



厦门南洋职业学院

电子商务专业

人才培养方案

专业名称及代码:	电子商务（530701）
学制:	三年
适用年级:	2025 级
专业负责人:	黄澄
制定日期:	2025 年 5 月 19 日

目录

第一章 编制说明	1
第二章 电子商务专业人才培养方案	2
一、专业名称及代码	2
二、入学基本要求	2
三、基本修业年限	2
四、职业面向	2
（一）主要职业面向	2
（二）岗位面向与职业能力分析	3
五、培养目标与培养规格	4
（一）培养目标	4
（二）培养规格	5
六、课程设置及要求	6
（一）公共基础课	6
（二）专业基础课	13
（三）专业核心课	14
（四）专业拓展课	15
（五）实践教学	17
七、教学进程总体安排	19
（一）教学进程总体安排（单位：周）（每学期按 20 周计算）	19

（二）专业教学计划进程表（详见附录 2）	19
（三）实践教学体系各环节具体安排	19
（四）课程结构比例	20
八、实施保障	20
（一）师资队伍	21
（二）教学设施	24
（三）教学资源	26
（四）教学方法	26
（五）学习评价	27
（六）质量保障	27
九、毕业要求	28
十、附录	29
附录 1：人才培养方案评审表	29
附录 2：专业计划进程表	30

第一章 编制说明

本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由厦门南洋职业学院电子商务专业教研室与聚诚（深圳）网络科技有限公司、厦门美怡莱网络科技有限公司等企业共同制订，并经教学指导委员会审定、学校批准在电子商务专业实施。

主要编制人：

电子商务教研室：

黄 澄 副教授

网络营销与直播电商教研室：

李 娟 讲 师

中联集团教育科技有限公司：

陈建凡 福建区域总监

聚诚（深圳）网络科技有限公司：

原子琴 总经理

审定：

厦门南洋职业学院：

林 莉 经管学院、三创学院院长/教授

黄 澄 三创学院院长助理、电子商务教研室主任/副教授

孔佩伊 经管学院院长助理/副教授

邱晓慧 现代工商管理专业群负责人/副教授

郑 苏 国际经济与贸易教研室主任/副教授

王 芳 大数据与会计教研室主任/讲师

李 彬 金融服务与管理教研室主任/讲师

杜 芳 物流管理教研室主任/讲师

原子琴 聚诚（深圳）网络科技有限公司/总经理

第二章 电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务（530701）

二、入学基本要求

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

（一）主要职业面向

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、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……
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……

(二) 岗位面向与职业能力分析

工作领域	工作岗位	工作任务	职业技能要求	能力等级 (初/中/高级)
网络客服人员	网络客服	互联网店铺的营销策划、客户服务和运营推广	1. 沟通能力：网络客服需要具备良好的沟通能力，包括口头表达能力、文字表达能力和倾听能力。 2. 专业知识：网络客服需要具备一定的专业知识，了解公司产品和服务，并将其传达给客户。 3. 周到细致：网络客服需要保持周到细致的态度，仔细分析客户的问题，并给出详细的解答。 4. 思维敏捷：网络客服需要有思维敏捷的能力，包括快速分析问题，并找到合适的解决方案。 5. 团队协作：网络客服是一个需要团队协作的工作。需要与其他同事协调沟通，分享经验和技巧，并一起解决问题。 6. 打字速度：由于网络客服的工作主要是通过文字进行沟通，因此打字速度是一个基本要求。 7. 情绪调节能力：在网络客服工作中，可能会遇到各种不同情绪的客户。因此，需要具备良好的情绪调节能力。 2. 学习能力：网络客服人员需要不断学习和更新知识，以适应不断变化的市场需求和产品更新。	中级
网页美工	网页美工	网站设计与网页编辑，网站建设与维护	1. 图形设计软件的熟练使用：Photoshop、Illustrator、Sketch 等设计软件是网页美工的常用工具。熟练掌握这些软件，能够大大提升工作效率和设计质量。 2. 前端技术基础：了解 HTML、CSS、JavaScript 等前端技术，能够更好地与前端开发人员沟通协作，确保设计效果在网页上完美呈现。 3. 用户体验设计（UX Design）：网站美工不仅要关注页面的视觉效果，更要从用户的角度出发，考虑页面的易用响应式设计通过灵活的布局和样式调整，确保网页在不同屏幕尺寸下都能保持良好的视觉效果和用户体验。 5. 审美眼光和创意思维：一个优秀的网站美工应当具备敏锐的审美眼光和丰富的创意思维，能够从生活中汲取灵感，创造出独特且吸引人的网页设计。 6. 沟通能力：良好的沟通能力能够确保设计意图准确传达，团队协作顺畅，项目高效推进。 7. 项目管理能力：了解市场需求和行业趋势也是网站美工的重要素质。 8. 抗压能力：设计工作往往伴随着反复修改和紧急任务，良好的心理素质和抗压能力能够帮助美工在高压环境下保持高效工作。	中级
网络营销人员	网络销售代表	互联网店铺的销售、运营和渠道推广	1. 电子商务知识：掌握电子商务平台的基本操作和使用技巧，熟悉各大电商平台的规则和流程。 2. 产品知识：了解所销售产品的特点、优势和使用方法，能够客观、准确地向客户介绍产品。 3. 沟通技巧：良好的沟通能力是网络销售专员必备的重要技能之一。 4. 数据分析：能够对销售数据进行分析 and 统计，及时调整销售策略，并综合运用各种工具进行数据分	中级

			析和挖掘，提升销售效果。 5. 客户服务：具备良好的服务意识，能够为客户提供良好的售前、售中、售后服务，解决客户问题，建立并维护良好的客户关系。 6. 团队协作：良好的团队协作能力是网络销售专员必备的技能之一。 7. 网络营销策略：具备网络营销策略制定、数据分析、市场调研等专业能力。 8. 在线推广手段：熟悉各种在线推广渠道和工具，如搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销等。 9. 电商平台运营知识：掌握电子商务平台运营知识。 10. 电话销售或网络销售专业技能：电话销售或网络销售专业人士需具备扎实的沟通技巧，擅长挖掘客户需求，运用市场营销策略推动销售业绩。 11. 销售工具和软件：熟悉各类销售工具和软件。 12. 网络搜索和社交媒体运用能力：具备良好的网络搜索和社交媒体运用能力。	
商务数据分析人员	数据分析专员	电子商务网站或店铺的数据分析工作	数据采集与清洗：掌握数据采集和清理是数据分析的第一步。 2. 数据分析工具：熟练掌握 Excel、Python、SQL 等数据分析工具。 3. 数据可视化：掌握数据可视化工具如 Tableau 和 PowerBI。 3. 统计模型与机器学习：学习并应用统计模型和机器学习算法。 4. 业务理解：深入理解业务背景是将数据分析应用于实际业务的关键。 5. 沟通能力与团队合作：要求具备优秀的沟通能力，能够与团队成员高效配合，共同推进项目进展。同时，需具备良好的团队协作精神。 6. 持续学习与职业规划：在快速变化的技术环境中，持续学习是保持竞争力的重要途径。	中级

