



福州英华职业学院
ANGLO-CHINESE COLLEGE

专业人才培养方案

专 业： 电子商务

专业代码： 530701

学 制： 三年制

适用年级： 2024 级

专业负责人： 傅妍馥

制订成员： 傅妍馥、郑琳

系部审核： 郑琳

二〇二四年五月 制

目 录

一、专业名称与代码.....	3
二、入学要求.....	3
三、修业年限.....	3
四、职业面向.....	3
五、培养目标与培养规格.....	3
（一）培养目标.....	3
（二）培养规格.....	4
六、课程设置及要求.....	5
（一）公共基础课程.....	5
1. 思政课程.....	5
2. 通识课程.....	7
（二）专业（技能）课程.....	11
1. 专业基础课程.....	11
2. 专业核心课程.....	12
3. 专业拓展课程.....	19
4. 实践性教学环节.....	26
（三）课程思政要求.....	36
七、教学进程总体安排.....	38
（一）教学活动时间安排表（按周安排）.....	38
（二）课程学时比例表.....	39
（三）教学进程安排表.....	40
八、实施保障.....	44
（一）师资队伍.....	44
（二）教学设施.....	45
（三）教学资源.....	46
（四）校企合作.....	47
（五）教学方法.....	47
（六）教学评价.....	47
（七）质量管理.....	48
九、毕业要求.....	49

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称与代码

- 1. 专业名称：电子商务
- 2. 专业代码：530701

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力者

三、修业年限

学制：三年

四、职业面向

表 1 职业面向

所属专业 大类（代 码）	所属专业类 （代码）	对应行业 （代码）	主要职业类别 （代码）	主要岗位类别 或技术领域 举例	职业资格或职业 技能等级证书 举例
财经商贸 大类（53）	电子商务类 （5307）	互联网和相关服务（64） 批发业（51） 零售业（52）	销售人员 （4-01-02） 商务咨询人员 （4-07-02）	互联网营销 运营管理 视觉营销设计 客户服务	1+X 网店运营推广职业技能等级证、1+X 社交电商运营职业技能等级证、PS 图形图像专项职业等级证、直播电商运营专员证

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德智体美劳全面发展，适应福州市社会经济发展需要，匹配电商行业人才需求，具有道德及能力素质，掌握扎实的科学文化基础和零售管理、销售和法律等专业基础知识，具有良好的专业操作技能的，能够从事网店运营、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、视觉营销设计、互联网及电商产品开发等工作，面向电商领域的中小微企业一线高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

表 2 培养规格

要素	基本要求	培养规格	对应课程
素质	1. 具有正确的世界观、人生观、价值观。	坚决拥护中国共产党领导，树立新时代中国特色社会主义思想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。	《思想道德与法治》 《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》 《形势与政策》 《军事理论》 《军事技能》
	2. 具有良好的职业道德和职业素养。	崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；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，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。	《创新创业教育基础》 《就业指导》 《劳动教育》
	3. 具有良好的身心素质和人文素养。	具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；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。	《体育》 《美育》 《大学生心理健康教育》《院级公共选修课》
知识	1. 公共基础知识	熟练掌握外语和计算机基础知识；熟练掌握语言与文字表达、人际沟通等基础知识；掌握文献检索、资料查询的基本方法。	《大学英语》 《大学语文》 《信息技术》

	2. 专业知识	掌握管理学、经济学和现代市场营销学的基本理论、基本知识；掌握一定的电子商务法规知识；掌握网络营销、商务数据分析、互联网销售、网店运营、社群运营、客户服务管理及营销策划知识。	《管理学原理》 《互联网销售》 《数据化运营》 《视觉营销设计》 《社群运营》 《零售门店全渠道运营》
能力	1. 通用能力	具有口语和书面表达能力,熟练掌握一门外语(读、写、听、说、译)和电子计算机知识,并能初步运用外语和电子计算机等现代化手段从事国内与国际电子商务活动的的能力;具有一定的科学研究、解决实际问题的能力、信息技术应用能力、信息加工能力。	《大学英语》 《大学语文》 《信息技术》
	2. 专业技术技能	了解本学科的理论前沿和发展动态,具有较强的创新精神和自我知识更新的能力;掌握网页设计与制作、数据分析等技术,具有网店运营的能力;能够洞察消费者的心理,进行有效的网络营销。具有互联网营销及社群营销的能力和活动策划的能力;具有较强的团结协作精神、社会活动能力和互联网+创新能力,毕业前通过学校制订的专业技能项目考核。	《电子商务基础》 《电子商务法规》 《网站与网页设计与制作》 《网店运营》 《市场营销》 《网店运营》

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课程

1. 思政课程

表 3 思政课程教学要求

课程名称	思想道德与法治			开课学期	1
参考学时	48	学分	3	考核方式	考查
学生学习目标: 1. 知识目标: 使学生领悟人生真谛, 形成正确的道德认知, 把握社会主义法律的本质、运行和体系, 增强马克思主义理论基础。					

2. 能力目标：加强思想道德修养，增强学法、用法的自觉性，进一步提高辨别是非、善恶、美丑和加强自我修养的能力，提高学生分析问题、解决问题的能力。 3. 素质目标：使学生坚定理想信念，增强学生国情怀，陶冶高尚道德情操，树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观，提高学生的思想道德素质和法治素养。 主要内容： 以社会主义核心价值观为主线，以理想信念教育为核心，以爱国主义教育为重点，对大学生进行人生观、价值观、道德观和法治观教育。 教学方法与手段： 案例教学法、课堂讲授法、讨论式教学法、视频观摩互动法					
课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论			开课学期	2
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
学生学习目标： 1. 知识目标：帮助学生了解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观，系统把握马克思主义中国化理论成果的形成发展过程、主要内容体系、历史地位和指导意义。 2. 能力目标：培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析解决问题的能力，增强执行党的基本路线和基本方略的自觉性和坚定，提高为中国特色社会主义伟大实践服务的本领。 3. 素质目标：提高学生马克思主义理论修养和思想政治素质，培养德智体美劳全面发展的中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人。 主要内容： 马克思主义中国化理论成果，即毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观产生形成发展过程、主要内容体系、历史地位和指导意义。 教学方法与手段： 讲授法、案例法、讨论法、视频展示法					
课程名称	习近平新时代中国特色社会主义思想概论			开课学期	1-2
参考学时	48	学分	3	考核方式	考查
学生学习目标： 1. 知识目标：帮助学生从整体上把握习近平新时代中国特色社会主义思想，系统学习习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容、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的理论精髓与实践要义。 2. 能力目标：培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析解决问题的能力，切实增强全面贯彻党的基本理论、基本路线和基本方略的自觉性和主动性，提高为中国特色社会主义伟大实践					

服务的本领。

3. 素质目标: 引导大学生增强“四个意识”, 坚定“四个自信”, 做到“两个维护”, 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。

主要内容:

习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义。

教学方法与手段:

讲授法、案例法、讨论法、视频展示法

课程名称	形势与政策			开课学期	1-4
参考学时	32	学分	1	考核方式	考查

学生学习目标:

1. 知识目标: 了解国际国内形势, 掌握有关形势与政策的基本概念、正确分析形势的方法, 理解政策的途径及我国的基本国情, 党和政府的基本治国方略等。

2. 能力目标: 学会运用马克思主义的立场、观点、方法观察分析形势, 理解和执行政策。

3. 素质目标: 提高思想政治素质, 自觉践行社会主义核心价值观, 成为德智体美全面发展的中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人、民族复兴大任的时代新人。

主要内容:

国内外形势与政策, 培养学生对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点、疑点问题的思考、分析和判断能力。

教学方法与手段:

讲授法, 案例法, 视频展示法, 讨论法

2. 通识课程

表 4 通识课程教学要求

课程名称	大学生心理健康教育			开课学期	2
参考学时	16	学分	1	考核方式	考查

学生学习目标:

1. 知识目标: 了解大学生心理健康教育的基本理论和基本知识, 理解维护心理健康的重要意义, 掌握普通心理学、健康心理学、积极心理学以及心理健康自我维护的原理和知识。

2. 能力目标: 能够运用所学习的心理健康的知识、方法和技能, 深入分析大学生中常见的心理问题, 并提出有意义的解决思路; 运用所掌握的心理健康教育原理, 分析自己心理素质方面存在的优劣势, 并提出建设性的解决方案。

3. 素质目标: 提高全体学生的心理素质, 充分开发自身潜能, 培养学生乐观、向上的心理品质, 不

断提高自身的身心素质，促进学生人格的健全发展。

主要内容：

自我意识、情绪情感、人格心理、学习心理、人际关系、恋爱与性心理、网络心理、生涯规划以及心理危机等内容。

教学方法与手段：

讲授法、案例法、分组讨论法、团体训练法、个案分享法

课程名称	军事理论			开课学期	1
参考学时	36	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标：

1. 知识目标:了解我国的国防历史和现代化国防建设的现状，增强依法建设国防的观念毛泽东军事思想、邓小平和江泽民、习近平的新时期军队建设思想；了解世界军事及我国周边安全环境，增强国家安全意识；了解高科技，明确高技术对现代战争的影响。

2. 能力目标:通过军事理论的学习，能增强对国防军事思想、方针、政策精神领会，能够进行相关宣传。

3. 素质目标:培养严明的组织纪律观念；培养敬业乐业、精益求精的工作作风；培养学生交流、沟通能力；培养团队协作意识

主要内容：

以国防教育为主线，使大学生掌握基本军事理论与军事技能，达到增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高。

教学方法与手段：

网络课程学习

课程名称	军事技能			开课学期	1
参考学时	168	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标：

1. 知识目标：

(1)了解我国的国防历史和现代化国防建设的现状，增强依法建设国防的观念；

(2)了解世界军事发展现状及我国周边安全环境现状，增强国家安全意识；

(3)了解中国古代军事思想、毛泽东军事思想、邓小平新时期军队建设思想、江泽民国防和军队建设思想、胡锦涛国防和军队建设思想以及习近平强军思想；

(4)了解军事思想的形成和发展过程，初步掌握我军军事理论的主要内容，树立科学的战争观和方法论；

(5)了解高科技军事精确制导技术、空间技术、激光技术、夜视侦察技术、电子对抗技术及指挥自动化等军事高技术方面的概况；

(6)理解当代高技术战争的形成及其特点，知道高技术对现代战争的影响。					
2. 能力与技能目标					
(1)通过国防概述、国防法规、国防建设、国防动员等内容学习，能进行国防概念、要素、历史、法规、公民国防权利和义务、国防领导体制、国防建设成就、国防建设目标和国防政策、国防教育的宣传；					
(2)通过战略环境的学习，能进行战略环境、发展趋势、国家安全政策的宣传；					
(3)通过军事思想的学习，能进行军事思想形成与发展、体系与内容、历史地位和现实意义的宣传；					
(4)通过对军事高技术的学习，能进行军事高技术的发展趋势，对现代作战的影响的宣传；					
(5)通过对高技术与新军事改革，能进行高技术与新军事改革的根本动因、深刻影响的宣传；					
(6)通过对信息化战争的特征与发展趋势的学习，能进行信息化战争的特征与发展趋势的宣传；					
(7)通过对信息化战争与国防建设的学习，能进行信息化战争与国防建设的宣传。					
3. 素质（价值）目标					
(1)通过教学使大学生掌握基本军事理论与军事技能，达到增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高；					
(2)适应我国人才培养的长远战略目标和加强国防后备力量建设的需要，培养高素质的社会主义事业的建设者和保卫者,为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官，打下坚实基础。					
教学方法与手段：					
实践教学					
课程名称	劳动教育			开课学期	1-2
参考学时	16	学分	1	考核方式	考查
学生学习目标： 1. 知识目标：帮助学生对劳动创造价值、劳动对于生存与发展的意义等有科学的认识，树立正确的劳动观； 2. 能力目标：学生通过各种劳动体验，提升劳动能力，形成良好的技术素养，使学生学会安全劳动，保证劳动质量； 3. 素质目标：提高学生职业素质，形成时代发展所需要的技术素养、初步的技术创新意识和技术实践能力。锤炼艰苦奋斗、顽强拼搏和艰苦创业的意志。 主要内容： 1. 劳动理论课，包括观念教育，劳动法律法规教育等 2. 劳动实践课，包括劳动技能教育，劳动习惯教育等 教学方法与手段： 分为理论课程和实践课程。 (1) 理论课程，16 学时。采用课堂教学网络教学相结合的形式授课。					

