

福州黎明职业技术学院 2026 级五年制 3+2 电子商务专业人才培养方案

专 业 代 码： 530701

适 用 年 级： 2026 级

专业负责人： 欧志亮

制 订 时 间： 2026 年 6 月 8 日

系部审批人： 毛永千

系部审批时间： 2026 年 6 月 12 日

学校审批时间： 2026 年 6 月 20 日

福州黎明职业技术学院 2026 级五年制（3+2）

电子商务专业人才培养方案

一、概述

为适应科技发展和技术进步对生产、建设、管理、服务等领域带来的深刻变革，顺应互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，电子商务专业应紧密对接新产业、新业态、新模式下的岗位（群）需求，如运营主管、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，进一步明确职业能力要求，提升学生的综合素养和实践能力，持续满足电子商务领域高质量发展的高素质技术技能人才需求。

本专业的人才培养以服务区域经济社会发展为导向，注重产教融合、校企协同育人，围绕新技术、新模式、新平台，强化职业能力导向与数字素养提升，优化课程体系和实践教学内容，推动专业内涵建设和教学方式方法改革。通过系统构建“基础知识+专业能力+综合素质”融合发展的课程体系，提升学生在电子商务项目策划、平台运营、数据分析、网络营销、客户服务等方面的专业能力，增强就业竞争力与职业发展能力。

二、专业名称（专业代码）

电子商务（530701）

三、入学基本要求

普通初中毕业生、同等学力者

四、基本修业年限

五年

五、职业面向

（一）职业面向根据对电子商务专业职业岗位群的分布、工作特点以及相应岗位对从业人员的能力要求进行了充分的调查和分析，结合学院和本专业的师资状况、实训条件和专业发展规划，将本专业职业岗位定位为：学生毕业后主要在互联网和相关服务、批发业、零售业等行业的各类企事业单位中，面向运营主管、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核心岗位群，同时可胜任市场营销、商务策划、品牌管理、客户服务、采购等职业类别中的相关工作，具体从事运营策略制定与执行、

多渠道营销推广、线上线下销售管理、客户智能服务与关系维护、视觉创意设计、产品需求分析与开发管理、项目协调与基层团队管理等一线及基层管理实务工作。

表 1 本专业职业面向

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、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
职业类证书	电子商务师（三级）、全媒体运营师（三级）、跨境电商运营管理专项证书

（二）职业岗位及职业能力分析根据调研结论与专业定位，明确本专业对应职业岗位群为电子商务服务，所涵盖职业能力分析如表 2 所示。

表 2 职业岗位及职业能力分析

职业行动领域或职业能力模块	工作任务	工作职责	知识、技能、职业素养	学习、训练内容
1.运营主管	1. 运营策略制定与目标分解； 2. 日常运营管理与数据监控； 3. 团队协调与绩效管理。	1. 参与制定电商平台年度运营规划，将阶段性目标分解为月度/周度执行计划； 2. 组织落实日常运营活动（如选品上架、促销排期、页面更新），实时监控流量、转化、客单价等核心数据，及时调整策略； 3. 协调内部设计、客服、仓储等岗位资源，管理运营团队日常工作，开展绩效考核与技能培训。	知识要求：（1）熟悉主流电商平台（如淘宝、京东、拼多多、抖音小店）的规则与操作流程；（2）掌握数据分析方法，能运用数据驱动决策；（3）了解项目管理的基本理论与工具；（4）熟悉财务管理基础，具备成本控制意识。 技能要求：（1）能够独立完成运营计划的编制与实施；（2）能使用数据分析软件（如 Excel、Power BI、生意参谋）进行运营诊断；（3）具备团队沟通与协调能力。 职业素养要求：（1）具有高度的责任心与抗压能力；（2）遵守行业法规与平台规范，诚信经营；（3）具有持续学习新平台、新玩法的意识。	电子商务平台运营、数据分析与决策、项目管理实务、团队管理与沟通、电子商务师培训。
2.全渠道营销主管	1. 全渠道营销方案策划； 2. 多渠道广告投放与内容营销执	1. 设计全渠道（线上+线下）整合营销方案，统筹广告、社交媒体、内容营销等资源组合；	知识要求：（1）掌握市场营销学原理，熟悉整合营销传播；（2）了解主流数字营销工具（如巨量引擎、腾讯广告、Google Ads）；（3）熟悉社交媒体运营规律与内容创作策略。	市场营销学、网络营销与推广、社交媒体运营、广告投放

	行； 3. 营销效果评估与用户增长管理。	2. 执行搜索引擎、信息流、短视频等渠道广告投放，组织策划直播带货、KOL合作等新型营销活动； 3. 跟踪各渠道投放效果，进行ROI分析，维护品牌口碑，策划用户拉新、留存与唤醒活动。	技能要求：（1）能独立撰写营销策划书并执行；（2）会使用营销自动化工具和数据分析后台；（3）具备创意策划与文案撰写能力。 职业素养要求：（1）具备创新思维与市场敏感度；（2）注重数据真实性，避免虚假宣传；（3）具有团队合作精神，能与设计、运营岗位高效配合。	放与优化、全媒体运营师培训。
3. O2O销售主管	1. O2O销售策略制定； 2. 门店数字化系统管理与渠道协同； 3. 销售团队培训与业绩督导。	1. 制定O2O（线上到线下）销售策略，打通线上引流、线上下单与线下核销、服务转化的完整链路； 2. 管理门店数字化管理系统（ERP、POS等），协调线上订单分配、门店库存联动及配送履约； 3. 组织销售团队（含门店导购）进行线上服务能力培训，定期督导各门店O2O销售业绩达成。	知识要求：（1）熟悉新零售模式与O2O运营逻辑；（2）了解门店数字化管理系统（如ERP、POS系统）；（3）掌握渠道管理与销售漏斗分析方法。 技能要求：（1）能独立策划O2O促销活动（如到店核销、社群拼团、扫码购）；（2）具备跨部门（线上运营团队与线下门店）沟通协调能力；（3）能运用数据分析工具评估各渠道销售贡献。 职业素养要求：（1）具备较强的执行力和问题解决能力；（2）服务意识强，注重客户体验的一致性；（3）具有成本意识，善于优化销售费用。	新零售运营管理、门店数字化管理、渠道销售策略、O2O活动策划与执行、跨境电商运营管理专项证书（含新零售模块）
4. 智能客服主管	1. 智能客服系统搭建与话术设计； 2. 人工客服团队管理与培训； 3. 客户数据分析与满意度提升。	1. 搭建并持续优化智能客服系统（如AI聊天机器人、自动工单系统），制定标准应答话术与业务流程； 2. 管理人工客服团队，排班调度，处理升级投诉与突发危机事件； 3. 分析客户画像与行为数据，制定客户满意度提升计划及忠诚度运营方案。	知识要求：（1）熟悉客户关系管理（CRM）系统及智能客服平台操作；（2）掌握服务流程设计、投诉处理技巧与危机公关原则；（3）了解消费者权益保护相关法律法规。 技能要求：（1）能训练和调优AI客服模型，提升问题解决率与响应速度；（2）具备较强的沟通表达与情绪管理能力；（3）能通过客户数据画像制定个性化服务策略。 职业素养要求：（1）具有强烈的同理心与耐心，以客户为中心；（2）严守客户隐私，遵守数据安全规范；（3）具备应急应变能力，能冷静处理各类突发客诉。	客户关系管理、智能客服系统应用、沟通技巧与投诉处理、消费者行为学、客户体验管理。
5. 视觉营销设计师	1. 电商页面视觉设计与优化； 2. 营销素材创作（海报/主图/短视频）； 3. 品牌视觉规范维护与统一。	1. 负责电商平台店铺首页、商品详情页、活动专题页的整体视觉设计与持续优化； 2. 根据营销活动需求制作推广海报、商品主图、促销宣传短视频等视觉物料； 3. 维护品牌视觉识别系统（VI），确保线上线下各触点的视觉风格统一、规范。	知识要求：（1）掌握平面设计基础，熟悉色彩、排版、构图原理；（2）了解用户体验（UX）设计原则；（3）熟悉电商平台对图片尺寸、视频格式等技术规范。 技能要求：（1）熟练使用Photoshop、Illustrator、Premiere、剪映等设计软件；（2）能根据营销需求快速输出高质量视觉物料；（3）具备基本的摄影与短视频拍摄能力。 职业素养要求：（1）具有审美品位与细节把控意识；（2）尊重原创，遵守版权法规；（3）能接受反复修改，具有耐心和抗压性。	电商视觉设计、平面设计软件实操、短视频制作与剪辑、品牌视觉管理、跨境电商运营管理专项证书（含视觉设计模块）。
6. 互联网产品开发主管	1. 用户需求调研与竞品分析； 2. 产品需求文档撰写与版本规划； 3. 跨团队协同推动产品迭代上线。	1. 通过用户访谈、问卷调查、数据反馈等方式收集用户需求，深入开展竞品分析与市场趋势研究； 2. 提炼需求并制定产品路线图，撰写产品需求文档，规划版本迭代优先级； 3. 协调技术研发、UI设计、运营测试等团队，跟进开发进度，组织验收测试，推动产品如期上线。	知识要求：（1）熟悉产品生命周期管理及敏捷开发流程；（2）掌握市场调研与用户访谈方法；（3）了解电子商务系统架构与基础技术逻辑（API、数据库等）。 技能要求：（1）能独立完成竞品分析与需求优先级排序；（2）会使用原型设计工具；（3）具备跨部门沟通与项目推进能力。 职业素养要求：（1）具有逻辑思维与系统性思考能力；（2）以用户为中心，注重产品体验；（3）具备风险意识，能提前预判项目难点。	产品管理与需求分析、电子商务系统开发基础、敏捷项目管理、用户研究与体验设计。
7. 商务策划与品牌管理	1. 市场调研与商务策划方案撰写；	1. 开展市场调研与竞品分析，撰写新品上市、促销活动、品牌联名等各类	知识要求：（1）掌握商务策划原理与品牌管理理论；（2）熟悉市场调研方法及SWOT、PEST等分析工具；（3）了解广告法与品牌知识产	商务策划实务、品牌战略管理、市场调

	2. 品牌定位与传播策略制定； 3. 品牌舆情监测与危机应对。	商务策划方案； 2. 运用SWOT、PEST等分析工具，制定品牌定位、品牌架构及年度整合传播策略； 3. 监测品牌网络舆情动态，编制品牌危机预警预案，参与危机公关处置。	权保护相关规定。 技能要求：（1）能独立撰写结构完整、逻辑清晰的商务策划书；（2）具备一定的数据分析能力，能解读市场研究报告；（3）具备较强的文案撰写与提案汇报能力。 职业素养要求：（1）具备大局观与战略思维；（2）恪守商业道德，尊重知识产权；（3）对市场趋势变化保持高度敏感。	研与预测、广告文案写作、营销策划案例分析。
8. 采购与供应链协调	1. 采购计划制定与供应商管理； 2. 采购合同谈判与订单执行； 3. 库存监控与供应链效率优化。	1. 根据销售预测与库存数据制定采购方案，开展供应商寻源、比价议价，建立并维护供应商档案，评估其履约能力与信用等级； 2. 主持或参与商务谈判，拟定采购合同，跟进采购订单的审批、下单、到货验收及结算全流程； 3. 协调仓储物流环节，实时监控库存周转率，运用库存控制方法优化供应链效率，预防缺货或积压风险。	知识要求：（1）熟悉采购流程与招标管理规范；（2）掌握供应链管理基础理论，了解库存控制方法（如ABC分类法、经济订货批量EOQ）；（3）熟悉合同法相关条款与财务结算流程。 技能要求：（1）能独立完成供应商筛选、询价与合同签订；（2）会使用进销存（ERP）系统进行库存管理；（3）具备一定的谈判技巧与成本核算能力。 职业素养要求：（1）为人正直，廉洁自律，严守商业机密；（2）具有较强的计划性与统筹协调能力；（3）树立降本增效意识，注重风险防控。	采购管理实务、供应链管理基础、合同法与商务谈判、仓储物流管理、ERP系统操作实训。

六、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的高素质技术技能人才。学生应具备一定的科学文化水平，拥有良好的人文素养、科学素养和数字素养，恪守职业道德，具有创新意识，崇尚爱岗敬业的职业精神与精益求精的工匠精神，同时具备较强的就业创业能力和可持续发展能力。

在专业知识与技术技能方面，本专业紧密围绕福建省“十五五”规划“推动数智赋能千行百业”的战略部署，主动服务“555X”产业集群数智化转型与“数实深度融合”的发展需要，重点支撑现代纺织鞋服、特色轻工、绿色食品等优势产业集群的数字化品牌运营与全渠道营销，同时对接人工智能与机器人（智能客服、个性化推荐）、低空经济（智慧物流配送）等新兴产业的电商应用场景。

在职业面向方面，毕业生可在互联网和相关服务、批发业、零售业等行业，胜任运营主管、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），具体从事数据化运营、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等工作。

七、培养规格

1. 素质要求

（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，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、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、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）具有健康的体魄、健全的人格和良好的心理素质；具备感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力；理解和树立马克思主义劳动观，具备爱岗敬业的劳动精神和精益求精的工匠精神。

2. 知识要求

（1）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；

（2）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；

（3）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；

（4）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；

（5）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的建议；

（6）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；

（7）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；

(8) 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;

3. 能力要求

(1) 掌握信息技术、人工智能基础知识,具备适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能;

(2) 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;

(3) 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;

(4) 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;

(5) 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;通过岗位实习、社会实践、志愿者服务、创新创业、技能竞赛等途径,强化劳动实践,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。

八、 课程设置及教学要求

(一) 课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程、专业课程、职业能力课程和素质拓展课程。电子商务专业课程体系如图1所示。

