



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

2026 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

二级学院审核： 吴 超

教务部审核： _____

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 2026 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 and 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）具有直播营销的能力，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能力，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

电子商务专业群课程体系						
群内所有 学生必修 和选修模 块	公共基础 课程模块	身心健康课程	核心价值观课程	基本素养课程	创新创业教育	技能证书
		体育	思想道德与法治	综合英语	创新创业教育	
		劳动教育	形势与政策	大国工匠与职业理想	职业发展与就业指导	
		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	军事理论	宪法与法治中国	
		国家安全教育	习近平新时代中国特色社会主义思想概 论	人工智能技术与应用	文化素养类选修课	
		信息技术类选修课	美术艺术类选修课	思想政治类选修课		
	专业平台 课程模块	会计基础实操、金融学基础、跨文化商务交际、网络营销、数据化运营				
群内学生 必修本专 业对应模 块	专业方向 课程模块	电子商务专业	商务英语专业	金融服务与管理专业	大数据与会计专业	互联网营销师证书、 区块链应用操作员证书、 电子商务师证书、 网店运营推广证书、 电子商务数据分析 证书、会计专业技术 资格证书、审计专业 技术资格证书、财 税信息化应用证书 、银行业专业人员职 业资格证书、证券期 货基金业从业人员资 格证书、金融智能投 顾证书、全国大学英 语四级考试证书、跨 境电子商务多平台运 营职业技能等级证书 、实用英语交际职业 技能等级证书
		电子商务基础	英语口语	金融职业技能	财经法规与会计职业道德	
		AI视觉营销设计	英语听力	保险学基础	会计从业技术基础	
		数据可视化	商务办公自动化	现代信息技术商业应用	经济学原理	
		数据库应用技术	英语写作	投资学基础	现代信息技术商业应用	
		直播运营	外贸英语	经济学基础	企业财务会计	
		跨境市场分析与消费者行为	综合商务英语	商业银行综合柜台业务	大数据技术在财务中的应用	
		互联网销售	商务英语视听说	会计基础与实务	经济法基础	
		社群运营	跨境电商英语	个人理财	管理经济学	
		短视频运营	商务英语翻译	金融大数据处理	智慧化税费申报与管理	
		网店运营※	商务英语函电	银行会计实务	统计基础	
		跨境电商运营	跨境电商实务	金融服务营销	会计信息系统应用	
		电商岗位项目实训		统计基础	管理会计实务	
					企业财务管理	
					智慧化税费申报与管理实训	
			政府会计实务			
群内学生 综合实践 项目模块	限定选修 项目模块	模块一：电商数据分析与决策实训项目；模块二：AI数字人直播与真人直播运营实训项目；模块三：全链路内容生产实训项目；模块四：外贸单证操作实训；模块五：商务接待与谈判实训；模块六：国际商务礼仪实训；模块七：商务管理沟通实训项目；模块八：金融科技应用项目；模块九：理财规划综合实训项目；模块十：出纳业务操作；模块十一：EXCEL在会计中的应用；模块十二：企业经营沙盘模拟训练				
群内学生 限定选修 项目模块	互选类选 修模块	零售基础				
		国际贸易实务				
		国家税收				
		审计实务与内部控制				
		商务数据分析				
		智能化成本核算与管理				
		外贸谈判视听说				
毕业环节		证券投资实务				
		岗位实习、毕业设计				

互联网营销师证书、区块链应用操作员证书、电子商务师证书、网店运营推广证书、电子商务数据分析证书、会计专业技术资格证书、审计专业技术资格证书、业财一体化应用证书、银行从业人员职业资格证书、证券期货基金从业人员资格证书、金融智能投顾证书、全国大学英语四级考试证书、跨境电商电子商务平台运营职业技能等级证书、实用英语交际职业技能等级证书

（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、国际战略形式；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. 专业平台课

1.1 跨文化商务交际（课程代码 0100221501，36 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：商务翻译、外贸业务、涉外商务服务。

(3) 对应的典型工作任务：涉外商务接待沟通、海外客情维护服务、外贸客情服务与售后处理。

(4) 课程目标：具备运用英语与多元文化背景客户进行跨文化商务交际的能力，提升学生在国际商务环境中运用英语进行有效沟通、规避文化风险、推动商务合作的综合职业素养。

(5) 主要内容：语言文化、语言交际、各国风俗习惯、文化禁忌、交际礼仪、核心价值、跨文化营销、海外市场推广、跨文化冲突分析等。

(6) 教学要求：采用案例分析、角色扮演、虚拟仿真等教学方法，引导学生掌握跨文化冲突化解技巧、跨文化团队协作方法；结合小组研讨与翻转课堂，引导学生自主探究文化差异；借助虚拟仿真技术，开展沉浸式跨文化沟通训练，强化实践应用能力。课程考核由过程性考核和终结性考核构成。

(7) 考核类型：考查课

1.2 金融学基础（课程代码 0100221209，28 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：货币信用理论；金融市场运作；银行经营监管，

宏观货币政策制定实施。

(3) 对应的典型工作任务：分析货币职能与货币制度对经济的影响；运用信用工具进行融资与投资决策；参与金融市场交易并评估风险；理解商业银行的存款、贷款及信用创造机制；借助 AI 工具解读宏观经济政策对金融市场的影响；为企业和个人提供金融咨询服务。

(4) 课程目标：理解货币银行的基本理论，掌握货币、信用、银行、金融市场、国际金融、政策工具等相关知识，掌握对经济问题的分析能力，培养学生应用金融理论来解决金融实际问题的能力。

(5) 主要内容：货币职能及货币制度、信用及信用工具、金融市场运作的基本理论、金融机构体系、商业银行的业务及信用创造、中央银行的业务及监管、宏观货币政策等。

(6) 教学要求：通过理论及案例相结合的方式进行知识讲解，利用网络课程资源，如图片、视频、教学平台与学生进行互动，提高学生的参与度。采用线上线下混合式教学模式，加强学生自主学习，利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等，利用 AI 工具进行学习情况分析，适应“互联网+职业教育”。课程考核内容包括互动交流、作业提交、成果展示等。

(7) 考核类型：考查课

1.3 会计基础实操（课程代码 0100221750，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：制造业、服务业、零售业

(3) 对应的典型工作任务：填制和审核会计凭证、登记会计账簿、编制会计报表等

(4) 课程目标：掌握会计核算的一般程序，掌握借贷记账的记账原理和方

法，基本掌握填制会计凭证，登记会计账簿和编制主要会计报表的方法；具备用借贷记账法处理企业主要经营过程会计业务的初步能力，具备填制和审核会计凭证的基本能力，具备登记会计账簿的基本能力，具备编制主要会计报表的初步能力，培养学生数据归集、整理、分析能力。培养爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律、客观公正的会计职业态度，使学生具备学习后续专业课程的专业基础能力，为其进一步学习打下良好的基础。

（5）主要内容：会计业务处理，会计工作的一般流程，会计要素、会计等式和复式记账法，填制和审核凭证、登记账簿和编制会计报表，对会计日常工作中的简单业务进行实务处理。

（6）教学要求：通过理论及案例相结合的教学方法进行知识讲解，利用网络课程资源等教学条件与学生进行互动，提高学生的参与度。课程考核内容包括互动交流、作业提交、成果展示等。

（7）考核类型：考查课

1.4 网络营销※（课程代码 0100221184，48 学时，3 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：考查课

1.5 数据化运营※（课程代码 0100221196，34 学时，2 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：市场与行业数据研判、竞争对手监测分析、商品运营数据管理、销售与推广数据分析、DSR 与客服绩效优化、客户画像与会员体系搭建、直播数据复盘及运营方案撰写。

（4）课程目标：旨在让学生掌握数据化运营基础理论与核心思维，熟练运用数据分析工具与模型完成数字商贸全流程数据运营，具备数据采集、分析、优化及团队协作能力，树立数据驱动决策的职业素养与终身学习意识。

（5）主要内容：围绕数字商贸全流程数据化运营展开，系统讲授数据化运营基础理论与核心思维、业务流程，重点讲解市场与行业数据、竞争对手数据、商品流量与库存及定价数据、销售交易与推广及利润数据、店铺 DSR 与客服数据、客户画像与会员管理数据、直播复盘与核心指标监测等内容，结合 Excel、PowerBI 等工具实操与项目实训，全面提升学生数据采集、处理、分析、优化及运营决策能力。

（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 专业方向课

2.1 电子商务基础（课程代码 0100221187，28 学时，2 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

2.2 AI 视觉营销设计※●（课程代码 0100221178，56 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：Photoshop 软件应用、人工智能图像生成与处理、色彩搭配与商业视觉传达、电商视觉设计、品牌视觉设计、新媒体平面视觉设计

(3) 对应的典型工作任务：工作内容主要有电商店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、产品图像精修、新媒体平面视觉设计。运用 Photoshop 平面设计软件、人工智能图像工具及计算机软硬件工具完成工作任务

(4) 课程目标：掌握 Photoshop 核心操作、人工智能图像设计工具与视觉营销核心策略方法，能够结合 Photoshop 与人工智能技术实现品牌视觉标准化输出，具备电商店铺界面搭建、商业图像设计的全场景设计能力；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：Photoshop 软件核心操作与电商场景应用、人工智能图像生成与优化处理技术、商业图像精修与合成、色彩搭配与商业视觉传达、品牌视觉标准化设计、电商店铺全链路页面设计、新媒体平面视觉设计

(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

2.3 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 编程基础

(3) 对应的典型工作任务：编写简单的自动化脚本、编写简单的文本处理工具、编写简单的小应用辅助日常学习与工作。

(4) 课程目标：了解 Python 语言的发展历史、特点及应用场景；掌握 Python 编程的核心基础，包括环境搭建、数据类型、运算符、控制结构、函数、模块与包的使用；具备运用 Python 编写简单实用脚本、文本处理工具及小应用的能力；培养逻辑思维能力和问题解决能力。

(5) 主要内容：Python 入门；数据类型与运算符；控制结构；函数与模块；面向对象编程基础。

(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 数据库应用技术（课程代码 0100221179，54 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：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：考试课

2.5 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

2.6 跨境市场分析与消费者行为（课程代码 0100221183，36 学时，2 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：跨境市场调研与数据分析、消费者行为模型应用、跨文化商业环境分析、用户画像与市场细分技术、数字营销分析工具、跨境电商数据化运营策略。

（3）对应的典型工作任务：分析跨境目标市场的宏观环境与竞争格局；开展跨境消费者行为调研并构建用户画像；运用数据分析工具挖掘消费趋势与用户偏好；制定跨境市场细分与目标市场选择策略；评估跨文化因素对消费决策的影响；撰写跨境市场分析报告并提出营销建议。

（4）课程目标：了解跨境市场环境的基本特征及消费者行为的主要理论；掌握跨境市场分析的基本方法（如 PESTLE、SWOT 等）；掌握消费者行为模型（如 EKB 模型、霍华德-谢思模型等）在跨境场景中的应用；能够运用数据工具进行用户画像分析与市场细分；能够结合跨文化因素解释不同国家或地区消费者的行为差异；具备撰写跨境市场分析报告及提出商业建议的能力。

（5）主要内容：跨境市场环境分析（政治、经济、社会文化、技术、法律等）；消费者行为理论基础与购买决策过程；跨文化因素对消费行为的影响；市场细分、目标市场选择与定位；用户画像构建方法与数据分析技术（数据采集、标签体系、画像可视化）；跨境市场调研方法（问卷调查、深度访谈、网络数据

