

高等学历继续教育

电子商务（专科）

人才培养方案样例

浙江开放大学编制

（材料仅供参考）

# 材 料 清 单

1. 浙江开放大学学历继续教育人才培养方案
2. 高等学历继续教育专业备案表
3. 浙江开放大学电子商务专业人才需求调研报告

# 浙江开放大学学历继续教育人才培养方案

## 一、专业信息

专业名称：电子商务

专业代码：530701

办学层次：专科

学习形式：非脱产

修业年限：2.5~5年

## 二、培养目标与规格

### （一）培养目标

本专业以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，紧密对接浙江数字经济强省战略及现代电商产业发展需求，致力于培养德智体美劳全面发展，掌握电子商务运营、新媒体营销、数据分析、数据化运营、全渠道营销推广、视觉营销设计、电商客户服务等专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务、现代商贸流通等行业企业，能够从事网店运营、直播短视频营销、跨境电商运营、社群营销、O2O销售及电商数据分析等工作，具备良好职业素养、创新精神和可持续发展能力的电子商务高素质技能型人才。

### （二）培养规格

学生应在系统学习本专业知识、完成相关实习实训的基础上，全面提升综合素质、专业知识与核心能力，掌握并能熟练运用岗位所需的专业核心技术技能。毕业生在素

质、知识和能力方面应达到以下要求:

### 1.素质要求

(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、深厚的爱国情怀和中华民族自豪感;

(2) 具备良好的科学素养、人文素养以及语言表达、文字表达、沟通协作能力,具有较强的团队合作意识;

(3) 具备对电子商务商业模式与产业文化的系统认知,遵守国家法律法规,恪守职业道德规范,强化社会责任意识与使命担当;

(4) 树立正确的劳动观,弘扬精益求精的工匠精神,具备与本专业发展相适应的职业素养和实践能力;

(5) 具备积极的心理素质、创新精神和创业意识,能够适应职业环境的快速变化,主动应对挑战并运用新技术提出优化方案。

### 2.知识要求

(1) 掌握电子商务行业所需的基础商科知识与相关法律法规,具备扎实的商业素养和法治意识,能够依法合规开展数字商务活动;

(2) 熟悉电子商务数据分析与人工智能应用的基础知识,了解数据采集、处理、可视化及生成式 AI 在产品设计及用户体验优化中的应用场景;

(3) 掌握新媒体传播规律与电商内容创作规范,熟悉

主流社交平台运营机制、高转化文案写作方法及商品视觉呈现的设计原则；

(4) 掌握客户关系管理、电商供应链运作流程与国际贸易实务知识，理解客户生命周期管理、仓储物流协同、跨境通关结算等关键环节的运行机制与管理规范；

(5) 掌握电商平台全链路运营知识，熟悉店铺开设、商品上架、订单处理及移动端运营等基础操作。

### 3.能力要求

(1) 具备短视频与直播电商实操能力，能够独立完成脚本撰写、拍摄剪辑、直播策划与销售转化执行；

(2) 具备 AI 辅助设计与内容创作能力，能够熟练运用 AIGC 工具进行商品图文生成、广告文案撰写与短视频素材制作；

(3) 具备跨境电商业务操作能力，能够管理国际平台店铺、发布多语言商品信息并处理跨境交易流程；

(4) 具备新零售与农村电商项目执行能力，能够协调线上线下资源，开展本地化运营与特色产品推广；

(5) 具备数据化运营与商业分析能力，能够监控核心指标、诊断运营问题并提出优化策略。

## 三、课程设置

本专业课程体系包括公共基础课、专业课职业能力拓展课和综合实践教学。

### (一) 公共基础课

必修课：思想道德与法治、形势与政策、毛泽东思想

和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、“两个先行”的浙江探索、人工智能导论。

选修课：商务英语（1）、商务英语（2）、大学生心理健康教育、大学生人文素养基础、大学生信息技术应用基础、国家安全教育、劳动专题。

## （二）专业课

必修课：电子商务专业导论、电子商务基础、管理学基础、市场营销学、国际贸易实务、商务数据分析与应用、新媒体营销、电子商务案例分析、电商运营实务、短视频制作与运营、跨境电商实务、移动商务基础、农村电子商务。

选修课：经济学基础、电子商务法律法规实务、电商内容创作与文案写作、电商供应链实务、电商客户关系管理与客户服务、直播电商、电商视觉生成与设计、电商数据化运营、商品拍摄与视觉设计、AI驱动的产品与用户体验设计。

## （三）职业能力拓展课

选修课：AI商务应用实务、新零售运营管理、创新创业管理、个人与团队管理、职业生涯规划、商务礼仪、商务谈判与沟通。

## （四）综合实践教学

必修课：入学教育、毕业教育、毕业实习、毕业论文（设计）、电商综合实践；

选修课：数智电商实训、直播电商实训、跨境电子商务实训、数智化 ERP 沙盘实训。

#### 四、学时、学分安排

##### (一) 学时、学分要求

本专业实行学分制，最低总学分为 90 学分，每学分 18 学时，总 1620 学时。课程学时与学分分配总表如表 1 所示：

表 1：课程学时与学分分配总表

课程性质	课程类别	毕业学分数	学时数	占总学分（时）比例
必修课	公共基础课	13	234	14.44%
	专业课	40	720	44.44%
	综合实践教学	16	288	17.78%
	小计	<b>69</b>	<b>1242</b>	<b>76.67%</b>
选修课	公共基础课	5	90	5.56%
	专业课	6	108	6.67%
	职业能力拓展课	4	72	4.44%
	综合实践教学	6	108	6.67%
	小计	<b>21</b>	<b>378</b>	<b>23.33%</b>
合计		90	1620	100.00%

##### (二) 学习成果认定与转换

对于已有的学分银行学习成果，学生可依据学校课程免修免考管理相关规定，申请现修专业对应课程的免修免考，且该学习成果的教学内容、教学要求（含学时）需不低于现修专业人才培养方案中对应课程的规定。学生获得的本专业相关职业资格证书、技能等级证书、竞赛获奖证书、专业技术职称证书等各类成果，若符合课程认证标准，可认可其对应课程学分。具体认定标准及学分转换细则如

表 2 所示。

表 2：学习成果学分认定与转换

成果 大类	子类别	具体成果 / 证书示例	对应课程	转换 学分	认定要求
技能类	职业资格/技能等级证书	高等学校英语应用能力 B 级证书/ 全国英语等级考试三级证书以上	商务英语 (1)	2 学分	提供相关证书
		浙江省高校计算机等级一级证书/ 全国计算机等级考试证书	大学信息技术应用基础	2 学分	提供相关证书
		中国助理电子商务师资格证书/ 中国电子商务师资格证书	电子商务基础/ 电商运营实务	4 学分	国家人社部门或权威机构颁发，证书在有效期内
		阿里巴巴跨境电商系列认证	跨境电商实务	3 学分	提供相关证书
		新媒体营销职业技能等级证书 (1+X, 中级)	新媒体营销	3 学分	符合教育部 1+X 证书制度，中级及以上
		网络直播运营职业技能等级证书 (1+X, 中级)	直播电商	3 学分	符合教育部 1+X 证书制度，中级及以上
		电子商务数据分析 (1+X, 中级)	电商数据化运营	3 学分	符合教育部 1+X 证书制度，中级及以上
		农产品电商运营职业技能等级证书 (1+X, 初级)	农村电子商务	3 学分	符合教育部 1+X 证书制度，初级及以上

	技能竞赛获奖证书	中国国际大学生创新大赛（省级铜奖及以上）挑战赛（省级三等奖及以上）	创新创业管理	2 学分	团队核心成员（前 5），提供获奖证书
能力（业绩）类	专业技术职称证书	助理经济师（电子商务方向）	经济学基础	3 学分	提供证书
	岗位业绩奖励证书	企业“年度优秀电商运营”“最佳新媒体流量贡献奖”等	毕业实习/电商综合实践	4 学分	提供企业盖章的奖励证书、业绩证明
课程类	同等及以上学历课程	国民教育系列专科及以上学历 / 在读期间所学课程	相应课程	按课程学分转换	相同及以上学历层次，与现有课程名称相近，大纲与内容相关度 $\geq 80\%$ 。
	高等教育自学考试课程	自学考试课程	相应课程	按课程学分转换	相同及以上学历层次，与现有课程名称相近，大纲与内容相关度 $\geq 80\%$ 。
	非学历教育培训课程	培训证书	相应课程	按课程学分转换	培训内容与课程内容相关度 $\geq 80\%$
	在线开放课程	浙江省全民终身学习平台、浙江省高等学校在线开放课程共享平台、中国大学 MOOC 等平台的课程学习证明	相应课程	按课程学分转换	与现有课程名称相近，大纲与内容相关度 $\geq 80\%$ 。
其他类	职业经历、专业实习、社会实践等	职业经历、实习证明、社区教育成果、志愿服务记录、创新创业项目、科研成果、专利版权等	劳动专题	1 学分	经学校认定，能体现与课程相关的知识或能力

## 五、教学形式

本专业坚持“理实一体、工学结合”的培养理念，结合行业需求与学生实际，采用联合培养、送教入企、送教进社区、送教下乡、项目式学习等灵活多样的形式组织教学。具体教学实施采用线上线下相结合的混合式教学模式。线上教学依托浙江省全民终身学习公共服务平台、虚拟仿真实验平台及直播教学平台等载体，开展在线教学活动；线下教学涵盖面授教学、辅导答疑、实习实训、毕业论文（设计）指导等。公共基础课与专业课均需设置线下教学环节，线下面授总学时（含实践教学）原则上不低于人才培养方案规定总学时的 20%。

## 六、课程考核

课程考核采用过程性考核（平时成绩）与终结性考核（期末考试）相结合的方式，期末考试成绩占总成绩比例原则上为 40%—80%。公共基础课和专业课的期末考试原则上采用闭卷考试形式。具体请查阅相关课程的考核说明文件。

闭卷考试包括线上和线下两种方式，线上考试启用人脸识别、不定时抓拍、远程监控等技术实现智能监考，保障考试安全，确保考试纪律。学校积极创新课程考核与评价方式，探索通过项目展示、实操答辩、技能认证等方式多元化评价学生能力水平。

## 七、毕业条件

在规定修业年限内，完成各教学环节、通过课程考核

且成绩合格，修满学校规定的最低 90 学分（含学分认定与转换），思想政治品德良好，即准予毕业并颁发专科毕业证书。

## 八、教学进程安排

（一）教学进程表安排详见附件

（二）公共基础课程主要教学内容

**表 3：公共基础课程主要教学内容**

序号	课程名称	主要教学内容
1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	以马克思主义中国化时代化为主线，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的历史进程和基本经验，集中阐述马克思主义时代化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。
2	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	全面解读习近平新时代中国特色社会主义思想，使学生系统学习这一思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，更好把握中国特色社会主义理论精髓与实践要义，自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去。
3	思想道德与法治	针对大学生成长过程中面临的思想道德与法治问题，开展马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观教育，帮助大学生提升思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。
4	形势与政策	按照教育部每学期印发《高校“形势与政策”课教学要点》确定教学专题，重点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，引导学生正确认识世界和中国发展大势、中国特色和国际比较、时代使命。
5	“两个先行”的浙江探索	分析浙江在经济转型升级、政治建设、文化繁荣、社会和谐、生态文明建设等方面的先行实践，深化学生对区域历史、文化的认识，引导学生深入领会中国特色社会主义现代化发展的实际，增强建设中国特色社会主义的信念和信心。

### (三) 专业核心课程主要教学内容

表 4: 专业核心课程主要教学内容

序号	课程	典型工作任务描述	主要教学内容
1	人工智能导论	让学生了解人工智能历史、掌握人工智能技术中能与不能、透析人工智能学科交叉的内涵、明确人工智能伦理治理理念、理解人工智能知识点的历史演化。	人工智能的历史发展；数据算法与模型；人工智能算力资源与应用；人工智能知识点演变及伦理安全。
2	电子商务专业导论	向学生介绍行为发展现状，展示课程体系、选课要领、课程证书、岗位培训及国家职业资格证书以及毕业要求等，同时，结合行业发展态势，对学生进行职业发展指导。	认识专业培养目标；了解课程体系；了解课程模块之间的关系；了解本专业的岗位培训及国家职业资格证书；了解毕业规则。
3	电子商务基础	负责电商平台基础操作与店铺搭建，掌握商品发布、页面设置、交易流程与客户服务，理解电商模式与平台规则，保障线上运营规范与用户体验。	电子商务的基础内容、零售业电子商务、移动电子商务、网络营销、网络支付、电子商务安全、电子商务物流、网络营销与网络政务等。
4	商务数据分析与应用	根据业务需求采集、清洗多源数据，运用统计方法和分析工具进行用户行为、销售趋势、营销效果等分析，通过可视化呈现关键指标，撰写分析报告并提出优化建议，支持运营决策，实现数据驱动业务增长。	商务数据分析与认知、商务数据收集、商务数据预处理、商务数据分析、商务数据可视化及报告撰写。
5	新媒体营销	使用新媒体营销工具开展营销活动，工作内容有市场分析，营销活动主题与目标以及使用新媒体工具开展营销活动。	新媒体营销的相关概念和基本理论；新媒体营销创新思维；微信营销；微博营销；短视频营销；直播营销；其他新兴的营销手段；营销效果监测与分析。
6	电商运营实务	网店日常运营的目标制定与策划；网店商品管理、客户管理等日常运营操作；根据平台规则策划相关活动；利用工具分析网店运营数据并指导网店运营。	系统构建电商运营知识体系：从市场洞察与选品策略入手，掌握平台规则与推广；通过内容创作引流转化；以品牌建设提升价值；借用户运营增强粘性与复购；最终以高效物流管理保障消费体验，各内容环环相扣，培养实战型电商人才。

7	短视频制作与运营	短视频策划与筹划、制作与剪辑以及发布与运营。	短视频的基本概念与发展现状；短视频制作的基础知识与流程，包括拍摄设备选择、拍摄技巧、脚本构思等；多种常见短视频类型的制作剪辑与运营。
8	移动商务基础	分析典型经营模式与案例；具备移动营销策划、移动支付应用、短视频与直播电商运营能力；识别移动商务安全风险，并运用所学技术完成移动端商业活动的策划、推广与安全管理。	移动商务认知；移动商务技术概况；移动支付；移动商务经营模式；移动营销；移动商务安全；短视频与直播电商；移动商务典型案例。
9	农村电子商务	农村电商场景，培养学生在项目策划、平台运营、网络营销、物流支付及合规安全等方面的综合实践能力。	电子商务在农业中的应用；电子商务基础；网络营销；电子支付；电子商务物流；电子商务安全；电子商务应用平台；电子商务法律法规；电子商务创业项目策划。
10	跨境电商实务	负责跨境电商店铺运营、海外推广、物流协调、进出口合规及多语言客户服务，运用数据分析优化销售绩效，推动店铺持续增长与盈利提升。	跨境电商综述；跨境 B2B 电商平台；跨境 B2C 平台；跨境电商综合服务平台；跨境电商从业基本技能；跨境电商网络营销推广；跨境电商品牌营销；跨境电商风险控制。
11	电商数据化运营	数据化运营工作内容主要有确定运营目标、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化、持续跟踪。	理解数据分析指标体系概念；数据分析的方法与方法论；数据分析工具运用；数据分析报告的撰写。

