



焦作师范高等专科学校

电子商务专业 人才培养方案（2024 版）

所属学院： 外语经贸学院

主 笔： 康燕飞 李珺

审核人员： 崔晓慧

二〇二四年八月

一、专业名称及专业代码

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

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举例	职业资格证书和职业技能等级证书举例
财经商贸 大类 (53)	电子商务 类 (5307)	互联网和相关服务 (64) 批发业 (51) 零售业 (52)	销售人员 (4-01-02) 商务咨询服 务人员 (4-07-02)	营销推广 运营管理 客户服务 电商主播	1. 1+X 网店运营推广职业技能等级证书 2. 电子商务师证书

五、培养目标

本专业培养具备理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平、良好人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业的知识和技术技能，面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业的销售人员、商务咨询服务人员等职业群，能够从事电子商务营销推广、运营管理、客户服务等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

（一）素质

1. 坚定拥护中国共产党领导，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

4. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项

运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

6. 具有一定的审美和人文素质，能够形成一两项艺术特长或爱好。

(二) 知识

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

2. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等相关知识；

3. 掌握电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业等相关知识；

4. 掌握互联网资料查询、市场分析调研及撰写调研报告的方法；

5. 掌握消费者行为分析及客户服务与管理相关知识；

6. 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；

7. 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写的相关知识；

8. 掌握主流电子商务平台，移动电商平台的运营规则和推广方式；

9. 掌握网络营销方法及营销策划方案的撰写，掌握新媒体运营的方法；

10. 掌握网店运营规范与流程以及电子商务物流管理的相关知识；

11. 掌握较为扎实的电子商务运营相关的法律法规，保障电子商务的运营合规性。

(三) 能力

1. 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

2. 具有良好的中英语言、文字表达能力和沟通能力；

3. 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分

析等；

4. 能够根据摄影色彩、构图策略，进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片；

5. 能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度；

6. 能够根据产品页面需求，进行页面设计、布局、美化和制作；

7. 能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化；

8. 能够根据运营目标采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户等各类数据，对其进行分析和预测以及正确应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务等；

9. 能够使用电子商务平台开展网络零售和外贸活动；

10. 能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、店铺运营与管理。

11. 能够遵守相关法律法规，合规运营，能够运用电商法律法规维护合法权益。

七、课程设置及学时安排

（一）课程设置

主要包括公共课程、专业课程及实践性课程。

1. 公共课程

包括公共基础必修课、公共基础限选课和公共基础任选课程三部分。

（1）公共基础必修课包括思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与

政策、大学生心理健康教育、大学体育、职业生涯与发展规划、大学生就业指导、创新创业教育、信息技术、劳动教育、军事理论、国家安全教育等。

(2) 公共基础限选课从学校统一规划课程中选择 144 个学时(9 学分)的课程,包括音乐鉴赏,美术鉴赏,大学英语 I, 大学英语 II, 党史国史 4 门课程。

(3) 公共选修课从学校统一选修课程中选择 40 个学时(2 学分)的课程。

2. 专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程、专业选修课程,并涵盖有关实践性教学环节。

(1) 专业基础课程

主要包括以下专业基础课:电子商务实务,电子商务实用英语、电子商务平台美工设计、移动电子商务、电子商务法、网店运营、商品学、管理学、摄影、商务礼仪、直播电商实务、消费者行为分析等。

电子商务实务:

课程目标:帮助学生全面理解和应用电子商务的基本概念和原理,并掌握电子商务实践中的关键技能和工具。通过该课程的学习,学生将能够深入了解电子商务的发展趋势、商业模式和市场机会;掌握电子商务平台的搭建与运营;熟悉电子支付、物流配送和售后服务等关键环节,并能够运用市场营销、数据分析等手段来制定和执行电子商务策略。

课程内容:涉及包含以下方面:电子商务概述、电子商务市场与商业模式、电子商务平台与网站建设、电子支付与安全、物流配送与供应链管

理、电子商务营销与推广、数据分析与决策支持，以及电子商务法律与伦理等。通过丰富而全面的课程内容，学生将能够全面掌握电子商务的基础知识和实践技能，为未来在电子商务领域的职业发展做好准备。

教学要求：通过全面系统的教学安排和实践案例的引导，帮助学生全面理解和掌握电子商务的基础知识和实践技能。教师需要注重培养学生的理论思维和实际操作能力，通过讲解、讨论、案例分析等多样化的教学方法，激发学生积极参与和思考的能力。同时，教师还需关注电子商务领域的最新发展和趋势，及时更新教学内容，引导学生关注行业前沿和创新，培养学生的创新和应变能力。此外，教师还应鼓励学生进行团队合作和项目实践，锻炼他们的团队协作和沟通能力，培养学生的实际问题解决能力和职业素养。通过综合性的教学要求和实践指导，学生将能够具备在电子商务领域中融合理论与实践的能力，为未来的职业发展做好准备。

