



漯河职业技术学院

LUO HE VOCATIONAL TECHNOLOGY COLLEGE

漯河职业技术学院（群内）专业 人才培养方案 (2025版)

专业名称: 电子商务专业

专业代码: 530701

专业大类: 财经商贸大类

所属学院: 商贸物流学院

二〇二五年八月

目 录

一、专业描述.....	1
二、职业面向.....	1
(一) 职业面向岗位	1
(二) 职业发展路径及职业能力分析	2
三、培养目标与培养规格	3
(一) 培养目标	3
(二) 培养规格	3
四、人才培养模式	6
五、课程设置及要求	6
六、教学进程总体安排	10
七、实施保障	10
(一) 师资队伍	10
(二) 教学设施	10
(三) 教学资源	12
(四) 教学方法	12
(五) 学习评价	12
(六) 质量管理	13
八、毕业要求	13
(一) 学分条件	13
(二) 证书	14
附录一 电子商务专业教学进程表	15
附录二 学时与学分分配表	17
编制说明	17

漯河职业技术学院电子商务专业（群内）人才培养方案

(2025 版)

一、专业描述

专业名称：电子商务

专业代码：530701

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

基本修业年限：三年

教育类型：高等职业教育

学历层次：专科

所属专业群名称：电子商务专业群

二、职业面向

(一) 职业面向岗位

表 1 电子商务专业职业面向岗位一览表

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)	主要岗位群或技术领域	职业资格证书和技能等级证书
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)	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)	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	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、电子商务师

(二) 职业发展路径及职业能力分析

表 2 电子商务专业职业岗位及其岗位能力分析

序号	岗位群	岗位类别		岗位任务描述与核心能力要求	
		入职岗位	发展岗位	岗位任务描述	核心能力要求
1	运营主管	运营专员	高级运营经理	①负责日常运营工作,如数据收集分析等。 ②负责社交媒体平台的内容发布与维护。 ③参与策划公司运营活动,执行活动流程,跟进活动效果及反馈。	①具备数据分析能力,能够从数据中提取有价值信息并指导决策。 ②熟悉常见社交媒体平台的操作规则,有一定的文案撰写能力。 ③具有良好的执行能力、沟通协调能力,能有效协调各方资源,制定创新运营策略。
2	全渠道营销主管	营销助理	全渠道营销总监	①负责市场调研,收集行业信息、竞争对手动态及消费者需求数据。 ②负责部分渠道的推广执行工作。 ③管理营销活动物料,包括文案撰写、图片设计对接等。 ④跟进营销活动效果,收集反馈数据并进行初步整理。	①了解市场营销基础知识,具备市场调研能力。 ②熟悉常见的营销推广渠道和工具,如百度推广等。 ③有良好的沟通能力,能够与设计、技术等部门有效协作。 ④具备一定的文案撰写和创新能力。
3	O2O 销售主管	O2O 销售专员	O2O 销售总经理	①负责线上线下销售渠道的客户开发与维护,通过电话、网络、实地拜访等方式拓展客户资源。 ②向客户介绍公司产品,解答客户疑问,促成交易。 ③跟进订单处理流程,确保客户订单顺利完成。 ④收集客户反馈信息,及时向上级汇报市场动态和客户需求。	①具备较强的沟通能力和销售技巧,能够与客户建立良好的关系。 ②熟悉 O2O 销售模式,了解线上线下销售渠道的特点和运营方式。 ③有较强客户服务意识,能及时解决客户问题。 ④具备一定的市场分析能力,能够挖掘客户潜在需求。
4	智能客服主管	智能客服专员	智能客服总监	①通过智能客服系统处理客户咨询、投诉和建议,及时准确回复客户问题。 ②协助优化智能客服知识库,补充和完善常见问题的解答。 ③收集客户反馈信息,对客户需求和问题进行分类整理,定期向上级汇报。	①熟悉智能客服系统的操作流程,具备良好的沟通能力和语言表达能力。 ②有较强的问题解决能力,能够快速处理客户问题。 ③具备一定的数据分析能力,能够从客户反馈中发现问题和相应趋势。

