



数字商贸专业群

2025 级电子商务专业

人才培养方案

专业负责人：袁煜林

二级学院：数字经济与管理学院

2025 年 5 月

人才培养方案内容提要

专业名称	电子商务		专业代码	530701	
学制	三年制，实行弹性学制 3-6 年				
合作企业	京东、美的电商、唯品会、小熊电器				
目标岗位（毕业 3-5 年的）描述	1. 运营管理岗位群：电商专业员、电商运营助理、电商运营主管。 2. 互联网营销岗位群：销售（直播）专员、新媒体营销专员、互联网营销师。 3. 技术应用岗位群：网店美工、视觉营销设计师、数据分析师、网页设计师。 4. 客服服务岗位群：网店客服专员、电商客服主管。				
课程门数	52		专业核心课程门数	8	
专业核心课程名称	电子商务实务、电商美工设计、视觉营销设计、网店运营、电商客户服务与管理、互联网产品开发、社群运营、零售门店 O2O 运营				
毕业考核方式	考试、考查				
职业技能等级证书	1. 互联网营销师（直播销售员） 2. 网店运营推广 3. 电子商务数据分析				
公共基础课总学分	38.5		公共基础课总学时	799	
必修课程总学分	71		必修课程总学时	1750	
选修课程总学分	67		选修课程总学时	846	
总学时数/总学分	2596/138	理论总学时	1017	实践总学时	1579
理论课占学时比例		39.18%	实践课占总学时比例		60.82%
其他说明	无				
编制（签名）	1. 广东碧桂园职业学院：孔剑、袁煜林 2. 贵州省千鲟生物科技有限公司：韩红梅				
审核（签名）					
专业教学指导委员会主任（签名）			二级学院部门负责人（签章）		
教务（科研）处负责人（签章）			学校教学工作委员会主任（签名）		
校 长（签名）			学校党委书记（签名）		

目 录

一、专业名称及代码	2
二、入学要求	2
三、修业年限	2
四、职业面向	2
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	3
六、专业组群逻辑	5
(一) 数字商贸专业群人才培养对应新零售与现代商贸服务产业(链)	5
(二) 群内专业的逻辑性	6
(三) 专业群人才培养定位	7
七、课程设置及要求	8
(一) 公共基础课程	9
(二) 专业课程	10
(三) 实践性教学环节	13
(四) 职业技能等级(资格)证书与相关专业课程的关系	13
(五) 职业院校技能竞赛与相关专业课程的关系	14
八、教学进程总体安排	14
(一) 全学程教学周分配	14
(二) 教学进程表	15
(三) 学时比例	15
九、师资队伍	15
(一) 队伍结构	16
(二) 专业带头人	16
(三) 专任教师	16
(四) 兼职教师	17
十、实施保障	17
(一) 校企共育人才培养机制	17
(二) 教学设施	17
(四) 教学方法	20
(五) 学习评价	22
十一、质量保障和毕业要求	23
(二) 毕业要求	24
十二、附录	24

数字商贸专业群

2025 级电子商务专业人才培养方案

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，贯彻党的二十大精神，落实立德树人根本任务，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，根据《国家职业教育改革实施方案》

《全面推进“大思政课”建设的工作方案》《高等学校课程思政建设指导纲要》《国务院办公厅关于深化产教融合的若干意见》《深化新时代教育评价改革总体方案》《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》《中国教育现代化 2035》

《中华人民共和国职业教育法》等文件精神，落实《广东碧桂园职业学院“创新强校工程”（2023—2025 年）建设规划》《广东碧桂园职业学院全面推进“三段递进、三全育人”课程思政建设实施方案》《广东碧桂园职业学院推进“五育融通、校企共育”实施方案》《广东碧桂园职业学院人工智能赋能教学与管理发展战略行动计划（2025—2030）》，践行“慈心善行、爱教乐学、勤德砺能”办学理念，开展人才培养方案的制定工作。

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应互联网和相关服务、批发业、零售业行业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群）的新要求，不断满足电子商务领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代

职业教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，制定本专业人才培养方案。

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：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【看国标中是否有中等职业学校毕业要求】

三、修业年限

基本修业年限 3 年，最长不超过 6 年（含休学）。

四、职业面向

表 1 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）、客户服务管理（4-07-02-03）
主要岗位（群）或技术领域	运营主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师
职业类证书	互联网营销师（直播销售员）、网店运营推广、电子商务数据分析

