



仙桃职业学院
XIANTAO VOCATIONAL COLLEGE

2025 级专业人才培养方案

专业大类： 财经商贸大类

专业类： 电子商务类

专业名称： 电子商务

专业代码： 530701

修业年限： 三年

制订时间： 2025 年 7 月

专业负责人： 李倩

编制说明

本方案按照《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）等文件要求，落实《中共中央办公厅 国务院办公厅关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》（中办发〔2022〕65号）《教育强国建设规划纲要（2024—2035年）》以及《湖北省深化职业教育人才培养体系改革三年行动方案》等文件精神，对接职业教育专业简介（2022年修订）、高等职业教育专科专业教学标准（2025年修订）等国家标准，结合学院指导意见编制。

方案编制团队在学院电子商务专业建设指导委员会的指导下扎实开展了调研、分析、起草、修改等工作，完成了本方案的编制。方案经论证会论证修改后，提交教务处审查、学院教学指导委员会审核、学院党委会会议审定，将于2025年9月正式实施。

编制成员名单

序号	姓名	工作单位	职务	职称
1	李倩	仙桃职业学院	电子商务专业教研室主任	讲师
2	江丽	仙桃职业学院	计算机科学技术学院副院长	副教授
3	张亚伟	仙桃职业学院	计算机科学技术学院副院长	讲师
4	张雨	仙桃职业学院	网络营销与直播电商专业教研室主任	讲师
5	金淑娟	仙桃职业学院	电子商务专任教师	讲师
6	许可	仙桃职业学院	电子商务专任教师	讲师
7	罗改龙	仙桃职业学院	电子商务专任教师	副教授
8	彭军波	仙桃职业学院	电子商务专任教师	副教授
9	张余松	湖北伟旭网络科技有限公司	湖北伟旭网络科技有限公司 经理	高级工程师

编制执笔人：

审 核 人：

（二级学院分管教学院长）

（二级学院院长）

（教务处处长）

（学院分管教学院长）

目 录

一、专业名称及代码	6
二、入学要求	6
三、修业年限	6
四、职业面向	6
(一) 职业面向	6
(二) 岗位能力分析	6
五、培养目标与培养规格	10
(一) 培养目标	10
(二) 培养规格	10
六、课程设置	12
(一) 课程体系	12
(二) 课程设置及要求	13
(三) 特色素质教育活动	30
七、学时安排	30
(一) 教学时间分配表	30
(二) 专业课程学时、学分分配表	31
八、教学进程总体安排	32
九、实施保障	35
(一) 人才培养模式	35
(二) 师资队伍	36
(三) 教学设施	37
(四) 教学资源	39

(五) 教学方法	40
(六) 教学评价	41
(七) 质量管理	41
十、毕业要求	42
(一) 学分要求	42
(二) 外语、计算机、普通话要求	42
(三) 职业资格证书要求	43
(四) 学分替代	43
十一、专业建设指导委员会	43
十二、其他	44
附件 1: 电子商务专业人才培养目标分解	44
附件 2: 电子商务专业培养规格与培养目标对应关系	44
附件 3: 专业思政设计	46
附件 4: 课程地图	47
附件 5: 课程矩阵	48

电子商务专业人才培养方案（2025 级）

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701

所属专业群：电子商务专业群

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向

（一）职业面向

表 1 职业面向表

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	互联网和相关服务（64）、批发业（51）、零售业（52）
主要职业类别（代码）	电子商务师 S(4-01-06-01)、互联网营销师 S(4-01-06-02)、营销员（4-01-02-01）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）、品牌专业人员（2-06-07-04）、客户服务管理（4-07-02-03）、采购员（4-01-01-00）
主要岗位（群）或技术领域	运营主管、全渠道营销主管、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	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

（二）岗位能力分析

表2 主要工作岗位及其岗位能力分析表

岗位名称	典型工作任务	工作过程	岗位能力要求
运营主管	结合市场调研与企业目标,规划店铺长期方向,拆解销售目标,制定含资源预算的短长期运营计划。	围绕店铺长期发展方向与目标拆解(工作内容),针对市场趋势、企业目标及店铺定位(工作对象),运用市场调研工具、Excel及战略规划模板(工具),通过市场调研法与目标拆解法(工作方法)制定规划与计划(工作方法)开展从规划到执行及优化的完整工作程序。	<ol style="list-style-type: none"> 1.能结合市场与企业目标制定店铺战略规划,精准拆解销售目标并落地执行。 2.能通过市场分析完成商品全周期管理,灵活调整库存与销售策略。 3.能整合营销工具策划活动,实现流量精准引流与转化提升。 4.能深度分析运营数据,挖掘问题并制定有效优化方案。 5.能搭建高效运营团队,通过分工与培训提升团队协作与业绩。
	分析市场与竞品选品,负责商品上架,监控库存,依据销售数据制定爆款打造与滞销品清仓策略。	针对商品选品、上架、库存及销售策略调整(工作内容),面向市场需求、竞品及店铺商品(工作对象),借助选品分析工具、电商后台及库存管理系统(工具),采用竞品分析法与数据追踪法(工作方法)完成全周期管理。	
	策划全平台营销活动,整合付费与免费推广工具引流,优化策略提升店铺流量与用户转化率。	围绕营销活动策划与流量推广(工作内容),针对消费者、平台流量及店铺商品(工作对象),运用直通车、钻展及活动策划工具(工具),通过活动创意法与精准投放法(工作方法)提升流量与转化。	
	定期收集分析流量、销售等数据,挖掘问题,针对性制定并跟踪优化方案,提升店铺运营效率。	针对流量、销售及客户数据的收集与优化(工作内容),面向店铺运营数据及潜在问题(工作对象),借助生意参谋、Excel及数据分析模型(工具),采用数据挖掘法与问题归因法(工作方法)输出优化方案。	
全渠道营销主管	研究产品与客群,结合市场趋势,制定线上线下渠道整合战略,明确各渠道定位与协同模式。	围绕线上线下渠道整合策略制定(工作内容),针对产品特点、目标客户及市场竞争(工作对象),运用市场调研工具、思维导图及战略模型(工具),通过趋势分析法与目标定位法(工作方法)规划渠道协同模式。	<ol style="list-style-type: none"> 1.能结合市场与产品制定全渠道协同战略,明确各渠道定位与目标。 2.能策划跨渠道联动活动,协调资源保障活动高效执

	依据战略策划全渠道联动活动,协调资源执行,解决问题,确保活动协同推广,提升效果。	针对跨渠道活动策划与落地(工作内容),面向各渠道用户及活动资源(工作对象),借助活动策划模板、沟通工具及执行清单(工具),采用场景融合法与资源协调法(工作方法)推进活动协同。	
	主导全渠道内容创作,契合品牌调性与渠道用户需求,审核内容,按计划发布,维护品牌形象。	围绕全渠道内容策划与发布(工作内容),针对品牌调性、用户偏好及各渠道特性(工作对象),运用 PS、剪映及内容管理系统(工具),通过内容适配法与发布排期法(工作方法)保障内容质量与一致性。	
	拓展维护各渠道合作关系,洽谈资源,整合内外部资源,实现共享互补,提升营销效果。	针对渠道合作拓展与资源协同(工作内容),面向平台方、KOL 及经销商(工作对象),运用合作洽谈工具、资源对接平台及合同模板(工具),采用利益共享法与资源置换法(工作方法)实现资源优化配置。	
	建立数据监测体系,分析各渠道效果指标,发现问题与机会,调整战略与资源分配。	围绕各渠道数据监测与策略调整(工作内容),针对流量、转化及 ROI 数据(工作对象),借助数据中台、Excel 及可视化工具(工具),采用对比分析法与策略迭代法(工作方法)提升营销效能。	
020 销售 主管	选择合适 020 平台入驻搭建,拓展线下异业合作,探索新兴模式,扩大销售渠道与客群。	针对 020 平台入驻与线下渠道拓展(工作内容),面向美团、饿了么等平台及线下合作商家(工作对象),运用平台后台、合作洽谈工具及渠道评估表(工具),采用平台入驻流程与异业合作模式(工作方法)搭建销售网络。	1. 能快速搭建 020 销售渠道,整合线上平台与线下资源实现协同。 2. 能制定精准的线上引流策略,通过工具与活动提升平台流量与订单。 3. 能优化线下门店转化流程,通过服务与场景设计提升到店消费率。 4. 能运用 CRM 系统实现用户分层运营,提升用户复购
	依平台规则与用户习惯制定引流方案,用工具投放广告,策划促销,多渠道宣传,提曝光与订单。	围绕线上流量获取与订单引导(工作内容),针对平台用户、社交媒体粉丝(工作对象),借助推广通、社群工具及活动海报(工具),采用精准投放法与促销引流法(工作方法)提升平台曝光与下单量。	