				④参与智能客服系统测试优化工作，提出改进建议。	④有耐心和责任心，能够为客户提供优质的服务。
5	视觉营销设计师	视觉设计助理	首席视觉营销设计师	①协助资深设计师进行视觉设计，如图片处理、素材整理、简单图形绘制等。 ②根据设计要求，进行基础平面设计制作，如海报、宣传单等。 ③参与项目设计和方案制定，提供创意想法和建议。 ④协助管理设计文件和素材库，确保文件规范、有序。	①熟练掌握 Photoshop 等设计软件，具备一定的设计基础。 ②有良好的审美能力和创新能力，能够理解设计需求。 ③具备较强的学习能力和执行力，能够快速掌握新的设计知识和技能，与团队成员有效协作。
6	互联网产品开发主管	产品助理	高级产品经理	①协助产品经理收集用户需求，通过用户访谈、问卷调研等方式整理需求信息，形成需求文档初稿。 ②负责产品原型设计，绘制简单的产品界面原型。 ③跟进产品开发进度，记录开发过程中问题与解决方案。 ④参与产品测试，编写测试用例，反馈测试中发现的 BUG，整理产品数据，协助经理撰写产品迭代报告。	①了解互联网产品开发的基本流程（需求分析、设计、开发、测试、上线）。 ②具备基础的需求分析与文档撰写能力，能清晰描述用户需求，能熟练使用原型设计工具。 ③有良好的沟通协调能力，可与开发、测试团队有效对接。 ④具备基本逻辑思维能力，能理解产品功能逻辑。

三、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业聚焦漯河市食品产业链电商领域，培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向互联网和相关服务、批发业、零售业的运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识、能力和职业态度方面达到以下要求。

1. 素质

（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) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，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) 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，具有学电子商务、爱电子商务的职业理念和服务“网络经济”的职业理想；

(4) 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；

(5) 具备职业生涯规划能力，具备一定的心理调适能力，具有自我管理能力；

(6) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，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；

(7) 掌握必备的美育知识，具有一定的审美和人文素养，能够形成至少1项艺术特长或爱好；

(8) 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。

2. 知识

(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) 熟悉本专业和食品行业相关法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等知识；

(3) 掌握计算机应用、网络技术的基本理论和信息技术基础知识，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；

(5) 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的基础理论知识；

(6) 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；

(7) 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相关知识；

(8) 掌握网店运营规范与流程以及食品行业供应链与供应商管理的相关知识。

3. 能力

(1) 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；

- (2) 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；
- (3) 具备一定的哲学思维、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) 具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能，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；
- (5) 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；
- (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；
- (8) 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；
- (9) 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；
- (10) 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；
- (11) 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。

4. 职业态度

- (1) 自觉遵守相关法律法规、标准和管理规定；
- (2) 具有吃苦耐劳，爱岗敬业的精神；
- (3) 具有团队合作意识；
- (4) 具有积极向上的态度和创新精神；
- (5) 具有良好的思想政治素质和职业道德；
- (6) 具有良好的工作品格和严谨的行为规范；
- (7) 能与电子商务企业、关联上下游企业等单位建立良好、持久的关系；
- (8) 能进行自我批评与检查，具有敬业、吃苦耐劳的精神，勇于承担责任。

四、人才培养模式

根据专业人才培养目标，本专业采用“生师企校共融·生态发展”的人才培养模式。

该模式构建了一个多方互融的生态系统。学生是核心，从被动接受者转变为主动探索者和价值共创者。教师成为导师和桥梁，将产业实践转化为教学资源。企业深度参与全过程，提供项目、岗位和导师，提前锁定人才。学校作为平台，提供制度保障与资源支持。具体安排如下：

第1-3学期，进行电子商务专业理论课程教学和专业基本素质、基本技能培养，通过理论教学和校内专项实训，完成必需的职业基础知识和电子商务技能教育，力争获取相应的专项技能证书。

第4学期，引进企业实践项目。学生通过引进的电子商务运营项目进行专业实践，根据兴趣和专业能力，按照电子商务专业岗位（群），组建学习团队，进一步增强相关岗位的职业能力，强化校企合作深度，借助合作企业培训能力，提升学生专项技能。

第5-6学期，每个学生根据个人的爱好和特长，选择适合个人发展方向的岗位目标，进行毕业设计和岗位实习，为就业实现零距离接轨做准备。

该模式是以学生成长为中心，校、企、师深度协同的人才培养模式。

五、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

1. 公共基础课程

见电子商务专业群公共基础课程内容。

2. 专业（技能）课程

（1）专业群共享课程

本专业开设7门，包括：电子商务基础、管理学基础、市场营销、电子商务法律法规、商务数据分析、财税基础、商务办公软件。

见电子商务专业群共享课程内容。

（2）专业核心课程

本专业开设7门，包括：网店运营（含一、二）、网络营销、社群运营、视觉营销设计、数据化运营、互联网销售、互联网产品开发。

表3 专业核心课程描述

课程代码	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
063206	网店运营（一）	①培养学生运用现代办公软件、指数工具等软硬件，认真负责开展网店运营工作的能力。	围绕网店运营，涵盖运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与	①掌握 SEO/SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。 ②会运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。