(2) 实践课程, 16 学时。采用实践教学的形式。

课程名称	体育			开课学期	1-4
参考学时	112	学分	7	考核方式	考查

学生学习目标:

1. 身心健康目标: 增强学生体质, 促进学生的身心健康和谐发展, 养成积极乐观的生活态度, 形成健康的生活方式, 具有健康的体魄;
2. 运动技能目标: 熟练掌握健身运动的基本技能、基本理论知识及组织比赛、裁判方法; 能有序的、科学的进行体育锻炼, 并掌握处理运动损伤的方法;
3. 终身体育目标: 积极参与各种体育活动, 基本养成自觉锻炼身体的习惯, 形成终身体育的意识, 能够具有一定的体育文化欣赏能力。

主要内容:

1. 高等学校体育、体育卫生与保健、身体素质练习与考核;
2. 体育保健课程、运动处方、康复保健与适应性练习等;
3. 学生体质健康标准测评。

教学方法与手段:

讲授; 项目教学; 分层教学。

课程名称	大学英语			开课学期	1-2
参考学时	128	学分	8	考核方式	考试

学生学习目标:

1. 夯实英语基础, 提高语言技能, 特别是听说能力, 能用英语进行日常交流和职场交际;
2. 了解中西文化差异, 培养国际化视野和创新精神, 提高综合文化素养和跨文化交际意识。
3. 培养自主学习能力和团队协作能力, 增强扩展职业能力。

主要内容:

1. 听力;
2. 口语

教学方法与手段:

在线教学平台; 小程序; 视频、音频教学; 小组讨论。

课程名称	大学语文			开课学期	1
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

学生学习目标:

1. 知识目标: 感受中国的文化传承和人格传递, 熏陶中国品格; 以美文感知人类的美好情感, 提升情感道德品质; 拓展语文素质, 能说, 明辨, 会写; 为学生专业学习、专升本考试和终生职业发

展奠定良好基础。

2. 能力与技能目标：有对人类美好情感的感受能力以及对美文的阅读欣赏能力；对优秀文化有敬畏，尊师重道；独立思考，书写表情和表意的文章。

3. 素质目标：树立正确的人生观和价值观，完成学生文化人格的塑造；学会自学的方法，树立终身学习的理念。

主要内容：

根据高职高专人才培养的人文素质要求和职业素养的要求，以及高职生普遍存在的求知欲、自制力、自信心、创新精神、意志力等人文素质方面和语文能力方面存在的问题及成长需求，同时根据我院学生特点选取并设计了相关课程内容。

1. 与学生特点相适应的教学内容。根据高职学生实际，教学内容选择些思维容量大，能体现高尚的理想与人格和积极上进的精神，深刻反映历史与现实社会生活中为大学生密切关注的问题，表现真挚的思想感情、智慧理性、审美价值，并且能提供审美愉悦和思维启迪的课程内容。

2. 贴近社会生活的教学内容。高职学生面临就业挑战，加之高职教育强调实践操作能力培养，多在真实的职业环境中开展教学，接触社会广泛，因此，选取写作技能，掌握一些解决社会问题的基本技能。

教学方法与手段：

教学方法：

1. 运用启发方式、探究式、分组讨论等教学方法不断激励学生进行思考。

2. 注重开放式教学方法的运用，教学中引入“社会热点问题探讨”和“热点人物讨论”等教学环节。

3. 注重因材施教，鼓励撰写体会或者调研报告，培养科学研究的意识、习惯和能力，提升课程教育后的自学能力。

4. 充分利用现代技术制作教学课件，与学生进行线上交流。

5. 注重教学内容的拓展及教学的延续性。

教学手段：

应用多媒体课件教学，渗透相关中华优秀传统文化形式，营造人文环境，使学生调动视觉、听觉等多种感觉，在生动、形象、具体的过程中，学生身临其境，从而更深刻地理解作家作品，受到审美感染，收到良好效果。

课程组搜集积累相关资料，丰富大学语文网络教学资源，是学生课堂学习的有益补充，调动学生学习的积极性。网络教学平台是课堂教学的辅助性工具，对调动学生学习积极性和丰富学生阅读量起着重要作用，延展师生之间的交流。

（二）专业（技能）课程

1. 专业基础课程

表 5 专业基础课程教学要求

课程名称	电子商务基础			开课学期	1
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
学生学习目标： 能够清楚理解电子商务的基本概念等基础知识，能够有效把握电子商务专业在校学习流程，能够基本掌握常用电子商务工具软件的使用，并能操作电子商务业务流程和完成相应工作任务，掌握电子商务交易过程，明确电子商务岗位群及典型工作任务，了解电子商务物流基本工作流程，通晓电子商务相关法律法规并能分析电子商务案例。 教学内容： 1. 电子商务模式选择 2. B2B 电子商务 3. 网络零售 4. 跨境电子商务 5. 电子商务的安全 6. 移动电子商务 7. 电子政务 教学方法与手段： 针对具体的教学内容和教学过程需要，采用讲授法、引导教学法、课堂讨论法、案例教学法、情境教学法等。 强调工学结合、学以致用。强调工作现场实际环节操作，以职业技能需求细化分析为根据，以满足岗位技能的需求为目标，精心设计专业课程体系，构建仿真模拟教学平台和校企结合的教学环境，推广“行动导向教学法”，使理论教学与案例教学、互动教学和丰富多彩的实训教学相结合，强调学生主动参与、小组协作、应用实习与课堂教学并重的教学方式。					
课程名称	市场营销			开课学期	2
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
学生学习目标： 1. 能够有效地分析营销环境；熟练适用 SWOT 分析，并结合案例制定企业的营销战略； 2. 具备独立和团队配合完成市场调研认为的能力；能够科学分析，寻找对策；能够撰写简单的市场调研报告； 3. 学会市场细分；能够对企业 and 产品进行正确的市场定位；具备正确选择产品组合的能力； 4. 能够制定企业及产品的品牌战略；					

5. 能够根据具体的情况对分销渠道进行评价和调整；学会运用技巧制定产品价格；
6. 能够完成简单的人员推销任务能够对竞争环境进行正确分析，制定市场竞争和发展战略。

教学内容：

1. 市场营销概述；
2. 市场营销环境；
3. 市场营销调研；
4. 目标市场营销；
5. 产品策略；
6. 企业形象与品牌战略；
7. 分销策略；
8. 价格策略；
9. 促销策略；
10. 产品竞争战略。

教学方法与手段：

本课程教学方法的总体框架是：以学生为主，采用引导式、启发式的教学方式，让学生多思考多动手。教师课内布置工作任务，学生课外调研和课内分析、课内成果展示、教师点评总结。

本课程可以采取以下教学方法：

1. 在理论讲授环节建议较多地采用具有现实意义又能体现理论思想的精彩案例，给学生充分思考和讨论的时间，强化学生对知识的理解和领悟。同时锻炼学生的表达能力和思维能力。
2. 在实训环节建议采用任务驱动法教学，结合所学的章节知识，合理巧妙地设计一些实训项目，以任务的形式下达，让学生分组操作完成，锻炼学生的各项能力，强化对知识的运用。
3. 教学的组织遵循“实践——理论——再实践”的过程，实行理论与实践一体化教学，最好充分利用校企合作的产业项目让学生练兵。
4. 教师必须重视实践、参与实践，更新观念，走产学研相结合的道路，探索职业教育的新模式，为学生提供自主发展的时间和空间，积极引导学生提升职业素养，努力提高学生的创新能力。

课程名称	管理学原理			开课学期	3
参考学时	48	学分	3	考核方式	考查

学生学习目标：

1. 了解和掌握古今中外管理思想的发展；
2. 了解管理的基本原理与方法；
3. 掌握管理的计划、组织、领导、控制、创新等职能的基本内涵、要求及科学有效实现的方法；
4. 掌握组织文化的构成及作用，与组织文化的建设相关知识。

教学内容：

- 1、认识管理
- 2、计划职能
- 3、组织职能
- 4、领导职能（上）
- 5、领导职能（下）
- 6、控制职能
- 7、组织文化
- 8、管理创新

教学方法与手段：

1. 本课程主要采用的教学组织形式是分组教学。在充分考虑课程目标、课程内容、教学条件等要素的基础上，我们确定了分组教学的组织形式。在分组时，遵循组间同质，组内异质的原则，按照学生的性别、爱好、学习兴趣、学习水平等方面的差异将学生 4-6 人分组，尽量使各组条件均衡。

2. 本课程主要采用的教学模式是合作学习。在分组教学的教学组织形式下，我们选取了合作学习的教学模式。合作学习是在明确的责任分工下学生通过互助性的活动完成共同的任务，可以鼓励学生为集体的利益和个人的利益而努力工作，在完成共同任务的过程中实现自己的理想。

3. 教学方法：

以调动学生积极性为核心，以模拟实践教学为主线，建立参与式、交互式、模拟教学和实训为一体的教学方法体系。

案例分析。案例分析是管理学教学联系实际的特色形式，应引起教师高度重视。本教案所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。进行案例分析时，既可以采用由学生独立分析，再以书面作业完成的分散方式；又可以采用先分小组讨论，后到课堂上全班讨论这种集中形式。其中，后一种方式主要用于对重点案例进行分析。教师的指导要重点放在引导学生寻找正确的分析思路和对关键点的多视角观察上，而不是用自己的观点影响学生。教师对案例分析的总结，也不要对结果或争论下结论，而是对学生们的分析进行归纳、拓展和升华。

模拟教学。通过模拟教学组织一贯到底的模拟实践活动。结合着课程的进程，经过组建模拟公司、制定企业规范与计划、组织实施专题活动、控制与总结等阶段，模拟企业的一个管理循环。

角色扮演。给出一定的案例或要解决的管理问题，由学生扮演其中的角色（也可轮流扮演），设身处地的分析与解决所面临的问题。学生从所扮演角色的角度出发，运用所学知识，自主分析与决策，以提高学生实际决策的技能。

