



开封职业学院
KAIFENG VOCATIONAL COLLEGE

数字经济学院
电子商务专业人才培养方案
(2025 版)

执笔人	朱蚊锐
研制团队	朱振超、卢思、李瑶瑶、付龙珠、 孙浩钦
合作企业	河南正合互联科技有限公司
二级学院审核人	李刚
编制时间	2025 年 9 月

二〇二五年

目录

一、专业名称（专业代码）	2
二、入学基本要求	2
三、修业年限	2
四、职业面向	2
五、培养目标与培养规格	2
（一）培养目标	2
（二）培养规格	2
六、课程设置及学时要求	4
（一）课程设置	4
（二）教学进程总体安排	18
七、师资队伍	22
（一）师资队伍结构	22
（二）专业带头人	22
（三）专任教师	22
（四）兼职教师	23
八、教学条件	23
（一）教学设施	23
（二）教学资源	26
（三）教学方法	26
（四）学习评价	27
九、质量保障	28
十、毕业要求	28
（一）总体要求	28
（二）学习成果转化	29

电子商务专业人才培养方案（2025 版）

一、专业名称（专业代码）

电子商务（530701）

二、入学基本要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力者

三、修业年限

三年

四、职业面向（表 4-1）

表 4-1 电子商务专业职业面向

类别	内容
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)、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）、客户服务管理（4-07-02-03）等
主要岗位（群）或技术领域举例	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、运营主管等
职业类证书	网店运营推广、直播电商、电子商务数据分析等

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

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，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握扎实的网店运营、营销推广、商务数据、视觉美工、客户管理等知识，具备扎实的专业知识与技术技能、卓越的就业创业能力、可持续的发展潜力以及全面的职业综合素养与行动能力等能力，能够从事网店运营、网络营销、客户服务管理、视觉设计、电商直播等工作的高技能人才。

（二）培养规格

1. 素质目标

（1）坚决拥护中国共产党领导和中国社会主义制度，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）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信，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）具有质量意识、环保意识、国防意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划意识，具有较强的集体意识和团队协作精神；

（5）具有健康体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1~2 项运用技能，养成良好的健康与卫生习惯，以及良好的行为习惯；

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术爱好；

（7）践行劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

2. 知识目标

（1）掌握必备的思想政理论、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、文明生产等相关知识；

（3）具有电子商务数据化运营意识、网络安全与法律意识、数字营销创新思维、AI 技术应用素养及视觉设计工匠精神；

（4）掌握网店运营、直播运营、社群运营等平台实操技能，具备项目协作、客户沟通与团队运营能力，形成清晰的职业定位与发展规划；

（5）了解消费者心理与行为特征，具备健康的人际交往心态与职业压力调节能力，形成积极向上的职业心理素质；

（6）具备图形图像处理、短视频策划、商品拍摄与视觉营销等美学表达能力，能够完成网店视觉设计与内容创意制作；

（7）具备电子商务企业模拟经营与实战运营能力，理解劳动创造价值的时代精神，在实训与岗位实习中树立诚信经营、服务至上的劳动理念。

3. 能力目标

（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）具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

（4）具有数据意识、网络安全意识、商业合规意识、信息素养、工匠精神及数字创新思维，能够运用数据分析、AI 工具与法律法规开展合规电商运营；

（5）具备良好的沟通表达、团队协作与客户服务能力，能够胜任社群运营、直播协作、多岗位协同等团队任务，具有职业生涯规划意识和自我提升动力；

（6）掌握电商视觉设计、内容创作、短视频制作等美育与实践技能，具备健康的身心素质与审美素养，能够塑造个人与品牌形象；

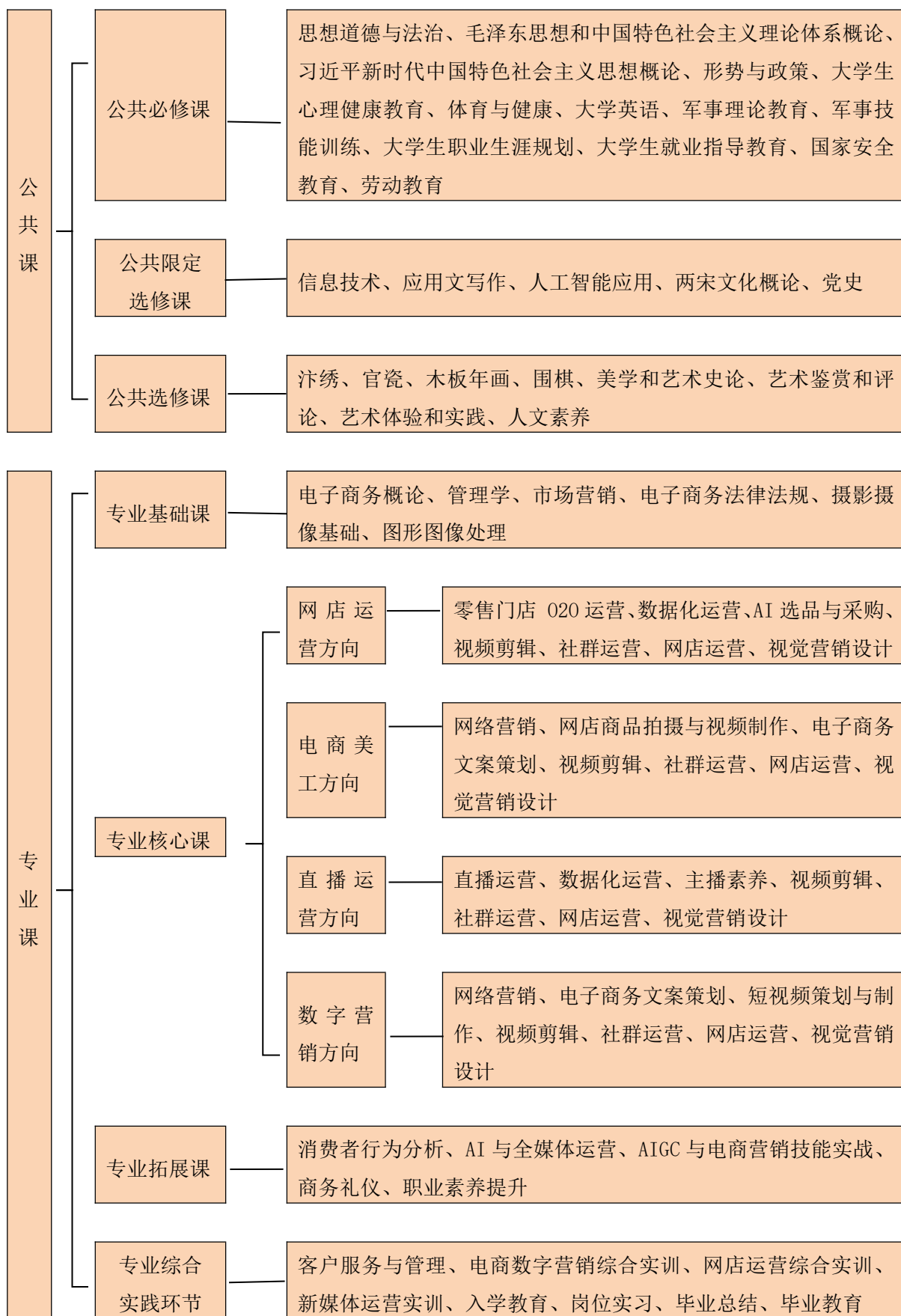
（7）具备跨平台运营能力，掌握网店运营、数字营销、新媒体推广等实战技能，能根据消费者行为实施精准营销与品牌传播；

