

九州职业技术学院 电子商务专业人才培养方案



专业带头人：



专业群主任：

系院审批：

教务处审批：

学校审批：



二〇二四年六月

九州职业技术学院

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务，530701，隶属电子商务专业群，专业特色：本专业坚持以电子商务人才的市场需求为导向，依托产业学院深化产教融合、校企合作，将产业学院的运行机制贯穿于人才培养全过程。通过校企共建课程体系、共组教学团队、共建实习实训与生产性实训基地，实现专业与产业对接、课程与岗位对接、教学内容与职业标准对接；依托产业学院搭建学生课外学习与创新创业平台，引导学生参加各类专业竞赛和创新创业大赛，着力培养学生实践动手能力与创新能力，培养符合企业需求的复合型、技能型电子商务人才，促进高质量就业，服务区域经济高质量发展。

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、修业年限

基本学制三年，专科。根据《九州职业技术学院学分制学籍管理办法》学生可以在3~6年内毕业。

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 或技能等 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)	电子商务师 (4-01-06-01) 市场营销专业人员 (2-06-07-02)、商务策划专 业人员 (2-06-07-03)、客户 服务管理 (4-07-02-03)、互 联网营销师 (4-01-02-07)	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、直 播销售员	网店运营推 广、电子商务 数据分析、 直播电商

五、培养目标与培养规格

（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、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素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

素质

（1）职业素质

①具有专业技术素质，掌握电子商务基本理论及技巧，组织和执行企业业务的网上拓展；能利用电子商务的知识分析解决一定的实际市场管理问题；能利用电子商务的技术结合营销思维去解决现场问题。

②具有再学习，提高和更新知识的基本素质，具备一定的创新思维能力。

（2）社会素质

①坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，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 1～2 项运动技能，养成良好的健康与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

⑥具有一定的审美和人文素养，能够形成 1～2 项艺术特长或爱好。

知识

（1）基本知识

①掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

②具有较强语言与文字表达能力、处理公文的能力、计算机和互联网操作能力、英语交流能力和开拓市场要求相适应的英语听说读写能力。

（2）核心知识

良好的市场营销、管理学及相关专业基础知识，掌握企业应对市场需要的电子商务运营理论知识、网络营销、电子商务数据分析等知识结构等电子商务的核心知识。

学习电商各个平台的运营管理模式，掌握卖家从货源管理到商品销售，售后服务中的各个细节，针对不同问题做出相应优化。能够利用互联网平台进行商品推广和市场管理，熟练使用店铺运营工具开展电子商务运营；能够结合市场需求进行电商美工设计；能掌握电子商务运营数据分析的基本方法与流程，达到基于电商平台的数据分析技巧方面的要求，对电商数据分析的方法熟悉了解，为今后可能从事电子商务运营奠定基础。

能力

（1）核心能力

①基础型电子商务网站建设和维护的能力

对基础型电子商务网站的建设和维护是对电子商务专业的最基本的要求，也是职业能力形成的基础。要求学生能够熟练运用网站制作的模块语言，掌握网站设计的全过程，能够规划网站建设和进行网站的日常维护。

②熟悉使用国内外大型电子商务平台，具备电商数据分析和运营管理能力

能够熟练运用大型电子商务平台的各项功能，熟练掌握如何使用电子商务平台进行商品或服务推广，具备电子商务平台或企业网站的管理和运营能力。

③针对企业和产品在互联网上进行网络营销策划的能力

能够把市场营销策划技能和网络营销的特点结合起来，熟悉网上产品或服务的开发，掌握产品或服务在网络市场的定价，指导如何在互联网上开展促销活动，明确并熟练使用网络销售渠道进行产品销售。

④熟练运用国内和跨境电子商务平台开展业务的能力

明确网络贸易的流程和传统贸易流程的不同点，能够掌握与客户在网上开展洽谈、签电子合同、执行贸易合同和清算支付等网络贸易流程并能够对该流程执行和管理；

能够熟练掌握跨境电子商务运营的不同环节的工作流程，熟悉国外消费市场特点和消费文

化。

（2）拓展能力

- ①具有一定的人际交往、沟通能力；
- ②具有一定的跨境电商基本技能；
- ③具有一定的创新思维能力；
- ④具有整合资源进行创业的基本素质与基本能力。

（三）目标岗位与专业课程对应表

目标岗位与专业课程对应表

目标岗位	典型工作任务	职业能力	课程
运营主管	网店运营 负责网店的整体运营规划，包括商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营及运营绩效分析。	素质要求：数据意识强、具备创新精神和敬业精神，遵守电商职业道德规范，具有团队协作和沟通协调能力。 知识要求：掌握 SEO/SEM、关键词优化、用户运营与管理、数据分析指标体系、流量获取与转化、竞争力分析等知识。 技能要求：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、供应商开发、商品销售和供应链管理；进行用户画像分析，完成用户拉新、留存、促活和转化。	网店运营 数据化运营
	数据化运营 确定运营目标并搭建指标体系，开展数据采集、数据分析、运营优化及持续跟踪，为运营决策提供数据支撑。	素质要求：数据意识强、具备创新精神和敬业精神，遵守电商职业道德规范，具有团队协作和沟通协调能力。 知识要求：掌握 SEO/SEM、关键词优化、用户运营与管理、数据分析指标体系、流量获取与转化、竞争力分析等知识。 技能要求：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、供应商开发、商品销售和供应链管理；进行用户画像分析，完成用户拉新、留存、促活和转化。	
全渠道营销主管	网络营销 负责营销活动策划与执行，包括市场分析、活动	素质要求：具有市场敏感度和创新思维，善于沟通协作，具备较强的活动策划意识和执行力。	网络营销 社群运营