电子商务实用英语：

课程目标：通过本课程的学习使学生掌握电子商务的专业术语、沟通方式和技巧，具备操作电子商务平台的必要的外语能力。

课程内容：围绕电子商务交易中的问候应答、产品询问、价格协商、产品订购、付款方式、货运物流、产品投诉、服务评价等基本场景，学习电子商务业务相关的实用词汇、口语与书面表达。

教学要求：以“实用为主，够用为度”的原则，结合学生英语基础，采取情景化、案例化、项目化教学方法，理论与实践相结合。

电子商务平台美工设计：

课程目标：通过本课程的学习使学生对电商美工有全面的认知，掌握

对商品图的文案、美化、设计以及视频制作等实际操作技能，从而可以在实际电商平台上完善自己的商铺。

课程内容：掌握网店美工的基础知识，了解色彩搭配和文字设计的方法；学会商品图片的拍摄方法，掌握构建拍摄环境与布光的方法，并了解不同材质的拍摄方式；掌握商品图片的处理方法，主要包括大小、调色的处理以及各种特殊处理的方法；掌握 Logo、店标、背景的制作技巧以及模块的管理与设置方法；掌握首页的制作方法，并了解首页中的店招、导航条、轮播模块、分类引导模块、页尾的制作方法了解宝贝描述的制作方法，并掌握其中的焦点图、商品信息描述图等内容的制作；掌握主图、智钻图和直通车图的设计方法，并了解视频的制作；掌握图片切片和将图片上传到图片空间的方法；了解详情页的设计与制作方法。

教学要求：以教师为主导，以学生主体，通过老师视频演示、学生实际操作等方式，以学生自有店铺为终端，要求学生将学到的图片处理技巧应用在自己的电商平台的商铺设计上。

网店运营：

课程目标：本课程培养学生从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的的能力。从网店的供应商选择开始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。

课程内容：网店开设与定位；网店设计与装修；网店商品信息维护；网店推广与宣传；网店进货、库存与仓储管理；网店订单与配送管理；网

点客户服务与管理。

教学要求：该课程作为专业基础课，要求学生掌握从网店开设到日常维护运营的全流程操作技能。

移动电子商务：

课程目标：本课程旨在让学生对移动电商行业有一个全面系统的认识，更能让学生掌握相关移动平台开店、短视频制作、直播营销等技能，并具备团队协作精神、敬业精神等职业素质。

课程内容：本课程的教学内容主要涵盖移动电商概念、发展现状与趋势、价值链与商业模式、内贸平台应用、跨境平台应用、移动营销等。

教学要求：本课程以企业案例为导向，以工作任务为中心组织课程内容，通过具体的工作任务，介绍移动电子商务相关的基础知识。课程内容突出对学生职业能力的训练，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要。教学中采取项目教学、案例教学、场景教学等教学方法，突出能力培养目标，提高学生移动电子商务实际应用能力，培养学生网上创业意识和创新能力。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，通过理论与实践相结合，重点评价学生的职业能力。

商品学：

课程目标：本课程为专业基础课程，通过学习，使学生掌握《协调制度》的组成和结构；各组成部分的地位、特点、作用及相互关系；归类总规则；类注、章注和子目注释；主要类、章的商品范围及归类原则和方法；重点商品的归类思路和归类技巧。

课程内容：包括商品学的研究对象和内容学习、商品分类与编码应用、

商品质量管理的内容和方法学习、商品标准应用、商品检验方法和检验内容应用、商品质量监督与认证管理、商品包装管理、商品储存、运输与养护管理等相关知识。

教学要求：理解商品学的理论基础，具备通过市场调研了解消费者对商品的需求的能力。熟悉商品分类的原则，认识常见商品目录及商品分类体系。具备在分析影响商品质量因素的基础上做好商品质量管理工作的能力，运用所学知识熟悉和掌握商品检验及质量进行初步的检验与评价能力及其掌握运输包装标志的类型和应用，以及商品销售包装的内容，具备利用包装知识和技术做好商品包装的管理能力，针对储存商品进行管理的能力。通过结合实际案例的课堂讲授，更好的让学生在过程中养成自主学习、合作探究能力，以满足未来工作及个人发展需要。

管理学

课程目标：本课程为专业基础课程，通过学习，使学生系统了解管理学的“以人为本”、掌握“人际技能”、“分工与协作”；具备决策与计划，组织，领导以及控制和创新等的管理能力。

课程内容：包括管理者与管理工作的基本知识、管理决策的方法、计划工作的类型程序、商业模式规划与创新、计划方案制定、当代企业策略、组织工作的基本内容及其过程、职务设计与人员配备、组织中常见的各种关系、组织中的结构形式以及运作中遇到的问题及其解答、领导的本质与内容、沟通的重要性、管理控制的基本原则等相关知识。

教学要求：理解管理学的理论基础，能掌握管理者的层级与领域分类、管理者的技能要求、能够充分权变管理原则、管理的科学性与艺术性。通过学习组织设计能够运用所学知识进行部门划分包括人数、时间、地点、

