



黔西南民族职业技术学院

SOUTHWEST GUIZHOU VOCATIONAL &
TECHNICAL COLLEGE FOR NATIONALITIES

《电子商务》专业 人才培养方案

学历层次	高职	专业代码	530701
教学系	商务系	教研室	电子商务
编写人员（按工作 量大小排序）	罗依、解晓丹、王凌欣、刘米雪、周俊洁、杨帆		
教学系负责人审核		马列室负责人审核	
教务处负责人审核		分管副院长审核	
学术委员会	经 年 月 日专题会议审查通过，同意提交院长办公会审核。		
院长办公会	经 年 月 日院长办公会审核通过，同意提交院党委会审核。		
党委会议	经 年 月 日院党委会审核通过，同意实施。		

（2024 版 2024 级）

2024 年 6 月制

目 录

一、专业名称及代码	3
二、入学要求	3
三、修业年限	3
四、职业面向及典型任务分析	3
(一) 职业面向	3
(二) 职业典型任务分析	4
(三) 技能大赛典型任务分析	10
五、培养目标	11
(一) 培养目标	11
(二) 培养规格	12
(三) 职业态度	14
(四) 应取得的证书	14
六、课程设置及要求	14
(一) 公共基础课程	错误!未定义书签。
(二) 专业(技能)课程	27
七、学时/学分分配	34
八、职业能力结构表	34
(一) 职业能力结构表	35
(二) 毕业生能力要求指标点	40
(三) 课程体系与毕业生能力指标点关联矩阵	41
九、专业技能实训内容	43
(一) 专业技能实训安排	43
(二) 专业岗位技能安排	43
十、实施保障	43
(一) 师资队伍	43
(二) 教学设施	44
(三) 教学资源	44
(四) 教学方法	45
(五) 学习评价	45
(六) 质量管理	45
十一、毕业要求	46

十二、附录	47
附 1: 教学进程表	47
附 2: 学院人才培养方案变更审批表	51

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701

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（2+1）

四、职业面向及典型任务分析

（一）职业面向

学生毕业后主要面向电子商务及相关企业单位就业，主要面向电子商务师、互联网营销师、市场营销专业人员、商务策划专业人员、品牌专业人员、客户服务管理员、采购员等职业，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）。并随着技术、技能以及综合素质的提升，将逐步成为公司网络营销、策划与创新的中坚力量或自主创业。

表1 《电子商务》专业职业面向表

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）	主要岗位群或技术领域举例	职业资格证书和职业技能等级证书举例
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（4-01-02-02）、 互联网营销师（4-01-02-07）、 营销员（4-01-02-01）、 市场营销专业人员（2-06-07-02）、 商务策划专业人员（2-06-07-03）、	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、 电子商务师、 互联网营销师、 电子商务数据分析、 网店运营推广、 直播电商

			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)		
--	--	--	---	--	--

(二) 职业典型任务分析

表2 电子商务对应职业技能等级证书及职业面向典型任务能力模型

职业/技能等级证书	典型工作任务	具体工作内容	技能点	知识点	所属课程	课时
电子商务师 (网商) (4-01-06-01)	1. 产品及服务信息管理	1.1 文字资料采编	1.1.1 能根据电子商务平台发布要求进行产品及服务文字信息采集 1.1.2 能根据电子商务平台要求撰写产品及服务文字信息	1.1.1 产品及服务文字信息采集途径 1.1.2 产品及服务文字信息采集方法 1.1.3 产品及服务文字信息撰写注意事项 1.1.4 产品及服务文字信息撰写技巧	《电子商务文案写作》	32
		1.2 图片拍摄与处理	1.2.1 能根据电子商务平台对图片的要求,进行产品及服务图片拍摄方式以及拍摄器材、处理软件的选择 1.2.2 能根据电子商务平台对图片的要求,协调产品及服务图片的委托拍摄和处理工作	1.2.1 产品及服务图片拍摄方式选择规则 1.2.2 产品及服务拍摄器材的种类与特点 1.2.3 产品及服务图片拍摄原则 1.2.4 产品及服务图片处理原则	《商品拍摄》	32
		1.3 视频拍摄与处理	1.3.1 能根据电子商务平台对视频的要求,进行产品及服务视频拍摄方式以及拍摄器材、处理软件的选择 1.3.2 能按照电子商务平台对视频的要求,协调产品及服务视频的委托拍摄和处理工作	1.3.1 产品及服务视频拍摄方式选择原则 1.3.2 视频拍摄器材的种类与特点 1.3.3 产品及服务视频拍摄原则 1.3.4 产品及服务视频处理原则	《短视频制作与运营》	32

	2. 线上店铺设计与装修	2.1 装修元素制作	2.1.1 能根据网店文案设计方案, 进行网店文案的制作 2.1.2 能根据网店图片设计方案, 进行网店图片的制作 2.1.3 能根据网店视频设计方案, 进行网店视频的制作	2.1.1 网店文案制作技巧 2.1.2 网店图片制作技巧 2.1.3 网店视频制作技巧	《视觉营销设计》	64
					《电子商务文案写作》	32
		2.2 用户页面装修	2.2.1 能根据首页设计方案, 进行网店首页装修 2.2.2 能根据详情页设计方案, 进行商品详情页装修 2.2.3 能根据自定义页设计方案, 进行网店自定义页装修	2.2.1 网店首页装修方法 2.2.2 网店详情页装修方法 2.2.3 网店自定义页装修方法	《视觉营销设计》	64
	3. 营销推广	3.1 网店促销	3.1.1 能根据节假日设定网络促销规则 3.1.2 能进行主题活动促销策划与实施 3.1.3 能收集和整理促销效果信息	3.1.1 常用节假日促销技巧 3.1.2 常用店铺主题活动促销技巧 3.1.3 网络促销信息收集和整理方法及技巧	《网络营销》	32
		3.2 电商平台活动实施	3.2.1 能根据产品特性选择合适的平台活动 3.2.2 能解读平台活动报名规则, 选择平台活动进行报名 3.2.3 能根据活动规则, 通过营销管理工具设置活动	3.2.1 营销活动分类 3.2.2 平台活动报名技巧 3.2.3 营销活动设置流程、注意事项	《网络营销》	32
		3.3 网络直播推广	3.3.1 能根据直播受众的兴趣, 策划直播活动主题 3.3.2 能在直播主题框架下挖掘产品卖点, 形成大致的直播方案 3.3.3 能够撰写与直播策划方案相对应的直播活动脚本	3.3.1 直播主题策划思路、方法和技巧 3.3.2 产品卖点挖掘和内容呈现技巧 3.3.3 直播活动脚本的常用类型撰写技巧	《互联网销售》	32
	4. 业务处理	4.1 商品管理	4.1.1 能根据电商平台规则进行商品上架处理 4.1.2 能根据电商平台规则进行商品下架处理	4.1.1 商品上下架原则 4.1.2 商品上下架技巧	《网店运营》	64
		4.2 订单管理	4.2.1 能结合买家需求、库存情况等信息, 安排订单发货 4.2.2 能根据客户退货请求, 进行退货处理 4.2.3 能根据客户换货要	4.2.1 常见订单类型 4.2.2 发货注意事项 4.2.3 退货处理流程及技巧	《网店运营》	64
					《客户服务与管理》	36

			求，进行换货处理	4.2.4 换货处理流程及技巧		
	5. 客户服务	5.1 智能客服训练	5.1.1 能根据智能客服配置规则，搭建智能客服问答知识库 5.1.2 能对配置好的智能客服问答知识库进行应答测试	5.1.1 常见问题场景分类 5.1.2 智能客服配置规则 5.1.3 知识库配置技巧 5.1.4 应答测试方法	《客服服务与管理》	36
		5.2 客户关系维护	5.2.1 能通过与客户沟通，收集客户信息 5.2.2 能按照客户分类标准，完成客户分类 5.2.3 能根据不同类别客户需求，提供差异化营销服务	5.2.1 客户信息收集内容及方法 5.2.2 客户分析及分类方法 5.2.3 影响客户满意度和忠诚度的因素 5.2.4 差异化营销方法	《客户服务与管理》	32
	6. 商务数据分析	6.1 电子商务数据采集	6.1.1 能使用电子商务数据采集工具采集网店运营相关数据 6.1.2 能使用电子商务数据采集工具采集行业相关数据 6.1.3 能使用电子商务数据采集工具采集竞争对手相关数据	6.1.1 电子商务数据主要来源 6.1.2 电子商务数据采集工具 6.1.3 电子商务数据采集方法	《商务数据分析》	32
					《数据可视化》	32
		6.2 电子商务数据清洗	6.2.1 能对电子商务数据中的空值和缺失值进行处理 6.2.2 能对电子商务数据中的重复值进行处理 6.2.3 能对电子商务数据中的异常值进行处理 6.2.4 能对电子商务数据的数据类型进行修改	6.2.1 电子商务数据清洗工具 6.2.2 电子商务数据清洗方法 6.2.3 电子商务数据类型	《商务数据分析》	32
					《数据可视化》	32
	互联网营销师（直播营销员）（4-01-06-02）	1. 工作准备	1.1 宣传准备	1.1.1 能制定产品素材搜集计划 1.1.2 能制作产品专属宣传素材 1.1.3 能执行跨平台宣传计划 1.1.4 能制定宣传数据监控方案 1.1.5 能运用工具对素材进	《商务数据分析》	32
					《数据可视化》	32
					《视觉营销》	64

