

电子商务专业

人才培养方案

**（2025版）**

云南轻纺职业学院制

二〇二五年七月

电子商务专业**人才培养方案**

本方案是为了实现电子商务专业人才培养目标设置的基本条件及毕业生达到的人才规格，是制定本专业人才教学计划的依据。凡授予本专业毕业证书者，均应执行本方案。

一、专业名称（专业代码）

专业名称：电子商务

专业代码：530701

二、学制与招生

（一）**学制：**基本修业年限为3年，弹性修读年限为2～5年。

（二）**招生对象：**普通高中毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力者。

三、职业面向

本专业职业面向见表1。

**表1 本专业职业面向**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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（群）  类别列举 | 职业资格（职业技能等级）证书列举 |
| 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 （2-06-07）  互联网营销师 （4-01-02-05）  电子数据交换专员  （4-02-02-03）  物流服务师（4-01-03-01）客户服务管理员（4-04-05-05） | 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。 | 助理电子商务师；  电子商务设计师；农产品电商运营1+X职业技能等级证书（中级）；  网络直播编导1+X职业技能等级证书（中级） |

四、培养目标与培养规格

**（一）培养目标**

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，践行社会主义核心价值观，依托云南轻纺职业学院“精工尚美”的办学特色，培养学生掌握电子商务、信息技术、经济管理相关知识，具有商品信息采集、全渠道营销策划、数据化运营与推广、商务数据分析与决策、客户服务及客户开拓维护等专业核心能力和“运营+技术”综合技能，具备美学、信息安全、创新创业等素养和数字工匠精神，在企事业单位运营或推广策划部门，从事电商数据化运营、全渠道营销策划、全媒体营销等工作，适应产业转型升级和企业技术创新需要的复合型、创新型、发展型高素质技术技能人才。

**（二）培养规格**

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

1.素质要求

（1）思想政治素质：热爱社会主义祖国，能够准确理解和把握社会主义核心价值观的深刻内涵和实践要求，具有正确的世界观、人生观、价值观。

（2）文化素质：热爱电子商务专业，具有本专业的专业知识和专业技能，具有从事电子商务专业各职业岗位的实际工作能力；主动了解行业最新动态，具备积极迎接新鲜事物的能力。

（3）职业素质：具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力；勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

（4）身心素质：具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；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。

2.知识要求

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识；

（3）掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；

（4）掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；

（5）掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；

（6）掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；

（7）掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识；

（8）掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法；

（9）掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识。

3.能力要求

（1）职业基本能力

①具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

②具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

③具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。

④能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等；

（2）职业核心能力

①能够根据摄影色彩、构图策略，进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片和视频，能够运用相关软件对图片、视频进行处理，提高用户关注度；

②具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作；

③具备网店设计与装修的能力，能够根据产品页面需求，进行页面设计、布局、美化和制作；

④能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化；

⑤能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理；

⑥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；

⑦能够正确进行网络营销，应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务等；

⑧能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理。

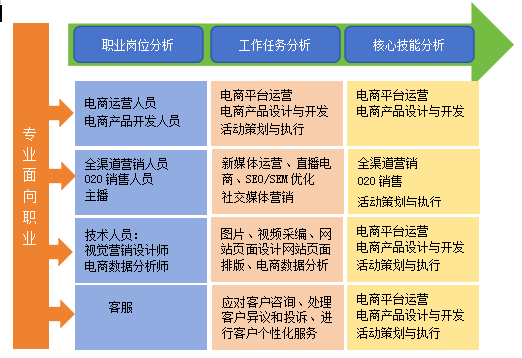
五、职业岗位能力分析

1. **岗位分析**

**表2 职业岗位和工作作务表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 职业岗位  （核心岗位及相关岗位） | 典型工作任务 | 核心技能 | 主要教学内容 |
| 1 | 1、运营主管（核心岗位）  2、互联网产品开发主管（相关岗位） | 1.电商平台运营  2.电商产品设计与开发  3.电商活动策划与执行 | 1.熟悉平台规则，掌握平台运营的方法和技巧；  2.具备活动策划与执行能力，能策划促销活动（满减、秒杀）、节日大促（双11），并协调美工、客服团队落地；  3.掌握商品管理与优化的方法，商品标题优化、详情页设计、SKU规划、库存预警；  4.熟悉用户运营：会员体系搭建、私域流量管理（微信社群、CRM系统）。 | 《互联网产品开发》《零售基础》《电子商务法律法规》《互联网销售》《零售门店O2O运营》《网店运营》《社群运营》 |
| 2 | 1、全渠道营销主管（核心岗位）  ；  2、O2O销售主管；（相关岗位） | 1. 新媒体运营 2. 直播电商 3. SEO/SEM优化 4. 社交媒体营销，5.短视频剪辑与制作 | 1.具备内容创作的能力：撰写吸引眼球的文案（短视频脚本、推文、海报文案）；  2.懂得平台运营：熟悉微信、抖音、小红书、Facebook等平台的玩法与算法；  3.掌握SEO/SEM技能:关键词优化、百度/Google广告投放、竞价排名控制。  4.能够直播与短视频营销：直播流程策划、控场能力、短视频剪辑（剪映/PR）。 | 《市场营销》《管理学》《电子商务基础》《网络营销》《社群运营》《互联网销售》《电子商务文案策划与写作》《新媒体运营》《短视频设计与制作》 |
| 3 | 视觉营销设计师  （核心岗位） | 1.图片、视频采编  2.网站页面设计  3.网站页面排版  4.电商数据分析 | 1.能够运用相关软件对图片、视频进行处理，制作突出商品卖点的商品照片和视频；  2.能够根据产品页面需求，进行页面设计、布局、美化和制作；  3.具备数据分析能力，能够熟练使用Excel、生意参谋、Google Analytics等工具分析UV、转化率、ROI等数据；  4.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。 | 《数据可视化》《视觉营销设计》《商务数据分析》《商业摄影》《短视频设计与制作》 |
| 4 | 智能客服主管  （相关岗位） | 1.应对客户咨询  2.处理客户异议和投诉  3.进行客户个性化服务 | 1.能够正确进行网络营销，应对客户咨询  2.能够正确处理客户异议和投诉  3.能够为客户提供个性化服务 | 《电商英语》《电子商务法律法规》《电子商务文案策划与写作》《新媒体运营》《网店运营》 |