挖掘等)；典型国家或地区消费特征对比分析；案例分析与综合实训项目。

(6) 教学要求：运用案例教学、项目驱动、情景模拟、小组探究等教学方法，激发学生学习主动性。注重引入真实跨境企业案例和行业数据，强化实操训练。课程考核采用过程性评价（课堂表现、小组作业、实训报告等）与结果性评价（期末考查报告或案例分析）相结合的方式，全面衡量学生学习成效。

(7) 考核类型：考查课

2.7 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技术、搜索引擎优化与营销（SEO/SEM）技术、站外推广技术、数据分析技术、财务管理基础。

(3) 对应的典型工作任务：网店开设与选品采购、SEO/SEM 推广方案制定与执行、站外渠道推广、店铺日常运营管理、销售数据分析与决策、财务报表分析与成本控制。

(4) 课程目标：通过课程实践训练，培养学生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：数据分析、开店、采购、SEO/SEM 推广、站外推广、运营、财务等。

(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

2.8 社群运营※（课程代码 0100221190，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：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、社群数字营销。

(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：考试课

2.9 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

2.10 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

2.11 跨境电商运营（课程代码 0100221193，68 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：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 Amazon、速卖通、Wish 等跨境电商平台展开，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：考试课

2.12 电商岗位项目实训（课程代码 0100321199，30 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：电商平台运营、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 专业群互选课

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

(1) 课程性质：必修课

模块一：电商数据分析与决策实训项目（40 学时）

(2) 涉及的主要技术领域：电商数据分析、数据可视化、商业智能决策

(3) 对应的典型工作任务：电商运营数据采集与清洗、数据建模与分析、运营策略优化与决策支持

(4) 课程目标：巩固学生电商数据采集、处理及分析核心技能，建立数据驱动的运营决策思维，提升学生使用数据分析工具（如 Excel、Python、BI 工具）解决实际业务问题的能力；培养学生敏锐的数据洞察力与逻辑推理能力；培育严谨的数据伦理观念、实事求是的工作态度和基于证据的决策习惯，促进数据思维

与电商运营场景的深度融合。

(5) 主要内容：对接电商行业数据化运营岗位能力要求，开设全流程数据分析实训模块，包括：电商数据采集与预处理、数据可视化看板搭建、用户画像与分层运营分析、商品销量与库存预测分析、营销活动 ROI 评估与优化、竞品分析与市场趋势研判、数据报告撰写与业务决策模拟等实战化训练内容。

(6) 教学要求：采用项目实战、真实电商数据集驱动、案例复盘等教学方法。遵循电商数据分析岗位技能标准，要求学生系统掌握数据获取、清洗、分析到决策输出的全流程操作规范。课程考核方式采用过程性评价（数据分析报告、项目阶段性成果）与结果性评价（综合决策方案答辩）相结合。

模块二：AI 数字人直播与真人直播运营实训项目（40 学时）

(2) 涉及的主要技术领域：AI 数字人直播技术、真人直播运营、直播场景搭建与互动策略

(3) 对应的典型工作任务：直播全流程策划与执行、AI 数字人直播间搭建与运维、真人主播话术与控场、直播流量获取与转化优化

(4) 课程目标：巩固学生直播电商核心运营技能，建立 AI 数字人直播与真人直播融合应用的创新意识，提升学生直播间搭建、主播话术设计、流量投放、数据复盘及 AI 工具协同操作能力；培养学生快速适应直播技术变革的自主学习能力；强化团队协作意识与临场应变能力；培育良好的职业操守、合规直播意识和客户服务理念，精准匹配直播运营、AI 直播技术应用等岗位对复合型人才的需求。

(5) 主要内容：对接直播电商行业岗位能力要求，开设全流程直播运营实训模块，包括：AI 数字人形象定制与驱动、数字人直播间搭建与脚本编排、真人主播开播实训、AI 数字人与真人协同直播模式设计、直播中控台操作与互动管理、直播流量获取（自然流量、付费投放）、直播数据实时监控与优化、直播

复盘与策略迭代等实战化训练内容。

(6) 教学要求：采用项目实战、轮岗实训、真实直播场景复现等教学方法。遵循直播电商高技能人才培养标准，要求学生系统掌握从直播策划、执行到复盘的完整操作规范。通过项目制教学培养学生直播内容设计、流量获取及危机处理能力，同时注重直播合规与职业道德教育，将诚信经营、健康直播理念融入实训场景，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（直播间实战指标、团队协作表现）与结果性评价（直播整体数据复盘、优化方案汇报）相结合。

模块三：全链路内容生产实训项目（40 学时）

(2) 涉及的主要技术领域：短视频创作、图文内容生产、内容分发与矩阵运营

(3) 对应的典型工作任务：内容选题策划、多形态内容制作（短视频/图文/直播切片）、内容合规审核与平台分发、内容数据追踪与迭代优化

(4) 课程目标：巩固学生内容电商核心创作技能，建立全链路内容营销思维，提升学生从内容定位、创意制作、多平台分发到数据复盘的全流程实操能力；培养学生持续输出优质内容的自主学习与创新能力；培育严谨的内容审核习惯、版权保护意识和正向价值导向，促进内容创作能力向电商转化效能的深度转化，实现校园学习与内容运营岗位实战的无缝衔接，精准匹配电商行业对全链路内容生产复合型人才的需求。

(5) 主要内容：对接电商内容运营岗位能力要求，开设全流程内容生产实训模块，包括：内容选题规划与脚本创作（短视频/直播预告/种草图文）、短视频拍摄与剪辑制作、图文内容排版与美化、直播切片二次创作、多平台内容分发策略（抖音/快手/小红书/视频号）、内容合规审核（广告法、版权、平台规则）、内容数据追踪与分析（完播率、互动率、转化率）、内容迭代优化实战等全链路

实战化训练模块。

（6）教学要求：采用项目实战、案例对标、全链路模拟等教学方法。遵循内容电商行业高技能人才培养标准，要求学生系统掌握从内容策划、制作、分发到优化的全周期操作规范。通过项目制教学培养学生内容创意能力、平台规则理解能力及数据驱动优化能力，同时注重职业道德教育，将内容合规、版权意识、正向价值观融入实训场景，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。

模块四：外贸单证操作实训（40 学时）

（2）涉及的主要技术领域：外贸业务、涉外商务服务。

（3）对应的典型工作任务：客户开发与业务维护、外贸单证制作与审核、涉外单证资料协办。

（4）课程目标：本模块主要掌握外贸单证（商业发票、提单、装箱单等）的核心种类、填制规范及办理流程，理解各单证间的关联逻辑；能熟练完成各类外贸单证的填制、审核与办理，具备规范处理单证业务、规避单证操作风险的实操能力；培养严谨细致、认真负责的职业态度，树立合规操作、诚信履约的外贸职业素养。

（5）主要内容：商业发票填制、提单办理、装箱单编制、汇票开具、报关单填报、报检单填写、信用证审核与操作、原产地证书办理、保险单申领、单证审核与归档

（6）教学要求：采用理论讲授与实操训练相结合的方法，融入案例教学、情景模拟、小组协作及数字化教学工具。以外贸实际业务流程为导向，系统讲解各类外贸单证的填制规范、办理流程及关联逻辑，结合真实外贸案例设置实操任务，引导学生动手完成单证填制、审核等模拟操作。该模块考核实施“过程性考核+终结性考核+企业评价”多元评价体系，突出“创新能力”、“数字化应用能

力””、“团队协作”等非技术指标评价维度考核。

模块五：商务接待与谈判实训（40 学时）

（2）涉及的主要技术领域：外贸业务、涉外商务服务。

（3）对应的典型工作任务：涉外商务接待沟通、商务口语现场翻译、海外客情维护服务。

（4）课程目标：本模块主要掌握常用的商务接待与谈判英语表达，能够综合运用国际商务单证、商务接待、商务礼仪、商务谈判等专业知识，在各种商务与外贸活动中较为流利地用英语进行来宾接待、业务磋商与洽谈，培养学生具备较强的英语职业交际能力、商务谈判和决策能力，以及团队协作和针对突发事件的应变能力。

（5）主要内容：商务接待与谈判概述、商务谈判的准备、商务谈判方案的制订、商务谈判开局、僵局与让步、价格谈判的策略与技巧、商务谈判备忘录与合同的签订、商务谈判实战演练（谈判案例分析、模拟谈判）等。

（6）教学要求：以国际商务谈判典型工作任务为载体，围绕任务的解决设计教学活动。以商务接待、商务谈判准备、商务谈判过程、商务谈判结束四个项目为主线，采用“项目引导、团队工作任务驱动、理实融合、技能实战训练”等方式安排教学内容，采用情景模拟、商务谈判实训、经典案例分析等教学方法。该模块考核实施“过程性考核+终结性考核+企业评价”多元评价体系，突出“创新能力”、“数字化应用能力””、“团队协作”等非技术指标评价维度考核。

模块六：国际商务礼仪实训（40 学时）

（2）涉及的主要技术领域：商务翻译、外贸业务、涉外商务服务。

（3）对应的典型工作任务：涉外商务接待沟通、商务口语现场翻译、外贸客情服务与售后处理。

（4）课程目标：本模块主要了解礼仪的概念、发展历史、特性及世界主要

国家礼俗风情与基本礼仪规范；理解并掌握商务活动中礼仪的基本原则与规范，能运用所学知识分析、解决实际商务社交问题；同时培养学生诚恳谦逊的待人态度、与人为善的做人品行及庄重大方、谈吐文雅的行为举止，提升个人商务素养与职业形象。

（5）主要内容：礼仪的起源及现代商务礼仪的基本概念、特征、原则；穿着、面部妆容等仪容仪表礼仪；站姿、坐姿、行姿等仪态礼仪、礼貌语言的运用、谈判、接待与拜访等日常交际礼仪、中西餐的餐饮礼仪及接待服务礼仪的基本知识。

（6）教学要求：充分运用微课、视频等信息技术手段，引导学生在系统学习商务礼仪核心知识、熟练运用数字化教学工具的基础上，加强实践训练，注重礼仪知识、数字化工具与实践的深度融合，提升学生践行商务礼仪、解决实际商务礼仪问题的应用能力。该模块考核实施“过程性考核+终结性考核+企业评价”多元评价体系，突出“创新能力”、“数字化应用能力”、“团队协作”等非技术指标评价维度考核。

模块七 商务管理沟通实训项目（40 学时）

（2）涉及的主要技术领域：客户沟通技巧、商务表达、职场沟通规范、跨场景沟通技术、商务文书撰写技术。

（3）对应的典型工作任务：客户沟通与需求精准洞察；商务场景中的口头表达与书面沟通；团队沟通与协作；商务谈判与说服；危机沟通与公关应对；跨文化、跨部门沟通协调；商务文书（报告、邮件、合同）撰写等。

（4）课程目标：系统掌握商务管理沟通的基本原理、策略与技巧，熟悉各类商务沟通场景的应对方法，掌握商务文书撰写规范。培养学生的客户沟通能力、团队协作能力、表达表达能力和沟通应变能力，增强职业素养，树立良好的职业沟通意识，为金融服务岗位工作奠定沟通基础。

