  代码 | 课程名称 | 学分 | 学时 | 学时分配 | | 各学期课程开设分布及学时安排 | | | | | | 考核  方式 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | |
| 理论 | 实践 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 公共必修课 | 01000001 | 思想道德与法治 | 3 | 48 | 40 | 8 |  | 3 |  |  |  |  | ★ |
| 01000101 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 2 | 32 | 28 | 4 | 2 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000102 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 3 | 48 | 40 | 8 | 3 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000040 | 形势与政策（一） | 1 | 32 | 8 | 0 | 0.5 |  |  |  |  |  |  |
| 形势与政策（二） | 8 | 0 |  | 0.5 |  |  |  |  |  |
| 形势与政策（三） | 8 | 0 |  |  | 0.5 |  |  |  |  |
| 形势与政策（四） | 8 | 0 |  |  |  | 0.5 |  |  |  |
| 01000155 | 中国共产党党史 | 1 | 16 | 16 | 0 |  | 1 |  |  |  |  |  |
| 01000035 | 思想政治理论课实践教学 | 1 | 16 | 0 | 16 | 0.5 | 0.5 |  |  |  |  |  |
| 01000007 | 心理健康教育 | 2 | 32 | 24 | 8 |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 01000005 | 军事理论 | 2 | 36 | 24 | 12 | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 01000103 | 军事技能 | 2 | 112 | 0 | 112 | **√** |  |  |  |  |  |  |
| 01000077 | 国家安全教育 | 1 | 16 | 16 | 0 | 1 |  |  |  |  |  |  |
| 01000105 | 劳动教育 | 1 | 16 | 0 | 16 | **√** | **√** |  |  |  |  |  |
| 01000232 | 管理学基础 | 1 | 16 | 14 | 2 |  | 1 |  |  |  |  |  |
| 01000009 | 大学英语（一） | 4 | 64 | 48 | 16 | 4 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000019 | 大学英语（二） | 4 | 64 | 48 | 16 |  | 4 |  |  |  |  | ★ |
| 01000034 | 大学日语（一） | 4 | 64 | 48 | 16 | 4 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000033 | 大学日语（二） | 4 | 64 | 48 | 16 |  | 4 |  |  |  |  | ★ |
| 01000106 | 信息技术 | 3 | 48 | 24 | 24 | 3 |  |  |  |  |  |  |
| 01000098 | 体育与健康（公共体育） | 2 | 36 | 2 | 34 | 2 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01350221 | 体育与健康（专项一） | 2 | 36 | 2 | 34 |  | 2 |  |  |  |  | ★ |
| 01000097 | 体育与健康（专项二） | 2 | 36 | 2 | 34 |  |  |  | 2 |  |  | ★ |
| 01000107 | 职业发展与就业指导 | 2 | 38 | 22 | 16 |  | 1 | 1 |  |  | 0.5 |  |
| 小计 | | **39** | **742** | **382** | **360** | **18** | **15** | **1.5** | **2.5** | **0** | **0.5** |  |
| 公共限选课 | 01000056 | 高等数学（一） | 2 | 32 | 32 | 0 | 2 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000057 | 高等数学（二） | 2 | 32 | 32 | 0 |  | 2 |  |  |  |  | ★ |
| 小计 | | **4** | **64** | **64** | **0** | **2** | **2** |  |  |  |  |  |
| 公共选修课 |  | 公共选修课1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 公共选修课2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 公共选修课3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 自入校第二学期开设，每人在校需完成4个学分。 | | | | | | | | | | | | |
| 专业基础课 | 05004101 | 电子商务基础 | 3 | 48 | 48 | 0 | 3 |  |  |  |  |  | ★ |
| 05004102 | 市场营销 | 4 | 64 | 48 | 16 | 4 |  |  |  |  |  | ★ |
| 05004103 | 电子商务法律法规 | 3 | 48 | 48 | 0 |  | 3 |  |  |  |  | ★ |
| 05004104 | 财税基础 | 3 | 48 | 48 | 0 |  |  | 3 |  |  |  | ★ |
| 05004105 | 商务数据分析 | 4 | 64 | 48 | 16 |  |  | 4 |  |  |  | ★ |
| 05004106 | 零售基础 | 4 | 64 | 48 | 16 |  |  | 4 |  |  |  | ★ |
| 小计 | | **21** | **336** | **288** | **48** | **7** | **3** | **11** |  |  |  |  |
| 专业核心课 | 05004107 | 视觉营销设计 | 3 | 48 | 32 | 16 |  | 3 |  |  |  |  |  |
| 05004108 | 网络营销 | 4 | 64 | 48 | 16 |  |  | 4 |  |  |  | ★ |
| 05004109 | 社群运营 | 3 | 48 | 48 | 0 |  |  | 3 |  |  |  | ★ |
| 05004110 | 网店运营 | 4 | 64 | 48 | 16 |  |  |  | 4 |  |  | ★ |
| 05004111 | 互联网产品开发 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  | 3 |  |  | ★ |
| 05004112 | 零售门店O2O运营 | 3 | 48 | 48 | 0 |  |  |  | 3 |  |  | ★ |
| 05004113 | 岗位实习 | 20 | 600 | 0 | 600 |  |  |  | 2w |  | 18w |  |
| 05004114 | 毕业设计（论文） | 2 | 60 | 0 | 60 |  |  |  |  |  | 2w |  |
| 小计 | | **42** | **980** | **256** | **724** |  | **3** | **7** | **10** | **2w** | **20w** |  |
| 专业实践课 | 05004115 | 直播运营实战 | 6 | 132 | 0 | 132 |  |  |  |  | 6w |  |  |
| 05004116 | 网店运营实战 | 6 | 132 | 0 | 132 |  |  |  |  | 6w |  |  |
| 05004117 | 短视频运营实战 | 6 | 132 | 0 | 132 |  |  |  |  | 6w |  |  |
| 小计 | | **18** | **396** | **0** | **396** |  |  |  |  | **18w** |  |  |
| 专业方向课 | 05004118 | 新媒体营销 | 4 | 64 | 32 | 32 |  |  | 4 |  |  |  |  |
| 05004119 | 直播电商 | 4 | 64 | 32 | 32 |  |  |  | 4 |  |  |  |
| 05004120 | 商务谈判与推销技巧 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004121 | 商务沟通 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004122 | 电子商务客户服务与管理 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004123 | 管理学基础 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004124 | 经济学基础 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004125 | 互联网销售 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004126 | 电子商务物流 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004127 | 项目管理 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004128 | 市场调研与分析 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004129 | 消费者行为分析 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004130 | 数据可视化 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004131 | 数据化运营 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004132 | 办公软件高级应用 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004133 | 图形图像处理 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004134 | 视频制作 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004135 | 社交礼仪 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004136 | 思维训练 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004137 | 艺术鉴赏 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004138 | 智慧商业 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05004139 | 人工智能导论 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 小计 | | **12** | **192** | **96** | **96** |  |  | **6** | **6** |  |  |  |
| 素质拓展课 | 08000001 | 入学教育 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ |  |  |  |  |  |  |
| 08000007 | 思想成长 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ |  |  |  |  |  |  |
| 08000012 | 社会实践、志愿公益 | 2 | 32 | 0 | 32 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000013 | 文体社团活动 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000056 | 技能特长 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000014 | 学生工作履历 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000015 | 创新创业 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000016 | 特色模块 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000017 | 健康教育 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ |  |  |  |
| 08000018 | 直播电商社团 | 3 | 48 | 0 | 48 | √ | √ | √ | √ |  |  |  |
| 08000019 | 电商e创工作坊 | 3 | 48 | 0 | 48 | √ | √ | √ | √ |  |  |  |
| 小计 | | **6** | **96** | **0** | **96** |  |  |  |  |  |  |  |
| 合计及周学时 | | | **146** | **2870** | **1148** | **1706** | **27** | **23** | **25.5** | **18.5** | **18w** | **20w** |  |
| 总学分/总课时 | | | 146/2870 | | | | | | | | | | |

