



郑州电子信息职业技术学院

Zhengzhou Professional Technical Institute of Electronics & Information

电子商务专业 人才培养方案

专业名称： _____ 电子商务 _____

专业代码： _____ 530701 _____

所属专业群： _____ 电子商务 _____

所属学院： _____ 商学院 _____

适用年级： _____ 2025级 _____

专业带头人： _____ 程希彦 _____

审核人： _____ 张素平 _____

修订时间： _____ 2025年8月 _____

编制说明

人才培养方案是组织专业教学及进行专业教学质量评估的纲领性文件，是构建专业课程体系、组织课程教学和开展专业建设的基本依据。

本方案以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和《中华人民共和国职业教育法》，落实立德树人根本任务，突出职业教育的类型特点，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，着力培育和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，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。

本方案由本专业所在二级学院组织专业带头人、骨干教师，通过对市场需求、职业能力和就业岗位等方面的调研、分析和论证，根据职业能力和职业素养养成规律制订，符合人才培养要求，具有“对接产业、产教融合、校企合作”鲜明特征。本方案已经过专家审定，学校校长办公室、党委会审批，将在2025级电子商务专业人才培养中实施。

主要编制人：

序号	姓名	单位	职务	职称
1	程希彦	郑州电子信息职业技术学院	专业带头人	副教授
2	赵朝辉	郑州电子信息职业技术学院	教师	讲师
3	刘佳丽	郑州电子信息职业技术学院	教师	助教
4	李芳	郑州电子信息职业技术学院	教师	助教
5	张文娟	郑州电子信息职业技术学院	马克思主义学院习近平新时代中国特色社会主义思想概论教研室主任	讲师

审定人：

序号	姓名	单位	职务	职称
1	孙双全	河南工程学院	管理工程学院 教学院长	教授
2	李鹏飞	新道科技股份有限公司	副总经理	无
3	魏心志	河南科之源商贸有限公司	总经理 (2017级毕业生)	无
4	路娟	郑州电子信息职业技术学院	艺术学院 院长	副教授
5	杨桢	郑州电子信息职业技术学院	2024级 电子商务专业在校生	无

电子商务专业
2025级人才培养方案评审表

评审专家				
序号	姓名	单位	职务/职称	签名
1	孙双全	河南工程学院	教授	孙双全
2	李鹏飞	新通科技股份有限公司	副总经理	李鹏飞
3	魏立志	河南科源商贸有限公司	总经理	魏立志
4	路娟	郑州电子信息职业技术学院	副教授	路娟
5	柏松	郑州电子信息职业技术学院2024级在校生		柏松
评审意见				
该方案以“岗课赛证”融合为核心，契合职业教育改革与电商行业需求，整体科学合理，具体意见如下： 优势： 政策与行业衔接紧密：紧扣《“十四五”数字经济发展规划》等政策，对接阿里、亚马逊等企业核心岗位需求，聚焦电商运营、直播电商等能力缺口，培养目标精准。 课程体系完善：构建“基础+核心+实践+赛证”四维课程，实践学时占比52.9%，实习累计6个月，嵌入企业案例与行业赛事，同时设11门拓展课，覆盖直播、客服等细分领域，实现“学练赛用”一体。 培养规格全面：从政治素养、专业能力等六维度明确要求，兼顾电商数据分析、视觉设计等技能与数字素养、工匠精神。 建议： 细化跨境电商课程，增设平台仿真训练；强化AI、大数据在电商场景的应用教学；补充创新创业实战项目设计与资源支持；完善师资企业实践考核与激励机制。 方案符合政策与行业需求，培养目标明确、保障措施到位，可有效培养复合型电商人才。专家组一致同意电子商务专业的人才培养方案通过评审，并建议在2025级学生中实施。 评审组长签字：孙双全 2025 年 9 月 23 日				

2025级专业人才培养方案审定表

专业名称	电子商务
专业代码	530701
学术委员会 审核意见	专业人才培养方案中的培养目标和规格清晰,课程体系设置合理,实施条件较为完善,为顺利实施,审议通过。 签字: <u>陈国云</u> 日期: <u>2025.9.27</u>
校长办公会 审核意见	专业人才培养方案内容齐全,符合人才培养计划要求,审议通过。 签字: <u>陈国云</u> 日期: <u>2025.9.27</u>
党委会 审核意见	审议通过 同意实施 签字: <u>陈国云</u> 日期: <u>2025.9.27</u>

