

郑州智能科技职业学院

2025 级专业人才培养方案

专业名称： 电子商务

专业代码： 530701

学 制： 三年制

层 次： 专科

合作企业： 河南领亚文化
传播有限公司

撰 写 人： 王凯、孙莉莉

审 核 人： 马荣贵

制订时间：2025 年 7 月

目录

一、专业名称与代码	1
二、入学基本要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向与岗位能力分析	1
五、培养目标与培养规格	4
六、课程设计及要求	6
七、教学进程总体安排	10
八、实施保障	16
九、毕业要求	21

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称与代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701

二、入学基本要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

基本修业年限为3年。

四、职业面向与岗位能力分析

（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）及技术领域	020 销售专员、智能客服专员、视觉营销设计师、电商运营专员、电商美工、数字营销专员、客户服务、电商数据分析师、供应链管理等岗位
职业类证书	电子商务师、全媒体运营师 数字化管理师、跨境电子商务师 客户服务管理师等

（二）职业岗位与能力需求分析

表 2：职业岗位与能力需求分析表

职业岗位	关键能力	典型工作任务	职业能力与素质要求
电商运营专员	1. 熟悉网店运营规则和技巧。 2. 能够协助公司店铺的运营，提高店铺点击率、浏览量和用户转化率。	1. 网店日常运营，负责选品调研与定价建议，完成商品上架、库存维护。 2. 策划并执行促销活动，跟踪流量、销量数据。 3. 优化商品标题与详情页，提升转化。 4. 收集用户反馈，配合客服与美工调整运营策略，保障店铺正常运转与业绩目标达成。	1. 熟练掌握网店、微店以及跨境电子商务的交易流程和具体运营方法，具备网店营销策划、经营规划和实际运作能力。 2. 良好的社交沟通能力和组织协调能力。 3. 有爱岗敬业精神、吃苦耐劳的良好职业道德。
电商美工	1. 商品图拍摄能力。 2. 网店设计能力。 3. 网站设计能力。 4. 网店申请。 5. 网店装修能力。	1. 电商视觉设计，负责商品详情页、店铺首页、活动海报设计。 2. 处理商品图片，优化视觉效果。 3. 制作短视频封面、营销图文素材。 4. 配合运营需求调整设计风格，确保视觉内容符合品牌调性与用户审美，提升页面吸引力与转化潜力。	1. 掌握图片拍摄技巧。 2. 掌握 Photoshop、Illustrator、等网页设计制作和平面设计软件。 3. 具有一定的审美能力，良好的创意思维和理解能力。 4. 具有严谨务实，积极进取，健康稳定的心理状态和善于学习，敢于创新，执着专注的职业情感。
数字营销专员	1. 网络营销推广。 2. 电子商务文案策划。 3. 软文写作。 4. 销售数据分析。 5. 营销策划能力。	1. 电商营销推广，负责搜索引擎、社交媒体等营销渠道运营。 2. 策划投放方案，设置推广预算与定向。 3. 跟踪投放数据，分析点击率、转化率等指标。 4. 优化推广策略，降低获客成本，	1. 熟悉网络推广、网络营销和办公软件等工具的使用。 2. 掌握竞价排名、关键词、软文营销等网络推广技巧，具备利用各种网络工具和平台进行推广的能力。 3. 具有良好的社交沟通能力和组织协调能力。 4. 有爱岗敬业精神、吃苦耐劳的良好的职业道德。

