

(2025 级)

2025 5

编制说明:

1. 本方案参照《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成[2019]13号）《自治区教育厅办公室关于做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（宁教办函[2019]119号）《教学标准》（中华人民共和国教育部政府门户网站发布）文件要求编制。

2. 由专业教师、企业专家、技术能手、教育专家组成专业建设指导委员会，以校企合作形式为基础，形成有效且可持续的专业建设指导运行机制。通过对企业、行业、人才市场、毕业生的调研分析，形成专业调研报告，做为人才培养方案制订依据。根据专业发展现状，定期开展专业调研、召开专业建设研讨会，不断完善人才培养方案，原则上每年做一次微调，每三年做一次大的调整，形成人才培养方案的动态调整机制。

3. 本方案的制订与审核过程得到教育厅、宁夏工商职业技术学院、宁夏职业技术学院、宁夏大学、宁夏财经职业技术学院、中教畅享股份有限公司等相关领导、专家的大力支持，在此予以感谢！

4. 本方案适用于 2025 级学生。

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（530701）

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

三年。

四、职业面向

（一）电子商务专业职业面向表

表 1 电子商务专业职业面向表

| | |
|--------------|--|
| 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）或技术领域 | 运营主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师…… |
| 职业类证书 | 网店运营推广、电子商务数据分析、跨境电商 B2B 数据运营、直播电商、农产品电商运营…… |

（二）电子商务专业主要职业岗位介绍

（1）运营主管

运营主管是企业运营管理的核心角色，主要负责统筹规划运营策略，确保业务高效运转。工作中需根据公司战略目标制定具体运营计划，优化业务流程，提升运营效率与质量；同时管理运营团队，包括人员培训、绩效考核，协调跨部门合作，

保障各环节紧密衔接。此外，通过数据分析洞察业务问题，以数据驱动决策，改善运营效果，提升用户体验与满意度等。

(2) O2O 销售主管

O2O 销售主管专注于线上线下销售渠道的协同运营，旨在提升品牌销售业绩与市场竞争力。工作中，需制定 O2O 销售策略，结合线上平台推广引流与线下门店服务体验，打通消费闭环；策划线上线下融合的促销活动，利用线上曝光吸引用户，引导至线下消费，或通过线下活动反哺线上流量。同时，负责管理销售团队，培训员工掌握 O2O 销售模式与技巧，监督销售目标达成情况，分析销售数据，及时优化策略。此外，还需协调线上平台与线下门店资源，处理用户反馈，提升整体服务质量与用户满意度。

(3) 智能客服主管

智能客服主管负责统筹企业智能客服系统的搭建与优化，旨在提升客户服务效率与用户体验。其核心职责包括规划智能客服战略，结合企业业务需求引入智能客服技术，如 AI 聊天机器人、语音识别等，并推动系统落地；管理智能客服团队，包括培训客服人员掌握智能工具，协调人机协同服务流程；分析客户咨询数据，挖掘用户需求与痛点，优化智能客服话术、知识库，提升问题解决准确率；同时监控智能客服系统运行状态，评估服务质量，根据数据反馈迭代系统功能与服务策略。此外，还需与技术部门协作解决系统故障，与其他部门沟通协

调，确保智能客服与企业业务紧密结合。

（4）视觉营销设计师

视觉营销设计师专注于通过视觉创意与设计，提升品牌吸引力与营销效果。工作中，需根据品牌定位与营销目标，设计符合品牌调性的视觉方案，包括海报、广告、产品包装、店铺页面等；参与线上线下营销活动的视觉策划，运用色彩、图形、字体等元素，突出活动主题与卖点，吸引消费者注意力；与营销、产品、运营等部门协作，理解业务需求，将创意转化为可落地的视觉作品，并根据反馈优化设计；同时关注行业视觉设计趋势，研究消费者审美偏好，为品牌视觉升级提供建议；还需管理视觉素材库，确保设计资源的规范性与可复用性，维护品牌视觉形象的统一性。

五、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。

六、培养规格

(一) 本专业对应的职业岗位与能力分析

经过调研，本专业高职毕业生从事的主要工作岗位及岗位群为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。在广泛征求宁夏电商相关企业和高职业院校的意见后，根据职业能力的成长规律，构建起本专业的高职教育的职业能力标准并要求本专业高职毕业生能达到高职教育的职业能力等级标准，见下表 2。

表 2 电子商务专业职业岗位与职业能力对应表

| 目标职业岗位 | 专业能力 | | 关键能力 |
|---------|---------------------------------|-----------------------------|--|
| | 应知(知识) | 应会(技能) | |
| 1. 运营主管 | 1-1 制定电商平台运营策略,管理商品上架、营销活动、流量推广 | 1-1-1 精通电商平台规则及营销工具 | 1. 数据分析能力:熟练运用数据分析工具,对店铺的流量、销售数据、用户行为等进行监测和分析。通过数据洞察市场趋势、消费者需求变化,以及评估店铺运营效果,为制定营销策略、优化商品布局和提升用户体验提供依据。 |
| | | 1-1-2 数据分析能力,能通过数据化运营策略 | |
| | | 1-1-3 熟悉用户运营,提升用户留存与复购 | |
| | | 1-1-4 具备跨部门协作能力,协调供应链、客服等部门 | |
| | 1-2 策划并落地线上线下营销活动,从方案制定、资源 | 1-2-1 活动全流程策划与组织能力 | |
| | | 1-2-2 资源整合能力,协调场地、合作方等资源 | |

| | | | |
|--|--------------------|--|---|
| | 协调到活动执行与效果复盘全流程把控 | 1-2-3 风险预判与应急处理能力 | <p>2. 营销策划能力：根据市场分析和产品定位，制定全面的电商营销方案，包括品牌推广、活动策划、广告投放等。能够结合不同电商平台的特点和节日、热点等因素，策划有吸引力的促销活动，提高店铺的知名度和销售额。</p> <p>3. 商品管理能力：负责商品的选品、上架、定价、库存管理等工作。了解市场需求和竞争态势，挑选具有潜力的商品进行销售，并合理制定价格策略。同时，要确保库存的合理配置，避免缺货或积压。</p> <p>4. 视觉设计能力：具备扎实的平面设计基础，熟练掌握 Photoshop 等设计软件，能够设计出高质量的电商页面、海报、商品图片等视觉素材。注重色彩搭配、字体设计、构图布局等元素，以提升页面的美观度和吸引力，增强用户的视觉体验。</p> <p>5. 创意表现能力：能够根据品牌特点和产品优势，进行创意构思和设计，使设计作品在众多竞品中脱颖而出。通过独特的创意表现手法，传达品牌理念和产品卖点，吸引消费者的关注并激发购买欲望。</p> <p>6. 用户体验设计能力：</p> |
| | | 1-2-4 熟练使用活动效果评估工具与方法 | |
| 2. O2O 销售主管 | 2-1 行业知识、产品知识和营销知识 | 2-1-1 具备制定销售目标和计划的能力，能够根据公司的战略目标和市场情况，制定合理的 O2O 销售目标，并将其分解为具体的销售计划和任务，明确团队成员的职责和分工。 | |
| | | 2-1-2 掌握销售团队管理的方法和技巧，能够有效地领导、激励和培训团队成员，提高团队的整体销售能力和业绩。能够建立合理的绩效考核体系，对团队成员的工作表现进行评估和反馈。 | |
| | | 2-1-3 能够独立策划 O2O 营销活动，结合线上线下渠道的特点，制定具有创新性和吸引力的营销活动方案，包括活动主题、内容、形式、推广渠道、时间安排和预算等。 | |
| | 2-2 渠道知识 | 2-2-1 能够进行渠道规划和布局，根据公司的产品特点和目标客户群体，选择合适的线上线下销售渠道，并合理分配资源，实现渠道的优化组合。 | |
| | | 2-2-2 掌握不同渠道的运营模式、推广方法以及客户群体特征，以便能够合理选择和整合渠道资源，实现线上线下渠道的协同发展。 | |
| | 2-3 数据分析知识 | 2-3-1 熟练使用数据分析工具，如 Excel、SQL、Google Analytics 等，能够对大量的数据进行快速处理和分析。能够运用数据分析工具制作各种数据报表和可视化图表，直观地展示数据结果和趋势。 | |
| 2-3-2 具备数据解读和决策支持的能力，能够从复杂的数据中提取有价值的信息，发现问题和机会，并根据数据分析结果提出针对性的建议和决策方案，为公司的销售策略调整和业务发展提供支持。 | | | |
| 3. 智能客服主管 | 3-1 行业知识、技术知识 | 3-1-1 能够参与智能客服系统的选型、部署与上线工作，协调技术团队、供应商完成系统搭建。根据业务需求和用户反馈，优化智能客服系统的对话流程、知识库内 | |

