

福州英华职业学院
ANGLO-CHINESE COLLEGE

专业人才培养方案

专 业：网络营销与直播电商

专业代码：____ 530704 ____

学 制：____ 三年制 ____

适用年级：____ 2025 级 ____

专业负责人：____ 徐梦沅 ____

审 核 人：____ 郑 琳 ____

二〇二五年五月 制

编制说明

本方案是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，按照全国教育大会部署，落实立德树人根本任务，必须坚持社会主义办学方向，其核心是坚持党对教育事业的全面领导，落实立德树人根本任务，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养高技能人才。

专业人才培养方案由本专业所在系组织系主任、专业带头人、教研室主任、骨干教师和行业企业专家，通过调研，充分分析和多次论证，制(修)订出符合网络营销与直播电商专业高技能人才培养要求，明确“网络营销与直播电商”的专业思政主线，构建“网络营销与直播电商”的课程体系，创建“网络营销与直播电商”的人才培养模式。

专业人才培养方案在制(修)订过程中，历经专业教学指导委员论证、人才培养方案论证、提交学院院务会、党委会审定，将在 2025 级网络营销与直播电商专业实施。

主要编制人：

序 号	姓 名	单 位	职 务
1	郑 琳	福州英华职业学院	经济管理系系部主任
2	徐梦沅	福州英华职业学院	网络营销与直播电商专业 负责人、专任教师
3	杨凯雯	福州英华职业学院	电子商务教研室专任教师
4	兰成洋	福建丞扬文化科技发展有限公司	创始人

目 录

一、专业名称与代码	4
二、入学要求	4
三、修业年限	4
四、职业面向	4
(一) 职业面向	4
(二) 职业发展	4
(三) 典型工作任务与职业能力分析	5
五、培养目标与培养规格	6
(一) 培养目标	6
(二) 培养规格	6
六、课程设置及要求	8
(一) 课程体系构建	8
(二) 课程描述与要求	9
(三) 课程思政要求	9
七、教学进程总体安排	10
(一) 教学活动时间安排表 (按周安排)	10
(二) 课程学时比例表	11
(三) 教学进程安排表	12
八、实施保障	16
(一) 师资队伍	16
(二) 教学设施	18
(三) 教学资源	19
(四) 校企合作	20
(五) 教学方法	21
(六) 学习评价	21
(七) 质量管理	21
九、毕业要求	23
十、附录	23
附件 1: 课程描述与要求	25
(一) 公共基础课程	25
1. 思政课程	25
2. 通识课程	30
(二) 专业 (技能) 课程	39
1. 专业基础课程	39
2. 专业核心课程	48
3. 专业拓展课程	55
4. 实践性教学环节	63
附件 2: 专业人才培养方案评审意见表	67

网络营销与直播电商专业人才培养方案

一、专业名称与代码

专业名称：网络营销与直播电商

专业代码：530704

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

标准修业年限为三年，实施弹性学制修业年限不超过五年

四、职业面向

（一）职业面向

表 1 职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	批发业（51）、零售业（52）、互联网和相关服务（64）、 商务服务业（72）
主要职业类别（代码）	互联网营销师 S（4-01-06-02）、全媒体运营师 S（4-13-01-05）、 市场营销专业人员（2-06-07-02）、品牌专业人员（2-06-07-04）
主要岗位（群）或技术领域	渠道销售主管、直播销售员、商品选品主管、直播运营 主管、新媒体运营主管、内容策划主管、客户主管、 渠道推广主管、网络广告专员、市场策划主管……
职业类证书	直播电商、网络直播运营、新媒体营销……

（二）职业发展

表 2 职业岗位进阶

岗位类型	岗位名称	岗位工作领域
初级岗位	直播运营助理、社交媒体运营专员、电商客服、内容创作助理等。	负责执行具体的任务，比如协助直播准备、管理社交媒体账号、处理客户咨询、制作简单的图文或视频内容。

中级岗位	直播运营经理、电商推广经理、数字营销策划师、数据分析师、品牌营销主管。	这些职位可能需要独立负责项目以及 3-5 年工作经验沉淀，比如策划直播活动、制定推广策略、分析数据优化营销效果、管理品牌形象等。
高级岗位	营销总监、电商平台负责人、直播电商合伙人、品牌战略顾问、高级数据分析专家等。	主要负责制定整体营销战略，管理大型团队，负责整个电商平台的运营，或者为公司提供战略建议。

（三）典型工作任务与职业能力分析

表 3 职业能力与素养分析

岗位工作领域	典型工作任务	职业能力与素养
1. 直播运营助理	1-1 直播运营	1-1-1 能够协助直播前的筹备工作（选品、排期、设备调试）
		1-1-2 负责直播间后台管理（商品上架、优惠设置）
	1-2 商务数据分析与后台维护	1-2-1 负责实时互动辅助（弹幕回复、数据记录）
		1-2-2 负责直播后的数据整理与复盘
2. 社交媒体运营专员	2-1 内容发布与渠道运维	2-1-1 负责微博、微信、抖音等平台的内容发布
		2-1-2 配合策划简单的营销活动
	2-2 商务数据分析	2-2-1 负责粉丝互动等基础数据分析
		2-2-2 负责基础社群维护、平台工具使用
3. 电商客服专员	3-1 售前售后客服	3-1-1 处理售前咨询、订单跟进、售后问题解决
		3-1-2 具备沟通能力、熟悉电商平台规则
	3-2 客户关系管理	3-2-1 负责收集用户反馈并优化服务流程
		3-2-2 具备客户服务意识
4. 内容创作助理	4-1 创意策划	4-1-1 协助制作短视频、图文内容（如产品测评、种草文案）
		4-1-2 参与脚本撰写和素材整理
	4-2 美工设计	4-2-1 参与创意策划
		4-2-2 能够负责基础剪辑或设计工具使用

5. 直播运营经理	5-1 项目管理	5-1-1 能够独立策划直播活动（主题、流程设计）
		5-1-2 协调主播与团队
	5-2 商务数据分析	5-2-1 负责优化直播转化策略
		5-2-2 负责分析数据并调整运营方案
6. 电商推广经理	6-1 网络推广	6-1-1 负责制定站内站外推广计划（如直通车、信息流广告）
		6-1-2 负责优化投放 ROI
	6-2 渠道资源整合	6-2-1 负责管理 KOL/KOC 合作
		6-2-2 负责渠道资源整合、成本控制

五、培养目标与培养规格

（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，落实立德树人根本任务。本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、互联网和相关服务、商务服务业的互联网营销师、全媒体运营师、市场营销专业人员、品牌专业人员职业，能够从事渠道拓展运营维护、市场策划、产品策划、广告投放、直播策划执行、粉丝引导转化、内容策划推广、新媒体运营、数据分析、客户开发与管理等工作的高技能人才。

（二）培养规格

1. 能够坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 能够掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；
3. 能够树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚；
4. 能够掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养；
5. 能够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；
6. 能够掌握市场营销学、零售学、商品基础、电子商务基础、素材拍摄与编辑、商务数据分析与应用、财税基础等方面的专业基础理论知识；
7. 能够掌握大学专科层次所需的基础文化知识及经济类基础知识，掌握网络营销与直播电商方面的基本概念、知识、理论、制度、业务和技能，达到直播电商、网络营销运营、新媒体营销相关职业所需的基础理论、专业技能和政策要求；
8. 能够系统掌握网络营销与直播电商专业的理论知识；
9. 能够熟练掌握直播电商的运营过程和方法；
10. 能够熟悉网络营销与直播电商方面相关的法规政策；熟悉产品数字化营销；
11. 能够掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好。
12. 能够具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；
13. 能够掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；
14. 能够具有渠道开拓与运维的能力，能够完成销售渠道拓展、渠道运营策划、渠道绩效管理、销售渠道维护、渠道评估与改进等工作；
15. 能够具有直播营销的能力，能够完成选品分析、直播策划、产品讲解、直播脚本设计、主播人设搭建、粉丝引导转化、直播复盘等工作；