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；习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

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、课程设置及要求

（一）公共基础课

1. 课程规定

公共基础课分为必修和选修，课程时数不少于教学活动总学时数的 25%（高职）。公共基础课在教务处的统一指导下，由课程归属学院或公共教研室负责管理。公共基础课开设的学期原则上不得随意调动，若确有特殊情况，需先向教务处提出调整申请，批准后方可执行。

2. 公共必修课说明

公共必修课应严格依照下表设置：

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
1	思想道德与法治 (54 学时/3 学分)	马克思主义学院	通过思想、道德、法治等模块的学习，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，培养良好的道德品质和法治素养，成为有理想、有道德、有法治观念的时代新人。	理想信念的内涵、特征及对人生的重要意义，梳理爱国主义的历史脉络和本质特征，法律的起源、特征和作用等。 理解马克思主义信仰的科学性和共产主义理想的崇高性；培养辩证思维、社会责任感和创新精神；增强法治观念，掌握法律基础知识，提升运用法律解决问题的能力
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 (36 学时/2 学分)	马克思主义学院	通过马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程的讲授和实践教学，使学生能够系统掌握马克思主义中国化的重要理论成果，从而坚定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，坚定“四个自信”，担当民族复兴大任。	马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果、毛泽东思想及其历史地位、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观等。 掌握中国化马克思主义的基本理论和精神实质；培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题、解决问题的能力；增强贯彻党的基本理论、基本路线、基本纲领以及各项方针政策的自觉性和坚定性。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论 (54 学时/3 学分)	马克思主义学院	助力学生领会马克思主义中国化时代化实现新飞跃所产生的理论成果，掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义，进而增强对实现中国式现代化的理论自信与实践自信。	习近平新时代中国特色社会主义思想产生的时代背景、核心要义、理论品格、丰富内涵、实践要求等 学会运用习近平新时代中国特色社会主义思想观察、思考和分析问题；增强“四个意识”，坚定“四个自信”，坚持“两个确立”，做到“两个维护”，努力成长为能担当民族复兴大任的时代新人
4	形势与政策 (48 学时/3 学分)	马克思主义学院	使学生准确认识国家政治经济态势，以及国家改革发展所处的国际大环境、时代大背景。助力其正确领会党的基本路线、重大方针与政策，理性剖析社会关注的热点问题，激发学生爱国情怀，增强民族自信心与责任感。	党的理论路线教育、现代化建设成就解读、重大政策改革阐释国际形势发展趋势、我国外交政策、重大国际事件分析、政府应对立场等。 掌握党的路线方针政策的基本内容，把握现实社会的内在规律；掌握正确分析形势和理解政策的能力；强化爱国精神和社会责任感，坚定中国特色社会主义道路信念
5	军事课 (148 学时/4 学分)	马克思主义学院	通过中国国防、军事思想、国家安全等内容的讲授来培养学生纪律意	国防基本概念、历史发展、法规体系及公民权责，中国古代军事思想渊源、毛泽东军事思想体系及新时期

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
			识、团队合作及问题解决能力，激发其爱国情怀，培养将个人命运与国家结合的高尚情操，强化民族自豪感。	军事理论，信息化装备分类、发展趋势及作战效能等。 了解军事思想、技术等知识，提升军事素养；掌握习近平强军思想核心内容；理解国际战略格局特征与趋势，及中国周边安全环境演变、现状；理解现代战争特征、演变规律及其对战略战术、军事技术的变革影响。
6	劳动教育 (16 学时/1 学分)	马克思主义学院	以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻党的“五育”并举方针，落实全国教育大会精神，将劳动教育融入人才培养全过程，旨在帮助学生树立劳动观念、培养劳动能力、培育劳动精神，培养创新实践能力，促进德智体美劳融合发展，健全人格与社会适应力	劳动内涵、劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动观念、社会实践等劳动教育理论及安全生产、劳动法规等劳动保障理论，劳动实践教育要求等。 理解并形成正确的劳动观，树立劳动光荣、劳动伟大、劳动美丽的观念；理解劳动价值，尊重崇尚劳动，认同劳动光荣性；掌握生活、生产、服务性劳动技能，提升实践与问题解决能力。
7	国家安全教育 (16 学时/1 学分)	马克思主义学院	通过对国家安全基本概念、原则，国家安全挑战、威胁及应对方法等内容的讲解帮助学生理解国家安全的重要性，增强国家观念和法治意识，树立正确价值观与责任感，激发维护国家安全的责任感、使命感，将意识转化为自觉行动。	政治安全、国土安全、军事安全等国家安全的基本概念，国家安全相关的法律法规，公民在维护国家安全中的权利和义务等。 掌握国家安全基本概念、原则及内涵，理解我国国家安全体系构成与特点；熟悉国家安全的各个领域，能够识别潜在的安全风险；能够自觉遵守国家安全法律法规，积极履行维护国家安全的责任与义务。
8	大学生成长学 (32 学时/2 学分)	教育学院	通过本课程的学习，帮助学生树立科学的成长观，掌握大学生涯关键阶段的自我认知、规划与管理能力，培养积极的心理品质和社会适应力，实现学术能力、人格素养、职业发展等多维度的综合成长。	大学生心理特点与成长、大学生的身体特点与成长、大学生智力特点与成长、大学生的技能特点与成长等。 掌握成长理论、自我认知工具及心理健康技能；培养学业规划、时间管理、情绪调节、团队协作与职业发展能力；塑造健全人格、社会责任感 and 创新思维。
9	入学教育 (16 学时/1 学分)	学工处	该课程旨在帮助学生熟悉校园环境、办学理念及文化传统，增强归属感。引导学生实现从中学生到	校情校史与规章制度教育、专业思想与职业规划教育、学习方法与技能培训、心理健康与成长辅导、安全教育与法治教育、国防教育与