	与门店合作制定接待流程, 培训员工, 优化陈列与环境, 提升线上引流用户到店转化率。	针对线上引流用户的到店转化 (工作内容), 面向门店员工、到店用户及门店环境 (工作对象), 运用核销系统、培训资料及陈列工具 (工具), 采用服务标准化与场景优化法 (工作方法) 提升转化效率。	
	建立用户数据库, 整合信息, 通过会员体系等精细化运营, 互动维护, 提高用户粘性 with 复购。	围绕用户数据整合与精细化运营 (工作内容), 针对用户消费记录、偏好及反馈 (工作对象), 借助 CRM 系统、短信平台及会员体系 (工具), 采用分层运营法与个性化互动法 (工作方法) 提升用户粘性。	
	收集分析线上线下销售数据, 挖掘问题与机会, 为库存、营销等决策提供数据支持与建议。	针对线上订单、线下核销及复购数据的分析 (工作内容), 面向销售数据、用户行为及库存情况 (工作对象), 运用 Excel、O2O 数据分析工具及报表模板 (工具), 采用数据对比法与决策推导法 (工作方法) 提供运营建议。	
视觉营销设计师	规划店铺页面布局, 设计首页、详情页等, 用优质图文与排版展示产品, 提升用户体验与购买欲。	围绕店铺页面布局与详情页设计 (工作内容), 针对店铺商品、用户浏览习惯及平台规则 (工作对象), 借助摄影设备及页面测试工具 (工具), 采用视觉层级法与转化导向设计法 (工作方法) 提升页面吸引力。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能打造高转化的电商店铺视觉, 通过布局与设计提升用户停留与购买欲。 2. 能创作贴合活动主题的视觉物料, 强化信息传递与用户吸引力。 3. 能通过 A/B 测试优化视觉设计, 提升点击率与转化效率。 4. 能高效管理视觉资源, 对接内外部资源提升团队设计产能。
	依活动主题构思创意, 设计海报、短视频画面等物料, 突出信息, 增强吸引力与传播效果。	针对活动海报、banner 及短视频画面设计 (工作内容), 面向活动主题、促销信息及用户注意力 (工作对象), 运用剪映、AE 及创意构思模板 (工具), 采用视觉冲击力设计法与信息聚焦法 (工作方法) 强化活动传播。	
	对设计方案做 A/B 测试, 收集分析数据与反馈, 优化视觉元素, 提升点击率与转化效率。	围绕设计方案的 A/B 测试与迭代 (工作内容), 针对不同视觉元素、用户点击数据 (工作对象), 借助测试工具、数据统计表格及用户反馈问卷 (工具), 采用变量控制法与数据对比法 (工作方法) 优化设计效果。	

	<p>搭建设计素材库分类归档，对接外部资源，提高素材利用率与团队设计工作效率。</p>	<p>针对设计素材库搭建与外部资源对接（工作内容），面向字体、图片及合作设计师（工作对象），运用素材管理系统、云存储工具及合作协议模板（工具），采用分类归档法与资源对接流程（工作方法）提升设计效率。</p>	
--	---	---	--

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，传承技能文明和孝雅文化，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

本专业学生应在系统学习专业知识并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，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

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. 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. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、英语、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，学习英语并结合本专业加以运用；

5. 掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

6. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有综合运用所学知识、技能分析问题和解决问题的能力；

7. 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；

8. 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；

9. 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；

10. 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；

11. 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；

12. 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；

13. 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；

14. 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；

15. 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；

16. 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；

17. 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、课程设置

（一）课程体系

根据电子商务专业的社会需求进行调研，参考电子商务行业职业标准，围绕其岗位需求、职业岗位技能等，从现代学徒制、校企双元育人等多方位制定培养方案，以电子商务专业人才的技能要求和岗位内容为载体，将岗位技能融入专业课程体系。构建校赛-省赛-国赛三级联动竞

赛选拔机制，将全国职业院校技能大赛电子商务赛项竞赛内容与课程内容、竞赛评价与课程考核、竞赛标准和课程标准相融合，达到以赛促学、以赛促教的教学效果。将电子商务专业有关的“1+X”网店运营推广、电商直播、数据分析等职业等级证书的学习内容融入课程，将岗位技能、专业课程和证书相结合，把职业等级证书考核要求转化为专业培养的要求，融入教学内容设计，实现课证融通。

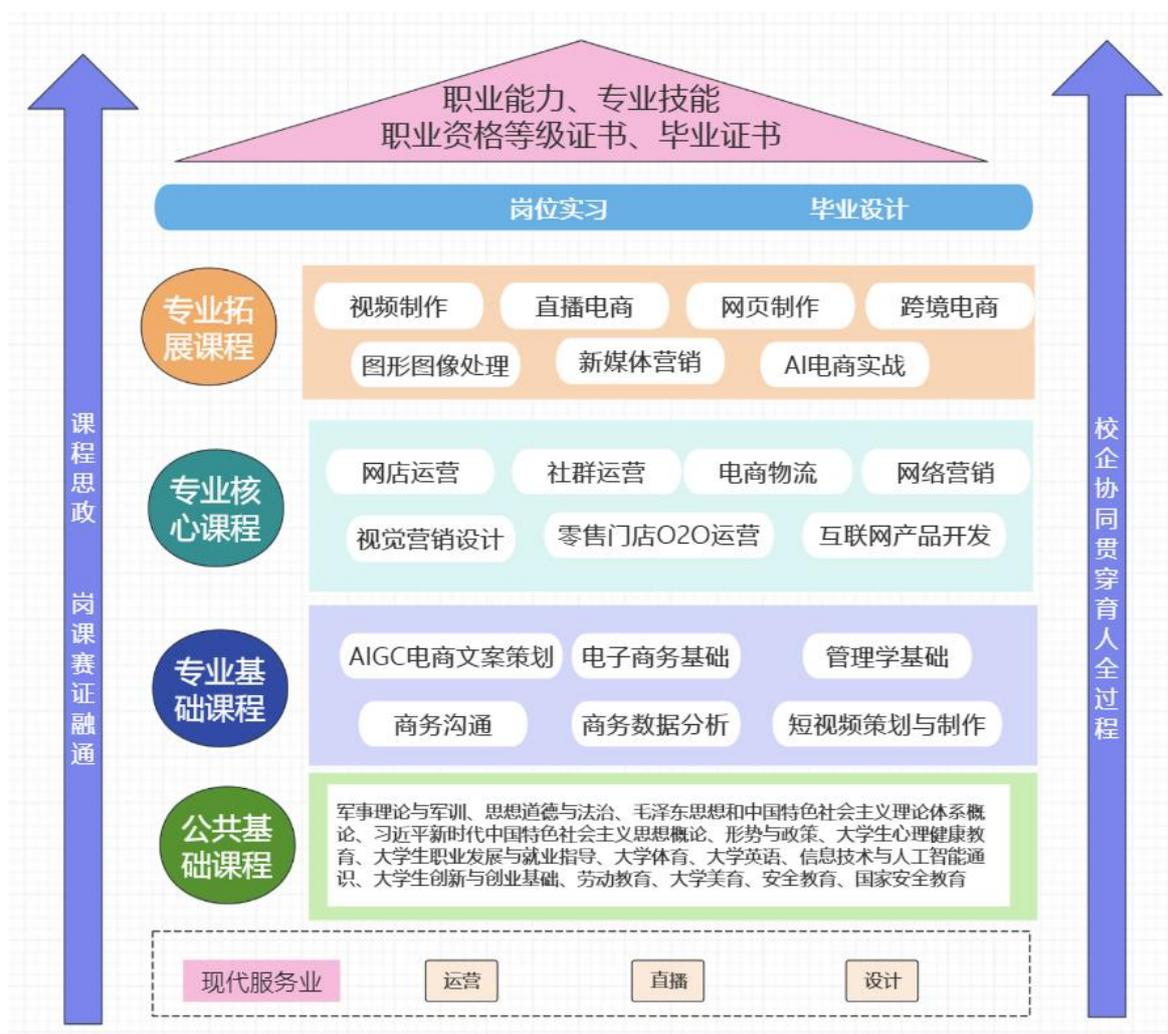


图1 电子商务专业课程体系结构图

(二) 课程设置及要求

1. 公共基础课程

(1) 公共基础必修课程

表 3 公共基础必修课程说明表

序号	课程名称	主要教学内容和教学目标	教学方式 (方法)	考核方式 与要求	开设学期 及时数
1	军事理论与军训	<p>教学内容: 由军事理论和军事技能两部分组成。军事理论部分主要包括我国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等内容；军事技能部分主要由承训部队对学生进行共同条令教育与训练、战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练。</p> <p>教学目标: 使学生掌握军事基础知识和技能，树立牢固的国防观念、国家安全意识与忧患危机意识，弘扬并传承爱国主义精神与红色基因，从而提高其综合国防素质。</p>	混合式教学	考查 总评成绩=60%(军事技能训练考核)+40%(军事理论考试成绩)	第 I 学期开设，共计 148 学时，其中军事技能 112 学时，军事理论 36 学时
2	思想道德与法治	<p>教学内容: 针对大学生成长过程中面临的思想道德和法治问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育。</p> <p>教学目标: 引导学生领悟人生真谛，坚定理想信念，践行社会主义核心价值观，做新时代的忠诚爱国者和改革创新的生力军；帮助学生形成正确的道德认知，引导学生积极投身道德实践，做到明大德、守公德、严私德；帮助学生全面把握社会主义法律的本质、运行和体系，理解中国特色社会主义法治体系和法治道路的精髓，增进法治意识，养成法治思维，更好行使法律权利、履行法律义务，做到尊法学法守法用法，成长为具备高尚思想道德素质和健全法治素养的时代新人。</p>	混合式教学	考试 总评成绩=60%(平时成绩)+40%(期末成绩)	第 I 学期开设，48 学时
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（简称“毛概”）	<p>教学内容: 主要包括毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果；中国特色社会主义理论体系的形成过程，重点阐释邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。</p> <p>教学目标: 引导学生全面把握中国共产党领导人民进行革命、建设、改革的辉煌历程与伟大成就；深刻领会马克思主义基本原理同中国具体实际及中华优秀传统文化相结合的内在逻辑与历史必然；系统理解马克思主义中国化时代化所形成的理论成果及其精髓；能够自觉地运</p>	混合式教学	考试 总评成绩=60%(平时成绩)+40%(期末成绩)	第 I、II 学期开设，32 学时