		<p>②使学生能完成网店运营规划、商品选品与定价等多项任务，达成流量获取转化、用户运营及绩效分析等目标。</p> <p>③培养学生服务意识及敬业精神。</p>	转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析等内容。	<p>③能进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品、供应商开发、商品销售和供应链管理。</p> <p>④能进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化，培养学生诚实守信及创新意识。</p>
063207	网店运营 (二)	<p>①让学生熟悉网上开店基本流程规则，能合规合法开店。</p> <p>②能熟练操作后台，通过工具分析市场趋势和竞品数据，制定流量优化方案。</p> <p>③培养学生能优化商品详情页，解读核心数据，诊断店铺，运营店铺及沟通合作的能力。</p>	围绕电商平台应用，涵盖电商平台规则解析、店铺注册与设置、商品详情页优化、营销工具使用、订单处理与售后管理、平台数据分析等，结合软件模拟经营对抗。	<p>①掌握市场数据、竞争对手、经营环境等分析方法。</p> <p>②掌握电商平台的开店流程，能根据网店运营规划进行网店开设、店铺装修和诚信运营。</p> <p>③能进行后台功能模块操作，如商品上架、订单处理、营销工具应用，能完成店铺基础运营，如SEO优化、活动策划、数据分析。</p> <p>④培养合规意识与职业素养（客户服务、团队协作）。</p>
063005	网络营销	<p>①培养学生运用统计分析、营销推广等软硬件工具，开展营销活动策划与执行及互联网思维能力。</p> <p>②使学生能完成市场分析、活动主题与目标确定等任务，实现活动效果跟踪与总结。</p>	围绕营销活动策划与执行，涵盖市场分析、活动主题确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、活动过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结等内容。	<p>①掌握市场调研、数据分析及营销推广工具和各类平台运营规则，能分析营销活动，确定活动主题与目标，策划与评估方案。</p> <p>②能整合各类资源，分解活动任务，开展整合营销与广告投放。</p> <p>③能跟踪监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化方案。</p> <p>④能评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案。</p>
063147	社群运营	<p>①培养学生运用短视频平台、办公软件等软硬件工具，创新开展社群运营工作的能力。</p> <p>②使学生完成社群定位、建群及社群引流等任务，实现社群活跃与粉丝管理等目标及团队协作、自助学习的能力。</p>	围绕社群运营，涵盖社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析等内容。	<p>①掌握社群种类、产品价值等知识，能根据用户和产品或服务属性定位社群，制定社群运营方案，并在相应社交平台上建立社群。</p> <p>②能通过自媒体工具、搜索引擎及短视频平台进行社群推广。</p> <p>③能根据用户需求、产品卖点，进行社群数据分层，制定营销体系并通过社群活动提升销售转化、活跃社群及管理粉丝。</p> <p>④遵循社群运营礼仪，培养良好的工作品格和严谨的行为规范。</p>
063015	视觉营销设计	①培养学生运用平面设计软件、音视频	围绕视觉营销设计，涵盖店铺	①掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。

