



天津现代职业技术学院
TIANJIN MODERN VOCATIONAL TECHNOLOGY COLLEGE

2025 级电子商务专业 人才培养方案

专业类别： 电子商务类

专业名称： 电子商务

专业负责人： 张金泽

教务部 制

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、基本修业年限	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
八、教学进程总体安排	33
九、师资队伍	35
十、教学条件	37
十一、质量保障和毕业要求	42
十二、附录	45

天津现代职业技术学院

电子商务专业 2025 级人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务（530701）

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学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）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	互联网和相关服务（64）、批发业（51）、零售业（52）
主要职业类别（代码）	电子商务师 S（4-01-06-01）、互联网营销师 S（4-01-06-02）、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）
主要岗位（群）或技术领域	运营主管、全渠道营销主管、视觉营销设计师、数据分析师、直播主播等岗位
职业类证书	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、农产品电商运营、互联网营销

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、零售行业的运营主管、全渠道营销主管、

视觉营销设计师、数据分析师、直播主播等职业，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、短视频设计、直播工作的高技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训的基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并且能够实际运用岗位（群）所需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国家法律、行业规定，掌握绿色生产、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，具备社会责任感和担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展所必备的语文、数学、外语、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、商务数据分析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功能，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功能，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功能，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) 具有直播营销的功能，能够完成选品分析、直播策划、产品讲解、直播脚本设计、主播人设搭建、粉丝引导转化、直播复盘等工作；

(14) 具有直播和新媒体运营的功能，能够完成直播间运营策划、引流、成本控制、过程监测与调整、直播风险把控等工作；能够进行新媒体市场调研、运营策划、推广平台、社群运营、活动策划、运营效果监测等工作；

(15) 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；

(16) 具有探究学习、终身学习和可持续发展能力，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；

(17) 熟练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，具备良好的心理调适能力；

(18) 掌握必备的美育知识，具备一定的文化修养和审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

(19) 树立正确劳动观，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

(一) 课程体系结构图

电子商务专业课程体系						
面向职业岗位	公共基础课程	身心健康课程	核心价值观课程	基本素养课程	创新创业课程	职业技能大赛
运营主管、智能客服主管、全渠道营销主管、视觉营销设计师、直播主播等岗位		体育	思想道德与法治	实用英语	创新创业教育	全国职业院校技能大赛高职组“电子商务技能”、“跨境电商技能”、“直播电商”赛项； 中华人民共和国职业技能大赛国赛精选项目：互联网营销； 全国行业职业技能竞赛—全国轻工行业职业技能竞赛互联网营销师S赛项；
		劳动教育	形势与政策	信息技术	大学生创业实践	
		大学生心理健康	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	人工智能技术与应用	职业发展与就业指导	
		艾滋病、性与健康	习近平新时代中国特色社会主义思想概论			
	专业基础课程	电子商务基础、管理学基础、数据可视化、零售基础、商务数据分析				
	专业核心课程	视觉营销设计、直播运营、互联网销售、社群运营、短视频运营、网络营销、数据化运营、网店运营				
	专业拓展课程	跨境电商运营、电商岗位项目实训、综合实践、消费者行为分析、项目管理、数据库应用技术、办公软件高级应用、商务沟通与社交礼仪、客户服务与管理				
	实践性教学环节	岗位实习、毕业设计				
	职业技能等级证书	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、农产品电商运营、互联网营销				

（二）公共基础课程

1.思想道德与法治（课程代码 1100111001，48 学时，3 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：掌握马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观的相关知识，能坚定理想信念，明辨是非善恶，自觉砥砺品行，掌握理性分析现实生活中道德和法律问题的能力，提高学生的思想道德素质、行为修养和法治素养，成长为让党放心、爱国奉献、担当民族复兴重任的时代新人。

（3）课程内容：包含六个模块：一是领悟人生真谛，把握人生方向；二是追求远大理想，坚定崇高信念；三是继承优良传统，弘扬中国精神；四是明确价值要求，践行价值准则；五是遵守道德规范，锤炼道德品质；六是学习法治精神，提升法治素养。

（4）教学要求：结合学生特点、课程内容、教学环境等因素，采取形式多样的教学方法，包括讲授法、讨论法、案例法、情景教学法等。课程考核采用过程性评价和结果性评价相结合方式。

（5）考核类型：考试课

2.形势与政策（课程代码 1101111000，48 学时，1 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：深入理解党的二十大精神，能及时、准确、深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，宣传党中央大政方针；能正确认识新时代国内外形势，第一时间推动党的理论创新成果进头脑；准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略，牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，成为担当民族复兴大任的时代新人。

（3）课程内容：包括党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，世界和中国发展大势，中国特色和国际比较，国家战略、

时代责任和历史使命。

(4) 教学要求：教师应具备较高的政治素养和专业能力，可以邀请党政领导干部承担授课任务；可采取灵活多样的方式组织课堂教学，积极运用现代信息技术手段，扩大优质课程的覆盖面，提升“形势与政策”课教学效果。

(5) 考核类型：考查课

3.实用英语（课程代码 0102111011，128 学时，8 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：使学生掌握大约 3000 个词汇，基本的语法规则，听懂日常和涉外业务活动中的对话，进行简单的口语交流，阅读或翻译中等偏下难度的英文资料，写出简单的短文，掌握英语语言的基础知识，具有一定的听、说、读、写、译等涉外交际沟通能力。

(3) 课程内容：包括社交中常用的生词及短语，必要的语法、翻译和写作知识。其中本课程学习的交际话题涉及：大学生活，校园美食，学习方法，体育锻炼，AI 人工智能，纯真友谊，英雄人物，校园爱情、审美标准、时间管理、社交媒体和环境保护等多个方面。

(4) 教学要求：在多媒体教室授课，采用情景模拟、角色扮演等互动教学法，结合音视频资源强化听说应用能力，课程考核采取过程性评价和结果性评价相结合的方式。

(5) 考核类型：考试课

4.体育（课程代码 1200111000，108 学时，7 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：系统掌握篮球、排球等运动项目的基础理论知识，熟练掌握 1-2 项运动技能；培养科学锻炼习惯，形成终身体育意识；提升身体素质，增强心肺功能与肢体协调性；塑造勇敢拼搏、团结协作的职业素养，强化抗压能力

与团队协作意识。

(3) 课程内容：包括篮球、排球、足球等十余个体育项目，每个项目包含运动理论、基础技术、实战训练等内容。

(4) 教学要求：采用“理论讲解+实操训练+分组竞赛”的教学组织形式，运用示范教学法、任务驱动法、分层教学法开展教学。课程考核采用过程性评价（课堂表现、训练成果、考勤）与结果性评价（技能测试、理论考试）相结合的方式。

(5) 考核类型：考查课

5.军事理论（课程代码 2000111001，36 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，提升学生的国防意识和军事素养。

(3) 课程内容：中国国防的概述、法规、建设、武装力量、国防动员；国家安全形势、国际战略形势；中国古代军事思想、当代中国军事思想；新军事革命的内涵、发展历程、信息化战争；信息化作战平台武器装备发展趋势和战略应用。

(4) 教学要求：采用线上线下相结合的授课方式，线上学习要完成全部视频的学习，课程考核采取过程性评价和结果性评价相结合的方式。

(5) 考核类型：考查课

6.人工智能技术与应用（课程代码 0200111900，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：掌握人工智能基础知识，了解人工智能行业应用，实践人工智能大模型，进而提升自身的人工智能基本素养，为后续专业课的学习打下坚

实基础。学会利用人工智能技术解决实际生产生活中所遇到的问题，培养创新精神和责任感。

(3) 课程内容：包括人工智能的发展史、人工智能行业应用、人工智能大模型、人工智能软硬件技术、人工智能的技术生态、人工智能的伦理道德等。

(4) 教学要求：采取线上与线下相结合，理论与实践相结合的教学方式。运用项目驱动、案例分析、分组教学、情境引入、师生互动等教学方法。须配套教学资源丰富，包括微课、动画、虚拟仿真、交互训练、操作视频、在线测试等。

(5) 考核类型：考查课

7.大学生心理健康教育（课程代码 2000111000，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。

(3) 课程内容：心理健康的基础知识、自我意识与培养、人格发展与心理健康、情绪管理、学习心理、人际交往、性心理及恋爱心理、压力管理与挫折应对、生命教育与心理危机应对。

(4) 教学要求：采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，注重培养学生实际应用能力。采取过程性考核方式进行评价。

(5) 考核类型：考查课

8.毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（课程代码 1100111000，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：能够系统掌握马克思主义中国化的重要理论成果：毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特

色社会主义思想，坚定在新时代在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，立志听党话、跟党走；树立共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想；增强学生的中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，激励其成为为中国特色社会主义奋斗终身的有用人才。

(3) 课程内容：毛泽东思想，邓小平理论，“三个代表”重要思想，科学发展观，习近平新时代中国特色社会主义思想。

(4) 教学要求：从课前准备、课堂教学和课后拓展全链条做好教学组织，积极运用案例式、问题式、情景式、探索式等教学方法，调动学生学习积极性。课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(5) 考核类型：考试课

9.创新创业教育（课程代码 2100111003，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：帮助学生掌握创新创业核心理论知识，熟悉国家双创政策与财务融资实务；具备商业计划书撰写、用户需求定位、团队组织设计等实践能力；塑造科学决策思维与企业家精神，强化创新意识、风险管控能力及社会责任担当。

(3) 课程内容：包含四大模块：创业认知模块解析模型递进逻辑与政策背景，核心要素模块聚焦产品定位、市场分层、团队架构与商业模式构建，财务融资模块涵盖现金流管理、资金投向优化及股权设计策略，实践转化模块通过商业计划书撰写、创业大赛模拟和企业孵化实现“赛课融合”。各模块均设置理论讲授与实操训练环节，形成“认知-设计-管理-转化”的完整培养链条。

(4) 教学要求：课程采用“理论讲授+案例研讨+创新创业实践”三维教学法，结合互联网及新消费领域典型案例分析，通过分组项目制学习完成包含用户画像、财务预测等要素的商业计划书，并组织模拟路演答辩；建立课堂表现、项

目成果与路演表现相结合的过程性考核体系，重点考察项目的创新性、可行性及社会价值，最终对接省级创新创业大赛资源，为优质项目提供孵化指导与资源对接服务，实现“学-赛-创”闭环培养。

(5) 考核类型：考查课

10.职业发展与就业指导（课程代码 2100111004，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：掌握自我探索、信息搜索、生涯决策、求职技巧等专业技能，提高沟通技巧、问题解决、自我管理和人际交往等通用技能，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，确立职业的概念和意识，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。

(3) 课程内容：个人职业生涯规划咨询、职业人格特质认知与分析、职业兴趣认知与分析、职业性格认知与分析、职业价值观认知与分析、职业能力认知与分析、职业生涯规划书撰写与指导、简历的撰写与指导、面试技巧、职场适应、如何获取求职信息、应聘准备、职场利益与指导、职场适应、大学生就业法律指引、就业权益保护和心里调适。

教学要求：采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，注重培养学生实际应用能力。采取过程性考核方式进行评价。

(5) 考核类型：考查课

11.习近平新时代中国特色社会主义思想概论（课程代码 1100111002，48 学时，3 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：能够把握新时代坚持和发展什么样的中国特色社会主义，怎样坚持和发展中国特色社会主义这个重大时代课题，深入理解习近平新时代中国特色社会主义思想的重大意义、科学体系、丰富内涵、精神实质、实践要求，

引导学生立德成人、立志成才，树立正确世界观、人生观、价值观，坚定对马克思主义的信仰，坚定对社会主义和共产主义的信念，增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，厚植爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。

(3) 课程内容：中国梦、我国社会主要矛盾的变化、社会主义核心价值观、坚持党对一切工作的领导、以人民为中心、“四个全面”战略布局、“五位一体”总体布局、建设美丽中国、总体国家安全观、把人民军队全面建成世界一流军队、“一带一路”、构建人类命运共同体、坚持“一国两制”和推进祖国统一等。

(4) 教学要求：采取线上+线下、理论+实践的教学方式，通过基础层、深化层、实践层三个层面不断深化教学内容，充分利用校内外红色基地，以“行走的思政课”形式开展实践教学，体现以学生为中心的教学理念，打造“有模式、有内涵、有风景、有评价”的思想政治理论“第一课程”。

(5) 考核类型：考试课

12.劳动教育（课程代码 2000111002，16 学时，1 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：引导学生树立正确的马克思主义劳动观，尊重劳动、崇尚劳动、热爱劳动和劳动人民，养成劳动习惯，结合专业开展生产劳动和服务性劳动，让学生在劳动中增阅历、长才干、坚意志、熟技能、知荣辱、懂感恩，增强学生职业荣誉感和诚实劳动意识，培育务实求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。

(3) 主要内容：包括劳动观和价值观等专题讲座，日常生活、生产、服务性劳动所需的基础知识和基本技能，劳动实践（教室与公共区域清洁维护、值日生职责、活动协助等）。

(4) 教学要求：采用线上学习+线下实践相结合的教学组织形式，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况、学习成果提交以及劳动实践等情况。

(5) 考核类型：考查课

13.国家安全教育（课程代码 0000113205，16 学时，1 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：了解基本的安全知识，提高自身的避害能力，学会紧急事故的处理和救护；增强防范和自我保护意识；了解和掌握总体国家安全观的基本内涵、地位作用、践行要求；维护各领域国家安全的途径与方法。

(3) 课程内容：国家总体安全观、政治安全、军事安全、文化安全、人身安全、财产安全、消防安全等内容。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核类型：考查课

14.大国工匠与职业理想（课程代码 0000113206，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：引导学生厚植爱国敬业、诚信友善、精益求精的职业价值观，强化学生的责任意识与创新意识，树立技能报国、服务社会的职业理想；注重将个人职业发展与国家“制造强国”战略深度融合，培育兼具精湛技艺、职业道德和家国情怀的新时代技能人才，助力实现个人价值与社会价值的统一。

(3) 课程内容：包括讲述社会主义核心价值观 24 个字的内涵，社会主义核心价值观的引领作用，正确认识高职学段与制造类专业，探索自我与职业世界，积极求职就业并主动适应职场等。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习

时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核类型：考查课

15.宪法与法治中国（课程代码 0000113207，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：帮助学生深入理解宪法作为国家根本法的核心地位，掌握法治中国建设的理论基础与实践路径。培养学生运用宪法思维分析社会问题的能力，增强维护宪法权威的自觉性；强化对中国特色社会主义法治道路的政治认同，树立以宪法精神为核心的法治观念；引导学生关注宪法实施与公民权利保障，提升参与法治社会建设的责任感，推动社会主义核心价值观与法治实践的有机融合。

(3) 课程内容：包括宪法的基本原理，宪法的指导思想和基本原则，国家性质和国家形式，国家基本制度，公民的基本权利和义务，宪法实施与监督等内容。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核类型：考查课

16.限定选修课（课程代码见附录 2，三年制要求选 5 门，修满 176 学时，11 学分；两年制要求选 4 门，修满 144 学时，9 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：提供信息技术类选修课（二选一）、美学教育类选修课（二选一）、思想政治类选修课（八选一）、文化素养类选修课（四选一）及其他选修课（三选一），让学生根据自己的兴趣和职业规划选择相关课程，提供学习和探索其他领域的机会，丰富和优化课程内容、拓宽视野、培养多样化的兴趣爱好，提升个人综合素质。

(3) 课程内容：课程目录及具体课程描述见附录。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核类型：考查课

(三) 专业课程

1. 专业基础课程

1.1 电子商务基础（课程代码 0100221187，28 学时，1.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：电子商务平台开发、网络支付与安全、网络营销与推广、大数据分析、移动电子商务开发。

(3) 对应的典型工作任务：搭建和维护电子商务平台，处理网络支付与安全事务，开展网络营销与推广活动，分析大数据以优化电商运营，开发移动电子商务应用等的基础工作任务。

(4) 课程目标：了解电子商务的基本概念、发展历程和模式；掌握电子商务平台搭建与维护的基本技术方法；理解网络支付与安全的原理和机制，能够处理相关的安全事务；掌握网络营销与推广的基本策略和工具，能有效开展推广活动；了解大数据分析的基本方法，能够运用数据分析结果优化电商运营；掌握移动电子商务开发的基本技术，能开发简单的移动电商应用。

(5) 主要内容：电子商务平台搭建与维护技术认知；网络支付与安全知识，涵盖支付方式安全、协议、加密技术、身份认证；网络营销与推广策略及工具，如搜索引擎优化、搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销；大数据分析在电商运营中的应用，包括数据采集、处理、分析方法以及如何根据分析结果进行商品推荐、库存管理等。