		用马克思主义立场、观点与方法分析和解决实际问题，有效提升理论思维与实践能力。			
4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	<p>教学内容：系统阐述习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义与理论体系，涵盖新时代坚持和发展中国特色社会主义、中国式现代化、党的全面领导、以人民为中心以及全面深化改革等理论基础与根本方向；包括高质量发展、教育科技人才战略、全过程人民民主、全面依法治国、文化强国建设、民生保障与社会建设、生态文明建设等实践路径与战略部署；涉及国家安全、国防和军队现代化、“一国两制”与祖国统一、人类命运共同体构建以及全面从严治党等安全保障。</p> <p>教学目标：帮助学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，把握这一思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一。</p>	混合式教学	考试 总评成绩=60%(平时成绩)+40%(期末成绩)	第Ⅱ学期开设，48学时
5	形势与政策	<p>教学内容：根据教育部社政司下发的《高校“形势与政策”教育教学要点》，围绕党的理论方针、政策以及结合社会实际情况和学生关注的热点、焦点问题来确定。</p> <p>教学目标：帮助学生科学把握国内外形势变化，准确理解党的路线方针政策，自觉在思想上和行动上同党中央保持高度一致。通过引导学生深入分析国内外重大事件、社会热点与难点问题，提升其形势研判与政策理解能力，把握时代发展脉络与政策导向。在此基础上，引导学生清醒认识自身所肩负的时代责任与历史使命，深刻理解远大抱负与脚踏实地之间的辩证关系，不断增强思想自觉和行动自觉，努力成长为德才兼备、全面发展的中国特色社会主义事业的合格建设者和可靠接班人。</p>	讲授式教学	考查 总评成绩=60%(考勤、心得体会、调研报告)+40%(期末考试成绩)	第Ⅰ、Ⅱ学期开设，16学时
6	大学生职业发展与就业指导	<p>教学内容：按照教育部《大学生职业发展与就业指导课程教学要求》的文件精神，内容涵盖大学生职业生涯规划、求职准备、就业创业政策、报到流程、职业发展等模块。</p> <p>教学目标：通过科学有效的职业生涯规划指导，激发学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学生理性规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉提升就业能力和</p>	混合式教学+专题讲座	考查 总评成绩=50%(考勤及课堂表现等)+50%(职业测评或作业)	第Ⅰ、Ⅳ学期开设，38学时

		生涯管理能力，实现个体与职业的匹配，进而达成个体价值的最大化。			
7	大学生心理健康教育	<p>教学内容：包括心理健康的标准及意义、大学生的入学适应、自我意识、个性和人格培养、人际交往、情绪调适、恋爱与性心理、生命教育和心理危机应对等。</p> <p>教学目标：引导学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提升心理素质，为学生的全面发展奠定坚实基础。</p>	混合式教学	考查 总评成绩=60%(平时成绩)+40%(期末考试成绩)	第 I、II 学期开设，32 学时
8	大学体育	<p>教学内容：按照“以人为本、健康第一”理念，开展体育理论教学，并围绕田径、球类、小体操、武术等项目，传授知识、技术与技能。</p> <p>教学目标：通过传授体育理论知识，帮助学生明晰体质、健康与体育的内在关联，树立科学锻炼的观念；通过运动技能教学，使学生熟练掌握两项以上健身方法，学会常见运动创伤处置，以提升运动能力；通过体能训练发展学生力量、速度、耐力等身体素质，达到增强体质的目的；通过讲解规则与裁判法提高学生赛事欣赏水平，并着力于培养顽强拼搏、团结协作、敢于竞争的优良品质。</p>	讲解与示范法、练习法、直观法、游戏与竞赛法、预防与纠正等	考查 体能达标检测， 总评成绩=30%(平时成绩)+20%(期中校园跑)+50%(期末考试成绩)	第 I、II、第IV学期开设，108 学时
9	大学英语	<p>基础模块：</p> <p>教学内容：涵盖职业与个人、职业与社会和职业与环境 3 个主题，围绕人文底蕴、职业规划、职业精神、社会责任、科学技术、文化交流、生态环境和职场环境等 8 个专题开展语言知识和语言技能教学，涵盖语音、词汇、语法、语篇等语言知识和听说、阅读、写作、翻译等语言技能。</p> <p>教学目标：帮助学生夯实英语基础知识，提升听、说、读、写、译等英语语言技能；运用语言知识和语言技能较准确地理解和表达信息、观点、情感，开展有效口头沟通和书面沟通；提高跨文化理解与表达能力，拓宽国际视野，加深对中华优秀传统文化的认同，形成正确的价值观；在语言思维方面体现出逻辑性、思辨性与创新性；养成自主学习习惯，提升多渠道获取学习资源能力，自主、有效地开展学习，</p>	分层教学、线上线下混合式教学	<p>基础模块 考试 总评成绩=40%(平时成绩)+60%(期末考试成绩)</p> <p>拓展模块 考查</p>	<p>基础模块 第 I、II 学期开设，128 学时</p> <p>拓展模块 第III或第IV学期开设，不少于 32 学时</p>

		<p>形成终身学习意识和能力。</p> <p>拓展模块：</p> <p>根据专业实际开设，具体包括职业提升、学业提升、素养提升三个类别。职业提升类别是专业必需、必要的专业英语课程，例如机电英语、酒店服务英语等课程；学业提升类别是专升本强化班开设的专升本英语；素养提升类别是为提升学生英语综合素养开设的英语阅读、英语写作等课程。</p>			
10	信息技术与人工智能通识	<p>教学内容：包括基础模块、人工智能通识模块两部分。基础模块包含文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任六部分内容。人工智能通识模块包含人工智能通识素养、人工智能专业技能、人工智能行业应用能力三个部分的内容。</p> <p>教学目标：以提升信息素养与人工智能素养为核心，培养学生熟练掌握支撑专业学习与实际问题解决的办公软件及信息技术；以理解技术趋势、社会特征与伦理规范为基础，强化其团队协作精神与职业操守；最终以塑造 AI 核心能力与伦理判断力为旨归，培养能够在复杂场景中创新应用 AI 技术、遵循人机协同规范、具备终身学习意识的复合型人才，全面提升其职业竞争力。</p>	直观演示法、项目教学法、混合式教学	<p>考试</p> <p>通过全国计算机等级考试一级《计算机基础及WPS Office应用》科目考试</p>	第 I 学期开设，80 学时
11	劳动教育	<p>教学内容：分为理论教育和劳动实践两部分。理论教育部分主要涵盖三大模块，一是思想与文化基础，包括中华优秀传统文化、习近平新时代中国特色社会主义思想；二是核心精神内涵，即劳动精神、劳模精神和工匠精神；三是实用知识与规范，包括劳动与就业、社会实践与志愿服务、劳动安全与保护等相关知识。劳动实践部分则与专业实训、岗位实习深度融合，并统筹安排各类课外劳动实践活动。</p> <p>教学目标：引导学生确立马克思主义劳动观，铸牢“劳动最光荣、最崇高、最伟大、最美丽”的价值信念；懂得劳动创造美好生活、不分贵贱的道理，养成热爱劳动、尊重普通劳动者的品格，培育勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神；掌握满足生存发展所需的基本劳动能力，最终形成终身受益的良好劳动习惯。</p>	项目教学法、混合式教学、	<p>考查</p> <p>总评成绩 = 40% (平时成绩) + 60% (期末考试成绩)</p>	第 II 学期开设，16 学时

12	大学生创新与创业基础	<p>教学内容：主要包括创新创业的基础知识与理论、创业团队的组建与管理、商业模式的设计与验证、创业计划书的撰写、新创企业的经营管理以及项目路演技巧等。</p> <p>教学目标：培育学生的创新精神、创业意识与核心能力，使其掌握从团队组建、资源整合到商业计划撰写与公司开办的全流程基础知识；引导学生理解创新创业对个人职业发展及国家社会的重要意义，从而能够自觉遵循规律，勇于实践，将创新思维转化为创业行动。</p>	项目教学法、混合式教学	<p>考查总评成绩=50%（考勤、课堂表现、走访调研及路演）+50%（期末考试成绩或课程报告）</p>	第IV学期开设，32学时
----	------------	--	-------------	---	--------------

（2）公共基础选修课程

公共基础选修课程包括限定选修课和任意选修课。公共基础限定选修课包括安全教育、国家安全教育、大学美育等。公共基础任意选修课包括节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养方面的课程，由学院教务处提供课程目录，学生在第II—IV学期进行选修，每学期1门。

表4 公共基础限选课程说明表

序号	课程名称	主要教学内容和教学目标	教学方式（方法）	考核方式与要求	开设学期及学时
1	安全教育	<p>教学内容：主要包括消防安全、校园安全、实验室安全、公共安全、财产安全、人身安全、交通安全、食品安全、法律法规、应急知识、反诈禁毒等。</p> <p>教学目标：使学生了解个人安全常识，牢固树立“安全第一”的意识，掌握安全防范技能。</p>	线上线下混合式教学	<p>考查总评成绩=40%（平时成绩）+60%（期末考试成绩）</p>	第I学期开设，16学时
2	国家安全教育	<p>教学内容：主要包括国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规；国家安全各重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。</p> <p>教学目标：使学生理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观；系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维，将国家安</p>	线上学习，由教师指导，学生网上自主学习	<p>考查总评成绩=40%（平时成绩）+60%（期末考试成绩）</p>	第II学期开设，16学时

		全意识转化为自觉行动，强化责任担当。			
3	大学美育	<p>教学内容：主要包括美学发展历史、中西方美学范畴、自然美、社会美、表演艺术美、影视艺术美、科学美等领域的美的发现、欣赏与领悟。</p> <p>教学目标：通过引导学生主动参与审美实践，提升学生的良好的人文素养，为学生发现美、欣赏美乃至创造美奠定良好的基础，为培养身心和谐发展的当代大学生服务。</p>	线上学习，由教师指导，学生网上自主学习	考查 总评成绩=40%（平时成绩）+60%（期末考试成绩）	第Ⅲ学期开设，32学时