		<p>制作软件等工具，开展视觉营销设计和创新工作的能力。</p> <p>②使学生能完成店铺页面设计、品牌视觉设计等多项任务，助力营销效果提升。</p>	<p>页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计等内容。</p>	<p>②能根据店铺定位进行 PC 端、移动端页面装修，设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料。</p> <p>③能结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。</p> <p>④能进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时分析新媒体发展，提出视觉提升方案。</p>
063201	数据化运营	<p>①培养学生运用计算机、数据采集等，开展数据化运营工作及数据思维、信息素养的能力。</p> <p>②使学生能完成运营目标确定、指标体系搭建等多项任务，实现运营优化与持续跟踪。</p>	<p>围绕数据化运营，涵盖确定运营目标、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化、持续跟踪等内容。</p>	<p>①理解数据分析指标体系概念。</p> <p>②掌握数据分析的方法，能根据数据运营目标采集与处理市场、营销、产品需求等相关数据。</p> <p>③运用数据分析工具，对市场、客户、销售、供应链等数据进行全流程分析及可视化呈现。</p> <p>④撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议。</p>
063202	互联网销售	<p>①培养学生运用办公软件、财税软件等软硬件工具，开展销售方案执行与优化、客户服务管理工作及爱岗敬业精神。</p> <p>②使学生能完成客户服务方案制定等多项任务，实现销售与客户服务高效开展的目标等。</p>	<p>围绕互联网销售，包含销售方案执行与优化（销售目标与销售漏斗建立、销售票据处理等）、客户服务管理（客服方案制定和优化、顾客纠纷处理等）等内容。</p>	<p>①掌握客户服务管理基础知识、主流电子商务平台交易规则、ERP 与 CRM 等销售管理工具运用。</p> <p>②能分解和制定产品销售目标，有效识别和跟进销售线索；能进行订单确认及跟踪、自营渠道账单管理。</p> <p>③能根据企业销售目标，进行数据统计与分析，对销售方案进行评估与改进。</p> <p>④能制定和优化客户服务方案，进行智能客服机器人训练、客户投诉处理、新老客户转化服务等。</p>
063203	互联网产品开发	<p>①使学生掌握互联网产品开发逻辑，精通需求分析、原型设计、迭代优化及跨团队协作流程。</p> <p>②培养学生提升用户思维与产品落地能力，能独立参与或主导轻量化互联网产品开发及自主学习、勇于担责的精神。</p>	<p>围绕互联网产品开发，涵盖产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、UI 设计与打样、产品开发实施推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核。结合电商产品案例，强化工具应用。</p>	<p>①掌握 SWOT 分析方法，熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具。</p> <p>②能分析产品投放的投资回报率，制定互联网产品战略规划和开发方案，并建立产品需求模型和应用场景。</p> <p>③能进行电商产品呈现方式及 UI 设计，跟进产品开发进度并对开发进度进行评估考核。</p> <p>④能选择产品发布渠道，撰写产品渠道测试报告，组织实施产品发布。</p>

(3) 专业拓展课程

本专业开设 6 门，选修 4 门，包括：客户服务与管理、图形图像处理、直播运营、短视频设计与制作、人工智能导论、商务沟通。其中包括体现行业发展新技术、当地区域经济特色的直播运营、短视频设计与制作、人工智能导论。

表 4 专业拓展课程描述

课程代码	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
063148	客户服务与管理	使学生掌握客户服务体系搭建与管理方法，精通投诉处理、满意度提升及客户生命周期管理策略，提升跨部门协作与客户价值挖掘能力，适应现代服务业实战需求。	涵盖客户服务标准建立、投诉处理流程与话术设计、客户分层与精准维护、服务质量监控（KPI 考核）、客户忠诚度计划制定，结合电商行业案例讲解。	强调实操与流程模拟，要求学生完成客户服务话术设计、投诉处理方案制定、客户关怀计划执行等任务，掌握 CRM 系统操作，通过案例分析报告考核应用能力。
063146	图形图像处理	培养学生运用专业图形图像软件，开展图像编辑、设计与制作的能力；使学生能理解图像色彩、构图等基本原理，完成图片修图、海报设计等基础任务，具备图形图像创意设计与优化处理的初步能力。	涵盖图像基础理论、主流设计软件操作（选区、图层、滤镜等功能）、图像修复与美化技巧、平面设计构图原则、海报与广告图制作流程、图像输出与格式优化等。	注重实践操作，要求学生掌握图形图像基本知识及常用软件，具备设计审美意识，能对图像进行裁剪、调色、合成等处理，通过运用设计元素完成简单平面作品的创作，考核应用能力。
063149	直播运营	依托行业实际需求，让学生掌握直播全流程运营逻辑，精通选品策划、场景搭建、话术设计与流量转化技巧，提升直播带货实战能力，适应不同类目直播需求。	涵盖直播选品策略、直播间场景搭建（产品展示/使用场景演示）、互动话术设计（产品描述/使用场景还原）、流量投放、实时数据监测，结合案例教学。	强调行业实操与场景模拟，要求学生完成直播脚本策划、直播间搭建、实时控场演练等任务，掌握直播合规要点，通过直播数据与复盘报告考核运营效果。
063204	短视频设计与制作	依托行业实际需求，让学生掌握短视频全流程创作逻辑，精通脚本策划、拍摄运镜、剪辑特效及平台运营技巧，培养学生创意表达与用户需求洞察能力，能独立完成爆款短视频从策划到发布的全链路工作。	涵盖短视频选题定位与用户画像分析、分镜脚本撰写、手机/相机拍摄技法、剪辑软件（剪映/Pr）特效制作、封面标题优化及流量运营策略，结合抖音/快手等平台案例讲解。	强调实战创作，要求学生依托行业实际需求，完成不同类型短视频选题策划、拍摄剪辑及发布运营，掌握热点追踪与数据复盘方法，通过视频播放量/互动率等指标考核创作运营效果。
063200	人工智能导论	本课程通过深入探讨人工智能及大语言模型的基础概念与实践应用，	涵盖人工智能概述、大语言模型的原理及应用，特别是	通过相关项目任务，学习如何运用 AI 工具提升办公效率、优