| | | | |
|--|------------|---|---|
| | | 容、算法模型，提升服务质量和效率。 | <p>了解用户体验原则，能够从用户的角度出发进行设计。例如，合理规划页面布局，确保信息的清晰展示和用户操作的便捷性；优化图片加载速度，提高页面的响应性能，以减少用户等待时间，提升用户满意度。</p> <p>7. 沟通协调能力：通过在线聊天工具、电话等方式与客户进行及时、有效的沟通，解答客户的咨询和疑问，处理客户投诉和纠纷。具备良好的语言表达能力和沟通技巧，能够准确理解客户需求，提供专业、热情的服务，协调相关部门解决客户问题，提高客户满意度和忠诚度。</p> <p>8. 问题解决能力：面对客户提出的各种问题和挑战，能够迅速分析问题的本质，提出合理的解决方案。对于常见问题，能够熟练运用知识库中的信息进行解答；对于复杂问题，能够及时协调上级领导和相关部门，推动问题的解决，并跟踪处理结果，向客户反馈。</p> <p>9. 客户心理分析能力：了解客户的心理和购买行为，能够根据客户的咨询内容和语气，判断</p> |
| | | 3-1-2 根据业务需求和用户反馈，优化智能客服系统的对话流程、知识库内容、算法模型，提升服务质量和效率。 | |
| | | 3-1-3 通过数据分析发现问题（如高频未解决问题、用户流失节点），提出针对性的优化策略，并推动落地执行。 | |
| | 3-2 业务知识 | 3-2-1 主导智能客服相关业务（如新功能开发、系统升级、业务场景拓展），制定项目计划，协调各方资源，确保项目按时、高质量完成。 | |
| | | 3-2-2 识别业务风险，制定应对措施，及时解决业务执行过程中的问题。 | |
| | | 3-2-3 建立智能客服服务标准和流程，制定应急处理预案（如系统故障、大量投诉）。通过用户反馈和数据分析，持续改进智能客服服务策略，提升客户满意度和忠诚度。 | |
| | 3-3 管理知识 | 3-3-1 负责智能客服团队的组建和人员管理，包括招聘、培训客服及技术支持人员，提升团队专业能力。 | |
| | | 3-3-2 制定团队工作计划和目标，监督工作执行情况，定期进行绩效考核与反馈，激励团队成员达成业绩指标。 | |
| | | 3-3-3 与内部技术、产品、运营、业务部门保持密切沟通，了解需求并推动智能客服与其他系统或业务流程的集成。与外部供应商、合作伙伴建立良好合作关系，协调解决技术支持、服务优化等问题。 | |
| | 4. 视觉营销设计师 | 4-1 设计基础知识 | |
| 4-1-2 具备网店整体页面规划与设计能力，从首页布局（店招、导航栏、轮播图、产品推荐区等）到内页设计（商品详情页、 | | | |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | 搜索结果页、自定义页面等），能够根据品牌定位和用户需求，制定合理的页面结构和视觉流程，引导用户便捷浏览和购物。 | 客户的需求和情绪状态。针对不同类型的客户，采取相应的沟通策略和服务方式，引导客户完成购买行为，提高销售转化率。 |
| | | 4-1-3 能够设计富有吸引力的商品详情页，运用文案、图片、图表等元素，清晰展示产品特点、优势、使用方法、用户评价等信息，提升产品转化率。注重详情页的逻辑连贯性和视觉节奏感，避免信息堆砌。 | |
| | | 4-1-4 能够根据营销活动主题和产品特点，进行创意构思和设计。 | |
| | | 4-1-5 擅长打造个性化的电商视觉风格，在遵循品牌调性的基础上，融入创新元素，使店铺在众多竞争对手中脱颖而出，形成差异化竞争优势。 | |
| | 4-2 品牌营销知识 | 4-2-1 能够根据营销活动主题和产品特点，进行创意构思和设计。 | |
| | 4-2-2 擅长打造个性化的电商视觉风格，在遵循品牌调性的基础上，融入创新元素，使店铺在众多竞争对手中脱颖而出，形成差异化竞争优势。 | | |

（二）本专业人才培养基本规格

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，具备社会责任感和担当精神；

(3) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

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

(5) 掌握零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等方面的专业基础理论知识；

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

(8) 具有市场调查与分析、活动策划的能力，能够使用各类平台营销推广方法与营销工具，完成活动文案设计、资源整合、营销活动、广告投放、效果评估和媒体公关；

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

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

(11) 具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能够进行品牌标识、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；

(12) 具有用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，能够建立产品需求模型及应用场景，设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动；

(13) 掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

(14) 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；

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

(16) 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

(17) 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

七、课程设置及学时安排

(一) 公共基础课程（见表 3）

表 3 公共基础课程列表

| 序号 | 课程名称 | 课程简介 | 学时 (学分) | 课程 性质 | 备注 |
|----|--------------------------------|--|------------|----------------|----|
| 1 | 思想道德与 法治 1 | 这是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课。本课程针对大学生成长过程中面临的思想和法律问题，培养学生运用马克思主义立场、观点、方法分析和观察问题，提高学生科学认识分析社会现象和社会问题的能力，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育，引导大学生提高思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。 | 32 (2) | 公共 基础 课程 | |
| | 思想道德与 法治 2 | 这是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课。本课程针对大学生成长过程中面临的思想和法律问题，培养学生运用马克思主义立场、观点、方法分析和观察问题，提高学生科学认识分析社会现象和社会问题的能力，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育，引导大学生提高思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。 | 16 (1) | 公共 基础 课程 | |
| 2 | 习近平新时代 中国特色 社会主义思 想概论 | 课程从整体上把握习近平新时代中国特色社会主义思想，系统学习这一思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，更好把握中国特色社会主义理论精髓与实践要义，自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去，切实增强全面贯彻党的基本理论、基本路线和基本方略的自觉性和主动性，进一步坚定建设富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国的决心，有助于大学生掌握党的最新理论创新成果，提升理论素养，把握实践规律，成为中国特色社会主义事业的建设者和接班人。 | 48 (3) | 公共 基础 课程 | |
| 3 | 毛泽东思想 | 这门课程是以马克思主义中国化为主线，集中阐述马克思 | 32 | 公共 | |