（8）践行劳动精神、劳模精神、工匠精神，具备电商企业模拟经营、岗位实习等劳动实践能力，形成敬业守信、勇于创新的职业态度与劳动习惯。

六、课程设置及学时要求

（一）课程设置

主要包括公共基础课程、专业课程两大类，并涵盖有关实践教学环节。



1. 公共基础课程

公共基础课程分为必修课程、限定选修课程和任选课程。

公共基础必修课程开设 13 门课程，包括思想道德与法治、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、大学生心理健康教育、体育与健康、大学英语、军事理论教育、军事技能训练、大学生职业生涯规划、大学生就业指导教育、国家安全教育、劳动教育。

公共基础限定选修课开设 5 门课程，包括应用文写作、信息技术、人工智能应用、两宋文化概论、党史。

公共基础任选课开设 8 门类课程，包括汴绣、官瓷、木版年画、围棋、美学和艺术史论、艺术鉴赏和评论、艺术体验和实践、人文素养。

本专业公共基础必修课和公共基础限定选修课主要教学内容和要求如下所示：

（1）思想道德与法治

主要教学内容：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导、以社会主义核心价值观为主线，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观教育，引导学生理解新时代内涵与历史使命；进行道德观教育，强调公民道德准则的实践路径；实施法治观教育，注重依法行使权利与履行义务。

教学目标及要求：系统了解、认识、掌握正确的人生观以及辩证地对待人生矛盾；理想信念的内涵及重要性；爱国主义及其时代内涵，弘扬和践行中国精神；社会主义核心价值观的基本内容及其践行；社会主义道德的核心和原则；帮助和指导大学生解决有关人生、理想、道德、法律等方面的理论问题和实际问题，增强识别和抵制错误思想、行为侵蚀的能力，确立远大的生活目标，培养高尚的思想道德情操，增强社会主义法治观念和法律意识。

（2）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

主要教学内容：马克思主义中国化时代化理论成果的形成过程、精神实质、历史地位和指导意义。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、同中华优秀传统文化相结合的历史进程，总结基本经验。

教学目标及要求：系统了解、认识、掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观各自形成的社会历史条件、形成发展过程、历史地位；理解和领会党和国家制定的各项方针政策理论依据及意义，能够辨析各种错误思潮和理论，增强对马克思主义和中国特色社会主义的理想信念，自觉投身于中国特色社会主义伟大实

践。引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好，树立历史观点、国情意识和问题意识，具备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的能力。

（3）习近平新时代中国特色社会主义思想概论

主要教学内容：习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求，“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”“六个必须坚持”等内容体系，了解这一思想创立发展的基本脉络、主要内容及其完整的科学体系。

教学目标及要求：引导学生全面深入地掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的内在逻辑、精神实质、时代价值和实践要求，理解其蕴含和体现的马克思主义基本立场、观点和方法，增进对其科学性、系统性的把握，提高学习和运用的自觉性，提升以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的使命感、责任感，努力成长为担当民族复兴大任的时代新人。

（4）形势与政策

主要教学内容：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，结合国内外政治、经济等形势和大学生成长需求确定四个专题，进行国内外形势与政策分析，解读时事政治和热点问题。

教学目标及要求：必须深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想；必须认真研读、领会教材内容和教育部颁发的教学要点；必须适应形势发展变化要求，紧扣社会热点、难点开展教学。不断提高课程针对性、实效性，体现教学要点要求；培养学生的批判性思维和解决问题的能力，能够以科学的态度和方法分析国内外形势。

（5）大学生心理健康教育

主要教学内容：大学生心理健康概述、大学生的自我意识、人格、生涯规划及能力发展、学习心理、情绪管理、人际交往、性及恋爱心理、学生压力管理及挫折应对、生命教育与心理危机应对等方面。

教学目标及要求：帮助大学生明确心理健康的标准及意义，掌握并应用心理健康知识，处理好环境适应、自我管理、学习成才、人际交往、交友恋爱、求职择业、人格发展和情绪调节等方面困惑，预防和缓解心理问题，培养积极心理品质，提升心理健康水平，为大学生全面发展奠定良好的心理素质基础。帮助大学生解决身心发展过程中的心理困扰，培养积极心理品质，提高大学生的心理健康水平，促进大学生健康成长，全面发展。

（6）体育与健康

主要教学内容：掌握太极拳技术动作，学习了解田径知识，提高身体素质，掌握个人身体锻炼的方法和技巧。选项课程由学生根据自身条件和自己的兴趣爱好选项上课，主要开展项目有篮球、排球、足球、武术、健美操等多项运动项目，培养其锻炼的兴趣和习惯。

教学目标及要求：以身体练习为主要手段，培养学生参与锻炼的积极性，通过合理的体育理论教育和科学的体育锻炼过程，达到增强体质，增进健康和提高体育素养的目的，掌握至少一项运动项目的锻炼方法，并形成一定的爱好和兴趣，要求身体素质锻炼贯穿始终，在身体健康、运动参与、运动技能、心理健康和社会适应五个学习领域中有所提高，为“终身体育”打好基础。

（7）大学英语

主要教学内容：主要教学内容：语言知识包括词汇、语法、语音、句型等基本语言知识。语言技能包括听、说、读、写等综合应用能力。实践能力着重培养学生进行简单的交流和应用英语解决实际问题的能力。

教学目标及要求：掌握基本的语音、词汇和语法知识，能够准确地理解和运用英语语言；能就日常及与未来职业相关话题进行有效口语交流；借助工具书能阅读中等难度的英文资料，并做到达意通顺的翻译；能了解不同文化之间的差异，并能适应和尊重不同的文化习俗和价值观。通过训练听、说、读、写、译等语言基本技能，增强职业英语交流及跨文化交际能力，提高综合文化素养，使学生在日常交际、专业学习及职业岗位等不同领域或语境中能够运用英语进行有效交流。

（8）军事理论教育

主要教学内容：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等五部分。

教学目标及要求：以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。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。

（9）军事技能训练

主要教学内容：学生入学军事训练、战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练等方面。

教学目标及要求：通过线上理论讲解，线下实际训练操作。培养学生的国防观念与国家安全意识，夯实基本军事技能与应急处置能力，锤炼令行禁止的纪律作风和团结协

作的集体精神；同时助力学生强健体魄、磨砺意志，树立居安思危的忧患意识，使其深刻理解国防责任与公民使命，为国家国防后备力量建设筑牢基础。

（10）大学生职业生涯规划

主要教学内容：校情教育、高等职业教育下的大学生就业、科学规划大学三年、职业生涯规划三模块内容。

教学目标及要求：聚焦学生毕业去向，强化学生职业规划意识，引导学生尽早确立个人职业规划；熟练掌握科学规划大学三年学习与生活的方法；具备职业生涯规划的基本理论知识与技能，尽早确立清晰的个人职业规划。

（11）大学生就业指导教育

主要教学内容：职业生涯规划、就业指导篇、创新创业篇三大模块。职业生涯规划篇包含职业认知、自我认知、大学生涯规划三部分内容。就业指导篇包含就业形势与政策、就业选择、就业信息搜集与分析、金简历制作、面试、职场礼仪、毕业生就业权益保障、就业心理调适、职业生涯规划书的撰写九部分内容。创新创业篇包含创业基础、创业准备、创业计划书的撰写三部分内容。树立正确的就业观、择业观和创业观，理性认知就业市场；