		培养学生掌握在现代职场中应用人工智能工具的能力。	DeepSeek 大语言模型的实际操作与应用。	化数据处理、创造个性化内容，认识人工智能相关应用领域。
063205	商务沟通	培养学生运用沟通技巧工具开展各类商务场景沟通的能力；使学生能理解商务沟通的原则与逻辑，能较好完成商务谈判、客户接待等任务，具备商务信息传递与关系维护的初步能力。	涵盖沟通基本原理与类型、商务礼仪规范、口头沟通技巧、书面沟通形式（邮件、报告等）、跨文化沟通要点、冲突处理方法，以及典型商务沟通案例分析等。	要求学生掌握商务沟通基本知识，会使用常用商务沟通工具；能在商务场景中清晰表达，完成谈判筹备执行、客户沟通等任务；能完成商务沟通实践项目。

六、教学进程总体安排

见附录一：电子商务专业教学进程表；附录二：学时与学分分配表。

七、实施保障

(一) 师资队伍

表 5 师资队伍结构与配置表

类别	数量	具体要求
师资队伍结构	21	学生数与本专业专兼任教师数比例为 18: 1，双师素质教师占专业教师比为 86. 7%。
专业负责人	1	具有副教授职称，能够较好地把握国内外电商行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对电子商务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，在本高校区域和电子商务领域具有一定的专业影响力。
专任教师	15	具有高校教师资格和本专业领域有关证书；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、市场营销、计算机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；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。
兼职教师	5	主要从事校企合作企业、本地知名电商企业等相关企业、机构聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的电子商务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

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学及实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、互联网接入环境，并

实施网络安全防护措施；安装有应急照明装置，状态良好，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本条件

为突出实践教学环节，电子商务专业建设了校内实验环境和实训基地，加强了专业实验室软硬件环境的投入和建设，满足课内实验、课程设计、研究或设计课题。通过增加综合性实验和设计性实验开出量、开展多种形式的课外实训活动，培养学生的专业知识综合应用能力和创新、创业能力，使学生具备从事本领域实践工作的能力。通过加强与企业的横向联系，增加合作企业数量，采取学生走出去和企业请进来的多种形式提高校企合作的层次和质量，以满足电子商务专业学生集中与分散相结合的岗位实习就业需要。

表 6 校内实践教学条件配置

序号	实验室或实训室名称	实验实训项目名称	主要实验实训仪器设备	备注
1	网络营销实训室	网络营销项目实训	电脑、软件、实训桌椅	
2	电商运营工作室	电商运营、网店运营实训	电脑、实训桌椅	
3	电商综合实训室	电子商务专项、综合实训	电脑、软件、实训桌椅	
4	电商美工实训室	电商美工设计	电脑、软件、实训桌椅	
5	电子商务实训中心	电子商务项目运营	电脑、软件、实训桌椅	
6	京东校园实训中心	电商客服实训	电脑、软件、实训桌椅	
7	直播电商实战运营中心	直播运营实训	直播拍摄设备、电脑、软件、实训桌椅	

3. 校外实训基地基本条件

具有稳定的校外实训基地，通过与企业进行广泛和深入的合作，探索并找到校企合作的良好模式，建成若干个稳定的校外实习基地。确保校外实训基地能够提供开展电商运营、网络营销、视觉营销设计、客户服务等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 7 校外实践教学条件配置

序号	实习实训基地名称	实习实训项目名称	备注
1	河南双汇投资发展股份有限公司	营销推广	
2	江苏京东信息技术有限公司	智能客服	
3	漯河广播电视台	电商运营、视觉营销设计	

