山西药科职业学院
SHANXI YAOKE ZHIYE XUEYUAN

山西药科职业学院
2026级电子商务（药品方向）专业
人才培养方案

专业大类 财经商贸

专业代码 530701

专业名称 电子商务(药品方向)

招生类型 高考、单招

二〇二六年九月

山西药科职业学院
SHANXI YAOKE ZHIYE XUEYUAN

2026级电子商务（药品方向）专业人才培养方案

教研室通过日期	2026年7月
专业建设指导委员会论证通过日期	2026年7月
系部联席会审核通过日期	2026年7月
学院党委审定通过日期	2026年8月

山西药科职业学院

二〇二六年九月

山西药科职业学院专业人才培养方案审批表

专业名称	电子商务（药品方向）	**专业代码**	530701
适用年级		**学制**	三年
人才培养方案制订说明	按照教育部和省教育厅有关文件要求，结合毕业生调查数据和人才需求调研，针对生源具体情况，由教研室主任组织专业教师和企业兼职教师团队起草制订了本人才培养方案，主要内容说明如下: 一、人才需求情况分析、职业岗位（群）与职业能力分析（调研数据是否详实、内容是否全面、结论是否准确等方面阐述） 二、培养目标和培养规格（定位是否准确、目标是否清晰、规格是否符合社会人才需求等方面阐述） 三、课程体系（课程设置是否规范，能否满足专业目标和培养规格的要求，课程进程是否符合教学规律等方面阐述） 签名（教研室主任）：温筱香 2026年7月20日		
专业建设指导委员会论证意见	经电子商务专业建设指导委员会召开会议审议、论证，与会专家认为该方案**较为充分，岗位能力分析贴合行业需求，建议按专家意见优化完善后，准予实施。** 签名（委员会主任）：温筱香 2026年7月20日		
学院党委审定意见	公章: 年月日		

山西药科职业学院专业建设指导委员会论证表

专业名称（代码）：530701

序号	姓名	工作单位	职称/职务	分工	签名
1	温俊香	山西药科职业学院	副教授	主持论证	温俊香
2	张蓉	山西药科职业学院	副教授	骨干教师参与论证	张蓉
3	贾文雅	山西药科职业学院	教授	骨干教师参与论证	贾文雅
4	赵敏	山西药科职业学院	副教授	骨干教师参与论证	赵敏
5	李青	山西药科职业学院	讲师	骨干教师参与论证	李青
6	王祎	山西药科职业学院	讲师	骨干教师参与论证	王祎
7	王丽峰	山西药科职业学院	讲师	骨干教师参与论证	王丽峰
8	袁苑	山西美格盈盈有限公司	总经理	企业专家论证市场产业需求	袁苑
9	苗舒桐	山西药科职业学院	2023级电子商务2班	学生代表反馈培养意见	苗舒桐
论证意见	经专业建设指导委员会对专业人才培养方案充分论证，意见如下： 一、人才培养调研报告中人才需求情况分析、职业岗位（群）与职业能力分析调研数据翔实、内容全面、结论准确。 二、培养目标和培养规格：定位准确、目标清晰、规格符合社会人才需求等方面。 三、课程体系中课程设置规范，能满足专业目标和培养规格的要求，课程进程符合教学规律。 主任委员签字：温俊香 2026年7月20 日				

制订说明

本方案按照《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》（教职成〔2019〕13号）《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）《教育部高等职业教育专科专业教学标准》（2025年修（制）订）《职业教育专业目录（2021年）》有关要求，结合生源学情和学院办学资源情况编制。在《山西药科职业学院高职专业人才培养方案编制指导意见》（晋药院教〔2023〕32号）的指导下，由化妆品医美系系电子商务专业建设指导委员会论证，学院党委会审定通过。本方案适用于电子商务专业，自2026年9月开始实施。

制订人员：（第一位为主持人）

温俊香山西药科职业学院副教授

贾文雅山西药科职业学院教授

赵敏山西药科职业学院副教授

张蓉山西药科职业学院副教授

王丽峰山西药科职业学院讲师

王祎山西药科职业学院讲师

李青山西药科职业学院讲师

袁苑山西美格盈盈有限公司经理

高瑞刚山西泰和盛化妆品有限公司总经理

韩虎山西中景集团有限公司总经理

目录

一、专业名称及代码 1
二、入学要求 1
三、修业年限 1
四、职业面向 1
五、培养目标与培养规格 1
（一）培养目标 1
（二）培养规格 2
六、课程设置及要求 2
（一）课程体系 .....
（二）公共基础课程 7
（三）专业课程 9
（四）实践性教学环节 14
（五）相关要求 15
（六）学时安排 15
七、教学进程总体安排 15
（一）教学周分配表 16
（二）教学计划进程表 16
（三）学时学分统计表 20
八、素质教育活动安排 20
九、实施保障 21
（一）师资队伍 21
（二）教学设施 22
（三）教学资源 23
（四）教学方法 24
（五）学习评价 25
（六）质量管理 29

附件 1 山西药科职业学院电子商务专业人才培养调研报告

附件 2 山西药科职业学院电子商务专业建设指导委员会成员名单 38
附件 3 山西药科职业学院人才培养方案变更审批表 39
附件 4 变更专家组论证意见 40

化妆品专业群电子商务（药品方向）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（53 财经商贸大类；0701 电子商务类）

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、修业年限

三年（或两年）

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、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……

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、020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并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 020 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、课程设置及要求

（一）典型工作任务分析

表 2 典型工作任务

岗位名称	工作过程及岗位任务与能力要求		支撑课程	职业技能等级证书
	典型工作任务	职业能力要求		
运营管理岗位	1.制定有效的产品推广计划；2.负责线上运营活动策划和落实，根据产品目标持续策划运营活动并跟踪实际效果 3.参与产品功能和业务模式的设计，基于运营反馈提出产品建议 4.通过产品运营策略带动产品提升，挖掘帮助用户成长与帮助用户推广的方案制定，提升用户的成长空间	1.具有搭建数据运营指标体系，开展行业运营、网店运营的能力和团队管理能力 2.有效监控运营数据的能力 3.监控数据、发现运营问题、提出调整方案能力、拓展市场能力、有效地市场洞察	多媒体运营； 市场营销策划； 网店运营与管理；网络营销； 管理学基础	电子商务师； 运营管理师； 市场营销师
视觉营销设计	1.依据网店营销需求及产品定位，结合目标客户特征，分析标志、色彩、字体等视觉传达元素 2.设计网店首页、产品主图视频、产品详情页等 3.美化网店页面访问深度，提高产品转化率	1.具有结合企业市场定位和产品营销推广目标的能力 2.完成企业线上线下视觉设计与展示的能力	视觉营销设计；图形图像处理； 网页设计与制作；视频采编	视觉设计师；电商美工师；平面设计师
客户服务管理	1.根据经营产品、客户画像等实际情况制定客户服务标准，处理客户的退换货、投诉和售后需求 2.建立有效的客服系统，及时回应客户问题，并跟踪解决方案的执行情况 3.维护良好的客户关系	1.良好的沟通协调能力 2.准确判断客户需求的能力 3.有效管理客户的能力	客户关系管理； 管理学基础； 电子商务法律法规	客户服务管理师； 售后服务师； 客户关系管理师
互联网及电商	1.根据对市场数据的分析，挖掘市场需求，明确目标客户画像及市场定位 2.制定互联网产品规划和开发方案，	1.具有互联网产品战略规划和开发方案制定的能力 2.具有根据市场和	市场营销； 网络营销； 网店运营与	电商产品经理； 互联网产品

产品开发	完成数据化选品，并对产品渠道进行评估测试，合理选择产品供应及发布渠道，提高产品竞争优势	客户数据分析结果进行电商产品设计与开发的能力	管理；电子商务基础；	设计师；产品开发工程师
数据分析	1. 需求调研、数据挖掘模型的构建和维护 2. 商业分析报告的编写 3. 业务发展决策支持	1. 有较强的数据分析能力 2. 具有统计学知识	财税基础；商务数据分析；Python	数据分析师；商业分析师；数据挖掘工程师

（二）教学体系

根据工作过程中化妆品各岗位的典型工作任务和能力要求，提出公共课程、专业基础课程、专业技术课程和专业拓展课程，及各门课程的实训实践项目。并且，通过一、二、三课堂，在学校、企业和家庭中完成学生思想、素质和能力的培养和提升。