2025级电子商务专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

电子商务（530701）

二、入学基本要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

表 1 职业面向一览表

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	职业类证书
财经商贸 大类 (53)	电子商务 类 (5307)	(1) 互联网和相关服务(64) (2) 批发业(51) (3) 零售业(52)	(1) 电子商务师(4-01-06-01) (2) 互联网营销师(4-01-06-02) (3) 营销员(4-01-02-01) (4) 市场营销专业人员(2-06-07-02)	目标岗位： 运营主管、全渠道营销主管、O2O销售主管、智能客服主管 发展岗位： 智能客服主管、视觉营销设计师 迁移岗位： 互联网产品开发主管	电子商务师、跨境电子商务师、1+X网店运营推广职业技能等级证书

五、培养目标与规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向互联网和相关服务业、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。

学生毕业经过 3-5 年的发展，能够独立从事企业全域数据化运营体系搭建与效能提升、全渠道营销生态构建与动态优化、互联网产品创新设计与商业化落地，通过技术创新驱动业务增长，成为企业在运营管理、营销策划或产品开发领域的技术骨干；通过自学或继续教育在工程或其他领域获得持续性的专业发展。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握环境保护、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 and 担当精神；

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

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

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

6. 具有行业产品分析、市场细分的能力，能够根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成 O2O 运营目标；

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

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

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

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

11. 具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能够进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；

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

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

14. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

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

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

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

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程

公共基础必修课程共 21 门，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、形势与政策、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中国共产党历史、国家安全教育、军事理论、军事技能训练、体育 1、体育 2、体育 3、体育 4、大学生心理健康教育、劳动教育、计算机应用及人工智能基础、职业生涯规划、就业与创业指导、创业基础、英语 1、英语 2、高等数学 1；公共基础选修课程共 9 门，包括高等数学 2、数学文化、实用英语口语、实用英语写作、应用文写作、中华优秀传统文化、大学语文、普通话、公共艺术课。

（二）专业课程

1. 专业基础课程

专业基础课程共 5 门，包括管理学基础、电子商务基础、电子商务法律法规、市场营销、财税基础。

2. 专业核心课程

专业核心课程共 6 门，包括视觉营销设计、社群运营、互联网产品开发、网店运营、网络营销、数据化运营。

表 2 专业核心课程主要教学内容

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容及要求
1	视觉营销设计	①典型工作任务为视觉设计，工作内容主要有店铺页面设计、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。 ②运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。 ②能够根据店铺定位进行 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。 ③结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。 ④能够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。 ⑤能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。
2	社群运营	①典型工作任务为社群运营，工作内容主要有社群定位及建群、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。 ②运用社交软件、自媒体工具、短视频平台、办公软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①掌握社群种类、用户消费行为、产品价值等知识，根据用户和产品或服务属性定位社群，制定社群运营方案，并在相应的社交平台上建社群。 ②能够通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流。 ③能够根据用户需求、产品卖点，进行社群数据分析，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。

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容及要求
3	互联网产品开发	①典型工作任务为互联网及电商产品开发，工作内容主要有产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、UI 设计与打样、产品开发实施与推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核。 ②运用平面设计软件、UI 设计软件、计算机等软硬件工具完成工作任务	①掌握 PEST 和 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。 ②能够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。 ③能够进行电商产品呈现方式及 UI 设计，跟进产品开发进度。 ④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；对电商产品开发进度进行评估与考核。
4	网店运营	①典型工作任务为网店运营，工作内容主要有运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析。 ②运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①掌握 SEO、SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。 ②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。 ③能够进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。 ④能够进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。
5	网络营销	①典型工作任务为营销活动策划与执行，工作内容主要有市场分析、活动主题与目标确定、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。 ②运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则，能够分析与评估市场，确定活动主题与活动目标，策划营销活动方案。 ②整合各类资源，分解活动任务。 ③开展整合营销与广告投放。 ④跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案。 ⑤评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案。
6	数据化运营	①典型工作任务为数据化运营，工作内容主要有确定运营目标、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化、持续跟踪。 ②运用计算机、打印机、数据采集工具、数据分析工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①理解数据分析指标体系概念。 ②掌握数据分析的方法与方法论，能根据数据运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据。 ③运用数据分析工具，对市场数据、客户数据、运营数据、销售数据、供应链数据进行全过程分析及可视化呈现。 ④撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议。

