

# 湖 南 开 放 大 学

---

湖南开放大学成人高等教育  
电子商务专业

(专业代码: 330701 )

- 一、人才培养方案
- 二、人才需求报告
- 三、专业论证报告
- 四、人才培养方案论证审批表

湖南开放大学教务处  
二〇二五年三月一日

---

# 湖南开放大学

## 成人教育本科电子商务专业人才培养方案（非脱产）

### 一、专业名称（专业代码）

电子商务专业（330701）  
办学层次：本科（专升本）  
学习形式：非脱产

### 二、入学要求

具有国民教育系列高等院校或高等教育自学考试大学专科或以上毕业证书

### 三、修业年限

最低修业年限 2.5 年，最高修业年限不超过 5 年

### 四、培养目标与培养规格

#### （一）培养目标

本专业培养德才兼备、全面发展，具有一定的国际视野、家国情怀，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，能适应我国数字经济时代发展的创新型、应用型、技术型电子商务人才。专业立足三湘四水，对接湖南现代化产业体系布局和区域经济发展需求，坚持以建设高质量电子商务促进体系，积极推进“数商兴农”，大力发展跨境电商，构建数智商业生态为目标，培养学生具有扎实的专业理论基础，全面的管理、经济、信息技术综合素质，熟悉电子商务营销推广、运营管理、网站建设管理、数据分析等基本方法及技能，具备分析和解决现实电子商务问题的综合创新能力，适合从事各类企业电子商务运营推广、电子商务数据分析、电子商务系统规划建设等工作，也可在相关政府部门、专业咨询公司、教育培训机构以及其它社会团体从事电子商务管理等相关工作的高素质应用型人才。

#### （二）培养规格

本专业毕业生应在知识、素质和能力等方面达到以下要求。

##### 1. 知识要求

电子商务专业培养规格一览表

类型	基本项	基本要求
素质	思想素质	坚决拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，具有较强的形势分析和判断能力
		在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观
		具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感，良好的道德修养和社会责任感、积极向上的人生理想、符合社会进步要求的价值观念
		崇尚宪法、遵守法律
	职业素质	具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、创新创业精神
		具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，具有科学的管理思维意识
		具有端正的学习工作态度，以及较强的自主学习意识、持续学习能力
		积极进取，良好的职业习惯和服务意识，具有职业生涯规划意识
	劳动素质	具有国际视野，洞察国内外特别是省内本产业或行业的布局、规模和发展动态的行业视野意识
		崇德向善、诚实守信、谦虚谨慎、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神
知识	公共基础知识	尊重劳动，热爱劳动，具有较强的实践操作能力
		具有健康的体魄和心理、健全的人格，乐观、自信、心态平和、宽容礼让、不怕挫折、能够自我认知和提升
		审美品味高尚、懂得发现美、认识美、感受美、鉴赏美、创造美和表现美
		掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力
		能够形成一两项艺术特长或爱好
		掌握必备的思想政治理论
		掌握较好的信息化知识、英语知识、公文写作知识
		掌握一定的中华优秀传统文化知识、企业文化知识

类型	基本项	基本要求
	专业知识	熟悉环境保护、安全消防、法律法规等基本知识
		掌握电子商务物流管理基础知识、客户关系管理知识
		掌握网店视觉营销的基本原则、关键点与设计法则
		掌握淘系电商平台运营的一系列开店方法和技巧
		掌握电子商务数据分析与优化知识、数字营销推广知识
		掌握商品品类管理流程,培养基于顾客需求的商品结构管理思维模式
		掌握短视频制作、直播电商的基本理论和方法
能力	通用能力	具有良好的探究学习、终身学习、分析问题和解决问题,以满足个人职业发展的学习能力
		具有良好的语言、文字表达和较强的组织沟通能力与,以及探索性、批判性思维能力,不断尝试理论或实践创新
		能够运用科学的方法,通过课堂、文献、网络、实习实践等渠道获取知识;善于学习和吸收他人知识,并构建自己的知识体系。
		具有学习本专业新标准、新技术、新工艺的能力,自主学习和创新创业能力
		具有基本的数据分析能力、数字化思维能力,信息技术应用能力
		具有从事电子商务的实际工作,如从事商品营销推广、客户沟通、企业战略管理等商务活动的的能力
	专业技术技能	具有图片和视频配色、文字设计、图片优化、页面布局等视觉营销技巧和能力
		具备电子商务数据分析能力
		具备淘系电商平台运营开店及运营的能力
		具有电子商务客户服务与管理的能力
		具备的企业转型策划、数字营销传播推广的能力
		具有在商品数据分析的基础上进行商品选品、直播运营的能力
		具有运用人工智能、数字技术指导电子商务企业各项活动的的能力

## 五、课程设置及要求

### （一）课程模块设置

课程设置分为公共基础课、专业课（含专业基础课、专业核心课）、职业能力拓展课和实践教学环节。

**1. 公共基础课程。**包括本专业学习的基础理论、基本知识和基本技能的课程。包括思想政治理论课、心理健康、大学语文、大学英语、创业基础与创新实践、计算机与信息科学等。

**2. 专业课程。**包括专业基础课和核心课,是培养本专业学生具有必要的专门知识和技能的课程。专业基础课程包括物流管理基础、客户关系管理、互联网内容运营与管理等课程。专业核心课包括电子商务数据分析（中级）、视觉营销、国际贸易与跨境电子商务、数字营销（中级）、淘系电商平台运营、直播运营等。

**3. 职业能力拓展课。**为进一步提高学生专业知识的深度和广度,本专业开设艺术类、四史和创业基础等职业素质类课程和经营管理实务、个人理财、商务礼仪等专业拓展能力课程。

**4. 实践教学环节。**包括入学教育、图形图像设计综合实践、毕业教育、毕业实习和毕业设计等部分。

### （二）总学时/学分

本专业总学时为 1648,“形势与政策”课程本科专业 2 学分,64 学时;其他课程学分与学时按照 1 学分 18 学时进行换算,共计 90 学分。

## 六、教学形式

本专业教学全面落实国家学历继续教育教学要求,加强全过程管理,确保严格落实课程教学、实验实训、考勤、作业、考核、毕业论文(设计)、毕业答辩及审核等环节要求。鼓励通过参与式、讨论式、案例式、项目式教学等提高学生学习积极性和参与度,注重学习体验。

按照成人认知规律、职业发展需要、学科专业特点创新教育教学模式,充分发挥信息技术优势,结合实际开展线上教学与面授教学、自主学习与协作学习等相结合的混合式教学。公共基础课程模块、职业素质课以线上教学(含直播教学)为主,专业课、专业能力课等以线下教学为主,实践教学环节以实验实训为主。线上与线下教学形式总体比例约为 4:1,线下教学原则上不少于人才培养方案规定总学时的 20%。

专业核心课程、实践教学环节课程主要教学内容说明如下表。

专业核心课程、实践教学环节情况说明

序号	课程名称	学分	总学时	教学形式	主要教学内容
1	视觉营销	4	72	结合实际开展线上教学与面授教学、自主学习与协作学习等相结合的混合式教学。	本课程主要包括：视觉营销基础、店铺首页的视觉营销设计、专题页和活动页的视觉营销设计、商品详情页的视觉营销设计、广告图的视觉营销设计、移动端店铺的视觉营销设计、短视频的视觉营销设计。
2	国际贸易与跨境电商电子商务	4	72		本课程主要包括：跨境电商职业认知、跨境电商政策与法律、跨境电商境外传统与新兴市场分析、跨境电商出口平台选择、跨境电商出口产品选品、跨境电商出口平台操作、跨境电商出口客户服务、跨境电商不同进口模式及其对比。
3	数字营销（中级）	3	54		本课程主要包括：数字经济时代背景以及数字营销基本概念和应用，农产品品牌转型策划的步骤和流程，数字广告营销数据分析的指标和方法，数字广告营销方式原理、基本技巧和应用等多方面数字营销实战知识。
4	电子商务数据分析（中级）	3	54		本课程教学内容包括：数据采集与处理方案制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与报告撰写 5 个工作领域 13 个工作任务。
5	淘系电商平台运营	4	72		本课程教学内容包括：以淘宝平台为主要依托，以网店运营与管理为核心，系统地介绍了淘宝网开店、装修、推广等的基本方法和技巧，沿着“网上开店概述→商品发布与管理→网店管理→网店图片的拍摄与处理→网店装修→网店搜索引擎优化→网店营销和推广→网店内容运营→网店客服与客户运营→网店运营数据分析”这一线索展开分析与实践。
6	直播运营	4	72		本课程主要包括：掌握直播电商的基本理论、方法和操作能力，掌握直播电商的筹划、运作、实施和评估，了解主要直播电商岗位和直播电商存在的风险。
7	毕业实习	8	144	线上教学：4 课时；其余课时为线下指导及学生自主完成。	学生根据毕业实习方案参与毕业实习。通过实习，做到理论联系实际，将书本知识与具体业务相结合，增强学生对市电子商务行业的感性认识，以提高他们分析问题和解决问题的能力。
8	毕业论文（设计）	3	54		学生根据毕业论文（设计）实施。掌握文献检索、资料查询、市场调研的基本方法并能独立通过各种途径获取新信息。巩固和深化所学专业知识，培养综合运用所学专业知解决岗位实际问题的能力，进一步增强就业能力和岗位适应能力。