（5）主要内容：沟通的本质与类型（口头、书面、非语言沟通）；沟通模型与要素；职场沟通技能；商务文书写作；公众表达与演讲；团队沟通与领导力；商务谈判与说服技巧；危机沟通与公关；跨文化沟通与商务伦理等。

（6）教学要求：采用模块式教学、任务驱动教学法、案例教学法、小组讨论法、模拟教学法等多种教学方法，以“学中做，做中学，学练结合”的方式展开教学。以团队成员分工协作的模式开展教学，结合金融行业商务沟通真实场景设计任务，利用实训平台、案例资源等教学资源，为学生提供真实的沟通实践环境，强化实操训练。

模块八 金融科技应用项目（40 学时）

（2）涉及的主要技术领域：金融科技基础应用、供应链金融技术、保理业务技术、区块链金融应用、金融信息化技术、金融数据录入技术。

（3）对应的典型工作任务：供应链金融场景应用；保理业务模拟操作；商业银行业务场景模拟；区块链金融基础应用；金融数据录入与基础处理；财务信息化系统基础操作；金融科技产品与服务实操应用等。

（4）课程目标：系统掌握金融科技在各金融领域的应用知识，熟悉供应链金融、保理业务、区块链金融等核心金融科技应用模式，了解金融信息化系统的基本操作原理。培养金融科技应用能力、金融业务实操能力、数据处理能力和问题解决能力，适应金融数字化发展趋势，增强创新意识。

（5）主要内容：供应链金融发展及应用场景；保理业务分类与实操流程；商业银行业务创新与科技应用；区块链的含义、特征及在金融领域的应用；金融数据录入规范；财务信息化基础操作；金融科技应用综合实训等。

（6）教学要求：采用模块式教学、任务驱动教学法、案例教学法、小组讨论法、模拟教学法等多种教学方法，以“学中做，做中学，学练结合”的方式展开教学。以团队成员分工协作的模式开展教学，结合金融科技真实业务岗位设计

任务，利用实训平台、虚拟企业项目、金融科技模拟软件等教学资源，为学生提供真实的金融科技实践环境。

模块九 理财规划综合实训项目（40 学时）

（2）涉及的主要技术领域：理财规划基础技术、财务比率计算分析技术、风险评估技术、理财工具应用技术、理财报告撰写技术。

（3）对应的典型工作任务：客户财务数据采集与分析；财务比率计算分析；客户风险评估与决策；理财规划方案个性化设计；理财规划报告撰写；理财工具实操应用；客户维护及开发等。

（4）课程目标：系统掌握理财规划的流程和方法，熟悉各类理财工具的应用，掌握财务比率计算、风险评估的核心技能。培养理财规划方案设计能力、财务分析能力、客户服务能力和团队协作能力，增强民族自豪感和社会责任感，激发创新意识和创业精神。

（5）主要内容：理财规划前期准备；个人家庭财务数据分析；财务比率计算与分析；风险评估方法；投资规划、保险规划等理财工具应用；理财规划方案设计；理财规划报告撰写；理财规划综合实训等。

（6）教学要求：采用模块式教学、任务驱动教学法、案例教学法、小组讨论法、模拟教学法等多种教学方法，以“学中做，做中学，学练结合”的方式展开教学。以团队成员分工协作的模式开展教学，结合理财规划真实工作岗位设计任务，利用实训平台、虚拟企业项目等教学资源，为学生提供真实的理财规划实践环境。

模块十：出纳业务操作（40 学时）

（2）涉及的主要技术领域：制造业、服务业、零售业

（3）对应的典型工作任务：现金管理、银行存款管理等

（4）课程目标：本模块是一门实践性和操作性较强的课程，通过课程的学

习，学生能够比较全面地掌握完成出纳岗位工作任务应具备的基本知识，会计核算的各种基本方法，具备现金管理、银行存款管理、发票管理、出纳办税等业务的操作能力；掌握点钞、人民币真假识别、保管的基本技能；具备良好的职业道德、高度的责任心、思维严谨、逻辑清晰、工作细致耐心、协调团结的基本素质。

（5）主要内容：出纳岗位认知，现金管理认知，银行存款管理认知，财产清查认知，货币知识认知，出纳资料的整理与归档等。

（6）教学要求：多媒体+实训室授课，通过理论及案例相结合的教学方法进行知识讲解，利用网络课程资源等教学条件与学生进行互动，提高学生的参与度。课程考核内容包括互动交流、作业提交、成果展示等。

模块十一：EXCEL 在会计中的应用（40 学时）

（2）涉及的主要技术领域：数据录入与整理、函数与公式应用、图表制作与数据分析

（3）对应的典型工作任务：EXCEL 数据基本操作、数据的分析处理、数据中财务函数的应用、数据模拟分析工具

（4）课程目标：掌握利用 Excel 进行财务管理过程中数据处理的技巧，认识到 Excel 的实用价值，为从事相关专业工作打好基础，同时培养学生的创新素质和严谨求实的科学态度以及自学能力。

（5）主要内容：包括了 Excel 的基础性操作，数据处理的具体功能，数据中相关函数的说明以及数据模拟分析工具等，模拟运算表，单双变量求解以及方案管理器的应用等。

（6）教学要求：采用微课等信息化手段教学，理论讲授和实践教学相结合，利用课堂和实践教学使学生能够全面深刻的掌握教学内容，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。

模块十二：企业经营沙盘模拟训练（40 学时）

(2) 涉及的主要技术领域：制造业、服务业、零售业

(3) 对应的典型工作任务：企业决策、财务决策、营销决策等

(4) 课程目标：认清企业环境及检讨公司整体战略规划，掌握信息化系统在企业经营和决策中的重要作用，深刻体会作为一个决策者统观企业经营全局的过程，了解整个公司的运作过程，提高全局和长远策略意识，以及学习与立场不同的各部门沟通协调的技能，通过沙盘模拟不断检验自己的经营与决策思路，提高自身的长期规划与决策能力，掌握全面计划预算管理的理论知识与实践，体验企业实施全面计划预算管理前后的巨大变化。

(5) 主要内容：借助沙盘平台，每个团队接手经营一个销售良好、资金充裕的虚拟公司，连续从事多个会计年度的经营活动。通过直观的企业沙盘，模拟企业实际运行状况，内容涉及企业整体战略、产品研发、生产、市场、销售、财务管理、团队协作等多个方面，让学生在游戏般的学习中体验到完整的企业经营过程，感悟正确的经营思路、管理理念、组织沟通、团队合作、经营效能，最重要的，让学生深刻体会信息化手段的应用对于企业经营管理的重要作用。

(6) 教学要求：围绕企业经营管理培养的核心目标，按照过程维主线设计课程教学体系，按照企业管理模块结合企业管理实践设计教学内容，通过项目引领、职场情景模拟、任务驱动、小组讨论、案例分析和小组竞赛等行动导向教学方法组织实施教学，课程考核包括传统企业经营、现代企业经营、经营总结三个部分，传统企业经营和现代企业经营按团队经营排名记录成绩，经营总结由学生互评完成评分。

(7) 考核类型：考查课

3.2 零售基础（课程代码 0100222117，36 学时，2 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：零售基础数据应用技术、门店智能设备应用技

术、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：考查课

3.3 国际贸易实务（课程代码 0100222003，36 学时，2 学分）

（1）课程性质：选修课

（2）涉及的主要技术领域：外贸业务、跨境电商运营、涉外商务服务。

（3）对应的典型工作任务：客户开发与业务维护、外贸单证制作与审核、跨境订单客服运营。

（4）课程目标：掌握国际贸易规则与惯例，运用国际贸易相关知识，办理国际商品贸易业务以及仓储、运输、保险、出口退税等业务，具备以买卖合同为中心的进出口业务处理流程处理能力，以及契约精神和风险意识。

（5）主要内容：国际贸易术语、有关国际惯例和法律、交易磋商、买卖合同订立与履行，商品品名、品质、数量、包装、运输、保险、价格核算、结算方

式、检验检疫、不可抗力、索赔与仲裁、出口退税等。

(6) 教学要求：采用多元教学法，案例教学引入真实贸易纠纷、成功谈判等案例，引导分析决策；模拟实训借助国际贸易仿真软件，让学生实操合同签订、报关报检全流程；小组协作围绕国际市场调研、贸易方案设计展开研讨。采用线上线下混合式教学模式，利用超星泛雅网络教学平台，课前预习、提交作业，下载学习资料，进行学习交流。本课程考核采用过程考核和终结考核相结合的评价方式。

(7) 考核类型：考查课

3.4 国家税收（课程代码 0100222222，36 学时，2 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：税收政策分析、税务核算、纳税申报、税务稽查技术。

(3) 对应的典型工作任务：深入研究国家税收法律法规和政策文件，分析政策出台的背景、目的和具体内容，理解政策对不同行业、企业和个人的影响；通过各种渠道和方式，向纳税人、缴费人宣传税收政策，提供纳税辅导；对纳税人提交的纳税申报表及相关资料进行审核，确保申报数据的准确性和完整性；对纳税人的纳税情况进行检查和评估，发现和查处税收违法行为，防范税收风险；为纳税人、缴费人提供日常的税务咨询服务，解答他们在纳税过程中遇到的各种问题等。

(4) 课程目标：掌握国家各种税收的计算及征收规定、计税方法及申报纳税方法，帮助学生理解、运用和遵守执行国家税法，提高学生分析、解决税收实际问题的能力，培养学生的企业纳税筹划能力、与税务机关的沟通协调能力。

(5) 主要内容：税收的认识,增值税，消费税，关税，企业所得税，个人所得税的纳税范围、纳税人、课税对象及计税依据，其他税种的计算及征收管理等。

(6) 教学要求：在教学过程中在做好税收介绍和各个税种基础知识讲解的同时，也要注重能力的培养,教师利用有关纳税申报表、案例、习题集、多媒体课件、视频等教学资源，丰富教学内容，增强学生的学习兴趣，让学生有实实在在的收获和提高,以利于学生适应未来社会和自身发展的需要。考核主要通过学生对各种税收计算的掌握情况、税收案例分析能力、语言表达能力、期末测试等环节进行。

(7) 考核类型：考查课

3.5 审计实务与内部控制（课程代码 0100222760，36 学时，2 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：在审计技术应用领域，课程重点培养学生运用审计工具的能力，学生需要完成从基础数据采集到风险分析的全流程审计任务。在内部控制评估方面，课程着重培养学生对企业跟踪采购、销售等关键业务流程的控制有效性，以及评估企业整体内控环境的完善程度。

(3) 对应的典型工作任务：指导学生了解企业审计工作的全流程操作，在审计准备阶段，学生需要完成审计计划制定、风险评估和审计程序设计等工作，包括收集企业基本信息、分析财务数据异常、确定重点审计领域等具体任务。现场审计阶段的工作任务主要包括实施实质性测试程序，如进行账务核对、凭证抽查、存货监盘等传统审计操作，同时需要运用计算机辅助审计技术完成数据提取、清洗和分析等数字化审计工作。在内部控制评估方面，学生要执行穿行测试、控制测试等程序，评估企业采购、销售、资金管理等关键业务流程的内部控制有效性，并识别潜在的内部控制缺陷。

(4) 课程目标：熟悉我国审计体系的构成与内部控制的发展，了解各审计主体工作准则的联系和区别，掌握审计理论知识和内部控制实施简单的审计程序及进行控制测试，编制审计工作底稿，并判断审计意见类型，出具恰当的审计报