16. 能够具有内容策划与编辑和市场策划的能力，能够完成市场调研、内容编辑制作推广、效果监测与评估等工作；能够完成行业定位分析、产品、渠道、销售策略、营销活动等的策划与评估分析等工作；

17. 能够具有直播和新媒体运营的能力，能够完成直播间运营策划、引流、成本控制、过程监测与调整、直播风险把控等工作；能够进行新媒体市场调研、运营策划、推广平台、社群运营、活动策划、运营效果监测等工作；

18. 能够具有客户服务与管理能力，能够完成客户服务标准制定、客户调研与数据获取、客户关系维护与管理、突发危机事件处理、客户服务绩效管理、客户开发与转化、服务机构合作等工作；

19. 能够具有网络推广能力，能够完成广告投放、人群画像分析、渠道选择、结果分析、数据跟踪、推广预算等工作，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

20. 能够具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力。

六、课程设置及要求

（一）课程体系构建

本专业课程体系包括公共基础课程和专业课程及实践性教学环节,以专业课程为主以下是网络营销与直播电商的专业课程体系图。如图 1 所示。

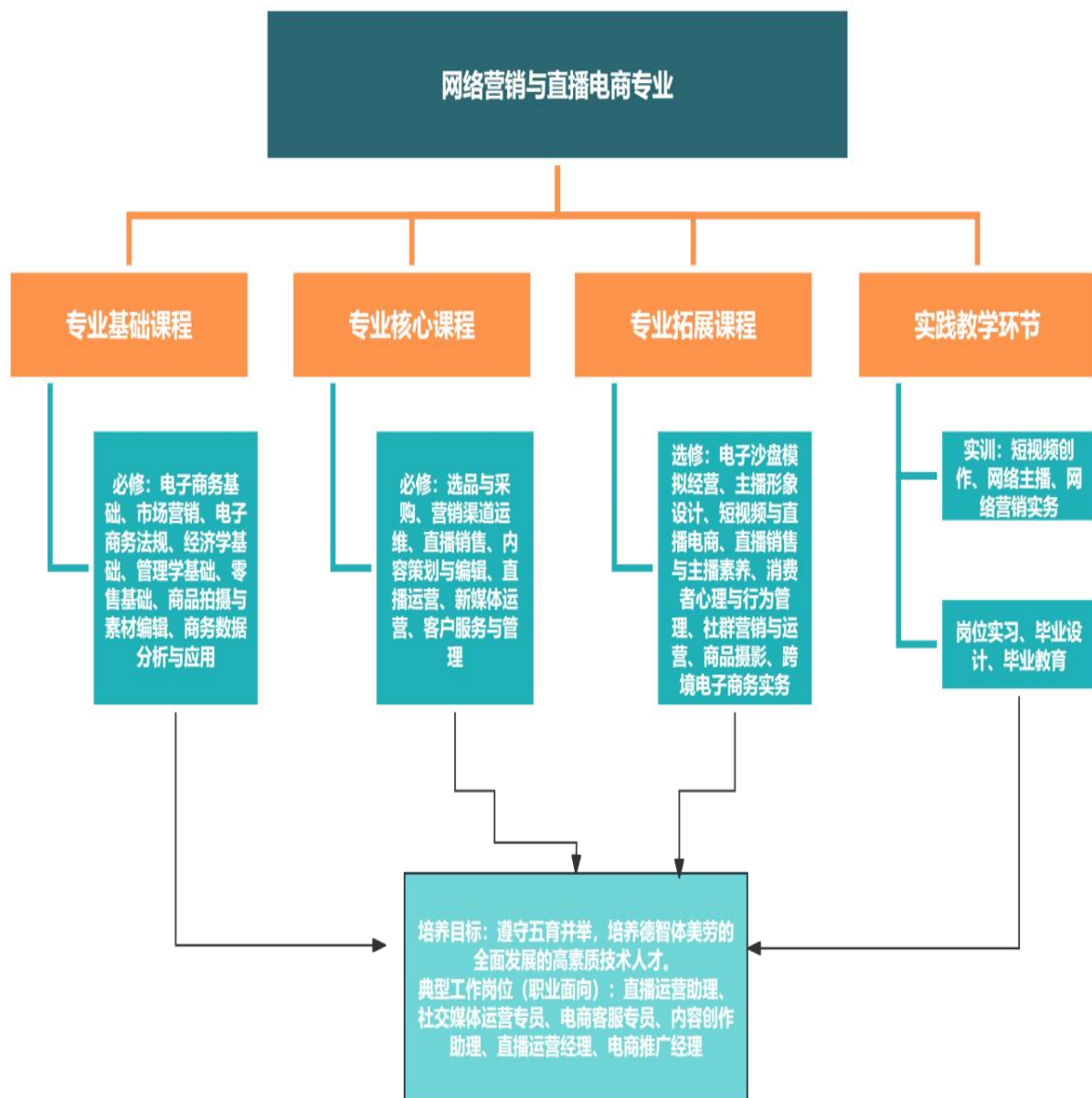


图 1 网络营销与直播电商专业课程体系图

（二）课程描述与要求

各门课程学生学习目标、主要内容、教学要求详见附件 1 课程描述与要求。

（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、劳模的典型案列，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 4 教学活动时间安排表

单位：周

学	学	理论教	考	入	毕	实践性教育环节	假	机动	学期周数
---	---	-----	---	---	---	---------	---	----	------

年	期	学与课程实训	试	学教育	业教育	军训	运动会(技能赛)	专项实训	岗位实习	毕业设计	日		小计
一	1	14	1	1		2	0.5				1	0.5	20
	2	16	1				0.5	1			1	0.5	20
二	3	16	1				0.5	1			1	0.5	20
	4	16	1				0.5	1			1	0.5	20
三	5	5	1						13		1		20
	6				1				11	6	2		20
合计		67	5	1	1	2	2	3	24	6	7	2	120

(二) 课程学时比例表

本专业总学分为 139.5 分。课时总数为 2608 学时，其中公共课程 892 学时，约占总学时 34.20%，实践教学 1521 学时，约占总学时 58.32%，选修课程 288 学时，约占总学时 11.04%。

表 5 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	11	176	16	192	7.98
	通识课程	必修	32.5	270	334	604	23.16
		任选	6	96	0	96	3.67
	小计			49.5	558	350	892
专业(技能)课程	专业基础课程	必修	21	212	124	336	12.88
	专业核心课程	必修	24	232	152	384	14.72
	专业拓展课程	专选	12	96	96	192	7.36
	实践性教育环节	必修	33	0	804	804	30.83
	小计			90	540	1176	1716
合计			139.5	1087	1521	2608	100

(三) 教学进程安排表

表 6 教学进程安排表

课程类别	课程子类	课程性质	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	G2025001	思想道德与法治	B	3	48	32	16			考查	3						
			G2025002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	2	32	32				考查		2					
			G2022016	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A	3	48	48				考试		3					
			G2023005	形势与政策（一）	A	0.25	8	8				考查	2						
			G2023006	形势与政策（二）	A	0.25	8	8				考查		2					
			G2023007	形势与政策（三）	A	0.25	8	8				考查			2				
			G2023008	形势与政策（四）	A	0.25	8	8				考查				2			
			G2025010	国家安全教育	A	1	16	16				考查				2			
		小计					10	176	160	16				5	7	2	4		
		选择性必修课	G2025011	中华优秀传统文化	A	1	16	16				考查			2				
			G2024001	党史	A	1	16	16				考查			2				
			G2024002	新中国史	A	1	16	16				考查			2				
			G2024003	改革开放史	A	1	16	16				考查			2				
			G2024004	社会主义发展史	A	1	16	16				考查			2				
		小计					1	16	16							2			