(6) 教学要求：从课前准备、课堂教学和课后拓展全链条做好教学组织，

积极运用案例式、问题式、情景式、探索式等教学方法，调动学生学习积极性。

课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考试课

1.2 管理学基础（课程代码 0100221186，56 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：办公自动化、企业资源规划、客户关系管理等信息技术；财务报表分析、管理报表编制等报表技术；定量决策、定性决策等决策技术。

(3) 对应的典型工作任务：生产计划制定、生产流程优化、库存管理；市场调研、营销策划与实施、客户关系管理；项目规划预计划、项目执行与监控；文件管理、会议组织与协调、办公用品管理等。

(4) 课程目标：掌握管理学的基本原理、概念和方法，具备应用管理学技能解决实际工作中问题的能力，进行财务报表分析和管理报表编制，掌握定量和定性决策技术，以制定和优化管理策略。

(5) 主要内容：管理学的基本概念和原理、管理理论的发展与演变、计划与决策、组织与设计、领导与激励、控制与绩效评估、创新与变革管理等内容。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考试课

1.3 数据可视化（课程代码 0100221198，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：Python 编程、商业智能（BI）工具应用。

(3) 对应的典型工作任务：利用 Python 进行数据处理与分析，运用 BI 工

具完成数据可视化，制作数据分析报告，为业务决策提供依据。

(4) 课程目标：了解数据可视化的基本概念和意义；掌握 Python 编程基础，能够运用相关库进行数据处理和分析；理解 BI 工具的功能和特点，熟练使用 BI 工具进行数据可视化；具备运用 Python 和 BI 工具解决实际数据分析问题的能力，能制作直观有效的数据分析报告。

(5) 主要内容：Python 编程基础，包括数据类型、控制结构、函数、常用数据处理库的使用；数据清洗与预处理技术，涵盖数据筛选、排序、去重、填充缺失值等内容；商业智能（BI）工具的使用，如 Power BI 等。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考试课

1.4 零售基础（课程代码 0100221180，36 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：零售点系统、电子数据交换、客户关系管理、电子商务技术等信息技术；库存盘点、库存补货等管理技术；销售数据分析、用户行为分析等零售分析技术。

(3) 对应的典型工作任务：店铺布局与商品陈列、库存管理与控制；销售促进活动策划、顾客服务与管理；销售数据收集与整理、数据解读与决策支持。

(4) 课程目标：掌握销售技巧，具备客户服务能力，掌握管理技能，能够进行数字化转型，懂得网络技术，掌握商品陈列和空间布局的方法，掌握库存管理的方法，能够进行销售预测和财务分析。

(5) 主要内容：零售业的基本理解、零售战略与零售组合、零售组织与人力资源管理、零售运营管理、零售营销和消费者行为、零售店的开发、选址与设

计、零售店的经营和财务管理等多个方面。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考试课

1.5 商务数据分析（课程代码 0100221197，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：数据解析与提取，数据存储与管理数据库存储，高性能爬虫。

(3) 对应的典型工作任务：网页数据抓取，登录与认证数据采集，反爬虫策略绕过，数据存储与清洗，分布式爬虫开发，爬虫监控与异常处理。

(4) 课程目标：熟悉 Python 爬虫常用模块，掌握 Python 网络爬虫常用工具，熟练使用 Scrapy 框架进行爬虫代码开发，掌握常用爬虫方法。能够理论联系实践，应用 Python 网络爬虫爬取商务信息数据，解决实际问题。

(5) 主要内容：Python 基础语法回顾、Python 爬虫常用模块、Scrapy 爬虫框架、Beautiful Soup 爬虫等，并结合基于商务信息数据的多个爬虫实战项目巩固认知。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考试课

2. 专业核心课程

2.1 视觉营销设计※●（课程代码 0100221199，56 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：平面设计软件应用、色彩搭配与视觉传达、摄影与图片处理、网页与新媒体视觉设计、短视频制作

(3) 对应的典型工作任务：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、计算机等软硬件工具完成工作任务

(4) 课程目标：掌握视觉营销设计核心工具与策略方法，能够运用设计软件实现品牌视觉标准化输出，具备从店铺界面搭建到动态内容制作的全场景设计能力；同时培养商业审美洞察力、用户需求转化能力及跨平台传播思维，满足企业对电商设计师、品牌视觉专员等岗位的核心需求。

(5) 主要内容：平面设计和音视频制作软件的使用方法，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，包装设计，新媒体平台页面的配图排版、主题设计，视觉提升方案，策划、拍摄与剪辑短视频。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

2.2 直播运营※●（课程代码 0100221195，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：直播平台操作、直播内容策划、直播互动技术、直播数据分析。

(3) 对应的典型工作任务：策划直播主题与内容，搭建和调试直播设备，进行直播过程中的互动管理，分析直播数据以优化运营策略。

(4) 课程目标：了解直播运营的基本概念和流程；掌握主流直播平台的操作方法与规则；理解直播内容策划的原则和技巧，能够策划吸引观众的直播主题

和流程；熟悉直播互动技术，有效提升观众参与度和活跃度；掌握直播数据分析方法，能够运用数据优化直播运营策略，提升直播效果和商业价值。

(5) 主要内容：直播平台操作基础，包括账号注册与设置、直播间的搭建与布置、直播推流与画面调试等；直播内容策划技巧，涵盖直播主题选择、脚本撰写、环节设计、商品选品等；直播互动技术应用，如弹幕互动、投票抽奖、连麦互动等功能的使用与管理；直播数据分析方法，包括观众数据、流量数据、销售数据的采集与分析，以及如何根据数据调整直播策略。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

2.3 互联网销售※（课程代码 0100221194，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：互联网销售平台运营、网络营销工具应用、客户关系管理（CRM）系统使用、数据分析与销售预测。

(3) 对应的典型工作任务：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；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、客户服务质量监控等。

(4) 课程目标：掌握电商必备运营技能和推广技巧，培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、推广能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。

(5) 主要内容：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；产品 O2O 销售目标，识别和跟进销售线索；

售票据的处理、订单确认及跟踪、自营渠道账单管理；产品销售漏斗，销售数据统计与分析，对销售方案进行评估与改进。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考试课

2.4 社群运营※（课程代码 0100221190，54 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：社群平台管理、内容创作与传播、社群互动与活动策划、社群数据分析。

(3) 对应的典型工作任务：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。

(4) 课程目标：掌握社群定位、建群、引流、策划活动技巧，具备社群构建与运营能力、社群用户管理能力、社群资源整合能力、数据分析和优化能力以及创新能力等。

(5) 主要内容：社群基础知识，定位社群，制定社群运营方案，社交平台建群；社群推广与引流；社群数据分析，制定营销体系；销售转化、活跃社群及管理粉丝策略方法。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

2.5 短视频运营※●（课程代码 0100221188，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：短视频平台运营、内容策划与创作、视频拍摄与剪辑、数据分析与优化。

(3) 对应的典型工作任务：策划并创作吸引观众的短视频内容，拍摄和剪辑高质量的视频，发布和推广视频以提高曝光率，分析视频数据以优化运营策略。

(4) 课程目标：了解短视频运营的基本概念和流程；掌握主流短视频平台（如抖音、快手、B站等）的运营规则和特点；能够策划和创作吸引观众的短视频内容，包括选题、脚本撰写、拍摄技巧和剪辑方法；熟悉数据分析方法，能够根据数据反馈优化视频内容和运营策略；具备推广短视频的能力，运用各种营销手段扩大视频影响力。

(5) 主要内容：短视频平台运营基础，包括账号注册、资料完善、平台规则了解等；内容策划与创作技巧，涵盖选题、脚本撰写、内容风格定位等；视频拍摄与剪辑技术，包括拍摄设备选择、拍摄技巧、剪辑软件应用等；数据分析与优化方法，如数据指标解读、粉丝喜好分析、运营策略调整等。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

2.6 网络营销※（课程代码 0100221184，68 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：网络调研与数据分析、营销推广、数据监测与优化技术。

(3) 对应的典型工作任务：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。

(4) 课程目标：掌握网络调研、营销推广的方法和技巧，掌握网络综合策划和网络文案写作的能力，达到网络营销对电子商务从业人员的要求。同时培养学生协作完成任务，发现问题、解决问题和自我学习的能力。

(5) 主要内容：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；营销活动方案策划；活动任务分解；整合营销与广告投放；跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案；营销复盘。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考试课

2.7 网店运营※（课程代码 0100221191，68 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：网店运营、流量推广、数据分析。

(3) 对应的典型工作任务：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。

(4) 课程目标：了解内贸电商平台基本概况和政策，掌握多类型第三方电商平台的规则，具备数据分析能力，选品能力以及店铺运营的基本能力。增强学生的创业意识、交流沟通能力。

(5) 主要内容：SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识；流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，网店运营目标、推广策略及预算；目标商品和竞品数据分析，运营数据分析报告；商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理；用户画像分析，客户管理策略，用户拉新、留存、促活和转化。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考试课

2.8 数据化运营※（课程代码 0100221196，68 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：数据分析工具使用、数据可视化、数据驱动的决策制定、数据挖掘与应用。

(3) 对应的典型工作任务：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。

(4) 课程目标：掌握数据分析工具的基本用法，能够根据电商运营的目标，确定数据指标，通过技术手段采集相关数据，对数据进行归类分析，以解决运营中的问题或优化运营效果并提出预测。

(5) 主要内容：数据分析指标体系概念；数据分析的方法与方法论，数据运营目标采集，市场信息、营销活动、产品需求挖掘；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；撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

3. 专业拓展课程

3.1 跨境电商运营（课程代码 0100221193，85 学时，5.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：跨境电商平台运营、国际市场营销、供应链管理、数据分析与优化、跨境支付与物流。

(3) 对应的典型工作任务：平台入驻与店铺搭建、商品管理；供应商寻找与评估、采购与库存管理；制定营销策划、执行营销活动、销售促进与客户关系维护；数据收集与整理、数据分析与决策支持。

(4) 课程目标：了解跨境电商的基本概念和政策，理解跨境第三方操作平台规则，掌握跨境电商基本工作流程的操作，具备跨境店铺运营管理、客户服务和电商操作技术等业务能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。

(5) 主要内容：主要面向 eBay、Amazon、速卖通、Wish 四个跨境电商平台展开，主要内容包含跨境电子商务概述、跨境电子商务平台介绍与选择、平台基本操作（注册开店、选品、产品发布、关键词、产品管理、交易管理）、国际物流与跨境支付、视觉设计、网络营销推广与数据分析、客户维护。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

3.2 电商岗位项目实训（课程代码 0100321199，30 学时，1 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：电商运营平台操作、电商视觉设计、客户服务与管理、数据分析与应用、网络营销与推广。

(3) 对应的典型工作任务：在电商平台上开设店铺并进行日常运营，设计吸引顾客的店铺页面和商品图片，处理客户咨询与售后问题，分析店铺数据以优化运营策略，开展网络营销活动提升店铺知名度和销量。

(4) 课程目标：旨在通过基于实际工作的岗位项目实训，加深对电子商务运营岗位的理解，掌握相关的职业技能，提升专业素养。同时，通过实习，增强团队协作能力和解决问题的能力，为未来的职业发展做好准备。

(5) 主要内容：实训内容包括电商平台运营、电商数据分析、电商营销推广、电商客户服务、电商视觉设计、电商直播等岗位的综合实训。

(6) 教学要求：采用项目实战、跨岗位协同模拟、企业真实案例复现等教学方法，实现专业核心技能的训练，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

3.3 综合实践（课程代码 0000321001，120 学时，7.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：电子商务核心技能

(3) 对应的典型工作任务：电商运营岗前综合实践

(4) 课程目标：巩固实践电商运营核心技能，树立数据驱动决策与全链路营销意识，提升学生的平台操作、数据分析及用户运营能力；培养学生自我驱动与持续学习能力；强化团队协作意识与商业敏感度；培育良好的职业操守、严谨的工作态度和客户服务意识，促进知识向岗位能力的深度转化，实现校园学习与企业实战的无缝衔接，缩短学生就业适应期，精准匹配电商行业对复合型运营人才的需求。

(5) 主要内容：为对接电商行业岗位能力要求，开设全流程运营实训项目，如电商平台操作实训、网络营销推广实训、客户服务管理实训、供应链协同实训、数据化运营实训、电商直播实训、跨部门协作模拟等实战化训练模块。

(6) 教学要求：采用项目实战、跨岗位协同模拟、企业真实案例复现等教学方法。遵循电商行业高技能人才培养标准，要求学生系统掌握电商运营岗位全

流程操作规范。通过项目制教学培养学生问题诊断、策略制定及创新执行能力，同时注重职业道德教育，将诚信经营、用户至上理念融入实训场景，实现专业教育与思政教育的有机融合，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

3.4 消费者行为分析（课程代码 0100222111，36 学时，2 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：市场调研方法、数据分析技术、心理学原理应用、消费者行为模型构建。

(3) 对应的典型工作任务：开展市场调研收集消费者信息，运用数据分析技术挖掘消费者行为模式，应用心理学原理解读消费者决策过程，构建消费者行为模型以预测消费趋势。

(4) 课程目标：了解消费者行为分析的基本概念和意义；掌握市场调研的基本方法，能够设计并实施有效的调研方案；熟悉数据分析技术，能够运用统计软件和分析工具处理调研数据；理解心理学原理在消费者行为中的应用，能够分析消费者的心理动机和决策过程；具备构建消费者行为模型的能力，能够预测消费趋势并为营销策略提供依据。

(5) 主要内容：市场调研方法，包括问卷设计、样本抽取、数据收集方式（线上、线下）等；数据分析技术，涵盖描述性统计分析、相关性分析、因子分析、聚类分析等方法及工具应用；心理学原理应用，如消费者感知、学习、记忆、态度形成、购买决策过程的心理机制等；消费者行为模型构建，包括需求识别、信息搜索、评估选择、购买决策、行为后评价等环节的模型建立与应用。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

3.5 项目管理（课程代码 0100222113，36 学时，2 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：项目规划与设计、项目执行与监控、项目风险管理、项目沟通协调、项目收尾与评估。

(3) 对应的典型工作任务：制定项目计划，组织项目团队，分配项目任务，监控项目进度，处理项目中的风险和问题，协调各方资源，确保项目按时、按质完成，进行项目总结与评估。

(4) 课程目标：了解项目管理的基本概念、原理和流程；掌握项目规划的方法，能够制定详细的项目计划；熟悉项目执行的步骤和技巧，能够有效组织和管理项目团队；掌握项目监控的方法和工具，能够及时发现并解决项目中的问题；理解项目风险管理的重要性，能够识别、评估和应对项目风险；具备良好的项目沟通协调能力，能够与各方利益相关者有效沟通；掌握项目收尾与评估的方法，能够对项目进行全面总结和评估。

(5) 主要内容：项目管理基础，项目规划与设计，项目执行与监控，项目风险管理，项目沟通协调，项目收尾与评估。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

3.6 数据库应用技术（课程代码 0100222115，54 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：数据库设计、SQL 语言应用、数据存储与管理、数据库安全与备份、数据库性能优化。

(3) 对应的典型工作任务：设计合理的数据库结构，运用 SQL 语言进行数据查询、更新和管理，保障数据的安全存储与高效管理，进行数据库的备份与恢复，优化数据库性能以提升系统响应速度。

(4) 课程目标：了解数据库应用技术的基本概念和原理；掌握数据库设计的方法，能够设计出符合需求的数据库结构；熟悉 SQL 语言的语法和应用，能够进行数据的查询、插入、更新和删除操作；理解数据存储与管理的基本原则，能够保障数据的完整性、一致性和安全性；掌握数据库安全与备份的方法，能够进行数据库的备份与恢复操作；具备数据库性能优化的能力，能够提升数据库的运行效率和响应速度。

(5) 主要内容：数据库设计基础，包括需求分析、概念结构设计、逻辑结构设计、物理结构设计等；SQL 语言应用，涵盖数据定义语言、数据操纵语言、数据控制语言的语法和应用；数据存储与管理，包括数据存储结构、文件组织方式、索引技术等；数据库安全与备份，如用户权限管理、数据加密、备份策略制定、恢复方法等；数据库性能优化，涉及查询优化、存储优化、索引优化、硬件优化等。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

3.7 办公软件高级应用（课程代码 0100222116，54 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：数据处理与分析、自动化脚本编程、可视化设计、文档工程化排版、协同办公平台。