4	杭州小芳超市连锁有限公司	网络营销	
5	亳州迪科数金科技有限公司	营销推广、智能客服	
6	河南挚琦文化传播有限公司	电商直播	

（三）教学资源

1. 教材选用

按照国家规定及学校教材选用制度，择优选用教材，禁止不合格的教材进入课堂。

2. 图书文献配置

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，方便师生查询、借阅。

专业类图书文献主要包括：有关电子商务的理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，数字经济、管理、网络营销和现代商务技术类文献等。

3. 数字资源配置

配备了与电子商务专业相关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、专业教学资源库等资源，具备种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新的特点，能够满足教学需求。

（四）教学方法

以“教、学、做”一体化为切入点，将传授知识与培养能力结合起来，以教学为载体，以教师主导、学生为主体，实现教学、学生和教师三个层面的相互融合，促进教学质量的提高和学生学习积极性的增强，力求实现从“以教为中心”到“以学为中心”的转变。在教学过程中，积极探索任务驱动、项目导向的教学模式；将现代化教学手段与传统教学方法相结合，灵活运用角色扮演、情景模拟、亲身体验、小组讨论等多样教学方法，提高教学效果。

（五）学习评价

践行“教、学、做”一体化的教学模式，电子商务专业的主要课程依据“项目导向、任务驱动”的要求，结合企业的具体情况，对本专业的主要课程进行考核评价。

1. 考试课学习评价

考试课主要侧重于考查学生对课程核心理论知识的系统掌握和灵活运用能力，同时兼顾一定的实践应用能力评价。具体评价内容包括理论知识、知识运用能力和实践应用能力。考试课采用过程性评价（占总成绩的 50%）与终结性评价（占总成绩的 50%）相结合的方式。过程性评价具体包括课堂表现（占 15%）、作业完成情况（占 15%）及单元测试（占 20%）。终结性评价占总成绩的 50%，理论性较强的课程采用笔试方式，实践性较强的课程采用笔试与实践操作评价相结合的方式。笔试主要考查学生对课程整体理论知识的系统掌握和综合运用能力；实践操作评价时，教师根据学生的操作流程规范性、操作技能熟练程度、操作结果准确性以及安全操作意识等方面进行现场评分。

2. 考查课学习评价

考查课的评价方式灵活多样，以过程性评价为主，注重对学生学习过程的全面评价，主要包括以下 3 种评价方式：

一是实践操作评价。适用于实践性较强的考查课，由教师根据课程教学内容和实践教学要求，设计具体的实践操作任务，让学生在实验室、实训基地或企业实习现场进行实际操作，教师现场观察学生的操作过程，根据操作规范、操作速度、操作质量、问题解决能力等方面进行评分。

二是作业与报告评价。包括课后作业、实验报告、调研报告、视频制作等。教师根据学生作业和报告的完成质量、视频内容的完整性和准确性、逻辑的严密性、是否具有创新性等方面进行评分。

三是技能竞赛与成果展示评价。对于部分具有竞技性和展示性的考查课，组织学生开展技能竞赛或成果展示活动，将竞赛成绩或成果展示评价作为课程评价成绩的重要组成部分。通过竞赛和展示活动，激发学生的学习兴趣和竞争意识，提高学生的专业技能水平。

学生在规定学年内修满学分并取得相关专业技能证书，具备从事电子商务行业的相应技能即为合格。

（六）质量管理

1. 具备专业建设和教学质量诊断与改进机制，已健全专业教学质量监控管理制度，完善了课堂教学、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、资源建设等方面标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，实现人才培养规格。

2. 具备完善的教学管理机制，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，建立健全了巡课、听课、评教、评学等制度，建立了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. 具备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. 专业教研室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。

八、毕业要求

本专业学生毕业时应达到培养目标及培养规格的素质、知识和能力等方面要求，同时满足以下条件。

（一）学分条件

本专业学生在毕业前总学分须取得 150 个学分，最低学分要求及所包括内容如下表。

表 8 最低学分要求

课程类别		最低学分
公共基础及素质教育课程	必修课程	38
	限选课程	6
	任选课程	4
	合计	48
专业（技能）课程	专业群共享课	20
	专业核心课程	32
	专业拓展课程	16
	合计	68
岗位实习及单列实习实训		34
总计		150