通识课程	必修	G2025012	体育（一）	B	1.5	24	2	22			考查	2						
		G2023010	体育（二）	B	2	32	4	28			考查		2					
		G2023011	体育（三）	B	2	32	4	28			考查			2				
		G2024006	体育（四）	B	1.5	24	2	22			考查				2			
		G2023013	大学生心理健康教育	B	2	32	16	16			考查		2					
		G2024007	军事理论	A	2	36	36				考查	2						
		G2025013	军事技能	C	2	112		112			考查							
		G2023016	大学英语（一）	B	4	64	48	16			考试	4						
		G2023017	大学英语（二）	B	4	64	48	16			考试		4					
		G2025003	信息技术	B	3	48	16	32			考试	3						
		G2025014	劳动教育	A	1	16	16				考查	2						
		G2023021	大学语文	B	2	32	16	16			考试	2						
		G2023023	公共艺术	B	2	32	16	16			考查		2					
		G2023024	创新创业教育基础	B	2	32	28	4			考查		2					
		G2025004	职业发展与就业指导（一）	B	0.5	8	6	2			考查	2						
		G2025005	职业发展与就业指导（二）	B	1	16	12	4			考查			2				
		小计				32.5	604	270	334				17	12	4	2		
	任选	人文素养与职业素养培育类		A	1.5	24	24				考查	全院公共任选课，由教务处负责开设，本专业学生在教务处面向全院开设的公共任选课中任意选修并修满6学分，96学时。鼓励学生通过国家教学资源平台自主学习，取得证书可申请学分转换。						
		自然科学与科学精神培育类		A	1.5	24	24				考查							
		体育竞技与安全健康教育类		A	1.5	24	24				考查							
		创新创业与职业技能培育类		A	1.5	24	24				考查							

		小计（不低于 96 学时，6 学分）				6	96	96										
	公共基础课程合计				49.5	892	542	350				22	19	8	6			
专业（技能）课程	专业基础课	必修	A2022016	电子商务基础	B	3	48	32	16			考试	3					
			A2018050	市场营销	B	3	48	32	16			考试		3				
			A2025001	经济学基础	B	3	48	32	16			考试			3			
			A2024006	零售基础	B	3	48	32	16			考试			3			
			A2024081	商品拍摄与素材编辑	B	2	32	16	16			考查			2			
			A2024168	电子商务法规	B	2	32	16	16			考试	2					
			A2024078	商务数据分析与应用	B	2	32	20	12			考试				2		
			A2025002	管理学基础	B	3	48	32	16			考试		3				
		小计				21	336	212	124				5	6	8	2		
	专业核心课	必修	A2025102	选品与采购	B	3	48	32	16			考试		3				
			A2024083	营销渠道运维	B	3	48	32	16			考试				3		
			A2024084	直播销售	B	4	64	20	44			考试			4			
			A2024085	内容策划与编辑	B	4	64	44	20			考试			4			
			A2024086	直播运营	B	4	64	44	20			考试				4		
			A2024087	新媒体运营	B	2	32	16	16			考试				2		
			A2024088	客户服务与管理	B	4	64	44	20			考试				4		
		小计				24	384	232	152					3	8	13		
	专业拓展课	选修	A2025019	电商沙盘模拟经营	B	2	32	16	16			考查						
			A2025103	主播形象设计	B	2	32	16	16			考查						
			A2023042	短视频与直播电商	B	2	32	16	16			考查						
			A2024104	直播销售与主播素养	B	2	32	16	16			考查						
A2024015			消费者心理与行为管理	B	2	32	16	16			考查							
A2024105			社群营销与运营	B	2	32	16	16			考查							
A2024106			商品摄影	B	2	32	16	16			考查							
A2024107			跨境电子商务实务	B	2	32	16	16			考查							

		小计				12	192	96	96				2	2	2	6		
实践性教学环节	必修	AZBSX01	短视频创作实训	C	1	20			20									
		AZBSX02	网络主播实训	C	1	20			20									
		AZBSX04	网络营销实务实训	C	1	20			20									
		G2025017	岗位实习	C	24	624				624								
		G2025020	毕业设计（6周）	C	6	120			120									
		G2025023	毕业教育（1周）	C	1	20			20									
	小计				33	804			180	624								
专业（技能）课程合计				90	1716	540	372	180	624		5	11	18	17	6			
全程合计				139.5	2608	1082	722	180	624		27	30	26	23	6			
注：课程类型分为纯理论课程（A类）、理论+实践课程（B类）、纯实践课程（C类）。																		

八、实施保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准，遵循新时代高校教师职业行为十项准则：坚定政治方向、自觉爱国守法、传播优秀文化、潜心教书育人、关心爱护学生、坚持言行雅正、遵守学术规范、秉持公平诚信、坚守廉洁自律、积极奉献社会。

1. 教师队伍结构

本课程的教师具有较为丰富理论教学和一线工作经验，属于“双师”教师，治学严谨，执教能力较强，教学效果好。本专业拥有一支素质优良、结构合理的“双师素质型”教学团队。本系设有电子商务教研室、金融服务与管理教研室、大数据与会计教研室和市场营销教研室五个，目前本教研室拥有专职教师 20 人，其中有研究生学历占 70%，设承担多项的省级科研项目，师资力量较强。本教研室的专兼职教师均有企业工作经验，并取得相应的职业资格证书，且能积极主动参加各类培训活动，不断提高专业水平和科研能力；教师队伍中老师普遍师德高尚、治学严谨，执教能力较强，教学效果好。

2. 专业带头人

郑琳，职称为副教授，在直播电商行业领域中具有卓越专业能力、丰富经验及领导力的核心人物，通常负责引领学科建设、制定发展方向、整合资源、培养团队，并推动技术创新或学术研究。本专业负责人徐梦沅，助教职称，通过前瞻性视野和战略规划，带动团队或组织突破瓶颈，提升行业竞争力，是推动专业领域发展、衔接理论与实践的关键引领者。

3. 专任教师

本专业有专任教师 20 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 7 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	是否已认定为双师型	拟任课程
1	傅妍馥	女	本科	学士	副教授	教师资格证、高级电子商务师、高级互联网营销师	是	零售基础
2	唐菁菁	女	研究生	硕士	助教	教师资格证	是	网络推广
3	陈媛	女	研究生	硕士	助教	教师资格证	否	新媒体运营
4	郑敏	女	研究生	硕士	助教	教师资格证	否	财税基础
5	李书德	男	本科	学士	助教	电子商务师	否	营销渠道运维
6	王佳炜	男	本科	学士	助教	教师资格证	否	内容策划与编辑
7	杨凯雯	女	本科	学士	助教	教师资格证、企业人力资源师（三级）、电子商务师（三级）	否	直播运营
8	徐梦沅	女	本科	学士	助教	教师资格证	否	短视频与直播电商
9	王赛威	男	研究生	硕士	助教	教师资格证	否	电子商务法律法规
10	许晓卉	女	研究生	硕士	助教	教师资格证、企业人力资源管理师（三级）	否	商务数据分析与应用
11	黄超英	女	本科	学士	助教	教师资格证	否	跨境电子商务实务
12	龚榕	男	研究生	硕士	助教	教师资格证、银行从业资格证、企业人力资源管理师（三级）	是	网络营销与实务
13	陈媛	女	研究生	硕士	助教	教师资格证	否	社群营销与运营
14	马弘毅	男	研究生	硕士	助教	教师资格证	否	商品拍摄与素材编辑
15	吴倩雯	女	研究生	硕士	助教	教师资格证	否	电子商务基础
16	陈达宏	男	研究生	硕士	讲师	高级工程师、教师资格证	是	ITMC 电子商务技能

17	王丽惜	女	研究生	硕士	副教授	中级经济师、教师资格证	是	客户服务与管理
18	林荧	女	研究生	硕士	助教	教师资格证	否	电子商务法规
19	王清玉洁	女	研究生	硕士	助教	教师资格证	否	直播销售
20	张璇	女	研究生	硕士	助教	教师资格证	否	市场营销