教学目标及要求：掌握就业指导的核心知识；理解创新创业的基本内涵与实践路径；在学习过程中自觉提升就业能力和生涯管理能力，将理论知识转化为实际行动，为顺利就业、择业或创业奠定坚实基础。

（12）国家安全教育

主要教学内容：以总体国家安全观为主线，导论聚焦新时代国家安全形势与国家安全教育意义，前两章阐述总体国家安全观内涵、中国特色国家安全道路及党对国家安全的领导，后续章节分别讲解统筹发展和安全、以人民安全为宗旨、以政治安全为根本、以经济安全为基础、以军事科技文化社会安全为保障、以国际安全为依托，还涵盖国土、生态等领域安全，最后引导学生践行总体国家安全观。

教学目标及要求：学生需掌握总体国家安全观理论体系与多领域安全知识，熟悉相关法规，能运用理论分析问题、防范风险，提升研判与处置能力，树立总体国家安全观，增强家国情怀与法治意识。

（13）劳动教育

主要教学内容：日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动中的知识、技能与价值观。

教学目标及要求：结合专业特点，增强职业荣誉感和责任感，提高职业劳动技能水

平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度。使学生牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的劳动观念，掌握基本的劳动知识和技能，正确使用常见劳动工具，培育积极的劳动精神，养成良好的劳动习惯和品质。

（14）应用文写作

主要教学内容：学习应用文的概念与特点，能够辨别种类、了解文种功能和基本要求；学习日常文书写作，熟悉日常文书的基本知识，识记基本结构和写作要求，会写条据、启事、介绍信、证明信和申请书等日常文书，解决实际问题。学习求职文书写作，了解求职应聘的基本流程和信息，能够根据职场要求，写作求职信、个人简历、竞聘词等求职文书。

教学目标及要求：学习公务文书写作，熟悉公务文书的基本知识，牢记格式规范，能拟写报告、通知、通报、会议记录、函等公务文书。学习事务文书写作，熟悉事务文书的基本知识，识记结构和写作要求，会写计划总结、调查报告等事务文书。能够根据现实生活中碰到的实际情况，结合所学文种知识，选择相应的文种进行写作，解决当下校园生活、未来职场遇到的问题。具备独立思考的能力和沟通协调的职业意识与职业素养。

（15）信息技术

主要教学内容：计算机操作系统（Windows）、文件管理系统、高级办公应用（文字处理、表格处理、演示文稿），融入信息检索及新一代信息技术概论，注重实用技能培养。

教学目标及要求：学生需熟练掌握计算机操作与复杂办公任务处理能力，具备信息获取、甄别与综合应用能力，并树立网络安全意识与社会责任，能为专业学习与职业发展奠定基础。

（16）人工智能应用

主要教学内容：概述人工智能发展、核心概念与基本原理。聚焦机器学习、计算机视觉、自然语言处理等关键技术的典型应用场景，结合各行业案例，阐释其社会影响与伦理挑战。

教学目标及要求：学生能理解 AI 基本概念与典型应用，具备运用 AI 工具处理专业相关问题的初步能力。重点培养对 AI 技术发展的认知、伦理风险的辨识及跨领域应用的创新思维。

（17）两宋文化概论

主要教学内容：绪论、都市建构、思想学术、典籍纂辑、文学艺术、书画艺术、科学技术、教育传承、节日民俗、饮食服饰、瓦舍百艺、中外交往等。

教学目标及要求：要求学生掌握两宋文化在思想、文学等领域的核心成就，理解其时代背景与历史影响；通过对两宋文化的总体认识，理性地汲取两宋优秀的传统文化，提高思想道德素质和人文素质，增强文化自信心，从而使学生树立正确的人生奋斗目标。培养合格的技能型人才，为当代社会主义建设而服务。

（18）党史

主要教学内容：系统梳理中国共产党从成立到发展的历程，涵盖重要事件、会议与人物。还包括党的理论创新，如毛泽东思想、中国特色社会主义理论体系，以及不同时期的奋斗目标与成就，旨在让学习者理解党的领导必然性，传承红色精神。

教学目标及要求：要求学生明晰党的发展历程、理论成果与奋斗成就，深刻认识党的领导必然性，厚植爱党爱国情怀。使学生能梳理关键历史脉络，解读党史事件意义，将党史学习与实践结合，传承红色基因，提升运用党史经验解决问题的能力，做到知史爱党、知史爱国，自觉担当起民族复兴的时代大任。

2. 专业课程

专业课包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

（1）专业基础课程

专业基础课程共 6 门课程，均为必修课，包括电子商务概论、管理学、市场营销、电子商务法律法规、图形图像处理、摄影摄像基础。具体详见表 6-1

表 6-1 电子商务专业基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容	教学目标及要求
1	电子商务概论	了解电子商务发展历程；电子商务模式；电子支付；网络营销；电子商务物流；电子商务安全；电子商务的法律等。	通过本课程学习，使学生系统了解电子商务的发展历程、主要商业模式、电子支付、网络营销、物流体系、安全技术与法律规范等基础知识，能够识别和分析常见的电子商务活动与现象，初步建立对电子商务行业的整体认知框架，为后续专业课程的学习奠定理论基础，并树立合规经营与安全交易的意识。
2	管理学	管理学基础理论与概念；组织结构与设计；人力资源管理；领导与沟通；决策与计划；控制与协调等。	要求学生能够具备初步的管理思维和分析能力，能够针对具体管理情境进行有效决策、计划制定、组织设计及团队沟通，为后续专业课程

			学习及未来从事基层管理岗位工作奠定坚实的理论与实践能力。
3	市场营销	市场营销的核心概念;市场营销管理观念的演变与发展;市场营销环境分析、消费者购买行为分析和市场调研的基本方法等;目标营销战略和 4P 营销策略主要涵盖等。	要求学生树立正确的现代市场营销观念,系统掌握市场营销学的基本理论与分析方法,能够初步具备分析企业内外部营销环境、识别消费者行为特征、进行市场调研并撰写简要报告的能力,最终能够为目标市场制定初步的、综合性的 4P 营销策略方案。
4	电子商务法律法规	电子商务法律法规基础认知;交易主体身份确认;交易实施;电子商务的知识产权利用与保护;电子商务市场规划等。	要求学生能够运用相关法律分析典型电商案例,规范完成交易流程,并树立依法经营、合规操作的职业观念,为从事网店运营、平台管理等岗位奠定法律基础。
5	图形图像处理	了解 Photoshop 的专业术语和基本操作;选择、绘图工具群组的操作;文字、矢量图形工具群组的操作样式调整层基础讲解;照片修复;颜色调整;图像的选择技巧等。	要求学生能够独立完成图像的选取、颜色校正、照片修复与样式调整,具备处理常见平面设计素材的能力,为网店美工、视觉营销等后续课程奠定扎实的图像处理基础。
6	摄影摄像基础	网店商品图片与视频;网店商品拍摄设备;商品拍摄曝光三要素;商品照片构图和布光技巧;商品照片后期处理等。	通过本课程学习,使学生掌握网店商品摄影与短视频制作的核心技能,能够独立运用拍摄设备,根据商品特性完成布光、构图及拍摄,并进行基础后期处理,为网店运营提供高质量的视觉素材。