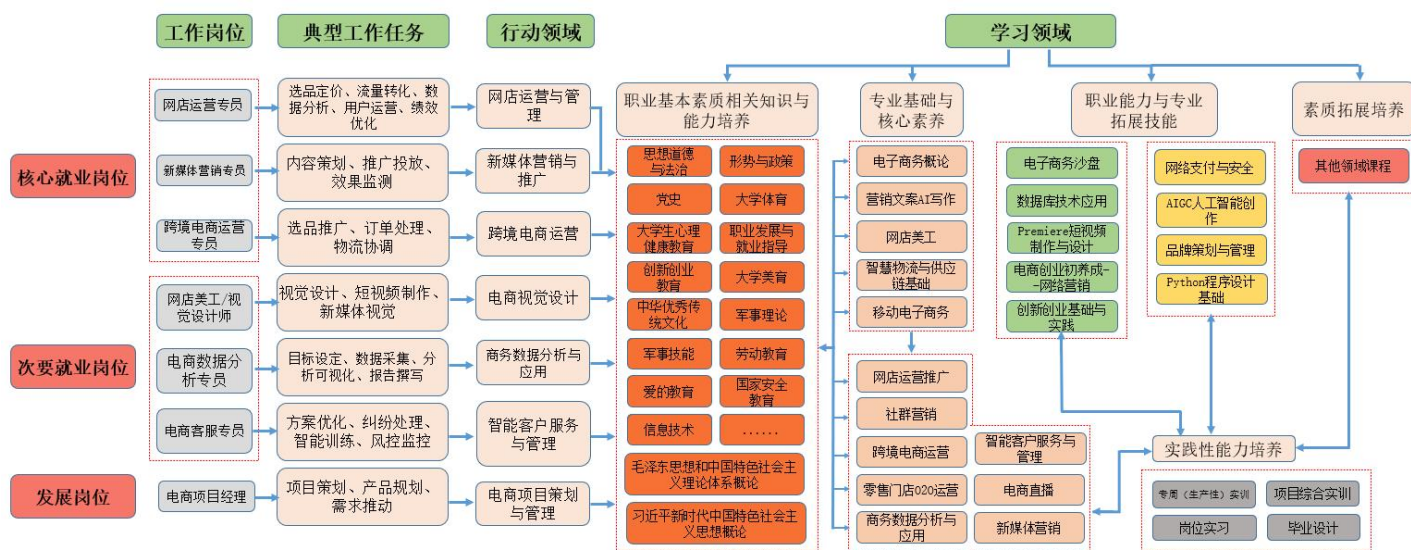


图 1 电子商务专业课程体系图

(二) 课程教学要求

1、公共基础课程

本专业开设了思想政治理论、体育与健康、军事理论与军训、心理健康教育、劳动教育等公共基础必修课程。马克思主义理论类课程、党史国史、中华优秀传统文化、国家安全教育、语文、外语（英语等）、信息技术、人工智能基础、职业发展与就业指导、创新创业教育、职业素养、人工智能应用素养等列为必修课程或限定选修课程。

公共基础课程教学要求如表 3 和表 4。

表 3 思政课程教学要求

课程类型	课程名称	教学目标	教学内容及要求	课程学时
思政课程	中国特色社会主义	落实立德树人根本任务,帮助学生掌握中国特色社会主义基础理论、发展历程与实践成就。引导学生认清国内外发展大势,树立正确理想信念与价值追求,厚植家国情怀。培养学生运用理论分析现实问题的能力,增强道路自信、理论自信、制度自信、文化自信,自觉践行时代要求,成长为担当有为的新时代中职学子。	课程以党的创新理论、国家发展成就、新时代使命任务为核心内容,结合社会热点与中职学生实际开展教学。采用专题讲授、案例分析、小组讨论等形式,引导学生树立正确政治立场。考核以过程性评价为主,重点考查理论理解、思辨能力与政治认同,筑牢思想根基,提升综合素养。	36
	心理健康与职业生涯规划	落实立德树人根本任务,帮助学生掌握心理健康知识与职业规划常识。引导学生正确认识自我、调节心理情绪,塑造健全人格。培养学生抗压受挫、人际交往与团队协作能力,树立积极健康的人生态度。指导学生科学认知职业、明确发展方向、树立正确职业观与就业观,提升生涯规划能力,助力学生身心健康成长与高质量就业发展。	课程以心理健康调适、人际交往、情绪管理、职业认知、生涯规划、就业创业素养为核心内容。结合中职学生身心特点与岗位需求,采用专题讲授、案例分析、互动体验、小组研讨开展教学。考核以过程性评价为主,注重考查学生心理调适能力、职业认知与综合素养,引导学生自律自强、规划未来,适应学习与职场发展需要。	36
	哲学与人生	坚守思想育人导向,帮助学生掌握中国特色社会主义基础理论、发展历程与实践成就。引导学生认清国内外发展大势,树立正确理想信念与价值追求,厚植家国情怀。培养学生运用理论分析现实问题的能力,增强“四个自信”,自觉践行时代要求,成长为担当有为的新时代中职学子。	课程以党的创新理论、国家发展成就、新时代使命任务为核心内容,结合社会热点与中职学生实际开展教学。采用专题讲授、案例分析、小组讨论等形式,引导学生树立正确政治立场。考核以过程性评价为主,重点考查理论理解、思辨能力与政治认同,筑牢思想根基,提升综合素养。	36
	职业道德与法律	聚焦品德培育与法治素养提升,帮助学生掌握职业道德规范和基础法律常识。引导学生树立正确职业观、法治观与道德观,自觉遵守职业准则和法律法规。培养学生明辨是非、规范言行、依法办事的能力,养成爱岗敬业、诚实守信、遵纪守法的良好品质,为未来职业从业和合法合规上岗筑牢素养根基。	课程以职业道德、职业礼仪、行业规范、基础法律知识、权益保护、法治案例为核心内容,结合中职岗位实际与社会案例开展教学。采用案例讲解、情景模拟、课堂研讨等方式授课。引导学生内化道德准则、强化法治意识。考核以过程性评价为主,重点考查学生职业品德、法治认知与行为规范,全面提升学生职业素养与法治能力。	36
	思想道德与法治	课程旨在引导学生树立正确的人生观、价值观、道德观和法治观,坚定理想信念,厚植家国情怀。通过学习,学生应系统掌握马克思主义人生观、中国特色社会主义共同理想、以爱国主义为核心的民族精神、社会主义核心价值观、社会主义道德核心与原则以及中国特色社会主义法律体系等基本理论知识;能够运用这些理论正	课程涵盖思想、道德、法治三大模块。思想教育要求引导学生树立正确人生观、坚定理想信念、弘扬中国精神;道德教育要求讲透社会主义核心价值观及社会公德、职业道德(突出工匠精神)、家庭美德、个人品德;法治教育要求讲解习近平法治思想、法律体系与法治思维。教学上要求理论联系实际,采用案例教学、情境模拟等方法,并设置实践	48

		确看待社会现象,明辨是非,妥善处理人生矛盾、道德冲突与法律问题,具备初步的职业规划、道德实践与法律应用能力;最终成长为怀抱梦想、品德高尚、守法诚信、技能精湛,能够担当民族复兴大任的新时代高素质技术技能人才。	环节。考核坚持知行合一,通过过程性评价与终结性评价相结合,重点考查学生运用理论解决实际问题的能力与日常行为表现。	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	本课程旨在帮助学生系统掌握马克思主义中国化时代化的理论成果,包括毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观。通过教学,使学生深刻理解中国共产党为什么能、中国特色社会主义为什么好、马克思主义为什么行;能够运用马克思主义立场、观点和方法分析和解决问题,增强历史思维能力;坚定“四个自信”,做到“两个维护”,自觉传承红色基因,勇担时代重任,做社会主义事业的合格建设者和可靠接班人。	课程以马克思主义中国化时代化为主线,涵盖导论、毛泽东思想(含新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索)、中国特色社会主义理论体系(邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观)等模块。教学要求坚持正确政治方向,采用专题化教学、案例教学等方法,突出理论联系实际;通常设置实践教学环节(如社会调研、参观考察等),培养学生观察分析社会现象的能力;考核坚持知行合一,建立过程性评价(含考勤、课堂参与、实践表现)与终结性评价相结合的多元体系。	32
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	本课程旨在引导学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵和实践要求。通过学习,使学生深刻理解“两个确立”的决定性意义,增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”;能够运用这一科学思想分析和解决问题,提升政治判断力、政治领悟力、政治执行力;坚定听党话、跟党走的信念,立志成为堪当民族复兴大任的时代新人。	课程以“十个明确”、“十四个坚持”、“十三个方面成就”为核心内容,涵盖新时代坚持和发展中国特色社会主义的总目标、总任务、总体布局、战略布局和发展方向。教学要求坚持正确政治导向,采用专题讲授、案例研讨、小组讨论等教学方法,紧密联系社会热点与高职专业背景;通常设置实践教学环节(如社会调查、志愿服务等),增强学生服务社会的意识;考核坚持知行合一,建立过程性评价(包括考勤、课堂参与、实践表现)与终结性评价相结合的综合评定体系。	48
	形势与政策	本课程紧密围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,重点讲授党的理论创新最新成果和新时代坚持发展中国特色社会主义的生动实践。引导学生正确认识世界和中国发展大势、中国特色与国际比较、时代责任与历史使命、远大抱负与脚踏实地;深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革以及面临的历史性机遇和挑战,准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略。	课程以国内外形势和党的理论创新成果为核心内容,聚焦新时代治国理政的生动实践。教学要求坚持正确政治导向,紧密结合社会热点与高职学生实际,采用专题讲授、案例分析、小组讨论等教学方法;注重引导学生运用马克思主义立场观点方法分析形势、判断政策;考核以过程性评价为主,重点考查学生对形势政策的理解能力、分析能力和政治认同程度。	32
	党史	本课程旨在引导学生系统掌握中国共产党不懈奋斗、不怕牺牲、理论探索、为民造福、自身建设的光辉历程与伟大成就。通过学习,使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,做到学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行;增强历史思维能力,从党史中汲取智慧和力量;坚定理想信念,传承红色基因,厚植爱国情怀,自觉听党话、跟党走,立志成为堪当民族复兴大任的时代新人。	课程内容以党的百年奋斗史为主线,涵盖新民主主义革命时期、社会主义革命和建设时期、改革开放和社会主义现代化建设新时期、中国特色社会主义新时代四个历史阶段。教学要求坚持正确党史观,紧密联系高职学生特点与专业背景,创新采用“沉浸式+数字化”教学形式,运用VR技术还原历史场景、开展“场馆里的思政课”、红色情景剧展演等体验式教学方法;注重实践教学,组织学生赴红色教育基地开展研学活动,将党史学习与职业道德、工匠精神培育深度融合;考核坚持过程性评价与终结性评价相结合,重点考查学生对党史基本脉络的掌握程度及运用唯物史观分析问题	16

			的能力。	
--	--	--	------	--

表 4 通识课程教学要求

课程类型	课程名称	教学目标	教学内容及要求	课程学时
通识基础课程	英语	落实立德树人根本任务，帮助学生掌握基础英语词汇、句型与语法知识。培养学生听、说、读、写基本语言能力，具备日常交际与简单职场英语应用能力。引导学生了解中西方文化差异，增强文化自信，培养规范、严谨的学习态度。着力提升学生语言素养与职业适配能力，为专业学习、岗位交流和终身学习奠定基础。	课程以基础语言知识、日常交际、职场英语应用为核心内容，结合生活与岗位场景开展教学。采用专题讲授、情景对话、案例练习、小组互动等教学方式。引导学生活用语言知识，提升口语交流与文本读写能力。考核以过程性评价为主，重点考查语言应用能力、学习态度与综合素养，服务学生职业发展需求。	320
	语文	坚持立德树人根本任务，帮助学生掌握字词、语法、文体等基础语文知识。培养学生阅读理解、书面表达、口语交际的综合语言能力，提升人文素养与思辨能力。引导学生品读优秀文学作品，传承中华优秀传统文化，树立正确三观。结合中职岗位需求，强化实用文体写作与职场沟通能力，培养严谨务实的学习态度，为学生升学就业与终身发展夯实人文基础。	课程以现代文、文言文、诗词赏析、实用写作、口语交际为核心内容，结合生活职场实际开展教学。采用专题讲授、文本研读、案例分析、小组研讨等教学方式。引导学生积累语言素材，提升读写与沟通应用能力。考核以过程性评价为主，重点考查文本理解、语言表达与综合人文素养，全面提升学生职业适配能力与综合素养。	216
	数学	坚持立德树人根本导向，使学生掌握基础代数、几何、统计等数学知识与运算方法。培养学生逻辑推理、数据分析、数理运算的基本能力，提升理性思维与严谨求实的科学素养。引导学生能够运用数学知识解决生活与专业中的简单实际问题，夯实专业学习基础。培养自主思考、规范解题的学习习惯，全面提升学生职业适配能力与综合素养，助力学生升学与岗位发展。	课程以函数、几何、概率统计、基础运算等知识为核心内容，结合中职专业岗位实际选取教学案例。采用专题讲授、例题解析、实操训练、小组探究等教学方式。引导学生掌握数学思维方法，提升解题应用能力。考核以过程性评价为主，重点考查知识掌握、运算能力与问题应用水平，培养学生科学思维，服务专业学习与职业需求。	216
	历史	以立德树人为根本，引导学生掌握中外历史基本线索与重要史实，认识人类社会发展规律。通过学习，增强学生历史认知、家国情怀与文化自信，树立正确的历史观、民族观、国家观、文化观。培养学生史料实证、历史解释等核心素养，提升思辨能力与职业素养，增强社会责任感与法治意识，为成长为高素质技术技能人才奠定思想与人文基础。	课程以中外历史发展脉络、重大事件、杰出人物与文明成果为核心内容，结合时代背景解读历史演进规律。教学坚持正确政治导向，融入红色文化、民族精神与优秀传统文化。采用专题讲解、史料研读、案例分析、课堂研讨等方式开展教学，引导学生运用历史思维认识社会发展。注重培养学生历史素养与思辨能力，树立正确历史观。考核以过程性评价为主，综合考查史实掌握、历史解读能力与价值认同，落实立德树人根本任务。	72
	军事技能	通过军事技能的训练，使学生掌握基本军事技能，增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义和集体观念，加强组织纪律性，培养学生集体荣誉感和团队协作能力。为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。	训练内容包括共同条令教育、分队的队列动作、战术基础、格斗基础、战场医疗救护、核生化防护、战备规定、紧急集合、行军拉练等。坚持按纲施训、依法治训原则，做到仿真训练和模拟训练。考核由学校 and 承训教官共同组织实施，成绩分优秀、良好、及格和不及格四个等级，根据学生参训时间、现实表现、掌握程度综合评定。	112