（二）证书

学生在校期间，应考取必要的基本能力证书及职业资格证书，鼓励学生考取多项职(执)业资格证书。

表 9 考取证书一览表

证书类别	证书名称	考证等级要求	备注
基本能力证书	普通话等级证书	二级乙等	选考
	计算机等级证书	二级	选考
职（执）业资格证书	电子商务师	三级	任选其中（1）项
	电子商务师	四级	
职业技能等级证书	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	中级	

附录一 电子商务专业教学进程表

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学时		学分	开课学期与周学时						开课单位	考核方式	
				理论	实践		一	二	三	四	五	六			
公共基础及素质教育课程	1	思想道德与法治	161010	44	4	3	4/12							马院	考试
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	18010013	32	4	2		2							考试
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	161008	46	8	3			4/14						考试
	4	※形势与政策(一)	161004	8	0	0.25									考查
	5	※形势与政策(二)	161005	8	0	0.25									考查
	6	※形势与政策(三)	161006	8	0	0.25									考查
	7	※形势与政策(四)	161007	8	0	0.25									考查
	8	中国共产党历史	161011	16	0	1		1						学工部	考试
	9	※军事理论	231001	36	0	2		2							考查
	10	军事技能	231006	0	112	2	2周								考查
	11	劳动教育	231003	6	30	2	1	1							考查
	12	※大学生心理健康	231005	36	0	2	2							公共教学部	考查
	13	大学体育(一)	101001	10	26	2	2							公共体育部	考试
	14	大学体育(二)	101002	10	26	2		2							考试
	15	大学体育(三)	101003	10	26	2			2						考试
	16	大学英语(一)	201001	64	0	4	4							公共教学部	考试
	17	大学英语(二)	201002	36	0	2		2							考查
	18	信息技术	191001	18	18	2	2							人工智能学院	考试
	19	职业生涯规划	181001	18	4	1	1							招生就业处	考查
	20	创新创业教育	181002	16	16	2		1							考查
	21	大学生就业指导	181003	12	4	1				1					考查
	22	※实验室安全教育	141001	8	8	1	1							教务处	考查
	23	国家安全教育	161012	18	0	1			1					马院	考查
				小计	468	286	38	14	9	7	1				
限选课	24	※美学和艺术史论		16	0	0.5	0.5							公共艺术教育部	考试
	25	※艺术鉴赏和评论		16	0	0.5	0.5								考试
	26	艺术体验和实践		0	16	1		1							考查
	27	※大学语文	101008	36	0	2		2						公共教学部	考查
	28	※职业人文素养	101009	36	0	2	2								考查

			小计	104	16	6	0	1						
任选课	29	※公共任选课程		64	0	4							教务处	考查
			小计	64	0	4								
专业群共享课	30	电子商务基础	063140	32	32	4	4							考试
	31	管理学基础	063141	32	32	4	4							考试
	32	市场营销	063142	16	16	2	2							考试
	33	电子商务法律法规	063143	16	16	2	2							考查
	34	商务数据分析	063049	18	18	2		2						考试
	35	财税基础	063150	18	18	2			2					考查
	36	商务办公软件	063043	18	54	4			4					考试
			小计	150	186	20	12	2	6					
专业(技能)课程	37	网店运营（一）	063206	36	36	4		4						考试
	38	网络营销	063005	36	36	4		4						考试
	39	社群运营	063147	36	36	4				4				考试
	40	视觉营销设计	063015	36	36	4			4					考试
	41	网店运营（二）	063207	18	54	4			4					考试
	42	数据化运营	063201	36	36	4				4				考试
	43	互联网销售	063202	36	36	4				4				考试
	44	互联网产品开发	063203	36	36	4			4					考试
			小计	270	306	32	0	8	12	12				
	45	客户服务与管理	063148	36	36	4				4				考查
	46	图形图像处理	063146	36	36	4		4						考试
	47	直播运营	063149	36	36	4				4				考试
专业拓展课	48	短视频设计与制作	063204	36	36	4				4				考查
	49	人工智能导论	063200	36	36	4				4				考查
	50	商务沟通	063205	36	36	4		4						考查
			小计	144	144	16	0	4	0	12				
	51	毕业设计	064035	0	128	8					8周			考查
	52	岗位实习（一）	064036	0	160	10					10周			考查
岗位实习及单列实训	53	岗位实习（二）	064037	0	256	16						16周		考查
			小计	0	544	34					18周	16周		
	教学计划总计			2682	1200	1482	150	26	24	25	25			

