



信陽航空職業學院
XINYANG AVIATION VOCATIONAL COLLEGE

电子商务专业人才培养方案

商学院

二〇二五年八月

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向	1
(一) 职业岗位	1
(二) 职业资格证书	1
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
(三) 培养模式	3
六、专业岗位的职业能力分析	9
七、课程设置	11
(一) 课程体系	11
(二) 课程内容	12
八、教学进程总体安排	18
(一) 教学进程及学时构成	18
(二) 理论与实践教学学时分配表	21
九、实施保障	22
(一) 师资队伍	22
(二) 教学设施	23
(三) 教学资源	26
(四) 教学方法	26
(五) 课程思政	27
(六) 学习评价	27
(七) 质量管理	27
十、毕业要求	28
十一、执行年级	28
十二、编制团队	28
十三、附件	28

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、基本修业年限

三年

四、职业面向

（一）职业岗位

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）
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

（二）职业证书

1.通用证书

证书名称	颁证单位	建议等级	融通课程
全国大学生英语等级证书	教育部高等教育司	四级	大学英语
全国计算机等级证书	教育部考试中心	一级以上	计算机应用基础
普通话水平测试等级证书	河南省语言文字工作委员会	二级乙等以上	大学语文与应用写作

2.职业资格证书/职业技能等级证书/行业企业标准

证书或标准名称	颁证单位	建议等级	融通课程
电子商务师	人力资源社会保障部	三级以上	电子商务概论 电子商务法律法规 商务数据分析 网络营销 互联网产品开发
1+X 网店运营推广职业技能等级证书	北京鸿科经纬科技有限公司	中级	数据化运营 视觉营销设计 网店运营
1+X 全媒体运营师	洛阳市建设行业职工培训中心	三级	市场策划、直播运营、商务数据分析与应用
1+X 互联网营销师	濮阳市第六技工学校	三级	网络推广

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

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

（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，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用。

2.知识

(1) 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；

(2) 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；

(3) 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；

(4) 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；

(5) 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。

3.能力

(1) 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；

(2) 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；

(3) 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；

(4) 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；

(5) 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。

(三) 培养模式

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，全面贯彻党的教育方针，坚持为党育人，为国育才，把立德树人作为根本任务，坚持德智体美劳全面发展，构建“模块化”培养与考核体系。

1.德育

贯彻落实《中共中央国务院关于进一步加强和改进大学生思想政治教育的意见》文件精神，实施以思想政治理论课程为载体的模块化德育培养与考核。

(1) 深化思想政治理论课改革。将道德精神、法治精神、团队精神、创新精神、吃苦精神、奉献精神、工匠精神、劳动精神融入《思想道德与法治》《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》及《形势与政策》等课

程课堂教学中；

(2) 开展配套教学资源建设。编制特色鲜明的德育八个模块的配套教育资料，通过信息化数字化丰富教学资源形态；

(3) 开展丰富多彩的德育实践活动。如爱国主义教育、职业道德教育、文明礼仪教育等，通过班会、讲座、实践活动等形式，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观；

(4) 加强校园文化建设，营造积极向上的文化氛围，发挥文化育人功能。注重校园环境的美化和文化内涵的提升，展示优秀校友事迹、企业文化等，激励学生成长成才。

(5) 遵循“理论教育与实践养成并重（理论 40%，实践 60%）”的原则，将德育教育贯穿于学生学业全过程，并完成相应考核。

通过理论讲授、案例分析、课堂讨论和多元化实践性教育活动等举措，不断提高学生的思想道德素质、法治素养、团队协作能力、创新能力、意志品质和社会责任感，深化道德认知、锤炼意志品质、践行规范要求，扎实推动大学生思想道德建设取得实效。

德育教育与考核模块

教育模块	教育培养目标	融通课程	考核形式与占比
D1: 道德精神	树立正确的世界观、人生观、价值观，恪守社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德。	《思想道德与法治》	理论考试（40%） 实践考核（60%） 说明：实践考核形式采用月记录、自评、班级评定、学院审定四级流程。
D2: 法治精神	增强尊法学法守法用法意识，了解基本法律知识，培养法治思维，维护公平正义。		
D3: 劳动精神	崇尚劳动、尊重劳动，掌握基本劳动技能，体会劳动创造价值，养成良好劳动习惯。	《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》	
D4: 奉献精神	培养服务人民、奉献社会的情怀，增强社会责任感，乐于助人，积极参与公益事业。		
D5: 吃苦精神	锤炼坚韧不拔、勇于克服困难的意志品质，能够适应艰苦环境，在挑战中磨练成长。	《形势与政策》	
D6: 工匠精神	培育精益求精、专注执着、追求卓越的职业素养，重视专业品质，具备严谨细致的作风。		
D7: 团队精神	增强合作意识、沟通协调能力，懂得尊重他人，能够在集体中发挥积极作用，		

	实现共同目标。	想概论》	
D8: 创新精神	激发求知欲和探索精神, 培养批判性思维、勇于尝试、敢于创造的能力, 适应时代发展要求。		

2. 智育

落实专业教学标准要求, 全面培养学生科学文化和专业知识, 强化学生专业技能培养, 对接行业企业工作标准和岗位工作内容, 按基础技能、专项技能和综合技能三个层级, 构建模块化技能培养体系, 实施全过程培养, 分模块考核评估。

(1) 根据专业岗位任职要求, 梳理岗位核心工作内容, 按基础技能、专项技能和综合技能三个层级, 编设技能培养模块体系;

(2) 设计每个技能培养模块的培养时段、培养目标、培养内容、培养标准及考核标准;

(3) 邀请行业企业专家参与考核实施工作, 使考核内容和标准更贴近行业企业岗位实际;

(4) 实行分模块培养与模块达标考核, 各模块之间实现逐级进阶培养。技能培养模块考核实行教考分离, 由学校考务中心统一组织实施。

电子商务专业技能培养与考核模块

培养模块	培养目标	培养内容	融通课程	考核形式与考核标准
530701Z1: 电子商务基础分析	掌握电子商务的基本概念、框架和商业模式; 认知目标: 了解电子商务的发展历程、现状及未来趋势; 能力目标: 具备运用管理学与电商基础理论分析商业问题的能力。	夯实电商三基(基本概念、基本模式、基本流程), 建立行业发展认知框架, 熟悉主流商业模式与平台。	电子商务基础/ 管理学基础/ 市场营销	理论考试 (40%) 实践考核 (60%) 说明: 考核参照对应专业技能考核标准实施
530701Z2: 电子商务法律法规	掌握电子商务领域的核心法律法规; 具备合同风险识别、知识产权保护与合规经营意识。	熟读《电子商务法》等重点法规, 掌握数据合规、电子合同、消费者权益保护与平台责任等核心法律要点。	电子商务法律法规	
530701Z3: 平台运营与策划	掌握电商平台运营全流程, 具备商品管理、活动策划、流量获取与转化优化能力。	包括商品上架与优化、店铺装修、促销活动策划、平台规则应用、流量分析与推广工具使用等。	网店运营/ 零售基础/ 社群运营/ 零售门店 O2O 运营/ 互联网产品开发	
530701Z4: 数字营销与内容	具备内容策划、短视频制作、直播运营、社交媒体推广等数字营	涵盖短视频脚本撰写、拍摄剪辑、直播话术设计、	互联网销售/ 视频制作/	

