福州科技职业技术学院

Fuzhou Vocational College of Science and Technology

电子商务专业人才培养方案

专　　业：电子商务

专业代码：530701

学　　制：三年

适用年级：2026级

专业负责人：李凯琳

制订成员：工商贸易系教研组

系部审核：李凯琳

二〇二六 年 六 月

目录

一、专业名称与代码 3
二、入学要求 3
三、修业年限 3
四、职业面向 3
五、培养目标与培养规格 4
（一）培养目标 4
（二）培养规格 4
六、课程设置及要求 12
（一）公共基础课程 12
1.思政课程 12
2.通识课程 15
（二）专业（技能）课程 19
1.专业基础课程 19
2.专业核心课程 22
3.专业拓展课程 25
4.实践性教学环节 29
（三）课程思政要求 31
七、教学进程总体安排 32
（一）教学活动时间安排表（按周安排） 33
（二）课程学时比例表 33
（三）教学进程安排表 34
八、实施保障 36
（一）师资队伍 36
（二）教学设施 38
（三）教学资源 40
（四）校企合作 40
（五）教学方法 41
（六）教学评价 42
（七）质量管理 43
九、毕业要求 44

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称与代码

1.专业名称：电子商务专业

2.专业代码：530701

二、入学要求

中等职业学校毕业、高中毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

学制：三年

四、职业面向

表 1 职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位类别或技术领域举例	职业资格或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）、商务服务业（72）	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）、商务策划专业人员（2-06-07-03）、品牌专业人员（2-06-07-04）、客户服务管理（4-07-02-03）、采购员（4-01-01-00）	运营主管、全渠道营销主管、020 销售主管、电商直播运营、智能客服主管、网店运营人员、互联网产品开发主管等	电子商务师、网店运营推广职业技能等级证书、电子商务数据分析职业技能等级证书、直播电商职业技能等级证书等

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养思想政治合格，德智体美劳全面发展，适应福州市与海峡西岸经济区建设需要，契合电子商务行业蓬勃发展的趋势，培养具备扎实的电子商务专业理论知识，拥有良好的商业素养、创新精神以及敏锐的市场洞察力，熟练掌握电子商务运营、网络营销推广、数据分析、客户服务等核心能力，并能紧跟行业前沿，灵活运用大数据、人工智能等新兴技术赋能电商业务的专业特色。培养面向互联网商务企业、传统企业电子商务部门等行业领域，聚焦于电子商务运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、互联网产品开发主管、直播电商主播、智能商务策划员等岗位，能够在数字化商业浪潮中，有效运用专业知识与技能，解决实际业务问题，推动企业电商业务高效发展，为区域经济和电商行业贡献力量的电子商务专业的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

表 2 培养规格

要素	基本要求	培养规格	对应课程
素质	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，树立新时代中国特色社会主义思想，践行社会主义核心价值观，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。	《思想道德与法治》 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》 《形势与政策》 《军事理论》 《军事技能》 《国家安全教育》
	2.具有良好的职业道德	崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳	《创新创业教育基础》 《就业指导》

要素	基本要求	培养规格	对应课程
	和职业素养。	动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；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，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。	《劳动教育》
	3.具有良好的身心素质和人文素养。	具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；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；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。	《体育》 《美育》 《大学生心理健康教育》 《院级公共选修课》
能力（专业）	1.通用能力	通过《思维训练》课程提升学生逻辑思维、创新思维和批判性思维能力，通过逆向思维设计差异化运营策略，结合敏捷思维应对电商平台规则快速迭代，提升从用户痛点挖掘到商业机会捕捉的全流程思维能力，为电商运营方案设计与问题解决提供底层逻辑支撑，帮助学生在数据分析、商业决策和创新实践方面表现更出色。 通过学习《商务礼仪与沟通》课程，掌握电商场景下的商务礼仪规范，理解沟通心理学在客户关系管理中的应用。同时，能在电商直播中运用专业话术提升转化率，通过跨部	《思维训练》 《商务礼仪与沟通》

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		门沟通协调供应链资源，并通过商务文书准确传递合作意向，培养“专业形象塑造—客户粘性提升—跨域协作高效” 的综合沟通能力，适应电商行业高频次、多场景的商务互动需求。	
	2.专业技术技能	通过学习《商务数据分析与应用》课程，分析、RFM 用户分层）；理解数据可视化原理，熟悉 Excel/Python/Tableau 等工具的操作逻辑；了解机器学习基础算法在销售预测、用户画像中的应用场景；撰写数据驱动的决策报告，为选品、定价、促销策略提供量化建议。 通过学习《视频制作》课程，学习电商短视频策划逻辑，掌握拍摄技术与剪辑流程；理解平台算法规则与用户注意力特征；独立完成从脚本撰写到拍摄剪辑的全流程制作，输出符合品牌调性的短视频；根据不同平台特性调整视频风格，提升完播率与互动率；运用热点音乐、话题标签等元素进行借势创作，快速响应营销需求。 通过学习《视觉营销设计》 课程，掌握视觉设计原理与电商平台规范；学习品牌视觉体系落地方法；了解动态视觉设计技巧与用户体验关联；设计高转化率的电商视觉物料：主图突出卖点、详情页构	《商务数据分析与应用》 《视频制作》 《视觉营销设计》 《网络营销》

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		建信任链条；运用 PS/AI 等工具制作营销海报、活动专题页，确保视觉信息与营销目标一致。 通过学习《网络营销》课程，掌握全渠道营销策略：搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销等；学习流量转化模型与用户生命周期管理；了解营销效果评估指标及优化逻辑；能制定差异化营销方案、设计用户增长活动：通过拼团裂变降低获客成本。	
知识（专业）	1.基础理论知识	通过学习《消费者行为分析》课程，掌握消费者心理活动规律、决策过程模型，理解文化、社会阶层等外部因素对消费行为的影响，熟悉大数据时代消费者行为的新特征（如社交电商、直播购物）。同时，能通过问卷调查、消费数据挖掘等方法分析目标客户行为特征，预测消费趋势，为产品定位、定价策略及营销活动设计提供依据，撰写消费者洞察报告； 通过学习《管理学基础》课程，理解管理的职能，掌握古典管理理论、现代管理思想，熟悉营销团队管理的基本原理。同时，能制定营销项目计划与执行方案，协调团队资源解决问题，运用激励理论提升团队效能，通过 PDCA 循环监控营销活动进度与效果；	《管理学基础》 《市场营销》 《经济学基础》 《基础会计》 《消费者行为分析》 《电子商务法律法规》 《商品学基础》

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		通过学习《市场营销基础》课程，掌握市场营销核心概念、营销环境分析方法、市场调研流程与工具，了解营销发展新趋势。同时，能开展市场调研与竞争分析，制定目标市场选择策略，设计产品、价格、渠道、促销组合方案，评估营销活动效果并优化策略。 通过学习《经济学基础》课程，理解微观经济学的基本原理，掌握成本收益分析、弹性理论等营销相关经济分析工具。同时，能运用经济学模型分析市场供需变化对营销决策的影响，解读宏观经济政策对行业发展的导向作用，辅助企业制定长期营销策略。 通过学习《基础会计》课程，掌握会计基本原理、六大会计要素核算方法，熟悉营销活动中涉及的会计业务。同时，能填制与审核营销相关会计凭证，登记账簿并编制简易利润表、现金流量表，通过会计数据解读营销活动的盈利能力与资金流动状况。 通过学习《电子商务法律法规》课程，掌握电子商务领域核心法律法规体系，了解典型法律纠纷案例的判决逻辑与法律适用。同时，能识别电商业务中的法律风险，掌握电商投诉举报、调解仲裁、司法诉讼	

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		的流程，能协助处理消费者维权、知识产权纠纷等事务，跟踪电商行业新规，调整企业运营策略以适应法律变化。 通过学习《商品学基础》课程，理解商品学的基本原理，掌握商品分类、质量分析、标准检验等营销相关商品分析工具。同时，能运用商品属性、品类特性分析市场需求变化对营销决策的影响，解读行业质量规范、产业政策对行业发展的导向作用，辅助企业制定长期营销策略。	
	2.专业实践应用知识	通过学习《电子商务法律法规》课程，掌握电子商务基本概念、发展历程、商业模式及技术基础，熟悉电子商务交易流程的运营逻辑。同时，能分析不同电商模式的商业逻辑，识别行业机会与挑战。能运用基础工具（如电商数据平台）进行市场调研与竞品分析。能独立完成基础电商项目的流程规划； 通过学习《零售基础》课程，掌握零售行业基本概念、业态分类及演变逻辑。理解零售运营核心要素，如商品管理、供应链、门店选址、定价策略、客户体验等。熟悉传统零售与新零售的差异，了解全渠道零售（线上线下融合）的运作模式。同时，能设计基础零售营销策略，	《电子商务基础》 《零售基础》 《网店运营与推广》 《社群运营与营销》 《零售门店 O2O 运营》 《互联网销售》 《供应链管理》 《广告实务》 《客户服务与管理》

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		能运用 SWOT 分析等工具诊断零售门店的经营问题； 通过学习《网店运营与推广》课程，掌握网店开设全流程（注册、选品、装修、上架、客服、物流）及平台规则。学习电商推广工具与策略。了解网店数据分析指标，如流量转化率、客单价、复购率、ROI 等。同时，能独立运营一家网店，完成商品上架、订单处理、售后维护等基础操作。能制定针对性推广方案，通过付费流量与免费流量组合提升店铺曝光。能通过数据分析优化运营策略。 通过学习《社群运营与营销》课程，掌握社群定位与用户画像分析方法，学习社群拉新、留存、转化策略，了解社群内容规划与工具应用。同时，能创建并运营垂直领域社群，设计用户成长路径与变现模式，通过数据分析优化社群活跃度与转化率，搭建私域流量池。 通过学习《零售门店 O2O 运营》课程，掌握 O2O 模式的核心逻辑与应用场景，理解门店数字化工具的功能与操作。熟悉 O2O 运营关键指标及优化策略。同时，能为传统零售门店设计 O2O 转型方案，能整合线上线下资源开展联动营销，能分析 O2O 运营数据，优化线上线下衔接	

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		流程。 通过学习《互联网销售》课程，掌握互联网销售的核心渠道及特点，学习线上客户开发与维护技巧，了解互联网销售工具的应用场景。同时，能根据产品特性选择合适的互联网渠道进行销售，设计线上销售话术与谈判策略，提升成单率与客单价，运用数据分析优化销售漏斗。 通过学习《广告实务》课程，掌握广告基础理论与发展脉络；熟悉主流广告工具与技术基础；了解行业前沿与跨模式差异；同时，能运用广告商业逻辑分析与机会识别能力；能运用广告工具操作与市场调研能力；能通过广告数据报表（如点击率、转化率、ROI）诊断问题；能独立规划基础电商广告项目的全流程。 通过学习《供应链管理》课程，理解供应链管理的基本原理，掌握供应链流程优化、库存管控、物流协同、渠道管理、供需匹配等营销及运营相关分析工具。同时，能运用供应链相关模型分析市场供需波动、供应链流转效率对企业营销决策的影响，解读宏观产业政策、供应链扶持与调控政策对行业发展的导向作用，辅助企业制定长效的供应链配套营销策略与长期经营发展	