## 七、教学进程总体安排

电子商务专业（专升本）教学进程表

课程类别	序号	课程代码	课 程 名 称	学 分	总学时	各学期学时分配									考核方式		
						线上教学	线下教学	实验实训	一	二	三	四	五	过程性考核	终结性考核		
															闭卷	开卷	
公共基础课	1	C600001	思想道德与法治	3	54	54			√					√	√		
	2	C600002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3	54	54				√				√	√		
	3	C600003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	54	54				√				√	√		
	4	C600004-7	形势与政策(1)(2)(3)(4)	2	64	64			√	√	√	√		√		√	
	5	C600008	心理健康教育与指导	2	36	36			√					√	√		
	6	C600020	马克思主义基本原理概论	3	54	54	√				√			√	√		
	7	C600021	中国近现代史纲要	3	54	54						√		√	√		
	8	C600018	大学英语	3	54	54				√				√	√		
	9	C600019	计算机与信息科学	2	36	32	4		√					√	√		
		小计		24	460	456	4										
专业 课	10	C510001	物流管理基础	2	36	32	4	√	√					√	√		
	11	C510002	客户关系管理	3	54	54		√	√					√	√		
	12	C510003	视觉营销	4	72	64	8	√		√				√	√		
	13	C510004	电子商务数据分析（中级）	3	54	46	8	√		√				√	√		
	14	C510005	企业战略管理	2	36	32	4	√			√			√	√		
	15	C510006	国际贸易与跨境电子商务	4	72	64	8	√			√			√	√		
	16	C510007	数字营销（中级）	3	54	46	8	√			√			√	√		
	17	C510008	短视频制作	3	54	46	8	√				√		√	√		
	18	C510009	直播运营	4	72	64	8	√				√		√	√		
	19	C510010	品类管理	3	54	50	4	√				√		√	√		
	20	C510011	淘系电商平台运营	4	72	64	8	√				√		√	√		
	21	C510012	人工智能专题	2	36	36						√		√	√		
		小计		37	666	598	68										
职业 能力 拓展 课	22	C610001	大学美育	2	36	36			√					√		√	
	23	C610002	创业设计	2	36	36						√		√		√	
	24	C610003-6	“四史”（任选“一史”）	2	36	36				√				√		√	
	25	C510013	商务礼仪	2	36	36		√				√		√		√	
	26	C510014	个人理财	2	36	30	6	√					√	√		√	
	27	C510015	经营管理实务	3	54	44	10	√		√				√		√	

		小计		13	234	218	16									
实践教学环节	28	C620001	入学教育	0.5	9	6	3	√	√					√		√
	29	C620002	毕业教育	0.5	9	6	3	√					√	√		√
	30	C510016	图形图像设计综合实践	4	72	32	40	√			√			√		√
	31	C510017	毕业实习	8	144	4	140	√					√	√		
	32	C510018	毕业论文（设计）	3	54	4	50	√					√	√		
		小计		16	288	52	236									
合 计				90	1648	1324	324									
百分比（%）						80%	20%									

**说明：**“形势与政策”本科专业 2 学分，64 学时；其他课程学分与学时按照 1 学分 18 学时进行换算；请在考核方式中选择“√”填写。

## 八、考核与毕业要求

### （一）课程考核

本专业立足课程特点，将过程性考核（考勤、作业等平时成绩 50%）与终结性考核（期末考试 50%）相结合。原则上公共基础课和专业课的期末考试为闭卷考试，职业技能拓展课的期末考试为开卷考查。

### （二）毕业要求

规定的学习年限内完成本专业人才培养方案规定的教学任务，经考核成绩合格并获得 90 个学分，颁发我校成人高等教育毕业证书。符合高等学历继续教育本科毕业生学士学位授予条件的，经本人申请可获得管理学学士学位。

## 九、实施保障

### （一）教材选用

教材选用基本要求：专业课、职业能力拓展课教材优先选用国家规划教材及与行业企业合作开发特色鲜明的校本教材。

### （二）师资和管理人员

#### 1. 师资包括主讲教师、辅导教师。主讲教师和辅导教师应具备教师资格。

主讲教师。主讲教师为独立承担学历继续教育课程教学任务的教师，由学校聘用使用，含本校专任教师和本校兼职教师（兼职教师按 0.5 系数折算）。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%。

辅导教师。辅导教师为承担学历继续教育课程辅导答疑、批改作业、辅导实验实训、组织课堂讨论等任务的辅助教学人员，包含本校直接聘用的辅导教师数和校外教学点聘用并经高校认定的辅导教师数（校外教学点聘用按 0.5 系数折算）。辅导教师总数与在籍学生数比例不低于 1:100。

2. 管理人员。管理人员为负责学历继续教育有关管理工作的行政人员、专兼职班主任以及负责网络支持、技术保障等工作的技术人员。管理人员数为本校有关管理人员数和校外教学点管理人员数总和，管理人员数与在籍学生数比例不低于 1:200。每个校外教学点专职管理人员不低于 3 人。

### （三）教学及实验实训条件

#### 1. 教学平台。有自主开发的智慧教学平台，能够满足在籍生在线学习需要。

2. 教学设施。校本部和每个校外教学点应具有满足面授教学需要的教学用房、实验实训设备等。教学用房面积为可供学历继续教育持续使用的学校教学用房面积和校外教学点教学用房面积的总和。教学用房包括教室、计算机用房、实验实训室、企业沙盘实训室和案例讨论室。生均教学用房面积应不低于 1 平方米/生。校外教学点应具有满足学生现场学习和考试所需的计算机数，学生规模为 200

人以下的，每个校外教学点教学计算机数不低于 40 台，每增加 100 人按照 1：10 增加。实验实训设备种类、数量满足专业和学习需求。

电子商务专业校内实训室如下表所示。

**电子商务专业校内实训室（基地）一览表**

序号	实训室名称	主要设备	工位	主要实训项目	要求
1	数字营销实训室	电脑及配套教学设备，营销实训系统一套，大数据分析系统及客户数据系统	50 个	网络调研、商务网站策划与建设、网络营销推广、移动营销（SNS）、Html5 移动营销、商务数据分析与应用等	生均仪器设备值 $\geq 4000$ 元 生均实训场地面积 $\geq 5.3\text{M}^2$
2	跨境电商双创实训基地	台式计算机、显示设备、扩音设备、无线网络、监控设备、摄影设备、桌椅配套	50 个	跨境电子商务平台运营与管理、创业电子商务实战、项目管理等	
3	网站（网店）运营实训室	电脑及配套教学设备，电商平台实训系统一套	50 个	店铺开设与装修、数据化运营及管理、移动电子商务运营推广等	
4	商品采编实训室	8 组商品拍摄台及配套相机、闪光灯等教学设备，商品采编实训软件一套	50 个	商品拍摄、图片美化、海报制作和详情页制作等	
5	网络客服实训室	台式计算机、显示设备、扩音设备、无线网络、监控设备、摄影设备、桌椅配套	50 个	网页客服、客服营销、客户关系管理维护、跨境电商客服管理等	

电子商务专业校外实训基地如下表所示。

**电子商务专业校外实训室（基地）一览表**

专业与湖南茶业集团股份有限公司、湖南思洋信息技术有限公司、湖南竞网智赢网络技术有限公司等多家知名电子商务公司开展校企合作，确保学生高质量实践，毕业高薪就业。

序号	实训基地名称	工作（实训）岗位	主要实训项目
1	湖南茶业集团实训基地	智能客服、网络推广专员、视觉营销设计师	网店客服、网络推广实训
2	湖南嘉德教育科技有限公司实训基地	跨境电子商务专员、运营主管、全渠道营销主管	阿里巴巴国际站平台店铺建设与营销、国际贸易、产品管理、数据分析、物流管理等
3	湖南佳宜企业管理有限公司实训基地	网络信息编辑专员、视觉营销设计师、智能客服	商品采购、网店搭建、网店推广、电商贸易节 020、客户服务等
4	杭州赢动教育咨询有限公司实训基地	运营主管、互联网产品开发主管	网络数据分析与应用、店铺开设、网站运营维护与推广
5	湖南百宜云商科技有限公司实训基地	全渠道营销主管、智能客服、运营主管、运营助理	网商平台运营规则认知、网店注册与认证审核、商铺开设与基本设置、网（站）店营销推广管理
6	湖南电洋信息科技有限公司实训基地	智能客服、视觉营销设计师	客服实训

#### （四）数字化资源

数字资源配备有关基本要求：包括网络课程、在线开放课程和直播教学。网络课程是指提前制作并在教学平台上呈现，供学生学习的课程。在线开放课程是依托网络开展、以互动学习资源为主，具

有学习评价、即时反馈和交互参与机制的课程。以上均需按一门完整课程为一个单位计算。学校自主开发的网络课程占网络课程总量的比例不低于 30%。

数字资源配备有关基本要求：包括数字营销、国际贸易与跨境电子商务等网络课程、在线开放课程和直播教学。网络课程是指提前制作并在教学平台上呈现，供学生学习的课程。在线开放课程是依托网络开展、以互动学习资源为主，具有学习评价、即时反馈和交互参与机制的课程。以上均需按一门完整课程为一个单位计算。学校自主开发的网络课程占网络课程总量的比例不低于 30%。