4. 教学手段：

多媒体教学。本课程全程使用多媒体教学，并要制作有利于学生学习与训练的助学课件，最终建立系统性、立体化的多媒体课件体系。课程中的每一章内容都以新鲜的故事、视频等方式导出知识点，以一个实际综合性案例为载体，作为训练学生进一步理解所学知识点的能力拓展题，培养

学生自主学习能力，最后由教师进行点评和总结并以此巩固知识点。					
课程名称	电子商务法规			开课学期	1
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
学生学习目标： 1. 了解电子商务法概述； 2. 掌握电子签名的法律效力、电子商务认证法律关系、电子合同的成立、电子信息交易制度； 3. 学会解决电子商务交易中的法律基本常见问题 教学内容： 1、电子商务法律法规基本知识 2、电子商务参与各方间的法律关系 3、电子合同法律法规 4、电子签名与认证法律法规 5、电子支付法律法规 6、网上特殊商业行为法律法规 7、网络虚拟财产法律法规 8、电子商务知识产权法律法规 9、电子商务税收和监管法律法规 10、电子商务中的消费者权益保护 11、电子商务纠纷与解决 12、电子商务犯罪和相关法律法规 教学方法与手段： 1. 理论教学方法：讲授法为主，案例教学法为辅；合作型互动式学习；答疑法；温故知新法 2. 实践性教学方法：分角色讨论；热点讨论法；换位式教学法 3. 多媒体、实训软件的运用 4. 教学手段：采用多媒体等现代教育技术手段；利用电子邮件；课外书籍和资料；电话答疑和网络答疑；其他网络资源					
课程名称	商务数据分析与应用			开课学期	3
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
学生学习目标： 1. 知识目标：掌握 Excel2016 系统设置与管理；能熟练使用 Excel2016 软件中工具的能力；掌握 Excel2016 常用函数的语法，进行数据处理；具有对数据处理及相关数据分析的能力 2. 能力目标：能熟练应用各类函数并相互配合进行数据处理工作；能进行数据处理和分析的把控					

能力；会对相关数据进行直方图的输出；能积极主动获取信息，不断积累知识，具有终身学习理念。

3. 素质目标：具有良好的职业道德素质、心理素质；能高效组织和执行工作任务；形成良好的团队全能能力；

教学内容：

- 1、商务数据分析与应用基础
- 2、Excel 管理店铺信息
- 3、商品销售情况管理
- 4、买家购买情况分析 with 评估
- 5、商品销售情况统计与分析
- 6、商品采购成本分析与控制
- 7、商品库存数据管理与分析
- 8、畅销商品统计与分析
- 9、竞争对手与行业状况分析

教学方法与手段：

本课程在教学过程中主要采用讲授法、演示操作法、项目教学法、案例教学法、启发思考法等。引导教学法。课中探究采用分组形式开展教学，课后进行拓展应用。

课程名称	会计基础			开课学期	4
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标：

本课程是电子商务专业的一门专业基础课程，其主要任务是对会计基础知识、账户与复式记账、会计凭证、账簿、账户分类、会计报表、会计工作组织等会计相关内容进行教学。通过本课程教学，学生应了解会计相关概念，掌握账户设置与复式记账原理，学会处理会计凭证，掌握账簿设置，了解账户分类，掌握会计报表处理及了解会计工作组织；

教学内容：

- 1、会计基础认知
- 2、账户和借贷记账法
- 3、建立会计账簿
- 4、编制原始凭证
- 5、编制记账凭证
- 6、登记账簿
- 7、编制会计报表
- 8、会计档案的归档保管

教学方法与手段：

本课程在教学过程中主要采用讲授法、项目教学法、演示法、讨论法、情境教学法、实训作业法、自主学习法等。

讲授法：基础会计作为会计专业学生的专业基础课程，由于初次接触会计，对会计的理论知识认知较少，所以教学中较多地用到讲授法进行讲解会计的基本理论知识。分析、举例讲解知识点。

项目教学法：每次上课完成一个或若干个项目，每个项目中完成若干个任务。学生在教师指导下通过实施一个完整的项目而进行的教学活动，是一种典型的以学生为中心的教学方法。其目的是在课堂教学中让学生全部或部分独立组织、安排学习行为，将理论与实践教学有机地结合起来，充分发掘学生的创造潜能，提高学生解决实际问题的综合能力。

演示法：教师陈列实物、教具，通过演示、观看实际操作录像等演示工作过程，使学生获取知识的教学方法。采购业务办理流程、生产业务办理流程、销售业务办理流程、会计凭证传递流程、会计凭证装订流程等技能示范均可采用演示法。该方法对提高学生的学习兴趣、发展观察能力和抽象思维能力有重要作用。

课程名称	商务数据可视化			开课学期	4
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标：

1. 掌握商务数据可视化的基本原则、常用工具和基本流程。
2. 掌握商务数据可视化图表的设计与优化方法。
3. 掌握市场数据可视化处理的方法与技巧。
4. 掌握商品数据可视化处理的方法与技巧。
5. 掌握客户数据可视化处理的方法与技巧。
6. 掌握营销推广数据可视化处理的方法与技巧。
7. 掌握运营成果数据可视化处理的方法与技巧。

教学内容：

- 1、初识商务数据可视化
- 2、商务数据可视化的基本流程
- 3、市场数据可视化
- 4、商品数据可视化
- 5、客户数据可视化
- 6、营销推广数据可视化
- 7、运营成果数据可视化

教学方法与手段：

本课程立足于实际能力培养，以学生为中心，工作过程为线索，工作任务为载体，组织课程

内容和课程教学，以对真实店铺数据可视化处理的形式进行实践，以激发学生的学习兴趣，明确学习方向，便于教学中的启发与引导。让学生在完成工作任务的过程中来构建相关理论知识和各项职业技能，发展职业能力。通过多元化教学，把所需掌握的知识点融入实训项目，使学生能够更真实地体验和参与到项目的实战流程中。通过案例观摩+教师演示+学生演练，使学生能够更快地掌握商务数据可视化技能。通过启发引导的授课方式，培养学生的创新思维，促进学生对核心技能的掌握和数据可视化任务的实施。

1. 积极开发和利用网络课程资源，不断增加教学资源的品种，不断提高教学资源的针对性。
2. 利用现代信息技术开发多媒体课件，通过搭建起多维、动态、自主训练平台，使学生的主动性、积极性和创造性得以充分调动，实现“教学做合一”，让学生在真实情境中学习、体验和锻炼。
3. 通过整合各种资源，为学生创造实训实践、接触实际工作的良好资源环境，全方位推动理论联系实际，切实促进产学结合，全面提高学生的综合素质和实际应对能力，并能在各方面迅速适应社会需求。

2. 专业核心课程

表 6 专业核心课程教学要求

课程名称	社群运营			开课学期	2
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试
学生学习目标： 1. 掌握社群的发展及其规律，社群的相关概念、组成要素以及社群价值几个部分。 2. 掌握社群定位、社群的运营阶段、社群常规运营方法、社群活动的相关知识。 3. 从用户增长和用户培养两个角度了解社群用户管理的内容。 4. 了解各种社群营销转化模式。 教学内容： 1、社群概述 2、社群平台 3、基础运营 4、用户运营 5、社群推广 6、营销转化 7、社群工具 8、社群数据分析 9、新媒体知识分享群发展历程					

教学方法与手段:

教学方法

1. 本课程主要采用的教学组织形式是分组教学。在充分考虑课程目标、课程内容、教学条件等要素的基础上，我们确定了分组教学的组织形式。在分组时，遵循组间同质，组内异质的原则，按照学生的性别、爱好、学习兴趣、学习水平等方面的差异将学生 5-6 人分组，尽量使各组条件均衡。
2. 以调动学生积极性为核心，以模拟实践教学为主线，建立参与式、交互式、模拟教学和实训为一体的教学方法体系。

案例分析。案例分析是社群运营教学联系实际的特色形式，应引起教师高度重视。本教案所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。进行案例分析时，既可以采用由学生独立分析，再以书面作业完成的分散方式；又可以采用先分小组讨论，后到课堂上全班讨论这种集中形式。其中，后一种方式主要用于对重点案例进行分析。教师的指导要重点放在引导学生寻找正确的分析思路和对关键点的多视角观察上，而不是用自己的观点影响学生。教师对案例分析的总结，也不要对结果或争论下结论，而是对学生们的分析进行归纳、拓展和升华。

模拟教学。通过模拟教学组织一贯到底的模拟实践活动。结合着课程的进程，经过设定社群运营的想法、建群工作、确定起始用户、筹备初期运营、优化运营、推广拉新、维系用户、社群促活、商业变现、裂变扩大、设定应急措施等工作，模拟社群运营的全过程。

角色扮演。给出一定的案例或要解决的社群运营问题，由学生扮演其中的角色（也可轮流扮演），设身处地的分析与解决所面临的问题。学生从所扮演角色的角度出发，运用所学知识，自主分析与决策，以提高学生实际决策的技能。

教学手段

多媒体教学。本课程全程使用多媒体教学，并要制作有利于学生学习与训练的助学课件，最终建立系统性、立体化的多媒体课件体系。课程中的每一章内容都以新鲜的故事、视频等方式导出知识点，以一个实际综合性案例为载体，作为训练学生进一步理解所学知识点的能力拓展题，培养学生自主学习能力，最后由教师进行点评和总结并以此巩固知识点。

课程名称	互联网产品开发			开课学期	3
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试

学生学习目标:

1. 认识产品与互联网产品;
2. 理解互联网产品的用户体验要素;
3. 互联网产品设计的基本思维;

教学内容:

- 1、认识产品与互联网产品

2、理解互联网产品的用户体验要素

3、互联网产品设计的基本思维

4、互联网设计的基本过程和方法

5、互联网产品设计工具应用

6、互联网产品运营分析与迭代

7、互联网产品设计实践演练

教学方法与手段：

教学方法

1. 本课程主要采用的教学组织形式是分组教学。在充分考虑课程目标、课程内容、教学条件等要素的基础上，我们确定了分组教学的组织形式。在分组时，遵循组间同质，组内异质的原则，按照学生的性别、爱好、学习兴趣、学习水平等方面的差异将学生 5-6 人分组，尽量使各组条件均衡。

2. 以调动学生积极性为核心，以模拟实践教学为主线，建立参与式、交互式、模拟教学和实训为一体的教学方法体系。

案例分析。案例分析是互联网产品教学联系实际的特色形式，应引起教师高度重视。本教案所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。进行案例分析时，既可以采用由学生独立分析，再以书面作业完成的分散方式；又可以采用先分小组讨论，后到课堂上全班讨论这种集中形式。其中，后一种方式主要用于对重点案例进行分析。教师的指导要重点放在引导学生寻找正确的分析思路和对关键点的多视角观察上，而不是用自己的观点影响学生。教师对案例分析的总结，也不要对结果或争论下结论，而是对学生们的分析进行归纳、拓展和升华。

模拟教学。通过模拟教学组织一贯到底的模拟实践活动。结合着课程的进程，经过设定互联网产品想法、分析产品、规划产品、设计产品、实现产品、推出市场前准备工作等，模拟互联网产品设计的全过程。

角色扮演。给出一定的案例或要解决的互联网产品问题，由学生扮演其中的角色（也可轮流扮演），设身处地的分析与解决所面临的问题。学生从所扮演角色的角度出发，运用所学知识，自主分析与决策，以提高学生实际决策的技能。