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		策略。 通过学习《客户服务与管理》课程，掌握客户服务体系搭建流程；学习客户投诉处理技巧与危机公关策略；了解客户关系管理（CRM）系统的功能；能制定客户服务 SOP（标准作业流程），规范客服话术与服务流程；能通过数据分析识别客户痛点，推动产品或服务优化；能运用会员体系、个性化服务等手段提升客户忠诚度与复购率。	

六、课程设置及要求



（一）公共基础课程

1.思政课程

表 3 思政课程教学要求

序号	课程名称	学时（周）	课程目标（素质目标、知识目标、能力目标）	主要内容	教学要求（教学方法、考核要求）
1	思想道德与法治	48	**①知识目标：**掌握马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，明确社会主义核心价值观内涵、中华传统美德内涵和中国精神内涵； **②能力目标：**遵守道德规范、锤炼道德品格，把正确的道德认知、自觉的道德养成和积极的道德实践紧密结合起来，引领良好的社会风尚；追求远大理想、坚定崇高信念，继承优良传统、弘扬中国精神，培育和践行社会主义核心价值观； **③素质目标：**大学生学习法治思想、养成法治思维，自觉尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素养和法治素养；领悟人生真谛、把握人生方向，追求远大理想、坚定崇高信念。	本课程主要讲授马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，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，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，结合高职院校特点，注重加强学生的职业道德教育，提升学生思想道德素质和法治素养。	**教学方法：**采用模块化的专题化教学方式，课堂教学中采用问题驱动、案例分析、互动讨论、自主探究等方式，教师讲授与学生自主学习相结合。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	**①知识目标：**了解马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果，通过学习毛泽东思想、中国特色社会主义理论体系的形成和发展，建立对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就更深刻的认识； **②能力目标：**运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题；坚持理论联系实际；自觉投身中国特色社会主义伟大实践； **③素质目标：**树立中国特色社会主义共同理想，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，提高思想政治理论素养。	马克思主义中国化理论成果，即毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观产生形成发展过程、主要内容体系、历史地位和指导意义。	**教学方法：**采用模块化的专题化教学方式，课堂教学中采用问题驱动、案例分析、互动讨论、自主探究等方式，教师讲授与学生自主学习相结合。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	**①知识目标：**掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本精神、基本内容、基本要求，坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践； **②能力目标：**理解中国共产党人如何运	主要讲授马克思主义中国化时代化的最新成果，系统阐述习近平新时代中国特色社会主义思想形成的时代背	**教学方法：**采用模块化的专题化教学方式，课堂教学中采用问题驱动、案例分析、互

			用马克思主义理论最新成果习近平新时代中国特色社会主义思想的立场、观点、方法解决现实生活的基本问题，推进中国特色社会主义伟大事业。 **③素质目标：**增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，成长为新时代社会主义建设者和接班人。	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，充分反映建设社会主义现代化强国的战略部署，引导大学生增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，成长为新时代社会主义建设者和接班人。	动讨论、自主探究等方式，教师讲授与学生自主学习相结合。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
4	形势与政策（一）—（六）	36	**①知识目标：**引导和帮助学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识，包括马克思主义的形势与政策观、科学分析形势与政策的方法论、形势发展变化的规律、政策的产生和发展、政策的本质和特征等基础知识；掌握党的路线方针政策的基本内容，了解我国改革开放以来形成的一系列政策和建设中国特色社会主义进程中不断完善的政策体系； **②能力目标：**（1）培养学生掌握正确分析形势的能力，用马克思主义立场、观点、方法观察形势，关注形势，判断形势。（2）培养学生对党的路线方针政策的掌握能力。知晓政策、读懂政策、用好政策。（3）培养“四种能力”：时势政治的学习力、客观形势的判断力、国家政策的把握力、路线方针的理解力； **③素质目标：**让学生感知国情民意，体会党的路线方针政策的实践，把对形势与政策的认识统一到党和国家的科学判断上和正确决策上，把握正确的世界观、人生观和价值观，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心，为实现强国建设、民族复兴而发奋学习；	根据《高校“形势与政策”课教学要点》通知，结合实际情况，紧跟当下时政热点，全面系统、及时跟进推动党的创新理论进教材进课堂进学生头脑，每学期从《时事报告》大学生版教材中遴选 3 个主题开展专题教学。	**教学方法：**采用专题化教学方式，通过案例分析、互动讨论等使学生完成各种任务目标。 **考核要求：**考查。以提交专题论文、调研报告为主。
5	国家安全教育	16	**①知识目标：**通过完成当代大学生国家安全教育课程，学生基本掌握总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意	本课程系统阐释总体国家安全观的科学内涵和核心要	**教学方法：**采用线上线下相结合的方式。具体为专题化教学模式，通

			义，国家安全各重点领域的基本内涵、重要性； **②能力目标：**熟悉总体国家安全观相关法律法规；了解国家安全重点领域面临的威胁与挑战；掌握维护国家安全的途径与方法； **③素质目标：**通过当代大学生国家安全教育课程，使学生在日常的学习生活中，自觉养成维护国家安全的良好习惯。	义。通过系统学习使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力。	过案例分析、分组研讨、场景体验等教学方式完成任务。 **考核要求：**考查（最终成绩=平时成绩 50%+期末考试成绩 50%，采用百分制）。

2.通识课程

表 4 通识课程教学要求

序号	课程名称	学时（周）	课程目标 （素质目标、知识目标、能力目标）	主要内容	教学要求 （教学方法、考核要求）
1	体育 （一）—（四）	112	**①知识目标：**掌握、巩固和提升体育专项知识和运动水平，提升专项兴趣爱好。 **②能力目标：**提升学生专项技能，培养团结协作，探究学习、自觉锻炼等良好习惯，培养优秀体育精神和职业素养。 **③素质目标：**树立终身体育和全民健身思想，培养优秀体育精神和职业素养。	体育运动卫生保健知识；二十四式太极拳、篮、足、排等专项体育运动技术、技能；专项理论知识、一般身体素质和专项身体素质练习；第二课堂校园阳光健康跑。	**教学方法：**采用模块化的项目任务，通过现场演示、分组训练使学生完成各种任务目标。 **考核要求：**考查。采用项目式考核，过程项目考核 40%（考勤、作业、课堂表现）+课程考试 60%，成绩采用百分制。
2	大学生心理健康教育	32	**①知识目标：**增强学生的心理健康意识，提高学生心理健康科普知识的水平。 **②能力目标：**培养学生维护心理健康、预防心理疾病的生活及行为习惯；培养和提升学生应对心理问题和心理疾病的基本技能。 **③素质目标：**培养学生对待自身和他人心理健康的科学态度，减少对心理健康相关问题的偏见。	主要内容是理论和实践部分。理论部分主要是介绍心理健康，认识自我，正确的恋爱观，危机与创伤等内容；实践主要是团体辅导活动。	**教学方法：**通过典型案例、心理测试和课堂活动等教学方式，使学生掌握并应用心理健康知识，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，切实提高心理健康素质，促进学生全面发展。 **考核要求：**考查。（最终成绩=平时成绩 50%+期末考试成绩 50%，采用百分制）。
3	军事理论	32	**①知识目标：**了解我国的国防历史和现代化国防建设的现状，增强依法建设国防的	中国国防；国家安	**教学方法：**采用线上线下相结合方式教

			观念；了解世界军事及我国周边安全环境，增强国家安全意识；了解高科技，明确高技术对现代战争的影响。 **②能力目标：**具备对军事理论基本知识进行正确认知、理解、领悟和宣传的能力。 **③素质目标：**培养严明的组织纪律观念；培养敬业乐业、精益求精的工作作风；培养学生交流、沟通能力；培养团队协作意识。	全；军事思想；现代战争；信息化装备。	学，综合运用讲授法、案例法、分组讨论法等方法，充分运用信息化手段开展教学。 **考核要求：**考查。（最终成绩=平时成绩50%+期末考试成绩50%，采用百分制）。
4	大学英语（一）—（二）	128	**①知识目标：**掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识；了解抽象与概括、分析与综合、比较与分类等思维方法；掌握必要的跨文化知识。 **②能力目标：**具备必要的英。语听、说、读、看、写、译技能；能够识别、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；能够辨析语言和文化中的具体现象；能用英语讲述中国故事、传播中华文化；能够效完成跨文化沟通。 **③素质目标：**培养学生职场涉外沟通和多元文化交流，提升学生语言思维，促进学生自主学习完善。突出职业特色，加强语言实践应用能力培养；提升信息素养，探索信息化背景下教与学方式的转变；尊重个体差异，促进学生全面与个性化发展。	大学英语课程包含大学英语（1）和大学英语（2）两部分。大学英语课程教学内容以基础模块即通用职场英语为主，辅以职业提升英语，涵盖职业与个人、职业与社会和职业与环境三大主题；涵盖日常生活和职场情境中的各种典型语篇；涵盖哲学、经济、科技、教育、历史、文学、艺术、社会习俗、地理概况以及中外职场文化和企业文化等文化知识；并结合专业特色开展提升语言综合应用能力的项目实践。	**教学方法：**采用模块化的项目任务，通过教师讲解、现场演示、分组讨论、分组实践使学生完成各种任务目标。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩10%+期中考试20%+期末考试成绩70%，采用百分制）。
5	大学生职业生涯规划	32	**①知识目标：**通过本课程的教学，大学生应当基本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。 **②能力目标：**通过本课程的教学，大学生应当掌握自我探索技能、生涯决策技能等，还应该通过课程提高学生的各种通用技能，比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等。 **③素质目标：**通过本课程的教学，大学生应当树立起职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观	建立生涯意识、自我认识与职业探索、生涯与职业决策、大学生职业生涯规划制定、职业生涯规划的评估与调整。	**教学方法：**采用线上线下相结合方式教学，综合运用讲授法、案例法、分组讨论法等方法，充分运用信息化手段开展教学。 **考核要求：**考查。（最终成绩=平时成绩50%+期末考试成绩50%，采用百分制）。