| 序号 | 课程名称 | 课程简介 | 学时 (学分) | 课程 性质 | 备注 |
|----|-----------------|--|------------|----------|----|
| | 和中国特色社会主义理论体系概论 | 主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义,充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合的历史进程和基本经验;以马克思主义中国化最新成果为重点,全面把握中国特色社会主义进入新时代,系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位,充分反映建设社会主义现代化强国的战略部署。 | (2) | 基础课程 | |
| 4 | 形势与政策 | 这门课程依据中宣部、教育部下发的“高校形势与政策教育教学要点”,在介绍当前国内外经济政治形势、国际关系以及国内外热点事件的基础上,阐明了我国政府的基本原则、基本立场与应对政策。 | 32 (1) | 公共基础课程 | |
| 5 | 国家安全教育 | 坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面深入贯彻总体国家安全观,及时准确贯彻《大中小学国家安全教育指导纲要》的要求,重点讲述国家安全领域的热点问题,系统讲述国家安全的理论基础、机制保障、重点领域等,力求让大学生增强自身维护和塑造国家安全的意识和能力。 | 16 (1) | 公共基础课程 | |
| 6 | 中华民族共同体概论 | 为贯彻落实习近平总书记在在全国民族团结进步表彰大会上的重要讲话精神,深化铸牢中华民族共同体意识教育,引导各族人民牢固树立休戚与共、荣辱与共、生死与共、命运与共的共同体理念。铸牢大学生中华民族共同体意识教育,既是促进大学生健康成长成才、落实高校立德树人根本任务的迫切要求,也是维护民族团结、实现中华民族伟大复兴的必要举措。 | 16 (1) | 公共基础课程 | |
| 7 | 劳动教育 | 劳动教育是国民教育体系的重要内容,是学生成长的必要途径,具有树德、增智、强体、育美的综合育人价值。实施劳动教育重点是在系统的文化知识学习之外,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,让学生动手实践、出力流汗,接受锻炼、磨炼意志,培养学生正确劳动价值观和良好劳动品质。 | 16 (1) | 公共基础课程 | |
| 8 | 心理健康教育 | 本课程帮助学生认识心理健康与个人成才发展的关系,了解常见的心理问题,掌握心理调节的方法,解决成长过程中遇到的自我认识、学习适应、人际交往、恋爱心理、情绪管理、危机预防等方面的问题。从而提升大学生心理素质,有效预防心理疾病和心理危机,促进大学生全面的发展和健康成长。 | 32 (2) | 公共基础课程 | |
| 9 | 军事理论 | 通过军事课教学,让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能,增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识, | 36 (2) | 公共基础 | |

| 序号 | 课程名称 | 课程简介 | 学时 (学分) | 课程 性质 | 备注 |
|----|-----------------|---|------------|----------------|----|
| | | 弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。 | | 课程 | |
| 10 | 军事技能 | 通过军事课教学,让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能,增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识,弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。 | 112 (2) | 公共 基础 课程 | |
| 11 | 职业发展与 就业指导 1 | 本课程立足学生就业创业、面向学生职业发展、提升学生就业的竞争力,突出学生职业体验,实施就业创业指导的“全过程、日常化”,帮助学生认识自我、确立职业目标、规划职业生涯,树立正确的就业创业观念,启蒙学生的创新意识和创业精神,使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识,使学生能够在就业创业时有明确、清晰的选择,并对未来职业生涯做出合理的规划。 | 16 (1) | 公共 基础 课程 | |
| | 职业发展与 就业指导 2 | | 16 (1) | 公共 基础 课程 | |
| 12 | 创新创业 | 通过本门课程的学习,能比较全面和系统的了解创新思维的方法和工具,掌握设计思维和精益创业的核心思想,提高学生的创新精神、社会责任感和综合素质,促进学生创业、就业和全面发展。 | 8 (0.5) | 公共 基础 课程 | |
| 13 | 体育 1 | 本课程全面贯彻党的教育方针和教育部《全国普通高等学院体育课程教学指导纲要》的精神,是学院教学计划内的课程体系重要组成部分,是高等学院体育工作的中心环节;是以《学生体质健康标准(试行方案)实施办法》为依据,以学生身体练习为主要手段,通过合理的体育教育和科学的体育锻炼过程,使学生掌握一定的体育基本知识、基本技能和技巧,养成经常锻炼身体的习惯和终身体育的意识和行为,培养良好的思想道德品质和顽强拼搏精神、创新精神和积极进取的人生价值观与生活态度,提高适应社会与自然环境能力和抵抗疾病的能力。 | 32 (2) | 公共 基础 课程 | |
| | 体育 2 | | 32 (2) | 公共 基础 课程 | |
| | 体育 3 | | 32 (2) | 公共 基础 课程 | |
| | 体育 4 | | 16 (1) | 公共 基础 课程 | |
| 14 | 公共艺术 1 | 公共艺术课程包括美学和艺术史论类、艺术鉴赏和评论类、艺术体验和实践类等三种类型课程。美学和艺术史论类可开设艺术导论、美学概论、中西方美术史、中西方音乐史、文艺理论等课程;艺术鉴赏和评论类可开设音乐、美术、影视、戏剧戏曲、舞蹈、书法、设计等的鉴赏和评论类课程;艺术体验和实践类可开设艺术相关学科的体验和实践类课程,艺术体验和实践类要尽可能满足学 | 16 (1) | 公共 基础 课程 | |
| | 公共艺术 2 | | 16 (1) | 公共 基础 课程 | |

| 序号 | 课程名称 | 课程简介 | 学时 (学分) | 课程 性质 | 备注 |
|----|---------------|--|------------|----------------|----|
| | | 生的不同兴趣和需求。 | | | |
| 15 | 英语 1 | 本课程是一门公共基础课,也是培养学生人文素质的一门必修课程。主要从听、说、读、写、译方面提高英语综合应用能力,提升文化修养,培养职业精神与职业技能。 | 64 (4) | 公共 基础 课程 | |
| | 英语 2 | | 64 (4) | 公共 基础 课程 | |
| 16 | 信息技术 | 本课程主要包括计算机概论篇、计算机组成篇和计算机应用技术篇三个教学模块。通过本课程学习,力求使学生系统掌握计算机信息基础知识,熟练使用计算机操作系统和计算机网络,熟练使用字处理软件、电子表格软件和演示文档软件,初步了解多媒体技术的应用和数据库技术的应用。 | 48 (3) | 公共 基础 课程 | |
| 17 | 高职语文 | 这是面向专科非中文专业开设的一门公共基础课。本课程为了积极主动地适应经济建设和社会发展对人才的需要,在学生经过中学语文学习的基础上,进一步学习古今中外的名家名作,了解文化的多样性、丰富性,尤其是了解并集成中华民族的优秀文化传统;使学生系统掌握常用的应用类文章的实用用途及其写作要领,培养和提高应用型人才所必需的应用写作能力和逻辑思维能力,以此适应社会的需求。课程教学注重讲读结合,讲练并重。在基本理论知识讲授、例文分析的同时,注重指导学生进行真实情境下的写作训练。能够比较准确地分析文章的思想内容和写作手法,具备一定的文学鉴赏水平和作品分析能力,使之成为具备一定文化底蕴的高技能人才。 | 32 (2) | 公共 基础 课程 | |
| 18 | 高职数学 (经济类) | 主要内容为提炼初等数学内容,精炼微积分的经典知识。学生通过阅读教材内容,记忆与理解基本公式、重要定义的叙述以及定理的条件与结论,把握它们之间的内在联系;通过习题训练,掌握基本运算方法,领会数学思想,培养抽象思维和逻辑运算能力。课程教学注重培养学生运用数学方法分析解决实际问题的意识、兴趣与能力,提倡独立钻研,勤于思考,勇于质疑,智慧创造。 | 64 (4) | 公共 基础 课程 | |
| 19 | 中华优秀 传统文化 | 本课程以阐释中华优秀传统文化的精神内涵为主,注重价值引领;人格修养教育、社会关爱教育、家国情怀教育是本门课程的主要内容;以学生为本,将习近平思想渗透其中,为涵养社会主义核心价值观、弘扬民族精神服务,是本门课程的核心设计理念;追本溯源,注重纵横比较、注重经典文献的解读、注重理论联系实际,以优秀传统文化 | 8 (0.5) | 公共 基础 课程 | |