**（二）岗位分析图**

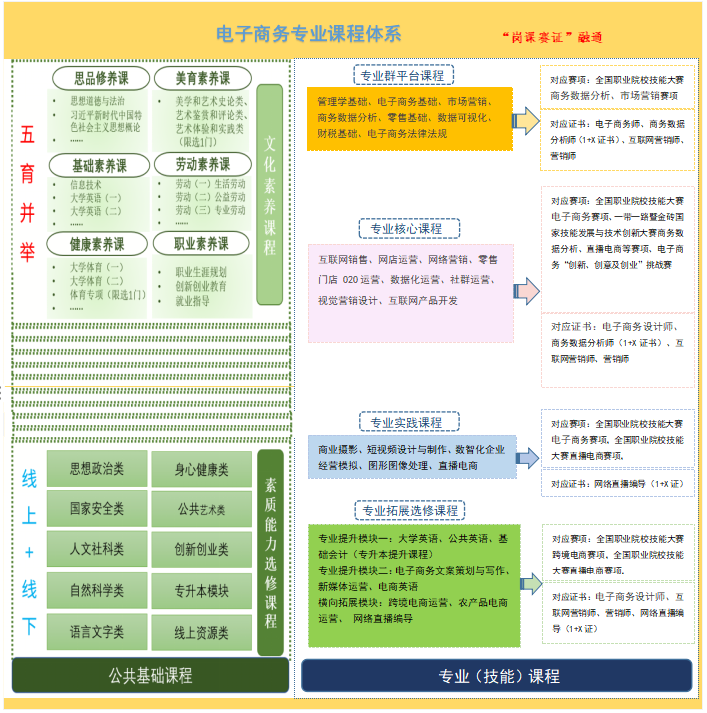


六、课程设置及要求

**（一）课程体系**

以立德树人为根本任务，落实“课程思政”要求，促进产教深度融合，推进“岗课赛证”综合育人，构建“文化素养课程、专业群平台课程、素质能力选修课程 + 专业核心能力课程、专业拓展选修课程”的“3平台+2模块”课程体系，满足学生的多样化选择、多路径成才。

（附课程体系图）



**（二）课程设置**

本专业A类课15门、B类课22门、C类课13门，课程标准50门，选修课程288学时，考试课20门，考查课30门。

1．公共基础课程

本专业公共基础课46学时，其中体育课6学时、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论2学分、习近平新时代中国特色社会主义思想概论3学分、思想道德修养与法律基础3学分、形势与政策1学分，军训2周、劳动教育1学时。

（1）文化素养课程：按照党和国家有关文件规定，根据人才培养目标要求，设置文化素养类公共必修课程，包括思品修养、基础素养、健康素养、美育素养、劳动素养和职业素养六个模块（见表3）。

**表3 文化素养课程开设表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **类别** | **课程名称** | **学分** | **总学时** | **课程类别** | **考核方式** | **开设**  **学期** | **开课部门** |
| 思品  修养 | 思想道德与法治 | 3 | 48 | A | 考试 | 1 | 马克思主义  学院 |
| 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 3 | 48 | A | 考试 | 2 |
| 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 2 | 32 | A | 考试 | 4 |
| 形势与政策（一） | 0.25 | 4 | A | 考查 | 1 |
| 形势与政策（二） | 0.25 | 4 | A | 考查 | 2 |
| 形势与政策（三） | 0.25 | 4 | A | 考查 | 3 |
| 形势与政策（四） | 0.25 | 4 | A | 考查 | 4 |
| 国家安全教育 | 1 | 16 | A | 考查 | 1 |  |
| 军事理论 | 2 | 36 | A | 考查 | 1 | 武装部 |
| 军事技能 | 3 | 108 | C | 考查 | 1 |
| 基础  素养 | 人工智能导论 | 1 | 16 | B | 考查 | 1 | 人工智能学院 |
| 信息技术 | 4 | 64 | B | 考试 | 2 | 人工智能学院 |
| 大学英语（一） | 4 | 64 | A | 考试 | 1 | 通识教育中心 |
| 大学英语（二） | 4 | 64 | A | 考试 | 2 |
| 大学语文（一） | 4 | 64 | A | 考查 | 1 |
| 健康  素养 | 大学体育（一） | 2 | 32 | B | 考查 | 1 | 教育体育学院 |
| 大学体育（二） | 2 | 32 | B | 考查 | 2 |
| 体育专项（限选1门） | 2 | 32 | B | 考查 | 3 |
| 心理健康教育 | 2 | 32 | B | 考查 | 2 | 马克思主义  学院 |
| 美育  素养 | 美学和艺术史论类、艺术鉴赏和评论类、艺术体验和实践类（限选1门） | 2 | 32 | A | 考查 | 2 | 艺术学院 |
| 劳动  素养 | 劳动选修 | 1 | 16 | C | 考查 | 2 | 马克思主义  学院 |
| 职业  素养 | 职业生涯规划 | 1 | 16 | A | 考查 | 1 | 就业创业服务处 |
| 创新创业教育 | 2 | 32 | A | 考查 | 3 |
| 就业指导 | 1 | 16 | A | 考查 | 4 |