教学手段

多媒体教学。本课程全程使用多媒体教学，并要制作有利于学生学习与训练的助学课件，最终建立系统性、立体化的多媒体课件体系。课程中的每一章内容都以新鲜的故事、视频等方式导出知识点，以一个实际综合性案例为载体，作为训练学生进一步理解所学知识点的能力拓展题，培养学生自主学习能力，最后由教师进行点评和总结并以此巩固知识点。

课程名称	视觉营销设计			开课学期	3
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试

学生学习目标：

1. 知识目标

- (1) 掌握 Photoshop 的系统设置与管理
- (2) 能熟练使用 Photoshop CS6 软件中各工具的能力
- (3) 具有对平面图像进行熟练处理的能力
- (4) 能熟练制作网店的主图、banner 图、详情页等图片

2. 能力与技能目标

- (1) 能熟练应用各类制图软件并相互配合进行工作
- (2) 能进行创造性思维和对色彩的把控能力
- (3) 会对平面设计进行全方位分析
- (4) 能积极主动获取信息，不断积累知识，具有终身学习理念。

3. 素质目标

- (1) 具有良好的职业道德素质、心理素质；
- (2) 具备良好的审美能力；
- (3) 能遵守平台规则、不进行虚假宣传；
- (4) 具有良好的礼仪修养

教学内容：

- 1、走近网店视觉设计与制作
- 2、修炼视觉设计与制作核心技能
- 3、设计与制作主图与主图视频
- 4、设计与制作商品详情页
- 5、设计与制作网店首页
- 6、制作商品短视频
- 7、网店整店设计实战

教学方法与手段：

以课程内容为依托，培养学生的核心素养；以典型工作任务为载体，教学过程中体现理实融合，以项目驱动法、案例教学法、翻转课堂法、课堂演示+网店装修实战为主要的教学法的“混合式”、“理实一体化”教学手段。

课程名称	互联网销售			开课学期	3
参考学时	32	学分	2	考核方式	考试

学生学习目标：

本课程是网络营销推广策略、实战技巧以及成功的关键，详细介绍了互联网时代众多网络营销的方法，从营销团队的建设、社会化媒体营销到移动媒体营销、电子商务平台营销，内容涵盖

当今热门的微博营销、微信营销、博客营销、论坛营销、电子邮件营销、软文营销、新闻营销、病毒营销、搜索引擎营销、IM 营销等，要求学生对每一种营销的操作方法都进行了详细介绍，深入浅出，与真实案例相结合进行分析总结，并有针对性地策划可行性营销方案，使学生能够如临其境地感受到网络营销的魅力。

教学内容：

- 1、启程，成长在互联网营销“狮”的路上
- 2、社会化媒体营销的八大主流工具
- 3、移动媒体营销
- 4、电子商务平台营销
- 5、搜索引擎优化
- 6、搜索引擎营销
- 7、互联网营销实施

教学方法与手段：

本课程教学方法的总体框架是：以学生为主，采用引导式、启发式的教学方式，让学生多思考多动手。教师课内布置工作任务，学生课外调研和课内分析、课内成果展示、教师点评总结。

本课程可以采取以下教学方法：

1. 在理论讲授环节建议较多地采用具有现实意义又能体现理论思想的精彩案例，给学生充分思考和讨论的时间，强化学生对知识的理解和领悟。同时锻炼学生的表达能力和思维能力。
2. 在实训环节建议采用任务驱动法教学，结合所学的章节知识，合理巧妙地设计一些实训项目，以任务的形式下达，让学生分组操作完成，锻炼学生的各项能力，强化对知识的运用。
3. 教学的组织遵循“实践——理论——再实践”的过程，实行理论与实践一体化教学，最好充分利用校企合作的产业项目让学生练兵。
4. 教师必须重视实践、参与实践，更新观念，走产学研相结合的道路，探索职业教育的新模式，为学生提供自主发展的时间和空间，积极引导学生提升职业素养，努力提高学生的创新能力。

课程名称	零售门店全渠道运营			开课学期	4
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试

学生学习目标：

本课程是理论知识与案例相辅相成，分别从新零售初识、理念革新、零售 O2O、渠道构建、商品管理与创新、深度营销、数据化运营、体验建设、重构会员体系等方面系统地阐述了新零售的内涵、特征，以及新零售运营方法论，为新零售趋势下的零售企业决策者和从业者提供战略业务的决策参考，以及新零售商业实践的落地方法。

教学内容：

- 1、新零售——已经到来的未来零售形态

- 2、理念革新——用新思维引领零售新模式
- 3、零售 O2O——线上线下深度融合，构建商业闭环
- 4、渠道构建——全渠道战略多维布局
- 5、商品管理与创新——“新”商品决定商业模式生命力
- 6、深度营销——新零售时代的品牌运营
- 7、数据化运营——创建零售与数据结合的新形式
- 8、体验建设——消费者体验是新零售的 CEO 工程
- 9、重构会员体系——数字化时代的智慧管理方案

教学方法与手段：

本课程教学方法的总体框架是：以学生为主，采用引导式、启发式的教学方式，让学生多思考多动手。教师课内布置工作任务，学生课外调研和课内分析、课内成果展示、教师点评总结。本课程可以采取案例分析法、项目教学法、任务驱动法、小组讨论法等教学方法：。

课程名称	网络营销理论与实务			开课学期	4
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

学生学习目标：

1. 网络营销环境：网络营销环境的宏观、微观的因素及其内容；
2. 网络数据调研分析：网络数据调研方法的特点与比较，调研原则、数据整理工作内容；
3. 网络营销工具的应用：网络营销策划的常用方法、工作内容、评价标准。

教学内容：

- 1、网络营销概述
- 2、网络市场调研
- 3、网络零售平台营销
- 4、企业官方品牌营销
- 5、网络广告运营
- 6、搜索引擎营销
- 7、新媒体营销
- 8、网络口碑营销
- 9、网络营销策划与效果评估

教学方法与手段：

在教学过程中，以一个案例导入，先激发学生的学习兴趣，再触动学生思考，最后引导学生进行自主探究的方式，使学生能主动去获取知识。所用的教学方法如下：

1. “任务驱动”法。授课时就告诉学生本次课的任务内容、要求，设计应该涵盖的知识点，以此为基础展开教学，注重培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力以及创新思维与技术综合

应用能力。

2. 案例教学法。通过精选典型案例，有机地将相关知识点融合到课程中，让学生对物流与供应链管理问题产生浓厚兴趣，提高其学习的积极性与主动性。

3. 情景教学法。设计相关的场景，通过使学生扮演相应角色，提高学生的协作及专业素养。

4. 直观教学法。通过动画演示、电子教案、电子课件、投影、录像、图片等现代教育技术展开理论教学，将复杂的原理用简单的、感性的方法展现出来，并选取与学生实际生活密切相关的实例讲解，有效地使难以理解的概念简单化、形象化，充分激起了学生的学习兴趣 and 主动性。

5. 分组讨论法。教师根据书上知识有目的性的创设一些讨论主题，由学生分组讨论，并展示讨论结果，最终由教师进行分析点评，提高学生自主学习能力及团队合作能力。

课程名称	网店运营			开课学期	4
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试

学生学习目标：

1. 知识目标：能够进行行业调研与分析；能够进行商品的选品和规划；能够完成店铺的开设；能够进行电商平台 SEO 优化；能够优化店铺商品、店铺页面、店铺路径，提升店铺运营指标；能够开展店铺日常推广工作

2. 能力与技能目标：理解行业调研的工具、方法；掌握商品选品和定价的方法；熟悉店铺商品优化的内容和方法；掌握店铺运营数据的获取方法和分析工具；掌握店铺活动的评估方法

3. 素质目标：具有良好的职业道德和法律意识；具备基本的信息获取能力和数据分析能力；具备良好的方案策划能力；具有良好的沟通能力与团队意识；具备较强的竞争意识和创新意识。

教学内容：

1、网上开店概述

2、商品发布

3、网店管理

4、网店图片的拍摄与处理

5、网店装修

6、网店搜索引擎优化

7、网店推广与营销

8、网店物流与客户关系管理

9、网店运营管理数据分析

10、移动网店运营管理

教学方法与手段：

本课程主要采用的是分组织形组织教学。在充分考虑课程目标、课程内容、教学条件等要素的基础上，我们确定了分组教学的组织形式。在分组时，遵循组间同质，组内异质的原则将学生

5-6 人分组，尽量使各组条件均衡。以课程内容为依托，培养学生的核心素养；工作任务为载体，教学过程中体现理实融合，以项目驱动法、案例教学法、翻转课堂法、课堂演示+互联网实战为主要的教学法的“混合式”、“理实一体化”教学手段。					
课程名称	数据化运营			开课学期	4
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试
学生学习目标： 本课程主要从网店运营的角度出发，系统地介绍了如何利用数据来运营店铺，如何查看和分析数据的各种思路和方法。主要内容包括数据化运营基础、市场与行业数据分析、竞争对手分析、商品规划与定价、库存管理、销售数据管理、DSR 与客服数据化管理、客户画像与标签管理、会员数据管理，以及京东商城与微店数据化运营等内容。 教学内容： 1、数据化运营基础 2、市场与行业数据分析 3、竞争对手分析 4、商品数据化测试 5、库存管理 6、销售数据管理 7、DSR 与客服数据化管理 8、客户画像与标签管理 9、会员数据管理 10、京东商城与微店数据化运营 教学方法与手段： 本课程教学方法的总体框架是：以学生为主，采用引导式、启发式的教学方式，让学生多思考多动手。教师课内布置工作任务，学生课外调研和课内分析、课内成果展示、教师点评总结。 本课程可以采取以下教学方法： 1. 在理论讲授环节建议较多地采用具有现实意义又能体现理论思想的精彩案例，给学生充分思考和讨论的时间，强化学生对知识的理解和领悟。同时锻炼学生的表达能力和思维能力。 2. 在实训环节建议采用任务驱动法教学，结合所学的章节知识，合理巧妙地设计一些实训项目，以任务的形式下达，让学生分组操作完成，锻炼学生的各项能力，强化对知识的运用。 3. 教学的组织遵循“实践——理论——再实践”的过程，实行理论与实践一体化教学，最好充分利用校企合作的产业项目让学生练兵。 4. 教师必须重视实践、参与实践，更新观念，走产学研相结合的道路，探索职业教育的新模式，为学生提供自主发展的时间和空间，积极引导学生提升职业素养，努力提高学生的创新能力。					

3. 专业拓展课程

表 7 专业拓展课程教学要求

课程名称	ITMC 电子商务技能			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
学生学习目标： 1. 战略分析规划知识； 2. 网络营销知识； 3. 财务管理知识； 4. 采购管理知识； 5. 物流配送知识； 6. 仓储与库存管理知识 教学内容： 1. 能力搭建 2. 掌握电商策略组合 3. 提升市场分析能力 4. 培养市场预测能力 教学方法与手段： 在组织教学过程中，主要采用循序渐进的教学方法、任务驱动法和模拟教学法、互动教学法、演示操作法、团队协作法等方法进行教学。					
课程名称	ITMC 市场营销技能			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
学生学习目标： 1. 了解一个企业的真实运作流程； 2. 理解企业成功运营的关键因素； 3. 掌握战略决策、营销管理、财务管理、物流管理以及团队管理相关知识； 4. 掌握沙盘运营的规则及投标、选单规则。 教学内容： 1. 走进市场营销沙盘的世界 2. 市场营销沙盘操作基础 3. 制定经营战略					