	销综合能力。	投流策略、社群运营与粉丝转化等内容。	直播电商
530701Z5: 数据分析与决策	掌握电商数据分析方法,能通过数据驱动运营决策,支持业务优化。	包括数据采集与清洗、核心指标监控、用户行为分析、数据可视化(PowerBI/Excel)、A/B测试与复盘。	商务数据分析/数据化运营/财税基础/数据可视化
530701Z6: 视觉设计与体验	具备电商视觉设计能力,能优化页面视觉效果,提升用户体验与转化率。	学习主图、详情页、海报设计原理,掌握UI/UX基础,熟练使用设计工具。	视觉营销设计/图形图像处理
530701Z7: 客户服务与管理	掌握客户服务流程与技巧,具备客户关系维护与私域运营能力。	包括售前咨询、售后处理、CRM系统使用、客户满意度分析、私域流量运营策略等。	社交礼仪
530701Z8: 跨境电商业务	掌握跨境电商运营全流程,具备国际市场分析、平台操作、跨境物流与支付解决方案设计的能力,能够独立完成跨境电商店铺的基础运营工作。	熟悉主流跨境平台规则与操作;掌握国际市场选品策略;了解国际贸易术语、跨境支付、结汇退税流程;具备跨境物流方案选择与成本控制能力;掌握跨境电商法律法规与知识产权保护要点。	市场调研与分析/网络营销

3.体育

为提高我校学生的身体素质和综合能力,实施体育模块化教学改革,让学生能更多地参与运动中,为学生的职业发展和终身体育打下坚实的基础。

(1) 强化体育理论知识与运动技能协同发展,注重学科交叉设计引入相关学科课程,拓宽学生知识面;

(2) 注重学生体育精神的培养如“团结协作、顽强拼搏、坚韧不拔、自强不息、为国争光、无私奉献”等中华体育精神的传承,在训练、比赛各环节加强价值观引导;

(3) 加强校园体育文化建设,充分发挥体育社团功能,营造积极向上的体育氛围;

(4) 大学体育以实践课为主,将体育教育贯穿于学生学业全过程,并完成相应考核。

(5) 体育专项技能考核模块包括:短跑、足球、篮球、排球、八段锦、仰卧起坐、引体向上、坐位体前屈、耐力跑、立定跳远、乒乓球、羽毛球、武术、太极、健美操、跆拳道、轮滑、定向越野、自由搏击等其他选项,学生可按考核规定在限选模块外任选2个模块进行训练考核。

体育技能培养与考核模块

培养模块	培养目标	融通课程	考核形式与考核标准
T1: 短跑	发展学生体能,提高学生身体素质之速度	《大学体育》	实践考核(100%) 说明:考核参照体育技能考核标准实施
T2: 八段锦	传承并弘扬中华优秀传统文化,提高学生对中国文化的认同感,提升文化自信		
T3: 力量	发展学生体能,提高学生身体素质之力量		
T4: 柔韧	发展学生体能,提高学生身体素质之柔韧		
T5: 耐力跑	提高学生身体素质之耐力		

T6: 立定跳远	发展学生体能，提高学生的弹跳力，增加身体的灵活性		
T7: 自选模块	提高学生参与体育运动的兴趣与自觉性，提升身体素质之外，学会团结协作、顽强拼搏、自强不息等体育精神和优秀品质。		
T8: 自选模块	进一步拓展学生的体育学习，增加学生对更多体育项目的了解与参与，进一步提高运动技能水平，为其职业发展和终身体育打下坚实的基础		

4.美育

遵循美育的审美感知、艺术表现、文化理解等普遍规律，强调美育与专业技能、职业素养、工匠精神的深度融合。

(1) 考核目标体系包括核心素养目标和特色发展目标两大维度，核心素养目标这一维度与普通教育美育的核心目标一致，旨在培养学生作为“完整的人”所必需的审美能力与人文素养，特色发展强调美育与“技术技能”“职业岗位”“工匠精神”的结合，服务于高素质技术技能人才的培养定位；

(2) 美育教育贯穿于学生学业全过程，并完成相应考核；

(3) 美育专项技能考核模块包括：音乐、舞蹈、绘画、雕塑、手工、书法、戏曲、服装服饰、无人机视频制作、茶艺、摄影、个人或团队活动（音乐会，非遗作品制作与展示）、刺绣、编织等，学生可按考核规定在限选模块外任选其他模块进行技能考核。

美育教育培养与考核模块

培养模块	培养目标	培养维度	考核内容	考核方式与考核标准
M1: 音乐	聚焦听觉审美与职业场景的声音适配，强调音乐感知与职业氛围营造、服务沟通的结合。	基本素养	音乐理论（乐理知识、音乐史、流派认知、民族民间音乐等）	理论考核（30%） 实践考核（70%） 说明：考核参照美育技能考核标准实施
		专业技能	1. 口头叙说自己喜欢的音乐，特别是家乡面临失传的非遗类音乐 2. 演唱 / 演奏（曲目完成度、技巧熟练度、情感表达）	
M2: 舞蹈	聚焦肢体表达与职业场景的动态适配，强调身体协调性与礼仪、表演、服务的结合。	基本素养	舞蹈理论（舞蹈史、舞种特点、基础术语）	
		专业技能	1. 口头叙说自己喜欢的舞蹈，特别是家乡面临失传非遗类民族民间舞蹈 2. 成品舞表演（动作标准度、技巧难度、风格把握）、即兴舞蹈	
M3: 绘画	聚焦视觉造型与职业场景的图像表达，强调手绘能力与设计、记录、展示的	基本素养	绘画理论（美术史、绘画流派、色彩 / 构图知识）、造型基础（素描、速写能力）	

	结合。	专业技能	1. 口头介绍该绘画作品 2. 专项绘画（水彩、油画、国画等任选一类）、写生能力
M4: 雕塑	聚焦空间造型与职业场景的立体表达，强调立体思维与工艺、设计、展示的结合。	基本素养	雕塑理论（雕塑史、流派、材料特性）、空间造型认知（立体构成基础）
		专业技能	1. 口头叙说自己喜欢的雕塑，特别是家乡面临失传的非遗类雕塑 2. 泥塑/石雕/木雕等专项创作（小型作品）、比例与结构把控能力
M5: 手工	聚焦动手实践与职业场景的实用美学，强调手工技艺与非遗传承、文创、生活服务的结合。	基本素养	手工理论（传统手工艺历史、材料知识）、基础技法（剪、粘、缝、编等）
		专业技能	1. 口头叙说该手工作品的制作过程； 2. 专项手工（剪纸、陶艺、编织、布艺等任选）、手工精细度与完成度
M6: 书法	聚焦笔墨审美与职业场景的文字表达，强调书写规范与文化传播、职业礼仪的结合。	基本素养	书法理论（书法史、书体知识、碑帖常识）、笔法基础（执笔、运笔）
		专业技能	1. 口头叙说自己喜欢的书法； 2. 临摹（楷书、行书、隶书等任选一）、创作（指定内容书写）
M7: 戏曲	聚焦传统艺术与职业场景的文化表达，强调戏曲元素与文化传播、表演、服务的结合。	基本素养	戏曲理论（戏曲史、剧种知识、行当划分）、戏曲基本功（唱、念、做、打基础）
		专业技能	1. 口头叙说戏曲相关知识，特别是家乡面临失传的非遗类戏曲； 2. 经典选段表演（唱念做打综合展示）、行当专项（如生、旦、净、丑任选）
M8: 服装服饰	聚焦服饰美学与职业场景的形象适配，强调服饰设计、搭配与职业形象、行业需求的结合。	基本素养	服饰理论（服装史、服饰文化、面料知识）、设计基础（款式图、色彩搭配）
		专业技能	1. 口头叙说服装服饰的演变历史并介绍所提交方案； 2. 服装设计（完整设计方案：草图、面料选择、工艺说明）、服装制作基础（裁剪、缝纫）
其它选项	无人机视频制作、茶艺、摄影、个人或团队活动（音乐会，非遗作品制作与展示）、刺绣等。		