		提升营销 ROI，助力店铺流量与销量增长。	德。
客户服务	1. 客户服务的基本理论和基本技能。 2. 具有创新意识和较强的网络沟通能力。	1. 电商客户接待与维护，解答客户关于商品特性、订单进度、售后政策的咨询。 2. 处理退换货申请、投诉纠纷，协调解决物流异常等问题。 3. 记录客户反馈，整理常见问题。 4. 维护客情关系，提升客户满意度与复购率。	1. 熟悉 office 办公软件。 2. 录入方式至少应该熟练掌握一种输入法，打字速度快。 3. 掌握客服流程和客户异议处理技巧，具备售前售中售后各环节的客服能力。 4. 具有良好的社交沟通能力和组织协调能力。 5. 有爱岗敬业精神、吃苦耐劳的良好职业道德。
电商数据分析师	1. 对电商行业的商业模式、市场趋势和用户需求有深入理解。 2. 能够将数据分析结果与业务场景相结合，为业务决策提供有力支持。	1. 电商数据收集与分析，负责采集流量、转化、销量、用户行为等数据。 2. 运用工具整理分析数据，识别运营问题。 3. 撰写数据报告，提炼核心结论。 4. 提供优化建议，助力选品、营销、运营策略调整，支撑业务决策。	1. 具备扎实的统计学、数据分析等专业知识。 2. 熟练掌握数据分析工具和技术，能够独立完成数据分析项目。 3. 具备良好的沟通协调能力，能够与不同部门的人员有效沟通。 4. 能够组织团队会议，协调团队内部资源，确保项目顺利进行。
供应链管理	1. 计划与决策。 2. 数据分析。 3. 跨部门协作。 4. 风险管理。 5. 技术工具应用。	1. 电商供应链协调，负责对接供应商，确认货源与交货周期。 2. 管理库存，跟踪库存水平，设置预警机制。 3. 协调物流服务商，优化配送路线。 4. 处理库存积压与缺货问题，控制物流成本，保障商品供应与履约效率。	1. 精通供应链计划、成本控制。 2. 掌握跨境物流与行业合规，通过数据驱动优化库存与采购决策。 3. 具备抗压执行与风险预判思维，以严谨性保障流程零差错，凭谈判力平衡多方利益，持续学习适应技术革新。

（三）岗位相关职业资格（专业技术）证书

表 3：岗位相关职业资格（专业技术）证书表

职业岗位	职业资格证书名称	等级	发证单位	证书要求
电商运营	大电子商务师	初/中级	国家人力资源和社会保障部	1. 需通过理论与实操考试。 2. 初级要求大专及以上学历或相关专业在校生，连续从事本职业工作 1 年以上。
新媒体运营	全媒体运营师	初级/中级	国家市场监督管理总局认证认可技术研究中心	1. 需完成规定学时培训并通过能力验证。 2. 要求具备数据分析、创意策划等能力，适合大专及以上学历或相关行业从业者。
用户运营与会员管理	数字化管理师	初级/中级	国家发展和改革委员会培训中心（人社部数字技术工程师培育项目）	1. 需通过理论与实操考试。 2. 初级要求大专及以上学历或相关专业在校生。
跨境电商运营	跨境电子商务师	初级/中级	教育部 “1+X” 证书（阿里巴巴（中国）网络技术有限公司）	1. 需通过理论与实操考试。 2. 初级要求高中及以上学历或相关专业在校生。
客户服务	客户服务管理师	初级/中级	人力资源和社会保障部	1. 需通过理论与实操考试。 2. 初级要求大专及以上学历或相关专业在校生，连续从事本职业工作 1 年以上。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗

敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向互联网和相关服务、批发业、零售业的运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，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 and 担当精神；

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

（4）思想政治与文化知识基础：深入理解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义，同时掌握扎实的政治理论、科学文化基础知识，以及中华优秀传统文化的精髓；

（5）公共基础与专业法规知识：掌握外语、计算机应用、军事理论等公共基础知识，为综合素质提升打下坚实基础；同时，熟悉与本专业紧密相关的法律法规以及国家安全等关键知识，确保在专业领域内合法合规操作；

（6）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；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；

（7）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

（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；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、客户风险控制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；

（9）具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能够进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；具有用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，能够建立产品需求模型及应用场景，设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动。

六、课程设计及要求

课程设置包括公共必修课程、公共选修课程、专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程和专业实践课程。

（一）公共必修课程

根据党和国家有关文件规定和学校特色，将思想道德与法治、毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、军事理论、军事技能训练、心理健康教育、创新创业教育、信息技术基础、人工智能基础、大学英语、大学体育、职业发展与就业指导、中华优秀传统文化、国家安全教育、安全教育、劳动教育等课程列为公共必修课程，将党史国史、中华民族共同体概论等课程列为必修课程或限定性选修课程。

（二）公共选修课程

按照上级教育行政部门要求，结合学校特色、学生全面素质教育和个性发展，将口才艺术、中国书法、音乐欣赏、影视鉴赏、信息检索、数学建模、诗文与修养、交响乐欣赏、瑜伽、社交礼仪、大学生疾病与健康等课程列为公共选修课程。

（三）专业基础课程

专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程，应按照专业群进行规划组合。建设完善、规范、科学的知识体系，为学生拓宽专业口径和专业学习奠定宽厚的基础，详见表 4。