**说明：★表示考试，其余为考查；w 表示集中实践教学周；√表示课程开设学期。**

## （二）实践教学计划表

以契合行业发展、促进就业能力为导向，以综合职业能力为主线，结合专业实际，按照由简单到复杂，由单一到综合，由基础到拓展创新依次递进的原则，将专业群实践教学环节进行整体设计。

**表9-3 实践教学计划表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实践教学项目 | 学期 | 周数/学时 | 实践目标 | 实践内容 | 实践地点 |
| 1 | 市场营销 | 第一学期 | 16/16 | 1.技能目标：使学生熟练掌握市场调研方法、营销策划技巧、销售推广手段及数据分析能力，能够独立完成市场营销各环节工作任务，提升实践操作技能。  2.能力目标：培养学生的团队协作能力、沟通能力、问题解决能力和创新能力，增强学生在复杂营销环境中灵活应对挑战、制定策略的综合能力。​  3.素养目标：强化学生的市场意识、客户意识和商业思维，树立正确的营销伦理观，提升职业责任感，为未来从事市场营销相关工作奠定良好的职业素养基础。 | 1.市场调研实践：分组选定特定产品或服务，运用问卷调查、访谈、观察等方法，收集目标市场、消费者需求、竞争对手等数据，完成调研报告撰写，掌握市场调研全流程操作。​  2.营销策划与方案制定：基于调研结果，针对具体产品或品牌，制定完整的营销策划方案，包括市场定位、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略等内容，模拟实际营销场景进行方案设计。​  3.销售与推广实战：开展校园或社区产品销售活动，运用线上线下渠道进行产品推广；运营社交媒体账号，策划内容发布、互动活动，提升品牌曝光度与用户参与度。​  4.营销效果评估与优化：运用数据分析工具，对销售数据、推广效果、用户反馈等进行分析，评估营销活动成效，提出优化改进方案。 | 电商综合实训室；  相关校企合作企业 |
| 2 | 商务谈判与推销技巧 | 第一学期 | 16/16 | 1.技能目标：让学生熟练掌握商务谈判的流程、策略和沟通技巧，以及产品推销的方法与话术，能够独立完成商务谈判与产品推销的实际工作任务。​  2.能力目标：培养学生的逻辑思维能力、语言表达能力、应变能力和团队协作能力，提升在复杂商务环境中分析问题、解决问题的综合能力。3.素养目标：强化学生的商业契约精神、诚信意识和职业素养，树立正确的商务伦理观，培养学生在商务活动中的责任感与专业形象。 | 1.商务谈判模拟演练：设定不同商务谈判场景（如产品采购谈判、合作协议洽谈、价格磋商等），学生分组扮演买卖双方角色，从谈判前信息收集、方案制定，到谈判过程中的策略运用、僵局化解，再到谈判后的总结复盘，全流程模拟实战。​  2.推销技能实战训练：选择真实或虚拟产品，让学生制定推销方案，开展一对一产品推销、小组推销路演等活动。训练内容涵盖客户需求挖掘、产品卖点提炼、异议处理、促成交易等推销关键环节。​  3.经典案例深度剖析：选取知名企业商务谈判与推销的成功或失败案例，组织学生进行分析讨论，拆解案例中谈判策略、推销话术的运用逻辑，探讨改进优化方案。​  4.角色扮演与情景应对：设置突发情景（如客户临时压价、提出苛刻条款、质疑产品质量等），学生通过角色扮演进行即兴应对，锻炼临场应变能力与沟通技巧。 | 电子商务综合实训室；教室 |
| 3 | 商务数据分析 | 第二学期 | 16/16 | 1.技能目标：使学生熟练掌握商务数据采集、清洗、分析与可视化的全流程操作，能够运用主流数据分析工具和编程语言，独立完成商业数据处理与建模任务，生成专业的分析报告。​  2.能力目标：培养学生的数据洞察能力、逻辑思维能力和问题解决能力，提升将数据分析结果转化为商业策略的能力，增强在复杂商业场景中运用数据驱动决策的实践能力。​  3.素养目标：强化学生的数据敏感性、商业思维和职业责任感，树立严谨的数据分析伦理观，培养在商务活动中尊重数据、科学决策的专业素养。 | 1.数据采集与预处理：指导学生运用Python爬虫、网页数据抓取工具、企业数据库查询等方式，从电商平台、社交媒体、行业报告等渠道采集商务数据；学习使用Excel、Power Query、Python 的Pandas库等工具，对采集数据进行清洗、去重、缺失值处理和标准化转换，构建可用数据集。​  2.数据分析与建模：运用Excel数据透视表、图表，Python的Matplotlib、Seaborn库，以及Tableau、Power BI 等可视化工具，对数据进行描述性统计、相关性分析、回归分析等；开展用户画像构建、销售预测、市场趋势分析等实践项目，学习建立分类模型、聚类模型等数据分析模型。​  3.商业决策支持实践：针对企业实际业务问题（如产品定价优化、客户流失预警、营销策略效果评估），基于数据分析结果，提出解决方案并撰写商业分析报告；模拟向企业管理层汇报分析成果，提供数据驱动的决策建议。​  4.数据平台与工具综合应用：学习使用SQL进行数据库查询与管理，掌握Hadoop、Spark 等大数据处理平台基础操作；实践多工具协同分析，如通过SQL提取数据，在Python 中建模，最后用Tableau进行可视化展示。 | 电商综合实训室 |
| 4 | 零售基础 | 第二学期 | 16/16 | 1.技能目标：让学生熟练掌握商品采购、陈列、库存管理，以及销售服务、收银操作、促销活动策划等零售基础技能，能够独立完成零售店铺的基础运营工作。​  2.能力目标：培养学生的沟通能力、销售能力、问题解决能力和团队协作能力，提升对零售市场变化的敏锐度，增强零售运营与管理的综合实践能力。​  3.素养目标：强化学生的服务意识、商业诚信意识和职业责任感，树立正确的零售行业伦理观，培养适应零售行业发展需求的职业素养与创新思维。 | 1.商品管理实践：学习商品采购流程，包括市场调研、供应商洽谈、商品选品与采购计划制定；进行商品陈列实操，掌握货架布局、商品分类陈列、促销堆头设计技巧；实践商品库存管理，运用库存管理软件进行出入库登记、盘点与补货操作。​  2.销售服务实训：模拟销售场景，训练接待顾客、需求挖掘、产品推荐、异议处理及促成交易的销售话术与技巧；开展售后服务实践，包括退换货处理、客户投诉解决、客户关系维护等，提升客户满意度。​  3.店铺运营管理：参与店铺日常运营，学习收银系统操作、销售数据记录与统计；策划并执行小型促销活动，从活动方案制定、宣传物料设计到现场执行与效果评估；运用零售数据分析工具，分析销售数据、顾客行为数据，提出店铺运营优化建议。​  4.零售新业态体验：了解直播带货、社区团购等新零售模式，实践直播选品、脚本撰写、直播销售全流程；体验社区团购的商品组合、社群运营与配送服务设计，感受零售行业创新趋势。 | 商务优选直播工作室；校企合作企业 |
| 5 | 新媒体营销 | 第二学期 | 16/16 | 1.技能目标：使学生熟练掌握新媒体平台账号运营全流程，具备优质内容创作、多渠道推广及数据监测分析的能力，能够独立完成新媒体营销项目的策划与执行。​  2.能力目标：培养学生的创新思维、互联网营销意识、团队协作能力及快速适应新媒体平台规则变化的能力，提升从创意构思到落地执行的全链路新媒体营销实践能力。​  3.素养目标：强化学生的版权意识、网络营销伦理观及职业责任感，树立以用户为中心的营销理念，培养符合新媒体行业发展需求的专业素养。 | 1.新媒体账号运营实践：学生分组选择抖音、微信公众号、小红书等主流新媒体平台，完成账号定位、形象设计（头像、简介）、内容规划，持续输出图文、短视频等内容，学习粉丝互动、私信管理等日常运营工作。​  2.内容创作与策划：针对不同平台特性，开展热点选题策划、脚本撰写、视频拍摄剪辑、图文排版设计等实践；尝试制作直播带货方案，进行直播流程设计、话术准备及直播实操。​  3.新媒体推广与引流：运用 SEO 优化、话题营销、KOL 合作、信息流广告投放等手段，提升账号曝光度；开展新媒体裂变活动策划，如朋友圈打卡、社群拼团等，实现粉丝增长与流量转化。​  4.数据监测与效果分析：利用新媒体平台后台数据（如抖音巨量算数、微信公众平台数据助手）及第三方工具（如新榜、蝉妈妈），分析账号数据（播放量、点赞率、转化率等），根据数据优化内容与运营策略。 | 电商综合实训室；  相关校企合作企业 |