	主题与目标确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结。	知识要求：掌握市场调研与分析、营销推广工具、新媒体平台运营规则、社群种类、用户消费行为及产品价值等知识。 技能要求：能够分析与评估市场，确定活动主题与目标，策划营销活动方案；整合各类资源，开展整合营销与广告投放；通过自媒体、搜索引擎、短视频平台进行社群推广与引流，并通过社群活动提升销售转化。	
	社群运营 负责社群定位及建群、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、社群粉丝管理及社群数据分析。	素质要求：具有市场敏感度和创新思维，善于沟通协作，具备较强的活动策划意识和执行力。 知识要求：掌握市场调研与分析、营销推广工具、新媒体平台运营规则、社群种类、用户消费行为及产品价值等知识。 技能要求：能够分析与评估市场，确定活动主题与目标，策划营销活动方案；整合各类资源，开展整合营销与广告投放；通过自媒体、搜索引擎、短视频平台进行社群推广与引流，并通过社群活动提升销售转化。	
020 销售 主管	零售门店 020 运营 负责运营数据采集与分析、商品规划、商品发布与优化、行业商家管理、活动运营、用户运营，设定 020 运营目标并协调整合资源。	素质要求：服务意识强，具有诚信经营理念、沟通协调能力和客户关系维护意识。 知识要求：掌握电商平台和本行业特点、客户服务管理基础知识、主流电子商务平台交易规则、ERP 与 CRM 等销售管理工具知识。 技能要求：能够制定商品规划方案和配置策略，设定 020 运营目标，使用促销活动工具进行全渠道活动推广；能够进行销售票据处理、订单确认及跟踪、自营渠道账单管理，建立产品销售漏斗，制定和优化客户服务方案。	零售门店 020 运营 互联网销售
	互联网销售与客户服务管理 负责销售方案执行与优化，包括销售目标与销售漏斗建立、销售票据处理、销售管理工具运用、	素质要求：服务意识强，具有诚信经营理念、沟通协调能力和客户关系维护意识。 知识要求：掌握电商平台和本行业特点、客户服务管理基础知识、主流电子商务平台交易规则、ERP	

	自营渠道账单管理、CRM 转化、销售数据分析；同时负责客服方案制定、客户投诉处理、智能客服训练及服务质量监控。	与 CRM 等销售管理工具知识。 技能要求：能够制定商品规划方案和配置策略，设定 O2O 运营目标，使用促销活动工具进行全渠道活动推广；能够进行销售票据处理、订单确认及跟踪、自营渠道账单管理，建立产品销售漏斗，制定和优化客户服务方案。	
智能客服主管	客户服务管理 负责客服方案制定和优化、顾客纠纷处理、智能客服训练、客户风控管理、客户服务质量监控，完成客服中心运营数据报表制作及数据分析报告。	素质要求：耐心细致、服务意识强，具有同理心和抗压能力，善于沟通协调。 知识要求：掌握客户服务管理基础知识、主流电子商务平台交易规则、智能客服系统原理、客户数据分析方法。 技能要求：能够制定和优化客户服务方案；进行智能客服机器人训练、客户投诉处理、新老客户转化服务；开展客户风控管理和服务质量监控，制作客服数据报表。	互联网销售、客户服务与管理、消费者行为分析
视觉营销设计师	视觉设计 负责视觉设计，包括店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计及视觉提升方案制定。	素质要求：审美意识强，具备创新精神和敬业精神，遵守知识产权保护与电商职业道德规范，具有团队协作和沟通表达能力。 知识要求：掌握平面设计、音视频制作软件使用方法、品牌视觉规范、包装设计原理、新媒体平台视觉规则、短视频策划与剪辑等知识。 技能要求：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；结合产品特点与包装材质设计产品内外包装；进行新媒体平台页面配图排版与主题设计；策划、拍摄与剪辑短视频。	视觉营销设计、图形图像处理、视频制作
互联网产品开发主管	互联网及电商产品开发 负责互联网及电商产品开发，包括产品战略规划、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。	素质要求：产品思维强，具备创新意识与工匠精神，遵守电商职业道德规范，具有团队协作、沟通协调和项目管理能力。 知识要求：掌握 PEST 和 SWOT 分析方法、大数据分析、原型设计、平面设计、财务分析、产品需求模型、产品生命周期管理等	互联网产品开发、视觉营销设计

		知识。 技能要求：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，建立产品需求模型和应用场景；进行电商产品呈现方式及 UI 设计，跟进产品开发进度；选择产品发布渠道，组织实施产品发布并评估开发进度。	
直播销售员	直播商品策划、直播引流推广、直播互动运营、直播数据分析	素质要求：真实、专业、有温度，合规经营、数字素养强，数据驱动、用户为本，临场应变、责任担当。知识要求：掌握直播电商行业规范与平台运营规则、用户画像与选品策略、直播脚本与场景搭建、直播数据分析指标等知识。技能要求：能够进行商品卖点提炼与直播话术设计；运用 AI 工具制作引流图文与短视频；完成直播间配置、整场脚本与氛围互动设计，达成成交转化与风险管控；导出清洗直播数据并撰写复盘报告。	直播电商

(四) 课程设置体系 (见下表所示, 请根据各专业实际情况填写)

课程 大类	课程类别		课程		学 分	备注
			课程说明	具体课程		
公共 基础 大类 课程	公共 基础 必修 课程	思想政治类 课程	全校各专业学生必修的课程, 主要用以培养学生学习能力、思维方式、人文素养、科学精神, 职业道德和职业素质与精神等的课程。	思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策	9	机电学院、建筑学院开设高等数学与工程数学。管理学院财经类专业开设经济数学 1、2; 医疗学院不开设高职英语 2。
		体育安全类 课程		国家安全教育、军事理论、军训、体育 1-3、劳动教育、心理健康教育	13	
		文理基础类 课程		信息技术基础、信息技术基础实训、人工智能通识、高职英语 1-2、高等数学、工程数学、经济数学 1-2	18.5	
		职业发展规划 课程		大学生职业发展与生涯规划、大学生就业指导、大学生创新创业指导	3	