告，为专业职业技能课程的学习打下坚实的基础。

(5) 主要内容：本课程主要讲解两大部分，第一部分是审计实务与内部控制的理论包括：审计的发展、审计目标、注册会计师职业道德、审计证据及方法、计划审计工作、内部控制；第二部分是审计实务与内部控制的实务操作部分包括：销售预收款循环的内部控制测试和实质性测试、采购与付款循环的内部控制测试和实质性测试、存货与仓储循环的内部控制测试和实质性测试、货币资金的内部控制测试和实质性测试以及最后的审计报告。

(6) 教学要求：要求学生通过学习审计及内部控制基本理论会执行审计程序并写出审计结论。在教学过程中通过案例式教学使学生掌握审计及内部控制的知识，并注意贯彻审计人员职业道德做到课程思政、思政课程，使学生树立正确的人生观、价值观和世界观，培养良好的道德修养、社会公德、遵纪守法和具有高尚的职业道德。采用线上线下混合式教学模式，加强学生自主学习，通过案例分析引导学生积极思考，提高学生学习兴趣，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等，适应“互联网+职业教育”。

(7) 考核类型：考查课

3.6 商务数据分析（课程代码 0100221179，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：选修课

(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：考查课

3.7 智能化成本核算与管理（课程代码 0100222762，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：制造业、服务业、零售业

(3) 对应的典型工作任务：成本计算、成本控制分析、数据分析

(4) 课程目标：本课程采用“基本成本计算工作过程的项目导向，融教、学、做一体”的教学模式。通过这门课程的教学，使学生熟悉品种法、分批法、分步法、分类法等几种中小企业常用的成本计算方法，了解制造业产品成本的计算与成本报表的编制，掌握成本报表的分析，能够为企业的经营管理提供意见，能够胜任中小企业的成本核算岗位，同时具备诚实守信、爱岗敬业的职业素养。

(5) 主要内容：要素费用的归集与分配、辅助生产费用的归集与分配、制造费用的归集与分配、生产费用在完工产品与在产品之间的分配、产品成本计算的基本方法（品种法、分批法、分步法）、产品成本计算的辅助方法（分类法）、成本报表的编制与分析。

(6) 教学要求：充分利用实验室、实习基地、教学案例等多种手段，在条件允许的情况下，最好带领学生到工业企业一次实地参观，让学生了解企业生产的实际过程，使得理论和实际结合更加密切。以学生为主体，避免满堂灌，让学

生在学中做，做中学，注重教与学的互动。采用线上线下混合式教学模式，加强学生自主学习，通过案例分析引导学生积极思考，提高学生学习兴趣，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，过程考核+期末考核。

(7) 考核类型：考查课

3.8 外贸谈判视听说（课程代码 0100222208，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：商务翻译、外贸业务、涉外商务服务。

(3) 对应的典型工作任务：涉外商务接待沟通、商务口语现场翻译、海外客情维护服务。

(4) 课程目标：掌握国际商务礼仪与涉外商务事务处理规范，提高学生运用英语进行外贸谈判能力以及跨文化英语交际能力，同时培养学生良好的组织协调能力、临场应变能力、创新思维以及团结协作精神。

(5) 主要内容：谈判商品数量、品质、价格、付款条件、包装、装运、保险、商检、代理、索赔等。

(6) 教学要求：主要以“项目式”、“情境化”教学为主，通过采用“外贸场景模拟”、“角色扮演”、“外贸谈判案例分析”并结合丰富的音频、视频教学资源激发学生积极合作。课程考核由过程性考核和终结性考核构成。以英语口语试为主，分为外贸英语口语译和以“外贸谈判实战”为主题的小组展示。

(7) 考核类型：考查课

3.9 证券投资实务（课程代码 0100222224，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：证券估值分析、宏观行业分析、公司基本面分析、证券组合管理技术。

（3）对应的典型工作任务：股票、债券、基金、保险等投资工具功能特点识别；债券、股票、基金等投资工具价值评估；证券市场交易规则与交易行为分析；资产组合与资产定价；证券投资行业分析；上市公司分析；智能投顾。

（4）课程目标：了解证券投资基本概念，掌握证券投资分析方法，熟悉交易操作程序和投资技巧，培养运用方法、技巧制定证券投资策略的能力，提高证券行情分析、判断和交易操作能力。

（5）主要内容：股票、债券等常见证券投资工具，证券市场运行机制；证券价值评估方法与资产组合等证券投资相关理论；证券投资宏观分析等证券投资基本分析方法。

（6）教学要求：通过参与案例剖析、课堂陈述、课堂讨论等活动启发学生积极思维，运用现代信息技术、特别是网络技术为支撑，使用真实证券投资交易软件进行实时行情分析，利用虚拟投资网站进行模拟炒股投资，提高学生的学习积极性，适应“互联网+职业教育”。考核中主要通过课堂盘面分析、虚拟盘操作等方面进行评价。

（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）课程类型：综合能力实训

（3）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。

（4）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。

（5）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。

（6）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 字左右的毕业设计方案，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						
					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	占总学 时比例%			学时	学时	学时	学时	学时
一	1	336	288	10.32%	48	1.72%	48	0	0	0	0
	2	526	378	13.54%	148	5.30%	148	0	0	0	0
二	3	504	336	12.03%	168	6.02%	168	0	0	0	0
	4	420	246	8.81%	174	6.23%	144	30	0	0	0
三	5	488	8	0.29%	480	17.19%	0	120	360	0	0
	6	518	8	0.29%	510	18.27%	0	0	360	150	0
合计		2792	1264	45.27%	1528	54.73%	508	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%	75%	62.5%	100%	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	计算机程序员（二级）	是
8	李爽	大学本科	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	最高学历	职 称	技能证书/等级	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

序号	姓 名	最高学历	职 称	技能证书/等级	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
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
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
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
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
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
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
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

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		工位数量
					名称	数量	
1	电商视觉设计实训室	70 平米	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、	摄影棚	2	20

				视频处理			
2	网络营销实训室	90 平米	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	计算机	40	30

				采集、数据分析、运营优化			
4	跨境电商综合实训基地	100 平米	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	天津海教园联合科技园发展有限公司	运营助理、主播、新媒体、销售	10	2
2	贸贸（天津）供应链有限责任公司	供应链服务、跨境电商、海外营销	10	3
4	天津市易时通商业运营管理有限公司	电商运营助理、视觉设计、电商客服	6	2
5	天津市九爻网络科技有限公司	主播、场控、视觉设计、短视频编导	10	3
6	天津修雷傲贸易有限公司	直播运营助理、带货主播、场控、拍摄剪辑专员	10	2

（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	AI 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》

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/YTGT
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、聘课部门评教、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 165.5 学分（含军事训练 2 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 17.5 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（职业岗位、典型工作任务、核心技能）

5.职业岗位、典型工作任务、核心技能对应表

6.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Δ	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		√			4×9				
	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	8	8		1		√		○					
	0000113205		国家安全教育	16	12	4		1		√				○			
	0000113206	选修课	大国工匠与职业理想	32	32			2		√			○				
	0000113207		宪法与法治中国														
	必修课小计				640	612	28	0	38			18	12	10	2		
	见附录 2		限选课	信息技术类选修课	48	48			3		√	○					
	见附录 2			美学艺术类选修课	32	32			2		√		○				
	见附录 2			思想政治类选修课	32	32			2		√			○			
	见附录 2			文化素养类选修课	32	32			2		√				○		
见附录 2		其他类选修课		32	32			2		√				○			
选修课小计				176	176	0	0	11									
合计				816	788	28	0	49			18	12	10	2			
专业课	专业平台课	必修课	0100221209	跨文化商务交际	36	18	18		2		√			2×18			
			0100221750	金融学基础	28	14	14		2		√			2×14			
			0100221501	会计基础实操	32	16	16		2		√			2×16			

			0100221184		网络营销	48	24	24		3		✓			3×16		
			0100221196		数据化运营	34	16	18		2		✓			2×17		
专业方向课		必修课	0100221187		电子商务基础	28	14	14		2	✓		2×14				
			0100221178		AI 视觉营销设计※●	56	28	28		3.5	✓		4×14				
			0100221198		数据可视化	72	36	36		4.5	✓			4×18			
			0100221179		数据库应用技术	54	26	28		3.5	✓			3×18			
			0100221195		直播运营※●	72	36	36		4.5		✓		4×18			
			0100221183		跨境市场分析与消费者行为	36	18	18		2		✓		2×18			
			0100221194		互联网销售※	72	36	36		4.5	✓			4×18			
			0100221190		社群运营※	72	36	36		4.5	✓			4×18			
			0100221188		短视频运营※●	72	36	36		4.5		✓		4×18			
			0100221191		网店运营※	68	34	34		4.5	✓				4×17		
			0100221193		跨境电商运营	68	34	34		4.5	✓				4×17		
			0100321199		电商岗位项目实训	30			30	2		✓			1 周		
专业群互选课		修	0000321001		综合实践	120			120	7.5		✓				6 周	
	必修课小计					998	422	426	150	63			6	13	14	17	
	选修课 ：	0100222117		零售基础	36	18	18		2		✓		2×18				
		0100222003		国际贸易实务	36	18	18		2		✓		2×18				
		0100222222		国家税收	36	18	18		2		✓				2×18		
		0100222760		审计实务与内部控制	36	18	18		2		✓				2×18		
		0100222118		商务数据分析	72	36	36		4.5		✓			4×18			
		0100222762		智能化成本核算与管理	72	36	36		4.5		✓			4×18			
		0100222208		外贸谈判视听说	72	36	36		4.5		✓				4×18		
		0100222224		证券投资实务	72	36	36		4.5		✓				4×18		
	选修课小计					108	54	54	0	6.5			0	2	4	0	
	合计					1106	476	480	150	69.5	0		6	15	18	17	
实习 环节		必修	0000331002		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		必修	0000341002		毕业设计	150			150	5		✓					5 周
	合计					150	0	0	150	5			0	0	0	0	
总计						2792	1264	508	1020	147.5			24	27	28	19	

- 说明：1.公共基础课学时占比 29.2%、选修课学时占比 10.2%。
- 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，108 学时。
- 3.“●”为理实一体化课程，“※”为专业核心课程，“Δ”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 2 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。“○”表示线上自主学习，不计周课时。

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	天津市盆罐庄陶甑文化旅游有限公司	2026.03.27
2	天津三惠农业科技有限公司	2026.03.27
3	天津自贸区于家堡环球购跨境贸易综合服务有限公司	2026.03.30
4	天津既明跨境产业互联网发展有限责任公司	2026.03.30
5	天津津滨跨境电子商务有限公司	2026.03.30
6	天津海教园联合科技园发展有限公司	2026.04.03
7	奇梦国际邮轮发展(天津)有限公司	2026.04.03

8	天津斯威夫特国际物流有限公司	2026.04.03
9	莫斯保宁（中国）信息科技有限公司	2026.04.06
10	佳行（天津）商贸有限公司	2025.04.06
11	天津市山海关食品有限公司	2025.04.06
12	天津市易时通商业运营管理有限公司	2026.04.10
13	贸贸（天津）供应链有限责任公司	2026.04.10
14	天津市九爻网络科技有限公司	2026.04.17
15	天津修雷傲贸易有限公司	2025.04.20