| 6 | 视觉营销设计 | 第三学期 | 16/16 | 1.技能目标：使学生熟练掌握视觉设计工具的操作技巧，精通电商与线下场景的视觉设计流程，能够独立完成视觉营销作品的策划、设计与落地执行。​  2.能力目标：培养学生的创意构思能力、审美能力及跨平台视觉设计能力；提升团队协作、沟通表达能力，强化从设计到营销效果反馈的闭环实践能力。​  3.素养目标：树立以用户体验为核心的设计理念，强化版权意识与设计伦理观；培养商业敏感度与创新思维，塑造符合行业需求的视觉营销专业素养。 | 1.电商平台视觉设计实战：学生分组为模拟或真实电商店铺进行页面设计，包括首页布局、商品主图优化、详情页策划与制作；运用Photoshop、C4D等工具设计促销海报、活动专题页，提升店铺视觉吸引力与转化率。​  2.线下零售空间视觉布置：选取校园或社区商铺，进行店铺橱窗陈列设计、店内动线规划及氛围营造；利用道具、灯光、色彩搭配等元素，打造符合品牌调性的购物场景，吸引消费者驻足与消费。​  3.视觉设计工具深度应用：系统实践Illustrator、Figma 等软件的图形绘制、排版设计功能；学习动态视觉设计工具（如AE）制作短视频片头、广告动效，增强视觉营销作品的表现力。​  4.视觉营销方案全流程执行：从市场调研、目标受众分析入手，制定完整的视觉营销方案；根据方案完成设计素材制作、投放渠道选择，并对营销效果进行数据跟踪与分析，优化视觉设计策略。 | 电商综合实训室 |
| 7 | 网络营销 | 第三学期 | 16/16 | 1.技能目标：让学生熟练掌握网络市场调研工具与方法、搜索引擎营销操作技巧、社交媒体平台运营流程、内容营销项目策划与执行能力，以及电商平台营销优化技能。能够独立运用各类网络营销工具与平台，完成网络营销项目的策划、实施与效果监测工作。  2.能力目标：培养学生的市场分析能力，使其能通过数据洞察市场趋势与消费者需求；提升创新思维能力，能够策划出具有吸引力与传播力的网络营销方案；增强团队协作能力，在分组实践中学会与不同专业背景的同学沟通协作，共同完成营销项目；强化问题解决能力，能够应对网络营销实践中出现的各种问题，如广告效果不佳、粉丝增长缓慢等，并提出有效的解决方案。​  3.素养目标：树立正确的网络营销伦理观，遵守网络营销法律法规，杜绝不正当竞争与虚假宣传行为；培养学生的商业敏感度，使其能够把握市场动态，及时调整营销策略；提升学生的数字营销意识，使其适应数字化时代的营销发展趋势，为未来从事网络营销相关职业奠定良好的职业素养基础。 | 1.网络市场调研实战：学生分组选定某一行业或产品，运用问卷调查平台（如问卷星）、网络访谈工具（如腾讯会议）、行业数据库（如艾瑞咨询）等，收集目标市场规模、消费者行为习惯、竞争对手策略等数据。通过对数据的整理、分析，撰写详细的市场调研报告，为后续营销决策提供依据。​  2.搜索引擎营销实践：在模拟或真实的搜索引擎广告平台（如百度推广、360 点睛）上，学生进行关键词研究与选择，制定关键词出价策略，设计搜索广告创意（标题、描述、展示URL等）。通过投放广告，监测点击率、转化率等数据，优化广告投放效果，提升搜索引擎营销的投资回报率。​  3.社交媒体营销运营：选择主流社交媒体平台（微信、微博、抖音、小红书等），创建品牌官方账号并进行定位与形象设计。学生规划内容发布日历，创作图文、短视频等形式的优质内容，开展粉丝互动活动（如话题讨论、抽奖、打卡等）。运用社交媒体平台的数据分析功能，了解粉丝增长、内容传播效果，调整运营策略，提升品牌在社交媒体上的影响力与用户黏性。​  4.内容营销项目策划与执行：围绕特定品牌或产品，学生策划并制作内容营销项目，如电子书、在线课程、案例研究等。从目标受众需求分析出发，确定内容主题与形式，进行内容创作与制作。通过电子邮件营销、内容分发平台等渠道推广内容，跟踪内容的下载量、阅读量、分享量等指标，评估内容营销的效果，实现品牌传播与用户转化。​  电商平台营销实操：若学生针对电商平台开展营销实践，需优化店铺页面设计（借鉴视觉营销设计理念，提升店铺视觉吸引力），制定商品标题、描述的 SEO 策略，提高商品在电商平台的搜索排名。策划并执行电商促销活动，如满减、折扣、赠品等，运用电商平台数据分析工具（如淘宝生意参谋），分析店铺流量来源、转化率、客单价等数据，优化电商营销运营策略，提升店铺销售额。 | 电商综合实训室；  相关校企合作企业 |
| 8 | 电子商务客户服务与管理 | 第三学期 | 16/16 | 1.技能目标：使学生熟练掌握电商客户服务全流程操作，包括售前咨询话术运用、售中订单管理、售后问题处理及 CRM 系统操作，能够独立高效完成客户服务工作。​  2.能力目标：培养学生的沟通表达能力、问题解决能力和情绪管理能力，提升在复杂客户场景下的应变能力；强化团队协作与跨部门协调能力，增强数据分析能力，通过客户服务数据优化服务流程。​  3.素养目标：树立以客户为中心的服务理念，强化服务意识与职业责任感；培养诚实守信、耐心细致的工作态度，遵守行业规范与职业道德，塑造专业的电商客户服务职业形象。 | 1.售前咨询服务模拟：学生分组模拟电商客服人员，通过模拟电商平台（如淘宝、京东）后台、即时通讯工具（如千牛），解答客户关于商品信息、尺码规格、优惠活动等常见问题。学习运用专业话术与沟通技巧，挖掘客户需求，引导客户完成商品选购。​  2.售中订单处理实操：实践订单审核、备货、发货流程，处理订单修改（如地址变更、商品更换）、物流信息查询与异常反馈。运用电商平台订单管理系统，学习订单状态跟踪、催付催单等操作，确保订单顺利履约。​  3.售后问题处理演练：设置退换货、商品质量投诉、客户纠纷等售后场景，学生依据平台规则和企业售后政策，与客户沟通协商解决方案。学习撰写售后处理报告，分析售后问题产生原因，提出改进建议。​  4.客户关系维护实践：运用 CRM 系统（如Shopify CRM、有赞CRM），对客户进行分类管理和标签设置。策划并执行客户关怀活动，如节日问候、生日祝福、会员专属优惠，通过邮件营销、短信营销等方式提升客户复购率与忠诚度。​  突发问题应急处理：模拟处理突发场景，如大规模客户投诉、系统故障导致订单异常等。学生需快速响应，制定应急方案，协调多部门资源解决问题，同时安抚客户情绪，降低负面影响。 | 电商综合实训室；  相关校企合作企业 |
| 9 | 网店运营 | 第四学期 | 16/16 | 1.技能目标：让学生熟练掌握网店从开设到运营的全流程操作技能，包括店铺搭建、商品管理、订单处理、营销推广及数据分析工具的使用，能够独立运营一家具备基础竞争力的网店。​  2.能力目标：培养学生的市场分析能力、营销策划能力和数据驱动决策能力；提升团队协作、沟通协调能力，强化应对电商平台规则变化和市场波动的应变能力。​  3.素养目标：树立用户至上的服务理念，增强商业诚信意识与风险防范意识；培养创新思维和创业精神，塑造符合电商行业需求的职业素养，为从事网店运营及相关工作奠定基础。 | 1网店开设与基础搭建：学生在模拟或真实电商平台（如淘宝、拼多多、抖音小店）完成网店注册，学习店铺名称、LOGO、装修风格的设计，规划首页布局、商品分类，上传商品信息（标题、详情页、主图），设置支付与物流方式，完成网店基础框架搭建。​  2.商品管理与供应链对接：开展商品选品策划，分析市场需求与竞争态势，制定商品上架计划；实践商品库存管理，通过 ERP 系统进行出入库登记、库存预警设置；模拟与供应商沟通，完成商品采购、退换货及补货流程。​  3.网店日常运营管理：运用电商平台后台工具（如生意参谋），监控店铺流量、访客行为、销售数据等指标；处理日常订单，包括订单审核、发货、物流跟踪及客户反馈；优化店铺 SEO，通过关键词筛选、标题优化提升商品搜索排名。​  4.网店营销推广实战：策划并执行网店促销活动，如满减、限时折扣、秒杀等；运用付费推广工具（直通车、超级推荐）和免费推广手段（社交媒体引流、内容营销），提升店铺曝光度与商品销量；开展直播带货实践，完成选品、脚本设计、直播运营全流程。​  5.数据分析与优化迭代：定期分析店铺运营数据，如转化率、客单价、复购率等，诊断店铺运营问题；基于数据优化商品布局、营销方案和服务流程；制定店铺阶段性运营优化计划，推动网店持续发展。 | 电商综合实训室；  相关校企合作企业 |
