

附件 1

广东财贸职业学院

数字供应链学院

电子商务专业

人才需求调研报告

一、前言

（一）调研背景分析

1.国家经济发展大背景

在复杂严峻的国内外形势和多重超预期因素冲击背景下，我国国民经济在2022年顶住压力持续恢复，电子商务在拉动消费、防疫保供、消费场景创新、以及稳外贸等方面发挥了尤为重要的作用。近年来，中国电子商务交易规模持续扩大，稳居全球网络零售市场首位。2023年03月02日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布了《第51次中国互联网络发展状况统计报告》显示，《报告》显示，截至2022年12月，我国电商交易规模达42.93亿元，呈现逐年递增的趋势。



图 1

数据来源：国家统计局、中商产业研究院整理

2.职业教育背景

党的十八大以来，习近平总书记亲自谋划、亲自部署、亲自推动职业教育改革发展，党和国家出台了一系列推进职业教育高质量发展的利好政策，新时代职业教育进入了“大有可为、未来可期”的新发展阶段，“技能强国”与“产业强国”深度融合，职业教育历史坐标进一步提升，职教人比历史上任何时刻都更有信心、有决心、有能力全面融入“大国崛起”的历史大势、中华民族伟大复兴中国梦的时代大潮。二十大报告指出：“统筹职业教育、高等教育、继续教育协同创新，推进职普融通、产教融合、科教融汇，优化职业教育类型定位。”这一新

部署新要求，是“实施科教兴国战略，强化现代化建设人才支撑”的重点举措，对开拓职业教育、高等教育、继续教育可持续发展新局面，书写教育多方位服务社会主义现代化建设新篇章，具有非常重要的导向意义，为新时代职业教育改革发展明确了发展方向，绘就了宏伟蓝图。

3.行业背景

近年来，数字经济赋能传统产业转型升级，创造了很多新理念、新需求和新模式，已成为我国经济最强劲的增长极。同时，也带动电子商务人才需求呈“井喷式”增长，对我国电子商务专业的教育教学工作带来了新的挑战和机遇。根据中国贸促会研究院发布的《2022 年中国电子商务发展趋势报告：电子商务在经济高质量发展中的重要作用》报告，中国电子商务行业从 2022 年开始呈现两大新趋势：以直播电商为代表的新模式迭代加速，数字技术成为消费升级的全新驱动力。

电子商务的迅猛发展需要人才的支持，也蕴涵着大量的就业机会。从人才需求的角度来看，电子商务类人才不仅限于专业网站招聘电子商务经理等职位，传媒、旅游、工贸、制造等传统行业也将有电子商务人才的巨大需求。作为全国经济龙头的广东省，其电商经济在 2022 年发展持续繁荣，电子商务市场规模持续扩大。其中广州限额以上实物商品网上零售额占社零比重从 2019 年的 13.9%提升至 24.4%；跨境电商进出口额占外贸比重从 2019 年的 4.4%提升至 12.6%。对比全国增速来说，广州的限额以上实物商品网上零售额增速是全国的 2.2 倍、跨境电商增速是全国 8.7 倍。2021 年中国直播电商市场规模高达 12012 亿元，其中广东的抖音直播电商销售数据占比约 2 成，领跑全国。预计未来几年，电子商务行业将保持稳定增长，推动广东省整体经济的发展。

电子商务行业的新业态与新格局必将对职业院校人才的输送带来了新的挑战与要求。有鉴于此，为了深入贯彻落实党的二十大精神，加快发展现代职业教育，我校开展了电子商务专业建设调研工作，以构建基于职业技能为本位、育人为核心的电子商务专业教学标准和课程标准，进一步明确我校电子商务人才培养目标定位，进而为适应广东省电商行业新发展培养出高素质的技术技能型人才。

4.专业背景

广东财贸职业学院电子商务专业是学校的核心专业，也是四个立项品牌专业

之一，目前在校人数 980 人，22、23 级均每个年级 7 个班，每个班近 60 人。电商专业(群)已经连续招生 5 届，专业建设取得初步成果。通过五年的专业建设，本专业在人才培养模式、办学条件、师资力量、教学内容与课程体系、教学方法与手段、教学管理等方面形成优势和特色，为大湾区电子商务的发展提供有力的人才支撑与资源保障。电子商务专业是我校重点建设专业之一，专业建设将围绕示范专业建设目标，紧密结合珠江三角洲电子商务行业、企业、岗位市场变化趋势，全面开展人才市场需求调研，为下一步制定电子商务专业人才培养方案、构建符合经济市场需求课程体系奠定坚实基础。

调研围绕电子商务行业发展动态，知名电子商务公司岗位需求及能力需求等展开多方位多角度调研，归纳电子商务高等职业教育学生适合工作岗位、岗位对应典型职业活动与能力要求；比较分析相关院校电子商务专业培养目标与人才培养模式；最终确定我校独具特色的电子商务专业培养目标与课程体系，加强专业内涵建设，积极探索人才培养模式改革途径与方法，推动我校电子商务专业的发展。

（二）调研目的和意义

1.调研企业对电子商务专业人员素质的综合要求，明确高职学生面向的职业岗位群、知识要求、职业能力要求、职业资格证书，为课程体系建设改革提供依据；

2.调研电子商务中职及高职院校专业教学情况，教学计划（培养方案）的比较分析；课程构架、综合课程及实训情况分析比较，取长补短，完善创新电子商务专业人才培养方案；

3.调研适合电子商务专业学生参加的技能大赛，希望以赛促学，提高我校电子商务专业学生的市场竞争力；

4.调研电子商务主要岗位中适合高职生的典型工作任务，为人才培养方案提供课程改革依据；

5.调研企业需求，与企业探讨、协商，将课程设置与企业工作活动相结合，探索学校与企业的深度合作方式，推动产教融合。

二、调研基本情况

（一）调研组织

本次调研主要采取以下四种方式：

1.企业走访调研。通过企业走访，了解目前中小企业开展电子商务的状况及规模，调查企业对电子商务人才的工作岗位、工作内容及能力需求，用来帮助研究分析高职电子商务专业培养目标定位和课程体系的形成。

2.毕业生回访调研。通过对往届学生进行回访，了解我校电子商务专业毕业生在求职、任职过程中所面临的困难，及时了解我校毕业生专业技能、专业知识、适应工作程度等情况及毕业生的社会评价，寻找普遍规律及典型案例，积累就业指导经验，并进一步运用于在校生的就业指导，使毕业生更加适应职业发展的新趋势和人才规格的多元化需求。

3.网络搜集。通过互联网搜集所需信息，查询行业报告文献资料和各电商企业的发展状况及用人需求。

4.院校调研。通过与兄弟院校的交流，了解各高职院校专业设置概况和人才培养模式，积累经验，优化我校电子商务专业人才培养方案。

（二）调研资料分析

1. 电子商务行业发展现状分析

①电子商务行业正处于蓬勃发展阶段，交易规模持续扩大，涵盖的商品和服务种类日益丰富多样，从传统的实物商品到数字内容、生活服务等领域不断延伸。

②移动端成为电子商务的重要渠道，随着智能手机的普及，消费者越来越倾向于通过手机进行购物，移动电商市场份额不断攀升。

③社交电商异军突起，通过社交媒体平台的传播和互动，形成了新的消费模式和商业生态，如直播带货、社群团购等。

④跨境电商发展迅速，全球化的贸易趋势使得消费者能够更加便捷地购买到全球各地的商品，同时也为国内企业拓展国际市场提供了新的机遇。

⑤大数据、人工智能、物联网等新兴技术在电子商务领域广泛应用，提升了用户体验、精准营销和运营效率，例如基于大数据的个性化推荐、智能客服等。

⑥线上线下融合加速，许多电商企业开始布局线下实体店，同时传统零售企业也积极开展线上业务，形成全渠道的零售模式。

⑦农村电商市场潜力巨大，随着农村基础设施的不断完善和农村居民消费观念的转变，农村电商成为新的增长点，助力乡村振兴。

2.电子商务行业发展趋势分析

一是以直播电商为代表的新模式迭代加速。直播电商呈现快速发展的态势，通过直播电商购买商品已逐渐成为消费者“常态化”的购物方式。2022年上半年，只在传统电商平台消费的用户占网购用户的比例为27.3%，通过短视频直播进行网购消费的用户比例则高达49.7%。2021年5月至2022年4月，抖音平台每月有超900万场直播，售出超过100亿件商品，交易总额同比增长2.2倍；截至2022年3月，淘宝直播累计观看人次已经超过500亿。

二是数字技术成为消费升级的全新驱动力。一方面，数字技术催生了消费新业态新模式。新一代信息技术的升级发展，催生新消费场景，带来新消费体验。例如，年轻人喜爱的“云逛街”“云音乐会”等应时而生。在线医疗方面，我国在线医疗用户规模达3亿，占网民整体的28.5%。大型互联网医疗平台在提供医疗、药品服务的基础上，进一步拓展数字化健康管理，推动医生服务等相关领域创新。

三是跨境电商呈高速发展态势，为稳外贸做出重要贡献。商务部发布数据显示，2022年我国跨境电商保持平稳较快增长，上半年跨境电商进出口交易额同比增长28.6%；海关总署表示，2022年1-8月，跨境电商B2B直接出口和跨境电商出口海外仓贸易增长迅速；浙江、江西等地海关公布的数据也显示，前三季度通过海关跨境电商管理平台进出口额增长迅速。

3.“十四五”电子商务规划发展分析

《“十四五”电子商务发展规划》明确发展目标指出，到2025年，我国电子商务高质量发展取得显著成效。电子商务新业态新模式蓬勃发展，企业核心竞争力大幅增强，网络零售持续引领消费增长，高品质的数字化生活方式基本形成。电子商务与一二三产业加速融合，全面促进产业链供应链数字化改造，成为助力传统产业转型升级和乡村振兴的重要力量。电子商务深度链接国内国际市场，企业国际化水平显著提升，统筹全球资源能力进一步增强，“丝路电商”带动

电子商务国际合作持续走深走实。电子商务法治化、精细化、智能化治理能力显著增强。电子商务成为经济社会全面数字化转型的重要引擎，成为就业创业的重要渠道，成为 居民收入增长的重要来源，在更好满足人民美好生活需要方面发挥重要作用。

“十四五”电子商务发展主要指标

类别	指标名称	2020 年	2025 年	备注
总规模	电子商务交易额（万亿元）	37.2	46	预期性
	全国网上零售额（万亿元）	11.8	17	预期性
	相关从业人数（万）	6015	7000	预期性
分领域	工业电子商务普及率（%）	63.0	73	预期性
	农村电子商务交易额（万亿元）	1.79	2.8	预期性
	跨境电子商务交易额（万亿元）	1.69	2.5	预期性

图 2

广州市“十四五”商务发展瞄准直播电商、新业态、农村电商三大着力点。打造直播电商之都，支持运用 5G、VR、AR 等新技术提高直播购物体验，推动“直播+”模式在广州集聚发展，营造全城直播的浓厚氛围。支持私域电商等新业态发展，引导商家利用私域流量降低获客成本。鼓励电商代运营企业发展壮大，帮助传统商家提供优质可靠的代运营服务，做大实物商品网上零售额规模。推动农村电商发展，着力推动农村电商服务乡村振兴战略，培育电商创新创业人才，利用直播电商、社交电商等优势打造农产品电商优质品牌，优化农村电商消费环境。

4.电子商务人才需求与供给分析

第一，电子商务从业人员需求快速增长。随着电子商务的快速增长，电商企业对电商人才需求也在不断增加。根据 《“十四五”电子商务发展规划》的要求，到 2025 年，电子商务相关从业人数将达到 7000 万人，较 2020 年的 6015 万人增长 985 万人，年均增长约 200 万人。截至 2022 年 3 月，电商直接就业和网络创业从业人员达到 4126.32 万人，电商信息技术从业人员达到 487.1 万人，

电商服务业从业人员达到 884.95 万人，电商支撑行业从业人员达到 1229.43 万人，合计 6727.8 万人，从业人员数量较 2020 年 6015 万人，增长了 712.8 万人，从业人员增长速度非常快。随着电子商务产业链不断延长，电子商务相关企业的不断增加，对于各类电商人才的需求也在快速增长。

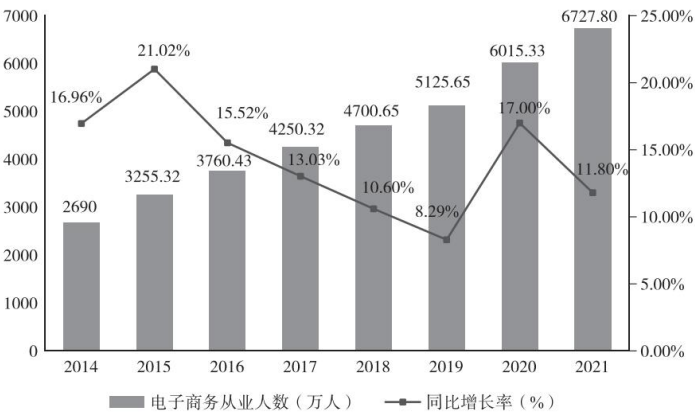


图 1-12 2014—2021 年全国电子商务就业规模

图 3

第二，对于电子商务从业人才行业分布和就业岗位，随着互联网技术在各行业中的应用，电子商务专业人才从业范围也逐步扩大，并不局限于电子商务类企业，已经进入传统的一、二、三产业。随着互联网加速从消费环节向生产环节的延伸，实体产业成为新一代电子商务发展的重要基础和支撑；电子商务在服务业的深入发展催生出更多的新型服务；农村电子商务的发展成为农村现代化发展的重要推动力。三大产业的数字化转型，为电子商务人才提供了更多的工作机会。因此，电子商务专业人才的从业范围除了互联网/电子商务行业，还包括农业、工业互联网、新能源、新技术、计算机、贸易/进出口、金融业、快速消费品、高校、政府等，从业范围十分广泛。