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
			职业人预备役的身份转型。指导学生制定个性化三年成长计划。培养抗挫能力、沟通协作等职场软实力。	军事训练、礼仪教育与行为规范等。 熟悉校园环境、办学理念及文化传统，增强归属感；培养抗挫能力、沟通协作等职场软实力；建立学生专业认同感，明确技能学习方向。
10	体育与健康 (108 学时/6 学分)	教育学院	通过理论与实践结合，帮助学生掌握运动科学基础（如生理机能、损伤预防）与健康管理知识（营养、心理调节），培养 2-3 项终身运动技能（如球类、太极拳）和急救能力，养成自主锻炼习惯，提升团队协作意识与抗压能力，形成健康生活方式。	运动处方制定、健康风险评估、慢性病体育干预等体育基本知识，基础体能训练相关项目的练习；篮球、羽毛球等专项体育。 掌握体育的基本知识、技术和技能；增进健康、增强体质；发展个性，培养学生对体育运动的兴趣、爱好；提高从事体育运动能力，养成自觉锻炼身体的习惯。
11	大学语文 (36 学时/2 学分)	人文社科 学院	通过经典文学作品的赏析，传承中华优秀传统文化，弘扬人文精神，同时培养学生人文素养，提升语言能力，激发其审美与创新能力。	古今中外的名家名作、应用文写作的基本知识、 要求培养和训练学生汉语言文学的阅读、理解、鉴赏能力，提高学生应用文写作能力；掌握一定的文学基础知识，具有分析、评价文学作品的初步能力；掌握运用汉语言文字的规范，具有较好的口头和书面表达能力；强调阅读、思考、写作结合，书面学习与实践体悟结合，提高应用文写作水平。
12	应用文写作 (36 学时/2 学分)	人文社科 学院	本课程旨在培养学生的应用文写作能力，提升其综合素质和职业能力，以满足未来职业生涯中的实际需求。通过学习，使学生具备良好的职业道德、工作态度和团队合作精神，以及较强的语言表达和沟通协调能力	条据、介绍和解说、计划、总结、通知、请示、合同、演讲稿、竞聘词、启事、海报、黑板报和墙报、请柬、感谢信、倡议书、求职信、求职简历等常用应用文的写作方法和技巧。 了解应用文的产生发展、特点作用、种类及写作要求等；掌握应用文写作的基本理论和操作框架；掌握撰写主题明确、材料准确翔实、结构完整恰当、表达通顺合理的实用文书的方法
13	高等数学 (64 学时/4 学分) (理工类专业必	人文社科 学院	通过课程学习，学生应达成数学抽象、推理、建模和技术等核心素养目标，学会用数学观察、分	函数与运算、极限与连续、导数及应用、积分及应用、常微分方程等。 掌握基本初等函数特性，理解复合函数与初等函数概念；了解闭区间

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
	修)		析和表达世界，增强实践创新能力，培养科学精神与工匠精神，领悟数学多重价值。	连续函数定理，理解点连续与区间连续概念；掌握推理原理，培养逻辑思维能力与辩证思维；能够运用数学抽象把握事物本质，形成化繁为简的思维习惯。
14	生涯体验- 生涯规划 (16 学时/1 学分)	三创学院	通过对《生涯规划和发展》课程的学习，让学生了解我国的就业形势和就业政策，把握未来职业的发展趋势；形成对个人职业生涯发展的责任意识，培养科学的人生观与就业观；完善自我探索能力，对自我有较为准确的认识和定位；	生涯规划的意义、生涯规划课程内容、体验式教学的特点、决策方法和技巧、决策的风格、职业生涯规划书的制作等。 具备收集、评估职业信息的能力，客观根系和认知外部世界；掌握职业生涯规划的基本方法和步骤，能制订适合本人的职业生涯规划；培养良好的职业素质，从而形成初步的职业目标构想。
15	生涯体验- 创业教育 (32 学时/2 学分)	三创学院	本课程在内容上安排与实际联系紧密的创新创业相关知识，使学生掌握创新思维方法与理论技法，熟悉资源整合、计划撰写及新企业开办流程，提升综合素质。同时树立科学创新观与创业观，适应国家发展需求，理解创新创业与职业发展关系，遵循规律并积极实践。	创新与创业的概念、创业意识与创新精神、创业者特质与创业素质研究、市场与创业机会、创业管理、创业计划与资源整合等。 掌握商业计划书撰写以及项目路演；掌握创新创业所需基本知识，认知其内涵与特殊性；具备必要创新创业能力，掌握创新思维方法与理论技法。
16	生涯体验- 就业指导 (16 学时/1 学分)	三创学院	通过对课程的学习，让学生了解我国的就业形势和就业政策，把握职业的发展趋势；提升个人就业能力。同时帮助学生树立科学的人生观和职业理想，初步养成适应职业要求的行为习惯，激发学生提高全面素质的自觉性，掌握一定的求职技巧和能力，帮助学生顺利走上工作岗位奠定基础，	简历撰写、面试模拟、职场礼仪、职场通用技能、模拟实战等。 了解我国的就业形势和就业政策，把握职业的发展趋势；养成适应职业要求的行为习惯，掌握一定的求职技巧和能力；能够明确职业方向，提升求职成功率。
17	大学生心理健康教育	心理健康中心	该课程旨在促进大学生健康成长，健全大学生人格，提升大学生的生命	认识自我，接纳自我；学会学习，筑梦未来；认识情绪，管理情绪；人际交往，交往沟通、认识世界等。

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
	(32 学时/2 学分)		质量，用科学的价值观来引领大学生心理健康发育、发展与变化，引导大学生学会自我思考、自我认识、自我评价和自我发展，达到助人自助的目的。	了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己进行客观评价；掌握并应用心理健康知识，提升自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力。
18	大学英语 (128 学时/8 学分)	外语与 旅游学院	通过分析英语话语，辨析语言文化现象，帮助学生掌握抽象概括、分析综合、比较分类等思维方法，理解文化内涵与精华，树立共同体意识，形成正确三观。通过文化比较增强文化自信，用英语传播中华文化。	主题类别、语篇类型、语言知识、文化知识、职业英语技能和语言策略等。 掌握英语语言知识及听说读写译等技能；运用体态语言和多媒体策略，在生活与职场中高效完成跨语境沟通；理解文化内涵与精华，掌握跨文化沟通能力。
19	信息技术 (72 学时/4 学分)	信息工程 学院	通过理论知识学习、技能训练和综合应用实践，使学生的信息素养和信息技术应用能力得到全面提升。	文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、人工智能、信息素养与社会责任等。 提升学生的信息技术技能和综合应用能力；培养学生的数字化学习能力和创新意识。

3. 公共选修课

公共选修课包含“限定性选修课”与“任意性选修课”两种类型的课程。任意性选修课通过在线教育平台开展教学，每门课程 2 学分，需修满 4 学分方可毕业；限定性选修课由《美育概论》等 5 门课程构成，共计 10 学分，2025 级在校学生必须修满方可毕业。

限定性选修课				
序号	课程名称 (学时)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
1	美育概论 (32 学时/2 学分)	人文社科学 院	该课程旨在培育学生审美与人文素养，通过情感体验培养学生积极人生态度、同理心与团队协作能力，帮助学生养成终身审美学习习惯，适应职业变迁与文化发展需求。	美学基本概念、中西美学简史及审美、中国传统艺术（如书法、戏曲）的文化内涵、世界经典艺术跨文化解读、环境美学、生活美学内、主题艺术创作等。 掌握美学概念与审美规律，能够感知、分析艺术作品及生活之美；理解中华优秀传统文化与多元艺术形式，增强文化自信与跨文化理解；提升对工