（2）素质能力选修课程：为适应社会对人才多样化的需求、学生自我发展和全面发展的需求以及学生综合素质提升、创新创业能力培养等需求，改善学生知识结构、挖掘学生潜能、发展学生兴趣特长、培养人文素养、科学素养等，面向全校学生开设素质能力公共选修课程。采用“线上课程资源”和“线下课堂教学”相结合的方式开展。包括思想政治类、国防安全类、人文社科类、自然科学类、公共艺术类、语言文字类、身心健康类、专升本模块、创新创业类、线上资源类等课程，最低选修学分为8学分。

2.专业（技能）课程

专业（技能）课程以工作过程为导向，按照“岗课赛证”融通的专业课程开发理念，融入课程思政，培养学生职业能力和职业精神。专业（技能）课程包括专业群课程平台、专业核心能力课程模块、专业实践课程、专业拓展选修课程模块四部分（见表4）。

本专业开设专业群平台课程8门，专业群平台课程448学时；专业核心课程8门，专业核心课程448学时；专业实践课程6门，专业实践性教学272学时、岗位实习26周、岗位实习开展5.6学期，军训2周，社会实践40学时。

**表4 专业（技能）课程设置表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **类别** | **课程名称** | | **课程**  **类型** | **课程 类别** | **学分** | **总学时** | **理论**  **学时** | **实践**  **学时** | **考核**  **方式** | **开设**  **学期** | **授课主体** | **课程目标** | **主要**  **教学内容** |
| **企业/学校** |
| 专业群课程平台 | 企业管理基础 | | 必修 | B | 2 | 32 | 24 | 8 | 考试 | 1 | 学校 | 培养学生运用管理理论、管理知识解决实际问题的能力，为学习后续各门专业管理课奠定理论和方法基础。 | 管理的概念、属性、管理对象与环境、管理机制与方法、管理职能、管理思想、管理原理、组织文化；计划与决策的能力、组织与人事的能力、领导与沟通的能力和控制与信息处理的能力。 |
| 电子商务基础 | | 必修 | B | 4 | 64 | 48 | 16 | 考试 | 1 | 学校 | 对电子商务专业所需掌握的知识和技能做总体性的介绍，是其他专业课程的总论。 | 认识电子商务，了解电子商务职业，电子商务架构与系统组成，了解不同电子商务模式，电子商务技术基础，电子支付，电子商务与物流，网络营销，移动电子商务，电子商务安全与法律环境，电子商务应用系统建设。 |
| 市场营销 | | 必修 | B | 4 | 64 | 48 | 16 | 考试 | 2 | 学校 | 系统地掌握市场营销基本理论、基本方法和基本技能，学会用营销知识指导企业开展营销管理活动。 | 正确认识市场营销，营销环境分析，购买者购买行为分析，市场调研过程，目标市场营销，产品策略，定价策略，分销渠道策略，促销策略，营销组合的规划与执行。 |
| 商务数据分析 | | 必修 | B | 4 | 64 | 16 | 48 | 考试 | 2 | 学校 | 把握从调查方案设计、数据资料收集、处理、分析到数据分析报告撰写的整个工作流程，学会运用相关工具进行数据分析的基本方法。 | EXCEL功能操作，EXCEL数据分析，EXCEL在电商数据分析中的运用。python基础、python抓取数据。撰写数据分析报告。  备注：本课程的实训软件以EXCEL为主。 |
| 零售基础 | | 必修 | B | 2 | 32 | 16 | 16 | 考试 | 2 | 学校 | 掌握零售业的基本概念、发展历程及现代零售业态（如全渠道零售、社交电商、O2O等）理解零售战略的核心要素（选址、商品组合、定价策略、供应链管理等）。  熟悉数字化技术（如大数据、AI、物联网）在零售中的应用场景。 | 零售业概述，零售战略与运营，消费者行为分析，数字化零售技术，供应链与物流管理，零售数据分析，伦理与未来挑战。 |
| 数据可视化 | | 必修 | B | 4 | 64 | 28 | 36 | 考查 | 3 | 企业/学校 | 掌握数据可视化的核心概念、流程及设计原则（如CRAP设计原则）。理解常见图表类型（柱状图、热力图、桑基图等）的适用场景及误用陷阱。熟悉电商领域典型数据指（UV/PV、转化漏斗、RFM模型等）的可视化表达。 | 数据可视化基础；工具与技术实践：Power BI/Tableau（DAX公式、地图可视化、仪表板联动），Python（Matplotlib/Seaborn基础、Plotly交互可视化）；电商场景专题；设计原则与批判性思维；综合项目实战：直播电商GMV影响因素可视化诊断，跨境电商独立站流量分析看板动态报告+设计文档（含数据源说明、业务洞察）。备注：本课程的实训软件以Python为主。用科云的平台，上项目1234，项目5任务145678再补充教学内容。 |
| 财税基础 | | 必修 | 64 | 4 | 64 | 52 | 12 | 考试 | 3 | 学校 | 掌握企业财税基本概念：会计要素、财务报表（资产负债表/利润表/现金流量表）、税收种类（增值税、企业所得税、个人所得税等）。理解电商行业特殊财税规则：平台交易流水核算、电子发票管理、跨境税务（如跨境电商综合税）。熟悉财税合规要求：税务登记、纳税申报流程、税收优惠政策（如小微企业减免）。 | 财税基础理论：会计基础，财务报表解读；电商行业税务专题；财税工具与合规：数字化工具应用，电子发票开具与管理（全电发票试点操作），电商平台数据导出与财务系统对接（如ERP订单自动生成凭证）；税务筹划与风险；综合实战：某天猫店铺月度税务申报（含增值税、附加税、个税代扣），跨境电商企业（如Shopify独立站）的税务成本对比分析；行业分析。 |