(2) 专业核心课程

根据学生差异化发展需要,结合岗位实际,分为 4 个岗位方向可供学生选择,分别为网店运营方向,电商美工方向,直播运营方向,数字营销方向,每个岗位方向包含 7 门课程。具体详见表 6-2。

表 6-2 电子商务专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	视频剪辑	①完成企业宣传片、产品介绍、社交媒体短视频等项目的素材管理、剪辑处理、音频调配、特效添加、成品输出全流程。 ②满足不同平台的发布标准与质量要求。	①视频剪辑基础理论、Premiere Pro 软件操作界面与核心功能。 ②素材管理与序列编辑、转场与特效应用、音频处理与字幕添加、色彩校正与视频输出等技术。 ③熟练掌握 Premiere Pro 各项操作技巧,能够独立完成视频作品的剪辑与合成,具备规范的制作

			流程意识和基本的艺术审美能力。
2	社群运营		<p>①负责社群规划：社群定位与规则制定。</p> <p>②搭建社群：用户拉新与裂变增长。</p> <p>③日常运营：内容策划与活动执行、成员互动与氛围营造、数据跟踪与效果分析，最终实现用户活跃度提升与商业转化目标。</p>
3	网店运营		<p>①要求学生能够系统掌握网店运营的全链路核心技能，具备市场分析、视觉设计、平台操作与营销推广的能力。</p> <p>②学生应能独立完成网店从 0 到 1 的搭建与装修，并综合运用各种运营工具与方法进行有效的商品管理与推广。</p> <p>③最终能够分析运营数据，持续优化店铺，具备解决实际运营问题的综合职业能力。</p>
4	视觉营销设计		<p>①根据品牌定位与营销策略，负责电商店铺首页、详情页及专题页的视觉设计。</p> <p>②完成品牌 VI 系统延展、产品包装与卖点可视化设计。</p> <p>③独立完成或协同完成营销短视频的剪辑、特效包装与输出。</p> <p>④并负责社交媒体等新媒体平台的日常视觉内容创意与设计，以统一的视觉语言提升品牌形象与营销转化。</p>
6	网店运营方向	零售门店 O2O 运营	<p>①负责零售门店线上线下融合运营。</p> <p>②通过数据采集与分析，进行商品规划、发布与优化。</p> <p>③实施行业商家管理、活动运营及用户运营，以提升门店整体销售业绩与客户满意度。</p>
			<p>①主要教学内容包括：运营数据采集与分析方法、商品规划与发布优化流程、行业商家管理规范、营销活动策划与执行，以及用户运营与会员管理体系。</p> <p>②要求学生能够熟练运用数据分析工具，独立完成商品上下架与</p>

				<p>信息优化。</p> <p>③策划并落地线上线下促销活动，并有效管理用户生命周期，具备解决 O2O 运营中常见问题的综合能力。</p>
7		数据化运营	<p>①负责电商业务的数据化运营，根据运营目标构建数据分析指标体系。</p> <p>②对市场情报、营销活动及用户需求等数据进行采集与处理，运用数据分析工具完成从数据处理到可视化呈现的全流程分析。</p> <p>③撰写数据分析报告，为产品选品、营销策略及运营流程提供可行的优化建议。</p>	<p>①数据分析指标体系的概念、数据采集与处理方法、数据分析工具的应用、数据可视化技术及数据分析报告的撰写。</p> <p>②要求学生能够掌握数据分析的基本方法，具备数据处理、可视化呈现及报告撰写的综合能力。</p> <p>③能够针对实际运营问题提出数据驱动的优化方案。</p>
8		AI 选品与采购	<p>①运用电子商务市场数据与 AI 分析工具。</p> <p>②完成市场调研、品类规划、商品选品、供应商筛选与评估、采购执行及库存结构优化。</p> <p>③实现对采购全流程的科学决策与风险管控。</p>	<p>①电子商务商品基础认知与分类包装标准；市场调研方法与数据分析技术；AI 选品工具的应用与策略制定。</p> <p>②供应商开发、评估与关系管理；采购商品的质量与库存控制；以及采购合同管理与风险防控。</p> <p>③要求学生能够熟练运用数据分析与 AI 工具，独立完成从市场分析到采购执行的全流程操作，具备科学的决策能力和风险控制意识。</p>
9	电商美工方向	网络营销	<p>①能够分析市场与产品，定位目标客户。</p> <p>②策划并执行搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎营销（SEM）、社交媒体营销、内容营销等多种网络营销活动。</p> <p>③制定可行的网络营销策略与方案，并对其效果进行监控与优化。</p>	<p>①教学内容涵盖网络营销基础理论（概念、职能、体系）、主流网络营销方法（SEO/SEM、社交媒体营销、内容营销、Email 营销等）、网络营销策略（市场定位、竞争策略、4P 组合等）以及网络营销策划（从市场分析、目标设定到方案制定与效果评估的全流程）。</p> <p>②要求学生能够理解并运用网络营销的核心理论与方法，独立或协作完成一份结构完整、具有可行性的网络营销策划案。</p> <p>③具备良好的数据分析和创新思维能力。</p>

10		网店商品 拍摄与视 频制作	<p>①能够根据商品特性制定拍摄方案，独立操作摄影器材与灯光设备，完成服装、饰品、鞋履、箱包、美妆护肤等多品类商品的标准化图片与短视频拍摄。</p> <p>②完成初步后期处理，为网店运营提供高质量的视觉素材。</p>	<p>①网店商品图片拍摄基础（相机操作、布光、构图）、标准化拍摄流程（从方案制定到后期修图），以及主流电商品类（服装、饰品、鞋履、箱包、美妆护肤）的差异化拍摄技巧与实战训练。</p> <p>②要求学生掌握商品摄影与短视频制作的核心技能，能够针对不同品类的商品特性，高效产出符合电商平台规范的优质视觉内容。</p> <p>③具备良好的审美素养与实操能力。</p>
11		电子商务 文案策划	<p>①培养学生电子商务领域文案策划与内容创作岗位的核心能力。</p> <p>②能够分析产品卖点与目标受众，撰写吸引点击的商业广告文案、促进转化的网店商品详情页文案、增强用户粘性的微信社交文案，以及符合内容电商平台调性的推广文案，以提升产品曝光率与销售转化。</p>	<p>①涵盖电商文案基础知识、商业广告文案写作、网店商品文案写作、微信文案写作及内容电商平台文案。</p> <p>②学生掌握多平台、多场景的电商文案创作方法，能够独立完成从策略分析到文案撰写的全流程工作。</p> <p>③具备扎实的文字功底、用户洞察力及数据反馈优化意识。</p>
12	直播 运营 方向	直播运营	<p>①培养学生胜任电商直播运营相关岗位的综合能力。</p> <p>②学生需能够参与或主导直播项目的全流程工作，具体包括：根据产品与品牌定位进行直播选品与内容策划；熟练运用直播设备完成场景搭建与画面调试；在直播中运用互动、促销等技巧有效推进销售节奏。</p> <p>③通过数据分析对直播效果进行评估与优化。</p>	<p>①涵盖电商直播基础理论、直播场景搭建技巧、直播运营核心策略以及数据分析与效果评估方法。</p> <p>②课程要求通过模拟与实战训练，使学生能够独立完成直播方案策划与执行。</p> <p>③具备数据驱动的复盘优化能力，形成合规、专业、高效的直播运营技能。</p>
13		数据化运 营	<p>①负责电商业务的数据化运营，包括根据运营目标构建数据分析指标体系，对市场情报、营销活动及用户需求等数据进行采集与处理。</p> <p>②运用数据分析工具完成从数据处理到可视化呈现的全流程分析。</p> <p>③撰写数据分析报告，为产品选</p>	<p>①教学内容涵盖数据分析指标体系的概念、数据采集与处理方法、数据分析工具的应用、数据可视化技术及数据分析报告的撰写。</p> <p>②要求学生能够掌握数据分析的基本方法，具备数据处理、可视化呈现及报告撰写的综合能力。</p> <p>③能够针对实际运营问题提出数据驱动优化方案。</p>