| 序号 | 课程名称 | 课程简介 | 学时 (学分) | 课程 性质 | 备注 |
|----|-------------|--|------------|----------------|----|
| | | 来回应学生的思想困惑与人生迷惘。 | | | |
| 20 | 职业素养 | 该课程培养学生的职场心态和综合技能、提高就业创业竞争力，促进学生从“校园人”向“职业人”转变。本课程培养学生掌握：提升自我效能、自我管理的方法；时间管理技巧；有效沟通的方法；演讲的特点与技巧。熟悉：有效倾听和良好沟通的方式；演讲中语言及手势的运用；理财的基本方法；商务信函的写作技巧；商务礼仪及职业形象的塑造；团队协作及冲突管理的技巧；迅速适应职场的技巧。了解：职业素养的内涵；素质模型的概念及理论；生涯平衡的内涵；情绪管理理论及方法；时间管理的重要性；理财管理的基本概念及理论。 | 8 (0.5) | 公共 基础 课程 | |
| 21 | 健康教育 | 本课程按照“普及健康科学知识”的原则，以传播健康科学知识和推进健康促进生活为主线，从健康教育、健康促进、健康行为、健康体能、健康心理、健康营养、健康睡眠、疾病预防、卫生保健、生命教育等角度出发，向大众揭示健康教育的内涵，强调健康相关行为的重要性。教育不仅应该培养公民具有良好的思想道德和行为，掌握过硬的专业技术知识和本领、练就强健的体魄，教育更加应该关注人的健康，关爱人的生命。 | 8 (0.5) | 公共 基础 课程 | |
| 22 | 公共基础任意选修课 2 | 根据《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》要求，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、管理等人文素养、科学素养等为任意选修课。 | 16 (1) | 公共 基础 课程 | |
| 23 | 公共基础任意选修课 2 | | 16 (1) | 公共 基础 课程 | |
| 24 | 公共基础任意选修课 3 | | 16 (1) | 公共 基础 课程 | |

(二) 专业课程 (见表 4)

1. 专业基础课程

表 4-1 专业基础课程列表

| 序号 | 课程名称 | 课程简介 | 学时 (学分) | 备注 |
|----|--------|--------------------|------------|----|
| 1 | 电子商务基础 | 本课程主要学习电子商务的基本概念、基 | 64 | |

| | | | | |
|---|----------|---|-----------|--|
| | | 本原理，电子商务经济、管理、技术环境等电子商务基本理论；了解政府在电子商务中的作用和应用，企业电子商务应用和消费者电子商务应用；掌握电子商务产业和电子商务经济分析，电子商务案例分析，电子商务与世界经济发展。 | (4) | |
| 2 | 管理学原理 | 本课程主要讲述管理学概述（概念、原理、决策、组织文化等）、管理学的发展史及主流的理论 and 代表性观点，管理的四大基本职能（计划、组织、领导和控制）等内容，是理论性与实践性较强的专业基础课程。 | 64 (4) | |
| 3 | 电子商务法律法规 | 本课程主要学习电子商务法概述、电子商务主体认定的法律制度、电子签名法律制度、电子支付法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度，以及其他相关电子商务法律制度。 | 32 (2) | |
| 4 | 市场营销 | 本课程主要学习市场营销的核心概念及各种营销观念、市场营销环境分析、消费者购买行为分析、市场调研与预测、市场营销战略、产品策略、价格策略、分销策略和促销策略等。 | 64 (4) | |
| 5 | 财税基础 | 本课程针对实际工作中非会计人员所需财税知识，分别阐述了出纳岗位、会计岗位及税务岗位的基础知识及应具备的基本技能。 | 32 (2) | |
| 6 | 商务数据分析 | 通过本课程的学习，了解网店的数据分析工具，包括网店搜索与网店指数、量子恒道、数据魔方等，同时采用真实的网店作为案例进行数据分析，注重理论与实践相结合。 | 64 (4) | |
| 7 | 零售基础 | 本课程主要学习，了解零售业人、货、场、圈的商业逻辑、创新策略等。理解连锁店经营的基本原理，能完成零售环境分析、购买行为分析、商圈与店铺选址。 | 64 (4) | |

2.专业核心课程

表 4-2 专业核心课程列表

| 序号 | 课程名称 | 课程简介 | 学时 (学分) | 备注 |
|----|---------|---|------------|----|
| 1 | 网络营销 | 本课程是根据网站和网店推广的目标，筛选合理的推广方式和新媒体营销方法；网络推广和营销方案制定与实施；营销推广方案效果评估与优化。 | 64 (4) | |
| 2 | 视觉营销设计 | 本课程是电子商务专业的一门运营方向课，通过理实一体化的教学理念，采用项目实战的教学方法，培养学生运用网络资源，深入理解网店视觉营销设计基础知识，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设计数据化等职业能力，本课程具有一定的综合性实践性，是培养网店运营人员的一门综合技能训练课。 | 64 (4) | |
| 3 | 社群运营 | 通过本课程的学习，使学生全面了解社群营销的产生和发展，掌握其构成、价值、模式和评估，引导学生全面认识社群及社群营销并能够从无到有建设社群、从小到大运营社群、由弱到强地构建社群运营团队，实现社群商业变现。 | 64 (4) | |
| 4 | 网店运营 | 本课程主要学习网店运营的规范与流程；商品类型分类、编码、上架、下架；店铺、产品和客户数据分析，营销推广策略的制定与实施。 | 64 (4) | |
| 5 | 数据化运营 | 数据化运营课程是一门聚焦于运用数据驱动企业运营决策的应用型课程，融合了数据分析、统计学、管理学及信息技术等多学科知识。课程以企业实际运营场景为核心，教授学生如何通过数据采集、清洗、分析挖掘有效信息，并将数据洞察转化为优化运营策略、提升业务效能的实际行动，助力企业实现精细化管理与智能化决策。 | 64 (4) | |
| 6 | 直播技巧与运营 | 本课程主要针对直播销售员、电商带货主播、直播运营师、直播数据分析师等岗位开设，主要任务是：培养学生直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品与规划、直播引流互动、直播数据分析等职业技能。 | 64 (4) | |

| | | | | |
|---|-------------|---|-----------|--|
| 7 | 零售门店 O2O 运营 | 本课程围绕 O2O 战略创新和营销、运营构建体系来展开。重点介绍了微信、电子会员卡 在 O2O 战略规划中的具体作用，实体店的 营销实战，O2O 线下线上营销体系的执行 策略，从线上、线下营销策略、消费者心 理策略、服务策略、及线下运营。 | 64 (4) | |
|---|-------------|---|-----------|--|