| 电子商务法律法规 | | 必修 | A | 4 | 48 | 56 | 8 | 考试 | 4 | 学校 | 了解电子商务涉及的法律问题，掌握有关电子商务法律基本原理、知识和应用技能，同时培养学生电子商务法律意识。 | 主要包含电子商务经营主体法律、电子商务合同法、电子签名法、电子认证法、电子支付法、网络广告法、以及电子商务环境下的税收法律、隐私权保护法、网络安全法和纠纷解决法律等。 |
| 专业核心能力课程模块 | 互联网销售 | | 必修 | B | 2 | 32 | 16 | 16 | 考试 | 2 | 学校 | 掌握互联网销售的核心逻辑：流量获取→转化提升→用户留存→裂变传播；理解主流互联网销售模式：平台电商（B2C/C2C）、社交电商（私域/直播）、内容电商（短视频/KOL）；熟悉互联网销售法律法规：《电子商务法》《广告法》《消费者权益保护法》相关条款。 | 互联网销售基础框架；流量获取与转化；销售技能专项训练；数据化运营；合规与创新。 |
| 网店运营 | | 必修 | B | 4 | 64 | 16 | 48 | 考试 | 3 | 学校 | 掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，提高营销能力，强化学生的实践，增强创业意识、交流沟通能力。 | 内容包括产品选择、进货渠道选择、注册店铺、店铺装修、产品上架、线上线下管理、店铺运营推广、物流配送、售后服务、B2B网站策划、B2B网站推广、B2B网站实战。本课程的实训平台或软件：中教畅享"ITMC电子商务综合实训系统" |
| 网络营销 | | 必修 | B | 4 | 64 | 48 | 16 | 考试 | 3 | 学校 | 对电子商务专业所需掌握的知识和技能做总体性的介绍，是其他专业课程的总论。 | 认识电子商务，了解电子商务职业，电子商务架构与系统组成，了解不同电子商务模式，电子商务技术基础，电子支付，电子商务与物流，网络营销，移动电子商务，电子商务安全与法律环境，电子商务应用系统建设。 |
| 零售门店 O2O  运营 | | 必修 | B | 4 | 64 | 48 | 16 | 考试 | 3 | 学校 | 掌握O2O（Online to Offline）零售的核心模式：线上引流、线下体验、全渠道交易；  理解零售门店数字化转型的关键技术：POS系统、智能货架、小程序商城、LBS（基于位置的服务）；熟悉O2O运营的核心指标：到店转化率、线上线下客单价对比、会员复购率。 | O2O零售基础；O2O技术应用：智能门店系统，数据工具；运营策略与执行；库存与供应链协同；数据分析与优化；实战案例与趋势 |
| 数据化运营 | | 必修 | B | 4 | 64 | 16 | 48 | 考查 | 4 | 学校 | 理解数据化运营的核心逻辑：数据采集→清洗→分析→决策→优化闭环；掌握电商关键数据指标：流量指标（UV/PV）、转化指标（CVR）、用户价值指标（LTV）；熟悉主流数据分析工具：Excel、Power BI、Google Analytics、Python。 | 数据化运营基础：核心概念：交易数据、用户数据、商品数据、流量数据；数据采集技术；电商核心数据分析：流量分析，转化分析，用户分析；数据工具实战：Excel高级应用，数据透视表（快速汇总销售数据），可视化工具，Power BI/Tableau（制作动态仪表盘），Pandas数据处理，用Matplotlib绘制趋势图；数据驱动运营策略；数据化运营案例。  备注：本课程的实训软件以EXCEL、Python、Power BI/Tableau综合，使用中联商务数据分析平台。 |
| 社群运营 | | 必修 | B | 4 | 64 | 48 | 16 | 考试 | 4 | 学校 | 理解社群商业价值：从"流量思维"到"用户关系思维"的转变；掌握主流社群类型：兴趣社群、品牌社群、转化社群、服务社群的运营差异；熟悉社群运营核心指标：活跃度、转化率、复购率、裂变系数。 | 社群运营基础；社群搭建与冷启动；日常运营SOP；裂变增长与转化；数据分析与工具；风险管控与创新。 |
| 视觉营销设计 | | 必修 | B | 4 | 64 | 16 | 48 | 考查 | 4 | 学校 | 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。 | 版式设计基础，版面样式，版面调整，版面配色，图标、表格及图表，网页的版式设计，UI界面的版式设计，画册的版式设计，户外广告设计的版式设计，DM单的版式设计。备注：本课程的实训软件以Photoshop、Illustrator综合。 |
| 互联网产品开发 | | 必修 | B | 2 | 32 | 16 | 16 | 考查 | 4 | 企业/学校 | 掌握互联网产品开发全流程：需求分析→原型设计→开发测试→上线迭代；理解电商特有产品形态：商品系统、订单系统、支付系统、分销系统设计要点；熟悉主流技术架构：前端（H5/小程序）、后端（Java/Python）、数据库（MySQL）基础概念。 | 互联网产品基础；电商核心系统设计；产品设计实战；技术协作基础；产品运营与迭代。  本课程的实训软件Google Analytics/友盟。 |
| 专业实践课程 | 商业摄影 | | 必修 | C | 2.5 | 40 | 0 | 40 | 考查 | 2 | 企业/学校 | 掌握摄影器材中基础参数的原理和作用，并能根据环境和光源特征分析摄影器材参数的设置，完成符合商品特征的图片和视频采集。 | 摄影器材种类结构与参数原理，商品摄影构图，色彩影调，摄影用光，网店商品摄影图片标准和拍摄流程，人像摄影用光技巧，人像摄影构图基础，人物情感表达方式和技巧。 |