(3) 对应的典型工作任务：课程对接办公效能岗位核心职责，包括：设计

自动化报表模板与数据看板、开发批量处理工具、搭建动态演示方案、优化跨部门协作流程、制定企业级文档规范，以及诊断并重构低效办公流程。

(4) 课程目标：掌握办公软件高级功能与自动化技术，能够运用工具链重构传统办公模式，具备从数据清洗到决策支持的全流程效率提升能力；同时培养系统化思维、问题溯源能力及标准化意识，满足企业对行政专员、数据分析助理等岗位的核心需求。

(5) 主要内容：课程系统讲授办公自动化核心技术模块，包括：Excel 数据建模与动态分析、VBA 编程与控件开发、PPT 高阶动画与母版设计、Word 长文档排版与自动化目录、协同平台权限管理与流程审批，以及行业案例实操，形成“工具-场景-优化”三位一体的知识架构。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

3.8 商务沟通与社交礼仪（课程代码 0100222112，36 学时，2 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：商务沟通技巧、社交礼仪规范、跨文化沟通、商务谈判技巧、商务写作。

(3) 对应的典型工作任务：进行商务洽谈与沟通，参加商务活动并遵循社交礼仪，撰写商务文书，处理跨文化商务交流事务，参与商务谈判并达成合作。

(4) 课程目标：掌握商务沟通理论框架与礼仪规范，能够运用结构化表达与倾听技巧建立信任关系，具备从文化差异洞察到沟通策略制定的综合能力；同时培养职业形象意识、情绪管理能力及团队协作精神，满足企业对商务助理、客户关系管理等岗位的核心需求。

(5) 主要内容：商务沟通技巧，包括口头沟通技巧、书面沟通技巧、非语言沟通技巧；社交礼仪规范，涵盖商务着装礼仪、商务宴请礼仪、名片交换礼仪、会议礼仪、电话礼仪等；跨文化沟通；商务谈判技巧，包括谈判前的准备、谈判策略制定、谈判过程中的沟通技巧、谈判结果的评估与跟进等；商务写作，涵盖商务文书的类型、写作格式与规范、语言风格等。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

3.9 客户服务与管理（课程代码 0100222114，36 学时，2 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：客户关系管理系统应用、客户服务技巧、客户投诉处理、客户满意度与忠诚度管理、客户服务团队管理。

(3) 对应的典型工作任务：运用客户关系管理系统维护客户信息，提供优质的客户服务，处理客户投诉与建议，提升客户满意度和忠诚度，管理客户服务团队以提高服务效率和质量。

(4) 课程目标：掌握客户服务管理理论框架与工具方法，能够运用技术手段优化服务体验，具备从客户投诉处理到长期关系维护的全周期管理能力；同时培养服务意识、同理心及团队协作能力，满足企业对客服专员、客户关系管理等岗位的核心需求。

(5) 主要内容：客户关系管理系统应用，包括 CRM 系统的功能模块、操作流程、数据录入与查询等；客户服务技巧，涵盖服务态度与礼仪、沟通技巧、问题解决技巧、客户关怀技巧等；客户投诉处理，包括投诉处理流程、投诉原因分析、解决方案制定、客户反馈与跟进等；客户满意度与忠诚度管理，如客户满

意度调查方法、客户忠诚度培养策略、客户流失原因分析与预防；客户服务团队管理，涉及团队组建与分工、服务标准制定、服务质量监控、团队激励与培训等。

(6) 教学要求：采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，结合项目驱动、案例分析、分组教学、移动端互动教学、情境教学、模块化教学等教学方式，课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(7) 考核类型：考查课

(四) 实践性教学环节

1. 实习

1.1 岗位实习（课程代码 0000331002，720 学时，24 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：本课程旨在生产制造、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、视觉营销设计师、数据分析师、直播主播等实习，包括认识实习和岗位实习。通过真实的职场环境，帮助学生将课堂所学的专业技能应用于实践，熟练掌握数据化运营、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、短视频设计、电商直播等岗位的工作流程与操作规范，提升职场沟通协作、问题解决及应变能力；同时，引导学生深入了解行业发展趋势与职业要求，培养职业素养与责任意识，完成从学生到职场人的角色转变，增强就业竞争力，强化团队协作与问题解决能力，实现专业知识与职业岗位的精准对接，为未来职业发展奠定坚实基础。

(3) 主要内容：通过在互联网和相关服务、批发、零售行业的数据化运营、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、短视频设计、电商直播等岗位实习，了解相关岗位的工作流程，服务规范，服务技巧，熟练掌握电商平台运营、新媒体电商、商务数

据分析等实操技能，并能够独立上岗操作，完成岗位基础业务。

(4) 教学要求：聚焦数据化运营、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、短视频设计、电商直播等核心岗位需求，通过沉浸式职场实践，提升学生技能。学生在岗位实习期间接受学院和岗位实习单位的双重管理，按照岗位实习的相关计划和要求进行实习。指导教师会同企业指导教师依据学生实习过程记录、实习报告、实习自我鉴定、单位鉴定等相关资料，进行综合考核评定。

(5) 考核类型：考查课

2. 毕业环节

2.1 毕业设计（课程代码 0000341002，150 学时，5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过毕业设计的全过程训练与实践，使学生系统运用所学专业专业知识，针对电商领域实际问题开展研究，提升其综合分析与解决问题的能力，培养严谨求实的科研态度和创新思维，强化其书面表达和专业汇报的技能，达到高职人才培养规格的要求，为未来职业发展奠定坚实基础。

(3) 主要内容：毕业设计选题涵盖电子商务专业的核心领域，包括但不限于电商平台运营、商务数据分析、新媒体电商等方面。研究内容包括市场调研、数据分析、方案设计与可行性论证，重点考察学生对实际问题的把握程度，以及运用专业知识解决问题的能力。最终成果形式为 2000 字左右的毕业设计论文，并附相关调研数据和分析图表，同时需制作答辩 PPT 进行汇报展示。

(4) 教学要求：采用“导师负责制”，要求学生定期沟通汇报进度，指导教师需做好过程记录和质量把控。配备专用机房和专业数据库供调研使用，提供规范的论文模板格式要求和评分标准。鼓励选择校企合作单位的实际课题，提倡运用大数据、人工智能等新技术开展创新研究。最终成绩由指导教师评阅和答辩成

绩构成，确保评价的客观公正性。

(5) 考核类型：考查课

八、教学进程总体安排

(一) 教学计划进程表

见附录 1

(二) 教学环节分配表

学期	课程教学	其中，集中实践教学			考试	军训	机动	合计
		集中实训	实习环节	毕业环节				
一	14	0	0	0	1	3	2	20
二	18	0	0	0	1	0	1	20
三	18	0	0	0	1	0	1	20
四	18	1	0	0	1	0	1	20
五	18	6	12	0	1	0	1	20
六	17	0	12	5	0	0	3	20
总计	103	7	24	5	5	3	9	120
说明	1. 合计=课程教学+考试+军训+机动							

(三) 理论教学与实践教学比例配置表

学年	学期	总学时	理论教学		实践性教学						
			学时	占总学时比例%	合计学时	占总学时比例%	实验实训	集中实训	实习环节	毕业环节	其他活动
							学时	学时	学时	学时	学时
一	1	392	316	11.12%	76	2.68%	76	0	0	0	0
	2	510	370	13.02%	140	4.93%	150	0	0	0	0
二	3	486	326	11.47%	160	5.63%	160	0	0	0	0
	4	447	268	9.44%	179	6.30%	149	30	0	0	0
三	5	488	8	0.28%	480	16.90%	0	120	360	0	0
	6	518	8	0.28%	510	17.95%	0	0	360	150	0
合计		2841	1296	45.61%	1545	54.39%	535	150	720	150	0
说明：如填写计算学时的其他实践性活动，请在此处列举具体活动和学时。											

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。

1.队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例小于 25:1，“双师型”教师占专业课教师数比例 100%，高级职称专任教师 5 人，中级职称 3 人，专任教师队伍在职称、年龄上形成了合理的梯队结构。整合合作企业优质人才资源，建立本专业兼职教师库，每学期从教师库中选聘担任兼职教师，同时聘请了 3 名产业导师，组建本专业产教融合虚拟教研室，并建立定期开展专业教研机制。

表 1 专业师资队伍一览表

专任教师					兼职教师		
总数	双师型教师比例	研究生以上教师比例	高级职称比例	高级职业技能比例	总数	双师型教师比例	高级职业技能/职称比例
8	100%	87.5%	62.5%	75%	9	44%	33%

(二) 专业带头人

本专业带头人具有副高职称和较强的实践能力，能够较好地把握互联网销售、电子商务、批发业和零售业等行业发展动态，能广泛联系企业，了解行业对本专业人才的需求实际，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。

(三) 专任教师

具有高校教师资格，具有电子商务相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；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；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；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。

表 2 专任教师情况一览表

序号	姓名	最高学历	职称	技能证书/等级	是否双师
1	张金泽	硕士研究生	副教授	高级电子商务师（一级）	是
2	吴超	大学本科	副教授	实用英语交际职业技能等级证书培训师证书（高级）	是
3	李仕敏	硕士研究生	副教授	外经贸业务员证书（高级）	是
4	杨静	硕士研究生	副教授	互联网营销师（二级）	是
5	崔晶	硕士研究生	副教授	互联网营销师（二级）	是
6	罗晶	硕士研究生	讲师	互联网营销师（三级）	是
7	蔡姗姗	硕士研究生	讲师	互联网营销师（三级）	是
8	李爽	硕士研究生	讲师	电子商务师（二级）	是

（四）兼职教师

主要从互联网营销、电子商务等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，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专业教学任务。同时，根据专业建设需要聘请技能大师、能工巧匠、产业导师等高技能人才，承担专题讲座、培训、创新创业指导等工作。

表 3 兼职教师情况一览表

序号	姓名	工作单位	职务	职称/职业技能/管理职务	承担任务	是否双师
1	平凡	天津海教园联合科技园发展有限公司	总经理	研究员	专业建设教学改革	是

序号	姓名	工作单位	职务	职称/职业技能/管理职务	承担任务	是否双师
2	孙博文	天津海教园联合科技园发展有限公司	副总经理	高级经济师	产教融合课程建设	是
3	郝婧	天津海教园联合科技园发展有限公司	业务经理	互联网营销师	课程建设 兼职教学	是
4	周秀悦	天津海教园联合科技园发展有限公司	业务骨干	互联网营销师	实践教学	否
5	杜艺超	天津海教园联合科技园发展有限公司	业务骨干	互联网营销师	实践教学	否
6	王东洋	天津海教园联合科技园发展有限公司	业务骨干	互联网营销师	实践教学	否
7	王蓓	天津电子信息职业技术学院	骨干教师	副教授	实践教学	是
8	徐子健	天津天开云来有限责任公司	总经理	经济师	实践教学	否
9	王凯	天津留白电子科技有限公司	运营总监	运营师	实践教学	否

十、教学条件

(一) 教学设施

1. 专业教室

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或无线网络环境，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. 校内外实训场所

建有满足专业人才培养目标与技术技能训练要求的校内实训基地，包括电商视觉设计实训室、网络营销实训室、电商数据分析实训室、电商直播实训室、电商运营实训室。

表 4 校内实训场所一览表

序号	实训室名称	占地面积	支撑课程	主要实训项目	主要设备		工位 数
					名称	数量	
1	电商视觉设计实训室	70 平方米	视觉营销设计	视频采编、图形图像处理、商品信息采编、网络编辑、视频处理	摄影棚	2	20

2	网络营销实训室	90平方米	网络营销、互联网销售	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	计算机	50	50
3	电商数据分析实训室	70平方米	数据可视化、商务数据分析、数据化运营	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	计算机	48	48
4	电商直播实训室	70平方米	直播运营、短视频运营	直播策划、产品讲解、直播脚本设计、主播人设搭建、粉丝引导转化、直播复盘	计算机	48	48
5	电商运营实训室	90平方米	网店运营、跨境电商运营	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	计算机	48	48

表5 校外实训场所一览表

序号	基地名称	占地面积	支撑课程	主要实训项目	主要设备		工位 数
					名称	数量	
1	电商直播实训基地	100平方米	直播运营、短视频运营	直播策划、产品讲解、直播脚本设计、主播人设搭建、粉丝引导转化、直播复盘	直播间	10	50
2	网店运营实训基地	100平方米	网店运营、跨境电商运营	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	计算机	50	50
3	商务数据分析实训基地	100平方米	商务数据分析、数据化运营	确定运营目标、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化	计算机	40	30
4	跨境电商综合实训基地	100平方米	跨境电商运营	多类型跨境电商平台注册开店、选品、产品发布、关键词、产品管理、交易管理、国际物流与跨境支付、视觉设计、网络营销推广与数据分析、客户维护	计算机	50	50

3.实习场所

建有7个能提供带货主播、视频剪辑、电商运营、全渠道营销等实习岗位的校外实习基地，能够安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习实训质量评价，做好学生实习、实训服务和管理工作，有保证实习实训学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表6 实习场所一览表

序号	实习单位	主要实习岗位	接纳学生数	指导教师数
1	天津九叶文化传媒有限公司	带货主播、视频剪辑	30	2
2	天津彩星优电子商务有限公司	抖店运营、视频剪辑	30	3
4	津瑞跨境电子商务（天津）有限公司	跨境电商运营	30	3
5	佳行（天津）商贸有限公司	电商多平台运营、全渠道营销	30	3
6	天津森雨通跨境电子商务有限公司	跨境电商运营、数据分析	30	2
7	天津津滨跨境电子商务有限公司	跨境电商运营、直播、视频剪辑	40	3

（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。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。

表7 专业核心课程参考书目

序号	课程名称	教材名称	ISBN 书号	是否规划教材
1	视觉营销设计	Photoshop 图像处理立体化教程	9787115586711	国家规划教材

2	直播运营	直播电商实务	9787303275670	国家规划教材
3	互联网销售	网店推广（第二版）	9787040587401	国家规划教材
4	社群运营	社群运营（AI+微课版）	9787115665362	国家规划教材
5	短视频运营	短视频制作实战	9787115644145	国家规划教材
6	网络营销	网络营销：推广与策划	9787115629913	国家规划教材
7	网店运营	网店运营（第二版）	9787040631791	国家规划教材
8	数据化运营	电子商务数据分析实践	9787040599763	国家规划教材

2. 图书文献配备

表 8 主要图书文献

序号	类型	图书文献名称
1	纸质	《电子商务基础与实务（第三版）》
2	纸质	《电子商务基础与应用：“学·用·做”一体化教程》
3	纸质	《电子商务基础与实践》
4	纸质	《电子商务创业》
5	纸质	《电子商务基础教程（第2版）》
6	纸质	《电子商务概论》
7	纸质	《跨境电商实务（第四版·数字教材版）》
8	纸质	《网络营销实务》
9	纸质	《电子商务物流》
10	纸质	《电子商务法律与规范》
11	纸质	《电子商务安全》
12	纸质	《电子商务技术基础》
13	纸质	《电子商务网站策划与建设》
14	纸质	《电子商务数据分析》
15	纸质	《电子商务项目管理》
16	纸质	《电子商务客户服务》
17	纸质	《移动电子商务》
18	纸质	《跨境电子商务》
19	纸质	《农村电子商务》
20	纸质	《智慧零售》

3. 数字资源配置

表 9 主要数字资源

序号	资源名称	资源链接
1	专业教学资源库	https://vocational.smartedu.cn/CourseCenter
2	《商品信息采集与处理》视频公开课	https://www.xueyinonline.com/detail/216836000
3	《电子商务数据分析》超星在线课程	https://mooc1-2.chaoxing.com/mooc-ans/course/216834595.html

4	《商务谈判与社交礼仪》超星在线课程	https://mooc1-2.chaoxing.com/mooc-ans/course/212848193.html
5	《内贸电商平台运营》超星在线课程	https://mooc1-2.chaoxing.com/mooc-ans/course/216846323.html
6	《跨境电商平台运营》超星在线课程	https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/courseportal/233011784.html
7	《电商推广训练》超星在线课程	https://mooc1.chaoxing.com/course/233011861.html
8	《网络营销与策划》超星在线课程	https://mooc1.chaoxing.com/course/227119569.html
9	TB 推广模拟仿真软件	校内访问: http://10.10.10.10/TBTG
10	BD 推广模拟仿真软件	校内访问: http://10.10.10.10/BDTG
11	电商运营模拟沙盘软件	校内访问: http://10.10.10.10/YTTC
12	跨境电商平台实训系统	校内访问: http://10.10.10.10:8224

