

山东水利职业学院
电子商务专业
人才培养方案
(2024 版)

教学系部： 商务管理系
执笔人： 李小敬
审核人： 马斌
制订日期： 2021 年 8 月
修订日期： 2024 年 8 月

山东水利职业学院教务与科研处制

二〇二四年六月

目 录

一、专业名称和代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标和培养规格	1
六、职业岗位与职业能力分析	5
七、职业能力与学习领域设计	7
八、课程体系及人才培养模式	7
九、教学进程总体安排	17
十、职业资格证书	25
十一、实施保障	25
十二、毕业要求	33
十三、研制团队	33
十四、继续专业学习深造建议	34

电子商务专业人才培养方案

(专业代码: 530701)

一、专业名称和代码

专业名称: 电子商务

专业代码: 530701

二、入学要求

普通高级中学(或中等职业学校)毕业生或同等学力者。

三、修业年限

基本学制为三年,以修满规定学分为准,实行弹性学制,最长不超过6年,本方案按照三年编制。

四、职业面向

所属专业大类(代码)A	财经商贸(53)
所属专业类(代码)B	电子商务(5307)
对应行业(代码)C	互联网和相关服务(64)、零售业(52)
主要职业类别(代码)D	购销服务人员(4-01-01) 销售人员(4-01-02) 电子商务服务人员(4-01-06)
主要岗位(群)或技术领域举例E	营销员、电子商务师、互联网营销师、全媒体运营师、客户服务管理师
职业类证书举例F	电子商务师*、互联网营销师*、 网店运营推广(中级)☆

注:*表示职业资格证书;☆表示职业技能等级证书。

五、培养目标和培养规格

(一)培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展,适应数字商务发展需求,面向电子商务运营、互联网营销、客户服务管理等工作领域,掌握扎实的科学文化基础和商学基

础、零售管理、市场营销、新媒体营销、商务数据分析、客户服务管理和电子商务法律法规知识，具备运营数据采集与分析、网店运营与推广、社群运营管理、全渠道营销方案设计、互联网销售、视觉营销设计、短视频与直播运营和客户服务管理能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事网店运营、新媒体运营、视觉营销设计、互联网营销、客户服务管理、短视频与直播运营等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质目标

Q1 思政素质

Q1.1 具有坚定的政治立场和深厚的爱国情怀，深刻理解国家的政治方向和社会主义核心价值观，树立为国家的繁荣、民族的复兴贡献力量的意识。

Q1.2 具有开放包容的世界观和强烈的历史使命感，明确个人发展与社会责任的统一，认识到个人在历史进程中的作用和责任。

Q1.3 提升价值判断和选择能力，在日常生活和工作中恪守诚信、友善、公正、法治等价值导向、践行富强、民主、文明、和谐的价值追求。

Q2 职业素质

Q2.1 恪守诚实、公正和透明的职业原则，深刻理解并严格遵守电子商务领域的法律法规，认真执行公司规章制度。

Q2.2 具有强烈的职业认同感和持续的工作热情，精通电子商务领域的知识和技能，对工作成果负责，追求卓越。

Q2.3 具有清晰的表达能力和开放的沟通态度，掌握有效的沟通技巧，保持开放和包容，积极吸纳新信息和多元观点。

Q2.4 具有强烈的团队意识和协作共赢的心态，尊重并欣赏团队成员的不同背景和观点，发挥集体创造力提升工作效率。

Q3 身心素质

Q3.1 增强健康意识，养成健康的生活方式，定期参与体育锻炼，培养良好的运动习惯，提高身体素质。

Q3.2 具备良好的情绪管理能力和心理韧性，能够有效应对学习和生活中的压力和挑战，在面对失败和逆境时保持积极态度。

Q3.3 具有良好的自我激励和自我调节能力，始终保持内在动力和积极性，能快速适应新环境、新变化和不同的社会角色和职责。

2. 知识目标

K1 通用知识

K1.1 熟悉多样化的职场文化和职场礼仪，掌握工作场所安全知识，采取适当措施预防职业伤害和健康风险。

K1.2 掌握应用文及公文的基本结构、文体特点和写作要求，培养条理清晰的写作逻辑，提高撰写规范性文档的能力。

K1.3 了解电子商务相关的基础法律法规，增强法律意识，掌握法律维权的基本渠道和方法，提高自我保护和权益维护的能力。

K1.4 理解并遵守电子商务活动中的诚信、保密和公平竞争等职业道德规范，了解企业在环境保护和社会公益等方面应承担的社会责任。

K1.5 了解电子商务的基本概念、发展历程以及当前的法规、伦理和技术趋势，掌握电子商务的基本理论和模型，理解电子商务的核心原理和实践应用。

K2 专业知识

K2.1 掌握市场营销策划的基本原则和市场调研的常用方法及工具。

K2.2 理解营销方案的制定原则、制定方法、主要内容和实施技巧。

K2.3 精通 SEO（搜索引擎优化）和 SEM（搜索引擎营销）等营销策略。

K2.4 掌握营销内容创作的原则、方法和技巧，提升内容的吸引力和传播力。

K2.5 掌握主流电子商务平台的运营规则、推广方式和跨平台整合营销技巧。

K2.6 掌握网络信息采集、筛选和编辑的方法和技巧，提高信息处理效率。

K2.7 掌握用户跟踪和数据收集等用户在线行为分析方法和用户沟通技巧。

K2.8 掌握品牌产品开发的基本原理、开发流程和产品设计撰写技巧。

K3 拓展知识

K3.1 掌握在迅速变化的电子商务环境中自我调整和灵活应变的方法。

K3.2 掌握电子商务项目规划、执行、监控和收尾的方法、工具和技巧。

K3.3 了解时间管理和成本控制等电子商务项目管理的基本原则和流程。

K3.4 掌握风险识别、评估和量化等电子商务领域风险控制的方法和技巧。

K3.5 了解全球化电子商务环境下跨文化沟通的策略、方式和基本商务礼仪。

K3.6 掌握激励、指导和协调团队成员的方法，提高团队效率和协同能力。

3. 能力目标

S1 通用能力

S1.1 能进行清晰、有效的口头和书面沟通，准确表达自己的观点、需求和信息。

S1.2 能认识到终身学习的重要性，能独立获取新知识，不断更新自己的专业技能和跨学科知识。

S1.3 能识别和分析问题，运用逻辑思维和创造性思维技巧，发现问题本质，提出切实可行的解决方案。

S1.4 能洞察现有产品中的潜在改进空间，提出创新想法，并有能力将这些想法转化为实际的改进措施。

S1.5 能高效地收集、整理和分析信息，运用信息分析结果支持决策制定，提高决策的质量和效率。

S1.6 能利用各种学习资源和方法，进行自我教育和专业提升，不断增强自身的竞争力和适应能力。

S2 专业能力

S2.1 能应用市场营销策划的基本原则、市场调研方法和工具，进行市场分析和消费者行为研究。

S2.2 能理解并应用营销方案的制定原则和方法技巧，团队合作制定营销计划并将其顺利执行。

S2.3 能够精通并运用 SEO（搜索引擎优化）和 SEM（搜索引擎营销）等营销推广策略，提升营销效果。

S2.4 能够运用营销内容创作方法和技巧创作吸引力大、传播效果好的图文、视频和直播营销内容。

S2.5 能理解并运用主流电商平台的运营规则，根据平台特性和目标用户特点，开展图文、短视频、直播等营销活动。

S2.6 能进行网络信息的采集、筛选和编辑，根据要求进行内容的更新、策划与制作，提升内容的质量和吸引力。

S2.7 能够运用用户跟踪和数据收集方法进行用户在线行为分析，进行有效

的用户沟通和用户增长运营管理。

S2.8 能根据市场和客户数据分析结果，遵循品牌产品开发流程，参与品牌产品的设计和开发。

S3 拓展能力

S3.1 能在快速变化的电子商务市场和技术环境中，灵活调整个人工作策略以应对不同挑战。

S3.2 能规划、执行和监控电子商务项目进度，应用专业工具和技术按时高质量完成目标。

S3.3 能对市场有敏锐地洞察，预测市场趋势和变化，并据此制定和调整电子商务策略。

S3.4 能识别和评估电子商务业务中的潜在风险，制定有效的风险控制和缓解措施，保障业务的稳健运行。

S3.5 能理解并尊重不同文化背景的电子商务实践，应用跨文化沟通技巧促进国际电子商务环境中的有效合作。

S3.6 能激励团队成员，在面对项目挑战和市场压力时，能带领团队克服困难，实现既定业务目标。

六、职业岗位与职业能力分析

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力要求 及能力模块编号
1	营销员	任务1 商品选品规划 任务2 营销方案策划 任务3 营销服务管理 任务4 营销数据分析 任务5 电商产品开发	1-1 能制定合理的市场调研方案并对市场需求进行科学地预测。 1-2 能依据调研结果和企业营销目标制定合理的营销策划方案。 1-3 能提供满意的售前售中售后客户服务并做好用户增长运营。 1-4 能采集分析挖掘营销数据并撰写制作可视化数据分析报告。 1-5 能根据营销数据的分析结果对企业或产品提出优化性建议。 1-6 能理解和尊重多元文化的消费者行为，并将其融入营销中。