			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。		
6	就业指导	16	**①知识目标:**通过本课程的教学使大学生了解国家的就业形势和对大学生创业的优惠政策，把握职业选择的原则和方向；了解就业登记手续，掌握求职过程中简历撰写注意事项，面试基本类型与应对技巧。 **②能力目标:** 通过本课程的教学，大学生应当掌握就业信息搜索技能、掌握求职过程中简历和求职信的撰写技巧，掌握面试的基本形式和面试应对要点，提高面试技能。掌握权益保护的方法与途径，维护个人的合法权益。 **③素质目标:**通过本课程的教学使学生了解国家就业方针政策，树立正确的择业就业和职业道德观念，锻造良好的心理素质，了解就业程序和就业权益，掌握求职就业的技巧和礼仪，并树立积极正确的人生观、价值观。	就业形势政策与求职途径、简历撰写、面试技巧与求职礼仪、就业程序与就业权益、职业适应与发展。	**教学方法:** 讲授法、讨论法、演讲、角色扮演、结合实践教学。 **考核要求: 考查。**最终成绩=平时成绩 50%+个人简历撰写情况 50%，采用百分制）。
7	信息技术	48	**①知识目标:** 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。 **②能力目标:** 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。 **③素质目标:**具备独立思考和主动探究能力，学生职业技能主要内容包含信息素养与职业文化、新一代信息技术、Windows 操作系统、文档处理、电子表格处理、演示文稿制作六部分内容。	主要内容包含信息素养与职业文化、新一代信息技术、Windows 操作系统、文档处理、电子表格处理、演示文稿制作六部分内容。	**教学方法:**采用讲授法、引导教学法、讨论法、情境教学法、任务驱动法、实训作业法、自主学习法等。 **考核要求:** 考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
8	人工智能应用	32	**①知识目标:**熟练运用 AIGC 核心工具（文本、图像、音频、视频类）完成内容生成任务。例如，使用文心一言生成专业文档，文心一格设计图像，豆包进行语音合成，即梦 AI 制作视频；能根据需求优化提示词，确保生成内容风格统一、信息准确，并遵守版权与伦理规范。 **②能力目标:** 掌握 AI 智能办公工具的应	熟练运用 AIGC 核心工具（文本、图像、音频、视频类）完成内容生成任务；掌握 AI 智能办公工具的应用。	**教学方法:**采用讲授法、引导教学法、讨论法、情境教学法、任务驱动法、实训作业法、自主学习法等。 **考核要求:** 考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试

			用，包括使用 XMind、TreeMind 构建思维导图，ChatExcel 处理数据并生成图表，Kimi+PPT 助手制作演示文稿； **③素质目标：**能通过自然语言指令完成数据清洗、可视化分析及文档协同编辑，提升办公效率。通过自然语言指令完成数据清洗、可视化分析及文档协同编辑，提升办公效率。		成绩 70%，采用百分制）。
9	大学语文	32	**①知识目标：**掌握基本的语言知识和文学常识，了解中华民族优秀的传统文化。 **②能力目标：** 提高阅读、写作、口语表达等语言运用能力，以及文学鉴赏、批评、探究的自主学习能力。拓宽文化视野，培养高尚的道德情操和健康的审美情趣。 **③素质目标：** 增强民族自豪感，提高民族自信心及文化认同感。	通过经典的诗词、散文、小说等文学文化作品的选读、赏析和讨论，培养学生的人文素养、审美情趣和思辨创新能力。通过学习应用文的写作方法和技巧，如公文文书、事务文书等，提高学生的语言应用能力。	**教学方法：** 讲授法、讨论法、情境教学法、问题导向教学法、比较教学法等。 **考核要求：** 考查（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
10	经济应用数学	48	**①知识目标：**熟练掌握函数与常用经济函数、极限、连续与间断、导数、概率论与数理统计的概念，熟记其几何意义及经济意义；正确理解极限计算公式与方法、导数计算公式和求法、极值与最值求法、边际值与弹性值求法等问题。 **②能力目标：** 培养建模能力，将经济问题量化成数学问题，并会用数学知识和方法求其解；培养计算能力，具有简单的手工计算能力、数理模型的构建和使用能力；培养数理方法在经济领域中应用能力(核心能力)：能够应用数学知识求解相应经济问题。 **③素质目标：**培养学生运用数学思想和方法，提高自主学习、终身学习能力、知识应用能力、问题解决能力，使学生具有思维严密、推理合理、表达准确、创新探索的科学精神。	本课程主要讲解函数、极限和连续、导数、概率论与数理统计的基本概念与基本理论，需要学生掌握函数极限、导数的基本运算方法以及常见的与经济问题相关的函数，能够运用所学数学知识、数学思维和数学方法，解决一些简单的实际应用问题及经济应用问题。	**教学方法：** 讲授法、讨论法、情境教学法、问题导向教学法、比较教学法等。 **考核要求：** 考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。

（二）专业（技能）课程

1.专业基础课程

表 5 专业基础课程教学要求

序号	课程名称	学时（周）	课程目标（素质目标、知识目标、能力目标）	主要内容	教学要求（教学方法、考核要求）
1	电子商务基础	48	**①知识目标：**了解电子商务发展历程与行业现状，掌握 B2B、B2C、C2C、直播电商等主流电商模式，熟悉电商交易流程、平台规则、网络支付、物流配送等基础理论知识，理解数字经济背景下电商新业态、新模式的运行逻辑与行业规范。 **②能力目标：**能够区分不同电商运营模式，熟练操作主流电商基础平台，具备电商信息检索、线上交易流程梳理、电商项目初步规划的能力，可独立完成简单店铺入驻、商品上架等基础实操任务。 **③素质目标：**树立互联网思维与创新意识，认同电商行业职业价值，培养诚实守信、规范经营的从业理念，养成严谨细致、主动学习的职业习惯，增强适应数字商务行业发展的综合素养。	本课程主要介绍电子商务的基本概念、发展历程与行业发展趋势，系统讲解 B2B、B2C、直播电商、社交电商等主流电商商业模式。涵盖网络交易流程、电商平台运营规则、线上支付、物流配送、网络安全等基础内容，结合数字经济新业态，融入电商行业前沿案例，夯实学生电子商务专业基础。	**教学方法：**采用理论讲授、案例教学、平台实操相结合的教学方法，结合主流电商平台真实案例讲解行业模式与运营规则，依托线上教学资源开展课前预习、课后拓展，通过课堂讨论、项目实操、情景模拟等方式，引导学生主动探究电商新业态知识，提升理论应用与基础实操能力。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 20%+期中考试 20%+期末考试成绩 60%，采用百分制）。
2	管理学基础	48	**①知识目标：**知识目标：系统掌握计划、组织、领导、控制等管理学基本原理，了解电商企业组织架构、岗位职责、团队管理、运营统筹等基础理论，熟悉小微企业运营管理、人力资源、沟通协调的相关知识。 **②能力目标：**具备基础的团队沟通、任务统筹、问题分析能力，能够协助完成电商运营团队分工、日常工作安排、客户关系协调等工作，具备初步的运营管理与决策辅助能力。 **③素质目标：**培养大局意识、责任意识与团队协作精神，树立科学管理理念，	本课程围绕现代管理学核心知识展开，重点讲解计划、组织、领导、控制四大管理职能，系统介绍企业基础管理、团队管理、沟通协调、决策管控等核心内容。结合电商小微企业运营特点，融入电商企业组织架构、岗位管理、日常运营统	**教学方法：**以理论讲授为基础，融入案例分析、情景模拟、小组研讨等教学方法，选取电商小微企业真实管理案例拆解分析，设置团队分工、工作统筹、纠纷协调等模拟任务，结合翻转课堂教学模式，引导学生参与课堂互动与小组实践，强化管理思维与团队协作能力。

			养成严谨务实、爱岗敬业的职业品质，提升适应电商岗位管理需求的综合职业素养。	筹等实操案例，贴合电商岗位管理工作实际。	**考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 20%+期中考试 20%+期末考试成绩 60%，采用百分制）。
3	市场营销基础	48	**①知识目标：**知识目标：掌握市场调研、消费者行为分析、市场定位、4P 营销理论等核心知识，理解网络营销、客户关系管理、品牌推广等内容，熟悉新零售环境下市场营销的基本策略与方法。 **②能力目标：**能够独立开展简单市场调研，分析消费者需求，撰写基础营销方案，具备产品推广、客户沟通、营销策划的实操能力，可完成电商产品的线上营销推广工作。 **③素质目标：**树立以客户为中心的服务理念，培养市场洞察能力与营销创新思维，增强沟通表达与抗压能力，养成诚信服务、务实进取的职业素养。	本课程系统讲授市场营销核心理论，涵盖市场调研、消费者行为分析、市场细分与定位、4P 营销策略、品牌推广、客户关系管理等核心内容。结合新零售与电商营销场景，讲解线上营销推广、客户引流、产品促销等实操方法，搭配行业案例培养学生基础营销实操能力。	**教学方法：**综合运用理论讲授、案例教学、项目驱动、实操训练等教学方法，结合电商营销热点案例开展课堂剖析，设置市场调研、营销方案设计等实操项目，组织小组合作完成营销策划任务，通过成果展示、互评点评的方式，提升学生营销实操与创新应用能力。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
4	零售基础	48	**①知识目标：**掌握传统零售、新零售、全渠道零售等基础理论，熟悉零售业态分类、商品管理、门店运营、选品陈列、库存管理、线上线下融合运营等专业知识。 **②能力目标：**具备商品选品、陈列布局、客户接待、线上线下渠道运营能力，能够协助开展零售门店管理、社群零售、O2O 运营等基础实操工作。 **③素质目标：**培养精细化运营思维与服务意识，强化岗位责任心与敬业精神，适应新零售行业规范要求，养成耐心细致、踏实肯干的职业习惯。	本课程聚焦零售行业发展，讲解传统零售、新零售、全渠道零售的业态特征与发展规律，主要涵盖零售业态分类、商品选品、陈列布局、库存管理、门店运营、线上线下 O2O 融合运营等内容。结合电商零售场景，讲解新零售实操技巧，适配线上线下零售岗位需求。	**教学方法：**采用理论精讲、实景演示、任务驱动、实训实操相结合的教学方法，依托新零售、O2O 运营真实场景，开展商品选品、陈列布局、线上线下运营等实操训练，结合行业门店案例对比分析，通过小组实训、岗位模拟，提升学生新零售实操应用能力。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
5	基础会计	48	**①知识目标：**掌握会计基本要素、会计等式、会计科目、账务处理流程等基础会计知识，熟悉发票、票据、记账凭证、	本课程讲授会计入门基础知识，涵盖会计基本要素、会	**教学方法：**运用理论讲授、示范教学、仿真实训、纠错训练的教学方