	公共基础选修课程	人文素养课程	加强革命文化和社会主义先进文化教育、推动中华优秀传统文化传承、促进身心健康、提高审美和人文素养。	大学语文、马克思主义理论类课程、党史国史类课程、中华优秀传统文化类课程、公共艺术类课程、职业素养类课程、	6	其中公共艺术类课程在校期间学生至少选修 2 学分。
	小计				49.5	各专业根据需 要选择其中的 课程学分
专业（技能） 大类课程	专业基础课程	专业平台模块	本专业群学生必修的课程，培养学生的专业基础能力和通用能力。	管理学基础、零售基础、商务数据分析、财税基础、经济法概论、市场营销、电子商务基础	21	根据专业具体情况，各个模块的学分分配可进行适当调整。
	专业核心课程	专业核心模块	从事本专业必修的专业主干课程，包括专业理论课程与实践课程。	网络营销、网店运营、数据化运营、社群运营、互联网产品开发、视觉营销设计、零售门店 O2O 运营、互联网销售	23	
	专业拓展课程	专业拓展模块	本专业多个不同方向拓展的选修课程。	网络营销、网店运营、数据化运营、社群运营、互联网产品开发、视觉营销设计、零售门店 O2O 运营、互联网销售、电子商务法律法规	18	
	专业技能实训课程	专业技能实训模块	培养本专业核心技能的校内集中实训类课程。	电商岗位认知实训、网店运营实训、电商数据分析与智能选品实训、全媒体运营综合实训	6	
	综合技术技能课程	岗位实习	学生通过岗前培训后，在专业人员指导下，辅助或相对独立参与实际工作。	岗前综合培训、岗位实习	26	
		毕业设计（论文）	对某一课题，做出解决实际问题的设计。结题时，要完成一份书面报告并做答辩。	毕业设计（论文）应包括完整的、符合工程规定的描述和对解决方案的描述。可以是专题型、论辩型、综述型和综合型。		
	小计				94	
合计					143.5	

六、主要课程

1. 专业基础课程

管理学基础、零售基础、商务数据分析、财税基础、经济法概论、市场营销、电子商务基

础。

2. 专业核心课程

网络营销、网店运营、数据化运营、社群运营、互联网产品开发、视觉营销设计、零售门店 020 运营、互联网销售。

3. 专业拓展课程

市场调研与分析、消费者行为分析、新媒体营销、商务沟通、直播电商、客户服务与管理、电子商务法律法规。

4. 技能实训课程

电商岗位认知实训、网店运营实训、数据分析与智能选品实训、全媒体运营综合实训。

七、专业核心课程简介

课程信息			
课程名称	网络营销	课程代码	3320091
课程学时	48	课程学分	3
课程类型	B 类（理论+实践）	课程性质	专业核心·必修·考试
先修课程	管理学基础、市场营销	后续课程	新媒体营销、直播电商实训、全媒体运营综合实训
课程目标			
本课程旨在培养学生合规营销、用户价值导向与数据驱动的职业素养及人机协同的智能营销意识，系统掌握市场调研、用户洞察、营销策划、推广工具与平台规则，以及 AIGC 营销文案生成、智能广告投放与 AI 舆情分析等智能营销知识，具备营销活动全流程执行能力，能够开展市场分析与活动主题及目标确定、完成营销方案设计与任务分解、开展整合营销与 AI 辅助的广告投放，并能跟踪监控营销过程与效果、撰写复盘报告、提出有效改进方案。			
课程主要内容			
课程围绕营销活动全流程组织教学，涵盖市场调研与用户画像、竞品分析与 SWOT 方法，搜索引擎、社交媒体、短视频等主流平台的运营规则与推广工具应用，营销活动策划与执行、整合营销与广告投放，以及活动数据监控、效果分析与复盘改进等模块，融入 KOL/KOC 合作、信息流投放、内容种草等实战方法，并引入 AIGC 文案与创意素材生成、智能投放优化、AI 舆情监测与大模型辅助营销策划等 AI 赋能内容。			
教学要求			
教学中依托统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台与大模型营销助手等 AI 工具开展理实一体化教学，以真实营销项目为载体实施任务驱动，引导学生将 AI 生成内容与人工创意相结合并恪守内容合规；采用过程性考核与终结性考核相结合的方式，重点评价方案策划质量、任务执行过程与复			

课程信息			
课程名称	网店运营	课程代码	3320637
课程学时	48	课程学分	3
课程类型	B 类（理论+实践）	课程性质	专业核心·必修·考试
先修课程	电子商务基础、市场营销、经济法概论、商务数据分析、财税基础	后续课程	数据化运营、网店运营实训
课程目标			
本课程旨在培养学生以用户为中心、数据驱动与人机协同的运营思维及合规经营意识，系统掌握 SEO/SEM、关键词优化、用户运营与管理、流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等知识，以及 AI 选品、智能定价、AIGC 商品图文生成等智能运营方法，能够制定网店运营目标、推广策略及预算，完成商品选品、定价、供应商开发与销售执行，开展目标商品与竞品数据分析并撰写运营报告，同时基于用户画像实施用户拉新、留存、促活与转化全链路管理。			
课程主要内容			
课程涵盖网店运营规划（目标设定、推广策略制定、预算编制）、搜索优化（SEO/SEM 与关键词优化）、商品管理（选品策略、定价方法、供应链与供应商开发，以及 AI 选品与智能定价）、流量运营（免费与付费流量获取、转化漏斗优化）、目标商品与竞品数据分析及运营报告撰写、用户画像与分层管理及 AARRR 闭环运营等内容，并融入 AIGC 商品主图与详情页生成、智能客服机器人配置等 AI 赋能应用。			
教学要求			
教学中借助现代办公软件、指数工具、表格处理软件及 AI 运营助手等数字化工具，以真实网店项目为载体开展任务驱动的项目化教学，强化学生数据分析、智能工具应用与运营决策能力；考核突出运营方案、数据报告与策略优化等过程性成果。			
盘改进能力；建议对接“网店运营推广”“数字营销”等证书，实施课证融通。			

课程信息			
课程名称	数据化运营	课程代码	3320638
课程学时	48	课程学分	3
课程类型	B 类（理论+实践）	课程性质	专业核心·必修·考试
先修课程	商务数据分析、电子商务基	后续课程	新媒体营销、直播电商、互联网