4. 制定经营战略

5. 实战经营，模拟对抗赛

教学方法与手段：

1. 循序渐进的教学方法

对学生应该掌握的理论知识，我们遵循由浅入深、由简单到复杂的循序渐进的教学过程。在教学中，我们强调课堂知识学习的重要性，在课堂上将基本原理和方法讲明讲透。学生在学习过程中，能够系统和完整地掌握不多、但够用的基本经济理论。

2. 任务驱动法

每一次课都根据数据刷新后的市场情况进行任务发布，再通过问题引导，提高学生学习市场经营的兴趣。以问题为出发点，围绕问题探讨知识点，通过思考问题→分析问题→解决问题，步步为营，从而有效解决教学难点，这样既加强了学生对理论的理解，同时教会了学生用经济理论思考问题的方法。

3. 模拟教学法、互动教学法

在教学活动中，我们大量采用软件情景模拟教学和互动教学等教学方法。通过把教室演变为社会经济环境，让学生和老师一起融入到经济现象中，把我们自己平时的角色平移到课堂，让学生重新以经济的方式来思考，这种变学生被动学习为主动学习的教学方法，对学生技能的训练十分有效。

课程名称	短视频与直播电商			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标：

1. 知识目标

- (1) 熟悉短视频与直播及其运营平台，以及私域流量的价值和类型。
- (2) 掌握短视频内容定位、内容策划与拍摄脚本撰写的方法。
- (3) 掌握短视频拍摄与后期剪辑的方法与技巧。
- (4) 掌握选择短视频发布渠道和发布时间、分析短视频运营数据的方法。
- (5) 掌握直播运营团队组建、主播人设打造、选品、预热宣传、直播间搭建、封面图与标题设计、直播脚本撰写和直播活动执行的方法。
- (6) 掌握直播复盘和直播效果数据分析的方法。
- (7) 掌握“短视频+直播”营销闭环构建、引流推广、私域社群构建与运维的方法。

2. 职业技能目标

- (1) 能够进行短视频的内容定位和策划，并撰写短视频拍摄脚本
- (2) 能够进行短视频的拍摄与后期剪辑，创作出高质量的短视频作品。
- (3) 能够选择合适的渠道和时间发布短视频，并学会分析短视频运营数据。

- (4) 能够组建直播运营团队，搭建直播间，打造主播人设。
- (5) 能够进行直播选品和预热宣传，撰写直播脚本，设计直播封面和标题。
- (6) 能够在直播平台上开展具有专业水准的直播活动，培养符合直播行业需求的直播能力。
- (7) 能够构建“短视频+直播”营销闭环，开展引流推广活动。
- (8) 能够构建私域社群，通过社群运维实现流量的反复利用。

3. 职业素养目标

- (1) 具备短视频与直播行业的基本职业道德，热爱工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律法规。
- (2) 培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维。
- (3) 养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的工作作风，具有良好的服务意识。
- (4) 讲究工作效率和时间观念，养成良好的书面记录习惯，及时回复用户的各种要求，有重要事项及时进行反馈。
- (5) 保持对短视频行业和直播行业的敏感性，提高沟通协调能力。
- (6) 锻炼自学能力和可持续发展能力。

教学内容：

1. 初识短视频与直播
2. 短视频内容策划
3. 短视频的拍摄与剪辑
4. 短视频的发布与复盘
5. 直播的策划与执行
6. 直播复盘与总结
7. “短视频+直播”整合运营
8. “短视频+直播”运营案例分析

教学方法与手段：

本课程采取“目标驱动，学做合一”的教学模式，以短视频与直播电商运营为教学目标引领整个教学过程，以案例实操为载体培养企业所需的职业能力和职业素养。依托完善的实训条件，让学生在课程实训时，完成真实的短视频与直播电商运营任务，实现学做合一。通过与MCN机构、电子商务企业、直播机构、传统企业建立校企合作关系，为教学提供项目资源，实现实训任务的实战化，提高学生学习的积极性和成就感。采用讲授法、讨论法、验证法、视频演示法、案例分析法、实践练习法等教学方法，改变单纯的课堂教学模式，以学生为学习的中心，教师为学习的组织者和工作过程的引导者。在实训阶段，可以承接合作企业或机构的短视频和直播电商运营任务，根据任务安排3-4名学生组成一个学习小组，分配不同的职责，进行协作式学习，共同完成相关任务。教师课前下达任务书，陈述性知识由学生自主学习获得，课堂教学组织以工作过程为引导，并最终形成运营成果。以班级为单位共同观摩评价，还可引入企业导师参与课程学

习指导和成果评价。					
课程名称	网站与网页设计与制作			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标：

能独立进行资料收集与整理、具备用户需求的理解能力。能根据项目需求，具备项目页面的设计与实现能力；能根据静态页面设计原则与 CSS 技术规范，实现页面美化与布局；具有使用 JavaScript 技术进行页面事件处理与表单验证的能力；能根据 DOM 树形结构，进行页面 DOM 的控制；6 具有综合应用 HTML 语言 CSS 样式、JavaScript 脚本进行页面的设计；编码、调试、维护能力。

教学内容：

1. 网页设计轻松入门
2. 编辑网页的构成元素
3. 网页中超链接的创建
4. 利用表格布局网页
5. HTML 基础知识
6. 使用 CSS 美化网页
7. 利用 Div+CSS 布局网页
8. 利用 Canvas 绘制图形
9. 利用表单创建动态网页
10. 网页行为的应用
11. 网页模板和库的应用

教学方法与手段：

针对具体的教学内容和教学过程需要，采用讲授法、引导教学法、课堂讨论法、案例教学法、情境教学法等。强调工学结合、学以致用。强调工作现场实际环节操作，以职业技能需求细化分析为根据，以满足岗位技能的需求为目标，精心设计专业课程体系，构建仿真模拟教学平台和校企结合的教学环境，推广“行动导向教学法”，使理论教学与案例教学、互动教学和丰富多彩的实训教学相结合，强调学生主动参与、小组协作、应用实习与课堂教学并重的教学方式。

课程名称	消费者心理与行为管理			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标：

1. 要求学生掌握消费者心理学的基本理论，知道这些基本理论在市场营销中的应用价值。
2. 熟悉消费者购买行为的一般特征和购买决策过程，了解不同消费者个体差异对其消费行为的影响。

3. 要求学生熟悉购买动机与消费者需求、消费者行为的关系，掌握购买动机的概念、特点、了解国外购买动机理论的研究状况。

4. 熟悉消费者的知觉、学习与记忆、态度等个性心理因素的特点和规律，从而掌握消费者购买行为的产生，发展和变化的一般规律。

5. 知道各种影响消费者行为的环境因素，如文化、社会因素、群体、家庭和情景因素以及消费者保护

教学内容：

1. 消费者行为分析

2. 购买决策过程

3. 需要和动机

4. 自我和个性

5. 感觉和知觉

6. 学习与记忆

7. 文化环境

8. 社会群体

9. 情境特征

教学方法与手段：

本课程教学方法主要包括六步教学法、直观演示法、案例教学法等。

六步教学法：将实训教学组织分解成收集客户信息——分析客户类型——制定营销方案——实施方案——检查实施效果——评价方案的六步。以学生为主体进行完成相关工作任务的知识、技能、准备等，实现以学生为主体的理实一体教学。

直观演示法：该方法是在理论教学过程中，通过挂图、动画、视频等演示，使学生直观了解。

案例教学法：该教学方法是在理论教学的过程中，收集实际案例为例，讲解方案实施过程，培养解决问题的逻辑思维能力。

小组讨论法：该方法是在理论教学的过程中，对于难点、重点教学内容，采用在教师引导下的小组讨论形式，通过小组讨论，使学生深入理解相关的理论知识和操作要领，并进行细微知识点和操作点的辨析。

课程名称	新媒体运营实务			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标：

1. 了解新媒体运营的概念，熟悉新媒体平台和新媒体运营岗位；

2. 了解选品原则和方法，掌握测试产品和提炼产品卖点的方法；

3. 掌握新媒体文案的写作，图片的设计，图文排版方法，以及短视频的创作；

4. 理解用户画像的原理，掌握各平台用户拉新的方法；
5. 熟悉制定和执行活动方案的流程；
6. 掌握网店、抖音、微信公众号等平台的数据分析方法。

教学内容：

1. 新媒体运营概述
2. 新媒体运营思维
3. 新媒体方案写作
4. 微博运营
5. 微信运营
6. 头条运营
7. 短视频运营
8. 网络直播运营
9. 知识社区运营
10. 其他新媒体平台运营

教学方法与手段：

课程教学的改革以调动学生的积极性为核心。除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，探索并完善以启发式教学法为基本形式的方法。

启发式教学法：在教学中特别注重贯彻启发式教学原则，引导学生养成勤于思考、独立思考的习惯。启发式教学不是简单的“提问式”、“讨论式”，而是在教学的每一个环节充分展示会计思维过程，这是启发式教学的核心。将设问答疑贯穿于课堂，活跃学生的思维，提高学生学习的主动性。

课程名称	商品摄影			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标：

1. 了解商品摄影师的基本要求，掌握商品照片的基本要求。
2. 熟悉网店商品摄影器材及其使用方法。
 - (3) 掌握网店商品拍摄的构图与用光方法。
 - (4) 掌握商品视频拍摄的基础知识和手法。
 - (5) 学会服装类、鞋类、箱包类、饰品类、数码类、日用百货类、特色美食类、美容护肤类商品照片及主图视频/详情页视频的拍摄方法与技巧。
 - (6) 掌握商品照片与视频后期制作的方法。

教学内容：

- 1、商品摄影必修基础

- 2、商品摄影的器材与技法
- 3、商品摄影的构图与用光
- 4、商品视频的拍摄
- 5、服装类商品的拍摄
- 6、鞋类商品的拍摄
- 7、箱包类商品的拍摄
- 8、饰品类商品的拍摄
- 9、日用百货类商品的拍摄
- 10、数码类商品的拍摄
- 11、特色美食类商品的拍摄
- 12、美容护肤类商品的拍摄
- 13、商品照片与视频后期制作

教学方法与手段：

本课程基于新媒体运营知识学习需要和企业新媒体运营实际工作过程，设计了新媒体运营认知、微信运营、头条运营、短视频运营、网络直播运营、知识社群运营、微博运营、其他新媒体平台运营等8个工作任务。本课程在授课过程中主要采用讲授法、讨论法、实践法、团队协作法等方法让学生在真实的工作任务中学习，通过多环节的技能训练，全面掌握新媒体运营思维和策略，熟练掌握新媒体运营流程、新媒体内容传播、企业新媒体账号推广、新媒体领域的创新创业等知识和技能，成为熟练的新媒体运营技术技能人才。

课程名称	经济学原理			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

生学习目标：

- 1.掌握市场运行图。了解经济学的发展史、分类、研究对象、研究方法，以及经济学的发展趋势。掌握市场运行图及其相互关系。
- 2.掌握供求均衡理论、弹性理论、消费者均衡理论生产者均衡理论、成本理论、四种市场结构、分配理论、市场失灵及微观经济政策。
- 3.掌握国民收入核算、失业、通货膨胀以及经济周期理论等理论。