(三) 教学方法

1. 教学手段

讲授与多媒体教学相结合, 视频演示与认知实习相结合, 教师示范与动手实践相结合, 虚拟仿真与实际操作相结合, 专项技术教学与综合实际应用相结合等。

2. 教学方法

本专业课程教学广泛运用启发式、探究式、讨论式、角色扮演式、案例引导式、任务驱动式、演示法等教学方法提升课堂效率。专业核心课程采用任务驱动式、案例引导式、探究式教学方法, 公共基础课采用启发式、探究式、讨论式、角色扮演式教学方法。

3. 教学组织形式

结合课程特点、教学环境支撑情况, 采用整班教学、分组交流、现场体验、项目协作和岗位实习等组织形式。采用课前引导预习、课上指导学习、课后辅导拓展的方式, 让原本课上教学的时间和空间能够得到更加灵活的补充和辅助。

十一、质量保障和毕业要求

(一) 质量保障

1. 质量保障机制

学校建立了专业建设与教学指导委员会和二级学院专业建设与教学执行委员会，校院两级协同对专业人才培养方案制定与实施、课程标准制定与实施、课堂评价、实践教学评价、毕业设计以及教学资源建设等进行过程监控和质量评价，保证各专业人才培养达到预期人才培养规格要求。

学校建立了多元教学质量考核评价体系，教学质量评价包括同行评价、听课部门评教、学生评教和教师自评，各占 25%、25%、45%和 5%。每个学期的教学质量评价覆盖全体专兼职教师 and 所有教学周。同时，还建立了教学质量动态反馈机制，通过线上评教意见反馈以及学生座谈会等多种形式，听取学生对课程教学效果的意见和建议，并对提出的问题及时整改，切实保证教育教学质量。

2.学习评价制度

(1) 线上课程学习评价

根据线上课程设置的考核标准进行考核，考核主要包括过程性考核和期末考核两部分，过程考核包括学习进度、学习习惯、互动情况、章节测试情况、见面课表现等。

(2) 线下课程学习评价

采取过程化考核与结果性考核相结合，过程考核占 40%，主要考察学生的出勤、学习态度、职业素养、学习任务完成情况、学习成果质量等，过程考核可采取个人自评、小组互评和教师评价相结合的方式。结果性考核占 60%，学生完成课程学习后，进行综合性考核，考察学生学习完整个课程后是否达到预定教学目标的要求。

(3) 综合实践课程学习评价

根据学生的出勤情况、综合实操技能、职业素养、职业道德、团队协作情况、实践成果等给予综合性评价。

(4) 岗位实习评价

由指导教师会同企业指导教师依据学生实习过程记录、实习报告、实习自我鉴定、单位鉴定等相关资料，进行综合考核评定，考核评定结果分优秀、良好、中等、及格和不及格五个等次。

(5) 毕业设计评价

毕业设计评价包含毕业设计成果评价和毕业答辩评价组成。毕业设计成果评价占 50%，由指导教师根据学生毕业设计工作量、毕业设计质量以及毕业设计过程表现进行评定；毕业答辩评价占 50%，由答辩工作小组根据学生毕业设计成果质量以及答辩过程中的表现予以评定。毕业设计成绩根据综合折算成绩确定相应等级：优秀（90-100 分）、良好（80-89 分）、中等（70-79 分）、及格（60-69 分）、不及格（60 分以下）。

3. 教学管理机制

学校制定了《线上教学管理办法》《天津现代职业技术学院教材建设与管理办法(修订)》《天津现代职业技术学院学生实习管理规定(试行)》《天津现代职业技术学院毕业设计工作管理办法(试行)》《天津现代职业技术学院教学责任事故认定及处理办法(修订)》等一系列教学管理制度，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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。

4. 教科研工作机制

本专业成立了产教虚拟教研室，建立了线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，科学制定课程标准、授课计划，共同开发课程教学资源和新形态教材，积极探索“学生中心、问题牵引、任务驱动、成果导向”的项目化课程教学改革，持续深化课堂革命，不断提高人才培养质量。

5. 毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。

学校建立了在校生课堂满意度、用人单位满意度调查机制，以及毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。委托第三方调查机构麦可思数据有限公司每年进行企业满意度调查（包括毕业生岗位适应能力、职业素养、专业技能、综合素质、录用人数等）和毕业生满意度调查（包括学习的知识和技能的适用性、发展空间、岗位对口情况、薪酬水平、人际关系、对企业的认可度等），并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

（二）毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

1. 学分要求

学生毕业时，必须完成人才培养方案中全部课程学习任务，并考核合格，取得教学计划规定的 168.5 学分（含军事训练 3 学分、社会实践 14 学分、入学教育 1 学分、毕业教育 1 学分），其中选修课 18 学分。

2. 职业素养要求

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，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；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。

3. 技能要求

毕业生能够通过所学知识独立完成电子商务各类岗位中的核心业务，可以胜任数据化运营、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、短视频设计、直播等岗位工作。

建议学生毕业前取得 1 项职业技能等级证书。

4.学习成果认定与转换

取得《天津现代职业技术学院学习成果认定与转换管理办法》规定中的学习成果，可以申请学习成果认定，并按规定转换为相应的学分。

十二、附录

1.教学计划进程表

2.限定选修课课程目录及课程描述

3.人才需求调研报告

4.能力图谱

5.修订说明

附录 1. 电子商务专业教学计划进程表

课程属性与类别	课程编码	课程性质	课程名称	课内总学时				学分	考试	考查	学时分配							
				合计	理论教学	实验实训	集中实践教学				第一学年		第二学年		第三学年			
											1	2	3	4	5	6		
											14/20	18/20	18/20	18/20	18/20	17/20		
公共基础课	1100111001	必修课	思想道德与法治	48	42	6		3	√		4×12							
	1101111000		形势与政策△	48	48			1		√	-	-	-	-	-	-		
	0102111011		实用英语	128	128			8	√		4×14	4×18						
	1200111000		体育	108	108			7		√	2×14	2×16	2×12	2×12				
	2000111001		军事理论	36	36			2		√			2×18					
	0200111900		人工智能技术与应用	32	32			2		√		2×16						
	2000111000		大学生心理健康教育	32	32			2		√	4×8							
	1100111000		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	28	4		2	√			2×16						
	2100111003		创新创业教育	32	32			2		√		2×16						
	2100111004		职业发展与就业指导	32	32			2		√	4×8							
	1100111002		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	42	6		3	√				4×12					
	2000111002		劳动教育	16	16			1		√				2×8				
	0000113205		国家安全教育	16	12	4		1		√				2×8				
	0000113206		大国工匠与职业理想	选修课		32	32			2	√			2×16				
	0000113207		宪法与法治中国															
	必修课小计				640	620	20		38			18	12	10	6			
	见附录 2		限选课	信息技术类选修课	48	48			3		√	4×12						
	见附录 2	美学艺术类选修课		32	32			2		√		2×16						
	见附录 2	思想政治类选修课		32	32			2		√			2×16					
	见附录 2	文化素养类选修课		32	32			2		√				2×16				
见附录 2	其他类选修课	32		32			2		√					2×16				
选修课小计				176	176	0		11			4	2	2	4				
合计				816	796	20		49			18	12	10	6				
专业基础课	0100221187	必修课	电子商务基础	28	14	14		1.5	√		2×14							
	0100221186		管理学基础	56	28	28		3.5	√		4×14							
	0100221198		数据可视化	72	36	36		4.5	√			4×18						

专业课	0100221180		零售基础	36	18	18		2	√			2×18					
	0100221197		商务数据分析	72	36	36		4.5	√				4×18				
	0100221199	专业核心课	视觉营销设计※●	56	28	28		3.5		√	4×14						
	0100221195		直播运营※●	72	36	36		4.5		√		4×18					
	0100221194		互联网销售※	72	36	36		4.5	√				4×18				
	0100221190		社群运营※	54	26	28		3.5		√				3×18			
	0100221188		短视频运营※●	72	36	36		4.5		√				4×18			
	0100221184		网络营销※	68	34	34		4.5	√						4×17		
	0100221191		网店运营※	68	34	34		4.5	√						4×17		
	0100221196		数据化运营※	68	34	34		4.5		√					4×17		
	0100221193		必修课	跨境电商运营	85	42	43		5.5		√					5×17	
	0100321199			电商岗位项目实训	30			30	1		√					1周	
	0000321001	综合实践		120			120	7.5		√						6周	
		必修课小计			1029	438	441	150	64			10	10	15	17		
		专业拓展课	选修课	消费者行为分析	36	18	18		2		√		2×18				
	0100222113			项目管理	36	18	18		2		√		2×18				
	0100222115			数据库应用技术	54	26	28		3.5		√			3×18			
	0100222116			办公软件高级应用	54	26	28		3.5		√			3×18			
	0100222112			商务沟通与社交礼仪	36	18	18		2		√				2×18		
	0100222114			客户服务与管理	36	18	18		2		√				2×18		
				选修课小计			126	62	64		7.5			0	5	2	0
	合计			1155	500	505	150	71.5			10	15	17	17			
实习环节	0000331002	必修	岗位实习	720			720	24		√					12周	12周	
	合计			720	0	0	720	24			0	0	0	0			
毕业环节	0000341002	必修	毕业设计	150			150	5		√						5周	
	合计			150	0	0	150	5			0	0	0	0			
总计				2841	1296	525	1020	149.5			28	27	27	23			
<p>说明：1. 公共基础课学时占比 28.72%、选修课学时占比 10.63%。 2. 限定选修课要求三年制修满 11 学分，两年制修满 9 学分；专业拓展选修课应选 2 门。 3. “●”为理实一体化课程，“※”为专业核心课程，“△”为专题讲座。 4. 学分计算说明：普通课程学分=学时/16, 约分保留到 0.5, 按照四舍六入五保留原则进行约分。 5. 军事训练 3 学分、社会实践 14 学分、入学教育 1 学分、毕业教育 1 学分，不计入总学时；限定选修课的周课时不计入总周课时。</p>																	

附录 2. 限定选修课课程目录及课程描述

一、限定选修课课程目录

分类	序号	类别	选修门数	课程代码	课程名称	学时				学分	考试	考查
						合计	理论教学	实验实训	集中实践教学			
公共基础课 (限定选修课)	1	信息技术类选修课	任选其一	0000113203	信息技术	48	48			3		√
	2			0000113208	大学生信息素养							
	3	美学教育类选修课	任选其一	0000113211	大学美育	32	32			2		√
	4			0000113209	艺术与审美							
	5	思想政治类选修课	任选其一	0000113210	大国精神	32	32			2		√
	6			0000113215	红色中国							
	7			0000113216	中国共产党史							
	8			0000113217	新中国史							
	9			0000113218	改革开放史							
	10			0000113219	社会主义发展史							
	11			0000113220	铸牢中华民族共同体意识							
	12			0000113212	马克思主义理论							
	13	文化素养类选修课	任选其一	0000113221	中国传统文化	32	32			2		√
	14			0000113213	大学语文							
	15			0000113222	物理与人类生活							
	16			0000113223	改变世界的化学							
	17	其他选修课	任选其一	0000113201	艾滋病、性与健康	32	32			2		√
	18			0000113224	创新创业实践							
	19			0000113202	生态文明							

说明：公共基础课中限定选修课要求三年制选修 5 门课，修满 11 学分；两年制选修 4 门课，修满 9

二、限定选修课课程描述

(一) 信息技术类选修课

1. 信息技术 (课程代码 0000113203, 32 学时, 2 学分)

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：掌握信息技术的基础知识和基本操作技能，加强学生信息技术的应用意识，培养学生的综合信息素养，了解云计算、大数据、机器人流程自动化、物联网、人工智能、数字媒体、虚拟现实、区块链等新兴技术，增强学生的创新能力，使用常见搜索引擎进行信息的检索，提升学生信息处理的能力，为后续专业课程的学习做好必要的知识准备。

(3) 课程内容：计算机基础知识，WPS 文字、表格、演示，信息检索，

信息技术概述，信息安全。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

2.大学生信息素养（课程代码 0000113208，32 学时，2 学时）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：培养大学生信息获取、信息评价以及即时捕获有用信息的能力，搜索、利用和开发信息的能力，使之与信息化社会相适应，促进自身全面发展。能够利用现代信息技术，全方位分析、获取有关信息提供相关的知识。

(3) 课程内容：大学生信息素养概论，大学生的信息需求，信息检索绪论，搜索引擎应用技巧，搜索引擎进阶，中文信息检索，例说中文信息检索，中国知网-CNKI 介绍，CNKI 文献检索技巧，EXCEL 信息处理，信息伦理与网络信息安全，知识产权保护，让信息为学习和科研服务，文献调研与论文撰写。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

（二）美学教育类选修课

3.大学美育（课程代码 0000113211，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：培育学生对艺术形式、自然生态、社会文化的审美感知力，提升学生审美和人文素养、塑造美好心灵、完善健全人格、激发创新创造活力，从而形成健康完整的人格。

(3) 课程内容：包括美育新识，美术之美、诗歌之美、戏剧之美、人生之美内容。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

4.艺术与审美（课程代码 0000113209，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：提高学生的艺术教养与审美素质，引导学生追求更有意义、更有价值、更有情趣的人生，引导学生拥有高远的精神追求，追求高尚的精神生活。

(3) 课程内容：包括什么是艺术，绘画，雕塑，建筑，设计，书法，音乐，舞蹈，戏剧，电影，摄影，艺术与宗教，美育与人生，中华美学精神等基础认知概念。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

(三) 思想政治类选修课

5.大国精神（课程代码 0000113210，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：深刻体会一代代共产党人特别是革命烈士、英雄人物、先进模范感人至深的事迹中展现出来的艰苦奋斗、牺牲奉献、开拓进取的伟大品格，感悟一代代共产党人在血与火的考验中凝练形成的伟大精神，传承一代代共产党人用鲜血和生命、用汗水和奋斗培育形成的红色基因，激励广大青年大学生争做堪担民族复兴重任的时代新人。

(3) 课程内容：重点讲授中国共产党在百年征程中孕育形成的伟大精神谱系，包括红船精神、井冈山精神、伟大长征精神、延安精神、南泥湾精神、红岩

精神、西柏坡精神、抗美援朝精神、雷锋精神等。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

6.红色中国（课程代码 0000113215，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领，充分挖掘红色资源，赓续红色历史，凝聚红色力量，用英雄人物、英雄故事、英雄精神教育人、感染人、激励人，把中华儿女精神血脉里的红色基因传承好。坚持“英雄故事”与“红色感悟”相结合，打造红色课堂，把丰富的实物史料转化为思想教育的鲜活教材，让青年大学生在“看、听、思、悟”的过程中，不断增强对“红色中国”的感知度、体验度、鲜活度，在“身临其境”中真正触及思想、震撼心灵！

(3) 课程内容：包括利用典型案例讲述初心不改 坚定红色信仰，家国情怀 执着红色求索，矢志报国 坚守红色奉献，众志成城 追求红色卓越。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

7.中国共产党史（课程代码 0000113216，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：深刻理解中国共产党诞生的历史必然性及对近代中国的重要意义，深刻理解中国共产党的初心和使命。了解中国共产党的发展历程，把握党在不同历史时期的重大贡献，了解党在历史上的重大事件、重要会议、重要文件、重要人物等，深刻理解中国共产党改革开放以来尤其是进入新时代中国特色

社会主义建设的各项方针政策，建构系统的党史知识体系，为提升综合素养夯实必要的知识和理论基础。

(3) 课程内容：讲授中国共产党从创立到领导中国人民进行新民主主义革命、社会主义革命、建设和改革的伟大征程。本课程有助于大学生深刻理解中国共产党诞生的历史必然性及对近代中国的重要意义，了解中国共产党百折不挠、顽强奋斗的光辉历程。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

8.新中国史（课程代码 0000113217，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：弄清楚新中国成立之后的历史进程和伟大成就，更加深刻认识新中国成立之后的历史主线是中国共产党领导中国人民进行社会主义道路探索。学明白新中国成立之后的宝贵经验和重要启示，更加自觉把握新中国成立之后的历史主题是国家的社会主义现代化建设。深化对“只有中国特色社会主义才能发展中国”的认识，树立正确历史观，更加坚定跟党走中国特色社会主义道路的信心和决心。

(3) 课程内容：讲述新中国成立之后的伟大历程和伟大成就、宝贵经验和重要启示，新中国成立之后历史的主线与主题，社会主义建设事业来之不易，中国特色社会主义道路来之不易，中国共产党为什么“能”、马克思主义为什么“行”、中国特色社会主义为什么“好”。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