2. 专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程和集中实践课程。

（1）专业基础课程

表 5 专业基础课程说明表

序号	课程名称	主要教学内容与教学目标	教学方式（方法）	考核方式与要求	开设学期及学时
1	电子商务基础	<p>教学内容：涵盖电商基础概念、发展历程，B2B、B2C 等常见模式。包括网络营销手段，如搜索引擎、社交媒体营销。电子支付方式与安全保障，以及电商物流的运作与模式，电商法律法规，让学生了解行业规范，全方位构建学生对电子商务的认知体系。</p> <p>教学目标：1. 能说出电子商务的 3 种主流模式（如 B2B、B2C、C2C）的定义及典型案例，列举各模式的 3 个核心特征。2. 能解释电子支付流程中涉及的关键环节，模仿完成一次在线支付操作并截图记录步骤。3. 能运用电商平台规则分析 1 个店铺的运营策略，指出其 3 处优势与 2 处改进方向。4. 能设计一份简单的电商创业计划书，包含目标用户、产品选择、推广渠道 3 项核心内容。5. 能认同电商行业的诚信原则，列举 3 种电商交易中的不诚信行为及对应的规避方法。</p> <p>思政主题：吃苦耐劳、求真务实、勇于创新。</p>	探究式教学法、讨论式教学法	考试 总评成绩=平时成绩 40%（包括考勤、作业、笔记等）+ 期末考试成绩 60%。	第 I 学期开设 48 学时

2	AIGC 电商文案策划	<p>教学内容： 电商文案的底层逻辑，产品核心卖点的挖掘与提炼方法；目标用户画像的精准匹配策略，淘宝、抖音、小红书等主流电商平台的文案特性与适配原则；人工智能辅助创作内容，教学主流 AIGC 文案工具（如 ChatGPT、文心一言）的操作规范。</p> <p>教学目标： 能准确阐述电商文案核心逻辑的关键要点，对 3 类主流电商平台（如淘宝、抖音、小红书）的文案特性识别准确率达 90% 以上；能独立完成 4 类核心场景（产品标题、详情页、促销活动、用户评价引导）的文案策划；能熟练运用 AIGC 工具生成初版文案，完成至少 3 种风格（如专业型、活泼型、种草型）的文案优化。</p> <p>思政主题： 诚实守信、待人和善、遵纪守法。</p>	项目教学法、线上线下混合教学	<p>考试</p> <p>总评成绩 = 平时成绩 40%（包括考勤、作业、笔记等）+ 期末考试成绩 60%。</p>	第 II 学期开设 56 学时
3	短视频策划与制作	<p>教学内容： 不同类型短视频的特征及与平台的适配逻辑，目标受众需求分析方法和创意主题的构思技巧，拍摄设备操作、基础镜头运用及构图要点，主流剪辑软件的基础操作与剪辑节奏把控，短视频发布的平台选择、时机确定及互动引导方法，创作中的版权规范与合规风险规避要点。</p> <p>教学目标： 能说出至少 3 种主流电商模式的差异，列举 2 个典型电商平台的特色业务；能解释电商三流运作逻辑，模仿设计简易的电商业务流程；运用所学分析 1 个电商案例，指出优势与问题；认同电商行业的发展价值，在模拟开店中遵循行业规范，切实掌握电子商务基础关键点与实操能力。</p> <p>思政主题： 创新意识、严谨求实。</p>	任务驱动、教学做一体化	<p>考查</p> <p>总评成绩 = 平时成绩 40%（包括考勤、作业、笔记等）+ 期末考核成绩 60%。</p>	第 II 学期开设 64 学时
4	商务数据分析	<p>教学内容： 商务数据的类型、来源及采集规范，数据清洗的基本方法与工具操作；常用分析方法（对比、趋势、关联等）及适用场景，数据可视化工具的使用与图表设计原则，数据分析报告的结构与撰写技巧。数据伦理与安全规范，包括隐私保护、数据真实</p>	任务驱动、教学做一体化	<p>考试</p> <p>总评成绩 = 平时成绩 40%（包括考勤、作业、笔记等）+ 期末考试成绩 60%。</p>	第 III 学期开设 64 学时

		<p>性要求等内容。</p> <p>教学目标：能说出至少 3 种常见商务数据类型，列举 2 个典型商务数据采集渠道；运用所学工具处理原始数据，完成清洗、转换；解释 3 种数据分析方法在实际场景的应用，模仿经典案例进行数据挖掘，提炼有价值信息；设计简单的数据可视化方案，清晰展示分析结果；基于分析结论，为给定商务问题提出至少 2 个合理建议，掌握商务数据分析实操技能。</p> <p>思政主题：严谨求实、遵纪守法。</p>			
5	管理学基础	<p>教学内容：管理的基本职能及内涵，各职能的实施逻辑与关联；经典管理理论与流派，介绍其核心观点及适用场景；计划与决策的方法，涉及目标设定、方案制定及风险评估；组织设计的要素，包括组织结构类型、职权划分及团队建设；领导与激励的技巧，沟通方法、激励理论及冲突处理；控制的流程与工具，涉及标准制定、偏差分析及改进措施；管理伦理与社会责任的核心要求。</p> <p>教学目标：能说出管理的核心概念与发展脉络，列举 3 个古典管理理论要点；解释管理职能内涵，运用决策模型分析简单管理问题；模仿优秀案例，为班级或社团活动设计基础管理方案；认同团队协作、创新变革等管理理念，切实掌握管理学基础实操能力。</p> <p>思政主题：协同共进、守正创新、责任担当。</p>	讲授式教学法、案例教学法、分组式教学法	<p>考试</p> <p>总评成绩 = 平时成绩 40% (包括考勤、作业、笔记等) + 期末考试成绩 60%。</p>	<p>第 III 学期开设</p> <p>32 学时</p>
6	商务沟通	<p>教学内容：商务沟通的类型、特征及适用场景；沟通对象分析与策略调整，包括不同身份对象的沟通要点；口头沟通技巧，涉及表达清晰、倾听回应、谈判话术；书面沟通规范，包含邮件、报告、合同等文书的撰写要求；非语言沟通（肢体语言、表情等）的解读与运用；沟通障碍的识别与化解方法；商务沟通中的伦理与礼仪规范。</p> <p>教学目标：能说出 3 种商务沟通类型的特征，列举 2 个不同场景的沟通技</p>	小组讨论教学法、案例教学法	<p>考试</p> <p>总评成绩 = 平时成绩 40% (包括考勤、作业、笔记等) + 期末考试成绩 60%。</p>	<p>第 IV 学期开设</p> <p>32 学时</p>

		巧；解释沟通障碍的成因，运用倾听、反馈等方法化解 2 类典型冲突；模仿撰写规范的商务邮件，设计 5 分钟的商务洽谈开场白；在模拟谈判中提出 1 个建设性观点，认同诚信沟通的职业价值，掌握商务场景中的有效沟通技能。 思政主题： 个人形象礼仪、交际礼仪、习俗礼仪。		
--	--	--	--	--

(2) 专业核心课程

表 6 专业核心课程说明表

序号	课程名称	主要教学内容与教学目标	教学方式（方法）	考核方式与要求	开设学期及学时
1	网店运营	教学内容： 主流电商平台的运营规则与流量逻辑；网店搭建的流程与技巧，包括页面设计、商品上架规范；商品定价与库存管理方法，涉及成本核算、价格调整策略；推广引流方式，包含付费推广、活动策划、内容营销的核心要点；订单处理与客户服务流程，涉及售后问题解决技巧；数据分析在运营中的应用，包括销量、流量、转化率的分析方法。 教学目标： 能说出 3 种主流电商平台的运营规则，列举各平台的 2 个核心流量获取方式，能完成网店基础搭建，能制定 1 款商品的定价策略，结合成本、竞品价格、平台规则说明定价依据，能运用 2 种推广工具提升商品曝光，分析推广前后的销量变化，能处理 3 种常见售后问题，提出解决方案并说明服务原则，能识别网店运营中的 2 类违规行为，列举对应的平台处罚规则及规避方法。 思政主题： 精细管理、品质至上。	案例教学法、项目教学法、任务驱动法	考试 总评成绩 = 平时成绩 40%（包括考勤、作业、笔记等）+ 期末考试成绩 60%。	第 II 学期开设 64 学时
2	视觉营销设计	教学内容： 视觉营销的核心元素及作用机制；电商平台视觉规范（主图、详情页、首页等）；设计工具（PS）的基础操作；色彩与版式设计原则；不同受众的视觉偏好分析；视觉设计与转化率的关联；版权与合规设计要	项目教学法、讲授法	考查 总评成绩 = 平时成绩 40%（包括考勤、作业、笔记等）+ 期末核成绩 60%。	第 III 学期开设 64 学时

		<p>点。</p> <p>教学目标: 能说出 3 种视觉元素在营销中的作用, 列举各元素在电商页面中的 2 个应用案例。能使用设计工具制作 1 张商品主图。能分析 1 个电商店铺的首页视觉设计, 指出 2 处优势及 1 处可优化点, 并说明理由。能识别视觉设计中的 2 类版权问题(如图片侵权、字体违规), 列举对应的解决办法。</p> <p>思政主题: 文化自信。</p>			
3	网络营销	<p>教学内容: 网络营销的主流方式及适用场景; 营销方案的策划流程与要素; 各平台营销工具(搜索引擎优化、社群运营工具等)的使用; 营销文案与创意设计基础; 营销效果的数据监测与分析; 网络营销的合规与伦理规范。</p> <p>教学目标: 能说出 4 种网络营销方式(如搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销、电子邮件营销)的特征, 列举各方式的 1 个典型案例。能为 1 款产品制定简单的网络营销方案, 包含 2 种营销渠道及对应的实施步骤。能分析 1 组营销数据(如点击率、转化率), 得出 1 个渠道效果结论并提出优化建议。能撰写 1 篇 300 字的营销文案, 包含产品卖点与用户痛点的结合点。</p> <p>思政主题: 创新营销、服务社会。</p>	讲授法、小组讨论法	<p>考试</p> <p>总评成绩 = 平时成绩 40% (包括考勤、作业、笔记等) + 期末考试成绩 60%。</p>	<p>第 III 学期开设</p> <p>64 学时</p>
4	电商物流	<p>教学内容: 电商物流的模式与选择依据; 物流成本的构成与核算方法; 仓储管理(入库、出库、库存盘点)的流程; 运输与配送的优化策略; 包装设计与材料选择; 物流异常问题的处理机制; 绿色物流与供应链协同要点。</p> <p>教学目标: 能说出 3 种主流电商物流模式的优缺点, 列举 2 个典型物流企业的服务特色; 解释仓储管理的核心流程, 运用公式计算 1 笔订单的物流成本; 模仿设计商品包装方案, 处理 2 类物流异常问题; 认同绿色物流的发展理念, 在模拟配送场景中优化运输路线, 掌握电商物流全流程的基础操</p>	讲授法、小组讨论法	<p>考试</p> <p>总评成绩 = 平时成绩 40% (包括考勤、作业、笔记等) + 期末考试成绩 60%。</p>	<p>第 IV 学期开设</p> <p>64 学时</p>