4. 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 8 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	陈斯义	男	本科	学士	无	中级	福建宏升兄弟食品有限公司	短视频与直播电商
2	林如新	男	本科	学士	无	中级	福建宏升兄弟食品有限公司	短视频与直播电商
3	郑宇莹	女	本科	学士	无	中级	百胜（福州）餐饮有限公司	短视频与直播电商
4	王孟冰	女	本科	学士	无	中级	福州贝超电子商务有限公司	网络营销实训
5	陈静	女	本科	学士	无	中级	福州贝超电子商务有限公司	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9 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、主要实验(训)设备名称及台套数要求	工位数(个)	对应课程
1	商务谈判室	《电子商务法规》 《商务数据分析与应用》 《客户服务与管理》	305.49 m ² 投影仪 1 个、幕布 1 块、鹅颈话筒 1 个、智能讲台(立式) 1 个、多媒体中心控制系统 1 个、谈判桌 1 张、谈判椅 10 张、条形桌 15 张、格力空调 1 台、折叠椅 30 张	11	《电子商务法规》 《商务数据分析与应用》 《客户服务与管理》
2	电商、市营综合实训室	《网络推广》《短视频创作实训》《直播销售》《直播销售与主播素养》《网络主播实训》	305.49 m ² 媒体视讯控制系统 1 个、交互式音视频切换系统 1 个、HDMI 智能互动切换线 26 条、桌面多功能接线盒 1 个、桌面触摸控制一体机 1 个、无线同屏传输器 7 个、大屏显示终端 6 个、智能互动控制台 6 个、HDMI 传输线 200 条等	38	《网络推广》《短视频创作实训》 《直播销售》《直播销售与主播素养》 《网络主播实训》
3	短视频创业实训室	《商品拍摄与素材编辑》《商品摄影》 《短视频与直播电商》	427.68 m ² 学生电脑 63 台、教师电脑 1 台、86 寸一体机 1 台、交换机 1 台等。	74	《商品拍摄与素材编辑》《商品摄影》
4	短视频实战教学实训室	短视频创作实训、 《短视频与直播电商》	427.68 m ² 学生电脑 63 台、教师电脑 1 台、86 寸一体机 1 台、交换机 1 台等。	78	短视频创作实训、 《短视频与直播电商》
5	直播间实训室	网络主播实训、《直播销售与主播素养》 《直播运营》	直播间 6 间, 直播间外大厅 1 间, 共 246.25 m ² 直播设备每间一台、幕布一块、投影仪一个	108	网络主播实训、《直播销售与主播素养》 《直播运营》

2.校外实训基地

(1) 现有校外实训基地情况

表 10 校外实训设备情况一览表

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	50
3	安踏(中国)有限公司	零售门店运营、客服管理	50
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	50

（2）校外实训基地建设需求

未来 3 年内，拟再增加相对固定的校外实践基地 3-5 家，争取与行业中有一定知名度的电商直播公司达成合作协议，共同搭建校企合作实践基地。

（三）教学资源

对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。

1. 教材选择与建设

本专业教材应选用高职优秀教材，包括各类精品教材、规划教材等。同时鼓励专业老师、行业专家共同参与教材的选用的编撰。目前本专业有多位教师参与主编或编写高职教材。

2. 图书文献配备基本要求

应能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，专业图书文献包括能反映金融专业教学和金融行业企业发展的新制度、新法规、新业务等的图书资料和电子杂志等。

3. 数字资源配备

本专业大部分职业基础课和职业技能课都已建立 moodle 教学平台或慕课平台，实行较为畅通的网络教学条件。课程资源主要包括：课程说明；课程教案及教学设计方案；授课课件（PPT）；教学案例和视频材料；实训操作指导手册；课程标准实训题库、案例库、习题集、录像、微课等互动性强的教学资料，教学形式实现了图、文、声、像并茂。扩大了课堂信息量，有效提高了教学质量；同时结合开放教育的相关网络课程教学资源进行整合使用；鼓励教师充分开发网络教学资源，利用媒体数据库：电子邮件；QQ 交流平台；BBS 讨论，增强学生学习的方便性。

（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 11 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

强调以教师为主导，以学生为主体，采用理论与实践紧密结合的教学方法或组织形式，如项目教学、角色扮演、案例教学和模拟教学等；合理安排专业课程的实训环节，实现仿真模拟操作、“课程进企业”与“企业进课堂”等多样化实训教学方式；注重教育信息化实践，利用多媒体、微课等信息化手段进行教学辅导。

（六）学习评价

采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式进行学习效果评价指标体系，评价内容包括学生的知识、技能与态度，以突出学生的职业精神、职业能力和素质的结合。考核实行百分制，其中考试课程：过程性评价占 40%，终结性评价占 60%。考查课程：过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。另外，毕业实习采用双轨评价模式：由学校专任教师与企业专家共同评估，其中学校教师评价占比 60%，企业专家评价占比 40%。

具体考核比重表如下：

表 12 教学评价表

名称	形成性评价： 考试 40%；考查 50%			终结性评价： 考试 60%；考查 50%	总分
课程考核	平时作业	出勤	课堂表现	考试（笔试）：专业能力+理论知识 考查：期末考核	
考核比例	考试：15% 考查：30%	考试：10% 考查：10%	考试：15% 考查：10%	考试：60% 考查：50%	100
考核方式	考试、考查				

按照评价指标体系的要求，对学生的学习过程进行过程评价和结果评价，突出阶段评价、目标评价、理论与实践一体化评价，具体评价标准考核如下：

- 1、过程性考核主要包括：课堂出勤率，课堂表现、平时作业完成情况等，其中平时作业包括团队合作作业、个人作业、过程性阶段考核等内容。
- 2、终结性考核主要包括：基本职业技能考核和理论考试两部分，内容见表所示。

（七）质量管理

1. 学校和系部应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 学校和系部应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4. 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 139.5 学分（其中：公共基础课程 49.5 学分，专业课程 90 学分）；
2. 修得学生工作部（团委）组织实施的第二课堂总分 $\geq$ 18 分；
3. 达到专业培养目标和培养规格要求；
4. 大学生体质健康测试合格，由公共基础部体育教研室（部）认定；
5. 毕业设计、岗位实习均达到及格及以上；
6. 符合学校学生学籍管理规定中的相关要求；
7. 获得与本专业相关的职业资格证书或等级证书，可置换认定对应课程学分。

表 13 网络营销与直播电商专业相关职业资格（等级）证书置换课程学分认定表

序号	证书名称	可置换课程	认定学分
1	全国计算机等级考试（一级）合格证书	信息技术	3
2	CET-4 证书	大学英语	8
3	电商直播合规管理（初级）证书	电子商务法规	2
4	直播电商运营师认证	直播运营	4
5	直播内容创意策划师	内容策划与编辑	4
6	电子商务师（初级）	电子商务基础	3

表 14 网络营销与直播电商专业相关职业资格证书

等级	证书名称	发证机构	主要考核内容	适合人群
初级	直播电商运营助理认证	中国电子商务协会	直播流程基础、商品上架操作、基础话术设计、平台规则解读	刚入行的新人、电商相关专业学生
	短视频营销初级证书	人社部职业技能鉴定中心	短视频拍摄剪辑技巧、基础内容策划、粉丝互动策略	短视频运营初学者、个人主播