| 短视频设计与制作 | | 必修 | C | 2.5 | 40 | 0 | 40 | 考查 | 2 | 企业/学校 | 使学生掌握短视频编辑与制作的流程、工具与方法。培养学生策划、拍摄、剪辑各种短视频的能力。 | 认识短视频；短视频的制作流程；短视频的构图原则与方法；抖音短视频的录制与制作；移动端短视频的后期制作；PC端短视频的后期制作；使用Premiere编辑与制作短视频；Premiere短视频制作实训案例。本课程的实训软件Premiere。 |
| 企业经营沙盘模拟 | | 必修 | C | 2.5 | 40 | 0 | 40 | 考查 | 3 | 学校 | 模拟企业4-6年的经营，使学生在分析市场、制定战略、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，领悟科学管理规律。 | 认识沙盘，沙盘盘面，沙盘活动规则；模拟企业经营及实训起始年；模拟企业的运作。 |
| 图形图像处理 | | 必修 | C | 2.5 | 40 | 0 | 40 | 考查 | 3 | 学校 | 掌握运用平面设计相关软件的基础知识和操作方法。对平面版式设计起重要支撑作用。 | 图像的基础知识，Photoshop标准教程，选区工具的应用，绘画及编辑功能，调整图像颜色命令，路径和形状的绘制，文字的编排，图层的应用，通道与图层蒙版，滤镜的用法，动作和自动化的应用，图形的打印与输出。本课程的实训软件Photoshop。 |
| 专业综合实训 | | 必修 | C | 3 | 48 | 8 | 40 | 考查 | 4 | 企业/学校 | 对学生所学知识的总结和综合能力的检阅，完成电子商务职业岗位群工作的尝试。 | 网店定位、开设、推广和服务；视觉设计；在真实的岗位实践和商业环境中综合运用所学知识。本课程的实训平台或软件：中教畅享"ITMC电子商务综合实训系统" |
| 毕业设计 | | 必修 | C | 4 | 16 | 0 | 64 | 考查 | 5 | 企业/学校 | 综合能力培养，整合电子商务核心知识（如平台运营、网络营销、数据分析、供应链管理等）解决实际问题。强化跨学科能力（如信息技术、管理学、市场营销）的综合应用。 | 掌握文献检索、市场调研、数据分析（如Python、SPSS、Google Analytics）等研究工具。熟悉电商相关工具（如Shopify、SEO工具、ERP系统）。培养团队协作、项目管理（如敏捷开发）、报告撰写与答辩能力。强化商业伦理意识（如数据隐私、消费者权益）。 |
| 岗位实习 | | 必修 | C | 6 | 400 | 0 | 400 | 考查 | 5 | 企业/学校 | 运用在校学习的基本知识和基础理论，结合顶岗实习的主要内容，去剖析、总结的实践锻炼。 | 体现学生进行需求分析、信息检索、方案设计、资源利用、作品（产品）制作、成本核算等能力和安全环保、创新协作等意识的培养 |
| 专业拓展选修课程模块 | 专业提升模块 | 电子商务文案策划与写作 | 选修 | B | 3 | 48 | 32 | 16 | 考试 | 6 | 学校 | 系统掌握常用的商务应用文章的实际用途和写作要领，从而在今后工作中能解决商务活动中的实际问题。 | 电子商务文案概述，电子商务文案策划概述，电子商务文案的工作职责和岗位要求，电子商务文案策划之心理策划，定位策划，创意策划，微信文案写作，其他网络文案写作，电子商务文案的效果评估。 |
| 新媒体运营 | 选修 | B | 4 | 64 | 48 | 16 | 考查 | 6 | 企业/学校 | 使学生具备创建并运营管理各自媒体平台的能力，成为一名合格的自媒体人。 | 学习新媒体运营的基本知识、文案策划、自媒体运营、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自媒体运营、用户运营、运营人的通用方法等。 |
| 电商英语 | 选修 | B | 3 | 48 | 32 | 16 | 考试 | 6 | 学校 | 了解一定数量的电商专业英语术语，能够在工具书的帮助下进行简单的文献资料阅读和翻译，具备岗位工作必需的英语写作能力。 | 掌握一定数量的电商专业英语术语，了解电商专业文献的词汇特点、语言特点、文体特点，为专业文献的阅读与翻译奠定基础；掌握必要的应用文体的写作方法，满足岗位工作中沟通、营销、磋商、客服等相关工作的需要。 |
| 横向拓展模块 | 跨境电商运营 | 选修 | B | 4 | 64 | 48 | 16 | 考试 | 3 | 企业/学校 | 建立起跨境电子商务专业的知识体系和技能体系，使学生具备跨境电商需要的基本知识。 | 跨境电子商务发展历程、跨境电商模式认知、电子商务交易安全、电子物流、营销推广、客户服务、电子商务法律法规等。 |
| 农产品电商  运营 | 选修 | B | 3 | 48 | 32 | 16 | 考查 | 4 | 企业/学校 | 学生通过学习该课程，不仅能够掌握农产品市场调研、农产品网店开设、农产品网络营销等电子商务职业技能，还能够考取1+X职业技能等级证书。 | 农产品市场调研与开发、农产品网络品牌规划与建设、农产品营销方式选择与创新、农产品电商供应链重构与维护、农产品电商平台集成整合与优化等内容。 |
| 直播电商 | 必修 | B | 3 | 48 | 32 | 16 | 考查 | 4 | 学校 | 掌握直播电商核心三要素：人（主播/团队）、货（选品/供应链）、场（场景/流量）的协同逻辑；理解主流直播平台规则：抖音、淘宝直播、快手、小红书的流量分发机制与变现模式差异；熟悉直播数据指标体系：观看UV、转化率、GMV、粉丝停留时长等关键指标解读。 | 直播电商基础认知；直播全流程实战：直播策划，直播执行，数据复盘；短视频引流技术。本课程推荐的实训平台或软件：职业院校技能大赛直播电商实训系统。 |