在电商人才应具备的素质上，被调查企业中，刚毕业中职生或实习生如果想快速成才，需具备的 15 项素质，其中最重要的 5 项素质：工作执行能力占比 52.48%；持续学习能力占比 66.34%；责任心和敬业度占 47.52%；困难与挫折承受力占 36.63%；专业知识和技能和问题解决能力都占 32.67%。

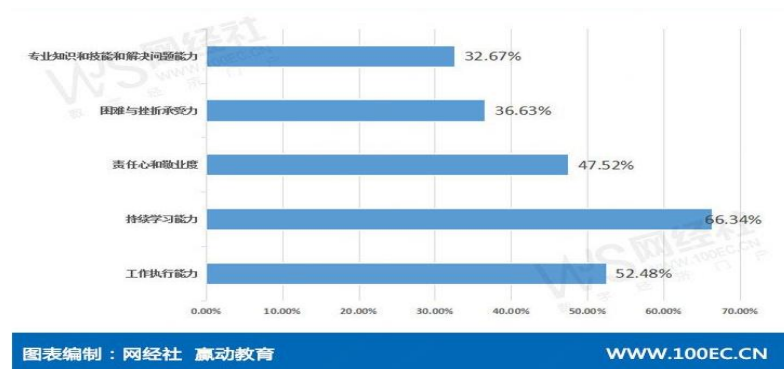


图 4

可见，学习能力、执行能力和责任心敬业度排前三名，持续学习能力成电商卖家最看重能力。也说明了电商企业对刚毕业中职生的核心要求。

电子商务类专业主要的就业岗位有三个方向，一是技术类岗位，主要从事软件/平台的设计与开发、网页美工、数据库建设、程序设计、平台搭建与维护以及平台开发相关的技术工作；二是运营类岗位，主要从事企业网络营销推广、平台运营、内容服务、客户服务、供应链服务、专业法律服务等平台运营和店铺运营类工作；第三个方向是综合管理类，综合管理类对人才要求较高，需要有扎实的专业知识、较强的沟通协调能力和一定的工作经验，主要从事平台企业综合管理、平台开发项目经理等工作。

电商岗位分类	电商岗位	工作描述
技术类人才	电子商务平台设计开发	主要从事电子商务第三方平台规划、设计、开发等工作，包括了业务、安全、数据库等方面的规划、设计及开发工作
	网站策划	主要从事企业自建电子商务网站业务、安全等方面的策划
	网站设计、开发及维护	主要从事企业自建电子商务网站页面设计、数据库建设、程序设计、站点管理与技术维护等工作
	美工	主要从事平台颜色处理、文字处理、图像处理、视频处理等工作
商务类人才	网络营销	主要是利用网站为企业开拓网上业务、网络品牌管理、客户服务等工作
	外贸电商	利用网络平台开发国际市场，进行国际贸易
	网站运营	频道规划、信息管理、频道推广等
	网站推广	负责销售电子商务系统和提供电子商务支持服务、客户管理等
综合管理人才	项目经理	负责具体项目的实施计划、进度控制、质量把控等，这类人才要求既对计算机、网络和社会经济有深刻的认识，而且又具备项目管理能力
	部门经理	主要从事企业电子商务企业某一职能部门的管理

第三，企业对电子商务专业人才提出了新的要求。企业电子商务新业态新模式不断涌现，对电子商务的人才需求在不断增加，岗位职能也随着业务的变化在不断更新，同时对能力和素质的要求更高，业务岗位更细分精准。跨境电商、农村电商、直播电商等新模式的出现，对电子商务人才在垂直行业的专业技能提出更高的要求。跨境电商具有全球化贸易的特殊属性，这要求从业人员不仅要具备电子商务的相关知识，也要具备相应的国际化技能，如与国外用户沟通、跨文

化交流的能力需要掌握相应的外语水平，了解当地的文化，了解国际的法律法规等。农村电商在产品、物流、营销等方面都与工业品具有一定的区别，从事农村电商的专业人才需了解农产品的特点、农村产业链的特色，具备一定的行业知识背景，才能更好地从事相关工作。随着直播和短视频等新媒体的兴起，催生了网络销售员等新型人才的需求，因此对于相应人才的培养也有了新的侧重点。

（三）职业岗位（群）的情况

随着电子商务行业的迅速发展，电子商务职业岗位也变得越来越多样化和复杂化。电子商务职业岗位包括但不限于电子商务运营、电子商务营销、电子商务客服、电子商务数据分析等。下面将介绍电子商务职业岗位的职业素质和能力要求，以及典型工作任务分析。

1.电子商务职业岗位职业素质和能力要求

（1）职业道德和行为态度：电子商务行业需要诚信、负责任和专业的从业者。对于电子商务职业岗位的学生来说，首先需要具备良好的职业道德，诚实守信、遵纪守法、尊重他人、具有高度的责任感和团队合作精神。

（2）文化素质和专业基础知识：电子商务职业岗位的学生需要具备优秀的文化素质和广泛的专业知识，包括但不限于商业、经济、市场营销、人际关系等方面的知识。此外，学生需要具备良好的英语水平，掌握国际贸易和跨文化沟通的基本知识。

（3）职业技能和职业能力：电子商务职业岗位需要学生具备良好的职业技能和职业能力，包括但不限于市场调研、产品规划、数据分析、运营管理、客户服务、项目管理等方面的技能和能力。学生还需要具备良好的计算机技能，熟练掌握 Microsoft Office、Photoshop 等软件。

（4）身心健康：电子商务职业岗位需要学生具备良好的身心健康，保持积极乐观的心态，具有较强的应变能力和抗压能力。

2.电子商务职业岗位典型工作任务分析

第一：电子商务运营

电子商务运营是电子商务职业岗位中的重要岗位之一，需要学生具备市场分析、产品规划、流量分析、订单管理、物流配送等方面的技能和能力。电子商务运营的工作任务包括但不限于：

- (1) 负责网站内容更新、商品上架、价格维护等日常运营工作。
- (2) 负责网站流量统计、分析、评估，优化网站推广策略。
- (3) 负责订单管理、库存管理、物流配送等后端工作。
- (4) 负责客户服务，解答顾客问题、处理投诉等。
- (5) 跟进销售情况，制定销售策略、促销活动等。

第二：电子商务营销

电子商务营销是电子商务职业岗位中的重要岗位之一，需要学生具备市场分析、产品定位、品牌策划、数字营销等方面的技能和能力。电子商务营销的工作任务包括但不限于：

- (1) 负责制定市场营销策略、分析市场需求和竞争情况。
- (2) 负责产品定位、品牌策划和宣传推广。
- (3) 负责数字营销，包括 SEO、SEM、社交媒体推广等。
- (4) 负责客户关系管理，维护顾客关系，提高顾客满意度和忠诚度。
- (5) 负责销售业绩监控，制定销售目标、促销计划等。

第三：电子商务客服

电子商务客服是电子商务职业岗位中的重要岗位之一，需要学生具备良好的沟通技能、服务意识和解决问题的能力。电子商务客服的工作任务包括但不限于：

- (1) 负责处理顾客的咨询、投诉、退换货等问题，保证顾客满意度。
- (2) 负责跟进订单状态，协调物流配送等后端工作。
- (3) 负责客户关系管理，提高顾客满意度和忠诚度。
- (4) 协助销售团队，提高销售额和客户转化率。

第四：电子商务数据分析

电子商务数据分析是电子商务职业岗位中的重要岗位之一，需要学生具备数据分析、数据挖掘、统计学等方面的技能和能力。电子商务数据分析的工作任务包括但不限于：

- (1) 负责数据收集、整理、分析和挖掘，提供决策支持。
- (2) 负责制定数据分析报告，提供业务分析和趋势分析。
- (3) 负责制定数据分析方法和工具，提高数据分析效率和准确性。
- (4) 协助营销团队和运营团队，提高业务效率和销售额。

总的来说，电子商务职业岗位是一个高度专业化的领域，对学生的职业素质和能力要求较高，需要学生具备丰富的专业知识和实践经验，同时也需要具备较高的职业素质和能力。学生应该注重实践能力的培养，不断提高自己的职业技能和职业素质，努力成为电子商务领域的优秀从业者。

（四）职业资格和行业规范要求情况

1.职业资格证书分析

国家职业资格证书是由国务院人力资源和社会保障部门颁发的具有法律效力的职业技能等级证书，可证明持有人在特定职业领域内的职业素质和技能水平。持有电子商务职业资格证书可以提高求职者的就业竞争力，也可以帮助从业者提升自身职业技能和职业水平。

与电子商务专业培养方向有关的 1+X 证书和技能等级证书包括：电子商务实战运营师、网店运营推广师、电子商务推广师、电商客户服务师、自媒体运营师等。此外，还有一些与电子商务相关的技能等级证书，如 Java 程序员、网页设计师、Python 程序员、数据分析师等。

这些证书对职业知识与技能的要求主要包括以下方面：

（1）电子商务基础知识：包括电子商务概念、发展历程、商业模式等基本知识。

（2）电子商务平台运营：包括电商平台搭建、商品管理、订单管理、客户服务等方面的知识和技能。

（3）电子商务推广：包括搜索引擎优化、社交媒体运营、网络广告投放等方面的知识和技能。

（4）电子商务数据分析：包括数据采集、数据分析、数据挖掘等方面的知识和技能。

（5）电子商务法律法规：包括电子商务相关法律法规、知识产权保护等方面的知识。

总的来说，这些职业资格证书对持证人的电子商务专业知识、技能、经验和职业素养都有一定的要求。行业企业对电子商务相关证书的认可度因行业和企业而异。一般来说，拥有相关证书可以证明你具备一定的电子商务技能和经验，有助于提高求职竞争力和职业发展。但是，证书仅代表一定的理论知识和技能水平，

实际工作经验和能力更为重要。因此，行业企业不仅会看重证书，还会注重个人实际能力和成就。

但可以肯定的是，行业企业对电子商务有关的 1+X 证书和技能等级证书的认可度在逐渐提高。这是因为随着电子商务的快速发展，越来越多的企业开始意识到电子商务人才的重要性，并开始注重招聘拥有相关证书和技能等级的人才。此外，一些政府部门也在推动 1+X 证书和技能等级证书的普及和认可，加强对电子商务人才的培养和评价，以满足行业企业对人才的需求。因此，持有 1+X 证书和技能等级证书的人才在找工作和职业发展方面将会具有更大的优势。

2. 行业规范要求分析

电子商务行业主管部门发布的技术规范和行业标准，对电子商务企业的运营和发展具有指导作用。行业主管部门发布的技术规范和行业标准主要包括以下几个方面：

（1）电子商务基础规范：包括电子商务的概念、基本特征、技术架构和数据标准等。

（2）电子商务安全规范：包括电子商务安全的基本原则、安全技术和安全管理等。

（3）电子商务支付规范：包括电子商务支付的原则、支付方式、支付安全和支付服务等。

（4）电子商务物流规范：包括电子商务物流的基本要求、服务标准、物流管理和物流技术等。

（5）电子商务争议解决规范：包括电子商务争议解决的程序、方式、标准和责任等。

这些技术规范对电子商务企业的运营、管理、服务、安全等方面都有明确的要求和规定，对电子商务企业的运营和发展具有重要意义，有助于提升电子商务行业的规范化水平和服务质量，保障消费者的合法权益，促进电子商务的健康发展。

总之，电子商务专业的职业资格和行业规范要求对电子商务行业的规范化和发展具有重要意义，能够提高行业的服务质量和专业化水平，保障消费者的权益，促进电子商务的健康发展。

（五）中高职学校课程设置情况

电子商务专业是融计算机科学、市场营销学、经济与管理、现代物流管理于一体的交叉学科。在课程设置上要培养掌握相关基本理论和基础知识，具有实践应用能力、懂技术、善策划、强沟通的电子商务复合型人才。

通过多年对市场环境的分析和学生就业方向的调研发现，中职学校和高职业院校普遍开设了电子商务专业。但根据不同的招生模式，中高职阶段的人才培养模式也有所不同。以当前电子商务专业学生毕业后的发展方向为例，多数学生选择升学，少数学生选择就业。因此，项目主要以兼顾学生毕业后不同发展方向达到平衡来研究更适合的中职阶段人才培养方案。我们选择了多所高职院校和中职学校的人才培养方案进行调研。

表 1 2023 级电子商务专业课程设置和学时分配表（中职三年）

学 分 分 类	课 程 类 型	序 号	课 程 名 称	课 程 学 分	教 学 总 时 数	课程对应学期及周课时数					
						第 一 学 期 20 周	第 二 学 期 20 周	第 三 学 期 20 周	第 四 学 期 20 周	第 五 学 期 20 周	第 六 学 期 18 周
必修 课 (57)	思想 素质 (25)	1	经济政治与社会	2	40	2					
		2	职业道德与法律	2	40		2				
		3	哲学与人生	2	40			2			
		4	职业生涯规划与就业指导	2	40				2		
		5	心理健康	2	40	2					
		6	职场礼仪	1	20			1			
		7	音乐	1	20	1					
		8	美术	1	20	1					
		9	思想品德与操行	5		①	①	①	①	①	
		10	公益劳动	5		①	①	①	①	①	
		11	军训	2		②					
	通用 行为 能力 (32)	1	语文一、语文二	4	80	2	2				
		2	数学一、数学二	4	80	2	2				
		3	英语一、英语二	4	80	2	2				
		4	体育（一、二、三、四、五）	10	200	2	2	2	2	2	
		5	财经应用文	2	40				2		
		6	计算机应用基础	4	80	4					
		7	办公软件应用	4	80		4				