	础		产品开发、市场调研与分析
课程目标			
本课程旨在培养学生严谨的数据思维、数据伦理意识、循证决策素养与 AI 辅助分析能力,理解数据分析指标体系概念,掌握数据分析的方法与方法论及大模型辅助分析技巧,能够围绕运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求等数据,运用数据分析与 AI 工具对市场、客户、运营、销售、供应链等全链路数据进行全过程分析与可视化呈现,并撰写数据分析报告、提出运营优化与改进建议。			
课程主要内容			
课程涵盖数据分析指标体系搭建,市场信息、营销活动与用户行为等数据采集与处理,描述性、诊断性、预测性、规范性分析方法论,Excel、SQL、Power BI 等分析工具应用,多场景全过程数据分析,数据可视化与看板呈现,数据分析报告撰写与运营改进建议输出等内容,并引入 AI 智能问答与自然语言生成分析、大模型辅助报告撰写、机器学习销量预测等 AI 赋能模块。			
教学要求			
教学采用项目化、案例化方式,依托计算机、数据采集工具、数据分析软件与 AI 数据分析工具,贯穿企业真实数据集开展全过程分析实训,注重培养学生数据敏感度、人机协同分析能力、报告撰写与决策建议能力,并强化数据合规与 AI 应用伦理教育;过程性考核覆盖数据采集、分析与可视化等任务,终结性考核聚焦数据分析报告质量。			

课程信息			
课程名称	社群运营	课程代码	3320639
课程学时	48	课程学分	3
课程类型	B 类(理论+实践)	课程性质	专业核心·必修·考试
先修课程	市场营销、电子商务基础	后续课程	新媒体营销、务沟通、直播电商、客户服务与管理、全媒体运营综合实训
课程目标			
本课程旨在培养学生用户连接、价值共创、精细化运营素养与智能社群管理意识,掌握社群种类、用户消费行为、产品价值及社群定位等知识,能够根据用户和产品定位社群并制定运营方案,通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台开展社群推广与引流,策划执行爆款打造与社群活动,基于用户需求进行社群数据分析,并运用 AI 工具构建社群营销体系,提升销售转化、社群活跃与粉丝管理水平。			
课程主要内容			

课程涵盖社群定位与建群策略，自媒体、短视频与搜索引擎引流方法，爆款筛选与内容种草（AIGC 图文与短视频内容批量生产），社群活动策划、执行与复盘，社群管理工具（SCRM、AI 社群机器人）应用，社群活跃与粉丝管理（UGC 运营、KOC 培育、积分等级体系），社群数据分析与营销体系构建等内容，并融入智能用户画像、AI 互动问答机器人等 AI 赋能应用。
教学要求
教学采用任务驱动与情境教学相结合的方式，依托社交软件、自媒体工具、短视频平台、办公软件及 AIGC 内容工具开展实训，鼓励学生运营真实社群项目、运用 AI 工具提升内容生产与用户互动效率；考核覆盖建群方案、引流方案、活动执行与数据复盘等过程性成果，终结性考核聚焦社群营销体系输出。

课程信息			
课程名称	互联网产品开发	课程代码	3320640
课程学时	48	课程学分	3
课程类型	B 类（理论+实践）	课程性质	专业核心·必修·考试
先修课程	数据化运营、电子商务基础、零售基础、网络营销	后续课程	直播电商、岗位实习、直播电商实训、全媒体运营综合实训
课程目标			
本课程旨在培养学生用户价值导向的产品思维、严谨迭代习惯、跨部门协同意识与 AI 辅助产品开发能力，掌握 PEST、SWOT 等分析方法，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及大模型辅助工具，能够分析产品投放的投资回报率并制定互联网产品战略规划和开发方案，完成产品需求挖掘、需求建模与应用场景构建、产品 UI 设计与打样，选择产品发布渠道、撰写渠道测试报告，并对电商产品开发进度进行评估与考核。			
课程主要内容			
课程涵盖 PEST、SWOT 与 ROI 市场战略分析，产品需求挖掘（含大模型辅助用户反馈聚类与需求洞察）与 PRD 撰写，低保真与高保真原型设计（含 AI 生成原型），UI 设计规范与交互设计，产品路线图与版本规划，敏捷开发与跨部门协同，渠道测试与灰度发布，产品指标体系与开发进度评估考核，以及智能埋点与 AI 用户行为分析等 AI 赋能内容。			
教学要求			
教学以真实产品开发项目为载体，贯穿“调研—规划—设计—开发—发布—评估”全流程开展项目化教学，运用 Axure、Figma 等原型与 UI 设计软件及 AI 辅助设计与文档生成工具；采用小组协作与路演答辩相结合的考核方式，重点培养学生产品思维、逻辑能			

力、协同沟通能力与 AI 工具驾驭能力，鼓励学生参与真实产品开发项目。

课程信息			
课程名称	视觉营销设计	课程代码	3320641
课程学时	48	课程学分	3
课程类型	B 类（理论+实践）	课程性质	专业核心·必修·考试
先修课程	电子商务基础、网络营销	后续课程	直播电商、直播电商实训
课程目标			
本课程旨在培养学生审美素养、品牌规范意识、人机协同创作能力与版权合规意识(含 AIGC 作品版权与使用规范)，掌握相关平面设计、音视频制作软件及 AIGC 创作工具的使用方法，能够根据店铺定位完成 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，结合产品特点与包装材质设计产品内、外包装，完成新媒体平台页面的配图排版与主题设计，并独立完成短视频的策划、拍摄与 AI 辅助剪辑。			
课程主要内容			
课程涵盖 Photoshop、Illustrator 等平面设计软件与剪映、Premiere 等音视频制作软件实操，AIGC 图像与视频生成工具（文生图、图生图、智能抠图、AI 数字人、智能配音与 AI 剪辑）应用，PC 端与移动端店铺页面装修设计，品牌视觉设计与图形元素、宣传物料制作，产品内外包装设计 with 印刷工艺应用，小红书、抖音等新媒体平台配图排版与主题设计，短视频脚本策划（AI 脚本辅助）、拍摄与剪辑等内容。			
教学要求			
教学采用“工作室制”项目化模式，以真实商业设计项目为任务驱动，运用平面设计软件、音视频制作软件、AIGC 创作工具与计算机等软硬件工具开展实训，引导学生合理使用 AI 提升设计效率并保持原创性与版权合规；过程性考核覆盖设计稿数量与质量，终结性考核聚焦完整作品集与设计提案汇报，注重培养学生审美能力、设计创新能力与智能创作素养。			