			账簿等内容，了解电商企业基础财务核算、税务常识与财经法规。 **②能力目标：**能够识别基础会计凭证，规范登记简单账务，完成电商日常收支核算、票据整理、基础对账等工作，具备电商岗位基础财务处理能力。 **③素质目标：**树立严谨细致、客观公正的财务职业意识，恪守财经职业道德，培养诚信自律、遵纪守法的职业操守，提升财务风险防范意识。	计等式、会计科目、复式记账、账务处理流程等核心理论，重点讲解记账凭证填制、账簿登记、票据识别、日常收支核算等实操内容，结合电商行业特点，融入电商日常账务、小额收支、基础财税常识等实务内容。	法，结合会计基础实操软件开展账务模拟训练，针对电商日常账务、票据处理等重点内容进行实操演示，通过单人实训、小组互助、错题复盘等方式，夯实学生财务基础实操能力。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
6	电子商务法律法规	36	**①知识目标：**系统学习《电子商务法》《消费者权益保护法》等法律法规，掌握电子合同、知识产权、平台责任、直播合规、网络侵权、消费者权益保护等法律知识。 **②能力目标：**能够识别电商运营、直播带货、网络营销中的法律风险，规范开展线上交易与推广活动，具备依法合规运营、规避经营风险的实操能力。 **③素质目标：**强化法治观念与合规意识，坚守诚信经营底线，培养依法从业、依规办事的职业素养，树立责任意识与契约精神。	本课程以《电子商务法》为核心，结合消费者权益保护法、知识产权法等相关法律法规，重点讲解电子合同、网络交易规范、直播电商合规、知识产权保护、平台责任、用户隐私保护、电商纠纷处理等内容，结合电商运营常见违法违规案例，开展合规实操教学。	**教学方法：**采用法理讲授、案例剖析、情景辨析、课堂研讨的教学方法，选取电商违规经营、直播侵权、交易纠纷等真实典型案例开展深度分析，设置合规运营情景判断题、风险辨析讨论题，通过以案释法、情景模拟，强化学生电商合规从业能力。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
7	商务数据分析与应用	48	**①知识目标：**掌握电商流量、访客、转化率、客单价等核心运营指标，熟悉数据采集、整理、分析、可视化的基础方法，理解通过数据优化店铺运营、营销推广的逻辑。 **②能力目标：**能够运用工具采集电商运营数据，完成基础数据统计与分析，撰写简单数据分析报告，利用数据结果优化商品上架、推广策略与客户运营方案。 **③素质目标：**培养数据思维与逻辑分析能力，养成实事求是、精准高效的工作作风，提升问题研判能力，增强严谨务	本课程聚焦电商商务数据应用，主要讲解电商核心运营指标，包括流量、访客、转化率、客单价、复购率等，教授数据采集、整理、统计、分析及可视化的基础方法，结合店铺运营、营销推广场景，讲解数据分析报告撰写、数据驱动运营	**教学方法：**采用法理讲授、案例剖析、情景辨析、课堂研讨的教学方法，选取电商违规经营、直播侵权、交易纠纷等真实典型案例开展深度分析，设置合规运营情景判断题、风险辨析讨论题，通过以案释法、情景模拟，强化学生电商合规从业能力。 **考核要求：**考试（最终

			实、精益求精的职业素养。	优化的实操方法与应用技巧。	成绩=平时成绩 20%+期中考试 20%+期末考查成绩 60%，采用百分制）。
8	习近平经济思想概论	32	**①知识目标：**知识目标：理解习近平经济思想核心要义，掌握新发展理念、数字经济、实体经济、乡村振兴、共同富裕等理论知识，熟悉电商助农、区域数字经济发展等相关政策内容。 **②能力目标：**能够运用经济思想分析电商行业发展趋势，结合福建区域经济开展电商助农、乡村电商等实践思考，具备运用理论指导电商实践的综合能力。 **③素质目标：**厚植家国情怀与社会责任感，树立服务地方经济、助力乡村振兴的职业理想，增强时代使命感，培养爱国敬业、担当作为的职业品格。	本课程系统阐释习近平经济思想的核心要义、基本内涵与实践要求，重点讲解新发展理念、数字经济发展、实体经济建设、乡村振兴、区域经济发展等重要内容，结合福建地方经济与电商行业发展，讲授电商助农、数字商贸赋能地方经济的实践路径与政策要求。	**教学方法：**采用理论系统讲授、专题研讨、案例教学、社会实践相结合的教学方法，结合福建数字经济、电商助农典型案例开展专题讲解，组织学生开展行业调研、主题讨论、项目思考，将理论知识与地方电商发展实践深度融合，实现知行合一。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。

2.专业核心课程

表 6 专业核心课程教学要求

序号	课程名称	学时（周）	课程目标 （素质目标、知识目标、能力目标）	主要内容	教学要求 （教学方法、考核要求）
1	网店运营与推广	48	**①知识目标：**掌握淘宝、拼多多、抖音商城等主流电商平台的运营规则与后台操作逻辑，熟悉商品优化、流量获取、店铺推广、活动运营的基础理论与方法，了解网店权重、店铺层级、流量转化等核心运营知识与行业规范。 **②能力目标：**能够独立完成店铺基础搭建与商品优化，熟练运用平台工具开展免费引流与付费推广操作，具备店铺日常维护、活动策划报名、运营数据复盘、	本课程聚焦主流电商平台店铺全流程运营，系统讲解店铺入驻、店铺装修、商品上架、标题优化、详情页制作、店铺活动设置等基础运营内容，涵盖免费流量、付费推广、活动报名、店	**教学方法：**采用项目驱动、平台实操、案例拆解、任务考核相结合的教学方法，以真实店铺运营项目为载体，开展全流程实操训练，结合优秀店铺案例对比分析，通过边学边练、实操复盘、成果点评，提升学生网店运营与推广

			优化店铺转化效果的实操能力。 **③素质目标：**培养精细化运营思维与持续学习意识，适应电商平台规则迭代特点，养成严谨细致、精益求精的工作作风，树立合规运营、诚信经营的职业素养与岗位责任意识。	铺数据分析、权重提升等核心实操知识，结合平台最新规则开展实战化教学，贴合网店运营岗位核心工作。	实战能力。 **考核要求：**考查（最终成绩=平时成绩 20%+期中考试 30%+期末实操成绩 50%，采用百分制）。
2	商品学基础	考试	**①知识目标：**知识目标：掌握商品分类、质量标准、包装规范、养护管理等基础商品学理论知识，熟悉电商各类目商品特性、选品逻辑、卖点特征与品质鉴别要点，了解电商商品质检规范与售后品质问题处理相关知识。 **②能力目标：**能够根据市场需求与平台特性开展电商选品，精准提炼商品核心卖点，具备商品品质鉴别、包装优化、货品养护、基础质检与商品售后问题处理的实操能力。 **③素质目标：**培养严谨细致的品质意识与市场研判思维，树立质量为本、诚信经营的职业理念，养成求真务实、精益求精的工作态度，提升电商货品运营的职业素养。	本课程系统讲解商品基础属性、商品分类、商品质量、商品标准、商品包装、商品养护、商品检验等核心内容，重点结合电商行业特点，讲授电商选品技巧、商品卖点提炼、货品鉴别、仓储养护、售后品质处理等实操知识，适配电商选品与货品管理岗位需求。	**教学方法：**运用理论讲授、实物观察、案例对比、实训实操的教学方法，结合电商热销商品开展实物鉴别与卖点分析，设置选品策划、品质核验等实训任务，通过小组研讨、实操演练、成果展示，强化学生商品实操与选品应用能力。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
3	视觉营销设计	48	**①知识目标：**知识目标：掌握电商视觉设计的色彩、构图、版式基础理论，熟悉主流电商平台图片、海报、页面的设计规范与尺寸标准，了解电商视觉营销逻辑、用户审美偏好与视觉引流的核心原理。 **②能力目标：**能够运用设计工具完成商品主图、详情页、活动海报的设计制作，具备店铺页面视觉优化、视觉风格统一、通过视觉设计提升商品点击率与转化率的实操能力。 **③素质目标：**培养审美创新思维与艺术设计素养，树立用户导向的视觉服务理念，养成精益求精、耐心细致的创作习惯，具备适配电商行业迭代更新的创新与审美提升能力。	本课程围绕电商视觉营销核心能力展开，讲解色彩搭配、版式设计、构图原理等设计基础，重点讲授商品主图、详情页、首页海报、活动页面的设计与制作，涵盖短视频封面、直播画面视觉优化等内容，结合电商审美趋势与平台规范开展实战教学。	**教学方法：**采用理论精讲、示范教学、案例赏析、项目实训的教学方法，通过优秀电商视觉案例赏析拓宽审美视野，教师实操示范设计技巧，以真实店铺视觉设计项目为任务，开展针对性实训，提升学生视觉营销实操设计能力。 **考核要求：**考查（最终成绩=平时成绩 20%+期中考试 30%+期末考查成绩 50%，采用百分制）。
4	社群运营	48	**①知识目标：**知识目标：掌握私域社群运营的基本逻辑与核心流程，熟悉社群引流、用户维护、内容输出、活动策划、	本课程系统讲解社群搭建、用户引流、社群维护、用户分	**教学方法：**采用案例教学、情景模拟、任务驱动、实战运营的教学方

			用户转化的基础理论，了解电商私域用户特征、社群运营规则与私域变现模式。 **②能力目标：**能够独立搭建电商私域社群，完成日常用户维护、内容推送、氛围活跃等工作，具备社群活动策划、用户分层管理、激活用户复购、实现私域流量变现的实操能力。 **③素质目标：**培养良好的沟通表达与用户服务意识，树立精细化私域运营思维，养成耐心、负责的职业工作态度，具备持续维护用户关系、深耕私域流量的职业素养。	层、内容运营、活动策划、私域转化等核心内容，涵盖微信社群、抖音粉丝群等主流私域社群运营模式，结合电商场景讲授客户留存、复购激活、口碑传播、私域变现的实操方法与运营技巧。	法，拆解优秀电商私域社群运营案例，设置社群搭建、活动策划、用户维护等实操任务，通过真实社群运营实训，提升学生私域社群运营实战能力。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
5	网络营销	48	**①知识目标：**知识目标：掌握各类网络营销模式的基本原理与适用场景，熟悉线上引流、内容推广、渠道投放、营销复盘的基础方法，了解网络营销行业规则、流量逻辑与电商品牌推广的核心要点。 **②能力目标：**能够根据电商产品特性制定基础网络营销方案，熟练运用各类线上渠道开展引流推广工作，具备营销内容创作、渠道运营、效果数据分析、优化营销推广策略的能力。 **③素质目标：**培养敏锐的市场流量思维与营销创新意识，树立数据驱动的推广理念，养成善于分析、积极探索的职业习惯，提升网络营销实战与创新应用素养。	本课程基于互联网营销场景，系统讲解网络营销渠道、营销方式、推广技巧等核心内容，涵盖搜索引擎营销、内容营销、短视频营销、社群营销、付费推广等主流模式，结合电商行业特点讲授营销策划、流量引流、品牌推广、效果复盘的完整实操流程。	**教学方法：**综合运用理论讲授、热点案例剖析、项目驱动、实操演练的教学方法，结合当下主流网络营销热点开展教学，设置营销方案策划、渠道推广实训项目，通过成果复盘与优化打磨，提升学生网络营销实操能力。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
6	零售门店 O2O 运营	48	**①知识目标：**知识目标：掌握 O2O 新零售的运营逻辑与双线融合模式，熟悉本地生活平台运营规则、门店线上引流、线下服务履约的相关知识，了解零售门店双线运营、用户留存、场景营销的基础理论与方法。 **②能力目标：**能够完成线下门店线上店铺搭建与日常运营，熟练开展双线引流、活动策划、订单处理、履约服务等工作，具备门店 O2O 双线运营、客户维护、销量转化提升的实操能力。 **③素质目标：**培养新零售融合运营思维与服务意识，树立线上线下一体化运营	本课程聚焦新零售 O2O 运营模式，系统讲解线下门店管理、线上平台入驻、双线流量互通、线上核销、线下履约、门店社群引流、双线活动联动等核心内容，涵盖美团、大众点评、抖音本地生活等平台运营技巧，适配实体门店新零售运营岗位	**教学方法：**采用实景教学、任务驱动、平台实操、案例研讨的教学方法，结合本地生活真实门店运营案例拆解教学，开展线上店铺搭建、双线活动策划等实训任务，通过岗位模拟实操，提升学生 O2O 门店运营实战能力。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+