	电商直播合规管理（初级）	国家市场监管总局培训中心	广告法基础知识、直播带货法规、消费者权益保护	电商企业合规岗位人员
中级	直播电商运营师认证	中国国际电子商务中心	直播间流量运营、粉丝分层管理、数据复盘分析、中阶转化率优化	1-3 年从业经验的运营人员
	直播内容创意策划师	中国传媒大学继续教育学院	爆款脚本设计、场景化直播策划、IP 人设打造、危机公关处理	内容策划、编导岗位从业者
	直播电商数据分析师	工业和信息化部教育与考试中心	用户画像分析、GMV 拆解建模、ROI 优化测算、竞品监测策略	电商数据分析、投放优化岗位
高级	直播电商高级经理人认证	中国商业联合会	全渠道资源整合、供应链协同管理、团队绩效考核、商业战略规划	电商部门负责人、创业公司管理者
	直播品牌战略顾问	中国质量认证中心	品牌全域营销布局、私域流量运营体系、商业价值评估	品牌总监、市场营销高管
	跨境直播电商专家	中国国际贸易促进委员会	多语种直播运营、跨境支付结算、国际物流管理、海外市场政策解读	跨境电商企业管理者、外贸从业者
	直播电商培训师资格证	人力资源和社会保障部	课程体系开发、主播孵化方法论、行业趋势研究、合规风险管理	培训机构讲师、企业内训导师

十、附录

附件 1：课程描述与要求

附件 2：专业人才培养方案评审意见表

附件 1：课程描述与要求

（一）公共基础课程

1. 思政课程

表 15 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
（一）学生学习目标 1. 素质目标：提高学生的辩证思维素养，培育学生团队合作精神，养成严谨的工作作风、爱岗敬业的工作态度，确立自觉遵守职业道德和行业规范意识。 2. 知识目标：掌握理想信念、中国精神、中华传统美德、社会主义核心价值观等概念及其内涵，理解社会主义道德和法治的基本要求。 3. 能力目标：能够运用道德和法律规范，正确调整自己的行为；能够运用所学理论知识解决实际生活中的问题。 （二）主要内容 1. 理论知识：讲授马克思主义的人生观价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，提升思想道德素质和法治素养。 2. 实践内容：根据教学内容开展社会调查、志愿服务、职业道德等专题研修。 （三）教学要求 1. 教学方法：采用典型案例分析、课堂讨论和情境演练等方法，对学生进行正确的人生观、价值观、道德观和法制观教育，引导学生树立高尚的理想情操，养成良好的道德品质和健全的人格，提高学生分析问题和解决问题的能力。 2. 教学模式：通过“课堂讲授”+“情境演练”等方式教学，提升学生理论联系实际的能力。 3. 教学资源：选用马克思主义理论研究和建设工程组织编写的马工程教材；利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。 4. 教学场地：多媒体教室。					

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 50%。

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

（一）学生学习目标

1. 素质目标：热爱祖国，拥护中国共产党的领导，坚持四项基本原则，与党中央保持一致。

2. 知识目标：了解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的主要内容、历史地位和意义，能系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理。

3. 能力目标：能懂得马克思主义基本原理必须同中国具体实际相结合，同中华优秀传统文化相结合才能发挥它的指导作用；能自觉运用马克思主义的立场、观点、方法分析问题和解决问题。

（二）主要内容

毛泽东思想的主要内容及其历史地位；邓小平理论的主要内容、形成及历史地位；“三个代表”重要思想及科学发展观的形成、主要内容及历史地位。

（三）教学要求

1. 教学方法：通过案例教学，组织学生进行案例分析，更好地把握中国共产党领导中国革命、建设和改革的历史进程。

2. 教学模式：以学生为本，注重知识的理解和拓展，做到教学相长；通过理论讲授，从整体上把握马克思主义中国化时代化第一次、第二次飞跃产生的理论成果的科学内涵、理论体系和主要内容；融入党的二十大精神，通过阅读经典著作，引导学生读原文、学经典、悟原理。

3. 教学资源：选用马克思主义理论研究和建设工程组织编写的马工程教材；利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 50%。

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	2
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
（一）学生学习目标 1. 素质目标：树立正确的政治立场，增强责任意识，提高当代大学生的使命感和责任感，厚植爱国主义情怀，争做有理想、敢担当、肯吃苦、能奋斗的时代新人。 2. 知识目标：掌握以中国式现代化全面推进建成社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗目标和战略安排，建构关于习近平新时代中国特色社会主义思想的知识体系和理论素养。 3. 能力目标：培养学生的战略思维、创新思维、辩证思维、法治思维、底线思维、历史思维等能力，能够使用正确的思想政治术语表达思想政治观点；能够初步分析我国经济、政治和社会发展现状和社会现实问题，具有明辨是非的判断能力。 （二）主要内容 全面介绍与阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、核心要义、精神实质、科学内涵、历史地位和实践要求，牢牢把握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本立场观点方法，引导学生提高学习理论的自觉性，增强责任感、使命感，将个人追求融入国家富强、民族振兴、人民幸福的伟大梦想之中。 （三）教学要求 1. 教学方法：通过开展专题教学，案例教学、小组探究等方法，使学生更好地把握新时代中国国情和世界形势。 2. 教学模式：以系统学习和理论阐释的方式，运用理论与实践、历史与现实相结合的方法，引导学生全面深入地理解习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系、内在逻辑、精神实质和重大意义，增进对其科学性系统性的把握，提高学习和运用的自觉性。 3. 教学资源：选用马克思主义理论研究和建设工程组织编写的马工程教材；利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。 4. 教学场地：多媒体教室。 5. 考核标准：采取过程性考核与终结考核相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+ 期末成绩 50%。					
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
（一）学生学习目标 1. 素质目标:引导学生树立科学的社会政治理想、道德理想、职业理想和生活理想,全面拓展能力,提高综合素质,塑造“诚、勤、信、行”和“有理想、有道德、有文化、有纪律”融于一体的当代合格大学生。 2. 知识目标:掌握党的创新理论和政策方针,能举例说明中国特色社会主义制度的优越性。 3. 能力目标:能用马克思主义观点和方法分析时事热点,抓住问题本质;培养学生逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力,以及对职业角色和社会角色的把握能力,提高学生的理性思维能力和社会适应能力。 （二）主要内容 人代会、党代会专题;党的建设专题;经济社会专题;国际形势及热点专题。 （三）教学要求 1. 教学方法:理论讲授法、案例教学法、视频学习法、体验式教学法。 2. 教学模式:精选相关视频介绍当前的形势,小组进行专题探讨,布置相关专题形势与政策资料收集,使学生真切感受过去五年的工作和新时代十年的伟大变革,新时代新征程中国共产党的使命任务,深刻认识到党的二十大和党的二十届三中全会精神的内涵要义等。 3. 教学资源:利用多媒体课件、电子期刊、国内主流时事新闻网站、网络教学平台等教学资源开展信息化教学,不断增强教学的实效性和针对性。 4. 教学场地:多媒体教室。 5. 考核标准:采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式,总评成绩=平时成绩 50% (其中平时作业成绩占 15%,出勤占 25%,课堂表现占 10%)+期末成绩 50%。					
课程名称	中华优秀传统文化			开课学期	3
参考学时	16	学分	1	考核方式	考查
（一）学生学习目标 1. 素质目标:开阔学生视野,提高文化素养;培养学生吸取中国传统文化精髓,学会处理人与人、人与社会之间的关系;提升高职大学生人文素养,增加爱国主义感情、社会主义道德品质,形成良好的个性、健全的人格,促进其幸福人生的发展。 2. 知识目标:掌握中华优秀传统文化的基本精神,领会中国传统哲学、礼制、艺术、科技、中医等方面文化精髓;了解中国传统思想境界、思想流派和表现形式;了					

解中国古代科学、技术、艺术、中医药文化成果；了解中国传统节庆、民俗等文化特点及习俗。

3. 能力目标：能够借鉴中华优秀传统文化的科学思维方式，并运用到日常学习和生活实践；能够吸收中华优秀传统文化的智慧精髓，能感悟传统文化的精神内涵和实践魅力。

（二）主要内容

通过对中国传统文化的思想、哲学、传统艺术、传统典章制度、传统节庆与民俗、传统科技、中医文化等内容学习，引导学生了解、掌握中华优秀传统文化基本内涵和精神实质。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、视频教学法、案例教学法、课堂讨论法。