1. 思政育人体系

本专业围绕“培养什么人、怎么培养人和为谁培养人”这个根本问题，进一步强化课程思政建设的顶层设计，结合本专业特色，确定“明妆之意、理妆之义、凝妆之艺、创妆之奕”为本专业课程思政育人的总目标，践行学院“1355”思政育人工作思路，即是锚定立德树人的根本任务，统筹思政引领的第一课堂、素质提升的第一第二课堂和技能拓展的第三课堂，联动校、家、社会、企业、学生等主题，实现学生德、智、体、美、劳等基本素质的全面升级。

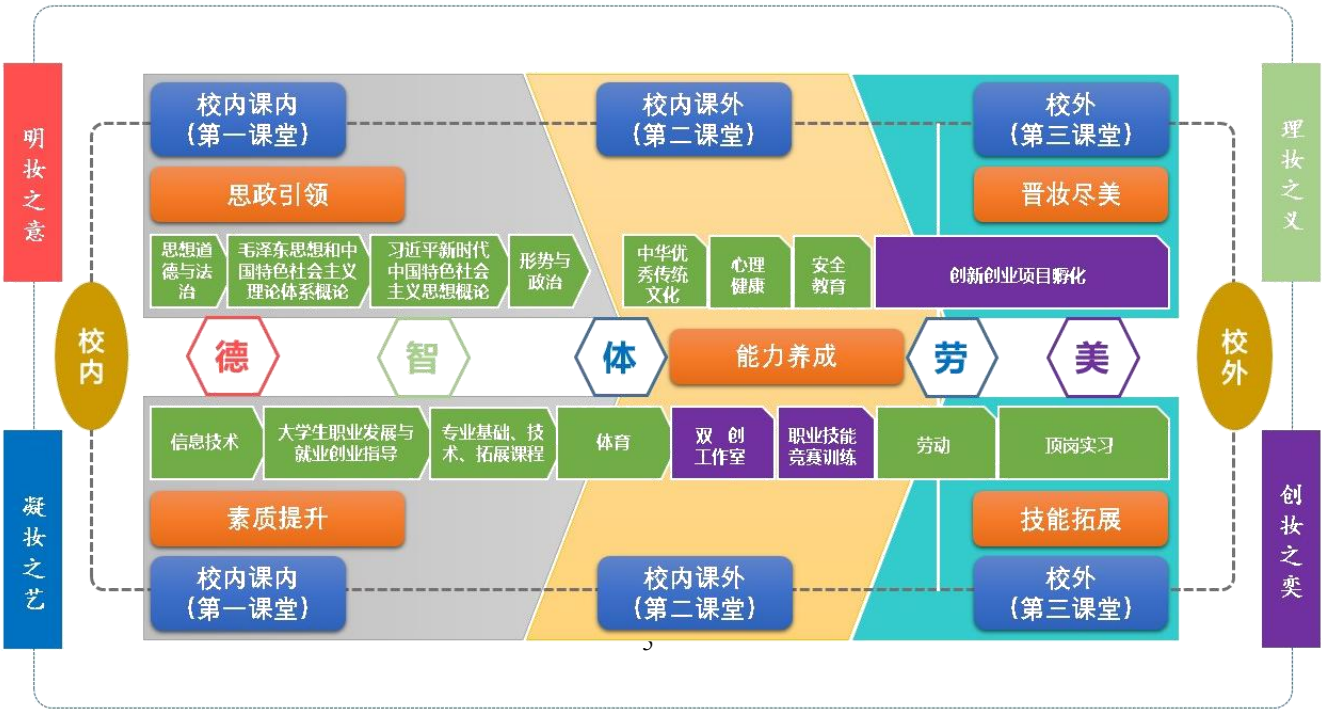


图 1 电子商务专业课程思政育人层次图

2. 专业课程体系

深入企业调研，与企业、行业专家共同确定电子商务岗位的工作职责、工作任务和能力要求。根据本专业岗位群职业能力要求，参照岗、课、赛、证、国家标准、企业规范，进行工作任务分析和能力分解，将能力项目进行有机整合，形成基于工作过程的专业课程体系，见下图 2。



图 2 电子商务专业课程体系

3. 实践教学体系

在确立本专业的专业课程体系基础上，以化妆品行业核心技术技能为底层逻辑，构建“理实一体、训赛互促、实证融通”的“四递进”实践教学体系。

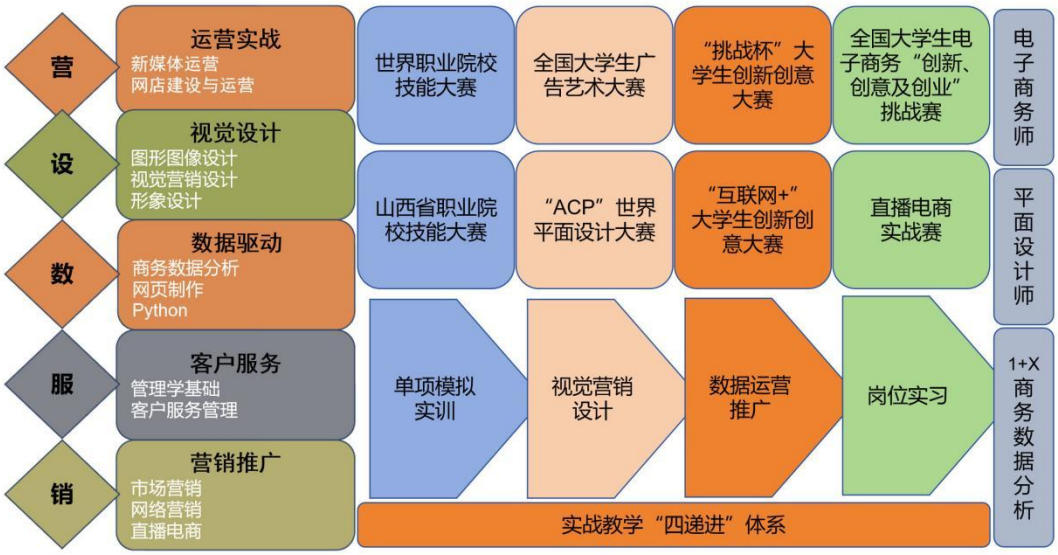


图 3 电子商务专业实践教学体系矩阵图

七、课程设置及要求

（二）公共基础课程

主要包括:

序号	课程名称	主要教学内容与要求
1	思想道德与法治	本课程是高校思想政治理论通识必修课，立足新时代立德树人根本任务，以马克思主义人生观、价值观、道德观、法治观为核心，系统开展理想信念教育、爱国主义教育、道德品格教育与法治素养教育。课程主要教学内容涵盖：人生价值与青春担当、中国精神与家国情怀、社会主义核心价值观涵养、中华优秀传统美德与革命道德传承、社会公德、职业道德、家庭美德建设，以及宪法精神、法律体系、法治思维、权利义务、守法用法实践等核心模块。结合高职育人特色，重点融入职业德行、行业规范、岗位操守教育，实现思想道德涵养与职业素养培育深度融合。 教学总体要求：引导学生树立科学的世界观、人生观、价值观，筑牢理想信念根基；自觉弘扬爱国主义、集体主义、社会主义精神，厚植家国情怀；明大德、守公德、严私德，自觉锤炼高尚道德品格；系统掌握基础法律知识，树立社会主义法治观念，养成尊法学法守法用法的行为习惯；立足职业岗位需求，涵养崇德向善、遵纪守法、敬业守信的职业品质，全面提升新时代青年的思想道德素质、法治素养与综合职业素养，成长为担当民族复兴大任的时代新人。
2	毛泽东思想和	本课程以马克思主义中国化时代化为主线，集中阐述毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位与指导意