		作与问题解决能力。 思政主题： 高效协作、绿色发展。			
5	互联网产品开发	教学内容： 互联网产品的类型与开发流程；用户需求调研与分析方法；产品原型设计工具与技巧；产品功能规划与优先级排序；开发与测试的基础逻辑；产品上线后的迭代策略；产品开发中的合规与伦理规范。 教学目标： 1. 能说出互联网产品开发的 5 个核心环节，解释各环节的主要任务。2. 能通过用户访谈收集 3 项产品需求，整理成规范的需求文档，包含用户场景与期望结果。3. 能使用原型工具制作 1 个简单产品原型，包含 3 个核心功能模块及操作流程。4. 能参与 1 次产品测试，记录 2 个 bug 并提出改进建议，说明测试依据。 思政主题： 诚实守信、遵纪守法。	讲授式教学法、项目式教学法	考试 总评成绩 = 平时成绩 40% (包括考勤、作业、笔记等) + 期末考试成绩 60%。	第 IV 学期开设 32 学时
6	社群运营	教学内容： 社群的类型、定位与搭建方法；社群规则制定与成员管理；互动活动策划与执行技巧；社群内容的创作与分发；社群活跃度与转化率的提升策略；社群数据监测与分析；社群运营中的危机处理。 教学目标： 能说出 3 种社群类型 (如兴趣社群、客户社群、品牌社群) 的特征，列举各类型的 2 个运营目标。能制定 1 个社群入群规则与日常管理规范，包含成员行为约束与激励机制。能策划 1 次社群互动活动 (如问答、抽奖)，吸引 50% 以上成员参与并记录活动效果。能分析社群数据 (如活跃度、转化率)，提出 2 个提升社群质量的策略。 思政主题： 创新意识、团队协作。	讲授式教学法、小组讨论法	考试 总评成绩 = 平时成绩 40% (包括考勤、作业、笔记等) + 期末考试成绩 60%。	第 V 学期开设 48 学时
7	零售门店 O2O 运营	教学内容： 零售门店 O2O 的模式与运营逻辑；线上平台 (美团、京东到家等) 的入驻与运营规则；线上引流与线下体验的协同策略；库存与订单的一体化管理；O2O 促销活动策划与执行；用户数据打通与会员体系搭建；O2O 运营效果的评估与优化。	讲授式教学法、项目式教学法	考试 总评成绩 = 平时成绩 40% (包括考勤、作业、笔记等) + 期末考试成绩 60%。	第 V 学期开设 56 学时

		<p>教学目标: 能说出零售门店 O2O 运营的 4 个核心环节, 解释各环节的协同逻辑。能设计 1 个线上引流方案, 包含 2 种引流渠道及对应的到店转化策略。能制定门店与线上平台的库存同步规则, 处理 1 种库存不一致问题并说明解决流程。能策划 1 次 O2O 促销活动, 包含线上线下联动的优惠方案及 2 个体验提升措施。能分析 1 组 O2O 运营数据, 提出 1 个运营优化方向。</p> <p>思政主题: 团队协作、诚实守信。</p>			
--	--	---	--	--	--

(3) 专业拓展课程

表 7 专业拓展课程说明表

序号	课程名称	主要教学内容与教学目标	教学方式(方法)	考核方式与要求	开设学期及学时
1	图形图像处理	<p>教学内容: 图像格式与分辨率的基础知识; 主流图像处理软件(如 Photoshop、GIMP)的操作技巧; 图片美化(调色、修图、合成)的核心方法; 图形设计的基本原理(构图、色彩搭配、字体选择); 图像优化与输出规范(适配屏幕、印刷要求); 图像版权与素材合法使用要点。</p> <p>教学目标: 能说出 3 种图像文件格式(如 JPG、PNG、PSD)的特点。能使用图像处理软件完成 1 张商品图片的美化, 包含调色、抠图、瑕疵修复 3 项操作, 图片清晰且突出产品质感。能设计 1 个简单的图形 LOGO, 包含图形与文字组合, 符合品牌定位且具有辨识度。能将 1 张低分辨率图片优化至印刷标准, 说明分辨率调整对图像质量的影响。能识别图像使用中的 2 类版权风险, 列举对应的合规使用方法。</p> <p>思政主题: 文化自信、健康审美。</p>	案例教学法、项目驱动法	<p>考查</p> <p>总评成绩 = 平时成绩 40% (包括考勤、作业、笔记等) + 期末核成绩 60%。</p>	第 I 学期开设 64 学时
2	网页制作	<p>教学内容: 网页的基本结构与设计原则; HTML 标签与 CSS 样式的基础应用; 响应式布局(适配不同设备)的实现方法; 简单 JavaScript 交互效</p>	案例教学法、项目驱动法	<p>考查</p> <p>总评成绩 = 平时成绩 40% (包括考勤、作业、笔记等)</p>	第 III 学期开设 64 学时

		<p>果的编写；网页测试与浏览器兼容性处理；网页性能优化（加载速度、代码精简）的基础技巧；电商网页的功能模块设计（商品展示、购物车、支付入口）。</p> <p>教学目标：1. 能说出 3 种网页基本结构（如头部、主体、底部）的功能，列举各部分包含的 2 个核心元素（如导航栏、内容区）。2. 能使用 HTML 和 CSS 编写 1 个简单网页，包含文字、图片、超链接 3 种元素，代码规范且页面布局合理。3. 能为网页添加 2 种交互效果（如悬停动画、表单验证），说明实现逻辑。4. 能测试网页在 2 种浏览器（如 Chrome、Edge）中的显示效果，修复 1 处兼容性问题。5. 能分析 1 个电商网页的结构设计，指出 2 处优势及 1 处可优化点（如加载速度、导航清晰度）。</p> <p>思政主题：严谨求实、正确审美。</p>		+ 期末核成绩 60%。	
3	视频制作	<p>教学内容：视频拍摄设备的操作与调试；镜头语言与构图技巧（运镜、景别、角度）；光线与声音录制的基础方法；主流剪辑软件（如 Premiere、剪映）的使用流程；视频剪辑逻辑（叙事顺序、节奏把控）；特效与字幕的设计规范；视频格式与压缩（适配不同平台）的技巧。</p> <p>教学目标：能说出 3 种视频拍摄手法的效果，列举各手法在电商视频中的 2 个应用案例。能使用拍摄设备完成 1 条 60 秒产品介绍视频的拍摄，画面稳定、光线适宜且声音清晰。能使用剪辑软件完成视频后期制作，包含剪辑拼接、字幕添加、背景音乐适配 3 项操作，节奏流畅且突出产品卖点。能为视频添加 1 种转场特效和 1 种滤镜效果，说明特效对视频氛围的影响。能将视频导出为 2 种主流格式，说明格式选择与播放平台的适配关系。</p> <p>思政主题：民族自信、文化自信。</p>	案例教学法、项目驱动法	<p>考查</p> <p>总评成绩 = 平时成绩 40%（包括考勤、作业、笔记等）+ 期末核成绩 60%。</p>	第 III 学期开设 64 学时
4	跨境电商	教学内容： 跨境电商平台的类型与运	讲授式教学	考试	第 IV 学期

		<p>营模式；国际市场调研与目标客户分析；商品选品与多语言 Listing 优化；跨境物流与海外仓的选择方法；国际支付与汇率风险应对；跨境电商合规（关税、认证、知识产权）要点；跨境营销（多语言广告、本土化推广）基础策略。</p> <p>教学目标：能说出 3 种主流跨境电商平台的运营特点，列举各平台的 2 个核心规则。能为 1 款商品完成跨境电商上架，包含多语言标题、国际物流模板设置、关税计算 3 项操作。能制定 1 个针对目标市场（如欧美、东南亚）的定价策略，考虑汇率、关税、运输成本 3 个因素。能处理 1 笔跨境订单的售后问题。能列举 2 种跨境电商中的合规风险，列举对应的规避措施。</p> <p>思政主题：大国自信、全球视野、文化融合。</p>	法、小组讨论法	总评成绩 = 平时成绩 40%（包括考勤、作业、笔记等）+ 期末考试成绩 60%。	开设 56 学时
5	直播电商	<p>教学内容：直播电商的类型与平台规则（如抖音、淘宝直播）；直播脚本策划与流程设计；直播设备调试与场景搭建；主播话术与互动技巧（产品讲解、控场、逼单）；直播选品与定价策略；直播数据监测与复盘方法；直播合规（虚假宣传、售后服务）与风险防控。</p> <p>教学目标：1. 能说出 3 种直播电商类型（如单品专场、品牌促销、达人探店）的特征，列举各类型的 2 个典型流程环节。2. 能策划 1 场 30 分钟的直播脚本，包含开场引流、产品讲解、互动转化、收尾总结 4 个环节，时间分配合理。3. 能操作直播设备（如摄像头、麦克风、补光灯）完成直播搭建，确保画面清晰、声音无杂音。4. 能在模拟直播中运用 2 种互动技巧（如问答抽奖、限时秒杀），提升观众停留时长。5. 能分析 1 场直播的核心数据（如观看人数、转化率、客单价），提出 2 个优化直播效果的策略。</p> <p>思政主题：诚实守信、遵纪守法。</p>	案例教学法、项目教学法、任务驱动法	考试 总评成绩 = 平时成绩 40%（包括考勤、作业、笔记等）+ 期末考试成绩 60%。	第 IV 学期开设 64 学时