			理念，养成高效务实、认真负责的工作作风，适配新零售行业岗位职业要求。	需求。	期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
7	互联网销售	48	**①知识目标：**掌握互联网销售的基本流程、沟通话术与成交逻辑，熟悉线上客户心理、需求分析、异议处理、订单促成的专业知识，了解各类线上销售场景的服务规范与成交技巧。 **②能力目标：**能够熟练运用专业话术开展线上客户接待与咨询应答，精准分析客户需求、处理销售异议，具备线上产品推介、订单促成、售后维护、客户复购激活的销售实操能力。 **③素质目标：**培养良好的服务意识、沟通素养与抗压能力，树立诚信销售、客户至上的职业理念，养成耐心细致、积极进取的工作态度，具备优秀的线上销售职业素养。	本课程围绕线上销售全流程展开，系统讲解线上客户挖掘、咨询应答、销售话术、需求分析、产品推介、订单促成、售后跟进、客户复购等核心内容，涵盖电商客服、线上导购、直播销售、私域成交等多种互联网销售场景，强化线上成交实操能力。	**教学方法：**采用理论讲授、话术示范、情景模拟、角色扮演、实战演练的教学方法，设置各类线上销售疑难场景开展模拟训练，通过师生对练、小组互评、实战复盘的方式，强化学生线上沟通与成交销售能力。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
8	供应链管理	48	**①知识目标：**掌握供应链与电商供应链的基础概念，熟悉采购、仓储、物流、配送、库存管理等核心环节知识。了解电商供应链运作模式、供应链协同管理及供应链成本控制、风险管理基础内容。 **②能力目标：**具备电商供应链各环节基础实操能力，能够完成基础库存盘点、物流对接、订单流转跟进工作。可初步排查供应链基础风险，协助优化电商店铺发货、仓储、配送的基础流程。 **③素质目标：**培养全局统筹和协同协作意识，树立高效、低成本、规范化的供应链管理理念。养成严谨细致、负责高效的工作作风，具备电商行业供应链岗位必备的职业责任心。	主要讲解电商供应链架构、采购管理、仓储库存管理、物流配送管理、订单供应链流转、供应链成本管控、供应链风险防控，结合直播电商、跨境电商供应链特色开展专项教学。	**教学方法：**采用项目化教学，以电商店铺订单供应链全流程为实训项目；运用仿真教学，借助供应链模拟系统开展实操训练；结合企业案例讲解行业实操规范，融入岗位实操标准开展教学。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。

3.专业拓展课程

表 7 专业拓展课程教学要求

序号	课程名称	学时（周）	课程目标 （素质目标、知识目标、能力目标）	主要内容	教学要求 （教学方法、考核要

					求）
1	经济学基础	48	**①知识目标：**掌握微观与宏观经济学基础概念，理解供求、价格、市场均衡等核心原理，熟悉成本、收益、市场类型等基础理论。了解宏观经济指标、经济政策基本内容，掌握电商行业相关的基础经济规律，夯实专业经济理论基础。 **②能力目标：**能够运用供求理论分析电商市场价格波动、商品供需变化现象，具备解读基础经济数据的能力。可结合电商经营场景，简单分析企业成本与收益，初步具备用经济思维解决电商基础经营问题的能力。 **③素质目标：**培养理性的经济思维和市场洞察意识，树立市场经济规则观念。养成严谨的分析判断习惯，具备适配电商行业的市场敏感度，形成客观看待行业经济现象、合规经营的职业素养。	主要讲授供求理论、均衡价格、消费者与生产者行为、成本理论、市场结构等微观经济内容，同时涵盖国民经济、通货膨胀、宏观调控等宏观经济知识，结合电商行业案例讲解经济原理的实际应用。	**教学方法：**采用案例教学法，结合电商平台价格变动、市场竞争案例拆解理论；运用课堂讨论法引导学生分析行业经济现象；辅以线上微课、习题实训，将抽象经济理论与电商实操场景结合，提升学习实用性。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
2	消费者行为分析	48	**①知识目标：**掌握消费者心理学、行为学基础理论，了解网络消费者的需求、动机、购买决策过程。熟悉影响电商消费者消费行为的个人、环境、营销等因素，掌握用户画像、消费偏好分析的基础知识点。 **②能力目标：**具备网络消费者需求挖掘、消费行为数据分析的基础能力，能够梳理消费者购买决策流程。可根据电商平台用户数据，初步绘制用户画像，为店铺营销、产品选品提供基础分析支撑。 **③素质目标：**培养用户思维和市场共情能力，树立以消费者为中心的经营理念。养成细致观察、精准分析的职业习惯，具备敏锐的用户需求洞察素养，契合电商精细化运营职业要求。	涵盖网络消费者心理特征、消费需求与动机、购买决策流程、消费行为影响因素，重点讲解电商平台用户画像构建、不同圈层消费者行为差异、短视频及直播电商用户消费特点等内容。	**教学方法：**采用情境模拟、案例分析法，拆解各大电商平台消费场景；运用数据实训法，依托平台模拟数据开展用户行为分析实训；结合小组研讨，引导学生总结不同营销场景下的消费者行为规律。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
3	视频制作	48	**①知识目标：**掌握电商短视频、产品宣传片的拍摄基础理论，熟悉构图、运镜、采光等拍摄知识。掌握剪辑软件基础操作，了解视频调色、字幕、配乐、特效制作技巧，知晓电商视频的行业规范与审美标准。 **②能力目标：**具备电商产品短视频、种草视频、直播切片的拍摄与独立剪辑能	涵盖电商视频拍摄技巧、构图与光影运用、PR、剪映等剪辑软件操作、视频调色与音效处	**教学方法：**采用理实一体化教学，理论讲解后即刻开展实操训练；运用任务驱动法，布置产品视频制作实训任务；结合作品点评、优秀案例赏析，针对性提升学生电商视频创作与优化

			力，能够完成视频素材处理、画面优化、内容剪辑。可根据产品卖点、营销需求制作适配各大平台的电商宣传视频。 **③素质目标：**培养创新审美能力和艺术创作素养，树立内容为王的电商运营理念。养成精益求精的创作态度和高效的执行能力，具备适配新媒体电商的创意创作职业素养。	理、字幕与特效制作、产品短视频、直播短视频、店铺宣传视频的策划与制作。	能力。 **考核要求：**考查（最终成绩=平时成绩 20%+期中考试 30%+期末考查成绩 50%，采用百分制）。
4	客户服务与管理	48	**①知识目标：**掌握电商客户服务基础流程、客服礼仪与话术知识，熟悉售前、售中、售后全流程服务规范。了解客户分层管理、客户关系维护、差评处理、客户投诉维权等专业知识与平台规则。 **②能力目标：**具备电商平台在线客服接待、咨询应答、订单跟进的实操能力，能够独立处理退换货、投诉、差评等售后问题。掌握客户维护技巧，具备客户留存、复购转化的基础运营能力。 **③素质目标：**培养耐心细致、真诚友善的服务意识，树立客户至上的职业理念。具备良好的情绪管控、沟通应变能力，养成诚信合规、认真负责的电商客服职业素养。	主要包括电商客服岗位认知、售前咨询应答技巧、售中订单跟进、售后问题处理、客户投诉与纠纷解决、客户分层维护、店铺评价管理、客服绩效考核与团队协作内容。	**教学方法：**采用情景模拟教学，还原真实客服接待、售后纠纷场景；运用角色扮演法让学生模拟客服与客户沟通；结合平台真实案例复盘、岗位实训，强化学生客服实操与问题处理能力。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
5	思维训练	48	**①知识目标：**掌握逻辑思维、创新思维、批判性思维、系统性思维的基础理论与方法。了解电商行业运营、营销、决策中的思维应用逻辑，学习问题分析、方案策划、逻辑推演的基础思维工具知识。 **②能力目标：**具备独立思考、逻辑分析问题的能力，能够精准梳理电商工作中的问题与痛点。拥有基础创新思维，可对电商营销、店铺运营方案提出优化思路，提升职场问题解决能力。 **③素质目标：**培养严谨缜密的逻辑素养和勇于突破的创新意识，养成独立思考、辩证看待问题的习惯。塑造高效的职场思维模式，具备电商岗位所需的思辨、创新、统筹职业素质。	涵盖逻辑思维训练、创新思维技法、批判性思维培养、系统思维应用，结合电商选品、营销策划、问题复盘、职场决策等场景，开展针对性的思维实操与专项训练。	**教学方法：**采用案例思辨、头脑风暴、课题研讨等教学方法；结合电商职场真实难题布置思维训练任务，通过小组辩论、方案优化、问题拆解实训，全方位锻炼学生职场思维能力。 **考核要求：**考查（最终成绩=平时成绩 20%+期中考试 30%+期末考查成绩 50%，采用百分制）。
6	商务礼仪与沟通	48	**①知识目标：**掌握商务仪容仪表、职场仪态、商务接待等基础礼仪知识，熟悉线上线下商务沟通的基本规范与技巧。了解电商职场沟通、商务谈判、跨部门协作的礼仪标准与沟通原则。	包含职场仪容仪表礼仪、办公商务礼	**教学方法：**采用示范教学、情景模拟、角色扮演相结合的方法，还原商务对接、客户洽谈、职场沟通场景；通过礼

			②能力目标：具备规范的职场商务礼仪展示能力，能够熟练运用沟通技巧开展客户对接、职场交流。掌握基础商务谈判话术，可高效完成电商商务对接、客户洽谈、职场协作沟通工作。 **③素质目标：**培养优雅得体的职业气质和尊重包容的职业素养，树立诚信友善、专业严谨的商务形象。养成善于沟通、乐于协作的职业习惯，具备良好的职场软实力。	仪、线上商务沟通礼仪、客户接待与拜访礼仪、商务谈判沟通技巧、职场沟通话术、团队协作沟通、商务宴请礼仪等核心内容。	仪实操训练、沟通话术演练、案例纠错，强化学生商务实操素养。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
7	广告实务	48	**①知识目标：**掌握广告基础理论、电商广告核心概念，了解主流电商广告平台的推广规则。熟悉广告策划、创意设计、投放运营、数据复盘等全流程基础知识，掌握电商广告营销核心逻辑。 **②能力目标：**具备电商广告创意策划、文案撰写、素材搭配的基础能力，能够完成基础广告投放设置。可根据广告数据进行简单复盘优化，具备电商直通车、信息流广告的基础运营实操能力。 **③素质目标：**培养营销创新意识和市场推广思维，树立精准营销、合规推广的职业理念。养成数据分析、精益求精的工作作风，具备电商广告岗位所需的创新、严谨、务实职业素养。	主要讲解广告基础原理、电商广告类型、广告创意与文案策划、广告素材制作、主流电商平台广告投放、广告预算管控、广告数据监测与复盘、广告合规运营等内容。	**教学方法：**采用项目化教学，以电商广告投放项目为核心开展实训；结合行业广告案例赏析、优劣案例对比分析；运用模拟投放实训、小组策划方案比拼，提升学生广告实操能力。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
8	品牌策划与推广	48	**①知识目标**：了解品牌的基本内涵、发展脉络与市场特征，熟悉品牌定位、品牌设计、品牌传播与品牌维护的基本理论与行业规则。 **②能力目标：**能够结合市场实际与企业需求开展品牌诊断、品牌策划、推广方案设计，具备基层营销岗位品牌运营与落地执行能力。 **③素质目标：**树立市场导向、诚信经营的职业理念，养成创新思维、严谨务实的工作作风，增强市场竞争意识、服务意识和职业发展意识。	课程主要包含四大核心内容：品牌基础认知与品牌文化、品牌定位与品牌形象设计、品牌传播与推广策略、品牌维护与品牌升级运营。立足高职营销岗位需求，结合市场真实项目与案例，通过项目化教学夯实学生品牌策划与实操推广能力	教学方法：采用项目驱动、案例研讨、模拟实操等多元教学模式，全程融入创新素养与职业素养教育。教师紧跟新媒体品牌营销前沿更新教学内容，结合企业岗位标准考核学生策划能力、推广能力与综合职业素养。 考核要求:过程评价(课堂参与、作业、项目报告等）50% + 期末实操或方案设计 50%。