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	2026.04.01
2	天津渤海职业技术学院	2026.04.08
3	天津城市职业学院	2026.04.08
4	天津电子信息职业技术学院	2026.04.13
5	天津轻工职业技术学院	2026.04.13
6	天津商务职业学院	2026.04.15
7	天津海运职业学院	2026.04.15

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	闫欣欣	2025-07-01	2026-04-16
2	王超	2020-07-01	2026-04-16
3	王馨伟	2024-07-01	2026-04-16
4	刘娇	2021-06-01	2026-04-16

5	申璐倩	2025-07-01	2026-04-16
6	王芯哲	2023-06-01	2026-04-17
7	石若琳	2025-07-01	2026-04-17
8	闫浩浩	2024-07-01	2026-04-17
9	赵国庆	2021-06-01	2026-04-17
10	戚恺恺	2025-06-01	2026-04-17
11	纪遇河	2023-07-01	2026-04-17
12	何梦格	2020-07-01	2026-04-17
13	刘美玉	2021-07-01	2026-04-18
14	闫伟旭	2022-07-01	2026-04-18
15	康露文	2023-07-01	2026-04-18

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 2026 年 4 月部分行业企业现场考查调研为例:

1. 调研企业

表 4 部分企业调研时间表

时间	调研企业
2026.04.03	天津海教园科技园
2026.04.10	贸贸（天津）供应链有限责任公司
2025.04.20	抖音直播生态产业园

2. 调研过程

（1）天津海教园科技园

①参观内容

调研团队首先来到了天津海教园科技园。在园区工作人员的引导下,教师参观了园区的整体环境,了解了园区在 AIGC（人工智能生成内容）与电商运营融

合方面的规划布局和发展定位。随后，调研团队深入 AIGC 应用与电商运营实训基地，实地观摩了多个基于 AIGC 技术的电商运营场景，包括利用生成式 AI 自动生成直播脚本、商品图文与视频内容、虚拟主播的实时互动流程，以及 AI 辅助的精准营销与用户画像分析等。此外，调研团队还参观了园区内入驻的 AIGC 赋能型电商企业，了解企业如何将大模型、智能客服、自动化选品与内容生成工具融入日常运营，并观摩了配套的数据处理与云服务设施等支撑电商高效运转的技术平台情况。

② 座谈内容

参观结束后，调研团队与园区企业负责人进行了座谈交流。座谈会上，园区企业负责人详细介绍了当前电商行业的发展趋势、人才需求现状，以及园区在推动电商产业升级、供应链协同等方面所做的努力。双方就校企合作模式、电商人才培养方案、实习实训基地建设等议题展开了深入探讨。园区企业负责人表示，希望与学院建立长期稳定的合作关系，共同培养适应电商行业快速发展需求的高素质应用型人才。

商贸（天津）供应链有限责任公司

① 参观内容

调研团队接下来来到了商贸（天津）供应链有限责任公司。在工作人员的陪同下，教师们参观了公司的办公区域和供应链管理展示中心，了解了企业在跨境电商领域的业务布局、供应链整合模式及发展愿景。随后，调研团队实地观摩了公司的业务区域，直观感受了企业从采购、仓储到跨境物流、海外销售的全链条运营流程。通过参观，师生们对跨境电商企业的供应链管理、市场定位以及产品特性有了更加深入的认知。

② 座谈内容

座谈会上，商贸（天津）供应链有限责任公司负责人首先对调研团队的到来表示热烈欢迎，并详细介绍了公司在跨境电商与供应链领域的业务布局、市场拓展情况、当前面临的主要挑战以及未来发展规划。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。公司的业务骨干也分享了在跨境供应链管理、平台运营、物流仓储等方面的实战经验，为学院优化人才培养方案提供了宝贵的一手建议。

抖音直播生态产业园

① 参观内容

调研团队最后来到了抖音直播生态产业园。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直播电商相关企业，了解了企业的业务模式、选品策略以及直播平台的运营规则等内容。

② 座谈内容

参观结束后，调研团队与抖音直播生态产业园内的企业代表进行了座谈交流。座谈会上，企业代表详细介绍了直播电商行业的发展趋势、抖音平台的运营规则与流量机制、行业对复合型人才的需求特点，以及园区在推动直播生态建设方面的实践经验。双方就校企合作模式、直播电商人才培养方案、实习实训基地建设、学生创新创业孵化等议题进行了深入探讨。企业代表表示，希望与学院建立长期稳定的合作关系，共同培养适应直播电商行业发展需求的高素质人才。

通过本次调研，学院教师对跨境电商及供应链行业的发展趋势、人才需求变化以及技术创新应用有了更加深入的了解。未来，学院将进一步加强与商贸（天津）供应链有限责任公司等企业的合作与交流，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

（根据选用的调研对象列出详细的调研内容，比如企业调研内容应内容要包括 1. 岗位设置及需求情况。2. 岗位职业素养与能力要求。3. 行业的新技术、新工艺、新规范、新标准等等）

1. 面向毕业学生的问卷设计（具体见附件 1）

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。

2. 面向企业的问卷设计（具体见附件 2）

- 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。
3. 面向职业院校的问卷设计（具体见附件 3）
- 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。

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

电商行业已成为就业增长的重要引擎,当前包括跨境电商在内的各领域均面临较大人才缺口,行业高速发展与人才供给不足的矛盾突出,未来缺口仍有扩大趋势。跨境电商招聘需求持续增长,运营类岗位是主力,电商平台为数千万人提供了就业机会。人社部新增“跨境电商运营管理师”等职业,标志人才需求正从“数量缺口”转向“结构性短缺”。

从地域看,广东、江苏、浙江等东部沿海省份是跨境电商岗位的主要需求地,三省合计占全国近半;深圳、广州、杭州招聘量突出,金华(义乌)因小商品集散优势跃居前列。东部沿海发达城市依托成熟电商生态,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需求旺盛。中西部及新兴市场本地化人才需求快速上升,西部地区、农村地区人才严重不足;内陆跨境电商综试区建设带动需求增长,产业转移、消费升级及乡村振兴推动下,对基础运营、农村电商推广等应用型人才需求显著上升,三四线城市增速高于全国平均。但中西部和农村在物流、网络、支付等方面存在短板,限制了就业机会创造。

岗位需求方面,运营、客服、产品开发等方向人才紧缺,运营岗是跨境电商招聘核心。热招岗位包括平台运营经理、选品专家、AI 算法工程师、跨境支付系统开发、社交媒体运营、直播电商主播及策划、跨境税务/法务顾问等。亚马逊运营需求规模领先,新兴平台增长迅速。高技能人才和高层次管理人才紧缺突出,企业既需复合型人才,也需战略型人才。目前全国紧缺跨境、直播、AI+数据复合型人才。

我市及周边地区对本专业人才需求趋势

我市及周边地区电商人才需求形成北京高端引领、天津跨境物流核心爆发、河北产业带下沉落地的协同分工格局,整体呈高速增长态势,复合型、跨境、数据及直播类人才为三地共同紧缺类型,且薪资呈现北京>天津>河北的梯度分布,三地人才流动与产业互补性持续增强。

北京聚焦电商平台总部、高端品牌运营与 AI / 数据技术研发,以高薪资、高门槛的中高端岗位为主,传统执行岗逐步萎缩;天津依托港口、自贸区及综试区优势,成为区域跨境电商与智慧物流核心,滨海新区、南开区等板块的跨境运营、供应链管理、直播全域运营岗位需求激增,是京津冀兼具发展潜力与性价比的就业高地,同时 AI 数字化转型也带来大量人才缺口。

河北则以产业带电商、县域直播和仓储物流为核心方向,石家庄、保定等城市承接京津产业外溢,服饰、农产品等本土产业的电商化转型带动基础运营、直播实操类岗位需求,虽薪资门槛较低,但人才本地供给不足,且京津冀物流一体化建设进一步放大了供应链相关岗位的需求空间。未来三地电商人才需求将持续深化协同,AI 工具应用、数据分析、跨境合规等技能成为从业标配,复合型人才的市场溢价将持续提升。

预测未来三年的毕业生就业情况。

未来三年,高职电子商务专业毕业生整体就业门槛低、入行易,整体就业率将保持高位,但岗位分化明显,纯执行类基础岗竞争加剧,实操型复合型岗位缺口持续扩大,核心就业机会集中在跨境电商、直播电商、产业带电商及物流供应

链等实操性强的领域，AI 与数据基础能力也成为从业必备加分项。

高职生就业核心优势在实操能力，适配岗位以运营助理、直播中控、跨境操作、供应链专员、县域电商运营、基础美工等为主，应届生起薪多在 4.5k-6k，1-3 年实操经验后，跨境、直播操盘类岗位薪资可提升至 10k-18k，京津冀区域中天津的跨境物流、河北的产业带直播是高性价比就业方向，长三角、珠三角的产业带也有大量实操岗需求。

高职生想要提升就业竞争力，需避开纯客服、简单上架等易被 AI 替代的岗位，重点强化直播运营、跨境平台操作、供应链对接等实操技能，掌握 Excel 高级应用、短视频剪辑、视觉营销设计、电商平台基础规则等硬技能，熟悉 AI 作图、智能投放等基础 AI 工具，同时尽早参与店铺运营、直播实操等实战项目或实习，积累落地经验，走实操专业化路线，适配行业对电商实操人才的核心需求。

（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。

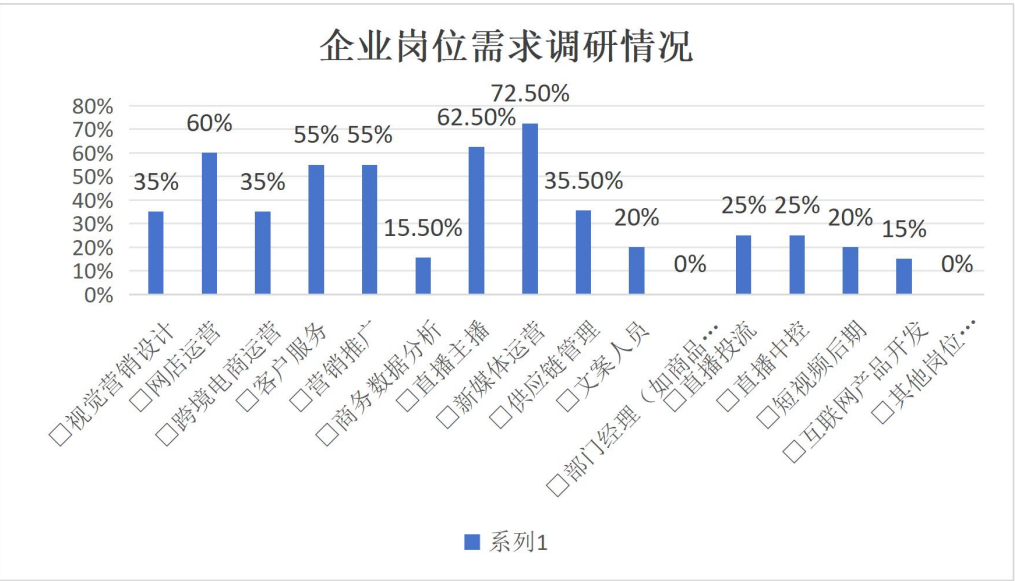
① 岗位占比分析

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 72.50%。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，新媒体已成为企业电商推广、用户引流的核心阵地。紧随其后的是直播主播需求比例为 62.50%和网店运营占比 60%，这两个岗位需求占比均超过 60%，其中直播主播岗位的高需求，反映出直播电商已成为电商行业的主流形态，企业对能带动产品转化、具备直播表达能力的人才需求迫切；网店运营作为传统电商的核心岗位，需求占比稳定偏高，体现了企业对店铺精细化运营、订单管理、产品上架等基础核心能力的持续需求。

