

电子商务专业 人才培养方案

(2025 年修订)

学校名称：周口文理职业学院

学校主管部门：周口市人民政府

专业大类：财经商贸

专 业 类：电子商务

专业名称：电子商务

专业代码：530701

修业年限：三年

年拟招生人数：100

初次招生时间：2021 年 9 月

专业负责人：徐晓奇

联系电话：18768459159

周口文理职业学院制

二〇二五年九月

修订说明

专业人才培养方案直接决定高素质技能人才培养的质量,是开展专业教学的纲领性文件,也是开展专业教育教学的基本依据。为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化,顺应互联网和相关服务、批发业、零售业行业数字化、网络化、智能化发展的新趋势,对接新产业、新业态、新模式下运营主管、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)的新要求,不断满足电子商务领域高质量发展对高素质技能人才的需求,推动职业教育专业升级和数字化改造,提高人才培养质量,遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求,参照国家相关标准编制要求,制订本标准。专业教学直接决定高素质技能人才培养的质量,专业教学标准是开展专业教学的基本依据。本标准是全国高等职业教育专科电子商务专业教学的基本标准,学校应结合区域/行业实际和自身办学定位,依据本标准制订本校电子商务专业人才培养方案,鼓励高于本标准办出特色。

目 录

一、专业名称及代码.....	- 1 -
二、入学要求.....	- 1 -
三、基本修业年限与学历.....	- 1 -
四、职业面向.....	- 1 -
五、培养目标.....	- 1 -
六、培养规格.....	- 2 -
七、课程设置.....	- 4 -
(一) 公共基础课程.....	- 4 -
(二) 专业课程.....	- 5 -
八、学时安排.....	- 8 -
(一) 教学活动时间分配(周).....	- 8 -
(二) 教学总学时、总学分分配.....	- 9 -
(三) 教学总进程安排.....	- 9 -
九、师资队伍.....	- 12 -
(一) 队伍结构.....	- 12 -
(二) 专业带头人.....	- 12 -
(三) 专任教师.....	- 12 -
(四) 兼职教师.....	- 13 -
十、教学条件.....	- 13 -
(一) 教学设施.....	- 13 -
(二) 教学资源.....	- 14 -
十一、质量保障.....	- 15 -
十二、毕业要求.....	- 17 -
(一) 毕业学分与证书要求.....	- 17 -
(三) 毕业设计(论文)要求.....	- 17 -
(三) 体质健康测试要求.....	- 18 -
(四) 实践经历要求.....	- 18 -
附录.....	- 18 -

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。

二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具备同等学力者。

三、基本修业年限与学历

三年、专科。

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)	主要岗位类别 或技术领域	职业资格证书和 技能等级证书
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 (4-01-02-02)、 互联网营销师 (4-01-02-07)、 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)	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	1+X 网店运营推 广(中级)； 1+X 跨境电商 (中级)； 1+X 电子商务数 据分析； 互联网营销师； 电子商务师； 网店运营推广、电 子商务数据分析、 跨境电商 B2B 数 据运营、直播电 商、农产品电商营

五、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技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并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，掌握互联网交易安全、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。

七、课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

(一) 公共基础课程

本专业公共基础必修课程有: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、大学语文、高职英语、大学体育、军事理论、大学生职业生涯规划、就业指导、心理健康教育、信息技术与人工智能、劳动教育、国家安全教育等 15 门课程。另将中国共产党党史、创新创业教育、八段锦、法律基础、中华民族共同体概论、中华优秀传统文化、公共艺术鉴赏等 8 门课程作为公共基础选修课。

（二）专业课程

本专业课程主要包括专业基本课程、专业核心课程、专业拓展课程。

1. 专业基础课程

主要包括：电子商务基础、商务数据分析与应用、零售基础、管理学基础、市场营销、财税基础、数据可视化、电子商务法律法规等领域的内容。

2. 专业核心课程

主要包括：网店运营、数据化运营、零售门店 O2O 运营、社群运营、网络营销、互联网销售、视觉营销设计、互联网产品开发等领域的内容

专业基础课课程目标及主要教学内容与教学要求

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	网店运营	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。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
2	数据化运营	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。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