限定性选修课				
序号	课程名称 (学时)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
				匠精神、产品审美、服务礼仪的认知与实践。
2	“四史”概论 (32 学时/2 学分)	马克思主义学院	本课程旨在通过系统讲授“四史”的基本内容、发展历程和重要意义,帮助学生理解“四史”在中国近现代历史发展进程中的地位和作用,培养学生的历史思维能力和分析解决问题的能力,增强学生的历史责任感和使命感,激发爱国热情。	中国共产党的创立背景、发展历程、重大事件和基本经验、中华人民共和国的成立过程、社会主义制度的建立和发展、改革开放的历史背景、进程和重大意义等。 理解党在不同历史时期的奋斗目标和光辉成就;了解中国特色社会主义道路的探索和实践;了解新中国在经济、政治、文化等各个领域取得的伟大成就;
3	中华民族发展史 (32 学时/2 学分)	马克思主义学院	该课程旨在使学生了解中华民族从远古至今的发展历程,掌握各个历史时期的重要事件、人物和文化成就,培养学生分析历史事件和现象的能力,激发学生对中华民族文化的热爱,增强民族自豪感和文化自信心,培养学生的爱国情怀。	起源与早期文明、民族起源、华夏文明形成发展、统一多民族国家发展、秦汉以来政治经济文化融合历程、对外交流与影响、历史对外交往及中华文化世界地位等。 了解中华民族从远古至今的发展历程;掌握各个历史时期的重要事件、人物和文化成就;学会运用历史知识解释当今社会现象。
4	中华优秀传统文化 (32 学时/2 学分)	人文社科学院	本课程能够使学生了解中华优秀传统文化的基本知识,培养学生欣赏、理解和评价传统文化的能力,提升其文化素养和审美能力,激发学生对中华优秀传统文化的热爱,培育学生的文化自信和民族自豪感。	经典文学、书法艺术、传统绘画、古典音乐、传统戏曲、传统节庆等。 掌握中华优秀传统文化的基本知识,包括经典文学、艺术、哲学思想等方面的内容;具有欣赏、理解和评价传统文化的能力;能够提升其文化素养和审美能力。
5	职业素养 (32 学时/2 学分)	招生就业办公室	该课程旨在培养学生职业通用能力与职业实践能力,帮助学生树立正确的职业价值观和培养良好的职业态度,促进学生全面发展,能够满足企业用人需求。	准职业人导向、职业定位与发展、求职能力训练、高效管理时间等。 掌握职业基础知识;熟悉职业发展趋势;提升职业实践能力;增强职业适应能力。

（二）专业基础课

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，要求学生掌握必须具备的本专业基础知识、基本理论和基本技能。专业基础课程设置需以教育部《专业简介》为基本依据，结合培养目标、遵循教学规律，充分利用专业群内教学资源开设，专业群共享的专业基础课程需注明。

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	管理学基础	熟悉管理学原理； 了解管理学六大模块； 掌握管理学三大应用领域。	1. 掌握管理学的基本原理。 2. 掌握管理学的作用和模式。 3. 能独立分析管理学的典型案例。
2	经济学基础	熟悉经济学原理； 了解经济学七大模块； 掌握经济学应用领域。	1. 了解经济学的基本原理和规律。 2. 熟悉经济学的作用和模式。 3. 能独立分析经济学的典型案例。
3	会计基础	熟悉会计学原理； 了解会计学操作； 掌握三表关系和作用。	1. 掌握会计学原理。 2. 掌握会计的基本规则及操作实务。 3. 熟悉三表的关系和作用。
4	商务数据分析	熟悉数据预处理； 了解数据分析应用范围； 掌握商务数据分析报告撰写。	1. 掌握商务数据的采集的流程 2. 掌握商务数据分析的清洗和筛选流程。 3. 能独立进行分析,商务数据的可视化及分析报告。
5	客户关系管理	熟悉管客户关系原理； 了解客户关系五大模块； 掌握管理学三大应用领域。	1. 了解客户关系的模式。 2. 掌握客户关系管理的全流程。 3. 进行客户关系管理的综合应用。
6	电子商务基础	熟悉电子商务基础知识； 了解电商三大模式； 掌握电商应用领域。	1. 掌握电子商务的基本原理,功能。 2. 了解电子商务的作用。 3. 熟悉电子商务的发展历程及未来趋势。
7	市场营销	熟悉市场营销原理； 了解管理学六大模块； 掌握管理学三大应用领域。	1. 熟悉市场策划的原理。 2. 了解市场开发及选择的模式。 3. 掌握市场营销推广的手段和方式。
8	互联网产品开发	熟悉互联网产品开发的基本原理； 了解互联网产品开发的各大模块； 掌握互联网产品开发的应用领域。	1. 了解互联网产品开发的流程。 2. 熟悉互联网产品开发的用途及模式。 3. 独立运用互联网产品开发的典型案例。

（三）专业核心课

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，以该专业中以及相对应的岗位群中最核心的理论和技能为主要内容。专业核心课的设置需严格依照教育部《专业简介》执行，结合学校实际开设。

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	视觉营销设计	熟悉视觉营销的基本原理； 了解视觉营销设计的六大模块技能要求； 掌握视觉营销设计在电商运营的应用领域。	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。
2	网络营销	熟悉网络营销的基本原理； 了解网络营销的四大模块技能要求； 掌握网络营销在电商运营的应用领域。	① 掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则，能够分析与评估市场，确定活动主题与活动目标，策划营销活动方案。 ② 整合各类资源，分解活动任务。 ③ 开展整合营销与广告投放。 ④ 跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案。 ⑤ 评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案。
3	数据化运营	熟悉数据化运营的基本原理； 了解数据化运营的七大模块技能要求； 掌握数据化运营在电商运营的应用领域。	① 理解数据分析指标体系概念。 ② 掌握数据分析的方法与方法论，能根据数据运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据。 ③ 运用数据分析工具，对市场数据、客户数据、运营数据、销售数据、供应链数据进行全过程分析及可视化呈现。 ④ 撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议。
4	社群运营	熟悉社群运营的基本原理；	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

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
		了解社群运营的六大模块技能要求； 掌握社群运营在电商运营的应用领域。	方案，并在相应的社交平台上建社群。 ② 能够通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流。 ③ 能够根据用户需求、产品卖点，进行社群 数据分析，制定营销体系并通过社群活动提升 销售转化、活跃社群及管理粉丝
5	网店运营	熟悉网店运营的基本原理； 了解网店运营的六大模块技能要求； 掌握网店运营在电商运营的应用领域。	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。
6	零售门店 O2O 运营	熟悉零售门店 O2O 运营的基本原理； 了解零售门店 O2O 运营的六大模块技能要求； 掌握零售门店 O2O 运营在电商运营的应用领域。	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

（四）专业拓展课

专业拓展课含专业拓展必修课和专业拓展选修课，根据专业方向，围绕培养学生多方位、多层次的职业相关能力提高课程，这些课程应以满足学生在学习本专业时针对就业定位和不同发展方向的需要设置。各专业可根据本专业多个岗位的的不同能力要求为依据开设专业课程，并对学生的选修提出要求，原则上不能开设与职业面向无关课程。专业群争取建成 2 门以上相关专业共享优质拓展课程，群内共享课程应在备注中体现。专业拓展选修课分为一般专业递进课程、竞赛递进课程、创新创业类课程和自主创课。