#### **（五）质量管理**

1. 建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，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。

2. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度。

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

4. 专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

#### **（六）经费保障**

1. 学校应有保证正常教育教学的稳定经费投入。学历继续教育学费总额中用于学历继续教育办学经费的比例应不低于 70%。

2. 高校拨付给设点单位用于校外教学点教育教学和管理工作使用的经费（不包括专兼职教师、管理人员的薪酬和劳务支出）占学费总额的比例不高于 50%。

# 湖南开放大学成人教育

## 电子商务（本科）专业人才需求报告

### 一、电子商务专业人才需求调研基本情况

#### （一）调研目的

为了更好地服务湖南省区域经济发展和产业结构调整，同时为了更加充分利用我校已有办学资源，我校拟申报电子商务专业成人本科教育。本次调研旨在全面了解当前社会对电子商务专业人才的需求状况，掌握行业发展趋势和用人单位对电子商务专业人才的具体要求，为开放大学成人教育电子商务本科专业的开设提供科学依据，指导我校科学制定成人本科教育电子商务专业人才培养方案，确保人才培养目标与市场需求高度契合，从而进一步促进高等教育大众化、普及化和教育公平，推动经济社会发展和学习型社会的建设。

#### （二）调研对象

企业：包括电子商务企业、传统企业转型电商部门、互联网企业等，主要了解其电子商务岗位的招聘需求、人才使用反馈及未来发展趋势，尤其是对于电子商务本科人才的需求情况。

同类院校：选取调研面向岗位类似的相关应用型本科院校电子商务专业的课程设置、教学模式及毕业生就业情况，以作为参考。

往届毕业生：抽取部分毕业生，了解他们的职业发展路径、技能应用情况及对专业教育的反馈。

#### （三）调研方式

问卷调查：设计针对企业、往届毕业学生的问卷，收集定量数据。

深度访谈：对行业协会专家、企业高管、同类院校及优秀毕业生进行一对一访谈，获取深入见解。

文献回顾：查阅相关政策文件、研究报告及学术论文，了解行业背景及发展趋势。

### 二、电子商务专业人才需求调研分析

#### 1. 分析现有专业人才需求情况

2023年6月，商务部电子商务和信息化司发布《中国电子商务报告（2022）》。报告提到，2022年全国电子商务交易额达到43.83万亿元，同比增长3.5%。2024年6月，

“一带一路”TOP10 影响力社会智库网经社电子商务研究中心发布的《2023 中国电商市场数据报告》显示，2023 年中国电子商务市场规模达 50.57 万亿元，较 2022 年的 47.57 万亿元同比增长 6.31%。2024 年 6 月，《2023 中国电商市场数据报告》显示，2023 年中国电子商务市场规模达 50.57 万亿元，较 2022 年的 47.57 万亿元同比增长 6.31%。2024 年 10 月国家统计局和商务部最新发布数据显示，2024 年前三季度，中国电子商务领域表现出令人瞩目的增速，网上零售额达到 10.9 万亿元，同比增长 8.6%，中国的电子商务持续显示出强劲的增长势头。但同时，电子商务知名企业人才需求相比 2023 年 11 月下滑了 22.4%，具体需求人数约为 87,402 人，考虑到电子商务行业的整体规模和发展速度，这一需求人数仍然相当可观，呈现出的是持续增长但略有波动的态势，这一现象也表明电子商务行业在经历了快速增长后，在人才需求结构上面临了一定的调整期，不再仅局限于传统的电商平台运营和管理。

根据 2024 年商务部中国国际电子商务中心发布的《中国电子商务人才发展报告》显示，当前我国电子商务从业人数已超 7000 万人，从业态看，直播电商、即时零售等新业态是电商人才需求增长的主要领域；从需求看，直播电商、农村电商、跨境电商等行业人才缺口依然较大，达 1500 万。电子商务在吸纳就业的同时，也引发了劳动方式的变革，电子商务行业内部专业化分工越来越细，专业要求越来越高。未来，高度专业化和细分化的电子商务新职业将不断涌现，电子商务职业体系将逐步完善，将促进更多劳动者在电子商务领域实现就业，也对电子商务行业人才多层次培养体系发展提出了更高要求。

由此可见，随着电子商务行业的快速发展和竞争的加剧，行业人才需求日趋向高度专业化和细分化转移，一些如数据分析、数字营销、直播电商、农村电商、跨境电商等有着较大的需求空间，同时，企业对人才的学历要求也在不断提高，这对电子商务行业人才培养的综合素质和技能水平也提出了更高的要求。因此，拥有电子商务本科学历，成为高级复合型的电子商务应用型人才，对于希望从事电子商务行业的求职者来说，将是一个重要的竞争优势。

## 2. 分析现有专业人才培养规格、结构与质量要求

通过调研同类院校电子商务专业人才培养现状发现，现有人才培养规格均是从素质、知识、能力三方面着手，课程设置分为公共基础课和专业技能课，旨在培养德、智、体、美、劳全面发展的高素质应用型人才。在知识结构方面，学生需要了解基本的商务礼仪

常识，熟悉办公软件的使用，掌握管理学、经济学、电子商务基础知识和营销知识，以及电子商务信息采集与信息加工的相关知识。在技能要求方面，学生需要能够熟练使用数码相机进行商品拍摄，完成商品打包、订单处理、配送等环节的重要工作，根据需求设计网站风格、网页布局、网站色调等，并能使用基本工具呈现效果，以及具备客户服务、网店运营、营销推广等技能。但人才培养过程中，多侧重于理论知识传授，实战技能培养在逐步重视，但创新思维及跨学科融合能力培养上有所欠缺，而当前市场需要培养具备扎实的电子商务理论基础和实践能力的高素质应用型人才。

在学历结构方面，通过走访企业，以及分析调研多个主流招聘平台，如智联招聘、前程无忧等发布的行业招聘信息，可以发现电子商务行业对本科学历的岗位需求占比较专科学历更多，如智联招聘上，本科学历的岗位需求占比约为 60%，前程无忧对本科学历岗位的需求占比约为 55%，在岗位类型上，特别是在涉及企业的战略规划、运营管理、数据分析等核心职能的岗位，对学历的要求更高，如网络运营类岗位对本科学历的需求占比显著，高达 41.92%，这一比例远高于美工设计类岗位其他类型岗位，其次是网页设计类，对本科学历需求占比为 36.07%。走访企业也大多表示，本科学历的求职者通常具备更扎实的专业知识、更强的学习能力和适应能力，能够更好地满足企业的需求。值得一提的是，学历要求更高的网络运营类岗位平均薪资也较高，美工设计类岗位平均薪资较低，不同学历要求的岗位薪资差距明显，可见，学历的提升增加了不同岗位之间平均薪资的差距。

在技能素质方面，在问及企业最看重电子商务专业毕业生哪些方面能力时，出现最多的答案是学习工作态度、持续学习能力、实践操作能力、逻辑思维能力、沟通表达能力、合作精神、创新能力 7 个方面。在问及一些毕业生走上岗位之后哪些能力最重要时，得到最多的答案是适应能力、吃苦耐劳精神、专业实践能力、人际交往、团队合作精神等。在问及同类院校专业负责人主要注重培养学生的哪些能力时，得到最多的答案是社会能力、专业能力和实践能力。

此外，我们还注意到，在当前数字经济背景下，电子商务专业人才的数字营销技能培养需求非常旺盛，如营销数据分析、品牌转型策划、搜索引擎营销、社交媒体营销、数字广告营销等数字营销专业知识和技能成为很多用人单位招聘的主要要求。

### 3. 分析用人单位对现有专业教学计划意见

通过实地走访、电话访谈等方式，我们收集到部分用人单位对电子商务专业现有专业教学计划的意见普遍持积极态度，但也提出了一些改进意见，主要有以下几点：

（1）提高学生的职业素质。主要包括良好的思想道德品质和社会责任感，遵守法律法规和职业道德规范；强烈的团队合作精神和协作能力，能够与团队成员有效沟通、协作，共同完成任务；具备持续学习和自我提升的态度和能力，能够不断更新知识和技能，适应电子商务行业快速发展的需求，尤其是最后一点，很多企业认为学习态度和能力特别重要。

（2）完善对学生专业知识和综合技能的培养。目前市场上对直播电商、跨境电商的需求相对较大，同时，用人单位还需表示需要进一步加强实践性教学环节的设置，以及提高学生的信息技术应用能力，能够熟练运用电子商务相关软件和工具进行系统的分析、设计和运营管理，如数据分析能力，能够采取一些数字化手段对电子商务运营数据进行有效的收集、整理、分析和解读，为企业的决策提供数据支持。

（3）加强对学生实践能力的培养。通过课程实验、课程设计、专业实习等实践教学环节，同时引入实践项目，培养学生的实践能力和解决问题的能力，让学生在实践中掌握电子商务的核心技术和工具，如数据分析、数字营销、网站开发等能力。

（4）培养学生的创新能力。用人单位普遍认为学生需要具备一定的创新意识和创新思维，要有敏锐的市场洞察力和前瞻力，能够发现市场机会，提出创新性的解决方案和产品。

（5）加强学生的职业指导教育。电子商务专业，特别是成人教育的电子商务专业，学生应该在学习过程中将理论知识与工作实践相结合，学校应加强学生的职业指导，同时，培养学生的创新创业能力。