4、实践性教学环节

表 8 实践性教学环节教学要求

序号	课程名称	学时（周）	课程目标（素质目标、知识目标、能力目标）	主要内容	教学要求（教学方法、考核要求）
1	入学教育	16	培养遵纪守法、遵守规章制度的能力，对大学和专业学习的认知能力、对未来职业生涯初步规划的能力。	校史校情教育、校规校纪教育、安全知识教育、生命与感恩教育、思想道德与党团教育、学风与专业教育、学院特色教育	**教学方法：**讲授法、案例法、情境教学法、问题导向教学法、比较教学法等。
2	军事技能	56	**①知识目标：**提高学生思想素质，具备军事素质，保持心理素质，培养身体素质，增强组织纪律观念，培养令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风； **②能力目标：**掌握内务制度与生活制度，列队动作基本要领。具备一定的个人军事基础能力及突发安全事件应急处理能力； **③素质目标：**熟悉并掌握单个军人徒手队列动作的要领、标准。	共同条令教育与训练、战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练	**教学方法：**实施集中训练与分散巩固相结合的教学模式。 **考核要求：**采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 30%（其中平时训练占 20%，出勤占 10%）+技能考核成绩 50%+理论考核成绩 20%。
3	劳动教育	16	**①知识目标：**帮助学生对劳动创造价值、劳动对于生存与发展的意义等有科学的认识，树立正确的劳动观； **②能力目标：**学生通过各种劳动体验，提升劳动能力，形成良好的技术素养，使学生学会安全劳动，保证劳动质量； **③素质目标：**提高学生职业素质，形成时代发展所需要的技术素养、初步的技术创新意识和技术实践能力。锤炼艰苦奋斗、顽强拼搏和艰苦创业的意志。	通过组织系统化、常态化的劳动实践，将马克思主义劳动观、社会主义核心价值观以及劳动精神、劳模精神、工匠精神有机融入，引导学生树立“劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最	**教学方法：**分为理论课程和实践课程。理论课程：采用课堂教学网络教学相结合的形式授课；实践课程：采用实践教学的形式。 **考核要求：**考查。实践+作业

				伟大、劳动最美丽”的价值取向，增强社会责任感、集体意识和奋斗精神，实现知行合一、以劳育德。	
4	大数据与会计专项实训	48	**①知识目标：**掌握大数据时代会计岗位实操规范，熟悉电商账务处理、电子票据、智能记账等基础专业知识。了解财务数据统计、财税基础法规、会计数据筛查分析的核心知识点，明晰大数据会计实训岗位标准。 **②能力目标：**具备运用财务软件、大数据工具处理电商日常账务的实操能力，能够完成凭证录入、账目核对、财务数据整理统计工作。可简单分析电商经营财务数据，具备基础财务实训实操能力。 **③素质目标：**培养严谨细致、客观公正的财务职业素养，树立诚信守法、严谨合规的财税工作理念。养成精益求精、求真务实的工作作风，具备会计岗位必备的责任心与职业操守。	围绕电商行业账务处理开展专项实训，涵盖智能记账软件操作、电子凭证处理、收支账务核算、财务数据大数据筛选与统计、简单财务报表编制、电商常见财税风险识别与规避等实操内容。	**教学方法：**采用全真岗位实训教学，依托财务实训平台开展模拟做账；运用任务驱动法完成分模块账务实训；结合企业真实电商财务案例纠错复盘，强化学生大数据会计实操应用能力。 **考核要求：**采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 30%+实训技能考核成绩 70%
5	企业岗位实习	224	**①知识目标：**学习大数据账务处理、智能财税、财务数据分析、会计核算等大数据与会计专业核心知识；了解财务智能化、大数据审计、电子财税系统等新技术、新工艺的使用和推广情况；培养严谨诚信、遵纪守法的会计职业习惯与良好职业道德；主动跟踪财会行业数字化转型、财税政策更新、智能财务产业发展最新信息。 **②能力目标：**进进一步了解大数据与会计专业在企业财务管理、经济核算、财税管控中的地位与作用；进一步理解和巩固会计基础、财务会计、成本核算、大数据财务分析等专业基础理论知识；了解企业财务工作过程中的岗位组织形式、财务管控模式；掌握从事大数据会计核算、财税申报、财务数据分析、账务管理等专业技术及管理工作必备的基础技术与岗位实操技能的实际应用；了解现代企业财务管理制度基本内容，熟悉账务处理、凭证审核、财税申	了解智能财务、大数据记账、电子票据处理、数字化财税申报、大数据审计等财会领域新技术、新工艺的应用场景与行业推广现状；结合财会岗位标准开展职业素养教育，培养严谨细致、客观公正、诚信守法、廉洁自律的会计职业习惯与职业道德；引导学生持续跟踪财税政策更新、财务数字化转型、大数据财会产业发展动态及行业前沿信息，适配行业岗位发展需求。	**考核要求：** 与实习单位与指导教师共同考核。

			报、财务核算、财务风控等流程的常规管理方法；了解企业智能财务设备、大数据做账技术、财务数字化革新等先进设备与技术革新情况。 **③素质目标：**培养学生团队协作、沟通表达、工作责任心、职业规范和职业道德等综合素质；培养学生认真细致的工作态度；培养学生的质量意识、安全意识。		
6	毕业实践	504	**①知识目标：**完成毕业岗位实习和毕业设计（论文、总结报告）。 **②能力目标：**结合生产实际的工作任务进行理论联系实际，以提高学生的工程应用能力、自学能力、外语能力、计算机应用能力，培养学生的创新思维、团队协作和吃苦耐劳精神，促进学生综合应用能力的提高，增强学生的社会责任感。 **③素质目标：**培养学生团队协作、沟通表达、工作责任心、职业规范和职业道德等综合素质；培养学生认真细致的工作态度；培养学生的质量意识、安全意识。	了解公司相应的业务流程，学习现代企业生产、管理、销售及售后服务等知识；学习相关产品、设备或系统的参数及使用技能；熟悉相应实习岗位上的工作 要求，包括业务流程、技术支持、系统运营及维护等环节的工作内容，掌握相关岗位工作的实际技能；适应企事业的工作环境和氛围，培养团队合作及敬业爱岗的职业精神。	**考核要求：** 与实习单位与指导教师共同考核。

（三）课程思政要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以立德树人为核心，把学生思想政治教育工作贯穿和体现在教育教学全过程，全面落实全员育人、全程育人、全方位育人要求。遵循思想政治工作规律、遵循教书育人规律、遵循学生成长规律，因事而化、因时而进、因势而新，以思想政治课程为核心，突出发挥主导作用，以其他课程的“课程思政”为基础，实现思政课程与课程思政的同向同行。

在课程思政实施过程中建议围绕着“意识、精神、素养、态度、能力”五个维度进行规划，根据课程性质、类型和开设阶段进行递进式培养。鼓励任课教师，

在课程教学过程中，对标企业岗位对人才提出的具体要求，深度挖掘企业大师、劳模的典型案例，丰富课程思政教育资源库，凝练课程思政主线。以教学任务为载体，优化课程思政内容供给，实施思政主线贯穿始终、按任务特点融入思政元素的任务驱动教学。

公共基础课程：要重点提高学生思想道德修养、人文素质、科学精神、宪法法治意识、国家安全意识和认知能力的课程，注重在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀、加强品德修养、增长知识见识、培养奋斗精神，提升学生综合素质。

专业基础课程：立足大数据与会计专业特色，深挖专业知识体系蕴含的思想价值与精神内涵，围绕财务核算、财税基础、经济法规等核心内容，拓展课程广度、深度与育人温度。结合财会行业发展、国家财税制度改革、国内外财经发展形势，融入财经历史、财税文化与行业规范，兼顾知识性与人文性，树立学生正确的财经价值观，提升课程育人的引领性、时代性与开放性。

专业核心课程：要坚持学思结合、知行统一，聚焦智能财税、大数据财务分析、智能账务处理、成本核算等核心课程教学。注重理论实操融合，引导学生立足数字化财会岗位勇于探索、大胆创新，锤炼解决企业真实财税问题的实践能力。践行“敢闯会创”育人理念，依托岗位实训、项目实操、财务案例优化，培育学生创新思维、创造意识与财会领域创新创业能力。

专业拓展课程：要深耕劳动精神、工匠精神培育，推动理论学习与社会实践深度融合。引导学生扎根企业财税岗位实际，深入了解市场经济国情民情，将财会专业知识落地应用于岗位实践。在账务处理、财务统筹、数据复盘、岗位实操等实践过程中积累经验、增长才干，在严谨细致的重复性实操工作中锤炼吃苦耐劳、坚韧不拔的意志品质。

七、教学进程总体安排

三年总学时数 2848。整周集中实训单独设置，学时按 28 学时/周计算。公共基础课程学时占总学时 30%。选修课教学时数占总学时 19%。授课课程以 16 学时计为 1 个学分，美育、劳动教育、国家安全教育、职业发展与就业指导以 16 学时为 1 个学分，集中实践以一周计 28 学时为 1 个学分。

教学时间安排。每学年教育教学活动周为 40 周，三年共 120 周,岗位实习不少于 6 个月，运行表中按 20 周(20 学分)计算。

（一）教学活动时间安排表（按周安排）

表 9 教学活动时间安排表

学年	学期	总周数	课堂教学	考试	入学教育、军训	实践性教育环节				假日及机动	小计
						专项实训	岗位实习	毕业设计	毕业教育		
一	1	20	16	1	3					1	40
	2	20	17	2						1	
二	3	20	17	2						1	40
	4	20	17	2						1	
三	5	20	4	0		3	8	1		1	40
	6	20	0	0			18	3	1	1	
合计		120	71	7	2	3	24	6	1	6	120