（专业群平台课程一般设置6-8门，专业核心课程一般设置6-8门，专业实践课程包含校内外的课程实习实训、专业综合实训及岗位实习。专业拓展选修课程区分纵向拓展（提升专业能力）、横向拓展（培养学生具备其他岗位能力），以模块化方式进行课程组合。原则上，专业提升模块和横向拓展模块分别开设2-4门课程，每个模块学分为10分。课程类型：必修/选修。课程类别：A类、B类C类，课程目标每条不超过50字，主要教学内容每条不超过50字。）

**表5 课程类别与学分结构总表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **类别** | **类别** | **学分** | **学时** | **理论**  **学时** | **实践**  **学时** | **学时占**  **总学时比例%** |
| 必修课 | 文化素养课程平台 | 46 | 800 | 494 | 306 | 29.7% |
| 专业群课程平台 | 28 | 448 | 288 | 160 | 16.9% |
| 专业核心能力课程模块 | 28 | 448 | 224 | 224 | 16.9% |
| 专业实践课程 | 23 | 672 | 8 | 664 | 25.4% |
| 必修课合计 | | 125 | 2368 | 1014 | 1354 | 89.1% |
| 选修课 | 素质能力选修课程平台 | 8 | 128 | 96 | 32 | 5% |
| 专业拓展选修课程模块 | 10 | 160 | 112 | 48 | 6% |
| 选修课合计 | | 18 | 288 | 208 | 80 | 11% |
| 总计 | | 143 | 2653 | 1206 | 1434 | 实践学时占  总课时比例 |
| 52% |

**（四）岗课赛证融通**

**表6 岗课赛证融通对应表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | **学分** | **对应的赛项** | **对应的证书** |
| 网店运营 | 4 | 全国职业院校技能大赛“电子商务技能”赛项 （ITMC系统），世界职业院校技能大赛（商贸）赛道 | 电子商务师 |
| 直播电商、短视频设计与制作 | 4 | 全国职业院校技能大赛“直播电商”赛项；全国直播电商职业技能竞赛，世界职业院校技能大赛（商贸）赛道 | 互联网营销师 |
| 商务数据分析、数据可视化 | 7 | 全国职业院校技能大赛“商务数据分析”赛项，世界职业院校技能大赛（商贸）赛道 | 商务数据分析师（1+X证书） |
| 市场营销、网络营销 | 8 | 全国职业院校技能大赛“市场营销”赛项，世界职业院校技能大赛（商贸）赛道 | 营销师 |
| 视觉营销设计、图形图像处理 | 8 | 电子商务“创新、创意及创业”挑战赛 | 电子商务设计师 |
| 直播电商、网络直播编导 | 5 | 电子商务“创新、创意及创业”挑战赛 | 网络直播编导（1+X证书） |

**（五）校企合作承担课程**

**表7 校企合作承担课程表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | **学分** | **企业名称** | **授课方式** | **承担课程学时比例** |
| 互联网产品开发 | 2 | 花小怪传媒 | 线上+线下 | 20 |
| 农产品电商  运营 | 3 | 博导 | 线上+线下 | 40 |
| 网络直播编导 | 3 | 博导 | 线上+线下 | 20 |

**（六）教学周数分配表**

**表8 教学周数分配表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **学期及教学周数** | | **理论教学** | **军事理论**  **军事技能** | **实践教学** | | | | **其他** | **考试** | **合计** |
| **课程设计（大型作业）** | **技能实训（1+X考证）** | **教学生产实习** | **岗位实习** |
| 1 | 20 | 17 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 20 |
| 2 | 20 | 17 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 20 |
| 3 | 20 | 17 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 20 |
| 4 | 20 | 17 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 20 |
| 5 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 20 | 0 | 0 | 20 |
| 6 | 20 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 0 | 20 |
| **合计（周）** | | 78 | 2 | 6 | 0 | 0 | 20 | 10 | 4 | 120 |

**（七）教学进程表**

详见附件“专业教学进程安排表”

七、毕业要求

学生在学校规定年限内，学完规定的教学内容，完成专业人才培养方案所规定的学时、学分，达到“德、智、体、美、劳”培养要求，学分修满140学分，公共基础课程学分不低于54学分，其中文化素养课程学分不低于46学分；专业（技能）课程学分不低于86学分，其中专业拓展选修课程学分不低于10学分，获得1+X网络直播编导、1+X农产品电商运营或1+X电子商务数据分析职业技能、电子商务师等级证书，准予毕业。

八、实施保障**（此部分描述的是为完成人才培养所需要的师资、教学设施、教学资源等应该达到的标准，而非当前现状描述）**

**（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

本专业学生数与本专业专任教师数比例不高于25：1，双师素质教师占专业教师比例为50%，专任教师队伍职称、年龄，形成合理的梯队结构。

本专业研究生以上学历比例不低于80%、高级职称比例不低于30%、兼职教师人数不超过30%。

2.专业带头人要求

专业带头人职称副教授，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，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