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
3	零售门店 O2O 运营	典型工作任务为行业运营，工作内容主要有运营数据采集、运营数据分析、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。运用数据采集与处理工具、促销活动工具、计算机等软硬件工具完成工作任务	① 掌握电商平台和本行业特点，运用用户模型、漏斗模型，分析用户需求、细分市场及竞品，制定商品规划方案，形成商品配置策略，完成电商产品的开发。 ② 根据运营规划，制定新品全渠道促销策略，在平台或自有网站发布、调整优化商品信息。 ③ 设定 O2O 运营目标，协调和整合资源，使用促销活动工具和营销产品进行全渠道活动推广。 ④ 建立用户成长体系并进行精准营销
4	社群运营	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。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
5	网络营销	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。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	互联网销售	典型工作任务 1 为销售方案执行与优化，工作内容主要有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、自营渠道账单管理、CRM 转化、销售数据分析、方案评估与改进。 典型工作任务 2 为客户服务管理，工作内容主要有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。运用办公软件、财税软	① 掌握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 等销售管理工具运用。 ② 能够分解和制定产品 O2O 销售目标，有效识别和跟进销售线索；能够有效进行销售票据的处理、订单确认及跟踪、自营渠道账单管理。 ③ 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，对销售方案进行评估与改进。④ 能够制定和优

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
		件、ERP与CRM系统、计算机等硬件工具完成工作任务	化客户服务方案，进行智能客服机器人训练、客户投诉处理、新老客户转化服务等
7	视觉营销设计	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。 运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等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
8	互联网产品开发	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。运用平面设计软件、UI设计软件、计算机等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

3. 专业拓展课程

主要包括：视频剪辑与制作、文案创意与写作、办公软件高级应用、商务谈判与沟通、AIGC应用实战等领域的内容。

4. 实践性教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实习实训、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：

在校内外进行电商运营、网店运营、社群运营、数据化运营、营销活

动策划与执行、销售方案执行与优化、智能客服、视觉营销设计、互联网及电商产品开发、全渠道营销推广等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

（2）实习

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实习，包括认识实习和岗位实习。学校应建立稳定、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，加强对学生实习的指导、管理和考核。

实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。学校可根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。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。

八、学时安排

（一）教学活动时间分配（周）

电子商务专业教学活动时间分配（周）

学期	教学实训	军训入学教育	课程设计	实习	毕业实习 (毕业设计)	毕业教育	机动	考试	合计
一	16	2					1	1	20
二	18						1	1	20
三	18						1	1	20
四	18						1	1	20
五	12			6			1	1	20
六					16	2	1	1	20
合计	82	2		6	16	2	6	6	120

说明：每学期共 20 周教学活动，每学期不足 20 周的时间根据专业具体情况补充。

（二）教学总学时、总学分分配

本专业共计 2598 学时。其中，公共基础必修课 626 学时，专业基础课 504 学时，专业核心课 504 学时，选修课 396 学时，实践性教学环节 568 学时。

电子商务专业教学总学时分配

课程类型	课程类别	学时分配						学分
		理论学时	理论学时比例	实践学时	实践学时比例	合计	占总学时比	
必修课	公共基础必修课	389	62.14%	237	37.86%	626	25.69%	36
	专业基础课	292	57.94%	212	42.06%	504	18.93%	28
	专业核心课	216	42.86%	288	57.14%	504	19.36%	28
选修课	公共基础选修课	224	77.78%	64	22.22%	288	14.10%	14
	专业拓展课	54	50%	54	50%	108		
实践教学环节	军训	0	0	112	2.24%	112	17.06%	38
	岗位实习	0	0	360	11.23%	360		
	毕业设计	0	0	96	3.59%	96		
总计		1175	45.23%	1423	55.77%	2598	100%	144

说明：（1）本专业学时共 2598 学时，周学时约为 24 学时。（2）理论教学占比 45.22%，实践教学占比 55.78%，理论教学与实践教学比例为 1:1.43。（3）集中进行的实践环节一周按 20 学时计入。

（三）教学进程安排

本专业共计 2598 学时，144 学分。其中，公共基础必修课 626 学时，36 学分；专业基础课 504 学时，28 学分；专业核心课 504 学时，28 学分；选修课 396 学时，14 学分；实践性教学环节 568 学时，38 学分。