5. 劳育

根据教育部《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》文件精神，构建系统化、全过程、多维度的劳动教育体系，不断提高学生的劳动观念、劳动精神、劳动习惯和劳动能力。

（1）深化劳动教育课程改革，将正确的劳动观念、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和必备的劳动能力融入《创新创业教育》、《大学生职业发展与就业指导》等课程课堂教学中；

（2）同步教材建设，编制劳动教育配套校本教材，丰富教材形态，实现教材信息化数字化；

（3）开展丰富的劳动实践活动，如劳动周、志愿服务、技能实训等，通过实践淬炼，引导学生树立正确的劳动价值观；

（4）加强校园劳动文化建设，营造热爱劳动、尊重劳动的校园氛围，展示劳动模范和优秀工匠事迹，发挥文化育人功能；

（5）遵循“理论引领与实践淬炼相结合”的原则，将劳动教育贯穿于学生学业全过程，并完成相应考核。

劳动教育与考核模块

培养模块	培养目标	融通课程	考核形式与考核标准
L1: 文明寝室创建	培养学生良好的日常生活劳动习惯，提升自理能力、协作精神和集体荣誉感，营造整洁、安全、和谐的生活环境。	《劳动教育》 《创新创业教育》 《大学生职业发展与就业指导》	理论考试(30%) 实践考核(70%) 说明：考核参照劳动教育技能考核标准实施
L2: 校园义务劳动	增强学生校园主人翁意识和奉献精神，体验劳动艰辛与光荣，珍惜劳动成果。		
L3: 公共服务活动	培养学生参与学校公共事务管理的能力和服务师生的责任意识。		
L4: 公益志愿活动	引导学生服务社会、奉献爱心，在社会公益中锤炼品格，传递正能量。		
L5: 社会实践活动	促使学生深入社会、了解国情，运用所学知识服务社会，在实践中增长才干。		
L6: 专业实践活动	促进劳动教育与专业教育融合，在实践中巩固专业知识，培养精益求精的工匠精神。		
L7: 创新创业活动	培养学生创造性劳动能力和创业精神，体验从知识到价值的创造过程。		
L8: 企业实习实践	促进学生熟悉真实职业环境，体验职业劳动，培养职业素养和就业竞争力。		

六、专业岗位的职业能力分析

（一）工作岗位

本专业毕业生主要从事电商平台运营、网络营销与推广、客户关系管理、数据分析与优化、供应链管理、跨境电商运营、新媒体电商运营、电商直播与短视频运营等工作。具体的

工作范围是：电商平台运营、网络营销策划、客户服务与管理、数据驱动决策、跨境贸易操作、新媒体内容创作与推广等。

（二）职业能力分析

基于《电子商务类专业教学标准》、《电子商务管理体系要求》（GB/T 36311-2018）、《电子商务师国家职业技能标准(2022年版)》、《中小微企业跨境电商综合服务业务管理规范》（GB/T 41825-2022）等行业规范，结合对电商运营、网络营销、客户管理、跨境电商职业岗位工作任务的调研和分析，获得本专业工作岗位的职业能力。

序号	工作岗位	主要工作	职业素质与能力要求
1	电商平台运营	商品上架与管理、活动策划、流量获取、订单处理、平台规则优化	熟悉平台规则、逻辑清晰，能策划活动、优化商品展示并提升转化率
2	网络营销与推广	市场调研、广告投放、SEO/SEM 优化、社交媒体营销、品牌内容创作	创新思维、敏锐洞察，会制定营销策略、优化投放效果并分析竞品
3	客户关系管理	售前咨询、售后处理、客户满意度分析、会员体系维护、私域流量运营	沟通能力强、服务意识高，能处理投诉、维护客户关系并提升复购率
4	数据分析与优化	数据采集、可视化分析、用户行为研究、运营报告撰写、决策支持	数据敏感、工具熟练（如 Excel/Python），能挖掘数据价值并提出优化方案
5	供应链管理	供应商对接、库存管理、物流协调、成本控制、采购计划制定	成本意识、谈判能力，能优化供应链流程、协调物流并降低运营成本
6	跨境电商运营	跨境平台操作（如 Amazon、Shopee）、国际物流管理、支付结算、合规与风险控制	外语基础、熟悉贸易法规，能选品、优化 Listing 并处理跨境税务问题
7	新媒体电商运营	短视频制作、直播带货、社群运营、KOL 合作、内容策划与分发	网感强、创意丰富，会剪辑视频、策划直播脚本并提升粉丝粘性
8	电商直播与短视频运营	直播流程策划、话术设计、粉丝互动、数据分析、短视频内容创作与投放	镜头表现力、应变能力，能控场直播、分析流量数据并优化内容策略

（三）专业能力结构分析

专业能力是电子商务专业学生胜任相关行业相关岗位工作的基础，具体包括以下几个方面：

基本素质：具备良好的职业道德和职业素养，遵守电子商务法律法规（如《电子商务法》《网络安全法》）；具有客户导向意识、团队协作精神和抗压能力，适应互联网行业快节奏、高强度的工作环境；具备创新思维和持续学习能力，紧跟电商技术及商业模式发展趋势；拥有数据分析意识和逻辑思维能力，能够基于市场变化提出解决方案。

语言与沟通能力：能熟练运用英语进行跨境电商平台的运营、客户服务及商务谈判；具备跨文化沟通能力，理解不同市场的消费习惯和商业礼仪；能撰写专业的电商文案、营销推广内容及商业策划书；掌握商务谈判技巧，有效协调供应商、客户及团队协作。

信息技术应用能力：熟练使用 Office 办公软件（Excel 数据处理、PPT 商业报告等）及协作工具（如钉钉、飞书）；掌握主流电商平台（如淘宝、京东、亚马逊、Shopify）的操

作与后台管理；具备基础编程能力（如 HTML、CSS、Python 或 SQL），支持网站维护或数据分析；熟悉电商相关工具（如 Google Analytics、ERP 系统、CRM 系统）的应用；掌握新媒体与数字营销工具（如 SEO、SEM、社交媒体运营、短视频推广）。

专业基础技能：掌握电子商务基本理论，熟悉电商行业发展动态及商业模式（如 B2B、B2C、O2O、社交电商）；了解供应链管理、物流配送体系及电子支付流程；熟悉电商法律法规（如知识产权保护、消费者权益、数据隐私）；具备市场调研与用户行为分析能力，能撰写可行性报告。

专业技能：电商运营：能独立完成商品上架、活动策划、流量转化及店铺数据分析；数字营销：掌握精准广告投放（如信息流、DSP）、内容营销及私域流量运营；跨境电商：熟悉海外市场规则、国际物流、报关及跨境支付；用户体验设计：具备基础的 UI/UX 思维，能优化网站或 App 的交互设计；数据分析：能运用工具（如 Excel、Power BI）分析销售数据、用户画像及市场趋势。