## 九、师资队伍

浙江开放大学实行系统办学、分级管理的办学体制。师资队伍主要包括主讲教师和辅导教师。主讲教师负责统筹课程教学、课程资源建设与教学团队建设，辅导教师负责教学点的课程教学实施及答疑。主讲教师和辅导教师根据聘用性质不同分为专任教师和兼职教师。其中本校专任教师占主讲教师的比例不低于 60%，主讲教师数与在籍学生

数比例不低于 1：200。专任教师和兼职教师中副高级及以上专业技术职务比例均不低于 30%。

专任教师要求：获得高校教师资格和本专业领域有关证书；具有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有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；

兼职教师要求：应具备良好的思想政治素质、职业道德和爱岗敬业精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，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。

目前，全省办学体系共有本专业教师 150 名。其中，主讲教师 30 名、辅导教师 120 名；硕士以上学位教师占比 100%；专任教师 79 名，兼职教师 71 名。省本级开大本专业专任教师 23 名，硕士以上学位占比 100%，含博士 7 名、正教授 5 名、副教授 8 名，高级职称占比 56.52%。

## 十、教学实施保障

### （一）教材选用

教材选用严格执行教育部及学校相关文件规定，落实教材选用、审核与更新制度，规范选用程序。课程优先选用国家级、省级规划教材、精品教材及获省部级以上奖励的优秀教材，涉及马克思主义理论研究和建设工程重点教材的课程，统一使用国家规定教材。积极选用本校教师结合本专业特点自主编写、符合成人学习规律的教材。严格

开展教材审核，确保政治方向与价值导向正确，内容无偏差。

## （二）数字化资源

学校构建了浙江省终身学习数字化资源库、浙江省全民终身学习公共服务平台、浙江省高校在线开放课程共享平台、浙江开放大学课程考核管理系统、云教室、数字图书馆、虚拟仿真实验室等多个教学与管理平台，集成智能学伴、智能推荐、智能评价、学生画像、学情预警等数字赋能功能，构建智慧学习支持体系，满足人人可学、处处可学、时时可学的学习场景需要。本专业已建设数字教材有 6 本，网络课程 26 门，配套开发教学视频 259 个（总时长达 200 余小时），2 门课程获评省级职业教育精品课程，获得厅级以上优质资源评比、业务竞赛等奖项 30 余项，为专业建设奠定了坚实基础。

## （三）教学及实验实训条件

### 1. 专业教室

专业教室配备黑（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，逃生通道畅通无阻。

### 2. 校内外实验、实训条件

学校具备虚实结合、校内校外结合的实验实训条件。实验实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，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。

学校本部配有多个电商综合实训室、电商直播间、创新创业工作室以及虚拟仿真实验室等，可满足学生开展电商综合实践、数智化 ERP 沙盘实训、跨境电子商务、数智电商、直播电商等实验实训需要。同时，学校在杭州、金华、丽水等地设立的直播电商、跨境电商与农村电商实训中心，并依托“一村一名大学生计划”建立了 32 家乡村实训基地，为相关课程提供真实实践场景。例如浙江乡村宝网络科技有限公司、丽水绿盒电子商务有限公司、台州市齐云树电子商务有限公司实践基地、景宁腾翼电子商务有限公司实践基地、浙江中国轻纺城网络有限公司实践基地、绍兴易纺会展有限公司实践基地、常山龙腾石博园管理有限公司实践基地等。

#### （四）质量保障

学校基于人才培养目标，从制度建设、人员队伍、经费投入等方面构建全面的质量保障体系。

##### 1. 制度保障

一是落实完善专业建设和教学质量诊断改进机制，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，达成人才培养规格。二是完善教学管理机制，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，健全巡课、听课、评教、

评学及校企联动的实践教学督导制度，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。三是建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，分析生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，同时充分运用评价结果改进专业教学，持续提升人才培养质量。

## 2.人员保障

学校持续适时引进高素质高技能电子商务专业教师，强化教师专业技能和实践能力培训，提升高级职称教师占比，聘用有影响力的行业专家与教授，扩充师资规模，提升师资质量。同时配足相适应的管理人员，保障教学过程高质量地落实。

## 3.经费保障

学校按教育主管部门的相关文件政策规定收取学费，结合办学情况投入所需经费，同步争取专业建设相关项目补充经费，为专业建设及教育教学活动提供支撑保障。

附件：专业教学进程表

附件

## 电子商务（高起专）专业教学进程表

课程类别	序号	课程代码	课程名称	学分	总学时	线上教学		线下教学		各学期学时分配					考核方式		
						理论学时	实验实训学时	理论学时	实验实训学时	一	二	三	四	五	过程性考核	终结性考核	
																闭卷	开卷
公共基础课	<b>必修课</b>																
	1	80001	思想道德与法治	3	54	42	0	12	0	√					√	√	
	2	80002	形势与政策	1	18	15	0	3	0	√	√	√	√	√	√		
	3	80003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	36	24	0	12	0	√					√	√	
	4	80004	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	54	42	0	12	0		√				√	√	
	5	80005	“两个先行”的浙江探索	2	36	21	0	9	6			√			√	√	
	6	80006	人工智能导论	2	36	24	0	6	6	√					√	√	
	<b>必修课小计</b>				<b>13</b>	<b>234</b>	<b>168</b>	<b>0</b>	<b>54</b>	<b>12</b>							
	<b>选修课</b>																
	7	80007	商务英语（1）	2	36	21	0	9	6	√					√	√	
	8	80008	商务英语（2）	2	36	21	0	9	6		√				√	√	
	9	80009	大学生心理健康教育	2	36	21	0	9	6	√					√	√	
	10	80010	大学生人文素养基础	2	36	21	0	9	6	√					√	√	
11	80011	大学生信息技术应用基础	2	36	21	0	9	6	√					√	√		
12	80012	国家安全教育	1	18	12	0	0	6	√					√	√		
13	80013	劳动专题	1	18	12	0	0	6		√				√	√		
<b>选修课小计（至少选5门）</b>				<b>5</b>	<b>90</b>	<b>54</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>18</b>								
专业课	<b>必修课</b>																
	14	80014	电子商务专业导论	1	18	18	0	0	0	√					√	√	
	15	80015	电子商务基础	4	72	60	0	12	0	√					√	√	
	16	80016	管理学基础	3	54	48	0	6	0		√				√	√	
	17	80017	市场营销学	3	54	42	0	12	0		√				√	√	
	18	80018	国际贸易实务	3	54	42	0	12	0		√				√	√	
	19	80019	商务数据分析与应用	4	72	48	0	12	12		√				√	√	
	20	80020	新媒体营销	3	54	36	0	12	6				√		√	√	
	21	80021	电子商务案例分析	3	54	42	0	6	6			√			√	√	
	22	80022	电商运营实务	4	72	54	0	18	0			√			√	√	
	23	80023	短视频制作与运营	3	54	36	0	18	0			√			√	√	
	24	80024	跨境电商实务	3	54	12	30	6	6						√	√	
	25	80025	移动商务基础	3	54	42	0	12	0				√		√	√	
	26	80026	农村电子商务	3	54	42	0	12	0			√			√	√	
	<b>必修课小计</b>				<b>40</b>	<b>720</b>	<b>522</b>	<b>30</b>	<b>138</b>	<b>30</b>							
	<b>选修课</b>																
	27	80027	经济学基础	3	54	36	0	12	6	√					√	√	
28	80028	电子商务法律法规实务	3	54	36	0	12	6		√				√	√		
29	80029	电商内容创作与方案写作	3	54	36	0	12	6			√			√	√		
30	80030	电商供应链实务	3	54	36	0	12	6			√			√	√		
31	80031	电商客户关系管理与客户服务	3	54	36	0	12	6			√			√	√		

	32	80032	直播电商	3	54	36	0	12	6				√		√	√		
	33	80033	电商视觉生成与设计	3	54	36	0	12	6					√	√		√	
	34	80034	电商数据化运营	3	54	36	0	12	6				√		√	√		
	35	80035	商品拍摄与视觉设计	3	54	36	0	12	6		√				√	√		
	36	80036	AI驱动的产品与用户体验设计	3	54	36	0	12	6				√		√	√		
	<b>选修课小计（任选2门）</b>			<b>6</b>	<b>108</b>	<b>72</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>12</b>									
职业能力拓展课程	37	80037	AI商务应用实务	2	36	24	0	12	0					√	√		√	
	38	80038	新零售运营管理	2	36	24	0	12	0		√				√	√		
	39	80039	创新创业管理	2	36	24	0	12	0				√		√			
	40	80040	个人与团队管理	2	36	24	0	12	0		√				√		√	
	41	80041	职业生涯规划	2	36	24	0	12	0	√					√		√	
	42	80042	商务礼仪	2	36	24	0	12	0				√		√		√	
	43	80043	商务谈判与沟通	2	36	24	0	12	0			√			√		√	
	<b>小计（任选2门）</b>			<b>4</b>	<b>72</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>0</b>									
综合实践教学	<b>必修课</b>																	
	44	80044	入学教育	1	18	18	0	0	0	√								
	45	80045	毕业教育	1	18	18	0	0	0					√				
	46	80046	毕业实习	4	72	72	0	0	0					√				
	47	80047	毕业论文（设计）	6	108	84	0	24	0					√				
	48	80048	电商综合实践	4	72	0	0	0	72					√				
		<b>必修课小计</b>			<b>16</b>	<b>288</b>	<b>192</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>72</b>								
	<b>选修课</b>																	
	49	80049	数智电商实训	3	54	0	27	0	27					√				
	50	80050	直播电商实训	3	54	0	27	0	27					√				
51	80051	跨境电子商务实训	3	54	0	27	0	27			√							
52	80052	数智化 ERP 沙盘实训	3	54	0	27	0	27		√								
	<b>选修课小计（任选2门）</b>			<b>6</b>	<b>108</b>	<b>0</b>	<b>54</b>	<b>0</b>	<b>54</b>									
	<b>学分要求合计</b>			<b>90</b>	<b>1620</b>	<b>1140</b>		<b>480</b>										
	<b>百分比（%）</b>					<b>70.37%</b>		<b>29.63%</b>										

- 备注：**1.课程类别：学校可根据实际情况自行确定课程分类。  
2.学分与学时换算，一般以16—18学时计为1个学分。  
3.请在考核方式中选择“√”填写。  
4.总学时=线上教学学时+线下教学学时，线上（下）教学学时=理论学时+实验实训学时。  
5.线上教学中的“实验实训学时”一般指虚拟仿真课程或环节等。

# 高等学历继续教育专业备案表

(已开设专业 新设(增)专业)

学校名称(盖章): 浙江开放大学

学校主管部门: 浙江教育厅

专业名称: 电子商务

专业代码: 530701

所属专业门类或专业大类: 财经商贸大类

培养层次: 专科

学习形式: 非脱产

修业年限: 2.5~5年

申请时间: 2025年12月

专业负责人: ××

联系电话: 0571-××××

教育部职成司制

# 目 录

- 1.基本情况
- 2.专业开设理由
- 3.基本办学条件
- 3.专业师资队伍情况
- 4.专业备案意见表

## 填 表 说 明

- 1.备案表限用 A4 纸张打印并装订成册（各专业分别装订）；
- 2.所有表格均可另加页；
- 3.本表内容应真实、准确。
- 4.所有表格中文字使用宋体，小四号字，行距固定值 16 磅。

## 1.基本情况

学校基本情况	学校名称	浙江开放大学	学校标识码	4233051258
	学校类型 <sup>1</sup>	开放大学	学校现有高等学历继续教育专业点数	106
	全日制本专科在校生总数	7371 人	具有本校学籍的学历继续教育学生总数	149126 人
专业基本情况	专业名称	电子商务	专业代码	530701
	培养层次	专科	学习形式 <sup>2</sup>	非脱产
	修业年限	2.5~5 年	学科门类（本科）或专业大类（专科）	财经商贸大类
	已开设专业现有在籍生人数 <sup>3</sup>	2098 人	新设（新增）专业首次拟招生人数 <sup>4</sup>	无
学校简介（300 字以内）				
<p>浙江开放大学是省属新型高等学校，前身为浙江广播电视大学，成立于 1979 年 1 月。2020 年 11 月，经浙江省人民政府批复同意，更名为浙江开放大学。学校实行系统办学、分级管理的办学体制，是一所以开放教育为主体、多元办学、多种教育类型协调发展的省属现代远程大学。向上承接国家开放大学的教育资源和业务指导，办学体系由浙江开放大学本级、设区市开放大学、县（市、区）开放学院（含学习中心）和直属行业（企业）学院组成。校本级现有教工路、振华路两个校区，校舍建筑面积 9.4 万平方米，现有教职工 357 人，其中具有高级职称的 88 人。全省开大办学体系校舍建筑面积 116 万平方米，教职工 3685 人，高级职称有 1191 人。</p>				

- 注：1. 学校类型包括普通本科、职业本科、高职专科、开放大学、独立设置成人高校。
2. 学习形式包括脱产、非脱产和开放教育。
3. 已开设专业填报本栏目，指本专业拥有本校继续教育有效学籍的学生数，没有可填写“无”。
4. 限新设（新增）专业填报本栏目，新设专业主要面向开放大学和独立设置的成人高校，新增专业主要面向普通高校，没有可填写“无”。

## 2.专业开设理由

从人才需求、专业基础、办学条件等方面论证，字数在 1000 字以内。

### 一、人才需求

浙江省作为我国电子商务发展的前沿区域，在政策与市场驱动下，依托阿里巴巴、网易严选、谦寻、遥望等头部企业，全面进入以直播电商、跨境电商为标志的新电商阶段。以直播电商为例，《浙江省直播电商发展全景分析报告（2025）》显示，2024 年全省直播电商交易额居全国首位，集聚约 2.6 万家企业、超 60% 的 MCN 机构和近 5 万名主播，从业人员逾百万，催生出选品师、投流师、AI 脚本师等 174 个新兴岗位，人才结构加速向专业化、复合型转变。