限选课 (95)	专业技能 (95)	1	商品拍摄实务	2	40	2						
		2	Photoshop 图像处理技术	4	80	4						
		3	市场调查	2	40	2						
		4	网店美工	4	80		4					
		5	客户心理学	2	40		2					
		6	网店运营管理	4	80		4					
		7	电子商务客服	3	40		2					
		8	营销技能基础	4	80			4				
		9	电子商务实务	4	80	4						
		10	电商直播	5	80			4				
		11	网店推广	4	80			4				
		12	新媒体运营	4	40				4			
		13	电子商务物流	4	80				4			
		14	营销管理实务	4	80				4			
		15	企业管理	4	80				4			
		16	移动电子商务	4	80					4		
		17	电子商务创业	4	80					4		
		18	电子商务案例分析	2	40						2	
		19	国际贸易	4	80						4	
		20	电子商务法	2	40						2	
		21	电子商务英语	2	40						2	
		22	综合专业技能	7			①	①	①	①	③	
		23	校外专业综合实习、高考复习	18								18
任选课 (18)	持续发展与拓展能力 (18)	1	语文三、数学三、英语三或其它任选课	6	120			6				
		2	语文四、数学四、英语四或其它任选课	6	120				6			
		3	语文五、数学五、英语五或其它任选课	6	120					6		
合计		周课时				29	25	28	32	26	18	
		计划学分		177		34	28	31	35	31	18	

表2 2022 级电子商务专业课程设计和学时分配表（高职两年）

课程类型	课程属性	课程模块	课程编码	课程名称	学分	总学时	周学时* 周数 (或) 周数	课时分配表		考核方式	开 课 学 期				课程说明 (含课证融合、课赛融合、认证标准等特色课程)	
								理论学时	实践学时		一	二	三	四		
通识基础类课程	必修课 B	1. 思想政治课程模块	TSB00001	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	3*16	48		考试	3				3 个学分	
			TSB00002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(含马中化)	3	48	3*16	32	16	考试		2			1 学分为实践, 不占课时。	
		2. 体育与健康教育课程模块	TSB00003	体育与健康(一)	2	32	2*16	4	28	考试	2					
			TSB00004	体育与健康(二)	2	32	2*16	4	28	考试		2				
			TSB00005	大学生心理健康教育	1	16	2*8	16		考查	讲 4	讲 4			每次 2 节, 每学期 4 次共 8 节。	
			TSB00006	创新创业教育	2	32	2*16	16	16	考查	1	1				
		4. 军事与安全教育课程模块	TSB00007	军事理论与技能训练	3	128	2 周	16	112	考查	讲 2				技能训练安排 2 周总共 14 天, 以军事训练为主。军事理论讲座 2 次 6 学时, 余下的以超星网络课修读为主。	
			TSB00008	国家安全教育	1	16		16		考查		①			以超星网络课为主, 线下安排 3 次专题辅导。	
		5. 劳动教育课程模块	TSB00009	劳动教育	2	32	2*16	16	16	考查	1	0.5	0.5		第一学期理论课 1 学分, 2-3 学期实践学分 0.5	
		6. 文化基础课程模块	TSB00010	中华优秀传统文化	2	32	2*16	16	16	考查		2			根据不同专业开展模块化教学	
			TSB00011	大学英语(一)	2	32	2*16	16	16	考试	2				结合英语考证	
			TSB00012	大学英语(二)	2	32	2*16	16	16	考试		2				
			TSB00013	经济数学(一)	2	32	2*16	16	16	考试	2				结合大学生数学建模比赛, 开展项目化教学	
			TSB00014	经济数学(二)	2	32	2*16	16	16	考试		2				
		7. 职业素养课程模块	TSB00015	数字素养与技能	2	32	2*16	16	16	考查	2				结合计算机考证	
			TSB00016	智慧财经素养	2	32	2*16	16	16	考查			2		结合全国财经素养大赛赛课融合	
		小计					33	608		280	328		13	11.5	2.5	0
	选修课 A	8. 国史党史课程模块	TSX00001、 TSX00002、 TSX00003、 TSX00004。	中共党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、世界文明史及其他(任选一)	1	15	1*16	12	4	考查		1			教师自主挂课与超星网络平台课结合进行通识基础任意选修课开设。	

		9. 技术与管理课程模块	TSX00001 TSX00002 TSX00003 TSX00004	情商与智慧人生、人工智能与信息社会、法律与社会、趣味经济学、有效沟通技巧、情绪管理、组织行为与领导力及其他（任选一）	2	32	2*16	16	16	考查			2		同上		
	小计				3	47		28	20		0	1	2	0			
	合计				36	655		308	348		13	12	2	0			
专业类课程	必修课 B	10. 专业群（学院）平台课模块（5 门）	ZQP00001	商品拍摄与图片处理	2	32	2*16	16	16	考查	2						
	小计				2	32		16	16		2	0	0	0			
	必修课 B	11. 专业基础课模块（各专业根据学分控制总量调整课程门数、学分和课时量）	ZJB00001	跨境电子商务实务	4	64	4*16	32	32		4						
			ZJB00002	视觉设计与营销	2	32	2*16	16	48		2						
			ZJB00003	网店运营与推广	4	64	4*16	16	48	考查		4					
			小计				10	160		64	128		6	4	0	0	
		12. 专业核心课模块（按照项目化和模块化设计课程，课程排在 4、5 两个学期）	ZHB00001	*新媒体运营	4	64	2*16	32	32			4					
			ZHB00002	*电商文案策划与写作	2	32	2*16	16	16			2					
			ZHB00003	*短视频与直播运营	4	64	4*16	16	48					4			
			ZHB00004	*商务数据分析与应用	2	32	2*16	16	16					2			
			ZHB00005	*推销技巧与商务谈判										2			
			ZHB00006	专业综合实训	2	56	2 周		56	考查				②			
			小计				14	248		80	168		0	6	8		
		合计（设置专业核心课 6 门，课程名称前添加“*”符号表示）				26			160	312		8	10	8			
	选修课 X	13. 产教融合项目化课程模块（指产业学院开设项目化课程，选择一个企业项目）	ZYX00001	新媒体运营实训	2	32		0	32	考查			2				
		14. 专业信息化应用项目化课程模块	ZYX00002	1+X 电商相关证书培训	2	32	2*16	16	16	考证			2				

		小计			4	64		16	48		0	0	4		
	合计				30			176	360		8	10	12		
拓展类课程	选修课 X														
		15. 职业核心能力课程模块（四选一）	TZX00003 TZX00004 TZX00005	商务沟通与礼仪、领导力提升与团队管理、商业计划与项目演练、财税职业技能训练）	2	32	2*16		32	考查			2		
		16. 数字技术应用课程模块（四选一）	TZX00009 TZX00010 TZX00011 TZX00012	数据分析实用技术、人工智能导论、区块链应用技术、物流应用技术	2	32	2*16	16	16	考查			2		
		合计（8 个学分、从 12 门课中选修 4 门课）				4	64		16	48		0	0	4	
	综合能力类课	必修课 B	17. 社会实践模块（七大模块）	ZHB00001	第二课堂	2	56	1-2 学期		56	考查	①	①		
18. 岗位实习模块			ZHB00002	顶岗实习	15	420	15 周		420	考查				⑮	
19. 毕业论文（设计）模块			ZHB00003	毕业设计（论文）	3	84	3 周		84	考查				③	
合计				20	560			560		0	0	0	0		
总计（总学分/总学时）					90			500	1316		21	22	16	0	

通过比对电子商务专业中高职院校课程体系内容，可得出以下结论：

1. 基础课程侧重方向不同。根据学生不同阶段年龄结构和知识储备的不同，中高职院校在基础课程的设置上也不尽相同。中职阶段在学生基础课程方面，注重衔接学生初中的基础知识，在学生语文、数学、英语、思想政治、心理健康、历史等方面进行培养。而高职阶段，学生心智年龄、价值观念已趋成熟，社会视野达到一定水平，需要通过侧重思想政治、心理健康教育、形势政策、马克思主义理论等综合素养进行培养。

2. 专业课程内容呈阶梯式递进关系。电子商务在市场发展中一直以来是呈现体系庞大、内容更新速度快的特点。在专业课程设置上也要随着市场的发展而不断调整。但是，电子商务专业的理论基础要掌握扎实，这其中，就会出现少量课程会在中高职课程体系中有交叉和重复，也会导致学生缺乏新鲜感和兴趣。但只

要充分调研、合理设计是可以让学生所学知识呈阶梯式递进上升的。因此，当前在中职阶段所注重打牢电子商务专业底层知识建构的横向基础，而在高职阶段通过对专业深度的挖掘和能力的深入培养，让学生适应电子商务专业发展的节奏，提升适应就业环境的专业综合素养。

3. 课程内容呈现多元化方向。根据市场需求和发展趋势，多所院校在电子商务专业课程上采用公共基础课/通识课+专业课+方向课结合的方式开设。在中职类学校中，开设方向类课程，包括：客服、美工、运营、跨境电商、移动电商、数字电商等。实现在传统课程教学的基础上，增设特色方向课程。为学生学精、学专业基础知识奠定基础。

4. 重视学生电子商务职业技能的培养。专业技能型人才重在技能的培养。技能的培养要结合发挥企业的力量。通过调研，发现中高职院校均对校企合作十分重视。为学生提供了真实操作和运营实践，掌握现代运营技能的平台。因此，引企入校、校外实训，找寻专业对口的实训平台和实践内容是理论转化为实践、积累专业经验、引导积极就业的有效方式。

5. 中职学生高职入学率未能完全达标。在注重技能型电子商务人才培养的模式中，中职生在毕业前需要参加岗位实习。步入职业岗位，部分学生适应能力强，潜力足，在岗位中发展较好。这其中，又有部分学生对校园生活和专业学习的兴趣不浓，会导致中职毕业后选择继续工作，放弃升学机会。直接会导致合作的高职院校比较被动，入学率不达标。这种现象的出现也是需要在学生中职阶段对其进行客观的职业生涯规划引导的。

（六）学生学习状况

1. 学习动机

随着互联网技术的不断发展，电子商务已成为一个全球性的产业。在中国，互联网用户数量惊人，电子商务直接或间接带动的就业人数也不断增加。因此，越来越多的学生选择学习电子商务这一专业，希望从中获得实际有用的知识，并为未来的就业奠定基础。

然而，兴趣和实际运用价值并不代表学习动机。因此，我们需要探讨更深层次的原因，为什么电子商务专业成为众多学生的热门选择？

首先，电子商务的飞速发展，为学生提供了广阔的就业机遇。在中国，直接

从事电子商务服务的从业人员数量已经十分庞大，而电子商务行业的发展将会不断拓展就业市场。因此，学生选择学习电子商务，不仅能为未来的就业打下基础，还能够抓住时代发展的机遇。

其次，电子商务专业注重实践应用。通常情况下，学生所学习的技能和知识都能够在实际生活和工作中得到应用。例如，腾讯、京东、淘宝等平台已经成为人们生活中离不开的重要元素，学生们在学习过程中不仅能够接触到更多实际案例，也能将所学习的知识与生活紧密联系起来。此外，对于学生来说，实践动手能力也是很重要的。大多数学生非常善于动手，能够在具体操作中取得更好的学习效果。因此，在学生选择专业的过程中，他们需要考虑到自己的实际情况，评估自己的特长和能力，找到最适合自己的学习和发展方向。

需要注意的是，学习动机并不是单一的原因或因素所能决定的。学生在选择专业时，需要充分考虑自己的兴趣爱好、能力优势、未来发展前景等多个方面，从而找到最适合自己的学习和发展方向。

电子商务专业以其广阔的就业前景和实践应用价值成为众多学生的热门选择。对于学生来说，选择该专业的过程需要充分考虑自身的兴趣、能力、未来发展前景等多个方面，为自己的未来奠定坚实的基础。

2. 学习状况

目前学生在学习中存在以下一些情况：

- (1) 部分学生对实践操作的重视程度不够，理论与实践结合不紧密。
- (2) 对新技术、新趋势的关注度和学习能力有待提高。
- (3) 在团队协作和沟通能力方面还需进一步加强。

三、调研结论

（一）调研结论

电子商务专业是融计算机科学、市场营销学、经济与管理、现代物流管理于一体的交叉学科。在课程设置上要培养掌握相关基本理论和基础知识，具有实践应用能力、懂技术、善策划、强沟通的电子商务复合型人才。

通过对兄弟院校的调研发现，大部分高职院校普遍开设了电子商务专业。通过对多所高职院校的人才培养方案进行调研，我们得出以下结论：

高职院校电子商务专业课程体系总体普遍采用公共基础课+专业（技能）课+方向课结合的方式开设，其中公共基础课程普遍包含思政类课程、通识类课程、以及公共实践课程，专业（技能）课程普遍包含专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程、以及专业选修课程，方向类课程针对岗位方向设置了包括新媒体、美工、运营、跨境电商、数据分析等。

通过调研，发现中高职院校均对校企合作十分重视。电子商务专业技能型人才的培养需要结合发挥企业的作用，为学生提供了真实操作和运营实践，掌握现代运营技能。因此，引企入校、校外实训，找寻专业对口的实训平台和实践内容是理论转化为实践、积累专业经验、引导积极就业的有效方式。