设备、工艺阶段或工作技能，产品、地区、顾客或营销渠道，更有效的在横向部门划分中使不同层级、不同部门的工作得到有效的协调。能够更有效的运用所学知识在管理者与层级之间的沟通、组织气氛与组织文化中发挥效用，能够进行外在控制与内在控制、直接控制与间接控制。建议采用任务教学，案例教学，以教师为主导，以学生为主体，通过丰富的案例分析让学生拥有在管理工作、管理决策、管理的基本职能以及这些职能的综合与应用的逻辑能力。

电子商务法：

课程目标：本课程为专业基础课，通过学习，使学生了解电子商务法律相关知识及相关法律规定，掌握电子商务法基本原理，具备运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中相关法律问题的能力，确保电子商务运营的合规合法。

课程内容：包括电子商务法的基本原理、电子商务主体法律制度、电子合同法律制度、跨境电子平台规则，跨境电子支付法律制度、跨境电子商务物流法律制度、跨境电子商务知识产权法律制度、电子商务安全法律制度、电子商务纠纷的解决等相关知识。

教学要求：结合案例和电子素材，通过讲解、答疑等方式培养学生独立思考、解决问题的能力。

(2) 专业核心课程

主要包括以下专业核心课：网络营销、网店推广、社群运营，电子商务视觉营销、电子商务数据分析与应用、客户服务与管理、短视频策划与制作，电子商务物流管理等课程。

网络营销:

课程目标: 本课程为专业核心课程, 通过学习, 使学生系统了解在网络虚拟市场开展营销活动的原理和特点、环境与方法、工具与手段、目标与实施措施, 掌握网络营销的操作思路和运作技巧。

课程内容: 包括网络营销的理论基础、网络环境分析与网络市场调研、市场确定及消费者分析、网络广告策划与投放、社交媒体营销、搜索引擎营销等相关知识。

教学要求: 理解网络营销的理论基础, 能进行网络营销环境分析和市场调研, 能运用所学知识进行制作网络营销方案, 掌握网络营销思路和动作技巧, 建议采用任务教学, 案例教学, 以教师为主导, 以学生为主体, 通过结合实际案例的课堂讲授以及结合真实环境的实训项目, 更好的培养学生理论与实践相结合的能力。

网店推广:

课程目标: 本课程为专业核心课程, 通过学习, 使学生对网店推广的理论体系有一个系统的了解, 掌握淘宝直通车推广、速卖通推广、百度推广、今日头条推广等当前热点平台的核心推广技能。

课程内容: 包括网店推广认知、SEO 优化、SEM 推广、信息流推广等相关知识。

教学要求: 以搜索引擎推广、信息流推广等工作领域对应的知识、技能、素养要求为主线, 融合、提炼、归纳网店推广的核心知识体系并完成对应的实训任务, 帮助学生获取 1+X 网店运营推广职业技能等级证书(中级)。建议采用案例教学、任务教学、情境教学等教学方法, 将理论知识

与应用情境结合，增强学生的推广意识和解决实际问题的能力。

电子商务视觉营销：

课程目标：本课程为专业核心课，使学生能够充分了解视觉营销的内容及视觉营销的技巧和重点，最终能够更好地利用视觉营销的方式、方法获得竞争优势，并最终实现商品的成交。

课程内容：主要内容包括视觉营销基础、视觉营销的体现与布局、视觉的影像传达、商品图片的处理、视觉促销图的设计、店铺首页视觉营销设计、详情页视觉营销设计以及移动端店铺的视觉营销设计等。

教学要求：借助深入的案例分析，按照案例导入的方式组织教学，通过任务实训及考核进行实操性演练。

电子商务数据分析与应用：

课程目标：本课程为专业核心课程，通过本课程的讲解、演练和实践，能够使学生掌握商务数据的收集、处理与分析的方法与技巧。

课程内容：本课程在内容设计将商务数据的收集与处理、数据可视化与商务数据分析报告、市场数据分析、商品数据分析、营销推广数据分析、客户数据分析、运营数据分析等作为重点内容，以适应工作岗位实践能力需求，达到职业技能培养的最终目标。

课程要求：本课程基于商务数据分析岗位的职责，从市场、商品、营销推广、客户、运营等方面对商务数据分析进行了深入的剖析与讲解。本课程主要是强化学生商务数据分析的理念与运用 Excel 进行电子商务数据分析的能力，为其将来从事数据分析相关工作打下坚实的基础。

客户服务与管理:

课程目标：本课程为专业核心课。通过本课程的学习，学生可建立客户服务、客户管理的基本概念，能根据具体工作应用需求，运用客户管理理论，理解客户管理方案，并能初步设计客户管理方案。本课程在培养学生的创新意识、分析和解决实际问题的能力，以及客户服务实践能力等方面，发挥着积极的作用。

课程内容：涉及包含客户服务概论、客户行为和需求分析、有效沟通技巧、建立和维护客户关系、服务质量管理、投诉处理和问题解决、客户忠诚度和品牌建设、个性化客户服务、团队合作与领导力、使用客户服务技术和工具、客户数据管理和分析、职业道德和伦理意识等专业内容。