	军事理论	本课程以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观。通过教学，使学生了解掌握军事基础知识和基本军事理论，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。	课程内容以国防教育为主线，涵盖中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等基本军事理论知识。教学应坚持课堂教学和教师面授的主渠道作用，重视信息技术和在线课程在教学中的应用；将国防教育与思想政治教育有机融合，强化爱国主义和集体主义观念。考核采用百分制，根据卷面成绩、平时作业、考勤情况和课堂表现综合评定。	36
体育类课程	体育与健康	本课程旨在落实“立德树人、健康第一”的根本任务，使学生掌握1-2项体育运动技能，增强体能素质。通过教学，培养学生的运动兴趣和终身锻炼习惯，改善心理状态，建立良好的人际关系，同时提高与专业特点相适应的体育素养，为培养德智体美劳全面发展的高素质技术技能人才奠定身心基础。	课程内容包括体育理论、田径、球类（篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球等）、武术、健美操、瑜伽等模块。教学采用普修与选项相结合的方式，大一以基础身体素质为主，大二以专项技能为主。考核包括运动技能考核、体质健康测试（按《国家学生体质健康标准》执行）及平时表现，注重过程性评价。	256
美育类课程	公共艺术	落实立德树人根本任务，帮助学生了解音乐、美术、舞蹈、影视等艺术基础知识与经典作品。提升审美感知、艺术鉴赏与创意表达能力，陶冶情操、涵养人文底蕴。引导学生传承优秀艺术文化，树立健康的审美观念。结合中职育人特色丰富艺术体验，培养团队协作与人文素养，塑造健全人格，助力学生全面发展与职业素养提升。	课程以中外优秀艺术作品、艺术常识、艺术表现形式为核心内容，融合传统艺术与现代艺术开展教学。采用专题讲解、作品赏析、实践体验、小组展演等形式授课。引导学生学会品鉴艺术、参与艺术实践。考核以过程性评价为主，侧重考查审美能力、艺术感悟与参与表现，厚植文化底蕴，培育高雅情趣与人文精神。	36
	中华优秀传统文化	本课程旨在引导学生深入了解中华优秀传统文化的基本精神与核心价值，增强文化自信与民族认同感。通过学习，使学生掌握传统文化的基本知识，提升人文素养与审美能力，传承中华美德，培养家国情怀，为成为“德技并修”的高素质技术技能人才奠定文化根基。	课程内容包括中国传统思想、文学艺术、民俗文化、科技发明、工匠精神等模块。教学采用“显性课堂+隐性课堂+虚拟课堂”融合模式，注重理论与实践结合。采用专题讲授、经典研读、文化体验、社会实践等多种形式，考核综合考查知识掌握与文化素养提升。	16
	大学美育	本课程旨在落实“以美育人、以文化人、以美培元”的教育理念，培养学生的审美感知、艺术表现、文化理解和创意实践能力。通过教学，使学生掌握必备的美育知识，具备1项艺术特长或爱好，提升人文素养与职业审美素养。引导学生发现美、感受美、欣赏美、创造美，实现身心和谐发展。	课程内容包括美学基础、音乐鉴赏、美术鉴赏、影视鉴赏、舞蹈鉴赏、设计美学等模块。教学采用“课前自学—课中导学—课后督学”互动模式，结合情境教学、项目化教学等方式。考核采用过程性评价与终结性评价相结合，包括课堂参与、艺术实践、作品创作等。	16
劳动教育类课程	劳动教育	本课程旨在使学生理解和形成马克思主义劳动观，树立“劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽”的观念。通过教学，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度，使学生掌握基本劳动技能，养成良好的劳动习惯，弘扬劳动精神、劳模精神、工匠精神。	课程涵盖劳动认知、劳动安全、劳动实践、工匠精神、职业素养等模块。教学采用理论讲授与实践操作相结合，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题16学时。劳动实践16学时（含实践），实践环节包括校园集体劳动、专业特色劳动、志愿服务等。考核注重过程性评价，综合考查劳动态度、劳动技能和劳动成果。	32
信息技术教育类课程	信息技术	立足中职育人方向，使学生掌握计算机基础、网络应用、常用办公软件等知识与操作技能。培养学生信息获取、处理、交流与创新能力，树立正确信息伦理与网络安全意识。引导学生规范使用信息技术，养成良好操作习惯与自主学习能力。提升数字素养与综合应用能力，适配岗位工作需求，	课程以计算机基础、办公软件、网络应用、信息安全等为核心内容，结合学习与岗位实际选取案例教学。采用专题讲授、实操训练、案例分析、小组协作等方式授课。引导学生熟练掌握操作技能，合法合规使用信息资源。考核以过程性评价为主，重点考查实操能力、信息处理能力与网络素养，强化安全意	128

		为专业学习、日常应用及未来职业发展筑牢信息化基础。	识，服务日常应用与职业岗位需求。	
	心理健康教育	本课程旨在帮助学生了解心理健康的基本知识，树立心理健康意识，掌握心理调适的基本方法。通过学习，使学生增强自我认知、情绪管理、人际交往和抗压能力，培养积极乐观、健康向上的心理品质，学会理性面对困难和挫折，促进全面发展。同时，结合高职学生特点，注重职业心理素质培育，为成为高素质技术技能人才奠定心理基础。	课程内容涵盖新生适应、自我认知、情绪调节、人际关系、恋爱心理、学习心理、压力应对、生命教育与危机干预等模块。教学采用理论讲授与体验式教学相结合的方式，通过案例分析、团体辅导、角色扮演、心理测试等方法，突出实践性和互动性。课程为公共必修课，考核采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，注重学生实际获得和心理素养提升。	64
创新创业课程	职业发展与就业指导	本课程旨在引导和帮助学生理性规划职业生涯，将专业学习与未来职业紧密结合起来，树立正确的择业观、职业观和就业观。通过教学，使学生了解职业发展的阶段特点，清晰认识自身特性、职业特性及社会环境，掌握基本的劳动力市场信息和就业政策法规；同时注重培养学生自我探索、信息搜索与管理、生涯决策、求职等技能，提高沟通、问题解决和人际交往等通用能力，增强迎接职业挑战的信心，保持健康良好的心态。	课程内容贯穿高职学习全过程，通常分四个模块实施：建立职业生涯意识、规划个人职业发展、提高就业能力、求职与职业适应指导。教学涵盖职业认知、自我探索、职业决策、简历撰写、面试技巧、就业权益保护、职场适应与心态调适等内容。教学采用理论讲授与实践训练相结合的方式，融入课程思政元素，将个人发展与国家需要、社会发展相结合。课程为公共必修课，考核采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，注重学生职业规划能力的实际提升。	32
	创新创业教育	本课程旨在培养学生创新精神、创业意识和创新创业能力，引导学生树立科学的创新创业观。通过教学，使学生了解开展创新创业活动所需的基本知识和流程，认知创新创业的基本内涵和创业活动的特殊性，掌握创新思维、创业机会识别、商业模式设计、创业资源整合、创业计划撰写等核心知识；锻炼学生创新创业思维方式，增强团队协作能力，提高综合素质和创业就业能力，主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求。	课程内容涵盖创新意识与创新思维、创业者与创业团队、创业机会识别与评估、商业模式设计、创业资源整合与融资、创业计划书撰写与路演、新企业开办与管理等模块。教学采用理论讲授与实践训练相结合的方式，通过案例分析、项目模拟、角色扮演等教学方法，引导学生完成商业计划书撰写和项目路演展示，强化应用能力和实践能力培养。课程为公共必修课或限定选修课，推行“专创融合”教学改革，将创新创业教育与专业教育有机融合，考核可采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，鼓励以赛代考、以成果代考。	32
安全教育课程	国家安全教育	本课程旨在引导学生系统掌握总体国家安全观的科学内涵、核心要义与实践要求，理解新时代我国国家安全面临的复杂形势。通过学习，使学生牢固树立国家安全意识，增强维护国家安全的责任感和使命感，掌握政治安全、经济安全、文化安全、网络安全、生态安全等重点领域的基本知识，能够运用马克思主义立场观点方法分析国家安全问题，提升辨别危害国家安全行为的能力。同时，引导学生将国家安全意识转化为自觉行动，坚定理想信念，厚植爱国情怀，争做总体国家安全观的坚定践行者。	课程内容涵盖总体国家安全观、政治安全、经济安全、军事安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全等十多个重点领域，系统讲授国家安全的内涵外延、制度体系及保障机制。教学采用理论讲授与实践体验相结合的方式，通过案例分析、小组研讨、情景模拟、专题讲座等多样化教学方法，将抽象安全知识转化为生动现实场景。课程为公共基础必修课，使用教育部马工程教材《国家安全教育大学生读本》。考核采用过程性评价与终结性评价相结合，注重考查学生运用国家安全知识分析问题的能力。	16
人工智能通识课程	人工智能应用素养	本课程旨在培养学生适应智能时代发展所需的人工智能综合素养，树立正确的数字社会价值观与伦理意识。通过教学，使学生了解人工智能的基本概念、发展历程、核心技术及产业生态，掌握主流 AI 工具（如大语言模型、智能办公工具等）在日常生活和职场场景中的应用方法，能够运用人工智	课程采用“通识素养—专业技能—行业能力”三层递进式模块化结构。基础模块涵盖人工智能概述、算法逻辑、AIGC 工具应用、数据安全与伦理规范等内容；拓展模块结合不同专业方向设置特色项目，如智能办公、智能体开发、AI 辅助设计等实践任务。采用项目式、情境式教学方法，强调“做学合一”，	32

		能思维分析和解决实际问题。同时，注重培养学生的人机协同能力和创新意识，增强在专业领域运用人工智能技术提升工作效率的实践能力，为成为“人工智能+”复合型技术技能人才奠定基础。	通过真实场景案例引导学生动手实践。考核采用过程性评价为主（如课堂任务完成、项目作品展示、AI应用报告等），注重考查学生运用人工智能解决实际问题的综合能力。	
--	--	--	---	--

2、专业课程

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

主要包括：电子商务概论、营销文案 AI 写作、网店美工、消费者行为学、智慧物流与供应链基础、习近平经济思想概论、网页设计与制作、移动电子商务。

表5 专业基础课程主要教学内容与要求

课程类型	课程名称	教学目标	教学内容及要求	思政元素	课程学时
专业基础课程	电子商务概论	使学生全面了解电子商务的基本概念、发展趋势与典型应用，掌握主要运营模式与平台流程，具备初步的电商运营与分析能力，增强职业素养与数字意识。具体包括：理解电子商务基本概念、发展历程及核心模式（B2B、B2C、C2C、O2O等）；熟悉电商平台构成与运营流程；具备分析典型电商案例和设计初步运营方案的能力；树立诚实守信、客户至上的职业意识，关注移动电商、直播电商等新业态。	系统讲授电子商务的基本概念、发展历程、主要特征及行业趋势；主流电商模式及其结构与应用场景；电商平台类型与运营流程（商品发布、在线交易、电子支付、物流配送、售后服务）；支撑电商运行的基础技术（网络通信、电子支付、物流信息系统、安全认证等）。要求学生掌握电商基础知识，能够在常见电商平台上完成基础操作，并进行案例分析与方案设计。	家国情怀、科技报国、诚实守信、客户至上、创新意识、法治观念、社会责任。	32
	营销文案 AI 写作	提升学生在数字营销、品牌传播、客户沟通等场景中的文案创作能力，掌握营销文案写作方法与技巧，并能利用AI工具辅助写作与优化。具体包括：掌握营销传播写作基本理论与规范；熟悉不同媒介（社交媒体、直播、官网等）的语言风格和表达特征；具备内容策划与文案撰写能力；培养创新思维、客户导向意识及AI协作能力。	涵盖广告文案、产品介绍、品牌故事、社交媒体文案、直播脚本、活动策划案、新闻稿、软文等典型写作任务；同时介绍AI写作工具（如ChatGPT、文心一言等）在文案生成、优化、数据分析中的应用。通过案例分析、情景模拟和实践训练，提升学生内容策划、语言组织与视觉表达配合的综合能力，为电商运营及新媒体营销岗位奠定基础。	文化自信、诚实守信、知识产权保护、职业道德、创新精神、科技伦理意识、正向价值引领。	32
	网店美工	培养学生在网店装修设计、视觉营销与图像处理方面的综合能力。掌握电商平台美工设计的基本理论和操作技能，熟悉主流电商平台页面布局规范、视觉设计趋势与用户体验设计理念，能够运用图形图像处理工具（如Photoshop等）进行网店视觉内容设计，具备页面美化、视觉表达与电商视觉营销实战能力，提升审美能力、细节意识与团队协作意识。	网店首页、店招、分类导航、商品主图、详情页、海报与活动页等常见页面与图像的设计思路与制作方法；色彩搭配、版式设计、字体运用与构图技巧；Photoshop等软件的基本工具与电商设计应用技巧。要求学生能独立完成网店视觉内容设计，具备较强的页面美化和视觉营销实战能力。	工匠精神、精益求精、审美素养、文化自信、版权意识、原创精神、团队协作。	48
	消费者行为学	帮助学生建立系统的消费者行为分析知识框架，掌握消费者的购买动机、决策过程、心理与行为特征，提升在市场调研、用户画像构建、营销策略制定等方面的应用能力。具体包括：掌握消费者行为学基本理论与分析工具；了解影响消费者决策的主要因素；能够结合市场环境分析目标客户特征	消费者行为的概念与特点；个体消费者的心理特征（动机、知觉、学习、态度等）；社会影响因素（文化、家庭、群体、生活方式等）；购买决策过程模型及影响因素；B2B与B2C消费者行为差异；数字环境下的消费者行为演化。结合电商平台、社交媒体、直播带货等场景，通过典型案例分	诚信经营、社会主义核心价值观、尊重消费者权益、数据隐私保护、科学精神、理性消费引导。	32