电子商务专业教学进程安排

课程性质	课程类别	序号	课程名称	课程学分	学时分配			学期安排及周学时						考核形式	
					学时总数	理论	实践	一	二	三	四	五	六	考试	考查
必修课程	公共基础必修课	1	思想道德与法治	2	32	24	8	2						√	
		2	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	44	4			2	2			√	
		3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	28	4		2					√	
		4	形势与政策	2	32	32	0	第 1-4 学期，每学期 4 周，每周 2 学时							√
		5	大学语文	4	72	64	8		2					√	
		6	高职英语	4	72	64	8	2	2					√	
		7	大学体育	8	144	16	128	2	2	2	2			√	
		8	心理健康教育	2	36	18	18		2						√
		9	军事理论	2	36	36		2							√
		10	就业指导	1	18	9	9	2							√
		11	职业生涯规划	2	36	18	18	2							√
		12	信息技术与人工智能	2	36	18	18	2							√
		13	劳动教育	1	16	10	6	第 1-4 学期，每学期 4 学时							√
		14	国家安全教育	1	16	8	8	2							√
选修课程	公共基础选修课	1	中国共产党党史	1	16	16	0	2						七选五	
		2	创新创业教育	2	36	32	4				2				
		3	八段锦	2	32	4	28				2				
		4	中华优秀传统文化	2	32	12	20		2						
		5	法律基础	1	16	8	8		2						
		6	中华民族共同体概论	1	16	8	8	2						四选一	
		7	高职英语		144	128	16			2	2				
		8	音乐鉴赏	2	32	16	16		2						
		9	书法鉴赏	2	32	16	16		2						
		10	美术鉴赏	2	32	16	16			2					
		11	影视（文学）艺术欣赏	2	32	16	16			2					
必修课程	专业基础课	1	电子商务基础	4	72	56	16	4						√	
		2	市场营销	4	72	56	16	4						√	
		3	消费者行为分析	2	36	20	16		2					√	

课程性质	课程类别	序号	课程名称	课程学分	学时分配			学期安排及周学时						考核形式	
					学时总数	理论	实践	一	二	三	四	五	六	考试	考查
程		4	管理学基础	4	72	56	16		4					√	
		5	电子商务法律法规	2	36	30	6		2						√
		6	商务数据分析与应用	4	72	26	46			4				√	
		7	直播电商运营	4	72	20	52			4				√	
		8	市场调研与分析	4	72	28	44				4			√	
	专业核心课	1	网络营销	4	72	48	24		4					√	
		2	视觉营销设计（AIGC）	4	72	20	52		4						√
		3	全媒体运营	4	72	36	36			4				√	
		4	互联网产品开发	4	72	20	52				4			√	
		5	网店数据化运营	4	72	20	52			4				√	
		6	零售门店 O2O 运营	4	72	36	36				4			√	
		7	互联网销售（客户服务与管理）	4	72	36	36				4				√
选修课程	专业拓展课	1	视频剪辑与制作	2	36	18	18	2							√
		2	文案创意与写作	2	36	18	18		2						√
		3	办公软件高级应用	2	36	18	18			2					√
		4	AIGC 应用实战	2	36	18	18			2					√
		5	商务谈判与沟通	2	36	18	18				2				√
	备注：五选三														
实践性教学环节		1	军训	4	112	0	112	第一学期 1-2 周							√
		2	岗位实习	28	360	0	360	第六学期							√
		3	毕业设计	6	96	0	96	第五学期最后六周						√	
总计				144	2598	1175	1423								

说明：1.公共基础课、专业基础课、专业核心课和选修课：16-18 学时计 1 学分。2.实训课：16-18 学时计 0.5 学分。3.集中实习课：每周计 2 分。4.在顶岗实习中，对学生进行社会实践教育、专业实践教育和劳动教育。5.在每学期的寒暑假期间，进行至少一周的社会调查以及劳动实践周活动。6.在校大学生必须修满公共艺术课程 2 个学分方能毕业。

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

我院现有从事电子商务和跨境电子商务教学的专任教师 20 人，全部具有本科及以上学历，其中副高级以上专业技术职称教师 7 人，占比 35%；硕士研究生学历 10 人，占比 50%；“双师型”教师 12 人，占比 60%。教师队伍结构合理、经验丰富、能力突出，完全能胜任专科层次跨境电子商务专业教学任务。

（二）专业带头人

夏红云，女，正高级，主要研究方向为市场营销、管理科学方向，多次主持、参与省教育厅课题项目、著有《高校市场营销专业人才培养与教学研究》等多部著作。

伊琰，女，副高级，主要研究方向为视觉营销设计方向，多次主持、参与省级科研教改项目，著有《幼儿美术教学法》等多部著作。

本专业的专业带头人能够较好地把握国内外电子商务行业发展，了解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。

（三）专任教师

本专业专任教师有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务、国际贸易与管理、管理科学、国际商务管理、计算机应用等相关专业本科及以上学历；具有扎实的跨境电子商务相关理论功底和实

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。

（四）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，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，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教学任务。