			行转码			
		1.2 设备、软件 和材料准备	1.2.1 能盘点样品库 (A) 1.2.2 能制定样品 (道具) 搭配计划 1.2.3 能制定出境者形象方 案 (BC) 1.2.4 能根据销售需求选择 硬件设备 1.2.5 能完成多种设备的搭 建与联调 (D)	1.2.1 样品库的盘 点方法 1.2.2 样品 (道 具) 的搭配方法 1.2.3 出境者形象 方案的制定方法 1.2.4 设备搭建与 联调的方法	《选品与采 购》	26
					《互联网销 售》	32
		1.3 风险 评估	1.3.1 能评估团队协作风险 1.3.2 能制定并执行风险应 对计划	1.3.1 团队协作风 险的预判方法 1.3.2 风险应对计 划的制定方法	《公共关 系》	26
					《管理学基 础》	32
	2. 直 播 营 销	2.1 直播 预演	2.1.1 能编写团队协作的直 播脚本 2.1.2 能根据直播脚本测试 营销流程	2.1.1 团队协作的 直播脚本编写要求 2.1.2 营销流程的 测试方法	《电子商务 文案写作》	32
					《网络营 销》	32
		2.2 直播 售卖	2.2.1 能使用营销话术介绍 产品特点 2.2.2 能介绍平台优惠及产 品折扣信息	2.2.1 营销话术的 表达技巧 2.2.2 平台优惠及 产品折扣的介绍方 法	《互联网销 售》	32
					《网络营 销》	32
	3. 售 后 与 复 盘	3.1 售后	3.1.1 能分析和汇总异常数 据 3.1.2 能建立售后标准工作 流程	3.1.1 异常数据的 分析和汇总方法 3.1.2 售后标准工 作流程的主要内容	《商务数据 分析》	32
					《数据可视 化》	32
					《客户服务 与管理》	32
		3.2 复盘	3.2.1 能对售前预测数据进 行复核 3.2.2 能通过复盘提出营销 方案的优化建议	3.2.1 数据复核方 法 3.2.2 营销方案优 化方法	《互联网销 售》	32
					《商务数据 分析》	32
					《数据可视 化》	32
市场营销专 业人员 (2- 06-07-02)	市场 分 析、 产 品 宣 传	1.1 市场 分析	1.1.1 进行市场调研 1.1.2 收集市场信息 1.1.3 分析市场动态	1.2.1 网络市场调 研的流程 1.2.2 用户画像分 析方法 1.2.3 竞争对手分	《网络营 销》	32

	促销、生产经营决策咨询服务			析方法		
		1.2 产品宣传促销	1.2.1 研究、提出新产品开发计划 1.2.2 策划并组织实施产品销售、促销方案	1.2.1 产品开发的相关要求 1.2.2 促销方案的策划和实施	《互联网产品开发》	64
					《网络营销》	32
		1.3 生产经营决策咨询服务	1.3.1 研究、提出产品定价和调整建议 1.3.2 管理用户服务系统,组织售后服务活动	1.3.1 商品定价方法 1.3.2 客户服务管理方式 1.3.3 售后服务管理	《选品与采购》	26
					《客户服务管理》	32
					《财税基础》	32
客户服务管理员(4-07-02-03)	售前、售中、售后客户服务活动管理工作	1.1 客户服务管理售前工作准备	1.1.1 策划、组建客户服务管理体系,进行资源配置、人员配置等 1.1.2 制订售前、售中和售后客户服务制度规范 1.1.3 进行客户服务培训	1.1.1 网络客户服务基础 1.1.2 人员配置方法 1.1.3 服务制度规范方法 1.1.4 客服岗前培训	《客户服务与管理》	32
		1.2 客户服务管理过程	1.2.1 设计、组织现场客户服务活动 1.2.2 管理和监督一线服务人员工作	1.2.1 活动策划 1.2.2 人员管理和监督方法	《公共关系》	26
					《客户服务与管理》	32
		1.3 售中利益保障	1.4.1 代表企业进行外部沟通、谈判,处理危机事件,维护企业合法权益 1.4.2 设计、制订合同中的客户服务条款	1.4.1 公共关系基础知识 1.4.2 商务沟通 1.4.3 合同法相关知识	《公共关系》	26
					《电子商务法律法规》	32
		1.4 客户维护管理与售后处理	1.4.1 调研企业产品市场发展、用户满意度、产品质量信息等 1.4.2 管理和监控客户投诉,维护顾客关系	1.4.1 网络市场调研的方法 1.4.2 客户维护管理	《网络营销》	32
					《客户服务与管理》	32
采购员(4-01-01-00)	市场调查与商品采购	1.1 市场供求信息调查	1.1.1 能进行市场调查,采集商品信息和供应商信息 1.1.2 能分析商品信息,确定采购需求	1.1.1. 市场调研的流程和方法 1.1.2 竞争对手分析方法	《市场营销》	64
					《商务数据分析》	32
					《数据可视化》	32

		1.2 商品采购工作	1.2.1 能制订、编排采购计划,订购原材料和控制交货期 1.2.2 能评估、认证目标商品体系的产能、设备、交期、技术、品质等状况 1.2.3 能进行比价、选择供应商,进行议价、谈判 1.2.4 能签订采购合同 1.2.5 能监督采购合同的履行 1.2.6 能跟踪、掌握原材料市场价格行情及品质变化情况	1.2.1 采购策略 1.2.2 供应商选择策略 1.2.3 商务谈判策略 1.2.4 电子商务法律法规基础	《选品与采购》	32
					《电子商务法律法规》	32
商务策划专业人员(2-06-07-03)	商务活动调查、分析及活动设计	1.1 商务活动调查	1.1.1 能进行商务活动目标定位 1.1.2 能进行商务活动诊断调查	1.1.1 市场调研的流程和方法 1.1.2 公共关系调查方法	《市场营销》	64
					《公共关系》	26
		1.2 商务活动分析	1.2.1 能进行商务活动创意、构想、设计 1.2.3 能进行商务活动方案论证	1.2.1 营销活动策划流程和技巧 1.2.2 公共关系活动策划流程和技巧	《网络营销》	32
					《公共关系》	26
		1.3 商务活动设计	1.3.1 能指导商务活动实施 1.3.2 能提供商务活动评估服务	1.3.1 公共关系活动评估指标和原则 1.3.2 数据分析方法	《公共关系》	26
					《商务数据分析》	32
					《数据可视化》	32
品牌专业人员(2-06-07-04)	品牌策划与管理	品牌规划、塑造、推广、维护、运营和评价	1.1.1 确定品牌定位和品牌特性 1.1.2 能参与设计品牌标识 1.1.3 能制定品牌发展规划 1.1.4 能编制品牌领域标准 1.1.5 能维护品牌知名度、美誉度和忠诚度,开展品牌保护 1.1.6 能进行品牌组合、品牌延伸和品牌特许 1.1.7 能策划品牌传播方案 1.1.8 能指导专业机构开展品牌评价服务	1.1.1 品牌策划与管理基础知识 1.1.2 视觉设计技巧	《品牌策划与管理》	26
					《视觉营销设计》	64

（三）技能大赛典型任务分析

表 3 电子商务专业技能大赛典型任务能力模型

技能大赛名称	典型任务	核心能力	对应课程	学时
电子商务赛项	电 商 产 品 开 发	具有互联网产品战略规划和开发方案制订的能力；具有根据市场和客户数据分析结果进行电商产品设计与开发的能力。	《互联网产品开发》	64
			《数据化运营》	32
	视觉营销 设计	具有结合企业市场定位和产品营销推广目标，完成企业线上线下视觉设计与展示的能力。	《视觉营销设计》	64
			《电子商务文案写作》	32
	短 视 频 剪 辑 与 制 作	具有音视频制作软件的应用能力；具有短视频策划与剪辑的能力。	《短视频制作与运营》	32
	网 店 运 营	具有搭建数据运营指标体系，开展行业运营、网店运营的能力。	《网店运营》	64
	互 联 网 营 销	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；具有撰写和优化销售方案的能力。	《互联网销售》	32
市场营销赛项	市 场 分 析	行业调研、产品调研、竞争调研、用户调研能力；购买者行为分析能力；商务数据收集、分析、处理能力；市场细化与目标市场选择能力；报告撰写与演示能力。	《市场营销》	64
			《商务数据分析》	32
			《数据可视化》	32
	品 牌 管 理	品牌调研与分析、品牌定位、品牌传播与推广能力；品牌方案策划、营销活动策略制定、活动方案制定与活动管控能力；数字营销策划、数字广告营销、数字营销技术应用能力。	《品牌策划与管理》	26
	营 销 策 划	产品系列、功能、价格、服务规划设计能力；营销战略规划、整合营销方案制定、诊断企业资源能力；数据分析、数据处理、数据管理、数据决策能力；团队协作、沟通表达、创新能力；营销方案设计与演示能力；	《市场营销》	64
	产 品 销 售	市场数据分析与预测能力数字营销策划、数字广告营销、数字营销技术	《网络营销》	32