#### 4. 分析用人单位对现有专业往届毕业生素质能力的评价

用人单位对现有电子商务专业往届毕业生的素质能力普遍给予较高评价。他们认为，这些毕业生具备较强的专业知识和技能，能够胜任电子商务相关岗位的工作。同时，他们还拥有良好的职业素养和团队合作精神，能够迅速融入企业团队，为企业的发展做出贡献。

然而，用人单位也指出了一些不足之处。一是部分毕业生在实际操作中缺乏经验，需要一定的时间适应岗位工作；二是部分毕业生学习工作自驱力不足，缺乏较强的职业

规划能力，在职场定位和职业发展目标方面有所欠缺；三是一些毕业生在创新能力方面还有待提高，创新思维及国际视野不够，需要不断学习和探索新的方法和思路。

针对这些问题，用人单位建议学校加强实践教学和创新能力培养，提高学生的实际操作能力和创新能力。同时，他们也希望学校能够加强职业道德教育和团队合作精神的培养，为学生的职业发展打下坚实基础。

综上所述，用人单位对我校毕业生的评价涵盖了多个维度，评价结果均较好，我校毕业生在就业之后的表现得到了用人单位的普遍肯定。

5. 毕业生就业稳定率等情况分析

(1) 就业对口率分析

由于电子商务行业的快速发展和市场需求的不断增长，电子商务专业的毕业生在就业市场上具有较高的竞争力和适应性，就业流向较广泛，不仅包括传统电商平台和新兴电商平台，还包括其他涉及电商业务的企业，以及各类企业的营销推广岗位。本校毕业生就业岗位如下表所示，主要分布在网络客服、网络营销、网店运营、美工等岗位，对口就业率较高。从就业单位性质来看，主要集中在中小企业、民营企业等。

表 毕业生就业对口情况统计表

届别	毕业人数	专业对口就业人数	专业对口就业率
2024	89人	72	80.1%
2023	86人	70	81.4%
2022	81人	69	85.1%
合计	256人	211	82.4%

(2) 就业稳定性分析

通过对学生进行实际走访、电话访谈、问卷调查等方式进行调查，发现电子商务专业的就业稳定性不强，在1年之内换了2个工作学生占总人数的39%，换1个工作企业的占85%，就业稳定情况相比其他专业欠佳，人员流动性大，受经济环境、工作压力、薪资待遇等影响因素较多。我们还特别注意到一些影响毕业生就业稳定率的因素，例如，一些毕业生在职业规划方面缺乏明确的目标和计划，导致在就业过程中频繁跳槽或转行，一些毕业生在面对职场竞争和压力时缺乏应对能力，需要进一步加强职业素养和心理素质的培养。这对毕业生的终身学习能力提出了更高的要求，要求学生不断适应变化的市场经济环境，不断完善和改进自己的专业知识。

### 三、电子商务专业人才需求调研结论和建议

#### （一）调研结论

电子商务专业人才需求调研分析表明，电子商务行业发展势头强劲，对专业人才的需求呈现出专业化和细分化的趋势，现有专业人才培养规格、结构与质量要求正在逐渐适应市场需求，但仍然存在一定差距，尤其是在符合市场需求的高级复合型人才方面存在不足，主要体现在实践能力培养不足、创新思维和跨学科融合能力培养不够、学习工作自驱力不足、职业规划能力较弱等方面。

因此，我们认为电子商务专业具有良好的发展前景。开设成人本科教育电子商务专业，能够更好地满足区域经济发展的人才需求，能够为社会提供大量“用得上、留得住、上得去”的高素质专业电商人才，能够更好地服务高等教育大众化，为更多社会人员提供继续教育机会。

#### （二）相关建议

充分发挥开放大学开放办学的优势，采取“线上+线下”“自学+面授”“录播+直播”“校内教师+行业专家”“虚拟仿真+实训实操”的混合培养模式，开展以满足学习者学习发展需求为导向，以满足市场需求为核心，提升学习者的职业能力为重点的人才培养方式，精准培养学生“自学力”“专业力”“创新力”“规划力”等关键能力，以符合新形势下成人教育改革创新发展的要求，实现促进成人现代职业发展能力提升的目标。

### 四、下一步工作设想（措施）

#### （一）改变教学模式：深化混合培养模式，适应成人学习特点

1. 深化“线上+线下”融合教学。鉴于成人学习者往往面临时间碎片化和工作学习双重压力的特点，我们将利用开放大学的优势，优化“线上+线下”混合教学模式，设计更加灵活的学习路径。线上平台提供丰富的自学资源，包括录播课程、直播课程、在线讨论等，便于学员随时随地进行学习；线下则通过定期的面授课程、学习研讨和实操基地，增强学生的实践体验，强化理论与实践的结合。

强化“自学+面授”互动：鼓励学生通过线上资源自主学习，线下通过老师指导、小组讨论等形式，加强师生互动，解决自学中的疑惑，提升学习效率。

融合“虚拟仿真+实训实操”：利用跨境电商、数字营销、直播等仿真实训平台构建虚拟商业环境，模拟电子商务运营流程，同时建立校企合作实训基地，让学生在仿真或真实的环境中进行项目操作，提升实践能力。

实施“校内教师+行业专家”双导师制：每个班学生配备至少一名校内教师，专业配备多名行业专家作为导师，校内教师负责理论教学和实训指导，行业专家则提供行业洞察和实践指导，促进理论与实践的深度融合。

## **（二）优化课程体系：强化专业化和细分化**

根据调研结果，电子商务行业人才需求日趋向高度专业化和细分化转移的趋势，调整课程设置，构建专业化、细分化、注重实践导向的课程体系。

细分化课程结构：根据电子商务行业发展的最新趋势和市场需求，将课程体系划分为基础课模块、专业核心课模块（如数字营销、国际贸易与跨境电子商务、直播运营、短视频制作等）和职业能力拓展课模块（如创新思维、跨学科融合课程），学员可根据个人兴趣和职业规划选择学习路径。

实践导向课程设计：增加实践课程的比重，特别是虚拟仿真和实训实操环节，与行业企业合作开发真实项目案例，确保学员能够在模拟或真实的商业环境中锻炼实践能力，弥补现有培养中实践能力不足的短板。

## **（三）核心课程建设：强化理论与实践相结合**

建设一批高质量的核心课程，重点强化理论与实践相结合。

实现理论与实践并重，核心课程如数字营销、国际贸易与跨境电子商务、直播运营等，既要讲授理论知识，也要设计实验实训环节，确保理论与实践相结合。

案例分析与项目实践：课程中融入真实行业案例，通过案例分析、项目策划、模拟运营等方式，增强学生的实践能力和解决问题的能力。

强化创新思维与跨学科融合：在核心课程中融入创新思维训练，如设计思维、问题解决策略等，同时鼓励跨学科课程交叉，如结合信息技术、人工智能等多领域知识，培养学员的综合素养和跨学科解决问题的能力。

## **（四）加强教学资源建设：构建多元化教学资源库**

开发建设在线教学资源库：整合优质在线课程资源，包括微视频课程、电子教材、案例库、实训平台等，为学生提供丰富的学习资源。

校企合作共建资源库：与企业合作，共同开发教学案例、实训项目、行业报告等资源，保持教学内容的前沿性和实用性。

#### **（五）创新教学方法：激发学习动力**

推广翻转课堂：线上提供视频、阅读材料等学习资源供学生课前进行预习和自学，直播课进行重点讲解，线下进行小组讨论、案例分析、实践操作等活动，提升课堂互动性和学习效率。

采用项目式学习：围绕实际问题或项目，通过项目策划、实施、评估等环节，激发学生学习动力，培养学生的创新思维和团队协作能力，让学员在解决实际问题的过程中深化理解和应用知识。

游戏化学习：引入游戏化元素，如学习积分、排行榜、虚拟成就等，增加学习的趣味性和参与度，提升学员的学习动力。

#### **（六）加强师资队伍建设：提升教师实践能力与跨学科素养**

实施教师发展计划：鼓励教师参加专业培训、学术交流、企业实践等活动，提升教师的专业能力和跨学科素养。

建立校企合作机制：与企业建立长期合作关系，选派教师到企业挂职锻炼，参与企业项目，增强教师的实践经验和行业洞察力。

引进行业专家：聘请具有丰富实践经验的行业专家作为兼职教师或客座教授，参与课程设计和教学，为学生提供行业前沿知识和实践指导。

通过上述措施的实施，旨在培养出既具备扎实专业知识，又拥有较强实践能力、创新思维 and 良好职业规划能力的电子商务高级复合型人才，体现成人教育开放办学的独特优势，同时满足行业发展的迫切需求。

# 湖南开放大学成人教育

## 电子商务（本科）专业论证报告

### 一、设置电子商务专业的必要性

#### （一）电子商务行业发展现状与趋势

##### 1. 电子商务行业发展现状：持续稳健增长

随着我国经济结构的调整 and 大数据、人工智能、物联网、5G 等信息技术的快速发展，电子商务在各领域的应用日益广泛而深。电子商务与实体经济融合共生，催生新产业、新业态、新模式，培育新的经济增长点，形成新发展动能。商务部副部长盛秋平指出，“中国电子商务在网络零售市场、网购人数、数字化快递业务以及移动支付规模方面稳居世界第一。