2. 教学模式：通过课堂讨论、视频播放等形式让学生理论联系实际，学习了解中华优秀传统文化的基本精神的文化成果。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	国家安全教育			开课学期	4
参考学时	16	学分	1	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：增强爱国、爱校、爱集体意识和热情；树立乐观向上、自信坚强、勇于面对挫折和挑战的态度；树立正确的国家安全观。

2. 知识目标：掌握总体国家安全观的基本内涵，了解国家安全的多维度、全方位特点，理解新时代我国国家安全面临的复杂形势；了解新时代国家安全是以人民安全为宗旨的核心理念，理解人民安全在国家安全中的地位；掌握新时代政治安全、经济安全、军事、科技、文化、社会安全等相关理念。

3. 能力目标：能够运用总体国家安全观指导实际学习、工作与生活，学会以安全为前提下的国家安全防护及自我保护、沟通及解决问题的能力。

（二）主要内容

主要根据国家安全形势和教育部关于高校国家安全教育要点，结合高职院校学生思想实际，使高职院校学生牢固树立国家安全意识，培养学生爱国精神，使其矢志不渝听党话、跟党走，不断成为建设社会主义现代化强国的可靠接班人。

（三）教学要求

1. 教学方法：采取讲授法、案例教学法、课堂讨论法、引导教学法、角色扮演法、情境教学法、任务驱动法等。从我国的国内国际安全形势出发，对学生进行总体国家安全观的教育，牢固树立学生的时代使命和国家安全意识，提高学生的政治理论水平，培养学生积极维护和塑造国家安全。

2. 教学模式：为体现“教学做合一”的教学理念，采用形式丰富多样的教学方法，让学生掌握总体国家安全观的基本内涵，了解国家安全教育的重要性。

3. 教学资源：利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 50%。

2. 通识课程

表 16 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	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 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。

2. 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。

3. 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。

（二）主要内容

理论部分主要包括关注心理健康、完善自我意识和优化个性品质、学会情绪管理、调节学习心理、应对挫折与压力、解读恋爱心理、和谐人际关系、生命教育与心理危机干预等内容。实践部分结合学生实际，开展团体心理辅导、心理剧表演、心理健康普查、主题心理班会、心理咨询体验等活动。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、案例法、分组讨论法、团体训练法、个案分享法。
2. 教学模式：以影响学生心理健康的各个因素为任务开展研讨活动。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩(50%)+期末成绩(50%)。

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

（一）学生学习目标

1. 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。
2. 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；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。
3. 能力目标：具备对军事理论基本知识进行正确认知、理解、领悟和宣传的能力。

（二）主要内容

中国国防；国家安全；军事思想；现代战争；信息化装备。

（三）教学要求

1. 教学方法：综合运用讲授法、案例法、分组讨论法等方法，充分运用信息化手段开展教学。
2. 教学模式：采用线上线下相结合方式教学。线上利用学习平台提供课程资料、拓展视频，方便学生预习复习；线下课堂开展互动教学，组织学生进行案例分析、讨

论汇报等活动，及时答疑解惑，提升学习效果。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用多媒体课件、线上优质课程、军事类网站资讯、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 60%（其中平时作业成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 40%。

课程名称	军事技能			开课学期	1
参考学时	112	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：提高学生思想素质，具备军事素质，保持心理素质，培养身体素质，增强组织纪律观念，培养令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风。

2. 知识目标：熟悉并掌握单个军人徒手队列动作的要领、标准；

3. 能力目标：掌握内务制度与生活制度，列队动作基本要领。具备一定的个人军事基础能力及突发安全事件应急处理能力。

（二）主要内容

军事训练

（三）教学要求

1. 教学方法：示范教学法由教官进行标准动作示范，让学生直观学习；分解练习法将复杂队列动作分解为多个环节，逐步指导学生掌握；模拟训练法设置模拟实战场景、应急事件场景，提升学生应对能力；竞赛激励法组织队列比赛、内务评比等活动，激发学生训练积极性。

2. 教学模式：实施集中训练与分散巩固相结合的教学模式。

3. 教学资源：训练装备配备符合标准的训练枪械（模拟枪）、军体器材；防护用具准备齐全的头盔、护膝等，保障训练安全。

4. 教学场地：训练场。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 30%（其中平时训练占 20%，出勤占 10%）+技能考核成绩 50%+理论考核成绩 20%。

课程名称	劳动教育			开课学期	1
参考学时	16	学分	1	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：树立崇尚劳动的价值观；养成踏实肯干、忠于职守、敬业奉献、精益求精的劳动精神、工匠精神和爱岗敬业、争创一流、艰苦奋斗、勇于创新、淡泊名利、甘于奉献的劳模精神。

2. 知识目标：了解马克思主义劳动思想；了解劳动精神、工匠精神、劳模精神的定义和内涵。

3. 能力目标：能使用专业技能进行劳动实践；能设计策划劳动实践的内容与过程；能使用信息化手段对劳动实践的成果进行总结归纳与评价。

（二）主要内容

劳动理论、劳动精神、劳动素养。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用讲解、多媒体演示、小组讨论、课堂互动、知识链接等多种方法，努力为学生创设更多知识应用的机会。

2. 教学模式：课堂教学、专题讲座等理论教学模式。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用课程学习网站为学生提供集图、文、声、像于一体的自主学习网络平台。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%+期末成绩 60%。

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

（一）学生学习目标

1. 素质目标：学会通过体育活动等方法来提高体魄和调控情绪；形成克服困难的坚强意志品质；建立和谐的人际关系，具有良好的合作精神和思想道德。

2. 知识目标：掌握运动人体科学基础理论，理解体质健康评价标准与方法论精通2-3项专项运动技术体系，具备运动损伤防护与康复知识。

3. 能力目标：掌握1-2项基本技能和保健方法，具备多项体育项目的赏析能力。

（二）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。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用个性化指导、启发式提问、多媒体演示、讲授法、示范法、分解法、实践操作法等。
2. 教学模式：分层分类教学；课内外一体化。
3. 教学资源：提供篮球、羽毛球等专项技能教学视频库，以及运动损伤处理、营养科学等理论课程数字化资源。
4. 教学场地：学校多媒体教室、室内外运动场、操场等。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业和测验成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

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

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养坚持中国立场，具有国际视野的人才；培养沟通中善于倾听与协商，尊重他人，具有同理心与同情心的优良品质；锤炼尊重事实、谨慎判断、公正评价、善于探究的思维品格。
2. 知识目标：掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识体系；掌握不同语境适用的策略，有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务；了解英语学习策略理论，掌握资源选择、过程监控和学习效果评价的相关知识。
3. 能力目标：具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能；能够辨析语言和文化中的具体现象；能运用恰当的英语学习策略，制定学习计划、选择学习资源、监控学习过程、评价学习效果。

（二）主要内容

1. 掌握词汇、语法、语篇和语用等职场涉外沟通和应用的语言知识。
2. 理解和掌握涵盖哲学、经济、科技、教育、历史、文学、艺术、社会习俗、地理概况，以及中外职场文化和企业文化等文化知识，比较文化异同，汲取文化精华，加深对中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化的认同。
3. 运用英语进行有效听、说、读、写、看、译，对话、讨论、辩论、谈判等互动。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用项目导向法、以学生为中心的启发式教学法、形象讲授法、分组讨论法、情境交际法、任务驱动法、视听教学法等激发学习兴趣，提升学习效果。

2. 教学模式：分层次教学；课堂讲授；视听说课：强化语言的的实际应用能力。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通、音标软件、教材配套 APP 等开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业和测验成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	大学语文			开课学期	1
参考学时	32	学分	2	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 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。
2. 知识目标：掌握汉语言文字表达方法，树立语言规范意识；掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法；掌握职业书面表达的基本知识。
3. 能力目标：具备对人类美好情感的感受能力以及对美文的阅读欣赏能力；具有作品的阅读欣赏能力和基础应用写作能力。