3.专业拓展课程

表 4-3 专业拓展课程列表

| 序号 | 课程名称 | 课程简介 | 学时 (学分) | 备注 |
|----|---------|--|------------|----|
| 1 | 客户服务管理 | 本课程主要学习客户服务的基本技巧和客 户关系管理的基本方法；客户咨询、异议、 客户投诉应对；客户满意度管理和客户忠诚 度管理；进行客户的个性化服务，拓展客户 渠道。 | 32 (2) | |
| 2 | 商品信息采编 | 本课程以培养学生对不同类目、不同材质 商品的进行采编为目标，从真实企业对商品 采编人才的需求入手，结合学生特点，展开 商品采编的课程内容。旨在培养学生掌握 商品采编的必备理论知识、基本流程、相关 技能，同时获得相应的学习能力：商品拍 摄能力、图片处理能力，以及商品信息编 辑能力，强化学生实践，增强其创业意识。 | 64 (4) | |
| 3 | 消费者行为分析 | 消费者行为分析课程是一门融合心理学、 社会学、经济学等多学科理论，聚焦于消 费者决策过程与行为规律的应用型课程。 通过研究消费者如何感知、选择、购买、 使用及处置产品或服务，剖析背后的心理 动机、社会影响与经济因素，帮助学习者 洞察市场需求，为企业制定精准营销策略、 优化产品设计、提升客户体验提供理论依 据与实践指导。 | 32 (2) | |
| 4 | 图形图像处理 | 图形图像处理课程是一门融合计算机科 学、美学设计与数字技术的综合性课程。 它聚焦于各类图形图像的编辑、优化、合 成与创意设计，通过学习专业软件工具与 算法原理，让学习者掌握将创意构思转化 为视觉作品的的能力，广泛应用于平面设计、 | 32 (2) | |

| | | | | |
|---|-------|--|-----------|--|
| | | 影视制作、游戏开发、广告宣传等领域。 | | |
| 5 | 新媒体营销 | 本课程致力于让学生系统掌握新媒体营销的基础理论、核心策略与实操方法，理解新媒体环境下消费者行为特征与传播规律，具备独立策划、执行及优化新媒体营销方案的能力，助力学生成为适应数字经济发展需求的复合型营销人才，能够在快速变化的新媒体生态中，为企业或品牌实现有效的市场推广、用户增长与品牌价值提升。 | 32 (2) | |
| 6 | 视频制作 | 视频制作课程使学生理解视频制作的基本原理和流程，包括前期策划、拍摄、后期剪辑及特效添加等环节。熟练掌握主流视频制作软件(如 Adobe Premiere Pro、Final Cut Pro 等)的操作，能运用软件进行素材剪辑、音频处理、字幕添加等工作。培养学生的创意构思和艺术审美能力，能够根据特定主题和需求制作出具有一定专业水准的视频作品，如电商产品宣传视频、短视频广告等。 | 32 (2) | |

(三) 实践性教学环节 (见表 5)

表 5 实践性教学环节列表

| 序号 | 课程名称 | 课程简介 | 学时 (学分) | 课程性质 | 备注 |
|----|----------|---|------------|--------|----|
| 1 | 电子商务沙盘实训 | 电子商务沙盘课程是一门将理论知识与商业实践深度融合的综合性实训课程。它以模拟电子商务运营环境为核心，通过构建虚拟商业场景，让学生置身于真实的电商企业运营流程中，全面体验从战略规划、市场分析、平台搭建、营销推广到物流配送、客户服务等全链路环节，旨在培养学生的电商运营思维、团队协作能力与综合决策能力。 | 2W (2) | 综合实践教学 | |
| 2 | 网店运营综合实训 | 网店运营综合实训课程是电子商务专业一门关键的实践类课程，紧密围绕电商行业对网店运营人才的实际需求展开教学，着重培养学生的综合实践能力与职业素养，致力于让学生在虚拟与真实的商业环境中，全方位掌握网店从搭建到运营的核心技能，为未来投身电商行业奠定坚实基础。 | 2W (2) | 综合实践教学 | |
| 3 | 视觉营销综合 | 本课程是电子商务专业的一门运营方向课，通过理 | 2W | 综合实践 | |

| | | | | | |
|---|------------------|---|-------------|--------|--|
| | 实训 | 实一体化的教学理念，采用项目实战的教学方法，培养学生运用网络资源，深入理解网店视觉营销设计基础知识，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设计数据化等职业能力，本课程具有一定的综合性实践性，是培养网店运营人员的一门综合技能训练课。 | (2) | 教学 | |
| 4 | 电子商务专业岗位实习（实习报告） | 电子商务专业顶岗实习课程主要是为了让学生将所学的理论知识与实际工作相结合，提高实践能力和解决问题的能力。在实习过程中，学生可以在真实的工作环境中学习和应用计算机网络技术，培养学生的职业素养和团队协作能力。 | 24W (24) | 综合实践教学 | |

(四) 课程设置与学时安排表见附件 1

(五) 学时与学分分配表见附件 2

(六) 教学进程表（见表 6）

表 6 教学进程表

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | |
|-------------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 一 年 级 | 第一 学期 | // | // | // | | | | | | | | | | | | | | | | | | ◎ |
| | 第二 学期 | | | | | | | | | | | | | | | | | ▲ | ▲ | ◎ | ◎ | |
| 二 年 级 | 第三 学期 | | | | | | | | | | | | | | | | | ▲ | ▲ | ◎ | ◎ | |
| | 第四 学期 | | | | | | | | | | | | | | | | | ▲ | ▲ | ◎ | ◎ | |
| 三 年 级 | 第五 学期 | | | | | | | | | | | | | | | | | ◎ | ◎ | | | |
| | 第六 学期 | ☆ ◇ |

说明：◎---考试 ■---假期 ▲---课程设计或综合实践 ◇---毕业实习报告

★---机动 //---军训 ☆---岗位实习

八、师资队伍

师资是实现培养目标和培养计划的关键，建设一支专兼职结合，结构合理，具有较高教学水平和较丰富工程实践经验，较高工程素质的“双师型”教师是高职教育中心环节。本专业共有专业教师16人，其中专任教师11人，兼职教师5人。具备副高以上职称教师5人，具有中级以上职称7人，研究生5人，“双师型”教师13人。专任教师队伍在职称、年龄、工作经验，形成了合理的梯队结构。

（一）队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于25:1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于60%，高级职称专任教师的比例不低于20%，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业商务运营管理人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业(学科)教研机制。

（二）专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，精通电商核心知识体系，掌握运营、技术、营销等多领域知识，紧跟行业AI应用、电商新模式等前沿动态，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，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

(三) 专任教师

具有高校教师资格；原则上具有财经商贸类相关专业，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个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