2023 年 6 月，商务部电子商务和信息化司发布《中国电子商务报告（2022）》。报告提到，2022 年全国电子商务交易额达到 43.83 万亿元，同比增长 3.5%。2024 年 6 月，“一带一路”TOP10 影响力社会智库网经社电子商务研究中心发布的《2023 中国电商市场数据报告》显示，2023 年中国电子商务市场规模达 50.57 万亿元，较 2022 年的 47.57 万亿元同比增长 6.31%。2024 年 10 月，国家统计局和商务部最新发布数据显示，2024 年前三季度，中国电子商务领域表现出令人瞩目的增速，网上零售额达到 10.9 万亿元，同比增长 8.6%，中国的电子商务持续显示出强劲的增长势头。

湖南省商务厅印发的《湖南省“十四五”电子商务发展规划》中指出，“十三五”时期，湖南电子商务交易规模持续扩大，农村电商、跨境电商、社区电商、直播电商等全面发展，电子商务在提升消费、带动就业、促进转型等方面发挥了重要作用。全省电子商务交易额年均增长 29.1%，网络零售额年均增长 31.2%，均高于全国平均水平，并指出，到 2025 年，湖南省网络零售额将超 5000 亿元，年均增速达到 10%以上，全省农产品网络零售额超过 500 亿元，跨境电商交易额年均增速达到 20%。到 2035 年，全省基本建成统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠的电子商务市场体系。

由此可见，我国高度重视电子商务发展，电子商务在激活居民消费、助力乡村振兴、开拓国际市场等方面的作用日益凸显，新时期电子商务在服务构建新发展格局中迎来发展新机遇。

## 2. 电子商务行业发展趋势

（1）新模式新业态涌现，线上线下加速融合。电子商务行业逐步向数字化、社交化、内容化趋势发展。传统的电商模式已经不能满足消费者日益多样化的需求，因此，以数字化、社交化、内容化为特点的消费电商新模式不断涌现。这些新模式不仅丰富了消费者的购物体验，还为企业提供了更多的营销渠道和增长机会。此外，直播电商、社区电商和即时零售等新兴业态快速增长，电子商务加速向各行业领域深入渗透，线上线下加速融合。

（2）产业电商潜力释放。电子商务推动各产业数字化转型，“数商兴农”是产业电商在农业领域的重要实践，通过电商平台，优质特色农产品能够更便捷地走向市场。同时，“数商兴产”也在工业领域发挥着重要作用，通过培育垂直产业电商平台，推动工业领域的数字化升级。

（3）新技术融合应用。大数据、人工智能、区块链等前沿技术正在不断融入电子商务的各个环节，提高了平台的智能化水平和运营效率。例如，通过大数据分析，电商平台能够更精准地了解消费者的需求和偏好，从而进行个性化的推荐和服务。

（4）国际合作深化。跨境电商市场也呈现出积极的发展态势，预计未来几年将保持持续增长。我省跨境电商也进入快速发展黄金期，逐步形成了以长沙跨境电商综试区为核心，湘潭、岳阳、郴州为支点的跨境电商发展格局，打造长沙高新区、黄花综保区、金霞保税物流中心 3 个重点跨境电商园区。此外，中国(湖南)自由贸易试验区、跨境电商综合试验区，多重叠加的开放政策和平台为湖南跨境电商带来新的发展机遇。

### （二）电子商务专业人才培养模式建构的时代背景、行业背景和社会背景

在数字经济时代背景下，电子商务的发展展现出了强劲的增长态势，成为推动经济社会发展的新动力源。这一趋势的背后，是消费者行为模式的深刻转变与消费升级的强劲需求。电子商务不仅作为促消费、保民生、稳外贸的关键力量，在激发经济活力、促进灵活就业、拉动消费增长以及提振社会各界发展信心等方面发挥了积极作用，加上“丝路电商”提质扩容，跨境电商蓬勃发展，促进外贸进出口持续增长，电子商务行业正在逐步重塑着现代商业格局。

与此同时，以人工智能为引领的新一轮科技革命在全球范围内蓬勃兴起，为电子商务领域带来了前所未有的发展机遇。借助先进数字技术的深度融合，电子商务行业正积

极探索管理、运营和营销模式的创新路径，旨在打造全新的业务增长点。这些创新不仅提升了用户体验，还持续推动了场景应用的多样化与个性化，为消费者提供了层次丰富、形式多样的消费选择，这些创新不仅推动了人民生活水平从全面小康向更高目标迈进，还促进了电商惠农机制的深化与创新，助力巩固拓展脱贫攻坚成果与乡村振兴的有效衔接。

此外，电子商务的蓬勃发展还催生了一批新兴职业形态，成为许多年轻人创业的首选之地和增加居民收入的新途径。更重要的是，电子商务作为数字经济的重点领域，正迅速从消费端向生产端、供给端推进，通过数字技术与实体经济的深度融合，重构产业链与价值链，为传统产业的转型升级提供了有力支持。

湖南省商务厅印发的《湖南省“十四五”电子商务发展规划》中指出，到2025年，农村电商成为助力乡村振兴的重要力量，跨境电商成为外贸创新发展的新动能，电子商务成为湖南经济数字化转型发展的重要引擎。报告还提出湖南省“十四五”电子商务发展任务，要建设高质量电商促进体系，推动产业数字化发展；要加快数字商务创新发展，开展直播电商促进工程、推动社区电商智能化发展、鼓励发展新零售模式，构建数智化商业生态；要积极推进数商兴农，落实乡村振兴战略；要大力发展跨境电商，促进贸易创新发展；健全支撑配套体系，多层次发展电商人才市场，提升电商服务能力；要优化电商发展环境，完善电商治理体系等目标，推动全省电子商务高质量发展。

综上所述，电子商务在数字经济浪潮的推动下，正以前所未有的速度和规模发展，不仅助力经济社会持续健康发展，还促进了人民生活水平的不断提升，为实现从全面小康向更高发展目标迈进奠定了坚实基础。

### （三）电子商务专业的社会需求预测分析

2024年3月，商务部中国国际电子商务中心发布的《中国电子商务人才发展报告》指出，2018-2020年，电商行业从业人员规模不断增长，从2018年的3300万人增加到2020年的6015万人，几乎实现了翻倍的增长。2023年中国电子商务行业直接从业人员达755万人，较2022年的722万人同比增长4.57%；间接从业人员达6550万人，较2022年的6325万人同比增长3.55%。而截止到2024年3月，我国电子商务从业人数已超7000万人，提前完成了《“十四五”电子商务发展规划》中设定的2025年任务指标。2024年10月，国家统计局和商务部最新发布数据显示，2024年前三季度，电子商务知名企业

人才需求相比 2023 年 11 月下滑了 22.4%，具体需求人数约为 87,402 人，考虑到电子商务行业的整体规模和发展速度，这一需求人数仍然相当可观，呈现出的是持续增长但略有波动的态势，这一现象也表明电子商务行业在经历了快速增长后，在人才需求结构上面临了一定的调整期，不再仅局限于传统的电商平台运营和管理。

《中国电子商务人才发展报告》显示，从业态看，直播电商、即时零售等新业态是电商人才需求增长的主要领域；从需求看，直播电商、农村电商、跨境电商等行业人才缺口依然较大，达 1500 万。电子商务在吸纳就业的同时，也引发了劳动方式的变革，电子商务行业内部专业化分工越来越细，专业要求越来越高。未来，高度专业化和细分化的电子商务新职业将不断涌现，电子商务职业体系将逐步完善，将促进更多劳动者在电子商务领域实现就业，也对电子商务行业人才多层次培养体系发展提出了更高要求。

## 二、设置电子商务专业的可行性

### （一）设置电子商务专业的优势

#### 1. 学校办学定位符合人才培养需求

我校是由湖南省人民政府举办，湖南省教育厅主管，以促进终身学习为使命、以信息技术为支撑、以“互联网+”为特征，面向全省开展学历教育、非学历教育和提供终身教育公共服务的新型高等学校。学校前身为 1979 年创办的湖南广播电视大学，2020 年 12 月正式更名转型为湖南开放大学。学校秉持“学有所教、有教无类”的办学宗旨和“开放、灵活、优质、便捷”的办学理念，坚持面向基层、面向行业、面向农村、面向边远和民族地区办学，校本部与 19 所市州和行业、企业分校，114 个县级教学站点共同构成一个办学系统，是全国拥有最完整办学体系的省级开放大学之一。开放教育开设本、专科专业 75 个，涵盖 10 个学科门类，现有各类在籍学生近 20 万人，办学规模居全国开放大学体系前列。农民大学生培养项目被纳入湖南省乡村振兴战略规划、乡村人才振兴行动计划，相关成果获得联合国教科文组织表彰，形成了湖南开放教育特色。

#### 2. 学校办学资源保障人才培养

##### （1）师资队伍

湖南开放大学下设市州和行业、企业分校 21 所，县级电大教学站点 148 个，形成了遍布全省城乡的电大教育网络。全省电大系统有专职教师 3500 余人，管理人员 800 余人，技术人员 400 余人，兼职教师 1700 余人。