综合应用能力：能整合电商知识解决实际问题（如库存管理、客户投诉、物流纠纷）；具备商业模式创新能力，可策划新型电商项目（如直播电商、社区团购）；能为企业制定电商战略，包括市场定位、竞争分析和数字化转型建议；具备创业能力，能完成电商项目从策划、运营到推广的全流程管理。

通过以上能力的培养，电子商务专业学生可胜任电商运营、数字营销、跨境电商、供应链管理、数据分析等岗位，成为适应互联网经济发展的复合型人才。

七、课程设置

（一）课程体系

课程类别		课程名称
公共基础课程	思想政治教育	思想道德与法治 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 形势与政策
	身心健康教育	大学生心理健康教育 大学体育 军事理论 军事技能训练与入学教育
	职业发展与就业指导教育	劳动教育 创新创业教育
	文化基础教育	大学英语 大学语文与应用写作 高等数学
职业技能课	专业基础课程	电子商务基础 电子商务法律法规 市场营销 零售基础 管理学基础 数据可视化 财税基础 商务数据分析

	专业核心课程	视觉营销设计 网络营销 数据化运营 社群运营 零售门店 O2O 运营 互联网销售 网店运营 互联网产品开发
	实践性教学环节	专业实习（劳动周） 毕业论文（设计） 岗位实习（劳动教育） 毕业教育
选修课	公共选修课	音乐鉴赏 戏剧鉴赏 舞蹈鉴赏 书法鉴赏 艺术导论 美术鉴赏 影视鉴赏 戏曲鉴赏 计算机应用基础 人工智能导论 中华优秀传统文化 文学经典导读 中西文化比较 大学生职业发展与就业指导 拓展训练 生态保护导论 低空经济概论 国家安全教育 党史国史 航空精神教育实践 大别山精神教育实践 信阳茶文化与健康养生
	专业选修课	社交礼仪 视频制作 图形图像处理 市场调研与分析 直播电商

（二）课程内容

1.公共基础课程

（1）军事理论：通过学习国防法规、国防建设、国际战略形势、军事思想等，使学生增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神，传承红色基因，加强纪律性，培养爱国主义、民族主义和集体主义观念，提高综合国防素质。

（2）思想道德与法治：通过本课程的学习，使学生掌握马克思主义世界观、人生观、价值观、道德观和法治观的基本内容，提升思想道德素质与法治素养，努力成长为德智体美劳全面发展的时代新人。

（3）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论：通过本课程的学习，使学生掌握马克思主义中国化的历史进程、理论成果及其指导意义，理解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的主要内容与精神实质，提高运用理论分析实际问题的能力。

（4）习近平新时代中国特色社会主义思想概论：通过本课程的学习，使学生系统掌握

习近平新时代中国特色社会主义思想的基本脉络、核心要义和实践要求，理解其科学体系、世界观和方法论，坚定理想信念，勇担民族复兴大任。

(5) 形势与政策：通过本课程的学习，使学生掌握国内外经济、政治、文化、社会、生态等领域的基本形势与国家政策导向，理解时代任务，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，立志为强国建设、民族复兴贡献力量。

(6) 大学生心理健康教育：通过讲授心理健康知识，剖析常见典型案例，体验专业调适方法，增强学生自我心理保健和心理危机预防意识，促成学生良好行为养成，培养学生成长型、创新性思维，塑造积极心理品质，促进大学生全面发展。

(7) 大学体育：通过学习篮球、排球、足球等多项运动项目，使学生掌握常见体育竞技项目的基本理论知识与健康保健知识，培养体育鉴赏能力。通过实践，熟练掌握两门以上体育运动项目的技术技能，增强体质，促进身心健康。

(8) 大学英语：通过学习英语语言知识、语用知识、文化知识及职业英语技能，使学生掌握语音、词汇、语法等基础知识，培养学生职场涉外沟通、多元文化交流等能力。

(9) 大学语文与应用写作：通过学习文学鉴赏与实用写作两个主要内容，提升学生文学鉴赏水平、综合分析能力和写作能力，使学生能够准确阅读和理解文学作品及文字材料，为后续课程学习筑牢基础。

(10) 创新创业教育：通过学习创新思维训练、创业管理、商业模式设计及创业政策法规等内容，使学生掌握创业计划书撰写、市场调研方法等基础技能，培养创新意识、风险评估能力与团队协作能力。通过创业模拟、项目孵化实践，提升学生创新实践素养，为未来创业实践或职场创新突破奠定基础。

(11) 高等数学：通过学习极限、微积分、线性代数等内容，使学生掌握导数积分计算、方程组求解等知识，培养逻辑推理、抽象思维、数学建模及用数学解决实际问题的能力，提升数学素养与严谨思维，为后续专业课程学习奠定基础。

(12) 劳动教育：通过学习日常生活劳动、生产劳动、服务性劳动知识及劳动安全规范、劳动精神内涵，使学生掌握劳动基本技能、安全常识，培养劳动实践能力。通过实践操作、劳动项目参与，树立正确劳动价值观，提升劳动素养，为日常生活自理及未来职业岗位劳动奠定基础。

2.专业基础课

(1) 电子商务基础：通过本课程的学习，帮助学生全面了解电子商务的基本概念、发展历程、商业模式（B2B、B2C、C2C、O2O、社交电商等）及行业趋势，掌握电子商务的市场运行机制和技术支撑体系。培养学生对电子商务产业链的宏观认知，为后续专业课程学习奠定基础。

(2) 电子商务法律法规：通过本课程的学习，使学生掌握电子商务相关的法律法规（如《电子商务法》《网络安全法》《消费者权益保护法》），理解电子合同、数据隐私、知识

产权保护等法律实务，培养合规经营意识。

(3) 市场营销：通过本课程的学习，使学生掌握现代市场营销核心理论，重点培养其在电子商务环境下的营销应用与决策能力。学生将学会分析网络消费行为，运用 STP 战略进行市场定位，并综合制定包含新媒体、内容营销、数据驱动优化在内的数字营销组合策略，从而具备为电商企业解决实际市场问题的初步技能，为后续专业学习与职业发展奠定基础。

(4) 零售基础：通过本课程的学习，使学生掌握零售行业的基本概念、运营模式及供应链管理知识，理解线上线下融合（O2O、新零售）的商业模式，为电商运营和零售管理提供理论支撑。

(5) 管理学基础：通过本课程的学习，使学生掌握管理学的基本概念、原理和方法，理解管理的四大职能及其在电子商务企业中的应用。培养学生运用管理思维分析问题、制定决策的能力，并初步具备团队管理、资源调配和流程优化的基本技能，为后续电子商务专业课程奠定理论基础。

(6) 数据可视化：通过本课程的学习，使学生掌握数据可视化的核心原理与工具应用，重点培养将电子商务运营中复杂的用户、销售、流量等数据转化为直观图表与交互式报告的能力。学生能够通过可视化手段精准定位商业问题、有效传达数据洞察，为运营决策、流程优化及营销策略制定提供关键支持，奠定电商数据分析的实践基础。

(7) 财税基础：通过本课程的学习，使学生掌握电子商务环境下的财税基础知识，包括税收法规、票据管理、收入成本核算及税务申报流程。重点培养学生识别电商业务中财税风险、进行基本税务筹划和财务分析的能力，为合规运营、成本控制和经营决策提供支持，奠定企业财务管理的基础。

(8) 商务数据分析：通过本课程的学习，培养学生运用数据分析工具（如 Excel、Power BI、Google Analytics）进行电商数据挖掘、用户行为分析和市场趋势预测的能力，支持数据驱动的商业决策。