客户服务和营销推广岗位需求占比持平，均为 55%，这两个岗位作为电商运营的基础支撑岗位，需求稳定且持续，客户服务直接关系到用户留存和品牌口碑，营销推广则是提升店铺曝光、促进成交的关键，反映了企业对电商全流程运营人才的刚需。

在中需求占比区间，视觉营销设计、跨境电商运营岗位需求占比均为 35%，供应链管理岗位需求占比为 35.50%，三者需求占比接近，表明企业在电商视觉呈现、跨境布局和供应链保障方面均有稳定需求。其中，跨境电商运营的需求，与当前政策扶持、全球贸易复苏以及企业出海布局的趋势密切相关，企业对具备关务合规、海外平台运营、跨境物流对接等能力的人才需求逐步提升；供应链管理岗位的需求，则体现了电商行业“货流为王”的特点，企业对库存管理、物流协同等能力的重视程度不断提高。

此外，直播电商相关配套岗位的需求也较为集中，直播投流、直播中控岗位



需求占比均为 25%，短视频后期岗位需求占比为 20%，文案人员岗位需求占比为 20%，这些岗位作为直播电商的支撑环节，需求相对稳定，反映出直播电商行业已从“粗放式直播”向“精细化运营”转型，对配套技能人才的需求逐步凸显。

商务数据分析岗位需求占比为 15.50%，互联网产品开发岗位需求占比为 15%，两者需求占比较低，主要原因在于这类岗位对专业技能要求较高，且部分企业更倾向于招聘对口专业（如数据分析、计算机）人才，电商专业人才在这类岗位上的竞争力相对较弱。部门经理及“其他岗位”需求占比均为 0%，说明企业当前更侧重基层和中层实操型、技能型人才的招聘，对高层管理岗位需求较少，且暂无明确的其他补充岗位需求。

图 1 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，需求占比分别为55%、60%，是电商运营的核心基础，需求稳定且占比较高，这类岗位主要承担电商运营的基础流程工作，是企业电商业务正常运转的保障，也是电商专业毕业生的主要就业切入点。

技能岗如视觉营销设计、跨境电商运营、供应链管理、直播投流、直播中控、短视频后期、文案人员等，需求占比在20%-35.50%之间，这类岗位需要具备特定的专业技能，如视觉设计、跨境运营规则、供应链管理知识、直播实操技巧等，需求百分比适中，是企业提升电商运营质量和效率的关键，也是电商专业人才提升竞争力的重要方向。

创新岗如新媒体运营、直播主播等，需求占比分别为72.50%、62.50%，这类岗位更偏向于创新领域和新兴赛道，对人才的创新能力、应变能力和实操能力要求较高，需求占比较高且增长潜力大；商务数据分析、互联网产品开发等岗位虽需求占比较低，但属于高技能创新型岗位，随着电商行业数字化、精细化发展，未来需求有望逐步提升。

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、直播电商相关岗位（主播、投流、中控等）、传统网店运营以及客户服务、营销推广等领域成为人才需求的热点，跨境电商、供应链管理等技能型岗位需求稳定，而高技能创新型岗位需求虽目前较低，但未来发展潜力较大。同时，随着行业的不断发展，企业对具备实操能力、复合技能的人才需求日益迫切，单一技能人才的竞争力逐步下降。

（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、基础文案、短视频后期、直播中控、直播投流等。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 55%，文案人员、短视频后期岗位的需求百分比均为 20%，直播投流、直播中控岗位的需求百分比均为 25%，结合岗位技术门槛综合核算，初级岗位整体需求占比约 30%。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、AI 文案生成、自动化剪辑、智能投流工具等，这些初级岗位的需求可能会逐渐降低，部分重复性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，如网店运营、营销推广、视觉营销设计、跨境电商运营、供应链管理、直播主播、新媒体运营等。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。网店运营岗位需求百分比为 60%，营销推广岗位需求百分比为 55%，视觉营销设计、跨境电商运营岗位需求百分比均为 35%，供应链管理岗位需求百分比为 35.50%，直播主播岗位需求百分比为 62.50%，新媒体运营岗位需求百分比为 72.50%，这些岗位合计核算后，中级技能人才整体需求占比达 60%，充分说明了中级技能人才在电商行业中的主体地位。其中，直播电商相关岗位以及新媒体运营岗位的需求增长迅速，为电商行业注入了新的活力，也为高职专科毕业生提供了广阔的就业空间。

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

调研数据显示，当前电商行业企业用人学历需求呈现清晰的分层特征，整体遵循“学历与岗位需求分层适配”的核心原则。其中，高职专科层次人才在电商行业拥有广阔的就业空间，通过专业技能提升与实践经验积累，可实现向管理岗位晋升及跨界发展的职业路径。

① 高职本科需求的全面性

高职本科人才的需求占比达 100%，这一数据充分体现了企业对兼具扎实理论基础与较强实践应用能力的复合型人才的迫切需求。在电商行业数字化、精细化发展的背景下，企业亟需能够快速适配行业发展趋势、具备系统专业技能与良好综合素养的复合型人才，以支撑企业业务的持续推进。

② 高职专科与普通本科的高需求

高职专科与普通本科人才的需求占比均为 80%，表明这两个学历层次的人才 是电商行业用人的核心群体，具有广泛的岗位适配性。其中，高职专科人才以实 操技能为核心优势，能够高效满足企业对基础运营岗位及中级技能岗位的用人需 求；普通本科人才则具备更为系统的知识体系与一定的分析研究能力，可胜任需 较强逻辑分析、创新思维的相关岗位工作。

③研究生及以上学历的较低需求

研究生及以上学历人才的需求占比为 22.5%，相对处于较低水平。这一现象 主要源于两方面：一是电商行业中高端技术岗位、研究型岗位的总量相对有限； 二是此类岗位更倾向于招聘具备丰富行业实践经验的本科层次人才，而非应届研 究生。此外，研究生及以上学历人才对薪资待遇、职位层级的预期相对较高，也 在一定程度上制约了企业对此类学历人才的招聘需求。

④高中及以下学历的最低需求

高中及以下学历人才的需求占比仅为 10%，为所有学历层次中最低。这一数 据反映出电商行业对基础岗位的学历门槛已逐步提升，随着行业技术迭代与运营 模式升级，即便是基础岗位，也对从业者的学历背景与基础素养提出了更高要求， 以适配岗位工作的开展。

2. 岗位需求分析

(1) 职业素养要求

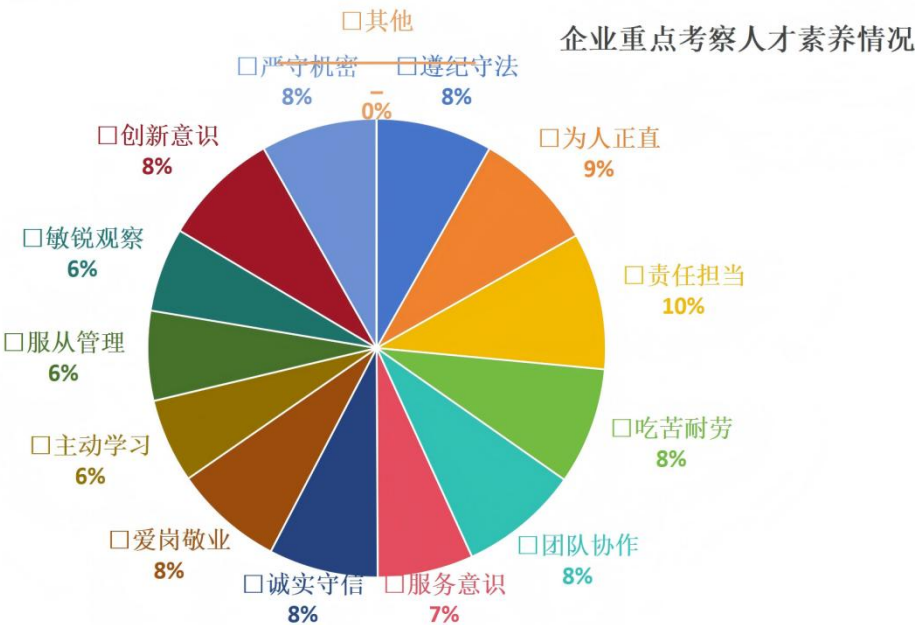


图 2 企业重点考察人才素养情况

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维度,结合行业最新趋势进行分析。

① 心理素质

为人正直:需求占比接近九成,意味着在电商行业中,企业高度看重员工的正直品质。电商交易涉及资金、信息、客户信任等多个敏感环节,只有为人正直的员工才能坚守诚信原则,杜绝虚假宣传、刷单炒信等违规行为,维护企业品牌形象和长期声誉。

吃苦耐劳:需求占比 85.5%,该素养需求占比高,反映出电商行业工作的强度和压力。尤其是“双十一”“618”等大促期间,运营、客服、仓配等岗位需要连续高强度工作;日常直播、短视频更新也要求团队具备加班赶工的能力。具备吃苦耐劳精神的员工更能适应行业节奏,保证业务顺畅运行。

主动学习与 敏锐观察:两者需求占比均为 61.5%,处于中等偏上水平。电商行业变化迅速——平台规则迭代、算法调整、消费趋势变迁、新工具涌现(如 AI 生成内容、智能客服等)。员工需要具备敏锐的观察力,及时发现市场变化和潜在机会;同时要有主动学习的意识,不断更新知识技能,否则容易在竞争中掉队。

服从管理:占比 65.5%,说明企业重视员工遵守规章制度和听从工作安排的能力。电商运营常需多部门协同(运营、设计、客服、物流等),服从管理有助于保证团队执行力和工作效率,减少内耗。

② 职业道德

遵纪守法:需求占比 85%,显示企业非常重视员工的法治意识。电商行业受到《电子商务法》《广告法》《消费者权益保护法》《个人信息保护法》等多部法律法规约束,员工必须严格遵守,避免虚假宣传、侵犯隐私、销售违禁品等法律风险,确保企业经营活动合法合规。

严守机密:同样占比 85%,在电商行业中尤为关键。企业掌握的店铺数据、供应链信息、客户资料、营销策略等属于核心商业机密,员工必须严格遵守保密规定,防止信息泄露,保护企业和客户利益。

诚实守信与 爱岗敬业:两者均为 80%,属于高需求素养。诚实守信是电商交易的基本准则,员工需做到言行一致、兑现承诺(如发货时效、售后处理),树立企业信誉。爱岗敬业体现了企业对工作态度的重视,只有热爱岗位、全身心

投入，才能提高效率和质量，为企业创造更多价值。

服务意识：占比 70%，仍然较高。电商本质是服务行业，客户满意度直接影响店铺评分、复购率及品牌口碑。员工需要具备良好的服务意识，及时响应客户咨询、妥善处理投诉退换货，提升客户体验和忠诚度。

③ 政治及业务素质

责任担当：需求占比高达 100%，是所有素养中最受企业重视的指标。在电商行业中，员工需要对个人工作结果负责、对团队目标负责、对企业发展负责。具备责任担当意识的员工，遇到问题不推诿，主动承担责任并寻求解决方案，是保障业务稳定运行和应对突发状况（如差评危机、供应链中断）的关键品质。