3. 专业拓展课

专业拓展课共 11 门，包括电商文版设计与速录实战、新媒体运营与策划、文案策划、数字营销、消费者行为分析、直播销售、直播电商、客户服务管理、办公软件高级应用、商务礼仪与沟通、市场调研与分析。

（三）实践性教学环节

在校内外进行 1+X 数据分析实训（初级）、1+X 数据分析实训（中级）、淘宝美工实训等专业技能课程。在生产制造、商贸流通及现代服务业的电子商务应用企业进行运营专员、全渠道营销专员、O2O 销售专员、智能客服专员、视觉营销设计师、互联网产品开发专员等岗位实习。学校建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对实习生实习的指导、管理和考核。严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

七、教学进程总体安排

教学进程是对本专业技术技能人才培养、教育教学实施进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。

本专业总学时 2780 学时，总学分 160 学分，每 16-18 学时折算 1 学分。公共基础课 792 学时，占总学时的 28.49%；选修课为 576 学时，占总学时的 20.72%。实践性教学学时为 1580，占总学时的 56.83%。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不少于总学时的 10%。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按 1 周为 1 学分。以表格的形式列出本专业开设课程类别、课程性质、课程名称、课程编码、学时学分、学期课程安排、考核方式，并反映有关学时比例要求。见附表 1-4。

八、师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

（一）队伍结构

本专业学生数与专任教师数比例为 21:1，师生配比科学，满足个性化教学需求。专任教师 17 人，均具有本科及以上学历，其中副高职称 1 人，讲师 7 人，助教 9 人；具备双师素质的教师 11 人，占专任教师比例为 64.71%，能有效对接行业实践需求；年龄结构呈现老中青结合，比例协调，形成合理的学术与教学梯队，保障教学与科研可持续发展。兼职教师 2 人，主要来自企业一线技术人员及行业专家，承担学生实习实践指导等任务，强化实践教学环节。本

专业师资队伍结构合理、专兼结合，建立定期教研机制，推动教学内容与行业需求深度融合，提升教师队伍整体专业素养与实践教学能力。

（二）专业带头人

专业带头人具有副教授职称，能够较好地把握国内外行业和专业发展，能密切联系产业、企业，开展电子商务教育教学改革，具有较强的教科研水平和社会服务能力，在本专业改革发展中起引领作用。

（三）专任教师

专任教师均具有高校教师资格证书，具备良好的师德，爱岗敬业，为人师表、遵纪守法；具有电子商务、经济学、管理学等相关专业本科及以上学历；具有扎实的电子商务、网络营销专业相关理论功底和实践能力，具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；积极参与企业实践，每五年累计不少于 6 个月的企业实践。

（四）兼职教师

兼职教师 2 人，均具有电子商务、经济学相关专业中级及以上职业技能等级水平。具备良好的思想政治素质、职业道德和“工匠精神”，了解教育教学规律，具有丰富实践经验，具有较高的专业素养和技能水平，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。

九、教学条件

（一）教学设施

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

1. 专业教室

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。主要配备黑板、多功能电子屏（触碰一体）、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实训场所

本专业有中融媒电商实习实训基地、直播电商实训室、计算机机房等多个实训场所，面积、设备设施、安全、环境、管理均符合教育部有关标准（规定、办法），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

够顺利开展零售营销、电子商务视觉设计、社群营销与整合营销、数据化运营、智能客服、电子商务产品开发及原型设计等实训活动。

3. 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，实习基地能提供运营专员、全渠道营销专员、智能客服专员、视觉营销设计师、互联网产品开发专员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，配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理。企业实习指导教师须具备 5 年以上相关行业实践经验，持有中级及以上职业技能等级证书，负责制定个性化实习任务书，每周开展不少于 2 次现场技能指导，定期向学校反馈学生实习表现并参与实习考核；学校指导教师同步跟进实习过程，协同企业导师解决学生实习中的专业问题与职业适应难题。同时，明确学生实习期间须严格遵守企业劳动纪律和安全生产规章制度，服从校企双方指导教师管理，按时参加岗前安全培训并通过考核；严禁擅自操作未经授权的设备或进入危险区域，工作期间须按规定佩戴劳动防护用品，如遇突发情况须立即停止作业并报告指导教师，配合启动应急处置预案。实习单位需建立健全学生实习安全保障机制，为学生购买实习责任保险，定期开展安全隐患排查，确保学生实习期间的人身安全与合法权益得到全面保障。