3.专业核心课程

(1) 视觉营销设计：通过本课程的学习，使学生掌握电商视觉设计核心技能，包括主图、海报、详情页及品牌设计。能够通过视觉元素提升商品吸引力与品牌调性。

(2) 网络营销：通过本课程的学习，使学生掌握网络营销的核心方法，包括 SEO/SEM、信息流广告、EDM 营销及联盟营销等。能够制定整合营销策略，提升品牌数字化推广效果。

(3) 数据化运营：通过本课程的学习，使学生掌握电商数据分析的基本方法，能够通过数据驱动决策，优化运营策略。学习数据采集、清洗、可视化分析及用户行为研究，培养数据敏感度和商业洞察力。

(4) 社群运营：通过本课程的学习，使学生掌握社群运营的核心策略与方法，培养其构建和维护电商标用户社群的能力。学生将学习通过内容策划、互动管理与活动运营提升用户粘性与忠诚度，最终实现社群商业价值转化，为电商企业的用户增长与品牌建设奠定实践基

础。

(5) 零售门店 O2O 运营：本课程旨在使学生掌握零售门店 O2O 运营的核心知识与实操技能，培养学生整合线上线下资源、设计与执行全渠道营销方案的能力。通过本课程学习，学生将能够运用数字化工具优化门店体验、管理会员体系并实现精准营销，为从事新零售运营管理岗位奠定坚实基础。

(6) 互联网销售：通过本课程的学习，使学生掌握互联网销售的核心流程与关键技能，包括销售目标分解与漏斗建立、销售线索识别与跟进、CRM 客户关系管理工具运用、销售数据分析与方案优化、以及客户服务与纠纷处理。培养学生具备制定并执行数字化销售方案的能力，能够有效管理销售流程、提升客户转化率与忠诚度，并运用数据分析驱动销售策略的持续优化。

(7) 网店运营：通过本课程的学习，使学生掌握网店运营的基本流程和核心技能，包括商品上架与管理、店铺装修、营销活动策划、流量获取、客户服务及订单处理等。培养学生具备独立运营电商店铺的能力，能够优化商品展示、提升转化率，并运用数据分析工具优化运营策略。

(8) 互联网产品开发：通过本课程的学习，培养学生掌握互联网产品从需求分析到上线的全流程，包括用户调研、原型设计、开发协作及迭代优化。使学生具备产品经理的基础能力。

4.选修课

通过本环节的学习，使学生跨越学科边界，在中华优秀传统文化、艺术鉴赏、国家安全、职业发展与行业前沿技术的交融中开阔知识视野，于中外文化比较与红色文化浸润中提升人文底蕴，在社交礼仪、视频制作、图形图像处理、直播电商等模块中强化专业特长，借助线上线下混合式教学和学分制管理满足个性化成长需求，激发创新思维与终身学习意识，从而增强综合素质与职业竞争力，构建“宽基础、强专业、能跨界、善创新”的可持续发展路径，为成为适应未来电子商务产业链升级的高素质技术技能人才奠定坚实而灵动的人才底色。

5.实践性教学环节

电子商务专业是一门应用性很强的专业，实践性教学是人才培养的重要环节，为确保实践教学系统化、规范化、可操作，本专业构建了“四阶递进、双场景融通”的实践教学体系，具体安排如下：

(1) 校内实验实训体系

①基础技能实训

开展时间：第 4 学期

开展方式：

社交礼仪训练：在礼仪实训室进行站姿、走姿、微笑、握手等基本礼仪训练；

形体训练：结合航空服务专业资源，引入空乘形体课程；

英语口语：外教授课+情景模拟训练，每学期组织1次“商务英语情景剧大赛”。

②专项技能实训

开展时间：第3-4学期

开展方式：

运营大赛：每年举办一届“校园电商运营大赛”，使用平台提供的模拟经营系统，各团队在统一规则下进行选品、SEO、直通车推广、活动策划等角逐；

低代码实现：利用微信小程序开发工具或简道云、氚云等低代码平台，尝试将设计好的产品原型进行部分功能的初步开发实现；

沙盘推演：“电商企业经营沙盘”模拟，学生在动态市场中做出采购、定价、营销投入等决策，系统自动生成财务结果，直观理解资金流、成本、利润之间的动态关系。

③综合技能实训

开展时间：第3-4学期

开展方式：

账号孵化：以班级或小组为单位，共同运营一个抖音或小红书账号，实行“内容总监-拍摄-剪辑-运营”轮岗制；

直播带货赛：与校内超市或合作品牌方提供真实货品，举办“校园直播带货大赛”；

元宇宙景区运营模拟：使用元宇宙平台（如百度希壤）搭建虚拟企业并模拟运营。

（2）校外实践教学体系

①认知实习

开展时间：第1学期第3周

开展方式：参访电商企业（如深圳新生代企业管理有限公司、上海壹佰米网络科技等），了解电商运营、数据分析、供应链管理、新媒体营销等业务流程。

②专业实习

开展时间：第3学期第17-18周 + 寒假（共4周）

开展方式：

南湾校区电商综合服务中心进行新媒体内容创作与短视频运营；

在合作电商企业进行“双十一”“618”等大型营销活动实操训练。

③岗位实习

开展时间：第5学期

开展方式：在省内电商公司、江苏电商企业、泰盈科技集团、宿迁汉客电子商务、得物等进行轮岗实习，实行“双导师制”，每4周进行一次岗位轮换，确保学生接触多个岗位

（3）毕业综合实践

①毕业设计

开展时间：第6学期

开展方式（三选一）：

选项①：学生在校期间独立或组队实际运营一个电商项目（如网店、社交媒体账号、直播间等），提交一份详实的《电商创业运营报告》，并附佐证材料，包括但不限于：后台销售数据截图、运营推广记录、客服聊天记录、物流发货凭证、财务收支报表、项目路演 PPT 及视频；

选项②：承接并完成企业委托的真实项目或解决一个实际商业问题。项目可来源于合作企业的需求、教师横向课题或各类创新创业大赛的命题；

选项③：撰写一篇与研究或实践相关的论文，需答辩通过。

②技能考证

必考证书：第 3 学期和第 5 学期统一组织报考网店运营推广职业技能等级证书（中级）（教育部 1+X 证书，全面考核网店运营核心技能）；

选考证书：第 4 学期报考互联网营销师（直播、短视频方向），第 6 学期报考电子商务师（三级/高级工）。

（4）特色实践环节

①创新创业实践

开展时间：每学期第 9-12 周周末

开展方式：

对接省级双创基地，开展电商创客空间活动；

组织参加“互联网+”大学生创新创业大赛、“挑战杯”创业计划竞赛、全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛（三创赛）等竞赛；