9.改革开放史（课程代码 0000113218，32 学时，2 学分）

（1）课程性质：限定选修课

（2）课程目标：了解中国共产党带领全国各族人民改革开放的历史进程和发展路线，正确认识改革开放是决定当代中国命运的关键一招，是实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的关键一招。明确认识到改革开放只有进行时没有过去式，增强对改革开放事业的信心和恒心。

（3）课程内容：包括改革开放的酝酿和起步，改革开放的全面展开，改革开放深入发展，全面深化改革开放等内容。

（4）教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

（5）考核方式：考查课

10.社会主义发展史（课程代码 0000113219，32 学时，2 学分）

（1）课程性质：限定选修课

（2）课程目标：弄清楚世界社会主义发展的六个时间段，了解掌握世界社会主义发展大背景及重大问题，全面把握“两个必然”和“两个决不会”，思考探究世界社会主义发展史的意义。

（3）课程内容：空想社会主义的产生和发展，科学社会主义的创立及其实践，世界第一个社会主义国家的建立，社会主义从一国到多国发展与苏联模式，中国共产党对社会主义建设道路的探索，世界社会主义的曲折与奋进，中国特色社会主义开辟社会主义新纪元，中国特色社会主义进入新时代，世界社会主义的发展态势与历史启示。

（4）教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

（5）考核方式：考查课

11.铸牢中华民族共同体意识（课程代码 0000113220，32 学时，2 学分）

（1）课程性质：限定选修课

（2）课程目标：系统掌握中华民族共同体意识的基础知识。理论联系实际，增强辨别问题、分析问题、解决问题的能力。牢固树立正确的祖国观、民族观和历史观，增强中华民族共同体意识，为实现中华民族伟大复兴做出自己的贡献。

（3）课程内容：包括马克思主义民族学，中国特色社会主义，理解铸牢的文明基础、现代文明、中华文明，民族国家体系，中华人民共和国民族政策，中国民族共同性等内容。

（4）教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

（5）考核方式：考查课

12. 马克思基本理论（课程代码 0000113212，32 学时，2 学分）

（1）课程性质：限定选修课

（2）课程目标：了解马克思主义的内涵、产生、和发展理解马克思主义的鲜明特征和当代价值认同马克思主义的态度运用马克思主义的方法

（3）课程内容：世界的物质性及发展规律，实践与认识其发展规律，人类社会及其发展规律，资本主义的本质及规律，资本主义的发展及其趋势，社会主义的发展及其规律，共产主义崇高理想及其最终实现。

（4）教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

（5）考核方式：考查课

（三）文化素养类选修课

13. 中国传统文化（课程代码 0000113221，32 学时）

（1）课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：体会中国传统文化内容的丰富性与层次性，并感知诸层次内容在文化品格上的互动。增强对中国传统文化思想的认同与体认，增强民族文化自信。通过学习，体知中国传统文化思想的内涵，并关照现实生活，以文化养情、养志、养性。

(3) 课程内容：课程以中国传统文化的基本精神为主线，分模块，从多层次、多角度展示了儒道释文化，史学、文学、音乐、绘画、书法等中国传统文化的主要内容和特色，最后归结到世界格局中的中国文化和新世纪中国文化的展望。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

14. 大学语文（课程代码 0000113213，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：通过赏析古今中外经典文学作品，感悟中华母语的语言魅力，同时拓宽学生的文化视野，提高其审美能力和艺术鉴赏能力，雅化学生的审美情趣，增强民族文化自信，提升人格品位。通过语言沟通与写作技能的学习与训练，培养与开发学生的实践能力，增强学生的职业素养与技能。

(3) 课程内容：包括古今中外经典文学作品赏析、语言能力与思维训练、现代文写作与表达等。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

15. 物理与人类生活（课程代码 0000113222，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：使非物理专业的学生对物理学有个宏观的了解，提高学生科学文化素养

(3) 课程内容：包括无形的力量之手，世界冷暖的奥妙，改变世界的电磁，人类光明的使者，台阶主导的世界，弯曲的时空世界等内容。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

16.改变世界的化学（课程代码 0000113223，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：使学生了解化学学科在不同时期的发展以及对人类生活的改变。使学生了解化学家获得科学发现的过程，感受科学思维、科学方法和协作精神在科学研究的应用。提高学生的科学素养，培养学生用科学的观点认识公众关注的环境、能源、材料、生命科学等社会热点问题的能力。

(3) 课程内容：包括古代化学介绍，近代科学化学的萌芽，原子-分析学说的建立，有机化学的诞生等内容。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

(三) 其他类选修课

17.艾滋病、性与健康（课程代码 0000113201，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：帮助学生了解艾滋病的发病机理、传播途径、易感染艾滋病危险行为，提升防范艾滋病意识、能力，了解相关法律知识，达到自觉规避危险行为的目的，尊重生命、珍爱生命。从社会伦理和法律的视角引导学生，正确

处理性别角色和性关系，启迪学生学会理解和尊重，理解感染者的心理、行为，不歧视、不抛弃，保护自己的同时也要有同情心和人道主义的救助行动。

(3) 课程内容：艾滋病的概念，艾滋病在中国的基本情况，艾滋病的传播途径，艾滋病治疗现状，HIV 检测咨询，量刑交往与生殖健康，大学生的性心理发展与健康，性别培养及行为规范，性与法律，艾滋病治疗的科学历程。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

18.创新创业实践（课程代码 0000113224，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：培养系统性创新思维和创业实战能力，能够独立完成市场痛点分析、商业模式设计及产品原型开发，熟练运用众创空间资源（如技术工具、导师网络、产业链资源），掌握商业计划书撰写、路演表达与团队协作技巧，同时强化风险意识与社会责任感，最终具备将创意转化为商业价值或社会价值的综合素养，为未来创业或参与创新项目奠定基础。

(3) 课程内容：包括创新思维训练、商业模式构建、产品开发实践、资源整合落地，以及设计思维、精益创业等理论知识，还包括产品原型开发，参与商业模式画布设计、48 小时创业挑战赛等实战环节，并依托众创空间的企业导师和投融资资源，优化商业计划书、进行项目路演，最终实现从概念验证到孵化落地的全链条实践，同步融入知识产权、风险管理等实务知识。

(4) 教学要求：围绕“理论指导-实践操作-项目孵化”教学主线，充分整合创新创业实践基地的硬件设施（如 3D 打印、智能实验室）和众创空间的产业资源，设计分阶段、可落地的实践任务；全程动态跟踪学生团队的项目进展，定期邀请企业导师参与阶段性评审与资源对接，针对性提供技术指导与风险预警；

严格把控商业计划书与路演成果的创新性、可行性及合规性，协调法律、投融资等专业支持；对优质项目持续跟进，联合孵化器推动成果转化（如专利申请、参赛孵化），同时通过学生反馈与项目数据优化课程设计，形成“教学-实践-反馈”闭环，切实提升学生创新创业综合能力。

（5）考核方式：考查课

19.生态文明（课程代码 0000113202，32 学时，2 学分）

（1）课程性质：限定选修课

（2）课程目标：建立生态文明观念，了解全人类所面临的环境挑战。突破学科专业局限，从不同角度思考问题。养成生态文明品格，积极实现行为方式、生活方式和学术进路的“绿色”转向。

（3）课程内容：生态文明建设与当代青年的责任，全球环境治理与中国的责任担当，守护中国文明的自然根基，关怀生命-中国近代以来的疫病与公共卫生，新能源、新材料革命与生态文明建设，化学、环境与生态修复，绿色化学与绿色生活，人口-可持续发展的关键因素，循环经济，生态学与生态文明建设，生态文明建设的环境法治保障，留住田园风光-农村生态环境保护。

（4）教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

（5）考核方式：考查课

附录 3

电子商务专业人才需求调研报告

一、调研目的与对象

（一）调研目的

为提升专业人才培养与社会需求的匹配度,通过本次调研收集和分析电子商务类专业学生的社会人才需求状况信息,了解社会、行业以及企业对电子商务类专业人才知识、技能、素质要求的变化趋势,为我院电子商务专业的专业设置、招生规模、学生就业指导提供信息,为专业人才培养目标和规格定位、课程设置、教学计划和课程标准的修订、教学改革、教学资源以及实训室建设提供依据和帮助,提高我院电子商务专业人才培养质量及毕业生的就业质量。

（二）调研对象

本次调研构成信息采集重点的渠道有两方面:一方面是专业性渠道,其中包括与相关行业企业专家、开设该专业的职业院校,本校近几年的毕业生;另一方面是辅助性渠道,包括行业报告查阅、文献检索和网络招聘信息查阅等方法。

1. 企业调研

调研企业以天津区域企业为主,兼顾京津冀地区。企业类型涉及传统货架电商企业、新媒体电商企业、跨境电商/外贸企业、农业电商企业以及各类电商产业园区运营企业。调研对象包括企业的一线员工、业务主管、人力资源经理、总经理等。

表 1 调研企业名单

序号	调研企业	调研时间
1	北京京东世纪贸易有限公司	2025.04.09
2	天津天开瑞来有限公司	2025.04.11
3	天津天开云来有限责任公司	2025.04.11
4	天津市益罐庄陶甑文化旅游有限公司	2025.04.16
5	天津三惠农业科技有限公司	2025.04.16

6	天津自贸区于家堡环球购跨境贸易综合服务有限公司	2025.04.27
7	天津既明跨境产业互联网发展有限责任公司	2025.04.27
8	天津市山海关食品有限公司	2025.04.28
9	莫斯保宁（中国）信息科技有限公司	2025.04.28
10	佳行（天津）商贸有限公司	2025.04.28
11	天津海教园联合科技园发展有限公司	2025.04.30
12	天津津滨跨境电子商务有限公司	2025.05.06
13	天津森雨通跨境电子商务有限公司	2025.05.06
14	天津斯威夫特国际物流有限公司	2025.05.08
15	内外津联（天津）贸易发展有限公司	2025.05.08

2. 院校调研

调研院校以天津地区同类院校为主，主要针对开设电子商务相关类专业的高职院校，调研对象包括二级学院负责人、专业负责人及一线教师。

表 2 调研学校名单

序号	调研企业	调研时间
1	天津市职业大学	2025.04.18
2	天津电子信息职业技术学院	2025.04.22
3	天津轻工职业技术学院	2025.04.22
4	天津城市职业学院	2025.04.29
5	天津渤海职业技术学院	2025.04.29
6	天津海运职业学院	2025.05.06
7	天津商务职业学院	2025.05.06

3. 毕业生调研

调研选择近几年本专业毕业生，由于人数较多此处只列出部分。

表 3 调研毕业生名单

序号	毕业生姓名	毕业时间	调查时间
1	郭子超	2024-04-01	2025-04-29

2	韩莹	2024-07-01	2025-04-29
3	彭瑞	2023-07-01	2025-04-30
4	马玉平	2021-06-01	2025-04-30
5	黄婧瑶	2023-07-01	2025-04-30
6	丰培珍	2023-06-01	2025-04-30
7	王曼珍	2022-07-01	2025-04-30
8	苏文静	2023-07-01	2025-04-30
9	董纪潼	2021-06-01	2025-04-30
10	周慧娟	2020-06-01	2025-04-30
11	朱欣然	2023-07-01	2025-04-30
12	刘丽爽	2020-06-01	2025-04-30
13	刘娇	2021-07-01	2025-04-30
14	孟雪静	2022-07-01	2025-04-30
15	赵永	2018-07-01	2025-04-30
16	刘天一	2021-06-01	2025-04-30
17	马立瑶	2021-07-01	2025-04-30
18	赵国庆	2021-06-01	2025-04-30
19	丁飞	2020-05-01	2025-04-30
20	冯金鑫	2021-06-01	2025-04-30

二、调研方法与内容

(一) 调研方法

针对电子商务专业所涉及的行业企业采用现场考查和问卷调查相结合,针对开设本专业的职业院校的调查主要采用问卷调查和电话访谈的方式,针对毕业生的调查主要通过电话访谈和电子邮件的方式进行问卷调查。

以2025年4月27日行业企业现场考查调研为例:

1. 调研行程

表 4.4.27 企业调研行程表

时间	形成内容	交通/活动说明
----	------	---------

09:00	从学校出发	现代学院→抖音产业园
10:00-11:30	抖音直播生态产业园	参观/调研
11:30-12:40	午餐时间	附近餐馆用餐
12:40-13:30	前往生态城示范园区	午餐地→生态城示范园区
13:30-15:00	生态城既明跨境产业示范园区	参观/调研
15:00-16:10	返回学校	既明跨境示范园→学校

2. 调研过程

(1) 抖音直播生态产业园/天津跨境电商产业园（经开区）

① 参观内容

调研团队首先来到了抖音直播生态产业园/天津跨境电商产业园（经开区）。在园区工作人员的引导下，师生们参观了园区的整体环境，了解了园区的规划布局和发展定位。随后，调研团队深入直播基地，实地观摩了多个直播间的运营情况，包括主播的直播流程、产品展示方式、互动技巧等。此外，调研团队还参观了园区内入驻的跨境电商企业，了解了企业的业务模式、物流仓储设施以及跨境电商平台的运营情况。



图1 抖音直播生态产业园/天津跨境电商产业园调研

② 座谈内容

调研团队与园区负责人进行了座谈交流。座谈会上，园区负责人介绍了直播电商和跨境电商行业的发展趋势、人才需求以及园区在推动行业发展方面所做努力。双方就校企合作模式、人才培养方案、实习实训基地建设等议题进行了深入探讨，希望建立长期稳定的合作关系，共同培养符合行业需求高素质电商人才。

（2）生态城既明跨境产业示范园区

① 参观内容

调研团队第二站生态城既明跨境产业示范园区。在园区工作人员陪同下，师生们参观了园区的规划展示厅，了解了园区的整体规划和发展目标。随后，调研团队走访了园区内多家跨境电商企业，实地观摩了企业的产品展示区。通过参观，师生们对跨境电商企业的运营流程、市场定位以及产品特点有了更加直观的了解。

② 座谈内容

座谈会上，园区负责人首先对调研团队的到来表示热烈欢迎，并详细介绍了园区在跨境电商领域的政策支持、市场机遇以及面临的挑战。双方就跨境电商人才培养、校企合作项目、创新创业孵化等议题进行了深入交流。园区企业代表分享了他们在跨境电商领域的实战经验，为学院优化人才培养方案提供了宝贵建议。



图 2 生态城既明跨境产业示范园区调研

通过本次调研,天津现代职业技术学院电子商务专业师生对电子商务行业的发展趋势、人才需求以及技术创新等方面有了更加深入的了解。未来,学院将进一步加强与行业企业的合作与交流,优化人才培养方案和教学计划,为培养更多符合行业需求的高素质电子商务人才而努力。

(二) 调研内容

1. 面向电子商务相关企业的问卷设计(具体见附件1)

- a. 对专业人才数量、人才层次、人才综合素质等的需求情况;
- b. 专业对应岗位设置分析;
- c. 企业引进的新技术、新工艺、新设备情况
- d. 对课程设置、专业技能方面的需求;
- e. 对专业职业技能证书方面的需求;
- f. 人才招聘渠道情况;
- g. 对专业建设发展的建议。

2. 面向电子商务相关职业院校的问卷设计(具体见附件2)

- a. 专业设计时间、招生规模、招生学生层次、招生质量等情况;
- b. 学生就业单位、就业岗位、就业对口率、就业质量等情况;
- c. 专业师资人数、师资学历结构、职称结构、双师结构、师资进修等情况;
- d. 专业兼职教师队伍结构情况;
- e. 专业课程设置与建设情况;
- f. 学生见习与实习情况;
- g. “教、学、做”一体课程所占的专业课比例情况;
- h. 专业教材使用情况及专业教材建设设想;
- i. 校内外实训基地建设情况
- j. 专业建设所存在的问题。

3. 面向电子商务专业毕业学生的问卷设计(具体见附件3)

针对印刷技术专业毕业生的调查问卷主要有以下几个项目:

- a. 就业相关情况,如就业途径、就业难易程度、就业单位性质、就业岗位、薪酬待遇等;
- b. 专业培养方案合理情况;