教学要求：以客户需求为出发点，熟悉客户服务原理和概念，掌握良好的沟通技巧，理解客户行为和需求，学习客户关系管理，发展问题解决和决策能力、实践团队合作与领导能力、培养持续学习和适应变化的能力。

教学过程中应注重理论与实践相结合，通过案例分析、角色扮演、模拟实验等互动学习方式，培养学生的实际操作能力和问题解决能力。此外，教学还应强调职业道德和伦理，培养学生的诚信意识和专业素养。

社群运营:

课程目标：通过本课程教学，学生应当能够认识社群、了解社群营销的价值和运营技巧，具备社群运营的规划和运营策略能力，能够组建社群团队、发挥社群的优势，能够有效的开展社群营销与运营的相关活动。

课程内容：学习和介绍社群营销与运营需具备的理论知识和实践能力，通过学习该课程，使学生掌握社群营学习和介绍社群营销与运营需具备的

理论知识和实践能力，通过学习该课程，使学生掌握社群营构成、价值和评估模型，引导读者全面认识社群以及社群营销；并能够从无到有建设社群、从小到大运营社群、由弱到强地构建社群运营团队，并对社群商业变现有一定的认知。

课程要求：学生应当能够认识社群、了解社群营销的价值和运营技巧，具备社群运营的规划和运营策略能力，能够组建社群团队、发挥社群的优势，能够有效的开展社群营销与运营的相关活动。

短视频策划与制作：

课程目标：通过本课程的学习使学生掌握熟悉短视频运营的基础知识，并掌握短视内容制作、短视频流量变现等知识；具备短视频制作和运营等能力，能够针对短视频类型实现有效的流量变现；掌握视频拍摄工具、视频剪辑工具；

课程内容：短视频的基本概念、特点、内容生产方式、平台分类及发展历程；不同运营阶段的侧重点和目前存在的问题与监管，让学生对短视频运营有全局性、理论性的了解；

教学要求：以抖音短视频平台为例，结合具体案例，介绍短视频的账号定位、内容制作、引流变现等重要环节的实操方法，帮助学生学习短视频运营的具体流程和操作方法；了解短视频涨粉、视频电商和直播带货的一些经典运营案例，帮助学生进一步巩固短视频的运营技巧，使学生能够做到举一反三，将具体实操经验运用到实际账号运营中。

(3) 专业选修课程

提供跨境电商 B2B 店铺数据运营，跨境电商口语，跨境电商基础与应

用，国际金融等可选课程，学生须从中选择不少于96学时（6学分）的课程。

（三）实践性教学环节

主要包括实训、实习、课外技能训练，毕业设计等。

实训实习 实训实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，包括在校内外进行商品拍摄、图像图片处理、网店装修、市场调研与分析、网络推广、交易管理、网络客户服务、网络创业等国内及跨境电子商务综合实训；在互联网和相关服务、批发业、零售业等行业的电子商务应用企业进行顶岗实习，达到掌握岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能等标准。电子商务专业实训实习注重理论与实践一体化教学，采取“双元制”培养模式，即“双轨驱动、双轨管理”的工学结合人才培养模式。严格执行《职业学校学生实习管理规定》、《高等职业院校电子商务专业顶岗实习标准》的要求，以及《阿里巴巴数字贸易学院建设方案》的规定。通过校企深度合作，企业导师与学校教师组成电子商务教学实践共同体，实现校企双方共同育人，实施“1+X”证书制度。同时以各类实习实训课程为主要载体开展劳动教育，增强职业认同感和劳动自豪感，提升创意物化能力，培育不断探索、精益求精、追求卓越的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度，坚信“三百六十行，行行出状元”，体认劳动不分贵贱，任何职业都很光荣，都能出彩。

毕业设计 毕业设计作为电子商务专业实践教学计划一部分，是实现培养目标的必不可少的实践性环节，是培养学生综合运用专业知识分析问题、解决问题的能力，并检验学生学习效果和理论研究水平的重要手段。

1 毕业设计目的

培养学生综合运用所学知识和技能，解决电子商务系统分析、设计、实施和电子商务系统管理中实际问题的能力；培养学生调查研究与信息收集，整理的能力；培养和提高学生的自学能力和计算机实际应用能力；培养和提高学生的文献检索及中外文资料的收集，阅读能力与外文资料的翻译能力；培养和提高学生的科技设计写作能力；培养学生的创新意识，严谨的治学态度和求实的科学作风以及刻苦钻研的精神。