专业带头人精通电子商务专业相关知识，了解国内外电子商务行业发展动态，掌握国内同类专业的建设和发展状况，有能力组织带领专业教学团队开展教学改革和生产科研。

专业带头人积极参加行政部门组织的高职教育教改研讨及培训；主动参加高职高专电子商务专业指导委员会相关活动；了解国内外行业发展动态，跟踪电子商务前沿技术。

专业带头人应定期到电子商务行业进行专业挂职，了解电商企业的新技术、新设备应用情况；回访用人单位和毕业生，征求他们对专业教学的意见和建议，以便更好地指导专业建设，更新教学内容，提高毕业生的工作适应能力。

3.专任教师要求

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

遵循教育规律，关心学生全面发展；教学工作受到同行认可，教学成绩显著；骨干教师应掌握电子商务理论和基本知识及业务流程、组织管理、实施、质量监控等工作流程；协助专业带头人制定专业标准、参与课程体系改革；主持或参与专业核心技能课程建设。

具有较强的教研能力，对本学科的教育教学有独到的见解。具有指导培养青年教师的能力。积极担任班主任、辅导员工作，热心社会服务，成绩显著。从事教育教学工作6年以上，具有讲师以上职称。参加教育行政部门组织的课程开发培训，参与专业课程的开发工作。定期到企业进行实践锻炼，提高技能操作水平。应积极参加各类电子商务专业类教师讲课比赛，提高教学水平。应协助专业带头人参与专业建设与课程建设，编制教学文件。

本专业专任教师人数25人、双师教师比例不低于50%、教师每年企业锻炼不少于2个月。

4.兼职教师要求

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，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，具有中级及以上相关专业职称，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）教学设施**

要包括教室、机房、多媒体教室、专业实训室等。本专业多媒体教室间数25间；校内实训基地数3个、校内实训工位数270个；校外实训基地数5个。

1.校内实训室（基地）基本条件

**表9 校内实训室（基地）表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实训室（基地）名称 | 工位数 | 对应课程名称 | 实训内容 |
| 1 | 电子商务运营实训室 | 150 | 信息技术、大数据原理及运用、图形图像处理、视觉营销设计、网店运营、界面设计基础 | 软件应用、信息采集、数据分析、页面设计 |
| 2 | 电子商务视觉设计实训室实训室 | 60 | 商业摄影、图形图像处理 | 图片、视频素材采集 |
| 3 | 零售基础实训室 | 60 | 短视频设计与制作、电子商务营销策划、网络直播编导、农产品电商运营、视觉营销设计 | 图片、视频素材加工；直播 |
| 4 | 商品信息采编实训室 | 60 | 商务数据分析、数据可视化等 | 商务数据分析，数据可视化。 |

2.校外实训室（基地）基本要求

**表10 校外实训室（基地）表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实训室（基地）名称 | 工位数 | 对应课程名称 | 实训内容 |
| 1 | 云南星联汇企业管理有限公司 | 80 | 界面设计基础、网店运营、新媒体运营、跨境电商运营、 | 1.网店实战经营  2.直播  3.电商运营 |
| 2 | 星秀文化传媒（昆明）有限公司 | 80 | 商务数据分析、数据可视化、跨境电商运营、网络直播编导、农产品电商运营 | 1.商务数据分析  2.新媒体运营、直播 |
| 3 | 花小怪传媒 | 80 | 直播电商、网络直播编导、农产品电商运营 | 1.电商运营  2.直播 |
| 4 | 红港大叶传媒（红河）有限公司 | 80 | 零售门店 O2O运营、社群运营、农产品电商运营 | 1.零售门店 O2O运营  2.社群运营 |
| 5 | 云南仙作文化传媒有限公司 | 80 | 互联网产品开发、短视频设计与制作 | 1.新媒体运营  2.直播 |

3.支持信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为:具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件;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，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。学生实训机房4间，学校以采购电子商务各种实训软件。

（结合专业实际确定教学设施内容，利用信息化手段开展混合式教学的条件，包括信息化教学平台、软件、系统、网站等。）

**（三）教学资源**

1．教材选用基本要求

教材选用一般遵循以下原则：（1）优先选用“十三五”、“十四五”国家级和省级规划教材或省部级以上获奖的高职专科教材，以及满足高等职业教育培养目标要求的专业通用教材；（2）选用近三年出版的高职专科新型教材；（3）选用配套资源丰富、体现理论与技能实践相结合的指导性教辅。

2．图书文献配备基本要求

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：行业规范、设计标准和图集、参考书、年鉴等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3．数字教学资源配置基本要求

充分利用已有的网络教学平台拓展学生知识面，如雨课堂、中国大学慕课、学习通等，实现课后学习的延续性。利用专业相关公众号平台使学生快速获取学科前沿动态，掌握专业先进理念。

**（四）校企合作**

与行业企业共建校内外实习实训基地，共同制订生产性实习实训基地建设规划，引入现代企业理念、企业文化、企业管理模式，校企合作共同进行生产性实训环境设计、生产性实训项目开发，探索实训基地经营主体多元化的途径，全方位营造真实或仿真的职业氛围。

建立与工学结合人才培养模式相适应的实践教学运行管理机制，改革实践教学体系，加大生产性实习实训占整个实践教学环节的比例；实行实训室开放式管理，建立开放性实验实训室的管理制度和保障措施；建立实践教学质量保障体系和以企业为主的“多元化”实践教学评价体系；按企业的实际要求制定学生生产性实训成果的评价标准和学生实习质量的评价标准。完善实习实训基地兼职教师管理制度，聘请企业技术骨干参与实践教学；开发实训教学活页手册，建设与企业标准、生产工艺、生产流程相一致的实训教材及网络课件；完善实训教学、技能培训、职业技能鉴定、师资培训功能，实现专业共享和区域共享，满足面向社会技术服务的需要。