表 4：电子商务专业基础课程一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时数
1	电子商务基础	1. 主要教学内容：电商基础概念、发展及核心要素关联、电商主流模式及典型案例解析、电商核心运营、法规与基础技术等基本知识。 2. 要求：能够区分电商模式、掌握流程与合规要点、具备电商实操与案例分析能力、树立合规诚信、关注电商行业趋势。	48
2	市场营销	1. 主要教学内容：营销基础概念、理论及市场分析、	48

		<p>营销核心策略：4P/目标市场等、数字化营销手段与实战方法等基本知识。</p> <p>2. 要求：掌握营销理论与核心策略逻辑、具备市场分析与方案策划能力、树立客户思维，关注营销趋势。</p>	
3	商务沟通	<p>1. 主要教学内容：商务沟通基础概念、原则及类型、沟通核心技能倾听/表达/谈判等、职场/客户等商务沟通场景实战等基本知识。</p> <p>2. 要求：掌握沟通理论与核心技能运用、具备场景化沟通与问题解决能力、树立专业沟通意识，提升职业素养。</p>	32
4	消费者行为分析	<p>1. 主要教学内容：消费行为基础概念、理论及影响因素、消费者决策流程与心理机制分析、消费行为在营销中的实践应用等基本知识。</p> <p>2. 要求：掌握消费行为理论与分析方法、具备消费行为分析与应用能力、树立消费洞察意识，匹配营销需求。</p>	48
5	商务数据分析与应用	<p>1. 主要教学内容：商务数据分析基础概念与常用工具、商务数据处理、建模及分析流程、数据分析在商务决策中的实践应用等基本知识。</p> <p>2. 要求：掌握数据分析理论与常用工具操作、具备商务数据处理与问题分析能力、树立数据驱动意识，辅助商务决策。</p>	48
6	电子商务法律法规	<p>1. 主要教学内容：电商法律法规基础概念与适用范围、电商主体、消费者权益相关法律规定、电商合规操作与法律风险防范方法等基本知识。</p> <p>2. 要求：掌握电商核心法律法规条款、具备分析电商法律问题的能力、树立电商合规意识，规避法律风险。</p>	32
7	管理学基础	<p>1. 主要教学内容：管理学基础概念、职能及经典理论、管理核心环节：计划/组织/领导/控制、基础管理方法与实践应用场景等基本知识。</p> <p>2. 要求：掌握管理基础理论与核心职能、具备分析和解决基础管理问题的能力、树立科学管理意识，适配实践需求。</p>	48

（四）专业核心课程

专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程，各专业应根据职业岗位要求和人才成长规律及国家专业教学标准设置专业核心课程，详见表 5。

表 5：电子商务专业核心课程一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时数
1	网店运营	<p>1. 主要教学内容：网店运营基础概念与平台规则、网店商品管理与流量获取方法、网店活动策划与数据优化实操等。</p>	64

		2. 要求：掌握网店运营基础与平台规则、具备网店实操与优化能力、树立市场敏感与用户思维。	
2	视觉营销设计	1. 主要教学内容：视觉营销设计基础概念与原则、店铺视觉设计与海报制作要点、视觉设计优化与营销转化关联等。 2. 要求：掌握视觉设计基础与常用工具、具备店铺视觉设计实操能力、树立视觉适配营销目标意识。	64
3	网络营销	1. 主要教学内容：网络营销基础概念与主流手段、网络营销策略：SEO / 社交营销等、营销数据监测与效果优化等。 2. 要求：掌握网络营销基础与核心策略、具备营销实操与数据分析能力、树立营销趋势与用户思维。	48
4	新媒体营销	1. 主要教学内容：新媒体营销基础概念与常用平台、新媒体营销策略：内容/直播营销等、新媒体数据监测与转化优化等。 2. 要求：掌握新媒体营销基础与策略、具备新媒体实操与数据分析能力、树立新媒体用户思维与热点意识。	32
5	互联网销售	1. 主要教学内容：互联网销售基础概念与常用平台、互联网销售技巧与转化方法、互联网客户管理与维护要点等。 2. 要求：掌握互联网销售基础与技巧、具备销售实操与客户维护能力、树立客户思维与转化意识。	48
6	电子商务物流	1. 主要教学内容：电商物流基础概念与主流模式、电商仓储配送与供应链管理、电商物流数字化工具与应用等。 2. 要求：掌握电商物流基础与模式、具备物流实操与问题处理能力、树立物流效率与服务意识。	32
7	社群运营	1. 主要教学内容：社群运营基础概念与常用平台、社群用户拉新、活跃与留存策略、社群活动策划与数据复盘方法。 2. 要求：掌握社群运营基础与核心策略、具备社群实操与问题解决能力、树立社群用户思维与氛围意识。	48