- c. 对专业课程设置方面的需求程度情况;
- d. 对专业技能掌握需求程度情况;
- e. 对学校教学模式的建议;
- f. 对专业建设发展的建议。

三、调研分析

(一) 行业发展对本专业人才需求的趋势

1. 全国主要发达城市及各省人才需求情况

当前,全国电子商务行业正处于数字化升级与业态融合的关键阶段,人才需求呈现“区域协同、结构分化”的特征。东部沿海发达城市如杭州、广州、上海等地,依托成熟的电商生态体系,对复合型技术人才(如数据分析、供应链优化)和高端运营管理人才的需求持续旺盛;中西部省份则随着产业转移和消费升级,对基础运营、农村电商推广等应用型人才需求增长显著。全国范围内,行业对人才的技能要求逐步从单一平台操作转向全链路数字化能力,包括用户运营、内容营销、智能工具应用等。同时,政策驱动下,跨境电商综合试验区、数字乡村建设等项目加速落地,进一步拉动了区域性人才需求。未来,全国电商人才市场将呈现“东部引领创新、中西部承接规模”的梯度发展格局,为高职专科院校提供了“错位培养、精准输送”的广阔空间。

2. 天津市及周边地区(京津冀)对本专业人才需求趋势

京津冀地区作为北方经济核心区,电商人才需求正加速向“专业化、融合化”演进。传统电商平台运营领域,随着京东、拼多多等头部企业深化区域布局,企业更注重具备精细化用户运营、活动策划及供应链协同能力的技能型人才;跨境电商方面,天津自贸区政策红利持续释放,叠加北京国际消费中心城市建设,对熟悉海外合规、跨境物流及多语言营销的人才需求急剧上升;新媒体电商赛道,短视频、直播电商与本地生活服务深度融合,催生了对内容创作、私域流量运营及数据化选品等新技能岗位的需求。三地协同下,产业带直播基地、跨境电商产业园等载体建设,正推动人才需求从“单一岗位”向“复合型团队”转型,为高职专科院校提供了“产教融合、岗课赛证互通”的实践场景。

3. 未来三年毕业生就业情况预测

未来三年,京津冀电商行业将进入“量质齐升”发展期,毕业生就业前景持

续向好。传统电商领域，随着企业数字化转型深入，平台运营、客服管理等岗位将向“智能化+人性化”方向升级，高职毕业生可通过考取电商运营师、1+X证书等提升竞争力；跨境电商方向，自贸区扩容与RCEP协定落地将催生大量关务管理、海外仓运营等岗位，毕业生可依托区域政策优势实现“高薪就业”；新媒体电商赛道，直播电商、内容电商的爆发式增长将创造主播、编导、投放优化师等新兴职业，校企合作订单班、产业学院等模式将成为就业保障。整体来看，毕业生就业率有望稳定在95%以上，且起薪涨幅预计达10%-15%，自主创业比例也将因电商工具普及而显著提升，形成“就业有保障、创业有支撑”的良性生态。

（二）企业对本专业人才的需求情况

1. 人才需求分析

（1）面向就业岗位的需求分析

通过走访及问卷形式对企业紧缺岗位开展了调研。调研结果显示，企业电商人才需求呈现出多元化和层次化的特点，主要体现在不同岗位的需求占比以及整体需求结构上。

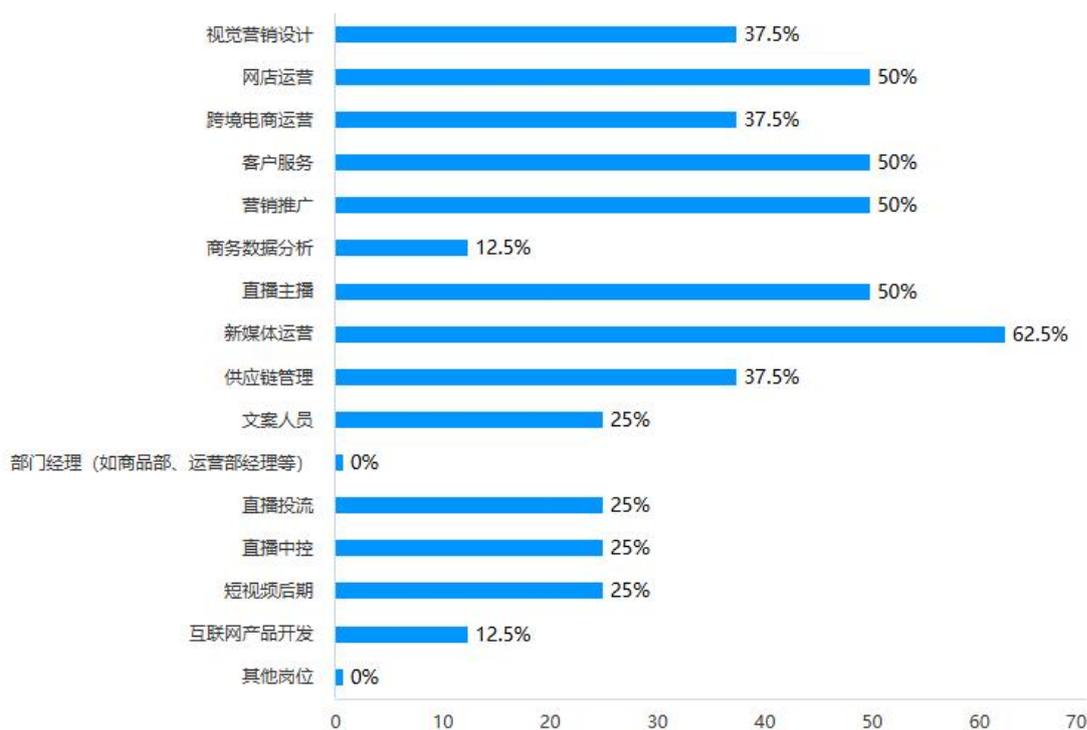
① 岗位占比分析

首先，从需求百分比来看，新媒体运营岗位的需求最为旺盛，达到了62.5%。这一数据充分表明，随着新媒体电商赛道的崛起，如直播运营、内容营销、私域流量管理等领域的快速发展，企业对具备新媒体运营能力的人才需求急剧增加。紧随其后的是网店运营、客户服务、营销推广以及直播主播等岗位，需求百分比均为50%。这些岗位作为电商运营的基础和核心，其需求稳定且持续，反映了传统电商平台运营岗位的稳定需求。同时，这也意味着企业在招聘时，更倾向于选择那些具备精细化运营能力的复合型人才，以满足日益激烈的市场竞争。

在跨境电商领域，跨境电商运营岗位的需求百分比为37.5%，显示出一定的增长趋势。这与政策扶持与全球贸易复苏的背景密切相关，企业对具备关务合规、海外仓管理、多平台运营等能力的跨境电商人才需求不断增加。

此外，直播电商相关岗位的需求也十分显著。直播主播岗位的需求百分比为50%，而直播投流、直播中控、短视频后期等岗位的需求百分比也均达到了25%。这些数据表明，直播电商已成为电商行业的重要组成部分，且对专业人才的需求在不断增加。

图 3 企业岗位需求调研情况



② 岗位整体需求结构分析

从需求结构来看，当前企业电商人才需求呈现出“基础岗+技能岗+创新岗”的多层次特征。基础岗如客户服务、网店运营等，是电商运营的基础，需求稳定且占比较高；技能岗如视觉营销设计、跨境电商运营等，需要一定的专业技能和知识，需求百分比适中；创新岗如新媒体运营、直播电商相关岗位以及供应链管理、商务数据分析等，则更偏向于创新领域或具备更高技能要求，需求百分比比较高且增长迅速。

综上所述，当前企业电商人才需求呈现出多元化、层次化和创新化的特点。新媒体运营、传统电商平台运营、跨境电商运营以及直播电商等领域成为人才需求的热点。同时，随着行业的不断发展，企业对具备更高技能和创新能力的人才需求也在不断增加。

(2) 人才需求结构（低、中、高专业技术人才比例）

通过调研数据分析，电子商务行业对专业技术人才的需求呈现出鲜明的“橄榄型”结构。初级岗位需求逐步被智能化工具替代，中级技能人才成为企业用人主体，高级技术人才需求占比相对较小但至关重要。高职专科毕业生应聚焦中级技能层，通过不断提升自己的实践能力和技能水平来适应行业发展的需求。

①初级岗位需求占比约 30%，但逐步被智能化工具替代

在“橄榄型”结构的底部，是初级岗位，如客服、基础美工等。这些岗位通常需求量大，但技术门槛相对较低。客户服务岗位的需求百分比为 50%，视觉营销设计岗位的需求百分比为 37.5%，这些岗位在一定程度上可以视为初级或基础岗位。然而，值得注意的是，随着智能化工具的不断发展，如智能客服、自动化设计软件等，这些初级岗位的需求可能会逐渐降低，部分工作将被智能化工具所替代。

②中级技能人才需求占比达 60%，成为企业用人主体

在“橄榄型”结构的中部，是中级技能人才，如运营专员、直播主播、数据分析助理等。这些岗位需要一定的专业技能和知识，是电商运营中的核心力量。网店运营、营销推广等岗位的需求百分比均为 50%，商务数据分析岗位的需求百分比为 12.5%，这些岗位合计占比超过 60%，充分说明了中级技能人才在电商行业中的主体地位。此外，直播电商相关岗位（如直播主播、直播投流、直播中控、短视频后期）以及新媒体运营岗位（需求百分比 62.5%）也属于中级技能人才的范畴，这些岗位的需求增长迅速，为电商行业注入了新的活力。

③高级技术人才需求占比约 10%，更多依赖本科及以上学历人才

在“橄榄型”结构的顶部，是高级技术人才，如算法工程师、战略规划师等。这些岗位需要深厚的技术功底和创新能力，是电商行业中的稀缺资源。由于高级技术人才的培养周期长、成本高，因此企业更多依赖本科及以上学历人才来满足这一需求。

（3）学历需求情况

通过调研分析显示，企业用人学历需求呈现明显分层。整体趋势符合“分层适配”特征，高职专科生在电商行业就业机会广阔，通过技能与经验积累，可向管理岗晋升，实现跨界发展。

①高职本科需求的全面性

高职本科需求比例为 100%，这反映了企业对具备一定理论基础和实践能力的综合型人才的需求。在电商行业快速发展的背景下，企业需要能够迅速适应行业变化、具备扎实专业技能和良好综合素质的人才。

②高职专科与普通本科的高需求

高职专科和普通本科的需求比例均为 75%，表明这两种学历层次的人才在电商行业中具有广泛的适用性。高职专科人才注重技能实操，能够满足企业大部分基础岗位和中级技能岗位的需求；普通本科人才则具备更全面的知识结构和一定的研究能力，能够胜任一些需要较强分析能力和创新思维的工作。

③ 研究生及以上学历的较低需求

研究生及以上学历的需求比例为 25%，相对较低。这可能意味着在电商行业中，高级技术岗位或研究型岗位相对较少，或者这些岗位更倾向于招聘具有丰富工作经验的本科生而非应届毕业生。此外，研究生及以上学历的人才往往对薪资和职位有更高的要求，这也可能限制了企业在这一学历层次的招聘需求。

④ 高中及以下学历的最低需求

高中及以下学历的需求比例为 12.5%，是所有学历层次中需求比例最低的。这反映了电商行业对基础岗位学历要求提升。随着行业的发展和技术的进步，基础岗位也可能需要一定的学历背景来支持。

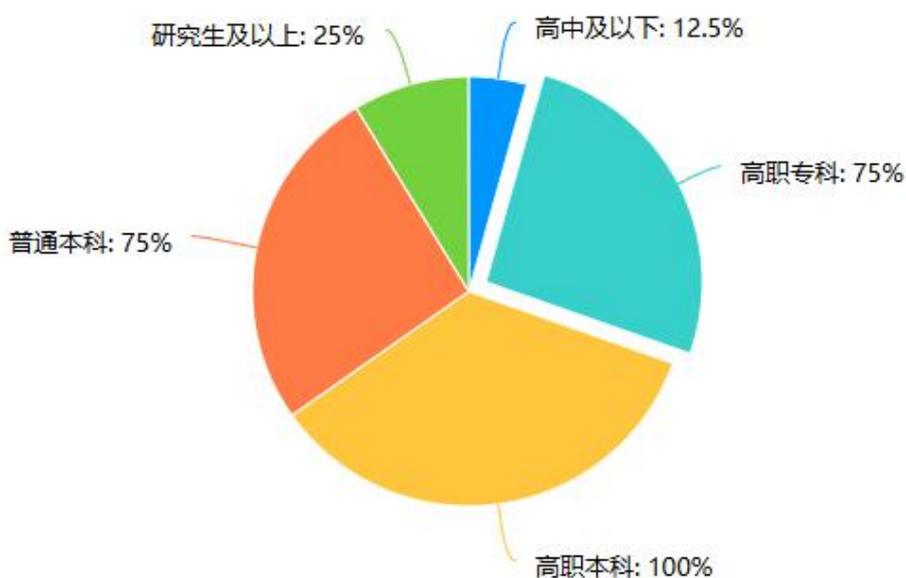


图 4 学历层次需求调研情况

2. 岗位需求分析

随着电商领域快速发展和转型升级，行业对电子商务专业人才的需求从单一的技能型向复合型、高素质、技能化转变。根据调研结果，以下从职业素养要求和职业能力要求两大维度，结合行业最新趋势，分析电子商务专业人才岗位需求。

(1) 职业素养要求

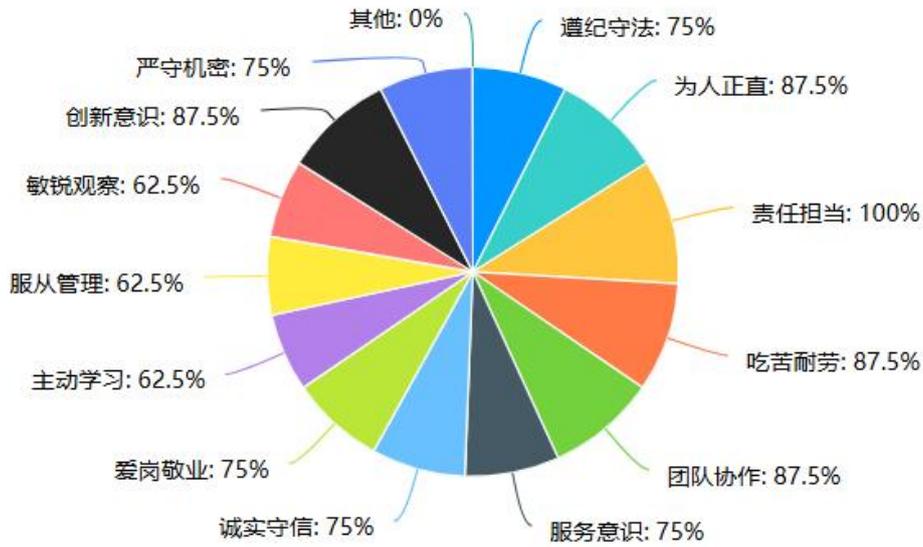


图 5 企业重点考察人才素养情况

①心理素质

为人正直：需求占比达 87.5%，这意味着在电商行业中，企业高度看重员工的正直品质。只有为人正直的员工，才能在电商交易等各个环节中坚守诚信原则，维护企业的良好形象和声誉。

吃苦耐劳：同样有 87.5% 的需求占比，反映出电商行业工作的强度和压力。例如在大促期间，员工需要面对高强度的工作任务，具备吃苦耐劳的精神才能保证工作的顺利进行。

敏锐观察和主动学习：需求占比均为 62.5%。电商行业变化迅速，市场趋势和消费者需求不断变化，员工需要具备敏锐的观察力，及时发现市场变化和机遇；同时要有主动学习的意识，不断更新自己的知识和技能，以适应行业的发展。

②职业道德

严守机密：需求占比为 75%，在电商行业中，涉及到企业的商业机密、客户的个人信息等，员工必须严格遵守保密规定，防止信息泄露，保护企业和客户的利益。

爱岗敬业：需求占比 75%，体现了企业对员工工作态度的重视。只有热爱自己的岗位，全身心投入到工作中，才能提高工作效率和质量，为企业创造更多的价值。

诚实守信：需求占比 75%，这是电商行业的基本准则。在交易过程中，员工要做到言行一致，遵守承诺，树立企业的良好信誉。

服务意识：需求占比 75%，电商行业是服务行业，客户满意度是企业成功的关键。员工需要具备良好的服务意识，及时响应客户需求，提供优质的服务，提高客户满意度和忠诚度。

遵纪守法：需求占比 75%，电商行业受到众多法律法规的约束，如电商法等。员工必须严格遵守法律法规，规范自己的行为，确保企业的经营活动合法合规。

服从管理：需求占比 62.5%，企业需要员工遵守规章制度，服从管理，以保证企业的正常运营和团队协作的顺利进行。

③政治及业务素质

责任担当：需求占比高达 100%，在电商行业中，员工需要对自己的工作负责，对企业的发展负责。只有具备责任担当意识的员工，才能在工作中积极主动，勇于承担责任，为企业的稳定发展提供保障。