2	互联网营销师	<p>任务 1 营销项目对接</p> <p>任务 2 直播商品选择</p> <p>任务 3 推广视频创作</p> <p>任务 4 直播营销实施</p> <p>任务 5 直播平台运营</p> <p>任务 6 直播效果复盘</p>	<p>2-1 能理解主流直播平台的运营规则并审核委托企业资质。</p> <p>2-2 能根据平台特性和目标用户特点选择合适的直播商品。</p> <p>2-3 能结合产品卖点制作创意视频并确定投放人群及资源。</p> <p>2-4 能流畅地讲解商品并根据用户反馈实时调整直播策略。</p> <p>2-5 能维护现场直播设备并提供产品和网络舆论实时数据。</p> <p>2-6 能科学复盘直播效果并对直播营销方案提出优化建议。</p>
3	全媒体运营师	<p>任务 1 运营策略规划</p> <p>任务 2 创意内容制作</p> <p>任务 3 流量投放优化</p> <p>任务 4 平台运营管理</p> <p>任务 5 运营数据分析</p>	<p>3-1 能搜集行业、目标用户和平台信息，制定合理的运营方案和运营策略规划。</p> <p>3-2 能根据客户需求和平台规范，策划适合的创意方案、撰写脚本并制作内容。</p> <p>3-3 能根据商家运营需求和平台数据指标，运用平台工具制定有效的投放策略。</p> <p>3-4 能根据平台要求完成账号注册和管理、账号内容和用户管理以及活动运营。</p> <p>3-5 能根据跨境电商平台的要求完成账号注册、内容和用户管理以及活动运营。</p> <p>3-6 能对账号运营核心运营数据进行分析，制定内容优化和商业变现优化方案。</p>
4	电子商务师	<p>任务 1 产品信息管理</p> <p>任务 2 网店装修设计</p> <p>任务 3 网络营销推广</p> <p>任务 4 网店运营管理</p> <p>任务 5 电商客户服务</p> <p>任务 6 商务数据分析</p>	<p>4-1 能根据电子商务平台发布要求采集并撰写产品及服务文字信息。</p> <p>4-2 能根据店铺装修设计制作产品文案、图片和视频和详情页。</p> <p>4-3 能根据营销推广策略，制定和优化站内站外整合营销推广方案。</p> <p>4-4 能根据推广计划制定和优化海外社媒营销推广策略和营销方案。</p> <p>4-5 能根据电商平台规则进行商品上架下架处理和商品退换货处理。</p> <p>4-6 能通过客户沟通收集客户信息并做好用户线上评价的运营维护。</p> <p>4-7 能使用数据采集分析工具采集相关数据并对数据进行统计分析。</p>

5	客户服务管理师	任务1 售前咨询交流 任务2 售后问题处理 任务3 智能客服训练 任务4 客户关系维护	5-1 能流畅解答客户产品相关问题并通过有效的沟通技巧帮助客户做出购买决定。 5-2 能根据客户需求处理客户服务项目投诉, 根据客户问题处理程序提出解决方案。 5-3 能根据智能客服配置规则搭建智能客服问答知识库并对知识库进行应答测试。 5-4 能通过与客户沟通收集客户信息, 建立客户标签, 为不同客户提供差异化服务。 5-5 能理解不同文化背景下消费者的心理特征和行为模式, 提供文化敏感性的服务。
---	---------	--	---

七、职业能力与学习领域设计

相近能力模块组合	学习领域名称	集中技能强化	类别
1-1、1-2	市场营销 网络营销	市场营销实训 网络营销实训	职业基础
2-1、3-1	电子商务基础 电子商务法律法规		
3-4、4-6、5-1、5-2	智能客户服务与管理	客户服务与管理实训 数字营销技能训练 I	
3-3、3-4、4-3、4-5	网店运营推广 数字化供应链管理	网店运营推广实训	职业核心
2-3、2-4、2-5	短视频运营 直播运营 新媒体营销	短视频运营实训 直播运营实训 新媒体营销实训	
3-2、4-1、4-2	视觉营销设计 内容策划与编辑	数字营销技能训练 II	
1-4、2-6、3-6、4-7	商务数据分析	商务数据分析实训	
1-3、5-3、5-4	商学基础 新零售基础 社群运营	岗位实习 I	
3-5、4-4	跨境电子商务基础 国际市场推广 品牌产品开发	网店运营推广实训	职业拓展
1-6、5-5	中国商业文化 茶文化与茶营销 消费心理学	岗位实习 II	

八、课程体系及人才培养模式

(一) 课程体系

1. 课程设置

课程类别	课程名称
公共必修课	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、体育与健康、大学生心理健康教育、军事理论、职业生涯与发展规划、就业指导、创新创业基础、创新创业实践、劳动教育。
公共限选课	经济数学、大学英语、大学语文、信息技术与人工智能、大学生安全教育、大学美育、中华优秀传统文化、“四史”课程、公共艺术课程。
公共任选课	水文化、中国水利史、环境学概论、无人机操控技术、Office 教程、网页制作、大数据技术、公共关系学、投资与理财、管理学、市场营销、普通话基础、传统文化与吟诵、演讲与口才、应用文写作、数学文化、数学建模、体育文化与欣赏、信息素养、网络平台课程。
专业基础课	市场营销、电子商务基础、商学基础、新零售基础、智能客户服务与管理、数字化供应链管理、网络营销、电子商务法律法规。
专业核心课	网店运营推广、视觉营销设计、短视频运营、直播运营、内容策划与编辑、新媒体营销、商务数据分析、社群运营。
专业拓展课	茶文化与茶营销、跨境电子商务基础、中国商业文化、财税基础、消费心理学、职场“法”则、品牌产品开发、国际市场推广、AGI 通用技术、AI 商业应用、中国水文化景观赏析、金牌服务技巧。
第二课堂	按《山东水利职业学院第二课堂学分实施办法（试行）》相关要求执行。

2. 专业核心课程基本要求

核心课程 1	网店运营推广						
学 期	2	总学时	64	理论学时	44	实践学时	20
<p>课程目标：</p> <p>掌握网店营销方案的制定、产品运营、流量获取、营销策划以及运营效果分析的理论和方法；能够根据业务需求，完成关键词挖掘与分析、商品标题制作、搜索推广策略及账户搭建与优化、信息流推广策略及账户搭建与优化等关键任务，具备实施有效网店推广的能力；养成严谨规范的工作态度、文化自信的价值观、守正创新的思维模式和服务地方的社会责任感。</p>							
<p>主要内容：</p> <p>(1) 网店营销方案制定：基于市场调研、竞品分析、目标客群定位等关键步骤，科学规划网店的整体营销策略。通过 SWOT 分析、STP 理论等工具，明确营销目标，制定差异化、个性化的营销方案，包括品牌定位、产品组合策略、价格策略、渠道策略及促销策略等，确保营销活动的有效性和针对性。</p> <p>(2) 网店产品运营：产品选品、上新规划、库存管理、产品详情页优化等核心运营技能以及如何通过数据分析工具监控产品表现，及时调整运营策略，实现产品持续迭代与优化。</p> <p>(3) 网店流量获取：SEO（搜索引擎优化）、SEM（搜索引擎营销）、社交媒体营销、内容营销、KOL/网红合作等流量获取渠道与策略。关键词挖掘与分析，精准制作商品标题与描述，搭建并优化搜索推广账户，提升自然排名与付费广告效果。信息流推广策略，即通过精准定向与创意优化，吸引潜在客户，扩大品牌曝光度与流量入口。</p> <p>(4) 网店营销策划：策划并执行各类促销活动、节日营销、限时折扣、会员营销等多元化营销方案。通过活动设计、预算规划、执行监控及效果评估，提升用户参与度与购买转化率。跨界合作、品牌联名等创新营销方式，拓宽营销视野，增强品牌影响力。</p> <p>(5) 网店运营效果分析：运用数据分析工具（如 Excel、Google Analytics、百度统计等）对网店运营数据进行收集、整理与分析的方法和技巧。通过关键指标（如 PV、UV、转化率、ROI 等）的监控与分析，评估营销活动效果，识别运营中的问题与机遇，为后续的策略调整与优化提供数据支持。</p>							
<p>教学要求：</p> <p>采用项目教学、案例教学等教学方法，融入严谨规范、文化自信、守正创新、服务地方等思政元素，提升学生的网店运营能力。</p>							
<p>合作企业：北京电商联盟网络科技有限公司、日照大禹水产股份有限公司</p>							
<p>引入合作企业教学项目、生产典型案例：海产品店铺运营、海洋梦想京东自营旗舰店运营</p> <p>引入海产品店铺运营、海洋梦想京东自营旗舰店运营项目，实现海产品从源头到消费者餐桌的全程优化。网店运营过程中，可参与网店营销方案制定、网店产品运营、网店流量获取、网店营销策划、网店运营效果分析等多个环节。</p>							