		与行为模式；具备消费者洞察与精准营销策略制定的基本能力，增强市场敏感度与数据分析意识。	用户数据解读与实战模拟，掌握消费者行为调研方法（问卷调查、访谈、焦点小组等）与基础数据分析技巧。		
	智慧物流与供应链基础	帮助学生系统了解现代物流与供应链管理的基本知识体系，掌握智慧物流的发展趋势、关键技术及其在电商场景中的实际应用。培养面向新零售、跨境电商等背景下的物流运营认知能力、供应链流程分析能力和初步的解决方案设计能力，强化数据思维与平台意识，提升综合职业素养与岗位适应能力。	物流与供应链的基本概念、功能模块与运作流程；智慧物流核心技术（物联网、RFID、大数据、人工智能等）在仓储、运输、配送、库存管理等环节中的应用；电商物流的特点与模式（自营、平台、第三方物流等）；订单履约流程与优化；智能仓储与智能配送技术；协同供应链平台的运行机制与典型案例（阿里巴巴、京东、顺丰、菜鸟网络等）。通过案例分析、平台模拟等教学方式，使学生掌握物流与供应链的基本运作逻辑与技术支持方式。	行业认同感、民族自豪感（智慧物流领先）、安全意识、社会责任、绿色环保理念、团队协作精神、精益管理意识	32
	习近平经济思想概论	帮助学生系统掌握习近平经济思想的核心要义、理论体系与实践要求，深刻理解新时代我国经济发展的根本遵循和行动指南。具体包括：把握习近平经济思想形成的时代背景、理论渊源和重大意义；理解以人民为中心的发展思想、新发展理念、高质量发展、供给侧结构性改革、双循环新发展格局等关键内容；能够运用该思想分析电商行业及数字经济中的现实经济问题，增强政治认同、经济思维和大局意识，提升服务国家战略的使命感和责任感。	系统讲授习近平经济思想的基本框架与主要内涵，包括坚持党对经济工作的全面领导、坚持以人民为中心的发展思想、进入新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展、深化供给侧结构性改革、统筹发展和安全、坚持正确工作策略和方法等核心内容。结合电商行业、数字经济、平台经济等具体案例，引导学生理解理论在实践中的应用。要求学生掌握基本理论，能够运用相关观点分析现实经济现象，形成正确的经济观与发展观。	政治认同、制度自信、家国情怀、使命担当、大局意识、科学思维、法治经济观念、共同富裕理念。	32
	网页设计与制作	培养学生掌握网页设计与制作的基础知识和核心技能，能够运用HTML、CSS及主流前端工具进行电商相关页面的设计与开发。具体包括：了解网页设计的基本原理与流程，掌握HTML标签与CSS样式表的常用语法与布局技巧；熟悉响应式设计 with 移动优先理念；具备电商首页、商品展示页、活动专题页等常见页面的编码实现能力；培养审美素养、逻辑思维与代码规范意识，为电商平台运营与前端开发岗位奠定技能基础。	涵盖网页设计基础（网站结构、页面构成、色彩与版式设计）、HTML语言（常用标签、表单、多媒体嵌入）、CSS样式（选择器、盒模型、浮动与定位、弹性布局与网格布局）、响应式设计（媒体查询、流式布局）、简单交互效果（JavaScript入门）以及电商典型页面（商品列表、详情页、购物车、活动页）的设计与实现。通过项目实训，使学生能独立完成符合W3C标准的静态网页制作，并具备初步的页面优化与调试能力。	工匠精神、严谨求实、创新意识、知识产权保护（开源协议）、团队协作、审美素养、科技报国、安全责任（网页安全规范）。	48
	移动电子商务	帮助学生全面了解移动电子商务的发展现状、核心技术、商业模式及运营策略，掌握移动端用户行为分析、APP/小程序运营、社交电商与直播电商等新型业态的实践技能。具体包括：理解移动电商的概念、特征及与PC端电商的差异；熟悉移动支付、LBS、二维码、小程序、短视频等关键技术与应用场景；具备移动端营销活动策划、用户增长与留存分析的基本能力；培养数据敏感度、创新思维和移动互联网商业洞察力，适应数字时代电商岗位需求。	系统讲授移动电子商务概述（发展历程、产业生态、趋势）、移动端用户行为特征与消费场景、移动电商平台（APP、小程序、微商城）的运营与管理、移动支付与安全保障、基于位置的营销（LBS）、社交电商（拼购、分销、内容社群）与直播电商（选品、脚本、互动转化）、移动营销推广（ASO、信息流广告、KOL合作）以及移动数据分析（用户画像、漏斗模型、留存率等）。结合抖音、拼多多、美团、微信小程序等典型案例，通过模拟运营和项目实践，使学生掌握移动电商的基本运营逻辑和推广方法。	创新精神、科技伦理、数据隐私保护、诚信经营、社会责任（抵制虚假宣传）、法治观念（网络安全法）、行业使命感、数字素养。	32

（2）专业核心课程

主要包括：网店运营推广、社群营销、跨境电商运营、零售门店 O2O 运营、商务数据分析与应用、智能客户服务与管理、电商直播、新媒体营销、AIGC 人工智能创作、品牌策划与管理。

表6 专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	对应的典型工作任务	教学目标	主要教学内容与要求	思政元素	课程学时
1	网店运营推广	典型工作任务为网店运营推广，工作内容主要有网店开设与视觉装修、商品信息采集与标题优化、运营数据分析与诊断、付费推广工具运用、促销活动策划与执行、客户服务与店铺日常管理、内容营销与社交引流。运用主流电商平台后台、生意参谋等数据分析工具、千牛客服系统及图文编辑软件完成工作任务。	使学生掌握主流电商平台的店铺开设、装修、商品发布、数据分析、推广策划、客户服务及内容营销等核心技能，能够独立完成网店日常运营与推广工作，有效提升店铺流量与转化率。	①掌握主流平台入驻规则、店铺装修方法及SEO优化知识。②运用数据工具分析浏览量、转化率等指标，制定运营优化策略并撰写诊断报告。③掌握直通车、钻展等推广工具操作，结合营销节点策划促销方案。④掌握客服沟通技巧与客户关系管理方法，利用内容营销与社交媒体实现引流转化。	社会主义核心价值观、遵纪守法、诚信经营、公平竞争、数据伦理意识、工匠精神（店铺视觉）、社会责任意识（避免虚假宣传）。	48
2	社群营销	典型工作任务为社群营销，工作内容主要有构建用户画像与社群定位、选择与搭建社群平台、策划与发布社群内容、设计与执行社群互动活动、管理社群成员并制定激励策略、实施社群裂变与引流、设计商业化转化路径、监测数据并评估效果。运用微信群、企业微信、内容创作工具及数据分析表格完成工作任务。	培养学生构建用户画像、选择社群平台、策划内容与活动、管理成员、分析转化数据的能力，能够独立完成社群搭建、活跃运营到商业变现的全流程管理与优化。	①理解公域与私域流量概念，掌握用户画像构建与社群定位方法。②掌握主流社群平台的搭建流程及内容运营排期策略。③运用打卡、积分、头衔等机制设计激励体系，策划裂变与引流方案。④能够分析新增人数、活跃度、转化率等指标，撰写数据报告并提出优化建议。	文化自信（传播中华优秀传统文化）、诚信守法（杜绝虚假宣传与诱导消费）、网络空间清朗、责任意识（维护健康社群生态）、团队协作精神。	32
3	跨境电商运营	典型工作任务为跨境电商运营，工作内容主要有平台入驻与后台配置、目标市场选品分析与信息编辑、国际物流方案选择与发货管理、店铺日常运营与数据监控、站内外营销推广执行、客户沟通与售后协调。运用跨境电商平台后台、选品调研工具、ERP系统及数据分析软件完成工作任务。	使学生了解跨境电商主流平台规则与运营模式，掌握选品、商品上架、国际物流、数据分析、营销推广及客户服务等核心技能，具备独立运营跨境电商店铺并实现销售增长的能力。	①掌握主流跨境平台规则及全球市场特点，能进行目标市场消费习惯分析。②运用选品工具挖掘潜力商品，掌握英文标题撰写、详情页策划与SEO优化。③理解国际物流模式（邮政、专线、海外仓），能核算运费与时效。④掌握平台广告投放策略，能够分析流量、转化率及ROI数据，撰写运营优化报告。	家国情怀（中国品牌出海与文化输出）、国际视野、民族自豪感、诚信经营与合规意识、知识产权保护、跨文化尊重。	48
4	零售门店O2O运营	典型工作任务为零售门店O2O运营，工作内容主要有O2O平台日常维护与商品管理、线上引流至门店的转化设计、线上线下联动活动策划与执行、全渠道订单履约与售后协调、运营数据监控与销售分析。运用O2O平台后台、门店POS系统、CRM系统及数据报表工具完成工作任务。	使学生掌握零售门店O2O运营的核心逻辑与实施方法，能够整合线上线下资源，策划并执行O2O营销活动，管理主流平台，提升门店客流、销售额及用户复购率。	①理解新零售背景下O2O的主要模式，掌握主流平台的入驻与运营规则。②运用LBS投放、优惠券等手段实施线上引流，设计到店转化链路。③掌握线上线下联动活动策划方法，能制定预算、排期并执行复盘。④能够分析曝光、点击、转化、复购等数据，优化商品与促销策略。⑤理解全渠道订单分配与库存同步逻辑，熟练操作门店数字化管理工具。	工匠精神（精细化运营）、团队协作、诚信经营与消费者权益保护、敬业精神、服务意识、创新精神（融合线上线下新业态）。	32

5	商务数据分析与应用	典型工作任务为商务数据分析与应用,工作内容主要有确定运营目标并搭建指标体系、采集与清洗电商多维度数据、运用工具进行可视化呈现、分析商品销售与用户行为规律、评估推广效果与运营绩效、构建用户画像与精准营销模型。运用数据采集工具、Excel、Power BI等软硬件工具完成工作任务。	培养学生采集、清洗、分析电商数据的能力,掌握Excel、Power BI等工具进行数据可视化,能够撰写数据分析报告,为运营决策提供数据支持,并构建用户画像与精准营销模型。	①理解数据分析指标体系概念,掌握数据采集与预处理方法。②掌握Excel高级功能(函数、透视表)及数据可视化图表的制作。③运用对比、聚类、相关性等分析方法,对市场、销售、客户数据进行深度挖掘。④掌握RFM、AIPL等模型进行客户分层与画像构建。⑤能够撰写完整的数据分析报告,为运营决策提供支持。	科学精神与求真务实、数据伦理与隐私保护、诚实守信(数据真实性)、责任意识(数据安全)、追求真理的严谨态度。	32
6	智能客户服务与管理	典型工作任务为智能客户服务与管理,工作内容主要有处理客户在线咨询与售后问题、配置智能客服系统实现自动化应答、分析客户反馈与行为数据以优化流程、制定客户分层管理与精准服务策略、设计标准化服务流程与质量控制规范。运用电商客服平台、智能机器人后台、CRM系统及办公软件完成工作任务。	让学生掌握电商客户服务的基本沟通技巧与智能客服系统配置方法,能够处理售前售后问题,分析客户数据,制定分层服务策略,优化服务流程,持续提升客户满意度与忠诚度。	①掌握客户服务沟通技巧与情绪安抚话术,能处理售前售后典型问题。②掌握智能客服系统的功能配置,能搭建知识库与自动应答流程。③运用CRM工具进行客户信息管理与分层,制定差异化服务策略。④掌握服务质量评估方法,能通过数据分析识别问题并优化服务流程。⑤能通过角色扮演与案例实训,提升投诉应对与应急处理能力。	工匠精神(追求服务极致)、以客户为中心的服务意识、诚信经营、人文关怀与同理心、责任意识、社会主义核心价值观(友善)。	48
7	电商直播	典型工作任务为电商直播运营,工作内容主要有策划直播营销活动与脚本、搭建直播间场景并管理后台、担任主播或助理进行带货实操、监测实时数据并进行复盘优化、运营直播间日常与粉丝社群、联动短视频内容进行引流。运用直播平台后台、直播软硬件设备、数据复盘工具及短视频制作软件完成工作任务。	培养学生策划直播方案、搭建直播间、进行直播带货、分析直播数据及粉丝运营的能力,能够胜任主播、场控、运营等岗位,有效提升直播转化率与用户黏性。	①掌握主流电商直播平台生态与选品逻辑,能撰写直播脚本与活动方案。②掌握直播间搭建流程,熟练操作商品上架、优惠券配置等后台功能。③运用FABE法则与价格锚点等话术技巧,提升直播互动与转化能力。④能够解读UV、PV、成交转化率等数据指标,撰写复盘报告并提出改进策略。⑤掌握短视频内容与直播联动的运营方法,构建私域流量承接体系。	社会主义核心价值观(文明直播)、诚信经营(不夸大宣传)、法治观念(遵守广告法与网安法)、文化自信(国货推广)、社会责任(抵制低俗内容)。	48
8	新媒体营销	典型工作任务为新媒体营销,工作内容主要有策划整合营销方案、运营企业官方账号(抖音、小红书等)、制作图文与短视频内容、投放信息流广告并监测效果、开展粉丝互动与评论管理、应对网络舆情与危机处理。运用短视频剪辑工具、图文设计软件、广告投放后台及舆情监测工具完成工作任务。	培养学生策划新媒体营销方案、运营主流平台账号、制作图文及短视频内容、投放广告、监测效果及处理舆情的能力,全面提升品牌传播效能与用户转化效果。	①掌握新媒体的传播机制与主流平台的运营逻辑及用户画像。②运用剪映、Canva等工具制作图文与短视频内容,掌握内容创意方法。③能够进行账号定位规划,制定内容排期与粉丝互动策略。④了解信息流广告投放流程与计费方式,能分析投放效果数据。⑤掌握舆情监测与危机应对的基本流程,能设计跨平台整合营销活动方案。	文化自信(讲好中国品牌故事)、创意赋能正能量、职业道德与操守、法治观念(网络安全法)、意识形态安全、诚信为本、责任意识(正确引导舆论与价值观)。	32
9	AIGC人工智能创作	AIGC人工智能创作,工作内容主要有运用ChatGPT等工具生成电商文案与直播脚本、使用Midjourney等工具制作商品主图与营销海报、利用剪映AI完成短视频与数字人内容,并对生成内容进行质量评估与优化。运用主流AIGC工具完成工作任务。	培养学生利用AIGC工具进行电商文案、图像、视频及营销创意等内容创作的能力,理解生成式AI的基本原理与主流工具(如ChatGPT、Midjourney、Stable Diffusion等)的操作方法,能够高效生成商品标题、详情页文案、营销海报、直播脚本等内容,提升内容生产效率与创	①理解生成式AI的基本概念、发展现状及在电商领域的主要应用场景。②掌握ChatGPT等文本生成工具的提示词设计技巧,能生成商品描述、营销文案与直播话术。③运用等图像生成工具制作商品主图、海报与品牌素材。④掌握剪映AI等视频创作工具,完成文案、营销海报、短视频脚本生成、自动配音与数字人播报制作。⑤了解AIGC内容的伦理规范与版权注意事	科技报国与民族自豪感(AI技术领先)、科技伦理意识、知识产权保护、创新精神、文化自信(AI赋能文化传播)、数字素养与责任担当。	32