| 10 | 互联网产品开发 | 第四学期 | 16/16 | 1.技能目标：让学生熟练掌握互联网产品开发全流程所需技能，包括产品需求分析、原型设计、技术选型与开发、测试优化以及上线运营数据监测等，能够独立或协作完成一款互联网产品从构思到上线的完整过程。​  2.能力目标：培养学生的创新思维能力，鼓励学生挖掘独特的产品创意；提升团队协作能力，在小组开发中学会有效沟通、合理分工、协同工作；增强问题解决能力，面对开发过程中的技术难题、需求变更等能够迅速应对并找到解决方案；强化数据驱动决策能力，通过分析产品运营数据优化产品策略。​  3.素养目标：树立严谨的工程化开发理念，注重代码质量、项目管理与版本控制；培养产品思维与用户导向意识，始终以满足用户需求为出发点进行产品设计与开发；增强学生的知识产权意识与职业道德，确保产品开发过程合法合规，塑造符合互联网行业需求的专业素养，为未来从事互联网产品开发及相关工作筑牢基础。 | 1.产品规划：小组通过调研挖掘创意，明确产品定位，运用工具梳理功能框架，输出需求文档。​  2.原型设计：使用Axure等工具制作高保真原型，完成界面布局与交互流程设计。​  3.技术搭建：根据需求选定技术栈，搭建开发环境，配置数据库与项目初始化。​  4.开发协作：成员分工完成前后端开发，实现界面交互与数据处理，用Git管理代码。  5.测试优化：运用多种测试方法和工具，检测并修复问题，优化产品性能与体验。​  6.上线迭代：部署产品上线，收集用户反馈与运营数据，制定迭代计划。 | 电商综合实训室；  相关校企合作企业 |
| 11 | 直播电商 | 第四学期 | 16/16 | 1.技能目标：使学生熟练掌握直播电商从策划筹备到直播带货全流程操作技能，能够独立完成直播脚本撰写、直播间搭建、直播带货执行、营销推广及数据分析等工作，熟练运用直播相关工具与平台。​  2.能力目标：培养学生的沟通表达能力、应变能力、团队协作能力以及市场分析与营销策划能力。提升学生在直播场景下快速解决问题的能力，以及根据数据优化直播内容与营销策略的能力。​  3.素养目标：树立正确的直播电商职业观，强化诚信意识、服务意识和责任意识。培养学生的创新思维，鼓励学生在直播电商领域不断探索新的营销方式和内容形式，塑造符合直播电商行业需求的职业素养。 | 1.直播策划与筹备：学生分组选定直播带货的产品或品类，进行市场分析与目标受众定位，制定直播主题与脚本。学习直播间场景搭建，包括背景布置、灯光音效调试、商品陈列展示等，同时完成直播团队组建，明确主播、助播、运营等角色分工。​  2.直播带货实操：开展多场直播带货实践，主播负责产品介绍、互动答疑、引导下单，助播协助主播活跃气氛、补充信息、展示商品细节，运营人员负责直播推流、商品上架下架、实时监控数据、处理突发状况。​  3.直播营销推广：运用社交媒体平台（如抖音、微信、微博）进行直播预热，发布直播预告、短视频种草等内容，吸引潜在观众。实践直播引流技巧，如与KOL合作、投放直播Dou+等，提升直播间流量。​  4.直播数据分析与复盘：每场直播结束后，利用直播平台后台数据（如观看人数、在线时长、转化率、客单价等）进行分析，总结直播效果，找出优势与不足。通过小组讨论，提出改进措施，优化后续直播策略。 | 电商综合实训室；商务优选直播工作室；  相关校企合作企业 |
| 12 | 直播运营实战 | 第五学期 | 6/180 | 1.技能目标：掌握多平台直播流量运营、内容策划、数据驱动优化等核心技能，熟练使用投流工具、数据分析平台，具备独立策划与执行高转化直播项目的能力。​  2.能力目标：培养敏锐的市场洞察力与热点捕捉能力，提升跨部门协作、资源整合与危机处理能力。强化数据思维，能够通过深度数据分析驱动直播运营策略迭代。​  3.职业目标：树立专业化直播运营职业素养，熟悉行业规范与商业逻辑。培养从0到1搭建直播运营体系的能力，为胜任直播运营主管、电商运营经理等岗位，或开展自主创业奠定基础。 | 1.全平台流量运营：针对抖音、淘宝、快手等主流直播平台，分析平台算法机制与流量分发规则，制定差异化流量获取策略。实践包括SEO关键词优化、付费投流（DOU+、千川）精细化操作、跨平台引流联动，以及直播间流量承接与转化链路设计。​  2.直播内容深度策划：从用户需求与热点趋势出发，策划系列化直播主题与内容矩阵，如专题直播、节日营销直播、品牌专场等。设计互动玩法体系，包括福袋抽奖、连麦 PK、剧情化带货脚本，提升用户停留时长与互动率。​  3.用户全生命周期管理：搭建直播用户分层体系，通过用户画像标签（如消费能力、偏好品类）进行精准运营。实践私域流量沉淀，将直播间用户引流至社群、个人号；开展用户留存与复购活动，如会员专属直播、粉丝回馈福利。​  4.直播数据精细化分析：运用第三方数据工具（蝉妈妈、飞瓜数据）与平台后台数据，建立直播运营数据指标体系（流量来源占比、GPM、UV 价值等）。通过数据归因分析定位运营问题，如流量承接效率低、商品转化差，制定针对性优化方案。​  5.直播团队协同与资源整合：模拟直播项目制管理，统筹主播、场控、投流、内容等岗位分工协作。对接供应链资源，完成选品议价、样品管理；联动品牌方、MCN机构，策划联合营销活动，提升直播影响力。 | 企业 |
| 13 | 网店运营实战 | 第五学期 | 6/180 | 1.技能目标：熟练掌握网店从搭建到运营的全流程操作技能，精通商品管理、营销推广、数据分析、客户服务等核心模块，能够独立运用主流电商平台工具与第三方软件，实现网店的高效运营。​  2.能力目标：培养市场分析与选品能力、营销策划与执行能力、数据驱动决策能力，提升跨平台运营、资源整合及危机处理能力，强化团队协作与客户沟通能力，适应电商行业快速变化的需求。  3.职业目标：树立专业化网店运营职业素养，熟悉电商行业规则与商业逻辑，具备从0 到1打造盈利网店的能力，为胜任网店运营主管、电商项目经理等岗位，或开展电商创业项目奠定坚实基础。 | 1.网店全流程搭建：在主流电商平台（如淘宝、京东、拼多多）完成网店注册与基础设置，包括店铺定位、名称LOGO设计、首页装修、商品分类规划。学习商品上架全流程，完成标题优化、主图详情页设计、SKU设置，搭建具备基础竞争力的网店框架。​  2.商品精细化运营：开展市场调研与选品分析，结合数据分析工具（如生意参谋、魔镜）挖掘潜力商品。实践商品生命周期管理，包括新品测款、爆款打造、滞销品处理；制定商品定价策略，结合促销活动进行价格调控，优化商品利润空间。​  3.多渠道营销推广：运用免费推广手段，如SEO优化、内容营销（小红书种草、抖音短视频引流）、社群运营提升店铺自然流量；操作付费推广工具（直通车、超级推荐、万相台），学习广告投放策略与 ROI优化。策划店铺促销活动，包括满减、限时折扣、会员日活动，提升店铺转化率与销售额。​  4.店铺数据深度分析：建立网店运营数据指标体系，监控流量来源、转化率、客单价、复购率等核心数据。通过数据诊断店铺运营问题，如流量下滑、商品滞销，利用数据可视化工具生成分析报告，制定针对性优化方案。​  5.客户服务与私域运营：模拟客服全流程工作，包括售前咨询、售中订单处理、售后问题解决，学习使用客服工具（如千牛）提升服务效率。搭建客户分层体系，通过会员制度、粉丝群运营进行私域流量沉淀，开展客户关怀活动，提高客户忠诚度与复购率。​  6.供应链与库存管理：对接模拟或真实供应商，完成商品采购、合同签订、退换货流程。运用ERP系统进行库存管理，设置库存预警、优化仓储布局，保障商品供应稳定，降低库存积压风险。 | 企业 |
| 14 | 短视频运营实战 | 第五学期 | 6/180 | 1.技能目标：熟练掌握短视频从策划、制作到运营推广的全流程操作技能，能够灵活运用主流工具进行内容创作，熟练使用平台功能和第三方工具进行账号运营与数据分析。​  2.能力目标：培养热点捕捉能力、创意策划能力和内容创新能力，提升数据驱动决策能力、粉丝运营能力和商业变现能力，增强跨平台运营与资源整合能力。  3.职业目标：树立专业化短视频运营职业素养，熟悉行业规则与商业模式，具备独立运营高流量账号或策划短视频营销项目的能力，为从事短视频运营、新媒体营销等岗位，或开展自媒体创业提供支撑。 | 1.账号定位与IP打造：选择抖音、快手、视频号等主流平台，通过市场调研和用户分析，确定账号定位与内容方向。设计账号人设、头像、昵称、简介，搭建统一的视觉风格，打造具有辨识度的账号IP。​  2.短视频内容创作全流程：完成选题策划、脚本撰写、拍摄剪辑全流程实践。学习运用热点捕捉工具（如抖音热点宝、新榜）挖掘选题，掌握分镜脚本设计技巧；使用剪映、Premiere等工具进行视频剪辑、特效添加、配音字幕制作，产出优质短视频内容。​  平台运营与流量推广：研究各平台算法规则，制定发布策略，包括发布时间、标题文案、话题标签设置。实践付费推广（DOU+、磁力金牛）和免费引流手段，如评论区互动、跨平台分享、达人合作，提升视频播放量、点赞量和粉丝增长。  3.数据监测与优化迭代：建立短视频运营数据指标体系，重点监控完播率、点赞率、评论率、转发率、粉丝增长率等数据。通过数据分析诊断内容问题，如用户流失节点、选题吸引力不足，针对性优化后续内容创作与运营策略。​  4.粉丝运营与商业变现：搭建粉丝社群，开展互动活动，如粉丝专属福利、直播答疑，增强粉丝黏性。探索短视频商业变现模式，如广告植入、带货橱窗、品牌合作，实践从内容生产到商业转化的完整链路。 | 企业 |