核心课程 2	新媒体营销						
学 期	3	总学时	44	理论学时	30	实践学时	14
<p>课程目标：</p> <p>熟悉新媒体营销的基本概念、策略规划方法和数据分析技术；能够根据企业营销需求，完成新媒体平台的选择、账户搭建、内容创作、推广及效果分析等关键任务，具备新媒体平台运营能力；形成合规意识、创新思维、法律意识、团队协作精神和服务意识。</p>							

主要内容:

(1) 认识新媒体营销: 学习新媒体营销的概念、发展历程及未来趋势, 主要的新媒体营销平台及其特点。

(2) 策划新媒体营销: 新媒体营销策略的规划方法和技巧。主要包括目标设定、受众分析、内容规划、渠道选择、预算分配等。

(3) 实施新媒体营销: 新媒体营销的实施步骤与技巧。主要包括新媒体平台的选择与账户搭建、内容创作与发布、推广策略的制定与执行等。运用图文、视频、直播等多种形式创作高质量内容, 吸引并留住用户的方法和技巧。社交媒体广告投放、KOL/网红合作等推广手段的应用和实践。

(4) 新媒体营销文案: 如何撰写吸引目标受众、激发购买欲望的新媒体营销文案。内容涵盖标题设计、正文撰写、呼吁行动 (CTA) 等技巧, 以及不同平台 (如微博、微信公众号、抖音等) 的文案风格与规范。

(5) 新媒体数据分析: 常用的数据分析工具与方法, 如 Google Analytics、社交媒体平台自带的的分析工具等。如何收集、整理、分析新媒体营销数据, 通过关键指标 (如曝光量、点击率、转化率、用户画像等) 评估营销活动效果, 发现问题与机遇, 为后续的策略调整与优化提供数据支持。

教学要求:

采用项目教学、案例教学等教学方法, 融入诚实守信、守正创新、团结协作、服务地方等思政元素, 提升学生在不断变化的新媒体环境中, 有效运用营销工具服务企业的的能力。

合作企业: 浙江怡拓电子商务有限公司、北京京邦达贸易有限公司

引入合作企业教学项目、生产典型案例: 美妆产品新媒体营销策划、小红书社区内容创作

参与美妆产品新媒体营销策划、小红书社区内容创作项目, 不仅能成功打造美妆爆品, 也能深化品牌形象和忠诚度。在新媒体营销过程中, 注重内容创作的方法与技巧培养, 实现内容的高质量性、创意性及吸引力。

核心课程 3	短视频运营						
学 期	3	总学时	44	理论学时	30	实践学时	14
课程目标: 掌握短视频的运营理论、内容策划原则、拍摄技巧、剪辑方法以及发布与推广策略; 能够根据项目需求, 独立开展短视频的需求分析、策划创作、拍摄实施、剪辑制作以及发布推广等全流程工作; 具备创意思维、审美能力、用户洞察力、团队合作精神和遵守行业法规的职业伦理。							
主要内容: (1) 短视频运营概述: 短视频行业的市场规模、用户特征、发展趋势及主要平台等短视频行业现状; 短视频在品牌推广、用户互动、内容营销等方面的价值与作用; 短视频运营的基本概念、流程、关键指标 (如播放量、点赞量、评论量、转发率等) 及其重要性; 短视频创作与运营中需遵守的法律法规、平台规则及伦理标准。 (2) 短视频内容策划: 目标受众的兴趣、需求、行为特征等受众分析, 以制定针对性的内容策略; 根据品牌或账号定位, 确定短视频内容的主题、风格、调性, 确保内容的一致性和辨识度; 如何选题、构思剧情、设定亮点, 以及使用故事板、脚本等工具进行内容策划; 如何追踪社会热点、行业趋势, 灵活融入短视频内容中, 提升内容的时效性和吸引力。 (3) 短视频拍摄: 不同类型的拍摄设备 (如手机、相机、稳定器等) 及其适用场景; 构图、光线、色彩、镜头运动等拍摄技巧; 如何根据内容需求布置场景、选择合适的道具, 营造符合主题的氛围。							

(4) 短视频剪辑：常用的短视频剪辑软件（如剪映、Premiere 等）及其基本操作；从素材导入、粗剪、精剪到特效添加、音频处理的整个剪辑流程；剪辑节奏控制、画面转场、色彩校正、字幕添加等实用技巧。

(5) 短视频发布与推广：不同时间段和渠道的用户活跃度，选择合适的发布时机和平台；如何设计吸引人的标题和封面，提高短视频的点击率；如何有效回复评论、管理负面评论，增强用户粘性；付费推广、KOL 合作、社交媒体营销等推广方式；分析短视频的数据指标（如播放量、完播率、转化率等），并根据数据反馈优化内容策略和推广计划。

教学要求：

采用项目教学、案例教学等教学方法，融入遵纪守法、精益求精、守正创新、服务地方等思政元素，提升学生有效运用短视频工具进行内容创作和品牌传播的能力。

合作企业：世纪开元智印互联科技集团股份有限公司、日照九衍网络科技有限公司

引入合作企业教学项目、生产典型案例：文化产品短视频推广、校园文创产品短视频推广

引入文化产品短视频推广、校园文创产品短视频推广项目，将文化产品与校园文创的魅力直观展现给广大受众。在短视频运营中，可参与各个环节，如短视频内容策划、创意剪辑与发布推广等。

核心课程 4	直播运营						
学 期	3	总学时	44	理论学时	30	实践学时	14
<p>课程目标：</p> <p>掌握直播商品管理、内容策划、推广策划、数据分析等基础理论和方法；能够独立完成直播选品定价、直播内容与推广方案的策划、直播间装修设计、销售互动技巧以及直播效果的数据分析与优化；形成创新思维、用户服务意识和法律规范意识。</p>							
<p>主要内容：</p> <p>(1) 直播商品管理：直播商品筛选与评估、商品信息整理与分类技巧、商品定价策略、商品库存管理。</p> <p>(2) 直播内容策划：直播脚本撰写、话题设置、节奏把控等直播内容策划，以及直播内容创意激发与版权保护。</p> <p>(3) 直播推广策划：社交媒体预热、KOL/网红合作、平台资源位申请等直播推广的多渠道策略，以及推广效果数据分析和推广预算分配方案优化。</p> <p>(4) 直播间装修：直播间布局规划、灯光与摄像技巧、背景板设计与装饰等装修知识，并通过实践操作，设计出符合不同直播主题与品牌风格要求的直播间。</p> <p>(5) 直播销售与互动：直播产品介绍、演示、解答疑问、处理异议等直播销售的技巧；运用销售话术、肢体语言与情绪管理技巧提升销售转化率的技巧；多种直播互动方式，如抽奖、问答、投票等。</p> <p>(6) 直播数据分析与优化：观看人数、互动率、转化率等直播数据分析指标；直播数据分析工具与应用；直播优化策略。</p>							
<p>教学要求：</p> <p>采用项目教学、案例教学等教学方法，融入遵纪守法、用户为先、诚实守信、服务地方等思政元素，提升直播效果和销售业绩。</p>							
<p>合作企业：浙江怡拓电子商务有限公司、北京京邦达贸易有限公司</p>							
<p>引入合作企业教学项目、生产典型案例：家电产品直播营销、京东和抖音等品牌家电直播</p> <p>引入家电产品直播营销、京东和抖音等品牌家电直播项目，能够深度融合产品演示、优惠促销与互动体验。在此过程中，注重培养直播选品定价、直播内容与推广方案的策划、直播间装修</p>							

设计、销售互动技巧以及直播效果的数据分析与优化等能力。

核心课程 5	内容策划与编辑						
学 期	3	总学时	44	理论学时	30	实践学时	14
<p>课程目标：</p> <p>掌握内容策略的制定原则、不同平台的内容创作技巧以及编辑流程与规范；能够根据目标受众、市场需求和品牌定位制定和实施有效的内容策略，熟练运用微信公众号、小红书、短视频和电商平台等进行内容创作与编辑；形成遵纪守法、诚信意识和创新性思维。</p>							
<p>主要内容：</p> <p>(1) 内容策略制定：目标受众分析、竞争对手分析，以及市场趋势预测等市场分析，为内容策略的制定提供数据支持；根据品牌调性、核心价值及市场定位，确定内容策略的方向和风格。如何制定长期与短期的内容规划，包括内容主题、形式、发布频率等，确保内容输出的连贯性和有效性；如何设定内容策略的关键绩效指标（KPIs），如阅读量、分享率、转化率等，以便后续评估策略效果。</p> <p>(2) 内容创作技巧：吸引用户点击的标题创作技巧，如利用数字、提问、制造悬念等；内容构思的方法，如头脑风暴、思维导图、用户画像等，帮助学员快速找到创作灵感；文案撰写的基本原则，如简洁明了、逻辑清晰、情感共鸣等，同时介绍不同类型的文案风格及适用场景；如何在内容中融入图片、视频、音频等多媒体元素，提升内容的吸引力和传播力。</p> <p>(3) 内容编辑流程与规范：如何收集稿件、筛选优质内容，确保内容的质量和符合策略要求；内容审核的标准和流程，包括事实核查、版权检查、敏感词过滤等，确保内容的准确性和合规性；内容编辑的具体操作，如结构调整、语言润色、错别字纠正等，提升内容的可读性和专业性；内容排版的原则和技巧，包括字体、字号、颜色、间距等的选择，以及内容发布的时间和渠道选择，确保内容的有效传播；内容发布后的用户反馈收集和分析，以及根据反馈进行内容策略和创作技巧的迭代优化，形成持续改进的闭环。</p>							
<p>教学要求：</p> <p>采用讲授法、案例分析、项目实践法等教学方法，融入诚信、尚美、版权意识、法律意识等思政元素，提升内容创作的质量和效果，增强品牌影响力和市场竞争力。</p>							
<p>合作企业：浙江怡拓电子商务有限公司、日照大禹水产股份有限公司</p>							
<p>引入合作企业教学项目、生产典型案例：品牌内容营销、海洋梦想京东自营旗舰店内容策划</p> <p>通过品牌内容营销、海洋梦想京东自营旗舰店内容策划项目，旨在掌握内容策略的制定原则、不同平台的内容创作技巧以及编辑流程与规范。在平台选择上，主推微信公众号、小红书、短视频和电商平台等主流平台。</p>							