课程信息			
课程名称	零售门店 O2O 运营	课程代码	3320642
课程学时	48	课程学分	3
课程类型	B 类（理论+实践）	课程性质	专业核心·必修·考试
先修课程	网店运营、市场营销、零售基础	后续课程	新媒体营销、直播电商实训

课程目标			
本课程旨在培养学生全渠道一体化运营思维、智慧零售意识与服务协同素养，掌握电商平台特点与本行业运营规律，熟练运用用户模型、漏斗模型及 AI 用户画像分析用户需求，能够细分市场、分析竞品、制定商品规划方案并形成商品配置策略、完成电商产品开发，根据运营规划制定新品全渠道促销策略，在平台与自有网站发布并优化商品信息，设定 O2O 运营目标、协调和整合资源开展全渠道活动推广，并建立用户成长体系实施 AI 驱动精准营销。			
课程主要内容			
课程涵盖电商平台与行业特点分析，用户模型、漏斗模型与需求细分及竞品分析，商品规划与品类管理及产品配置策略（含 AI 智能选品与推荐），新品全渠道促销策略，平台与自有网站商品信息发布与优化，O2O 运营目标设定与资源整合，全渠道促销活动推广，用户成长体系构建、会员智能画像与精准营销，以及智慧门店、扫码购与智能导购等 AI 赋能应用。			
教学要求			
教学采用项目化、实战化方式，贴近零售门店真实场景开展线上线下融合运营实训，运用数据采集工具、促销活动工具、计算机及智慧零售系统、AI 营销工具等软硬件工具，鼓励校企共训；考核覆盖促销方案、运营目标达成度与精准营销效果，注重过程与结果双重评价。			
课程信息			
课程名称	互联网销售	课程代码	3320643
课程学时	32	课程学分	2
课程类型	B 类（理论+实践）	课程性质	专业核心·必修·考试
先修课程	市场营销、电子商务基础、财税基础、经济法概论、网络营销	后续课程	客户服务与管理、直播电商、直播电商实训
课程目标			
本课程旨在培养学生客户至上、诚信服务、合规销售、风险防控意识与智能销售服务能力，掌握客户服务管理基础知识、主流电子商务平台交易规则及 ERP 与 CRM 等销售管理工具运用方法，能够分解制定产品 O2O 销售目标，有效识别和跟进销售线索，完成销售票据处理、订单确认与跟踪及自营渠道账单管理，根据企业销售目标建立产品销售漏斗、进行销售数据统计与分析及方案评估改进，同时制定和优化客户服务方案，完成基于大模型的智能客服机器人训练、客户投诉处理、新老客户转化服务与客户服务质量监控。			
课程主要内容			
课程涵盖客户服务管理基础与平台交易规则，ERP 与 CRM 工具应用，产品 O2O 销售目标分解与销售漏斗建立，销售线索识别跟进（AI 销售助手辅助线索挖掘与跟单提醒）			

与订单票据处理，自营渠道账单管理，销售数据统计（AI 辅助销售预测）与方案评估改进，客户服务方案制定与优化，基于大模型的智能客服机器人训练与知识库搭建，客户投诉处理与新老客户转化，客户风险管理与服务质量监控等内容。

教学要求

教学采用任务驱动、案例教学与项目实战相结合的方式，鼓励学生参与企业真实销售项目，运用办公软件、财税软件、ERP 与 CRM 系统、智能客服训练系统及 AI 销售助手等数字化工具开展实训，强化系统思维、流程规范与人机协同服务能力；过程性考核覆盖线索跟进、订单处理、数据分析、智能客服训练等关键任务，终结性考核聚焦客户服务方案与销售方案评估输出。

八、资格证书

1. 职业资格证书

学生获得体现本专业核心能力的中级及以上职业资格证书，则可免修相关课程。

职业资格等级证书名称	体现专业核心能力
电子商务师	网店运营、数据化运营、社群运营
互联网营销师	网络营销、直播电商、新媒体营销
客户服务管理师	客户服务与管理、互联网销售

2. 通用能力证书

学生参加英语等级考试获得高等学校英语应用能力 B 级及以上证书或全国英语等级考试（PETS）3 级及以上证书，可免修高职英语 2。

非计算机类专业学生参加计算机等级考试，获得普通高校全国计算机等级考试一级（B）及以上证书，则可免修信息技术基础课程。

九、毕业条件

1. 修满所有必修课程学分；修满专业选修课和公共选修课规定的最低学分（其中公共艺术类课程至少修满 2 学分）。

2. 完成毕业设计（论文）或岗位实习总结，且毕业答辩成绩合格。

3. 取得至少 1 项和电子商务专业相关的职业资格证书或技术等级证书。

4. 学生在校期间报名参加全国高等学校英语等级考试、普通话等级测试、计算机一级 B 考试等考试各 1 次。

5. 其他：可根据专业特点及人才培养目标自行增加。

十、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

(1) 学生数与本专业专任教师数比例不高于 25：1。

(2) “双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%。

(3) 高级职称专任教师的比例不低于 20%。

(4) 专任教师队伍在职称、年龄、工作经验等方面形成合理的梯队结构。

(5) 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. 专任教师

(1) 具有高校教师资格；具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等相关专业本科及以上学历。

(2) 具有一定年限的相应工作经历或实践经验，达到相应的技术技能水平。

(3) 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。

(4) 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。

(5) 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。

3. 专业带头人

(1) 原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力。

(2) 能够较好地把握国内外互联网和相关服务、批发业、零售业行业及专业发展动态。

(3) 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。

(4) 主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

4. 兼职教师

(1) 主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验。

(2) 一般应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。

(3) 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。

(4) 根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，并制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学设施

教学设施应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。本部分提出为满足专业人才培养目标而应具备的条件。

1. 专业教室基本要求

(1) 具备利用信息化手段开展混合式教学的条件，配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备。

(2) 具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。

(3) 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. 校内专业实验、实训室（基地）配置情况

校内实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准；实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

校内专业实验、实训室（基地）配置情况

序号	实验实训室（基地）名称	功能	主要设备配置	工位 数	面积 /m ²	使用课程	备注（现有、在建、待建）
1	电子商务视觉设计实训室	视觉营销设计、视频制作、图形图像处理等实训教学	计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、移动设备、电子商务视	60	120	视觉营销设计、直播电商、直播电商实训	现有