教学内容：

- 1、认识经济学
- 2、把握市场规律
- 3、学会理性消费
- 4、透视厂商行为

- 5、熟悉市场结构
- 6、市场失灵与政府干预
- 7、开启宏观经济之门——国民收入核算与决定
- 8、宏观经济政策

教学方法与手段：

1. 循序渐进的教学方法

对学生应该掌握的理论知识，我们遵循由浅入深、由简单到复杂的循序渐进的教学过程。在教学中，我们强调课堂知识学习的重要性，在课堂上将基本原理和方法讲明讲透。学生在学习过程中，能够系统和完整地掌握不多、但够用的基本经济理论。

2. 故事导入法、问题引导法和案例分析法的综合运用

故事导入的目的是为了吸引学生的注意力，再通过问题引导，提高学生学习经济学问题的学习兴趣。以问题为出发点，围绕问题探讨知识点，通过思考问题→分析问题→解决问题，步步为营，从而有效解决教学难点，这样既加强了学生对理论的理解，同时教会了学生用经济理论思考问题的方法。

3. 模拟教学法、角色扮演法、互动教学法

在教学活动中，我们大量采用情景模拟教学、角色演练教学和互动教学等教学方法。通过把教室演变为社会经济环境，让学生和老师一起融入到经济现象中，把我们自己平时的角色平移到课堂，让学生重新以经济的方式来思考，这种变学生被动学习为主动学习的教学方法，对学生技能的训练十分有效。

课程名称	商务礼仪			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标：

1. 了解商务礼仪的含义、特征及基本原则；
2. 熟悉职业形象礼仪的特点、操作要求和注意事项；
3. 了解商务会面及交往礼仪的一般流程、规则及操作方法；
4. 熟悉商务礼仪管理的基本原理和方法；
5. 掌握基本的商务礼仪的方法和技巧；
6. 掌握商务礼仪的各种策略及其应用技能

教学内容：

1. 礼仪与商务礼仪
2. 职业形象礼仪
3. 办公室日常礼仪
4. 商务会面礼仪

5. 商务交往礼仪

6. 特定商务活动礼仪

7. 商务宴请礼仪

8. 涉外商务礼仪

教学方法与手段：

1. 循序渐进的教学方法

对学生应该掌握的理论知识，我们遵循由浅入深、由简单到复杂的循序渐进的教学过程。在教学中，我们强调课堂知识学习的重要性，在课堂上将基本原理和方法讲明讲透。学生在学习过程中，能够系统和完整地掌握不多、但够用的基本经济理论。

2. 案例分析法，把实际企业工作中出现的问题作为案例，交给受训学生研究分析，培养学生商务礼仪的分析能力、判断能力、解决问题及执行业务能力。

3. 角色扮演法

4. 商务礼仪实训法

5. 分组讨论法：

课程名称	统计学原理			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标：

1. 能熟练运用统计数据进行数据采集操作流程；

2. 掌握常用的科学统计的方法搜集、整理、分析国民经济和社会发展的实际数据，描述现象数量之间的联系和变动规律；

3. 熟练掌握应用计算机统计软件进行数据传输及处理的方法及操作流程；

教学内容：

1. 认知统计

2. 统计资料的收集

3. 统计资料的整理

4. 统计资料分析所需要的基本指标

5. 总体分布集中趋势分析

6. 总体分布离散趋势分析

7. 时间数列分析

8. 统计指数分析

教学方法与手段：

在教学过程中，由实际统计案例导入，先激发学生的学习兴趣，再触动学生思考，最后引导学生进行自主探究的方式，使学生能主动去获取知识。所用的教学方法如下：

1. “任务驱动”法
授课时就告诉学生本次课的任务内容、要求，设计应该涵盖的知识点，以此为基础展开教学，注重培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力以及创新思维与技术综合应用能力。
2. 案例教学法
通过精选典型案例，有机地将相关知识点融合到课程中，让学生对统计学问题产生浓厚兴趣，提高其学习的积极性与主动性。
3. 直观教学法
通过动画演示、电子教案、电子课件、投影、录像、图片等现代教育技术展开理论教学，将复杂的原理用简单的、感性的方法展现出来，并选取与学生实际生活密切相关的实例讲解，有效地使难以理解的概念简单化、形象化，充分激起了学生的学习兴趣 and 主动性。
4. 分组练习法
教师根据书上知识有目的性的创设一些有难度的统计分析题，由学生分组讨论运用统计方法，并展示讨论结果，最终由教师进行分析点评，提高学生自主学习能力及团队合作能力。

4、实践性教学环节

表 8 实践性教学环节教学要求

课程名称	社群运营实训			开课学期	2
参考学时	26	学分	1	考核方式	考查
学生学习目标： 专业岗位实训以社群运营活动过程为导向，要求学生了解社群运营和营销的相关内容，让学生能够进行客户关系管理，重视社群营销人员自我素质的修炼，树立以客户需求为中心的社群营销核心理念，形成科学的系统的社群营销思维模式。通过案例、实训、专题讨论，使学生能够运用社群运营的基本内容妥善处理社群运营中面临的问题，尤其是具备客户关系的维护、社群异议的处理能力。 教学内容： 1. 建群准备：各小组为自己运营的社群设计商业模式，确定商业模式后，绘制群员分享流程图；选择适合自己的社群运营平台，并组建真实社群；选四个竞品社群分别做 swot 分析；定 制群规则 2. 运营工作：以小组为单位在自己的社群里每日分享早报，进行答疑互动，发放福利；优化运营工作，在群中发放调查问卷，找出问题所在，并解决问题。 3. 推广拉新：通过活动来进行社群的引流推广，运用朋友圈海报积攒，抽奖等形式。 4. 总结优化：各小组制作 PPT 汇报					

教学方法与手段：

专业岗位实训主要通过模拟实验法、项目实训法、任务驱动法、交互式教学等方法。

模拟实验法：通过模拟实验来让学生了解实验的操作流程和结果，从而提高实际操作能力；

项目实训法：引入企业的真实项目来培养学生的实际操作能力和团队协作能力，让学生在学中做，做中学。

交互式教学法：让学生参与其中，通过小组讨论、分享、案例分析等方式达到实训目的。

课程名称	视觉营销设计实训			开课学期	3
参考学时	26	学分	1	考核方式	考查

学生学习目标：

专业综合实训主要是考察学生的视觉营销设计能力，通过本综合实训的目的是让学生掌握视觉营销的相关知识，并对各个板块效果的制作方法进行掌握，具备图像处理的能力，能够制作美观适用的效果图，能够利用图像的设计方案学习各家之所长。培养视觉营销相关工作人员，遵守宣传规范和理念。

教学内容：

1. 视觉营销的布局实训
2. 商品图片的拍摄与处理实训
3. 店铺首页的视觉营销实训
4. 商品神情页的视觉营销实训
5. 促销图与短视频的视觉营销实训
6. 移动端店铺的视觉营销设计实训

教学方法与手段：

专业综合实训主要通过模拟实验法、项目实训法、任务驱动法、交互式教学等方法。

模拟实验法：通过模拟实训来让学生了解实验的操作流程和结果，从而提高实际操作能力；

项目实训法：引入企业的真实项目来培养学生的实际操作能力和团队协作能力，让学生在学中做，做中学。

交互式教学法：让学生参与其中，通过小组讨论、分享、案例分析等方式达到实训目的。

课程名称	网络营销理论与实务实训			开课学期	4
参考学时	26	学分	1	考核方式	考查

学生学习目标：

专业综合实训主要是考察学生的网络营销理论与实务能力，通过本综合实训的目的是让学生具备网络营销的各项专业能力，包括网络市场调研、网络零售平台营销、企业官方品牌营销、网络广告运营、搜索引擎营销、新媒体营销、网络口碑营销、网络营销策划与效果评估等能力，最

终达到具备网络营销、策划工作目标。

教学内容：

1. 网络市场调研实训
2. 网络零售平台营销实训
3. 搜索引擎营销实训
4. 新媒体营销实训
5. 网络营销策划实训

教学方法与手段：

专业综合实训主要通过模拟实验法、项目实训法、任务驱动法、交互式教学等方法。

模拟实验法：通过模拟实验来让学生了解实验的操作流程和结果，从而提高实际操作能力；

项目实训法：引入企业的真实项目来培养学生的实际操作能力和团队协作能力，让学生在学中做，做中学。

交互式教学法：让学生参与其中，通过小组讨论、分享、案例分析等方式达到实训目的。

（三）课程思政要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以立德树人为核心，把学生思想政治教育工作贯穿和体现在教育教学全过程，全面落实全员育人、全程育人、全方位育人要求。遵循思想政治工作规律、遵循教书育人规律、遵循学生成长规律，因事而化、因时而进、因势而新，以思想政治课程为核心，突出发挥主导作用，以其他课程的“课程思政”为基础，实现思政课程与课程思政的同向同行。

在课程思政实施过程中建议围绕着“意识、精神、素养、态度、能力”五个维度进行规划，根据课程性质、类型和开设阶段进行递进式培养。鼓励任课教师，在课程教学过程中，对标企业岗位对人才提出的具体要求，深度挖掘企业大师、劳模的典型案例，丰富课程思政教育资源库，凝练课程思政主线。以教学任务为载体，优化课程思政内容供给，实施思政主线贯穿始终、按任务特点融入思政元素的任务驱动教学。

公共基础课程：要重点提高学生思想道德修养、人文素质、科学精神、宪法法治意识、国家安全意识和认知能力的课程，注重在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀、加强品德修养、增长知识见识、培养奋斗精神，提升学生综合素质。

专业基础课程：要根据专业的特色和优势，深入研究专业的育人目标，深度

挖掘提炼专业知识体系中所蕴含的思想价值和精神内涵，科学合理拓展专业课程的广度、深度和温度，从课程所涉专业、行业、国家、国际、文化、历史等角度，增加课程的知识性、人文性，提升引领性、时代性和开放性。

专业核心课程：要注重学思结合、知行统一，增强学生勇于探索的创新精神、善于解决问题的实践能力，要注重让学生“敢闯会创”，在亲身参与中增强创新精神、创造意识和创业能力。

专业拓展课程：要注重教育和引导学生弘扬劳动精神，将“读万卷书”与“行万里路”相结合，扎根中国大地了解国情民情，在实践中增长智慧才干，在艰苦奋斗中锤炼意志品质。

课程教学过程中应突出培养学生遵纪守法、遵规守纪、严于律己、尊老爱幼的意识，吃苦耐劳、精益求精的工匠精神、劳模精神、劳动精神；诚实守信、严谨认真、理性思维的职业素养；爱岗敬业、踏实肯干的工作态度，守法合规的法治思维，责任担当的邮政精神，规范操作的规范意识，勇于创新的创新意识，以及质量管理、团结协作的能力等，充分发挥课程思政协同和支撑作用。