（五）专业拓展课程

专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程，详见表 6。

表 6：电子商务专业拓展课程一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时数
1	市场调研与分析	1. 主要教学内容：市场调研基础概念与常用方法、调研方案设计与数据收集流程、调研数据分析与报告撰写要点等。 2. 要求：掌握调研基础与核心方法、具备调研实操与数据分析能力、树立科学调研与决策支撑意识。	48
2	多媒体应用	1. 主要教学内容：多媒体基础概念与常用工具、多媒体元	48

	技术	素：图/音/视频制作、多媒体综合应用：课件/短视频设等。 2. 要求：掌握多媒体工具基础操作、具备多媒体元素制作与设计能力、树立多媒体适配应用场景意识。	
3	社交电商综合实训	1. 主要教学内容：社交电商模式与实训平台操作、社交电商选品与推广实训、社交电商活动策划与数据复盘等。 2. 要求：掌握社交电商平台操作与推广、具备社交电商实训策划执行能力、树立社交电商转化与用户思维。	48
4	短视频运营实战	1. 主要教学内容：短视频平台规则与工具实操、短视频内容策划与拍摄剪辑、短视频流量运营与数据复盘等。 2. 要求：掌握短视频工具操作与内容制作、具备短视频策划与执行能力、树立流量转化与内容优化思维。	48
5	图文制作与流量管理实训	1. 主要教学内容：图文制作工具与内容设计实操、图文流量分析方法与工具应用、图文实训复盘与流量优化技巧等。 2. 要求：掌握图文制作与流量分析方法、具备图文实操与流量优化能力、树立图文适配流量转化思维。	48
6	跨境电商综合实训	1. 主要教学内容：跨境电商平台操作与规则实训、跨境物流与支付流程实操、跨境选品推广与数据复盘等。 2. 要求：掌握跨境电商实操与核心流程、具备跨境运营问题解决能力、树立跨境市场适配与合规意识。	48
7	直播电商	1. 主要教学内容：直播脚本策划、设计完整直播流程、直播平台核心功能操作、引导直播间互动并营造活跃氛围。 2. 要求：能够完成直播选品与陈列规划，根据目标用户需求匹配合适商品；能够引导直播间互动并营造活跃氛围，提升用户停留时长。；坚守直播电商诚信底线，杜绝虚假带货行为。	48
8	办公软件高级应用	1. 主要教学内容：PPT 高级排版与动画设计技巧、多软件数据联动方法，实现数据实时同步。 2. 要求：能够运用数据可视化工具，将复杂数据转化为直观图表、秉持数据处理严谨性，杜绝用软件篡改数据行为。	48
9	图形图像处理	1. 主要教学内容：商品图片精修技巧、设计营销海报、图标与装饰元素制作方法。 2. 要求：能够进行图像合成与特效处理，叠加场景、添加光影增强视觉冲击；能够按电商平台要求调整图像尺寸与格式，确保输出合规；尊重设计版权，拒绝抄袭，培养原创设计素养。	48
10	思维训练	1. 主要教学内容：思维导图构建技巧、逻辑推理方法、培养多维度思考决策能力。 2. 要求：能够对复杂问题进行拆解，用结构化思维梳理解决步骤；能够构思创新方案，结合实际场景评估可行性并调整；培养辩证思维，树立解决问题的责任意识。	48
11	艺术鉴赏	1. 主要教学内容：平面设计作品赏析方法、品牌视觉形象分析技巧。 2. 要求：能够理解色彩搭配原理与构图法则，判断设计合理性；能够通过案例对比训练视觉审美，提升对设计作品的把控力；提升正向审美能力，传承优秀视觉文化内涵。	48

12	智慧商业	<p>1. 主要教学内容：智慧零售场景分析方法、AI 营销工具核心功能、商业智能化趋势研判方法。</p> <p>2. 要求：能够理解大数据在商业决策中的应用，从数据中提取关键价值；能够分析智慧供应链流程，总结高效运转要点；秉持智慧商业创新伦理，坚守合规经营底线。</p>	48
----	------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