核心课程 6	商务数据分析						
学 期	4	总学时	48	理论学时	38	实践学时	10
<p>课程目标：</p> <p>理解商务数据的基本概念、分析指标和不同类型数据的特点；能进行数据收集、预处理、分析以及撰写商务数据可视化报告；形成数据诚信、数据敏感、批判性思维和数据隐私保护意识。</p>							
<p>主要内容：</p> <p>(1) 商务数据基础：商务数据的基本概念、类型（如结构化、非结构化）、数据来源、以及数据在商务决策中的重要性。</p> <p>(2) 分析指标：商务分析中常用的关键指标，包括 KPIs（关键绩效指标）、市场覆盖率、</p>							

用户增长率、复购率、转化率等，以及这些指标如何反映业务健康状况。

(3) 市场数据分析：如何收集和分析市场数据，包括市场趋势、竞争对手分析、消费者行为研究等，以支持市场策略的制定和调整。

(4) 运营数据分析：解读企业内部运营数据，包括财务分析、供应链管理、人力资源效率等，通过数据分析提升运营效率，降低成本。

(5) 产品数据分析：围绕产品生命周期，从产品设计、开发到上市后的表现，分析用户反馈、产品使用数据等，以优化产品功能和用户体验。

(6) 数据分析监控：数据分析监控体系的方法，实时跟踪业务数据变化，设置预警机制，及时发现并解决潜在问题。

(7) 报告撰写：商务数据可视化报告的撰写技巧，包括数据图表的选择与布局、故事线构建、结论提炼与建议提出，确保报告直观、准确、有说服力。

教学要求：

采用项目教学、案例教学等教学方法，融入遵纪守法、诚信意识，批判意识和逻辑思维等思政元素，提升学生应用数据支持商务决策和策略制定能力。

合作企业：浙江怡拓电子商务有限公司、北京京邦达贸易有限公司、日照大禹水产股份有限公司

引入合作企业教学项目、生产典型案例：网店运营商务数据分析、京东和抖音店铺运营数据分析
引入网店运营商务数据分析、京东和抖音店铺运营数据分析项目，旨在培养数据收集、预处理、分析以及撰写商务数据可视化报告能力。

核心课程 7	视觉营销设计						
学 期	4	总学时	48	理论学时	36	实践学时	12
课程目标： 熟悉视觉营销的基本概念、设计工具的选择与应用，以及视觉元素在营销中的作用；能够根据网店的营销需求和产品定位，结合目标客户特征，进行网店首页、产品主图视频、产品详情页的视觉营销设计，以提升页面访问深度和产品转化率；提升审美能力、创新思维、用户意识和遵守设计伦理的职业操守。							
主要内容： (1) 视觉营销认识：视觉营销的基本概念、重要性及其在电商、品牌宣传中的应用，理解如何通过视觉元素吸引并留住顾客注意力。 (2) 视觉营销设计工具选择：主流的视觉设计工具（如 Photoshop、Illustrator、InDesign 等）和生成式人工智能的视觉设计工具（如 Midjourney、Bing Image Creator 等）的特点与适用场景。 (3) 网店首页设计：网店首页的布局规划、色彩搭配、字体选择、图片运用等技巧，确保首页既能体现品牌形象，又能引导顾客浏览与购买。 (4) 产品主图及视频设计：如何设计吸引点击的产品主图，包括拍摄技巧、后期处理、文案搭配等；同时，介绍产品视频制作的流程与要点，提升产品展示效果。 (5) 产品详情页设计：产品详情页的设计原则，包括信息架构、卖点提炼、图文排版、互动元素（如问答、评价）等。							
教学要求： 采用项目教学、案例教学等教学方法，融入严谨规范、文化自信、守正创新、用户思维等思政元素，提升学生的视觉设计能力。							
合作企业：北京电商联盟网络科技有限公司、日照大禹水产股份有限公司							
引入合作企业教学项目、生产典型案例：京东店铺装修、海洋梦想京东自营旗舰店装修设计							

引入京东店铺装修、海洋梦想京东自营旗舰店装修设计项目，参与店铺首页设计、产品主图及视频设计、产品详情页设计等实际操作。

核心课程 8	社群运营						
学 期	5	总学时	42	理论学时	32	实践学时	10
<p>课程目标： 培养学生掌握社群运营的基础理论、行为分析方法和数据分析技术；能够策划和执行社群运营策略、进行成员管理和活动策划，以及有效应对社群增长和危机；形成创新思维、用户导向意识和团队协作精神。</p>							
<p>主要内容：</p> <p>(1) 社群运营基础理论：社群运营的基本概念、重要性、发展历程及未来趋势；社群运营的核心目标、原则及方法论。</p> <p>(2) 社群成员行为分析：社群成员的行为模式、兴趣偏好、互动习惯等；如何通过数据分析工具监测成员行为，为运营策略提供依据。</p> <p>(3) 社群成员管理：如何建立有效的社群规则，维护社群秩序；成员分类管理、关系维护、意见领袖培养等技巧。</p> <p>(4) 社群活动策划与执行：策划吸引成员参与的线上线下活动，包括主题选择、流程设计、资源调配等；执行活动并监控效果，及时调整策略以优化活动效果。</p> <p>(5) 社群增长策略：内容吸引、口碑传播、合作推广等社群增长策略；如何制定并执行增长计划，实现社群的持续扩张。</p> <p>(6) 社群口碑管理：分析口碑对社群发展的影响；如何监测口碑动态、处理负面评价、促进正面传播。</p> <p>(7) 社群危机应对：识别社群运营中可能遇到的危机类型及原因；制定危机应对预案；危机发生时的处理技巧。</p> <p>(8) 社群数据分析方法：社群数据分析的基本框架和常用工具；如何收集、整理、分析社群数据，为运营决策提供数据支持；通过数据分析不断优化运营策略。</p>							
<p>教学要求：</p> <p>采用项目教学、案例教学等互动式教学方法，融入遵纪守法、诚信服务、创新思维、团队协作等思政元素，提高学生的社群运营实践操作能力。</p>							
<p>合作企业：知乎、光线数字科技（山东）有限公司</p>							
<p>引入合作企业教学项目、生产典型案例：社群营销策划与执行、知乎咖啡社群营销</p> <p>参与社群营销策划与执行、知乎咖啡社群营销项目，核心在于精准定位目标用户，通过内容创新、互动交流及个性化定制，构建有温度、有品味的社群文化。再次过程中，注重培养学生掌握社群运营的基础理论、行为分析方法和数据分析技术。</p>							

（二）人才培养模式

电子商务专业采用“**一核双轨三阶四维**”人才培养模式。一核（Core Focus）是指电子商务运营一个核心能力培养，双轨（Dual Tracks）是指学徒制和项目化两个培养轨道，三阶（Three Stages）是指实训、实战、实体三个培养阶段，四维（Four Dimensions）是指知识、能力、素质、创新四个人才培养评价维度。

围绕一核，设计包含基础课程、专业课程和实践课程课程体系；通过产教融

合校企合作，引入产业导师和真实电商运营项目，为学生提供实习实训机会，实施双轨模式的职业技能培养；设计仿真实训、项目实战、市场实产三个阶段的教学目标和内容，逐步提升学生职业能力；建立包括知识掌握、能力运用、素质表现和创新实践在内的综合评价体系，动态评价学生成长。

电子商务专业人才培养中，持续深化三教改革、推进信息技术与教学有机融合。引入行业专家和企业导师，建设了高水平的省级教学创新团队；持续结合最新的电商发展趋势和技术应用实施教材内容更新；采用翻转课堂、案例教学、项目教学等多样化教学方法手段开展教学改革。建立在线学习平台，引进虚拟仿真技术，提供丰富的学习资源，增强学生学习体验，推进大数据、人工智能等信息技术辅助教学和学习过程。