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	电子商务案例分析	熟悉电商案例分析的基本原理； 了解电商案例分析的基本流程； 掌握电商案例分析在电商专业的应用领域。	1. 电子商务典型案例的分析, 包括社群电商, 旅游电商, 短视频电商等等。 2. 能够剖析各模块的电商典型案例。
2	商务谈判与技巧	熟悉商务谈判的基本原理； 了解电商案例分析的基本流程； 掌握电商案例分析在电商专业的应用领域。	1. 了解基本商务沟通技巧, 并应用于实际谈判。 2. 掌握商务谈判沟通流程, 熟悉流程中各阶段的侧重点。 3. 熟悉商务谈判艺术, 能应用于双人、三人和多人谈判过程中。
3	直播电商	熟悉直播电商的基本原理； 了解电商案例分析的基本流程； 掌握电商案例分析在电商专业的应用领域。	1. 了解直播电子商务的基本原理。 2. 熟悉主播、助播、场控等直播岗位职责和任务。 3. 掌握直播行业, 短视频策划与传播, 掌握短视频引流技巧。 4. 掌握电商行业各领域的直播应用。
4	AI 短视频创作	熟悉 AI 短视频的基本原理； 了解 AI 短视频的基本操作流程； 掌握 AI 短视频在电商专业的应用领域。	1. 掌握 (AIGC) 生成式人工智能工具进行短视频创意构思的方法。 2. 掌握利用 (AIGC) 生成式人工智能工具进行短视频脚本撰写。 3. 掌握利用 (AIGC) 生成式人工智能工具进行短视频拍摄, 构图与运镜, 短视频数据分析评估
5	电子商务营销写作实务	熟悉 AI 短视频的基本原理； 了解 AI 短视频的基本操作流程； 掌握 AI 短视频在电商专业的应用领域。	1. 电子商务营销写作实务, 2. 电子商务营销文案的策划编写和分析
6	跨境电商理论与实务	熟悉跨境电商的基本原理； 了解跨境电商的基本操作流程； 掌握跨境电商在电商专业的应用领域。	1. 掌握跨境电商理论。 2. 了解跨境电商营销推广的技巧。 3. 掌握跨境电商的运作流程。 4. 掌握跨境电商综合操作的基本技能。
7	消费心理学	熟悉消费者心理的基本原理； 了解消费心理学模块； 掌握消费心理学的应用领域。	1. 掌握消费者心理分析的基本理念。 2. 掌握消费心理的用途及模式。 3. 运用消费心理学的典型案例进行分析, 解决实际问题。
8	现代企业管理	熟悉现代企业管理的基本原理； 了解现代企业管理的各大模块； 掌握现代企业管理的应用领域。	1. 掌握现代企业管理制度、规章。 2. 掌握现代企业组织结构的运作。 3. 能进行企业运作和思路分享。

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
9	农村电商运营管理	熟悉农村电商的基本原理； 了解农村电商的各大模块； 掌握农村电商的全流程管理。	1. 了解农村电商的基本模式。 2. 掌握农村电商的全流程管理。 3. 学会农村电商的系统规划。
10	电子商务金融	熟悉电商金融的基本原理； 了解电商金融的各大模块； 掌握电商金融的应用领域。	1. 培养学生全面掌握互联网营销知识和技能的专业课程。 2. 学会利用搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销、内容营销、电子邮件营销、在线广告投放等多个方面推动电子商务金融发展。
11	市场调查与预测	熟悉市场调查与预测的基本原理； 了解市场调查与预测的各大模块； 掌握市场调查与预测的应用领域。	1. 掌握市场调查与预测的基本理念。 2. 学会获取、处理、分析和应用市场信息。 3. 利用市场营销策划来加强生产经营管理。
12	生成式人工智能（AIGC）应用	熟悉 AIGC 的基本原理； 了解 AIGC 的各大模块； 掌握 AIGC 的应用领域。	1. 利用生成式人工智能工具进行文本策划。 2. 利用生成式人工智能工具进行文生图等操作。 3. 利用生成式人工智能工具进行视频制作等多维度的综合应用。

（五）实践教学

实践性教学环节应贯穿于人才培养全过程，主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动。

1. 专业实训课

专业实训课为实训周内集中开设的实践性课程（C类），是专业课教学的重要内容，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。以“周”为计时单位，通常每周执行 24 学时的实践教学，模块学时不低于 6 周，第 2-5 学期执行。实训周内公共基础课程照常执行，专业基础课、专业核心课与专业拓展课暂停执行。

专业实训课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	营销活动策划与执行实训	熟悉营销活动策划与执行的基本原理； 了解营销活动策划与执行的各大模块； 掌握策划与执行的应用领域。	1. 熟悉营销活动策划的基本流程。 2. 掌握营销活动策划与执行的各种手段。 3. 学会利用新媒体矩阵进行内容推广与营销。

专业实训课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
2	全渠道营销推广实训	熟悉全渠道营销推广的基本原理； 了解全渠道营销推广的模块； 掌握全渠道营销推广的应用领域。	1. 熟悉全渠道营销推广的基本原理。 2. 综合应用多种新媒体技术和渠道进行综合推广与运营，构成矩阵式传播。
3	数据化运营实训	熟悉数据化运营的基本原理； 了解数据化运营的模块； 掌握数据化运营的应用领域。	1. 掌握商务数据分析的基本理念。 2. 学会商务数据管理。 3. 能独立进行运营数据分析与管理。

2. 综合实践

综合实践分为勤工助学与社会实践两个部分，均由学工处（学生工作部）管理、认定。

（1）勤工助学

勤工助学为在校学生利用在校课余时间从事生产、服务相关的活动总称，学生所在班级辅导员提供相应指导。原则上我校高职学生第 1-4 学期应开展不少于 320 小时的勤工助学，不计学分，但作为毕业要求纳入考核。

（2）社会实践

社会实践为学校利用寒暑假统一组织开展的非教学实践活动，旨在提高学生综合素质，培养社会责任感，加强劳动意识，高职在校生应开展不少于 48 小时的社会实践。

（3）岗位实习

岗位实习，亦称“毕业岗位实习”，本质是教学活动，是实践教学的重要环节。组织开展学生实习应当坚持立德树人、德技并修，遵循学生成长规律和职业能力形成规律，保障学生的合法权益。学生在实习单位的岗位实习时间累计 24 周、不低于 480 学时（医卫类专业累计 32 周、不低于 640 学时），可安排在最后一学年（涵盖假期）分阶段执行。实习内容应基本覆盖专业所对应岗位（群）的典型工作任务，不得仅安排学生从事简单重复劳动。岗位实习必须严格依照《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4 号）及其他国家相关文件执行，由教务处统一管理、认定。

（4）毕业设计（论文）

毕业设计（论文）是评估学生学业水平的重要依据，是学生在校学习期间完成专业人才基本训练最后的综合性实践教学环节，毕业设计（论文）评定为“不合格”的不予

毕业。毕业设计参照国家相关标准及《厦门南洋职业学院关于毕业设计（论文）工作管理办法（试行）》执行。毕业设计开展学时通常为 8 周，毕业论文开展学时通常为 4 周，通常于第 5 或第 6 学期集中开展。