	中国特色社会主义理论体系概论	义。教材除导论和结束语外，共设八章，前四章阐释毛泽东思想相关理论成果，后四章阐释中国特色社会主义理论体系相关成果。课程旨在帮助学生全面了解党领导人民进行革命、建设、改革的历史进程，准确把握马克思主义中国化时代化理论成果，提升运用马克思主义立场、观点、方法认识、分析和解决问题的能力。 学习要求：一是掌握基本理论，领会理论成果丰富内涵，把握其一脉相承又与时俱进的理论品质，坚定“四个自信”，增进政治认同、思想认同、情感认同。二是培育理论思维，坚持读原著、学原文、悟原理，带着思考与问题钻研，持续提升理论水平与分析解决问题的能力。三是坚持理论联系实际，结合党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、中华民族发展史、当代实践与自身思想实际，实现知信行有机统一，自觉投身中国特色社会主义伟大实践，为实现中华民族伟大复兴贡献力量。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	本课程是全面系统学习习近平新时代中国特色社会主义思想的重要思政课程，主要内容由导论、17 章主体内容和结语构成，包括“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”“六个必须坚持”等内容，全面反映了马克思主义中国化时代化最新成果，反映了新时代伟大实践和伟大变革，反映了学术界共识性研究成果。教学要求：本课程采用专题式教学，严格依据中宣部、教育部组织编写的《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》教材，使用教育部统一制作的教学课件，充分运用理论讲授、案例教学、问题链教学等方法开展理论教学。结合教学主题、学生思想和认知特点，组织课堂实践、校园实践、社会实践等开展实践教学，引导学生全面认识习近平新时代中国特色社会主义思想的时代意义、理论意义、实践意义、世界意义，深刻把握贯穿其中的马克思主义立场观点方法，树立“四个意识”，增强“四个自信”，做到“两个维护”，自觉成为担当复兴大任的时代新人。
4	形势与政策	主要教学内容：本课程严格对标《高校“形势与政策”课教学要点》，以《时事报告（大学生版）》为核心教材，采用专题化教学。主要讲授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，以及国内外重大时事政治与热点难点问题。同时，紧密结合医药类高职院校办学特色，将国家关于教育、科技、医药卫生、职业教育等领域的新部署、新要求融入教学，深入解读“健康中国”战略、中医药传承创新发展等与医药学生职业发展密切相关的政策，引导学生正确认识世界和中国发展大势。 教学要求： 1.坚持正确导向：牢牢把握思政课政治方向与价值取向，严格对标中央精神，确保理论阐释与案例选用权威准确，引导学生增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。 2.凸显医药特色：立足学院医药办学定位，推动思政课程与专业教育深度融合。在讲授宏观形势时，自然融入医药行业发展趋势分析，帮助学生理解国家战略与个人前途的内在联系。 3.创新教学模式：遵循高职学生认知规律，推行“专题式”与“问题清单式”教学。通过案例解析、情景模拟、课堂辩论等多元互动形式，用青年话语讲清国家大义，增强课程的吸引力与亲和力。 4.强化实践育人：坚持理论性与实践性相统一，将思政“小课堂”同社会“大课堂”结合。依托校内外实践基地开展“行走的思政课”及基层调研，引导学生将理论学习转化为服务基层、奉献医药事业的实际行动。
5	军事理论、国防	本课程围绕提升学生国防意识和军事素养的核心目标，系统传授中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化战争、信息化装备相关基础知识。引导学生树立正确

	教育	国防观与总体国家安全观，弘扬爱国主义精神、传承红色基因，强化学生国家安全责任意识。
6	心理健康教育	本课程面向高职学生开展常态化心理健康教育，核心教学内容涵盖自我认知、情绪管理、人际交往、压力挫折应对、生涯心理调适及心理危机预防六大模块。重点讲解高职阶段身心发展特点、职业适配心理素养、校园人际沟通技巧、学业与就业压力疏导方法，普及心理健康基础知识与心理问题识别常识。 教学要求以育人为核心，坚持理论结合实践。要求学生掌握基础心理调适方法，能够正确认识自我、接纳自我，学会科学调控负面情绪。熟练掌握人际交往、团队协作的心理技巧，可独立应对学业、生活及求职中的挫折与压力。同时树立积极健康的人生态度，具备初步的心理危机识别能力，主动规避心理风险，塑造自信、乐观、坚韧的职业心理素质，适配高职人才培养的身心素养要求
7	体育	高职体育课程主要包括基础理论、运动技能、职业体能及体质测试等相关内容。要求树立健康第一理念，掌握 1—2 项技能，发展通用与岗位体能，通过过程与终结考核，达《国家学生体质健康标准》，方可毕业。
8	信息技术	教学内容：本课程教学内容涵盖信息技术概述、信息检索、文档处理、电子表格处理、演示文稿制作及信息素养与信息社会责任。 教学要求：通过本课程的学习学生需熟练操作办公软件，具备信息获取、加工与展示能力，树立信息社会责任感。
9	安全教育	本课程围绕大学生成长成才与行业岗位安全需求，系统传授消防安全、网络安全、交通安全、食品安全、自然灾害防范、应急处置、专业安全等知识与技能。强化学生安全意识、法治意识与责任意识，提升自救互救与应急处置能力。
10	中华优秀传统文化	本课程面向全院学生开设，围绕中华优秀传统文化中的儒，道，佛，史，医，文，诗等核心内容进行教学。为学生确立文化自信心与自豪感提供坚实基础。
11	大学生职业发展与就业创业指导	本课程分职业认知规划、就业能力提升、求职实务、职场适应四大模块。结合药学类专业特色，讲解行业岗位、简历面试、政策法规、劳动权益等知识。要求立足药企、药监、康养等本地就业资源授课，落实课堂实践，引导学生树立正确择业观，掌握求职技能，匹配医药行业岗位需求
12	劳动	本课程面向全院学生开设。课程教学核心内容主要围绕劳动价值观与劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织（实践指导）、劳动安全和劳动法规等方面开展教育教学。培养学生树立正确劳动价值观，积极弘扬劳动精神、劳模精神、工匠精神，争做时代工匠，实现以劳树德、增智、强体、育美的目的。
13	国家安全教育	本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为遵循，以总体国家安全观为指导，以国家安全理论与实践为主线，以学生国家安全意识提升为落脚点，传授国家安全基本知识，培养学生国家安全意识；提升学生甄别危害国家安全行为和事件的能力；引导学生履行维护国家安全的义务，使人生更有意义、更有价值。课程内容主要涵盖总体国家安全观、政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全、太空安全深海安全、极地安全、生物安全等。使高职院校学生牢固树立国家安全意识，培养学生爱国主义精神，使其矢志不渝听党话、跟党走，不断成为社会主义现代化强国建设的可靠接班人。
14	习近平经济思	习近平经济思想是一个内涵丰富、逻辑严密、系统完备的科学理论体系，《习近平经济思想概论》共设十五章，分别阐释了习近平经济思想中，关于我国经济发展的目标

	想概论	指向、根本保证、根本立场、制度基础、重要法宝、指导原则、路径选择、鲜明主题、重要着力点、重要支撑、重点任务、内在要求、重要保障以及做好经济工作的策略和方法等，将习近平经济思想的主要内容作出了全面概括，体现了习近平经济思想理论与实践相结合，认识论与方法论相统一的特点。教学要求：立足高职立德树人根本任务，紧扣职业教育人才培养定位，坚持理论联系产业发展、行业实务与学生未来就业场景，运用案例教学、行业调研、课堂研讨等方式开展教学，引导学生完整把握党的创新经济理论，树立正确经济观、职业观，能够运用习近平经济思想分析行业经济现象、解决岗位实际经济问题，自觉立足专业服务实体经济发展，成长为懂理论、守底线、敢担当的高素质技术技能经济类人才。
15	人工智能	本课程面向全体高职生培育 AI 数字素养，设置 AI 基础认知、提示词工程、AI 图文创作、AI 音视频制作五大实训模块。课程讲解 AI 发展体系与 AIGC 底层原理，实操大模型完成文案、图表、短视频等内容创作，开展综合职业实践。 课程坚持理实一体化教学。要求学生掌握 AI 基础理论，熟练编写场景化提示词，独立运用各类 AI 工具完成办公、求职类创作任务；树立合规安全的 AI 使用观念，辨别 AI 内容风险，恪守创作伦理，具备依托人工智能辅助学习、求职与岗位工作的数字实操能力，适配新时代复合型技术人才培养要求。
16	大学语文	教学内容：本课程以语文知识和语文素养为主要教学内容，既有利于专升本升学考试，也有助于提升学生的思维水平和语言表达能力。
17	数学	教学内容：本课程开设高等数学、医药数理统计等，结合医药专业案例，培养逻辑思维与数学应用能力，并指导学生参加全国大学生数学建模竞赛。