（二）主要内容

1. 古今中外优秀文学作品赏析；
2. 口语表达、朗诵等基本知识及表达；
3. 通知、计划、总结、消息等基础应用写作知识及训练。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、讨论法、情境教学法、问题导向教学法、比较教学法等。
2. 教学模式：结合校园文化和职业岗位需求，实行讲授结合训练的教学模式，指导学生学习和运用语文知识与技能，同时也指导学生积极参与经典诵读、演讲、写作、书法等各类语言文字应用实践。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业和测验成绩占 30%，出勤占 5%，课堂表现占 15%）+期末成绩 50%。

课程名称	信息技术			开课学期	1
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生形成规范的操作习惯、养成良好的职业行为习惯；培养学生拥有团队意识和职业精神，善于独立思考和主动探究，为学生职业能力的持续发展奠定基础。

2. 知识目标：掌握 WPS 各项知识；掌握信息、信息技术、信息社会、信息素养、职业文化、信息安全等相关基础知识；理解机器人流程自动化基本概念；掌握主流程序设计语言 Python 的基本语法、流程控制、数据类型、函数、模块、文件操作、异常处理等；掌握大数据、人工智能、云计算、现代通信技术、物联网、数字媒体、虚拟现实、区块链的概念、发展历程及特点，了解相关技术及平台。

3. 能力目标：培养学生沟通交流、自我学习的能力；培养学生搜集信息、整理信息、发现问题、分析问题和解决问题的能力；提高学生实践动手能力、观察与创新思维能力、解决问题能力及书面与口头表达能力。

（二）主要内容

各种文档处理、信息检索、大数据、人工智能、现代通信技术等内容。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用讲授法、引导教学法、讨论法、情境教学法、任务驱动法、实训作业法、自主学习法等。

2. 教学模式：线上线下相结合的教学模式。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；采用全国计算机等级考试模拟系统，为学生提供模拟环境和考试题库。

4. 教学场地：多媒体教室、计算机机房。

5. 考核标准：采取过程性评价（50%）与终结性评价（50%）结合的考核方式，总评成绩=平时成绩(50%)+期末成绩(50%)。

课程名称	创新创业教育基础			开课学期	2
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养“敢闯会创”精神与抗压能力，强化团队协作，树立职业道德与可持续发展理念。

2. 知识目标：掌握创新思维方法论；理解创业核心要素：市场需求分析、商业模

式画布、最小可行性产品设计；熟悉创业政策法规、知识产权保护及企业社会责任内涵。

3. 能力目标：具有用逆向思维解决复杂问题，提出可行方案的创新能力；能够独立完成商业计划书撰写与路演，借助模拟运营掌握财务、协作与风控技巧；具有对接创业扶持政策与社会资源的整合能力。

（二）主要内容

讲解创业概念、类型、创业者特质并分析政策环境，筑牢理论根基；通过案例实操模拟创业流程，锻炼团队协作等实操能力，助力学员系统掌握创业核心能力，降低试错风险。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、案例分析法等。
2. 教学模式：线上与线下相结合教学，以适应不同学生的学习需求。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 60%。

课程名称	职业发展与就业指导			开课学期	1、3
参考学时	24	学分	1.5	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：具有爱党、爱国的情感；具有较强的责任感、崇尚科学精神；具有勇于奋斗、乐观向上的精神。
2. 知识目标：了解职业的基本内容，掌握分析职业环境的基本方法；了解专业技术领域现状及发展趋势。
3. 能力目标：具备自信、积极、乐观的人生态度，能够积极展现自我，勇于挑战；掌握一定的面试技巧，能够应对各种面试问题及突发情况。

（二）主要内容

就业保护力建设模块解析劳动合同、五险一金等法规政策；教授简历撰写、面试模拟等实操技巧；校企合作岗位实践、沙盘推演等。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、案例分析法等。 2. 教学模式：线上与线下相结合教学，以适应不同学生的学习需求。 3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。 4. 教学场地：多媒体教室。 5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 50%。					
课程名称	公共艺术			开课学期	2
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
（一）学生学习目标 1. 素质目标：提升学生的审美能力和艺术修养，培养对公共艺术特别是手工艺术的浓厚兴趣和爱好；通过动手实践，激发学生的创造力和想象力，增强团队协作能力；加深学生对传统与现代手工艺的理解，弘扬中华优秀传统文化。 2. 知识目标：掌握公共艺术的基本概念、发展历程及手工艺术的基本技能和技法；了解不同手工材料的性能和特点，熟悉各类手工艺术作品的创作流程和方法；理解手工艺术与人们生活、文化、社会之间的联系和影响。 3. 能力目标：能够独立完成手工艺品的设计和制作，具备较强的动手能力和实践能力；能够运用所学知识和技能，对手工作品进行欣赏、分析和评价；能够积极参与团队合作，共同完成复杂的手工艺项目，具备良好的沟通协调能力。 （二）主要内容 学习剪纸、折纸艺术等的基本概念与分类、材料的选择与应用、设计原理与美学原理等；动手制作各类手工作品（如剪纸、折纸、超轻黏土等）、团队协作手工项目设计与实施、手工作品展示与交流。 （三）教学要求 1. 教学方法：讲授法、示范法、实践操作法、分组讨论法等。 2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。 3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。 4. 教学场地：学校美术实训室或多媒体教室。 5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时					

成绩 50%（其中平时成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

（二）专业（技能）课程

1. 专业基础课程

表 17 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
（一）学生学习目标 1. 素质目标：让学生理解电子商务活动的法律规范与伦理准则，遵守行业法规（如《电子商务法》），注重消费者权益保护与隐私安全。提升学生对电商行业动态的关注度（如直播电商、社交电商等新兴模式），让学生主动探索创新解决方案，适应技术变革与市场需求。能够使学生养成自主学习习惯，通过案例分析、行业报告等资源更新知识储备，提升职业竞争力。 2. 知识目标：让学生理解电子商务的定义、发展历程、分类（B2B/B2C/C2C/O2O等）及核心业务流程（交易、支付、物流）。培养学生掌握平台型电商（如淘宝、京东）、内容电商（如小红书、抖音）、跨境电商等模式的特点与运营逻辑及了解大数据、云计算、区块链等技术在电商中的应用场景。让学生学习电子合同、知识产权保护、税收政策等法律知识，明确电商经营中的合规要求。 3. 能力目标：让学生能够独立完成网店开设（如淘宝/拼多多后台操作）、商品上架、基础推广设置（如关键词优化）及订单处理流程。培养学生能识别常见电商运营问题（如物流纠纷、差评处理），提出解决方案以及预判潜在风险（如系统安全漏洞）并制定应急预案。让学生能够结合新媒体营销（如短视频制作、直播话术设计）与电商运营，提升综合竞争力。 （二）主要内容 学习电子商务模式选择、B2B 电子商务、网络零售、跨境电子商务、电子商务的安全、移动电子商务、电子政务等相关知识。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份案例。 （三）教学要求					