根据国家有关要求制定了针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

十、教学条件

（一）教学设施

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、校内实训室和校外实习、实训基地等。

1. 专业教室

本专业有多个专业教室，每个教室均配备无尘黑板、教学一体机（教学一体机含实验展示台、投影等功能）、音响等，教学区域现已实现有线、无线网络全覆盖，并具有网络安全防护措施。专业教室已安装应急照明装置，符合紧急疏散要求，能够满足广泛化、个性化学习方式的需要。

2. 校内实训室

本专业现已建设零售基础实训室、电子商务视觉设计实训室、网络营销实训室、电子商务数据分析实训室、智能客服实训室、电子商务运营实训室、电商产品开发实训室、智慧商业实训室 8 类专业校内实训室。

本专业每个实训室已按照教学标准配备必需的教学设备，可以满足学生的不同需求，为学生创设一个“理实研”一体化的学习环境

电子商务专业校内实训室一览表

序号	实训室名称	实训项目	数量	面积 (m ²)
1	零售基础实训室	零售基础、电子商务基础、消费者行为分析、市场营销	1	75
2	电子商务数据分析实训室	数据分析应用、零售门店 O2O 运营	1	100
3	网络营销实训室	互联网销售、网络营销、新媒体营销	1	75
4	电子商务客户服务实训室	客户服务与管理	1	100
5	电子商务运营实训室	商务运营、网店运营、社群运营、供应链管理	1	100
6	电子商务视觉设计实训室	PS 基础、图形图像视频新媒体编辑	1	100
7	新媒体实训中心	直播、直播运营、新媒体运营	1	200

3. 校外实习、实训基地

为有效地培养跨境电子商务专业的人才,本着为区域发展服务的原则,现已形成多个校外实习、实训基地,以保证学生能够完成教学计划规定的企业实践任务,为学生更好地了解专业知识,培养职业素质,提高技术技能水平搭建了良好的平台,实现“专业与企业岗位零距离”的目标。

电子商务专业校外实训实习基地一览表

序号	实训单位	基地地址	法人代表	岗位人数
1	携程信息技术(南通)有限公司	江苏省南通市崇山区携程大厦	曹盛	60
2	江苏顺丰通讯服务有限公司	江苏省如皋市如皋软件园	吴寰宇	100
3	上海泽拉图网络科技中心	上海市闵行区中春路 1088 号	栾雄	60
4	河南三洋电子科技有限公司	郑州市高新区科技孵化园	贾永杰	60
5	郑州金之诚电子科技有限公司	郑州市高新区西四环	彭军跃	228

(二) 教学资源

1. 教材

学院严格按照国家规定选用高职高专规划教材。教材选用符合社会主义办学方向和国家法律法规,适应社会主义发展和科技进步对人才培养的需求,能够全面准确的阐述本专业的基本理论、基本知识和基本技能,符

合本专业人才培养目标及课程教学的要求。目前本专业共选用参考教材 160 多本，便于师生学习，并配有电子教材，教材具有互联网与职业技能发展的需要。学院由本专业专家、专业教师参与制定教材选用制度，制定有《周口文理职业学院教材征订管理办法》和《教材选用办法》。学院每学期对教材进行抽样检查，审核教材内容、出版时间、教材类型和意识形态等，适应“互联网+职业教育”发展需求，选用体现新技术、新工艺、新规范等高质量教材。

2. 图书文献

学院图书馆现已配置图书 30 余万册，其中，电子商务专业类图书 3 万余册，学术期刊 3000 余册，为本专业教师及学生的专业素质提高提供了有价值的、前瞻性的参考读物。

3. 数字化教学资源

学院建设有智慧化校园平台，功能强大，教务教学管理系统、家校在线沟通系统、宣传推广平台、移动办公系统等功能。学院还购置了较充足的教学资源，视频、微课、基本素材等。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、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

十一、质量保障

本专业课程由平时成绩与考试成绩来评定。强调目标评价与过程评价相结合，注重作业过程和方法步骤的正确性，加强实践教学环节的考核、注重平时成绩的记录。

公共理论课和专业基础课考核分为考试和考查，均为百分制，平时考

核按 30%，期末考核按 70%。

专业技能课和毕业设计（论文）采用五级制（优秀、良好、中等、及格和不及格），通过专业教师自主考查或考试并写出评语。

本专业课程多元性评价，学生评价、教师评价和校企结合评价。评分标准包括作业的构思、立意、构图表现、文案编写、材料运用、工艺效果、作品的完整性和理论与实际工作的结合等，还有学生的学习态度、人与人协作、规范操作和良好的习惯等。建立健全教学、实践各环节的质量及评价标准；建立学生学习档案，建立和完善每门课程的过程考核标准和等级制评价标准。建立和完善教学与实践环节相结合、“内评”与“外评”相结合、过程与结果相结合、学校与社会共参与的教育教学质量评价体系和教学过程监控系统。阶段性地对课堂教学、实验实训、顶岗实习、过程考核、成绩评定等主要环节进行检查，并通过组织公开课、观摩课等活动进行教师评学，学生评教。定期到企业检查学生顶岗实习情况和教师参与管理的具体落实情况，实施对教学过程的有效监控。