（三）学生创新创业能力培养

结合电子商务领域创新创业能力需求，通过课创融合、赛创融合、技创融合、思创融合等四创融合培养路径，提升学生创新创业能力。

1. 课创融合（Curriculum Integration）：将创新创业教育融入网店运营推广、视觉设计营销、直播运营、短视频运营等专业课程中，确保学生在掌握电子商务专业知识和技能的同时，也能够学习到创业相关的技能和策略。同时，设计市场营销、商务数据分析、电子商务法律法规等跨学科课程，以电子商务为核心，拓展学生的综合能力。

2. 赛创融合（Competition Integration）：鼓励引导学生参与电子商务职业技能竞赛、市场营销职业技能竞赛、互联网+创新创业大赛等各类电子商务相关的竞赛项目，通过竞赛激发学生的创新思维和解决实际问题的能力，并将竞赛经验与课程学习相结合，让学生在实践中学习，在学习中实践。

3. 技创融合（Technology Integration）：强化大数据分析、人工智能在电子商务中的实践应用。依托国家级电子商务综合实训基地和数字商贸就业创业创新实践基地等实践平台，通过技能名师工作室和新媒体营销工作坊等与企业开展产学研合作，引入数字营销、智能客服训练等生产性项目，让学生在参与企业真实项目中掌握电子商务新技术的应用，增强其技术应用能力。

4. 思创融合（Thinking Integration）：将创新创业思维作为电子商务专业思政教育的核心元素，培养学生的批判性思维和创新思维，鼓励学生对现有商业

模式进行思考和改进。开设设计思维和创新方法论等创新思维训练课程，培养学生的创新意识。通过案例分析、头脑风暴、模拟演练等方式，加强学生的思维训练。

（四）课程思政

电子商务专业课程思政建设以“E-德引领·创新未来”为思政主线，以“诚信、服务、创新、法治”为核心思政元素，以“课程融合、实践锻炼、文化熏陶、环境营造”为路径，培养“厚商德、精运营、善服务、能创新”的高素质电子商务技术技能人才。具体实施中，注重通过四种路径增强思政育人效果：

1. 课程融合：在电子商务专业课程中，将思政教育与专业知识教学有机结合，如在电子商务法律法规课程中强调诚信经营的重要性，在网络营销课程中讨论社会责任与消费者权益保护。

2. 实践锻炼：通过案例分析、实习实训、生产经营等方式，让学生在实际操作中体验和学习电子商务的道德规范和法律要求，提高解决实际问题的能力。

3. 文化熏陶：利用校园文化活动、专家讲座、主题研讨等形式，传播社会主义核心价值观和商业伦理，培养学生的职业道德和社会责任感。

4. 环境营造：营造积极向上、诚信守法的校园文化氛围，为学生提供良好的学习和成长环境。

（五）劳动教育

实践教学（集中性实践、认识实习、生产实习、岗位实习等）设立劳动教育教学模块，丰富劳动教育形式、内容与场所，共计 16 学时。

序号	课程名称	教学内容	劳动教育内容	学时（16）
1	直播营销实训	智能客户服务与管理	劳动精神	4
2	视觉设计营销实训	商品图片拍摄	工匠精神	4
3	新媒体营销实训	新媒体营销项目分工	劳动组织	2
4	职业技能训练	直播间搭建与管理	劳动安全	4
5	岗位实习	劳动法、合同法	劳动法规	2
合计				16

九、教学进程总体安排

(一) 教学时间安排表

学年	学期	寒暑假	教学周数	教学安排						
				课堂教学环节	集中性实践教学环节	考试	机动	劳动教育(实践)	军事技能训练及入学教育	毕业教育
一	1	5	19	14	1	1	1		2	
	2	7	20	16	2	1	1			
二	3	5	20	11	6	1	1	1		
	4	7	20	12	6	1	1			
三	5	5	20	7	11	1	1			
	6		18		16	1				1
小计		29	117	60	42	6	5	1	2	1

(二) 教学进程总体安排表

课程性质	课程代码	课程名称	课程类别	总学分	总学时	学时安排		学年/学期/周课时						
								第一学年		第二学年		第三学年		
						理论	实践	1	2	3	4	5	6	
公共必修课程	GB2200B001	思想道德与法治	理+实	3	48	32	16	3/11w						
	GB2200B002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 I	理+实	1	16	14	2	1						
	GB2200B003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 II	理+实	1	16	14	2	1						
	GB2200B004	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	理+实	3	48	32	16	2						
	GB2200B005	形势与政策 I	理+实	0.2	8	8	0	8学时						
	GB2200B006	形势与政策 II	理+实	0.2	8	8	0	8学						

								时				
	GB2200B007	形势与政策III	理+实	0.2	8	8	0			8 学时		
	GB2200B008	形势与政策IV	理+实	0.2	8	8	0			8 学时		
	GB2200B009	形势与政策V	理+实	0.2	8	8	0				8 学时	
	GB1900B010	体育与健康 I	理+实	2	28	2	26	2				
	GB1900B011	体育与健康 II	理+实	2	32	2	30		2			
	GB1900B012	体育与健康III	理+实	1	11	2	9			1		
	GB1900B013	体育与健康IV	理+实	1	12	2	10				1	
	GB0500B014	大学生心理健康 教育	理+实	2	36	30	6		2			
	GB0500A015	军事理论	理论	2	36	18	18	1				
	GB0800B016	职业生涯规划 规划	理+实	1	14	10	4	1				
	GB0800B017	就业指导	理+实	1	12	9	3				1	
	GB0500B018	创新创业基础	理+实	2	32	24	8		2			
	GB0500B019	创新创业实践	理+实	1	11	8	3			1		
	GB0500A020	劳动教育 I (理论)	理论	0.5	8	8	0			8 学时		
	GB0500A021	劳动教育 II (理论)	理论	0.5	8	8	0				8 学时	
公共 限定 选修 课程	GD1902A022	经济数学 I	理论	2	42	42	0	3				
	GD1902A023	经济数学 II	理论	2	32	32	0		2			
	GD1900A024	大学英语 I	理论	3	56	56	0	4				
	GD1900A025	大学英语 II	理论	3	48	48	0		3			
	GD1900A026	大学语文 I	理论	2	42	42	0	3				
	GD1900A027	大学语文 II	理论	1	16	16	0		1			

GD1400B028	信息技术与人工智能	理+实	2	28	21	7	2						
GD0500B029	大学生安全教育 I	理+实	0.5	8	8	0	8	学时					
GD0500B030	大学生安全教育 II	理+实	0.5	8	8	0		8	学时				
GD0500B031	大学生安全教育 III	理+实	0.5	8	8	0			8	学时			
GD0500B032	大学生安全教育 IV	理+实	0.5	8	8	0				8	学时		
GD2200A033	中华优秀传统文化	理论	1	16	16	0		1					
GD1900A034	大学美育	理论	1	14	14	0	1						
GD2241A035	中国共产党党史	理论	1	18	18	0			2	或 2			“四史” 课程至少选修 1 门
GD2242A035	新中国史	理论	1	18	18	0			2	或 2			
GD2243A035	改革开放史	理论	1	18	18	0			2	或 2			
GD2244A035	社会主义发展史	理论	1	18	18	0			2	或 2			
GD1981B036	艺术导论	理+实	1	18	14	4	2	或 2					公共艺术课程 至少选修 1 门
GD1982B036	音乐鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2					
GD1983B036	美术鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2					
GD1984B036	影视鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2					
GD1985B036	戏剧鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2					
GD1986B036	舞蹈鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2					
GD1987B036	书法鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2					
GD1988B036	戏曲鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2					
公	GX1199B001	水文化	理+实	1	18	14	4	2	或				学院统

共 任 意 选 修 课 程								2			一公选 课至少 修2门
	GX1199B002	中国水利史	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1899B003	环境学概论	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1399B004	无人机操控技术	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1499B005	Office 教程	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1499B006	网页制作	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1499B007	大数据技术	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1599B008	公共关系学	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1599B009	投资与理财	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1699B010	管理学	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1699B011	市场营销	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1999B012	普通话基础	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1999B013	传统文化与吟诵	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1999B014	演讲与口才	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1999B015	应用文写作	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1999B016	数学文化	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1999B017	数学建模	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1999B018	体育文化与欣赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX2199B019	信息素养	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX0499B020	网络平台课程	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
小计				48	806	634	172				
专 业 基	ZJ1610B001	市场营销	理+实	2.5	48	30	18		3		
	ZJ1610B002	电子商务基础	理+实	2.5	44	30	14			4	