（二）教学资源

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

1. 教材选用

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。学校制定《郑州电子信息职业技术学院教材管理办法》，明确公共基础课、专业课程等各类课程教材的选用规则与程序，落实教材“凡选必审”的

工作原则，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。

2. 图书文献配备

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

3. 数字教学资源配置

紧扣电子商务专业教学标准与产业发展需求，遵循“一体化设计、结构化课程、颗粒化资源”逻辑，建设数字教学资源。覆盖专业核心课程与 1+X 证书培训内容，包含课程大纲、微课视频、虚拟仿真项目等基本资源，配套企业真实案例、行业新技术等拓展资源。

资源类型需丰富多元，提高视频、动画及虚拟仿真类资源占比，确保颗粒化资源属性标注规范。依托稳定平台实现“能学辅教”功能，支持理论与实践混合教学。建立校企协同更新机制，保障年资源更新率不低于 10%，且无知识产权争议，原创资源占比不低于 70%，形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

十、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

1. 校企协同的质量保障机制

我们从制度、参与、监督三个维度构建质量保障体系：一是制定《教学质量监控管理办法》，通过技能证书获取率、企业录用率、实训操作规范、实习表现、入学与毕业技能对比，明确“结果评价+过程评价+增值评价”三维评价标准，全面把控培养质量；二是联合校企合作的企业技术主管，组建校企评价委员会，每学期共同审核课程标准、验收实训项目，每年收集企业对毕业生的技能反馈，作为课程调整依据；三是通过官网公开人才培养方案、就业数据等信息，企业可随时通过校企微信群或座谈会反馈问题，确保 24 小时内响应改进。

2. 实践导向的教学管理模式

教学管理聚焦企业需求落地：日常教学中，理论课融入真实案例，实训课

按企业标准设置流程；每周巡课检查实训安全与教师指导，每月邀请企业导师参与听课评课，确保教学内容与行业同步。同时，企业技术骨干与学院督导组成联合督导组，每学期专项督导实习实训——实习重点查学生是否参与真实项目，毕业调研则审核主题是否来自企业实际需求。

3. 动态改进的备课与反馈机制

备课环节采用“线上+线下”协同模式：线上通过共享平台同步企业最新资料，线下每两周集中备课，联合企业导师设计教学方案。学期末结合学生评教、企业反馈形成质量报告，快速调整课程。学习评价能体现学生的学习能力，采用考试或考查、过程性考核相结合的方法，综合评价学生的学业质量，按照《郑州电子信息职业技术学院考试管理规定》执行。其中，考试课程过程性考核占总成绩比例不低于 40%，考查课程过程性考核占总成绩比例 100%。

4. 长效跟踪的评价改进机制

建立毕业生跟踪档案，对近 3 届学生每年调研就业情况，如岗位匹配度、技能应用场景，通过企业走访、问卷来收集企业对学生工作的满意度。通过这套机制，我们让企业深度参与教学到评价的全流程，确保培养的电商人才既懂理论又能实操，无缝对接行业需求。

（二）毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，修满的专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。毕业要求应能支撑培养目标的有效达成。

本专业学生通过规定年限的学习，修满培养方案中规定课程 2780 学时，160 学分。其中公共基础课程 920 学时，53 学分；专业课程 1860 学时，107 学分，且符合相关要求方准予毕业。

1. 毕业要求与课程对应关系

表3 毕业要求与课程对应关系

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
1	政治素养	① 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，践行社会主义核心价值观； 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； ③ 具有社会责任感和社会参与意识； ④ 具有质量意识、环保意识、安全意识、数字素养、工匠精神、创新思维；	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、劳动教育、中国共产党历史、国家安全教育、美育1/2。