创新意识：需求占比为 87.5%，电商行业竞争激烈，企业需要不断创新才能保持竞争优势。员工要具备创新意识，敢于尝试新的方法和思路，为企业的产品、服务、营销等方面提供创新的建议和方案。

团队协作：需求占比为 87.5%，电商行业的各个环节相互关联，需要员工之间密切协作。具备良好的团队协作能力，可以提高工作效率，实现团队目标，为企业创造更大的价值。

（2）职业能力要求

调研结果显示，电子商务企业人才技能需求可以从实践能力、知识更新能力、社会活动能力三个方面进行深入分析：

①实践能力

在电子商务领域，实践能力是企业最为看重的技能之一，它直接关系到员工在日常工作中的执行效率和效果。数据显示，多项与实践能力紧密相关的技能需求比例较高。

图片拍摄处理能力：需求比例达到 62.5%，这反映出电商企业高度重视员工处理产品图片的能力。高质量的产品图片能够显著提升产品的吸引力，进而增加销售量。

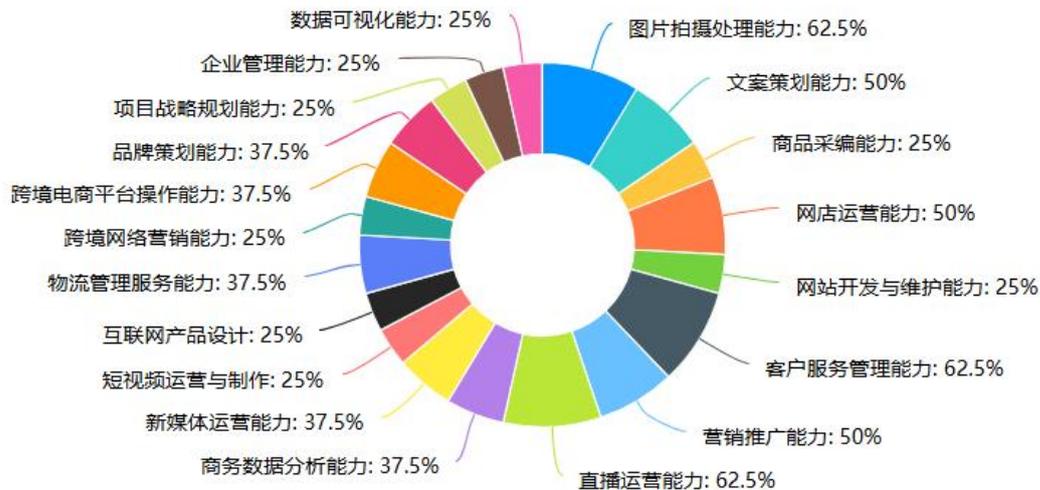


图 6 职业能力需求调研情况

直播运营能力：需求比例同样为 62.5%，这充分说明了直播电商在电商行业中的重要地位。具备直播运营能力的员工能够策划和执行高效的直播活动，有效提升品牌影响力和销售额。

跨境电商平台操作能力：需求比例为 37.5%，随着跨境电商的快速发展，电商企业对掌握跨境电商平台操作技能的人才需求日益增长。

短视频运营与制作能力：需求比例为 25%，尽管相对较低，但也显示出电商企业对短视频营销领域的关注和投入。

②知识更新能力

在快速变化的电子商务行业中，知识更新能力是企业人才持续发展的关键。数据揭示了与知识更新能力密切相关的几项重要技能。

营销推广能力：需求比例为 50%，这表明电商企业需要不断更新营销策略和手段，以适应市场的快速变化。具备营销推广能力的员工能够制定并执行有效的营销计划，显著提升企业的市场竞争力。

商务数据分析能力：需求比例为 37.5%，数据分析在电商运营中扮演着至关重要的角色。具备商务数据分析能力的员工能够利用数据指导企业的决策和运营，从而提升企业的运营效率和盈利能力。

③社会活动能力

社会活动能力在电子商务行业中同样不可或缺，它涉及到与供应商、合作伙伴、消费者等各方的有效沟通和协作，通过相关技能需求可以间接反映其重要性。

客户服务管理能力：需求比例达到 62.5%，这充分表明电商企业非常重视客

户服务质量。具备客户服务管理能力的员工能够提供优质的客户服务，有效提升客户满意度和忠诚度，进而促进企业的长期发展。

网店运营能力：需求比例为 50%，网店作为电商企业的核心销售渠道，其运营能力直接关系到企业的销售业绩。具备网店运营能力的员工能够有效地管理店铺，提升店铺的曝光率和转化率，为企业创造更多的商业价值。

此外，文案策划能力（50%）和品牌策划能力（37.5%）等技能也间接体现了社会活动能力的重要性。这些技能有助于提升企业的品牌影响力和市场竞争力，从而促进企业与各方合作伙伴建立更加紧密和良好的关系。

（三）开设电子商务专业的高职院校专业建设情况

1. 电子商务专业招生规模分析

天津高职院校电子商务专业的招生规模主要集中在 50-100 人和 100-150 人两个区间，各占 40%。这一规模分布反映了市场对电子商务专业人才的需求以及学校的招生策略。同时，招生学生主要来源于普通高中毕业生，显示出该层次招生需求的强烈。

2. 就业情况

①对口就业率：对口率在 70% 以上的院校占到了 40%，显示出部分专业毕业生能够找到与所学专业高度匹配的岗位。然而，整体对口就业情况仍有提升空间，以更好地满足行业对专业人才的需求。

②主要就业单位：民营企业成为毕业生就业的主要单位，所有受访院校均选择了民营企业作为毕业生的主要就业方向。这表明民营企业在电子商务领域发挥着重要作用，为毕业生提供了广泛的就业机会。

③最受欢迎岗位：销售岗位是最受欢迎的就业方向，选择比例达到 70%。这可能与销售岗位的市场需求、薪资水平或职业发展空间有关，也提示学校在教学过程中应加强对销售技能的培养。

3. 师资队伍

①专业团队人数：大多数受访院校表示其专业专职教师人数在 5-10 人之间，适合进行小规模的教学和研究活动，有利于保证教学质量和师生互动。

②职称占比：高级职称占比超过 40%，表明教师队伍整体素质较强，具备较高的学术水平和教学经验。

③学历占比：专职教师中硕士学历占比高（80%），显示出该群体的学历水平较高；但博士学历占比相对较低，可能影响了教学和研究的深度和广度。

④双师型教师：所有受访院校均其“双师型”教师占比在70%以上，反映出对这种教学模式的认可和需求。双师型教师既具备理论教学能力，又拥有实践经验，有助于提升学生的实践能力和就业竞争力。

⑤教师进修与培训：大部分教师（60%）积极参与进修与培训，显示出教师在职业发展的重视程度，有助于提升教师队伍的整体素质和教学水平。

4. 专业课程

①核心课程数量：所有受访院校均选择了5-8门专业核心课程，显示出该范围内的课程设置较为普遍，有助于学生掌握电子商务领域的基本知识和技能。

②课程设置与行业需求：所有受访院校认为本专业课程设置基本满足行业需求，但仍存在改进空间。这表明课程设置在一定程度上符合行业要求，但可能未能完全适应快速变化的市场需求，需要进一步加强课程与行业需求的对接。

③课程建设水平：所有受访院校均认为本专业有课程建设成果，但建设水平仅为一般，未有显著成效。这表明在课程建设方面仍有待提升，需要进一步加强课程内容的更新和教学方法的创新。

④一体化课程比例：60%的受访院校认为“教、学、做”一体化课程在专业课中占比在30%-50%之间，反映出当前课程设置的普遍情况。这种教学模式有助于提升学生的实践能力和综合素质。

5. 实训场所与实践基地

①实训场所：所有受访学校均安排见习或实习机会，且见习/实习单位质量普遍较高，能够提供良好的实践环境。这有助于学生将所学知识应用于实际工作中，提升实践能力和就业竞争力。

②实训基地数量：大多数学校拥有2-3个校内实训基地，校外实训基地数量在3-5个之间。这表明大部分受访者的实训资源相对充足，能够满足学生的实践需求。

6. 校企合作

①兼职教师来源：行业企业技术骨干是兼职教师的主要来源，占80%。这显示出行业企业的专业人士在教育领域的贡献显著，有助于提升学生的实践能力和

对行业的了解。

②教材建设：行业企业合作开发是教材建设的重点，80%的受访院校认为应加强与行业企业的合作开发教材。这表明行业需求和实际应用的重要性正在被广泛认可，通过与企业合作开发教材，可以更好地反映行业动态和需求，提升专业教育的实用性和针对性。

天津高职院校电子商务专业在专业开设时间、招生规模、就业情况、师资队伍、专业课程、实训场所与实践基地以及校企合作等方面均表现出一定的特点和优势，但也存在一些需要改进的地方。未来，天津高职院校电子商务专业应进一步加强与行业企业的合作，优化课程设置和教学内容，提升实训条件和教学设施，加强师资队伍建设，以提高毕业生的就业质量和专业竞争力。

（四）高职电子商务专业毕业生就业情况

1. 调研分析

通过对学院电子商务专业5年内毕业学生的调研得到如下结论。

①就业率

调研结果显示，天津现代职业技术学院电子商务专业毕业生5年内就业率为82.79%，显示出较高的就业率。这表明该专业毕业生在就业市场上具有一定的竞争力。

②就业单位性质

从就业单位性质来看，民营企业是毕业生就业的主要单位，占比59.53%。其次是政府/事业单位，占比13.95%。外资/合资企业、国有企业、自主创业和其他类型单位也占有一定的比例。这表明毕业生在就业单位选择上呈现出多样化的特点。

③就业岗位与所学专业的相关性

在就业岗位与所学专业的相关性方面，部分相关的比例最高，为44.19%。完全相关的比例较低，为13.95%。这表明虽然部分毕业生能够找到与所学专业高度匹配的岗位，但仍有相当一部分毕业生的就业岗位与所学专业不完全相关。这可能与电子商务行业的广泛性和多样性有关，也可能与毕业生的个人兴趣和职业规划有关。

④就业质量

从就业质量来看，毕业生月薪范围主要集中在 3000-8000 元之间。其中，3000-5000 元占比 32.56%，5000-8000 元占比 39.53%。3000 元以下和 8000 元以上毕业生占比较小。这表明毕业生就业质量整体处于中等水平，仍有提升空间。

⑤ 就业途径与难易程度

在就业途径方面，自主应聘是毕业生最主要的就业途径，占比 46.51%。其次是社会招聘网站，占比 30.23%。家庭/朋友推荐、校园招聘、学校推荐、实习转正等途径也占有一定的比例。这表明毕业生在求职过程中积极利用多种渠道获取就业信息。

在就业难易程度方面，普遍认为一般到较难。其中，认为一般占比 41.86%，认为较难占比 25.58%。认为非常难和比较容易的分别占比 6.98%和 20.93%，认为非常容易的仅占 4.65%。这表明毕业生在求职过程中面临一定的挑战和压力。

2. 问题与挑战

根据调研结果，我们发现天津现代职业技术学院电子商务专业毕业生就业面临以下问题与挑战：

就业岗位与所学专业的相关性有待提高，以更好地发挥毕业生的专业优势。就业质量整体处于中等水平，仍有提升空间，需要进一步提高毕业生的薪资待遇和职业发展前景。毕业生在求职过程中面临一定的挑战和压力，需要加强就业指导 and 心理辅导。

3. 建议与措施

加强专业教育与行业需求的对接，优化课程设置和教学内容，提高毕业生的专业素养和实践能力。加强与企业的合作与交流，为毕业生提供更多的实习和就业机会，拓宽毕业生的就业渠道。加强就业指导和心理辅导，帮助毕业生树立正确的就业观念，提高求职技巧和心理素质。

四、调研结论

通过调研分析企业对电子商务专业人才需求情况，并多次征求企业专家的意见，最后对电子商务专业职业面向、培养目标、培养规格及课程设置等内容进行如下调整。

1. 职业面向的调整

职业面向电子商务师、互联网营销师、营销员、市场营销专业人员、商务策

划专业人员、品牌专业人员、客户服务管理、采购员等职业类别；面向运营主管、全渠道营销主管、视觉营销设计师、商务数据分析师、直播主播、短视频剪辑师等岗位。

2. 人才培养目标的调整

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、视觉营销设计师、商务数据分析师、直播主播等岗位（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。

3. 人培培养规格的调整

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，具备社会责任感和担当精神；

（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功能，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功能，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) 掌握体育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。

4. 课程设置调整

(1) 课程线与课程方向不作调整

根据调研分析，我院当前电子商务专业的课程开设情况较符合天津本区域行业企业需求，整体上与教育部《职业教育专业教学标准-2025年修（制）订》中电子商务专业教学标准（高等职业教育专科）较吻合，依然保持商务数据分析、视觉设计的技术类课程线与电商运营推广的营销类课程线，课程设置面向数电商数智化运营、全媒体营销、新媒体电商运营（包含直播）三个方向，2025级课程设置不做方向调整。

(2) 新增与撤销部分课程

拟在第5学期增设专业拓展课必修课《综合实践》课程，撤销《供应链管理》、《国际市场推广》、《财税基础》。

(3) 核心课程调整

将《直播运营》、《短视频运营》纳入到专业核心课程。

(4) 部分课程重新设计

调整《互联网销售》、《视觉营销设》、《电商岗位项目实训》课程大纲，优化课程内容。

5. 实施保障条件的优化

(1) 组织保障

强化责任落实机制：成立由学院主要领导牵头的“结论实施领导小组”，全面负责结论落地的统筹规划、资源调配和进度监控。建立校-院-系三级责任体系，明确各级负责人的具体职责，形成层层抓落实的工作格局。

构建校企协同推进机制：与行业龙头企业共建“结论实施实践基地”，签订战略合作协议，将企业真实项目、技术标准和人才需求融入结论实施过程。建立校企定期联席会议制度，针对实施中的技术难题、资源瓶颈等问题，联合攻关，协同解决。

(2) 师资队伍保障

实施教师实践能力提升计划：制定“双师型”教师培养方案，要求专业教师每年必须深入合作企业进行不少于1个月的实践锻炼，参与企业技术研发、生产管理等核心环节，提升教师的工程实践能力和行业洞察力。

完善兼职教师队伍建设：聘请企业技术骨干、行业专家担任兼职教授或产业导师，建立“固定岗+流动岗”相结合的兼职教师聘任制度。明确兼职教师在人才培养方案制定、实践教学、毕业设计等环节的职责，充分发挥其在实施中的实践指导作用。

（3）资源保障

加大经费投入力度：设立专项经费，纳入学院年度预算，重点支持设备采购、平台建设、师资培训等关键环节。积极争取政府财政专项资金、行业企业横向课题经费等多渠道投入，形成多元化经费保障机制。

加强硬件设施建设：升级实践教学场地，建设集教学、科研、社会服务为一体的综合性实践平台。配备先进的仪器设备、仿真软件和数字化资源，为实施提供强有力的硬件支撑。

（4）技术保障

加强技术培训与支持：定期组织教师参加新技术、新方法、新工具的培训，提升教师的技术应用能力。建立技术支持服务团队，为结论实施提供及时、高效的技术咨询和解决方案。

通过构建以上保障体系，可确保结论的有效实施，推动电子商务专业人才培养质量的持续提升，更好地服务区域经济社会发展。

附录 3.1

2025 年高等职业院校电子商务专业建设（企业调研问卷）

尊敬的女士/先生：

您好！我们是天津现代职业技术学院“电子商务专业”建设调查课题组成员，为了深入了解企业对高职电子商务专业人才需求情况，特设计了本次调查问卷。请您根据企业对电子商务人才需求情况真实填写，您的建议将作为电子商务专业建设的重要参考依据。问卷中，无特殊说明，均为单选题。

感谢您的支持！祝您工作顺利，万事如意！

天津现代职业技术学院

电子商务专业建设调查课题组

1.企业名称:[填空题]*

2.如果方便可留联系人及联系方式[填空题]