七、教学进程总体安排

（一）教学活动时间安排表（按周安排）

表 9 教学活动时间安排表

学年	学期	课堂教学	考试	入学教育、军训	运动会及技能赛	实践性教育环节				假日及机动	小计
						专项实训	岗位实习	毕业设计	毕业教育		
一	1	14	1	3	1					1	20
	2	16	1		1	1				1	20
二	3	16	1		1	1				1	20
	4	16	1		1	1				1	20
三	5	5	1			1	13				20
	6						11	6	1	2	20
合计		67	5	3	4	4	24	6	1	6	120

（周次设置根据专业教学需要）

（二）课程学时比例表

本专业总学分为 142.5 。课时总数为 2686 学时，其中公共课程 932 学时，约占总学时 34.70 % ，实践教学 1526 学时，约占总学时 56.81 % ，选修课程 288 学时，约占总学时 10.72% 。

表 10 课程学时比例表

课程类别	课程子类	课程性质	学分数	学时数			学时百分比 (%)
				理论	实践	总学时	
公共基础课程	思政课程	必修	10	160	16	176	6.55%
	通识课程	必修	32.5	300	360	660	24.57%
		任选	6	96	0	96	3.57%
	小计			48.5	556	376	932
专业（技能）课程	专业基础课程	必修	18	180	108	288	10.72%
	专业核心课程	必修	30	328	152	480	17.87%
	专业拓展课程	专选	12	96	96	192	7.15%
	实践性教育环节	必修	34	0	794	794	29.56%
	小计			94	604	1150	1754
合计			142.5	1160	1526	2686	100%

(三) 教学进程安排表

表 11 教学进程安排表

课程类别	课程子类	课程性质	序号	课程编码	课 程 名 称	课程类型	学分	学 时 数					考核方式	各学期周学时分配						备注	
								总学时	理论教学	课程实训	专项实训	实习		第一学年		第二学年		第三学年			
														一	二	三	四	五	六		
公共基础课程	思想政治课程	必修	1	G2023001	思想道德与法治	理论+实践	3	48	38	10			考查	4						12周	
			2	G2023002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	理论+实践	2	32	26	6			考查		2					16周	
			3	G2023003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（一）	纯理论	1.5	24	24				考查	2						12周	
			4	G2023004	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（二）	纯理论	1.5	24	24				考查		2						
			5	G2020001	形势与政策（一）	纯理论	0.25	8	8				考查	2						4周	
			6	G2020002	形势与政策（二）	纯理论	0.25	8	8				考查		2						
			7	G2020003	形势与政策（三）	纯理论	0.25	8	8				考查			2					
			8	G2020004	形势与政策（四）	纯理论	0.25	8	8				考查				2				
		小计						9	160	144	16				8	6	2	2			
		选择性必修	1		中华优秀传统文化	纯理论	1	16	16				考查		2	2	2	2		8周	
			2		党史	纯理论	1	16	16				考查								

	修课	3		新中国史	纯理论	1	16	16				考查							
		4		改革开放史	纯理论	1	16	16				考查							
		5		社会主义发展史	纯理论	1	16	16				考查							
		小计					1	16	16					2	2	2	2		
通识课程	必修	1	G2024005	体育（一）	理论+实践	1.5	24	2	22			考查	2						12周
		2	G2023010	体育（二）	理论+实践	2	32	4	28			考查		2					16周
		3	G2023011	体育（三）	理论+实践	2	32	4	28			考查			2				16周
		4	G2024006	体育（四）	理论+实践	1.5	24	2	22			考查				2			12周
		5	G2021002	大学生心理健康教育	理论+实践	1	16	16				考查		2					8周
		6	G2024007	军事理论	纯理论	2	36	36				考查	3						12周
		7	G2024008	军事技能	纯实践	2	168		168			考查							21天
		8	G2023016	大学英语（一）	理论+实践	4	64	48	16			考试	4						16周
		9	G2023017	大学英语（二）	理论+实践	4	64	48	16			考试		4					16周
		10	G2024009	信息技术	理论+实践	3	48	16	32			考试	3						16周
		11	G2024010	劳动教育（一）	纯理论	0.5	8	8				考查	2						4周
		12	G2024010	劳动教育（二）	纯理论	0.5	8	8				考查		2					4周
		13	G2024012	大学语文	理论+实践	3	48	40	8			考试	3						16周
		14	G2023023	公共艺术	理论+实践	2	32	16	16			考查		2					16周
		15	G2023024	创新创业教育基础	理论+实践	1	16	12	4			考查		2					
		16	G2024013	职业发展与就业指导(一)	理论	0.5	8	8				考查	2						
		17		职业发展与就业指导(二)	理论	1	16	16							2				
		18		国家安全教育	理论	1	16	16				考查			2				
		小计					32.5	660	300	360				19	14	6	2		

		任选	1		人文素养与职业素养培育类	纯理论	1.5	24	24				考查	2	2	2	2		12 周	
			2		自然科学与科学精神培育类	纯理论	1.5	24	24				考查							
			3		体育竞技与安全健康教育类	纯理论	1.5	24	24				考查							
			4		创新创业与职业技能培育类	纯理论	1.5	24	24				考查							
		小计（不低于 96 学时，6 学分）							6	96	96					2	2	2	2	
公共基础课程合计							48.5	932	556	376				27	24	12	6	2		
专业（技能）课程	专业基础课	必修	1	A2024137	电子商务基础	理论+实践	3	48	32	16			考试	4						
			2	A2014138	市场营销	理论+实践	3	48	32	16			考试		3					
			3	A2024139	管理学原理	理论+实践	3	48	32	16			考查			3				
			4	A2014140	电子商务法规	理论+实践	3	48	32	16			考试	3						
			5	A2023011	商务数据分析与应用	理论+实践	2	32	20	12			考查			2				
			6	A2023050	会计基础	理论+实践	2	32	16	16			考查				2			
			7	A2023051	商务数据可视化	理论+实践	2	32	16	16			考查				2			
		小计						18	288	180	108				7	3	5	4		
	专业核心课	必修	1	A2024141	社群运营	理论+实践	4	64	44	20			考试		4					
			2	A2024142	互联网产品开发	理论+实践	4	64	44	20			考试			4				
			3	A2024143	视觉营销设计	理论+实践	4	64	44	20			考试			4				
			4	A2023041	互联网销售	理论+实践	2	32	20	12			考试			2				
			5	A2024144	零售门店全渠道运营	理论+实践	4	64	44	20			考试				4			
			6	A2014145	网络营销理论与实务	理论+实践	4	64	44	20			考试				4			
			7	A2024146	网店运营	理论+实践	4	64	44	20			考试				4			

专业拓展课		8	A2024147	数据化运营	理论+实践	4	64	44	20			考试				4				
	小计					30	480	328	152					4	10	16				
	选修	1	A2021005	ITMC 电子商务技能	理论+实践	2	32	16	16			考查			2	2	8			第 5 学期 6 周
		2	A2018081	ITMC 市场营销技能	理论+实践	2	32	16	16			考查								
		3	A2023042	短视频与直播电商	理论+实践	2	32	16	16			考查								
		4	A2018004	网站与网页设计与制作	理论+实践	2	32	16	16			考查								
		5	510226	消费者心理与行为管理	理论+实践	2	32	16	16			考查								
		6	A2023063	新媒体运营实务	理论+实践	2	32	16	16			考查								
		7	A2023064	商品摄影	理论+实践	2	32	16	16			考查								
		8	A2023020	经济学原理	理论+实践	2	32	16	16			考查								
		9	A2024021	商务礼仪	理论+实践	2	32	16	16			考查								
		10	A2023013	统计学原理	理论+实践	2	32	16	16			考查								
	小计					12	192	96	96						2	2	8			
	实践教学环节	必修	1	ADSSX02	社群运营实训	纯实践	1	26			26				26					
			2	ADSSX03	视觉营销设计实训	纯实践	1	26			26					26				
			3	ADSSX04	网络营销理论与实务实训	纯实践	1	26			26						26			
			4	G2022006	岗位实习	纯实践	24	576				576								
			5	ADSBYSJ	毕业设计（6 周）	纯实践	6	120			120									
			6	ADSBYJY	毕业教育（1 周）	纯实践	1	20			20									
		小计					34	794			218	576			26	26	26			
	专业（技能）课程合计					94	1754	604	356	218	576		7	33	43	48	8			
	全程合计					142.5	2686	1160	732	218	576		34	31	29	28	10			

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 本专业专任教师

本专业有专任教师 15 名，是一支素质优良、结构合理的“双师素质型”教学团队，教师具有丰富的理论教学和一线工作经验；治学严谨，执教能力较强，教学效果良好，具有较强的科研能力。还有多名企业的兼职教师。

表 12 专业专任教师情况一览表

序号	姓名	性别	学历	学位	专业技术职务	职业资格	是否双师型	拟任课程
1	傅妍馥	女	本科	学士	副教授	高级电子商务师、高级互联网营销师	是	视觉营销设计/网上开店实务
2	许晓卉	女	研究生	硕士	助教	人力资源管理资格证（三级）	否	网上开店实务
3	陈达宏	男	研究生	硕士	讲师	高级工程师	是	网页设计/ITMC 电子商务技能
4	王丽惜	女	研究生	硕士	副教授	中级经济师	是	电子商务物流/管理学基础
5	唐菁菁	女	研究生	硕士	助教	无	是	经济学原理
6	张璇	女	研究生	硕士	助教	无	是	互联网销售
7	陈媛	女	研究生	硕士	助教	无	否	社群运营/广告理论与实务
8	郑敏	女	研究生	硕士	助教	无	否	经济学基础，管理学基础
9	张雪茵	女	本科	学士	助教	人力资源管理资格证（三级）	否	社群运营/客户关系管理
10	李书德	男	本科	学士	助教	无	否	管理学/市场营销/网络营销理论与实务
11	龚榕	男	研究生	硕士	助教	助理经济师	否	网上开店实务/经济学原理
12	王佳炜	男	本科	学士	助教	无	否	社群运营/广告理论与实务
13	杨凯雯	女	本科	学士	助教	企业人力资源师（三级）、	否	网络营销理论与实务

						电子商务师 (三级)		
14	徐梦沅	女	本科	学士	助教	无	否	电子商务物流/ 客户关系管理
15	王赛威	男	研究生	硕士	助教	无	否	网页设计/消费 者行为与心理 分析

2. 本专业兼职教师

福州天宏创世科技有限公司的直播电商推广部总监；中商红翼福建分公司的 B2B 新签事业部总监；福建富民云咖信息有限公司电商运营事业部总监；可观地产的销售部经理；福建榕垦信息有限公司的电商增值事务部副总监等 5 名员工参与了电子商务专业课程设置和专项实训、跟岗实习和顶岗实习的实践指导工作，他们能根据社会需求传授学生有关知识。

表 13 专业兼职教师情况一览表

序号	姓名	性别	学历	学位	专业技术 职务	职业资格	所在单位	拟任 课程
1	吴志伟	男	本科	学士	无	高级	福州天宏创世科技有限公司	短视频与直播电商
2	郑碧文	女	本科	学士	无	中级	中商红翼福建分公司	短视频与直播电商
3	高美雅	女	本科	学士	无	中级	福建富民云咖信息有限公司	短视频与直播电商
4	陈冰瑜	女	本科	学士	无	中级	可观地产	网络营销实训
5	吴娟娟	女	本科	学士	无	中级	福建榕垦信息有限公司	网店运营实训