《浙江省跨境电商发展全景分析报告（2025）》则显示，浙江作为跨境电商的制度策源地与产业集聚区，拥有 642 家跨境电商企业，为落实《浙江省加力推动跨境电商高质量发展行动计划（2024—2027 年）》，市场对“相关专业+跨境电商”、“跨境电商+小语种”等跨界人才的需求尤为迫切。前期调研同样发现，超 70% 的受访者认为，未来三年跨境电商、直播电商与数据分析是人才缺口最大的方向。

从传统电商模式向直播电商、跨境电商、内容电商、社交电商等多元形态纵深演进，浙江电子商务正经历着一场深刻的业态变革与商业模式迭代。在此背景下，培养具备良好职业素养、创新精神和可持续发展能力的高素质技能型电商人才，已成为推动区域经济发展的迫切需求。

### 二、专业基础

浙江开放大学在继续教育领域已有 11 年电子商务专业积淀，形成了较为完善的办学体系。

课程建设方面，整合全省办学系统内专兼职教师和浙江大学、杭州师范大学阿里商学院的专家教授，组建结构合理的课程团队。已完成本专业 26 门课程建设，开发课程视频 205 小时以上，为专业建设奠定坚实基础。

实践教学方面，已建成覆盖全省、对接地方产业的实训网络，如与阿里巴巴共建橙点数字经济产业学院，与中国（杭州）跨境电子商务综试区共建产学研协同创新基地，与菜鸟产业园构建校企合作模式，以及杭州、金华、丽水、温州等地设立的直播电商、跨境电商与农村电商实训中心，并依托“一村一名大学生”计划建立了 32 家乡村实训基地，为相关课程提供真实实践场景。

### 三、办学条件

依托浙江开放大学办学体系，坚持“立足浙江、开放办学、服务全民”，与其他高校错位发展，形成独特办学条件：构建以浙江学习网、云教室、数字图书馆、浙江省终身学习数字化资源库、远程实验平台为核心的智慧学习支持体系，实现送教入企、送教入乡；同时，基层教学点覆盖全省县域，结合地方特点，实现人才与地方需要的对接。

### 3.专业基本办学条件<sup>1</sup>

	类型	校本部	校外教学点	合计	专任（职） <sup>2</sup>	兼职 <sup>3</sup>
教师队伍	主讲教师数量	23	7	30	21	9
	辅导教师数量	21	99	120	58	62
	管理人员数量	81	71	152	152	0
	合计	125	177	302	231	71
教学与管理平台	平台名称和网址			建设方式		
	浙江省全民终身学习公共服务平台 <a href="https://www.zjlll.cn/">https://www.zjlll.cn/</a>			<input checked="" type="checkbox"/> 自主开发 <input type="checkbox"/> 购买 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 其他		
	浙江开放大学课程考核管理系统 ( <a href="http://ks.zjtvu.edu.cn/">http://ks.zjtvu.edu.cn/</a> )			<input checked="" type="checkbox"/> 自主开发 <input type="checkbox"/> 购买 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 其他		
	浙江省高校在线开放课程共享平台 ( <a href="https://www.zjooc.cn/">https://www.zjooc.cn/</a> )			<input checked="" type="checkbox"/> 自主开发 <input type="checkbox"/> 购买 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 其他		
	浙江学习网 ( <a href="https://www.zjlll.net/">https://www.zjlll.net/</a> )			<input checked="" type="checkbox"/> 自主开发 <input type="checkbox"/> 购买 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 其他		
	云教室 ( <a href="https://ccr.zjlll.net/home">https://ccr.zjlll.net/home</a> )			<input checked="" type="checkbox"/> 自主开发 <input type="checkbox"/> 购买 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 其他		
	浙江省终身学习数字化资源库 ( <a href="http://zjerc.zjtvu.edu.cn/">http://zjerc.zjtvu.edu.cn/</a> )			<input checked="" type="checkbox"/> 自主开发 <input type="checkbox"/> 购买 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 其他		
	虚拟仿真实验室 ( <a href="http://dolab.zjtvu.edu.cn/">http://dolab.zjtvu.edu.cn/</a> )			<input checked="" type="checkbox"/> 自主开发 <input type="checkbox"/> 购买 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 其他		
平台数字功能	智能学伴			<input checked="" type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无		
	智能推荐			<input checked="" type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无		
	智能评价			<input checked="" type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无		
	学生画像			<input checked="" type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无		
	学情预警			<input checked="" type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无		
核心网络课程 <sup>4</sup>	课程名称			建设方式		
	电子商务基础			<input checked="" type="checkbox"/> 自主开发 <input type="checkbox"/> 购买 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 其他		
	市场营销学			<input checked="" type="checkbox"/> 自主开发 <input type="checkbox"/> 购买 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 其他		
	管理学基础			<input checked="" type="checkbox"/> 自主开发 <input type="checkbox"/> 购买 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 其他		
	经济学基础			<input checked="" type="checkbox"/> 自主开发 <input type="checkbox"/> 购买 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 其他		
电子商务法律法规实务			<input checked="" type="checkbox"/> 自主开发 <input type="checkbox"/> 购买 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 其他			

直播课程	课程名称			课时	
	新媒体营销			12	
	创业管理			14	
	商务数据分析与应用			14	
	个人与团队管理			12	
	移动商务基础			12	
	国际贸易实务			12	
	跨境电商实务			12	
数字资源	类型	数量 (门/册)	时长(小时)	自建率 (%)	更新周期 (年)
	网络课程	26	205 小时	100%	3-5 年
	数字教材	6	——	100%	3-5 年
	电子图书	65 万	——	100%	1 年
学习支持服务	督学			<input checked="" type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无	
	助学			<input checked="" type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无	
	促学			<input checked="" type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无	

- 注：1.本表中统计数据应与本专业相关的基本办学资源数据。
- 2.专任教师是指本校聘任的承担本专业继续教育教学任务的专兼职老师；专职管理人员是指本专业继续教育管理人员。
- 3.兼职教师是指从本校编制外聘请的承担本专业继续教育教学任务的专业人员。
- 4.核心网络课程主要是指本专业开设专业基础网络课程。

#### 4.专业师资队伍情况

教师来源	序号	姓名	出生年月	专业技术职务	学历	学位	专业领域	拟任教课程	专任/兼职	教师类型
本校教师	1	××	1966.4	副教授	研究生	硕士	思政教育	思想道德与法治/电子商务法律法规实	专任	主讲教师
	2	××	1975.12	副教授	研究生	硕士	思政教育	形势与政策/“两个先行”的浙江探索	专任	主讲教师
	3	××	1995.8	讲师	研究生	硕士	思政教育	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	专任	主讲教师
	4	××	1983.9	讲师	研究生	硕士	思政教育	习近平新时代中国特色社会主义思想概论/大学生心理健康教育	专任	主讲教师
	5	××	1991.1	助教	研究生	硕士	思政教育	国家安全教育/劳动专题	专任	主讲教师
	6	××	1978.12	教授	研究生	硕士	英语	商务英语（1）（2）	专任	主讲教师
	7	××	1977.7	副教授	研究生	硕士	古代文学与文化	大学生人文素养基础	专任	主讲教师
	8	××	1978.11	讲师	研究生	硕士	计算机	大学信息技术应用基础	专任	主讲教师
	9	××	1979.1	研究员	研究生	博士	计算机应用	人工智能导论	兼职	主讲教师
	10	××	1973.3	副教授	研究生	硕士	管理	电子商务专业导论	专任	主讲教师

11	××	1984.4	讲师	研究生	硕士	电子商务	电子商务基础/电商客户关系管理与客户服务	专任	主讲教师
12	××	1969.7	教授	研究生	博士	管理	市场营销学/网络营销与策划	专任	主讲教师
13	××	1974.6	副教授	研究生	硕士	管理	管理学基础/电商供应链实务	专任	主讲教师
14	××	1980.9	副教授	研究生	硕士	经济学	经济学基础	专任	主讲教师
15	××	1979.10	副教授	研究生	硕士	统计学	商务数据分析与应用	专任	主讲教师
16	××	1977.11	讲师	研究生	硕士	管理	新媒体营销/电商内容创作与文案写作	专任	主讲教师
17	××	1977.12	教授	研究生	博士	管理	国际贸易实务/农村电子商务/商务谈判实务	专任	主讲教师
18	××	1983.10	讲师	研究生	硕士	计算机应用	智能商品拍摄与视觉设计/网店美工	专任	主讲教师
19	××	1988.2	副教授	研究生	硕士	教育技术	AI驱动的产品与用户体验设计/AI电商视觉生成与设计	专任	主讲教师
20	××	1995.11	助教	研究生	博士	管理	跨境电子商务运营实务/智能电商运营实战	专任	主讲教师
21	××	1976.11	教授	研究生	博士	计算机应用	AI电子商务应用实务	专任	主讲教师
22	××	1983.9	副教授	研究生	硕士	教育技术	电商数据化运营	兼职	主讲教师
23	××	1978.11	教师	研究生	硕士	管理	个人与团队管理/职业生涯规划	专任	主讲教师

校外 教学 点教 师	1	××	1983.6	教授	研究生	硕士	管理	商务礼仪/商务沟通	专任	主讲教师
	2	××	1981.5	副教授	研究生	硕士	电子商务	数智化 ERP 沙盘实训	专任	主讲教师
	3	××	1968.8	教授	研究生	硕士	电子商务	电商企业与商业模式创新	专任	主讲教师
	4	××	1988.9	助教	研究生	硕士	电子商务	短视频制作与运营	专任	主讲教师
	5	××	1987.4	讲师	研究生	硕士	电子商务	直播电商与互动营销/电商创新案例解析	专任	主讲教师
	6	××	1975.7	副教授	研究生	硕士	电子商务	移动商务基础	专任	主讲教师
	7	××	1981.5	教师	研究生	硕士	电子商务	新零售运营管理	专任	主讲教师
	8	××	1977.5	副教授	研究生	硕士	电子商务	跨境电子商务运营实务	专任	辅导教师
	9	××	1984.8	副教授	研究生	硕士	电子商务	移动商务基础	专任	辅导教师
	10	××	1981.1	副教授	研究生	硕士	电子商务	新媒体营销	专任	辅导教师
	11	××	1977.8	副教授	研究生	硕士	市场营销	市场营销学	专任	辅导教师
	12	××	1982.10	讲师	研究生	硕士	英语	商务英语（1）（2）	专任	辅导教师
	13	××	1982.11	讲师	研究生	硕士	电子商务	农村电子商务/物流学管理	专任	辅导教师
	14	××	1977.4	讲师	研究生	硕士	电子商务	网店美工	专任	辅导教师

	15	××	1982.8	副教授	研究生	硕士	管理学	管理学基础	专任	辅导教师
	16	××	1980.9	讲师	研究生	硕士	电子商务	电子商务基础	专任	辅导教师
	17	××	1992.10	讲师	研究生	硕士	电子商务	短视频制作与运营	专任	辅导教师
	18	××	1995.12	助教	研究生	硕士	中文	电商内容创作与文案写作	专任	辅导教师

注：1. 本表需要填报人才培养方案中所有课程任课教师情况

2. 教师类型含主讲教师和辅导教师。

3. 主讲教师指本校主讲老师，具体见教职成〔2022〕2号文件；开放大学主讲教师指总部（校）、分部（校）专职主讲教师。

4. 开放大学系统辅导教师和管理人员可列明本部（校）和分部（校）情况。

### 5.专业备案意见表

<p>学校专业设置评议 专家组评议意见 (拟增设专业必填)</p>	<p>组长（签字）：  年 月 日</p>
<p>学校意见</p>	<p>校长（签字）：      学校（盖章）：  年 月 日</p>

# 浙江开放大学学历继续教育 电子商务专业人才需求调研报告 (高起专)

随着《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》以及《数字中国建设整体布局规划》的逐步实施，数字经济已成为我国经济高质量发展的重要支柱。在此宏观战略框架下，电子商务作为数字经济的核心组成部分，展现出显著的产业牵引力和创新驱动力。作为数字经济发展先行区和信息化水平领先省份，浙江省在电子商务产业发展方面始终保持全国领先地位，其区域特征与政策优势对继续教育人才培养提出了更高要求。因此，深入分析浙江省电子商务产业的发展背景与人才需求特征，对于科学设计非脱产继续教育电子商务专业的培养目标与课程体系具有重要的现实意义。

## 一、调研基本情况

### (一) 调研对象

根据浙江省电子商务产业生态，对一些具有代表性的行业组织进行调研，如浙江省商务厅编写的《浙江省电子商务发展报告》；浙江省人社厅关于“电子商务师”职业技能认证；义乌小商品电商实务案例的教材建设，杭州直播电商产业联盟（主要了解调研与院校课程共建机制）等。

结合浙江电商产业“平台经济+产业集群”特点，对一些如头部企业、代表性的企业进行调研，如阿里研究院发布的《浙江县域电商发展指数》与专业布局的相关性分析；阿里巴巴（淘宝

大学)的企业定制化培训教材与院校课程衔接; 网易严选的供应链数字化对教材内容更新的需求; 遥望公司对电商直播人才的需求等。

针对浙江省电子商务专业贯通培养体系特点, 向一些比较好的学校进行调研学校, 如××大学商学院(阿里巴巴实践教育基地)、××职业技术学院(国家级高水平专业群)、××职业技术学院(国家级电子商务专业教学资源库建设院校), ××职业技术学院(创业型电商人才培养模式), ××职业技术学院(浙江省首批跨境电商专业)等。此外, 也调研了电子商务专业的在校生、毕业学生和从事电子商务行业相关工作的学生, 获得相应的调研资料。

为进一步深入了解学校面临的电子商务专业人才需求状况, 调研组设计了调研问卷, 面向行业企业从业人员、学生、老师发放了问卷, 总计回收 505 份调研, 基本信息如下。

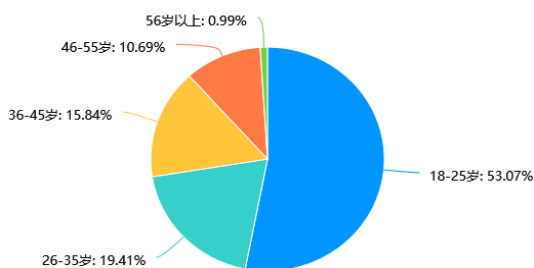


图 1 年龄

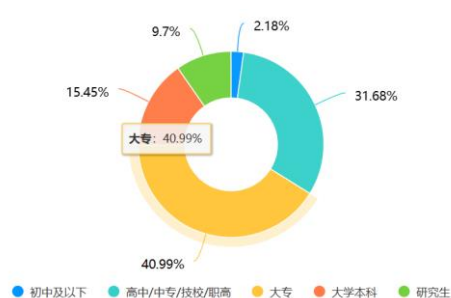


图 2 学历

在本次调查中, 男性参与者占比为 51.68%, 女性参与者占比为 48.32%。18-25 岁年龄段的受访者占比超过一半, 达到 53.07%。这表明年轻群体在参与调查中占据了主导地位, 可能反