在注重技能型电子商务人才培养的模式中，大部分高职院校采用 2+0.5+0.5 的人才培养模式，在第五学期将课程与企业实践结合，并在第六学期引导学生参加岗位实习，学生提前步入职业岗位，能够提升适应能力，为毕业的就业奠定良好的基础。

（二）对策与建议

以党建引领专业建设，坚持立德树人，与龙头企业深度合作推进产教融合，以电子商务数字供应链和新媒体运营技术赋能专业建设，将人才培养与产业需求高度契合。开展现代学徒制培养，立足职业教育特征，构建职教本科等多层次纵向贯通的人才培养体系。校企深度合作，构建产业与专业群、技术与课程体系、业务与实践教学体系、企业专家与双师队伍建设、岗位与就业体系、国际业务与国际化人才培养等“五对接”的创新人才培养模式。

1. 校企深度推进产教融合，实现产业与专业群对接

联合行业领军企业深化校企合作推进产教融合，为学生提供真实业务和环境的实训；开展现代学徒制培养，重点研究数字经济、AI、人工智能等前沿技术在财经商贸的运用，在人才培养和技术技能服务等方面契合财经产业发展，助力财经产业变革和创新。

2. 深化引企入教，实现岗位技能与课程体系的对接。

聚焦 AI 数字人、人工智能等新技术，改造传统课程，开发新课程，注重培养学生的专创能力。按照书证融通、课证融通的思路，对专业相关等课程进行改造和重构，实现学历教育证书与职业技能等证书相融通。利用虚拟仿真、大数据等技术，建成一批技术含量高、共享程度高、辐射带动力强的在线开放课程群、资源群。

3. 开展生产性实习实训，实现业务与实践教学体系的对接

与京东、阿里集团等行业领军企业，共建共享生产性实训基地，优化和完善电子商务直播、短视频运营等行业真实场景的实训基地，让学生在真实情境中掌握知识，缩短理论知识与实际操作的距离，形成智能化的实践教学体系。

4. 利用企业培训资源，实现企业专家与双师队伍建设的对接

推动与大中型企业合作建设“双师型”教师培养培训基地，实施高层次人才“特聘培组”计划，引进企业领军人才，培育专业带头人和骨干教师，组建高水平的教产学研创新团队。产学研结合，定期安排专业教师下企业实践和挂职锻炼，培养教师“一专多能”，聘请行业企业大师名匠兼职任教，组建具有高超技术的高水平双师队伍。

5. 以产业需求为导向，实现岗位与就业体系的对接

通过校行企调查交流，时刻把握市场人才需求现状与特点及趋势，并将市场电子商务人才供求比例、关联岗位就业质量作为电子商务专业结构调整的重要依据，做好与企业人才供求对接。

附件4

电子商务专业人才培养方案

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：供应链运营专业群

二、入学要求

- 要求：普通高级中学、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

- 年限：学制2年，弹性学习不超过5年

四、职业面向

学段	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	职业技能等级证书、社 会认可度高的行业企业 标准和证书举例
高职	财经商贸大类 (53)	电子商务类 (5307)	互联网和相关服务 (I64)、商务服 务企业(L72)	2-09-06-01视觉传达设计 师、4-01-02-02 电子商务 师、4-01-02销售人员、 4-07-02-03 客户服务管 理员、4-07-02商务咨询服 务人员	视觉设计岗位、运 营管理岗、供应链 管理岗、电商主播 、直播短视频策划 、跨境电商运营、 网络营销、营销推 广、客户服务、项 目策划、网络信息 编辑等。	1+x“网店运营推广”（中级） 、1+x证书“电子商务数据分 析营”（中级）、1+X电商直 播职业技能等级证书（中级 ）

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，德、智、体、美、劳全面发展，践行社会主义核心价值观，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握产品摄影与网络美工、网络营销与推广、网店运营与管理、商务数据分析与应用等知识和能力，适应粤港澳大湾区电子商务产业和产业高端发展需要，面向互联网行业和相关服务职业群，能够从事运营管理、营销推广等工作的高素质高水平技术人才。

（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，总体上须达到以下要求：

1. 素质目标

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观；

（2）具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识；

（3）具有良好的“合作、创新、诚实、守信”的电子商务职业素养和职业道德，有精益求精的工匠精神和客户至上的服务意识；

（4）尊重劳动、热爱劳动，具有较强的电子商务岗位实践能力；

（5）具有效益意识、环保意识、安全意识、规范意识、质量意识、竞争意识信息素养和创新精神；

（6）具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，在电子商务运营管理的服务中与社会、自然和谐共处；

（7）具有良好的身心素质和人文素养；具有健康的体魄和健全的人格；具有职业生涯规划意识；

（8）具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；

（9）掌握有效的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力；

（10）具有良好的身体、心理素质和克服困难挫折的素质。

2. 知识目标

- (1) 掌握计算机网络、电商专业英语基础知识；
- (2) 掌握电子商务网店运营管理各环节的管理知识；
- (3) 掌握本土贸易、跨境贸易、网络营销与推广等专业知识；
- (4) 掌握商务数据的采集和处理原理；
- (5) 掌握新媒体营销平台运营基本知识；
- (6) 掌握本专业所需的物流与供应链管理知识；
- (7) 掌握本专业所需的短视频与直播知识；
- (8) 掌握本专业所需的客户服务知识；
- (9) 熟悉新零售运营管理基本知识；
- (10) 掌握电子商务营销策划的知识；
- (11) 掌握电子商务视觉营销的知识。

3. 能力目标

- (1) 具备网店运营项目战略规划能力；
- (2) 具备网店运营日常运营管理能力；
- (3) 具备网店运营岗位美工和文案能力；
- (4) 具备新媒体直播带货和网络直播能力；
- (5) 具备网店运营以及新媒体平台运营营销与推广能力；
- (6) 具备产品运营、品牌运营、店铺运营所需要的沟通协调能力；
- (7) 具备电子商务客户关系管理能力；
- (8) 具备新媒体短视频编辑与制作、图文策划与排版、运营方案实施与推广的能力；
- (9) 具备电子商务运营团队管理能力；
- (10) 能够根据运营目标，采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测的能力。

六、课程设置及要求

(一) 人才培养模式

以党建引领专业建设，坚持立德树人，与龙头企业深度合作推进产教融合，以电子商务数字供应链和新媒体运营技术赋能专业建设，将人才培养与产业需求高度契合。开展现代学徒制培养，立足职业教育特征，构建职教本科等多层次纵向贯通的人才培养体系。校企深度合作，构建产业与专业群、技术与课程体

系、业务与实践教学体系、企业专家与双师队伍建设、岗位与就业体系、国际业务与国际化人才培养等“五对接”的创新人才培养模式。

1. 校企深度推进产教融合，实现产业与专业群对接

联合行业领军企业深化校企合作推进产教融合，为学生提供真实业务和环境的实训；开展现代学徒制培养，重点研究数字经济、AI、人工智能等前沿技术在财经商贸的运用，在人才培养和技术技能服务等方面契合财经产业发展，助力财经产业变革和创新。

2. 深化引企入教，实现岗位技能与课程体系的对接。

聚焦AI数字人、人工智能等新技术，改造传统课程，开发新课程，注重培养学生的专创能力。按照书证融通、课证融通的思路，对专业相关等课程进行改造和重构，实现学历教育证书与职业技能等证书相融通。利用虚拟仿真、大数据等技术，建成一批技术含量高、共享程度高、辐射带动力强的在线开放课程群、资源群。

3. 开展生产性实习实训，实现业务与实践教学体系的对接

与京东、阿里集团等行业领军企业，共建共享生产性实训基地，优化和完善电子商务直播、短视频运营等行业真实场景的实训基地，让学生在真实情境中掌握知识，缩短理论知识与实际操作的距离，形成智能化的实践教学体系。

4. 利用企业培训资源，实现企业专家与双师队伍建设的对接

推动与大中型企业合作建设“双师型”教师培养培训基地，实施高层次人才“引聘培组”计划，引进企业领军人才，培育专业带头人和骨干教师，组建高水平的教产学研创新团队。产学研结合，定期安排专业教师下企业实践和挂职锻炼，培养教师“一专多能”，聘请行业企业大师名匠兼任任教，组建具有高超技术的高水平双师队伍。

5. 以产业需求为导向，实现岗位与就业体系的对接

通过校行企调查交流，时刻把握市场人才需求现状与特点及趋势，并将市场电子商务人才供求比例、关联岗位就业质量作为电子商务专业结构调整的重要依据，做好与企业人才供求对接。

（二）课程体系设计

1. 课程设计及实现路径

基于人才培养模式，实现思政与技术双赋能，通过素养培育与技能培育的实现过程，完成职业发展能力的培养。开发契合产业升级带来的新技术、新业态、新标准，推进专业课技能要求升级换代，推动技术赋能课程及课程内容逐步提高。以课程思政为引导，将思政元素、职业素养、传统文化的精神内涵融入专业课程，培养高素质复合型职业技能人才。素养能力的培养通过公共基础课程、商贸职业显性素养课程和隐性素养课程，实现职业素养的培养。为了更好地实现数字经济时代对于电子商务人员的技能要求，课程体系的技术路径通过显性技能课程（电子商务数据分析、网店运营管理、电商直播运营等）和隐性技术课

程实现。隐性技术课程将思政与课程融合，以电子商务岗位业务场景为载体，以电商技能实训为手段，实现“电商技能+思政教育”的课程体系设计。

2. 专业课程体系设计思路

电子商务专业面向就业岗位为网店运营、新媒体策划、视觉营销设计等岗位，同时可以适应客服岗位、管理岗位的工作需要。在培养学生基本职业素质的基础上，通过电子商务客户服务课程完成电商客服岗位职业能力培养；通过商品拍摄与处理、电商文案策划等课程强化商品处理及商务策划能力，通过网店运营管理、新媒体运营等课程完成对电子商务运营岗位职业能力的培养；通过电商岗位综合实训等课程培养学生综合岗位能力；通过短视频运营、电商直播等课程完成短视频及直播运营岗位职业能力培养；由于客服、文案、策划、运营岗位职业能力呈现递进趋势，所以课程体系对于职业能力培养亦呈现逐级递进趋势。同时，面向新兴岗位，通过数字商务技术应用等课程在强化学生数字化运营能力的同时，使学生了解数字化运营岗位设置及工作流程。同时，面对电商行业智能化的趋势，通过商务大数据分析可视化与数字人短视频与直播应用等课程模块，使学生掌握数字经济时代下电商数据信息的收集、分析及辅助运营的能力。

3. 实践教学体系设计

实践教学体系基于岗位核心工作能力设计，按照单项模块技能训练、岗位综合能力训练和项目实操训练递进的顺序设计。对于每一门专业课程，均以工作任务为导向，完成单项技能训练。电商模拟经营与电商岗位综合实训，实现对岗位综合能力的训练，通过企业课堂和岗位实习完成电商岗位实操训练。

（三）课程描述

1. 公共基础课程

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
1	思想道德与法治 (一) - (二)	3	48	1.帮助学生理解马克思主义世界观、人生观、价值观、道德观和法治观的基本原理。 2.帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，引导学生尊重和维护宪法法律权威，帮助大学生提高思想道德素质 and 法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。	针对新时代大学生成长过程中面临的思想道德和法律问题,主要包括马克思主义人生观、理想信念、中国精神、社会主义核心价值观、社会主义道德观特别是职业道德教育、中国特色社会主义法治观教育等内容。

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
2	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	1.帮助学生理解习近平新时代中国特色社会主义思想的重大意义、科学体系、丰富内涵、精神实质、实践要求。 2.引导学生深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿的马克思主义立场观点方法。 3.帮助学生增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。	主要讲授习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、新时代坚持和发展中国特色社会主义的总目标总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、全面推进国防和军队现代化、中国特色大国外交、坚持和加强党的全面领导等内容。
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	1.帮助学生准确把握马克思主义中国化的历史进程和理论成果，理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系。 2.引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好，坚定“四个自信”。	以马克思主义中国化为主线，主要讲授马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位、指导意义和实践要求，包括“毛泽东思想”、“邓小平理论”、“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”三个部分。
4	形势与政策（一）-（四）	1	32	帮助学生准确理解党的理论创新最新成果、国内国际形势及党和国家决策部署，引导学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地，坚定“四个自信”。	主要讲授党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观、政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点问题。
5	劳动教育（一）-（二）	1	16	1.提高学生的劳动能力，丰富学生的劳动知识技能，增强学生劳动创新创造技能。 2.教育引导学生树立正确的劳动价值观、崇尚劳动、尊重劳动，培养学生爱岗敬业的工作态度，增强学生责任意识，提升学生综合职业素养。	通过有目的、有计划地组织学生参加日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动，实现技术赋能。学生通过自我劳动、义务劳动、勤工俭学、社会实践、志愿服务、企业实践等，让学生动手实践，出力流汗，接受锻炼，磨炼意志。
6	体育与健康(一)-(三)	5	92	通过合理的体育教育和科学的体育锻炼过程，达到增强体质、增进健康和提高学生体育素养，养成良好的行为习惯，形成健康的生活方式，培养良好的体育道德和合作精神。	健身运动的基本方法和技能；常见运动创伤的处理方法，体能测试和评价体质健康状况；全面发展体能的知识与方法；人体需要的健康营养食品等。
7	大学生心理健康教育(一)-(二)	2	32	使学生明确心理健康的标准及意义，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、情绪调控能力，挫折应对能	心理学有关理论和基本概念；心理健康的标准及意义；大学阶段人的心理发展特征及异常表现，自我调适等基本知识；心理调适技能、自我探索技能、环