			品、营销策略及运营流程提供可行的优化建议。	
14		主播素养	<p>①培养学生在电商直播中胜任主播岗位的综合职业素养与专业能力。</p> <p>②学生需能够树立正确的职业认知，在直播前完成个人形象设计与心态调整，独立进行商品卖点梳理与内容策划。</p> <p>③在直播中运用专业的语言表达、销售话术与互动技巧，灵活应对现场突发状况。</p> <p>④在直播后能进行有效地复盘分析，持续优化直播效果，并具备风险防范意识。</p>	<p>①教学内容涵盖直播行业与主播职业认知、主播心态与形象管理，以及直播销售核心技能。</p> <p>②要求学生通过理论学习和情景模拟，内化职业规范，掌握直播全流程的专业技能。</p> <p>③具备良好的心理素质、职业道德与持续优化的职业习惯。</p>
15		网络营销	<p>①能够分析市场与产品，定位目标客户。</p> <p>②策划并执行搜索引擎优化、搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销等多种网络营销活动。</p> <p>③制定可行的网络营销策略与方案，并对其效果进行监控与优化。</p>	<p>①涵盖网络营销基础理论、主流网络营销方法、网络营销策略以及网络营销策划。</p> <p>②要求学生能够理解并运用网络营销的核心理论与方法，独立或协作完成一份结构完整、具有可行性的网络营销策划案。</p> <p>③具备良好的数据分析和创新思维能力。</p>
16	数字营销方向	电子商务文案策划	<p>①培养学生胜任电子商务领域文案策划与内容创作岗位的核心能力。</p> <p>②能够分析产品卖点与目标受众，撰写吸引点击的商业广告文案、促进转化的网店商品详情页文案、增强用户粘性的微信社交文案，以及符合内容电商平台调性的推广文案，以提升产品曝光率与销售转化。</p>	<p>①涵盖电商文案基础知识、商业广告文案写作、网店商品文案写作、微信文案写作及内容电商平台文案。</p> <p>②学生掌握多平台、多场景的电商文案创作方法，能够独立完成从策略分析到文案撰写的全流程工作。</p> <p>③具备扎实的文字功底、用户洞察力及数据反馈优化意识。</p>
17		短视频策划与制作	<p>①培养学生胜任短视频内容创作与运营相关岗位的核心能力。</p> <p>②能够根据平台特性与目标受众，独立完成短视频项目的全流程工作，包括：进行市场调研与创意策划，撰写短视频脚本；熟练使用拍摄设备与灯光，完成高质量视频素材采集；运用剪辑软件进行后期合成与包装；并对发</p>	<p>①系统涵盖短视频基础知识、策划核心、拍摄实操及后期制作，并包括短视频运营与优化。</p> <p>②要求学生通过理论学习和项目实践，掌握从创意构思到成品输出及运营优化的完整技能链。</p> <p>③具备良好的审美能力、技术执行力和数据思维。</p>

			布后的视频数据进行监测与分析，提出优化策略。	
--	--	--	------------------------	--

（3）专业拓展课程

专业拓展课程共 3 门课程，包括消费者行为分析、商务礼仪、职业素养提升。具体详见表 6-3。

表 6-3 电子商务专业拓展课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容	教学目标及要求
1	消费者行为分析	课程结合网络数字环境，分析线上消费路径、社群影响等新特征，最终培养学生具备诊断市场问题、制定有效营销策略的核心职业能力。	要求学生应具备将消费者行为理论应用于营销实践的能力，能够完成基本的消费者调研、精准描绘用户画像、并提出有针对性的营销策略建议。
2	商务礼仪	职业形象塑造（仪容、仪表、仪态）；商务会面礼仪（介绍、握手、名片）；商务沟通与电话礼仪；会议、餐饮及接待礼仪；职场基本行为规范。	帮助学生掌握现代商务活动中的基本礼仪规范，塑造专业职业形象，提升人际沟通与交往能力，为顺利融入职场环境奠定软实力基础。
3	职业素养提升	职业道德与职业精神；时间管理与工作效率；团队协作与有效沟通；情绪管理与压力应对；职业生涯规划与自我管理；创新思维与问题解决。	系统提升学生的综合职业素养，培养爱岗敬业、团队协作、勇于创新的精神，增强其职场适应力、竞争力和可持续发展能力。

3. 实践教学环节

实践性教学贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实习实训、入学教育、岗位实习、毕业总结、毕业教育等形式，公共基础课程和专业课程等均加强了实践性教学。

（1）实训

在校内外进行客户服务与管理、电商数字营销综合实训、网店运营综合实训、新媒体运营实训等实训，包括直播运营、短视频策划与制作、网店商品拍摄、电子商务文案策划及 AI 全媒体运营实训等。

（2）实习

在北京京东世纪贸易有限公司、河南正合互联科技有限公司、奇龙生物科技有限公司、河南名仁贸易有限公司等企业进行客户服务与问题处理、全链路数字化营销、多平台全域营销、品牌直播运营等实习。学校建立有稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导老师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。实习实训注重理论与实践一体化教学。学校根据技能人才培养规律，结合企业

生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。严格执行《职业学校学生实习管理规定》和电子商务专业岗位实习标准要求。

（二）教学进程总体安排

1. 各教学环节安排表（表 6-4）

表 6-4 各教学环节安排表 （单位：周）

周数		第一学年		第二学年		第三学年		合计
		一	二	三	四	五	六	
教学环节	入学教育	1						1
	军事技能	2						3
	课堂教学	16	16	12	16	12		72
	考试考核	2	2	1	1	1		5
	岗位实习			6	6	5	9	26
	毕业总结						4	4
	毕业教育						1	1
总 计		20	18	19	23	18	14	111
注：第一学期入学教育在军事技能中同步开展；岗位实习分两个阶段开展，分别在大二、大三。								

2. 教学进程计划表（表 6-5）

表 6-5 电子商务专业教学进程计划表

课程 设置	课程 性质	序号	课程名称	学分	学时	学时分配		周课时分配（线下）						考核 方式	备注
						理 论 学 时	实 践 学 时	一	二	三	四	五	六		
公共 课程	必修 课	1	思想道德与法治	3	48	36	12	3						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	32			2					考试	
		3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	48					3			考试	
		4	形势与政策	1	20	16	4	√	√	√	√			考查	
		5	大学生心理健康教育	2	32	16	16		1					考查	
		6	体育与健康 1	2	64		64	4						考试	一周上 4 学时，其中