基础课程	ZJ1610B003	商学基础	理+实	2.5	48	30	18				4		
	ZJ1610B004	新零售基础	理+实	2.5	48	36	12				4		
	ZJ1610B005	智能客户服务与管理	理+实	2.5	48	36	12				4		
	ZJ1610B006	数字化供应链管理	理+实	2.5	48	36	12				4		
	ZJ1610B007	网络营销	理+实	2.5	42	32	10					6	
	ZJ1610B008	电子商务法律法规	理+实	2.5	42	32	10					6	
专业核心课程	ZH1610B009	网店运营推广	理+实	3.5	64	44	20		4				
	ZH1610B010	新媒体营销	理+实	2.5	44	30	14			4			
	ZH1610B011	短视频运营	理+实	2.5	44	30	14			4			
	ZH1610B012	直播运营	理+实	2.5	44	30	14			4			
	ZH1610B013	内容策划与编辑	理+实	2.5	44	30	14			4			
	ZH1610B014	商务数据分析	理+实	2.5	48	38	10				4		
	ZH1610B015	视觉营销设计	理+实	2.5	48	36	12				4		
	ZH1610B016	社群运营	理+实	2.5	42	32	10					6	
专业拓展课程	ZX1600A001	AGI 通用技术	理论	1	18	18	0			2			至少修2门
	ZX1600A002	AI 商业应用	理论	1	18	18	0			2			
	ZX1610A026	品牌产品开发	理论	1	18	18	0			2			
	ZX1610A027	跨境电子商务基础	理论	1	18	18	0			2			
	ZX1610A028	茶文化与茶营销	理论	1	18	18	0			2			至少修2门
	ZX1600A003	中国水文化景观赏析	理论	1	18	18	0				2		
	ZX1600A004	中国商业文化	理论	1	18	18	0				2		
	ZX1600A005	金牌服务技巧	理论	1	18	18	0				2		
	ZX1610A029	国际市场推广	理论	1	18	18	0				2		至少修1门
	ZX1600A007	消费心理学	理论	1	18	18	0					2	
	ZX1600A008	职场法则	理论	1	18	18	0					2	
ZX1600A009	财税基础	理论	1	18	18	0					2		

小计				46	836	622	214						
集中 性 实 践 课 程	SJ0500C037	军事技能训练及 入学教育	实践	2	48	0	48	2w					
	SJ1610C017	商务礼仪实训	实践	1	24	0	24	1w					
	SJ1610C018	市场营销实训	实践	1	24	0	24		1w				
	SJ1610C019	网店运营推广 实训	实践	1	24	0	24		1w				
	SJ0500C038	劳动教育 (实践)	实践	1	24	0	24			1w			
	SJ1610C020	短视频运营实训	实践	1	24	0	24			1w			
	SJ1610C021	直播运营实训	实践	1	24	0	24			1w			
	SJ1610C022	数字营销技能 训练 I	实践	4	96	0	96			4w			
	SJ1610C023	客户服务与管理 实训	实践	1	24	0	24				1w		
	SJ1610C024	新媒体营销实训	实践	1	24	0	24				1w		
	SJ1610C025	数字营销技能 训练 II	实践	4	96	0	96				4w		
	SJ1600C039	毕业设计	实践	3	72	0	72					3w	
	SJ1600C040	毕业教育	实践	1	24	0	24						1w
	SJ1600C041	岗位实习 I	实践	8	192	0	192					8w	
	SJ1600C042	岗位实习 II	实践	16	384	0	384						16w
小计 (15 门)				46	1104	0	1104						
合计 (99 门)				140	2746	1256	1490						
第二课堂				5	120			按《山东水利职业学院第二课堂学分实施办法(试行)》相关要求执行。					

(三) 各类课程学时(学分)分配表

课程体系	课程类别	学分数	学时数	学时 占比	理论 学时	实践 学时	实践学时 占比
公共基础课 程模块	公共必修课	25	408	14.86%	255	153	5.57%
	公共限定选修课	21	362	13.18%	351	11	0.40%
	公共任意选修课	2	36	1.31%	28	8	0.29%

	小计	48	806	29.35%	634	172	6.26%
专业课程 模块	专业基础课	20	368	13.40%	262	106	3.86%
	专业核心课	21	378	13.77%	270	108	3.93%
	专业拓展课	5	90	3.28%	90	0	0%
	小计	46	836	30.44%	622	214	7.79%
集中性实践 课程模块	军事技能训练及入学教育	2	48	1.75%	0	48	1.75%
	劳动教育(实践)	1	24	0.87%	0	24	0.87%
	综合实践 (含毕业设计)	18	432	15.73%	0	432	15.73%
	毕业教育	1	24	0.87%	0	24	0.87%
	岗位实习	24	576	20.98%	0	576	20.98%
	小计	46	1104	40.20%	0	1104	40.20%
合计		140	2746	100%	1256	1490	54.26%
总学时/最低修读学分			2746/140				

(四) 专业综合实践项目设置

序号	综合实践项目	开设学期	周数	主要内容及要求
1	商务礼仪实训	第一学期	1	主要内容：商务形象礼仪、商务沟通礼仪、商务服务礼仪、餐饮礼仪、谈判礼仪。 要求：积极参与实训活动，不得无故缺席或迟到；展现良好的服务意识和礼仪；撰写实训报告，总结实训经验，反映学习成果。
2	市场营销实训	第二学期	1	主要内容：市场调研与分析、市场细分与目标市场定位、产品策略与品牌管理、定价策略与销售渠道选择、促销策略与广告创意。 要求：积极参与实训活动，遵守实训安排，按时完成实训任务；熟练使用实训中提供的各种工具和软件，遵守学术诚信原则，不得抄袭或剽窃他人作品。
3	网店运营推广	第二学期	1	主要内容：SEO优化、SEM推广、信息流推广。 要求：积极参与实训活动，遵守实训安排，

	实训			按时完成实训任务；熟练运用各类平台的推广工具，独立完成推广活动的策划与执行；撰写实训报告，反映实训过程和学习成果。
4	短视频运营实训	第三学期	1	主要内容：短视频内容策划、短视频拍摄技巧、短视频编辑与后期制作。 要求：积极参与实训活动，遵守实训安排，按时完成实训任务；独立完成短视频的策划、拍摄、编辑和发布；严格遵守版权法规，确保内容的合法性；撰写实训报告，详细记录策划、制作、推广和优化的全过程。
5	直播运营实训	第三学期	1	主要内容：直播平台操作、直播内容策划、直播营销推广、直播互动与管理、直播数据分析。 要求：积极参与实训活动，遵守实训安排，按时完成实训任务；熟练操作直播相关设备和软件；严格遵守直播相关的法律法规和平台规则。
6	数字营销技能训练 I	第三学期	4	主要内容：人群画像与分析、数字化信息触达、客户关系连接、营销关系交易与回报。 要求：遵守实训安排，按时完成实训任务；熟练使用实训中提供的各种工具和软件；撰写实训报告，总结实训经验，反映学习成果。
7	客户服务与管理实训	第四学期	1	主要内容：客户行为分析、电商客户开发、客户信息管理、客户沟通管理。 要求：积极参与实训活动，遵守实训安排，按时完成实训任务；熟练掌握客户分析和信息管理等相关的工具和软件，提升工作效率；撰写实训报告，展现学习成果和实践经验。
8	新媒体营销实训	第四学期	1	主要内容：新媒体平台分析、创意内容生产、社交媒体运营、数据分析与监测、新媒体广告投放。 要求：积极参与实训活动，遵守实训安排，按时完成实训任务；借助 AI 工具，独立制作有创意的图文、音频和视频营销内容；遵守实训安全规定和新媒体平台规则；认真撰写实训报告。
9	数字营销技能训练 II	第四学期	4	主要内容：全网营销策划、营销内容创作、营销模拟操作、营销效果分析、用户行为分析、跨渠道营销协同、品牌声誉管理、网络营销实战。 要求：运用策略性思维来规划和执行网络营销活动；熟练使用各类网络营销工具和平台；遵守营销相关的职业道德和法律法规；认真撰写实训报告。

10	毕业设计	第五学期	3	主要内容: 选题与立项、毕业设计报告撰写。 要求: 理论与实践结合, 解决实际问题; 独立思考, 并形成创新解决方案; 合理规划时间, 确保按期完成毕业设计; 遵循电子商务行业的法律法规和道德规范; 毕业设计报告结构清晰、逻辑严密、观点明确。
11	岗位实习	第五、六学期	24	主要内容: 电子商务平台运营、网络营销推广、市场调研与数据分析、电子商务客户服务、项目策划与执行。 要求: 将电子商务理论知识应用于工作实际; 展现良好的职业素养和职业能力; 与指导老师保持良好的沟通; 按时完成岗位实习报告。

十、职业证书

序号	职业类证书	等级	认证单位	对应学习主要课程	拟考学期
1	网店运营推广☆	中级	北京鸿科经纬科技有限公司	网店运营推广	2
2	互联网营销师*	三级	中教畅享科技有限公司	新媒体营销、直播营销、短视频营销	3
3	电子商务师*	三级	中教畅享科技有限公司	网店运营推广、视觉营销设计、市场营销、客户服务与管理、商务数据分析	4

注: *表示职业资格证书; ☆表示职业技能等级证书。

十一、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构基本要求

电子商务专业教学团队专兼职教师 50 余人, 其中专任教师数量稳定在 26 名以上, 高级职称教师占比约 20%, 中级教师占比约 50%, 初级教师占比约 30%。在校生与专任教师之比不高于 18:1 (不含公共课)。团队具备职业资格证书的“双师”教师占比 70%以上, 45 岁以下的中青年教师占比维持在 85%以上, 形成合理的梯队结构。