（三）专业课程

一般包括专业基础课程、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。

应结合区域/行业实际、办学定位和人才培养需要自主确定课程，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。有条件的专业，可结合教学实际，探索创新课程体系。

1.专业基础课程

（应准确描述各门课程的主要内容和教学要求，增强可操作性。6-8 门）

主要包括:

序号	课程名称	主要教学内容与要求
1	电子商务基础	①掌握电子商务基本模式、电商交易流程、电商行业规则、网络营销基础、电商岗位职能等基础知识。 ②运用电商行业分析、市场业态调研、电商模式对比等方法，制定基础电商运营思路、店铺基础搭建方案及线上交易执行规划。 ③能够进行电商行业数据、平台交易数据、基础市场数据分析，制作电商基础分析报告，完成电商平台入驻、店铺基础设置、线上交易操作、基础店铺运维工作。 ④能够进行电商消费群体基础画像分析，优化基础服务与交易流程，规范线上交易服务标准，完成客户咨询对接、交易跟进、基础客户留存与服务优化工作。
2	医药市场营销	①掌握医药市场特征、医药营销法规、药品推广知识、客户管理、医药消费需求等专业知识。 ②运用医药市场调研、竞品分析、市场细分与定位等方法，制定医药产品营销目标、市场推广策略、客户开发方案及营销预算规划。 ③能够进行医药市场数据、产品销售数据、竞品营销数据分析，制作医药营销分析报告，完成市场调研、产品推广、渠道开发、营销活动落地执行工作。 ④能够进行医药客户群体画像分析，优化客户服务与营销对接策略，维护政企、终端客户关系，完成客户开发、留存、复购及市场口碑提升工作。
3	管理学基础	①掌握管理基本原理、管理职能、组织架构、团队管理、沟通技巧、基础绩效管理等专业知识。 ②运用管理统筹方法、流程优化思维、团队激励机制等方法，制定工作管理目标、工作计划方案、团队管理及执行策略。 ③能够进行工作执行数据、团队绩效数据、流程效率数据分析，制作管理工作总结报告，完成工作计划落地、流程管控、团队协调、日常管理实务工作。 ④能够分析团队成员岗位特质与工作需求画像，优化团队管理与激励策略，提升团队凝聚力与执行力，完成团队统筹、人员留存、工作高效落地的管理工作。
4	电子商务法律法规	①掌握电子商务相关法律法规、平台合规规则、网络交易规范、消费者权益保护、电商侵权与维权等专业知识。 ②运用合规风险排查、法规对标分析、纠纷处理流程等方法，制定电商运营合规方案、风险防控策略及纠纷应对方案。 ③能够进行电商经营合规数据、违规案例数据、交易纠纷数据分析，制作合规风险报告，完成店铺合规自查、交易合规审核、风险整改、纠纷初步处理工作。 ④能够梳理电商经营主体与消费用户合规需求画像，优化店铺合规运营与用户维权服务策略，规避经营风险，保障交易双方合法权益，规范电商全流程合规运营。
5	商务数据分析	①掌握商务数据采集方法、数据处理技巧、数据统计原理、数据分析逻辑、数据报表制作等专业知识。 ②运用数据对比分析、趋势分析、竞品数据分析、指标拆解等方法，制定数据复盘目标、数据分析方案及经营优化策略。

		③能够进行店铺经营数据、流量转化数据、行业竞品数据、用户消费数据分析，制作专业商务数据分析报告，完成数据采集清洗、指标统计、问题诊断、优化建议输出工作。 ④能够通过数据挖掘用户消费画像与经营痛点，优化店铺运营、营销推广、用户管理策略，为商家拉新、促活、增收、降本提供数据支撑。
6	财税基础	①掌握基础财务知识、会计核算规范、税种基础知识、票据管理规则、财税申报流程、企业财税合规等专业知识。 ②运用成本核算、税费测算、财务数据分析等方法，制定企业基础财税管理方案、成本管控策略及报税执行计划。 ③能够进行企业经营收支数据、成本税费数据、票据账务数据分析，制作基础财税报表，完成票据整理、账务登记、税费核算、基础报税实操工作。 ④能够分析企业经营财税状况与成本结构画像，优化成本管控与财税合规策略，规范财务收支流程，助力企业降本增效、规避财税风险。

2.专业核心课程

（应准确描述各门课程的典型工作任务、主要内容和教学要求，增强可操作性。6-8 门）

主要包括:

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
22	互联网产品开发	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。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
23	网络直播	典型工作任务为网络直播运营，工作内容主要有直播整体规划、直播脚本策划、直播场景与设备搭建、直播内容输出、直播引流与互动、直播货品讲解与成交、直播复盘与数据分析、直播团队统筹管理。 运用现代化办公软件、直播平台工具、视频剪辑软件、数据监测工具、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①掌握直播平台规则、直播话术设计、镜头表现力、直播礼仪与控场等知识。 ②运用直播流量逻辑、直播间引流技巧、竞品直播分析与账号定位等方法，制定直播排期、直播目标、直播推广策略及场控方案。 ③能够进行直播场次、直播流量、转化数据及竞品直播数据分析，制作直播复盘报告，完成直播选品、直播脚本撰写、直播整场执行与货品销售转化工作。

			④能够进行直播间观众画像分析，优化直播内容、互动玩法与留人策略，完成直播间用户拉新、停留留存、互动促活、下单转化全流程工作。
24	网店运营	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。 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
25	网络营销	典型工作任务为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。运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务	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
26	视觉营销设计	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
27	新媒体运营	典型工作任务为新媒体运营，工作内容主要有新媒体账号规划、内容策划与创作、图文短视频内容制作、平台发布与运维、新媒体流量运营、粉丝互动与用户维护、活动策划执行、数据复盘与运营优化。运用现代化办公软件、图文排版工具、短视频剪辑软件、新媒体数据后台、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①掌握新媒体平台运营规则、内容创作技巧、文案撰写、图文排版、短视频制作、粉丝运营等知识。 ②运用新媒体流量推送机制、内容竞争力分析、账号 IP 定位等方法，制定新媒体账号运营目标、内容更新规划、营销活动策略及推广方案。 ③能够进行账号数据、内容数据、竞品账号数据分析，制作新媒体运营数据报告，完成选题策划、内容生产、账号日常运维、新媒体营销活动落地执行工作。 ④能够进行新媒体用户画像分析，优化内容输出风格与粉丝管理策略，通过内容种草、活动互动、社群运

			维，完成用户拉新、留存、活跃、变现转化等运营工作。
28	互联网销售	典型工作任务 1 为销售方案执行与优化，工作内容主要有销售目标与销售漏斗建立、销售票据处理、销售管理工具运用、自营渠道账单管理、CRM 转化、销售数据分析、方案评估与改进。 典型工作任务 2 为客户服务管理，工作内容主要有客服方案制定和优化、顾客纠纷处理、智能客服训练、客户风控管理、客户服务质量监控。运用办公软件、财税软件、ERP 与 CRM 系统、计算机等软硬件工具完成工作任务	①掌握客户服务管理基础知识、主流电子商务平台交易规则、ERP 与 CRM 等销售管理工具运用。 ②能够分解和制定产品 O2O 销售目标，有效识别和跟进销售线索；能够有效进行销售票据的处理、订单确认及跟踪、自营渠道账单管理。 ③根据企业销售目标，建立产品销售漏斗，进行销售数据统计与分析，对销售方案进行评估与改进。 ④能够制定和优化客户服务方案，进行智能客服机器人训练、客户投诉处理、新老客户转化服务等

3. 专业拓展课程

主要包括: 图形图像处理、企业经营管理 ERP 沙盘、网页设计与制作、Python 编程基础、视频采编、等 5 门课程。

表 9 专业拓展课程设置

序号	课程名称	学分	学时
1	图形图像处理	2	32
2	企业经营管理 ERP 沙盘	2	32
3	网页设计与制作	2	32
4	Python 编程基础	2	32
5	视频采编	3	48

（四）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

在校内外进行图形图像处理、企业经营管理 ERP 沙盘等实训，包括单项技能实训、综合能力实训等。

2.实习

在医药制造/大健康行业的山西振东健康产业集团企业进行电商直播、数据化运营、网店运营、互联网销售等实习，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，加强对学生实习的指导、管理和考核。实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。学校可根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。应严格执行《职业院校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