课程 设置	课程 性质	序 号	课程名称	学 分	学 时	学时分配		周课时分配（线下）						考核 方式	备注
						理 论 学 时	实 践 学 时	一	二	三	四	五	六		
		7	体育与健康 2	2	64		64		4					考试	2 学时不计入学分
		8	体育与健康 3	2	32		32			2				考试	
		9	体育与健康 4	2	32		32				2			考试	
		10	大学英语 1	4	64	64		4						考试	
		11	大学英语 2	4	64	64			4					考试	
		12	*军事理论教育	2	36	36		2						考查	线上
		13	军事技能训练	2	112		112	2 周						考查	
		14	*大学生职业生涯规划	1	16		16	1						考查	
		15	大学生就业指导教育	2	32	32					2			考查	
		16	国家安全教育	1	16		16	1						考查	
		17	劳动教育	2	32		32	√	√	√	√			考查	分散进行
		合计		37	744	344	400	12	11	2	7				
限定选修课		18	信息技术	4	64	32	32	2						考试	理论线上
		19	应用文写作	2	32	32		2						考查	
		20	人工智能应用	2	32	32			2					考试	
		21	两宋文化概论	1	16	16					1			考查	
		22	党史	1	16	16				1				考查	
		合计		10	160	128	32	4	2	1	1				
任选课		23	*汴绣	2	32	18	14	2						考查	一、二学期 均可选修
		24	*官瓷	2	32	18	14	2						考查	
		25	*木板年画	2	32	18	14	2						考查	
		26	*围棋	2	32	18	14	2						考查	
		27	*美学和艺术史论	2	32	18	14			2				考查	三、四学期 均可选修
		28	*艺术鉴赏和评论	2	32	18	14			2				考查	
		29	*艺术体验和实践	2	32		32			2				考查	
		30	*人文素养	1	16	16				1				考查	

课程 设置	课程 性质	序 号	课程名称	学 分	学 时	学时分配		周课时分配（线下）						考核 方式	备注
						理 论 学 时	实 践 学 时	一	二	三	四	五	六		
			至少选修 3 学分	3	48	34	14								
			公共课合计	50	952	506	446	16	13	3	8				
专业课程	专业 基础 课	31	电子商务概论	3	48	32	16	3						考试	
		32	管理学	4	64	48	16		4					考试	
		33	市场营销	3	36	20	16			3				考试	
		34	电子商务法律法 规	3	36	20	16			3				考试	
		35	图形图像处理	4	64	20	44		4					考查	
		36	摄影摄像基础	2	32	10	22	2						考查	
			合计	19	280	150	130	5	8	6					
	专业 核 心 课	37	视频剪辑	3	48	20	28			4				考查	
		38	社群运营	4	64	20	44		4					考查	
		39	网店运营	4	64	20	44				4			考查	
		40	视觉营销设计	2	32	16	16				2			考查	
		41	网店运营 方向	零售门店 O2O 运营	2	32	16	16			2			考查	
		42		数据化运 营	2	32	16	16			2			考查	
		43		AI 选品与 采购	2	32	16	16			2			考查	
		44	电商 美工 方向	网络营销	2	32	16	16			2			考查	
		45		网店商品 拍摄与视 频制作	2	32	16	16			2			考查	
		46		电子商务 文案策划	2	32	16	16			2			考查	
		47	直播 运营 方向	直播运营	2	32	16	16			2			考查	
		48		数据化运 营	2	32	16	16			2			考查	
		49		主播素养	2	32	16	16			2			考查	
		50	数字 营销 方向	网络营销	2	32	16	16			2			考查	
		51		电子商务 文案策划	2	32	16	16			2			考查	

课程 设置	课程 性质 质	序 号	课程名称		学 分	学 时	学时分配		周课时分配（线下）						考 核 方 式	备 注
							理 论 学 时	实 践 学 时	一	二	三	四	五	六		
		52		短视频策 划与制作	2	32	16	16				2			考查	
	合计				19	304	124	180		4	4	12				
	专业 拓展 课	53	消费者行为分析			2	36	10	26					3		考查
54		AI 与全媒体运营			1.5	24	10	14					2		考查	
55		AIGC 与电商营销 技能实战			1.5	24	10	14					2		考查	
56		商务礼仪			1	26		26					1 周		考查	
57		职业素养提升			1	26		26					1 周		考查	
至少选 4 学分				4	88	10	78					3				
专业 综合 实践 环节	58	客户服务与管理			3	52	26	26			2 周				考查	一周按 26 学时计算
	59	电商数字营销综 合实训			3	48	10	38					4		考查	
	60	网店运营综合实 训			3	48	10	38					4		考查	
	61	新媒体运营实训			3	48	10	38					4		考查	
	62	入学教育			1	26		26	1 周						考查	一周按 26 学时计算
	63	岗位实习			26	676		676			6 周	6 周	5 周	9 周	考查	
	64	毕业总结			4	104		104					4 周	考查		
	65	毕业教育			1	26		26					1 周	考查		
	合计				41	980	46	934					8			
专业课程合计				83	1652	330	1322	5	12	10	12	11				
总课时（学分）				133	2604	836	1768	21	25	13	20	11				
注：带*课程不计入周课时合计；“√”表示课程每学期都开展；入学教育、岗位实习、毕业总结、毕业教育一周按 26 学时计算；																

3. 课程模块学分、学时统计（表 6-6）

表 6-6 课程学分、学时统计

课程模块		学分	课程学时			所占比例		
			总学时	理论学时	实践学时	实践占总学时比例	选修课占总学时比例	公共课占总学时比例
公共课	必修	37	744	344	400	53.8%	——	28.6%
	限定选修课	10	160	128	32	20%	6.1%	6.1%
	任选课	3	48	34	14	29.2%	1.8%	1.8%
专业课	专业基础课	19	280	150	130	46.4%	——	——
	专业核心课	19	304	124	180	59.2%	——	——
	专业拓展课	4	88	10	78	88.6%	3.4%	——
	专业综合实践环节	41	980	46	934	95.3%	——	——
合 计		133	2604	836	1768	67.9%	11.4%	36.6%

七、师资队伍

师资是实现培养目标和培养计划的关键因素。建设一支专兼结合、学科知识结构合理、具有较高的教学水平和较丰富实践经验的“双师型”教师是专业教学的核心工作。

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。

（一）师资队伍结构

本专业拥有一支素质优良，教学实践丰富，专兼职结合的双师结构教师队伍。共有专兼职教师 18 人，其中专任教师 16 人，专任教师中高级职称 4 人，占专任教师的比例为 25%，具有双师素质的教师人数为 13 人，占专业课教师数比例为 72.2%。同时，整合校内外优质人力资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

（二）专业带头人

专业带头人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，能够较好地把握国内外互联网和相关服务、现代零售业、批发业发展，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，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，具有电子商务、网络营销等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平，能够独立承担至少 2

门核心课程教学，并开发基于真实项目的实训模块；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；同时，每年至少 1 个月的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，以更好地将理论与实践结合，教授学生实用知识和技能。

（四）兼职教师

兼职教师从相关行业企业的高技术技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般具有中级及以上相关专业技术职称，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。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，针对兼职教师聘任与管理，学校专门制订了《开封职业学院兼职教师聘任管理办法》。

本专业兼职教师是从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，来自河南正合互联科技有限公司、北京京东世纪贸易有限公司，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技术职称、行业认证证书，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。根据国家有关要求制订了针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法——《开封职业学院兼职教师聘任管理办法》。

八、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、实训室和实训实习基地。

1. 专业教室

具备利用信息化手段混合式教学的条件。专业教室均配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并具有网络安全防护措施。均安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实训场所

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，实训指导教师配备合理，实训管理及实施规章制度齐全，确保能够