		应用能力；直销与批发、项目招投标、零售管理能力；活动现场布局及安排、预算与进度控制、突发紧急事件处理能力。	《零售基础》	32
	客 户 服 务 管 理	客户调研、客户画像分析能力；沟通协调能力；客户分层分类管理、客户满意度管理能力。	《客户服务与管理》	32
	互 联 网 营 销 推 广	品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广的能力；客户分析、营销策划和推广、客户运营和转化等互联网营销的能力；数字营销策略制定、数字营销实施、数字营销优化控制能力；新媒体营销策划、新媒体宣传文案撰写能力；品类管理、营销企划、客户服务、营销推广的能力。	《互联网销售》	32
直播电商赛项	市场策划	行业分析能力；选品分析能力；直播主题策划能力；销售策略制定能力；直播脚本撰写能力；主播人设策划能力。	《市场营销》	64
	内容策划	内容方案策划能力；内容效果监测与评估能力。		
	直播推广	目标受众画像分析能力；推广预算规划能力；推广策略制定能力；推广渠道选择能力；直播推广实施能力；直播间引流引入能力。	《互联网销售》	32
	直播运营	直播间搭建能力；用户运营与管理能力；直播过程监测与调整能力；建立直播风险预案能力；直播数据分析与优化总结能力。	《客户服务与管理》	32
	直播销售	直播商品讲解能力；直播间氛围把控能力；直播互动营销能力；突发状况处理能力；直播间流量转化能力。	《客户服务与管理》	32

五、培养目标

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向现代服务业、商贸流通业、生产

制造业企业的运营主管、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素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习电子商务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，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）能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的电子商务法律法规、互联网交易安全、质量管理等相关知识与技能，了解电子商务产业文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感 and 担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的思想与政治、语文、数学、新一代信息技术等文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养，具备信息技术应用能力、活动策划与执行能力、逻辑思维能力、职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习一门外语并结合本专业加以运用，具有一定的国际视野和跨文化交流能力；

（5）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；

（6）具有行业产品分析、市场细分的能力，能根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成 O2O 运营目标；

（7）具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析，通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；

（8）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；

（9）具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的能力，能撰写和优化销售方案，跟进订单确认、供应链管理、账单管理等业务流程，完成销售分析并提出优化客户体验建议；

（10）具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，能进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控，完成客服中心运营数据报表的制作及数据分析报告；

（11）具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；

（12）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；

（13）掌握基本数字技能，具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具备全局意识、创新意识，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力，能更好地适应电子商务行业的发展变化；

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

（15）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；

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

（三）职业态度

具有社会责任感和良好的职业操守，诚实守信，严谨务实；遵守相关法律法规、标准和管理规定；树立诚信经营、精益求精的意识；具有终生学习理念，不断学习新知识、新技能。

（四）应取得的证书

表 4 《电子商务》专业应取得证书

序号	职业资格证书名称	颁证单位	等级	六选一
1	普通话证书	国家语言文字工作委员会	二级乙等	
2	电子商务师	中教畅享科技股份有限公司	四级	
3	互联网营销师	中教畅享科技股份有限公司	四级	
4	跨境电子商务师资格证	工业和信息化部教育与考试中心		
5	电子商务数据分析职业技能等级证书	北京博导前程信息技术股份有限公司		
6	计算机等级证书	教育部	二级	

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

（一）公共基础课程

开设习近平新时代中国特色社会主义思想概论、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、贵州省情、生态文明教育、形势与政策、中国共产党党史党、国防教育与军事技能训练、入学教育（含安全教育）、心理健康教育、大学体育、职业生涯规划、就业指导等公共素质课程；开设大学语文、大学英语、信息技术、劳动教育等公共技能课程。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	开设学期及学时
1	思想道德与法治	综合运用马克思主义的基本立场、观点和方法，以思想政治教育、道德教育和法治教育为基本内容，从当代大学生面临和关心的实际问题出发，以正确的人生观、价值观、道德观和法治观教育为主线，培养学生确立远大的理想和坚定的信念，树立正确的人生观、社会主义核心价值观、道德观、法治观，弘扬伟大的爱国主义精神，确立正确的人生观和价值观，牢固树立社会主义核心价值观，教育引导加强法律观念和法律意识，加	以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，充分体现习近平总书记关于培养担当民族复兴大任时代新人的系列重要论述精神，有机融入党的百年奋斗历程中相关重要育人元素，充分体现党的理论创新成果、新时代中国特色社会主义建设的新进展，以正确的价值导向、鲜明的青春气息为引领，课程设计分为四个模块：思想教育、政治教育、道德教育、法治教育。	课程在第二学期开设，48学时，3学分

		<p>强自身道德修养和提高思想道德素质，提高分辨是非、善恶、美丑和加强自我修养的能力，加强思想品德修养，增强学法、用法的自觉性，培养学生爱岗、敬业、爱国、诚信、友善等道德素质和行为能力，为把自己培养成为德、智、体、美劳全面发展的担当民族复兴大任的时代新人打下坚实的思想基础。</p>		
2	贵州省情	<p>通过课程教学，让学生全面了解贵州，认识贵州省情的本质特征，把握贵州经济社会发展规律，增强贵州发展的信心，激发学生热爱贵州、建设贵州和宣传贵州的热情，为贵州经济社会发展做出新的贡献。</p>	<p>深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平总书记关于贵州工作的重要指示精神，贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，贯彻落实国务院《关于支持贵州在新时代西部大开发上闯新路的意见》（国发〔2022〕2号）文件和中共贵州省委第十二届九次、十次会议精神，将党的二十大和省委十三次党代会精神进课程，深入讲解近十年来党和国家对贵州的政策支</p>	<p>课程在第一学期开设，18学时，1学分</p>

			持、贵州脱贫攻坚成就和乡村振兴规划、山川秀丽的自然生态、源远流长的发展历史、多民族团结互助的社会生态、成就斐然的经济发展、丰富多彩的地方文化、欣欣向荣的教育卫生事业、后发赶超的科学技术事业、党的十八大以来贵州民主政治制度建设的重要成就等。	
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	通过课程教学，使学生了解马克思主义中国化理论成果产生、形成和发展的背景，理解其主要内容和精神实质，掌握其基本立场、观点和方法；初步形成运用马克思主义中国化理论成果的基本立场、观点和方法综合分析解决实际问题的能力；自觉提高思想觉悟和政治素养，坚定“四个自信”，努力成为堪当民族复兴重任的时代新人。	课程教学以马克思主义中国化为主线，以建设中国特色社会主义理论为重点，让学生了解马克思主义中国化的科学内涵及其历史进程；理解毛泽东思想是马克思主义中国化第一次历史性飞跃的理论成果；邓小平理论是马克思主义中国化的第二次历史性飞跃的理论成果；“三个代表”重要思想是加强和改进党的建设、推进我国社会主义自我完善和发展的强大理论武器；科学发展观是发展中国特色社会主义所必须坚持的重大战略思想；习近平新时代中国特色社会主义思想是马克思主义中国化最新成果，是党和人民实践经验和集体智慧的结晶，是中	课程在第二学期开设，32学时，2学分

			国特色社会主义理论体系的重要组成部分，是全党全国人民为实现中华民族伟大复兴而奋斗的行动指南，必须长期坚持并不断发展。让学生掌握马克思主义中国化的几大理论成果，并运用这几大理论成果分析问题和解决问题，提高综合素质。	
4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	通过课程教学，让学生全面准确理解习近平新时代中国特色社会主义思想形成的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵、重大意义、历史地位和实践要求，教育引导广大青年学生深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，始终做到感党恩、听党话、跟党走，自觉为坚持和发展中国特色社会主义、实现中华民族伟大复兴的中国梦而努力奋斗。	主要讲述党的十八大以来，以习近平同志为主要代表的中国共产党人，坚持把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合，坚持毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观，深刻总结并充分运用党成立以来的历史经验，从新的实际出发，创立了习近平新时代中国特色社会主义思想。讲述“十个明确”、“十四个坚持”、“十三个方面成就”，让学生深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心内容。	课程在第一学期开设，48学时，3学分

5	形势与政策	<p>坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，牢固树立新发展理念，推动高质量发展和全面建设社会主义现代化国家，实现中华民族伟大复兴的中国梦的实际，针对学生关注的热点问题和思想特点，帮助学生认清国内外形势，教育和引导学生全面准确地理解党的路线、方针和政策，树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，衷心拥护“两个确立”，忠诚践行“两个维护”，增强实现改革开放和社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感。同时使学生基本掌握该课程的基础理论知识、分</p>	<p>根据新世纪、新阶段面临的新情况和新问题，加强形势与政策教育教学的针对性，着重进行党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验教育；进行我国改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就教育；进行党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施教育；进行当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势和我国的对外政策，世界重大事件及我国政府的原则立场教育；进行马克思主义形势观、政策观教育。本课程教学内容主要根据教育部每年下发的每学期“形势与政策教育教学要点”，以及结合我省、我院教学实际情况和学生关注的热点、焦点问题来确定，由马列主义教研室组织实施“形势与政策”课的教育教学工作。</p>	<p>课程在第一、二、三、四学期开设，每学期各8学时，各0.5学分</p>

		析问题的基本方法，并能够运用这些知识和方法去分析现实生活中的一些问题，把理论渗透到实践中，指导自己的行为。		
6	中国共产党党史	通过课程教学，让学生全面了解中国共产党百年奋斗的光辉历程和历史性贡献，充分认识开展党史学习教育的重大意义；让学生学懂、弄通、做实习近平新时代中国特色社会主义思想，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。	主要讲述“开天辟地”、“改天换地”、“翻天覆地”、“惊天动地”四个部分内容，让学生充分了解国史、国情，树立正确的历史观。采用专题化教学，讲述每个时期重大历史事件，帮助学生深刻领会历史和人民选择马克思主义、中国共产党、社会主义道路的必然性，从而增强学生坚持中国共产党的领导和走社会主义的道路的信念，增强学生热爱中国特色社会主义的自觉性。	课程在第三学期开设，8学时，0.5学分
7	国防教育与军事技能训练	以国防教育为主线，以军事理论教学为重点，旨在使学生掌握中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等基础军事理论知识，潜移默化地浸润爱国主义和民族	中国国防的内涵、历史、法规 and 我国武装力量建设；国家安全形势和国际战略环境；古今中外军事思想尤其是毛泽东军事思想和习近平强军思想。军训教官采取示范实践教学方法让学生掌握一般的军事知识和军事技能，同时通过队列条令和内务条令	课程在第一学期开设，148学时，8个学分

		自豪感教育，增强学生的国防观念和国家安全意识，加强组织纪律性，促进综合素质的提高。通过军事理论教学与军事技能训练的结合，为中国人民解放军训练、储备合格后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。	指导学生掌握队列动作要领及内务整理要领。	
8	入学教育 (含安全教育)	通过课程学习，使学生树立安全第一的安全防范意识和积极正确的安全观，了解安全基本知识，掌握安全防范技能、安全信息搜索与安全管理技能、以安全为前提的自我保护技能、处理各种应急情况的技能等。切实提高学生自身的防御能力，避免各种意外伤害的发生。	主要讲授安全教育之旅、维护校园稳定、反恐安全、对毒品说不、国家安全、公共安全、人身安全、财产安全、心理健康与大学生成长、消防安全、交通安全、运动安全、突发事件安全、网络安全等内容。	课程在第一学期开设，16学时，1个学分
9	心理健康教育	通过课程学习，将知识传授、心理体验、行为训练等贯穿整个教学环节。旨在使学生明确心理健康的标准及意	主要讲授学生生理心理发展的规律和特点，运用心理学的教育方法和手段，培养学生良好的心理素质，提升学生自我心理调适能力，促进学生整体素	课程在第一学期开设，32学时，2学分

		义，增强自我心理保健意识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，切实提高心理素质，促进学生全面发展。	质全面提高的教育。	
10	生态文明教育	通过课程学习，使学生掌握生态文明的基本内涵、特征和重要意义，培养学生发现自然、探索自然、保护自然的责任感，能将绿色、生态、环保的理念融会贯通到所学专业中，培养学生具备辩证思维能力和可持续发展生态道德观和价值观。	主要讲授马克思主义生态文明思想教育、现代生态科学教育、中国传统生态文明思想教育、生态文明道德法律及方针政策等内容。以马克思主义生态文明理论教育为主线，全面培养大学生生态文明观念，增强学生建设生态文明“美丽中国”的自觉性、主动性和创造性。	课程在第三学期开设，16学时，1学分
11	大学体育	通过课程学习，培养学生具有健康的体魄，充沛的精力，达到国家颁布《学生体质健康标准》的要求；熟悉某专项运动技能的基本要求及基本的	开设有田径、篮球、足球、排球、乒乓球、羽毛球、跆拳道、健美操、艺术体操、散手等内容。根据学生的兴趣爱好和身体素质情况进行体育课程的分项教学，提高学生的身体素质，让学生掌握必要	课程在第一、二、三、四学期开设，每学期各32学时，各2学分

		<p>体育与健康知识和运动技能；增强学生体质，培养学生自我积极参与体育锻炼的意识，发扬体育精神，形成积极进取、乐观开朗的生活态度，养成学生终身体育的意识，达到身心健康的目标。培养热爱集体、团结协作、勇于进取、勇于拼搏、吃苦耐劳的思想品质；提高与专业特点相适应的体育素养。</p>	<p>的专项运动技能；通过理论教学、训练比赛等方式达到预期的课程目标。</p>	
12	职业生涯规划	<p>通过课程学习，使学生了解职业发展的阶段特点、就业形势与政策法规，较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境；掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等。</p>	<p>主要讲授职业意识、职业发展规划、提高就业能力、求职过程指导、职业适应与发展、创业教育 6 个内容，引导学生树立起职业生涯发展的自主意识；帮助学生了解职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境；了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识；提高学生的自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能及</p>	<p>课程在第二个学期开设，18 学时，1 学分</p>

			各种通用技能。	
13	就业指导	通过课程学习，使学生了解就业形势与政策，掌握就业信息与求职渠道以及求职材料准备，提升求职技能，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为个人的生涯发展和社会发 展主动付出积极的努力，并在学习过程中不断地提高就业能力和生涯管理能力。	主要讲授目前高职生的就业环境和就业形势，依据大学生成长过程和择业需求分为职业生涯规划、认识与塑造自我、创业教育、创业素质与训练、就业信息获取、求职材料制作、就业途径及人事代理、择业心理调适、就业协议与劳动者权益保护进行详细论述。在教学过程中引导学生明确职业对自身学习的重要意义、毕业时的相关职业和行业的就业形势分析以及所学专业对应的职业类别等知识内容。	课程在第四学期开设，12学时，1学分
14	大学语文	通过本课程学习，让学生掌握文学鉴赏的基本原理及一定的文学基本知识，学会阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法。具备阅读、分析和欣赏文学作品的基本能力。能够运用语文基础知识进行日常公文的写作，为未来的职业生涯和个人发展奠定一定文	主要讲授诗歌、文言文、散文、戏剧、小说、应用文写作等内容。采用情境化、交互式探究、项目化教学等教学方法，充分利用课堂、网络、社团三大平台，积极开展经典诗文朗诵、征文比赛等实践活动。通过应用文的写作训练，提高学生多种应用文体写作能力，重点掌握工作计划、总结、会议记录、产品说明书、合同、招标投标书的写作技巧，了	课程在第二学期开设，36学时，2学分

		学基础。	解市场调查报告、可行性报告写作要领，提高学生的综合文化素质。	
15	大学英语	全面贯彻党的教育方针，践行社会主义核心价值观，落实立德树人根本任务，在中等职业学校和普通高中教育的基础上，进一步促进学生英语学科核心素养的发展，培养具有中国情怀、国际视野，能用英语讲述中国故事、传播中国文化，能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。通过本门课程，学生应该能够达到课程标准设定的职场涉外沟通目标、多元文化交流目标、语言思维提升目标及自主学习完善目标四项学科核心素养发展目标。	包括英语语音、词汇、语法、听力、口语、阅读、写作和翻译等内容。运用情景交际法、任务教学法、交际教学法、听说法、翻译法和多媒体手段等教学方法讲授主题类别、语篇类型、语言知识等基础模块内容，让学生掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能，理解和表达口头和书面话语的意义，能完成日常生活和职场情境中的基本沟通任务。	课程在第一、二学期开设，每学期 64 学时，各 4 学分
16	信息技术	通过理论、技能及综合实践，帮助学生认识信息技术对人类生产、生活的	通过理论、技能及综合实践，帮助学生认识信息技术对人类生产、生活的重要作用，了解现代社会信	课程在第一学期开设，48 学时，3 学分

		重要作用，了解现代社会信息技术发展趋势，理解信息社会特征并遵循信息社会规范；使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术，具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题；使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的持续发展奠定基础。	信息技术发展趋势，理解信息社会特征并遵循信息社会规范；使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术，具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题；使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的持续发展奠定基础。	
17	劳动教育	通过课程学习，培养学生树立正确的劳动观，掌握基本的劳动知识和技能，正确使用常见劳动工具，增强体力、智力和创造力，具备完成一定劳动任务所需要的设计、操作能力及团队合作能力。培育学生积极肯干的劳动精神，继承中华民族勤俭节约、敬业奉献的优良传	课程主要讲授马克思主义劳动价值观，劳动精神的内涵与弘扬，劳模精神内涵与时代价值，工匠精神内涵、培育和传承，志愿精神与志愿服务，劳动安全和劳动法规等。通过开展实习实训、专业服务、社会实践、勤工助学等方法，使学生掌握基本的劳动知识和技能，强化实践性和体验性学习，引导学生将对体力劳动的思考扩大到脑力劳动，并与现代信息技术相结合，在掌握	课程在第一、二、三、四学期开设，每学期各 16 学时，各 1 学分

		统、弘扬开拓创新、砥砺奋进的时代精神。	一些生产技术、劳动只是和从事生产劳动基本功的基础上，因地制宜的将劳动教育与行业发展、社会发展相结合。	
18	数字素养通识课	通过本课程的学习，增进学生对网络强国、数字中国的理解与认知，全面提升数字学习能力、增强数字工作能力、激发数字创新活力，从而提高学生的综合素质和就业竞争力，培养具备创新意识和实践能力的数字人才。	主要讲授数字素养概述、数字安全与隐私保护、与专业结合的数字化工具与平台应用等 3 个部分内容。采用线上线下融合的教学方式，利用教学资源来支持学生个性化学习，实施过程性与终结性评价相结合的考核方式，全面、客观地评估学生的学习成效。	课程在第二学期开设，34 学时，2 学分

（二）专业（技能）课程

专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、专业选修课程。

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

表 5 《电子商务》专业基础课程描述

课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
商务数据分析	典型工作任务为数据采集与处理、描述性统计分析、探索性数据分析、流量来源与商品数量分析、客户行为与用户画像分析、成交	①掌握商务数据分析的思路与流程； ②掌握数据采集、清洗、预处理的方法； ③根据数据分析撰写分析报告，制作

	<p>转化率与订单漏斗分析、店铺运营分析与优化。</p> <p>运用数据采集工具、数据分析工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>商业报告；</p> <p>④能够使用数据分析工具对竞争对手、商品、流量、运营与销售、库存、会员、利润等数据进行分析。</p>
数据可视化	<p>典型的工作任务为电商平台运营管理、数据分析与挖掘、用户体验分析、业务报告制作、团队协作与沟通等。运用数据分析工具、统计分析工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①掌握常见的图表和图形类型，了解每种图表类型的特点和适用场景，能够选择合适的图表类型展示数据；</p> <p>②掌握如何通过叙事和脉络组织数据，将数据可视化呈现为一个有逻辑和引人入胜的故事；</p> <p>③了解用户反馈和评估指标，能够进行数据可视化结果的解读和沟通，使得数据可视化。</p>
零售基础	<p>典型工作任务为商品陈列和展示、管理库存和订单、有效的销售技巧和营销策略，处理销售谈判和交易，进行财务和数据分析，销售数据整理、库存管理等。运用图片编辑工具、办公软件、数字采集与处理工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①掌握客户服务能力、商品知识和管理能力、销售技巧和营销策略、财务和数据分析能力；</p> <p>②具备出色的客户服务能力，包括良好的沟通能力、解决问题的能力、销售技巧和团队合作精神。</p>
电子商务基础	<p>典型工作任务为市场调研、产品策划、网站优化、网络营销、数据分析、客户服务与管理、供应链管理、电子支付与安全、电子商务法律法规等。</p> <p>运用数据采集与处理工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①掌握电子商务的运作、电子交易与支付、网络营销与策划、电子商务安全技术、电子商务物流管理和电子商务客户服务等内容；</p> <p>②掌握 B2B、B2C、C2C 电子商务的基本运作模式；</p> <p>③掌握电子商务活动中常用的网络调研、交易、营销、支付、物流等基本技能；</p> <p>④能进行企业电子商务应用的调研分析和方案策划。</p>

市场营销	<p>典型工作任务为市场调查与分析、营销策略制定、产品与品牌管理、促销与广告、渠道与供应链管理、数字营销、销售管理、客户关系管理。</p> <p>运用数据采集与处理工具、办公软件、数字营销系统、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①理解和掌握市场营销学的基本理论，比较系统地掌握从事市场营销活动的基本方法和策略；</p> <p>②能够具备产品销售、销售团队管理、营销管理与营销策划等专业核心能力；</p> <p>③掌握数字营销的基本工具和平台，掌握移动销售的基本原则，了解内容营销的特性；</p> <p>④能够根据实际情况完成销售方案的制定和实施。</p>
财税基础	<p>典型工作任务为办理企业设立相关手续（工商注册、银行账户开立、税务登记），计算和申报主要税种税额，深度分析企业会计凭证和报表，为决策提供财务数据支持。</p> <p>运用数据采集与处理工具、办公软件、财税申报系统以及计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①掌握企业创设的基本流程和相关规定，掌握会计核算、财务管理以及相应的金融与税收的基本知识；</p> <p>②了解企业财务处理的基本流程和会计信息的生成过程的相关信息载体，会办理工商注册登记、开立银行账户、办理税务登记，能根据企业相关会计核算资料和会计报告，获取与自己经济管理工作相关的会计信息，满足决策与管理需求；</p> <p>③能完成企业创设任务、会正确办理企业工商注册、税务登记、银行账户开立等企业设立事宜；</p> <p>④具备增值税、企业所得税、个人所得税等三大税种应纳税额的计算与申报缴纳能力；</p> <p>⑤能根据企业日常账务处理所形成的会计凭证及报表，进行分析加工与正确解读。</p>
电子商务法律法规	<p>典型工作任务为应用电子商务法的基本原则进行实际案例分析、合规处理企业电子商务数据、防范数据违规风险、管理电子商务</p>	<p>①全面理解并掌握电子商务法的基本原理及核心概念；</p> <p>②深入了解电子商务法的立法背景、现状及未来发展动向；</p>

	<p>认证、识别电子商务交易中的潜在纠纷并提出解决方案、针对实际电子商务法律案例进行法律分析提供法律意见和解决方案、识别并规避实际案例中的电子商务法律风险。</p> <p>运用法律查询系统、数据处理工具、电子认证系统管理、CRM 系统、风险评估系统以及计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>③熟知并掌握数据电文法律制度的要点，以确保合规处理电子商务数据；</p> <p>④明确电子签名法律制度的规范，能够正确应用电子签名确保交易的安全与合法性；</p> <p>⑤透彻理解电子认证法律制度的框架与操作流程，提升电子商务认证的专业能力；</p> <p>⑥掌握电子商务纠纷的常见类型及解决途径，为有效预防和应对纠纷打下基础；</p> <p>⑦学会运用电子商务法律法规，准确分析并解决实际电子商务案例中的问题；</p> <p>⑧培养在实际电子商务操作中熟练运用法律知识，以规避和解决潜在法律风险的能力。</p>
管理学基础	<p>典型工作任务为决策与计划、组织与控制、领导与激励、企业伦理与社会责任、项目管理、沟通与团队合作。</p> <p>运用办公软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①掌握管理学基本理论、理念、工具和方法；</p> <p>②理解领导的概念和影响力构成，熟悉领导素质理论、行为理论和权变理论等基本观点，理解组织的概念与作用，熟悉沟通要素与种类。培养学生基础管理者的基本素养与思维习惯；</p> <p>③能够运用管理原理和方法解决学习、工作、生活中的日常管理问题；</p> <p>④为未来的职业生涯构建相应的计划、组织、领导、激励、沟通和控制等管理行动能力。</p>

2.专业核心课程：互联网销售、社群运营、视觉营销设计、零售门店全渠道运营、网络营销、互联网产品开发、数据化运营、网店运营。

表6 《电子商务》专业核心课程描述

课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
互联网销售	<p>典型工作任务 1 为销售方案 执行与优化，工作内容主要有 销售目标与销售漏斗建立、销售票据处理、销售管理工具运用、自营渠道账单管理、CRM 转化、销售数据分析、方案评估与改进。</p> <p>典型工作任务 2 为客户服务管理，工作内容主要有客服方案制定和优化、顾客纠纷处理、智能客服训练、客户风控管理、客户服务质量监控。</p> <p>运用办公软件、财税软件、ERP 与 CRM 系统、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①掌握客户服务管理基础知识、主流电子商务平台交易规则、ERP 与 CRM 等销售管理工具运用；</p> <p>②能分解和制定产品 O2O 销售目标，有效识别和跟进销售线索；能有效进行销售票据的处理、订单确认及跟踪、自营渠道账单管理；</p> <p>③根据企业销售目标，建立产品销售漏斗，进行销售数据统计与分析，对销售方案评估与改进；</p> <p>④能制定和优化客户服务方案，进行智能客服机器人训练、客户投诉处理、新老客户转化服务等。</p>
社群运营	<p>典型工作任务为社群运营，工作内容主要有社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析。</p> <p>运用社交软件、自媒体工具、短视频平台、办公软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①掌握社群种类、用户消费行为、产品价值等知识，根据用户和产品或服务属性定位社群，制定社群运营方案，并在相应的社交平台上建群；</p> <p>②能通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流；</p> <p>③能根据用户需求、产品卖点，进行社群数据分析，制定营销体系并通过社群活动提升销售转化、活跃社群及管理粉丝。</p>
视觉营销设计	<p>典型工作任务为视觉设计，工作内容主要有店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计。</p> <p>运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法；</p> <p>②能够根据店铺定位进行 PC 端、移动端页面装修；设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料；</p> <p>③结合产品特点与包装材质设计产品内外包装；</p> <p>④能进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时分析新媒体发展，提出</p>

		<p>视觉提升方案；</p> <p>⑤能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。</p>
零售门店全渠道运营	<p>典型工作任务为行业运营, 工作内容主要有运营数据采集、运营数据分析、商品规划、商品发布与优化、行业商家管理、活动运营、用户运营。运用数据采集与处理工具、促销工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①掌握电商平台和本行业特点, 运用用户模型、漏斗模型, 分析用户需求、细分市场及竞品, 制定商品规划方案, 形成商品配置策略, 完成电商产品的开发;</p> <p>②根据运营规划, 制定新品全渠道促销策略, 在平台或自有网站发布、调整优化商品信息;</p> <p>③设定 O2O 运营目标, 协调和整合资源, 使用促销活动工具和营销产品进行全渠道活动推广;</p> <p>④建立用户成长体系并进行精准营销。</p>
网络营销	<p>典型工作任务为营销活动策划与执行, 工作内容主要有市场分析、活动主题与目标确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、活动过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结。</p> <p>运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则, 能够分析与评估市场, 确定活动主题与活动目标, 策划营销活动方案;</p> <p>②整合各类资源, 分解活动任务;</p> <p>③开展整合营销与广告投放;</p> <p>④跟踪、监控线上线下营销活动, 分析活动效果, 优化活动方案;</p> <p>⑤评估并复盘整个营销活动, 提出有效改进方案。</p>

互联网产品开发	<p>典型工作任务为互联网及电商产品开发，工作内容主要有产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、DEMO 原型设计与打样、产品开发实施与推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核。</p> <p>运用原型设计工具、平面设计软件、UI 设计软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①掌握 PEST 和 SWOT 分析方法，熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具；</p> <p>②能分析产品投放的投资回报率，制定互联网产品战略规划和开发方案，并建立产品需求模型和应用场景；</p> <p>③能进行电商产品呈现方式及 UI 原型设计，跟进产品开发进度；</p> <p>④选择产品发布渠道，撰写产品渠道测试报告，组织实施产品发布；对电商产品开发进度进行评估与考核。</p>
数据化运营	<p>典型工作任务为数据化运营，工作内容主要有确定运营目标、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化、持续跟踪。</p> <p>运用计算机、打印机、数据采集工具、数据分析工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①理解数据分析指标体系概念；</p> <p>②掌握数据分析的方法与方法论，能根据数据运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据；</p> <p>③运用数据分析工具，对市场数据、客户数据、推广数据、客户服务数据、销售数据、物流数据进行全过程分析及可视化呈现；</p> <p>④撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议。</p>
网店运营	<p>典型工作任务为网店运营，工作内容主要有运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析。</p> <p>运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。</p>	<p>①掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识；</p> <p>②运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算；</p> <p>③能进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理；</p> <p>④能进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。</p>

3.专业拓展课：客户服务与管理、电子商务与物流、跨境电子商务、短视频制作与运营、商品拍摄、电子商务文案写作。

4.专业实习实训：数据化运营、营销活动策划与执行、毕业设计、岗位实习。

5.专业选修课：品牌策划管理、消费者行为分析、民族技艺传习、选品与采购、公共关系。

七、学时/学分分配

本专业总学时为 2782 学时，总学分为 170.5 学分。其中，必修课总学时为 2464 学时，选修课总学时为 318 学时；理论课总学时为 136，占总学时的 5%；实践课总学时为 736，占总学时的 26%；理实一体课程总学时为 1910，占总学时的 69%。

表 7 《电子商务》教学进程总体安排

课程	学时/学分数分配及比例							
类型	学时				学分			
性质	总学时	理论课	实践课	理实一体	总学分	理论课	实践课	理实一体
必修课	2464	104	720	1640	145	4	41	100
专业选修课	130	0	0	130	7.5	0	0	7.5
公共选修课	188	32	16	140	11.5	2	1	8.5
合计	2782	136	736	1910	164	6	42	116
百分比	100%	5%	26%	69%	100%	4%	26%	70%

八、职业能力结构表

通过对本专业所对应的产业链相关岗位、职业面向、证书和高职院校技能大赛和创新创业即“岗课赛证创”进行分析，确定本专业职业能力结构表，分析结果如下图和表所示。

（一）职业能力结构表

表8 《电子商务》职业能力结构表

序号	能力模块	能力要素分解	岗位群	课程		技能大赛	职业技能等级证书
				课程支撑	实践环节		
1	互联网产品开发能力	<p>1. 产品理念与规划能力：帮助学生了解产品定位、目标用户群体和市场需求分析的方法，培养他们构建产品理念和规划产品发展的能力。</p> <p>2. 用户研究与需求分析能力：引导学生学习如何进行用户调研、需求收集与分析，帮助他们深入了解用户行为、偏好和痛点，从而为产品设计提供有效的依据。</p> <p>3. 产品设计与交互设计能力：教授学生产品设计原则、交互设计方法和工具的使用，培养他们进行界面设计、用户体验优化等方面的能力。</p> <p>4. 技术实现与开发能力：强调学生对互联网产品开发技术的掌握</p> <p>5. 项目管理与团队协作能力：培养学生在产品开发过程中的项目管理技能，包括需求管理、进度控制、团队协作等，使其能够高效地组织团队完成产品开发任务。</p> <p>6. 数据分析与产品优化能力：教导学生如何利用数据分析工具和方法，从用户行为数据中</p>	互联网产品开发主管/项目经理/专员/主管	<p>《管理学基础》</p> <p>《互联网产品开发》</p> <p>《商务数据分析》</p> <p>《市场营销》</p> <p>《品牌策划管理》</p> <p>《消费者行为分析》</p>	商务数据分析实训、互联网产品开发实训、品牌策划与管理实训、岗位实习	电子商务	电子商务师

		挖掘有用信息，以便对产品进行优化和改进。					
2	视觉营销设计能力	<p>1. 创意设计能力：帮助学生培养创造性思维和艺术感知力，以便设计出符合品牌形象和用户期望的视觉元素，包括 logo、VI 设计、页面布局等。</p> <p>2. 图形软件运用技能：教授学生使用各种图形设计软件，如 Photoshop、Illustrator 等，使其能够进行图片处理、排版设计、图标设计等操作。</p> <p>3. 用户体验设计能力：强调学生理解用户体验设计原则，包括页面布局、交互设计、可用性测试等，以提升用户对产品的整体满意度。</p> <p>4. 品牌视觉识别能力：帮助学生根据品牌定位和传播需求，设计并维护符合品牌形象的视觉识别系统，包括色彩搭配、字体设计、形象识别等。</p> <p>5. 艺术表达与表现能力：培养学生对艺术表达和表现的能力，包括色彩运用、构图、视角等方面的技巧，以创作出富有艺术感染力的视觉作品。</p> <p>6. 视效与动效设计能力：帮助学生掌握视效和动效设计技能，包括动画制作、交互设计等，以提高作品的吸引力和表现力。</p>	视觉营销设计师 品牌管理专员/ 美工主管	《视觉营销设计》 《品牌策划管理》 《网店运营营销》 《互联网销售》 《网络营销》 《跨境电商电子商务》 《商品拍摄》 《电子商务文案写作》	商品拍摄实训、图行图像处理实训、视觉营销设计实训、岗位实习	电子商务市场营销	电子商务师
3	平台运营能力	1. 搜索引擎优化（SEO）：了解并应用 SEO 技术，包括关键词	运营主管 全渠道营	《电子商务基	网店运营实训岗位	电子商务	电子商务师

		<p>优化、网站架构优化等手段,提高网站在搜索引擎中的排名和曝光。</p> <p>2. 数据分析与广告投放: 运用数据分析工具, 制定广告投放策略, 监控广告效果并进行优化, 以提高广告投放的效果和转化率。</p> <p>3. 产品运营与供应链管理: 管理商品采购、库存管理、供应商合作等, 确保产品的品质和供应的稳定性。</p> <p>4. 物流配送与售后服务: 管理物流配送、售后服务处理等环节, 确保订单的及时交付和用户问题的及时解决。</p> <p>5. 跨境贸易规划与执行: 了解不同国家的贸易政策和规定, 执行跨境贸易计划, 包括报关、支付结算、海关监管等, 掌握商务英语沟通技能。</p> <p>6. 020 跨渠道整合营销能力: 进行线上线下的整合营销策略制定与执行, 包括线上引流、线下导流, 促进线上线下业务的互动与交叉。</p> <p>7. 数据分析与运营决策: 运用数据分析工具对线上线下业务数据进行收集、分析和挖掘, 辅助决策优化, 包括用户行为分析、产品热度分析等。</p>	<p>销主管</p> <p>020 销售主管</p>	<p>础》</p> <p>《互联网产品开发》</p> <p>《网店运营》</p> <p>《跨境电商》</p> <p>《电子商务与物流》</p> <p>《财税基础》</p> <p>《电子商务法律法规》</p> <p>《零售门店全渠道运营》</p> <p>《零售基础》</p> <p>《社群运营》</p> <p>《数据化运营》</p>	实习		
4	营销（活动）策划推广能力	<p>1. 市场分析与策略制定: 通过市场调研和数据分析, 制定网络营销策略, 包括目标市场、定</p>	<p>直播销售员</p> <p>互联网营销师新</p>	<p>《市场营销》</p> <p>《网络营销》</p>	<p>新媒体运营与营销实训、直</p>	<p>市场营销直播</p>	<p>互联网营销师</p>

		<p>位、竞争分析等,以确定营销方向和策略。</p> <p>2. 新媒体营销能力: 运用新媒体平台开展营销活动, 包括内容创作、社群运营、粉丝互动等, 以提高品牌知名度和用户参与度。</p> <p>3. 内容营销与创意策略: 制定吸引人的内容营销策略, 包括故事性营销、互动式营销等, 以提高用户参与和分享度。</p> <p>4. 跨渠道整合营销: 设计并执行跨渠道整合营销策略, 包括线上线下融合、多渠道推广等, 以提高品牌曝光和用户转化率。</p> <p>5. 品牌推广与口碑营销: 策划并执行品牌推广活动, 包括线上线下活动、赞助活动等, 以提升品牌知名度和美誉度。</p> <p>6. 能独立完成与视频直播相关的内容、素材准备; 有一定的视频直播内容策划能力;</p>	媒体营销主管	<p>营销》</p> <p>《互联网销售》</p> <p>《公共关系》</p> <p>《短视频制作与运营》</p> <p>《社群运营》</p> <p>《数据化运营》</p> <p>《电子商务文案写作》</p>	播营销实训、短视频采编与运营实训、电子商务文案写作实训、岗位实习	电商	
5	客户服务与管理能力	<p>1. 客户需求分析与管理能力: 帮助学生学习如何识别和分析客户需求, 培养他们进行客户需求管理和定制化服务的能力。</p> <p>2. 有效沟通与倾听能力: 强调学生在客户服务过程中的商务沟通和倾听能力。</p> <p>3. 投诉处理与问题解决能力: 教导学生如何有效处理客户投诉和解决问题, 包括情绪管理、</p>	智能客服主管客户关系主管	<p>《客户服务与管理》</p> <p>《消费者行为分析》</p> <p>《网络营销》</p> <p>《互联网销售》</p> <p>《网店</p>	电商客户服务训、岗位实习	市场营销直播电商	电子商务师 互联网营销师

		<p>解决方案提供、投诉记录与分析等方面的技能。</p> <p>4. 客户关系建立与维护能力：强调学生建立客户关系的重要性，包括客户忠诚度管理、客户关怀技巧、客户反馈处理等方面的能力。</p> <p>5. 数据分析与客户体验优化能力：教导学生如何利用客户数据进行分析，从客户反馈和行为中挖掘有用信息，以便优化客户体验和服务流程。</p>		<p>运营》</p> <p>《跨境电子商务》</p> <p>《社群运营》</p> <p>《零售门店全渠道运营》</p> <p>《零售基础》</p>			
6	电子商务分析复盘能力	<p>1. 掌握数据分析的基本概念和原理： 理解数据分析的定义、作用和基本原理，包括数据收集、清洗、分析和可视化等基本流程。</p> <p>2. 熟悉常用的数据分析工具和技术： 掌握数据分析常用软件(如 BI、Python、R、Excel 等)的基本操作，了解数据挖掘、统计分析、机器学习等相关技术方法。</p> <p>3. 理解数据分析在不同领域的应用： 了解数据分析在商业、金融、医疗、市场营销等各个领域的应用案例，明确数据分析对决策和问题解决的重要性。</p> <p>4. 掌握数据可视化技术： 学习利用图表、报表等手段对数据进行可视化呈现，提高数据传达效果和决策支持能力。</p>	<p>运营主管</p> <p>全渠道营销主管</p> <p>O2O 销售主管</p>	<p>《商务数据分析》</p> <p>《数据可视化》</p> <p>《数据化运营》</p> <p>《网络营销》</p> <p>《互联网销售》</p> <p>《网店运营》</p>	数据化运营、商务数据化实训	<p>市场营销、直播营销、电子商务</p>	<p>电子商务师</p> <p>互联网营销师</p>

（二）毕业生能力要求指标点

表9 《电子商务》专业毕业生能力要求指标点

毕业生能力要求	毕业生能力要求指标点
1. 思想道德	1-1. 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。
	1-2. 崇尚宪法、遵纪守法、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。
2. 职业素养	2-1. 保持良好的的个人与工作卫生习惯。
	2-2. 基础专业知识扎实，有较为过硬的专业操作技能。
3. 个人与团队	3-1. 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。
	3-2. 具有质量意识、环保意识、安全意识，强烈的服务意识，工匠精神、创新思维。
4. 专业知识与技能	4-1. 互联网产品开发能力。
	4-2. 视觉营销设计能力。
	4-3 营销（活动）策划推广能力
	4-4 客户服务与管理能力
5. 交流与沟通	5-1. 具备良好的人文素养、职业礼仪、语言文字表达能力和沟通能力，能有服务意识。具备一定的英语听、说、读、写能力，并具有良好的沟通能力。
	5-2. 具有环境适应能力、抗压耐挫能力和可持续发展的能力。
6. 数字化运营管理	6-1. 平台运营能力。
	6-2. 电子商务分析复盘能力。
7. 创新创业	7-1. 具备创建及运营网店、新媒体平台的创新创业能力。
	7-2. 具备创新意识，能创造性地开展工作，满足客户个性化要求。
8. 终身学习	8-1. 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。
	8-2. 能掌握行业的最新发展动态，具有拓展知识面和不断学习新的专业知识的能力，能够应对各种突发状况。
9. 身心素质	9-1. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，吃苦耐劳。
	9-2. 具有一定的审美和人文素养。

(三) 课程体系与毕业生能力指标点关联矩阵

表 10 《电子商务》专业课程体系与毕业生能力指标点关联矩阵

课程性质	课程名称	电子商务专业毕业生能力要求指标点																			
		1-2	1-2	2-1	2-2	3-1	3-2	4-1	4-2	4-3	4-4	5-1	5-2	6-1	6-2	7-1	7-2	8-1	8-2	9-1	9-2
专业基础课	商务数据分析	●	●	●	●			●							●			●	●		
	数据可视化	●	●	●	●										●						
	零售基础	●	●	●	●	●					●	●	●	●						●	●
	电子商务基础	●	●	●	●		●							●							
	市场营销	●	●	●	●	●		●		●	●	●	●					●	●	●	●
	财税基础	●	●	●	●									●				●	●		
	电子商务法律法规	●	●	●	●		●							●							
	管理学基础	●	●	●	●	●	●	●				●	●					●	●		
专业核心课	互联网销售	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●		●	●			●	●
	社群运营	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●	●		●	●				

	视觉营销设计	●	●	●	●				●												
	零售门店全渠道运营	●	●	●	●	●	●				●	●	●	●		●	●			●	●
	网络营销	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●		●					●	●
	互联网产品开发	●	●	●	●			●						●		●	●				
	数据化运营	●	●	●	●					●				●	●			●	●		
	网店运营	●	●	●	●	●	●		●		●	●	●	●	●	●	●				
专业拓展课	客户服务与管理	●	●	●	●	●	●				●	●	●							●	●
	电子商务与物流	●	●	●	●									●						●	●
	跨境电子商务	●	●	●	●				●		●	●	●	●							
	短视频制作与运营	●	●	●	●					●						●	●				
	商品拍摄	●	●	●	●				●												
	电子商务文案写作	●	●	●	●				●	●											

九、专业技能实训内容

（一）专业技能实训安排

表 11 《电子商务》专业技能实训内容

序号	实训室名称	承担实训课程	实训项目内容
1	网店运营（机房）实训室	网店运营 商务数据分析 互联网产品开发 数据化运营	网店运营模拟实训 商务数据分析实训 互联网产品开发实训 视觉营销设计实训
2	摄影棚实训室	商品拍摄 视觉营销设计 短视频制作与运营	商品信息采编实训 图性图像处理实训 短视频采编实训
3	新媒体营销实训室	网络营销 智能客服 电子商务文案写作 营销活动策划与执行 销售方案执行与优化	新媒体运营实训 电商客户服务实训 电子商务文案写作实训
4	电子商务产教融合实践中心	互联网销售	直播营销实训

（二）专业岗位技能安排

表 12 《电子商务》专业岗位技能训练安排

序号	实训实习内容	学分	学时	按学期分配					
				一	二	三	四	五	六
1	数据化运营	2	32			1W			
2	营销活动策划与执行	2	32		1W				
3	毕业设计	2	32				1W		
4	岗位实习	37.5	600					300	300
总计		43.5	696						

十、实施保障

（一）师资队伍

电子商务专业共有教师 50 名，专业课教师 17 名，其中高级职称 2

名，中级职称 3 名，双师型教师比例 50% 以上，行业的专家型兼职教师 5 名。形成以专业带头人为主导，骨干教师为核心，中青年教师为主体、知识结构和能力结构合理的“双师素质”师资队伍。

（二）教学设施

1.校内实训室基地：有新媒体营销实训室、摄影实训室、电商运营实训室和电商直播产教融合基地，保证了学生直播课程、商品信息采编课程的效果，有 60 台计算机，并安装了相关技能大赛软件，可供学生进行网店运营操作，处理后期图片及视频。

2.校外实训室基地：与近 10 家企业合作，建立电子商务校外实训基地，能满足电商综合技能训练需求。

校内实训室和校外实训基地运行良好，有力保障，可满足师生教学实践、科研及社会服务需求。

（三）教学资源

1.教材选用

优先选用国家、省级获奖教材及国家十三五、十四五规划教材，鼓励教师与行业企业合作，共同开发编写突出高等职业教育特色，体现基于工作过程和职业培训内容特点的新形态教材。

2.图书文献配备、数字资源配备

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。本专业图书的数量在逐年增加。

3.数字教学资源

充分利用国家专业教学资源库、智慧职教、国家精品课、省级精品

课等优质数字化（网络）教学资源，根据专业实际开发建设网络学习课程等数字化专业教学资源，满足教师、学生、企业职工自主学习的需求。

（四）教学方法

目前主要采用的教学方法有课堂讲授法、讨论法、演示法、练习法。教学手段有多媒体教学及实践教学。

根据“工学结合”、“学徒制”等人才培养模式的要求，改变以课堂为中心的教学方式。注重教学过程的实践性、开放性和职业性，把课堂建设在校内外等实训实习场所。灵活采用任务驱动、项目带动、案例教学、现场指导、综合练习、边学边练、讲练结合，教学做一体化等教学方法。

（五）学习评价

1.坚持事前评价与事后评价相结合，过程评价与结果评价相结合、定性评价与定量评价相结合、主观评价与客观评价的多元化评价原则。

2.根据课程的特点，注重评价内容的整体性，既关注学生对知识的理解、技能的掌握和能力的提高，又关注学生养成规范操作、安全操作的良好习惯。

（六）质量管理

1.建立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、毕业考核以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2.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.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。

十一、毕业要求

思想品德考核合格；修完教学计划所规定全部课程、经考核成绩合格，完成规定的教学活动，通过岗位实习、毕业考核等教学环节考核、成绩合格，获得相应学分；并获得一项与专业（或岗位）必备能力相关的职业资格证书或技能等级证书，方可毕业。

表 13 《电子商务》专业毕业要求

序号	毕业要求	对应的培养目标
1	完成培养计划规定的要求	学生修完教学进程表所规定的课程，成绩合格，或取得相应学分
2	完成实践环节的考核	毕业实习、毕业设计、岗位实习考核合格，或取得相应学分
3	双证书	学生获得一项与专业（或岗位）必备能力相关的职业资格证书或技能等级证书

十二、附录

附 1：教学进程表

课程要求	课程类别	课程代码	课程名称	课程类型	考核类型	学分	总学时	开课学期及学时分配								
								讲授	实践	一		二	三	四	五	六
										2周	18周	20周	20周	20周	周	周
必修课程	公共素质课	10721	开学第一课	A	C	0.5	8	8		✓		✓	✓	✓		
		10849	思想道德与法治	B	C	3	48	40	8			3				
		10902	贵州省情	B	S	1	18	16	2		2					
		10319	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	S	2	32	26	6			2				
		10949	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	S	3	48	40	8		3					
		10912	形势与政策（4周）	A	C	2	32	32			2	2	2	2		
		10820	中国共产党党史(4周）	A	C	0.5	8	8					2			
		10166	国防教育与军事技能训练	B	C	8	148	36	112	✓						
		10387	入学教育(含安全教育)	B	C	1	16	8	8	✓						
		10910	心理健康教育	B	C	2	32	28	4		2					
		10403	生态文明教育（8周）	A	C	1	16	16					2			
		10901	大学体育	B	C	8	144	24	120		2	2	2	2		

		10570	职业生涯规划(9周)	B	C	1	18	10	8			2			
		10282	就业指导(6周)	B	C	1	12	8	4					2	
公共技能课	10069	大学语文	B	C	2	36	26	10			2				
	10068	大学英语	B	C	8	128	88	40		4	4				
	10749	信息技术	B	C	3	48	16	32		4					
	10821	劳动教育	C	C	4	64		64		1	1	1	1		
	小计					51	856	430	426		20	18	9	7	
专业基础课	10107	商务数据分析	B	S	2	32	16	16				2			
	10426	数据可视化	B	S	2	32	16	16				2			
	11269	零售基础	B	S	2	32	16	16			2				
	10755	电子商务基础	B	S	4	64	32	32		4					
	10417	市场营销	B	S	4	64	32	32		4					
	11270	财税基础	B	S	2	32	16	16				2			
	11271	电子商务法律法规(8周)	B	S	2	32	16	16						4	
	10163	管理学基础	B	S	2	32	16	16			2				
	小计					20	320	160	160		8	4	6	4	
专业业核心课程	11272	互联网销售	B	S	2	32	16	16				2			
	11273	社群运营(8周)	B	S	2	32	16	16						4	
	11169	视觉营销设计	B	S	4	64	32	32		4					
	11274	零售门店全渠道运营	B	S	4	64	32	32				4			
	10466	网络营销	B	S	2	32	16	16			2				
	11160	互联网产品开发	B	S	4	64	32	32				4			
	11275	数据化运营	B	S	4	64	32	32				4			
	10460	网店运营	B	S	4	64	32	32			4				

选修课	小计					26	416	208	208		4	6	14	4		
	专业拓展课	10818	客户服务与管理	B	S	2	32	16	16				2			
		10110	电子商务与物流	B	C	1	16	8	8					2		
		10297	跨境电子商务（8周）	B	C	2	32	16	16					4		
		11276	短视频制作与运营	B	C	2	32	16	16				2			
		10907	商品拍摄	B	C	2	32	16	16			2				
		10994	电子商务文案写作	B	S	2	32	16	16			2				
	小计					11	176	88	88		0	4	4	6		
	实习实训	11277	数据化运营	C	C	2	32	0	32				1周			
		11278	营销活动策划与执行	C	C	2	32	0	32			1周				
		10019	毕业设计	C	C	2	32	0	32					1周		
		10988	岗位实习	C	C	37.5	600	0	600						300	300
	小计					43.5	696	0	696						300	300
	专业选修课	10918	品牌策划管理	B	C	1.5	26	13	13					2		
		10919	消费者行为分析	B	C	1.5	26	13	13					2		
		11279	民族技艺传习	B	C	1.5	26	13	13					2		
		11280	选品与采购	B	C	1.5	26	13	13					2		
		10158	公共关系	B	C	1.5	26	13	13					2		
	小计					7.5	130	65	65					10		
	公共选修课	10389	商务礼仪	B	C	1.5	26	13	13					2		
		10861	茶艺	C	C	1	16	0	16				1			
		10346	普通话训练	B	C	2	32	16	16				2			
		10268	经典诵读	A	C	2	32	32			✓	✓	✓	✓		
		10326	美术鉴赏	B	C	2	32	16	16		2					

		11106	数字素养 通识课	B	C	2	34	10	24			2				
		11199	大学生创 新创业指 导（9周）	B	C	1	16	10	6					2		
		小计				11. 5	188	97	91		2	2	3	4		
总 计						170 .5	27 82	10 48	173 4		3 4	3 4	3 6	3 5	300	300

注：

1.课程类型分为：A类（纯理论课程）、B类（理论+实践课程）、C类（纯实践课程）。

2.考核类型分为：S（考试）、C（考查）。

3.第一、二、三学期实际课程为16周，第四学期实际课程为13周。

4.总计170.5学分,其中必修课要求达到151.5学分，专业选修课要求达到7.5学分，公共选修课要求达到11.5学分。

附 2：学院人才培养方案变更审批表

系（部）		年 级		专 业	
变动内容					
变 动 前	课程名称		变 动 后	课程名称	
	课程属性			课程属性	
	学分数			学分数	
	学时数			学时数	
	开设学期			开设学期	
变动理由					
变动起始时间					
专业带头 （负责）人意见		年 月 日			
系（部）意见		年 月 日			
教务处意见		年 月 日			
分管院长意见		年 月 日			

注：上交此表时同时报送相关证明材料，本表一式两份（教务处和开课教学系各存一份）。