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向

互联网和相关服务、批发业、零售业的运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发工作的高技能人才。

（二）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基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握互联网交易安全、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

（5）掌握零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等方面的专业基础理论知识；

（6）具有行业产品分析、市场细分的能力，能够根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成 O2O 运营目标；

（7）具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能够根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析，通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；

（8）具有市场调查与分析、活动策划的能力，能够使用各类平台营销推广方法与营销工具，完成活动文案设计、资源整合、营销活动、广告投放、效果评估和媒体公关；

（9）具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的能力，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。

六、专业组群逻辑

（一）数字商贸专业群人才培养对应新零售与现代商贸服务产业（链）

数字商贸专业群以数字化商业运营与管理为核心，整合电子商务、连锁经营与管理、供应链运营、大数据会计专业组建而成。人才培养对应新零售与现代商贸服务产业链数字化升级需求，服务领域包括全渠道电商、智慧零售、智能供应链、业财一体化，岗位涵盖服务链：前端数字供应链采购与供应商管理，中端电子商务与新零售连锁门店线上与线下全渠道销售、配合数智仓储与现代物流的

供应链协同，后端大数据财务分析与决策支持。各专业就业岗位各有特色，又相互关联，协同支撑区域商贸服务业数字化转型及经济发展。

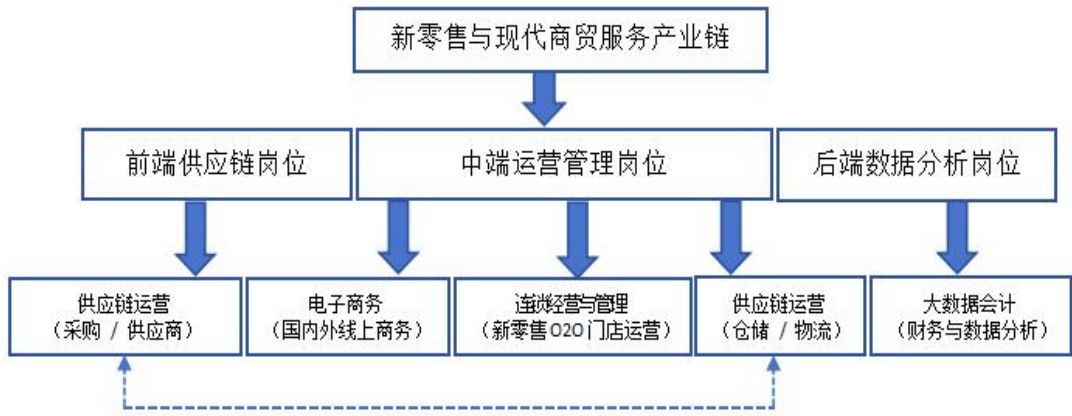


图 1 新零售与现代商贸服务产业链

（二）群内专业的逻辑性

专业基础相通，教学资源共享。群内专业均为财经商贸大类，课程体系中开设有 3 门相同的专业群平台基础课，共享 4 个校内实训基地、3 个校外实习基地、8 名教师：

技术领域相近，职业岗位相关。群内专业均主要面向现代商贸服务业数字化转型，为智能供应链管理、全渠道营销、智慧零售运营、大数据财务分析等职业岗位培养人才，提供线上线下融合的数字商贸运营与管理服务。

以“全链条覆盖、数字化融合、岗位群对接”为核心理念组建数字商贸专业群。基于“供应链采购—全渠道运营—大数据分析”的培养体系，通过共享《智慧供应链管理》、《新媒体制作与运营》、《网店运营》、《商务数据分析》等核心课程，实现“前端供应管采购、中端渠道运营、后端商务数据分析”能力贯通，培养

具备数字化思维、全渠道运营能力和国际视野的高技能人才。专业群组逻辑框架图如下。



图 2 专业群组群逻辑框架图

（三）专业群人才培养定位

专业群紧扣新零售与现代商贸服务产业链，面向商贸流通业数字化转型升级需求，培养具有良好商业人文和信息素养、懂商业、精数据、强运营特色的技术技能型人才，以保障区域商贸服务业高质量发展为人才培养宗旨，聚焦智能供应链管理、全渠道营销、智慧零售运营、大数据财务分析等核心领域。