映出他们对相关主题的关注度较高。在调查中，大专学历的比例达到了 40.99%，显示出大专学历在当前教育背景中的重要性。这可能与职业需求和教育普及程度有关。

在调查中，学生受访者占比达到 36.6%，电商相关行业企业占比 43.6%，教师 19.8%。调查结果显示，41.98%的受访者工作经验在 1 年以下，说明大部分参与者可能是刚进入职场的年轻人或是学生。10 年以上工作经验占比 26.34%，说明不乏有经验丰富的行业从业者。

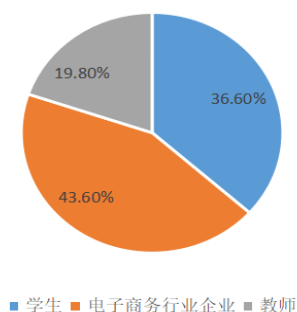


图 3 职业

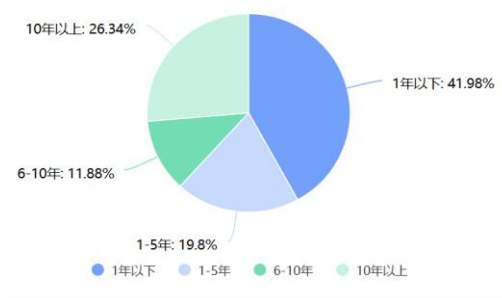


图 4 工作经验

## （二）调研方式

电子商务专业建设需求调研组利用暑假时间，通过现场调研、线上调研、问卷调研等方式开展调研。并通过文献梳理的方法，了解相关学校电子商务专业建设的人才培养方案、特色案例和特色课程等资料。在人员分工上，成立调研小组，调研组长统筹整体规划与资源协调，执行人员负责设计、发放与回收问卷，并深入相关单位开展结构化访谈，最后通过统计工具，进行数据分析组，提炼关键结论。在调研时间的安排上，分三个阶段，在准备阶段，明确调研目标、设计问卷、访谈提纲和调研资料筹备。从行业企业和学习者需求角度，设计结构化问卷进行调查。

调查问卷内容涉及：基本信息，课程设置，实践实训，教学条件，教学质量评估与毕业要求等内容。在实施阶段，开展问卷调查、走访及座谈。通过问卷调查和对现有学习者、行业企业和教师进行访谈，挖掘相关数据信息以及问卷无法覆盖的隐性需求。在总结阶段，整理调研数据、分析问题并撰写调研报告。

### **（三）调研内容**

在调研内容中，主要涉及电子商务产业的背景，电子商务产业发展现状和未来发展趋势，电子商务产业人才需求，电子商务企业对本专业人才的素质、知识、能力要求等，同类或相近专业院校电子商务专业人才培养情况，培养对象对提升素质、知识、能力需求等方面。

## **二、调研结果分析**

结合行业发展趋势、人才需求缺口、岗位分布情况、岗位能力需求等方面，从以下几个方面进行分析。

### **（一）电子商务行业发展人才需求**

#### **1.电子商务产业背景**

党的二十大报告提出，“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群”。作为数字经济的核心领域，电子商务不仅是促进消费升级、推动流通现代化的重要工具，也是实现生产服务智能化和跨境贸易便利化的关键途径。

当前我国电子商务所处宏观环境呈现“稳中有变”的基本特征。其中，“稳”体现在零售总量维持增长、城乡居民消费水平不断提升以及物流效率显著提高。国家统计局数据显示，2024年，全国实物商品网络零售额为 13.0 万亿元，同比增长 6.5%，

城镇和农村居民消费支出分别增长 4.5%和 5.8%，全国快递业务量达 1750.8 亿件，同比增长 21.5%。“变”体现在网民规模趋于饱和、竞争格局转向深耕存量市场。截至 2024 年，我国网民规模达 11.1 亿，增速降至 1.5%，进入存量竞争阶段，但农村互联网普及率提升至 67.4%，释放下沉市场潜力。由此，电子商务产业发展将更依赖技术创新、服务体验优化和精准化运营，以应对市场增速放缓和竞争加剧。

## 2.浙江电子商务区域发展

浙江省地处长三角经济圈核心，凭借完善的基础设施、优越的区位条件以及活跃的民营经济，在全国电子商务发展格局中处于领军地位。依托杭州、义乌、宁波等国际化节点城市，浙江形成了以农村电商、跨境电商、直播电商、网络支付和物流快递为核心的电子商务产业生态，为全省及全国电子商务人才培养提供了坚实的产业基础和广阔的市场空间。

电子商务已成为浙江区域经济增长的核心引擎。2023 年全省网络零售额 3.0 万亿元，占社会消费品零售总额比例 89.5%；跨境电商进出口 4223 亿元，占全省外贸总额的 8.6%。虽增速阶段性放缓，但“跨境电商+市场采购”新模式仍支撑全省超 3 万家中小企业出口。浙江省发改委《数字经济发展白皮书（2023）》指出，数字经济核心产业营业收入中，信息服务业（35%）与电商交易（25%）合计占比超 60%。该产业直接和间接带动就业 412.7 万人。从“淘宝村”到“直播共富工坊”，电商不仅推动义乌小商品、温州鞋服等传统产业带加速出海，更通过“农户+合作社+平台”模式赋能山区 26 县农特产品。

## 3.电子商务产业人才需求

近年来，随着农村电商、跨境电商、直播电商等创新电商模式的出现，传统电商企业面临转型，在运用大数据分析运营、用短视频和直播等新媒体进行宣传与推广、同时掌握外语和国际贸易技能等方面的人才需求逐渐提高。以跨境电商为例，2022年浙江省电子商务人才发展报告显示，86.1%的企业有运营人才需求，其次是站外推广岗位占比33%，产品研发岗位占比25.8%，选品采购岗位占比25.2%，美工摄影岗位占比24.6%，物流仓储岗位占比14.5%。可见，随着业务链条的延伸与细分化，市场对于人才的需求更加多元化。一方面，市场急需对于单一领域纵向研究的“匠人”型人才；另一方面，市场对于多领域横向发展的电商复合型人才也是求贤若渴，这无疑对电商人才培养提出了更高要求。

尽管省内高校年培养电商及相关专业毕业生8.7万人（省教育厅2023年报告），但企业调研显示，运营、主播等复合型岗位需求占比近80%（杭州综试区2024年报告），且现有毕业生技能匹配度不足50%。为此，《浙江省数字技能人才行动方案》已将“百万级中端人才培养”列为重点任务，2024年计划新增电商类专科专业点37个（省教育厅文件），以应对产业升级对“技术+商业”融合型人才的迫切需求。

## （二）同类或相近专业院校开设电子商务专业情况分析

### 1.浙江省27所高校人培方案样本共性分析

基于对浙江省27所院校学历继续教育电子商务专业人才培养方案中不同课程出现的频次统计（详见附录1），发现各院校在课程体系的顶层设计上呈现出高度一致性，均遵循“基础牢固、核心聚焦、实践导向”的人才培养框架。

在公共基础课模块，所有院校均高度重视学生思想政治素养与通用能力的奠基，普遍开设《思想道德与法治》（出现 27 次）、《形势与政策》（出现 27 次）、《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》（出现 27 次）、《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》（出现 27 次）等思想政治理论课程，确保学生具备正确的政治素养和良好的职业道德。同时将《英语》（出现 27 次）及《心理健康教育》（出现 26 次）等作为必修课，系统培养学生的语言应用、信息技术和心理健康等通用知识。

在专业课模块，各院校的课程设置呈现出显著的系统性与完整性，共同围绕电子商务的核心价值链构建知识体系，普遍覆盖了《电子商务概论》（出现 23 次）等基础理论课程，《网店运营》（出现 15 次）、《市场营销学》（出现 17 次）、《客户关系管理》（出现 12 次）、《供应链管理》（出现 17 次）等运营技能课程，《电子商务法律法规》（出现 15 次）等行业法律法规课程，以及商务数据分析应用类课程（共出现 20 次），系统性地培养学生平台运营、营销推广、运营合规、数据分析等各必备职业能力，确保毕业生能够满足行业对复合型技能人才的基本要求。

在职业能力拓展课模块，各院校开设的课程差异较大。相较而言，《短视频创作》（出现 7 次）、《消费心理学》（出现 5 次）、《电商直播》（出现 4 次）、《跨境电商实务》（出现 4 次）、等课程出现频率较高，表明各院校积极响应市场新热点，帮助学生拓宽职业路径。

在实践教学环节，各院校普遍设置《毕业实习》（出现 17

次)、《毕业论文(设计)》(出现 21 次)以及高占比的实践学时,强调“做中学”的理念,旨在有效衔接理论学习与岗位实践,重点提升学生的动手能力、问题解决能力和岗位适应能力,凸显继续教育的应用型特色。

## 2.浙江省 27 所高校人培方案样本个性分析

在共性框架之下,各院校基于各自的办学定位、区域产业需求及资源优势,开展了个性化探索,在专业核心课程侧重上展现出鲜明的特色,以培养学生差异化的知识结构与能力特长。通过梳理分析,将各院校的课程设置个性化分为以下五种类型:

表 1: 浙江省 27 所高校人培方案样本个性分析表

个性化类型	代表院校	课程特色	培养目标
行业融合型	×× 职业学院、×× 职业技术学院、×× 职业学院、×× 职业学院等	将电子商务核心知识与特定行业(影视、纺织服装、旅游)深度融合。核心课程中大量引入行业案例,并开设如《影视短视频创作》、《旅游电子商务》、《纺织服装行业案例》等特色课程。	精准对接区域经济,培养的学生具备“电商+行业”的复合型知识结构,行业认知深刻,就业方向明确,岗位适应速度快。
技术深化型	×× 职业技术学院、×× 职业大学等	在核心课程中强化技术底层能力。除了常规电商课程,还引入《Python 语言基础》、《Web 前端设计与制作》、《人工智能基础》、《商务网站建设与管理》等技术类课程。	提升学生的技术实现与开发运维能力,使其能够胜任技术型电商岗位,适应企业的数字化升级需求,职业生涯更具深度。
跨境导向型	×× 职业技术学院、×× 学院、×× 职业技术学院等	核心课程体系向跨境贸易、国际营销、品牌管理倾斜。典型课程包括《国际贸易实务》、《国际市场营销》、《跨境电商物流管理》、《跨境电商政策法规》等,并普遍强化英语教学。	着力塑造学生的全球化视野、跨境平台运营能力和品牌管理能力,非常适合为外向型企业发展提供人才支持。

前沿运营型	××职业技术学院、××职业技术学院、××职业技术学院等	核心课程紧密追踪行业风口，强调实战与创新。重点开设《直播电商》、《电商直播》、《短视频创作》、《新媒体运营》、《社群运营》等前沿课程，并通过紧密的校企合作开展项目化教学。	课程实用性强，学生对新模式、新平台的敏感度和实操能力突出，创新创业精神得到激发，能快速适应市场变化。
数据驱动型	××职业技术学院、××职业技术学院等	在核心课程中注重数据分析和系统化运营能力的培养。课程如《数据化运营》、《商务数据分析》、《电商 ERP》、《大数据可视化》等占据重要地位。	培养学生强大的数据驱动决策能力和企业资源整合思维，使其在数据分析、渠道运营等“后台”岗位上具备独特竞争力，适合向中高层管理岗位发展。

### 3.其他代表性高职院校分析

浙江省作为电商高地，其高职院校的电子商务专业建设各具特色。以省内相关高水平专业群建设院校作为代表展开分析，各院校均致力于培育适应时代发展的电子商务复合型高技能人才。××职业技术学院重视学生“数字商务运营+智能分析决策”综合技能、创新思维和持续学习能力培养；××职业技术学院通过开设《数据化运营》、《零售门店 O2O 运营》、《社群运营》、《网络营销》、《直播营销》等主干课程，培养学生新兴场景运营实践能力；××职业学院为应对跨境电商快速发展与新型国际贸易模式带来的人才缺口，侧重跨境电商 B2C 运营和营销能力的培育。

通过对浙江省内院校的调研发现，其课程设置呈现出“共性筑基、个性发展”的显著特征，共性确保了人才培养的基本质量和行业适应性，个性则成为院校形成特色、增强竞争力的关键。这为我校建设兼具规范性、适应性与前瞻性的电子商务专业课程体系提供了重要依据与经验借鉴。

#### (四) 问卷调查结果分析

## 1. 岗位需求

(1) 当前高校电子商务专业设置的人才培养方案与市场需求匹配性

大多数受访者（94.06%）认为当前高校电子商务专业设置的人才培养方案与市场需求存在不同形式的匹配。其中，选择“匹配”和“一般”的受访者比例较高，表明他们认为现有人才培养方案与市场需求存在一定程度的契合。仅有 5.54% 的受访者认为现有人才培养方案与市场需求不匹配，这一比例相对较低，说明大多数受访者对电子商务专业人才培养方案的满意度较高。选择“非常不匹配”的受访者比例极低，仅有 0.4%，这表明几乎没有受访者认为现有人才培养方案与市场需求之间存在着严重的脱节。

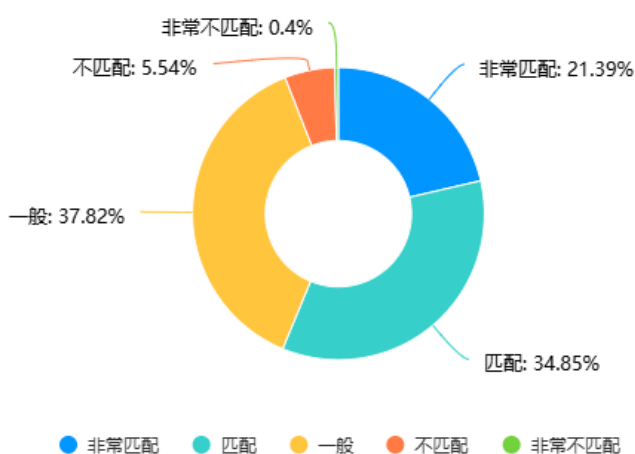


图 5 人才培养方案与市场需求匹配

## (2) 电子商务专业设置的影响因素

在该多项选择题中，受访者（84.36%）认为“市场需求”对电子商务专业设置的影响较大，这是受访者认为最重要的因素。

“政策导向”和“企业需求”也受到了多数受访者的关注，分别有 71.68%和 69.5%的受访者选择了这两个选项，表明政策和行业

需求对专业设置具有显著影响。“学生兴趣”受到约半数受访者（57.62%）的关注，表明学生的兴趣也是影响专业设置的重要因素。而“其他”选项的比例相对较低（19.6%），说明其他因素虽然存在，但相对而言影响较小。