			意水平,增强人工智能协作意识。	项,能独立完成一套电商AIGC内容方案。		
10	品牌策划与管理	典型工作任务为品牌策划与管理,工作内容主要有进行市场调研与品牌定位、设计品牌视觉识别系统(VI)、制定品牌整合传播计划、管理品牌资产与延伸策略,以及监测品牌绩效并应对危机。运用设计软件、社交媒体管理平台及数据分析工具完成工作任务。	让学生掌握品牌策划的基本理论与实施方法,能够进行品牌定位、品牌形象设计、品牌传播与推广,了解品牌资产管理、延伸策略与危机应对流程,提升在电商和新媒体环境下的品牌建设能力,为电商企业运营或自主创业提供品牌战略思维。	①理解品牌定义、构成要素与品牌资产价值,掌握品牌定位策略与差异化方法。②能够设计品牌视觉识别系统(Logo、VI、品牌调性),并将其落地于网店装修与产品包装。③掌握品牌整合传播方法,能运用线上广告、社交媒体、KOL合作等渠道制定传播计划。④能够通过客服、社群与会员体系打造品牌体验,提升用户忠诚度。⑤了解品牌危机管理流程,掌握品牌绩效评估指标(知名度、美誉度、NPS等),撰写品牌诊断报告。	文化自信(讲好中国品牌故事)、工匠精神(精益求精打磨品牌细节)、诚信经营、品牌强国战略意识、创新精神、社会责任(品牌的社会价值担当)。	32

(3) 专业拓展课程

主要包括:网络支付与安全、电子商务案例分析、电子商务法律法规、Python 程序设计基础。

表7 专业拓展课程主要教学内容与要求

课程类型	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求	思政元素	课程学时
专业拓展课程	网络支付与安全	使学生系统了解电子支付的基本原理、主流支付工具及交易流程,掌握网络支付安全风险类型与防范措施,熟悉相关法律法规与行业标准,能够识别并应对常见支付欺诈与数据泄露问题,提升安全支付意识与风险管控能力,为电商运营与金融科技等岗位提供技能支撑。	①掌握电子支付的基本概念、发展历程及主要类型(网银、第三方支付、移动支付、数字货币等)。②熟悉主流支付平台(支付宝、微信支付、银联云闪付、PayPal等)的工作原理与接入方式。③理解加密技术、数字签名、支付令牌化等安全技术原理。④能够识别钓鱼网站、身份盗用、虚假交易等常见风险,并提出防范方案。⑤了解《电子商务法》等合规要求,掌握支付纠纷处理与消费者权益保护流程。	法治观念、国家安全意识、诚信守法、责任意识、信息安全意识、消费者权益保护、社会主义核心价值观。	32
	电子商务案例分析	使学生系统掌握电子商务案例分析的逻辑框架与研究方法,能够运用PEST、SWOT、商业模式画布等分析工具,对主流电商平台、新兴业态及典型企业(如淘宝、京东、拼多多、抖音电商、SHEIN等)进行多维度剖析,洞察其商业模式、竞争战略、营销创新与运营逻辑,提升发现问题、分析问题与提出解决方案的综合能力,为电商运营、产品策划及创业实践提供经验借鉴与决策思维。	①理解案例分析的基本方法论,掌握信息搜集、数据整理与逻辑归纳的基本技能。②运用PEST、SWOT、波特五力、商业模式画布等工具,对电商企业的宏观环境、竞争格局与盈利模式进行系统分析。③选取B2B、B2C、C2C、直播电商、社交电商、跨境电商等典型业态的代表性企业,剖析其发展历程、核心优势与关键成功要素。④针对企业真实经营问题(如流量获取、用户留存、供应链优化、出海策略等),提出诊断意见与改进方案。⑤能够独立撰写规范的案例分析报告,并进行口头汇报与答辩展示。	文化自信(中国电商模式创新与出海)、家国情怀(本土标杆企业的奋斗历程)、工匠精神(精细打磨分析方案)、创新精神、法治观念(遵守商业伦理与竞争规则)、社会责任(理性评价企业行为,抵制不正之风)。	48
	电子商务法律法规	使学生全面了解电子商务领域法律法规体系,熟悉《电子商务法》、《网络安全法》、《数据安全法》、《个人信息保护法》、《广告法》、《反不正当竞争法》等核心法律的基本规定,掌握电子合同、知识产权保	①了解我国电子商务法律体系框架,理解《电子商务法》的立法宗旨、适用范围及平台经营者的法定义务。②掌握电子合同的订立、生效、履行与保存规则,熟悉电子签名与电子认证的法律效力。③理解网络环境下知识产权的保护机制,掌握商标、专利、著作权在电商场景中的侵权认定与应对方式。④熟悉《消费者权益保护法》	法治观念与依法治国意识、诚信守法经营、国家安全意识(网络与数据安全)、消费者权益保护与社会责任、公平竞争意识、	32

		护、消费者权益、网络隐私与数据合规、跨境电商监管等关键法律知识，能够识别电商经营中的常见法律风险，养成依法经营、合规管理的职业素养。	相关规定，掌握七天无理由退货、虚假宣传、欺诈三倍赔偿等消费者权益与经营者义务。⑤了解《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》中关于用户信息收集、使用、存储与跨境传输的合规要求，掌握隐私政策的制定与披露规范。⑥了解跨境电商涉及的海关、税务、外汇管理及国际条约等基本法律问题，能初步分析典型违规案例。	知识产权保护观念、社会主义核心价值观（法治、诚信、友善）。	
	Python程序设计基础	使学生了解Python编程的基本概念与应用场景，掌握基础的编程语法与数据处理方法，能够运用Python进行电商运营数据的简单处理、分析与可视化呈现，培养数据思维与技术协作意识，为后续数据分析课程及数字化运营岗位提供基础工具支撑。	①了解Python在电商数据处理中的应用场景，完成开发环境搭建，掌握变量、数据类型、列表与字典等基础语法。②学会使用pandas库读取CSV和Excel格式的运营数据，进行数据预览、筛选、排序及简单统计。③掌握matplotlib库的基本绘图方法，能将销售数据转化为柱状图、折线图或饼图进行直观呈现。④能够综合运用所学，完成一个简单的电商数据分析任务（如月度销售统计或品类排行分析），并撰写简短的数据说明报告。	科学精神与求真务实、严谨细致（编程规范与代码质量）、数据伦理与隐私保护、诚信守法（数据真实可靠）、团队协作意识、科技报国。	32

3、实践性教学环节

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验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

（1）实训

在校内通过仿真实训软件进行网店运营实训、直播营销实训、电商数据分析实训、跨境电商实训、视觉设计与拍摄实训等多种形式的实训活动。实训内容结合主流电商平台（如淘宝、京东、拼多多、TikTok 电商等）规则与实际业务流程，重点训练学生在商品选择与管理、店铺装修与优化、营销推广策划、客户服务、数据分析等方面的操作技能与职业素养。实训强调项目驱动与任务导向，突出岗位能力的培养，增强学生对电商产业链及岗位职责的认知与实践应用能力。

依托与杭州聚学电商等企业的合作，积极引入“6·18年中大促”“双11全球狂欢节”等真实电商平台大促节点，实施企业真实业务任务驱动的实训项目。例如与淘宝、京东、拼多多等电商平台商家或服务商合作，组织学生参与实际运营、客服支持、内容策划、营销推广、数据监控等工作环节，形成“项目驱动+岗位体验”的沉浸式实训模式。

通过这种“实战导向+任务驱动”的教学方式，锻炼学生的电商实操能力、数据分析能力和团队协作能力，增强其对电商行业运营节奏与营销逻辑的理解，实现课堂知识与产业实践的有效对接。

（2）实习

在福州海狮育才融浩人力资源有限公司、京东物流、顺丰物流、福建巨麦食品科技有限

公司、福州柚子皮科技有限公司、众事达（福建）信息技术股份有限公司等相关企事业单位进行实习，包括认识实习和岗位实习。专业岗位实习是本专业学生联结学校课堂学习与岗位就业创业的桥梁，是学生从学校到社会实现人生转折的一个必经阶段。岗位实习期间加强学生职业理想、职业道德、从业创业知识指导教育，按照教育部等八部门《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4号）文件精神，将本专业学生岗位实习实施管理。

1) 岗位实习管理模式

岗位实习按照校企共同制定实习计划、管理规定、评价标准，共同指导学生实习、评价学生成绩模式等开展实践教学，并由院领导、二级教学单位领导、指导教师和辅导员定期、分批、巡回各实习点探望学生，召开座谈会，了解学生实习状况，解决学生实际问题，确保实习工作顺利进行。

2) 岗位实习时间

岗位实习时间安排在第5学期至第6学期完成，共6个月。

3) 岗位实习地点

毕业生可在校外实习基地及校企合作企业实习，同时也可选择自主实习，实习单位自谋，并按规定申请。

表8 电子商务专业校外实训基地与校企合作企业

序号	公司名称	岗位实习地点	阶段
1	福建海安橡胶集团有限公司	福建省莆田市仙游县枫亭工业园区	中职
2	福建省云锦文化传媒有限公司	福建省莆田市仙游县枫亭镇蔡襄北街1999-1号	中职
3	福建永辉彩食鲜供应链有限公司	福州市仓山区金山工业区福湾工业园台屿路99号	中职
4	江苏京东信息科技有限公司	江苏省宿迁市宿豫区京东科技园	中职
5	众事达（福建）信息技术股份有限公司	鼓楼区西洪路528号空军房管局云座3号	高职
6	福建巨麦食品科技有限公司	仓山区海峡创意园坊10号楼B路口巨麦	高职
7	福州战天下电子商务有限公司	福建省福州市仓山区花溪北路16号橘园洲智能产业园C2栋508室	高职
8	福州尚客电子商务有限公司	连江县商业路1号贵安新天地百姓长廊和四栋馆尚客学府	高职
9	福州海狮育才融浩人力资源有限公司	闽侯县科技东路11号网讯智慧中心F21层	高职
10	福州柚子皮科技有限公司	福建省闽侯县上街镇创业路6号山亚国际中心主楼1208室-2	高职
11	中商红翼科技（杭州）有限公司福建分公司	鼓楼区金牛山互联网产业园云1座	高职
12	京东物流	福州闽侯县南屿镇东百物流园	高职
13	顺丰物流	长乐区江田镇垵下新村龙江路43号	高职
14	杭州聚学电子商务有限公司	浙江省杭州市钱塘区白杨街道10号大街28号3幢B1202、1213室	高职

4) 岗位实习要求

职业态度要求：爱岗敬业，工作踏实，学习能力强，树立主人翁的思想。

职业道德要求：节约、安全、文明生产。在实习过程中，要求学生始终坚持“安全第一”的理念，严格遵守企业的规章制度，服从实习老师的统一管理。

实习岗位要求：岗位实习的岗位与本专业相关的工作岗位。

考核材料要求：提交岗位实习记录、岗位实习报告、岗位实习考核表等相关材料，完成指导教师和学生岗位实习各个阶段任务，并做好岗位实习过程材料整理归档工作。

5) 岗位实习成绩评定

实践成绩可根据实习总结报告、调查报告、实习日志、实习表现等各方面进行综合评定，学生必须完成全部实习内容，方可参加毕业实践考核工作。岗位实习的成绩由企业和校内指导教师共同评定。实习成绩评定，采用分数制，实践成绩评定等级如下：优（90分以上）；良（80-89分）；中（70-79分）；及格（60-69分）；不及格（59分以下），对违反实践管理规定者，学院将根据相关文件进行处理。

4、毕业设计要求

毕业设计是电子商务专业实务性应用研究中的一门重要开放式、必修课程。主要通过项目策划、市场调研、平台运营、营销实践、数据分析与成果展示等过程，培养学生系统掌握电子商务专业的基础理论知识与核心实践技能，提升其在真实工作场景中将知识与技能整合应用的能力。通过毕业设计的训练，有效促进学生学习能力的提高，增强团队协作意识与职业责任感，锤炼独立思考与创新意识，提升逻辑分析与问题解决能力、数字化运营与项目执行能力，并进一步增强其电商平台实战操作与市场响应能力。