表 2 专业群内专业及对接区域主要重点产业情况表

专业名称	专业代码	对接重点产业	备注
电子商务	530701	1. 数字经济与直播电商 2. 跨境电商与数字贸易 3. 先进制造业电子商务	牵头专业
连锁经营与管理	530602	1. 新零售与智慧商业 2. 先进制造业配套服务业 3. 餐饮与生活服务业	
供应链管理	530810	1. 跨境电商与国际贸易供应链 2. 智慧物流与冷链供应链	

专业名称	专业代码	对接重点产业	备注
		3. 农村与县域供应链	
大数据会计	530302	1. 数字经济与智能财务服务 2. 先进制造业财务管控 3. 现代服务业智能财税	

七、课程设置及要求

按照遵循规律、体现培养特色的原则，结合本专业实施“三段递进，校企共育”和采用“三段式”教学组织方式，培养理想信念坚定，身心健康，具有良好的人文素养、职业道德和创新意识的基层一线技术骨干（或管理干部）的要求，构建“三段式”课程体系：

第一阶段（第 1-3 学期）的公共基础课和专业技术平台课，围绕培养学生坚定的理想信念，良好的人文、职业素养和专业基础能力目标，设置公共基础课程和专业技术平台课课程模块。专业技术平台课程模块体现精准对接岗位需求特色，依据岗位需求整合传统课程，精选课程内容。

第二阶段（第 4-5 学期）的岗位知识深化学习和技能强化训练课程，围绕提升学生完成分流岗位典型工作任务的专业实践能力，构建以典型工作任务为载体的岗位专业知识应用深化学习和技能强化训练项目，聚焦学生分流岗位专业实践能力，突出专业知识应用与实践，并通过深入企业，采用工学交替的教学模式，开展企业课堂学习，在实践中及时收集并解决学生岗位职务工作中共性问题，培养学生职业能力与职业精神。

第三阶段（第 6 学期）的专业岗位职务能力企业实践教学培养课程，围绕提升学生专业岗位职务能力，通过岗位实习，实现本专

业培养基层一线管理干部或技术骨干的目标，并将对学生的创新思维和创新能力的培养，落实到指导学生毕业设计之中。

本专业要构建与“三段递进、校企共育”人才培养模式相配套、具有学校办学特色的课程思政、思政课程、思想教育三者相融合的“大思政”体系，形成协同效应。将“价值塑造、知识传授和能力培养”三者有机融入每一门课程中，突出产教融合、职业技能和时代精神并重，让课程思政真正成为塑造学生灵魂、培养时代新人的有效载体。

在每门课程的“课程标准”中，设立独立的“课程思政目标”，并与具体的知识点、技能点、教学情境（如实训、实习、项目等）紧密结合，做到“一课程一特色”，充分挖掘本专业、本行业特有的思政资源（如行业楷模、行业历史、行业法规、行业文化、优秀企业文化等），形成独具特色的课程思政案例库。通过“如盐化水、润物无声”，自然融合且有机渗透到人才培养的全过程、各环节，通过案例教学、项目教学等方法，以及评教和考核，确保课程思政落地见效。

（一）公共基础课程

按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。将习近平新时代中国特色社会主义思想概论、马克思主义理论等思想政治理论课程、体育、军事理论与军训、心理健康教育、劳动教育、创新创业教育、美育教育、人工智能导论、职业发展与就业指导、国家安全教育、安全急救教育、企业文化教育等列为公共基础必修课程。将中华优秀传统文化、人文素养、科学素养和创新创业实践等列为限定选修

课程。同时，根据广东省教育厅文件，新增 1 门《走在前列的广东实践》课程，课程安排详见具体实施方案。

（二）专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程；专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程；专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程。

本专业结合区域/行业实际、办学定位和人才培养需要确定课程，进行模块化课程设计，依托体现新方法、新技术、新工艺、新标准的真实生产项目和典型工作任务等，开展项目式、情境式教学，结合人工智能等技术实施课程教学的数字化转型，探索创新课程体系。