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
		⑤具有健康的体魄、心理和健全的人格； ⑥具有一定的审美和人文素养。	
2	专业能力	①掌握零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等专业基础理论知识； ②具备行业产品分析、市场细分、商品规划、数据化运营、活动策划、销售执行、客服管理、视觉设计、产品开发等专业技能。	管理学基础、电子商务概论、财税基础、电子商务法律法规、市场营销、视觉营销设计、商品拍摄、社群运营、网店运营、网络营销、数据化运营、电子商务物流、电子商务数据分析、新媒体运营与策划、文案策划、数字营销、消费者行为分析、直播销售、直播电商、客户服务与管理。
3	方法能力	①具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力； ②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掌握信息技术基础知识，具备数字技能。	高等数学1/2、计算机应用基础、数据化运营、电子商务数据分析、Python基础、数学文化、实用英语写作、应用文写作。
4	社会能力	①具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通能力； ②具有较强的集体意识和团队合作意识；③学习1门外语并结合专业加以运用。	普通话、高职英语、实用英语口语、公关礼仪与人际沟通、大学生职业生涯规划、就业与创业指导、创业基础。
5	可持续发展能力	①具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能； ②具备整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力； ③具备终身学习和职业发展基础。	人工智能通识课、数字营销、数据化运营、电子商务数据分析、Python基础、计算机应用基础。
6	创新创业能力	①具有较强的就业创业能力和可持续发展的能力； ②具备创新意识、创业精神和实践能力。	大学生职业生涯规划、就业与创业指导、创业基础、新媒体运营与策划、直播电商、数字营销。

2. 毕业证书要求

鼓励学生根据自身情况，考取下列职业技能等级证书的一种或几种：电子商务师职业技能等级证书、跨境电子商务师证书、1+X 网店运营推广职业技能等级证书。

附表：1. 各教学环节教学周数安排表

2. 教学进程安排表

3. 公共艺术课程安排表

4. 课程结构、学时与学分分配表

附表1 各教学环节教学周数安排表

学年	学期	课堂教学	军事技能训练	劳动教育	实习与实训	岗位实习	毕业设计	考试	机动	合计
1	一	16	3	0	0	0	0	1	1	21
	二	16	0	0	2	0	0	1	0	19
2	三	16	0	1	2	0	0	1	1	21
	四	16	0	0	2	0	0	1	0	19
3	五	8	0	0	0	12	0	1	0	21
	六	0	0	0	0	13	6	0	0	19
合计		72	3	1	6	25	6	5	2	120

附表2 教学进程安排表

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
公共基础课程	思想道德与法治	ZD000210	必修	48	32	16	3	3*16						考试	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	ZD000220	必修	32	26	6	2		2*16					考试	
	形势与政策	ZD000230	必修	32	32	0	2	2*4	2*4	2*4	2*4			考查	
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	ZD000240	必修	48	48	0	3			3*16				考试	
	中国共产党历史	ZD000250	必修	16	16	0	1				2*8			考查	
	国家安全教育	ZD000270	必修	16	16	0	1	2*8						考查	
	军事理论	ZD000260	必修	36	36	0	2	3*12						考查	
	军事技能训练	ZD000034	必修	112	0	112	3	3W							包含新生入学教育
	体育 1	ZD000322	必修	32	2	30	2	2*16						考试	
	体育 2	ZD000333	必修	32	2	30	2		2*16					考试	
	体育 3	ZD000344	必修	32	2	30	2			2*16				考试	
	体育 4	ZD000355	必修	32	2	30	2				2*16			考试	
	大学生心理健康教育	ZD000512	必修	32	24	8	2		2*16					考查	
	劳动教育	ZD000032	必修	30	8	22	2		1W						
	计算机应用及人工智能基础	ZD000143	必修	32	0	32	2		2*16					考查	
	职业生涯规划	ZD000131	必修	18	16	2	1	2*8						考查	实践不占教学正常课时

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	就业与创业指导	ZD000132	必修	20	16	4	1				2*8			考查	实践教学不占正常课时
	创业基础	ZD000121	必修	32	16	16	2				2*8			考查	实践教学不占正常课时
	英语 1	ZD000111	必修	64	64	0	4		4*16					考试	2*16线下 2*16线上
	英语 2	ZD000112	必修	64	64	0	4		4*16					考试	限选
	高等数学 1	ZD000101	必修	32	32	0	2	2*16						考试	
	小计			792	454	338	45	17	14	7	10				
	高等数学 2	ZD000102	选修	64	64	0	4		4*16					考试	
	数学文化	ZD000103	选修	32	0	32	2			2*16				考查	线上线下相结合
	实用英语口语	ZD000113	选修	32	16	16	2		2*16					考查	线上线下相结合
	实用英语写作	ZD000114	选修	32	16	16	2			2*16				考查	线上线下相结合
	应用文写作	ZD000123	选修	32	16	16	2				2*16			考查	线上线下相结合
	中华优秀传统文化	ZD000124	选修	32	32	0	2				2*16			考查	线上线下相结合
	大学语文	ZD000125	选修	32	32	0	2			2*16				考查	线上线下相结合
	普通话	ZD000122	选修	16	8	8	1	2*8						考查	
	公共艺术课	—	选修	32	24	8	2	2*8	2*8					考查	
公共基础选修课选修 8 学分，128 学时（其中公共艺术课选修 2 学分，其余课程选修 6 学分）。															
	合计			920	582	338	53	17	14	7	10				