2 毕业设计内容

电子商务企业运营管理（营销策划，营销推广，视觉营销）。

3 毕业设计成果

毕业设计可以从目标企业的运营与管理的营销策划、营销推广、视觉营销三个环节中任选一个，最终形成毕业设计方案进行提交，包括前期目标企业的调研方案，调研报告。

方案设计应包括以下内容：设计目的与目标、设计依据、策略组合、人员组织经费预算、效果评价方法与评价指标。

成果提交要求在 5000 字以上，其中方案的正文内容不少于 3000 字，附件材料调研方案、调研报告不超过 2000 字。

（四）其他要求

结合教学实际，开设社会责任、安全教育、绿色环保、管理等方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），将有关内容融入到专业课程教学中；开展“书证融通”，将 1+X 网店运营推广职业技能等级证书考核内容融入专业课程教学中；将创新创业教育、劳动教育融入到专业课程教学

和有关实践性教学环节中；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。

（二）教学进程总体安排

总学时为 2684 学时，每 16-18 学时折算为 1 学分。其中，公共基础课占总学时的 26.08%，实践性教学学时占总学时的 66.31%，各类选修课程学时累计占总学时的 10.4%。岗位实习为 2 个学期，分别在第五学期和第六学期。

学时比例分配表

专业课程结构及学时比例表					
课程体系	学分	学时	理论学时	实践学时	比例 (%)
公共基础必修课程	30	516	356	160	19.23%
公共基础限选课程	9	144	96	48	5.37%
专业基础任选课程	2	40	20	20	1.49%
专业基础课程	26	416	208	208	15.50%
专业核心课程	20	320	160	160	11.92%
专业选修课程	8	128	64	64	4.77%
实践教学	38	1120	0	1120	41.73%
合计	133	2684	904	1780	100.00%

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

电子商务专业师资队伍的结构合理，专业扎实、形成合理的梯形结构。

按照教师聘任性质，专业教学团队分为专任教师和兼职教师。现有专任教师 11 人，外籍教师 1 人，双师素质教师占专业教师比为 100%；校外兼职教师 5 人，占教师总数的 45.45%，均为来自企业、行业一线的管理人员和专业技术人员。学生数与本专业教师数比例（生师比）约为 18:1。

2. 专任教师

所有专任教师均具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务、国际经济与贸易、市场营销等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；所有专业教师具备不少于 6 个月的行业实践经历；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。

3. 专业带头人

专业带头人能够较好地把握国内外电子商务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

主要从阿里巴巴等专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质和职业道德，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上行业相关专业技术资格，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

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、实训室和实习基地。

1. 专业教室基本条件:

电子商务专业教室均配备了黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。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. 校内实训基地基本要求:

焦作师专电子商务创业实训基地，占地面积约 2000 m²，高度模拟电子商务公司的标准统一形象和办公运营场地，涉及电子商务运营的各个方面，包括网店装修、产品拍摄、运营推广、客服服务、物流发货、代理分销等。

电子商务认证中心

本中心是电商基地的窗口，来访者能够快速了解数贸学院的整体架构、熟悉电子商务证书的认证流程，该中心配备标准化培训教室和电子商务等级证书考场，依托先进的教学平台、师资和课程资源，可以承接校内外各种电子商务证书及技能认证的培训与考试。

综合高性能培训中心

该实训室配备有性能先进的计算机硬件设备和高度仿真电子商务教学系统，主要包括计算机 51 台、液晶触摸一体机 1 个、电子商务平台实训系统若干套（涵盖国内电商和跨境电商主流业务模式与典型平台），可承担电子商务及相关专业在校学生的课程教学实训和企业项目实践任务。

新媒体运营中心

该中心配备有学生图形工作站 10 台，1 个教师讲台，1 个教师图形工作站和双拼智慧大屏，以及多媒体教学管理平台，可同时满足 10 位学生进行商品拍摄、图片视频处理、H5 动态页面制作、详情页制作、新媒体营销策划、平台操作、内容生产、多渠道推广、内容投放等新媒体营销实训及

相应的课堂教学、考评认证的需求任务，实现了理论学习与实训操作相结合的教学模式，培养出符合企业需求的新媒体营销全方位高素质人才。

视觉摄影工作室简介

该实训室配备有高清摄影摄像设备和高标准专业灯光设备；实训室设置拍摄区，静物摆放区，视频剪辑区，可承担静物，产品拍摄，短视频制作等任务，满足专业课程的教学和实训需求。

乡村振兴展厅

该展厅配备有商品展示柜 6 个、商品展台 1 个及直播配套设备；展厅设置展示陈列区和短视频直播区，可承担网销商品样品展示和讲解、直播带货等任务，为本地小微、助农企业提供公益服务，助力本地绿色农产品的推广。

双创中心

该区探索以企业入驻的“双元”教学模式，通过企业与学生的双选，借助企业真实的商业平台，开展项目实训，学生获得业绩后可获得企业支付的劳动报酬，为学生的专业实习做好铺垫，全方位提升学生就业创业的能力。

商务谈判实训室

该实训室引入国际商务谈判活动，创设国际商务谈判场景，帮助学生在真实的环境中模拟谈判技能，提高学生商务谈判、商务礼仪、演讲口才等技能。

电子商务直播中心

电商直播中心包括融媒体多功能直播实训室、业务级直播实训室、跨境电商直播实训室。中心紧扣直播要素规划设计，以优质产业链及其它相关产品为中心，结合配套完善的课程体系及直播电商运营实训系统，能够