1. 专业基础课程

主要包括：经济学基础、统计基础、企业财务管理、管理学基础、市场营销、零售基础、电子商务法律法规、消费者行为分析等领域的內容。

2. 专业核心课程

主要包括：电子商务实务、电商美工设计、视觉营销设计、网店运营、电商客户服务与管理、互联网产品开发、社群运营、零售门店 020 运营等领域的內容。

表 3 专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	电子商务实务	① 典型工作任务为商品上架、详情页设计、促销活动策划及订单处理；通过在线平台接待咨询，处理售前售后问题，维护客户关系； ② 对接快递公司，跟踪订单配送，优化仓储流程；利用工具分析销售数据，优化运营策略。	① 掌握商品上架、详情页设计、促销活动策划及订单处理。② 能够 SEO/SEM 优化、社交媒体推广及内容营销。③ 能够在线咨询接待、售后纠纷处理及客户关系维护。④ 掌握仓储优化、订单配送跟踪及供应链协调。⑤ 能够利用 Excel、Google Analytics 等工具分析销售数据，优化运营策略。
2	电商美工设计	① 典型工作任务为商品图片精修与调色，设计高点击率主图与详情页，制作促销活动海报及专题页面，优化店铺整体视觉布局，并配合运营需求进行视觉营销方案设计。	① 学习色彩理论、版式设计、视觉营销原则等基础知识。② 掌握 Photoshop、Illustrator 等工具进行商品图片处理、海报设计及详情页制作。③ 能够完成店铺首页装修、活动专题页设计、主图视频制作等电商平台视觉方案。④ 掌握电商平台设计规则及用户体验优化方法。
3	视觉营销设计	① 典型工作任务为视觉设计，工作内容主要有店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计。运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	① 掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。② 能够根据店铺定位进行 PC 端、移动端页面装修，设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料。③ 结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。④ 能够进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时分析新媒体发展，提出视觉提升方案。⑤ 能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。
4	网店运营	① 典型工作任务为网店运营，工作内容主要有运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析。 ② 运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	① 掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。② 运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。③ 能够进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。④ 能够进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。
5	电商客户服务与管理	① 典型工作任务为通过千牛、阿里旺旺等工具处理客户咨询，解答商品规格、价格、物流等问题； ② 处理退换货纠纷与投诉，依据	① 掌握职业心态、服务意识及职业道德，掌握客户心理分析与沟通技巧。② 能够熟练使用千牛、ERP 系统等工具处理订单、查询物流及修

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
		平台规则判定责任并协调解决； ③ 跟踪订单状态，确保从下单到配送的全流程服务； ④ 定期回访客户并收集反馈，维护客户关系；分析店铺数据与竞品信息，优化服务策略；同时需熟练使用 CRM 系统进行客户分类与价值挖掘，提升复购率。	改地址。③ 掌握涵盖售前咨询、售中催付、售后投诉处理及退换货管理。④ 能够通过 CRM 系统维护客户关系，分析数据优化服务策略。⑤ 能够模拟订单处理、纠纷调解等场景，强化应变能力与合规意识。
6	互联网产品开发	① 典型工作任务为互联网及电商产品开发，工作内容主要有产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、UI 设计与打样、产品开发实施与推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核。 ② 运用平面设计软件、UI 设计软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	① 掌握 PEST 和 SWOT 分析方法，熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具。② 能够分析产品投放的投资回报率，制定互联网产品战略规划和开发方案，并建立产品需求模型和应用场景。③ 能够进行电商产品呈现方式及 UI 设计，跟进产品开发进度。④ 选择产品发布渠道，撰写产品渠道测试报告，组织实施产品发布；对电商产品开发进度进行评估与考核。
7	社群运营	① 典型工作任务为社群运营，工作内容主要有社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析。 ② 运用社交软件、自媒体工具、短视频平台、办公软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	① 掌握社群种类、用户消费行为、产品价值等知识，根据用户和产品或服务属性定位社群，制定社群运营方案，并在相应的社交平台上建群。② 能够通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流。③ 能够根据用户需求、产品卖点，进行社群数据分析，制定营销体系并通过社群活动提升销售转化、活跃社群及管理粉丝。
8	零售门店 O2O 运营	① 典型工作任务为行业运营，工作内容主要有运营数据采集、运营数据分析、商品规划、商品发布与优化、行业商家管理、活动运营、用户运营。 ② 运用数据采集与处理工具、促销活动工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。	① 掌握电商平台和本行业特点，运用用户模型、漏斗模型，分析用户需求、细分市场及竞品，制定商品规划方案，形成商品配置策略，完成电商产品的开发。② 根据运营规划，制定新品全渠道促销策略，在平台或自有网站发布、调整优化商品信息。③ 设定 O2O 运营目标，协调和整合资源，使用促销活动工具和营销产品进行全渠道活动推广。④ 建立用户成长体系并进行精准营销。