毕业设计不仅为学生提供了将课堂知识转化为职业能力的实践平台，也是提升综合素质、实现自我能力跃迁的重要环节。为切实落实毕业设计“以学生为中心、以能力为导向”的教学理念，突出关键能力培养，本课程安排在第10学期实施，共计4学分。学生可根据自身职业发展方向或个人兴趣，选择一个具有现实意义或发展潜力的专题项目，在专业教师或企业导师的指导下，围绕电商运营策划、新媒体营销实战、跨境电商方案、电商直播实践、消费者数据研究、数字商品设计开发等内容，开展基于实际应用的毕业设计。设计成果形式多样，可包括专题作品、项目方案、调查研究报告、系统原型或创业策划书等，鼓励通过小组协作完成具有创新性或可落地改良价值的项目任务，强化“学以致用、知行合一”的专业教学理念。

(1) 毕业设计课程内容及要求

毕业设计主要来源于本专业相关企业岗位内容，也可来自专业课程教学中的某个模块，或学生与教师共同商定的其他领域内容。毕业设计通过小组合作完成，由3-5人为一组完成毕业设计。

毕业设计课程包括专题作品、项目方案、调查研究报告、系统原型或创业策划书等，鼓励通过小组协作完成具有创新性或可落地改良价值的项目任务。毕业设计课程综合考虑职业岗位专业知识技能和职业核心能力教育教学需要，编制出具有可行性的课程实施计划。

（2）课程组织实施

1) 在专业建设指导委员会的指导下，专、兼教师组成毕业设计课程项目小组提供毕业设计题目，学生依据职业发展需要或个人兴趣选取一个毕业设计进行制作，一个毕业设计由3—5人完成。

2) 原则上每位教师指导毕业设计组数不超过5组。

3) 在毕业设计实施前，开设专题讲座，详细介绍各专题方向的发展现状，需要学习的知识和技术。通过各专题讲座，让学生了解什么是关键能力，如何培养提高关键能力，使学生明确毕业设计学习目标。

4) 选题流程。设计专题指导教师公示题目，学生自主选题并组队，经系批准后开展专题制作，在毕业设计运作过程中，若更换题目或指导教师的可按学院规定的程序进行。

5) 在毕业设计实施过程中，指导教师以观察者、顾问、支持者的身份开展教学，通过引导、提醒、暗示、解答、鼓励、表扬等办法帮助学生开展毕业设计制作，记录学生各个关键技能的具体表现。

（3）考核办法

学生毕业设计是一次综合性的实习，是理论联系实际，巩固和扩大应用知识范围，综合运用所学知识解决实际问题的重要实践性教学环节。通过毕业设计培养学生综合运用所学知识进行分析问题和解决问题的实际动手能力和创新能力，强化实际工作的知识技能训练，使学生掌握必备的从事电子商务工作的基本理论知识和基本实践操作技能。通过毕业设计，探索实践教学与“产、学、研”一体化相结合的新途径、新办法、新模式，以提高人才培养的质量。

毕业设计的制作要结合岗位实习的工作内容，收集资料，以3-5人为一个小组，完成本专业课题研究，撰写完成毕业设计（专题作品、项目方案、调查研究报告、系统原型或创业策划书等）。毕业设计要求字数达4000字以上，应该内容充实，论据充分、数据可靠，论证有力，逻辑性强，结构合理，层次清楚，重点突出，文字简练、通顺，图文编排得当。

5、相关要求

电子商务专业应充分发挥思政课程和各类课程的育人功能。发挥思政课程政治引领和价值引领作用，在思政课程中有机融入党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史等相关内容；结合实际落实课程思政，推进全员、全过程、全方位育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。应开设安全教育（含典型案例事故分析）、社会责任、绿色环保、新一代信息技术、数字经济、现代管理、创新创业教育等方面的拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入课程教学中；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

（三）学时安排

总学时 4816 学时，每 16~18 学时折算 1 学分，其中，公共基础课总学时占总学时的 40.86%。实践性教学学时占总学时的 50.33%，其中，实习时间累计一般为 6 个月，可根据实际情况集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程的学时累计占总学时的 10.63%。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按 1 周为 1 学分。岗位实习 6 个月，共计 624 学时，安排在第五、六学期。专业学时比例结构如下表所示。（详细学分、学时分布见附录相关表格）

表 9 电子商务专业专业学时比例结构总表

总学时	总学分	公共基础课程 学时占比%	选修课程学时占 比%	实践性教学学时占比%
4816	272	学时：1968	学时：512	学时：2424
		占比：40.86%	占比：10.63%	占比：50.33%

注：公共基础课总学时一般不少于总学时的30%，实践性教学学时原则上不少于总学时的50%，各类选修课程的学时累计不少于总学时的10%。

九、师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设电子商务专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。整合校内外优质人才资源，聘请4位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，建立定期开展专业教研机制。

1. 队伍结构

为满足教学工作的需要，本专业生师比18: 1。“双师型”教师占专业课教师数比例83%，高级职称专任教师的比例20.8%，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。

2. 专业带头人

专业带头人欧志亮，副教授/高级电子商务师，双师型教师，国家职业技能鉴定考评员，电子商务中级职业技能等级考证培训讲师，21年教学经验，主讲《信息技术》、《电子商务数据库技术》、《商务数据分析与应用》等核心课程。省级职业教育在线精品课程《网店运营推广》项目负责人，主持省级科研与教研课题3项、校级课题1项，公开发表学术论文12篇，课题论文分获2017年、2022年福建省职业教育优秀论文一等奖、二等奖；教学课件荣获第12届全国多媒体课件大赛高职组三等奖，具备扎实的教学研究能力与丰富的专业建设实践经验，在学院电子商务专业改革发展中切实发挥引领作用。

3. 专任教师

本专业教师应具有高校教师资格，拥有电子商务、计算机科学与技术、多媒体技术、市场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；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10 专任教师名单

序号	姓名	职务/职称	学历/学位	专业方向	双师型 (是/否)	阶段
1	郑国航	专业负责人/高级讲师	研究生/硕士	工商管理	是	中职
2	黄清新	高级讲师	本科/学士	会计学	是	中职
3	黄建华	高级讲师	本科/学士	经济学	是	中职
4	詹玉洪	高级讲师	研究生/硕士	计算机应用	是	中职
5	陈梅花	专任教师/讲师	本科/学士	电子商务	否	中职
6	吴丽娟	专任教师/讲师	本科/硕士	市场营销	是	中职
7	叶新鑫	专任教师/讲师	本科/学士	计算机科学与技术	否	中职
8	黄雪凡	专任教师/助理讲师	本科/学士	电子商务	否	中职
9	李意豪	专任教师/助理讲师	本科/学士	国际经济与贸易	是	中职
10	王懿	专任教师/高级讲师	本科/学士	电子商务	否	中职
11	欧志亮	专业负责人/副教授	本科/学士	计算机科学与技术	是	高职
12	郭玉星	专任教师/讲师	本科/学士	电子商务	是	高职
13	陈晓芳	专任教师/讲师	本科/学士	电子商务	是	高职
14	薛佳敏	专任教师/讲师	本科/学士	多媒体技术	是	高职
15	江桢颖	专任教师/助教	研究生/硕士	电子商务	是	高职
16	林添钰	专任教师/助教	本科/学士	电子商务	是	高职

17	刘婕	专任教师/讲师	本科/学士	电子商务	否	高职
18	叶祖煌	专任教师/讲师	本科/学士	电子商务	是	高职
19	林晨育	专任教师/讲师	本科/学士	电子商务	是	高职
20	刘宇豪	专任教师/讲师	本科/学士	电子商务	是	高职
21	王梅秀	专任教师/副教授	研究生/硕士	电子商务	是	高职
22	林琮	专任教师/讲师	本科/学士	电子商务	是	高职
23	许夏香	专任教师/讲师	研究生/硕士	电子商务	是	高职
24	李华芬	专任教师/讲师	本科/学士	电子商务	是	高职
25	徐玉明	专任教师/讲师	研究生/硕士	电子商务	是	高职
26	王晓铮	专任教师/讲师	本科/学士	电子商务	是	高职
27	章虹兰	专任教师/副教授	本科/学士	电子商务	是	高职
28	韦沁余	专任教师/讲师	研究生/硕士	电子商务	是	高职
29	郑家正	专任教师/讲师	本科/学士	电子商务	是	高职
30	蓝洁	专任教师/讲师	研究生/硕士	电子商务	是	高职
31	李海桥	专任教师/讲师	本科/学士	电子商务	是	高职

4.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，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11 兼职教师名单

序号	姓名	职务/职称	学历/学位	专业方向	担任课程
1	张彬	行业导师/高级电子商务师	本科/学士	电子商务	电子商务概论
2	张楚怡	行业导师/高级工程师	研究生/硕士	电子商务	市场营销
3	李梅	行业导师/中级经济师	本科/学士	电子商务	新媒体营销
4	刘小清	海狮育才中心副总裁/高级电子商务师	本科/学士	电子商务	跨境电子商务

十、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、实验室、实训室和实习实训基地。

1. 专业教室基本要求

多媒体教室共 10 间（含中职校 4 间），教室包括普通教室和专业教室，均配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备或触控一体机、互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，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

校内建有可支撑实践教学计划所必需的各类实训基地，包括电商直播实训室、跨境电商实训室、电子商务综合实训室、电商创新实训室。实训设备和实训场地能满足实践教学计划基本要求，能完成人才培养方案中相应教学项目课程的训练及能力的培养。生均仪器设备总值不低于 0.4 万元/生。根据电子商务专业具体实训、实习等要求，校外建有匹配对应实训项目和实习的实训基地。

表12 电子商务专业实训室基本配置和支撑实训项目一览表（含中职）

实训室名称		电子商务实训室（中职）	基本面积要求	150
支撑实训项目		电子商务实训、移动电商实训、电商创业实训		
序号	核心设备和工具		基本数量要求	备注
1	移动电商实战系统		1	
2	数字化教学考试系统		1	
3	创业综合实操系统		1	
4	创新创业通识教育		1	
5	创业特训营		1	
6	电商项目创业孵化		1	
7	主机		1	
	计算机		60	
	交换机		4	
	投影仪		1	

实训室名称		创客空间实训室（中职）	基本面积要求	70
支撑实训项目		电子商务实训、电商创业实训		
序号	核心设备和工具		基本数量要求	备注
1	创客教育平台		1	
2	创客课程资源		1	
3	主机		1	
4	计算机		30	
5	交换机		4	
6	投影仪		1	

实训室名称	电商直播实训室（631、632）	基本面积要求	
支撑实训项目	抖音直播		
序号	核心设备和工具	基本数量要求	备注
1	直播大屏	2	
2	电脑主机	2	
3	收音设备	4	
4	补光灯	4	
5	话筒	4	充电
6	绿幕	2	
7	空调	2	

实训室名称	跨境电商实训室（527）	基本面积要求	
支撑实训项目	跨境电子商务、智能客服、网店运营推广		
序号	核心设备和工具	基本数量要求	备注
1	电脑	62	
2	网络交换机	2	
3	教学一体机	1	

实训室名称	非遗文创内容创作中心（528）	基本面积要求	
支撑实训项目	网店美工、电商直播		
序号	核心设备和工具	基本数量要求	备注
1	电脑主机	1	
2	补光灯	2	
3	打印机	1	
4	会议圆桌+沙发	2（套）	
5	文创产品陈列架	3	
6	非遗文创手工物品	70	

实训室名称	电商综合实训室（425、427）	基本面积要求	
支撑实训项目	网店美工、商务数据分析与应用、数据库技术		
序号	核心设备和工具	基本数量要求	备注
1	电脑显示器	40	
2	网络交换机	2	

3	电脑主机	40	
---	------	----	--

实训室名称		电商创新实训室（525）	基本面积要求	
支撑实训项目		智能客服、社群营销		
序号	核心设备和工具		基本数量要求	备注
1	桌子		6	
2	空调		2	
3	教学一体机		1	

表13 校外实训基地一览表

序号	实训基地名称	实训项目	实训时间 (含学期及时限)	实训人数
1	众事达(福建)信息技术股份有限公司	实习+精英串讲	第5学期	60
2	福建巨麦食品科技有限公司	实习	第6学期	20
3	福州柚子皮科技有限公司	实习	第6学期	10
4	福州尚客电子商务有限公司	实习	第6学期	20
5	福州海狮育才融浩人力资源有限公司	实习+订单班	第5~6学期	50
6	京东	实习+“双十一”、双十二、618	第3~6学期	50
7	顺丰	实习+“双十一”、双十二、618	第3~6学期	50
8	杭州聚学电商	实习+“双十一”、双十二、618	第3~6学期	150
9	中商红翼	实习+“双十一”、双十二、618	第3~6学期	50

3. 实习场所基本要求

本专业实习场所符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等文件要求，根据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作为实习基地，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，实习基地提供网店运营、新媒体营销、跨境电商、电商直播、客户服务、平台数据分析、内容策划、仓储与物流管理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，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。

（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. 教材选用与建设基本要求

教材建设：根据教育部《关于深化职业教育教学关键要素改革的意见》（教职成〔2026〕1号）要求，本专业在教材开发环节建立“三主编”协同机制，由企业技术专家、学校专业带头人、行业权威专家共同担任主编，对教材建设总设计、总把关、总负责。（根据专业情况补充）开发基于工作过程的新形态教材。专业建设团队根据专业建设指导委员会的建议，针对电子商务专业各门课程教学内容的选取，组织专业教师到企业进行课程调研，进一步开展与推动以工作过程为导向的教学改革和课程建设，并组织开发编写基于工作过程的课程教学改革教材、新型活页式与工作手册式教材等。