省开放大学本部教师具有博士、硕士学历者 360 余人，国家级和省级教学名师、省级专业带头人和青年骨干教师 20 余人，一线企业能工巧匠兼职教师 40 余人，省级优秀教师团队 3 个，国家级技能大师工作室 1 个，省级思政课名师工作室 1 个。拥有省级特色专业群 3 个，建设有省级名师空间课堂 7 门。近 5 年来，立项国家级课题 4 项，省级课题 160 余项，获国家级教学成果一等奖 1 项，其他省厅级奖励近 200 项。

省开放大学本部电子商务专业有专职教师 11 人，其中副高职称 3 人，中级职称 8 人。教师团队成员均具有研究生以上学历、双师型背景，多位教师具有海外留学及企业工作实际经验，主持参与省级课题 10 多项，多次在省级以上比赛中获奖，是一支教学能力突出的师资队伍。

## （2）办学设施

湖南开放大学位于长沙市芙蓉南路，交通便利，校园优美，是湖南省“园林式单位”。省校校园占地面积 17.6 万平方米，建筑面积 9.45 万平方米，固定资产 1.43 亿元，其中教学仪器设备近 5000 万元。省校和各市州分校均建成校园网，建立了多媒体网络教室、安装了电大在线教学平台、VBI 卫星接收系统和双向视频会议系统，实现实时、非实时交互式教学。省校的校园网已升级改造为万兆网。

## （3）学校专业发展支持人才培养

湖南开放大学设有经济管理学院，下设电子商务教研室。我校电子商务专业成立于 2001 年，已有 23 年专业办学经验，办学层次涵盖了高职教育、开放教育本科、开放教育专科，农民大学生专科、成人教育专科。经过多年发展，电子商务专业已经形成一定的办学特色，培养了大量优秀的电商人才。专业发展足以支撑成人教育本科层次电子商务专业的开设。

## （二）设置电子商务专业的区域优势和政策支持

2023 年 9 月商务部宣布新增 16 家国家电子商务示范基地，其中湖南省新增 3 家。此次湖南获批数量在全国新增基地省（区、市）中排名首位。

此次湖南新增 3 家国家电子商务示范基地，株洲市占据两家，无论是产业布局还是投资规模，都独具特色。其中，湖南醴瓷电商产业园拥有直播基地、陶瓷产品选品中心、一站式运营服务中心、智能云仓物流中心等；株洲芦淞（服饰）电子商务产业园形成了芦淞服饰市场群电商运营中心、白关产业园生产加工基地、智连创园基地和汇通金港直

播基地“一中心三基地”产业园区格局。岳阳市临湘钓具电商物流园依托临湘市钓具浮标特色产业，集聚 108 家钓具浮标电商龙头企业入园。2022 年园区实现电子商务交易额 45.48 亿元，同比增长 88.78%。

### （三）设置电子商务专业的生源可行性

#### 1. 成人学历教育社会需求情况

成人学历继续教育存在持续的社会需求。中国经济正处于从粗放式增长向集约式增长转变之中，人力资源质量是其中的关键性因素，因此，中国对成人教育的需求比其它国家强烈得多。根据中研普华产业研究院发布的《2021-2025 年中国成人教育行业全景调研与发展战略研究咨询报告》显示：2019 年全国成人高中在校生人数为 4.12 万人，比 2018 年增加 0.09 万人；成人中等专业学校在校生人数为 106.85 万人，比 2018 年减少 6.28 万人（主要受高中阶段教育普及的影响）；成人高等学校在校生人数为 668.56 万人，比 2018 年增加 77.57 万人。2021 年我国成人教育行业覆盖人群达到 2.46 亿人，并逐年上升，预计于 2025 年将增至 4.34 亿人。报告中同时指出，2021 年至 2026 年我国成人教育市场规模将继续保持较高的增长速度，年均复合增长率将达到 10.3%。2023 年，我国成人教育市场规模突破 8000 亿元，预计到 2026 年，市场规模将达到 9947 亿元。这一趋势反映出成人教育市场的持续发展和壮大。从以上数据可以很明显的看出，社会对于成人教育需求巨大，因此成人教育在校生数量整体维持稳定，甚至还在进一步上升。

通过对我校部分专科层次毕业生、我校部分开放教育在校生和毕业生、部分企业社会人员进行的调查，我们发现社会人员需要通过成人教育途径提升学历的主要原因是：就业面临学历门槛；单位人事改革、职称评定等面临学历门槛；考研、考公、留学等面临学历门槛。成人教育恰恰满足了上述需求，成人教育作为终身教育体系中最重要的重要组成部分，为即使已经进入职场并且无法脱离工作岗位的人提供继续教育的机会。

此外，我校电子商务专业专科在籍学生中，高职在籍学生人数 447 人，开放专科在籍学生 1566 人，成人教育专科在籍学生 180 人，高职农民大学生在籍人数 1385 人，合计有 3578 人，具备内部学历提升的良好基础。

#### 2. 电子商务专业人才需求状况

2024 年商务部中国国际电子商务中心发布的《中国电子商务人才发展报告》显示，直播电商、农村电商、跨境电商等行业人才缺口依然较大，达 1500 万。电商领域的从业

人员岗位也呈现多样化、细分化的特点，如直播电商细分为直播销售员、直播内容运营师、直播场控运营师、直播品控师以及直播客服等多个岗位。随着岗位种类的不断增加，电商领域对人才的需求自然愈发旺盛。

目前，电子商务从业人员中，大专学历的占比接近六成，在调研中我们特别发现，大量的学历为专科的电子商务行业职场人士表示，对接受继续教育提升自身学历和能力素质有较为强烈的需求。

在调研中我们还发现，多个主流招聘平台，如智联招聘、前程无忧等发布的行业招聘信息，可以发现电子商务行业对本科学历的岗位需求占比较专科学历更多，如智联招聘上，本科学历的岗位需求占比约为 60%，前程无忧对本科学历岗位的需求占比约为 55%，在岗位类型上，特别是在涉及企业的战略规划、运营管理、数据分析等核心职能的岗位，对学历的要求更高，如网络运营类岗位对本科学历的需求占比显著，高达 41.92%，这一比例远高于美工设计类岗位其他类型岗位。走访企业也大多表示，本科学历的求职者通常具备更扎实的专业知识、更强的学习能力和适应能力，能够更好地满足企业的需求。值得一提的是，学历要求更高的网络运营类岗位平均薪资也较高，美工设计类岗位平均薪资较低，不同学历要求的岗位薪资差距明显，可见，学历的提升增加了不同岗位之间平均薪资的差距。在此背景下，培养既具备扎实专业知识，又拥有较强实践能力、创新思维 and 良好职业规划能力的电子商务高级复合型人才，为成人教育电子商务专业的未来发展带来新的机遇。也为广大成人学习者提供了提升自我、实现职业转型和升级的重要平台。

综上所述，随着电子商务行业的快速发展和竞争的加剧，电子商务企业不仅需要具备扎实理论基础的人才，更渴求能够将理论知识与实践技能相结合，具备创新思维和跨学科融合能力的复合型人才，同时，企业对人才的学历要求也在不断提高，这对电子商务行业人才培养的综合素质和技能水平也提出了更高的要求。因此，构建符合时代要求、适应行业发展的电子商务专业人才培养模式，对于培养高素质电子商务人才，推动电子商务行业持续健康发展具有重要意义，而拥有电子商务本科学历，成为高级复合型的电子商务应用型人才，对于希望从事电子商务行业的求职者来说，将是一个重要的竞争优势。

### 三、人才培养目标和专业特色

## （一）人才培养目标

### 1. 能力目标

类型	基本项	基本要求
能力要求	通用能力	具有良好的探究学习、终身学习、分析问题和解决问题，以满足个人职业发展的学习能力
		具有良好的语言、文字表达和较强的组织沟通能力与，以及探索性、批判性思维能力，不断尝试理论或实践创新
		能够运用科学的方法，通过课堂、文献、网络、实习实践等渠道获取知识；善于学习和吸收他人知识，并构建自己的知识体系。
		具有学习本专业新标准、新技术、新工艺的能力，自主学习和创新创业能力
		具有基本的数据分析能力、数字化思维能力，信息技术应用能力
		具有从事电子商务的实际工作，如从事商品营销推广、客户沟通、企业战略管理等商务活动的的能力
	专业技术技能	具有图片和视频配色、文字设计、图片优化、页面布局等视觉营销技巧和能力
		具备电子商务数据分析能力
		具有电子商务客户服务与管理的能力
		具备的企业转型策划、数字营销传播推广的能力

### 2. 知识目标

类型	基本项	基本要求
知识要求	公共基础知识	掌握必备的思想政治理论
		掌握较好的信息化知识、英语知识、公文写作知识
		掌握一定的中华优秀传统文化知识、企业文化知识
		熟悉环境保护、安全消防、法律法规等基本知识
	专业知识	掌握电子商务物流管理基础知识、客户关系管理知识
		掌握网店视觉营销的基本原则、关键点与设计法则
		掌握电子商务数据分析与优化知识、数字营销推广知识
		掌握商品品类管理流程，培养基于顾客需求的商品结构管理思维模式
		掌握掌握短视频制作、直播电商的基本理论和方法