表7 电子商务专业教学团队一览表

| 序号 | 姓名 | 出生年月 | 性别 | 学历 | 专业技术职务 | 职业资格 | 是否“双师型” | 讲授的课程 | 备注 |
|----|-----|---------|----|-----|--------|--------------------------|---------|----------|----|
| 1 | 胡明先 | 1974.1 | 男 | 本科 | 高级讲师 | 高级营销师 高级电子商务师 | 是 | 商品信息采编 | |
| 2 | 张俊云 | 1987.09 | 女 | 本科 | 讲师 | 高级电子商务师 | 是 | 网店运营 | |
| 3 | 石旭 | 1988.02 | 女 | 研究生 | 高级讲师 | 高级电子商务师 | 是 | 基础会计 | |
| 4 | 杨晓春 | 1986.05 | 女 | 本科 | 讲师 | 高级电子商务师 | 是 | 新媒体技术 | |
| 5 | 贾丽 | 1987.10 | 女 | 本科 | 讲师 | 高级电子商务师 | 是 | 消费者行为分析 | |
| 6 | 李俏 | 1992.03 | 女 | 研究生 | 讲师 | 企业人力资源管理师（三级） 高级电子商务师 | 是 | 电子商务物流 | |
| 7 | 张新苗 | 1991.11 | 女 | 本科 | 讲师 | 高级物流师 | 是 | 电子商务法律法规 | |
| 8 | 付昱 | 1987.10 | 女 | 本科 | 讲师 | 高级电子商务师 | 是 | 网店推广 | |
| 9 | 孙梦颖 | 1991.07 | 女 | 本科 | 讲师 | 高级电子商务师 | 否 | 跨境电商 | |
| 10 | 张招 | 1997.05 | 女 | 本科 | 助理讲师 | 高级电子商务师 | 否 | PS | |

| | | | | | | | | | |
|----|----|---------|---|----|------|---------|---|--------|--|
| 11 | 石玲 | 1995.06 | 女 | 本科 | 助理讲师 | 高级电子商务师 | 否 | 电子商务基础 | |
|----|----|---------|---|----|------|---------|---|--------|--|

(四) 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务(职称)或高级工及以上职业技能等级，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专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

表 8 兼职教师基本信息一览表

| 序号 | 姓名 | 性别 | 出生年月 | 学历 | 专业技术职务 | 职业资格 | 所在单位 | 从事的技术领域/工作岗位/从业时间 | 讲授的课程(学时/年)及承担的主要工作 | 备注 |
|----|-----|----|-------|-----|--------|---------|----------------|-------------------|---------------------|----|
| 1 | 黎钊 | 男 | 1997年 | 研究生 | 运营部专员 | 工程师 | 宁夏丝路通网络科技有限公司 | 运营部专员 | 电子商务数据分析 | |
| 2 | 史兵峰 | 男 | 1996年 | 研究生 | 主管 | 工程师 | 宁夏博信通科技有限公司 | 培训中心主管 | 客户服务与管理 | |
| 3 | 李伟 | 男 | 1996年 | 研究生 | 事业部负责人 | 人力资源管理师 | 宁夏博信通科技有限公司 | 事业部负责人 | 网店运营 | |
| 4 | 田大勇 | 男 | 1991年 | 本科 | 总经理 | 高级电子商务师 | 山东智捷电子商务有限公司 | 总经理 | 消费者行为分析 | |
| 5 | 王文 | 男 | 1989年 | 本科 | 总经理 | 设计师 | 宁夏芑木摄影有限公司 | 总计里 | 图像处理 | |
| 6 | 王健 | 男 | 1989年 | 本科 | 董事长 | 工程师 | 宁夏联动在线网络科技有限公司 | 董事长 | 网络营销 | |

九、教学条件

（一）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实习实训基地。

1. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（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、安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实验、实训场所基本要求

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展零售财务规划与零售营销组合、电子商务视觉设计、社群营销与整合营销、数据化运营、智能客服话术设计、O2O运营、电子商务产品开发及原型设计、智能营销等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

表9 电子商务专业实验实训场地一览表

| 序号 | 实验实训场地 | 主要设备 | 工位数 | 面积 (m ²) | 实训室功能 | 备注 |
|----|---------------|-------------|-----|-------------------------|---|----|
| 1 | 网店运营综合实训室 | 计算机 | 40 | 200 | 本实训室主要承担搜索引擎优化、网页美工基础、网页设计与制作等实训项目。 | |
| 2 | 摄影实训室 | 计算机、相机、摄影设备 | 20 | 100 | 本实训室主要用于学生的广告摄影、人像摄影、产品摄影等基础训练的实训场所。 | |
| 3 | 电子商务视觉营销设计实训室 | 计算机 | 30 | 100 | 本实训室主要用于学生 PS 基础训练, 商品主图设计、详情图等进行网店装修的实训场所。 | |
| 4 | 直播共享中心 | 计算机 | 6 | 100 | 本实训室主要用于学生的直播练习等基础训练的实训场所。 | |
| 5 | 电子商务数据分析中心 | 计算机 | 40 | 200 | 本实训室主要承担新媒体运营等实训项目。 | |

3. 实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求, 经实地考察后, 确定合法经营、管理规范, 实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求, 与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地, 并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供运营主管、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与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，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，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表 10 电子商务专业校外实习实训基地一览表

| 序号 | 企业名称 | 企业地址 | 企业对接人 | 对接人电话 |
|----|-----------------|-------------------------------------|-------|-------------|
| 1 | 宁夏博信通科技有限公司 | 石嘴山市大武口区大汝路西、潮湖一棵树(石嘴山市综合商贸城 11 号楼) | 马瑞琴 | 13995418801 |
| 2 | 和君纵达数据科技有限公司 | 宁夏银川阅海湾中央商务区金城广场商业楼 C 楼第 10 | 童桐 | 15968175513 |
| 3 | 宁夏丝路通信息技术服务有限公司 | 宁夏银川市金凤区阅海湾中央商务区服务中心办公楼 2 层 211 | 李晶 | 18295500859 |

（二）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1.教材选用

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、

新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

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。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。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。学校图书馆藏书 20 万册，拥有电子图书 20 万册，电子期刊 17319 册。

3.数字教学资源配置

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。

本专业现配备：多媒体教室 10 间；智慧教室 2 间；多媒体教学机房 4 间；数字图书馆建设有自助借阅查询机、24 小时自助图书馆等数字化设备；电商直播虚拟仿真教学平台、网店运营虚拟仿真教学平台、数据分析虚拟仿真教学平台；学院数字教学资源比较丰富，教学资源达 8569 条 1.44TB，其中视频动画 101 个 40G；数字图书馆建设有自助借阅查询机、24 小时自助图书馆等数字化设备，拥有电子图书 20 万册，电子期刊 17319 册。

（三）教学方法

针对不同类型的课程，采用了不同的教学模式。

1.公共基础课程

采用讲授式教学、启发式教学、问题探究式教学等方法,通过集体讲解、师生对话、小组讨论、案例分析、演讲竞赛等形式,调动学生学习积极性,为专业基础课和专业技能课的学习以及再教育奠定基础。

2.专业课程

采用“理论+实训+实习”的教学模式，加大实践教学的比例，精讲多练。实践教学中改“指导书”为“任务书”，充分发挥学生的能动性。要求学生能自觉运用所学理论知识，自主设计方案，根据方案要求自选设备器材，在教师指导下按操作规范使用仪器仪表及工具，对实训方案进行测试，在实践过程中培养学生的专业基本能力，养成规范操作的习惯和科学、缜密、严谨的工作作风。

3. 专业核心课程和专业拓展课程

采用一体化教学模式，以学习项目（或任务）为载体，将知识点融入到各项目（或任务）之中，在实训室内按项目（或任务）组织实施教学，通过边教边学、边学边练、学做合一以“教、学、练、做”有机融合的一体化教学过程，实现岗位技能培养的目的。