3. 专业拓展课程

主要包括：直播电商、餐饮连锁运营与管理、供应链数字化运营、小微企业企业财务管理等领域的内容。

（三）实践性教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

1. 实训

在校内外进行行业运营、网店运营、社群运营、数据化运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、智能客服、视觉营销设计、互联网及电商产品开发、全渠道营销推广等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

2. 实习

严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。在生产制造、商贸流通及现代服务业的电子商务应用企业进行运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等实习，包括认识实习和岗位实习。学校应建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生的指导、管理和考核。

（四）职业技能等级（资格）证书与相关专业课程的关系

学生获得以下职业技能等级（资格）证书（经提交证书原件验证），可获得本专业相关 1 门专业课程学分。（如若有多个职业技能等级证，以最高等级核定为准）

表 4 电子商务专业职业技能等级（资格）证书与相关专业课程的关系

序号	证书名称	证书等级	颁证单位	置换课程名称	学分	备注
1	互联网营销师 (直播销售员)	中级	人力资源社会保障部	直播电商	1	
2	网店运营推广	中级	北京鸿科经纬科技有限公司	网店运营	1	
3	电子商务数据分析	中级	北京博导前程信息技术股份有限公司	商务数据分析	1	

(五) 职业院校技能竞赛与相关专业课程的关系

学生参加市级及以上职业院校技能大赛获奖，可获得本专业相关 1 或多门专业课程学分。（如若获多个级别职业技能大赛奖项，以最高等级核定为准）

表 5 电子商务专业职业院校技能竞赛与相关专业课程的关系

序号	竞赛名称	竞赛等级	颁证单位	置换课程名称	学分	备注
1	电子商务	省赛	广东省教育厅	电商美工设计 视觉营销设计	3.5 3	
2	短视频创造与运营	省赛	广东省教育厅	新媒体制作与运营 商品摄影与视频制作	3	

八、教学进程总体安排

(一) 全学程教学周分配

表 6 全学程教学周分配表

按学期/周数分配									
第一学年	第一学期（20 周）				寒假	第二学期（20 周）			暑假
	新生入学、军训及入学教育	课程教学	考试	机动	6	课程教学	考试	机动	6
	周数	3	15	1		1	18	1	
第二学年	第三学期（20 周）				寒假	第四学期（20 周）			暑假
	课程教学		考试	机动	5	课程教学	考试	机动	7

按学期/周数分配								
周数	18	1	1		18	1	1	
第三学年	第五学期（20 周）			寒假	第六学期（20 周）			暑假
	岗位能力强化训练	岗位实践共性问题解析		春节	岗位实习与毕业设计		毕业教育与离校	7
周数	18	2		1	20		3	

（二）教学进程表

见附件 1。

（三）学时比例

表 7 学时比例表

课程类别与性质		学时分配			课程类别 总计	占总学 时比例 (%)
		总学时	理论学 时	实践学 时		
公共基 础课	必修课	655	333	322	799	30.78%
	限选课	72	40	32		
	任选课	72	40	32		
专业 （技 能）课	专业群平台课（必修）	138	112	26	1797	69.22%
	专业技术平台课（必修）	597	276	321		
	专业群拓展课（限选）	54	16	38		
	专业岗位课（限选）	648	128	520		
	岗位实习与毕业设计	360	72	288		
学时合计		2596	1017	1579		
学时比例		100%	39.18%	60.82%		

九、师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

（一）队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25：1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业(学科)教研机制。

（二）专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外互联网和相关服务、批发业、零售业行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，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；原则上具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等相关专业本科及以上学历；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；专任教师每年至少 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。

（四）兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，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。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