			觉设计软件等				
2	网络营销实训室	网络营销、互联网销售、新媒体营销、直播电商等实训教学	计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、直播灯光设备、辅助直播支架、无线麦克风、虚拟背景幕、商品陈列架、大屏显示器、手机/平板电脑、多媒体技术处理软件、直播营销实训软件、网络营销实训软件等	60	120	网络营销、新媒体营销、直播电商、直播电商实训	现有
3	电子商务数据分析实训室	数据化运营、商务数据分析等实训教学	计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、大屏显示器、电子商务数据分析实训软件等	60	120	商务数据分析、数据化运营、网店运营实训	现有
4	电子商务运营实训室	零售门店 O2O 运营、网店运营、社群运营、等实训教学	计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、网站（店）运营与推广实训软件、移动电子商务实训软件、跨境电子商务实训软件等	60	120	网店运营、社群运营、零售门店 O2O 运营、网店运营实训	现有
5	智能客服实训室	客户服务管理、商务沟通、消费者行为分析等实训教学	计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、智能客	60	120	客户服务与管理、消费者行为分析、数字营销与客户服务综合实训	现有

			户服务与管理实训软件等				
--	--	--	-------------	--	--	--	--

校外实习实训基地一览表

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	徐州朋客网络科技有限公司	徐州朋客网络科技有限公司	提供学生就业岗位、提供学生实习岗位、提供教师锻炼岗位、指导专业建设	店铺运营、数据分析、网店装修、视频剪辑岗位实习
2	徐州市德川网络科技有限公司	徐州市德川网络科技有限公司	提供学生就业岗位、提供学生实习岗位、提供教师锻炼岗位	网店装修、视频剪辑岗位实习
3	国际邮件互换跨境电商产业园	徐州行知网络科技有限公司	提供学生就业岗位、提供学生实习岗位、指导专业建设	市场调研、营销策划、岗位实习
4	淮海数字贸易产业园	徐州鼎慧网络科技有限公司	提供教师锻炼岗位 指导专业建设	市场调研、营销策划、岗位实习
5	必应网络科技有限公司徐州有限公司	必应网络科技有限公司徐州有限公司	提供学生实习岗位、提供教师锻炼岗位、指导专业建设	营销策划、销售岗位实习
6	徐州筋斗云数字科技有限公司	徐州筋斗云数字科技有限公司	提供学生实习岗位、提供教师锻炼岗位	市场调研、营销策划、岗位实习

（三）教学资源

课程网络资源一览表

序号	网络课程名称	对应课程名称	网址	所在平台	级别（无、校级、市级、省级、国家级）
1	电子商务基础	电子商务基础	中国大学MOOC	https://www.icourse163.org	国家级（以平台公示为准）
2	网店运营推广	网店运营	智慧职教	https://www.icve.com.cn	国家级（以平台公示为准）
3	电子商务数据分析	数据化运营	中国大学MOOC	https://www.icourse163.org	国家级（以平台公示为准）
4	网络营销	网络营销	学银在线	https://www.xueyinonline.com	省级（以学校认定为准）
5	新媒体营销	新媒体营销	智慧职教	https://www.icve.com.cn	省级（以学校认定为准）
6	直播电商运营	直播电商	中国大学MOOC	https://www.icourse163.org	国家级（以平台公示为准）
7	电子商务视觉设计	视觉营销设计	超星尔雅	http://erya.mooc.chaoxing.com	省级（以学校认定为准）

十一、学时分配与教学安排

（一）本专业各教学环节时间分配总表（以周记）

学 年	学 期	教 学 周	考 试	岗 位 实 习	毕 业 设 计	入 学 教 育	军 训	毕 业 教 育	机 动	寒 假	暑 假	学 期 合 计	学 年 合 计
一	一	15	1			1	2		1	5	--	25	52
	二	19	1							--	7	27	
二	三	18	1						1	5	--	25	52
	四	19	1							--	7	27	
三	五	15	1	9						--	--	25	43
	六	0	0	17			1			--	--	18	
小计		86	5	26	1	2	1	2	10	14		147	147

（二）学时/学分分配表

课程类别	总学分	总学时	理论学时	实践学时	课外学时	线上学时
公共基础必修课程	39.5	676	388	150	130	8
公共基础选修课程	6	----	----	----	----	96
专业基础课程	21	336	172	164	----	----
专业核心课程	23	368	160	208	----	----
专业拓展课程	18	288	128	160	----	----
专业技能实训课程	6	120	----	120	----	----
综合技术技能课程	30	704	----	704	----	----
校内合计	109	1690	840	850	----	----
百分比	----	----	33.7%	66.3%	----	----

(三) 年度培养目标表

学年	培养目标和要求	达到标准
第一学年	1. 思想政治与价值引领：坚定理想信念，践行社会主义核心价值观，养成良好身心素质与职业道德。 2. 文化基础与数字素养：完成公共基础课程，掌握信息技术、经济数学、英语、人工智能通识等基础工具。 3. 专业基础认知：管理学基础、零售基础、商务数据分析、财税基础、经济法概论、市场营销、电子商务基础等专业基础课程，建立对电子商务行业、岗位与商业模式的整体认知。 4. 职业体验：通过电商岗位认知实训(S2)和信息技术基础实训，初步了解企业岗位与基本业务流程。	1. 思想政治理论课、公共基础课、专业基础课全部考核合格。 2. 达到国家大学生体质健康测试合格标准，完成军训、劳动教育等必修环节。 3. 取得信息技术基础、电子商务基础等课程的实践考核合格证明。 4. 完成电商岗位认知实训(S2)并提交岗位认知报告，考核合格。
第二学年	1. 专业核心能力形成：完成网店运营、数据化运营、社群运营、视觉营销设计、网络营销、零售门店 O2O 运营、互联网产品开发、互联网销售等 8 门专业核心课程，掌握岗位核心知识与技能。 2. 方向拓展与复合能力：完成市场调研与分析、消费者行为分析、新媒体营销、商务沟通、直播电商、客户服务与管理等拓展课程，强化专项能力与跨岗位复合能力。 3. 课证融通：将 证书（网店运营推广、电子商务数据分析等）考核要点融入课程，鼓励学生取得中级及以上职业技能等级证书。 4. 综合实训：通过网店运营实训(S3)、直播电商实训(S4)，在真实或仿真项目中综合运用核心与拓展课程知识。	1. 8 门专业核心课程全部考核合格。 2. 完成网店运营实训(S3)、全媒体运营实训(S4)，提交运营/营销实战作品并考核合格。 3. 鼓励并支持学生获得至少 1 项体现专业核心能力的中级及以上职业技能等级证书或职业资格证书。 4. 专业拓展课程按模块选修并考核合格。
第三学年	1. 综合实战能力：通过全媒体运营实训(S5)，完成多平台内容策划、投放与运营复盘，打通核心课与拓展课的知识链条。 2. 岗位胜任：在生产制造、商贸流通及现代服务业的电子商务应用企业开展岗位实习，在运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计	1. 直播电商实训(S5)并考核合格。 2. 岗位实习时间累计达到培养方案规定时长（一般不少于 6 个月），实习单位与学校双重考核合格。 3. 毕业设计（或毕业综合训练）通过答辩/评审。 4. 修满培养方案规定的全部学分，取得毕业资格；建议毕业时至少持有 1