2. 专业带头人的基本要求

具有副高及以上职称, 中级及以上“双师”型教师, 在电子商务领域有较深厚的学术积累和丰富的实战经验, 具备出色的组织协调能力, 能够高效领导团队,

推动项目进展。具有专业建设能力，能够不断创新教学方法，引领专业发展。持续关注行业动态，及时更新教学内容，确保课程与行业需求同步。积极推动教学改革，采用现代教育技术和教学理念，提高教学质量。能够洞察专业发展趋势，引领专业发展方向，提升专业竞争力。积极参与专业建设培训和相关研讨会，不断学习和自我提升。定期通过调研、访谈等多渠道收集行业和企业反馈，了解岗位需求变化。与用人单位和毕业生保持联系，征求对专业教学的意见和建议。关注毕业生就业情况，提供职业发展指导，增强毕业生的市场适应性和竞争力。

3. 骨干教师的基本要求

精通电子商务领域的工作流程和相关核心技能，具有中级及以上职称，中级及以上“双师”型教师，协助专业带头人制定专业标准、积极参与课程体系的改革与创新。主持或参与专业核心技能课程建设，提升课程质量和教学效果。积极参与专业及课程建设培训，不断提升自身的专业发展能力。每5年累计不少于6个月的企业实践经验，提高实际操作技能。积极参加各类教学比赛，提高教学水平。协助专业带头人编制教学文件，参与教学研究，探索教学方法和手段的创新。建立并维护与行业的联系，及时获取行业反馈，促进教学内容与企业需求的对接。积极指导学生的专业发展和职业规划，提高学生的就业竞争力。掌握并推广现代教育技术和工具，提高教学效率和互动性。

4. 专业教师的基本要求

持有高校教师资格证书，具有工商管理、市场营销、电子商务等相关专业的研究生及以上学历。有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心。具有扎实的电子商务及相关理论知识和实践能力。能够独立承担2-3门专业课程的教学任务，熟练进行课程的模块化教学设计和实施。具备较强的信息化教学能力，能够有效运用现代教育技术和工具。积极参与课程教学改革，开展教育科学研究，提升教学方法和效果。每5年累计不少于6个月的企业实践经历，以增强教学的实践性和时效性。持续学习和自我提升，不断更新专业知识，适应教育和行业的发展。关注学生发展，提供专业指导和职业规划，帮助学生实现个人目标。在教学和研究中展现良好的团队合作精神，与同事共享知识与经验。积极参与行业活动，与企业建立联系，促进学术交流和专业发展。

5. 外聘教师的基本要求

须为电子商务及相关行业领域的企业专家或具有一线工作经验的技术能手，具有中级及以上相关专业职称，具备良好的思想政治素质，能够积极传递社会主义核心价值观，拥有高尚的职业道德，能够以身作则，为学生树立正面榜样。具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，能够教授电子商务专业领域的最新理论和实践，将行业经验融入教学内容。具备实训指导能力，能够指导学生进行电子商务实训，提升电子商务实操技能。能够为学生提供职业发展规划指导，帮助学生明确职业目标。掌握职业教育教学理论方法，能够采用多样化教学手段提高教学效果。具备良好的沟通能力和团队协作精神，能够与校内教师团队协作。

（二）教学设施

1. 教室

配备黑板或白板以及多功能多媒体计算机，支持教学软件、演示文稿和其他多媒体材料的展示。安装高清投影仪和音响系统，提供稳定可靠的互联网接入或WiFi环境并具有网络安全防护措施，支持在线教学资源的访问和使用，同时保护教学数据安全。符合紧急疏散的安全标准，设置明显的疏散指示标志，保持所有逃生通道畅通无阻，无障碍物阻挡，确保紧急情况下快速疏散。具备良好的采光和通风条件，提供足够数量的课桌椅。

2. 校内实训基地

序号	实验实训室 (基地)名称	功能	工位数	面积 /m ²	使用课程
1	视觉营销实训室	视觉营销理论和实践教学	24	50	视觉营销设计 视觉营销设计实训
2	020 数字零售实训室	零售基础理论和实践教学、新零售项目运营、新零售技能培训	24	60	零售基础
3	智慧零售实训室	供应链管理和品牌产品开发理论和实践教学	60	130	供应链管理 品牌产品开发
4	电商平台运营实训室	市场营销和电子商务基础理论和实践教学	24	60	市场营销 电子商务基础
5	客服实训中心	客户服务与管理理论和实践教学、客服项目服务	84	200	客户服务与管理 客户服务与管理实训

6	短视频拍摄与制作实训室	视觉营销设计和短视频运营制作理论及实践教学	60	160	视觉营销设计 短视频运营 短视频运营实训
7	智能电子商务运营中心	社群运营理论和实践教学	80	210	社群运营
8	直播实训室	直播运营理论和实践教学	200	860	直播运营 直播运营实训
9	内容策划与编辑实训室	内容策划与编辑理论和实践教学	50	90	内容策划与编辑
10	短视频运营中心	短视频运营理论和实践教学	60	160	短视频运营 短视频运营实训
11	新媒体营销实训室	新媒体营销理论和实践教学	50	120	新媒体营销 新媒体营销实训
12	商务数据分析实训室	商务数据分析理论和实践教学	50	120	商务数据分析 商务数据分析实训
13	移动商务运营实训室	网店运营推广理论和实践教学	60	160	网店运营推广 网店运营推广实训
14	数字营销实训室	数字营销技能培训和数字营销社会服务	60	130	数字营销技能训练
15	网络营销实训室	理论和实践教学	50	90	网络营销
16	文化体验中心	茶文化与茶营销和中国商业文化理论及实践教学	50	120	茶文化与茶营销 中国商业文化

3. 校外实训基地

序号	校外实习实训基地名称	合作企业名称	合作类型	合作内容
1	京东客户服务实习实训基地	江苏京东信息技术有限公司	ABDF	提供专业对口实习和就业岗位, 提供教师锻炼岗位, 指导专业建设
2	京东教师驻企工作站	江苏京东信息技术有限公司	ABDF	提供专业对口实习和就业岗位, 提供教师锻炼岗位, 指导专业建设
3	百度网络营销实习实训基地	百度(中国)有限公司	AB	提供专业对口实习和就业岗位
4	世纪开元电子商务实习实训基地	世纪开元智印互联科技集团股份有限公司	AB	提供专业对口实习和就业岗位
5	泰盈电子商务实习实训基地	泰盈科技集团股份有限公司	ABCEFG	提供专业对口实习和就业岗位, 提供兼职教师和教师锻炼岗位, 提供专业建设指导并开展现代学徒制合作

6	北京电商联盟数字营销实习实训基地	北京电商联盟网络科技有限公司	ABCDEFG	提供专业对口实习和就业岗位,提供兼职教师和教师锻炼岗位,提供专业建设指导并开展现代学徒制合作
7	怡拓直播电商实习实训基地	浙江怡拓电子商务有限公司	ABCDEFG	提供专业对口实习和就业岗位,提供兼职教师和教师锻炼岗位,提供专业建设指导并开展现代学徒制合作
8	大海边数字营销实习实训基地	大海边电子商务有限公司	AB	提供专业对口实习和就业岗位
9	九衍网络电商运营实习实训基地	日照九衍网络科技有限公司	ABE	提供专业对口实习和就业岗位,承担《直播运营》《短视频运营》课程实训教学
10	光线新媒体营销实习实训基地	光线数字科技(山东)有限公司	ABDF	提供专业对口实习和就业岗位,提供教师锻炼岗位,指导专业建设

说明: 1. 合作企业名称为全称; 2. 合作类型(供参考): A. 提供学生就业岗位, B. 提供学生实习岗位, C. 提供兼职教师, D. 提供教师锻炼岗位, E. 合作开发课程, F. 指导专业建设, G. 开展现代学徒制合作, H. 合作开发产品, I. 采纳技术服务。

(三) 教学资源

组建教材选用委员会(包括专业教师、行业企业专家、教科研人员、教学管理人员等), 选用过程公开、公平、公正, 严格按照程序选用, 按照国家规定选用优质教材, 优先选用国家级、省部级获奖高职教材和能够反映先进技术发展水平的国家级、省部级规划教材, 所选教材的内容能够反映电子商务行业新知识、新技术、新业态, 选用近三年出版的高职高专教材, 与行业企业合作开发的专业课程教材, 与1+X 职业技术职业资格证书考核相结合教材。禁止不合格的教材进入课堂, 学校建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构, 完善教材选用制度, 经过规范程序择优选用教材。

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: 电子商务专业涉及的职业标准、技术手册、操作规范、规章制度以及案例类图书、5 种以上专业期刊等。

结合专业需要,开发和配备一批与本专业有关的优质音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、网络课程等专业教学资源库,种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新,能满足教学要求,有效开展多种形式的信息化教学活动,激发学生学习兴趣,提高学习效果。