创新意识与团队协作：两者需求占比均超过 85%。电商行业竞争激烈，同质化严重，企业需要不断创新才能在产品、营销、服务等方面形成差异化优势。员工要敢于尝试新方法、新工具（如 AI 生成文案、虚拟主播、社交裂变玩法等），为业务注入活力。同时，电商各环节（选品、设计、运营、推广、客服、物流）相互关联，团队协作能力能打破部门壁垒，提高整体效率，实现共同目标。

（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。

跨境电商平台操作能力：该能力需求占比高达 80%，在所有调研技能中位居第一。这充分说明，随着跨境电商政策红利持续释放（如综试区扩容、海外仓建设提速）以及全球贸易数字化程度加深，企业对能够熟练操作亚马逊、速卖通、TikTok Shop、Shopee 等主流跨境平台的人才需求极为迫切。掌握平台规则、产品上架、跨境物流、支付结算、海外客户沟通等实操技能，已成为跨境电商运营岗位的核心准入门槛。

客户服务管理能力：需求占比接近七成，反映电商企业对客户服务质量的持续高度重视。优秀的客户服务管理不仅包括售前咨询与售后纠纷处理，还涵盖客服团队排班、话术优化、满意度监测、复购引导等系统化管理能力。在大促期间或直播爆发式引流后，高效的客服管理能显著降低投诉率、提升店铺评分。

网店运营能力：需求占比 65%，表明传统电商平台的店铺运营仍是企业基本功。网店运营涉及店铺装修、商品上下架、活动报名、店铺数据分析、竞品监控等综合事务，是电商业务稳定运转的中枢。具备扎实网店运营能力的员工，能够独立维持店铺健康度，并配合营销活动实现销售目标。

直播运营能力：需求占比 62.50%，直播运营能力需求强劲。直播电商已从粗放式运营进入专业化运营阶段，企业需要能够完成直播策划（脚本设计、选品排品）、场控（节奏把控、互动引导）、复盘（数据解读、优化策略）的全流程运营人才。直播运营能力与主播能力协同，共同决定直播间的转化效果。

图片拍摄处理能力：需求占比 60%，说明视觉呈现仍是电商转化的关键环节。高质量的主图、详情页、活动海报直接影响点击率和购买决策。企业要求员工具备产品拍摄、修图、合成、调色等实操技能，能够独立输出符合平台规范的视觉素材，减少对外部设计团队的依赖。

其他实践能力：商品采编能力占比 25%、短视频运营与制作 22.50%、AI 内容创作能力占比 22.50%等需求相对较低，但已形成一定基础。其中短视频制作能力虽当前占比不高，但随着视频化购物趋势加深，未来可能成为更多岗位的标配技能。

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。

文案策划能力 与 品牌策划能力：两者需求均超过 40%，反映出企业需要员工不断更新内容创作和品牌建设的方法论。随着消费者审美疲劳和同质化竞争加剧，单纯的价格战已难以为继，富有创意的文案策划（如情感营销、场景化描述）和差异化的品牌定位成为突围关键。具备这些能力的员工能够结合最新热点、用户心理和平台趋势，持续输出高转化内容。

商务数据分析能力与数据可视化能力：数据分析相关能力需求合计超过四成，表明数据驱动决策已成为电商运营的共识。员工需要掌握数据采集（生意参谋、数据银行等）、清洗、分析（漏斗分析、RFM 模型等）及可视化（图表制作、仪表盘）技能，能够从流量、转化、客单、复购等指标中发现问题并制定优化策略。值得注意的是，AI 运营优化能力占比 25%，也属于知识更新范畴，企业开始关注利用 AI 工具（如智能客服、AI 选品、动态定价）提升运营效率。

营销推广能力：需求占比 30%，相对低于预期。这并非说明营销推广不重要，

而是可能因为部分推广技能（如直通车、钻展、信息流投放）已被纳入更综合的“网店运营能力”或“新媒体运营能力”中。此外，企业更倾向于招聘具备策略思维而非单纯执行操作的推广人才，单纯“推广能力”的独立需求有所下降。

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：占比 68.5%，该能力既属于实践能力，也高度体现社会活动能力。优秀的客服管理需要同理心、沟通技巧、情绪控制、冲突解决等软实力，能够妥善处理客户异议、维护品牌口碑，并与售后、物流等部门协同解决复杂客诉。

网店运营能力：占比 65.00%，网店运营工作中，需要与设计团队沟通视觉需求、与供应链协调库存、与平台小二对接活动资源、与客服联动处理差评——这些均要求较强的跨部门协作与外部沟通能力，属于典型的社会活动能力体现。

其他体现社会活动能力的技能：品牌策划能力需求占比 41.50%，需要与外部广告公司、媒体、KOL 等进行合作洽谈；跨境电商平台操作能力占比 80.00%，中涉及与海外买家、物流商、支付服务商的沟通协调；项目战略规划能力需求占比 22%、管理能力占比 28%，则更偏向于内外部资源整合与团队领导，尽管当前需求占比不高，但对于晋升管理岗位至关重要。

四、调研结论

1. 职业面向的调整

职业适配电子商务师、互联网营销师、营销员、市场营销专员、商务策划师、品牌管理师、客户服务管理师、采购员等职业品类；岗位覆盖运营主管、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、直播主播、直播中控、短视频剪辑师等核心岗位。

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、直播主

播、直播中控、短视频剪辑师等岗位（群），适配电子商务师、互联网营销师、营销员、市场营销专员、商务策划师、品牌管理师、客户服务管理师、采购员等职业品类，能够从事电商运营、数字营销、商务策划、品牌管理、客户服务、采购管理、AI 视觉设计、直播运营、短视频制作、互联网及电商产品开发等工作的高技能人才。

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 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、金融学基础、商务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。

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，课程设置面向传统平台运营、跨境电商运营、新媒体电商运营（包含直播）三个方向，2026 级课程设置不做调整。

（2）新增与撤销部分课程

拟在第2学期增设专业基础课必修课《会计基础实操》、《金融学基础》，第3学期增设专业拓展课《跨文化商务交际》，撤销《管理学基础》、《消费者行为分析》、《商务沟通与社交礼仪》。

（4）部分课程重新设计

修改《视觉营销设计》课程名称为《AI视觉营销设计》，调整课程大纲，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。

2026 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

☐自有平台

☐唯品会

☐其他_____

☐快手

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

☐供应链管理

☐网店运营

☐文案人员

☐跨境电商运营

☐部门经理 (如商品部、运营部经理等)

☐客户服务

☐直播投流

☐营销推广

☐直播中控

☐商务数据分析

☐短视频后期

☐直播主播

☐互联网产品开发

☐新媒体运营

☐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

☐短视频运营与制作

☐文案策划能力

☐互联网产品设计

☐商品采编能力

☐物流管理服务能力

☐网店运营能力

☐跨境网络营销能力

☐网站开发与维护能力

☐跨境电商平台操作能力

☐客户服务管理能力

☐品牌策划能力

☐营销推广能力

☐项目战略规划能力

☐直播运营能力

☐企业管理能力

☐商务数据分析能力

☐数据可视化能力

☐AI 内容创作技能

☐AI 运营优化技能

☐新媒体运营能力

☐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]*

☐数码摄影与摄像

☐Photoshop 图像处理

☐文案策划写作

☐网络营销推广

☐网店运营与推广

☐网站开发与维护

☐客户服务管理

☐品牌策划推广

☐电子商务数据分析

☐新媒体运营推广

☐供应链管理

☐跨境电商实务

☐直播电商运营

☐电子商务法律法规

☐人力资源管理

☐消费心理学

☐短视频制作与推广

☐电子商务创业课程

☐社群营销

☐商务英语

☐项目管理

☐营销与策划

☐商务礼仪

☐短视频运营

☐互联网产品设计

☐零售门店 O2O 运营

☐行业数据化运营

☐用户体验设计

☐其他_____

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）
- ☐加强实操教学
- ☐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 ([填空题]) 需要进行简述)*

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])*

附件 1.2

2026 年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

2026 年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]*

☐ 校园招聘会

☐ 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)