七、教学进程总体安排

军训、入学教育、社会实践、毕业教育按活动周 1 学分/周。其中入学教育第 1 学期预备周执行，毕业教育第 5 学期的预备周执行。

（一）教学进程总体安排（单位：周）（每学期按 20 周计算）

教学进程总体安排表												
学 年	学 期	课内教学								课外教学		
		课堂教学 与 课内实践	考试 周	军训 周	实训 周	岗 位 实 习	毕业设 计 （论文）	预 备 周	小 计	勤 工 助 学	社 会 实 践	小 计
一	1	16	1	2	0	0	0	1	20	0	2	8
	2	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
二	3	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
	4	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
三	5	10	1	0	0	4	4	1	20	2	0	2
	6	0	0	0	0	20	0	0	20	0	0	0
合计		74	5	2	6	24	4	5	120	8	2	10

（二）专业教学计划进程表（详见附录 2）

（三）实践教学体系各环节具体安排

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	内容	场所	备注
1	专业实训课	营销活动策划与执行实训	2	2	2	营销活动策划，营销活动策划与执行，内容推广与营销。	校内实训室	
		全渠道营销推广实训	2	3	2	全渠道营销推广、综合应用多种新媒体技术和渠道进行综合推广与运营，构成	校内实训室	

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	内容	场所	备注
						矩阵式传播。		
		数据化运营实训	2	4	2	商务数据分析, 商务数据管理, 运营数据分析与管理	校内实训室	
2	勤工助学	/	/	1-4	/	/	校内外	学工认定
3	社会实践	/	2	1-4	2	/	校外	暑期执行
4	岗位实习	/	16	5-6	24	/	校外	6个月
5	毕业设计(论文)	电子商务专业毕业论文	4	5	4	电子商务专业主题的毕业论文撰写	校内	

(四) 课程结构比例

模块名称	课程类别	学时数			学分数	学时百分比%
		总学时	理论学时	实践学时		
公共基础课	公共必修课	876	444	432	47	28.97%
	公共选修课	224	224	0	14	7.41%
专业基础课		324	178	146	18	10.71%
专业核心课		432	116	316	24	14.29%
专业拓展课		432	216	216	24	14.29%
实践教学	专业实训课	144	0	144	6	4.76%
	岗位实习	480	0	480	16	15.87%
	毕业设计(论文)	64	0	64	4	2.12%
	社会实践	48	0	48	2	1.59%
总计		3024	1178	1846	155	100%

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学生评价、质量管理等方面。

（一）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

本专业现已有 1 名的校级教学名师，所有专任教师均为硕士及以上学历，专业和研究方向涉及电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等专业，60%以上教师拥有企业实践经验，双师型教师占比超过 6 成。主干课程教师有丰富的实践经验和教学经验，教学能力强，有一定的学术水平，对本专业人才培养目标、培养规格、课程体系有较全面的把握能力，具有较强的新知识、新技术的吸收、消化和推广能力。

序号	姓名	专业	职称	职务	是否双师型
1	黄澄	工商管理	副教授	院长助理/电商教研室主任	是
2	李娟	工商管理	讲师	网络营销与直播电商教研室主任	是
3	双巧	经济学	讲师	专任教师	是
4	蓝碧议	汉语言文学	讲师	专任教师	是
5	兰喆	工商管理	讲师	专任教师	是
6	皮英辉	工商管理	助教	专任教师	是
7	郑仕真	数据分析	助教	专任教师	是
8	陈嘉鹭	新媒体运营	助教	专任教师	是
9	霍亮	工商管理	助教	专任教师	否
10	饶昕月	融媒体文化产业	助教	专任教师	否

2. 专业带头人

黄澄 副教授，现任厦门南洋职业学院经济管理学院、三创学院院长助理，电子商务师一级（高级技师），一带一路暨金砖国家技能发展与技术创新大赛技术委员会专家委员，福建省职业院校技能大赛优秀工作者，厦门市党外知识分子联谊会理事。

公开发表学术论文 6 篇，出版专业教材 5 部，实用新型专利 1 个，外观设计 1 项，软著 2 项，主持市厅级课题 2 项，参与省级和市厅级课题 4 项，主持校级精品课题 1 门，参与省级精品在线课程建设 1 门。

先后获得 2021 年全国商贸类专业教师教学能力大赛二等奖，2022 年全国财经商贸类专业教师数字技术技能大赛-直播营销竞赛二等奖，2022 年和 2023 年福建省职业院校技能大赛教学能力比赛三等奖以及厦门市第二十九届职工技术比赛高等职业院校教师教学能力技术比赛的一等奖。

指导学生获得福建省“互联网+”大学生创新创业大赛银奖两项，铜奖四项，第七届全国大学生创新体验竞赛三等奖。商务数据分析市赛一等奖 2 项，二等奖 3 项。

3. 专任教师

黄澄，副教授，三创学院院长助理，厦门大学硕士研究生，电子商务教研室主任，电子商务师一级（高级技师），中级经济师，商务数据分析师，企业培训师，双师型教师。主要从事电子商务的教学与研究。在省部级以上刊物公开发表论 75 篇；公开出版教材多部，专利两项，软著两项，获得全国商贸类专业教师教学能力大赛二等奖，2022-2023 年省教学能力大赛三等奖，市教学能力大赛一等奖，指导学生双创比赛获得国赛三等奖 1 项，省赛银奖 2 项，铜奖四项；“商务数据分析”赛项获得市级一等奖 2 项，二等奖 3 项，三等奖 1 项，“电子商务技能”赛项获得市级和省级“三等奖”，三次获得校优秀教师，师德标兵。

李娟，中南大学 MBA, 电子商务专业教师, 讲师，中级经济师，商务数据分析师，1+X 培训讲师，全国跨境电商岗位培训师；主持省级课题 2 项，公开发表论文 1 篇，公开出版教材 3 部；指导学生参加“电子商务技能”比赛获省级二等奖 2 次，三等奖 1 次；多次获得“优秀教师”等称号。

双巧，经济学硕士学位、研究生学历，讲师，中级经济师。近两年发表论文 2 篇，出版教材 1 本，参与省级中青年科研项目 1 项，指导学生获得电子商务技能竞赛市赛一等奖，主持校级课题 2 项。

蓝碧议，硕士，讲师。服膺左宗棠名言“从古爱人须学道，自来明善可诚身。”近年来主持省级课题 2 项，参加省级课题 2 项。获得软著 4 项，研究方向：电子商务、现代企业管理、企业文化建设。

兰喆，美国拉文大学工商管理硕士，中级职称（讲师），国家心理健康指导师，在电子商务、在市场调研、营销策划及企业管理方面有较丰富的经验，曾连续两年获年

度考核优秀及优秀教师称号。参与完成省级课题 1 项并获得省级创新成果奖。公开发表国家级期刊论文 3 篇，专著 1 项。在校期间带领学生参加行业赛获省级一等奖、二等奖、国家级三等奖。