3.您在贵公司的（职务）职位:[单选题]*

董事长/总经理 总监/经理 主管 业务人员/技术人员

4.您所在企业的所有制形式为:[单选题]*

国营 民营 外资 合资 其他

6.贵公司的成立年限:[单选题]*

2 年及以下 2-5 年 5-10 年 10-20 年 20 年及以上

7.贵公司电商团队的人数范围:[单选题]*

10 人及以下 10-20 人 20-30 人 30-50 人 50 人及以上

8.贵公司上一年度电子商务业务营业额:[单选题]*

100 万及以下 1000 万-5000 万

100 万-300 万

5000 万-1 亿

300 万-500 万

1 亿及以上

500 万-1000 万

9.贵公司从事的电子商务属于哪几类: (多选题) [多选题]*

传统电子商务企业

线上线下融合企业

移动电子商务企业

数字营销 MCN 机构

跨境电子商务企业

其他_____

直播电子商务企业

10.贵公司希望招聘的电子商务人才学历层次主要是 (多选题) [多选题]*

高中及以下

大专

高职本科

普通本科

研究生及以上

11.贵公司未来三年对电子商务人才需求数量总和大约为:[单选题]*

10 人及以下

10-30 人

30-50 人

50-100 人

100 人及以上

12.贵公司愿意新聘高职专科电子商务专业人才月薪大约是多少:[单选题]*

3 千元及以下

3 千-4 千元

4 千-6 千元

6 千-8 千

8 千-1 万

1 万以上

13.贵公司目前主要在哪些平台开展电子商务业务? (多选题) [多选题]*

天猫/淘宝

当当

京东

苏宁易购

拼多多

得物

小红书

亚马逊

美团

Ebay

阿里国际站

Shopee

微信

Lazada

网易严选

Wish

- 抖音
- 唯品会
- 快手
- 自有平台
- 其他_____

14. 贵公司近期最紧缺的岗位主要有哪些? (多选题) [多选题]*

- 视觉营销设计
- 网店运营
- 跨境电商运营
- 客户服务
- 营销推广
- 商务数据分析
- 直播主播
- 新媒体运营
- 供应链管理
- 文案人员
- 部门经理 (如商品部、运营部经理等)
- 直播投流
- 直播中控
- 短视频后期
- 互联网产品开发
- 其他岗位_____

15. 您认为高职专科电子商务人员应具备哪些核心专业能力 (多选题) [多选题]*

- 图片拍摄处理能力
- 文案策划能力
- 商品采编能力
- 网店运营能力
- 网站开发与维护能力
- 客户服务管理能力
- 营销推广能力
- 直播运营能力
- 商务数据分析能力
- 新媒体运营能力
- 短视频运营与制作
- 互联网产品设计
- 物流管理服务能力
- 跨境网络营销能力
- 跨境电商平台操作能力
- 品牌策划能力
- 项目战略规划能力
- 企业管理能力
- 数据可视化能力
- 其他能力_____

16. 贵公司主要看重电子商务人才哪些素养? (多选题) [多选题]*

- 遵纪守法
- 为人正直
- 责任担当
- 吃苦耐劳
- 团队协作
- 服务意识
- 诚实守信

- 爱岗敬业
- 主动学习
- 服从管理
- 敏锐观察
- 创新意识
- 严守机密
- 其他_____

17.您认为职业专科电子商务专业的核心课程应包括哪些? (多选题) [多选题]*

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 数码摄影与摄像 | <input type="checkbox"/> 消费心理学 |
| <input type="checkbox"/> Photoshop 图像处理 | <input type="checkbox"/> 短视频制作与推广 |
| <input type="checkbox"/> 文案策划写作 | <input type="checkbox"/> 电子商务创业课程 |
| <input type="checkbox"/> 网络营销推广 | <input type="checkbox"/> 社群营销 |
| <input type="checkbox"/> 网店运营与推广 | <input type="checkbox"/> 商务英语 |
| <input type="checkbox"/> 网站开发与维护 | <input type="checkbox"/> 项目管理 |
| <input type="checkbox"/> 客户服务管理 | <input type="checkbox"/> 营销与策划 |
| <input type="checkbox"/> 品牌策划推广 | <input type="checkbox"/> 商务礼仪 |
| <input type="checkbox"/> 电子商务数据分析 | <input type="checkbox"/> 短视频运营 |
| <input type="checkbox"/> 新媒体运营推广 | <input type="checkbox"/> 互联网产品设计 |
| <input type="checkbox"/> 供应链管理 | <input type="checkbox"/> 零售门店 O2O 运营 |
| <input type="checkbox"/> 跨境电商实务 | <input type="checkbox"/> 行业数据化运营 |
| <input type="checkbox"/> 直播电商运营 | <input type="checkbox"/> 用户体验设计 |
| <input type="checkbox"/> 电子商务法律法规 | <input type="checkbox"/> 其他_____ |
| <input type="checkbox"/> 人力资源管理 | |

18.您认为电子商务岗位应具备哪些技能证书? (多选题) [多选题]*

- 教育部 1+X 职业技能等级证书

- 行业协会认定的相关职业资格证书
- 工业和信息化部认定的相关职业资格证书
- 阿里巴巴等平台认定的资格证书
- 人社部备案第三方评价机构认定的电子商务师职业技能等级证书
- 其他_____

19.贵公司对电子商务专业相关职业资格（职业技能等级）证书的看法:[单选题]*

- 相关证书含金量高，能够反映专业能力，应该考取
- 相关证书有价值，能够帮助我们培养和选择相应层次的人才，建议考取
- 相关证书含金量不高，难以确定能够胜任相应的工作，企业只是参考
- 相关证书名不副实，不能反映相关的专业能力，企业不太看重这个
- 相关证书不了解，无法判断

20.您认为当前高职专科电子商务专业毕业生的不足之处主要有?（多选题）[多选题]*

- 专业知识不扎实
- 创新意识不强
- 实际操作能力差
- 缺乏执行力
- 客户服务意识不强
- 人际交往能力较弱
- 解决问题的能力不强
- 其他_____
- 吃苦耐劳精神较欠缺

21.贵公司认为高职专科电子商务专业人才培养需要加强哪些方面?（多选题）[多选题]*

- 加强项目执行力和管理能力培养
- 加强校外企业实践锻炼
- 加强职业素质教育
- 加强校企协同育人（如学徒制班、订单班、企业派人授课等）
- 加强实践教学
- 其他_____
- 更新教学内容方法，与产业同频共振

22.贵公司认为应届毕业生需要培训多久才能胜任工作岗位?[单选题]*

- 入职即能上岗
- 培训两周到一个月

培训一周

培训一个月以上

培训一周到两周

优秀学生安排专项培训计划重点培养

23.贵公司是否愿意接受高职专科电子商务专业毕业生实习就业?[单选题]*

是

否

24.贵公司是否愿意与高职专科院校开展校企合作?[单选题]*

是

否

25.贵公司希望的校企合作形式有哪些?(多选题)[多选题]*

产业学院(共建股份制产业学院)

现代学徒制班(联合招生、共同培养、定向就业)

企业为学生提供短期实习锻炼岗位

企业冠名订单班(校企联合培养、双向选择)

其他_____

26.贵公司认为对高职专科电子商务专业与普通本科电子商务专业学生相比,其专业竞争优势应该在哪些方面?(多选题)[多选题]*

个人素质素养更高

学习能力和再发展能力后劲更足

项目整体管理和实施能力更强

踏实肯干

实际操作能力更强

其他_____

27.贵公司人才招聘渠道有哪些?[多选题]*

校园招聘会

招聘网站

校企合作项目

中介机构

产业园区人才供给

其他

28.贵公司在业务中引入的新技术有哪些?[填空题]*

29.随着行业发展与技术进步,您认为未来3-5年,高职专科电子商务专业学生应加强哪些知识、

能力和素质的培养? (可结合企业实际工作需要简述) [填空题]*

30. 贵公司对高职专科电子商务专业人才培养的其他建议?[填空题]*

附录 3.2

电子商务专业人才需求调研问卷

（一）专业基本情况与招生情况

1. 本专业设立时间：

- 2010 年及以前
- 2011-2015 年
- 2015-2020 年
- 2021 年至今

2. 近三年年均招生规模：

- 50 人以下
- 50-100 人
- 100-150 人
- 150 人以上

3. 招生学生层次以哪类为主？（可多选）

- 普通高中毕业生
- 中职毕业生
- 社会考生
- 其他

4. 新生录取质量（以入学成绩评估）：

- 高于省内同类院校平均水平
- 持平
- 低于平均水平

（二）学生就业情况

5. 毕业生主要就业单位类型（可多选）：

- 国有企业
- 民营企业
- 外资企业
- 事业单位
- 自主创业
- 其他

6. 主要就业岗位（可多选）：

- 技术岗
- 管理岗

服务岗
销售岗
其他

7. 本专业毕业生就业岗位与所学专业的对口率大约是：

80%以上
60%-80%
40%-60%
40%以下

8. 本专业毕业生的就业质量：

就业质量高，薪资待遇好且职业发展前景广阔
就业质量一般，薪资待遇和职业发展平平
就业质量较低，薪资待遇差且职业发展受限

（三）专业师资队伍情况

9. 本专业专职教师人数：

5人以下
5-10人
10-15人
15人以上

10. 专职教师学历结构，博士占比：

无
10%以下
10%-30%
30%以上

11. 专职教师学历结构，硕士占比：

50%以下
50%-70%
70%以上

12. 专职教师职称结构，高级职称占比：

20%以下
20%-40%
40%以上

13. “双师型”教师占比：

- 30%以下
- 30%-50%
- 50%-70%
- 70%以上

14. 本专业教师参加校外进修、培训或到企业实践的频率:

- 每年都有一半以上教师参加
- 每年有部分教师参加
- 很少教师参加

(四) 兼职教师队伍情况

15 兼职教师主要来源 (可多选):

- 行业企业技术骨干
- 高校教师
- 退休返聘人员
- 其他

16. 兼职教师承担课程比例:

- 10%以下
- 10%-30%
- 30%-50%
- 50%以上

(五) 专业课程设置与建设情况

17. 专业核心课程数量:

- 5 门以下
- 5-8 门
- 8-10 门
- 10 门以上

18. 本专业课程设置整体上是否满足行业需求和学生发展需要:

- 完全满足
- 基本满足, 但有改进空间
- 不太满足

19. 在课程建设方面, 本专业是否有精品课程、在线开放课程等建设成果:

- 有, 且建设成效显著
- 有, 但建设水平一般
- 没有

(六) “教、学、做”一体化课程情况

20. “教、学、做”一体化课程占专业课比例:

30%以下

30%-50%

50%-70%

70%以上

(七) 学生实习情况

21 学校是否为电子商务专业学生安排了见习或实习机会:

是

否

22. 您认为见习/实习单位的质量如何

大部分单位质量较高, 能提供良好的实践环境

单位质量一般, 实践效果有待提高

单位质量较差, 无法满足实践教学需求

(八) 校内外实训基地建设情况

23. 校内实训基地数量:

1 个

2-3 个

4 个以上

24. 校外实训基地数量:

1-2 个

3-5 个

5 个以上

(九) 专业教材使用与建设

25. 专业课程教材来源 (多选):

国家规划教材

行业统编教材

校本教材

自编讲义

26. 您认为本专业未来的教材建设应该注重哪些方面 (可多选)

加强与行业企业的合作开发

引入更多的实际案例和项目

提高教材的数字化水平

其他

(十) 专业建设所存在的问题

27. 当前专业建设的主要困难:

师资力量不足

实训条件有限

课程与企业需求脱节

生源质量下降

就业对口率低

其他

附录 3.3

电子商务专业毕业生情况调查问卷

基本信息

姓名: _____ [填空题]*

联系电话: _____ [填空题]*

毕业时间: _____ (例:2023年7月) [填空题]*

填表时间: _____ (例:2025年5月1日) [填空题]*

就职企业名称(未就业填“无”): _____ [填空题]*

岗位名称(未就业填“无”): _____ [填空题]*

1.您目前的就业状态是:[单选题]*

已就业

自主创业

待业

升学/深造

其他(请注明)

2.您的就业途径是(可多选):[多选题]*

校园招聘

社会招聘网站

家庭/朋友推荐

学校推荐

实习转正

自主应聘

其他(请注明) _____ *

3.您认为就业难易程度如何?[单选题]*

非常容易

比较容易

一般

较难

非常难

4.您的就业单位性质属于:[单选题]*

国有企业

民营企业

- 外资/合资企业
- 政府/事业单位
- 自主创业
- 非营利组织
- 其他（请注明）_____*

5.您的就业岗位与所学专业的相关性如何?[单选题]*

- 完全相关
- 部分相关
- 不相关

6.您的月薪范围（税前）:[单选题]*

- 3000 元以下
- 3000-5000 元
- 5000-8000 元
- 8000-12000 元
- 12000 元以上

7.您认为本专业的培养方案是否合理?[单选题]*

- 非常合理
- 比较合理
- 一般
- 不太合理
- 非常不合理

8.您认为培养方案中哪些方面需要改进?（可多选）[多选题]*

- 课程设置
- 实践环节
- 学分分配
- 师资力量
- 其他（请注明）

9.您认为当前专业课程设置是否满足就业需求?[单选题]*

- 完全满足
- 基本满足
- 一般
- 不太满足
- 完全不满足

10.您希望增加哪些类型的课程?（可多选）[多选题]*

- 专业技能类
- 职业规划类
- 跨学科课程
- 实践/实训类
- 其他（请注明）

11.您认为在校期间掌握的专业技能对工作的帮助程度如何?[单选题]*

- 非常大
- 较大
- 一般
- 较小
- 无帮助

12.您认为哪些专业技能需要加强?（可多选）[多选题]*

- 理论应用能力
- 实践操作能力
- 软件工具使用
- 沟通协作能力
- 其他（请注明）

13.您对学校的教学模式是否满意?[单选题]*

- 非常满意
- 比较满意
- 一般
- 不太满意
- 非常不满意

14.您希望教学模式在哪些方面改进? (可多选) [多选题]*

增加实践环节 采用案例教学 加强师生互动 引入企业导师 其他(请注明)

15.您对专业建设的整体满意度如何?[单选题]*

非常满意 比较满意 一般 不太满意 非常不满意

16.您对专业发展的具体建议(如课程更新、师资建设、校企合作等):[填空题]*

感谢您的参与! 您的意见将帮助我们进一步优化教学与人才培养工作!

附录 5

电子商务专业 2025 级人才培养方案修订说明

一、修订依据

本次《电子商务专业 2025 级人才培养方案》修订以《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》为指导，全面落实立德树人根本任务，紧扣职业教育“产教融合、工学结合”核心理念，强化实践教学与职业能力培养。依据《职业教育专业教学标准（2025 版）》具体要求，对标电子商务行业数字化、智能化转型趋势，在充分调研基础上结合当前专业人才的需求变化，针对性优化课程体系，方案紧密对接学校“服务地方经济、培养高素质技术技能人才”的办学定位，立足区域行业电商发展规划，推动课程内容与职业标准对接、教学过程与相关岗位任务融合，确保人才培养精准契合区域产业升级需求，助力学生实现高质量就业与可持续发展。

二、主要修订内容

1. 培养目标与规格调整

新增“能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，具有较强的就业创业能力和可持续发展的能力”等核心能力要求；

强化“传承技能文明”“工匠精神”“数字化素养”“就业创业能力”“职业精神”等职业素质培养。

2. 课程体系重构

专业课程优化：为适应电商行业数字化转型趋势，增设专业拓展课必修课《综合实践》课程；撤销《供应链管理》、《国际市场推广》、《财税基础》课程；调整《直播运营》、《短视频运营》为专业核心课程，调整《跨境电商运营》为拓展课必修课。

实践教学强化：新增“综合实践”课程，为切实强化高职电子商务专业学生的岗位适应能力，实现人才培养与企业需求的精准对接提供支持；

岗课赛证融通：将职业技能等级证书考核内容嵌入《互联网销售》课程。

3. 考核评价改革

《综合实践》课程实施“过程性考核(50%)+终结性考核(30%)+企业评价(20%)”多元评价体系；增设“创新能力”“团队协作”等非技术指标评价维度。

4. 思政教育与双创教育融入

开设《创新创业实践》选修课，设置16学时的双创实践学分。

三、修订过程说明

组建行业企业专家、毕业生代表、专任教师组成的调研团队，问卷、走访15家企业、7家职业院校、48名往届毕业生，召开6次调研会。

对标国家专业教学标准，整合电商行业建议，依据人才需求调研报告，形成修订初稿。

经管理工程学院专业建设与教学执行委员会审核后，组织电商行业专家、一线教师、毕业生等进行论证，并经天津现代职业技术学院专业建设与教学指导委员会进一步审核后，由学校组织校外专家论证完善后，提交学校党委会审定。