十、实施保障

（一）校企共育人才培养机制

依托以学校为主、牵头成立的“产教融合校企共育理事会”，根据《加强“产教融合、校企共育”人才培养工作实施办法》，持续深化“产教融合、校企共育”人才培养模式，建立本专业与京东、美的电商、唯品会、小熊电器等企业之间的校企共同育人工作机制，包括签订战略合作框架协议，建立专业教学指导委员会，建立产业学院，校企共同制（修）订专业人才培养方案、岗位职务工作标准、课程标准和共同编写教材，建立企业兼职教师、岗位导师教学培训制度、企业实践教学培养教学管理和学生管理制度等，确保校企共同育人各项工作规范有序扎实推进。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实习实训基地。

1. 专业教室基本条件

配备了黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实验、实训场所基本要求

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展零售财务规划与零售营销组合、电子商务视觉设计、社群营销与整合营销、数据化运营、智能客服话术设计、O2O 运营、电子商务产品开发及原型设计、智能营销等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

京东、美的电商、唯品会、小熊电器、新媒体公司、电子商务企业等为电子商务专业学生的企业实践教学提供了基地支持。校外企业实践教学基地能够提供电子商务岗位运营真实的环境；能够配备相应数量的企业导师对学生实践学习进行指导和管理；有保证学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障等。

3. 实习场所基本要求

本专业的实习场所符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位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，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的规章制度，有保证实习学生日常工作、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。

（三）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、图书及数字资源等。

1. 教材选用基本要求

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。专业课程教材应体现本行业新技术、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。

2. 图书文献配备基本要求

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。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、管理和文化类文献等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，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

电子商务专业聚焦“五育融合”“三全育人”“三教改革”和人才培养目标和定位，依据“三段递进、校企共育”人才培养模式改革和实施“三段式”教学培养的需要，结合教学目标和教学环境不同，采用不同的教学组织方式和教学方法：

1. 第一阶段（第 1-3 学期）教学组织方式与教学方法

第一阶段教学根据企业主要岗位群共性基础知识的特点，实施相应的教学组织方式与教学方法。

（1）以理论教学为主的职业素养类课程，主要采用讲授法为主，并结合案例法辅助教学；

（2）对于专业基础类、专业平台类和专业拓展类的课程，将真实的工程贯穿到专业教学的过程中，采用“教、学、做”合一的教学法、情景教学法、项目教学法、案例教学法、讨论式教学法、启发引导式教学法、现场教学法等实施教学；

（3）对于专业专项技能类的课程，要突出学生的主体地位，采用理论实操一体化、分小组实训方式组织教学和过程考核、操作考核、答辩等方式。引导学生动脑动手、独立实践，提高体验、感受、领悟的能力和水平，增强学生动手能力和发现问题、分析问题、解决问题的能力。

2. 第二阶段（第 4-5 学期）教学组织方式与教学方法

第二阶段教学聚焦专业岗位，进行专业岗位分流知识深化学习与岗位技能强化训练课程，采用工学交替的方式组织教学。以电商

运营等岗位为教学单位开展岗位课程包教学。选择合作企业开发建设的工程为载体，以讲解、讨论、指导、实操等方式，训练学生应用专业知识开展岗位工作、分析问题、解决问题能力和技能操作水平。

（1）专业岗位分流知识深化学习。根据岗位设置的课程，采用“教、学、做”合一的教学法、情景教学法、项目教学法、案例教学法、讨论式教学法、启发引导式教学法、现场教学法等实施教学。

（2）专业岗位技能强化训练。本阶段课程安排在企业课堂以岗位实践学习与集中授课交替的方式组织教学。企业课堂期间统一设置两门课程，即“专业岗位能力强化训练”和“岗位实践共性问题解析”。其中“专业岗位能力强化训练”课程须以岗位典型工作任务为训练项目构建课程内容，采用项目化教学，任务驱动的模式组织学生进行专业岗位技能现场实操训练，完成相应的岗位任务；

“岗位实践共性问题解析”须紧密结合学生的实际，根据学生企业实践教学过程中共性问题的梳理和总结，收集和准确分析学生的共性问题，针对共性问题设计线上/线下集中授课的方式，采用混合式教学的方法开展教学，培养学生在工作中分析问题、解决问题的能力。