（六）专业实践课程

专业实践课程包括认知实习、岗位实习、专业实训等课程，详见表 7。

表 7：电子商务专业实践课程一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时数
1	AI 工具场景化应用	<p>1. 主要教学内容：AI 工具基础与常用类型认知、多领域 AI 工具场景化实操、AI 应用效果评估与调整方法。</p> <p>2. 要求：掌握 AI 工具操作与场景匹配、具备场景化 AI 应用设计能力、树立 AI 应用合规与优化思维。</p>	64
2	互联网及电商产品开发	<p>1. 主要教学内容：电商产品开发基础与流程认知、产品需求分析与原型设计实操、产品测试优化与上线迭代方法。</p> <p>2. 要求：掌握产品开发核心流程与方法、具备产品原型设计与优化能力、树立产品用户导向与迭代思维。</p>	48
3	智能客服	<p>1. 主要教学内容：智能客服基础概念与系统认知、客服话术设计与意图识别实操、客服问题处理与数据优化方法。</p> <p>2. 要求：掌握智能客服系统操作与基础、具备话术设计与问题处理能力、树立客服服务与优化思维。</p>	48
4	岗位实习	<p>1. 主要教学内容：参与电子商务核心岗位实操，如运营端商品上下架、客服端客户咨询响应等基础工作；处理岗位常见问题（如订单异常），参与团队任务协作，学习跨部门沟通流程；梳理实习工作成果（如数据报表），总结岗位经验，形成初步职业认知。</p> <p>2. 要求：熟练掌握对应岗位基础实操技能，如运营工具使用、客服话术规范等；能独立分析并解决岗位简单问题，具备初步问题排查与方案调整能力；解答关于商品特性、订单进度、售后政策的疑问，妥善解决简单的售后纠纷；录入订单发货信息。跟踪物流单号状态，及时反馈并协调处理物流延迟、商品破损等异常情况；熟悉电子商务行业法律法规与平台运营规则，在选品、宣传、客服沟通等工作环节中排查并规避合规风险；遵守实习单位规章，树立职业责任感，主动配合团队完成工作目标；按要求撰写实习日志与总结报告，梳理实习期间的工作问题、实操经验，形成对电子商务岗位的清晰认知，为职业发展奠定基础；秉持实习诚信操守，遵守企业规章维护用户与企业权益。</p>	720

七、教学进程总体安排

（一）课程学时、学分结构表

表 8：学时学分结构表

课程性质	公共 必修课	公共 选修课	专业 基础课	专业 核心课	专业 拓展课	专业 实践课	合计
学时数	840	64	304	336	288	880	2712
学分数	43	4	19	21	18	34	139
占总学时比例	30.97%	2.36%	11.21%	12.39%	10.62%	32.45%	100%

注：本专业总学分 139 学分，总学时 2712 学时，其中理论课 728 学时，占比 26.84 %；实践性教学 1984 学时，占比 73.16 %；选修课 352 学时，占比 12.98 %。

(二) 课程设置及学时安排

表 9：电子商务专业教学计划进程表

课程性质	课程编码	课程名称	学分	总学时	学时分配		学期课程安排						考核方式		备注
					理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年		考试	考查	
							1	2	3	4	5	6			
公共必修课	0120011001	思想道德与法治	3	48	32	16	3						√		
	0120011002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	32	0		2					√		
	0120011003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	32	16		3					√		
	0101011001	人工智能基础	2	32	32	0		2						√	
	0120011004	形势与政策（1）	0.25	8	8	0	1							√	
	0120011005	形势与政策（2）	0.25	8	8	0		1						√	
	0120011006	形势与政策（3）	0.25	8	8	0			1					√	
	0120011007	形势与政策（4）	0.25	8	8	0				1				√	
	0121011004	中华优秀传统文化	2	32	32	0	2							√	
	0121011005	大学英语（1）	3	48	32	16	3						√		
	0121011006	大学英语（2）	3	48	32	16		3					√		
	0101011002	信息技术基础	3	48	16	32	3							√	
	0121011008	就业指导	1	16	8	8				1				√	
	0121011009	大学生职业生涯规划	1	16	8	8	1							√	