电子商务专业严格按照教育部有关职业教育的硬性要求，为保障本专业教学顺利有效地开展，学院在教学和管理方面制定了《周口文理职业学院教学工作诊断与改进机制与运行方案》、《毕业生跟踪反馈管理办法（试行）》、《教学质量管理制度》、《普通高等学校图书馆规程》、《教材征订管理办法》、《教材选用办法》、《周口文理职业学院实训室工作规程》、《周口文理职业学院校外实训实习基地建设》和《实训室管理制度》等一系列的措施与管理规定。根据《周口文理职业学院教学工作诊断与改进制度建设运行方案》，制定了学生“入学定位—在校期间观察—毕业生

追踪”的系列方式，保证学生从入学到毕业后的教学质量诊断与改进，实现发现问题—提出问题—整改问题的全套手段，保证高质量教学。

电子商务专业聘请企业、行业人员参与实训实习环节有关文件的修订，建立健全校内和校外实训、工学结合、顶岗实习各环节的质量标准和管理规定，积极开展教师工作和教学资源管理，将严格执行学院制度的教学工作规范、教学计划、课程标准和教学进度，保障专业教学有序高质量的运行。

十二、毕业要求

（一）毕业学分与证书要求

应修学分		应取得证书	
公共基础必修课	36 学分	1、毕业证书 2、1+X 网店运营推广职业等级证书（初级、中级、高级） 3、1+X 跨境电商数据分析职业等级证书（初级、中级、高级） 4、电子商务（师）	1.周口文理职业学院 2.国家级认证机构
专业基础课	28 学分		
专业核心课	28 学分		
公共基础选修课	8 学分		
专业拓展课	6 学分		
军训	4 学分		
岗位实习	28 学分		
毕业设计	6 学分		
总计	144 分		

本专业学生需修满 2598 学时；144 学分，其中必修课必须修满 92 学分，选修课必须修满 14 学分，实践教学环节 38 学分。

在校学习期间，学生在任意一个学期选取《公共艺术鉴赏》课程中的任意一门进行修读并且通过考核，获取 2 学分，方可满足毕业条件。

注：《公共艺术鉴赏》课程包含《音乐鉴赏》《美术鉴赏》《书法鉴赏》《影视鉴赏》《戏剧鉴赏》《舞蹈鉴赏》等。

（三）毕业设计（论文）要求

1. 学生在进行毕业设计（论文）前应广泛收集与论文有关的资料，了解学术理论界对自己要研究问题的研究程度，避免低水平重复性工作，防止侵犯别人的知识

2. 指导教师在学生收集资料和科学实验的过程中应对学生多加指导，使学生掌握各种收集资料和科学实验的方法，为学生提供必要的参考书目和实验条件。

3. 设计（论文）撰写的基本要求：观点明确、论证严密论据充分、数据准确、条理清晰、文字通顺、结论科学。

（三）体质健康测试要求

学生测试成绩达不到 50 分者按结业或肄业处理（因病或残疾学生，凭三甲及以上医院证明向学校提出申请并经审核通过后可准予毕业）。

（四）实践经历要求

取得在电商相关企业实习 6 个月以上的工作经历证明且实习考核合格。

附录

人才培养方案修订人员名单

修订团队	姓名	学历	职称	工作单位	备注
专业骨干教师	夏红云	硕士研究生	教授	周口师范学院	
	徐晓奇	硕士研究生	讲师	周口文理职业学院	
	刘海珠	硕士研究生	讲师	周口文理职业学院	
	宋阳	硕士研究生	讲师	周口文理职业学院	
行业企业代表	曹盛	本科	电子商务师	携程信息技术（南通）有限公司	运营总监
	彭军跃	本科	电子商务师	郑州金之诚电子科技有限公司	营销总监
学生代表	赵莹	专科在读	无	周口文理职业学院 24 级电商 1 班	
	钱思文	专科	无	周口文理职业学院 24 级电商 1 班	
	李峰	专科	无	周口文理职业学院 22 级电商 2 班	