1. 课程教材使用建议表

序号	课程名称	推荐教材	出版社	主编	教材类型
1	市场营销	市场营销	高等教育出版社	毕思勇	新形态教材
2	电子商务基础	电子商务基础与实务	人民邮电出版社	白东蕊	新形态教材
3	商学基础	经济学基础	高等教育出版社	冯瑞	新形态教材
4	客户服务与管理	网店客服(第2版)	人民邮电出版社	刘恒	新形态教材
5	商务数据分析	电子商务数据分析概论	高等教育出版社	北京博导前程信息技术股份有限公司	新形态教材
6	供应链管理	数字化供应链理论与实践	清华大学出版社	马潇宇	新形态教材
7	网络营销	网络营销实战	中国人民大学出版社	陈广明	新形态教材
8	电子商务法律法规	电子商务法律法规	北京理工大学出版社	郑广成	新形态教材
9	网店运营推广	网店推广	高等教育出版社	北京鸿科经纬科技有限公司	新形态教材
10	视觉营销设计	电子商务视觉设计	人民邮电出版社	童海君	新形态教材
11	短视频运营	短视频策划、制作与运营	人民邮电出版社	吴峰	新形态教材
12	直播运营	直播电商运营	北京理工大学出版社	汪永华	新形态教材
13	内容策划与编辑	移动商务文案写作(第2版)	人民邮电出版社	陈庆	新形态教材
14	新媒体营销	新媒体营销实务	东北财经大学出版社	李小敬	新形态教材
15	零售门店 O2O 运营	新零售实体店运营实务	清华大学出版社	杨林钟	新形态教材
16	社群运营	社群运营	校本教材	自编	新形态教材

2. 数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址	级别	备注
----	---------	------	----	----

1	《新媒体营销》在线精品课程	http://t.g2s.cn/84511RW3	国家级	自建
2	《茶叶市场营销》在线精品课程	http://t.g2s.cn/4WLVyzMR	省级	自建
3	《市场营销》在线精品课程	https://coursehome.zhihuishu.com/courseHome/1000001782#teachTeam	省级	引用
4	《商务礼仪与职场处世》在线精品课程	https://coursehome.zhihuishu.com/courseHome/1000062438#teachTeam%23teachTeam	省级	自建
5	电子商务专业教学资源库	https://vocational.smartedu.cn/resourceDetails/index.html?courseId=d3itawcup5xjzqo14rrncg	省级	自建
6	《职场“法”则》在线精品课程	https://www.xuetangx.com/course/sdwcvc03011001858/16906449?channel=i.area.manual-search	省级	自建
7	数字营销技术应用虚拟仿真实训资源	http://dm.itmc.cn	国家级	引用
8	网店运营推广虚拟仿真实训资源	http://yun.hotmatrix.cn/	国家级	引用

(四) 教学方法

1. 教学方法与教学手段

结合电子商务专业应用性和实践性强的特点，坚持以学生为中心、能力培养为主导、实践应用为目标的原则，灵活选择和综合运用案例教学、任务驱动、项目教学和翻转课堂等多元化教学方法。案例教学法通过分析真实商业情境，培养学生的分析和决策能力；任务驱动教学法通过设定具体的业务任务，激发学生的学习动力和参与度；项目教学法以实际项目为载体，让学生在团队合作中学习并应用电子商务的相关知识；翻转课堂则利用信息技术手段，将传统课堂讲授与课后自主学习相结合，提高课堂互动性和学习效率。

整合智能教学管理系统、虚拟仿真实训系统、数字资源库和企业真实项目等教学手段增强案例教学、任务驱动、项目教学和翻转课堂的教学效果。利用智能教学管理系统为翻转课堂模式提供预习材料和讨论平台；通过电子商务模拟软件和实验室设施，让学生在模拟环境中进行电子商务的实践操作；运用数字资源如视频讲座和互动演示，增强案例教学的生动性和易理解性；引入数据分析工具和生成式人工智能技术，培养学生的市场分析和内容生产能力；通过企业真实项目，让学生体验真实商业环境提升电商实战技能和创新能力。

2. 教学组织形式

电子商务专业以学生为中心，灵活采用案例教学、任务驱动、项目教学和翻转课堂等多样化方法教学组织，实现学中做、做中学。教师需根据教育目标、课程要求、学生特点和可用资源，运用智能管理系统、仿真实训、数字资源和企业项目等手段，提高课堂互动效果和学习效率。利用信息技术提升学生的自主学习能力，通过数据分析和人工智能工具培养学生的市场分析和内容创作技能，通过企业项目让学生深入真实商业场景，提升电商实战技能 and 创新能力。通过灵活的教学组织，培养解决实际问题的能力、终身学习习惯和创新精神，为学生的专业成长和未来发展奠定坚实的基础。

（五）学习评价

建立教师课堂教学综合评价体系，强化对教师教学过程的质量监控。通过定量和定性的方法，采用学生反馈、同行评审、教学观察、课程设计审查和教学成果展示等多种评价手段和工具，对教师在价值引领、知识传授和能力培养方面的教学实践进行评估。通过学生满意度调查、师德师风表现和教育教学实绩等防线强化对教师立德树人情况的考察。同时，利用教学视频分析、教学案例研讨、教学设计文档评审等工具，确保评价的全面性和客观性。

形成“五主体、四维度、全过程、灵活性”学生学业评价体系。通过教学系统、学生、同伴、教师和企业专家评价五个评价主体，从知识掌握、能力发展、素质提升和创新实践四个维度，全过程评价学生表现。全过程评价包括过程性评价和结果性评价，过程性评价主要采用平时作业、课堂测验、交流讨论、实践操作等考核形式，终结性评价主要采用期末测试、课程报告等考核形式。为增强评价体系的适应性和灵活性，建立了项目积分、竞赛成绩替代考试、职业资格认证等多元化评价标准，以适应不同学生的学习风格和特长。

（六）质量管理

1. 系统化的质量监控与诊断改进机制

建立院（系）两级的质量保障架构，明确各自的职责和权限，确保质量监控的全面性和系统性。利用智慧校园管理平台，构建“五纵五横一平台”的内部质量保证网络，实现从学校到学生各个层面的质量监控和管理。定期对课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计等环节进行教学诊断，确保教学质量的持续提升。

通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，形成闭环的质量改进流程。

2. 完善的教学管理制度与实践环节

加强教学管理，确保日常教学活动的有序运行。通过巡课、听课、评教、评学等制度，收集教学反馈，及时调整教学策略。建立与行业企业联动的实践教学督导制度，强化实践教学环节，确保教学内容与企业实际需求紧密结合。定期组织公开课、示范课和教研活动，促进教学方法和内容的创新，提升教师的教学能力和学生的学习体验。

3. 毕业生跟踪反馈与社会评价机制

建立毕业生跟踪反馈机制，对毕业生的就业情况、职业发展进行跟踪，收集毕业生和社会对人才培养质量的反馈。定期发布《质量保证体系自我诊改报告》和《质量年度报告》，向社会公开教学质量和人才培养的成效，接受社会监督。通过毕业生和社会的反馈，不断调整和优化人才培养方案，确保教育教学质量与社会需求的契合度，形成持续改进的质量文化。

十二、毕业要求

项目	学分要求				第二课堂学分	其他要求
	课程学分					
	课程总学分	必修课学分	限选课学分	任选课学分		
满足条件 (≥规定学分)	140	112	21	7	5 (不计入正常教学活动学分)	1. 原则上要获得1个专业相关职业类证书(省级竞赛三等奖以上的证书可以代替)。 2. 体育课程满足规定要求。 3. 公共艺术课程和大学美育至少修满2个学分。

注：体育课程要求。根据教育部关于印发《国家学生体质健康标准（2014年修订）》的通知（教体艺〔2014〕5号）文件精神，体质测试成绩达不到50分者，按照结业或肄业来处理（符合免测条件的学生除外）。

十三、研制团队

序号	姓名	工作单位	专业	职称/职务
1	马斌	山东水利职业学院商务管理系	会计	副教授/系主任

2	李小敬	山东水利职业学院商务管理系	电子商务	副教授
3	张蒙蒙	山东水利职业学院商务管理系	电子商务	副教授
4	张文静	山东水利职业学院商务管理系	电子商务	讲师
5	刘凌霄	山东水利职业学院商务管理系	电子商务	讲师
6	郑紫羽	山东水利职业学院商务管理系	电子商务	讲师
7	杨程	江苏京东信息技术有限公司	校企总经理	高级
8	邢琳琳	浙江怡拓电子商务有限公司	总经理	高级
9	郭广超	北京电商联盟科技有限公司	总经理	高级
10	尹翠翠	盈科技集团股份有限公司	经理	高级

十四、继续专业学习深造建议

本专业毕业生可通过专升本、开放教育、成人高考、自学考试、海外进修、专项学习等途径继续专业学习。也可在以后的工作中通过技术培训、项目研究、产品开发等生产实践，提高自身专业素养和技术水平。

接续高职本科专业：电子商务、全媒体电商运营、跨境电子商务

接续普通本科专业：电子商务、电子商务及法律、跨境电子商务