（二）课程学时比例表

本专业总学分为 152。课时总数为学时 2848，其中公共课程学时 852，约占总学时 30%，实践教学学时 1598，约占总学时 56%，选修课程学时 544，约占总学时 19%。

表 10 课程学时比例表

课程类别	课程子类	课程性质	学分数	学时数			学时百分比（%）
				理论	实践	总学时	
公共基础课程	思政课程	必修	10	168	12	180	6.32%
	通识课程	必修	29	282	230	512	17.98%
		任选	10	160	0	160	5.62%
	小计		49	610	242	852	29.92%
专业（技能）课程	专业基础课程	必修	20	208	112	320	11.24%
	专业核心课程	必修	24	224	160	384	13.48%
	专业拓展课程	专选	24	208	176	384	13.48%

	实践性教育环节	必修	35	0	908	908	31.88%
	小计		103	640	1356	1996	70.08%
合计			152	1250	1598	2848	100.00%

（三）教学进程安排表

表 11 教学进程安排表

教学进程表（三年制高职）

课程模块	课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	课程类型	学分	学时数			考核方式	各学期周学时分配						备注
							总学时	理论	实践		第一学年		第二学年		第三学年		
											一	二	三	四	五	六	
公共基础课程	思想政治课程	必修	999001	思想道德与法治	B	3	48	44	4	考试	3						
			999002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	2	32	28	4	考查	2						
			999003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	3	48	44	4	考试		3					
			999004-1	形势与政策（一）	A	1	6	6		考查	1						
			999004-2	形势与政策（二）	A		6	6				1					
			999004-3	形势与政策（三）	A		6	6					1				
			999004-4	形势与政策（四）	A		6	6						1			
			999004-5	形势与政策（五）	A		6	6							1		
			999004-6	形势与政策（六）	A		6	6								1	
			999005	国家安全教育	A	1	16	16	0	考查	1						
		小计				10	180	168	12		7	4	1	1	1	1	
	通识课程	必修	999006-1	体育（一）	B	1	28	4	24	考查	2						
			999006-2	体育（二）	B	1	28	4	24	考查		2					
			999006-3	体育（三）	B	1	28	4	24	考查			2				
			999006-4	体育（四）	B	1	28	4	24	考查				2			
			999007	大学生心理健康教育	B	2	32	24	8	考查	2						
			999008	军事理论	A	2	32	32	0	考查		2					
			999009-1	大学英语（一）	B	4	64	40	24	考试	4						
			999009-2	大学英语（二）	B	4	64	40	24	考试		4					
			999010	大学生职业生涯规划	B	2	32	18	14	考查	2						
			999011	就业指导	B	1	16	8	8	考查					1		
			999012	信息技术	B	3	48	16	32	考试	3						
			999013	人工智能应用	B	2	32	16	16	考试					2		
			999014	大学语文	B	2	32	28	4	考查		2					
			999018	经济应用数学	B	3	48	44	4	考试		3					
		小计				29	512	282	230		13	13	2	2	3	0	
		任选	888001	中华优秀传统文化	A	2	32	32	0	考查				2			
			888002	中国共产党党史	A	2	32	32	0	考查			2				
			888003	创新创业基础	A	2	32	32	0	考查		2					
			888004	艺术与美育类	A	2	32	32	0	考查	2						
			888005	体育竞技与安全健康教育类	A	2	32	32	0	考查					2		
		小计（不低于128学时，8学分）				10	160	160	0		2	2	2	2	2	0	
	公共基础课程合计					49	852	610	242		22	19	5	5	6	1	
专业（技能）课程	专业基础课	必修	501019	电子商务基础	B	3	48	32	16	考试	3						
			501006	管理学基础	B	3	48	32	16	考试			3				
			501017	市场营销基础	B	3	48	32	16	考试	3						
			503013	零售基础	B	3	48	32	16	考试			3				
			501004	基础会计	B	3	48	32	16	考试			3				
			504001	电子商务法律法规	B	2	32	32	0	考试				2			
			503010	商务数据分析与应用	B	3	48	16	32	考查		3					
			501027	习近平经济思想概论	A	2	32	32	0	考试		2					
		小计				20	320	208	112		6	3	9	2	0	0	
	专业核心课	必修	503014	网店运营与推广	B	3	48	16	32	考试				3			
			503001	商品学基础	B	3	48	32	16	考试				3			
			504002	视觉营销设计	B	3	48	16	32	考查					3		
			503016	社群运营	B	3	48	32	16	考试		3					
			504003	网络营销	B	3	48	32	16	考试			3				
			504004	零售门店O2O运营	B	3	48	32	16	考试					3		
			504005	互联网销售	B	3	48	32	16	考试				3			
			503015	供应链管理	B	3	48	32	16	考试			3				
		小计				24	384	224	160		0	3	6	9	6	0	
	专业拓展课	选修	501001	经济学基础	B	3	48	32	16	考试		3					
			504007	消费者行为分析	B	3	48	32	16	考试				3			
			504008	视频制作	B	3	48	16	32	考查					3		
			503010	客户服务与管理	B	3	48	32	16	考试				3			
			501021	思维训练	B	3	48	16	32	考查				3			
			503008	商务礼仪与沟通	B	3	48	32	16	考试			3				
			503013	广告实务	B	3	48	32	16	考试		3					
			503004	品牌策划与推广	B	3	48	16	32	考试			3				
		小计				24	384	208	176		0	6	6	9	3	0	
	实践性教学环节	必修	999014	入学教育	C	1	28	0	28	考查	1W						
			999015	军事技能	C	2	56	0	56	考查	2W						
			999016	劳动教育	C	1	16	0	16	考查	1	1	1	1	1	1	
			501022	电子商务专项实训	C	3	48	0	48	考查						1	
			501023	毕业教育	C	1	16	0	16	考查						2	
			501024	企业岗位实习	C	8	224	0	224	考查					8W		
			501025	毕业实践	C	18	504	0	504	考查						18W	
			501026	毕业论文及答辩	C	1	16	0	16	考查						1	
		小计				35	908	0	908		4	1	1	1	9	23	
	专业（技能）课程合计					103	1996	640	1356		10	13	22	21	18	23	
全程合计						152	2848	1250	1598		32	32	27	26	24	24	

八、实施保障

（一）师资队伍

1.师资队伍总体现状

（1）总量与结构标准：本专业严格落实专业开设的基本师资条件，现有专业专任教师 12 名，专业兼职教师 8 名，配备副高级职称以上教师 6 人，中级专业技术职务以上的本专业的“双师型”教师 2 人。

（2）职称与年龄梯队：本专业重点强化中青年骨干培养，45 岁以下中青年教师占比为 86%，形成以资深教师为引领、中年教师为核心、青年教师为储备的可持续发展格局，有效规避人才断层风险。在职称结构上，高级专业技术职务教师占比达 27.2%。当前，“双师型”教师占比为 18%，后续将通过企业实践认证、职业技能培训等路径，逐步提升“双师” 队伍规模与质量，强化“理实一体化”教学能力。

2.师德与能力建设

严格落实 “四有好老师”“四个相统一”“四个引路人” 要求建设专业教师队伍，将师德考核纳入教师年度考核、职称评审 “一票否决” 项，建立师德档案与失信惩戒机制。

3.本专业专任教师

本专业构建了一支结构合理的专任教师队伍，全面保障人才培养质量。所有专任教师均为本科及以上学历，其中硕士学位占比为 21.4%；且专任教师数与学生数比为 1：18，确保教学精力充分投入与个性化指导实效。教师团队兼具深厚的专业理论功底与丰富的实践经验，均达到相应技术技能水平，在教学中，教师均能落实课程思政要求，推动课堂创新。此外，专任教师每年至少 1 个月深入企业或生产性实训基地锻炼，持续跟踪新经济、新技术发展趋势，积极开展技术研发与社会服务，形成“理论教学—实践赋能—科研创新”的良性循环，为培养适应产业升级的高素质技术技能人才提供坚实支撑。

表 12　电子商务专业专任教师情况一览表

序号	姓名	出生年月	性别	学历	学位	专业技术职务	拟任课程
1	欧亚	1972-11	女	本科	硕士	副教授	管理学基础、经济学基础、广告实务
2	冯若文	1996-07	女	研究生	硕士	助教	基础会计

3	王航	1991-10	男	研究生	硕士	助教	习近平经济思想概论、市场营销基础、互联网销售
4	李凯琳	1994-10	女	研究生	硕士	助教	电子商务基础、供应链管理、电子商务法律法规
5	蔡　琳	1982-02	女	本科	学士	副教授	商务数据分析与应用
6	林善妤	2002-08	女	本科	学士	助教	视频制作
7	林华捷	1999-01	男	本科	学士	助教	客户服务与管理、消费者行为分析
8	郑雯婷	2001-05	女	本科	学士	/	视觉营销设计
9	张永梅	1973-01	女	本科	/	副教授	思维训练
10	邓曦	1976-02	女	本科	学士	初级	零售基础、网络营销
11	刘湘	2000-05	女	研究生	硕士	/	品牌策划与推广
12	陈涓涓	1999-04	女	研究生	硕士	助教	商务礼仪与沟通、客户服务与管理

2.本专业兼职教师

本专业兼职教师具有扎实的专业知识和实际工作经验，了解教育教学规律，其中硕士学位占比为83.3%，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。

表13 电子商务专业兼职教师情况一览表

序号	姓名	出生年月	性别	学历	学位	专业技术职务	所在单位	拟任课程
1	潘栅杉	1987-08	女	本科	学士	副教授	福州英华职业学院	消费者行为分析、网络营销
2	郭雨思	1992-07	女	研究生	硕士	中级	福州工商学院	零售门店020运营、网店运营与推广
3	彭秋丽	2002-06	女	研究生	硕士	/	福建师范大学	管理学基础、品牌策划与推广
4	杨欢	1995-09	女	研究生	硕士	助教	福州英华职业学院	经济学基础、社群运营
5	邹琅萱	2001-12	男	研究生	硕士	/	福州大学	商品学基础、财经法规与会计职业道德
6	章珺璟	2003-01	女	研究生	硕士	/	福建农林大学	商务数据分析

（二）教学设施

本专业具有的教学设施能满足正常课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训实习基地，能有效支撑课程实施。

1.校内实训基地

根据教学课程安排,1 个教学班需要用到理实一体化、机房等校内实训室的课程 1 间。该实训室需要配备有 60 台计算机，并安装有相关教学、实训用软件。目前我校已拥有 2 个一体化机房的综合实训室。