6	新媒体营销	<p>教学内容：主流新媒体平台的特性与算法逻辑；不同平台的内容创作技巧（文案、图片、视频适配）；新媒体互动活动策划与执行；粉丝增长与用户粘性维护策略；新媒体数据监测工具的使用；新媒体营销的合规与伦理规范（真实宣传、用户隐私保护）。</p> <p>教学目标：1.能说出 3 种新媒体平台的用户特征，列举各平台的 2 个核心营销形式。能为 1 款产品撰写 2 篇不同平台的营销内容，内容符合平台风格且包含产品核心卖点。能策划 1 次新媒体互动活动，明确活动规则与 2 个传播路径。能分析 1 个新媒体账号的运营数据，提出 1 个内容优化方向。能识别新媒体营销中的 2 类违规行为，列举对应的平台规范。</p> <p>思政主题：创新意识、团队协作。</p>	讲授式教学法、案例分析法	<p>考试</p> <p>总评成绩=平时成绩 40%（包括考勤、作业、笔记等）+期末考试成绩 60%。</p>	第 V 学期开设 64 学时
7	AI 电商实战	<p>教学内容：AIGC 技术基础与电商行业融合的底层逻辑；主流 AIGC 工具（文本、图像、视频生成等）的功能介绍与实操技巧；AIGC 在电商全流程（选品分析、商品上架、营销推广、客户服务）中的应用场景与策略；基于 AIGC 的电商内容创作与优化，包括文案、图片、视频的设计原则与案例分析；AIGC 辅助下的电商数据分析方法与工具使用，解读数据对优化 AIGC 应用的指导意义；AIGC 电商应用的合规与风险防控，涉及版权、数据安全、内容审核等行业规范与法律要点。</p> <p>教学目标：能说出 3 种主流 AIGC 工具在电商场景的优势，列举各工具 2 个应用实例；运用 AIGC 工具为 2 款商品生成多元风格营销文案，契合产品卖点与平台调性；借助 AIGC 图像生成工具产出 5 张高质量商品展示图；分析 AIGC 辅助电商运营数据，提炼 2 个优化策略，形成复盘报告，切实掌握 AIGC 电商实战核心技能。</p> <p>思政主题：文化自信、创新意识、严谨务实。</p>	项目实战法、教学做一体法	<p>考查</p> <p>总评成绩=平时成绩 40%（包括考勤、作业、笔记等）+期末核成绩 60%。</p>	第 V 学期开设 56 学时

3. 实践性教学环节

以职业技能培养为主线，遵循识岗、跟岗、顶岗的职业成长规律，按“职业基础技能-专业群通用技能-职业方向技能”3个层次，“课程单元实训-课程综合实训-专业综合实训-岗位实习”4个阶段培养学生职业技能，构建“三层次四阶段”专业群实践教学体系。实践性教学贯穿于人才培养全过程，主要包括实训、实习、社会实践活动等形式。实训主要在校内、外实训基地开展完成，认识实习及岗位实习主要在校外实训基地等开展；社会实践由学院组织，可在校内电子商务生产性实训基地、社区及其它校外场所开展完成。本专业的集中实践课程主要包括认识实习、岗位实习等，具体见下表：

表8 集中实践课程说明表

序号	集中实践课程名称	主要教学内容与教学目标	实践地点	开设学期	开设周数	考核方式
1	认识实习	教学目标： 完成为期一个星期的直播实战训练，达到企业直播用人标准。 教学内容： 完成一个星期的直播实训。	电子商务生产性实训基地	II	1	实操
2	岗位实习	教学内容： 1. 网络营销岗位工作内容；2. 客户服务岗位工作内容；3. 视觉营销设计岗工作内容；4. 直播运营岗工作内容。 教学目标： 熟悉岗位业务，将所学的专业知识运用到岗位实践中，完成商业管理实践。	企业	V、VI	24	实习报告

在互联网行业的电商企业进行电子商务专业实习，包括认识实习和岗位实习。学院严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求，建有稳定、够用的实习基地（见表15），选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、

管理和考核。

(三) 特色素质教育活动

为推进课堂教学、科技文化活动、社会实践“三个课堂”有效联动，促进学生全面发展，本专业按照《仙桃职业学院素质学分管理实施办法（修订）》要求，围绕学院和二级学院活动整体规划，结合本专业实际，精心设计以下特色素质教育活动。

表9 本专业特色素质教育活动规划一览表

序号	活动模块	项目名称	项目主要内容	举办学期	认证学分	备注
1	B	电商助农直播	直播带货和短视频创作	IV, V	1	
2	E	制定电商行业职业生涯规划	制订职业生涯规划	I	0.5	
3	E	电商技能竞赛	电子商务技能竞赛平台训练	III	1	

七、学时安排

(一) 教学时间分配表

表10 教学时间分配表

学期	入学教育及军训	单元教学	集中实践			复习考试	机动	社会实践	毕业教育	合计	平均周学时	备注
			技能训练	认识实习	岗位实习							
I	2	14			/	1	1	/	21	28		
							3					寒假
II	/	14			/	1	0	/	19	27		
				1				3				暑假
III	/	16			/	1	1	/	20	22		
								2				寒假
IV	/	16			/	1	1	/	20	22		
								2				暑假
V	/	11			4	1	1	/	19	21		
					2							寒假
VI	/				18		1	2	21			
合	2	71		1	24	5	5	10	2	120		

计												
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(二) 专业课程学时、学分分配表

表 11 专业课程体系学时、学分分配表

课程类别		课程门数	理论学时	实践学时	总学时	学分	占总学时百分比 (%)	
公共基础课	公共基础必修课	12	388	338	726	40.5	28%	
	公共基础选修课	6	160	0	160	10	6%	
	小计	18	548	338	886	50.5	34%	
专业课	专业基础课	6	180	116	296	18.5	11%	
	专业核心课	7	216	176	392	24.5	15%	
	专业拓展课	7	176	256	432	27	17%	
	集中实践课	2	/	600	600	25	23%	
	小计	22	572	1148	1720	95	66%	
	其中	专业必修课	15	396	892	1288	68	49%
		专业选修课	7	176	256	432	27	17%
合计		40	1120	1486	2606	145.5	/	
所占总学时百分比 (%)		/	43%	57%	/	/	/	

八、教学进程总体安排

表 12 电子商务专业教学进程安排表

		学年						一		二		三		合计				
		学期						I	II	III	IV	V	VI					
		单元教学周数						14	14	16	16	11		71				
		集中实践周数（含军训、实习、技能训练、毕业设计等在内的以整周为单位安排的集中实践教学）						2	1			6	18	27				
类别	序号	课程名称	课程代码	课程类型	课程性质	学分	计划学时			考核方式(学期)		周学时数/教学周数						备注
							合计	理论	实践	考试	考查							
公共基础必修课	1	军事理论与军训	JC1019	B	必修	4	148	36	112		I、II	148						集中实践 2w，理论线上
	2	思想道德与法治	JC1013	A	必修	3	48	40	8	I		48						
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	JC1003	A	必修	2	32	24	8	II		16	16					
	4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	JC1018	A	必修	3	48	40	8	II			48					
	5	形势与政策	JC1004	A	必修	1	16	16	0		I、II	8	8					III-VI学期以讲座形式开展
	6	大学生心理健康教育	JC1017	B	必修	2	32	16	16		I、II	16	16					
	7	大学生职业发展与就业指导	JC1006	B	必修	2.5	38	28	10		I、IV	16			22			
	8	大学体育	JC1008	C	必修	7	108	12	96		I、II、IV	36	36		36			
	9	大学英语	JC1009	A	必修	8	128	112	16	I、II		64	64					
	10	信息技术与人工智能通识	JC1020	C	必修	5	80	24	56	I		80						
	11	劳动教育	JC1015	B	必修	1	16	16	0		II		16					线上，实践融入专业实训和岗位实习
	12	大学生创新与创业基础	JC1016	B	必修	2	32	24	8		IV				32			

		小计（公共基础必修课 12 门）				40.5	726	388	338			432	204	0	90			
公共基础选修课	1	安全教育	JC1021	B	限选	1	16	16	0		I	16						线上,实践在课外开展
	2	国家安全教育	JC1022	B	限选	1	16	16	0		II		16					
	3	大学美育	JC1023	B	限选	2	32	32	0		III			32				
	4	公共选修课 1	JC2XXX	A	任选	2	32	32	0				32					线上,教务处提供公选课目录,学生在第 II-V 学期选修,每学期不超过 2 门。
	5	公共选修课 2	JC2XXX	A	任选	2	32	32	0					32				
	6	公共选修课 3	JC2XXX	A	任选	2	32	32	0						32			
		小计（公共基础选修课 6 门）				10	160	160	0			16	48	64	32			
合计					50.5	886	548	338			448	252	64	122				
专业基础课	1	△电子商务基础	DS118	A	必修	3.0	48	48	0	I		48						
	2	AIGC 电商文案策划	DS116	B	必修	3.5	56	32	24	II			56					
	3	△短视频策划与制作	DS114	B	必修	4.0	64	20	44		II		64					
	4	○商务数据分析	DS110	B	必修	4.0	64	32	32	III				64				
	5	管理学基础	DS120	A	必修	2.0	32	32	0	III				32				
	6	商务沟通	DS121	B	必修	2.0	32	16	16	IV					32			
	小计（专业基础课 6 门）					18.5	296	180	116			48	120	96	32	0		
专业核心课	1	□ 网店运营	DS211	B	必修	4.0	64	32	32	II			64					
	2	视觉营销设计	DS208	B	必修	4.0	64	32	32		III			64				
	3	网络营销	DS210	B	必修	4.0	64	32	32	III				64				
	4	电商物流	DS212	A	必修	4.0	64	32	32	IV					64			
	5	互联网产品开发	DS216	B	必修	2.0	32	16	16	IV					32			
	6	社群运营	DS215	B	必修	3	48	32	16	V						48		
	7	零售门店 O2O 运营	DS217	B	必修	3.5	56	40	16	V						56		