### 3. 素质要求

类型	基本项	基本要求
素质要求	思想素质	坚决拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，具有较强的形势分析和判断能力
		在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观
		具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感，良好的道德修养和社会责任感、积极向上的人生理想、符合社会进步要求的价值观念
		崇尚宪法、遵守法律
	职业素质	具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、创新创业精神
		具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，具有科学的管理思维意识
		具有端正的学习工作态度，以及较强的自主学习意识、持续学习能力
		积极进取，良好的职业习惯和服务意识，具有职业生涯规划意识
	劳动素质	具有国际视野，洞察国内外特别是省内本产业或行业的布局、规模和发展动态的行业视野意识
		崇德向善、诚实守信、谦虚谨慎、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神
		尊重劳动，热爱劳动，具有较强的实践操作能力
	身心素质	具有健康的体魄和心理、健全的人格，乐观、自信、心态平和、宽容礼让、

	人文素质	不怕挫折、能够自我认知和提升
		审美品味高尚、懂得发现美、认识美、感受美、鉴赏美、创造美和表现美
		掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力
		能够形成一两项艺术特长或爱好

### 3. 职业范围

就业岗位	就业范围	主要业务工作任务
运营主管	电子商务平台企业及各类型企业电商部门	熟悉淘系电商平台活动规则，掌握新媒体运营的新技术，能对网上店铺的 IP、PV、销量、跳出率、地域分布、转化率等做出专业的数据分析，及时对店铺细节进行改进；并做好竞争对手网站的数据的采集、评估与分析。
全渠道营销主管	电子商务平台企业及各类型企业营销推广部门	能进行品牌创意与卖点的挖掘提炼，撰写线上线下推广活动文案；能进行品牌转型策划方案制定与实施；掌握负责各类数字化新媒体推广方式基本技巧和应用；掌握直播营销、私域营销、数字零售经营等数字营销销售渠道和方式的应用；了解用户行为及需求，会收集用户反馈并提出改善方案；会制定平台粉丝互动策略，增加自媒体平台粉丝数，提升社群活跃度；能结合产品特性及用户洞察，策划话题、事件、积极跟踪热点展开借势营销；能监控各类营销数据数据与来源并能进行效果分析和推广方式调整。
智能客服	电子商务平台企业及各类型企业客户服务部门	熟悉平台规则；有良好的职业道德和沟通能力，掌握客户沟通的技巧和话术，能帮助客户解决提出的各种问题；能进行智能客服系统的日常运维与优化；通过 AI 技术提供提供客户咨询、投诉处理及售后服务，确保快速响应；收集并分析客户数据以优化服务；确保服务合规，保护客户信息安全；参与团队培训与创新，不断提升客户服务体验与满意度。
视觉营销设计师	电子商务平台企业及各类型企业网站运营部门	掌握视觉营销中的配色和文字设计、图片优化、广告图设计、店铺首页设计、详情页设计和短视频视觉营销设计等；掌握视觉营销技巧，强化图片美化和视觉信息传达的技能，使电商设计过程中的作品更具效果和表现力。

## （二）专业建设规划与人才培养模式

### 1. 专业建设规划

#### （1）专业培养目标的定位

本专业培养德才兼备、全面发展，具有一定的国际视野、家国情怀，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，能适应我国数字经济时代发展的创新型、应用型、技术型电子商务人才。专业立足三湘四水，对接湖南现代化产业体系布局 and 区域经济发展需求，坚持以建设高质量电子商务促进体系，积极推进“数商兴农”，大力发展跨境电商，构建数智商业生态为目标，培养学生具有扎实的专业理论基础，全面的管理、经济、信息技术综合素质，熟悉电子商务营销推广、运营管理、网站建设管理、数据分析等基本方法及技能，具备分析和解决现实电子商务问题的综合创新能力，适合从事各类企业电子商务运营推广、电子商务数据分析、电子商务系统规划建设等工

作，也可在相关政府部门、专业咨询公司、教育培训机构以及其它社会团体从事电子商务管理等相关工作，服务湖南“三高四新”战略定位和使命任务。

## （2）专业培养目标的实现

①完善专业培养课程设置。首先，合理设置人文素质课程，增加属于人文精神的课程内容如文学、美学、哲学、社会情感与价值衡量和商业文化等知识内容，培养学生的诚信、敬业和团队意识。其次，注重专业课程在适应政府政策、市场需求变化的基础上，及时更新专业知识内容，并在专科层次的基础上对课程进行进阶式设计，如数字营销知识适当增加农产品营销版块，增加跨境电商、直播营销、短视频制作等课程。同时注意突出成人教育的职业性、实践性、针对性。工具性较强的课程如市场调查与预测、视觉营销、品类管理等，突出他们的实践性。

②促进实践教学发展。一方面，强调学生的主体地位，学生必须亲身投入学习，操作和完成每项教学内容，并且在学习完成后，组织学生总结并交流学习收获，自我提升，在这个过程中学生能够体验到自身的价值并获得自我满足。另一方面，教师在教学过程中，必须注重交互性，注重与学生的协作与交流，在教学实践中通过教师讲授、学生模拟、团队协作、整体演练等方式，激发学生学习兴趣，帮助学生形成学习动机，提高学生的认知能力，帮助学生理解和应用理论知识。

③全面加强师资队伍建设。提高教师队伍对成人教育的认识，树立现代的成人教育理念。建立一支年龄结构合理、专业素质突出、学历层次较高、专兼结合，既能从事理论教学又能指导实践技能培训的成人教育的专业师资队伍。要做到的就是提高教师及对成人教育特点的认识，树立正确的现代成人教育观念，充分认识到教学对象的复杂性、教学目标的与时俱进性，及时改进教学内容，采用不同的方法将信息技术、现代教育技术及创新性工作方法应用到教学实践中。

④严格教学全过程管理。本专业教学全面落实国家学历继续教育教学要求，加强全过程管理，确保严格落实课程教学、实验实训、考勤、作业、考核、毕业论文（设计）、毕业答辩及审核等环节要求。鼓励通过参与式、讨论式、案例式、项目式教学等提高学生学习积极性和参与度，注重学习体验。

⑤创新教育教学模式。按照成人认知规律、职业发展需要、学科专业特点创新教育教学模式，充分发挥信息技术优势，结合实际开展线上教学与面授教学、自主学习与协

作学习等相结合的混合式教学。课程中的公共基础课以线上教学（含直播教学）为主，实践教学环节以线下教学为主；线上与线下教学形式比例约为 4:1，线下教学原则上不少于人才培养方案规定总学时的 20%。

### （3）专业建设规划的进程

1) 需求分析。首先，对成人教育电子商务专业的需求进行深入分析，包括了解行业发展趋势、企业需求以及成人学生的特点和需求。通过分析这些数据，明确专业建设的目标和定位，完成成人教育电子商务专业人才需求调研报告。

2) 制定专业建设方案。根据成人教育电子商务专业人才需求调研的结果，充分考虑行业和企业实际需求，制定具体的专业建设方案，以确保培养出的人才能够满足市场的需要。设置与优化适合成人教育电子商务专业人才需求的课程，包括电子商务专业的公共基础课、专业课、职业能力拓展课、实践教学环节等课程模块等。课程设置应注重实际应用，结合案例教学，帮助学生更好地理解和应用所学知识，全面提高学生的专业素质和实践能力。

3) 完善教学资源。为了提高教学质量，需要完善教学资源。包括在线课程教学文本及视频资源、教材建设及实践教学基地的建设等。在线课程资源应注重互动性和实用性，教材应结合行业的发展及时更新，实践教学基地则应满足学生实践学习的需要。

4) 师资队伍建设。建立一支具备丰富理论知识和实践经验的教师队伍，是专业建设的关键。通过引进优秀教师、培训现有教师、与企业合作等方式，提高教师的专业素质和实践能力。

5) 实施与评估。在完成上述步骤后，开始实施专业建设规划。在实施过程中，需要不断对进展情况进行评估，以确保能够按计划完成目标。同时，还需要根据实际情况对规划进行调整，以适应市场的变化和学生的需求。

6) 质量监控与评估。建立质量监控与评估机制，对教学质量进行定期评估。通过收集学生、教师和企业的反馈意见，对专业建设的效果进行评估，及时发现问题并进行改进。

7) 反馈与改进。在实施一段时间后，收集学生、教师和企业的反馈意见，对专业建设的效果进行评估。通过分析反馈意见，找出存在的问题和不足之处，并进行改进。这样能够不断提高专业建设的水平，为学生的未来发展打下坚实的基础。

## （二）电子商务专业人才培养模式

### 1. 建立校企合作运行管理机制

校企合作项目采取“五合一”的教育教学管理模式，即学校与企业合一、理论与实践合一、教师与师傅合一、实训与经营合一、学生与员工合一，师资由企业员工与学校教师共同组成，按照企业组织结构建立的校内实训基地，采用“传帮带”的模式，进行轮岗为主的实践教学，打破传统的教学和管理模式，使学生在真实的职业环境中学习电子商务的职业技能。

2. 实施“双证融通”的电子商务教学模式。双证融通是依据电子商务领域标准和职业岗位的任职要求，与职业资格技能鉴定标准相结合，构建专业核心课程体系，设置课程内容。达到学历证书与职业资格证书的衔接与对应，采取双证并重的培养方式，实现专业课程标准与职业资格标准的融合，实现学历教育与职业资格培训的融合。