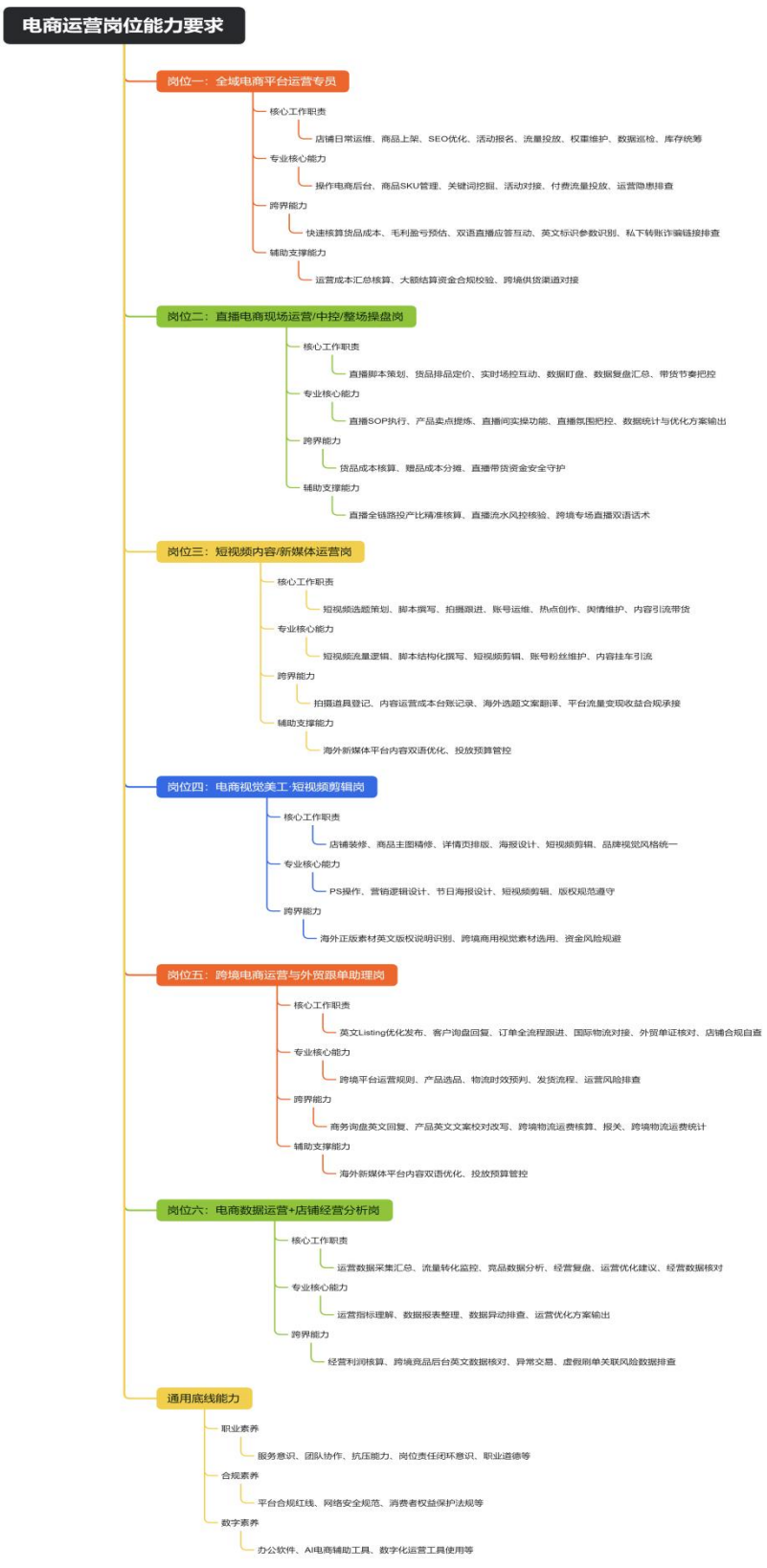
15. 您对专业建设的整体满意度如何?[单选题]*

☐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 4 能力图谱



附录 5 职业岗位、典型工作任务、核心技能对应表

岗位	职业岗位定位	典型工作任务	电商专业核心技能	标配跨界复合技能
全域电商平台运营专员	负责淘宝、拼多多、京东、抖音商城等全渠道线上店铺日常全链路运营，统筹流量、货品、活动、基础合规全流程，适配电商企业一线核心运营岗，衔接后端财税对账、资金合规核验、基础跨境单据对接工作。	1. 店铺基础运维：商家后台日常巡检、店铺基础信息维护、类目合规自查、店铺权重常态化维稳； 2. 商品精细化运营：新品规范上架、SKU 分级管理、标题 SEO 优化、主图及详情页运营适配调整； 3. 营销活动落地：平台官方大促、店铺自营销、品类专场活动报名、活动节奏全流程跟进落地； 4. 流量基础投放：直通车、千川小额基础投放实操、投放数据实时盯控、低成本引流调控； 5. 日常风险管控：物流异常排查、差评前置干预、平台违规预警整改、客诉前置协同处理； 6. 跨界协同辅助：每日平台账单简易核对、基础英文后台提示识读、店铺结算资金合规自查。	• 主流平台后台全流程实操技能 • 关键词挖掘与自然流量优化技能 • 全类型平台活动策划与落地执行技能 • 基础付费投放实操与流量调控技能 • 店铺违规风险快速排查与应急处置技能 • 货品库存联动统筹闭环技能	• 基础会计技能：核对平台日账单、统计店铺基础运营扣点与推广成本 • 基础商务英语技能：识读跨境平台英文后台提示、看懂供货英文单据 • 基础金融技能：熟知平台结算周期、甄别虚假垫付资金骗局、规避店铺资金流转风险
直播电商运营/中控整场操盘专员	专职负责直播间全流程策划、现场场控、货品节奏把控、投流配合及下播复盘，适配品牌直播间、产地供应链直播间、达人带货直播间全场景，兼顾直播成本核算、资金风控拦截、简易双语互动辅助工作。	1. 直播前置筹备：整场直播脚本撰写、货品分级排品、定价议价、福利玩法方案提前搭建； 2. 现场实时运维：直播间上下架改价、福袋秒杀发放、实时控评留人、临场氛围节奏调控； 3. 投流协同配合：配合投流人员盯控实时在线人数、互动数据，同步调整直播带货节奏； 4. 赛后复盘优化：统计单场成交、转化率、UV 价值等核心数据，输出次日直播优化整改方案； 5. 现场应急处置：突发舆情、主播临时断档、货品缺货等突发问题快速临场处置； 6. 跨界配套工作：单场直播货品成本快速核算、异常刷单订单拦截、简易跨境样品双语答疑。	• 标准化直播 SOP 全流程搭建技能 • 口语化带货脚本编写与卖点提炼技能 • 直播间全功能实操与临场节奏把控技能 • 直播核心数据采集、汇总与复盘分析技能 • 直播突发舆情及现场应急处置技能	• 基础会计技能：快速核算单场货品、赠品分摊成本，预估整场直播毛利盈亏 • 基础商务英语技能：完成简单双语直播互动、识读跨境样品英文参数标签 • 基础金融技能：精准拦截异常大额刷单订单、排查私下转账诈骗链接，保障直播资金安全
短视频/新媒体电商内容种草运营专员	聚焦抖音、小红书、视频号等新媒体平台，负责电商种草内容全链路创作与账号运维，以内容	1. 内容选题策划：贴合电商货品赛道抓热点、做爆款选题规划，贴合消费需求定向创作； 2. 爆款内容产出：撰写带货种草脚本、跟进实景实拍、完成基础剪辑成片； 3. 账号长效运维：固定节奏发布作品、粉丝分层维护、评论区舆情常态化管控；	• 平台流量推荐机制研判与爆款选题技能 • 电商带货类结构化脚本撰写技能 • 短视频基础剪辑、字幕配音、节奏卡点	• 基础会计技能：登记拍摄道具、小额投放费用，规范做好内容运营简易成本台账 • 基础商务英语技能：简易翻译海外

岗位	职业岗位定位	典型工作任务	电商专业核心技能	标配跨界复合技能
	引流、挂车带货为核心目标，同步管控内容运营成本、合规变现、跨境内容简易适配优化。	4. 流量变现落地：优质内容精准挂载对应货品，跟进自然流量引流、促成下单转化； 5. 热点借势优化：紧跟平台新规、节日热点，快速调整内容创作方向适配流量风口； 6. 跨界配套工作：登记内容拍摄耗材费用、简易翻译海外带货文案、合规把控内容变现渠道。	成片技能 • 账号粉丝运维与负面舆情管控技能 • 内容挂车选品、自然流量高效变现闭环技能	热门带货文案，适配跨境短视频配文排版 • 基础金融技能：规避违规金融导流内容，合规承接平台流量变现收益
电商视觉美工与短视频剪辑专员	负责店铺全视觉物料设计、商品图片精修、营销海报制作、带货短视频切片剪辑，支撑全店铺营销转化视觉落地，同步管控设计耗材成本、合规选用商用素材、规避资金交易风险。	1. 商品视觉优化：商品原图抠图、瑕疵精修、色彩调色、场景合成，适配平台主图规范； 2. 店铺视觉装修：店铺首页模块化排版、营销详情页分层设计、品牌视觉风格统一； 3. 营销物料输出：节日大促海报、活动贴片、优惠券图、氛围营销图批量制作； 4. 短视频后期：直播高光切片、带货短视频剪辑、字幕配乐、成品批量输出； 5. 素材合规管控：筛查商用素材版权、杜绝侵权图片及字体违规使用； 6. 跨界配套工作：统计外包设计耗材费用、识读海外素材英文版权说明、规避盗版素材私下资金交易。	• PS 商品精修、版式排版、营销视觉设计技能 • 店铺首页与高转化详情页一体化装修技能 • 节日氛围营销海报批量快速设计技能 • 短视频剪辑、切片、配乐、字幕全流程后期技能 • 电商视觉版权合规自查与风险规避技能	• 基础会计技能：统计美工耗材、外包设计费用，做好支出简易台账登记 • 基础商务英语技能：读懂海外正版素材英文版权标注，合规选用跨境商用物料 • 基础金融技能：拒绝盗版付费素材私下交易，防范小额资金被骗风险
跨境电商运营助理/外贸跟单专员	对接跨境电商平台及海外采购客户，负责跨境 Listing 运营、询盘对接、订单跟单、物流发货全流程，是电商专业对接外贸赛道核心岗位，重点依托英语能力，配套财税成本核算、跨境资金风控能力。	1. 跨境店铺运维：跨境产品选品、规格核验、合规上架、基础店铺日常巡检； 2. 海外客户对接：及时回复英文询盘、解答产品参数疑问、维护海外客情关系； 3. 跨境订单跟单：订单确认、备货跟进、物流对接、发货回执全程闭环跟踪； 4. 物流单证基础：核对简易外贸单据、对接国际小包/海外仓发货渠道； 5. 跨境合规自查：排查产品知识产权侵权、跨境平台违规上架风险； 6. 跨界配套工作：核算跨境物流杂费、简易核对跨境回款流水、甄别跨境虚假回款骗局。	• 跨境平台基础规则认知与合规运营技能 • 跨境基础选品与海外市场偏好研判技能 • 国际物流渠道对接、发货流程实操技能 • 跨境店铺侵权及违规风险排查技能 • 跨境订单全流程跟单闭环管控技能	• 基础商务英语技能：独立回复简易英文询盘、校对基础英文产品文案 • 基础会计技能：核算跨境运费、报关杂费、汇兑差价，统计单品跨境综合成本 • 基础金融技能：掌握跨境第三方收付款流程，精准辨别虚假跨境回款诈骗隐患
电商数据运营与店铺经营分	负责全店铺运营数据采集、指标监控、竞品对标、经营	1. 日常数据台账：每日采集流量、转化、客单价等核心指标，规范整理数据报表； 2. 数据异动诊断：快速排查流量下滑、转化率异常、订单锐减等数据问题根源；	• 六大电商核心运营指标解读与研判技能 • Excel 数据透视	• 基础会计技能：联动财务核对流水账单，精准核算店铺月度真实经

岗位	职业岗位定位	典型工作任务	电商专业核心技能	标配跨界复合技能
析专员	复盘，联动财务核对经营收支，为运营决策提供数据支撑，是电商精细化运营核心后台支撑岗位，融合数据、财税、资金、跨境多维研判能力。	3. 周月度复盘：汇总全店经营数据，对标竞品数据，输出可落地优化建议； 4. 财务数据联动：对接核对每日成交流水、退款账单，同步核验经营收支； 5. 合规数据风控：结合资金流水数据，排查虚假刷单、异常交易关联隐患； 6. 跨界配套工作：对标跨境英文竞品数据报表、核算月度真实店铺经营毛利。	表、台账制作、数据可视化报表技能 • 数据异动快速定位、问题溯源诊断技能 • 基于数据输出改品、调流、优化活动的实操决策技能 • 店铺全维度经营复盘总结技能	营利润 • 基础商务英语技能：识读跨境竞品英文数据字段，完成基础跨境数据对标 • 基础金融技能：依托交易数据同步排查异常资金流水、刷单风控隐患

附录 6

电子商务专业 2026 级人才培养方案修订说明

一、修订依据

本次《电子商务专业 2026 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，结合电子商务专业群课程设置，增设专业方向课必修课《跨境市场分析与消费者行为》课程；增设专业平台课必修课《金融学基础》、《会计基础实操》、《跨文化商务交际》课程；增设专业群互选课程《国际贸易实务》、《外贸谈判视听说》、《审计实务与内部控制》、《智能化成本核算与管理》、《证券投资实务》、《国家税收》，撤销《管理学基础》、《消费者行为分析》、《商务谈判与社交礼仪》课程。

调整《数据库应用技术》为专业技能课程必修课，《零售基础》、《商务数据

分析》为拓展课选修课。

实践教学强化：《综合实践》课程新增实践项目模块。模块一：电商数据分析与决策实训项目；模块二：AI 数字人直播与真人直播运营实训项目；模块三：全链路内容生产实训项目；模块四：外贸单证操作实训；模块五：商务接待与谈判实训；模块六：国际商务礼仪实训；模块七：商务管理沟通实训项目；模块八：金融科技应用项目；模块九：理财规划综合实训项目；模块十：出纳业务操作；模块十一：EXCEL 在会计中的应用；模块十二：企业经营沙盘模拟训练。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；

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。

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、51 名往届毕业生，召开 5 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。