## （三）综合实训活动安排表

**表9-4 综合实训活动安排表（第五学期）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 实训项目 | 周数(学时) | 实训内容 | 实训考核 |
| 直播运营实战 | 6（132） | 1.全平台流量运营：针对抖音、淘宝、快手等主流直播平台，分析平台算法机制与流量分发规则，制定差异化流量获取策略。实践包括SEO关键词优化、付费投流（DOU+、千川）精细化操作、跨平台引流联动，以及直播间流量承接与转化链路设计。​  2.直播内容深度策划：从用户需求与热点趋势出发，策划系列化直播主题与内容矩阵，如专题直播、节日营销直播、品牌专场等。设计互动玩法体系，包括福袋抽奖、连麦 PK、剧情化带货脚本，提升用户停留时长与互动率。​  3.用户全生命周期管理：搭建直播用户分层体系，通过用户画像标签（如消费能力、偏好品类）进行精准运营。实践私域流量沉淀，将直播间用户引流至社群、个人号；开展用户留存与复购活动，如会员专属直播、粉丝回馈福利。​  4.直播数据精细化分析：运用第三方数据工具（蝉妈妈、飞瓜数据）与平台后台数据，建立直播运营数据指标体系（流量来源占比、GPM、UV 价值等）。通过数据归因分析定位运营问题，如流量承接效率低、商品转化差，制定针对性优化方案。​  5.直播团队协同与资源整合：模拟直播项目制管理，统筹主播、场控、投流、内容等岗位分工协作。对接供应链资源，完成选品议价、样品管理；联动品牌方、MCN机构，策划联合营销活动，提升直播影响力。 | 1.技能目标：掌握多平台直播流量运营、内容策划、数据驱动优化等核心技能，熟练使用投流工具、数据分析平台，具备独立策划与执行高转化直播项目的能力。​  2.能力目标：培养敏锐的市场洞察力与热点捕捉能力，提升跨部门协作、资源整合与危机处理能力。强化数据思维，能够通过深度数据分析驱动直播运营策略迭代。  3.职业目标：树立专业化直播运营职业素养，熟悉行业规范与商业逻辑。培养从0到1搭建直播运营体系的能力，为胜任直播运营主管、电商运营经理等岗位，或开展自主创业奠定基础。 |
| 网店运营实战 | 6（132） | 1.网店全流程搭建：在主流电商平台（如淘宝、京东、拼多多）完成网店注册与基础设置，包括店铺定位、名称LOGO设计、首页装修、商品分类规划。学习商品上架全流程，完成标题优化、主图详情页设计、SKU设置，搭建具备基础竞争力的网店框架。​  2.商品精细化运营：开展市场调研与选品分析，结合数据分析工具（如生意参谋、魔镜）挖掘潜力商品。实践商品生命周期管理，包括新品测款、爆款打造、滞销品处理；制定商品定价策略，结合促销活动进行价格调控，优化商品利润空间。  3.多渠道营销推广：运用免费推广手段，如SEO优化、内容营销（小红书种草、抖音短视频引流）、社群运营提升店铺自然流量；操作付费推广工具（直通车、超级推荐、万相台），学习广告投放策略与 ROI优化。策划店铺促销活动，包括满减、限时折扣、会员日活动，提升店铺转化率与销售额。​  4.店铺数据深度分析：建立网店运营数据指标体系，监控流量来源、转化率、客单价、复购率等核心数据。通过数据诊断店铺运营问题，如流量下滑、商品滞销，利用数据可视化工具生成分析报告，制定针对性优化方案。​  5.客户服务与私域运营：模拟客服全流程工作，包括售前咨询、售中订单处理、售后问题解决，学习使用客服工具（如千牛）提升服务效率。搭建客户分层体系，通过会员制度、粉丝群运营进行私域流量沉淀，开展客户关怀活动，提高客户忠诚度与复购率。​  6.供应链与库存管理：对接模拟或真实供应商，完成商品采购、合同签订、退换货流程。运用ERP系统进行库存管理，设置库存预警、优化仓储布局，保障商品供应稳定，降低库存积压风险。 | 1.技能目标：熟练掌握网店从搭建到运营的全流程操作技能，精通商品管理、营销推广、数据分析、客户服务等核心模块，能够独立运用主流电商平台工具与第三方软件，实现网店的高效运营。​  2.能力目标：培养市场分析与选品能力、营销策划与执行能力、数据驱动决策能力，提升跨平台运营、资源整合及危机处理能力，强化团队协作与客户沟通能力，适应电商行业快速变化的需求。  3.职业目标：树立专业化网店运营职业素养，熟悉电商行业规则与商业逻辑，具备从0 到1打造盈利网店的能力，为胜任网店运营主管、电商项目经理等岗位，或开展电商创业项目奠定坚实基础。 |
| 短视频运营实战 | 6（132） | 1.账号定位与IP打造：选择抖音、快手、视频号等主流平台，通过市场调研和用户分析，确定账号定位与内容方向。设计账号人设、头像、昵称、简介，搭建统一的视觉风格，打造具有辨识度的账号IP。​  2.短视频内容创作全流程：完成选题策划、脚本撰写、拍摄剪辑全流程实践。学习运用热点捕捉工具（如抖音热点宝、新榜）挖掘选题，掌握分镜脚本设计技巧；使用剪映、Premiere等工具进行视频剪辑、特效添加、配音字幕制作，产出优质短视频内容。​  平台运营与流量推广：研究各平台算法规则，制定发布策略，包括发布时间、标题文案、话题标签设置。实践付费推广（DOU+、磁力金牛）和免费引流手段，如评论区互动、跨平台分享、达人合作，提升视频播放量、点赞量和粉丝增长。  3.数据监测与优化迭代：建立短视频运营数据指标体系，重点监控完播率、点赞率、评论率、转发率、粉丝增长率等数据。通过数据分析诊断内容问题，如用户流失节点、选题吸引力不足，针对性优化后续内容创作与运营策略。​  4.粉丝运营与商业变现：搭建粉丝社群，开展互动活动，如粉丝专属福利、直播答疑，增强粉丝黏性。探索短视频商业变现模式，如广告植入、带货橱窗、品牌合作，实践从内容生产到商业转化的完整链路。 | 1.技能目标：熟练掌握短视频从策划、制作到运营推广的全流程操作技能，能够灵活运用主流工具进行内容创作，熟练使用平台功能和第三方工具进行账号运营与数据分析。​  2.能力目标：培养热点捕捉能力、创意策划能力和内容创新能力，提升数据驱动决策能力、粉丝运营能力和商业变现能力，增强跨平台运营与资源整合能力。  3.职业目标：树立专业化短视频运营职业素养，熟悉行业规则与商业模式，具备独立运营高流量账号或策划短视频营销项目的能力，为从事短视频运营、新媒体营销等岗位，或开展自媒体创业提供支撑。 |