## （三）专业特色

### 1. “双精准”培育电商人才

电子商务活动具有开放性、全球性、低成本、高效率等诸多优点，是一个对现代经济生产活动产生深远影响的朝阳产业。我校电子商务专业积极践行“双精准”育人模式。一是“精准对接”，即立足区域经济发展需要，结合行业发展态势，精准对接行业企业、职业岗位、职业标准、生产过程和学生成长；二是“精准育人”，即以电商职业岗位需求为导向，盘点学生能力，进行分类培养，精准培育产业推广人才、岗位技能人才、电商直播人才、数字营销人才和创新创业人才。

### 2. 深化混合培养模式，适应成人学习特点

1. 深化“线上+线下”融合教学。鉴于成人学习者往往面临时间碎片化和工作学习双重压力的特点，我们将利用开放大学的优势，优化“线上+线下”混合教学模式，设计更加灵活的学习路径。线上平台提供丰富的自学资源，包括录播课程、直播课程、在线讨论等，便于学员随时随地进行学习；线下则通过定期的面授课程、学习研讨和实操基地，增强学生的实践体验，强化理论与实践的结合。

强化“自学+面授”互动教学：鼓励学生通过线上资源自主学习，线下通过老师指导、小组讨论等形式，加强师生互动，解决自学中的疑惑，提升学习效率。

融合“虚拟仿真+实训实操”：利用跨境电商、数字营销、直播等仿真实训平台构建虚拟商业环境，模拟电子商务运营流程，同时建立校企合作实训基地，让学生在仿真或真实的环境中进行项目操作，提升实践能力。

实施“校内教师+行业专家”双导师制：每个班学生配备至少一名校内教师，专业配备多名行业专家作为导师，校内教师负责理论教学和实训指导，行业专家则提供行业洞察和实践指导，促进理论与实践的深度融合。

### 3. 构建课程体系，强化专业化和细分化

通过调研发现，随着电子商务行业的快速发展和竞争的加剧，行业人才需求日趋向高度专业化和细分化转移，根据这一趋势调整课程设置，构建专业化、细分化、注重实践导向的课程体系。我院电子商务专业注重服务华中、华东经济发展，紧盯电子商务行业企业人才需求趋势，针对调研结果显示的电子商务行业人才需求日趋向高度专业化和细分化转移这一变化，调整课程设置，同时充分利用校内校外实训基地，构建专业化、细分化、注重实践导向的电子商务专业课程体系。

### 4. 打造优质师资队伍

我校电子商务专业教师团队中具有硕士学位教师占比达 100%，双师型、双师素质教师占比达 90%、有国外留学经历教师比例达 30%。教师团队整体呈现年轻化趋势，以 85 后居多，学历层次高，思维活跃，年富力强，精力旺盛，都具有很强的学习实践能力和创新能力。教师企业实践经历占比达 40%。这个年轻而富有活力的教学团队相互学习，争相“提高教学管理水平，提高科研调研能力，提高运营推广能力，提高社会服务能力”，努力打造“不偏科”“复合型”电子商务专业师资队伍。同时，建立校企合作机制，选派教师到企业挂职锻炼，或聘请具有丰富实践经验的行业专家作为兼职教师或客座教授，参与课程设计和教学，为学生提供行业前沿知识和实践指导。

## 四、招生对象及招生范围

具有专科毕业文化程度或同等学历的在职人员、社会青年和高职高专应往届毕业生等社会各类人员。

成人高等教育  
电子商务（本科）专业教学计划进程表

课 程 类 别	序 号	课 程 代 码	课 程 名 称	学 分	总 学 时	各学期学时分配									考核方式	
						线 上 教 学	线 下 教 学	实 验 实 训	一	二	三	四	五	过 程 性 考 核	终结性 考核	
															闭卷	开卷
公 共 基 础 课	1	C600001	思想道德与法治	3	54	54			√					√	√	
	2	C600002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3	54	54				√				√	√	
	3	C600003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	54	54				√				√	√	
	4	C600004-7	形势与政策(1)(2)(3)(4)	2	64	64			√	√	√	√		√		√
	5	C600008	心理健康教育与指导	2	36	36			√					√	√	
	6	C600020	马克思主义基本原理概论	3	54	54	√				√			√	√	
	7	C600021	中国近现代史纲要	3	54	54						√		√	√	
	8	C600018	大学英语	3	54	54				√				√	√	
	9	C600019	计算机与信息科学	2	36	32	4		√					√	√	
		小计		24	460	456	4									
专 业 课	10	C510001	物流管理基础	2	36	32	4	√	√					√	√	
	11	C510002	客户关系管理	3	54	54		√	√					√	√	
	12	C510003	视觉营销	4	72	64	8	√		√				√	√	
	13	C510004	电子商务数据分析（中级）	3	54	46	8	√		√				√	√	
	14	C510005	企业战略管理	2	36	32	4	√			√			√	√	
	15	C510006	国际贸易与跨境电子商务	4	72	64	8	√			√			√	√	
	16	C510007	数字营销（中级）	3	54	46	8	√			√			√	√	
	17	C510008	短视频制作	3	54	46	8	√				√		√	√	
	18	C510009	直播运营	4	72	64	8	√				√		√	√	
	19	C510010	品类管理	3	54	50	4	√				√		√	√	
	20	C510011	淘系电商平台运营	4	72	64	8	√				√		√	√	
	21	C510012	人工智能专题	2	36	36						√		√	√	
		小计		37	666	598	68									
职 业 能 力 拓 展 课	22	C610001	大学美育	2	36	36			√					√		√
	23	C610002	创业设计	2	36	36						√		√		√
	24	C610003-6	“四史”（任选“一史”）	2	36	36				√				√		√
	25	C510013	商务礼仪	2	36	36		√				√		√		√
	26	C510014	个人理财	2	36	30	6	√					√	√		√
	27	C510015	经营管理实务	3	54	44	10	√		√				√		√
		小计		13	234	218	16									
实 践 教 学 环 节	28	C620001	入学教育	0.5	9	6	3	√	√					√		√
	29	C620002	毕业教育	0.5	9	6	3	√					√	√		√
	30	C510016	图形图像设计综合实践	4	72	32	40	√			√			√		√
	31	C510017	毕业实习	8	144	4	140	√					√	√		
	32	C510018	毕业论文（设计）	3	54	4	50	√					√	√		
		小计		16	288	52	236									
合 计				90	1648	1324	324									
百分比（%）						80%	20%									

说明：“形势与政策”本科专业2学分，64学时；其他课程学分与学时按照1学分18学时进行换算；请在考核方式中选择“√”填写。

成人高等教育系列电子商务（本科）专业教师与教辅人员情况简明表

序号	姓名	性别	年龄	职称	职责	主讲课程	备注
1	伍琼琳	女	34	讲师	专业负责人	数字营销（中级）	
2	曾玲	女	43	副教授	任课教师	物流管理基础	
3	刘娟	女	51	副教授	任课教师	电子商务数据分析（中级）	
4	曹喜平	女	38	副教授	任课教师	企业战略管理	
5	田绍崇	男	35	讲师	任课教师	图形图像设计综合实践、视觉营销	
6	邹爱辉	女	36	讲师	任课教师	视觉营销	
7	尹思思	女	38	讲师	任课教师	国际贸易与跨境电子商务、品类管理	
8	周雅婧	女	37	讲师	任课教师	淘系电商平台运营	
9	胡欣怡	女	36	讲师	任课教师	短视频制作	
10	胡丽娟	女	35	讲师	任课教师	直播运营	
11	陆佳婕	女	33	讲师	任课教师	客户关系管理	

# 湖南开放大学

## 成人教育专业人才培养方案论证审批表

本专业人才培养方案适用于成人教育（专起本）电子商务专业，由湖南开放大学经济管理学院电子商务专业教研室制定，并经二级学院专业建设指导委员会论证、学校教学指导委员会审议批准实施。

主要编制人：

姓名	职称	所属单位（部门）名称
伍琼琳	讲师	湖南开放大学经济管理学院
曾玲	副教授	湖南开放大学经济管理学院
刘娟	副教授	湖南开放大学经济管理学院
邹爱群	讲师	湖南开放大学经济管理学院
周雅婧	讲师	湖南开放大学经济管理学院

审定与论证：

姓名	职务/职称	所属单位（部门）名称
黄明	教授	湖南开放大学经济管理学院
方玲玉	教授	长沙民政职业技术学院商学院
旷健玲	副教授	湖南现代物流职业技术学院商学院
杨雪	运营总监	湖南九鼎九米电子商务有限公司
潘祝玲	副总经理	湖南省都恒贸易有限公司

审定与论证意见

电子商务专业人才培养方案培养目标明确，对接企业和社会需求；培养方案中课程体系设置科学完整，结构清晰合理；培养方案中各项教学保障措施到位。通过调研与充分论证，专家组一致认为：成人教育本科电子商务专业的办学条件已完全具备。

专家论证组组长签字：

2025年3月5日

学校意见：学校教学指导委员会审议通过

教务处负责人签字（盖章）

分管教学副校长签字（盖章）