聚焦乡村振兴电商。

②社会实践

开展时间：周末+寒暑假

开展方式：

参与县域“数字赋能”乡村振兴公益项目；

开展文化遗产与数字技术融合项目，开发文创产品并为其制定电商销售策略，利用电商技能推动文化传承与推广。

八、教学进程总体安排

(一) 教学进程及学时构成

电子商务专业
课程设置与教学计划进程表

课程性质	课程名称	课程代码	课程性质	考核方式			课程学时			学分	各学期课堂教学周学时					
				考试	考查	技能考核	理论学时	实践学时	学时总计		一	二	三	四	五	六
											16	18	18	18	18	18
公共基础课	军事理论	325102011	必修		√	T1-T8	36	0	36	2	2					
	军事技能训练与入学教育	325102021	必修		√	T1-T8	0	128	128	3	3周					
	思想道德与法治	325101031	必修	√		D1、D2	40	8	48	3	3					
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	325101042	必修	√		D3、D4	30	6	36	2		2				
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	325101053	必修	√		D7、D8	46	8	54	3			3			
	形势与政策	325102061(2、3、4)	必修		√	D5、D6	24	8	32	2	每学期 8 学时					
	大学生心理健康教育	325102071	必修		√	D	24	8	32	2	2					
	大学体育	325102081(2、3)	必修		√	T1-T8	12	92	104	6	2	2	2			
	大学英语	325101091(2)	必修	√		Z	100	36	136	8	4	4				
	大学语文与应用写作	325102101	必修		√	Z	32	0	32	2	2					
	创新创业教育	325102112	必修		√	L1-L8	8	8	16	1		1				
	高等数学	325101121(2)	必修	√		L1-L8	64	0	64	4	2	2				
	劳动教育	325102131(2、3、4)	必修		√	T1-T8	16	16	32	2	每学期 8 学时(融入专业实习等实践教学环节)					
	小计							432	318	750	40	18	12	6	1	
专业基础课	电子商务基础	53070101	必修	√		530701Z1	30	18	48	3	3					
	电子商务法律法规	53070102	必修	√		530701Z2	20	12	32	2	2					
	市场营销	53070103	必修	√		530701Z1	36	18	54	3		3				
	零售基础	53070104	必修	√		530701Z3	36	18	54	3		3				
	管理学基础	53070105	必修	√		530701Z1	36	18	54	3		3				
	数据可视化	53070106	必修		√	530701Z5	36	18	54	3			3			
	财税基础	53070107	必修	√		530701Z5	18	18	36	2			2			
	商务数据分析	53070108	必修		√	530701Z5	18	36	54	3				3		
	小计							230	156	386	22	5	9	5	3	

专业核心课	视觉营销设计	53070109	必修		√	530701Z6	36	36	72	4			4				
	网络营销	53070110	必修	√		530701Z8	18	18	36	2			2				
	数据化运营	53070111	必修		√	530701Z5	18	18	36	2			2				
	社群运营	53070112	必修		√	530701Z3	36	36	72	4			4				
	零售门店020运营	53070113	必修		√	530701Z3	26	28	54	3				3			
	互联网销售	53070114	必修		√	530701Z4	24	30	54	3				3			
	网店运营	53070115	必修		√	530701Z3	36	36	72	4				4			
	互联网产品开发	53070116	必修		√	530701Z3	36	36	72	4				4			
	小计							230	238	468	26	0	0	12	14		
公共选修课	音乐鉴赏	325302012	任选		√	M1	8	8	16	1		1(四选一)					
	戏剧鉴赏	325302022	任选		√	M7	8	8	16	1							
	舞蹈鉴赏	325302032	任选		√	M2	8	8	16	1							
	书法鉴赏	325302042	任选		√	M6	8	8	16	1							
	艺术导论	325302053	任选		√	MX	8	8	16	1		1(三选一)					
	美术鉴赏	325302063	任选		√	M4	8	8	16	1							
	影视鉴赏	325302073	任选		√	M7	8	8	16	1							
戏曲鉴赏	325302083	任选		√	M7	8	8	16	1								
专业选修课	计算机应用基础	325202091	限选		√	Z	16	32	48	3	3(二选一)						
	人工智能导论	325202101	限选		√	Z	16	32	48	3							
	中华优秀传统文化	325202112	限选		√	D	16	0	16	1		1(三选一)					
	文学经典导读	325202122	限选		√	M	16	0	16	1							
	中西文化比较	325202132	限选		√	M	16	0	16	1							
	大学生职业发展与就业指导	325202143	限选		√	L1-L8	8	8	16	1			1				
	拓展训练	325202151(2、3、4)	限选		√	DT	0	32	32	2	每学期8学时						
	生态保护导论	325201161(2)	限选	√		Z	32	16	48	3	2(二选一)	1(二选一)					
	低空经济概论	325201171(2)	限选	√		Z	32	16	48	3							
	国家安全教育	325202194	限选		√	D	16	0	16	1					1(二选一)		
	党史国史	325202204	限选		√	D	16	0	16	1							
	航空精神教育实践	325302201	任选		√	L1-L8	0	16	16	1	1(三选一)						
	大别山精神教育实践	325302211	任选		√	D1-D8	0	16	16	1							
	信阳茶文化与健康养生	325302221	任选		√	Z	0	16	16	1							
	小计							104	120	224	14	6.5	3.5	2.5	1.5		
专业选修课	社交礼仪	53070117	限选	√		530701Z7	18	18	36	2				2			
	视频制作	53070118	限选	√		530701Z4	18	18	36	2				2			
	图形图像处理	53070119	任选		√	530701Z6	18	18	36	2				2(三选一)			
	市场调研与	53070120	任选		√	530701Z8	18	18	36	2							

	分析														
	直播电商	53070121	任选	√	530701Z4	18	18	36	2						
	小计					54	54	108	6				6		
实践性教学环节	专业实习(劳动周)	SS54010101	必修		L	0	60	60	3	以实训课为载体开展劳动教育；每学年设立劳动周					
	毕业论文(设计)	SS54010102	必修		Z	0	120	120	6						6周
	岗位实习(劳动教育)	SS54010103	必修		Z L	0	580	580	29					18周	11周
	毕业教育	SS54010104	必修		DZTML	0	20	20	1						1周
	小计						0	780	780	39					
总计						1050	1666	2716	147	29.5	24.5	25.5	25.5		

教学计划安排及进程说明:

1. 课程包括公共基础课、专业基础课、专业核心课、实践性教学环节、公共选修课和专业选修课。
2. 公共基础课程占总课时约 25%，选修课占总课时约 10%，实践课时占总课时 50%以上。
3. 第 1 学期教学周为 16 周，新生军事技能训练 3 周；第 2-6 学期实际教学周为 18 周，第 1-4 学年的第 20 周为社会实践周。
4. 理论课每 16-18 学时计 1 分，特殊课程除外。除军事技能训练与入学教育外，劳动教育、毕业论文（设计）和岗位实习等实践实训课程按照 20 学时计 1 学分。
5. 《形势与政策》按照文件要求，只有 2 学分，每个学期计 8 学时。
6. 《军事理论》课采取线下集中授课和线上教学的方式，按照 18 周计算，每周 2 学时，共 36 学时。
7. 《军事技能训练与入学教育》不占周学时。
8. 鼓励文史财经类学生至少选修 1 门理工类课程，同样理工类学生至少选择 1 门文史财经类课程。
9. 第 3 学期《大学体育》课程可进行体育专项训练，以体育社团形式组织管理实施。
10. 部分专业第 2 学期《大学英语》课程可结合专业需求，讲授相关联的专业英语。
11. 第五、六学期按照 18 周计算，每周 20 学时，共 720 学时。其中，第六学期毕业论文（设计）6 周，共 120 学时；毕业教育 1 周，共 20 学时；岗位实习，共 580 学时。
12. 专业选修课选 2-3 门，累计学时 \geq 64 学时。
13. 总课时为 16 的公共选修课程，建议安排在 9-10 节（晚上）跨学院跨专业大班授课，第 1-8 周授课，每周 2 学时，第 9 周考核完毕。第 10-18 周接续其他公选课程授课。
14. 所有公选课程，开课单位可视教师、教室情况，经教务处同意，可选择网络课程。网络课程管理办法，参见教务处有关规定执行。
15. 各专业技能证书考核内容及对应等级证书与课程成绩折算认定办法，由学校技能考核考试中心具体指导各二级学院（教学部），依据各专业特色和技能要求，协商制定具体方案，报学校主管领导审定后落实执行。