(二) 教学设施

1. 校内实训基地

教学设施满足本专业人才培养实施需要，配有校内电子商务专业实训室及校外实训基地，实训室的面积、设施等都符合国家相关专业实训教学建设的标准并设有专门的企业电商门店展示区。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

表 14 校内实训设备情况一览表

序号	实验实训 基地（室）名称	实验实训室功能 （承担课程与实训实习项目）	面积、主要实训设备 名称及台套数要求	工位数 （个）	对应课程
1	专业智慧教室	虚拟仿真	102 平、智慧大屏、高 清摄像头等	56	《互联网产品开 发》、《社群运营》
2	企业模拟经营沙盘室	企业模拟经营	110 平、沙盘	48	《ITMC 市场营 销技能》《ITMC 电子 商务技能》
3	商务谈判实训室	营销模块实训	68 平、谈判桌	50	《消费者心理与 行为管理》
4	财经商贸综合实训室 (1) (2) (3) (4)	虚拟仿真、数据分析	400 平、计算机及桌椅 198 套	240	《视觉营销设计》、 《数据化运营》
5	直播实训室	直播实践	80 平、直播灯、直播 架等	15	《网店运营》、《短 视频与直播电商》
6	摄影摄像实训室	商品拍摄	40 平、摄影灯、摄影 商品台等	20	《商品拍摄》/《网 店运营》
7	短视频创业实训室	短视频剪辑、视觉营销设计	160 平、翻盖式电脑、 智慧大屏等	64	《数据化运营》、 《短视频与直播 电商》、《视频剪 辑》
8	短视频实战实训室	短视频拍摄与剪辑、电商直播	102 平、计算机及桌椅 9 套、摄像全套设备	25	《短视频与直播 电商》、《视频剪 辑》

2.校外实训基地

电子商务专业与多家企业建立了校企合作关系，如众事达(福建)信息技术股份有限公司、安踏(中国)有限公司、福州可观地产房屋中介公司等，学生期末实训、顶岗实习、毕业实习都可以到校企合作企业去，同时校企合作企业参与本专业的培养计划制定、课程体系构建，且可以派企业人员入校给学生上课、进行期末实训等，以做到产教融合。

表 15 校外实训基地一览表

序号	校外实训基地名称	承担功能（实训实习项目）	工位数（个）
1	众事达（福建）信息技术股份有限公司	网店运营、客服管理	50
2	福建可观房地产经纪有限公司	网络营销、客服管理	20
3	安踏(中国)有限公司	零售门店运营、客服管理	30
4	福建富民云咖信息科技有限公司	数据化运营、视频带货	50
5	中商红翼科技（杭州）有限公司福建分公司	短视频及直播带货	50

6	福州天宏创世科技有限公司	短视频及直播带货	30
7	福州宏升兄弟科技有限公司	短视频及直播带货、网络营销	50

（三）教学资源

教材、图书和数字资源结合实际情况具体提出，应能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。严格执行国家和福建省福州市关于教材选用的有关要求，健全本校教材选用制度。按照企业的真实需要来组织编写教材，开发教学资源。合理利用现有的智慧职教教学平台、超星网络、青果系统等网络资源。

（四）校企合作

我们积极引进多家企业，并邀请企业参与学院教育教学改革，多种方式参与学校专业规划、教材开发、教学设计、课程设置、实习实训，促进企业需求融入人才培养环节。推行面向企业真实生产环境的任务式培养模式，争取由企业参与人才培养方案的制定。鼓励企业依托学院设立产业学院和企业工作室、实验室、创新基地、实践基地。校企育人“双重主体”，学生学徒“双重身份”，学校、企业和学生三方权利义务关系明晰。

校外实习实训基地建设是加强和保证实践性教学环节质量的重要因素。在院、系领导的大力支持下，根据校内实训基地情况统筹规划，通过多种渠道积极与企业接触，多方寻找合作机会，做到产教融合。

表 16 校企合作一览表

序号	合作企业名称	实训项目
1	众事达（福建）信息技术股份有限公司	网店运营、客服管理
2	福建可观房地产经纪有限公司	网络营销、客服管理
3	安踏(中国)有限公司	零售门店运营、客服管理
4	福建富民云咖信息科技有限公司	数据化运营、视频带货
5	中商红翼科技（杭州）有限公司福建分公司	直播带货
6	福州宏升兄弟科技有限公司	短视频及直播带货

（五）教学方法

高职院校要以高职学生职业能力培养为出发点，教学方法应考虑以下几个方面，教学方法符合生源实际教学改革满足、求学需要；教学方法改革应注重多种方法融合；教学方法服务于当前就业；教学方法要融入信息创新；教学方法应注重与心理教育结合。在教学方法的

设计与实施上，重点做好以下几项工作：

1、做好教学设计

在对行业企业调研、充分听取行业企业专家的基础上，我们针对本专业的核心课程制定核心课程教学设计表，做好教学过程设计，包括学习目标(能力描述，学生学完这门核心课程能够具备哪些能力)；学习内容《职业基础性内容和专业性内容》；教学方法，教学资源，学生应具备的知识与能力；教师需具备的素质与能力；课程的考核与评价方法等。课程在教学过程中严格按照教学设计表进行，从而确保了教学目标的实现。

2、进行教学方法和手段的创新与改革

采用“在实训中学习，在学习中实训”的教学方法。在实训中学习，就是通过实训在教学中注重培养学生的质量意识，提高质量管理能力、行动能力、创新能力、解决问题的能力，让学生在真实的工作场景中体验获取信息、制定计划、实施计划、评估计划等，从而获得工作技能、加深对专业知识的理解，从而形成属于自己的经验和知识体系。在学习中实训，就是强调学生在学习过程中，以专业能力、方法能力、社会能力的提升为目的，自我构建行动过程的学习过程，彻底改变以往传统的理论教学、实践教学分离、脱节的现象。

(六) 教学评价

以职业技能为核心的高职教学考核评估制度，是教学质量保证体系的重要内容。改变过去“一考定终身”传统考核评估，形成与高职教育模式相适应的考核评估制度，是强化素质教育，加强教学过程指导和管理的重要手段；是改革考核内容，改进考核方式、方法的重要措施；是科学测评学生学习效果，反馈学习信息，促进学生自主学习，提高学生职业技能的重要途径。为了做好电子商务专业课程考核工作，特制定过程性考核与终结性考核相结合的数学评价体系，具体如下：

1、基本形式

电子商务专业的教学评价包括终结性考核与过程性考核：

(1) 终结性考核一般采取闭卷笔试的方式进行。试卷命题以课程标准为依据，根据课程标准的知识和能力要求，着重考核学生综合运用知识、解决实际问题的能力。指导教师要组织好考前答疑工作。

(2) 过程性考核过程有阶段性学习测验、教学实践活动、专题讨论、小组学习、学习记录等基本形式。

阶段性学习测验。是根据课程教学安排布置的阶段性综合测验。综合性测验可以是小论文研究报告、案例分析、学习总结等任务，也可以是类似考卷的测试任务。每门课程一般安排 2-3 次指导教师根据学生完成测验的次数和质量评定成绩。

教学实践活动。是学生参与、体验、感受、染作的学习活动，也是学生运用所学知识进行理论验证、实践、创新的过程。指导教师根据学生在教学实践活动中的综合表现进行成绩

评定。教学实践活动一般分为两种形式:一是课程标准规定必须完成的数学实践活动,学生不参加或考核成绩不合格不能参加终结性考试,此类教学实践活动称为“必做实验”,如上机操作、技能实训、设计等,二是为提高学生实际应用和实践创新能力而在考核任务中规定的教学实践活动。

专题讨论。是指在学生的学习过程中,要求学生在指定时间,围统一定的主题,对课程的重点、难点内容,或者是拓展性内容集中进行的课堂讨论、小组讨论或者网上讨论。指导教师可根据学生参加、发言、发言提纲、总结他人观点、参加讨论的体会等记录情况给予评价并评定成绩。

小组学习。指要求若干学生组成一个学习小组,有计划有目的地进行协作学习活动。小组学习要有学习时间、地点、方式、内容、参加者、学习效果、存在问题等记录。指导教师根据小组学习记录进行成绩评定。

阶段性学习测验、教学实践活动侧重于考核学生对学习内容的掌握情况,可称为学习内容考核;专题讨论、小组学习、学习记录侧重于考核学生的学习态度、学习过程、学习方法、学习效果等可称为学习过程考核。

2、基本方法根据考核任务的要求,可以选择不同的考核方法。考核手段可以采取纸笔考核、计算机《单机》或网络考核等,考核方式可以采用开放式、半开放式考核或者封闭式考核。开放式考核指学生不受时间《或者时间是一个较长的时间段,只有截至日期》和地点的限制,按照考核要求,自主完成考核内容,半开放式考核指学生受时间《或者时间是一个较短的时间段,有起止时间要求》和地点的限制、可参阅资料,集中完成考核内容;封闭式考核指学生不得携带任何资料,要在规定的地点和规定的时间内完成考核任务,与闭卷考试相同。

(七) 质量管理

1. 健全教学管理与质量监控制度

制定一系列的教学管理规章制度及教学文件,如《教学检查制度》、《教师业务考核办法》、《听课制度》、《实验教学管理制度》等,让教学过程有章可依。坚持教学质量评估与督导检查工作,主要活动有:项目教学成果企业验收制度;教学例会制度;教学督导制度;课程评估;教师讲课比赛;教学观摩和评教评学活动;新生素质调查,毕业生质量跟踪调查等。

2. 加强教学质量监控

调整和优化教学质量监控组织,强化教学质量监控。对教案、授课、实验、作业批改、辅导答疑、命题阅卷教学见习、教学实习、社会调查与实践等教学管理进行全程、全方位监

控。通过问卷调查、座谈会、教学督导、学生考试成绩分析等多种渠道，了解教学工作信息，并将信息整理后反馈给有关单位、部门及相关个人，及时整改。

3. 建立完善的毕业生反馈制度

继续加强毕业生的跟踪，及时了解企业的反馈。开展毕业生质量跟踪调查的内容包括：毕业生在工作单位的思想品德表现和敬业精神；毕业生的工作态度、工作能力和创新能力；各专业教学计划与课程设置的适应性；毕业生对学校教学与管理工作的意见和建议；用人单位对学校办学的意见和建议；先进典型事例与材料；对社会的贡献等内容。

九、毕业要求

本专业学生必须至少满足以下基本条件方能毕业：

- 1. 修满 142.5 学分（其中：公共基础课程 48.5 学分，专业课程 94 学分）；
- 2. 修得学工处（团委）组织实施的第二课堂总分 ≥ 18 分；
- 3. 获得一本及以上与本专业相关的职业资格证书（含“1+X”证书）或“行业上岗证”（各专业需与职业面向列出的职业资格证相对应）；
- 4. 体质测试达标。

表 17 电子商务专业相关职业资格证书

序号	职业资格（证书）名称	发 证 单 位	等级
1	1+X 网店运营推广职业技能等级证书	北京鸿科经纬有限公司	中级
2	1+X 社交电商运营职业技能等级证书	中联教育集团	中级
3	photoshop 图形图像专项职业等级证书	职业技能鉴定指导中心	中级
4	直播电商运营专员职业等级证书	福建省互联网零售行业协会	中级