教材选用：根据《职业院校教材管理办法》（教材〔2019〕3号）和《福州黎明职业技术学院教材管理办法》等文件要求，选用优秀的国家规划教材、高职高专规划教材。意识形态课程、哲学社会科学课程、国家安全教育读本、思想政治理论课教材必须使用国家统编教材。专业核心课程和公共基础课程教材原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用。国家和省级规划目录中没有的教材，可在职业院校教材信息库选用。教材选用后报学院教材选用委员会审核及教材审核委员会审定。

教学资源共享与利用：在课程教学资源的选择上，除了课程教师自主开发专业课程教学资源外，依托国家智慧教育公共服务平台、国家职业教育专业教学资源库、职业教育国家精品在线课程等选用国家资源共享课程教学资源，拓展学生知识面，提高教学效率。

2. 图书文献配备基本要求

配备图书文献 80 万册，能满足本专业人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：电子商务基础理论、平台运营实务、数据分析、电商法务、跨境电商、网络营销、客户管理、视觉设计、电商物流、创新创业等相关的图书文献。

此外，图书馆还配备有 CNKI 中国知网、万方数据库、超星电子图书、维普资讯等多个数字资源平台，能够为教师和学生提供丰富的电子商务相关研究论文、行业报告、案例分析、技术文档、培训资料等在线资源，满足教学科研及项目开发需要。图书馆每年根据专业发展

方向和教学科研实际需求不断更新文献资源，保障电子商务专业课程教学与人才培养工作的顺利开展。

3. 教学资源共享与利用

在课程教学资源的选择上，除了课程教师自主开发专业课程教学资源外，依托国家智慧教育公共服务平台、国家职业教育专业教学资源库、职业教育国家精品在线课程等选用国家资源共享课程教学资源，拓展学生知识面，提高教学效果。

4. 数字教学资源配置基本要求

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，满足教学需求。充分利用国家职业教育智慧教育平台等优质资源，推动以数字化和人工智能赋能教学，实现线上线下混合式教学，满足学生自主学习和个性化发展需求。

十一、教学方法和学习评价

（一） 教学方法

本专业坚持“以学生为中心、以能力为本位、以就业为导向”，积极推行项目教学、案例教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广线上线下混合式教学、理实一体教学等新型教学模式，推动课堂教学革命。加强课堂管理，规范教学秩序，打造优质课堂。

结合电子商务行业岗位需求与职业技能标准，采用“岗、课、赛、证”融合的教学模式改革，具体包括：

1）任务驱动教学：以真实电商岗位典型工作任务（如网店开设、商品上架、直播策划、客户服务等）为驱动，学生在完成任务过程中掌握知识与技能。

2）项目导向（引领）教学：引入企业真实项目或模拟创业项目，如“双 11 促销方案策划”“跨境电商店铺运营”“品牌新媒体账号运营”等，学生以团队形式完成市场调研、方案设计、执行与复盘，提升综合职业能力。

3）案例教学：选取淘宝、京东、抖音等平台的成功或失败典型案例（如完美日记的私域运营、东方甄选直播转型），引导学生分析、讨论、总结，培养解决实际问题的能力。

4）作品案例教学：展示往届学生优秀作品或企业真实案例（如详情页设计、直播脚本、数据分析报告），学生参照、模仿、改进，形成个人或团队作品集。

5) 启发式与探究式教学：围绕电商行业热点问题（如“如何提升直播间转化率”），引导学生自主查阅资料、设计实验、验证假设，培养创新思维与探究能力。

6) 讨论式与参与式教学：针对运营策略、营销方案等开放性问题组织小组辩论、头脑风暴、角色扮演（如主播、运营、客服），激发学生主动参与。

7) 演示法与实操法：教师演示软件操作（如生意参谋数据分析、Photoshop 美工、剪映视频剪辑），学生同步上机实操，实现“做中学、学中做”。

8) 线上线下混合式教学：依托智慧树、超星、职教云等平台，建设在线课程资源（微课、虚拟仿真、案例库），学生课前线上自学，课中线下重点突破与实操，课后线上巩固拓展，实现个性化学习。

9) 理实一体教学：在电商实训中心、直播实训室、跨境电商仿真平台等场所开展教学，理论与实践融合，缩短学校与岗位的距离。

10) 以赛促学、以证促教：组织学生参加“电子商务技能大赛”、“互联网+国际贸易”、“直播电商大赛”等技能竞赛，将竞赛标准、内容融入日常教学；鼓励学生考取电子商务师、全媒体运营师、跨境电商运营管理专项证书等证书，实现课程内容与职业标准对接。

通过上述多元化教学方法，有效激发学生学习兴趣，提升岗位适应能力、创新创业能力和可持续发展能力，培养高素质技术技能型电商人才。

（二）学习评价

评价采用笔试、实践技能考核、项目实施技能考核、岗位绩效考核、职业技能等级、技能竞赛等多种考核方式，根据课程的不同，采用其中一种或多种考核相结合的方式进行多元评价。

笔试：适用于理论性比较强的课程，特别是基础课程，由专业教师组织考核。

实践技能考核：适用于实践性比较强的课程。技能考核根据岗位技能要求，确定其相应的主要技能考核项目，由专任、兼职教师共同组织考核。

岗位绩效考核：在企业中开设的课程与实践，由企业与企业进行共同考核，企业考核主要以企业对学生的岗位工作执行情况进行绩效考核。

创新创业实践类：通过课堂教学、课后实践、实地考察、校外交流等方式，提高学生创新意识和解决问题的能力，培养其创造性和创业眼界。

职业技能等级（以证代考）：本专业还引入了职业资格鉴定来评价学生的职业能力，学

生参加职业资格认证考核，获得的认证作为学生评价依据。

技能竞赛（以赛代考）：积极参加国家、省各有关部门及学院组织的各项专业技能竞赛，以竞赛所取得的成绩作为学生评价依据。

十二、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

本专业五年一贯制人才培养遵循“分段培养、贯通衔接、循序渐进、岗课融通”的育人原则。前三年中职阶段以夯实文化基础、培育职业素养、掌握专业基础理论与基本技能为核心，重点培养学生良好学习习惯、规范职业行为和基础实操能力，为高职阶段专业深度学习奠定扎实根基；后两年高职阶段立足岗位职业能力需求，深化专业核心技能、综合实践能力与创新服务能力培养，提升学生岗位适配度、问题解决能力与可持续发展能力。

1.教学质量监控机制

学校和系部建立了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，健全综合评价，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.教学管理运行机制

学校和系部完善了教学管理机制，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.专业教研组织建设

专业教研组织建立线上线下相结合的集中备课制度，每学期至少召开4次专业教学研讨会议，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，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.毕业生跟踪反馈与社会评价机制

学校建立了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，定期分析人才培养目标的达成情况。

（二）毕业条件

1. 毕业要求

根据电子商务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，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

表 14 毕业要求表

序号	毕业要求	具体标准
1	学分要求	毕业总学分272学分，各模块学分按要求修满。
2	体育要求	大学生体质健康测试合格，由学院体育教研室认定。
3	素质教育要求	素质发展和素质测评成绩满足学院规定。
4	转轨考核要求	学生转轨考试成绩合格

2. 学分置换

为培养学生实践能力和创新精神，教育学生树立自主学习、终身学习理念，提升学生职业素养、交流沟通和团队协作能力、就业能力和创业能力，落实“岗课赛证”综合育人要求，鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得与本专业相关的职业技能等级证书，并开展各项科学研究，参加各项专业技能竞赛和创新创业大赛活动。所取得的竞赛成绩和相关技能等级证书等，可按照《福州黎明职业技术学院学生学习成果认定与学分置换实施办法》及职业教育国家学分银行相关规定进行学分置换。学分认定和课程置换表如下：

表 15 学分认定及课程转换表

成果形式	认定标准	提交材料	可置换课程	最高学分
退伍军人证	退役证原件、复印件、相关佐证材料	退伍军人相关材料	军事类课程 体育类课程 岗位实习	—
计算机等级证书	一级考试合格	等级证书	信息技术	3
英语等级证书	全国英语等级考试四、六级成绩合格	等级证书	高职英语	8
职业技能等级	全媒体运营师（三级）	职业技能等级证书	新媒体营销	2-4
	跨境电商运营管理专项证书		跨境电商运营	
	电子商务师（三级）		网店运营推广、智能客户服务与	

成果形式	认定标准	提交材料	可置换课程	最高学分
证书			管理	
省级职业技能测试合格证明	测试成绩合格，符合闽教职成〔2026〕2号要求	测试成绩单或合格证明	作为毕业资格认定依据；如需置换课程，须经专业教学指导委员会认定	视具体课程而定
创新创业项目	国家级项目立项或获奖	立项或获奖文件、证书	创新创业类 课程	2
	省部级项目立项或获奖			
	地市级项目立项或获奖			
职业技能竞赛	国家级	获奖证书	根据考试科目覆盖的知识和技能，置换对应的课程（国家级3门课程，省级2门课程，市级1门课程）	6-10
	省部级			4-6
	地市级			2-4
体育竞赛	省级一级运动员、二级运动员、三级运动员、学生本人参加体育比赛获得前三名（市级以上）	证书获奖文件及证书	体育课程	7
自主创业	学生自主创业，取得营业执照并经营一年以上	营业执照、经营佐证材料	岗位实习、创新创业就业课程	-

注：1. 参照《福州黎明职业技术学院学生学习成果认定与学分置换实施办法》中的规定执行。

2. 凡符合学分认定与转换条件的学生，可在每学期开学后四周内向所在二级学院提出书面申请，提供相关证明材料，由系部初审后统一交教务处审核认定。

十三、继续专业学习深造

本专业毕业生要树立终身学习的理念，这是可持续发展获取持久的动力和源泉。根据本专业毕业生未来从事的职业岗位的特点，结合学生自身情况，可以选择继续学习的途径有自学、求学两种。

自学方式针对性强，能达到学以致用。求学方式可通过短期培训班（主要针对特定岗位的职业需求而言），以提升专业技能水平；或继续升学接受继续教育的模式，以提升学历层次。

（一）专业技能的继续学习的渠道

本专业坚持贯彻省、市人社及教育主管部门相关文件精神，检查理论与实践结合，强化实际操作技能训练和职业素质的培养，提升毕业生就业能力，拓宽就业通道。在校期间会组

织电子商务师、全媒体运营师、跨境电子商务等相关职业技能鉴定以及人工智能应用赋能等方面的技能培训。同时也鼓励学生在校期间考取各类技能证书。

（二）提高层次教育的专业面向

本专业毕业生为了提高个人学历层次，可在毕业后参加专升本、自学考试、网络远程教育等相关途径，获得更高层次的教育机会，更高学历层次的专业面向主要有：

1. 专升本：“专升本”是指从专科（大专）层次升入本科层次学习的升学途径。面向全日制普通高校的应届专科毕业生，通过省级统一考试录取后，进入本科院校继续学习两年（部分专业三年），毕业后获得全日制本科学历。

2. 自学考试：高等教育自学考试是对自学者进行以学历考试为主的高等教育国家考试。

3. 网络远程教育：网络远程教育是成人高等教育的一种形式，由教育部批准的试点高校举办。

十四、附录

（一）教学环节时间分配表

学期	理论教学和课程实训	专项实训 (学科实训)	综合实训 (岗位实习等)	入学教育和军训	考试	机动	合计
1	14	0	0	2	1	3	20
2	16	0	0	0	1	3	20
3	16	0	0	0	1	3	20
4	16	0	0	0	1	3	20
5	12	0	6	0	0	2	20
6	0	0	18	0	0	2	20
7	16	0	0	3	1	0	20
8	16	0	0	0	1	3	20
9	6	0	12	0	0	2	20
10	0	0	18	0	0	2	20
合计	112	0	54	5	6	23	200

（二）理论与实践教学学时、学分分配表

电子商务专业理论与实践教学学时、学分分配表

内 容		学分	总学时	理论学时	实践学时			占总学时 比例
					课程实训	专项实训	综合实训	
公共基础课程	思政课程	18	304	304	0	0	0	6.31%
	通识必修课程	91	1600	1076	524	0	0	33.22%
	通识选修课程	4	64	48	16	0	0	1.33%
专业课程	专业基础课程	34	560	308	252	0	0	11.63%
	专业核心课程	55	868	348	520	0	0	18.02%
	专业拓展课程	8	128	84	44	0	0	2.66%
实践性教学 环节	实践性教学	34	844	16		48	780	17.52%
职业能力课程 (限选))	职业能力模块	26	416	176	240	0	0	8.64%
素质拓展课程 (选修)	素质拓展课程	2	32	32	0	0	0	0.66%
合 计		272	4816	2392	1596	48	780	100.00%
			100%	49.67%	50.33%			

(三) 教学进程表

性质		序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	总学时	学时分配				学期基准学时										课程性质	核心课程
								理论教学	课程实训	专项实训	综合实训	一		二		三		四		五			
					上							下	上	下	上	下	上	下	上	下	S/C		
					教学周数(包含专项、综合实训及考试周)										(考试课/考查课)								
					20							20	20	20		20	20	20	20	20	20		
公共基础课程	思政课程	1	中国特色社会主义		A	2	36	36				36									C		
		2	心理健康与职业生涯		A	2	36	36					36								C		
		3	哲学与人生		A	2	36	36						36							C		
		4	职业道德与法律		A	2	36	36							36						C		
		5	思想道德与法治	202400001	A	3	48	48									48				S		
		6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	202400002	A	2	32	32										32			S		
		7	习近平新时代中国特色社会主义思想	20220910	A	3	48	48										48			S		