	0121011010	创新创业教育	1	16	0	16			1					√	
	0121011013	大学体育（1）	2	36	4	32	2							√	
	0121011014	大学体育（2）	2	36	4	32		2						√	
	0121011015	大学体育（3）	2	36	4	32			2					√	
	0121011016	大学体育（4）	2	36	4	32				2				√	
	0121011002	军事技能	3	168	0	168	3周							√	军训三周
	0121011001	军事理论	2	32	32	0	2							√	
	0122011001	心理健康教育	2	32	16	16		2						√	
	0121011003	国家安全教育	1	16	16	0	1							√	
	0121011019	劳动教育（1）	1	16	0	16	1							√	
	0121011020	劳动教育（2）	1	16	0	16		1							
	0121011017	安全教育	贯穿全过程												
	公共必修课小计		43	840	368	472	19	16	4	4	0	0			
公共选修课		公共选修课	4	64	公共选修课由教务科研处统一安排至前四个学期修读完成，其中艺术类课程至少修读2学分。										
	公共选修课小计		4	64											
专业基础课	0102013241	电子商务基础	3	48	32	16	3							√	
	0102013243	市场营销	3	48	32	16	3							√	
	0102013246	管理学基础	3	48	32	16				3			√		
	0102013252	商务数据分析与应用	3	48	16	32				3				√	

	0102013256	消费者行为分析	3	48	32	16			3					√	
	0102013259	商务沟通	2	32	8	24		2						√	
	0102013260	电子商务法律法规	2	32	24	8		2					√		
	专业基础课小计		19	304	176	128	6	4	3	6	0	0			
专业核心课	0102014263	网店运营	4	64	16	48		4						√	
	0102014266	视觉营销设计	4	64	16	48			4					√	
	0102014269	电子商务物流	2	32	16	16		2						√	
	0102014272	网络营销	3	48	24	24			3					√	
	0102014275	新媒体营销	2	32	16	16			2					√	
	0102014278	互联网销售	3	48	16	32				3				√	
	0102014281	社群运营	3	48	16	32				3				√	
	专业核心课小计		21	336	120	216	0	6	9	6	0	0			
专业拓展课	0102015210	市场调研与分析	3	48	0	48			3					√	
	0102015212	多媒体应用技术	3	48	0	48				3				√	
	0102015214	社交电商综合实训	3	48	0	48			3					√	
	0102015216	短视频运营实战	3	48	0	48				3				√	
	0102015218	图文制作与流量管理实训	3	48	0	48			3					√	
	0102015220	跨境电商综合实训	3	48	0	48				3				√	
	0102015221	直播电商	3	48	0	48			3					√	

	0102015223	办公软件高级应用	3	48	0	48				3				√	
	0102015225	图形图像处理	3	48	0	48			3					√	
	0102015227	思维训练	3	48	0	48				3				√	
	0102015229	艺术鉴赏	3	48	0	48			3					√	
	0102015230	智慧商业	3	48	0	48				3				√	
	专业拓展课小计		18	288	0	288	0	0	9	9	0	0			最低选修要求
专 业 实 践 课	0102017294	AI 工具场景化应用	4	64	0	64					4			√	
	0102017296	互联网及电商产品开发	3	48	0	48					3			√	
	0102017298	智能客服	3	48	0	48					3			√	
	0102017300	岗位实习	24	720	0	720						30		√	
	专业实践课小计		34	880	0	880	0	0	0	0	10	30			
合计			139	2712	728	1984	25	28	27	25	10	30			

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

按照“四有好老师”、“四个相统一”、“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

本专业共有专职教师 14 名，兼职教师 3 名，生师比 25:1。双师素质教师占专业教师比例为 75%，其中高级职称占比 38%以上、硕士以上学历占比 85%，45 岁以下青年教师占比 88%，专兼职教师队伍职称、学历、年龄结构合理，能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业教研机制。

2. 专业带头人

本专业带头人是二级教授，中共党员，主要特长和研究方向为农村经济、市场营销。在教学改革研究项目及教学质量工程项目建设方面成果丰硕，主持省级项目 1 项，参与省级项目 1 项，主持厅级项目 4 项，主持完成市局级项目 2 项，校级科研项目 2 项。发表 EI 论文 1 篇，SCI 论文 1 篇，人大复印资料论文 1 篇。作为主编参与编写《电子商务概论》《市场营销学》《网络营销学》三部教材。在产教融合和校企合作方面积累了较为丰富的经验，在经济学领域具有一定引领力和影响力。