备注：1. ※表示线上教学课程，课时数不计入周学时，计入总学时。☆表示线上、线下混合教学课程，公共任选课程每学期初由教务处提供公共任选课程目录，学生自由选择。

2. 每学期安排 20 周的教学活动，其中第 19、20 周为复习考试时间。
3. 美学和艺术史论类含《美术欣赏》《音乐欣赏》2 门课程，学生任选 1 门；艺术鉴赏和评论类含《书法鉴赏》《影视鉴赏》《艺术导论》《舞蹈鉴赏》《戏剧鉴赏》《戏曲鉴赏》6 门课程，学生任选 1 门；艺术体验和实践类含《手工剪纸》《硬笔书法》《手机摄影》《手工编织》《戏剧教育》《现代舞》《歌曲演唱》《大学美育》8 门课程，学生任选 1 门。
4. 信息技术课程开设学期按 2019 年版人才培养方案分配各院系的开设学期执行。
5. 专业拓展课开设 6 门，须选 4 门，修满 16 学分。其中第二学期开设 2 门，限选 1 门，第四学期开设 4 门，限选 3 门。

附录二 学时与学分分配表

课程类型	总学分	总学时	占总学时百分比 (%)	实践学时	占总学时百分比 (%)	选修课学时	占总学时百分比 (%)
公共基础及素质教育课程	48	938	34.97	302	11.26	184	6.86
专业（技能）课程	68	1200	44.74	636	23.71	288	10.74
岗位实习及单列实习实训	34	544	20.29	544	20.29	0	0
总计	150	2682	100	1482	55.26	472	17.60

编制说明

本专业人才培养方案适用于三年全日制高职电子商务专业，由漯河职业技术学院商贸物流学院专业（群）建设委员会组织专业教师，与河南双汇投资发展股份有限公司、际华三五一五皮革皮鞋有限公司等合作企业的专家共同制订，经学校党委会审定，批准从 2025 级电子商务专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓 名	所在单位	职称/职务	签 名
1	寇槐花	漯河职业技术学院	商贸物流学院党总支书记	寇槐花
2	吕亚博	漯河职业技术学院	商贸物流学院院长	吕亚博
3	刘智	漯河职业技术学院	副教授	刘智
4	宋沛军	许昌职业技术学院	财经学院院长	宋沛军
5	荣长玲	漯河职业技术学院	副教授/电子商务教研室主任	荣长玲
6	赵伟波	河南双汇投资发展股份有限公司	双汇肉制品事业部销售总监	赵伟波
7	牛紫钰	际华三五一五皮革皮鞋有限公司	电子商务部品牌管理副部长	牛紫钰
8	娄艺	漯河职业技术学院	讲师/跨境电商专业负责人	娄艺
9	魏巍	漯河职业技术学院	讲师	魏巍
10	徐小亚	漯河职业技术学院	副教授	徐小亚
11	李肖飞	漯河职业技术学院	副教授	李肖飞
12	郑馥源	漯河职业技术学院	讲师	郑馥源

专业负责人：荣长玲

复核人：刘智

商贸物流学院院长：吕亚博

漯河职业技术学院

专业人才培养方案论证与审定意见表

专业建设指导委员会成员	姓名	单 位	职务/职称	签 名
	吕亚博	漯河职业技术学院	商贸物流学院院长	吕亚博
	刘智	漯河职业技术学院	副教授	刘智
	薛林生	漯河职业技术学院	教研室主任 副教授	薛林生
	荣长玲	漯河职业技术学院	教研室主任 副教授	荣长玲
	陈绮	漯河职业技术学院	教研室主任 副教授	陈绮
	于芳	漯河职业技术学院	教研室主任 副教授	于芳
	安海涛	河南双汇投资发展股份有限公司	禽产品事业部副总经理	安海涛
	张红喜	漯河市电商协会	电商协会会长	张红喜
	李维情	际华三五一五皮革皮鞋有限公司	电子商务部品牌管理部长	李维情

论证意见：

本专业人才培养方案编制规范，科学合理，符合《国家职业教育改革实施方案》《河南省职业教育改革实施方案》《职业教育专业教学标准（2025 版）》等文件精神，符合区域经济发展要求，能够满足三年全日制高职电子商务专业人才培养需求，同意从 2025 级电子商务专业学生开始实施。

专业建设指导委员会主任签名：吕亚博

2025 年 8 月 18 日

审定意见:

