

漯河职业技术学院 3+2 贯通培养电子商务专业

人才培养方案（高职阶段）

(2025 版)

一、专业名称及代码

（一）专业名称：电子商务

（二）专业代码：530701

二、入学要求

五年制及 3+2 学制修完<电子商务专业>中职阶段全部课程者。

三、修业年限及学历

全日制 2 年。实行弹性学制，学生可通过学分认定、积累、转换等办法，在 2-4 年内完成学业。

四、职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业 类别 (代码)	主要岗位群或技 术领域	职业资格证书和技 能等级证书
财经 商贸 大类 (53)	电子 商务类 (5307)	互联网和相关服 务 (64) 批发业 (51) 零售业 (52)	销售人员 (4-01-02) 商务咨询服务人 员 (4-07-02)	营销推广 运营管理 客户服务	电子商务师 电子商务 1+X 职业 技能等级证书

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

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

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1. 素质

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

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

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维，具有学电子商务、爱电子商务的职业理念和服务“网络经济”的职业理想；

(4) 具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

2. 知识

(1) 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

(2) 熟悉与本专业相关法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等相关知识；

(3) 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；

(4) 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；

(5) 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；

(6) 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；

(7) 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识；

(8) 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法；

(9) 掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识。

3. 能力

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

(3) 具备一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力；

(4) 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等；

(5) 能够根据摄影色彩、构图策略进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片，能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度；

(6) 具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作；

(7) 具备网店设计与装修的能力, 能够根据产品页面需求, 进行页面设计、布局、美化和制作;

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

(9) 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理;

(10) 能够根据运营目标, 采集电子商务平台数据, 并依据店铺、产品和客户数据等各类数据, 进行分析与预测;

(11) 能够正确进行网络营销, 应对客户咨询、异议、处理客户投诉, 进行客户个性化服务等;

(12) 能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理。

4. 职业态度

(1) 自觉遵守相关法律法规、标准和管理规定;

(2) 具有吃苦耐劳, 爱岗敬业的精神;

(3) 具有团队合作意识;

(4) 具有积极向上的态度和创新精神;

(5) 具有良好的思想政治素质和职业道德;

(6) 具有良好的工作品格和严谨的行为规范;

(7) 能与电子商务企业、关联上下游企业等单位建立良好、持久的关系;

(8) 能进行自我批评与检查, 具有敬业、吃苦耐劳的精神, 勇于承担责任。

六、人才培养模式

根据专业人才培养目标, 本专业采用校企合作、工学交替的人才培养式模式。电子商务专业要求学生从电子商务工作岗位认知入手, 根据电子商务工作岗位的需要设置理论课程, 并以实训强化理论提高技能; 通过校内专项实训、模拟综合实训、引企入校等方式加强学生技能训练, 并依托行业进行专项技能培训, 时间为2年。同时, 每个学生根据个人的爱好和特长, 选择适合个人发展方向的岗位目标, 进行毕业设计。

第1-3学期, 进行电子商务专业理论课程教学和专业基本素质、基本技能培养, 通过理论教学和校内专项实训, 完成必需的职业基础知识和电子商务技能教育, 获取相应的专项技能证书。

第4学期还将按照企业与系部共同制定的实习课程指导手册规定内容进行实习，校企双方实行联合管理、共同指导，实习结束，以企业为主导对实习学生进行业绩考核和实习综合评定。本学期结束时完成相关毕业设计。

七、课程设置及要求

（一）课程设置

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、公共外语、体育、创新创业教育、劳动教育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并将大学语文、美育（含音乐欣赏、美术欣赏）、中华优秀传统文化等列入限选课。

2. 专业课程

（1）专业群共享课程

开设3门，包括：管理学、网店运营与管理、网络营销等。

（2）专业核心课程

开设7门，包括：移动电子商务、视觉营销设计、电子商务文案、客户关系管理、电子商务平台应用、电子商务法、网络广告实务等。

（3）专业拓展课程

开设3门，商务数据分析、仓储与配送管理、短视频拍摄与制作等课程。

（二）主干课程教学内容及要求

1. 课程名称： 网络营销

课程目标：通过任务驱动型的项目活动，要求学生在掌握网络营销与策划理论的基础上，对自己将要服务的企业与专业领域有全面的了解，能为客户量身定制合理网络营销方案。会熟练运用各种网络营销工具进行企业网络营销工作，能与客户良好沟通，能进行数据分析和顾客异议解决。

主要内容：本课程主要介绍网络营销的基本概念、内容、特点、工具和手段，系统地描述网络环境下市场及消费者行为的特点和变化，针对网上消费者的需求及购买决策过程进行分析，并对网络品牌建设、产品与服务、价格与网上定价、渠道与供应链管理、网络广告与促销策略和客户关系管理内容进行深入浅出的阐述，重点描述和分析交互式网络营销沟通、在线客户关系的建立与维系、网络营销绩效评价等营销实务内容。

教学要求：本课程是实战性和操作性强的应用型课程，建议在有网络环境的教室展开教学，充分利用网络开发资源和相关教学软件，通过教师讲授、案例分析、网络实践等丰富的教学手段，给学生的学习过程带来更多的综合体验。本课程可采用项目导向，任务驱动式的教学模式，根据课程内容、课程目标结合人才培养目标提炼适当的项目任务，每个具体的项目任务中应明确学生要达到的知识目标、能力目标与素质目标，学生完成任务的各项指标及衡量方式。

2. 课程名称：网店运营与管理

课程目标：本课程要求学生熟悉淘宝、京东等第三方电子商务平台；能合理地进行网上店铺管理，能正确地进行网店商品的管理，通过不同方式扩大网店的知名度并做好网店的客服工作；能通过各种媒体资源查找所需信息，并利用信息解决实际问题；能分析实际工作任务情况，制定工作计划并实施；能从网店工作中不断吸取经验，提高网店技能应用水平。

主要内容：本课程以淘宝店铺为例，通过体验申请经营一家店铺的过程，熟悉网上交易的基本流程以及网上销售的一系列环节，独立完成网上开店经营的实务操作。

教学要求：本课程采用情景教学模式，按照“高技能型人才”的培养目标要求，将传统教学、多媒体教学、网络教学有机结合，多种教学方法相互渗透、灵活运用。在情境教学过程中，将学生分为若干组，每组按照项目要求，完成网店系统的设计、实施、测试、管理和评价。同时指导学生学会搜索和利用网上资源，锻炼学生独立学习、解决问题的能力。

3. 课程名称：客户关系管理

课程目标：要求学生能掌握客户关系管理软件的操作，理解客户关系管理的意义并能根据资源库开发客户资源和维护好客户关系。

主要内容：客户关系管理包括认识客户关系管理、识别与开发客户资源、建设与管理客户信息库、提升客户的满意度和客户的忠诚度、客户关系管理的应用五个部分，每个章节后均有习题和案例。

教学要求：要求教师通过多媒体教学增强教学的生动性和直观性；运用案例对学生进行应用能力训练，教师选取典型案例，通过背景介绍、提出问题、学生讨论、教师评析、分析结果等步骤，让学生掌握知识、锻炼能力，同时对基本理论进行形象说明，以印证基

本理论重要性，使学习的知识点能够在现实生活中找到运用的场景；通过课堂讨论教材中的基本理论、疑难问题或有争议的问题，促进师生互动交流，收到良好的教学效果。

4、课程名称：网络广告实务

课程目标：要求学生依托理论知识能分析网络广告现状，网络中广告的优劣，并能根据企业不同时期的宣传目标和经费投放选择网络广告投放平台，能根据实际需要策划制作简单的网络广告。

主要内容：本课程主要让学生了解网络广告与传统广告的区别与联系，掌握网络广告的特性，理解网络广告的策划、创意、制作、发布。主要包括：网络广告概述，电子邮件广告、搜索引擎广告、富媒体广告，网络广告策划，网络广告创意，网络广告制作，网络广告发布，网络广告效果评估，网络广告经营，网络广告监督管理等。

教学要求：本课程是实战性和操作性强的应用型课程，建议在有网络环境的教室展开教学，充分利用网络开发资源和相关教学软件，通过项目化教学分解教学任务，按小组形式完成教学任务。

5. 课程名称：视觉营销设计

课程目标：通过视觉营销设计课程的学习，使学生能综合使用多种软件和工具进行网络产品图片美化、修饰和处理，能胜任网店产品美化、网店装修以及平面广告设计等诸多领域的应用。

主要内容：视觉营销设计课程在介绍使用 PHOTOSHOP 软件进行产品图片处理的基础上，开发使用 Fireworks 软件进行产品图片的校正、修饰和修复切片处理，并完成不同软件的综合使用进行产品海报设计和图片美化。

教学要求：课程教学使用多媒体机房，结合网店产品和网络特点进行案例式教学，让学生灵活应用 PHOTOSHOP 和 Fireworks 两款软件综合使用进行网络产品优化和修饰，同时布置设计海报任务，使学生发挥创造力。

6. 课程名称：移动电子商务

课程目标：通过本课程的学习，使学生系统掌握移动电子商务的基础知识，能使用移动互联网思维进行营销活动，掌握二维码技术、HTML 5 技术、LBS 技术，能使用微信等移动端工具策划营销活动，能使用移动支付工具进行支付活动。

主要内容：本课程分为理论和实训两部分。理论部分包括移动电子商务系统概述、移动电子商务技术及应用、移动支付的运营模式、移动营销案例解读、微信营销、O2O 模式及营销；实训部分包括移动支付、微信营销、微店装修、社交商务应用。

教学要求：本课程在教学过程中采用案例教学法和项目化教学，通过多种媒体手段进行教学和演示操作流程，然后布置工作任务，将课程单元按照工作任务分解为不同的项目，将学生分成不同的工作小组，学生可根据给定的项目内容，分组完成项目任务。

7. 课程名称：电子商务平台应用

课程目标：通过本课程设置的项目活动，学生能够运用实训平台按照角色分工，完成建立网店、网店推广、网络产品销售、网络客户服务等工作任务，使学生了解自身的优势和网店经营能力，熟悉网上开店的基本流程，熟悉网店交易规则和网店商品发布规则，理解网店经营过程中促销的内涵；会通过实训平台开设店铺，能使用不同工具进行网店的管理，能独立完成网络交易，培养学生商品网络交易的能力；使学生在实践中形成学习新知识、新技术、新方法的能力，养成工作主动、不计较个人得失、自觉维护企业和自身的商业信用以及团队协作的习惯。

主要内容：通过本课程的学习，了解电子商务沙盘模拟的作用、平台经营规则、市场环境等，理解模拟电商企业的组织架构，熟悉岗位职责、角色分工，理解各环节操作意义、投放广告标准、市场开拓必要性、企业利润表等，熟悉各环节流程操作，竞争对手状态，产销平衡分析以及固定资产投资策。通过学习能做电子商务企业的团队建设，会做团队角色的分工、定位；能做店铺初始经营，会做店铺初始经营规划、店铺初始经营策略的制定；会做广告投放和订单的选择、产销平衡分析、费用成本效益核算、财务报表分析、财务预算、SWOT 分析以及企业中长期战略规划等，最终在模拟经营对抗中取得较好成绩。

教学要求：课程按照学生的认知规律，由简单到复杂、有兴趣到探究、初识到经验的积累，将学习项目和学习任务顺序化，形成项目导向、任务驱动的教学模式。针对具体的教学内容和教学过程主要是采用游戏教学方式，把学生分成多个小组，每组 4 人，组成一家电子商务企业，学生分别担当不同的角色，进行模拟经营对抗。

8. 课程名称：电子商务文案

课程目标：通过任务驱动型的项目活动，使学生在掌握电子商务文案写作理论的基础上，能为企业商品或活动制作合理的策划方案。会熟练创作各种形式的电子商务文案，能够掌握先进的营销理念与技能，顺利完成各项营销推广工作。培养学生写作与策划实践能力，同时提高学生自主学习能力和团队协作意识，以利于学生未来的可持续发展。

主要内容：本课程主要介绍电子商务文案写作的基本概念、操作方法。课程从岗位要求、职业素养、学习领域入手，详细分析商品定位、品牌文案、网络推广文案的写作方法，以及移动端营销文案的写作方法，使学生掌握各种形式的电商文案的写作技巧，提高学生电商文案策划能力。

教学要求：本课程要求采用项目导向、任务驱动式的教学模式，通过教师讲授、案例分析、创作实践等手段，根据课程内容、课程目标结合人才培养目标提炼适当的项目任务，明确学生要达到的知识目标、能力目标与素质目标，学生完成任务的各项指标。

9. 课程名称：短视频拍摄与制作

课程目标：通过任务驱动型的项目活动，要求学生在掌握短视频营销理论的基础上，对短视频的拍摄、策划和运营有一个系统的了解。能为客户量身定制合理视频营销方案。会熟练运用各种视频剪辑工具，了解短视频平台的基本流量算法和拍摄技巧。

主要内容：本课程是高职院校电子商务专业的一门实训类课程。本课程以抖音平台为例，以应用为主线，以技能为核心，从拍摄手机短视频的前期准备到内容策划，从手机短视频的拍摄方法到拍摄实战，从手机短视频的后期剪辑到优化与发布，系统而深入地介绍了手机短视频拍摄、剪辑与发布的实战方法和技巧，使学生们快速掌握各种短视频拍摄与制作的实操技能与关键技法。

教学要求：本课程采用项目驱动式教学模式，按照“高技能型人才”培养目标要求，在教学过程中，将学生分为若干组，每组按照项目的要求，完成短视频的策划、拍摄、运营和评价。同时给学生提供实践的机会，鼓励学生开设个人 IP 账号，通过真实数据和市场反应锻炼学生的应变能力，加深对视频营销的深层理解。

八、教学进程总体安排

见附录一：五年制高职阶段电子商务专业教学进程表；附录二：学时与学分分配表。

附录三：五年制高职阶段电子商务专业分学期教学安排表。

九、实施保障

（一）师资队伍

表 1 师资队伍结构与配置表

类别	数量	具体配置
师资队伍结构	21	学生数与本专业专任教师数比例 18:1，双师素质教师占专业教师比 83%。
专业带头人	1	具有副高职称，能够较好地把握国内外电商行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对电子商务专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本高校区域或电子商务领域具有一定的专业影响力。
专任教师	15	具有高校教师资格和本专业领域有关证书； 有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心； 具有市场营销、电子商务、计算机等相关专业本科及以上学历； 具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力； 具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究； 每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。
兼职教师	5	主要从电子商务协会、校企合作企业、本地知名电商企业等相关企业、机构聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的电子商务专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学及实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、互联网接入，并实施网络安全防护措施；安装应急照明设置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本条件

为突出实践教学环节，电子商务专业建设并完善校内实验环境和实训基地，加强专业实验室软硬件环境的投入和建设，满足课内实验、课程设计、研究或设计课题。通过增加综合性实验和设计性实验开出量、开展多种形式的课外实训活动，培养学生的专业知识综合应用能力和创新、创业能力，使学生具备从事本领域实践工作的能力。通过加强与企业

的横向联系，增加合作企业数量，采取学生走出去和企业请进来的多种形式提高校企合作的层次和质量，以满足电子商务专业学生集中与分散相结合的顶岗实习就业需要。

表 2 校内实践教学条件配置

序号	实验室或实训室名称	实验实训项目名称	主要实验实训仪器设备	备注
1	电子商务综合实训室	电子商务专项、综合实训	电脑、软件	
2	网络营销实训室	网络营销项目实践实训	电脑、软件	
3	电子商务运营工作室	电商运营、网店运营实训	电脑、实训桌椅	
4	电商美工实训室	电商美工设计	电脑、软件	
5	京东校园实训中心	电商客服	电脑、软件	
6	河南省电子商务继续教育基地漯河分基地	电子商务项目运作	电脑、软件	
7	漯河市电子商务培训基地	电子商务项目运作	电脑、软件	

3. 校外实训基地基本条件

具有稳定的校外实训基地，通过与企业进行广泛和深入的合作，探索并找到校企合作的良好模式，建成若干个稳定的校外实训基地。确保校外实训基地能够提供开展电商运营、网络营销策划、新媒体编辑、电商美工、客户服务等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 3 校外实践教学条件配置

序号	实习实训基地名称	实习实训项目名称	备注
1	杭州德儿网络科技有限公司	电子商务运营实训	
2	上海盒马生鲜有限公司	营销推广实训	
3	河南大张实业有限公司	电子商务运营实训	
4	浙江笋尖网络科技有限公司	视觉营销设计实训	
5	杭州最田网络科技有限公司	营销推广实训、客户服务实训	
6	河南云和数据信息技术有限公司	客户服务实训	
7	漯河市卫龙食品有限公司	电子商务运营实训	
8	杭州四喜信息技术有限公司	电子商务运营实训	

（三）教学资源

1. 教材选用

按照国家规定及学校教材选用制度，择优选用教材，禁止不合格的教材进入课堂。

2. 图书文献配置

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

3. 数字资源配置

建设、配备与电子商务专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

以“教、学、做”一体化为切入点，将传授知识与培养能力结合起来，以教学为载体，以教师为主导、以学生为主体，实现教学、学生和教师这三个层面的相互融合，促进教学质量的提高和学生学习积极性的增强，力求实现从“以教为中心”到“以学为中心”的转变。在教学过程中，积极探索任务驱动、项目导向的教学模式；将现代化教学手段与传统教学方法相结合，灵活运用角色扮演、情景模拟、亲身体验、小组讨论等多样教学方法，提高教学效果。

（五）学习评价

践行“教、学、做”一体化的教学模式，电子商务专业的主要课程依据“项目导向、任务驱动”的要求，结合企业的具体情况，对本专业的主要课程进行考核评价。

1. 理论加实践课程考核评价方法

总成绩=平时成绩*10%+过程考核成绩*50%+期末笔试成绩*40%

2. 纯实践课程考核评价方法

总成绩=平时成绩*10%+过程考核成绩*60%+实训报告成绩*30%

3. 纯理论课程考核评价方法

总成绩=平时成绩*10%+期末考核成绩*40%+实训报告成绩*50%

学生在规定学年内修满学分并取得相关专业技能证书，具备从事电子商务行业的相应技能即为合格。

（六）质量管理

1. 建立和完善专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面的标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，实现人才培养规格。

2. 建立和完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

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

4. 专业教研室将充分利用评价分析结果，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

本专业学生毕业时应达到培养目标及培养规格的素质、知识和能力等方面要求，同时满足以下条件。

（一）学分条件

本专业学生在毕业前总学分必须取得不少于 98.75 学分，其中公共基础必修课不少于 30.75 学分，公共基础限选课不少于 2 学分，公共基础任选课不少于 4 学分，专业群共享课程不少于 10 学分，专业核心课不少于 26 学分，专业拓展课不少于 8 学分。

（二）证书

学生在校期间，应考取必要的基本能力证书及职业资格证书，鼓励学生考取多项职业（执）业资格证书。

表 4 考取证书一览表

证书类别	证书名称	考证等级要求	备注
基本能力证书	普通话等级证书		选考
	计算机等级证书		选考
职（执）业资格证书	电子商务师	3 级	任选其中（1）项
	电子商务师	4 级	
	1+X 职业技能等级证书	中级	

附录一 五年制高职阶段电子商务专业教学进程表

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学时		学分	开课学期与周学时				开课单位	考核方式	备注
				理论	实践		一	二	三	四			
公共基础及素质教育课程	必修课	1 思想道德与法治	161010	48	0	3	4/12				马院	考试	
		2 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	18010013	36	0	2		2				考试	
		3 习近平新时代中国特色社会主义思想概论	161008	54	0	3			4/14			考试	
		4 ※形势与政策(一)	161004	8	0	0.25						考查	
		5 ※形势与政策(二)	161005	8	0	0.25						考查	
		6 ※形势与政策(三)	161006	8	0	0.25						考查	
		7 劳动教育	231003	3	30	2	1	1			学工部	考查	
		8 ※军事理论	231001	36	0	2		2				考查	
		9 军事技能(增加)	231006	0	112	2	2周					考查	
		10 大学体育(一)	101001	10	26	2	2				公共体育部	考试	
		11 大学体育(二)	101002	10	26	2		2				考试	
		12 大学英语(一)	201001	64	0	4	4				公共教学部	考试	
		13 大学英语(二)	201002	64	0	4		4				考试	
		14 创新创业教育	181002	12	24	2		2			招生就业处	考查	
		15 大学生就业指导	181003	8	8	1			1			考查	
		16 实验室安全教育	141001	8	8	1	1				教务处	考查	
		小计		377	234	30.75	12	11	5				
	限选课	17 ※大学语文	101008	36	0	2	2				公共教学部	考查	
		小计		36	0	2	2						
	任选课	18 公共任选课		32	0	4					教务处	考查	
		小计		32	0	4							
专业课程	专业群共享课程 专业核心课	19 管理学	063021	24	8	2	2				商贸物流学院	考试	
		20 网店运营与管理	063004	36	36	4		4				考试	
		21 网络营销	063005	36	36	4		4				考试	
		小计		96	80	10	2	8					
		22 移动电子商务	063007	36	36	4		4				考试	
		23 视觉营销设计	063015	36	36	4			4			考试	
		24 客户关系管理	063018	36	36	4			4			考试	

专业拓展课	25	电子商务平台应用	063011	16	48	4	4				考试
	26	电子商务文案	063012	36	36	4			4		考试
	27	电子商务法	063002	24	8	2	2				考试
	28	网络广告实务	063010	36	36	4			4		考试
	小计			220	236	26	6	4	16		
	29	短视频拍摄与制作	063026	16	16	2	2				考查
	30	商务数据分析	063049	18	18	2			2		考查
	31	仓储与配送管理	063031	36	36	4			4		考查
	小计			70	70	8	2		6		
	32	毕业设计	064025	0	162	9				9周	考查
	33	顶岗实习	064030	0	162	9				9周	考查
	小计			0	324	18				18周	
教学计划总计			1775	831	944	98.75	24	23	27		

备注：1. ※表示线上课程。

2. 每学期安排 20 周的教学活动，其中第 19、20 周为复习考试时间。

附录二 学时与学分分配表

课程类别		学时	占总学时比例%	学分	占总学分比例%
公共基础及素质教育课程	必修课	611	34.42	30.75	31.14
	限选课	36	2.03	2	2.03
	任选课	32	1.80	4	4.05
专业技能课程	专业群共享课	176	9.92	10	10.13
	专业核心课	456	25.69	26	26.33
	专业拓展课	140	7.89	8	8.10
实践教学占比①		324	18.25	18	18.22
总 计		1775	100	98.75	100
注：①指所岗位实习及单列实习实训及专业集中实践课程。					

附录三 五年制高职阶段电子商务专业分学期教学安排表

第一学期				第二学期			
课程代码	课程名称	课程性质	周学时	课程代码	课程名称	课程性质	周学时
161010	思想道德与法治	必修	4	161005	形势与政策(二)	必修	
161004	※形势与政策(一)	必修		18010013	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	2
231003	劳动教育	必修	1	231003	劳动教育	必修	1
231006	军事技能	必修	2 周	101002	大学体育(二)	必修	2
101001	大学体育(一)	必修	2	201002	大学英语(二)	必修	4
201001	大学英语(一)	必修	4	181002	创新创业教育	必修	2
141001	实验室安全教育	必修	1	063004	网店运营与管理	必修	4
101008	※大学语文	必修	2	063007	移动电子商务	必修	4
063021	管理学	必修	2	063005	网络营销	必修	4
063011	电子商务平台应用	必修	4	231001	※军事理论	必修	2
063002	电子商务法	必修	2				
063026	短视频拍摄与制作	必修	2				
合计			24	合计			23
第三学期				第四学期			
课程代码	课程名称	课程性质	周学时	课程代码	课程名称	课程性质	周学时
161008	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	必修	4	064025	毕业设计	单列实训	9 周
161006	形势与政策(三)	必修		064030	顶岗实习	单列实训	9 周
181003	大学生就业指导	必修	1				
063012	电子商务文案	必修	4				
063010	网络广告实务	必修	4				
063015	视觉营销设计	必修	4				
063018	客户关系管理	必修	4				
063049	商务数据分析	必修	2				
063031	仓储与配送管理	必修	4				
合计			27				

编制说明

本人才培养方案适用于五年制专科高职阶段电子商务专业，由漯河职业技术学院电子商务专业建设委员会组织专业教师，与杭州最田网络科技有限公司、河南大张实业有限公司等合作企业的专家共同制订，经中国共产党漯河职业技术学院委员会审定，批准从 2022 级五年制高职阶段电子商务专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓 名	所 在 单 位	职 称/职 务	签 名
1	陈思顺	漯河职业技术学院	教授/系主任	陈思顺
2	李子剑	漯河职业技术学院	讲师/教学主任	李子剑
3	荣长玲	漯河职业技术学院	副教授/电商教研室主任	荣长玲
4	许淑娟	漯河职业技术学院	副教授/网销教研室主任	许淑娟
5	娄艺	漯河职业技术学院	讲师/跨境电商专业负责人	娄艺
6	杨志明	漯河职业技术学院	副教授	杨志明
7	李肖飞	漯河职业技术学院	副教授	李肖飞
8	徐小亚	漯河职业技术学院	讲师/电商骨干教师	徐小亚
9	赵黎君	漯河职业技术学院	讲师/电商骨干教师	赵黎君
10	魏巍	漯河职业技术学院	助教	魏巍
11	郑馥源	漯河职业技术学院	助教	郑馥源
12	杨烨	漯河职业技术学院	助教	杨烨
13	范晓萌	漯河职业技术学院	助教	范晓萌
14	彭龙豪	漯河职业技术学院	助教	彭龙豪
15	丰暴	杭州最田网络科技有限公司	总经理	丰暴
16	张程程	河南大张实业有限公司	总经理	张程程
17	师东伟	杭州德儿网络科技有限公司	总经理	师东伟
18	张红喜	漯河市电商协会	会长	张红喜

复核人：李子剑