满足日常实践教学和商家直播培训、代播服务需求，实现直播运营达人、优质主播人才输送，结合“直播+”新场景新机会，深度探索产教融合创新模式，打造国内领先的直播营销一站式服务基地。

3. 校外实训基地基本要求

具有河南澳得科技有限公司、获嘉天众生物技术有限公司、焦作市德宝实业有限公司，焦作市一梦传媒有限公司等稳定的校外实习基地。能提供开展外贸业务、电子商务流程等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

4. 学生实习基地基本要求

在河南、浙江、广州等地区具有稳定的校外实习基地。能提供运营推广、美工设计、客户服务（拓展）等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳本专业所有学生实习；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；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学教学方面的基本要求

任课教师拥有各自开发的 PPT 电子课件、电子学习资料等信息化资源，部分专业课程采取理论与实操相结合的授课方式，在互联网环境下使用相关软件或实训平台辅助教学，如《电子商务平台美工设计》使用 photoshop 软件授课，《网店运营》，《网店推广》可以使用标关平台网站进行实操实训；《网络营销》等课程要求学生上机上网进行营销实训等。电子商务创业实训基地的电子商务实务竞赛系统沙盘和阿里巴巴数字贸易学院都可以为学生的实操、实训及实战提供良好的学习资源。

（三）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

按照国家规定和校党字【2022】22号《焦作师范高等专科学校教材管理实施细则》的规定选用教材，重点选用国家规划，省规划教材。学院建立由学院领导，专业教师，行业专家和教研人员等参与的教材选用委员会，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书配备

学校图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要，方便师生查询、借阅。电子商务专业类图书文献主要包括：电子商务基础与实训、网络营销、客户关系管理、搜索引擎营销、电子商务与内现代物流、国际贸易电子化实务、电子商务网站运营与管理、跨境电商、企业管理、网络创业等。

3. 数字资源配备

学校在电子商务行业协会的指导下，依托电子商务研究中心，与阿里巴巴等知名电商服务企业签约合作，共同建设、配备种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足本专业教学的共享型电子商务专业数字化教学资源库，包括与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等数字资源。

（四）教学方法

以阿里巴巴数字贸易学院为依托，企业导师+校内导师双元培养为基础，1+X证书“书证融合”为导向，根据学生特点，因材施教，激发学生学习兴趣，推广现代学徒制试点经验，普及项目教学、案例教学、情境教学、

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，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式，实现“做中学、学中做”。

一年级主要以专业基础课为主，讲练结合，帮助学生掌握电子商务专业的基础理论知识和基本技能；二年级以专业核心课为主，主要课程由阿里巴巴数字贸易学院的讲师承担，通过校内实操与实训，提升学生的业务能力，然后进行项目教学。根据考核的结果，由学生承担不同难易程度的工作，提升技能的同时加入职业道德和职业素养的培养；三年级两学期校外实训，通过双选的方式，学生到企业顶岗实习，顺利完成学校与企业的对接，为高质量就业打下坚实的基础。

（五）学习评价

电子商务专业培养的是复合型、应用型人才，注重过程评价和结果评价相结合的方式，大胆尝试考核方式、考核内容与测评体系改革，实施“多元化”“立体化”“多维化”的学习评价。

在评价环节方面，引导完成学生自主评价、组内互评、组间互评及教师评价等；在评价主体方面，督导、教师、学生及学习平台共同参与学习评价；在评价过程中，注重完成学习任务的“过程性评价、发展性评价、终结性评价、增值性评价”四结合；同时，强调知识、能力和素养并重的评价内容。

通过学习评价，有效激发学生的学习自觉性和发展动能，记录学生的成长画像，提高学生的内生动力。

九、质量管理

（一）学校和学院建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专

业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，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。

（二）学校、学院及教研室完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、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。

（三）学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

（四）专业教研组织充分利用评价分析结果，针对人才培养过程中存在的问题，进行诊断与改进，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

（一）具有良好的思想和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准；

（二）成绩要求：完成本专业教学计划规定的总学分要求；

（三）职业资格证书要求：获得至少 1 个职业资格证书，如：1+X 证书、电子商务师证书等；

（四）其他要求：具备中国情怀与国际视野、人文知识与科学素养、创新精神与创业意识、商业伦理与社会责任；具备量化思维能力、电子商务及跨境电子商务实践能力、协调沟通能力和数字化信息素养。