3. 第三阶段（第6学期）教学组织方式与教学方法

第三阶段的“专业岗位职务能力企业实践教学培养”，是“产教融合、校企合作、工学结合、知行合一的共同育人机制”向企业的延伸，是由在校学生变为企业技术管理人员的过渡阶段，是适应专业岗位的切入点。根据企业基层的电商运营等专业岗位职务工作标准和学生在工作中遇到的共性问题，采取分阶段集中授课、企业

导师指导、学校指导教师实践教学管理平台线上指导交流、毕业设计指导等方式组织教学，并进行过程考核，提升学生岗位实践能力。

教师及教师团队要与时俱进，积极围绕教、学、评、研、育五大教育教学主场景，以学生为中心，以问题为导向，深化教学改革，聚焦职业教育教学典型场景应用，以各类通用、垂直类人工智能平台工具为抓手，以人工智能赋能教学。进一步实施人工智能赋能“五金”建设，试点开展人工智能赋能专业教学及人才培养工作；推进人工智能教学实训实习场所建设，构建技术赋能的教学生态环境等。

（五）学习评价

按照过程性评价、结果性评价和发展性评价（应该是增值性评价）相结合的原则，全面考核学生的素质、能力、知识等掌握情况。建议：

1. 评价内容“注重”能力。在考查学生基础理论知识的基础上，注重考查学生智慧城管信息采集管理能力、案件受理与派遣能力、系统维护能力、计算机解决实际问题的能力。通过实验锻炼学生搜集资料、整合资料、分析问题、解决问题的能力。

2. 评价形式“注重”多样化。结合课程的特点，坚持正确的命题原则和灵活多样的考试形式相结合，笔试与上机考试相结合，平时考查与期末考试相结合。

3. 评价考核“注重”过程。跟踪记录学生运用完成任务、案例或项目的过程，评价学生操作过程及操作结果的准确性、合理性、熟练性及全面性。把学生整个学习过程的动态情况，进行量化考核。

十一、质量保障和毕业要求

1. 按照学校《关于进一步加强“产教融合、校企共育”人才培养的实施意见》文件精神，建立校企共同育人工作机制，校企双方协同做好育人过程管理，强化对人才培养实施的全过程监控，确保人才培养质量。同时，智慧城市管理技术专业在学院教学质量管理制度下，严格执行教学质量管理制度，形成常态化的人才培养质量管控体系，以确保专业人才培养质量，全面实现专业人才培养目标。

2. 学校和二级学院建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

3. 学校和二级学院完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、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. 专业教研组织建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

5. 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，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

1. 学分要求

学生最低要求修满总学分 138 学分，其中公共限选课 4 学分，公共任选课 4 学分；此外，素质拓展学分不低于 12 分。学生可参照学校相关学分认定和转换办法获得素质拓展和课程学分。