（五）相关要求

学校应充分发挥思政课程和各类课程的育人功能。发挥思政课程政治引领和价值引领作用，在思政课程中有机融入党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史等相关内容；结合实际落实课程思政，推进全员、全过程、全方位育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。应开设安全教育（含典型案例事故分析）、社会责任、绿色环保、新一代信息技术、数字经济、现代管理、创新创业教育等方面的拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入课程教学中；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

（六）学时安排

总学时为2546学时，每16学时折算1学分，其中，公共基础课总学时646，占总学时的25.3%。实践性教学学时1694，占总学时的67%，其中，实习时间累计为6个月。各类选修课程的学时累计336，占总学时的13%。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按1周为1学分。

七、教学进程总体安排

教学进程是对本专业技术技能人才培养、教育教学实施进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。

（一）教学周分配表

学年	学期	教学活动	其中							假期	合计
			课堂教学	入学教育及军训	认识实习	岗位实习	毕业教育及考核	考核	机动		
一	1	19	14	2	1			1	1	5	24
	2	20	17		1			1	1	7	27
二	3	20	17		1			1	1	5	25
	4	20	18					1	1	7	27
三	5	20	2			16		1	1	5	25
	6	20				17	2		1		20
合计		119	68	2	3	33	2	5	6	29	148

（二）教学计划进程表

电子商务（药品方向）专业教学计划进程表

课程类型	序号	课程名称	开课系部	课程代码	学分	学时				各学期周课时安排						考核方式		备注
						理论			实践	14	17	17	17	18	17			
						合计	线上	线下		一	二	三	四	五	六	考试	考查	
公共基础课程（不少于总学时的25%）	1	思想道德与法治	马克思主义学院	0804001-2	3	48		40	8	2*12	2*12					√		
	2	毛泽东思想和中国特社会主义理论体系概论	马克思主义学院	0801001	2	32		28	4			2*16				√		
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	马克思主义学院	0802001	3	48		40	8				3*16			√		
	4	形势与政策	马克思主义学院	0803001-4	1	32		24	8	2*4	2*4	2*4	2*4				√	
	5	军事理论	素质教育教学研究部	0705005-6	2	36	20	16		2*4	2*4						√	
	6	心理健康教育	学生工作部	9001003-4	2	32	16	8	8	2*4	2*4						√	
	7	体育	体育教学部	1001001-4	8	108		8	100	2*12	2*15	2*15	2*12				√	
	8	信息技术	化妆品医美系	0503001	3	48	16		32	4*8							√	
	9	**安全教育**	**素质教育教学研究部**	**0705001-4**	**2**	**32**	**24**	**8**	0	2*1	2*1	2*1	2*1				√	
	10	中华优秀传统文化	素质教育教学研究部	0701002	2	32	16	16			2*8						√	
	11	**大学生职业发展与就业指导**	**素质教育教学研究部**	**0706001-2**	**2**	**38**	**22**	**16**		2*4			2*4				√	
	12	劳动	学生工作部	0902001-4	1	16	8	8	0	2*1	2*1	2*1	2*1				√	
	13	国家安全教育	马克思主义学院	0805001-2	1	16		12	4	2*4	2*4						√	
	14	习近平经济思想概论	马克思主义学院	0806001	1	16		16		2*8							√	
	15	人工智能	化妆品医美系	0503032	2	32		6	26	4*8								
	16	大学语文	素质教育教学研究部	07010012	3	48		48		4*12								
	17	数学强化	素质教育教学研究	0702006	2	32		32			4*8							

			部															
	小计				**41**	**646**	**122**	**326**	**198**									
专业基础课程（实践占20-50%）	1	电子商务基础	化妆品医美系	0503004	3	48	0	32	16		4*12						√	
	2	医药市场营销	药学系	0203006	3	48		32	16				4*12				√	
	3	管理学基础	药学系	0203003	3	48	0	32	16		4*12						√	
	4	电子商务法律法规	化妆品医美系	0503005	2	32	0	32	0		4*8					√		
	5	商务数据分析	化妆品医美系	0503006	3	48	0	16	32			4*12					√	
	6	财税基础	化妆品医美系	0503007	2	32	0	28	4	4*8						√		
	小计				**16**	**256**	**0**	**172**	**84**									
专业核心课程（实践占60-80%）	1	互联网产品开发	化妆品医美系	0503029	4	64	0	16	48				4*16			√		
	2	网络直播	化妆品医美系	0503012	4	64	0	16	48			4*16					√	
	3	网店运营	化妆品医美系	0503013	4	64	0	16	48				4*16				√	
	4	网络营销	药学系	0203009	3	48	0	16	32			4*12					√	
	5	视觉营销设计	化妆品医美系	0503016	4	64	0	16	48			4*16					√	
	6	新媒体运营	化妆品医美系	0503014	4	64	0	16	48				4*16			√	√	
	7	互联网销售	化妆品医美系	0503030	3	48	0	16	32				4*12				√	
	小计				**26**	**416**	**0**	**112**	**304**									
专业拓展课程（不少于总学时的5%）	**1**	专业任选课	教务部		2	32	32			16		16					√	
	2	图形图像处理	化妆品医美系	0503021	2	32		8	24		4*8							
	4	企业经营管理 ERP 沙盘	化妆品医美系	0502006	2	32		0	32	4*8							√	
	5	网页设计与制作	化妆品医美系	0503027	2	32		0	32		2*16						√	
	6	视频采编	化妆品医美系	0503011	**3**	**48**	**0**	**16**	**32**			4*12					√	
	7	Python 编程基础	化妆品医美系	0503028	3	32		0	32		2*16						√	
	小计				**14**	**208**	**32**	**24**	**152**									
素质拓展	1	人工智能类（线上必选）			2	32	32			16	16						√	
	2	四史类课程（线上必选）			1	16	16					16					√	

课程（不少于总学时的5%）	3	廉洁教育类（线上必选）			1	16	16						16				√	
	4	美育	素质教育教学研究部	0704002-15	4	64			64	2*8	2*8	2*8	2*8				√	
	小计				**8**	**128**	**64**		**64**									
其他	社会实践活动		团委		**2**	**2周**				1周		1周						
	军事训练		学生工作部		2	112			112									
课证融合课程	1	商务数据分析、客户服务		0505777	1.25	20			20					1周			√	
	2	线上店铺设计与装修			1.25	20			20					1周			√	
	3																	
	小计				**2.5**	**40**			**40**									
实习	认识实习				**3**	**60**			**60**								√	
	岗位实习	店铺运营岗实习 直播岗实习 新媒体运营岗实习			16	384			384					16周			√	
		客户服务岗实习 美工设计岗实习			17	408			408						17周		√	
	小计				**33**	**792**			**792**									
总计					**143.5**	**2546**	**218**	**634**	**1694**	**332**	**394**	**394**	**412**					

备注：电子商务专业总计2546学时、143.5学分，包括公共基础课646学时，占总学时数的25.3%（不少于总学时的25%），41学分；专业基础课256学时，16学分；专业核心课416学时，26学分；选修课336学时，占总学时数的13%（不少于总学时的10%），22学分（公共基础选修课128学时，8学分；专业选修课208学时，14学分）；课证融合课程40学时，2.5学分；实习852学时，36学分（认识实习60学时，3学分；岗位实习792学时，33学分）。其中理论教学852学时，占总学时数的33%；实践教学1694学时，占总学时数的67%（不少于总学时的50%）。

（三）学时学分统计表

项目	学时数			百分比		
	理论	实践	总计	理论	实践	总计
公共基础课	448	198	646	69.35%	30.65%	25.37%
专业基础课	172	84	256	67.19%	32.81%	10.05%
专业核心课	112	304	416	26.92%	73.08%	16.34%
专业拓展课	56	152	208	26.92%	73.08%	8.17%
素质拓展课	64	64	128	50.00%	50.00%	5.03%
课证融通	0	40	40	0.00%	100.00%	1.57%
认识实习	0	60	60	0.00%	100.00%	2.36%
岗位实习	0	792	792	0.00%	100.00%	31.11%
合计	**852**	**1694**	**2546**	34.20%	65.80%	100.00%

八、素质教育活动安排

各系围绕五大核心模块，自主开展、常态化落实各类素质教育活动:

（一）思政素养教育：自主开展理想信念教育、医德医风教育、药品安全法治教育、志愿服务及主题德育活动，培育学生良好思想品行与医药职业操守。

（二）劳动实践教育：结合专业实训、校园公益劳动、企业实践劳动等开展特色劳动教育，培养学生严谨规范、爱岗敬业的岗位劳动品质。

（三）职业素养拓展：自主组织专业讲座、技能竞赛、行业认知、职业礼仪、岗位案例研讨等活动，强化学生专业能力与岗位适配度。

（四）创新创业教育：依托各类双创赛事、实训实践、创业模拟等活动，提升学生创新思维与就业创业能力。

（五）身心美育教育：开展文体活动、心理健康教育、美育实践等活动，锤炼学

生身心素质，塑造积极向上的职业心态。

九、实施保障

（一）师资队伍

1.专业带头人

张蓉，女，52岁，副教授，本科，硕士，2021年以来，主持省级科研课题3项，参与院级以上教学科研课题2项，主参编教材2本，发表论文3篇。

2.专任教师

本专业专任教师13人，学生数与本专业专任教师数比例7.5∶1，“双师型”教师占专业课教师数比例100%，高级职称专任教师的比例23%，专任教师队伍已形成合理的梯队结构。

序号	教师类别	姓名	性别	职称	年龄	学历学位	职业资格证书/工种证书	是否为双师型教师
1	专任	贾文雅	女	副教授	45	本科/硕士	高级项目管理师	是
2	专任	张蓉	女	副教授	52	本科/硕士	电子商务师	是
3	专任	赵敏	女	副教授	46	本科/硕士	电子商务师	是
4	专任	温俊香	女	副教授	55	本科/硕士	医用商品采购员	是
5	专任	王祎	男	讲师	49	本科/硕士	医用商品采购员	是
6	专任	李青	女	讲师	55	本科/硕士	医用商品采购员	是
7	专任	王丽峰	女	讲师	45	本科/硕士	医用商品采购员	是
8	专任	李峥	男	高工	57	本科/硕士	工程师	是
9	专任	姜云莉	女	副教授	46	本科/硕士	医用商品采购员	是
10	专任	尹雪婷	女	讲师	42	本科/硕士	医用商品采购员	是
11	专任	张乾	男	讲师	44	本科/硕士	医用商品采购员	是

12	专任	王坤	女	讲师	40	研究生/博	医用商品采购员	是

3. 兼职教师

本专业现有兼职教师 6 人，均具有中级（或技师）以上技术职称，具有 3 年以上企业一线经验,具备较高的专业技能；具有良好的职业道德素养和工作责任心；具备基本的专业教学能力和较好的课堂组织能力；教学水平达到专业教师的要求。

序号	姓名	单位名称(全称)	职称	职务	社会声誉
1	靳丽娜	广州樊文花化妆品有限公司山西分公司		行政副总	樊文花企业文化践行带头人
2	袁苑	山西美格盈盈有限公司		经理	美格盈盈企业文化践行带头人
3	任蕾宇	山西机械高级技工学校	电子商务师	教师	电子商务技能大赛裁判
4	杨长春	山西财贸职业技术学院	工程师	教师	职业技能大赛专家评委
5	高瑞刚	山西泰和盛化妆品有限公司		总经理	
6	韩虎	山西中景集团有限公司		总经理	

（二）教学设施

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、校内实训室、校内产教融合实训基地和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室配备智慧黑（白）板、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安装了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. 校内实训室基本条件

校内实验实训室明细表

序号	实训室名称	主要设施设备名称	数量（台/套）	可实训的项目
1	商品采编实训室	计算机、服务器、交换机	计算机49台 服务器1台 交换机3台	视频采编、图形图像处理、商品信息采编、网页设计与制作等
2	网络营销实训室	计算机、服务器、交换机	计算机49台 服务器1台 交换机3台	支持消费者行为分析、选品与采购、市场调研与分析、市场营销、网络营销、新媒体营销、移动商务、网络推广等教学与实训。
3	数据分析实训室	计算机、服务器、交换机	计算机51台 服务器1台 交换机3台	基础数据信息维护、产品品类管理、店铺流量数据分析、订单信息筛选等。
4	电子商务创业实战中心	计算机、服务器、交换机	计算机100台 服务器1台 交换机3台	主要实训项目有网上开店规划、网店产品策划、店铺开设与管理、网店视觉设计、网店运营推广、客户服务与管理等。
5	电商直播实训室	直播相机、麦克风、补光灯等	直播相机1台 补光灯28个 绿幕1个	电商直播

3.校外实训基地基本条件

校外实习实训基地明细表

序号	实训基地名称	合作单位（企业）名称	单位所在地	可顶岗实习工位数	主要实习内容
1	美格盈盈	山西美格盈盈有限公司	太原市	200	电商直播、客户服务、视频剪辑
2	泰和盛化妆品	山西泰和盛化妆品有限公司	太原	100	化妆品销售

4.支持信息化教学方面的基本条件

互联网接入或Wi-Fi环境，具有可利用的数字化教学资源、文献资料、在线开放课程，具有开展在线学习和互动、问题解答等信息化条件，可用于教师开发数字化教学资源和学生自主学习。

（三）教学资源

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所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1.教材选用

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家职业教育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

图书文献配备能满足电子商务（药品方向）人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要。专业类图书储备不仅应涵盖电子商务专业的基础知识和核心技能，还要提供行业洞察、技术实践和法律法规等方面的参考，有助于学生全面掌握电子商务领域的知识和技，文献应覆盖电子商务的多个方面，包括技术应用、政策分析、人才培养、物流发展等，可以为从事电子商务相关研究的学者和实践者提供丰富的信息和深入的见解。

3.数字教学资源配置

电子商务专业的数字教学资源配置是当前教育信息化发展的重要组成部分，它不仅能够提升教学质量和效率，还能适应电子商务行业快速变化的需求，提供更多的数字化教学设备和软件，完善教学资源库，满足学生多样化的学习需求，应加强对实践性教学资源建设的投入，提供更多的实践性教学设备和场地，提升学生的实际操作能力，应支持多元化的教学方式，包括线上线下相结合的教学模式，多媒体教学、网络直播、虚拟仿真实验等教学方式，提高教学的灵活性和互动性。实现教育资源的优化配置和高效利用。

（四）教学方法

电子商务专业的教学方法多种多样，旨在培养学生的理论知识和实践能力。以下是一些常见的教学方法:

1.理论教学：通过课堂教学、多媒体教学等方式，向学生传授电子商务的基本概念、原理和方法。教师会使用 PPT、视频等辅助教学工具，帮助学生更好地理解和掌握知识。

2.案例分析：选取典型的电子商务案例进行分析，让学生了解电子商务在实际运营中的应用和问题。通过案例分析，学生可以学习到如何运用所学知识解决实际问题。

3.小组讨论：组织学生进行小组讨论，就某一话题或问题展开交流和探讨。这种方式可以激发学生的思维活力，培养团队合作能力和沟通能力。

4.实验教学：在实验室中进行模拟电子商务环境的搭建和操作，让学生亲身体验电子商务的运作流程。通过实验教学，学生可以加深对电子商务系统的理解和应用能力。

5.项目实践：鼓励学生参与实际的电子商务项目，如网站建设、网络营销等。通过项目实践，学生可以将所学知识应用于实际工作中，提高解决实际问题的能力。

6.企业实习：安排学生到相关企业进行实习，了解企业的运营模式和业务流程。通过实习，学生可以获得宝贵的实践经验，为未来的就业做好准备。

总之，这些教学方法的综合运用可以帮助学生全面掌握电子商务专业的知识和技能，为他们的未来职业发展打下坚实的基础。

（五）学习评价

1.公共基础课（公共基础模块）

公共基础课的考核评价包括平时考核和期末考试。

平时考核占期末总成绩的 50%，考核内容主要包括课堂出勤情况、作业完成情况、课堂表现、课堂测试等。

期末考试成绩占期末总成绩的 50%，采用“闭卷笔试”、“开卷笔试”、“实践考核”、“体能测试”等方式进行。重点考核学生对基本知识的理解，对基本技能的掌握，为后续专业知识学习奠定基础。