(二) 理论与实践教学学时分配表

课程结构与学时学分分配

课程类别			学时、学分比例			
			学时	学时比例 (%)	学分	学分比例 (%)
必修课	公共基础课	理论	432	15.91%	40	27.21
		实践	318	11.71%		
	专业基础课	理论	230	8.47%	22	14.97
		实践	156	5.74%		
	专业核心课	理论	230	8.47%	26	17.69
		实践	238	8.76%		
	实践性教学环节	理论	0	0.00%	39	26.53
		实践	780	28.72%		
选修课	公共选修课	理论	104	3.83%	14	9.52
		实践	120	4.42%		
	专业选修课	理论	54	1.99%	6	4.08
		实践	54	1.99%		
总计			2716	100.00%	147	100.00
备注			实践课时总数占总课时比例为：61.34%			

九、实施保障

(一) 师资队伍

1. 专业教学团队

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1, “双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%, 高级职称专任教师的比例不低于 20%, 专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验, 形成合理的梯队结构。能够整合校内外优质人才资源, 选聘企业高级技术人员担任行业导师, 组建校企合作、专兼结合的教师团队, 建立定期开展专业教研机制。

2. 专业带头人

原则上应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旅游行业发展, 能广泛联系行业企业, 了解行业企业对本专业人才的需求实际, 主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强, 在本专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师

具有高校教师资格; 原则上具有电子商务、跨境电商、物流管理、计算机应用与科学

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 个月在企业或实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

5. 行业导师、企业技能大师

为贯彻落实产教融合、校企协同育人的职业教育理念，提升本专业人才培养质量，强化实践教学环节，我校高度重视行业企业人才资源的整合与利用，积极选聘具备丰富实践经验和技能能力的企业高级技术人员担任行业导师，并聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才参与专业课程教学和实践指导工作。

行业导师原则上应具有中级及以上专业技术职称或高级工及以上职业技能等级；在跨境电商、电子商务、物流管理等相关行业领域有 5 年以上从业经验；熟悉行业发展动态，掌握最新技术趋势；具备一定的教学能力和沟通表达能力，能够承担专业课程授课、实习实训指导、职业发展规划指导等任务。企业技能大师在本专业相关行业中具有较高知名度和技术权威性；拥有丰富的现场操作经验和解决实际问题的能力；能够承担实践性强的专业核心课程或专题讲座。

（二）教学设施

参考教育部职业院校专业教学标准及实训条件建设标准，结合本校专业实际提出。

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室（中心）和实训（实习）基地。

1. 专业教室基本条件（含信息化教学条件）

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（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. 校内实训室（中心）基本情况

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结

合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展零售财务规划与零售营销组合、电子商务视觉设计、社群营销与整合营销、数据化运营、智能客服话术设计、O2O运营、电子商务产品开发及原型设计、智能营销等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

(1) 电子商务视觉设计实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、移动设备、电子商务视觉设计软件等设备设施，用于视觉营销设计、视频制作、图形图像处理等实训教学。

(2) 网络营销实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、直播灯光设备、辅助直播支架、无线麦克风、虚拟背景幕、商品陈列架、大屏显示器、手机/平板电脑、多媒体技术处理软件、直播营销实训软件、网络营销实训软件等设备设施，用于网络营销、互联网销售、新媒体营销等实训教学。

(3) 电子商务数据分析实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、大屏显示器、电子商务数据分析实训软件等设备设施，用于数据化运营、商务数据分析、数据可视化等实训教学。

(4) 电子商务运营实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、网站(店)运营与推广实训软件、移动电子商务实训软件、跨境电子商务实训软件等设备设施，用于网店运营、新媒体运营、项目管理等实训教学。

电子商务专业校内技能实训室(中心)

序号	名称	主要仪器、设备	主要实训项目
1	电子商务视觉设计实训室	1. 高性能设计电脑 (Adobe全家桶、Figma、C4D) 2. 数位板、摄影设备 (单反、灯光) 3. 色彩校准显示器 4. 3D建模与渲染工作站 5. 多媒体教学系统	1. 电商主图/详情页设计 2. 品牌包装设计 3. 短视频分镜与动画制作 4. A/B测试与视觉优化 5. 直播场景搭建与视觉策划

2	网络营销实训室	<ol style="list-style-type: none"> 1. 云桌面电脑系统（SEO/SEM工具、Google Analytics） 2. 直播与短视频工位（绿幕、提词器） 3. 社交媒体运营模拟平台 4. 数据分析大屏 	<ol style="list-style-type: none"> 1. SEO优化与竞价广告投放 2. 社交媒体内容创作与粉丝增长 3. 直播带货全流程演练 4. 信息流广告策划与效果分析 5. 私域流量运营实战
3	电子商务数据分析实训室	<ol style="list-style-type: none"> 1. 大数据分析服务器（Python/R环境） 2. 商业智能工具（Power BI、Tableau） 3. 电商平台API接口模拟系统 4. 用户行为追踪实验室（热力图分析） 5. 云计算资源（阿里云/AWS教学版） 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 电商数据清洗与可视化 2. 用户画像与精准营销 3. 商品销量预测与库存优化 4. A/B测试与转化率提升 5. 行业竞品数据分析
4	电子商务运营实训室	<ol style="list-style-type: none"> 1. 多平台运营模拟系统（淘宝、拼多多、Shopify） 2. 智能仓储与物流管理沙盘 3. 电子商务运营推广模拟平台 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 店铺开设与商品上架 2. 促销活动策划与执行 3. 跨境店铺运营 4. 供应链管理与物流协调 5. 售后纠纷处理与客户复购提升

3.校外实训实习基地基本情况

电子商务专业校外实训（实习）基地

序号	名称	主要实习项目
1	深圳市新生代企业管理有限公司	电商客服
2	华道数据股份有限公司	电商客服
3	宿迁汉客电子商务有限公司	电商客服、美工设计、网店运营管理
4	上海壹佰米网络科技有限公司	电商客服、美工设计、网店运营管理
5	得物	美工设计、网店运营管理、网络推广、直播电商
6	九懿传媒、博匠电商	文案创意与撰写、直播推广、网店运营
7	浙江获者电商	文案创意与撰写、短视频编辑与制作、网店运营
8	泰盈科技集团股份有限公司	电商客服、美工设计、网店运营管理
9	泰盈科技集团	新媒体运营、美工设计、短视频

10	北京众信佳科技发展有限公司	直播电商客服、美工设计、网店运营管理
11	深圳市新生代企业管理有限公司	电商客服

（三）教学资源

1.教材选用基本要求

本专业严格执行国家和学校教材选用与管理制度，优先选用近三年出版的“十三五”、“十四五”国家级规划教材、教育部高职高专规划教材及行业公认的优质教材，确保教材内容先进、科学、适用。目前，专业核心课程选用国家级/省部级规划教材比例达 86%，近三年出版教材使用比例超过 90%。同时，积极推动校企合作开发特色教材、新型活页式/工作手册式教材及配套数字化教学资源（如微课、案例库、实训指导书、在线题库等），已联合瑞辰科技有限公司共同开发《电子商务概论》、《新媒体运营》等特色教材 2 部/套。所有选用教材均经过专业教学团队和行业专家严格审核，符合专业人才培养目标和课程标准要求，能有效支撑理论教学、实践训练及学生职业能力培养需求。