顺利开展视觉营销设计、网店运营、智能客服等实验、实训活动。具体情况详见表 8-1。

表 8-1 校内外实训场所一览表

序号	实训场所名称	承担的主要实训项目	基本配置
1	智能配送中心	利用物联网、大数据、自动化机器人等先进技术，实现对商品从入库、存储、拣选、分拣到出库全流程的智能化、自动化、数字化管理。	自动化立体仓库系统、智能分拣作业区、智能仓储管理系统、订单管理系统、云计算基础设施等。
2	电商全运营实训中心	模拟真实商业环境的实践教学平台，让学生掌握现代电子商务运营的全流程核心技能，实现从理论到实践的无缝衔接。	多功能实训区配备高性能计算机、直播实训区配置专业直播设备、全渠道电商运营平台、直播运营模拟系统及短视频内容管理平台等。
3	客服实训室	模拟企业真实客户服务环境的专业化教学实践平台。	多功能客服座席工位、耳麦套装、智能电话交换机系统、网络通信设备及多媒体大屏显示系统、专业客服实训系统、CRM 客户关系管理平台等。
4	新媒体实训室	综合一站式教学与实践云平台；承载新媒体内容剪辑的服务；承载新媒体运营的服务等。	高性能图形工作站、多媒体剪辑设备、专业摄录器材、新媒体综合教学云平台等。
5	直播实训室	直播营销实训系统；直播营销教学资源库平台；校园直播实战系统平台；短视频、新媒体教学实训；校园直播实战系统平台等。	高清摄像设备、专业灯光系统、绿幕直播间、收音设备、直播推流主机及多功能显示终端、校园直播实战系统平台等。
6	电商运营实训室	电商一体化虚拟仿真实训系统；电商实战；电商一体化课程云平台系统；校园一体化大数据中台系统；电商课程资源包。	高性能计算机工作站、商品拍摄设备、智能物流模拟分拣系统及多媒体教学设备、电商一体化虚拟仿真实训系统、电商一体化课程云平台系统等。
7	摄影美工实训室	主要用于学生的广告摄影、人像摄影、视频拍摄等基础训练；还为相关社团和部门提供摄影技术服务和场地支持。	全画幅单反/微单相机、多焦段镜头组、专业影室闪光灯、持续光源系统、静物拍摄台、人像摄影区、背景系统及三脚架等辅助设备。
8	创新创业中心	培养学生创新精神、创业意识和实践能力的实践教学平台与资源枢纽。	开放式协作讨论区、项目路演厅、创客工坊、创业孵化办公室及智慧教学设备、创新创业管理平台、虚拟创业沙盘系统、知识产权服务平台及项目孵化资源库等。

9	乡村振兴展示中心	是一个集展示、实训、孵化、服务于一体的综合性平台。	数字化展陈系统、多功能实训区、创业孵化空间、电商直播系统等。
---	----------	---------------------------	--------------------------------

3. 实习场所

实习场所符合《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，实习基地能提供客户服务与管理、电商运营、直播销售、内容创作、数字营销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。具体情况详见表 8-2。

8-2 校内外实习场所一览表

类别	序号	实习场所名称	容纳规模	承担的主要项目/岗位	功能
校内	1	京东客服实训中心	382 人	处理客户在购买商品后遇到的各种问题	岗位实习
	2	河南正合互联科技有限公司	200 人	参与产品或品牌的全链路数字化营销	岗位实习、就业
校外	1	开封市淇乐多食品有限公司	30 人	负责产品图文宣传、视频宣传等	岗位实习
	2	开封一见钟情饮品公司	30 人	负责产品和品牌的直播推广	岗位实习
	3	奇龙生物科技有限公司	50 人	参与品牌和产品多平台的全域营销	岗位实习、就业
	4	河南名仁贸易有限公司	20 人	参与产品和品牌直播	岗位实习
	5	上海海昌海洋公园	30 人	负责园区的服务工作	岗位实习
	6	安吉天使小镇乐园有限公司	30 人	负责园区的服务、宣传工作	岗位实习
	7	杭州大华智联	53 人	负责产品的营销宣传	岗位实习
	8	天马微电子	50 人	负责产品的营销宣传	岗位实习

（二）教学资源

1. 教材选用

学校制订了《开封职业学院教材选用办法》，优先选用国家级、省部级评定和推荐的高职优秀教材、精品教材、获奖教材和国家级、省部级规划教材及教育部教学指导委员会推荐教材。专业课程教材体现本行业新技术、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。学校每年推进教材建设工作，通过开展新形态教材申报与立项，助力优质教材的研发与建设。

2. 图书文献

学校图书馆设立数字经济与电子商务专业文献专区，配备专业图书不少于20000册，涵盖电子商务运营、数字营销、数据分析、人工智能应用、跨境电商、新媒体传播等领域。重点采购人工智能大模型商业应用、企业数字化转型、智慧物流、元宇宙营销、短视频与直播电商、数字贸易等前沿方向图书，满足师生教学、科研与拓展学习需求。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. 电子文献

引进超星电子图书、知网、万方等数据库资源，为师生提供海量的电子图书、学术论文、学位论文、行业报告等文献资料。开通数据库校园网远程访问权限，方便师生随时随地查阅资料。建设电子商务专业特色文献数据库，整合专业教师的教学课件、优秀学生毕业总结、企业技术文档等资源，形成具有专业特色的电子文献资源库，为教学与学习提供个性化服务。

4. 数字资源

数字资源配备齐全，在线课程资源丰富，为学生学习提供便捷支撑。目前已建成《新媒体运营》《视频剪辑》等专业核心课程的校级在线开放课程，涵盖理论教学视频、实操演示动画、虚拟仿真项目及典型案例库等内容，通过模块化设计与交互式学习场景，助力学生随时随地开展自主学习，实现专业知识与实践技能的系统化提升。

5. 教学平台

依托超星学习通平台，实现教学资源的统一管理与共享。教师可在平台上发布课程资料、布置作业、开展在线测试；学生可在线提交作业、查询成绩、参与课程讨论。平台通过大数据分析，记录学生学习行为与学习效果，为教师调整教学策略、实现个性化教学提供数据支持，提升教学资源的利用效率与教学质量。

（三）教学方法

教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用多样化互动教学方法，因材施教、按需施教。鼓励创新教学方法和策略，采用理实一体化教学、任务驱动教学、案例教学、情境教学、项目教学等方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，将理论知识与职业实践深度融合，坚持学中做、做中学。

1. 任务驱动法

将教学内容拆解为具体任务，例如在《网店运营》课程中，设置店铺开设与装修、商品上架与详情页制作、促销活动策划、数据化运营分析等任务，学生通过查阅资料、分析数据、实操验证完成任务，培养自主学习与问题解决能力。

2. 案例教学法

引入行业典型案例，如网店运营与推广、直播带货流程策划、社群营销裂变、短视频内容创作、客户服务与危机公关，通过案例分析、分组研讨、方案优化，帮助学生理解理论知识在实际场景中的应用逻辑。

3. 角色扮演教学法

模拟企业项目实施场景，学生分别扮演运营经理、视觉设计师、直播主播、内容策划、数据分析师、客服专员等角色，完成市场分析、产品上架、营销推广、直播带货、数据复盘、客户维护等流程，强化职业角色认知与团队协作能力。