## （四）岗位实习活动安排表

**表9-5 岗位实习活动安排表（第六学期）**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 实习目标 | 使学生掌握实习岗位的工作技能；使学生达到实习企业的岗位要求；使学生实现从学生到职业人的转变。 | | | |
| 实习安排 | 实习项目 | 周数  （学时） | 实习内容 | 实习单位 |
| 网店运营 | 8（240） | 1.负责网店日常商品上架、下架，优化商品标题、主图及详情页；2.运用电商平台工具（如生意参谋）分析店铺流量、转化率等数据，制定优化方案；3.策划并执行网店促销活动，包括满减、限时折扣等，跟进活动效果。 | 校企合作企业 |
| 直播电商 | 6（180） | 1.参与直播策划，包括选品、撰写直播脚本、设计直播间场景；2.担任主播、助播或运营角色，完成直播带货全流程工作；3. 分析直播数据（如观看人数、销售额、转化率），提出直播优化建议。 | 校企合作企业 |
| 电商客户服务 | 6（180） | 1.通过在线客服工具（如千牛）解答客户售前咨询、处理售中订单问题；2.妥善处理客户售后投诉、退换货申请，提升客户满意度；3.整理客户反馈信息，协助优化产品与服务。 | 校企合作企业 |
| 教师要求 | 1.定期跟踪学生实习学习情况  2.定期培训实习学生，引导学生实习工作  3.定期联系企业回访学生实习工作表现，稳定学生状态 | | | |
| 学生要求 | 1.按照在校学习情况，配合企业开展工作  2.保障自身安全，包括财产安全、人身安全等 | | | |
| 实习考核 | 学校与企业双方共同对学生实习表现进行综合考核 | | | |

# **十、实施保障**

## （一）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。

专任教师比例72%，能够适应本专业教学和发展需要。师资队伍知识结构优化、年龄结构合理、教学经验丰富，有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学技术等相关专业学士及以上学历；具有扎实的电子商务相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；教科研水平领先。教学团队在专业群建设、人才培养、教育教学、科学研究、服务社会等方面，具备较好的基础和实力，专业教师中具备双师条件的比例为90%以上。

兼职教师占比28%，主要从电商企业聘请兼职教师，兼职教师具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的电商专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担课程与实训教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。

**表10-1 电子商务专业专任/兼职教师**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | 性别 | 出生年月 | 职称 | 教师性质 | 承担课程 | 是否双师素质教师 |
| 王裕 | 女 | 1985.09 | 讲师 | 专任教师 | 《网络营销》 | 是 |
| 吕成斋 | 男 | 1967.07 | 教授 | 专任教师 | 《商务谈判与推销技巧》 | 是 |
| 李福烨 | 女 | 1970.08 | 教授 | 专任教师 | 《电子商务物流》 | 是 |
| 邹雪洁 | 女 | 1970.12 | 教授 | 专任教师 | 《电子商务基础》 | 是 |
| 方阿荣 | 女 | 1972.10 | 教授 | 专任教师 | 《电子商务法律法规》 | 是 |
| 王丽红 | 女 | 1991.05 | 讲师 | 专任教师 | 《商务数据分析》 | 是 |
| 马丽 | 女 | 1979.07 | 讲师 | 专任教师 | 《视觉营销设计》 | 是 |
| 王咏鑫 | 女 | 1991.10 | 助教 | 专任教师 | 《网店运营》 | 是 |
| 吕佳敏 | 女 | 1992.12 | 助教 | 专任教师 | 《商务数据分析》 | 否 |
| 孙政 | 男 | 1995.05 | 助教 | 专任教师 | 《市场营销》 | 是 |
| 宋欣耘 | 女 | 1998.10 | 助教 | 专任教师 | 《直播电商》 | 否 |
| 徐梦圆 | 女 | 1998.08 | 助教 | 专任教师 | 《电子商务客户服务与管理》 | 否 |
| 苏晨 | 女 | 1996.05 | 助教 | 专任教师 | 《消费者心理学》 | 是 |
| 车延红 | 女 | 1973.04 | 教授 | 兼职教师 | 《社交礼仪》 | 是 |
| 陈阳 | 女 | 1988.03 | 讲师 | 兼职教师 | 《财税基础》 | 是 |
| 张睿 | 女 | 1990.09 | 讲师 | 兼职教师 | 《经济学基础》 | 是 |
| 李岩涛 | 男 | 1983.06 | 讲师 | 兼职教师 | 《零售门店O2O运营》 | 是 |
| 张学友 | 男 | 1980.06 | 讲师 | 兼职教师 | 《互联网产品开发》 | 是 |

## （二）教学设施

### 1.专业教室基本条件

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

### 2.校内实训室（基地）基本要求

校内实训基地结合理论教学的开展，重点帮助学生建立对有关知识的感性认识，初步培养学生的动手能力和职业技能。

（1）电子商务综合实训室

以真实任务驱动的形式，完成淘宝卖家开店与经营的一整套业务流程，自主操作账号注册与基础设置、商品发布与管理、店铺推广、数据分析、客户服务等工作任务，实现教学和工作任务“零距离”。