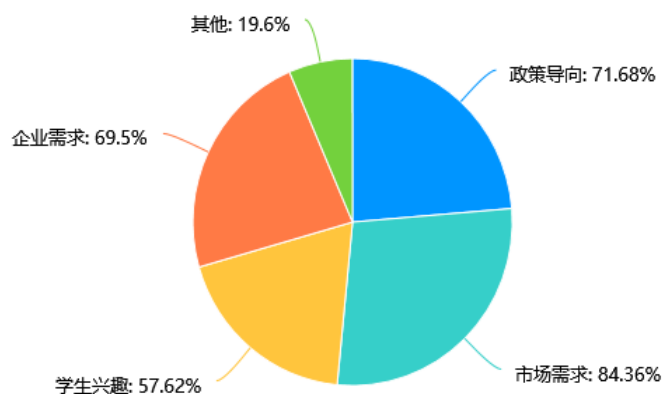


图 6 电子商务专业设置影响因素

### （3）目前企业需要电子商务专业人才的主要岗位

在该多项选择题中，网络营销（77.03%）、平台运营（77.23%）和客户服务（68.91%）是企业目前最需要电子商务专业人才的主要岗位，这表明企业在电子商务领域对营销、运营和客户服务方面的专业人才需求强烈。供应链管理（60.99%）、数据分析（62.97%）和电商直播（63.76%）也是企业高度关注的岗位，反映了电子商务在供应链管理、数据分析和新兴的直播营销方面的需求增长。视觉设计（51.49%）和产品策划与运营（57.23%）也是企业需要的岗位，但需求比例相对较低。其他（15.45%）选项的需求相对较低，可能是因为这些岗位在企业中的需求不如前述岗位明显。

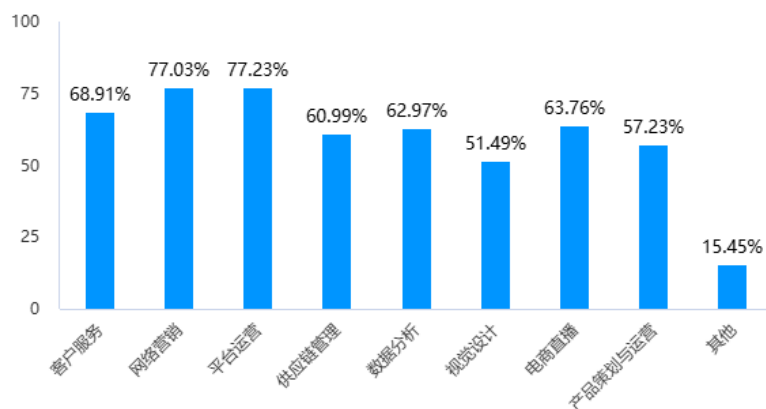


图 7 电子商务专业人才主要岗位

调查对象与电商专业人才主要岗位需求交叉表 2 中，不同的调查主体也明显趋于一致，在所有岗位中，网络营销、平台运营和客户服务在三个群体中被选中的比例最高，表明这些岗位是电商行业最需要的。数据分析、产品策划与运营和电商直播也是电商行业较为看重的岗位。视觉设计和供应链管理虽然重要，但在行业中的需求相对较少。

表 2: 调查对象与电商专业人才主要岗位需求交叉表 (单位: %)

	客户服务		网络营销		平台运营		供应链管理		数据分析		视觉设计		电商直播		产品策划与运营		其他	
	未选	选中	未选	选中	未选	选中	未选	选中	未选	选中	未选	选中	未选	选中	未选	选中	未选	选中
学生	28.65	71.35	25.95	74.05	25.95	74.05	40.00	60.00	37.84	62.16	49.73	50.27	37.30	62.70	44.86	55.14	81.08	18.92
电商相关行业企业	33.18	66.82	22.73	77.27	20.91	79.09	37.73	62.27	35.45	64.55	47.73	52.27	36.82	63.18	42.27	57.73	81.36	18.64
教师	31.00	69.00	18.00	82.00	21.00	79.00	40.00	60.00	39.00	61.00	48.00	52.00	33.00	67.00	40.00	60.00	98.00	2.00
合计	31.09	68.91	22.97	77.03	22.77	77.23	39.01	60.99	37.03	62.97	48.51	51.49	36.24	63.76	42.77	57.23	84.55	15.45

#### (4) 未来 3 年电商行业最急需人才

在该多项选择题中，跨境电商（73.66%）和直播电商（72.48%）是未来 3 年电商行业最急需的人才类型，这表明随着电子商务的全球化发展和直播经济的兴起，企业对于这两类人才

的迫切需求增加。数据分析（70.1%）和供应链管理（57.23%）也是电商行业急需的人才，随着电商业务的复杂化，对数据分析能力的要求越来越高，而供应链管理对于确保电商运营的顺畅至关重要。数字营销（54.85%）和产品开发（45.94%）也受到电商企业的重视，尤其是在数字营销不断演进的背景下，企业需要能够运用多种数字营销策略的人才。产品开发在所有选项中的比例最低，但仍有一定的需求。

## 2.技能要求

### （1）电子商务学生应具备的技能基本素质

在该多项选择题中，电子商务操作技能（80%）是最受学生重视的基本素质，表明学生认为熟练掌握电子商务操作是毕业生必备的基本素质。数据分析能力（76.83%）、沟通和团队合作能力（76.63%）也是学生高度关注的素质，反映了电子商务专业毕业生在职业技能和人际交往方面的重要性。对电子商务法规和伦理的深刻理解（62.97%）以及不断学习和适应新技术的能力（61.98%）也是学生认为电子商务专业毕业生应具备的基本素质。

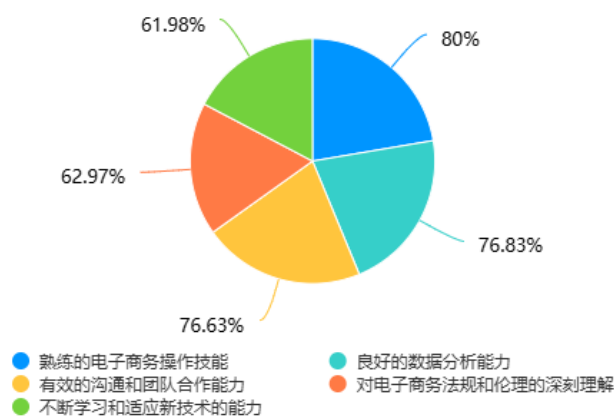


图 8 电子商务专业毕业生应具备的基本素质

在调查对象与电商毕业生基本素质交叉表 3 中，在所有技能素质中，不同的调查主体也明显趋于一致，熟练电子商务操作技能在三个群体中都被选中率最高，表明这是电商相关行业最看重的毕业生素质。有效沟通和团队合作能力、对电子商务法规和伦理深刻理解、不断学习和适应新技术能力也是电商行业非常重视的素质。良好数据分析能力虽然被选中，但选中率低于前三种素质，可能在电商行业中的重视程度相对较低。

**表 3：调查对象与电商毕业生基本素质交叉表（单位：%）**

	熟练电子商务操作技能		良好数据分析能力		有效沟通和团队合作能力		对电子商务法规和伦理深刻理解		不断学习和适应新技术能力	
	未选	选中	未选	选中	未选	选中	未选	选中	未选	选中
学生	21.62	78.38	26.49	73.51	25.95	74.05	39.46	60.54	40.54	59.46
电商相关行业企业	21.36	78.64	23.18	76.82	25.91	74.09	34.55	65.45	38.64	61.36
教师	14.00	86.00	17.00	83.00	13.00	87.00	38.00	62.00	32.00	68.00
合计	20.00	80.00	23.17	76.83	23.37	76.63	37.03	62.97	38.02	61.98

## （2）电子商务专业毕业生在岗位中应具备的核心能力

网络营销技能和数据分析能力被选中的比例最高，分别达到 75.45%和 74.46%，这表明这两个能力是电子商务专业毕业生在岗位中最核心的能力。客户服务技巧、平台运营管理和供应链协调也被认为是重要的核心能力，分别有 69.5%、68.71%和 53.86%的受访者选中。创新和创业精神、团队合作与沟通能力以及学习能力和适应能力也被相当比例的受访者选中，显示出这些能力在电商岗位中的重要性。

因此，电子商务专业应重点培养学生在网络营销和数据分析方面的技能，同时，也应注重培养学生的客户服务技巧、平台运

营管理能力、创新思维、团队合作能力、供应链管理能力和学习能力和适应能力。

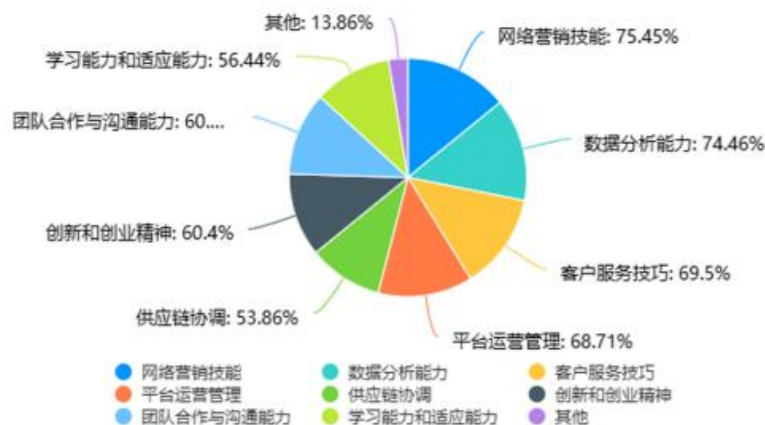


图9 电子商务专业毕业生应具备的核心能力

### (3) 企业在选拔电子商务专业毕业生时的素质要求

在该多项选择题中，专业技能（78.02%）是企业最看重的素质，表明企业在选拔电子商务专业毕业生时，对专业知识和技能的要求有很高的要求。学习能力（73.86%）、团队合作能力（72.08%）和创新力（71.49%）也受到企业的重视，这些素质对于适应不断变化的工作环境和持续职业发展至关重要。沟通能力（68.71%）和工作态度（61.78%）也是企业选拔人才时关注的素质，表明良好的沟通能力和积极的工作态度对于团队合作和完成任务的成功至关重要。外语水平（33.47%）在所有选项中比例最低，表明尽管外语能力对于某些电子商务岗位可能很重要，但它并不是企业在选拔毕业生时最看重的素质。其他（13.86%）选项的比例较低，表明企业对这一素质的重视程度不高，可能是因为它对电子商务专业岗位的直接影响较小。

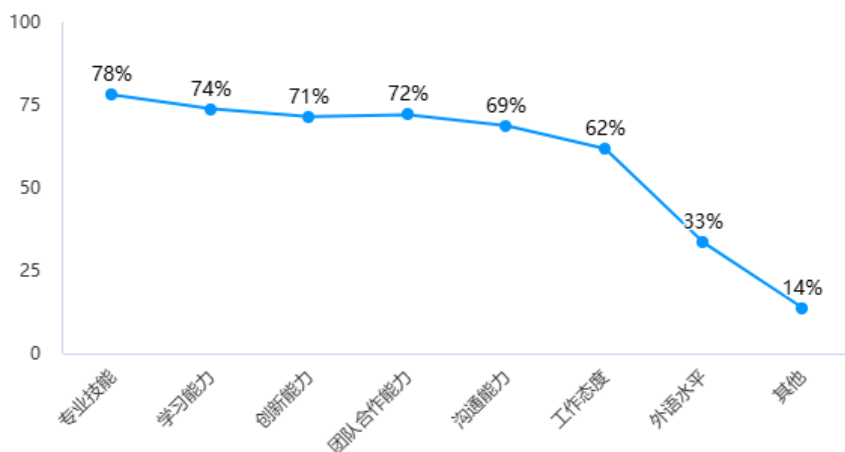


图 10 企业选拔电子商务专业毕业生时的素质要求

#### (4) 电子商务专业的学习者在校期间应获得证书

在该多项选择题中，电子商务师证书（75.05%）是最受学生重视的证书，表明学生认为获得电子商务师证书对他们的职业发展至关重要。这可能与杭州电子商务师补贴政策有关：杭州市政府为了促进电子商务行业的发展，针对电子商务师提供了相应的补贴政策。补贴金额根据电子商务师的资质、经验和所在企业的规模等因素综合评定，具体金额有所差异。通常初级电子商务师可获得数千元的补贴，而高级电子商务师或具备丰富经验的专家型人才，补贴金额更高，可达数万元。电子商务数据分析（1+X）证书（69.5%）和网店运营推广（1+X）证书（65.35%）也是学生高度关注的证书，反映了数据分析能力和网店运营技能在电子商务领域的价值。阿里巴巴认证系列证书（48.51%）也受到一定程度的关注，但比例相对较低。其他证书（21.39%）的需求相对较低，可能是因为学生认为这些证书与他们的职业目标关联性不强或知晓度不高。

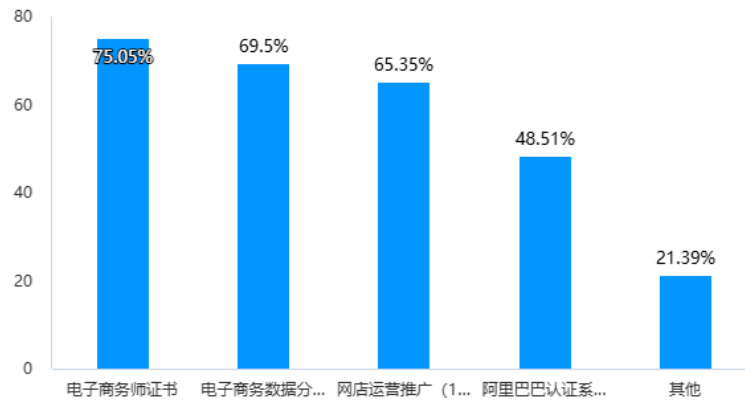


图 11 电子商务专业证书

### 3.课程匹配

#### (1) 电子商务专业的课程体能够覆盖电商核心能力

在该多项选择题中，电子商务专业的课程体系，其中运营能力是最受重视的核心能力，有 89.5%的受访者认为应该覆盖。营销能力紧随其后，有 82.97%的受访者认为应该覆盖。数据分析能力也是重要的核心能力，有 74.46%的受访者认为应该覆盖。技术能力和综合管理能力分别有 71.09%和 69.5%的受访者认为应该覆盖。这些数据表明，电子商务专业的课程体系应该注重培养学生的运营、营销、数据分析、技术和综合管理等方面的能力。