4. 翻转课堂教学法

课前通过微课视频、虚拟仿真软件引导学生自主学习基础知识，课堂上教师聚焦难点解析，并组织学生开展项目实操、小组竞赛与成果汇报，实现知识内化与技能强化。

（四）学习评价

严格落实培养目标和培养规格要求，加大过程考核、实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重。严格考试纪律，完善学生学习过程检测、评价与反馈机制，引导学生自我管理、主动学习，提高学习效率。强化实习、实训、岗位实习等实践性教学环节的全过程管理与评价。通过多样化考核，对学生的专业能力及岗位技能进行综合评价，激发学生自主性学习，鼓励学生的个性发展，培养创新意识和创造能力，培养学生的职业能力。

1. 学校建有《开封职业学院课程考核与成绩管理办法》考核评价体系，按照课程类型的不同，采用不同的考核与评价方法。学生成绩以两档制、五级制和百分制记载，入学教育、军事技能训练、形势与政策等课程采用两档制评定；实践性教学环节采用五级制评定；理论课程、理实一体化课程采用百分制评定。

2. 理论知识考核：采用过程考核与期末考试相结合的方式进行考核。过程考核主要

考察学生的知识积累和素质养成，依据考勤成绩、平时表现、作业成绩、期末考试等方面。期末考试以笔试、机试、总结、报告等形式进行，重点在于考核学生的知识运用能力。

3. 实践性教学考核：考核除笔试外，增设了答辩、多媒体汇报、项目设计、现场操作、现场测试等多种考核形式，实现理论考试与实操考核相结合，着重考查学生分析问题和解决问题的能力，促进学生职业素质的全面发展。主要根据学生实训态度、操作技能、实训成果、方案采用情况以及实训报告等综合评定，按五级制“优、良、中、及格、不及格”五个等级给出考核成绩。

4. 对于国家职业资格证书对应的项目或课程，可直接参加对应资格证书的认证考核，通过国家职业资格认证的，可不再参加课程考核，且成绩评定为优秀。根据《开封职业学院学分认定与置换管理办法》对学生进行学分替代。

九、质量保障

建立健全校院两级的质量保障体系。学校建有校院两级教学督导和学生教学信息员反馈制度，以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

加强规范管理，促进标准实施。根据学院各环节质量标准，加强教师教学文件的管理，教师教学规范的执行情况应是教师年度工作量考核的重要依据，教师严格按照学院教学管理规范开展课程教学。人才培养方案、课程标准、教师授课计划、教案、教研活动记录、试卷、教学任务、实训指导书、学生考勤表、试卷分析表等各项文件应齐备。

加强教学检查，开展教学诊断。通过信息化教务管理手段，加强对教学过程的管理，从教学对象分析、教材选择、授课计划的编写、备课、课堂教学、实习实训、考核方式等进行分析总结。对各个教学环节进行认真组织、管理和检查，严格执行各项教学检查、学生评教、教学督导、领导听课、信息员反馈、座谈会、研讨会等制度，以保证学生满意和教学质量的稳定和提高。

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。

十、毕业要求

（一）总体要求

1. 学时学分要求：毕业最低学分要求为 133 分，其中公共课 50 分，专业课 83 分。修完本专业人才培养方案规定的全部理论课程与实践教学环节，所有课程考核合格，累计获得的学时与学分均达到本专业规定的最低标准，参与本专业相关的企业、机构岗位实习活动，实习期不少于 6 个月。

2. 能力规格要求：掌握本专业核心知识与关键技术，具备解决岗位实际问题的基本能力，能适应行业一线工作需求，同时达到本专业对应的初、中级技术技能人才基本规格。

3. 获得一本及以上行业类、国家职业资格、职业技能等级证书。

（二）学习成果转化

根据国家要求以及学校实际，学生参加各类技能、学科竞赛、文体活动获奖、主持、参与教科研项目或者接受职业培训取得的职业技能等级证书、培训证书等学习成果，经学校认定，可以置换学业课程学分，具体情况详见表 10-1：

表 10-1 开封职业学院学分认定分类表

类别	项目名称	等级或内容		学分数	备注
科技创新学分	科技活动获奖、研究成果获奖、艺术创作和文学作品获奖	国家级	一等奖	10	
			二等奖	8	
			三等奖	6	
		省级	一等奖	6	
			二等奖	4	
			三等奖	3	
		市级	一等奖	4	
			二等奖	3	
			三等奖	2	
	论文发表	核心期刊		10	第一作者
		一般期刊		5	
	专利	发明		10	前 3 名
		实用新型、外观设计		5	
	科研项目	主持	国家级	10	
			省级	8	
			市	5	
		参与	国家级	5	限前 5 名
			省级	3	
			市级	2	

技能 竞赛与 技能 证书 学分	创新创业比赛、技能 竞赛	国家级	一等奖	15			
			二等奖	12			
			三等奖	10			
		省级	一等奖	10			
			二等奖	8			
			三等奖	6			
		市级	一等奖	6			
			二等奖	5			
			三等奖	4			
	文体活动	国家级	一等奖	10			
			二等奖	8			
			三等奖	6			
		省级	一等奖	6			
			二等奖	4			
			三等奖	3			
		市级	一等奖	4			
			二等奖	3			
			三等奖	2			
	创新创业实践	参加培训取得培训证书		2			
		自主创业并注册公司		3			
		公司年营业额在 100 万以上		10			
	技能证书或水平证 书	除学校规定的技能证书外，参加其它考试获取证书的按照级别置换 4-10 个学分					
课程类学分	按照所对应或者相似专业课程置换相应学分						

（注：所有项目要根据学校管理制度经学校认证审批）

电子商务专业人才培养方案论证表

论证专家基本情况			
姓名	职务	工作单位	签名
董红杰	教授、副院长	河南财经政法大学 审计学院	董红杰
吕梁	副教授、院长	黄河水利职业技术大学商务 与管理学院	吕梁
程佳聪	副教授、副院长	河南经贸职业学院 航空港经济学院	程佳聪
王焰	副教授	河南工业大学管理学院	王焰
李大龙	研究院执行副院长	河南正合互联科技有限公司	李大龙
陈文飞	研究院教学中心负责人	河南正合互联科技有限公司	陈文飞
毛兴华	研究院课题中心负责人	河南正合互联科技有限公司	毛兴华
专家论证意见			
<p>专家组经论证，对该方案意见如下：</p> <p>1. 方案体系完整，培养目标清晰：依据国家专业标准及行业岗位需求，明确划分专业核心课程与方向课程，将电商运营、视觉设计、直播运营等方向课程与网店装修、跨境电商、内容营销等实战技能精准对应，确保课程内容与就业岗位能力要求高度匹配。</p> <p>2. 实践教学实战化：强化“校企协同、做学一体”模式，在行业应用课与毕业环节中加大企业实战比重，引入短视频运营、IP 打造、AI 电商选品等前沿实训项目，将毕业总结调整为毕业设计，突出综合实践能力与岗位适应力的培养。</p> <p>3. 教学标准规范化：统一学分学时核算标准，优化课程命名与标点格式，增强方案的系统性与规范性，同时结合数字营销与人工智能等发展趋势动态更新课程内容，保持人才培养与行业变革同步。</p> <p>综上，方案科学可行，建议推进实施并依行业动态优化。</p> <p style="text-align: right;">专家组组长签字：董红杰</p> <p style="text-align: right;">2025年9月5日</p>			
专家论证结论			
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div> <p>分档评价：</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 论证通过</p> </div> <div> <p><input type="checkbox"/> 合格</p> <p><input type="checkbox"/> 不合格</p> </div> <div> <p><input type="checkbox"/> 修改后通过</p> <p><input type="checkbox"/> 不通过</p> </div> </div>			