性质		序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	总学时	学时分配				学期基准学时										课程性质	核心课程	
					A/ B/ C			理论教学	课程实训	专项实训	综合实训	一		二		三		四		五		S/C		
												上	下	上	下	上	下	上	下	上	下			
												教学周数(包含专项、综合实训及考试周)												(考试课/考查课)
												20	20	20	20	20	20	20	20	20	20			
通识必修课程			思想概论																					
	8		形势与政策	800011	A	1	16	16									8	8			C			
	9		党史	20210904	B	1	16	16									16				C			
	小计					18	304	304				36	36	36	36			72	88					
	10		体育与健康		B	16	256	32	224			32	32	32	32	32	32	32			C			
	11		心理健康教育		B	4	64	48	16			16	16	16	16						C			
	12		语文		A	12	216	216				36	36	36	36	36	36				S			
	13		数学		A	12	216	216				36	36	36	36	36	36				S			
	14		英语		A	18	288	288				48	48	48	48	48	48				S			
	15		公共艺术		B	2	36	24	12			18	18								C			
	16		职业发展与就业指导	20220905	B	2	32	24	8									16	16			C		

性质		序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	总学时	学时分配				学期基准学时										课程性质	核心课程	
					A/ B/ C			理论教学	课程实训	专项实训	综合实训	一		二		三		四		五		S/C		
												上	下	上	下	上	下	上	下	上	下			
												教学周数(包含专项、综合实训及考试周)												(考试课/考查课)
												20	20	20	20	20	20	20	20	20	20			
	17	创新创业教育	20210204	B	2	32	16	16									32				C			
	18	大学美育概论	20220901	B	1	16	12	4									16				C			
	19	中华优秀传统文化	20220143	B	1	16	12	4										16			C			
	20	军事理论	1900057	A	2	36	36										36				C			
	21	军事技能	20221201	C	2	112		112									112				C			
	22	劳动教育	20230101 1	B	2	32	16	16									16	16			C			
	23	爱的教育	校本特色课程，课程结合《思想道德与法治》教学内容，贯穿于思想政治理论课教学全过程。																					
	24	国家安全教育	20041001	A	1	16	16										8	8			C			
	25	人工智能应用素养		B	2	32	16	16					16	16							C			

性质		序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	总学时	学时分配				学期基准学时										课程性质	核心课程	
								理论教学	课程实训	专项实训	综合实训	一		二		三		四		五		S/C		
					上							下	上	下	上	下	上	下	上	下	(考试课/ 考查课)			
					教学周数(包含专项、综合实训及考试周)																			
					20							20	20	20	20	20	20	20	20	20				
		26	历史		A	4	72	72				36	36									S		
		29	信息技术		B	8	128	32	96				64	64									S	
		小计				91	1600	1076	524			286	286	184	184	152	152	268	88					
	通识选修课程	30	大学语文（限选）	22030101	A	2	32	32										32				S		
		31	生命、健康教育类		B	1	16	8	8								16					C		
		32	美育类		B	1	16	8	8									16				C		
		小计				4	64	48	16								16	48						
专业课程	专业基础	33	电子商务基础		A	4	64	24	40			64									S			
		34	商务礼仪		B	4	64	24	40			64									C			
		35	市场营销		B	4	64	24	40				64								S			

性质		序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	总学时	学时分配				学期基准学时										课程性质	核心课程	
					A/ B/ C			理论教学	课程实训	专项实训	综合实训	一		二		三		四		五		S/C		
												上	下	上	下	上	下	上	下	上	下			
												教学周数(包含专项、综合实训及考试周)												(考试课/ 考查课)
												20	20	20	20	20	20	20	20	20	20			
课程	36	电子商务概论	26070301	A	2	32	32	0							32							S		
	37	营销文案 AI 写作	26070302	B	2	32	24	8							32							C		
	38	网店美工	26070303	B	3	48	24	24							48							S	★	
	39	消费者行为学	26070304	B	2	32	32	0							32							C		
	40	智慧物流与供应链基础	26070305	B	2	32	24	8									32					C		
	41	AIGC 人工智能创作	26070324	B	2	32	20	12										32				C		
	42	品牌策划与管理	26070325	B	2	32	32	0										32				C		
	43	习近平经济思想概论	26070306	B	2	32	20	12										32				S	★	
	44	网页设计与制作	26070307	B	3	48	20	28								48						C		
	45	移动电子商务	26070309	B	2	32	24	8									32					S	★	
	小计					34	560	308	252					128	64			144	128	64	32			

性质		序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	总学时	学时分配				学期基准学时										课程性质	核心课程
					A/ B/ C			理论教学	课程实训	专项实训	综合实训	一		二		三		四		五		S/C	
												上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	(考试课/ 考查课)	
												教学周数(包含专项、综合实训及考试周)											
												20	20	20	20	20	20	20	20	20	20		
专业核心课程	46	产品摄影与后期处理		B	7	108	20	88					108								C		
	47	智慧商务		B	4	64	24	40						64							C		
	48	网络营销		B	5	72	24	48						72							C		
	49	电子商务网络技术		B	4	64	24	40						64							C		
	50	微电影拍摄与制作		B	4	64	24	40							64						C		
	51	市场调研与分析		B	4	64	24	40				64									S		
	52	SEO 搜索引擎优化		B	4	64	24	40					64								S		
	53	电子商务心理学		B	4	64	24	40						64							C		
	54	社群营销	26070311	B	2	32	16	16								32					S	★	
	55	网店运营推广	26070310	B	3	48	20	28								48					S	★	

性质		序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	总学时	学时分配				学期基准学时										课程性质	核心课程
								理论教学	课程实训	专项实训	综合实训	一		二		三		四		五			
					上							下	上	下	上	下	上	下	上	下			
					教学周数(包含专项、综合实训及考试周)										S/C	(考试课/考查课)							
					20							20	20	20			20	20	20	20	20	20	
专业拓展课	56	跨境电商运营	26070312	B	3	48	28	20								48				S	★		
	57	零售门店 O2O运营	26070313	C	2	32	16	16								32				S	★		
	58	商务数据分析与应用	26070314	B	2	32	16	16								32				S	★		
	59	智能客户服务与管理	26070315	B	2	32	20	12								32				S	★		
	60	电商直播	26070316	C	3	48	28	20								48				S	★		
	61	新媒体营销	26070317	C	2	32	16	16								32				S	★		
	小计				55	868	348	520				64	172	200	64	144	80	144					
	62	网络支付与安全	26070323	B	2	32	16	16							32					C			
	63	电子商务案例分析	26070327	B	2	48	20	28							48					C			
	64	电子商务法律法	26070328	B	2	32	16	16							32					C			

性质		序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	总学时	学时分配				学期基准学时										课程性质	核心课程
					A/ B/ C			理论教学	课程实训	专项实训	综合实训	一		二		三		四		五		S/C	
												上	下	上	下	上	下	上	下	上	下		
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20														
	程 (含 选 修)		规																				
		65	Python 程序设计基础	26070326	B	2	32	16	16								32			C			
		小计				8	128	84	44						32		96						
实践性教学环节		66	专周（生产性）实训	26070320	C	4	64	16		48							64			C			
		67	实物专题（毕业设计）		C	4	104				104							104		C			
		68	岗位实习		C	24	624				624							156	468	C			
		69	项目综合实训		B	2	52				52							52		C			
		小计				34	844	16		48	780						64	312	468				
职业	职业	70	跨境电商物流		B	4	64	24	40						64					C			
		71	农产品电商运营		B	4	64	24	40							64					C		

性质		序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	总学时	学时分配				学期基准学时										课程性质	核心课程	
					A/ B/ C			理论教学	课程实训	专项实训	综合实训	一		二		三		四		五		S/C		
												上	下	上	下	上	下	上	下	上	下			
																								教学周数(包含专项、综合实训及考试周)
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20															
能力课程 (限选) 该模块选修26学分	能力模块	72	电子商务新技术与应用		A	4	64	24	40							64						C		
		73	AI 数字人应用基础		A	3	48	20	28						48								C	
		74	商品信息采集与处理		B	3	48	20	28						48								S	
		75	电子商务沙盘	26070319	B	2	32	16	16									32					C	
		76	数据库技术应用	26070320	B	3	48	28	20									48					C	
		77	Premiere 短视频制作与设计	26070308	B	3	48	20	28								48						C	
		小计					26	416	176	240					48	48	128	112	80					
素质拓	78	其他领域课程		A	2	32	32									32					C			

性质	序号	课程名称	课程编码	课 程 类 型	学 分	总学 时	学时分配				学期基准学时										课 程 性 质	核 心 课 程
				理论 教学			课 程 实 训	专 项 实 训	综 合 实 训	一		二		三		四		五		S/C		
										上	下	上	下	上	下	上	下	上	下			
										教学周数(包含专项、综合实训及考试周)											(考 试 课/ 考 查 课)	
										20	20	20	20	20	20	20	20	20	20			
展课程 (选修 课)	小计				2	32	32							32								
合计					27 2	4816	2392	159 6	48	780	450	450	440	468	488	568	612	560	312	468		
执笔人（签 章）		欧志亮				专业带头人 （签章）		欧志亮				院系审核 （签章）		孔祥								

注：集中实践教学周（含岗位实习）每周以 26 学时计。公共选修课程由教务处组织各系申报，并于开课的前一学期末向全院学生公布。课程类型分为纯理论课程（A 类）、理论+实践课程（B 类）、纯实践课程（C 类）。课程性质分为考试课（S）和考查课（C）。凡确定为专业核心课的，应在备注栏中以★注明。供选领域课程面向其他专业类别学生选修，修完授予校级证书。今后课程名称和代码应延用前一学期的，如有变更需提出书面论证报告。

(四) 培养方案(微)调整审批表

培养方案(微)调整审批表

专业名称: _____

适用年级(班级): _____

课 程 名 称	原 计 划						调 整 后 计 划					
	课程 类型	总学 时	学 分	学 期	学期 学时	考试 类型	课程 类型	总学 时	学 分	学 期	学 期 学时	考试 类型
职业资格证书	原 计 划						调 整 后 计 划					
调 整 理 由												
专 业 意 见	签字: _____ 年 月 日											
系 部 意 见	签字: _____ 年 月 日											
教务处 意 见	签字: _____ 年 月 日											
专业建设指导委员会 审 定	签字: _____ 年 月 日											

附件： 福州黎明职业技术学院、联办中职学校

五年制“3+2”高职教育转段考核方案

为贯彻落实国家、省中长期教育改革和发展规划纲要精神，构建与现代产业体系相适应、体现终身教育理念、中高职教育协调发展的现代职业教育体系，保证福州黎明职业技术学院与联办中职学校“3+2”转段考核工作的顺利开展，根据《福建省五年制高等职业教育的管理办法（试行）》（闽教职成【2017】19号）的通知要求，结合学校实际，特制订本方案：

一、基本原则

按照有利于科学选拔人才、促进学生健康发展、维护社会公平的原则，公正选拔，公开透明。实施“知识+技能”的招生考试改革，坚持文化考试和技能考试相结合、平时考试与集中考试相结合的原则，着重考查综合素质、职业核心能力和专业技能。

二、组织机构

学校成立五年专“3+2”转段考核工作领导小组，领导小组下设“3+2”转段考核办公室，挂靠学校教务处。

（一）五年专“3+2”转段考核工作领导小组

“3+2”转段考核工作领导小组，由院长担任组长，学校分管教学、招生的校领导及联办中职学校的校领导任副组长，小组成员包括教务处、招生办、转段考核涉及专业的系部等单位的负责人、联办学校教务处负责人。领导小组全面领导转段考核各项工作，负责转段考核各项工作的组织和实施。

（二）“3+2”转段考核项目组

领导小组下设考核项目组，负责学校“3+2”转段考核工作具体组织和实施操作。项目组负责人由相关系部主要负责人、联办中职学校分管教学领导担任；成员由我校专业主任、教学秘书、中职学校职能部门负责人、专业负责人等相关人员组成。

三、“3+2”转段选拔考核

(一) 选拔考核生的资格

1、正式录取并注册“3+2”学籍的联办中职学校的应届毕业在校生。

2、修完五年制（3+2）专业人才培养方案规定中的中职阶段的所有课程成绩合格，德育考核合格，平均每学期补考课程数不得超过4门。

3、有以下情况之一者可以申请免试(证书等相关证明复印件应在转段上报材料时提供)。

(1) 在校期间代表学校参加省级以上（含省级）教育部门组织的技能比赛获得三等奖以上者。

(2) 在校期间，被评为市级三好学生及以上者。

(二) 考核方式：

五年制（3+2）高等职业教育转段考核方式为“知识+技能”、“中职综合评价与转段集中考试”相结合的综合考评法。各部分所占的比例为：

考核内容	比例	考核方式	备注
中职阶段综合评价 (或中职各门功课的平均成绩)	30%	中职校教务部门考核	
文化综合测试	30%	转段考试(笔试)	
技能测试	40%	转段考试(实操)	

(三) 考核时间和具体测试内容：

1、考试时间为第六学期,具体时间由“3+2”转段选拔考核工作项目组共同商定,报领导小组核准后实施。

2、文化综合测试和技能测试由“3+2”转段选拔考核项目组共同制定考试大纲等、报领导小组核准后实施。

3、已被我校“3+2”录取的考生,不得再参加福建省当年其他高职院校的单招考试;未被学校“3+2”录取的考生,可以由所在中职学校按照相关规定颁发中等职业教育毕业证书。

4、五年制“3+2”转段考试具体考务工作由转段选拔考核工作项目组负责组织，各中职学校负责实施。考务标准参照省高职招考中职生职业技能测试要求。考生违反考场纪律，取消转段资格。

（四）考试地点：详见学校公告及准考证。

四、录取办法及时间：

1、录取工作由高职校招生办负责。坚持公平竞争、公正选拔、公开透明的原则，全面考核、综合评价、择优录取。

2、学校同一专业采取统一考核标准，同一录取分数线。

3、录取成绩为“中职阶段综合评价(平时成绩)+文化综合测试+技能测试”成绩之和。根据考生总分分专业从高分到低分排序。按由高分向低分依次择优录取，考生成绩总分相同的，技能操作考试成绩高的优先录取。

4、录取时间：中职毕业当年6月30日之前。

福州黎明职业技术学院

2026年5月25日