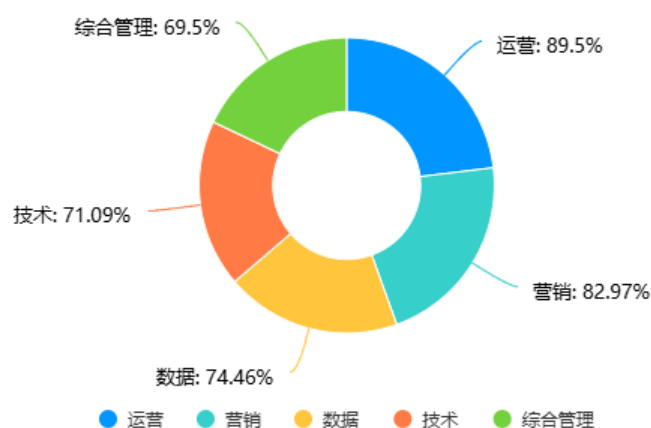


图 12 课程体系与电商核心能力

在调查对象与课程体能够覆盖电商核心能力交叉表 4 中，不同的调查主体明显趋于一致，营销课程在所有群体中都是最受欢迎的，表明营销能力是电商领域核心能力的重要组成部分。运营、数据和技术课程也是电商领域的重要核心能力，但技术课程在学生群体中的接受度可能需要进一步提升。综合管理课程在所有群体中的受欢迎程度相对较低，可能需要进一步调整和改进。

**表 4：调查对象与课程体能够覆盖电商核心能力交叉表（单位：%）**

	运营		营销		数据		技术		综合管理	
	未选	选中	未选	选中	未选	选中	未选	选中	未选	选中
学生	8.11	91.89	17.30	82.70	24.86	75.14	25.41	74.59	30.27	69.73
电商相关行业企业	10.91	89.09	18.64	81.36	26.82	73.18	33.18	66.82	29.09	70.91
教师	14.00	86.00	13.00	87.00	24.00	76.00	26.00	74.00	34.00	66.00
合计	10.50	89.50	17.03	82.97	25.54	74.46	28.91	71.09	30.50	69.50

## （2）职业课程对电子商务专业学生能力提升的重要性

超过一半的受访者（50.5%）认为实训实践课程对电子商务专业学生能力的提升最为重要，这是受访者选择比例最高的区间。分别有 21.58%和 16.83%的受访者认为职业技能课程和职业基础课对学生能力的提升很重要。仅有 11.09%的受访者认为就业指导课程对学生能力的提升最为重要。从调查结果看，在电子商务专业学生能力的提升方面，受访者普遍认为实训实践课程最为重要，其次是职业技能课程和职业基础课。这表明实践和技能的培养在电子商务专业教育中占据核心地位。

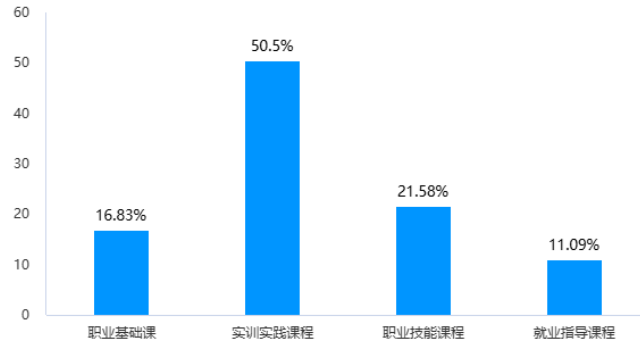


图 13 职业课程对电子商务专业学生能力的提升

### (3) 个人或企业经营需要学习的课程

在该多项选择题中，短视频运营（80.4%）和 AI 电商应用（77.03%）是受访者认为最需要学习的课程，这表明对数字营销和人工智能在电商中的应用有高度需求。跨境电商实务（68.91%）和直播销售（69.7%）也是受访者关注的重点，显示出对全球化电商和新兴销售渠道的兴趣。市场营销（65.15%）和电商方案写作（61.39%）也受到了较高的关注，说明对市场推广和项目提案能力的需求较强。而电商法律风险（58.42%）和供应链金融（45.35%）的关注度相对较低，但仍然有相当比例的受访者认为这些课程是必要的。这些数据表明，电子商务领域的学习需求集中在数字化、全球化和新兴的销售与营销策略上，同时，对于市场推广、法律合规和供应链管理等方面也有一定的重视。

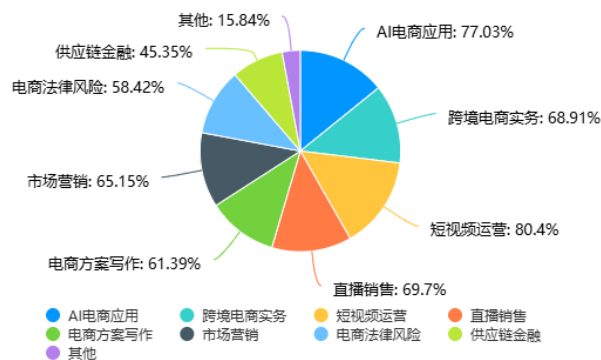


图 14 课程与企业经营需要

#### (4) 电子商务企业为高校提供的实践教学内容或资源

在该多项选择题中，企业项目参与（67.92%）是学生最喜欢的实践教学内容，说明大部分学生希望有机会直接参与到企业的实际项目中，以获得真实的工作经验。企业实习岗位（69.11%）也非常受学生青睐，表明学生希望通过在企业中的实习机会来提升自己的专业技能和职业素养。企业参访（62.57%）和企业导师制度（56.83%）同样受到学生的欢迎，这些活动能够帮助学生了解企业文化和运营模式，同时通过与导师的交流获得指导。企业讲座（41.39%）和其他（13.66%）的比例较低，说明这些实践教学内容或资源相对于企业项目参与和实习岗位来说，受到学生的偏好较少。

基于学生的偏好，高校可以考虑以下建议来提供电子商务专业的实践教学内容或资源。加强与企业合作，为学生提供更多企业项目参与的机会。建立企业实习岗位，让学生能够在实际工作中学习和成长。定期组织企业参访和导师制度，以增进学生对行业的了解和与行业专业人士的交流。针对学生对其他类型资源的兴趣，可以进一步调查和分析，以更好地满足学生的需求。

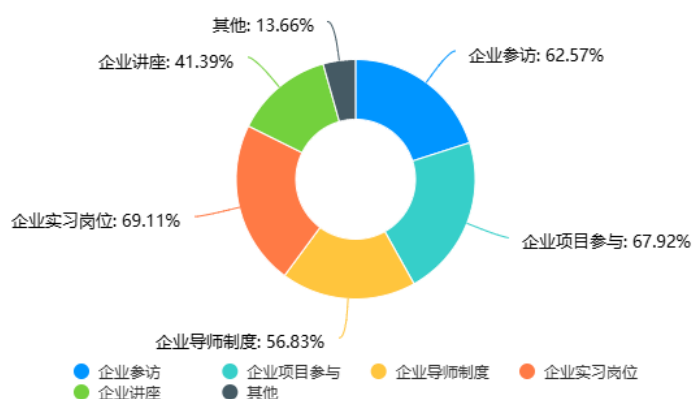


图 15 实践教学内容或资源

#### (5) 在实践实训环节中实训方式对学习的帮助性

在该排序题中，排名第一的实训方式是校企合作实习，综合得分为 4.62；排名第二的是实验室模拟操作，综合得分为 4.18；排名第三的是校内实训基地操作，综合得分为 3.95。

基于此，高校应进一步加强与企业合作，为学生提供更多的实习机会。进一步推广实验室模拟操作，高校应确保实验室资源的充足和教学质量。另外要加强校内实训基地的建设和管理，满足学生实践实训的学习需求。

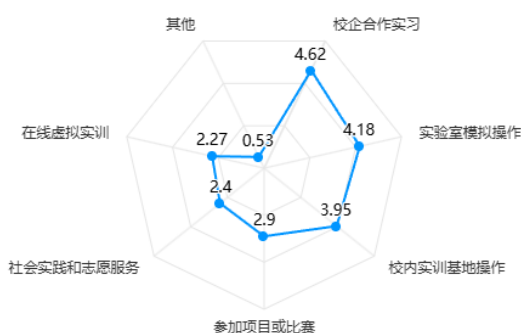


图 16 实践实训环节受用性

#### (6) 现有电子商务专业校内实训平台/软件需求满足程度

较好（36.04%）和完全满足（25.94%）是受访者对电子商务专业校内实训平台/软件满意度较高的选项，表明大多数受访者认为现有平台/软件能够满足一定程度的需求。一般（33.07%）的比例也较高，说明有一部分受访者认为现有平台/软件能够满足需求，但还有提升空间。较差（2.77%）和完全不满足（2.18%）的比例较低，这表明只有少数受访者认为现有平台/软件无法满足他们的需求。

调查数据表明，电子商务专业的学生对现有的校内实训平台/软件的整体满意度较高，超过一半的受访者认为现有平台/软件能满足他们的需求，但仍有相当一部分受访者认为平台/软件有改进

的空间。学校可以考虑根据学生的反馈进行必要的升级和调整，以提高实训平台/软件的有效性和实用性，进而提升学生的实训效果。

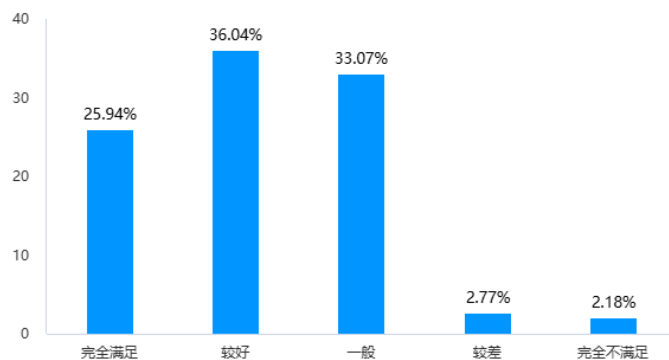


图 17 电子商务专业校内实训平台/软件的满足程度

### (7) 学校提供更多的教学资源支持

在该多项选择题中，提供丰富的电子商务专业电子书籍和电子教材是学生最希望学校提供的资源，有 72.87% 的学生选择此选项。开发在线课程和虚拟学习环境（69.5%）以及定期邀请行业专家进行专题讲座和交流（63.96%）也是学生高度需求的资源。建立电子商务实践操作平台和竞赛机会（65.74%）以及提供专业的软件工具和数据平台（57.43%）也受到了学生的较高关注。

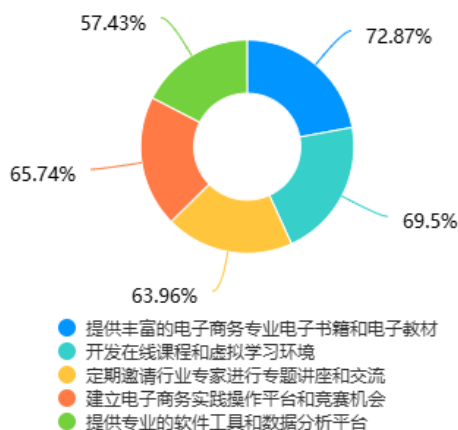


图 18 教学资源支持

### (8) 电子商务专业现有课程的教材使用更新出版的时间

大多数学生（58.02%）认为电子商务专业教材应该在3年以下更新一次，这表明他们强烈希望教材内容能够反映最新的电子商务发展和技术趋势。35.64%的学生认为教材应该在3-5年内更新，这显示了他们对教材内容更新的适度需求。只有极少数学生（4.75%和1.58%）认为教材可以在5-10年或10年以上才更新一次。

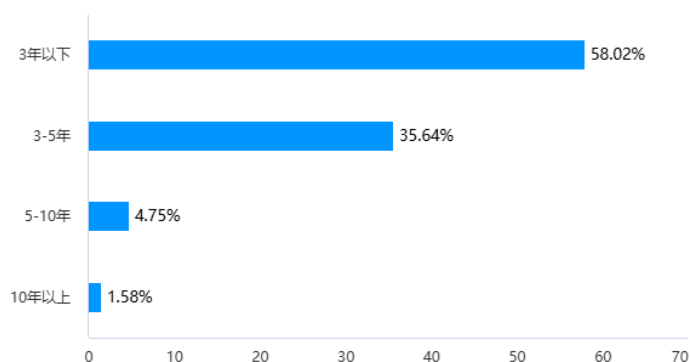


图 19 电子商务专业现有课程的教材使用更新出版的时间

### (9) 电子商务企业为高校提供的实践教学内容或资源

在该多项选择题中，企业项目参与（67.92%）是学生最喜欢的实践教学内容，说明大部分学生希望有机会直接参与到企业的实际项目中，以获得真实的工作经验。企业实习岗位（69.11%）也非常受学生青睐，表明学生希望通过在企业中的实习机会来提升自己的专业技能和职业素养。企业参访（62.57%）和企业导师制度（56.83%）同样受到学生的欢迎，这些活动能够帮助学生了解企业文化和运营模式，同时通过与导师的交流获得指导。企业讲座（41.39%）和其他（13.66%）的比例较低，说明这些实践教学内容或资源相对于企业项目参与和实习岗位来说，受到学生的偏好较少。

基于学生的偏好，高校可以考虑以下建议来提供电子商务专业的实践教学内容或资源。加强与企业合作，为学生提供更多企业项目参与的机会。建立企业实习岗位，让学生能够在实际工作中学习和成长。定期组织企业参访和导师制度，以增进学生对行业的了解和与行业专业人士的交流。针对学生对其他类型资源的兴趣，可以进一步调查和分析，以更好地满足学生的需求。

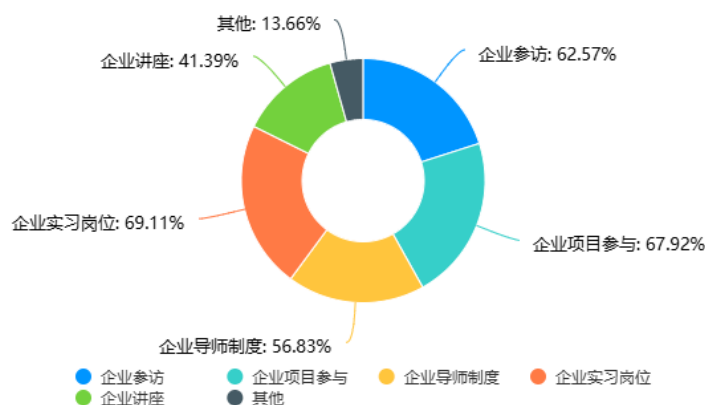


图 20 实践教学内容或资源

### 三、调研结论

#### （一）人才培养规格说明

本专业的人才培养目标与定位，深刻植根于国家数字经济发展战略与浙江省独特的电商产业生态，聚焦区域发展的技能型电商人才，是针对继续教育非脱产学生特点的精准设计。

##### 1. 培养目标

本专业以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面落实立德树人根本任务，紧密对接浙江数字经济强省战略对电商人才的需求，致力于培养德智体美劳全面发展，掌握电子商务专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务、批发业、零售业的运营、全渠道营销、O2O 销售、智能客服、视觉营销设计、互联