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
				力、自我调节能力，切实提高心理素质，培养学生自尊自信、理性平和、积极向上的健康心态，促进学生心理健康素质与思想道德素质、科学文化素质协调发展。	境适应技能、生涯规划技能、学习发展技能等。
8	大学生职业生涯规划	1	16	使学生能正确认知自我，了解职业环境和社会需求，树立正确的择业观，掌握求职技巧，提高自身的就业竞争力和职业素养。	职业生涯规划步骤；自我认知的霍兰德人职匹配测试法、MBTI人格特征测试法、技能测试方法以及价值观测试方法和职业测评法；职业认知的生涯人物访谈法、招聘信息分析法；职业目标确立的SMART原则和目标的树型分解法；就业信息的搜集渠道和方法、求职材料的制作和投递方法、笔试及面试流程及技巧；求职过程中常见的侵权、违法行为；就业形势、了解就业政策法规。
9	就业指导	1	16	使学生认识自己，了解职业特性、专业要求和就业形势，帮助学生树立正确的职业理想和择业观念，合理规划自己的职业生涯；通过职业意识的训练与指导，掌握求职择业技巧，提高就业能力和职业素养，为择业、就业和自主创业做好充分的准备。	自我认知的途径和方法；了解职场的元素，认识职场的途径和方法；理解职业生涯规划及做好职业生涯规划对自己学业和人生事业的重大意义；现实的就业形势与政策法规；就业信息搜索方法，求职择业的方法与技巧；就业心理问题自我调适的方法和技巧；入职面试、笔试等的技巧和原则。
10	创新创业教育（一）-（二）	2	32	使学生掌握创新思维、创新技法和创业基础知识等知识和专业创新实践等技能，提升团队协作和管理、增强创新意识、提高综合素养等方面关键能力，培养学生主动适应国家社会经济发展和人的全面发展需求，正确理解创新与职业生涯发展的关系，树立正确的价值观和就业观。	创新意识的含义、作用及类型；创新与创业的关系；常见的创新技法；创业所需的基本知识；创业者的人格特质；创业精神的内涵和培养方式；创业构想及产生途径；创业团队的概念、成长特征，团队的冲突管理和制定方法；商机识别的主要影响因素和识别过程；商业风险的类型和防范方法；股权融资与债权融资，握融资的渠道，熟悉融资的过程等。
11	军事理论与技能训练	3	128	使学生掌握基本军事理论，增强国防观念，国家安全意识，初步掌握我国军事理论的主要内容等知识和军事训练等技能，培养学生学习和独立思考的能力，增强学生的参军报国想法、国防观念、国家安全意识，弘扬爱	国防、现代国防含义及类型，我国国防历史和现代化国防建设的现状；国家安全的内涵和原则、世界军事及我国周边环境；军事思想的形成和发展过程，我国古代军事思想、毛泽东军事思

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
				国主义精神, 传承红色基因等方面关键能力, 提高学生国防综合能力方面的职业素质。	想、邓小平和江泽民新时期军队建设思想、胡锦涛国防和军队建设思想以及理解习近平强军思想的科学内涵和主要内容; 战争的内涵、特点、发展历程, 新军事革命的基本内涵、发展演变, 机械化战争、信息化战争的形成、主要形态、特征、代表性战例和发展趋势; 各国信息化作战平台的发展现状; 信息化杀伤武器对现代战争的影响。
12	应用文写作	2	32	使学生掌握职场公务应用文和个人交际交往应用文的基本技能, 包括通用类文书、党政公文、商务活动文书、契约文书等文种写作理论知识和写作技巧、文档处理技能, 提升逻辑思维、品读、分析、书面交际等方面关键能力, 形成具有较强政治素养、恪守法规意识、务实严谨、规范写作的职业素质。	了解应用文的性质、特点、写作基本要求; 区别应用语体与文学语体的不同; 职场公务处理和个人交往活动中“必需、够用”文种的写作基本理论、写作技巧; 能写作规范的应用文; 运用各类文种处理事务, 解决实际问题。
13	大学英语(一)-(二)	4	64	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。	英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识; 英语听、说、读、看、写、译技能; 识别、运用恰当的体态语言和多媒体手段; 根据语境运用合适的策略, 理解和表达口头和书面话语的意义, 有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务等。
14	数字素养与技能	2	32	使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术, 了解云计算、大数据、人工智能、物联网、区块链、虚拟现实与元宇宙等新兴信息技术, 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等技能; 提升学生信息意识、计算思维、促进数字化创新与发展能力, 树立正确的信息社会价值观和责任感, 培养学生独立思考和主动探究能力等方面的职业素质。	信息技术对人类生产、生活的重要作用; 现代社会信息技术发展趋势; 常用的工具软件和信息化办公技术; 云计算、大数据、人工智能、物联网、区块链、虚拟现实与元宇宙等新兴信息技术等。

2.专业（技能）课程（部分）

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
----	------	----	----	------	--------

1	数字营销策划实务	2	32	通过本课程的学习，可以使学生系统、完整地了解和掌握数字营销的基本内容和策划能力，以提高分析、判断和策划数字营销的能力，并将所学知识运用到实践中去，为今后从事数字营销实际工作奠定良好的基础。	认知数字营销、营销环境分析、市场和消费者分析、市场调研、营销4P 策略、数字营销网站策略、推广认知及常见方法和撰写数字营销策划方案。
2	网店运营管理	2	32	通过本课程的学习，使学生掌握网上开店、商品发布、网店原理等知识和商品图片拍摄处理、网店装修、网店营销和推广等技能，同时通过工作任务式（项目化）学习提升商品发布、网店管理、网店运营等方面关键能力，从而使学生形成网店运营与管理方面的职业素质。	开店运营流程，课程聚焦于网店规划、商品选品、网店装修、店铺日常运营、营销活动运营、流量运营、营销数据分析。
3	电商文案策划与写作	2	32	通过本课程的学习，使学生掌握电子商务文案的含义、店铺推广文案的写作与排版、微信文案的类型等知识和撰写产品文案、品牌文案、微信文案、短视频与直播文案、海报文案、活动文案、软文、社群营销文案、今日头条文案、知乎文案等技能，同时通过工作任务式及项目化等方式学习提升文案撰写、营销策划、创意设计等方面关键能力，从而使学生形成精益求精、勇于探索、敢于创新方面的职业素质。	初识移动商务文案、构思移动商务文案的创意、移动商务文案的写作方法、写作产品文案、写作品牌文案、写作微信文案、写作短视频与直播文案、写作其他移动商务文案。
4	新媒体运营	2	32	通过本课程的学习，使学生掌握APP运营、微博营销、微信营销、自媒体运营、直播运营、短视频营销、SEO搜索引擎营销等知识和移动互联网营销策略运用、企业微博系统运营、微博自媒体打造、新品上市引爆、微信营销系统操作等技能，同时通过工作项目化学习提升微博营销、微信营销、自媒体运营、直播运营、短视频营销等方面关键能力，从而使学生形成网络销售、电商运营、网络推广方面的职业素质。	新媒体营销认知、新媒体营销定位与策划、新媒体营销文案创作、新媒体图文营销、新媒体短视频营销、新媒体直播营销、新媒体营销数据分析。
5	视觉营销设计	2	32	本课程主要培养学生运用网络资源，深入理解网店视觉营销基础知识，掌握网店布局、文案视觉、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计和视觉营销数据化等	视觉营销基础、电商视觉营销的布局和商品图片的处理、店铺首页的视觉营销设计、专题页和活动页的视觉营销设计、商品详情页的视觉营销设计、广

				职业能力，吸引顾客关注从而提升网店的流量，并且刺激其购物欲望从而使目标流量转变为有效流量，高效率、低成本完成商业贸易活动。	告图的视觉营销设计、移动端店铺的视觉营销设计、短视频的视觉营销设计等。
6	电子商务法律法规	2	32	本书以电子商务从业人员必备的法律知识和法律应用能力为主线，通过从企业调研的第一手资料，以电子商务活动中的典型工作任务为切入点，内容包括电子商务法律法规基础认知、电子商务交易主体身份确认、电子商务交易实施、电子商务中的知识产权利用与保护、电子商务市场规制，为学生开展电子商务业务提供必要的法律知识和法律应用能力储备。	电子商务法律法规基础认知、电子商务交易主体身份确认、电子商务交易实施、电子商务中的知识产权利用与保护、电子商务市场规制等。
7	短视频与直播运营	2	32	通过本课程的学习，向学生传授短视频和直播运营技能，学生能够熟知短视频与直播的基本概念和政策，具备短视频内容运营、拍摄剪辑、直播营销方案策划、直播实践、商业变现等职业技能，为其以后进入工作岗位，培养良好的学习、分析能力奠定了基础。	短视频账号定位、短视频内容运营、短视频拍摄与剪辑、短视频引流与推广、直播电商概述、直播电商的筹备与策划、直播电商的商品规划、直播电商的执行。
8	直播营销推广	2	32	通过本课程的学习，激发学生对直播营销的兴趣，使学生掌握直播营销从业人员必备的各种知识和实战技能，促进学生的就业。	本课程从直播前期的平台选择、团队构建、主播打造、直播营销策划与筹备、直播选品等方面准备工作，到直播营销的引流预告、话术设计、直播间的氛围管理方法、直播间的商品介绍、直播间的促销设计、直播间的用户管理，以及直播结束后的复盘方法等具体实践方法，全方位、多角度地介绍了直播营销过程中每一个环节的知识点和操作技巧。
9	客户服务与管理	2	32	本课程是一门依照高等职业教育培养目标与电子商务企业客户服务与管理岗位需求设置的专业核心课，主要面向电子商务、市场营销、工商管理等相关专业的学生、实体店和网店服务与管理人员、企业运营人员等，以实现技能提升和知识更新。	本课程从客户服务与管理、技术与工具、客户开发、客户沟通、客户信息管理、客户满意度管理、客户忠诚度管理、客户投诉管理、客户服务策略等多个角度，采用理论与案例相结合的形式，深度剖析了客户服务与管理的核心思路和方法，旨在帮助学生掌握实施客户

					服务与管理的有效策略和方法。
10	跨境直播电商	2	32	通过本课程学习，使学生掌握跨境直播电商的基本概念、特点和发展趋势，了解跨境直播电商的市场环境；熟悉主流跨境直播电商平台的特点、规则和操作流程，能够独立完成店铺的开设、产品上架、直播销售等任务；学会进行跨境市场分析，了解目标市场的消费者需求、消费习惯以及竞争态势，能够制定合理的营销策略；掌握直播营销技巧，包括直播内容的策划、直播过程中的互动、产品展示与解说等，提升直播效果；了解跨境支付、物流、税收等方面的知识，确保跨境直播电商业务的合规运营；培养学生独立思考、解决问题的能力，能够灵活应对跨境直播电商中的各种挑战；提高学生的团队协作能力，能够与团队成员有效配合，共同完成跨境直播电商项目；激发学生的创新思维和创业意识，鼓励学生在跨境直播电商领域进行创新和创业；培养学生的跨文化交际能力，能够与国际消费者进行有效沟通，提升客户满意度。	跨境直播电商概述、跨境直播电商平台与运营、跨境市场分析、直播营销技巧、跨境支付、物流与税收、跨文化交际能力、实战演练与案例分析。
11	国际商务文化与礼仪	2	32	通过本课程的学习，使学生了解中国以及中国主要贸易伙伴的传统文化习俗以及该国或地区跨境电子商务环境中的商务活动新特征，形成注重商务礼仪与尊重文化习俗差异的意识和习惯。	国际商务文化与礼仪认知，以及以加拿大、美国为代表的北美国家，以西班牙、英国、法国、德国等为代表的欧洲主要国家，巴西、俄罗斯、印度、中国、南非金砖五国，以乌克兰、沙特阿拉伯、伊朗为代表的“一带一路”沿线国家，日本、韩国、新加坡、印度尼西亚、泰国、越南、菲律宾、马来西亚等东亚及东南亚国家，以澳大利亚、新西兰为代表的大洋洲国家的国际商务文化与礼仪。

12	跨境电商客户服务	2	32	通过本课程的学习，使学生了解售前、售中、售后三个阶段的相关业务内容以及提升客户满意度、忠诚度和挽回流失客户的方法，掌握跨境电商客户服务工作人员在实际工作中的专业方法和实用技巧，提高客户服务的业务技能水平。	跨境电子商务客户服务导论、跨境电子商务客户分析、跨境电子商务售前客户服务与沟通、跨境电子商务售中客户服务与沟通、跨境电子商务售后客户服务与沟通、跨境电子商务客户满意度管理、跨境电子商务客户忠诚度管理、跨境电子商务客户流失与挽回。
13	跨境电商运营	2	32	通过本课程的学习，使学生了解跨境网店运营岗位要求及跨境电子商务的运营流程，掌握跨境店铺的运营和管理、营销与推广、物流设置、财务体系建设、客户管理等知识，提高在亚马逊等平台的运营技能水平。	跨境网店运营和管理、跨境电子商务的业务流程、跨境店铺的营销与推广、跨境电商物流、跨境电商财务体系建设、跨境电商客户管理等基础理论知识，以及亚马逊等平台的运营实践操作。
14	农产品营销推广	2	32	通过本课程学习，使学生掌握农产品营销推广的基本理论、方法和技巧；熟悉农产品市场分析、消费者行为分析的方法；学会制定农产品营销推广策略，包括产品定位、品牌建设、渠道选择、促销策略等；掌握农产品网络营销的常用工具和技术，如搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销（SMM）、内容营销等；培养学生独立思考、分析问题和解决问题的能力；提高学生团队协作、沟通表达和创新能力；激发学生对农产品营销推广领域的兴趣和热情，培养其终身学习的意识和能力；引导学生关注农产品市场的发展趋势，培养其敏锐的市场洞察力和应变能力。	农产品营销推广概述、农产品市场分析、农产品营销推广策略、农产品网络营销、农产品营销推广实战操作、农产品营销推广前沿与趋势
15	农产品电商运营	2	32	通过本课程学习，使掌握农产品电商运营的基本概念和原理，了解农产品电商的发展趋势和市场环境；熟悉农产品电商平台的运营规则和流程，能够熟练使用农产品电商平台进行产品上架、订单处理、物流配送等操作；学会进行农产品市场分析，了解消费者需求和行为，能够根据市场变化调整运营策略；掌握农产品电商运营中的营销策略和技巧，包括产品定位、品牌建设、促销策略等；培养学生独立分析和解决问题的能力，能够灵活运用所学知识解决实际运营中的问题；提高学生的团队协作和沟通能力，能够与团队成员和合作伙伴有效配合。 培养学生的创新思维和创业意识，激发其对农产品电商行业的兴趣和热情；引导学	农产品电商运营概述、农产品电商平台运营、农产品市场分析、农产品电商运营策略、农产品电商运营风险管理、农产品电商运营案例分析与实践。

				生关注行业动态和市场趋势，培养其敏锐的市场洞察力和应变能力。	
16	农村电商项目管理	2	32	通过本课程学习，使学生掌握农村电商项目管理的基本概念、原理和方法；熟悉农村电商项目的生命周期和项目管理流程；学会使用项目管理工具和技术，如进度管理、风险管理、质量管理等；掌握农村电商项目中的物流配送管理、售后服务管理、农产品质量安全管理等关键管理领域；培养学生独立思考、分析问题和解决问题的能力，能够灵活应对项目中的挑战；提高学生的团队协作、沟通和领导能力，能够与项目团队和利益相关者有效互动；激发学生的创新思维和创业意识，鼓励其在农村电商领域进行创新和创业；培养学生的责任心和职业素养，能够遵循职业道德规范，保证项目质量和安全。	农村电商项目管理概述、农村电商项目管理流程、农村电商项目关键管理领域、物流配送管理售后服务管理、农产品质量安全管理、农村电商项目管理工具和技术、进度管理工具、风险管理工具、质量管理工具、农村电商项目管理案例分析与实践。

3.专业（群）平台课程

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	要教学内容
1	商务数据分析	2	32	本课程主要以商务数据分析的理论知识为基础，结合Excel、Power BI以及SPSS等工具来讲解处理客户数据、行业数据、店铺数据的方法。通过本课程的学习，使学生了解数据分析的常见指标、思路与流程、思维和模型等知识，掌握相关数据分析工具的应用和操作技巧以及数据报告的撰写方法，为将来从事相关工作打下基础。	商务数据分析概述，商务数据分析的思维、模型和方法，商务数据分析的常用工具，商务数据的采集与预处理，客户数据的分析，市场行业数据的分析，店铺数据的分析，数据报告的撰写等。
2	市场营销	2	32	1. 了解和掌握市场营销的基本概念、原理和实践技巧。 2. 能够理解市场营销的重要性，掌握市场调研、市场分析、目标市场策划、产品定价、市场推广等方面的知识与技能。	市场营销概论、环境、市场调研与分析、市场定位与细分、产品定价原理与策略、市场推广与促销、广告与公关策略。

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	要教学内容
3	供应链基础	2	32	课程主要培养具有专业知识、较强职业能力和良好职业素质的电商物流从业人员,使其掌握电商物流运营、销售、关务、操作等岗位技能。基于岗位过程与工作任务,为学生今后从事电商物流工作岗位和其他岗位工作奠定扎实基础。	电子商务与物流管理、电子商务采购管理、电子商务仓储管理、电子商务运输与配送管理、电子商务物流信息管理、电子商务与第三方物流、电子商务与供应链管理、电子商务物流成本管理和跨境电商物流管理。
4	经济学基础	2	32	通过本课程的学习,有助于学生正确认识身边的经济现象,解读经济信息与经济政策,更有助于学生理性参与经济活动,把握经济规律,为今后认识经济政策、了解经济发展和岗位工作奠定基础。	认识经济学、供求与价格理论、消费者行为理论、生产理论、成本与收益理论、市场结构理论、收入分配理论、市场失灵与政府干预、国民收入的衡量与决定理论、失业与通货膨胀理论、宏观经济政策、经济周期、经济增长与发展理论。
5	财务基础	2	32	通过本课程的学习,培养学生掌握财务方面的实用理论、实用技能为目标,提升学生建立现代财务管理理念,熟知现代财务管理方法,掌握财务管理技能,培养财务管理能力,为今后工作理解财务问题打下坚定的基础。	财务管理基础,筹资管理,投资管理,营运资金管理,收入、成本与分配管理,预算管理,以及财务分析与评价。
6	统计基础	2	32	通过本课程的学习,使学生了解统计行业,认识统计工作,掌握数据搜集、整理与分析的基本方法,具备必要的统计技能与数据处理能力,为今后工作解决统计问题和提升数据分析能力打下坚定的基础。	初识统计、设计统计调查方案、搜集数据、分组和汇总数据、制表与制图、总量分析与相对分析、数据分布特征分析、相关与回归分析、时间序列分析和预测。

4.专创赛证融通课程

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
1	电商创新创业项目实战	2	32	该课程目的是让电子商务专业学生通过本课程的学习,清晰地认识到电商策划创新的重要性,掌握一些基本的创新技法,并且在学习生活中能积极主动去创新:通过对创业理论知识的学习,学生的创业意识和创业素养有比较明显的提高:通过对创新创业案例分析与讨论,切实提升学生的创业能力并树立正确的创业成败观。	其一,理论知识板块的教学内容主要包括电商创新(创新思维、创新技法、技术创新和知识产权保护)和电商创业(评估创业团队、挖掘创业机会等)两部分的理论知识;其二,实践练习板块的教学内容主要包括课堂中的电商创新思维训练、项目计划书的撰写以及关于电子商务企业的开办、管理模拟和

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
					“互联网+”比赛。
2	电子商务企业沙盘实战推演	2	32	本课程以训练读者的网店运营技能为目标，以全国职业院校技能大赛电子商务技能赛项为抓手，通过学习和训练，读者能够掌握网店运营知识，达到全国职业院校技能大赛电子商务技能赛项运营项目参赛选手的水平。	包括数据魔方、经营流程、辅助工具介绍、经营分析等。
3	电商直播项目实战	2	32	以直播电商业务操作为主线，包括直播认知、直播策划、直播团队构建、直播选品、引流互动、直播开播、数据分析、综合运营管理、电商平台直播实战、短视频平台直播实战，涵盖商品选品、直播策划、脚本策划、商品讲解与展示、直播控场、粉丝互动转化、直播数据分析、直播引流、直播二次传播、推广效果分析等多个直播电商典型工作任务所需的知识、技能、方法和工具，贯彻教学做一体化、理实合一的教学理念，能够帮助读者深度理解和掌握直播电商新业态下直播所需要的技能要求。的应用和操作技巧以及数据报告的撰写方法，为将来从事相关工作打下基础。	直播策划、直播带货和直播推广三个工作领域。全书涵盖商品选品、内容策划、脚本策划、商品讲解与展示、直播控场、粉丝互动转化、直播数据分析、宣传物料把控、直播引流、直播二次传播、推广效果分析等。

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排

2024级电子商务专业教学进程安排表

课程属性	课程性质	课程模块	课程编码	课程名称	学分	总学时	课时分配表		考核方式	周学时/教学周数				开课学院	课程说明
							理论学时	实践学时		一	二	三	四		
公共基础课程	公共必修课	思想政治理论模块		思想道德与法治（一）-（二）	3	48	32	16	考查	1.5	1.5			马院	
				毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	24	8	考查		2			马院	
				习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	32	16	考查			3		马院	
				形势与政策（一）-（六）	1	32	24	8	考查	讲4	讲4	讲4	实践	马院	根据教社科〔2018〕1号文件规定《形势与政策》专科每学期不低于8学时，共计1学分。其中1-3学期为课堂教学，4学期为实践教学。
		思想政治理论模块小计			9	160	112	48		1.5	3.5	3	0	0	
		通识课程模块		体育与健康（一）-（四）	5	92	8	84	考查	2	2	①		基础	
				大学生心理健康教育（一）-（二）	2	32	32		考查	1	1			学工	
				大学生职业生涯规划	1	16	8	8	考查	1				学工	
				就业指导	1	16	8	8	考查				1	学工	
				创新创业教育（一）-（二）	2	32	16	16	考查	1	1			创院	第一学期开设创新创业教育理论，第二学期开设创新创业教育实践
				军事理论与技能训练	3	128	16	112	考	1				学	

能 课	（技 课	必修	专						查 考 查	0.5	0.5			工 总 务				
					劳动教育（一）-（二）	1	16	8	8					基 础				
					应用文写作	2	32	16	16			2		数 技				
					大学英语（一）-（二）	4	64	32	32		2	2		数 金				
					数字素养与技能	2	32	16	16	考 查	2							
					智慧财经素养													
				通识课程模块小计				23	460	160	300		10.5	6.5	2	1	0	
				公共 实践课 模块		第二课堂	2	--		--	考 查	①	①	①	①	学 工	根据《共青团广东财贸职业学院委员会“第二课堂成绩单”制度实施办法（2024年修订）》（粤财院〔2024〕13号）执行。	
				公共必修课合计				34	620	272	348		12	10	5	1	0	
				公共 选修课	公共 选修课 模块		中共党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、国家安全教育、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、人文素养、科学素养、中华优秀传统文化、音乐鉴赏、摄影技巧、舞蹈表演、初级版画、毛笔书法、硬笔书法、艺术概论、合唱基础等	2	32	32		考 查		2			马 院 学 工 基 础 数 创	公共选修课至少需修满4学分，美育类课程至少2学分。此外，学生必须从中共党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、国家安全教育、中化优秀传统文化等课程中选修一门。
							2	32	32		考 查			2				
							2	32	32		考 查				2			
公共选修课模块小计				4	64	64	0		0	2	2	2		额定4学分				
公共基础课合计				38	684	336	348		12	12	7	3						
能 课	（技 课	必修	专	ZQP00001	市场营销	2	32	16	16	考 查	2				数 链			

果选修	业群平台课模块	ZQP00002	经济学基础	2	32	16	16	考查	2				数链	
		ZQP00003	商务数据分析与应用	2	32	16	16	考查	2				数链	课证融合，1+X 电子商务数据分析（中级）
		ZQP00004	供应链管理基础	2	32	16	16	考查		2			数链	
		ZQP00005	财务基础	2	32	16	16	考查			2		数链	
		ZQP00006	统计基础	2	32	16	16	考查			2		基础	
		专业群平台课模块小计		12	192	96	96		6	2	4	0		
	专业基础课模块	ZJB00001	电商文案创作与传播	2	32	16	16	考查	2				数链	
		ZJB00002	电子商务法律法规	2	32	16	16	考试		2			数链	课证融合，1+X 网店运营推广（中级）
		ZJB00003	数字营销策划实务	2	32	16	16	考查			2		数链	
	专业基础课模块小计			6	96	48	48		2	2	2	0		
	专业核心课模块	ZHB00001	视觉营销设计	2	32	16	16	考查		2			数链	
		ZHB00002	网店运营管理	2	32	16	16	考试		2			数链	课证融合，1+X 直播电商（中级）
		ZHB00003	短视频与直播运营	3	48	24	24	考查			3		数链	
		ZHB00004	新媒体运营	2	32	16	16	考试			2		数链	
	专业核心课模块小计			9	144	72	72	0	0	4	5	0		
	专业实践模块		电商岗位综合实训	2	56		56	考查			②			
			毕业综合项目	3	84		84	考查				③		
			岗位实习	24	576		576	考查			④	②⑩		
	专业实践模块小计			29	716		716		0	0	0	0		
	专业必修课合计			56	1148	216	932	0	8	8	11	0		0
	直	ZYX00001	直播营销推广	2	32	16	16	考		2			数	额定 6 学分，一个模块为一个专业拓展方向，

	播 电 商 方 向						查					链	学生不可以跨模块选课, 需要修满 6 学分。	
		ZYX00002	客户服务与管理	2	32	16	16	考 查			2			数 链
		ZYX00003	跨境直播电商	2	32	16	16	考 查				2		数 链
	跨 境 电 商 方 向 模 块	ZYX00004	国际商务文化与礼仪	2	32	16	16	考 查		2				数 链
		ZYX00005	跨境电商客户服务	2	32	16	16	考 查			2			数 链
		ZYX00006	跨境电商运营	2	32	16	16	考 查				2		数 链
	农 村 电 商 方 向	ZYX00007	农产品营销推广	2	32	16	16	考 查		2				数 链
		ZYX00008	农产品电商运营	2	32	16	16	考 查			2			数 链
		ZYX00009	农村电商项目管理	2	32	16	16	考 查				2		数 链
	专业限选课模块小计			6	96	48	48		0	2	2	2		
	专 创 赛 证 融 通 课 模 块	ZYX00010	电商创新创业项目实战	2	32	16	16	考 查		2			数 链	额定 4 学分，提供若干门专创赛证融通课程
		ZYX00011	电子商务企业沙盘实战推演	2	32	16	16	考 查			2		数 链	
		ZYX00012	电商直播项目实战	2	32	16	16	考 查			2		数 链	
					0									
	专创赛证融通课模块小计			4	64	48	48		0	2	4	0		
	专业选修课合计			10	160	96	96		0	4	6	2	0	额定 10 学分
	专业（技能）课程合计			66	1308	264	980		8	10	15	0		
	总计（总学分/总学时）			104	1992	608	1320		18	26	20	3		

（二）教学学时分配

电子商务专业各类课程学分学时比例表

各类课程学分学时比例表

课程属性	课程性质	课程模块	小 计		小 计	
			学 分	比 例	学时	比 例
公共基础课程	必修课	思想政治理论模块	9	8.65%	160	8.03%
		通识课程模块	23	22.12%	460	23.09%
		公共实践课模块	2	1.92%	0	0.00%
	公共选修课	公共选修课模块	4	3.85%	64	3.21%
合 计			38	36.54%	684	34.34%
专业（技能）课程	必修课	专业群平台课模块	12	11.54%	192	9.64%
		专业基础课模块	6	5.77%	96	4.82%
		专业核心课模块	9	8.65%	144	7.23%
		专业实践课模块	29	27.88%	716	35.94%
	专业选修课	专业限选课模块	6	5.77%	96	4.82%
		专创赛证融通课模块	4	3.85%	64	3.21%
合 计			66	63.46%	1308	65.66%
总 计			104	100%	1992	100%
实践教学学时			1320			
实践教学学时占总学时比（%）			66.27%			
公共基础类课程学时占总学时比（%）			31.12%			
选修课学时占总学时比（%）			11.24%			

（三）教学学历周安排

教学学历周安排表

学年	学期	教学周		机动安排 （含改卷、集中实 训等）	入学教育（含 军训）	合计
		课程教学 （含实训）	考试			
一	一	14	1	1	2	18
	二	18	1	1	0	20
二	三	20	0	0	0	20
	四	20	0	0	0	20
合计		74		2	2	78

八、实施保障

（一）校企合作

具有稳定的校外实习基地，与广州大匠电商、阿里巴巴（中国）信息技术有限公司、阿里巴巴（中国）教育科技有限公司签署校外实践基地协议，为学生提供中电子商务企业的平台运营、新媒体运营等实习岗位，以及直播与短视频等实习岗位。能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障联合开发专业课程，共同制定人才培养方案，共同举办师资培训，实现校企协同育人和协作创新。校企深度合作，实现企业实战课堂。在深化企业电子商务课程建设的过程中，进一步延伸引企入校的理念，与企业合作，转换教学场景，构建职业化氛围，探索校企双师授课的模式。

（二）师资队伍

1. 队伍结构

本专业具有数量充足、结构合理、专兼结合、德技双馨的专业教学团队，有专兼职教师14余人，其中专任教师10名，高级职称占专任教师总数的10%；具有3年以上行业企业工作经历专业专任教师6名，“双师”素质教师占专任教师总数的80%，聘请行业企业的专业人才和能工巧匠担任兼职教师，逐步形成实践技能课程主要由具有相应高技能水平的兼职教师讲授的机制。专业部分师资列表如下：

序号	姓名	年龄	职称	学位	双师状况
1	冯静	38	讲师	硕士	是
2	邓莉平	35	讲师	学士	是
3	曾荣晖	29	助教	硕士	否
4	车小玲	34	中级经济师	硕士	是
5	何保平	29	无	硕士	否
6	张莹	28	中级经济师	学士	否
7	黄蓉蓉	34	无	硕士	否
8	许海燕	35	讲师	硕士	是
9	彭浩	33	无	硕士	否
10	汪思悦	28	无	硕士	否
11	罗志媚	31	电子商务师	广州大匠电子商务有限公司	
12	王冬冬	38	企业讲师	阿里巴巴(中国)教育科技有限公司	
13	刘伟立	37	高级经济师	广州大匠电子商务有限公司总经理	
14	朱加宝	45	高级电子商务师	深圳头狼教育科技有限公司总经理	

2. 专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务相关专业本科及以上学历；有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人冯静能够较好地把握国内外行业、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，课程体系设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

主要从相关行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，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。

（三）教学设施

1. 校内实训基地

按照“职业化、智能化、共享化”的标准和要求建设实训环境，学院为课程提供环境支撑，建设了“六中心”实训基地，包含电子商务综合实训室、电商直播实训室、商务数据分析实训室、商务运营实训中心、跨境电商实训中心和视觉营销实训中心。满足电商运营实训、电商直播、商务数据分析实训、网店运营管理等课程的教学需要。

序号	实践基地名称	主要项目名称
1	电子商务综合实训室	电商运营实训
2	电商直播实训室	电商直播、短视频，创新创业项目
3	商务数据分析实训室	商务数据分析实训
4	商务运营实训中心	网店运营管理、新媒体运营等实训
5	跨境电商实训中心	shopee 实训、速卖通实训等
6	视觉营销实训中心	商品美工、电子商务技能竞赛等

部分实训室功能如下：

电子商务综合实训室：营造仿真电子商务工作环境，计算机（安装教学管理系统以及相关实训系统）、服务器、打印机、投影设备和音响设备；文件柜以及相关实训用资料和工具；互联网接入环境。支持电商运营实训。

电商直播实训室：配置实训工作台，计算机（安装教学管理系统以及相关直播实训软件）、摄像头、手机支架、灯光等设备；文件柜以及相关实训用资料和工具；互联网接入环境。支持模拟直播实训。

2. 校外实训基地

具有稳定的校外实习基地。与广州大匠电商、阿里巴巴（中国）信息技术有限公司、阿里巴巴（中国）教育科技有限公司签署校外实践基地协议，为学生提供中电子商务企业的平台运营、新媒体运营等实习岗位，以及直播与短视频等实习岗位。能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

3. 学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供电子商务运营、直播电商等相关实习岗位；能涵盖当前电子商务专业的主流实务，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

4. 支持信息化教学基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

（四）教学资源

主要包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书资料以及数字资源等。

1. 教材选用

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校建立了由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。鼓励校企共同编制教材，教材编写与产业需求、岗位职业标准和1+X证书标准对接，契合模块化课程，打造立体化活页式教材。专业使用的部分教材包括：

课程名称	教材名称	出版社	备注
电子商务基础	电子商务基础	人民邮电出版社	教育部规划
市场营销	现代市场营销（第四版）	高等教育出版社	教育部规划
新媒体运营	新媒体运营实务	电子工业出版社	校企合作
物流与供应链管理	电子商务物流管理（第4版）	人民邮电出版社	教育部规划
电子商务文案策划与写作	移动商务文案写作（第2版）	人民邮电出版社	教育部规划
电子商务数据分析与应用	商务数据分析与应用	人民邮电出版社	教育部规划

2. 图书文献配备

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。专业类图书文献包括：有关财会专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书。

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。部分在线课程如下表。

课程	上线平台
《商务数据分析实务》	https://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=ssetadysij9lvkofulkxq
《商贸综合实训》	https://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=2kx2ab6r571jdysi8mvsenw
《电商创新创业》	https://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=os5anar5ylclmoajhkla

（五）教学方法

1. 推行基于业务场景的行动导向教学。借鉴新加坡教学工厂的教学模式，倡导“在业务场景中学理论，在理论应用中强实践”的教学理念，开发以职业为导向的专业课程，以企业电子商务业务场景驱动电商课程学习。通过上班式课程将工作任务与知识性学习有机串联，变革学生角色，让学生以“职业人”的身份在企业工作环境中自主工作、独立学习、共同研究。

2. 利用信息技术，实现智慧课堂和移动课堂。借助校内财贸在线平台和校外蓝墨云班课、雨课堂、千聊等移动教学平台，利用校内智慧教室、财务共享体验中心等智慧学习空间，实施线上线下混合式教学，达到“简、通、活”的课堂教学效果：师生通过简单的操作，转换手机、投屏、终端等多种学习工具，就能实现课堂互动，达到课前、课中、课后、课外的环环相通，通过随机抢答、弹幕等工具激活课堂氛围，将“低头族”学生变为课堂学习的主体。

（六）学习评价

建立“主体多元，成效导向、过程评价”的全过程闭环学习评价模式。

1. 主体多元

探索与实践校企“双主体”评价及“能力+素养”双分测评，即“能力学分、素养积分”并行的综合能力评价机制。同时，在课程内部建立多元评价机制。在电子商务岗位综合实训等课程中，按分岗的要求组织教学，过程性评价，按照组员自评、小组互评、教师评价三种方式进行加权综合评价。

2. 成效导向

在课程中实施以职业能力考核为主线的评价方法，使工作成果与学业评价有机结合。在网店运营等课程中，通过考试平台和组织电子商务技能普测，实现教考分离，提高了学业评价的科学性与客观性。

3. 过程评价

在主要实训课程中，注重过程性考核和结果性考核相结合，强化过程性考核。

（七）质量管理

1. 学校专门成立了教学督导与评价中心，组建了专业建设与教学指导委员会，建立了专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全了专业教学质量监控管理制度，完善了课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，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. 学校和二级学院完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设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. 学校建立了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. 专业教研组织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。

（八）继续学习深造建议

本专业学生可以继续完成本科深造，亦可通过考试取得电子商务设计师（软考）等职业资格证书提升专业能力。

九、毕业要求

学生在规定年限内，满足以下条件，可以获得毕业证书：

（1）学分

学生须在规定年限内获得专业人才培养方案所规定课程的学分，且总学分达104学分（含）以上。

（2）体质测试

根据教育部关于印发《国家学生体质健康标准（2014年）修订》的通知（教体艺〔2014〕5号）文件要求，体质测试成绩达不到50分者按结业处理，如因病或残疾学生，可凭医院证明向学校提出申请并经审核通过后可准予毕业。

（3）德智体美劳全面发展

学生素质、知识、能力达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。

（4）职业资格（技能等级）证书

鼓励学生获取与职业能力要求相匹配的职业资格（技能等级）证书（含1+X证书）、职业素质证书。

十、方案编制人员

编制参与人： 黄蓉蓉、曾荣晖
校内：黄蓉蓉、曾荣晖
校外：肖鸣声
编制执笔人：黄蓉蓉、曾荣晖
编制负责人：冯静
审核人：马翔
学院论证：数字供应链学院专业建设与教学指导委员会
学校论证：广东财贸职业学院专业建设与教学指导委员会
审定：广东财贸职业学院党委会
审定日期：2024年9月9日

十一、附录

(一) 典型工作任务与能力对接表

工作项目		工作任务		职业能力		学习水平
项目 编号	项目 名称	任务 编号	任务 名称	能力 编号	能力 名称	高职Li
01	网店规划 与选品	01-01	网店规划	01-01-01	掌握网店平台选择方法	L1
				01-01-02	掌握网店平台选择方法	L1
				01-01-03	了解电子商务行业法规	L1
				01-01-04	掌握淘宝和天猫平台经营的规则规范	L1
		01-02	商品选品	01-02-01	能够根据货源渠道，完成店铺的进货	L1
				01-02-02	能够根据商品选品原则，合理使用选品分析工具，筛选并确定店铺的目标商品	L1
				01-02-03	能够根据商品定价策略和方法，确定店铺商品的价格	L1
02	网店装修	02-01	网店装修	02-01-01	掌握店铺装修过程中的图片处理原则	L1
				02-01-02	通过商品发布中的主图设计、详情设计培养自己的审美意识	L1
				02-01-03	掌握淘宝店铺PC端的装修，通过店铺装修，培养自己的审美意识	L1
03	网店日常 运营	03-01	网店日常 运营	03-01-01	了解物流配送流程，对店铺进行物流模板设置	L1
				03-01-02	了解客户服务的基本构成，为店铺开通子账号并设置	L1
				03-01-03	掌握客户沟通软件的使用及设置	L1

工作项目		工作任务		职业能力		学习水平
项目 编号	项目 名称	任务 编号	任务 名称	能力 编号	能力 名称	高职Li
				03-01-04	掌握千牛的使用与设置	L1
				03-01-05	掌握售前、售中客服的沟通技巧，掌握售后客服及投诉处理的技巧	L1
				03-01-06	培养耐心、细致的职业素养，懂得倾听，善于理解客户的诉求	L1
04	网店营销活动运营	04-01	流量运营	04-01-01	掌握网店促销活动营销工具设置的技巧	L1
				04-01-02	熟悉不同平台活动报名的条件及流程	L1
				04-01-03	掌握打造“爆款”的准备工作 and 流程	L1
				04-01-04	了解直通车、钻展基本构成与概念、推广的使用技巧	L1
				04-01-05	掌握直通车、钻展推广方式中，涉及图片的设计要点	L1
				04-01-06	了解直通车、钻展报表的内容设计及操作意义	L1
		04-02	营销数据分析	04-02-01	掌握数据分析的重要工具	L1
				04-02-02	掌握网店数据分析方法	L1
05	新媒体营销策划	05-01	新媒体营销定位	05-01-01	能够运用SWOT分析等工具进行精准定位	L1
		05-02	新媒体营销策划	05-02-01	具备创新思维和逻辑分析能力	L1
				05-02-02	掌握撰写具有可操作性的营销策划书的方法	L1
06	新媒体营销文案创作	06-01	培养新媒体营销文案创作思维	06-01-01	培养创新性思维和用户导向思维	L2
				06-01-02	培养热点追踪能力	L2
		06-02	训练新媒体营销文案创作方法	06-02-01	掌握新媒体营销文案创作方法	L2
				06-02-02	掌握新媒体营销文案创新能力	L2
				06-02-03	新媒体营销文案的模仿与创作	L2
		06-03	导购型新媒体营销文案的创作	06-03-01	学会如何运用故事化叙事、情感触动、信息价值包装等技巧撰写新媒体文案	L2
				06-03-02	将理论知识转化为具体可执行的文案写作技能	L2
				06-03-03	提高文案的点击率、互动性和转化效果	L2
07	新媒体图文营销	07-01	新媒体图文制作	07-01-01	掌握图像处理、视觉设计原理及新媒体内容策划知识	L2
				07-01-02	能够结合品牌定位和用户需求	L2
				07-01-03	创作出高质量的原创图片和文字内容	L2

工作项目		工作任务		职业能力		学习水平
项目编号	项目名称	任务编号	任务名称	能力编号	能力名称	高职Li
		07-02	新媒体图文排版	07-02-01	具备良好的审美素养和设计技能	L2
				07-02-02	能够运用布局规则、色彩搭配等技术手段对图文进行有效编排	L2
				07-02-03	能够确保内容美观易读且符合传播规律	L2
		07-03	新媒体图文推广	07-03-01	理解并运用SEO优化、社交媒体营销策略	L2
				07-03-02	掌握精准投放、互动引导、KOL合作等方式	L2
				07-03-03	提高图文内容在新媒体平台上的曝光率和影响力	L2
08	新媒体短视频营销	08-01	短视频内容策划	08-01-01	了解短视频平台规则、用户偏好及传播规律，掌握内容策划的基本原则和方法	L2
				08-01-02	具备市场调研与分析能力	L2
				08-01-03	能挖掘产品特性与受众兴趣点	L2
				08-01-04	结合热点话题策划具有吸引力的短视频剧本	L2
		08-02	短视频制作	08-02-01	学习短视频拍摄技巧、剪辑软件操作、音效搭配以及后期特效处理等专业知识	L2
				08-02-02	熟练使用各类摄影器材进行拍摄	L2
				08-02-03	掌握基本的剪辑技术	L2
				08-02-04	能够创作出画面美观、节奏紧凑且内容丰富的短视频作品	L2
		08-03	短视频推广	08-03-01	理解短视频平台算法推荐机制、SEO优化策略、KOL合作模式和社会化媒体营销理论	L2
				08-03-02	能够运用数据分析工具追踪短视频表现，调整推广策略，同时开展有效的社群互动和跨平台分发	L2
				08-03-03	敏锐洞察力和资源整合能力，精准投放广告资源以提高短视频曝光度和影响力，并通过有效互动提升用户粘性与转化率	L2
09	直播筹备与策划	09-01	直播团队的构建	09-01-01	能够完成直播团队的人员配置工作	L3
				09-01-02	能够开展直播电商筹备与策划实训活动	L3
		09-02	直播主播的打造	09-02-01	了解主播人设定位；主播的基本能力；主播的专业能力	L3
				09-02-02	能够结合产品特点完成直播主播的打造	L3
		09-03	直播间的装修与布置	09-03-01	了解直播设备的选择	L3
				09-03-02	了解直播场地的规划	L3
				09-03-03	了解直播间背景和灯光布置	L3
		09-04	直播内容策划	09-04-01	掌握不同品类商品的内容策划要点	L3
				09-04-02	掌握整场直播脚本写作	L3
				09-04-03	掌握整场直播脚本写作	L3
10	直播商品规划	10-01	商品来源与类别划分	10-01-01	能够选择合适的商品渠道并进行商品类别划分	L3
				10-01-02	为直播间进行商品选品、定价、陈列与管理等	L3
		10-02	直播选品	10-02-01	熟悉直播选品原则	L3
				10-02-02	掌握直播选品依据	L3

工作项目		工作任务		职业能力		学习水平
项目 编号	项目 名称	任务 编号	任务 名称	能力 编号	能力 名称	高职Li
		10-03	直播商品 定价策略	10-02-03	熟悉直播选品工具	L3
				10-03-01	熟悉尾数定价策略	L3
				10-03-02	要懂得商品组合定价策略	L3
				10-03-03	掌握阶梯形定价策略	L3
11	直播引流 推广	11-01	引流内容 的策划	11-01-01	能够完成建立直播预告	L3
				11-01-02	能够完成直播预告短视频	L3
				11-01-03	能够完成微信引流文案	L3
				11-01-04	能够完成微博引流文案	L3
		11-02	不同平台 的付费引 流	11-02-01	掌握不同平台的付费引流方式	L3
				11-02-02	能准确利用多种途径和手段为直播间引流推广	L3
12	直播活动 执行	12-01	直播话术 设计	12-01-01	能够针对不同商品设计具有吸引力的话术	L3
				12-01-02	掌握不同品类直播间的直播话术	L3
		12-02	直播控场	12-02-01	能够调节直播气氛，把控直播节奏	L3
		12-03	直播间用 户管理	12-03-01	能够做好直播间用户互动和粉丝转化	L3
				12-03-02	用户互动；粉丝转化；粉丝维护	L3

(二) 典型工作任务职业能力分析表

序号	典型工作任务	对应职业能力（技能、工具、方法、要求、知识） 对应典型工作任务职业能力分析表中项目编号、任务编号和能力编号
1	网店规划与选品	01-01-01、01-01-02、01-01-03、01-01-04、01-02-01、01-02-02、01-02-03
2	网店装修	02-01-01、02-01-02、02-01-03
3	网店日常运营	03-01-01、03-01-02、03-01-03、03-01-04、03-01-05、03-01-06
4	网店营销活动运营	04-01-01、04-01-02、04-01-03、04-01-04、04-01-05、04-01-06、04-02-01、04-02-02
5	新媒体营销策划	05-01-01、05-02-01、05-02-02
6	新媒体营销文案创作	06-01-01、06-01-02、06-02-01、06-02-02、06-02-03、06-03-01、06-03-02、06-03-03
7	新媒体图文营销	07-01-01、07-01-02、07-01-03、07-02-01、07-02-02、07-02-03、07-03-01、07-03-02、07-03-03
8	新媒体短视频营销	08-01-01、08-01-02、08-01-03、08-01-04、08-02-01、08-02-02、08-02-03、08-02-04、08-03-01、08-03-02、08-03-03
9	直播筹备与策划	09-01-01、09-01-02、09-02-01、09-02-02、09-03-01、09-03-02、09-03-03、09-04-01、09-04-02、09-04-03
10	直播商品规划	10-01-01、10-01-02、10-02-01、10-02-02、10-02-03、10-03-01、10-03-02、10-03-03
11	直播引流推广	11-01-01、11-01-02、11-02-01、11-02-02、11-02-03、11-02-04
12	直播活动执行	12-01-01、12-01-02、12-02-01、12-03-01、12-03-02

（三）就业岗位与人才培养规格对应关系表

序号	岗位（群）	岗位（群）业务描述	岗位（群）核心能力	培养目标的相关表述	对应的培养规格 对照前文的培养规格
1	网店运营岗位	1、能够完成商品详情页设计与制作、店铺设计与制作。 2、能够完成商品上传与维护。 3、能够完成日常日常订单管理。 4、能够完成店铺优化。 5、能够完成售前、售中、售后客户问题处理。 6、能够进行客户关系维护。	1、具备商品拍摄和图片处理相关知识。 2、具备网络销售与推广相关知识。 3、具备订单处理相关知识。 4、具备网络支付与结算相关知识。 5、具备物流配送知识。 6、具备客户服务与管理相关知识。	能完成网上开店、商品发布、网店原理等知识和商品图片拍摄处理、网店装修、网店营销和推广等等。	(1) - (4)、(7)
2	新媒体策划岗位	1、掌握APP运营、微博营销、微信营销、自媒体运营、活动运营、短视频营销、SEO搜索引擎营销等方法 2、掌握新媒体运营的具体操作 3、熟练掌握主流新媒体平台的平台规则、特点及运营技巧 4、深入理解音频自媒体以及短视频自媒体的运营要点	1、树立现代的移动互联网微营销理念； 2、掌握微信营销工作的核心与本质； 3、掌握多媒体营销多元化发展的新模式	能完成APP运营、微博营销、微信营销、自媒体运营、直播运营、短视频营销、SEO搜索引擎营销等知识和移动互联网营销策略运用、企业微博系统运营、微博自媒体打造、新品上市引爆、微信营销系统操作等工作。	(5) - (8)、(9) ④
3	视觉营销设计岗位	1、电商视觉营销的布局 and 商品图片的处理 2、店铺首页的视觉营销设计 3、专题页和活动页的视觉营销设计 4、商品详情页的视觉营销设计 5、广告图的视觉营销设计 6、移动端店铺的视觉营销设计 7、短视频的视觉营销设计	1、掌握网店布局、文案视觉、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计 2、视觉营销数据化	能够吸引顾客关注从而提升网店的流量，并且刺激其购物欲望从而使目标流量转变为有效流量，高效率、低成本完成商业贸易活动。	(7)、(8) ②、(9) ③

（四）课程对培养规格的支撑关系分析表

序号	课程	课程目标	培养规格 对照前文的培养规格
1	数字营销与策划	通过本课程的学习，可以使系统、完整地了解和掌握数字营销的基本内容和策划能力，以提高分析、判断和策划数字营销的能力，并将所学知识运用到实践中去，为今后从事数字营销实际工作奠定良好的基础。	(4) - (5)、(11)
2	网店运营管理	通过本课程的学习，使学生掌握网上开店、商品发布、网店原理等知识和商品图片拍摄处理、网店装修、网店营销和推广等技能，同时通过工作任务式（项目化）学习提升商品发布、网店管理、网店运营等方面关键能力，从而使形成网店运营与管理方面的职业素质。	(1) - (4)

序号	课程	课程目标	培养规格 对照前文的培养规格
3	电商文案策划与传播	通过本课程的学习,使学生掌握电子商务文案的含义、店铺推广文案的写作与排版、微信文案的类型等知识和撰写产品文案、品牌文案、微信文案、短视频与直播文案、海报文案、活动文案、软文、社群营销文案、今日头条文案、知乎文案等技能,同时通过工作任务式及项目化等方式学习提升文案撰写、营销策划、创意设计等方面关键能力,从而使学生形成精益求精、勇于探索、敢于创新方面的职业素质。	(4) - (6)
6	新媒体运营	通过本课程的学习,使学生掌握APP运营、微博营销、微信营销、自媒体运营、直播运营、短视频营销、SEO搜索引擎营销等知识和移动互联网营销策略运用、企业微博系统运营、微博自媒体打造、新品上市引爆、微信营销系统操作等技能,同时通过工作项目化学习提升微博营销、微信营销、自媒体运营、直播运营、短视频营销等方面关键能力,从而使学生形成网络销售、电商运营、网络推广方面的职业素质。	(5) - (8)、(11)
7	视觉设计与营销	本课程主要培养学生运用网络资源,深入理解网店视觉营销基础知识,掌握网店布局、文案视觉、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计和视觉营销数据化等职业能力,吸引顾客关注从而提升网店的流量,并且刺激其购物欲望从而使目标流量转变为有效流量,高效率、低成本完成商业贸易活动。	(7)、(8)②、(9)③
8	短视频与直播运营	通过本课程的学习,向学生传授短视频和直播运营技能,学生能够熟知短视频与直播的基本概念和政策,具备短视频内容运营、拍摄剪辑、直播营销方案策划、直播实践、商业变现等职业技能,为其以后进入工作岗位,培养良好的学习、分析能力奠定了基础。	(8) - (12)
9	商务数据分析与应用	本课程主要以商务数据分析的理论知识为基础,结合Excel、Power BI以及SPSS等工具来讲解处理客户数据、行业数据、店铺数据的方法。通过本课程的学习,使学生了解数据分析的常见指标、思路与流程、思维和模型等知识,掌握相关数据分析工具的应用和操作技巧以及数据报告的撰写方法,为将来从事相关工作打下基础。	(3) - (4)
10	市场营销	1.了解和掌握市场营销的基本概念、原理和实践技巧。 2.能够理解市场营销的重要性,掌握市场调研、市场分析、目标市场策划、产品定价、市场推广等方面的知识与技能。	(4) - (5)
11	电商创新创业项目实战	该课程目的是让电子商务专业学生通过本课程的学习,清晰地认识到电商策划创新的重要性,掌握一些基本的创新技法,并且在学习生活中能积极主动去创新:通过对创业理论知识的学习,学生的创业意识和创业素养有比较明显的提高:通过对创新创业案例分析与讨论,切实提升学生的创业能力并树立正确的创业成败观。	(1) - (5)
12	电子商务企业沙盘实战推演	本课程以训练读者的网店运营技能为目标,以全国职业院校技能大赛电子商务技能赛项为抓手,通过学习和训练,读者能够掌握网店运营知识,达到全国职业院校技能大赛电子商务技能赛项运营项目参赛选手的水平。	(1) - (5)、(7)
13	电商直播项目实战	本课程以直播电商业务操作为主线,包括直播认知、直播策划、直播团队构建、直播选品、引流互动、直播开播、数据分析、综合运营管理、电商平台直播实战、短视频平台直播实战,涵盖商品选品、直播策划、脚本策划、商品讲解与展示、直播控场、粉丝互动转化、直播数据分析、直播引流、直播二次传播、推广效果分析等多个直播电商典型工作任务所需的知识、技能、方法和工具	(3) - (4)