附件：专业教学计划安排表

附件：专业教学计划安排表

电子商务专业教学计划表															
课程性质	课程编号	开课部门	课程名称	学分	总课时	理论学时	实践学时	上课周数及周学时分配建议						考核类型	
								一	二	三	四	五	六		
								18	18	18	18	18	18		
公共 基础 课程	必修 课	A0901001	马克思主义学院	思想道德与法治	3	48	48	0		3					考查
		A0901002	马克思主义学院	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	32	0			2				考查
		A0901010	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	3	48	48	0				3			考查
		A0901003	马克思主义学院	形势与政策	1	48	40	8	0.5	0.5	0.5	0.5			考查
		A6301001	心理健康教育教研室	大学生心理健康教育	1	16	16	0	1						考查
		A6301002	心理健康教育教研室	大学生心理健康教育	1	16	0	16		1					考查
		A0501001	体育学院	大学体育 I	2	32	6	26	2						考查
		A0501002	体育学院	大学体育 II	2	32	6	26		2					考查
		A0501003	体育学院	大学体育 III	2	32	6	26			2				考查
		A0501004	体育学院	大学体育 IV	2	32	6	26				2			考查
		A3401001	就业指导教研室	职业生涯规划与发展规划	1	16	16	0	1						考查
		A3401002	就业指导教研室	大学生就业指导	1	16	16	0				1			考查
		A3401003	就业指导教研室	创新创业教育	1	16	8	8		1					考查

		A0701018	信息工程学院	信息技术	4	64	48	16		1				考试
		A0901004	马克思主义学院	劳动教育	1	16	8	8			1			考查
		A3304001	军事理论教研室	军事理论	2	36	36	0						考查
		A1601001	教务处	国家安全教育	1	16	16	0			1			考查
		小计				30	516	356	160	4.5	8.5	6.5	6.5	
	限选课	A0401001	外语经贸学院	大学英语 I	3	48	32	16	3					考查
		A0401002	外语经贸学院	大学英语 II	3	48	32	16		3				考试
		A0601001	音乐学院	音乐欣赏	1	16	8	8			1			考查
		A1301001	美术学院	美术鉴赏	1	16	8	8			1			考查
		A0901005	马克思主义学院	党史国史	1	16	16	0	1					考查
		小计				9	144	96	48	4	3	2	0	
	公共任选课			公共选修课（40学时，2学分）	2	40	20	20						考查
	合计				41	700	472	228	8.5	11.5	8.5	6.5		
	专业课程	专业基础课	A0403501	外语经贸学院	电子商务实用英语 1	2	32	16	16	2				
A0403502			外语经贸学院	电子商务实用英语 2	2	32	16	16		2				考查
A0403543			外语经贸学院	管理学	2	32	16	16	2					考试
A0403520			外语经贸学院	电子商务实务	2	32	16	16	2					考查
A0402031			外语经贸学院	电子商务平台美工设计	2	32	16	16	2					考查
A0403517			外语经贸学院	电子商务法	2	32	16	16	2					考查
A0403552			外语经贸学院	摄影	2	32	16	16	2					考查

		A0405020	外语经贸学院	商务礼仪	2	32	16	16	2					考查
		A0405019	外语经贸学院	商品学	2	32	16	16		2				考查
		A0402541	外语经贸学院	消费者行为分析	2	32	16	16		2				考试
		A0403534	外语经贸学院	移动电子商务	2	32	16	16		2				考查
		A0402539	外语经贸学院	网店运营	2	32	16	16		2				考查
		A0402540	外语经贸学院	直播电商实务	2	32	16	16		2				考查
		小计			26	416	208	208	14	12	0	0		
	专业 核心 课	A0402518	外语经贸学院	网络营销 1	2	32	16	16			2			考查
		A0402519	外语经贸学院	网络营销 2	2	32	16	16				2		考试
		A0402516	外语经贸学院	网店推广 1	2	32	16	16			2			考查
		A0402517	外语经贸学院	网店推广 2	2	32	16	16				2		考查
		A0402520	外语经贸学院	电子商务数据分析与应用	2	32	16	16				2		考试
		A0403547	外语经贸学院	短视频策划与制作	2	32	16	16			2			考试
		A0402509	外语经贸学院	客户服务与管理	2	32	16	16			2			考试
		A0402527	外语经贸学院	电子商务视觉营销	2	32	16	16				2		考查
		A0402538	外语经贸学院	社群运营	2	32	16	16				2		考查
		A0402508	外语经贸学院	电子商务物流管理	2	32	16	16				2		考查
			小计			20	320	160	160	0	0	8	12	
	专业 选修	A0402532	外语经贸学院	跨境电商 B2B 店铺数据运营 I	2	32	16	16			2			考查
		A0402533	外语经贸学院	跨境电商 B2B 店铺数据运营 II	2	32	16	16				2		考试