（四）学习评价

坚持考查和考试相结合；坚持过程和结果相结合；坚持考试考核方式多样化；坚持课程考核工作公平、公正、诚信、严谨的原则。

1.课程成绩构成

课程学习成绩至少由三部分构成：平时考核（包括课堂表现、随堂测试、课后作业等）、阶段性测试（考核形式包括知识测验、主题论文、调研报告等）、期末考试等。原则上期末考试成绩权重不超过60%，阶段性测试次数根据学分情况和教学内容合理确定，一般每门课程每学期4次左右。平时成绩和阶段性测试成绩由任课教师制定明确的赋分标准，且具有足够的区分度。各类课程参考成绩占比如下：

（1）A类课程（纯理论课程）中考查课的成绩构成比例一般为平时成绩占50%，期末成绩占50%；考试课程的成绩构成比例一般为平时成绩占40%，期末成绩占60%。

（2）B类和C类课程（理论加实践类课程、纯实践类课程）平时成绩一般为25%，过程性考核成绩一般为15%，期末成绩一般为60%。

2.记分

所有成绩无论考查还是考试课程以百分制记分，即平时成绩、过程性考核成绩及期末成绩均记100分，按成绩构成比例折算课程考核最终成绩。

3.平时成绩构成

平时成绩平时测验、日常考勤、平时作业、课堂讨论、实习报告或调查报告等构成。

4.过程性考核成绩构成

B和C类课程中的课堂实践任务完成情况构成的过程性成绩。该两类课程应注重过程性考核，实现全程监控和沟通，做到因材施教，考核方式和内容适应学生的学习和思维习惯。

5.期末成绩构成

期末考试成绩构成期末成绩。其中A和B类考试课程以闭卷笔试的形式确定期末考试成绩，考查课程可以闭卷考试、开卷笔试、口试、口笔试结合、答辩、论文、上机或实践操作等多种形式中的一种或几种形式确定期末考试成绩；C类课程中的考试课程以抽测学生本课程的实践教学内容掌握程度确定期末考试成绩，考查课程也可根据实习作业、报告等评定期末考试成绩，无论B类或C类课程，在采取实践操作形式的考核中均要制定相应的考核方案和评分标准。

6.其他

为取得技能等级证书开设的课程，可采用职业资格证书考试成绩认定的办法确定课程成绩，即取证考试成绩等同于课程成绩。学生岗位实习或工学交替按学院相关规定评定成绩。

十、质量保障和毕业要求

(一) 质量保障

1.建立专业人才培养质量保障机制,健全专业教学质量监控管理制度,改进结果评价,强化过程评价,探索增值评价,吸纳行业组织、企业等参与评价,并及时公开相关信息,接受教育督导和社会监督,健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设,通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进,达到人才培养规格要求。

2.完善教学管理机制,加强日常教学组织运行与管理,定期开展课程建设、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。

3.专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度,定期召开教学研讨会议,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。

4.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制,并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析,定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

(二) 毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格,完成规定的实习实训,全部课程考核合格,修满必修课及限定选修课的

全部学分、7 个任意选修课程学分(公共基础任意选修课 3 学分、专业拓展任意选修课 4 学分)和 8 个第二课堂学分,方可准予毕业。

本专业学生可接受职业培训取得以下职业技能等级证书(含 1+X 职业技能等级证书)。

表 9 资格证书

| 序号 | 考证名称 | 考证等级 | 备注 |
|----|-------------|------|----|
| 1 | 电子商务师(选考) | 中级 | |
| 2 | 网店运营与推广(选考) | 中级 | |
| 3 | 直播电商(选考) | 中级 | |