**表11 合作企业情况表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 企业名称 | 所属行业 | 接纳实习人数 | 实习内容 |
| 1 | 云南星联汇企业管理有限公司 | 服务业 | 50 | 1.网店实战经营  2.直播  3.电商运营 |
| 2 | 星秀文化传媒（昆明）有限公司 | 服务业 | 50 | 1.商务数据分析  2.新媒体运营、直播 |
| 3 | 花小怪传媒 | 服务业 | 20 | 1.电商运营  2.直播 |
| 4 | 红港大叶传媒（红河）有限公司 | 服务业 | 20 | 1.零售门店 O2O运营  2.社群运营 |
| 5 | 云南仙作文化传媒有限公司 | 服务业 | 30 | 1.新媒体运营  2.直播 |

九、教学实施

**（一）教学组织形式**

1.教学安排

电子商务专业人才培养方案的实施主要分为4个过程来监管和控制，包括开学前的准备，学期初和学前中的教学过程控制、学期末的教学工作总结。具体如下：

（1）教学任务下达

教学任务经学院领导审批后，由教务处统一安排学期实施进程表，并把教学任务下达至任课教师。

专业负责人根据培养方案编制新学期教师教学任务，并报教研室审核及学院领导审批。

（2）授课计划的制定与开课准备

教师根据课程标准要求进行集体备课，并做好新学期开课准备

教师接到教学任务后，根据教学任务安排编制学期授课计划，并向专业带头人报批。

（3）开学后的教学质量控制及流程

|  |
| --- |
| 学期初  学期末  期中 |

供作总结

期末质量分析

期末考核评价

期末教学检查

实训实习检查

信息反馈改进

学生评价教师

学生信息反馈

期中教学检查

学部教学检查

学校督导听课

期初教学检查

课计划检查

教师听课

军训三周

反馈提高

教师授课期间据实填写教学日志备查

2.教学方法和手段

为实现教学目的和教学任务要求，电子商务专业在实施教学活动过程当中教师应以人才培养方案为指导，依据专业培养目标、教学实施方案、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法，以达成预期教学目标。在教学方法的运用中应坚持“学中做、做中学”的教学方式，根据学情因材施教、因需施教，并鼓励使用创新教学方法和策略，根据课程特点采用理实一体化教学、问题探究式教学、训练与实践式教学等多种方法相结合。教师教学过程中选择至少三种以上的教学方法，如讲授法、讨论法、直观演示法、练习法、任务驱动法、参观教学法、自主学习法等。

**（二）教学考核评价**

深入贯彻落实《深化新时代教育评价改革总体方案》，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，健全综合评价；鼓励专业（技能）课程考核与社会考证相结合；公共基础课程建立试题库，探索教考分离，依托线上平台和软件工具，运用大数据、人工智能等现代信息技术，开展教与学行为分析。

应突出以能力为核心，岗位知识、技能需求为导向的评价方式，通过学生评价、教师评价、学校评价、企业行业评价等多方位的综合评价手段来促进教学质量管理。

本专业采用闭卷和开卷、考试与考察、理论与实操、校内成绩与校外实训等多种评价手段对学生进行评价，同时建立网上评教系统，通过问卷调查等形式对教师进行评价，对评价数据进行分类汇总，及时对教师授课情况进行反馈。学校质量建设处、教务处采取观察、跟踪、抽样、问卷调查等多种形式对学院教育方针执行、教学管理、教学设施设备建设等方面进行评定估量，形成学校评价。在学生毕业实习及毕业后一定时期，学院对学生进行持续跟踪，并通过定期的企业调查回访和座谈，掌握学生岗位适应能力情况，及时调整人才培养方案。考核方式采用过程考核、终结性考核。

深入贯彻落实《深化新时代教育评价改革总体方案》，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，健全综合评价；鼓励专业（技能）课程考核与社会考证相结合；公共基础课程建立试题库，探索教考分离，依托线上平台和软件工具，运用大数据、人工智能等现代信息技术，开展教与学行为分析。

**（三）教学管理**

加强校院二级管理，执行党和国家的教育方针，落实学校《云南轻纺职业学院教师教学工作管理办法》《云南轻纺职业学院考试工作管理办法》等文件要求，坚持立德树人，保障教学投入和教学基本条件建设，进一步细化学院教学基本规范和制度，建立教师教学激励机制、监督机制，提供教师教学发展的条件，保障正常的教学秩序，规范教学运行。加强特色重点专业建设、精品在线开放课程建设、教学资源库建设，创新人才培养模式，深化“三教”改革，提升教师教育教学能力，确保人才培养质量。

十、质量保障

( 1）学校和二级院系应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、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）学校和二级院系应完善教学管理机制，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）学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、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）专业教研组织应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。

考核方式举例：过程考核、终结性考核

建立质量保障机构，学生每学期评教不少于2次、同行每学期评教不少于2次、督导每学期评教不少于5次、企业每学期评教不少于1次。

编写团队

专业带头人：

雷英 副教授

专业参编人员：

王昱之 助教

车思漫 讲师

王中元 助教

武卓尔 助教

张彦龑 副教授

企业参编人员：

李宁 北京博导前程信息技术有限公司

赵玥 中联集团教育科技有限公司

十一、附录

包括专业教学进程安排表、专业人才培养方案变更审批表等