课程	A0402536	外语经贸学院	跨境电商基础与应用	2	32	16	16		2				考查
	A0402537	外语经贸学院	跨境电商口语	2	32	16	16			2			考查
	A0405305	外语经贸学院	国际金融	2	32	16	16				2		
	小计			8	128	64	64	2	2	4	2		
合计			54	864	432	432	16	14	12	14			
集中实践	A3307001	军事理论教研室	军事训练	2	32	0	112						
	A0407318	外语经贸学院	Word 文档处理实训	1	12	0	12		12				
	A0407323	外语经贸学院	PPT 制作与汇报实训	1	12	0	12		12				
	A0407404	外语经贸学院	交际英语实训	1	12	0	12		12				
	A0407407	外语经贸学院	电商直播实训	1	12	0	12		12				
	A0407406	外语经贸学院	Excel 办公实训	1	12	0	12			12			
	A0407324	外语经贸学院	AI 图片处理实训	1	12	0	12			12			
	A0407412	外语经贸学院	跨境电商运营实训	1	12	0	12			12			
	A0407324	外语经贸学院	网店运营实训	1	12	0	12			12			
	A0407312	外语经贸学院	外贸函电与单证实训	1	12	0	12				12		
	A0407313	外语经贸学院	电子商务能力实训	1	12	0	12				12		
	A0407320	外语经贸学院	新媒体运营实训	1	12	0	12				12		
	A0407409	外语经贸学院	电商模拟面试实训	1	12	0	12				12		
	A0407013	外语经贸学院	岗位实习(高职类)	6	408	0	408						
	A0407014	外语经贸学院	岗位实习(高职类)	6	408	0	408						

	外语经贸学院	毕业考核（毕业设计或报告）	2	48	0	48							
	外语经贸学院	第二课堂（课外技能训练）	10	200	0	200							
	小计		38	1120	0	1120							
总计			133	2684	904	1780	24.5	25.5	20.5	20.5	0	0	

附件：专业课程结构比例：

专业课程结构及学时比例表

课程体系	学分	学时	理论学时	实践学时	比例 (%)
公共基础必修课程	30	516	356	160	19.23%
公共基础限选课程	9	144	96	48	5.37%
专业基础任选课程	2	40	20	20	1.49%
专业基础课程	26	416	208	208	15.50%
专业核心课程	20	352	176	176	13.11%
专业选修课程	8	96	48	48	3.58%
实践教学	38	1120	0	1120	41.73%
合计	133	2684	904	1780	100.00%

附件：毕业要求对培养目标的支撑矩阵

专业毕业要求对培养目标的支撑矩阵

毕业要求		培养目标 1	培养目标 2	培养目标 3	培养目标 4	培养目标 5
素质要求	思想道德素质	√		√		
	发展素质			√	√	
	身心素质		√			
	专业素质				√	√
	科学文化素质	√	√			
知识要求	基础性知识	√				
	专业性知识				√	√
	通识性知识		√			
能力要求	知识获取能力			√	√	
	知识应用能力					√
	创新创业能力				√	

附件：专业课程体系对毕业要求支撑矩阵

专业课程体系对毕业要求支撑矩阵											
教学环节	素质要求					知识要求			能力要求		
	思想道德素质	发展素质	身心素质	专业素质	科学文化素质	基础性知识	专业性知识	通识性知识	知识获取能力	知识应用能力	创新创业能力
思想道德与法治	H				M			H	L		
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H				M			H	L		
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H				M			H	L		L
形势与政策			H					M	M	M	
大学生心理健康教育			H					L	L	L	
大学体育 I			H					L	L	L	
大学体育 II			H					L	L	L	
大学体育 III			H					L	L	L	
大学体育 IV		H						M	M		M
职业生涯与发展规划		H						M	M		M
大学生就业指导		H						M	M		H

创新创业教育					M			M	M		
劳动				H			H		L	H	
军事理论	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	
国家安全教育	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	
信息技术			L		M			L	L		
音乐欣赏			L		M			L	L		
美术鉴赏	H	H				H			M		
党史国史					H	H			M		
大学英语					H			M	M		
电子商务实用英语 1				M			M		H	M	
电子商务实用英语 2				M			M		H	M	
管理学		H		M			M	H	H	M	
电子商务实务				H			H		M	H	H
电子商务平台美工设计				H			H		M	H	H
电子商务法				H			H		M	H	H
摄影				H			H		M	H	
商务礼仪				L			L		M	M	
商品学				M			M		H	M	
消费者行为分析											
移动电子商务				M			M		H	M	
网店运营	H			H		H			H		
直播电商实务				M			M		H	M	

网络营销 1				H			H		M	H	H
网络营销 2				H			H		M	H	H
网店推广 1				H			H		M	H	H
网店推广 2				H			H		M	H	H
电子商务数据分析与应用				H			H		M	H	H
短视频策划与制作				M			M		H	M	
客户服务与管理				H			H		M	H	H
电子商务视觉营销				H			H		M	H	H
社群运营				H			H		M	H	H
电子商务物流管理				M			M		M	M	M
跨境电商基础与应用				M			M		M	M	
跨境电商 B2B 店铺数据运营				M			M		M	M	M
跨境电商口语	H		M					M	M	M	
军事训练	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
第二课堂（课外技能训练）			H					L	L		
岗位实习	H	H	H	H			H		H	H	
毕业考核（毕业设计或报告）	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H

说明：根据课程或实践项目对毕业要求的支撑度填写。H 代表高支撑度，M 代表中支撑度，L 代表低支撑度。