	师、互联网产品开发主管等岗位完成真实工作任务。 3. 毕业产出：完成毕业设计（或毕业综合训练），综合运用所学知识解决实际问题，形成可展示的专业成果。 4. 职业发展：完成职业发展与就业指导课程，具备就业创业能力和可持续发展能力。	项专业相关职业技能等级证书或职业资格证书。
--	---	-----------------------

（四）教学进程表

第一学年	第一学期																											
	周序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
	进程	☆	☆	△	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	*	=	=	=	=	=	=		
	第二学期																											
	周序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
第二学年	进程	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	χ	%	*	=	=	=	=	=	=	=
	第三学期																											
	周序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
	进程	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	χ	χ	*	=	=	=	=	=	=		
	第四学期																											
第三学年	周序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
	进程	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	χ	χ	χ	*	=	=	=	=	=	=	=	=
	第五学期																											
	周序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
	进程	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	χ	χ	*	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	
第三学年	第六学期																											

	16	3320418	高职英语 1	A	S	4	64	48		16	4					
	17	3320469	高职英语 2	A	S	4	64	48		16		4				
	18	3320056	经济数学 1	A	S	3	48	48			4					
	19	3320057	经济数学 2	A	S	2	32	32				2				
	20	3320295	大学生职业发展 与生涯规划	B	C	1	16	6		10	2					
	21	3320409	大学生就业指导	A	C	1	16	16						2		
	22	3320420	国家安全教育 1	B	C	0.5	8	8			4					
	23	3320507	国家安全教育 2	B	C	0.5	8		8			4				
	小 计					39.5	676	388	150	130	20	17	2	1		
公共基础选修课程	1		大学语文	A	C	1.5	24									
	2		马克思主义理论 类课程	A	C	0.5	12									
	3		党史国史类课程	A	C	0.5	12									
	4		中华优秀传统文化 类课程	A	C	0.5	12									
	5		公共艺术类课程	A	C	0.5	12									
	6		职业素养类课程	A	C	0.5	12									
	小 计					6										
专业基础课程	1	3320145	管理学基础	B	C	3	48	24	24				3			
	2	3320634	零售基础	B	C	3	48	24	24			3				
	3	3320635	商务数据分析	B	C	3	48	24	24				3			
	4	3320636	财税基础	B	C	3	48	24	24		4					
	5	3320053	经济法概论	B	C	2	32	20	12		2					
	6	3320084	市场营销	B	C	3.5	56	28	28			4				
	7	3320024	电子商务基础	B	S	3.5	56	28	28				4			
	小 计					21	336	172	164		6	7	10			
专业核心课程	1	3320091	网络营销	B	S	3	48	20	28				3			
	2	3320637	网店运营	B	S	3	48	20	28				3			
	3	3320638	数据化运营	B	S	3	48	20	28					3		
	4	3320639	社群运营	B	S	3	48	20	28					3		

	5	3320640	互联网产品开发	B	S	3	48	20	28					3		
	6	3320641	视觉营销设计	B	S	3	48	24	24				3			
	7	3320642	零售门店 O2O 运营	B	S	3	48	20	28					3		
	8	3320643	互联网销售	B	S	2	32	12	20					2		
小 计					23	368	156	212					9	14		
专业拓展课程	1	3320463	市场调研与分析	B	C	3	48	20	28					3		
	2	3320102	消费者行为分析	B	C	3	48	20	28						4	
	3	3320435	新媒体营销	B	C	3	48	20	28						4	
	4	3320644	商务沟通	B	C	3	48	20	28						4	
	5	3320193	直播电商	B	C	3	32	12	20					4		
	6	3320646	客户服务与管理	B	C	3	32	16	16						4	
	7	3320672	电子商务法律法规	B	C	2	32	16	16						4	
	小 计					18	288	124	164					7	20	
专业技能实训课程	1	3320647	电商岗位认知实训	C	C	1	1 周						1 周			
	2	3320648	网店运营实训	C	C	1	1 周							1 周		
	3	3320649	电商数据分析与智能选品实训	C	C	2	2 周								2 周	
	4	3320650	全媒体运营综合实训	C	C	2	2 周								2 周	
	小 计					6	120			120						
总 计					113.5	1788	840	810	130	26	24	21	22	20		
综合技术技能课程	1	3320298	军训	C	C	2	2 周				2 周					
	2	3320470	信息技术基础实训	C	C	1	1 周					1 周				
	3	3320471	大学生创新创业指导	C	C	1	1 周							1 周		
	4	3320673	岗位实习（毕业设计）	C	C	26	26 周								9 周	17 周
	小 计					30	704									
说明：1. 课程类型分为 ABC 三类：A 类（纯理论）、B 类（理论+实践）、C 类（纯实践）。 2. 考核方式分为考试（用 S 表示）和考查（用 C 表示）两种。 3. 公共基础选修课利用线上教学平台进行，三年累计选修不少于 2 学分。																