2.图书文献配备基本要求

本专业拥有充足且高质量的图书文献资源保障教学与科研需求。校图书馆及专业资料室收藏与本专业直接相关的纸质图书总量超过 3 万册，涵盖专业核心理论、技术标准、操作规范、经典著作及前沿研究等领域，年生均新增图书量达 3 册以上。电子图书总量达 23 万种，专业相关电子期刊种类超过 8 万种。生均专业相关纸质图书达到 82 册，电子资源可通过校园网实现 7×24 小时校内外无障碍访问，满足师生便捷查阅、深度学习和科研创新的文献需求。图书文献资源结构合理，更新及时，能有效支撑专业课程教学、毕业设计（论文）指导、技能提升及教师科研工作。

3.数字教学资源配置基本要求

新媒体运营、电子商务基础等图片总数 800 幅以上；专业视频容量 160 小时以上，视频内容涵盖 800—1000 学时的教学内容；新媒体运营、电子商务基础等内容的动画教学资源，涵盖专业课程 1100 个以上的知识点；专业课程各教学单元辅助课件 150 件以上；1600 题以上规模的试题库。

（四）教学方法

第一，探索实践“教—学—做”一体化专业人才培养模式，围绕专业、行业、职业的各自特点，探索内在联系，梳理相互关系，切实提升专业人才的教学水平与培养质量；

第二，积极探索实践教学的方式、方法改革，寻求保障实践教学顺利、高效开展的方法，将提升旅游管理专业技能与培养学生专业兴趣有机结合，寻求进一步提升学生兴趣的有效措施。

第三，岗课赛证融合，对接电商运营、直播销售等真实岗位，将店铺运营、营销推广

转化为课程模块；以电商技能大赛、直播大赛为项目驱动，强化实战能力；嵌入“1+X”网店运营推广、直播电商等证书标准，形成“岗课对接、赛证融通、毕业即上岗”的培养闭环。

第四，围绕教材建设，探索结合电子商务教学内容，实现现有教材资源整合的方法，将不同层次，不同教学环节的教材与专业教学的具体内容进行有机结合。

第五，应用型教育适当变换教学手段，采取“讲授与讨论”相结合、“讲授与实践”相结合、“讲授与小组评比”相结合，并且运用情境模拟、案例分析等教学手法，从而提高学习效果，增强学生学习主动性。

（五）课程思政

以“网联万家、商通天下”为主线，将家国情怀、红色电商、数字生态、法治诚信融入专业教学；通过“数商兴农”“国潮品牌打造”等实战任务，培养学生服务人民的数字工匠精神与时代担当，塑造有理想、守底线、敢创新的新时代电商人。

（六）学习评价

本专业考核体系由课程考核与“五八”技能考核两大核心类别构成，共同保障人才培养质量。

1.课程考核：课程考核严格遵循过程性考核与终结性考核相结合的原则。终结性考核指课内安排的期末考核，侧重检验学生对课程核心知识与能力的综合掌握程度。过程性考核贯穿教学全程，涵盖作业、课堂表现、实验操作、单元测验、线上自主学习等多种形式，重点评价知识理解、技能应用、职业素养及学习态度的形成过程。考核采用学生自评、小组互评与教师评价相结合的多元评价方法，确保评价全面客观。各项课程考核占比可按下表格式提供的指导意见执行。

序号	课程类型	过程性考核占比	终结性考核占比	考核方式
1	理论课	40%	60%	考试/考查
2	理实一体课	60%	40%	考试/考查
3	实训课	80%	20%	考查

2. “五八”技能考核：坚持德智体美劳全面发展理念，构建并实施“五八”技能考核体系，引导学生获取多项技能证书，紧密对接行业企业岗位工作需求，提升综合竞争力。

（七）质量管理

1.建立和完善专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，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、资源建设等方面标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，实现人才培养规格。

2.建立和完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，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.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4.专业教研室将充分利用评价分析结果，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

学生在规定修业年限内，修读完成人才培养方案设置的全部课程和教学环节，取得规定学时学分，鼓励获得本专业领域相关证书，德智体美劳达到培养规格，符合学籍管理规定的毕业条件，准予毕业，并颁发毕业证书。

十一、执行年级

从 2025 级新生开始执行

十二、编制团队

1. 主要执笔人：

学校：刘培（信阳航空职业学院）

企业：张伟（信阳易网电商科技有限公司）

2. 工作组成员：

学校：胡议文、张凤鸣（信阳航空职业学院）

企业：殷春婷（江苏京东信息技术有限公司）

庞子正（信阳瑞宸科技有限公司）

十三、附件

主要包括：人才需求调研分析报告、专业人才培养方案论证意见表、专业人才培养方案审定意见表、变更审批表等附件。

附件 1 旅游管理专业人才需求调研与分析报告

附件 2 信阳航空职业学院专业人才培养方案专家评审组论证意见表

附件 3 信阳航空职业学院专业人才培养方案审定意见表

附件 4 信阳航空职业学院人才培养方案变更审批表

信阳航空职业学院专业人才培养方案

专家评审组论证意见表

专业名称：电子商务

论证时间：2025年8月24日

专家评审组名称：信阳航空职业学院商学院专业人才培养方案专家评审组

专家评审组成员	姓名	职称/职务	工作单位	专业	签名
	潘一平	教授/院长	信阳农林学院	电子商务	潘一平
	史亚奇	教授/专业负责人	信阳农林学院	旅游管理	史亚奇
	郑金霞	注册会计师/审计部主任	信阳市宏大会计师事务所	大数据与会计	郑金霞
	朱海	商学院院长/讲师	信阳航空职业学院	教育学	朱海
	刘培	教师/讲师	信阳航空职业学院	物流管理	刘培
	赵原	教师/助教	信阳航空职业学院	电子商务	赵原
	李司政	教师/助教	信阳航空职业学院	计算机网络工程	李司政
	田泓	教学专干/助教	信阳航空职业学院	工商管理	田泓
专家评审组意见	<p>专业定位精准，紧跟互联网和相关服务批发业、零售业、零售电子商务、互联网营销师等职业形成“电商运营+数字营销+数据分析”特色。培养目标科学合理，涵盖素质、知识、能力大维度。专业特色在于产教融合、数智化能力培养及个性化发展支持。建议进一步优化AI与电商课程内容，以适配技术发展。总体符合职业教育改革方向，结构完整，可操作性强，能有效培养高素质技能人才。建议通过并实施。</p> <p>专家评审组组长（签字）：潘一平 2025年8月24日</p>				

信阳航空职业学院
专业人才培养方案审定意见表

二级学院名称	商学院	专业名称	电子商务
二级学院审核意见	<p>教学安排科学合理。同意实施。</p> <p style="text-align: right;">二级学院负责人签字：  盖章</p> <p style="text-align: right;">2025年 8月 28日</p>		
教务部门审核意见	<p style="text-align: center;">同意</p> <p style="text-align: right;">教务处负责人签字：  盖章</p> <p style="text-align: right;">2025年 8月 28日</p>		
分管校长审核意见	<p style="text-align: center;">同意实施。</p> <p style="text-align: right;">分管校长签字：  盖章</p> <p style="text-align: right;">2025年 8月 28日</p>		
学校党委审定意见	<p style="text-align: center;">同意</p> <p style="text-align: right;">党委书记签字：  盖章</p> <p style="text-align: right;">2025年 8月 28日</p>		