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
专业基础课程	管理学基础	ZD051002	必修	64	52	12	4	4*16						考查	
	电子商务基础	ZD050401	必修	64	60	4	4	4*16						考试	
	电子商务法律法规	ZD050211	必修	32	30	2	2			2*16				考查	
	市场营销	ZD050203	必修	64	56	8	4			4*16				考试	
	财税基础	ZD050403	必修	64	32	32	4				4*16			考查	
	小计			288	230	58	18	8	0	6	4				
专业核心课程	视觉营销设计	ZD050408	必修	64	32	32	4		4*16					考试	
	社群运营	ZD050236	必修	64	32	32	4		4*16					考查	
	互联网产品开发	ZD050250	必修	64	32	32	4			4*16				考查	
	网店运营	ZD050209	必修	64	32	32	4			4*16				考试	
	网络营销	ZD050210	必修	64	32	32	4				4*16			考试	
	数据化运营	ZD050230	必修	64	32	32	4				4*16			考查	
	小计			384	192	192	24	0	8	8	8				
专业技能课程	1+X 数据分析实训（初级）	ZD050215	必修	40	0	40	2		2W						
	淘宝美工实训	ZD050217	必修	40	0	40	2			2W					
	1+X 数据分析实训（中级）	ZD050216	必修	40	0	40	2				2W				
	岗位实习	ZD050227	必修	500	0	500	25					12W	13W		
	毕业设计	ZD050219	必修	120	0	120	6						6W		

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	小计			740	0	740	37					12W	19W		
专业拓展课程	电商文版设计与速录实战	ZD050414	选修	64	4	60	4		4*16					考查	任选6门 (第三学期选2门,第四学期选1门,第五学期选3门)
	新媒体运营与策划	ZD050221	选修	64	32	32	4							考查	
	文案策划	ZD050222	选修	64	32	32	4							考查	
	数字营销	ZD050223	选修	64	32	32	4							考查	
	消费者行为分析	ZD050419	选修	64	32	32	4							考查	
	直播销售	ZD050229	选修	64	32	32	4							考查	
	直播电商	ZD050226	选修	64	32	32	4							考查	
	客户服务管理	ZD050208	选修	64	32	32	4							考查	
	办公软件高级应用	ZD050251	选修	64	32	32	4							考查	
	商务礼仪与沟通	ZD050233	选修	64	32	32	4							考查	
	市场调研与分析	ZD050252	选修	64	32	32	4							考查	
	小计			448	196	252	28	0	4	8	4	24			

备注：“课程性质”分为必修、选修，“考核方式”分为考试、考查

附表3 公共艺术课程安排表

序号	课程名称	课程代码	建议学时	理论学时	实践学时	学分	考核
1	艺术导论	ZD0000418	16	12	4	1	考查
2	音乐鉴赏	ZD0000419	16	12	4	1	考查
3	美术鉴赏	ZD0000420	16	12	4	1	考查
4	影视鉴赏	ZD0000421	16	12	4	1	考查
5	剪纸	ZD0000422	16	12	4	1	考查
6	合唱	ZD0000423	16	12	4	1	考查
7	书法鉴赏	ZD0000424	16	12	4	1	考查
8	摄影	ZD0000425	16	12	4	1	考查

备注：每个学生在校期间，至少要在公共艺术课程中任选 2 门并且取得 2 学分

附表4 课程结构及学时、学分分配表

课程结构			学时	学时比例	学分	学分比例
课程类别	课程性质					
必修课程	公共基础课程		792	28.49%	45	28.13%
	专业基础课程		288	10.36%	18	11.25%
	专业核心课程		384	13.81%	24	15.00%
	专业技能课程		740	26.62%	37	23.13%
选修课程	公共基础选修课程		128	4.60%	8	5.00%
	专业拓展课程		448	16.12%	28	17.50%
总学时			2780	总学分	160	
理论学时	1200	理论:实践	1:1.32			
实践学时	1580					