2.技术基础课（技术基础模块）

技术基础课的考核包括平时考核和期末考试。

平时考核占期末总成绩的 30%%。平时考核内容主要包括课堂出勤情况、作业完成情况、课堂表现、理论测试等。

期末考试包括理论考核和实训考核，其中理论考核占期末总成绩的 30%，实训考核占期末总成绩的 40%。考核内容主要侧重学生基本知识和技能的掌握与应用情况。采用“实际操作”、“论文撰写”、“调研报告”等方式进行。重点考核学生对知识的理解、应用能力，以及知识掌握的全面性、系统性和外延性，为学习专业技能奠定基础。

3.专业技术课（专业方向模块）

专业技术课的考核包括平时考核和期末考试。

平时考核占期末总成绩的 30%%。平时考核内容主要包括课堂出勤情况、作业完成情况、课堂表现、理论测试等。

期末考试包括理论考核和实训考核，其中理论考核占期末总成绩的 30%，实训考核占期末总成绩的 40%。考核内容主要侧重学生基本知识和技能的掌握与应用情况。采用“实际操作”、“论文撰写”、“调研报告”等方式进行。重点考核学生对知识的理解、应用能力，以及知识掌握的全面性、系统性和外延性，为学习专业技能奠定基

础。

4.综合实训

综合实训的考核应以实际操作考核为主，将过程考核与结果考核相结合、个人考核与小组考核相结合、企业考核与学校考核相结合，不仅评定学生的个人实践操作能力，而且评定学生在实践活动中的实训态度、实训过程中的主动性、创新性、协调能力和沟通能力。学校根据综合实训内容，以优秀、良好、中等、及格和不及格评定学生的综合实训成绩。

5.选修课（公共拓展模块+专业拓展模块）

选修课的考核采用“笔试”、“撰写论文”、“社会调查”等方式进行，考核内容主要包括课堂出勤、课堂表现、期末考核等。通过考核来开拓学生的视野，拓展学生的思维。

6.认识实习、跟岗实习（综合实训）、岗位实习

评定的主要依据是实训的态度和完成的工作量以及在实训过程中的主动性和创新性。总体上是以企业评价为主，学校评价为辅。企业评价以实际操作为主，根据企业岗位标准进行考核；学校评价则依据实习记录、实习总结报告、实习鉴定、实习出勤率等方面综合评定成绩。实习总成绩考核分为优秀、良好、中等、及格和不及格。

（1）优秀

实习态度认真、纪律性强，出勤率高，能优异地完成任务，达到实习大纲中规定的全部要求；能对实习内容进行全面、系统的总结，很好地把所学专业理论和知识运用到实习工作中去，对某些方面的问题有独到的见解；实习单位和实习指导老师评价高；按时提交实习报告，实习记录详实、认真，实习报告思路清晰，观点正确，内容完整，分析问题透彻，具有一定的理论深度，质量高。

（2）良好

实习态度端正、纪律性较强，出勤率较高，能较好地完成实习任务，达到实习大纲中规定的全部要求，得到实习单位和实习指导老师的好评；能对实习内容进行较好的总结，较好地把所学专业理论和知识运用到实习工作中去，对某些实际问题加以分析和解决；能按时提交实习成果，实习记录较详实、认真，实习报告思路较清晰，观点正确，内容完整，分析有据，质量较好。

（3）中等

实习态度较端正，纪律性较好，能基本完成实习任务，达到实习大纲中规定的基本要求；能对实习内容进行总结，把所学专业理论和知识运用到实习工作中去；能按时提交实习成果，实习记录齐全，实习报告内容较完整，观点正确，思路清楚，能较有条理地分析问题，实习记录和实习报告质量一般。

（4）及格

实习工作态度比较认真，纪律性一般，能基本上按实习大纲中规定的要求，完成实习任务；基本能对实习内容作总结，但不够完整、系统；基本能把所学专业理论和知识在一定程度上运用到实习工作中去，工作态度和能力得到实习单位老师的认可；能按时完成实习记录和实习报告，但不够系统；实习报告内容相对完整，思路清楚，能较有条理地分析问题。

（5）不及格

实习工作态度不认真，纪律性差，未能按要求完成实习任务，实习单位和指导老师评价较差；实习过程中弄虚作假；实习记录和实习报告质量较差；未交实习报告或实习报告内容不完整，思路不清楚，说理不充分，分析问题观点不明，或出现常识性错误；参加顶岗实习时间未超过全部实习时间二分之一以上者。

7.毕业设计考核

毕业考核包括论文写作（60分）和论文答辩（40分）

（六）质量保障

1.建立了专业人才培养质量保障机制、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、实习实训以及资源建设等质量标准建设，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.建立了教学管理机制，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.专业教研室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，借助智慧校园平台，利用评价分析结果有效改进教学手段与方法，持续提高人才培养质量。

4.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。

5.学院每年有计划安排专业教师到企业进行跟岗实践，掌握最新的电商行业技术。

十、毕业要求

1.思想政治合格;

2.学业成绩合格;

3. 岗位实习鉴定合格;

4. 达到《国家学生体质健康标准》要求;

5. 取得相关职业资格证书;

十一、主要接续专业

本专业的主要接续本科专业有：电子商务专业、物流管理

十二、编制依据

1. 山西药科职业学院**专业人才培养调研报告
2. 山西药科职业学院**专业建设指导委员会成员名单
3. 山西药科职业学院人才培养方案变更审批表
4. 变更专家组论证意见

附件 1. 人才需求情况分析

电子商务专业人才需求分析报告

电子商务教研室

随着互联网技术的飞速发展和全球信息化水平的不断提升，电子商务已成为现代经济体系中不可或缺的一部分。它打破了传统商业模式的地理和时间限制，为消费者提供了更为便捷、多样的购物体验，同时也为企业开辟了全新的市场渠道和营销模式。电子商务的迅猛发展，不仅极大地丰富了市场经济的形态，还催生了大量与之相关的新兴岗位，对就业市场产生了深远的影响。着人们生活水平的提高和对美的追求，化妆品行业迎来了前所未有的发展机遇。化妆品作为日常生活中的重要消费品，其质量与安全问题直接关系到消费者的健康与权益。因此，化妆品质量与安全专业岗位的需求日益凸显。本报告旨在通过对化妆品质量与安全专业岗位的调研分析，为该领域的人才培养、职业规划及行业发展提供参考。

一、行业背景

电子商务行业以其便捷、高效的特点成为现代商业活动的重要组成部分。从全球市场规模的持续扩大到技术的不断创新应用，再到政策的积极支持，电子商务行业展现出强劲的发展势头和广阔的未来前景。在 20 世纪 90 年代随着互联网的普及而兴起，最初以 eBay 和亚马逊为代表的在线交易平台成为行业的焦点。随后，电子商务在全球范围内迅速发展，尤其是在中国，线上交易量在 2016 年便超过了美国，成为全球最大的网络零售市场。电子商务的发展不仅改变了人们的购物方式，还极大促进了消费市场的多元化和便捷化。例如，网络购物已成为中国居民日常生活的一部分，从大城市

到偏远乡村，电商已广泛渗透，并成为重要的消费方式

1. 市场规模增长速度较快

2023 年中国电子商务市场规模达到了 50.57 万亿元，较 2022 年的 47.57 万亿元同比增长 6.31%，这一增长表明尽管国内消费空间存在一定的收缩压力，但电子商务行业在技术创新和模式创新方面仍展现出强大的动力和潜力，以下是 2018—2025 年电子中国网购用户规模。

图 12018—2025 年中国网购用户规模



图 22019—2026 年中国电商直播市场规模



2. 政策支持中国政府高度重视电子商务的发展，并在“十四五”规划中明确提出要推动电子商务高质量发展，促进线上线下融合，加强数字技术创新和应用。这些政策极大地推动了电子商务行业的发展，提升了其在国民经济中的地位和作用。

3.技术进步技术的发展也在推动电子商务行业的创新和升级。人工智能、大数据、物联网等新技术的应用，使得电商平台能够提供更精准的推荐、更高效的物流配送以及更优质的客户服务[^1^]。这些技术的应用不仅优化了消费者的购物体验，还帮助商家提升了运营效率和市场竞争力

二、岗位需求分析

近年来，随着山西省互联网行业的不断发展，山西省内传统企业以及新兴企业逐步开拓自己的在互联网领域的业务，互联网的应用领域以及企业数量规模日益发展壮大，对提升现代服务业、拉动产业协同发展方面发挥着不可替代的作用，电子商务已成为市场经济发展中不可或缺的支柱行业。经调研发现，由于互联网领域前期大量投入，信息产业工业园区企业的大量入驻，对网络营销、新型电子商务人才需求急剧增加，互联网背景下新型电子商务人才的匮乏成为各企业扩大规模的最大瓶颈。