表 14　校内实训设备情况一览表

序号	实验实训基地（室）名称	实验实训室功能（承担课程与实训实习项目）	面积、主要实验（训）设备名称及台套数要求	工位数（个）	对应课程
1	多媒体机房 1	视觉营销设计：使用 Photoshop、Illustrator 等软件进行海报、宣传页、产品包装等平面设计 互联网产品开发：使用 Axure、Sketch 等工具设计产品原型； 人工智能导论：语音识别与合成、数据分析与预测、图像识别与处理项目； 视频制作：利用相关软件完成视频拍摄与剪辑、特效制作、音频制作与处理等项目；	面积 70；台式计算机 80 台； 服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板； 计算机与网络设备：配备高性能计算机，满足数据处理、视频制作、软件运行等需求；同时，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施，配置高速稳定的网络，确保数据传输和在线操作流畅,支持 Web 开发、移动应用开发等； 服务器：用于存储和管理大量视频素材等，支持多用户同时访问和数据共享； 软件系统：视觉营销设计软件（Photoshop、Illustrator 等）、互联网产品开发工具（HTML、CSS、JavaScript 等）、DEMO 原型设计实训软件、剪映、Canva、Adobe Premiere Pro 等	80	《视觉营销设计》 《视频制作》
2	多媒体机房 2	商务数据分析与应用：利	面积 90；台式计算机	100	《商务数据分

		用相关软件进行数据采集与处理、分析与可视化、市场行情与店铺运营数据分析、营销推广数据分析实训； 网店运营与推广：网店开设与装修、选品与产品发布、网店客服管理、网店推广实训； 社群运营与营销：社群数据分析与优化实训； 客户关系管理：使用 CRM 系统管理客户信息，进行客户数据分析和营销活动策划；通过呼叫中心系统进行电话客服实战演练； 电子商务专项实训：完成网店开设与运营、营销与推广、电商数据分析、客户服务与售后管理等实训项目。	100 台； 服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板； 计算机与网络设备：配备高性能计算机，满足数据处理、视频制作、软件运行等需求；同时，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施，配置高速稳定的网络，确保数据传输和在线操作流畅，支持 Web 开发、移动应用开发等； 服务器：用于存储和管理大量商务数据、视频素材、客户信息等，支持多用户同时访问和数据共享； 软件系统：数据分析工具（Excel、PowerBI、SPSS 等）、电子商务平台模拟软件、客户服务管理软件等		析与应用》 《网店运营与推广》 《社群运营与营销》 《客户服务与管理》 《电子商务专项实训》
3	产品创作室	进行手绘插画、艺术设计以及自由产品创作等多样化的实践活动。学生可以自由设计具有创新性的产品，并通过不断的创作优化，提升作品的质量和价值。从创意构思到最终成品的展示与推广，从而激发学生的创新思维和艺术素养。	自由拼接型活动桌子 10 张；（配套椅子）	60	《公共艺术》
4	商务礼仪实训室	商务礼仪与沟通	配备镜墙、课桌椅、会议沙发套装等设备设施，用于职业形象、商务交往、商务沟通、 商务宴请、会务服务等实训教学。	60	《商务礼仪与沟通》
5	专业教室	市场营销基础、管理学、经济学等理论课程	面积 80-200； 配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安	120	理论课程

			全防护措施。		

根据教学课程安排,1 个教学班需要用到理实一体化、机房等校内实训室的课程 1 间。该实训室需要配备有 60 台计算机，并安装有相关教学、实训用软件。目前我校已拥有 2 个一体化机房的综合实训室。

2.校外实训基地

本专业与校外企业(公司)进行产学结合，依托行业需求导向，构建“多层次、深融合”的产学合作体系。

表 15　校企合作/校外实训基地一览表

序号	校外实训基地名称	承担功能（实训实习项目）	工位数（个）
1	文鼎供应链管理(福州)有限公司	岗位实习	20
2	福州古古网络科技有限公司	岗位实习	30
3	北京鸿科经纬科技有限公司	课程共建	100
4	依长秀服装贸易有限公司	岗位实习	30
5	福州鑫添祥货运代理有限公司	岗位实习、岗师互聘	10
6	福建百果园科技发展有限公司	岗位实习	10

（三）教学资源

按照国家规定，优先选用全国高职高专应用型规划教材和国家优秀教材，确保教材内容体现行业新技术、新规范、新标准和新形态。教材选用遵循规范程序，由专业教师、行业专家等组成的教材选用委员会负责。

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。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理和文化类文献等。本专业充分利用图书馆资源、网络资源、精品课程和优质核心课程，为学生提供丰富的学习资源。

（四）校企合作

1. 依托校企合作深化双师型教师队伍建设，一方面建立教师企业实践流动站，安排专业教师每年赴合作企业挂职锻炼不少于 1 个月，参与企业实际项目，

夯实实操能力与实践教学水平；另一方面聘请企业技术骨干、能工巧匠及高级技术人员担任兼职教师，入校承担课堂教学、实训指导、实习带教、毕业设计辅导等工作，推动校企产学研深度融合，打造专兼结合的优质教学团队。

2.革新双元育人理念，拓展校企合作深度。创新校企双元育人理念，将培养学生“核心职业素养”作为主要目标，推动“学校内部育人”向“校企合作互动育人”转变。学校安排工贸系调研小组深入企业，了解电商行业对人才的需求，优化人才培养方案，提升专业人才培养与企业岗位需求的衔接程度

3.联合开发实训项目，磨炼学生专业技能。校企联合开发实训项目，将企业实际项目引入学校，为学生提供真实的工作环境和实践机会，提升学生的专业技能和职业素养。

（五）教学方法

1.理论与实践相结合，电子商务专业强调实践能力的培养，因此教学过程中应坚持“学中做、做中学”的理念。通过理论讲解帮助学生理解基本概念和原理，随后立即安排相应的实践操作，让学生在实际操作中巩固知识、提升技能。

2.任务驱动教学，将课程内容设计成具体的任务或项目，学生在完成任务的过程中学习知识和技能。例如，在《网店运营与推广》课程中，可以布置任务让学生开设并运营一个小型网店，从店铺搭建、商品上架到营销推广，全程由学生自主完成。

3.个性化教学，考虑到学生的学习基础和兴趣爱好存在差异，教师应根据学生的特点进行个性化教学。对于基础薄弱的学生，提供更多的辅导和帮助；对于学有余力的学生，鼓励其参与更高级的项目或研究。

4.案例教学，选取典型的电子商务案例，引导学生进行分析和讨论。通过案例教学，学生可以更好地理解理论知识在实际中的应用，同时培养其分析问题和解决问题的能力。

5.以实际项目为载体，进行项目教学，组织学生进行团队合作，完成从项目策划到实施的全过程。项目教学可以培养学生的团队协作能力、项目管理能力和创新思维。

6.虚拟仿真教学，利用虚拟仿真软件，模拟电子商务的实际操作环境，让学生在虚拟环境中进行实践操作。

7.互动式教学，增加课堂互动环节，鼓励学生积极参与课堂讨论、提问和回答问题。教师可以通过提问、小组竞赛、角色扮演等方式，激发学生的学习兴趣和积极性。

8.与校外实践教学基地的合作，为学生提供更多的实践机会。通过企业实习、项目合作等方式，让学生在真实的工作环境中积累经验，提升职业能力。

（六）教学评价

1.健全教学质量监控体系，构建全周期评价机制。通过多维度评价制度，实现教学过程可追溯、教学效果可量化、质量问题可预警。

（1）完善评价维度，强化全过程质量管理。一方面，以结果评价迭代优化，以专业人才培养方案为基准，制定课程目标达成度评价标准。例如《电子商务基础》课程中，将“独立完成电商广告策划案”设定为核心结果指标，通过运营策略合理性（40%）、数据应用准确性（30%）、模式创新与落地性（30%）进行量化评分。并引入行业标准参与结果评价；另一方面，以过程评价深度嵌入教学，增值评价关注个体成长，构建 “学业成绩（60%）+ 职业素养（20%）+ 实践成果（20%）” 综合评价模型。

（2）评价主体多元化，以全面衡量学生的学习成效和教师的教学质量。学生自评是其中的重要环节，学生通过自我评价学习进度、学习态度和知识掌握程度，反思学习过程，提升自我管理能力。教师评价则对学生的学习成果、课堂表现和实践操作进行全面评估，同时教师通过反思教学过程，调整教学方法以更好地满足学生需求。生生互评促进学生之间的交流与合作，培养团队协作能力和客观评价能力。此外，引入企业导师、行业专家、毕业生和用人单位等第三方评价主体，从不同角度对教学效果和学生能力进行评价，增强评价的客观性和实用性。这种多元化的评价机制不仅有助于学生全面发展，也为教学质量的持续改进提供了有力支持。

2.强化专业教研组织建设，筑牢质量保障根基。通过常态化教研机制，确保教学内容与行业需求同频、教学方法与学生特点适配。

（1）构建 “双师型” 教研团队，明确职能分工。成立由专业带头人（1 名）+ 骨干教师（2-5 名）+ 企业导师（1-3 名）组成的课程建设委员会，专业带头人统筹教学标准制定、对接行业资源、审核课程改革方案，骨干教师负责课程内

容开发、实训案例设计、教学方法创新，企业导师提供行业前沿资讯、参与教材编写、指导实训基地建设。

（2）建立 “三维度” 常态化教研制度，固定每周开展 3 小时备课会，采用 “理论课教师 + 实训课教师 + 企业导师”三方联备模式；每月围绕教学痛点开展深度研讨；每学期进行教学反思与经验分享。

（3）教研成果转化与质量监控，每月发布《教研动态简报》，公示备课会形成的教学改进措施。

3.完善毕业生跟踪与社会评价机制，推动培养目标持续优化。

（1）建立全周期跟踪反馈体系，开展毕业前调研（开展“毕业能力自评”）、毕业 1 年内短期跟踪（每季度通过企业微信推送问卷，收集就业初期反馈）以及毕业 3-5 年长期跟踪（每年邀请优秀毕业生开展 “成长分享会”，提炼能力需求变化趋势）。

（2）多渠道收集社会评价数据，开展用人单位调研以及行业发展动态追踪。

（3）数据驱动培养方案迭代，建立《人才培养目标达成度分析模型》，整合毕业生跟踪数据、用人单位反馈、行业趋势、教学过程评价，形成年度《培养方案修订建议报告》。

（七）质量管理

1. 建立院、系两级质量保障体系，学院层面由分管教学的副院长、教务部门、教学质量评估部门等组成，负责制定教学质量标准、监控方案和管理制度；系部层面由系主任、教研室主任、教学秘书等组成，负责具体实施教学质量监控工作，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

2. 结合学院教学质量监控工程，通过定期的教学检查（如期初、期中、期末检查）、专项评估（如专业评估、课程评估）、教学督导（督教、督学、督管）等方式，对教学过程进行全面监控。同时，利用教学管理平台等信息化手段，实现教学质量管理的常态化和数据化。

3. 系部应定期开展教研活动，如教师互听课、教学研讨会、教学方法改革研究等，通过这些活动进行教学诊断，发现并解决教学中存在的问题。

4.根据教学质量监控的结果，形成持续改进机制，及时反馈信息，督促教师和相关部门进行整改。通过定期发布教学质量报告，总结经验教训，不断完善教学质量保障体系。

九、毕业要求

本专业学生必须至少满足以下基本条件方能毕业：

表 16 三年制学生毕业要求

序号	毕业要求
1	完成专业人才培养方案规定的理论与实践环节，修满 2848 学时，获得 152 学分。
2	完成规定的岗位实习，实习鉴定合格。