①网店运营模块

学生熟练掌握开设网店前软硬件方面的准备、建立配送中心、装修网店、采购商品、处理订单、配送商品、结算资金、分析财务指标等网店运营操作。根据市场和竞争对手的情况制定和调整经营策略，以实现经营目标，具体操作内容包括进行搜索引擎优化（SEO），获取更多的自然流量；进行直通车推广、钻石展位推广，获取更多的付费流量；针对消费人群开展促销活动、制定商品价格，提升转化率；根据财务状况和经营策略，规划资金需求，控制成本等。

②电子商务客户服务与管理模块

学生通过在线即时聊天工具完成多类目商品售前、售中、售后服务，针对客户服务过程中的“规定话术”，优质、高效地完成工作任务。利用软件编辑快捷回复话术提高响应速度，完成多窗口操作，同时服务多个客户。通过系统化训练，培养学生促成客户成交、提高客单价、引导客户及时收货及好评、维护店铺权益、激发客户再次购买等业务处理能力。

（2）商务优选直播工作室

依托地方产业，以校企合作方式，让学生通过真实的项目组成创业团队，为学生创新创业提供平台。学生通过团队合作完成短视频拍摄、后期剪辑、直播脚本策划、电商直播实战等任务，将所学知识应用于实践，真实地经营网店、体验直播带货的整个环节，提前感受直播电商的工作内容和氛围。

（3）视觉营销一体化实训室

根据市场需求和商品特点，通过运用摄影技术、图片美化技巧以及图文编辑设计，完成商品拍摄、图片处理等一系列专业技术任务，形成PC端及移动端店铺首页、商品详情页等店铺装修内容。具体包括商品图片拍摄、商品图片美化、商品属性设计、商品展示方式、商品详情页制作等五方面内容。

### 3.校外实训基地基本要求

校外的实训基地进一步培养和锻炼学生的岗位职业能力，并通过顶岗实践和校企合作等方式，按照企业对职业技能、职业道德等方面的标准和要求管理学生，以提高其岗位职业能力。本专业具有稳定的校外实训基地，能够提供开展网络营销推广，网店（站）运营管理、美工设计、电商客服等实训活动，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。

### 4.学生实习基地基本要求

学生实习基地为当地优质电商企业，并保证每20个实习生不少于1个校外教育实践基地。实践基地提供开展网络营销推广，网店（站）运营管理、美工设计、电商客服、直播运营等实训活动。

### 5.信息网络教学条件

校园网络能够覆盖学校所有的办公室、教学楼、实训室、学生宿舍等各个建筑，学校图书馆、教室等大部分区域均可无线上网，多媒体教室、计算机房、学生宿舍内都有联网端口，校园网方便易用，为师生交流提供了极为便利的条件。学生可以通过网站了解课程的一些基本情况和查阅课程教学基本要求、实训教学内容、教案、教学录像、教学课件、模拟试题等相关资料，并能与任课老师和同学互动。

## （三）教学资源

**1.教材选用基本要求**

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

原则上要求专业课程的教材和教辅资料均必须选取近三年内出版的高职高专教材，同时，鼓励专业教师根据学生的实际情况编写校企合作教材，并可根据实际情况引进企业内部讲义，要求教师尽可能的把企业和行业的与时俱进的知识和技能嵌入在授课过程中，完善教学体系。

**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，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

**3.数字教学资源配置基本要求**

本专业要求每门专业课程均建设、配备与课程有关的音视频素材、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。此外，本专业大力支持混合式教学、手机课程、网上建课等信息化教学手段，丰富数字教学资源。

## （四）教学方法

根据电子商务专业的特点，以学生为中心，以职业活动为导向，以职业能力为目标，综合培养学生的专业能力、方法能力和社会能力。应用多媒体、模型、现场教学等手段，采用项目教学法、任务驱动法、引导文本教学法、角色扮演法、案例分析法、情景体验教学法等，坚持“产业前沿、能力导向、项目引领、工学一体”指导原则，实现理论知识点与实际一一对应。

1.项目教学法

师生共同完成一个电商项目而进行的教学活动。以实际工作中的典型任务作为教学内容导入，从实践入手，引导学生学习相关知识，完成实际任务。

2.任务驱动法

先明确工作任务，提出工作目标和要求，学习相关电商知识，教师针对性指导，学生设计工作方案，制定工作计划，组织和参加工作过程的各项作业，进行专业技能练习，最后组织学生自我评价和师生评价。教学过程中学生是完成任务的主体，教师是任务实施过程中的指导者，以完成任务的效果与质量来评价学生的学习成果。

3.引导文本教学法

学生以学习小组的形式在学习工作任务单的引导下，通过教师指导、学生独立探索、小组协作、顶岗实习、校内实训技能训练、讲座等多元化的方式完成专业知识的学习和技能训练，完成职业能力和职业素质的锻炼与培养。

4.角色扮演法

角色扮演主要是以小组为单位，设置视觉营销设计、客服服务与管理、店铺运营推广、短视频设计与制作、直播运营等岗位，组成项目小组，合作完成任务，并在教学实践的过程中，采用轮岗的方式，使每一名同学对各个岗位的岗位职责和工作方法技巧都有比较深刻地了解、体验和认识。

5.案例分析法

以电子商务案例为基本教学材料，将学生引入教育实践的情景中，通过师生、生生多向互动、平等对话和积极研究等形式，提高学生面对复杂商业环境下的决策能力和行动能力。

6.情境体验教学法

组织学生赴校企合作企业进行现场学习，体验视觉营销设计、客服服务与管理、店铺运营推广、短视频设计与制作、直播运营等岗位工作，体会不同角色的工作方式方法和工作内容，让学生对所在企业有真实情境感。在教学实践过程中，要求学生在工作中按照所分配的工作岗位进行阶段性总结，记录收获。

## （五）学习评价

学习评价的核心思想是：以评价促发展，体现能力为本，理论与实践相结合，对学生采用“四实”标准进行评价，包括实理实理,指实用理论,即学生获得相应能力和技能所必要的实用知识和理论,考核学生对这些知识和理论的掌握程度；实训，指技能训练，即学生通过强化训练掌握某种专项技能和核心能力的程度；实战，指生产经营，即学生在真实职场环境中通过生产性实训、实体性经营等活动，获得综合能力的成效；实习，指跟岗和顶岗实习，即学生在实习单位参加教学实习，重点考核技能掌握程度，以及工作态度、工匠精神、工作业绩。

考核方式以过程考核和结果考核相结合的方式，各学习情境分别独立考核，最终给出综合成绩。考核过程侧重实践操作技能的操作考核，既考核学生完成工作任务的规范操作情况，更要注重职业能力和素质的培养。既考核学生的个人动手能力，同时考核小组之间的合作情况。结果考核主要依据任务完成的质量和效率，依据考核表进行客观打分评价。

1.目标考核和过程评价相结合

采用过程评价和目标考核相结合的方式，既对学生完成任务的工作过程及运行操作能力进行评价，也对运行操作的结果进行评价，体现的是职业行动能力的全方位评价。

2.学生相互评价和学生的自我评价

评价内容主要围绕三个方面：自我学生能力，协作学习过程中做出的贡献及完成工作任务的质量，从学生的视角对学生工作积极性、团结协作精神加以评价。

3.定性评价和定量评价相结合

把定性与定量考核结合到过程考核中，建立各种规范化、标准化的考核表。

除此之外，考核注重实践能力，校企双方共同考核。学生完成工作任务的过程中，始终有企业兼职教师参与，进行全过程考核，通过过程让学生进行自我管理，自我设计，培养学生的创新精神，通过考核促进学生学习和综合素质的提高。

## （六）质量管理

1.制度保障

建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，明确教学质量保障体系的建设和实施如何进行，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，建立科学、规范、全面的教学质量保障体系和长效机制，形成一个有明确任务、职责、权限、相互协调、相互促进的教学质量管理有机整体，合理配置教学资源，增强自我约束和自我发展能力，持续提高教育教学质量。