3. 专职教师

本专业专职教师 14 人，硕士占比 85%。具有高校教师资格；具有电子商务、管理学、企业管理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、人工智能技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

本专业兼职教师 3 人，均从本专业相关行业企业的高技术技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业技术职称，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学条件

1. 专业教室基本条件

现有 36 间多媒体教室，13 间机房，2 间语音室。教室均配备黑（白）板、智慧黑板、多

媒体计算机、投影设备等，仪器设备总值 2000 余万元，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实习实训基地基本条件

学校具有稳定的校内外实习基地，与河南圣多玛电子科技有限公司、河南领亚文化传播有限公司、河南泽沐信息科技集团有限公司、深圳市鹰熊汇科技有限公司、河南名骏科技管理有限公司、郑州鼎新供应链管理有限公司、河南御飞航空科技有限公司等开展校外实习合作，为学生提供电子商务运营、电子商务客服、跨境电子商务、数据分析、直播、美工、选品策划、网络营销等实习与就业岗位。校企双方建有稳定的双师型、专兼职结合的师资队伍，对学生实习进行指导和管理。详情见表 10-表 11。

表 10：校内实训室一览表

序号	实训室名称	主要设备	实训内容
1	电子商务综合实训室	实训工作台、基础实践教学云平台、智慧教室网络终端、电子商务运营模拟软件。	商品数据分析、电子商务运营、电子商务客服、网页设计与制作。
2	新媒体直播实训室	实训工作台、专业摄像机、卡口镜头、切换台、监视器、led 常亮灯、直播电脑。	选品选款、直播活动策划、直播脚本设计、直播数据分析。
3	电子商务运营实训室	实训工作台、基础实践教学云平台、智慧教室网络中断、沙盘实训模拟软件。	电子商务选品、美工、仓储。
4	直播营销实训室	基础实践教学云平台、智慧教室网络终端、直播营销运营模拟软件。	选品策划、网店运营、商品直播。
5	数字商务综合实训室	计算机 120 台，仓配云实训平台、运输运营平台、ITP、Elexsim、AI 实践教学平台、供应链实战平台、ITP、Elexsim、AI 实践教学平台、供应链实战平台。	数据分析、竞品分析。
6	大数据基础实训室	计算机 60 台，安装有 BI、ERPpython 等数据分析工具。	数据可视化、数据分析。
7	电子商务智慧化运营实训室	智慧物流实施平台、智能穿戴设备、AGV 机器人、智慧教室网络终端、仓储与配送、供应链模拟软件。	AI+电子商务运营

表 11：校外实习（实训）基地一览表

序号	实习（实训）基地名称	合作企业	实训内容
1	郑智科圣多玛电商实习实训基地	河南圣多玛电子科技有限公司	电子商务客服
2	郑智科领亚电商实习实训基地	河南领亚文化传播有限公司	直播运营
3	郑智科泽沐电商实习实训基地	河南泽沐信息科技集团有限公司	电子商务运营
4	郑智科郑州市高新区实习实训基地	深圳市鹰熊汇科技有限公司	跨境电商

	地		
5	郑智科航空港区实习实训基地	河南名骏科技管理有限公司	电子商务客服
6	郑智科鼎新供应链实训基地	郑州鼎新供应链管理有 限公司	电子商务运营
7	郑智科御飞航空科技实训基地	河南御飞航空科技有限 公司	电子商务客服

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，坚持“凡选必审”基本原则，确保教材价值导向正确，优先选用国家级、省级规划教材和国家优秀教材。

2. 图书文献配备情况

学校图书馆纸质藏书约 36 万册，电子图书约 20 万册，纸质期刊近 14 种，电子期刊 0.65 万种。图书文献配备丰富，为本专业师生提供了充足的文本信息、数据资料等知识服务，基本能满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要。专业类图书文献主要包括：电子商务基础、商务数据分析、Photoshop 实战教程等。

3. 数字教学资源建设情况

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、智能营销仿真系统、直播虚拟实训平台、AI 数据分析工具、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。