网产品开发等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、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等工作，具备良好职业素养、创新精神和可持续发展能力的电子商务高素质技能型人才。

本培养目标的设定，是基于对浙江省电子商务产业调研数据的系统分析与科学论证。调研结果显示，网络营销（77.23%）、平台运营（77.23%）和客户服务（68.91%）是企业当前最核心的岗位需求，这直接支撑了培养目标中将“网店运营、社群运营、客户服务管理”列为核心就业方向。同时，跨境电商（73.66%）与直播电商（72.48%）被识别为未来最具潜力领域，促使培养目标明确将“全渠道营销、O2O 销售”纳入岗位群定位，确保人才培养与产业发展趋势保持同步。

在能力构建方面，调研数据为企业对人才素质要求提供了明确指引。企业对“专业技能”（78.02%）、“学习能力”（73.86%）和“创新能力”（71.49%）的高度重视，直接对应培养目标中“良好职业素养、创新精神和可持续发展能力”的素质要求。特别是AI 电商应用课程 77.03%的需求度，有力支撑了“智能客服、视觉营销设计”等新兴岗位的设置。这种基于实证调研的目标定位，既实现了人才培养与浙江数字经济强省战略的精准对接，又确保了毕业生具备适应行业变革的核心竞争力，体现了培养方案的科学性与前瞻性。

## 2. 人才培养定位

（1）服务面向定位：紧密对接“数字浙江”和“数字经济一号工程”战略，重点服务于浙江省内庞大的传统制造企业数字化

转型需求、全球领先的跨境电商枢纽、全国示范的“直播电商之都”以及蓬勃发展的“淘宝村”农村电商生态。培养的人才必须能够融入并驱动这一充满活力的区域经济循环。

(2) 职业岗位定位：基于调研数据（图 7、表 2），明确聚焦于“网络营销”、“平台运营”和“客户服务”三大核心岗位群，并辐射至未来 3 年急需的“跨境电商”与“直播电商”岗位。初始岗位为运营助理、新媒体专员、直播助理、客服专员等，发展岗位为运营主管、营销策划经理、直播运营负责人等。

(3) 人才类型定位：强调“非脱产”与“应用为本”。培养的不是理论研究者，而是具备“即刻上岗”或“快速提升”能力的实践者。他们应具备“精操作（如店铺运营、短视频制作）、懂策划（如营销活动）、会分析（如数据诊断）、能应变（适应平台规则变化）、善协作（团队沟通）”的综合特质，能够利用业余时间完成系统性学习，并将所学直接应用于工作实践，实现“学用结合”。

## （二）课程体系设置说明

本课程体系分为公共基础课、专业课、职业能力拓展课、实践教学环节四大模块，最低总学分 90 分，设计思路紧扣“职业需求—能力培养—课程支撑—新业态响应”逻辑，从职业岗位与能力需求出发，反向推导课程设置，确保学习内容与职业发展无缝衔接。

### 1. 课程体系设计思路

#### （1）把握职业需求共性，设计基础课程

在公共基础课模块，重点强化学生的职业素养与通用能力。思想政治理论课程旨在培养其恪守职业道德、明辨发展趋势的职

业价值观；而《商务英语》、《大学生人文素养基础》、《大学信息技术应用基础》、《人工智能导论》等课程，则直接对标职场中不可或缺的跨文化沟通、人文素养、数字化办公与技术适应等核心通用技能。

在专业基础课模块，通过《电子商务专业导论》、《电子商务基础》、《市场营销学》等课程，系统搭建“商科+电商”的复合知识结构，旨在培养学生具备满足行业基本要求的系统性专业素养，增强其职业发展可塑性。

## （2）迎合人才需求趋势，培育核心能力

基于行业需求、学生发展调研和同类院校人才培育特色分析，梳理并整合了五种主流特色方向的从业核心能力，并在专业核心课、职业能力拓展课等模块开设相应课程，以应对电商行业细分化、复合化的人才需求趋势，赋能学生多样化的职业路径：

第一，短视频与直播电商实操能力。为应对直播电商 72.48% 的紧缺度，设置《短视频制作与运营》《直播电商》及配套实训课程。通过理论教学与实操训练相结合，培养学生独立完成内容策划、视频制作、直播执行与数据分析的全流程能力，精准对接杭州“直播电商之都”的产业需求。

第二，AI 驱动的视觉与内容生成能力。回应行业对 AIGC 技术 77.03% 的应用需求，开设《电商视觉生成与设计（AIGC）》《AI 商务应用实务》等前沿课程。使学生掌握智能工具的应用技巧，能够高效完成商品主图、详情页、营销文案等内容的智能化创作，提升数字时代的核心竞争力。

第三，跨境电商业务操作能力。针对跨境电商 73.66% 的人才缺口，构建以《跨境电商实务》《国际贸易实务》为核心，以

《跨境电子商务实训》为实践支撑的课程体系。培养学生驾驭国际平台、处理多语言客户服务、管理跨境物流的综合能力，助力浙江品牌扬帆出海。

第四，新零售与农村电商项目执行能力。立足浙江电商生态的多样性，通过《新零售运营管理》《农村电子商务》等特色课程，培养学生整合线上线下资源、运营本地生活项目、推广农特产品的实践能力，为区域共同富裕示范区建设提供人才支持。

第五，数据化运营与商业分析能力。基于数据分析能力74.46%的行业共识，设置《商务数据分析与应用》《电商数据化运营》等核心课程。通过系统训练，使学生掌握数据采集、可视化呈现和商业洞察的技能，培养用数据驱动决策、优化运营的科学思维，实现从操作执行到运营管理的跃升。

这五大能力与课程体系相互支撑、有机融合，既夯实了学生的就业基础，又拓展了职业发展空间，充分体现了本专业服务区域经济发展的适应性与前瞻性。

### （3）聚焦岗位技能转化，强化实践教学

为对接学历继续教育学生的职业发展诉求，本专业实践教学强调“学为所用、即学即用”。实践教学环节模块开设《电商综合实践》、《毕业实习》及《直播电商实训》、《跨境电子商务实训》、《数智化 ERP 沙盘实训》、《数智电商实训》四项专项实训，课程设计目标为构建从知识理解到技能应用，再到问题解决的全流程能力转化闭环，确保学生毕业即能上岗，上岗即能创造价值。

### 3. 岗位能力和课程体系之间的关系矩阵

以下矩阵图展示了本专业如何通过具体课程，系统化地支撑

五大核心专业能力的培养，较为直观地体现了课程体系与岗位需求之间的紧密联系。其中 H（高支撑）：该课程对该项能力的培养起核心和主导作用；M（中支撑）：该课程对该项能力的培养起重要支撑作用；L（基础支撑）：该课程为该能力的培养提供了必要的知识或素质基础。

表 5：岗位能力与课程对应关系矩阵

课程类别	课程名称	短视频与直播电商实操能力	AI 驱动的视觉内容与生成能力	跨境电商业务操作能力	新零售与农村电商项目执行能力	数据化运营与商业分析能力
公共基础课	人工智能导论	L	H	L	L	M
专业基础课	电子商务基础	M	L	M	M	L
	市场营销学	M	L	M	M	M
	管理学/经济学基础	L	L	L	L	M
	电子商务法律法规实务	L	L	M	L	L
专业核心课	商务数据分析与应用	M	L	M	M	H
	新媒体营销	H	M	M	M	M
	电商内容创作与文案写作	H	H	M	M	L

	商品拍摄与视觉设计	H	M	M	M	L
	电商客户关系/供应链管理	L	L	M	M	L
	国际贸易实务	L	L	H	L	L
职业能力拓展课	电商运营实务	M	L	L	M	M
	短视频制作与运营	H	M	L	M	L
	直播电商	H	M	L	M	L
	电商视觉生成与设计	M	H	M	M	L
	跨境电商实务	L	L	H	L	M
	农村电子商务	M	L	L	H	L
	新零售运营管理	M	L	L	H	M
	电商数据化运营	M	L	M	M	H
	AI 商务应用实务	M	H	M	M	M
	综合实践教学	各类实训（直播/跨境/数智电商）	H	H	H	H
毕业实习/电商综合实践		H	H	H	H	H

从上表可以看出，每一项核心岗位能力都由一个“基础-核心-专项-综合”四层递进的课程群共同支撑，这种设计确保了能力培养的系统性、连续性和完整性。

以“短视频与直播电商实操能力”为例。基础层：《电子商务基础》、《新媒体营销》提供了行业认知与营销理论；核心层：《电商内容创作与文案写作》、《商品拍摄与视觉设计》提供了内容与视觉的专业技能；专项层：《短视频制作与运营》、《直播电商》进行针对性、深化的技能训练；综合层：《直播电商实训》、《毕业实习》在真实或模拟环境中进行综合应用与能力整合。

### （三）人才培养模式说明

本专业采用“协同培养、学用结合、课证融通”的继续教育非脱产人才培养模式，该模式是保障人才培养质量的核心机制。

#### 1. 教学形式：线上线下混合式教学

本专业教学实施充分考虑了成人学习者的特点，采用以“学生为中心”的线上线下混合式教学模式，其结构比例如下（基于教学进程表）：

（1）线上教学（主导，占比 70.81%）：依托浙江省全民终身学习公共服务平台等，为学生提供系统化的数字化学习资源。学生可自主安排学习进度，进行异步的个别化学习。课程责任教师团队通过课程论坛、定期直播答疑、学习小组等方式，提供实时与非实时的学习支持服务，化解在职学生的“工学矛盾”。

（2）线下教学（精炼与深化，占比 29.19%）：线下教学绝非线上内容的简单重复，而是其深化、拓展与升华。严格保证线下教学学时，并采用多元化形式：

(3) 课堂面授：侧重于重难点解析、案例研讨、项目指导。例如，采用基于问题导向、案例教学、小组讨论等方法，将《电子商务案例分析》等课程中的理论知识转化为解决实际问题的能力。

(4) 实践教学：在校内实验室与实训基地，开展《商品拍摄与视觉设计》、《直播电商实训》等需要动手操作的技能训练。利用虚拟仿真技术模拟平台运营环境，实现“理实一体”。

(5) 模式创新：积极开展“送教入企”、“送教下乡”。将课堂开到合作企业、开到产业园区、开到学生的身边，使教学最大限度地贴近真实生产场景，实现“在做中学，在学中做”。

## 2.培养特色

(1) “非脱产”学习的精准适配性：从弹性的修业年限（2.5-5年）、线上线下混合式教学，到完善的学分认定与转换制度，整个方案的设计都精准地服务于在职成人“边工作、边学习”的核心需求，为他们提供了一条灵活、高效、可持续的学历提升与技能升级通道。

(2) “产教融合”的系统化实践性：构建了由高校教师、企业带头人、产业教授组成的“双师型”教学团队。与浙江乡村宝、遥望科技等一批代表性企业共建校外实践基地，将真实的产业项目、工作流程引入课堂和实训。这种深度的校企协同，确保了学生的学习内容与行业前沿保持同步，实现“毕业即能上岗，上岗即能创造价值”。

(3) “数据与 AI”驱动的能力前瞻性：将数据分析和人工智能应用作为贯穿始终的能力主线。从通识性的《人工智能导论》，到方法论层面的《商务数据分析与应用》，再到工具专项

训练的 AIGC 课程，形成了系统的数字能力培养闭环。这使毕业生不仅满足当前市场需求，更具备适应未来技术变革的“数字内核”与终身学习能力。

(4) “全过程、多元化”的评价科学性：课程考核摒弃“一考定乾坤”的方式，采用过程性考核与终结性考核相结合。过程性考核关注学生的学习投入度、平时作业质量、项目参与度和实践表现。终结性考核形式多样，除闭卷考试外，大力推广项目报告、营销方案策划、直播实操演示、数据分析报告等更能综合反映学生实践能力和职业素养的考核方式，实现对学习成果的真实、有效评价，引导学生从“应试”向“应用”转变。

总而言之，浙江开放大学学历继续教育电子商务（高起专）专业的人才培养方案，是一个基于详实调研、目标清晰、规格明确、课程体系科学、培养模式创新的系统性工程。它深刻体现了继续教育在服务全民终身学习和区域经济社会发展中的独特价值与使命担当，必将为浙江省数字经济的高质量发展，培养和输送一大批“用得上、留得住、发展好”的高素质技能型人才。

附件 1：浙江省 27 所院校人才培养方案中课程出现频次

附件 2：问卷调查

附件 3：访谈内容整理

附件 1：浙江省 27 所院校人才培养方案中课程出现频次

课程类别	序号	课程名称	出现频次
公共课	1	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	27
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义思想体系概论	27
	3	形势与政策	27
	4	思想道德与法治/思想道德修养与法治/思想道德修养与法律基础/思想道德修养与法制基础	27
	5	大学英语/英语/专科英语/高职英语/基础英语/高职高专英语	27
	6	大学生心理健康教育/大学生心理健康/心理健康教育/心理健康教育概论/心理健康/心理健康课/心理健康与人际沟通	26
	7	马克思主义基本原理/马克思主义基本原理概论	6
	8	大学信息技术基础/信息技术基础	3
	9	计算机文化基础	2
	10	办公软件应用	2
	11	大学语文	2
	12	人生哲学与传统道德	1
	13	德育论	1
	14	职业心理健康	1
	15	中国文学通论	1
	16	浙商文化：传承与创新	1
	17	应用数学	1
	18	四史教育	1
	19	广告学概论	1
	20	数字技能基础	1
	21	人工智能基础	1
专业课	22	电子商务概论/电子商务基础	23
	23	网络营销/网络营销与策划/网络营销策划与实务/网络营销策划/网络营销实务/互联网销售/互联网营销	20
	24	市场营销学/市场营销/市场营销基础/市场营销策划/市场营销概论/市场营销理论与实务	17
	25	供应链管理/供应链运营管理/供应链管理实务/仓储与供应链管理/现代物流概论/物流与供应链管理/物流学概论/物流信息管理/物流管理基础/商品仓储物流	17
	26	网店运营/网店运营与管理/网店运营与推广/网店运营与管理实务/网店创办与经营/网店运营推广/	15
	27	电子商务法律法规/电子商务法/电子商务法律与法规/电子商务法律/电子商务法规/电子商务经济法规/电子商务法/电子商务职业道德和电子商务法规	15
	28	管理学基础/管理学原理/管理学	14
	29	客户服务与管理/客户关系管理/客户服务实务	12
	30	跨境电子商务/跨境电子商务与实务/跨境电子商务实务/跨境电商实务/跨境电子商务运营/跨境电商运营/跨境电商运营(B2C)	12
	31	计算机应用基础	11
	32	电子商务案例分析/电商模式创新与案例分析	10