十二、培养方案论证意见

九州职业技术学院 人才培养方案论证意见

专业名称：电子商务

专业代码：530701

开设系院：现代服务与管理学院

从培养目标、课程体系、课程结构、课程名称的规范性、学时多少、人才培养规律、文字数据等方面论证其科学性和合理性，表明是否同意该方案。

论证意见：

随着市场经济的蓬勃发展和企业竞争的加剧，电子商务专业人才的需求量呈现出持续增长的趋势。为了更好地适应市场需求，提升学生的专业技能和综合素质，本教研室经过深入研究和精心设计，制定了电子商务专业人才培养方案。在本次人才培养方案的制定过程中，全体教研室成员通过网络调研，企业调研，社会调研等多个方面进行了数据的收集与整理。该人才培养方案在专家组领导的讨论研究下，从以下多个角度提出了意见。

一、培养目标的科学性和合理性

电子商务专业的人才培养目标应当与当前市场的需求紧密相连，同时也要具备一定的前瞻性。目标应涵盖理论知识与实践技能的结合，注重创新能力和批判性思维的培养。本方案，分别从素质、知识和能力三个方面进行了详细的解读，电子商务专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和掌握电商运营、网络营销策划、电商视觉设计、网络客服、电商物流及相关法律法规等知识，具有较强的网络营销策划能力、电子商务平台店铺管理与运营能力、电商数据分析运用能力、电商美工设计能力和创新创业能力，能从事网络市场公关、网络市场调研与策划、商务活动执行、网络营销、电子商务客服、电子商务运营管理等岗位，能够熟练运用主要电子商务平台从事国内和跨境电商业务，面向商贸、流通、服务等领域的高素质劳动者和高技能人才。这一目标既符合当前电子商务领域的实际需求，也考虑到了未来行业发展的趋势，因此是科学和合理的。

二、课程体系的科学性和合理性

课程体系是实现培养目标的关键，应包括专业基础课程、专业核心课程和专业方向课程三个部分。专业基础课程应涵盖市场营销的基本理论和方法；专业核心课程应深入讲解市场分析、消费者行为、网店运营、新媒体运营、网店装修、数据分析等关键知识点；专业方向课程应通过案例分析、模拟营销等方式，提供多样化的学习方向，如智跨境电商、直播电商、视频编辑与推广、品牌策划、数字营销等，以满足不同学生的兴趣和职业规划需求。本方案的课程体系设置全面，层次分明，符合电子商务专业的人才培养规律。

三、课程结构的科学性和合理性

课程结构应保证理论与实践相结合，且各课程之间应有逻辑性和连贯性。本方案中，课程结构从电子商务基础到高级应用，再到实践环节，层层递进，有助于学生系统地掌握知识。同时，课程之间相互衔接，避免了内容的重复和脱节，确保了学习的连贯性。

四、课程名称的规范性

课程名称应准确反映课程内容，避免模糊不清或过于宽泛。本方案中的课程名称如“电子商务实务”、“网店运营与管理”、“电子商务文案策划”等，均能清晰地表达课程的核心内容，规范性良好。

五、学时分配的科学性和合理性

学时分配应保证学生有足够的时间来吸收和理解课程内容，同时也要留有余地让学生进行自主学习和实践操作。本方案中，专业基础课程，专业核心课程和专业方向课程的学时分配均合理，同时实操实训环节的学时也得到了充分的保障，符合人才培养的需要。

六、人才培养规律的科学性和合理性

电子哈女巫专业的人才培养应遵循从知识传授到能力培养，再到素质提升的规律。本方案在课程设置上体现了这一规律，从基础理论到专业技能，再到综合素养的提升，循序渐进，有助于学生全面发展。

七、文字数据的准确性和完整性

在人才培养方案中，所有的文字描述和数据统计都应准确无误，以确保方案的权威性和可信度。本方案中的文字表述清晰，数据统计完整，没有发现明显的错误或遗漏。

综上所述，本次电子商务专业人才培养方案在培养目标、课程体系、课程结构、课程名称规范性、学时分配、人才培养规律以及文字数据方面均表现出一定的科学性和合理性。因此，经过全体专家组的讨论，一致同意本次人才培养方案，并建议在实施过程中根据市场反馈和教育效果进行适时调整和优化。

专家组长（签字）：魏贤运
2024 年 6 月 15 日

序号	姓名	工作单位	职务/职称	签字
1	魏贤运	徐州工业职业技术学院工商管理学院	院长	魏贤运
2	王道顺	九州职业技术学院	教授	王道顺
3	何颜	九州职业技术学院	副教授	何颜
5	刘雨花	九州职业技术学院	副教授	刘雨花
6	刘永伟	安全职业技术学院	副教授	刘永伟
7	顾荣军	徐州鼎慧网络科技有限公司	总经理	顾荣军
8	蒋强强	徐州硕强网络科技有限公司	总经理	蒋强强
9	李敬斌	徐州网搜网络科技有限公司	总经理	李敬斌
10	王蒙	品宅(徐州)电子商务有限公司	总经理	王蒙

十三、培养方案审批表

九州职业技术学院 人才培养方案审核批准表

专业名称： 电子商务

专业代码： 530701

开设系院： 现代服务与管理学院

专业带头人	居少婷	专业群主任	刘雨花	制订时间	2024 年 6 月 15 日		
参与制订人	姓名	职称	工作单位		备注		
	武艳	副教授	九州职业技术学院				
	何颜	副教授	九州职业技术学院				
	刘雨花	副教授	九州职业技术学院				
	崔小洛	讲师	九州职业技术学院				
	吕扬	讲师	九州职业技术学院				
	赵桐	讲师	九州职业技术学院				
	王志伟	助教	九州职业技术学院				
	梁辰霄	助教	九州职业技术学院				
专业建设指导 委员会意见	同意 主任委员（签字）：魏贵廷 2024 年 7 月 3 日						
二级学院 审核意见	同意 学院负责人（签字并盖章）：王艳 2024 年 7 月 3 日						
教务处 审核意见	同意 处长（签字并盖章）：张臻 2024 年 7 月 5 日						
学校教学工作 委员会意见	主任委员（签字）：朱开永 2024 年 8 月 6 日						
学校党委会 审批意见	党委领导（签字）：吴平 2024 年 8 月 15 日						