（四）教学方法

教学方法以“技术为基、能力为核”为导向，融合项目驱动、案例教学、情境模拟与翻转课堂等方法，根据电子商务专业各课程特点，专业核心课程的教学设计以电子商务工作典型任务作为载体，构建基于工作流程的教学模式，以工作任务为驱动，构建虚拟工作情景，按照“提出任务→知识准备→实施任务→点评归纳→巩固提高”的流程组织教学。教学组织过程中，针对不同的课程及岗位应用场景选择不同的教学方法，开展课堂讲授与课外指导相结合、启发式教学、案例教学、课堂讨论式教学、翻转课堂教学、虚拟仿真教学等。结合 AI 技术引导学生自主探讨工作任务，把理论知识和实践技能有机结合起来，通过学生展示、小组讨论、组间评价等活动来激发学生的主观能动性，学中做，做中学，完成教学任务。动态调整教学策略，推动课证融通，培养兼具数据思维、职业素养与创新精神的高技能人才。

（五）学习评价

全面落实立德树人根本任务，基于专业人才培养目标，对学生学业考核兼顾认知、技能、情感等方面，评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化。

1. 必修考试课成绩评定：总成绩=平时成绩×50%+期末考试成绩×50%

2. 选修、考查课程成绩评定：总成绩=平时成绩×60%+期末考试成绩×40%

3. 实习考核：认知实习的考核由任课教师根据实习表现和实习报告给与成绩；顶岗实习的考核由实习企业和实习指导老师共同完成：企业考核成绩（60%）+指导老师考核（40%）；毕业实习的考核由实习企业和毕业实习指导教师共同完成：企业考核成绩（60%）+毕业实习指导教师考核成绩（40%）；考核合格以上等次的学生获得学分，并纳入学籍档案。实习考核不合格者，不予毕业。考核形式注重学生的学习态度、平时成绩、卷面成绩、课堂表现，技能掌握情况等。

根据课程需要采用多样考核方法，如闭卷考试、开卷考试、实操等。鼓励学生积极参加国家、省各有关部门及学院组织的各项专业技能竞赛。

（六）质量管理

1. 健全综合质量保障机制：学校与二级院系建立专业人才培养质量保障机制，完善教学质量监控制度。评价体系上，改进结果评价、强化过程评价、探索增值评价，并积极吸纳行业与企业参与。通过及时公开信息、接受教育督导与社会监督，形成综合评价。同时，夯实人才培养方案、课程标准、课堂教学、实验实训、毕业设计等各环节的质量建设，通过“教学实施-过程监控-质量评价-持续改进”的闭环管理，确保人才培养目标的实现。

2. 完善教学运行与管理机制：学校与二级院系加强日常教学组织与管理，定期开展课程建设、日常教学及人才培养质量的诊断与改进工作。建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，并建立与企业联动的实践教学督导制度。要严明教学纪律，强化教学组织功能，定期组织公开课、示范课等教研活动，促进教学交流与提升。

3. 强化专业教研组织功能：专业教研组织应建立线上线下相结合的集体备课制度，定期召开教学研讨会。要善于运用各类评价分析结果，精准诊断教学问题，有效改进教学方法，从而持续提高人才培养质量。

4. 建立毕业生跟踪与社会评价机制：学校应建立常态化的毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。通过对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等数据的系统分析，定期评估人才培养的整体质量，并检验培养目标的达成度，为专业发展和教学改革提供数据支持。

九、毕业要求

根据电子商务专业培养特色及专业培养目标的要求，通过公共基础课、专业（技能）课、专业拓展课等的课堂教学、仿真实训、电子商务行业大赛、大学生创新创业项目、实习、辅导、座谈等教学环节，在确保学生德育审核合格的基础上，引导电子商务专业学生修满规定的139学分，使其能力达到基本要求，且各项考核全部合格，方可毕业。

电子商务专业人才培养方案

专家评审意见表

人 才 培 养 方 案 评 审 组 成 员	姓名	单位	职务/职称	签名
	欧阳菲	河南经贸职业学院	商贸物流学院 院长/教授	欧阳菲
	张会丽	黄河水利职业技术大学	金融与会计学院 副院长/副教授	张会丽
	职新卫	河南艺术职业学院	影视艺术学院 院长/教授	职新卫
	郭琰	郑州智能科技职业学院	教学督导委员会 主任/教授	郭琰
	马荣贵	郑州智能科技职业学院	商学院 院长/教授	马荣贵
	崔勇	郑州智能科技职业学院	传媒学院 院长/教授	崔勇

评审组意见：

同意该方案通过审核。

评审组组长签字：欧阳菲
日 期 2018年9月21日