皮英辉，硕士研究生，本硕专业均为工商管理，主修市场营销，战略规划等。PTE Academic 学术英语（90），拥有 TESOL 国际英语教师资格证，曾自主创业（天频传媒）。

陈嘉鹭，研究生毕业于英国曼彻斯特大学时尚零售专业，具备多年品牌电商部和代运营公司从业经历，服务品牌包括迪奥，法国娇兰，雀巢等。主职淘系抖系运营及本地生活营销，曾主管集团矩阵账号，品牌年度小黑盒/互动城千万项目，指导学生获 15 届全国大学生电子商务三创赛省赛一等奖。

郑仕真，悉尼大学商务数据分析专业硕士，本科毕业于昆士兰大学金融学专业，主修《商业数据科学》《数据可视化》等课程，可熟练使用 Python、Tableau 等专业软件，雅思总分 6.5 分，指导学生获得商务数据分析赛项省赛三等奖 1 项，市赛一等奖 2 项，二等奖 1 项。

霍亮，实习研究员 工商管理硕士研究生 中国社会工作联合会婚姻与家庭教育顾问，英语专业八级。电子商务教研室专任教师 拥有十余年市场推广、营销策划、媒体传播、大客户管理、企业管理等高级管理工作实战经验，参与主导国内多项港资、国企大型商业地标综合体开发、建设、开业与运营全周期链工作。

饶昕月，深耕跨境电商运营 5 年，兼具学术研究与实战经验，擅长从流量获取到商业转化的全链路操盘。包括直播运营，商务推广，主播话术把控。作为韩国头部 MCN 机构核心成员，主导孵化百万级网红 IP，单日 GMV 突破 3000 万；精通短视频创意策划、拍摄剪辑及多平台分发，成功打造汽车、美妆等高转化爆款内容。

4. 兼职教师

本专业群正致力于建立一支来源、数量稳定，生产经验丰富，学术水平高的兼职教师队伍；专业课来自企业兼职教师的比例应达到 60%以上；兼职教师也将会主动参与专业教学研究，以实现良好的教学效果，兼职教师团体如下：

序号	姓 名	性 别	学 历	专业技术职务	职业资格	所在单位	从事的技术领域/工作岗位/从业时间	讲授的课程（学时/年）及承担的主要工作
1	陈胜斌	男	本科	聘任副教授	高级经济师	厦门共赢天下网络科技有限公司	电子商务/营销总监	淘宝网开店实训与讲座（30 学时/年）

2	石峰	男	硕士研究生	聘任副教授	高级经济师	厦门见福企业管理咨询有限公司	超市管理/副总经理	商务谈判与技巧实训与讲座（30学时/年）
3	邵振亚	女	硕士研究生	聘任讲师	经济师	中教畅享（北京）有限公司	营销管理/区域经理	ERP 沙盘模拟实训（30学时/年）
4	石建云	女	硕士研究生	聘任讲师	经济师	厦门昊辰管理咨询有限公司	企业管理/营销区域总监	商务谈判实训（30学时/年）
5	郭彩治	女	本科	聘任讲师	工程师	厦门优优汇联信息科技有限公司	电子商务客服管理/经理	电子商务网站建设与实践（60学时/年）

（二）教学设施

1. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内、外实训场所基本要求

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，确保能够顺利开展短视频策划制作、跨境电商实训、企业沙盘模拟经营实训、社交电商、网络客服实训、互联网产品开发等实验、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。

（1）现有校内实训基地情况

序号	校内实训基地名称	主要设备	实训内容（项目）	使用学期
1	短视频策划制作实训室	华硕电脑、拍摄灯，拍摄云台	短视频策划、拍摄与制作	J301-3
2	国际贸易与跨境电商实训室	联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等	国际贸易流程	J301-1
3	企业沙盘模拟经营实训室	联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等	企业沙盘模拟经营	J302

4	社交电商、网络客服实训室	联想电脑、交互智能 平板显示设备、软件 等	社交电商、网络客服	J307
5	互联网产品开发实训室	联想电脑、交互智能 平板显示设备、软件 等	互联网产品开发、选品	J301-2

(2) 现有校外实训基地建设

序号	校外实训基地名称	地点	实训内容（项目）	使用 学期
1	厦门会展集团股份有限公司	厦门市思明区会展路 198 号	九八厦门国际贸易投资洽谈会 等展会见习	2-4 学期
2	厦门中舜进出口有限公司	厦门市思明区塔埔东 路 170 号 6 楼 602 室	跨境电商实训	第 4 学期
3	厦门聚买网络科技有限公司	厦门市思明区塔埔东 路 171 号 1104-A 单元	社交电商实训	第 2 学期
4	厦门美怡莱网络科技 有 限公司	厦门市软件园二期望 海路 19 号 402 室之三	电商综合运营	第 4-6 学 期

(3) 校外实习实训基地建设要求

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，实训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，实训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，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、图书及数字化资源。

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：电子商务营销、美工、短视频等等。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

1. 项目式教学

在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。在教学中想方设法让学生“多思”，用恰当的问题激起学生的思维浪花，使他们于“无疑”之处生“难疑”产生新奇感和探索感，充分体现学生的主体性。结合课程内容特点，导入项目案例在课堂上首先提出问题，让学生思考，然后带着问题听课，积极启发学生主动思考。不仅提高了学生的学习能力和积极性，也培养学生独立分析问题和解决问题的能力。长此以往，学生主动获取知识的能力必然得到提高。

2. 案例式教学

本课程积极引入最新发生的案例。各基础理论知识的讲解以案例演示、讨论切入，既生动了授课内容、活跃了课堂氛围，又培养了学生的综合分析能力。还可以将学生分成若干个团队，进行实际练习。

3. 翻转课堂

在教师的指导下，让学生走上讲台，发表自己的见解。学生查阅大量资料，准备讲授内容的同时深刻学习了相关知识。变被动为主动的学习方式，不仅激发了学生的学习热情，增强了学生的自信心，也锻炼了学生的阅读和口头表达能力。

（五）学习评价

1. 在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以工作任务引领提高学生兴趣，激发学生的成就动机。

2. 教学中以学生为主导，在教学示范过程中不仅单纯给出正面答案，而是引导学生主动参与完成任务，从自己犯的错误中学习，即正反两面学。

3. 教师必须重视实践，注重职业情景的创设，提高学生解决和处理实际问题的综合能力。

4. 教学过程中教师应积极引导提升职业素养，提高职业道德。

本专业成绩构成包括公共必修课、公共选修课、职业基础课、专业基础课、专业核心课、专业延展课、专业实践课和综合实践等八大部分。

将课堂提问、学生作业、平时测验、项目考核、技能目标考核作为平时成绩。总评成绩=过程性考核成绩（40%-60%）+期末考核成绩，期末考试考查课程，按学业成绩管理规定统一规定，制定合理确定平时测评成绩，期末考试考核成绩和总评成绩。