2. 体能测试要求

体能测试成绩须达到《国家学生体质健康标准（2014 年修订）》合格标准的要求，成绩未达标者按结业或肄业处理。

十二、附录

1. 专业教学进程表

广东碧桂园职业学院（数字商贸专业群） 2025 级电子商务专业教学进程表

专业方向：

人才培养阶段	课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	课程类型	总学分	总学时	学时分配		核心课程	考核方式	学期周学时安排						
								理论学时	实践学时			1	2	3	4	5	6	
第一阶段 职业素养培养与专业岗位基础能力训练	公共基础课	必修	991110010	思想道德与法治	A	3	54	45	9*			3						
			991110033	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	2	36	32	4		▲		2					
			991110030	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A	3	54	48	6		▲			3				
			991110011	形势与政策	A	1	48	48				每学期 8 学时						
			981120017	军体融合课	C	6	108	8	100			3	3	1	1			
			981120008	军事技能	C	2	112		112			2w						
			981110013	军事理论	A	2	36	36						2				
			984130010	大学生心理健康教育	A	2	36	24	6+6*			2						
			981110022	大学生职业发展与就业指导	B	2	38	18	20*			每学期 6 学时						
			981130005	大学生创新创业	B	2	36	18	18*				2					
			981110012	国家安全教育	A	1	18	18							1			
			981120058	体育体质健康测试	C	0.5	9		9			每学年 3 学时						
			981120019	劳动教育	C	1	18	4	14*				1					
			981110024	美育概论	A	1	18	18				1						
			111110001	人工智能导论	B	1	18	8	10				1					
			981110023	碧桂园企业文化	B	0.5	8	8				每学期 2 学时						
			981120077	安全急救教育	C	0.5	8		8			2						
			小计			30.5	655	333	322			11	9	6	2			
		限选	---	中华优秀传统文化类课程	A	2	36	20	16			课程设置面向全校，学生在限定课程中选择修学						
			---	创新创业类课程	A	2	36	20	16									
			小计			4	72	40	32									
		任选	---	人文素养类课程	A	2	36	20	16			课程设置面向全校，学生在给定范围内任选						
			---	科学素养类课程	A	2	36	20	16									
			小计			4	72	40	32									
		公共课合计			38.5	799	413	386			11	9	6	2				
	专业（技能）课	专业群平台课（必修）	882310002	经济学基础	A	1.5	30	24	6		▲	2						
			044130257	统计基础	A	3	54	44	10				3					
			044130258	企业财务管理	A	3	54	44	10					3				
			小计			7.5	138	112	26			2	3	3				
		专业技术平台课（必修）	044130034	管理学基础	A	1.5	30	24	6			2						
			044110163	市场营销	A	1.5	30	24	6			2						
			983310021	电子商务实务	B	2.5	45	30	15	★	▲	3						
			044130283	电商美工设计	B	3.5	60	24	36	★	▲	4						
			882210091	零售基础	A	2	36	28	8		▲		2					
			044130269	电子商务法律法规	A	2	36	28	8				2					
			045330021	视觉营销设计	B	3	54	22	32	★	▲		3					
			045330022	网店运营	C	3	54	16	38	★	▲		3					

人才培养阶段	课程类别	课程性质		课程编码	课程名称	课程类型	总学分	总学时	学时分配		核心课程	考核方式	学期周学时安排					
									理论学时	实践学时			1	2	3	4	5	6
				044130259	消费者行为分析	B	2	36	20	16					2			
				044130260	电商客户服务与管理	B	2	36	14	22	★	▲			2			
				044130261	互联网产品开发	B	2	36	14	22	★	▲			2			
				044130262	商品摄影与视频制作	C	3	54	16	38					3			
				044130173	新媒体制作与运营	C	3	54	16	38					3			
				044130174	生产实践项目课 I	C	2	36	0	36					2			
					小计		33	597	276	321			11	10	14			
		专业群拓展课（限选）（四选一）	电子商务专业	044130189	直播电商	C	3	54	16	38						3		
			连锁经营与管理专业	044130190	餐饮连锁运营与管理	B	3	54	34	20						3		
			供应链运营专业	044130191	供应链数字化运营	C	3	54	16	38						3		
			大数据与会计专业	044130192	小微创业企业财务管理	C	3	54	16	38						3		
					小计		3	54	16	38			0	0	0	3		
第二阶段 岗位分流 专业知识和专业技能强化训练	专业（技能）课	全链路电商运营岗位课（限选）		882210093	商务数据分析	B	3	54	22	32					3			
				882210094	社群运营	B	3	54	22	32	★	▲				3		
				882210095	零售门店 O2O 运营	B	3	54	22	32	★	▲				3		
				124130441	网页设计与制作	C	3	54	16	38						3		
				124130442	全链路电商运营技能综合项目实训	C	2	36	10	26						2		
				124130443	生产实践项目课Ⅱ	C	2	36	0	36						2		
				125310026	全链路电商运营岗位能力强化训练	C	18	324		324							18w	
				125310027	岗位实践共性问题解析	A	2	36	36								2w	
					小计		36	648	128	520							16	
		第三阶段 基层管理干部（技术骨干） 岗位职务能力企业实践教学培养	全链路电商运营岗位企业实践教学培养(限选)		045320028	岗位实习与毕业设计	C	20	360	72	288							20w
		小计			20	360	72	288	0	0	0	0	0	0	0	0		
	专业（技能）课合计						99.5	1797	604	1193	0	0	13	13	17	19	0	0
学时、学分及学期周学时总计							138	2596	1017	1579	0	0	24	22	23	21	0	0

注：*表示课外实践；★表示核心课程；▲表示考试课程，其余为考查；w 表示集中实践教学周

学生素质拓展贯穿全学程，素质拓展学分为 12 学分以上

专业技术拓展课程，群内一个专业一个模块，应列明所有专业的专业技术拓展课程，学生可自由选择其中一个或多个模块学习。