	小计（专业核心课 7 门）					24.5	392	216	176				64	128	96	104		
专业 拓展 课	1	△图形图像处理	DS313	B	限选	4.0	64	24	40		I	64						
	2	网页制作	DS314	B	限选	4.0	64	32	32		III			64				
	3	视频制作	DS311	B	限选	4.0	64	32	32		III			64				
	4	跨境电商	DS301	B	限选	3.5	56	24	32	IV					64			
	5	直播电商	DS213	B	限选	4.0	64	32	32	IV					64			
	6	新媒体营销	DS307	B	限选	4.0	64	32	32	V							64	
	7	AI 电商实战	DS309	C	限选	3.5	56	0	56		V						56	
	小计（专业拓展课 7 门）					27	432	144	256			64	0	128	128	120		
集中 实践	1	认识实习	DS405	C	必修	1	24	0	24		II		24					
	2	岗位实习	DS406	C	必修	24	576	0	576		V、VI					144	432	
	小计（集中实践课 2 门）					25	600	0	600			0	24	0	0	144	432	
	合计					95	1720	572	1148	0	0	112	208	352	256	368	432	
总计						145.5	2606	1120	1486	0	0	560	460	416	378	368	432	

九、实施保障

(一) 人才培养模式

本专业不断健全产教融合、校企合作长效机制，基于学院“一中心双主体三引领四融合”（以学生为中心，以校企为双主体，坚持标准引领、技术引领、创新引领，着力推进“岗课赛证”融合育人）的人才培养模式顶层设计，创新实施“一体双师三岗四融合”工学结合的人才培养模式。

“一体”为打造学校、企业、行业协会、政府为一体的产教融合共同体；“二元”即学校元和企业元；“双师”即推进“教师+工程师”双师资队伍建设，实行专兼职教师结合，专任教师入职“校中厂”企业，具有教师和企业工程师双重身份。“三岗”即构建电商行业的运营、直播、设计三个核心工作岗位的实战训练体系。“四融合”即将培养学生职业道德、工匠精神、创新能力和就业能力相融合。充分利用合作企业的资金、技术和设备和学校的教学资源，将学校教育教学和企业工作岗位培训紧密的结合起来，融为一体，依托双师，对接三岗，加快形成四融合，切实提高人才培养的质量和效率。

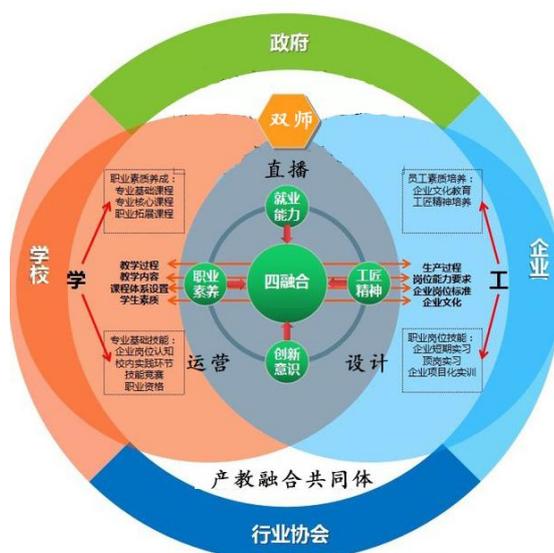


图2 “一体双师三岗四融合”人才培养模式图

(二) 师资队伍

本专业按照“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。

1. 队伍结构

充分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，组建了校企合作、专兼结合的教师团队，建立了定期开展专业教研机制。本专业现有授课教师17人（不含公共课），其中专任教师13人，兼职教师4人。学生数与本专业专任教师数比例为25:1，“双师型”教师占专业课教师数比例为100%，高级职称专任教师的比例为23%，专任教师队伍的职称、年龄、工作经验等梯队结构合理。本专业授课教师队伍结构见下表。

表13 本专业授课教师队伍结构

专任教师	总人数		13		学生数与本专业专任教师数比例		25:1	
	高级职称（含副高）专任教师的比例		23%		“双师型”教师占专业课教师比例		100%	
	年龄结构		学历结构		职称结构		双师结构	
	30岁以下	5人	专科	0人	初级	6人	双师型	13人
	30~39岁	5人	本科	9人	中级	4人		
	40~49岁	3人	硕士	4人	副高级	3人	非双师型	0人
	50岁以上	人	博士	0人	高级	0人		
兼职教师	总人数		4		职称结构		初级	0人
	主要合作企业名称 (限填3个)		湖北伟旭网络科技有限公司				中级	2人
			湖北小懒防护用品有限公司				副高级	2人
			湖北龙蜂科技有限公司				高级	0人

2. 专业带头人聘用要求

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互联网和相关服务、批发业、零售业行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，

主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师聘用要求

具有高校教师资格；原则上具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

4. 兼职教师聘用要求

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专业教学任务。

（三）教学设施

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

1. 专业教室条件

教室具备利用信息化手段开展混合式教学的条件，一般配备有黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备等，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装有应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实训条件

本专业实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定或办法），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，实训指导教师配备合理，实训管理及实施规章制度齐全，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、智能营销等实训活动。鼓励师生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。

表 14 本专业实训资源列表

实训室名称	主要设备名称	数量 (台/套)	主要实训项目	支撑课程	工位 数	数量 (间)
电子商务视觉设计实训室	计算机	120	电商设计	视觉营销设计、图形图像处理	120	2
电子商务直播实训室	计算机	6	直播带货、短视频运营	直播营销、直播策划	6	3
	补光灯	6				
	直播支架	5				
	绿幕	3				
直播桌椅	6					
电子商务运营实训室	计算机	100	淘宝运营、拼多多运营	网店运营	100	2

3. 实习场所条件

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，本专业经实地考察，与具有稳定合作关系的单位共建有一批实习基地，并签署了学校、学生、实习单位三方协议。这些单位符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，能提供运营主管、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与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习。

学院和实习单位双方共同制订实习计划，配备有相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的规章制度，有保证实习学生日常工作、学习、生活的安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表 15 本专业实习基地一览表

序号	基地名称	主要功能	接纳学生数	备注
1	湖北伟旭网络科技有限公司	客服实训	30	
2	武汉领鲸科技有限公司	运营实训	30	
3	湖北龙蜂科技有限公司	客服实训	30	
4	杭州四喜网络科技有限公司	售前客服、售后客服	20	
5	乐教通美工天猫旗舰店	美工实训	20	

(四) 教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材资源

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

表 16 本专业核心课程教材使用建议表

序号	课程名称	教材名称	出版社	出版日期	主编	教材类型	备注
1	网店运营	网店推广	高等教育出版社	2023-01	北京鸿科经纬科技有限公司	传统教材	国家十四五规划教材
2	视觉营销设	网店视觉营销	北京理工	2024-01	童海君	传统	国家十

	计	与美工设计（微课版）	大学出版社有限责任公司			教材	十四五规划教材
3	网络营销	网络营销	电子工业出版社	2022-06	江丽	传统教材	
4	电商物流	电子商务物流管理（第四版）	人民邮电出版社	2022-02	邵贵平	传统教材	国家十四五规划教材
5	互联网产品开发	选品与采购	高等教育出版社	2023-08	于邢香	传统教材	国家十四五规划教材
6	社群运营	社群营销与运营	人民邮电出版社	2023-06	李兰青	传统教材	
7	零售门店O2O运营	新零售实务（第2版·慕课版）	人民邮电出版社	2024-12	张卫林	传统教材	国家十四五规划教材

2. 图书文献资源

学院图书馆馆藏总量 130 余万册，其中纸质图书 72 余万册。学院及时配置新经济、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，常年订阅各类报纸杂志近 500 种，订购了 CNKI 中国知网期刊全文数据库、超星电子图书、掌阅精选数字图书，以及职业教育技能视频等各类数字资源，能满足本专业人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。

3. 数字教学资源

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、虚拟仿真教学软件、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。本专业依托超星、智慧职教等课程平台建有在线课程 20 门，其中院级在线精品课程 3 门，可充分满足师生教学之需。学院和超星、智慧树等公司合作，引进了 50 多门优质网络课程供教师和学生使用。

（五）教学方法

依据专业培养目标、课程教学要求，结合课程教学目标和课程特点以及有关学情和教学资源，选择适合的最优化教学法。综合考虑教学效果和教学可操作性等因素，可根据课程内容采用讲授法、混合教学法、分组讨论法、案例教学法、任务教学法、现场教学法等多种形式。坚持学中做、做中学，倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略。根据内容特点和学生特点，以学生为主体，合理选择各种教学方法，教师起引导作用。在教学组织上充分利用校内理实一体化教室、多媒体网络教学条件和实训的资源，采用问题教学、案例教学、任务驱动教学、情境教学、单项操作训练和综合能力考核等方法提高学生的职业能力。推进信息技术在教育教学中的应用，改进教学方式，达成预期教学目标。

（六）教学评价

改革和完善教学评价标准和方法，强调教学过程的质量监控。对教师评价，可采取课前注意教学资料检查评价；课中注重教师、督导随堂听课评价；课后注重学生评教评价，确保教学质量。

对学生评价，应兼顾认知、技能、情感等方面，可采取观察、口试、笔试、技能操作、职业技能竞赛、职业资格考试及鉴定等评价方式，并注意结合过程的考核、带教老师的评价，建立多元化考核、评价方式。以学生在教学过程的参与程度作为评价的基本标准；目标评价以课程标准目标作为评价的重要标准；能力评价以学生运用本课程知识解决相关理论和实际问题为参照标准。考核采用平时考核加期末考试相结合的方式，平时成绩和期末考查成绩均以百分制计算。