2021 年之前，我院电子商务专业下设在工商管理系，招生人数较少，该系合作的企业以医药类企业为主，为此学生实习及就业主要依托于医药类的企业，电子商务专业类的合作企业几乎没有，随着 2022 年、2023 年人数的暴增，急需开拓电子商务类的企业，为了解专业技术人才基本情况，了解单位的用人需求及发展规模，了解就业岗位及对人才培养的要求，为下一步招生规模的确定和在校生的实习及就业做好充分的准备工作。调研情况如下

表 1 需求电子商务类专业人才的企业调查统计表

序号	公司名称	公司地址	经营范围	联系人	联系电话	人才需求
1	樊文花化妆品有限公司	广州市花都区新雅街富源二路 2 号	生物化工产品技术研发;品牌管理;供应链管理服务;化妆品销售	靳丽娜	13994231665	20

2	跨境通宝电子商务股份有限公司	太原市迎泽区建设南路 632 号	电子产品的技术研发与销售	李勇	0351-5270116	5-8
3	山西贡天下电子商务有限公司	山西综改示范区太原学府园区南中环街 401 号数	休闲食品、护肤品组合装	张和平	13735386957	4-8
4	山西金蝉电子商务有限公司	山西综改示范区太原学府园区晋阳街发展路 88 号华顿大厦裙楼 1 层	互联网信息服务	樊旭琦	0351-5288092	5-8
5	山西全球蛙电子商务有限公司	山西综改示范区太原学府园区长治西巷 9 号 8 层、9 层	互联网销售;家具销售;家居用品销售	储德群	0351-2503979	5-8
6	长城盛世电子商务有限公司	山西省晋中市灵石县翠峰镇延安村电子商务产业园	互联网销售;食品销售;电子产品销售	李晓琴	13608951351	5-8
7	同城酒库电子商务有限公司	山西转型综合改革示范区科技创新城化章北街 1 号山西数据流量生态园 4 号楼 4 层 4407-127	预包装食品、散装食品的批发、零售及网上销售；烟草制品零售：卷烟、雪茄烟的批发、零售及网上销售；进出口业务。	宫全生	0351-5601888	5-8
8	山西新晋商电子商务股份有限公司	太原市小店区长风街 123 号 1 幢 4 层 B 区	计算机网络工程	郝晓海		5-8
9	山西晋汇达电子商务有限公司	晋中市寿阳县南关街 2 号楼 A 室	电子产品、计算机、软件及辅助设备、日用百货、服装、鞋帽、针纺织品、办公用	姜拥军	15934417888	5-8

			品、文化用品、体育用品			
10	华远陆港跨境电子商务有限公司	山西转型综合改革示范区武宿综合保税区电子产业园项目单层厂房三层	互联网销售(除销售需要许可的商品);食品经营(仅销售预包装食品);食品互联网销售	康磊		5-8
11	山西成长天使电子商务股份有限责任公司	太原经济技术开发区龙盛街 18 号孵化基地 5 号楼 5 层 529 室	预包装食品、乳制品(含婴幼儿配方乳粉),散装食品、日用品、服装鞋帽，儿童玩具，文具	范玉宝		5-8

三、职业能力要求

通过调研了解到企业对化妆品人才需求能力要求如下:

1.专业知识方面:

电子商务岗位所需的技能可以分为几大类，包括技术技能、市场营销技能、数据分析技能、人际交往技能和创意设计技能。技术技能涉及对电商平台和相关软件的操作能力；市场营销技能包括品牌推广和客户关系管理；数据分析技能要求能够解读数据并据此做出决策；人际交往技能强调沟通和服务能力；创意设计技能则关注内容的创新性和吸引力。

对于技术技能，电商运营管理需要熟悉电商平台后台操作，掌握基本的网站维护知识；网络营销专家则需了解 SEO/SEM 原理，能够使用相关工具进行市场分析。市场营销技能要求电商客服代表具备优秀的沟通技巧和问题解决能力，内容创作者则需要能够把握市场动态，创造引人入胜的内容。

数据分析技能是数据分析师的核心能力，他们需要精通 Excel、SQL 等数据处理工具，能够通过数据洞察市场趋势。人际交往技能对于电商客服代表至关重要，他们需要具备同理心和耐心，以提供优质的客户服务。创意设计技能则是 UI/UX 设计师和内容创作者的必备能力，他们需要具备良好的审美观和创新能力，以设计出符合用户需求的产品和服务。

2.综合素质方面：具备良好的沟通协调能力、团队合作精神和解决问题的能力，具备强烈的责任心和职业道德。

四、人才培养建议

本次调研对电子商务行业的岗位类型、职责、所需技能、市场需求及薪酬水平进行了全面的分析。我们发现电子商务行业不仅提供了广泛的就业机会，而且对于具备特定技能的专业人才有着强烈的需求。随着技术的进步和市场的发展，电子商务岗位的职责和所需技能也在不断演变。薪酬水平与个人的专业技能和经验紧密相关，而职业发展路径多样，为有志之士提供了广阔的天地。

建议加强与电子商务行业的合作，更新课程内容以匹配市场需求，特别是在数据分析、网络营销和技术应用方面的教育。对于求职者，建议持续关注行业动态，积极提升自身技能，尤其是数字技能和数据分析能力，以适应不断变化的职业要求。电子商务企业应重视员工的培训和发展，建立完善的职业晋升体系，以吸引和保留人才。同时，企业也需要适应市场趋势，不断创新服务和产品，以维持竞争力在国家大力推进信息化和工业化融合的背景下，我国各行各业加快信息化建设步伐，电子商务专业应用需求日益强劲。就业市场广阔，市场规模将进一步增长。

山西省目前电子商务专业的人才培养规模在每年 2600 人左右，远不能满足我省电

子商务行业对专业性高素质人才的需要。我系将从专业人才培养方案制定、实验实训基地建设、科研活动、教学管理等各个方面努力，确保专业建设高标准、健康发展。

电子商务专业岗位在商贸行业中具有极其重要地位，随着行业的快速发展和消费者需求的多样化，该领域的人才需求将持续增长，高校和企业应共同努力，加强人才培养和合作，为电商行业的健康发展奠定良好的基础。

附件 2

山西药科职业学院
电子商务专业建设指导委员会成员名单

主任：温俊香副教授教研室主任

副主任：张蓉副教授

委员：

贾文雅教授

赵敏副教授

李青讲师

王祎讲师

王丽峰讲师

袁苑总经理山西美格盈盈有限公司

苗舒桐学生 2023 级电子商务 2 班

附件 3

山西药科职业学院人才培养方案变更审批表

申请日期：年月日

<table>
<tr><td colspan="2">系部</td><td colspan="3"></td><td>专业</td><td colspan="3"></td><td>年级</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="7">异动前培养方案安排</td><td>课程代码</td><td>课程名称</td><td>学时</td><td>课程类型</td><td>开课学期</td><td rowspan="7">异动后培养方案安排</td><td>课程代码</td><td>课程名称</td><td>学时</td><td>课程类型</td><td>开课学期</td><td>异动类别</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">变更原因</td><td colspan="10"></td></tr>
<tr><td colspan="2">系部意见</td><td colspan="4">系主任签字：（盖章）
年月日</td><td>教务部意见</td><td colspan="5">签字：（盖章）
年月日</td></tr>
</table>

此表一式两份，系部和教务部各存一份。

注：1.如果仅是周数、开设学期需要变更，由系部提出申请，报教务部部长批准；如果涉及课程或环节的学分、课时的变更和课程或环节的增减，则需教务部部长签署意见，经分管院领导同意。

2.培养方案的制定和调整应科学、严谨，不得因老师个人原因调整。一般不得影响毕业总学分。

3.方案调整在每学期下达教学任务前集中进行，正在上或已经上的课程不得调整。

4.异动类别为提前、延后、替代、新增、删除。

附件 4

变更专家组论证意见

专业名称（代码）：

序号	姓名	工作单位	职称/职务	分工	签名
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
论证意见	经专家组对专业人才培养方案变更充分论证，意见如下： 论证专家签字： 年月日				