十、附录

- 附件: 1.课程设置与教学进程安排表
2.学分学时分配表

附件一：

电子商务专业课程设置与教学进程安排表

| 序号 | 课程类别 | 课程名称及性质 | 课程编码 | 开课教研室 | 学分 | 教学学时数 | | | 按学年及学期进行分配 | | | | | | |
|----|---------------|----------------------------|----------------------|----------------------|----|-------|------|------|------------|---|------|---|------|---|--|
| | | | | | | 总学时 | 理论学时 | 实践学时 | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | |
| | | | | | | | | | 一 | 二 | 三 | 四 | 五 | 六 | |
| 1 | 公共基础课程 | I B 思想道德与法治 1 | 06101G0012 | 思想道德与法治 | 2 | 32 | 28 | 4 | √ | | | | | | |
| | | I B 思想道德与法治 2 | 06101G0011 | 思想道德与法治 | 1 | 16 | 14 | 2 | | √ | | | | | |
| 2 | | I ■ B 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 06101G0024 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 2 | 32 | 28 | 4 | | | √ | | | | |
| 3 | | I B 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 06101G0043 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 3 | 48 | 42 | 6 | | | | √ | | | |
| 4 | | I A 形势与政策 | 06101G0031 | 形势与政策 | 1 | 8 | 8 | | √ | | | | | | |
| | | | | | | 8 | 8 | | | √ | | | | | |
| | | | | | | 8 | 8 | | | | √ | | | | |
| | | | | | | 8 | 8 | | | | | √ | | | |
| 5 | I A 国家安全教育 | 06101G0101 | 形势与政策 | 1 | 16 | 16 | | | | | | √ | | | |
| 6 | I A 中华民族共同体概论 | 06101G0091 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 1 | 16 | 16 | | | | | | √ | | | |
| 7 | I A 劳动教育 | 09101G0141 | 劳动教育 | 1 | 16 | 16 | | √ | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|-------------------|------------|-----------|-----|-----|----|-----|----|---|---|---|---|--|
| 8 | I B 心理健康教育 | 08101G0122 | 心理健康 | 2 | 32 | 16 | 16 | | √ | | | | |
| 9 | I A 军事理论 | 09201G0162 | 人民武装部 | 2 | 36 | 36 | | √ | | | | | |
| 10 | I C 军事技能 | 09201G0152 | 人民武装部 | 2 | 112 | | 112 | 3W | | | | | |
| 11 | I B 职业发展与就业指导 1 | 09201G0172 | 职业发展与就业指导 | 1 | 16 | 10 | 6 | | | √ | | | |
| | I B 职业发展与就业指导 2 | 09101G0173 | 职业发展与就业指导 | 1 | 16 | 10 | 6 | | | | √ | | |
| 12 | I A 创新创业 | 09202G0181 | 职业发展与就业指导 | 0.5 | 8 | 8 | | | | | | √ | |
| 13 | I C 体育 1 | 08101G0082 | 体育 | 2 | 32 | | 32 | √ | | | | | |
| | I C 体育 2 | 08101G0092 | 体育 | 2 | 32 | | 32 | | √ | | | | |
| | II C 体育 3 | 08101G0102 | 体育 | 2 | 32 | | 32 | | | √ | | | |
| | II C 体育 4 | 08101G0111 | 体育 | 1 | 16 | | 16 | | | | √ | | |
| 14 | I B 公共艺术 1 | 08101G0141 | 公共艺术 | 1 | 16 | 8 | 8 | √ | | | | | |
| | I B 公共艺术 2 | 08101G0142 | 公共艺术 | 1 | 16 | 8 | 8 | | √ | | | | |
| 15 | I ■ A 英语 1 | 07101G0064 | 英语 | 4 | 64 | 64 | | √ | | | | | |
| | I ■ A 英语 2 | 07101G0074 | 英语 | 4 | 64 | 64 | | | √ | | | | |
| 16 | I B 信息技术 | 08101G0133 | 信息技术 | 3 | 48 | 16 | 32 | | √ | | | | |
| 17 | I B 高职语文 | 07101G0012 | 语文 | 2 | 32 | 28 | 4 | √ | | | | | |
| 18 | II A 高职数学(经济类) | 07101G0032 | 数学 | 2 | 32 | 32 | | | √ | | | | |
| 19 | II A 中华优秀传统文化 | 06102G0061 | 思想道德与法治 | 0.5 | 8 | 8 | | | | | | √ | |
| 20 | II A 职业素养 | 09102G0191 | 职业发展与就业指导 | 0.5 | 8 | 8 | | | | | | √ | |
| 21 | II A 健康教育 | 08101G0122 | 学生处 | 0.5 | 8 | 8 | | | | | | √ | |
| 22 | III A 公共基础任意选修课 1 | | | 1 | 16 | 16 | | √ | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----------------------------|----------------------------|-----------------------|------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------|---|
| 23 | | IIIA 公共基础任意选修课 2 | | | 1 | 16 | 16 | | | √ | | | | | |
| 24 | | IIIA 公共基础任意选修课 3 | | | 1 | 16 | 16 | | | | √ | | | | |
| | | 小计 1 | | | 49 | 884 | 606 | 278 | 268 | 232 | 104 | 88 | 80 | | |
| 25 | 专 业 基 础 课 程 | I ■A 电子商务基础 | 04121B0314 | 电子商务 | 4 | 64 | 64 | | √ | | | | | | |
| 26 | | I ■A 管理学原理 | 04121B0034 | 电子商务 | 4 | 64 | 64 | | | | √ | | | | |
| 27 | | I ■A 电子商务法律法规 | 04121B0212 | 电子商务 | 2 | 32 | 32 | | | | √ | | | | |
| 28 | | I ■A 市场营销 | 04121B0014 | 电子商务 | 4 | 64 | 64 | | √ | | | | | | |
| 29 | | I A 财税基础 | 04121B0022 | 电子商务 | 2 | 32 | 32 | | | | √ | | | | |
| 30 | | I B 商务数据分析 | 04121B0024 | 电子商务 | 4 | 64 | 32 | 32 | | | | | √ | | |
| 31 | | I A 零售基础 | 04121B0034 | 电子商务 | 4 | 64 | 64 | | | | √ | | | | |
| | | | 小计 2 | | | 24 | 384 | 352 | 32 | 128 | 64 | 128 | 64 | 0 | |
| 32 | | 专 业 核 心 课 程 | I ■B 网络营销 | 04121C0224 | 电子商务 | 4 | 64 | 32 | 32 | | | | √ | | |
| 33 | | | I C 视觉营销设计 | 04131C0174 | 电子商务 | 4 | 64 | | 64 | | | | √ | | |
| 34 | | | I B 社群运营 | 04122C0144 | 电子商务 | 4 | 64 | 32 | 32 | | | | | √ | |
| 35 | | | I ■B 网店运营 | 04121C0104 | 电子商务 | 4 | 64 | 32 | 32 | | | | | √ | |
| 36 | | | I B 数据化运营 | 04121C0114 | 电子商务 | 4 | 64 | 32 | 32 | | | | | | √ |
| 37 | | | I B 直播技巧和运营 | 04121C0244 | 电子商务 | 4 | 64 | 32 | 32 | | | | | √ | |
| 38 | I B 零售门店 O2O 运营 | | 04121C0254 | 电子商务 | 4 | 64 | 32 | 32 | | | | | | √ | |
| | | 小计 3 | | | 28 | 448 | 192 | 256 | 0 | 0 | 128 | 192 | 128 | | |
| 39 | 专 业 拓 展 课 | II ■A 客户服务管理 | 04121E0202 | 电子商务 | 2 | 32 | 32 | | | √ | | | | | |
| 40 | | II C 商品信息采编 | 04121E0103 | 电子商务 | 4 | 64 | | 64 | | | √ | | | | |
| 41 | | IIIB 消费者行为分析/图形图像处理 | 04123E0132/04212E0562 | 电子商务 | 2 | 32 | 16 | 16 | | | | | √ | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|-----------------|---|----------------------|-----------------------|------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 42 | | 程 | IIIB 新媒体营销/视频制作 | 04123E0142/04113E0102 | 电子商务 | 2 | 32 | 16 | 16 | | | | | √ | | |
| | | | 小计 4 | | | 10 | 160 | 64 | 96 | 0 | 96 | 0 | 32 | 32 | | |
| 43 | 实践性 教学环 节 | | I C 电子商务沙盘实训 | 04121P0093 | 电子商务 | 2 | 48 | | 48 | | 2W | | | | | |
| 44 | | | I C 网店运营综合实训 | 04121P0102 | 电子商务 | 2 | 48 | | 48 | | | 2W | | | | |
| 45 | | | I C 视觉营销综合实践 | 04121P0293 | 电子商务 | 2 | 48 | | 48 | | | | 2W | | | |
| 47 | | | I C 电子商务专业岗位实习(实习报告) | 04121P0001 | 电子商务 | 24 | 576 | | 576 | | | | | | | 24W |
| | | | | 小计 5 | | 电子商务 | 30 | 720 | 0 | 720 | 0 | 2W | 2W | 2W | 0 | 24W |
| | 其他 | | 考试 | | | | | | | 1W | 2W | 2W | 2W | 2W | | |
| | | | 合计 | | | 141 | 2596 | 1214 | 1382 | 396 | 392 | 360 | 376 | 240 | 24W | |
| 注 | | <p>1. 用“Ⅰ”表示必修课程，用“Ⅱ”表示限定选修课程，用“Ⅲ”表示任意选修课程；用“■”表示考试课程，每学期安排考试的课程应不少于3门，不多于6门。用“A”表示纯理论类课程，用“B”表示理论加实践类课程，用“C”表示纯实践类课程。所有符号放在课程名称前面。</p> <p>2. 第一学期安排入学教育、军事理论、军事训练3周，课程授课16周及考试1周，其余各学期安排为课程授课16周，实践教学2周及考试2周；可根据实际情况集中或分阶段安排实习时间，实习时间累计一般为6个月；公共基础任意选修课程在第一、二、三学期开设，每学期至少选修1门课程，专业任意选修课程在第四、五学期开设，每学期至少选修1门课程。</p> <p>3. 《军事理论》军训期间安排20学时。</p> | | | | | | | | | | | | | | |

附件二：

电子商务专业学分学时分配表

| 课程类别 | 课程门数 | 考试课门数 | 选修课门数 | 学分 | 学分百分比 | 学时 | 学时百分比 |
|---------------|------|-------|-------|---------|--------|------|--------|
| 公共基础课程 | 24 | 3 | 8 | 49 | 34.75% | 884 | 34.05% |
| 专业基础课程 | 7 | 4 | 0 | 24 | 17.02% | 384 | 14.79% |
| 专业核心课程 | 7 | 2 | 0 | 28 | 19.86% | 448 | 17.26% |
| 专业拓展课程 | 4 | 1 | 4 | 10 | 7.09% | 160 | 6.16% |
| 综合实践教学 | 4 | 0 | 0 | 30 | 21.28% | 720 | 27.73% |
| 选修课程 | 12 | 0 | — | 19.5 | 13.83% | 312 | 12.02% |
| 合计 | 46 | 10 | 12 | 141 | — | 2596 | — |
| 总学时 | | | | 2596 | | | |
| 理论课程总学时 | | 1214 | | 实践课程总学时 | | 1382 | |
| 实践教学总学时占总学时之比 | | | | 53.24% | | | |