（六）质量保障

1. 学校和二级院系应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。

2. 学校和二级院系应完善教学管理机制，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。

3. 专业教研组织应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。

4. 学校应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。

九、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

项目	具体要求	备注
总学分	至少达到 155 学分	
学分结构	公共课 61 学分；专业基础课 18 学分；专业核心课程 24 学分；专业拓展课 24 学分；专业实践课 6 学分；	
其它	需完成不少于 320 小时的勤工助学	

十、附录

附录 1：人才培养方案评审表

电子商务专业人才培养方案评审表

评审专家（教学指导委员会成员）				
序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	林莉	厦门南洋职业学院	教授/院长	
2	原予琴	聚诚（深圳）网络科技有限公司	总经理	
3	陈建凡	中联集团教育科技有限公司	福建区域总监	
4	孔佩伊	厦门南洋职业学院	副教授/副院长	
5	黄澄	厦门南洋职业学院	副教授/院长助理	
6	李娟	厦门南洋职业学院	讲师/教研室主任	
7				
8				
教学指导委员会评审意见				
评审组长签字：			年 月 日	
学校意见				
分管校长签字：			年 月 日	

注：二级学院组织评审，由评审专家签署意见后扫描电子档插入培养方案电子档中。

附录 2：专业计划进程表

附录2：电子商务专业2025级教学计划进程表(三年制)																
模块名称	课程代码	课程名称	学分	课程类型	总学时	学时分配		各学期周学时分配						备 注		
						理论	实践	一		二		三				
								1	2	3	4	5	6			
公共必修 课 28.9 7 %	G03174	思想道德与法治	3	B	54	36	18	3								
	G00002	毛泽东思想和中国特色社 会主义理论体系概论	2	B	36	30	6		2							
	G03445	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	B	54	36	18		3							
	G00684	体育与健康1	2	B	36	4	32	2								
	G00578	体育与健康2	2	B	36	4	32		2							
	G00579	体育与健康3	2	B	36	4	32			2					经营、机电、信息、外语、教育学院第 一学期开设，电影学院、建筑工程学 院、艺术设计学院、教育科学学院、 医学专业第二学期开设	
	G04418	大学英语1	4	B	64	32	32	4								
	G04419	大学英语2	4	B	64	32	32		4							
	G02727	信息技术	4	B	72	36	36		4							
	G00010	军事课	4	B	148	36	112	✓								
	G00009	形势与政策	3	B	48	24	24	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
	G01632	生涯体验——生涯规划	1	B	16	10	6	✓			✓					
	G01633	生涯体验——创业教育	2	B	32	16	16			✓						
	G01634	生涯体验——就业指导	1	B	16	8	8					✓				
	G00070	应用文写作	2	A	36	36	0	2								
	G02215	劳动教育	1	B	16	4	12	✓								
	G00826	大学生心理健康教育	2	B	32	16	16	1	1							
	G04397	大学生成长学	2	A	32	32	0		2							
	G04422	国家安全教育	1	A	16	16	0	✓								
	G00030	入学教育	1	A	16	16	0	✓								
	G04875	毕业教育	1	A	16	16	0						✓			
“公共必修课”模块小计			47	/	876	444	432	12	14	2	0	0	0	0		
公共选 修课 7.41 %	G02892	美育概论	2	A	32	32	0	2							经营、教育、信息、第二学期开 设，机电、艺术、建工、信息、医学 院第二学期开设	
	G04415	“四史”概论	2	A	32	32	0									
	G04876	中华民族发展史	2	A	32	32	0									
	G04416	职业素养	2	A	32	32	0									
	G04417	中华优秀传统文化	2	A	32	32	0									
	/	任意性选修课	4	A	64	64	0									
公共选修课模块小计			14	/	224	224	0	2	0	0	0	0	0	0		
“公共基础课”模块小计			61	/	1100	668	432	14	14	2	0	0	0	0		
专业基 础课 10.7 1%	G00150	管理学基础	2	B	36	18	18	2							专业群共享课	
	G00102	经济学基础	2	B	36	18	18	2							专业群共享课	
	G03880	电子商务基础	2	B	36	18	18		2							
	G03881	会计基础	4	B	72	52	20	4							专业群共享课	
	G02820	商务数据分析	2	B	36	18	18		2						专业群共享课	
	G03882	市场营销	2	B	36	18	18			2						
	G04726	互联网产品开发	2	B	36	18	18		2							
	G00146	客户关系管理	2	B	36	18	18		2						专业群共享课	
专业基础课模块小计			18	/	324	178	146	8	8	2	0	0	0	0		
专业核 心课程 14.2 9%	G03968	视觉营销设计	4	B	72	16	56		4							
	G03895	零售门店 020 运营	4	B	72	36	36				4					
	G00135	网络营销	4	B	72	16	56			4						
	G03969	社群运营	4	B	72	16	56				4					
	G03897	网店运营	4	B	72	16	56				4					
	G03970	数据化运营	4	B	72	16	56			4						
专业核心课模块小计			24	/	432	116	316	0	4	8	12	0	0	0		
专业拓 展课程 14.2 9%	G00138	电子商务案例分析	2	B	36	18	18			2						
	G00140	商务谈判与技巧	2	B	36	18	18					2				
	G00068	直播电商	2	B	36	18	18					2				
	G05259	AI短视频创作	2	B	36	18	18				2					
	G02936	电子商务营销写作实务	2	B	36	18	18			2						
	G02471	跨境电商理论与实务	2	B	36	18	18				2					
	G00145	消费心理学	2	B	36	18	18			2						
	G00471	现代企业管理	2	B	36	18	18					2				
	G00139	市场调查与预测	2	B	36	18	18					2				
	G04727	电子商务金融	2	B	36	18	18					2				
	G05018	农村电商运营管理	2	B	36	18	18				2					
	G05242	生成式人工智能（AIGC） 应用	2	B	36	18	18			2						
拓展课程模块小计			24	/	432	216	216	0	0	8	6	10	0	0		
“课内教学活动”总计			127	/	2288	1178	1110	22	26	20	18	10	0	0		
专业实 践 4.76 %	G03972	营销活动策划与执行实训	2	C	48		48		2周							
	G05252	全渠道营销推广实训	2	C	48		48			2周						
	G03973	数字化运营实训	2	C	48		48				2周					
专业实践模块小计			6	/	144	0	144	0	0	0	0	0	0	0	2-4学期进行，每学期2周在校内，2周 校外实践	
综合实 践 19.5 8%	G00031	社会实践	2	C	48	0	48								社会实践周安排在暑假	
	G03962	岗位实习	16	C	480	0	480					4周	20周		毕业实习不低于6个月	
	G00032	毕业论文	4	C	64	0	64					4周			毕业论文总题为4周，毕业设计通常为 6周	
	综合实践模块小计			22	/	592	0	592							第三学期学分不低于30，学时不低于 600	
总 计			155	/	3024	1178	1846	22	26	20	18	10	0			
占总学 时比例	A类课程比例		B类课程理论部分				B类课程实践部分				C类课程比例					
	11.24%		27.71%				36.71%				24.34%					
	理论部分								实践部分（应在50%以上）							
38.96%								61.04%								
电子商务专业		执笔人（签名）					审核人（签名）		年 月 日							