33	电子商务数据分析与应用/电子商务数据分析/电商数据分析/电商数据采集与处理/电商运营数据分析	9
34	移动电子商务/移动电商运营/移动商务	9
35	新媒体运营	8
36	商务数据分析与应用/商务数据分析/商务数据分析基础	8
37	经济学基础/经济学	8
38	电子商务实务/电子商务实务基础/电子商务应用基础/电子商务应用	8
39	电子商务与物流/电子商务物流管理/电子商务与现代物流/电子商务供应链与物流管理/电子商务供应链管理/电商物流与供应链管理	8
40	国际贸易理论与实务/国际贸易实务/国际贸易	7
41	电子商务视觉营销/电商视觉营销/跨境电商视觉营销/网络视觉营销/电商视觉设计与营销/电子商务视觉设计/电商视觉设计	7
42	消费心理与行为分析/消费者行为与心理分析/消费者心理学/消费者行为分析/消费者行为学	6
43	网络直播/直播运营/直播运营管理/直播营销/直播与短视频	6
44	图形图像处理/图像处理/图像处理技术/Photoshop/Photoshop 图片处理/Photoshop 图形图像处理	6
45	视觉营销设计/视觉营销	5
46	电商运营/电商运营管理/电商网店运营推广/电子商务运营实务	5
47	网店美工/网店美工基础与应用/电商美工基础/网络美工	5
48	消费心理学/消费心理应用	5
49	电子商务安全/电子商务安全导论/电子商务安全与新技术	4
50	文案创意与撰写/文案策划设计/创意文案与营销策划/商务软文写作	4
51	网络客户服务实务/网店客户服务/网络沟通与服务/数字化客服与管理	4
52	电子商务网站设计/电子商务网页与网站设计/电子商务网站建设	3
53	网页设计与制作/网页制作/网页制作与设计	3
54	数据统计分析/数据分析基础/数据统计分析与实践	3
55	渠道开发与运营/渠道管理/全渠道运营	3
56	电子商务客户服务/电子商务客户关系管理	3
57	网络创业	3
58	基础会计学/基础会计	3
59	应用文写作	2
60	直播电商/直播电商实务	2
61	统计学	2
62	视频拍摄与制作/视频编辑与制作	2
63	市场调查与预测	2
64	社交电子商务/社交电商运营	2
65	商品信息采集与处理/商品信息采编	2
66	人力资源管理/人力资源开发与管理	2
67	旅游电子商务	2

68	零售学基础/零售基础	2
69	跨境电子商务物流/跨境电商物流管理	2
70	电子商务与金融	2
71	电子商务文案策划/电子商务文案策划与写作	2
72	WEB 前端设计/Web 前端	2
73	市场调研与市场分析/市场调研与商务报表	2
74	商务沟通与谈判/商务礼仪与沟通技巧	2
75	经济法/经济法基础	2
76	商务礼仪/大学生职场礼仪提升	2
77	沟通技巧/沟通与管理艺术	2
78	H5 推广	1
79	搜索引擎营营销	1
80	国际市场营销	1
81	数字营销与推广	1
82	移动营销	1
83	跨境贸易实务	1
84	跨境电商政策法规	1
85	跨境电商创业	1
86	企业经营战略	1
87	品牌管理/品牌策划与推广	1
88	农村电子商务实务	1
89	网络零售	1
90	政治经济学	1
91	管理心理学	1
92	公共关系学	1
93	西方经济学	1
94	企业管理学	1
95	财务管理学	1
96	网络经济概论	1
97	数字经济概论	1
98	经济学应用基础	1
99	互联网数据库	1
100	数据采集与处理	1
101	网站(店)运营	1
102	商务网站前端设计	1
103	商务网站建设与管理	1
104	电商 web 前端设计与制作	1
105	界面设计基础	1
106	管理系统中的计算机应用	1
107	电子商务技术与应用	1
108	电子商务多媒体设计	1
109	互联网技术与应用基础	1
110	商务图像处理与动画制作	1
111	电商短视频制作	1
112	电子支付与安全	1
113	计算机安全技术	1
114	虚拟现实技术	1

	115	智慧旅游	1
	116	应用文写作	1
	117	旅游职业礼仪	1
	118	经济应用分析	1
	119	经济应用数学	1
	120	高等数学	2
	121	商务英语	1
	122	普通话	1
职业能力拓展课	123	中国近现代史纲要/中国近代史纲要	7
	124	短视频创作/短视频制作与推广/短视频剪辑与制作/短视频策划与拍摄/短视频编辑与制作/短视频编辑处理	7
	125	电子商务综合实训/电子商务运营综合实训/电子商务沙盘实训/电商实训/专业综合实践/专业综合调研/毕业综合实践	7
	126	大学生职业规划与就业指导/大学生职业生涯规划/职业发展与就业创业指导/大学生职业能力发展/职业生涯与发展规划/职业生涯规划	6
	127	消费心理学/消费心理应用	5
	128	电商直播	4
	129	跨境电商实务/跨境电商运营/跨境电子商务	4
	130	办公软件高级应用/高级办公软件应用/办公自动化/Office 高级应用	4
	131	商务写作与文案策划/软文写作/广告文案	3
	132	大学生创业与创新教育/就业创业指导	3
	133	中华人民共和国史/中华人民共和国简史/新中国史	3
	134	中国共产党党史/中国共产党简史	2
	135	社会主义发展史	1
	136	改革开放史	1
	137	浙江“两个先行”概论	1
	138	职业素养与修养/职业素养	2
	139	社群运营	2
	140	计算机网络技术	2
	141	网页美工设计/网店装修	2
	142	商品摄影摄像/商业摄影基础	2
	143	商务谈判/商务礼仪与沟通技巧	2
	144	基础会计学/基础会计	2
	145	经济法/经济法基础	2
	146	商务礼仪/大学生职场礼仪提升	2
	147	企业管理概论/企业管理基础	2
	148	拍摄技巧与视频剪辑	1
	149	旅游摄影	1
	150	旅游市场营销	1
	151	社群营销/社群运营	2
	152	农产品市场营销	1
	153	农产品电商运营	1
	154	互联网产品策划与设计	1
	155	新零售客户体验实训	1
	156	新媒体文案	1

	157	网店运营推广实训	1
	158	推销技术	1
	159	组织行为学	1
	160	行政组织学	1
	161	网络消费心理学	1
	162	旅游经济学	1
	163	健康心理学	1
	164	货币银行学	1
	165	管理决策学	1
	166	公共行政学	1
	167	城市生态学	1
	168	城市社会学	1
	169	地方政府学	1
	170	旅游概论	1
	171	财税基础	1
	172	会计学基础	1
	173	商业银行会计	1
	174	现代信息技术	1
	175	管理信息系统	1
	176	工程项目管理	1
	177	电商 ERP	1
	178	互联网产品开发	1
	179	Python 语言基础	1
	180	信息检索与应用	1
	181	大数据可视化	1
	182	大数据分析技术基础	1
	183	人工智能应用	1
	184	外贸英语写作	1
	185	专业和行业认知	1
	186	信息检索与利用	1
	187	现代礼仪	1
	188	创新创业基础	1
	189	唐代宋词专题	1
	190	美学美育	1
	191	沟通技巧	1
	192	品牌管理/企业战略与品牌管理	2
	193	农村电子商务	1
	194	财务管理	1
	195	大学生法律导论	1
实践教学环节	196	入学教育	21
	197	毕业论文(设计)/毕业设计/毕业论文/电子商务专业毕业设计	21
	198	毕业教育	20
	199	毕业实习	17
	200	安全教育	2
	201	岗位实践/岗位实习	2
	202	社会调查	1
	203	育训融通课程	1

## 附件 2：问卷调查

### 电子商务专业人才需求调查问卷

您好！受教育部委托，浙江开放大学承担电子商务专业人才培养方案的样本研制工作。本问卷旨在深入调研电子商务专业人才培养的现状与未来需求，为制定更符合行业需求、更有效提升学生实践与创新能力的人才培养计划提供依据。问卷所有信息仅用于学术研究与教学改进，请放心作答。感谢您的支持！

1. 您的性别。

男性

女性

2. 您所在的年龄段。

18-25 岁

26-35 岁

36-45 岁

46-55 岁

56 岁以上

3. 您已完成（毕业）的最高学历。

初中及以下

高中/中专/技校/职高

大专

大学本科

研究生

4. 您目前的职业领域。

学生

电子商务相关行业企业

教师

5. 您的工作经验。

1 年以下

1-5 年

6-10 年

10 年以上

6. 在专业建设中，您认为政府上级管理部门的政策对专业建设的影响。

影响非常大

影响大

一般

影响小

影响非常小

7. 您认为当前高校电子商务专业设置的人才培养方案与市场需求是否匹配。

非常匹配

匹配

一般

不匹配

非常不匹配

8. 您认为以下哪些因素对电子商务专业设置的影响较大。（多选）

政策导向

市场需求

- 学生兴趣
- 企业需求
- 其他

9. 您认为以下哪类职业课程对电子商务专业学生能力的提升最为重要。

- 职业基础课
- 实训实践课程
- 职业技能课程
- 就业指导课程

10. 您认为电子商务专业的课程体系应该能够覆盖以下哪些电商核心能力。（多选）

- 运营
- 营销
- 数据
- 技术
- 综合管理

11. 您认为以下哪些课程是您个人或企业经营需要学习的。（多选）

- AI 电商应用
- 跨境电商实务
- 短视频运营
- 直播销售
- 电商方案写作
- 市场营销
- 电商法律风险

供应链金融

其他

12. 您认为现有的电子商务专业校内实训平台/软件是否满足需求。

完全满足

满足

一般

不满足

完全不满足

13. 您比较喜欢电子商务企业为高校提供哪些类型的实践教学内容或资源。

企业参访

企业项目参与

企业导师制度

企业实习岗位

企业讲座

其他

14. 在实践实训环节中，您认为以下哪种实训方式对您的学习帮助最大是（ ），其次是（ ），再次是（ ）。

实验室模拟操作

校企合作实习

校内实训基地操作

参加项目或比赛

在线虚拟实训

社会实践和志愿服务

其他

15. 您认为电子商务专业现有课程的教材使用更新出版的时间应该有多长。

3 年以下

3-5 年

5-10 年

10 年以上

16. 您希望学校在以下哪个方面提供更多的教学资源支持。（多选）

提供丰富的电子商务专业电子书籍和电子教材

开发在线课程和虚拟学习环境

定期邀请行业专家进行专题讲座和交流

建立电子商务实践操作平台和竞赛机会

提供专业的软件工具和数据分析平台

17. 您认为电子商务专业毕业生应具备的基本素质包括哪些。

（多选）

熟练的电子商务操作技能

良好的数据分析能力

有效的沟通和团队合作能力

对电子商务法规和伦理的深刻理解

不断学习和适应新技术的能力

18. 您认为电子商务专业的学习者在校期间应获得哪些证书。

（多选）

电子商务师证书

电子商务数据分析（1+X）证书

- 网店运营推广（1+X）证书
- 阿里巴巴认证系列证书
- 其他

19. 您认为企业目前需要电子商务专业人才的主要岗位有哪些。  
(多选)

- 客户服务
- 网络营销
- 平台运营
- 供应链管理
- 数据分析
- 视觉设计
- 电商直播
- 产品策划与运营
- 其他

20. 您企业在选拔电子商务专业毕业生时，最看重以下哪些素质。(多选)

- 专业技能
- 学习能力
- 创新能力
- 团队合作能力
- 沟通能力
- 工作态度
- 外语水平
- 其他

21. 您认为未来3年电商行业最急需哪类人才。(多选)

- 直播电商
- 跨境电商
- 数据分析
- 供应链管理
- 数字营销
- 产品开发

22. 您对电子商务人才培养有哪些建议。

问卷结束

您的宝贵意见对提升电子商务专业人才培养质量至关重要，衷心感谢您的支持与参与！

## 附件 3：访谈内容整理

### 一、目前您的职业

主要有学生、教师、电商相关职业。

### 二、您从事电子商务专业年限

有的是在校学生，有的是从事电商教育多年教育者，有的从事多年电商行业工作者。

### 三、电子商务专业的变化和发展趋势

1.数字化转型：企业加速数字化转型，电子商务成为企业业务的重要组成部分。

2.技术融合：AI、大数据、云计算等技术在电子商务中的应用日益深入。

3.跨境电商兴起：随着国际贸易的增长，跨境电商成为电子商务新的增长点。

4.农村电商兴起：随着乡村振兴的发展，农村电商成为电子商务新的增长点。

5.消费者行为变化：移动购物、社交媒体购物等新型消费模式不断涌现。

6.个性化服务：基于大数据分析，电子商务企业能够提供更加个性化的购物体验。

### 四、电子商务人才需求集中的岗位

1.电子商务运营：电商平台的日常运营管理，如商品上架、促销活动等。

2.数据分析：利用数据分析工具对市场趋势、用户行为等进行研究，为决策提供依据。

3.网络营销：负责网络营销活动的策划和执行，社交媒体营销等。

4.产品运营：电子商务产品的规划、设计、开发和优化。

5.客户服务：处理客户咨询、投诉，提供优质客服体验。

6.物流服务：订单处理、仓储管理、包装服务、运输服务、配送服务、物流信息化等。

## **五、招聘电子商务专业毕业生时最看重的素质或能力**

1.数据分析能力：能够熟练使用数据分析工具，从数据中提取有价值的信息。

2.市场营销知识：了解市场营销理论，具备网络营销的实际操作能力。

3.沟通能力：能够有效地与客户、同事和上级进行沟通。

4.创新能力：能够不断学习新知识，提出创新的解决方案。

5.团队合作精神：能够在团队中发挥作用，与团队成员共同完成任务。

## **六、电子商务专业人才培养与实际的差距**

1.实践能力不足：学生缺乏实际操作经验，难以适应工作中的实际问题。

2.技术掌握不全面：学生对新兴技术的掌握不够，如大数据、人工智能等。

3.创新能力不足：学生在面对新问题时，缺乏创新思维和解决问题的能力。

4.跨学科知识缺乏：电子商务涉及多个学科领域，学生可能缺乏跨学科知识。

## **七、对电子商务专业建设的意见建议**

1.加强实践教学：增加实验课程、教学软件和实习机会，让学生在实践中学习。

2.更新课程内容：紧跟行业发展趋势，及时更新课程内容，引入新技术。

3.培养跨学科人才：鼓励学生学习相关领域的知识，培养具有跨学科背景的人才。

4.加强校企合作：与企业合作，共同开发教学资源、开展实习项目，提高学生的就业竞争力。

5.提升教师素质：引进和培养具有实践经验和创新能力的教师，提升教学质量。