（七）质量管理

1. 学院和计算机科学技术学院建有较完善的专业人才培养质量保障机制，不断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。不断完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实习实训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. 学院和计算机科学技术学院不断完善教学管理机制，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. 专业教研室不断完善集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4. 学院不断完善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。

十、毕业要求

(一) 学分要求

在修业年限内必须完成本专业规定课程学习且成绩合格，修满 145.5 学分，其中公共基础选修课 10 学分；完成 6 个月的岗位实习，考核合格；修满 12 个素质学分。

(二) 外语、计算机、普通话要求

1. 外语能力要求：具备一定的英语基础和阅读能力，鼓励取得全国大学生英语四级证书。

2. 计算机能力要求：具备熟练应用计算机的能力，取得全国计算机等级考试一级证书。

3. 普通话水平要求：在校期间需取得普通话水平二级乙等证书，新疆等地区的少数民族学生获得普通话水平三级证书即可。

（三）职业证书要求

本专业学生在毕业前必须取得以下表中至少 1 个职业证书。鼓励学生考取高级别证书。

表 17 专业相关职业资格证书及职业技能等级证书

序号	证书名称		发证单位	等级
1	职业技能等级证书	电子商务师	工业和信息化部教育与考试中心	初级工、中级工
2		互联网营销师	中国轻工业联合会	初级工、中级工

（四）学分替代

学生通过考取职业资格证书、技能等级证书，参加专业技能竞赛、创业等方式，获得各类有效的学分、奖励等成果，经证明已达到或超过本专业毕业要求任务学习水平，符合专业任务学习取得学分的标准，可按照学院学分替代管理有关文件要求，申请替换成本专业人才培养方案所规定的相关课程学分。

十一、专业建设指导委员会

表 18 专业建设指导委员会人员基本信息表

姓名	性别	出生年月	委员会职务	工作单位	职称/职务
刘明江	男	1978.1	主任委员	仙桃职业学院	副教授/计算机科学技术学院党总支书记
田文浪	男	1980.08	副主任委员	仙桃职业学院	副教授/计算机科学技术学院副院长
江丽	女	1983.11	委员	仙桃职业学院	副教授/计算机科学技术学院副院长
张亚伟	男	1991.09	委员	仙桃职业学院	讲师/计算机科学技术

					术学院副院长
李倩	女	1992.11	委员	仙桃职业学院	讲师/电子商务专业 教研室主任
张余松	男	1993.06	委员	湖北伟旭网络科技有限公司	高级工程师/湖北伟 旭网络科技有限公司 经理
张贤杰	男	1982.05	委员	湖北龙蜂科技有限公司	高级工程师/湖北龙 蜂科技有限公司 CEO

十二、其他

附件 1：电子商务专业人才培养目标分解

表 19 专业培养目标分解表

序号	具体内容
A	具有社会主义核心价值观和职业素养，德智体美劳全面发展。
B	具备一定科学文化水平，拥有良好人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识。
C	具备爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神。
D	具有良好的表达沟通能力和团队合作精神。
E	具有扎实的科学文化基础和零售管理、供应链管理、市场与网络营销、电子商务法律法规等专业知识。
F	具备运营数据采集与分析、用户运营与管理、智能客服训练、视觉营销设计、互联网产品规划与开发等电子商务实践能力。
G	具有终身学习、可持续发展、适应职业变迁的能力。

附件 2：电子商务专业培养规格与培养目标对应关系

表 20 专业培养规格与培养目标对应关系

序号	培养规格	对应的培养目标
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。	A、B
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。	C、E
3	掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、英语、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	B、E

	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，学习英语并结合本专业加以运用。	B、D
5	掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能。	B、G
6	具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有综合运用所学知识、技能分析问题和解决问题的能力。	F、G
7	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。	A、B
8	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。	A、B、C
9	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。	A、B、C
10	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。	B、E
11	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。	E、F
12	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。	E、F
13	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。	E、F
14	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。	E、F
15	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。	E、F
16	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。	E、F
17	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。	E、F

附件 3：专业思政设计

以社会主义核心价值观为引领，构建电子商务专业思政主专业思政主线“数智赋能·全球视野·诚信经营·精益求精”，培养掌握数字技能、坚守商业伦理、服务区域经济和“一带一路”电商发展的复合型技术技能人才。将思政元素分解到专业课程中，形成“一级主线专业统领层到二级主题课程支撑层再到三级案例/任务课堂落实层”的递进式结构。通过案例教学、项目驱动、校企合作等路径，实现思政元素与专业知识的融合。



图 3 电子商务专业思政设计结构图

附件 4：课程地图

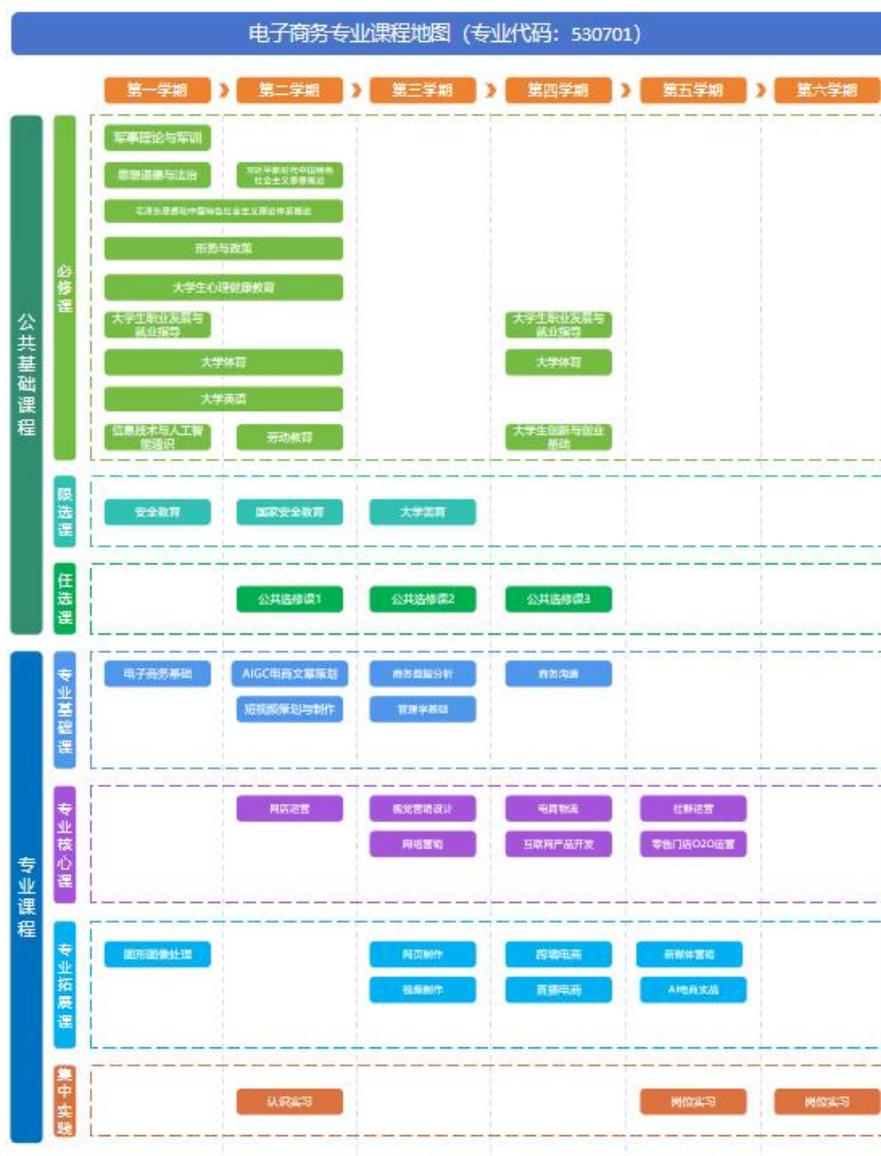


图 4 2025 级电子商务专业课程地图

附件 5: 课程矩阵

表 21 电子商务专业课程矩阵

序号	课程类别	课程名称	培	培	培	培	培	培	培	培	培	培	培	培	培	培	培	培	培	
			养	养	养	养	养	养	养	养	养	养	养	养	养	养	养	养	养	养
			规	规	规	规	规	规	规	规	规	规	规	规	规	规	规	规	规	规
			格	格	格	格	格	格	格	格	格	格	格	格	格	格	格	格	格	格
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	公共基础课	军事理论与军训	H			M			M											
2		思想道德与法治	H	M							M									
3		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H																	
4		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H																	
5		形势与政策	H																	
6		大学生心理健康教育							H											
7		大学生职业发展与就业指导			H			M												
8		大学体育							H		M									
9		大学英语			H	H		M												
10		信息技术与人工智能通识			H		H													
11		劳动教育		H								H								
12		大学生创新与创业基础			H				M											
13		安全教育		H						M										
14		国家安全教育	M	H																

15		大学美育								H								
16	专业 课	电子商务基础	H	M			M				M							
17		AIGC 电商文案策划	H								H	H		H				
18		商务数据分析				M						H	H					
19		管理学基础	H		H						M							
20		商务沟通			M	H					M							
21		网店运营	H			M					H	H	H	H	H	H		M
22		视觉营销设计	M	M					H									H
23		网络营销	M		M						H			H				
24		电商物流	M								M							
25		互联网产品开发	H									H						H
26		社群运营	M		M						M							
27		零售门店 O2O 运营	M		M						M							
28		图形图像处理	M						H									H
29		网页制作	M			H			H		M							
30		视频制作	M			H			H		M							
31		跨境电商			H	H	H				H							
32		直播电商	H		H						M							
33		新媒体营销	H		H	H					M		M	M	M			
34	AI 电商实战	H		H	H					H	H	H	H	H	H	H	H	
35	认识实习	H		H	H					H	M	M	M	M	M	M	M	
36	岗位实习	H		H	H					H	H	H	H	H	H	H	H	