2.质量监控

（1）建立全员参与、全程监控和全面保障的教学管理机制，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度。通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，实施质量监控，达成人才培养规格。采取集中教学检查、随机教学检查、专项教学检查、教师教学效果评价、专项评估等全方位全空间的形式以专业、课程、教学等为评价对象，以建设水平和质量状况为重点，进行专业、课程和教学的检查与监控，保证质量。

（2）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，定期开展说课展示、公开课、示范课、教学竞赛等教研活动。

（3）建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，定期形成毕业生就业质量分析报告，对生源情况、就业率和去向、就业情况、就业创业工作举措、专业相关度、对教育教学的反馈等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

（4）定期开展教研活动，充分利用就业分析评价结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

# **十一、毕业要求**

1.本专业学生毕业最低取得145学分，其中公共基础课46学分，专业课程（包括岗位实习与毕业设计）93学分，素质拓展课程6学分。选修课学分可由学生取得的超出培养方案规定以外的专业1+X证书及其他项目活动学分进行抵顶，具体抵顶方法由学院出具书面申请及抵顶佐证资料报教务处审批。

2.参加规定的毕业实习，提交符合要求的实习鉴定、实习报告并成绩合格。

3.鼓励学生取得与专业相应的电子商务师、互联网营销师等职业技能等级证书。

电子商务专业人才培养方案论证审核单

一、电子商务专业人才培养方案论证意见

|  |
| --- |
| **一、培养目标与定位**​  1.目标明确性  培养方案中对电子商务专业人才的培养目标阐述清晰，旨在培育德、智、体、美全面发展，具备扎实电子商务理论知识与实践技能，熟悉行业发展规律与趋势，能在各类电商相关企业及部门从事运营、管理、策划、技术开发等工作的高素质应用型人才。此目标符合当前电子商务行业对人才的需求方向，既强调了综合素质，又突出了专业技能与实践能力。​  2.行业适应性  紧密结合电子商务行业快速发展且不断创新的特点，培养目标涵盖了技术型、商务型及综合管理型人才的能力要求，与行业内不同岗位需求相对接。​  **二、课程体系设置**​  1.完整性与逻辑性  课程体系较为完整，涵盖了通识教育课程、专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程及实践教学课程。通识教育课程为学生奠定了综合素质基础；专业基础课程从电子商务基础、市场营销、财税基础等多方面构建专业知识根基；专业核心课程聚焦于电子商务网店运营、网络营销、视觉营销设计等核心领域；专业拓展课程紧跟行业发展新趋势，拓宽学生知识面；实践教学课程贯穿始终，强化学生实践能力。各课程模块之间逻辑关系清晰，层层递进，符合学生认知规律与专业学习规律。​  2.行业需求对接度  在课程内容设置上，充分考虑了电子商务行业的实际需求。同时，专业拓展课程对新兴电商模式的引入，使学生能够适应行业不断变化的需求，提升其在就业市场中的竞争力。然而，随着行业技术的快速迭代，如人工智能在电商领域的广泛应用，部分课程内容的更新速度仍可进一步提升，以保持与行业前沿的紧密接轨。​  3.实践课程占比与内容  实践教学课程占比较为合理，包括实践教学、综合实战、实习及毕业设计等多种形式。  **三、教学方法与手段**​  1.多样性与有效性  教学方法多样，采用了项目教学法、案例教学法等多种方式。项目教学法让学生在完成具体项目过程中，提升实践能力与团队协作能力；案例教学法通过引入大量实际电商案例，帮助学生理解和应用理论知识，增强其分析与解决问题的能力。这些教学方法有助于激发学生学习兴趣，提高教学效果。​  2.信息技术融合度  随着信息技术在教育领域的广泛应用，培养方案中应进一步强调信息技术与教学的深度融合。利用在线教学平台开展混合式教学，丰富教学资源，拓展学生学习时间与空间；借助虚拟现实、增强现实等技术，为学生提供更加沉浸式的实践教学体验。目前，虽然在部分课程中已尝试运用信息技术手段，但整体融合程度还有提升空间，需要加大投入与推广力度，以适应数字化时代对教育教学的要求。​  **四、师资队伍建设**​  1.现有师资结构  目前该专业拥有一支结构较为合理的教师队伍，专任教师数量基本满足教学需求，且具有硕士及以上学位的教师占比较高，为教学与科研工作提供了一定的智力支持。双师素质教师也占有一定比例，有助于将行业实践经验带入课堂教学。然而，电子商务行业实践性强，对教师实践经验和行业背景要求高，部分教师在实践能力和行业知识方面仍存在不足，难以满足日益增长的实践教学需求。​  2.师资培养与发展  培养方案中应进一步完善师资培养与发展机制。一方面，鼓励教师参加企业实践锻炼，深入了解行业最新动态与实际操作流程，提升其实践能力；另一方面，支持教师开展教学研究与学术研究，不断更新知识结构，提高教学水平与科研能力。同时，可以通过引进具有丰富行业经验的企业人才担任兼职教师，充实师资队伍，优化师资结构，使教学内容更加贴近行业实际。  专家签字：d51a2e847330091f39de65c1d7840aa90e23140b0f78da9e7d2f484b2a9593fc8ef7b732ad41aa97a54bd7b2c59f4    年 月 日 |

二、电子商务专业人才培养方案修订说明

|  |
| --- |
| 1.对接行业发展趋势，优化培养目标定位  随着直播电商、新媒体运营、AI智能营销等新业态的快速发展，为更好满足行业对复合型人才的需求，本次修订紧密结合数字经济发展趋势，培养目标增加对数字化营销、智能商务运营、新媒体运营等能力培养的描述，使学生能够适应电商行业智能化、全球化发展需求。​  2.重构课程体系，强化核心能力培养  依据培养目标，结合2025年职业教育专业教学标准，对课程体系进行全面梳理和重构。新增《财税基础》《互联网产品开发》《视觉营销设计》等课程，删除与行业脱节的陈旧课程内容；同时整合相关课程，优化课程间的逻辑衔接，强化学生在电商运营、数据处理、新媒体营销等核心能力的培养，确保课程内容与行业实际需求紧密贴合。​  3.深化产教融合，加强实践教学环节  为提升学生的实践操作能力和就业竞争力，加大了实践教学比重。一方面，增加项目制教学、实战性教学等实践课程的学分占比；另一方面，与行业头部企业共建实践教学基地，引入真实电商项目，依托校企协同育人工作坊，开展校企联合培养。通过“理论+实践”“校内+校外”的协同育人模式，切实提高学生解决实际问题的能力，实现人才培养与企业用人需求的无缝对接。 |

三、电子商务专业人才培养方案编制审核单

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 人才培养方案制订小组编写人员（含校内外）   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 姓名 | 职务（职称） | 单位 | 对应专业 | | 王裕 | 电子商务专业负责人/讲师 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 车延红 | 院长/教授 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 李岩涛 | 副院长/讲师 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 吕成斋 | 教师/副教授 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 方阿荣 | 教师/副教授 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 李福烨 | 教师/副教授 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 邹雪洁 | 教师/副教授 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 王丽红 | 教师/讲师 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 王咏鑫 | 教师/助教 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 马丽 | 教师/讲师 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 吕佳珉 | 教师/助教 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 孙政 | 教师/助教 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 宋欣耘 | 教师/助教 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 徐梦圆 | 教师/助教 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 苏晨 | 教师/助教 | 山东城市服务职业学院 | 电子商务 | | 李萌 | 会长 | 烟台市电子商务协会 | 电子商务 | | 邢泽文 | 副会长 | 烟台市新媒体协会 | 电子商务 | | 周宇 | 总经理 | 山东省创新研究院 | 电子商务 | | 白天明 | 副总经理 | 山东福瑞达生物股份 | 电子商务 | | 侯敏 | 总经理 | 银座集团（烟台） | 电子商务 | |
| 二级学院审核意见：  签字：  年 月 日 |
| 教务处（科研与规划处、院士工作站）：  （盖章）  年 月 日 |
| 主管教学校领导意见：  （签章）  年 月 日 |
| 学校党委会意见：  （盖章）  年 月 日 |