1. 教学方法：讲授法、引导教学法、课堂讨论法、案例教学法、情境教学法等。 2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。 3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。 4. 教学场地：多媒体教室。 5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。					
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
（一）学生学习目标 1. 素质目标：让学生理解市场营销活动中的伦理规范与法律法规（如《广告法》《反不正当竞争法》），遵守诚信经营原则，杜绝虚假宣传与商业欺诈。培养学生树立以消费者需求为核心的营销理念，关注用户体验，培养解决客户痛点的责任感。通过模拟项目训练团队协作能力，让学生能够理解全球化背景下跨文化营销的沟通技巧与包容性思维。 2. 知识目标：让学生理解 4P（产品、价格、渠道、促销）、4C（消费者、成本、便利、沟通）等经典理论，掌握 STP（市场细分、目标市场选择、定位）战略框架。引领学生学习消费者行为模型（如 AIDA 模型）、市场调研工具（问卷设计、焦点小组）及数据分析方法（定量与定性结合）以及品牌资产构建方法、整合营销传播（IMC）策略及危机公关应对原则。 3. 能力目标：让学生能够独立完成行业竞争分析（SWOT/PEST）、消费者画像构建，并制定目标市场进入策略。让学生能够掌握并撰写完整的营销策划案（包括预算分配、渠道选择、活动设计），落地执行促销活动（如线上引流、线下快闪店）。让学生能够掌握销售话术设计、客户谈判技巧及售后服务管理，提升客户留存与复购率。 （二）主要内容 学习市场营销基础与核心理念、市场分析与战略制定相关知识。明确营销组合策略与实践的工作任务，了解数字化营销与新兴技术的应用场景。 （三）教学要求 1. 教学方法：讲授法、任务驱动法、引导教学法、课堂讨论法、案例教学法、情境教学法等。 2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。					

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室、实训室/机房。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	经济学基础			开课学期	3
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：

- （1）培养对身边经济现象和经济政策的敏锐感。
- （2）树立经济意识、市场意识、成本意识和竞争意识。
- （3）通过完成项目作业和小组作业增强团队协作素质和精神。
- （4）通过完成课外阅读、资料查找和分析任务提高经济自我学习和分析素质。
- （5）理论联系实际，指导自己的理性消费和高效资源分配的能力；
- （6）具有强烈的资源稀缺意识，养成节约资源、保护环境的高度自觉行为，培养学生树立正确的人生价值观；
- （7）培养和提升创造性、建设性解决问题的素养，培养学生的社会责任感和历史使命感；

2. 知识目标：

- （1）掌握西方经济学的研究对象、研究内容、研究方法和发展历程；
- （2）掌握需求和供给以及市场价格作用原理；
- （3）掌握基数效用理论和序数效用理论的基本内容；
- （4）掌握生产要素合理投入的分析方法；
- （5）掌握成本和收益理论及其分析方法；
- （6）掌握四种市场结构类型中产量和价格的确定；
- （7）掌握市场失灵原因和各种微观经济政策。

3. 能力目标：

- （1）能运用需求、供给分析方法对简单的经济现象进行分析；
- （2）能运用基数效用理论和序数效用理论对消费者行为进行简单分析；
- （3）能对生产要素的合理投入进行分析；
- （4）能运用成本与收益理论对企业的长期和短期成本进行分析；
- （5）能运用市场理论对四种市场结构类型中产量和价格的确定进行分析；
- （6）能运用各种微观经济政策、市场因素和政府作用解决市场失灵问题进行分析。

（二）主要内容

1. 导论
2. 需求、供给和均衡价格
3. 消费者选择
4. 企业的生产和成本
5. 完全竞争市场
6. 不完全竞争市场
7. 生产要素市场和收入分配
8. 一般均衡与效率
9. 市场失灵和微观经济政策

（三）教学要求

1. 教学方法：用启发式、讨论式、案例分析等教学方法，充分利用多媒体等现代化教学手段，整体优化教学过程和教学内容，调动学生学习的积极性。

2. 教学模式：采用多元化的教学方法，注重理论联系实际，培养学生的经济思维和分析能力。

3. 教学资源：选用高教出版社的马克思主义理论研究和建设工程重点教材《西方经济学》第二版上册；利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等教学资源开展线上线下教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	零售基础			开课学期	3
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：让学生遵守零售行业规范（如商品陈列标准、售后服务承诺），树立诚信经营理念，杜绝销售欺诈与虚假宣传。培养学生以消费者需求为中心的服务意识，主动关注顾客体验，提升沟通耐心与问题解决能力。让学生理解零售法律法规（如《消费者权益保护法》《价格法》），确保商品质量合规、价格透明及数据隐私保护。

2. 知识目标：让学生理解零售的定义、功能（集散、服务、信息传递）及业态分类（百货、超市、便利店、新零售等）。引领学生学习商品采购与供应链管理、库存控制、门店布局设计、定价策略、会员管理体系等基础理论。让学生了解数字化工具（如 POS 系统、RFID 技术）、O2O 模式、无人零售及大数据驱动精准营销。

3. 能力目标：让学生能完成商品陈列（如黄金陈列位设计）、库存盘点、收银操作及日常损耗管理。让学生能够运用 FABE 销售法则推介商品，处理顾客投诉（如退换货纠纷），提升客户满意度与复购率。让学生能够通过销售数据（如客单价、坪效、周转率）分析门店经营状况，提出优化建议。

（二）主要内容

学习零售行业概述与业态分析、零售战略与运营管理等相关知识。明确零售技术与数字化升级的工作任务，了解并掌握零售法规与服务规范。

（三）教学要求

1. 教学方法：课堂授课教学、案例教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。

2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室、实训室/机房。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	商品拍摄与素材编辑			开课学期	3
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生对色彩、构图、光影的敏感性，追求高品质视觉呈现，注重拍摄与修图的细节处理。让学生尊重原创设计，遵守知识产权法规（如商品图片授权、字体/素材版权），杜绝盗图、抄袭等行为。让学生理解商品视觉设计与营销目标的关联性，能配合运营、文案团队完成素材优化。

2. 知识目标：让学生理解光线类型（自然光、柔光箱、LED 灯）、构图法则（三分法、对角线构图）、景深控制等核心知识。引领学生学习单反/微单相机参数设置（光圈、快门、ISO）、手机拍摄技巧及辅助工具（三脚架、反光板）。让学生掌握服装、食品、数码产品、珠宝等类目的差异化拍摄要求（如白底图、场景图、卖点特写）。

3. 能力目标：让学生能根据商品特性制定拍摄方案（布光、布景、角度选择），输出符合平台要求的高清主图与详情页素材且熟练使用 PS 去除瑕疵、统一色调、合成场景图；通过 LR 调整曝光、对比度，增强商品质感。让学生能够独立制作 15-30

秒商品展示短视频（脚本设计、分镜拍摄、背景音乐搭配），生成 GIF 动图突出产品卖点，同时能根据点击率、转化率等数据优化素材（如调整主图配色、优化短视频前 3 秒内容）。

（二）主要内容

学习商品摄影基础等相关理论知识。明确类目化商品拍摄实战的工作任务，学习并训练后期编辑与视觉优化。掌握电商平台素材规范与数据分析。

（三）教学要求

- 1. 教学方法：课堂授课教学、案例教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。
- 2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。
- 3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
- 4. 教学场地：多媒体教室、实训室/机房。
- 5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	电子商务法规			开课学期	1
参考学时	32	学分	2	考核方式	考试

（一）学生学习目标

- 1. 素质目标：让学生树立电子商务活动中的法治观念，理解法律在数字经济中的核心作用，培养遵守法律、敬畏规则的职业素养。强化学生诚信经营意识，关注消费者权益保护、数据隐私等社会议题，形成合规经营与社会责任并重的价值观。使学生提升对电商法律风险（如合同纠纷、知识产权侵权、税收合规）的敏感性，养成主动规避风险的职业习惯。
- 2. 知识目标：让学生掌握《电子商务法》《民法典》《网络安全法》《个人信息保护法》《反不正当竞争法》等核心法律条文及适用场景。使学生理解电子合同成立要件、消费者权益保护规则、平台责任边界、数据跨境传输合规要求、跨境电商法律冲突等核心内容。熟悉电子商务信用评价、电子支付、物流服务等领域的国家标准及最新政策动态（如《网络交易监督管理办法》）。
- 3. 能力目标：让学生能独立撰写合规的电子合同条款，设计用户隐私协议，审核电商平台规则合法性。使得学生能够针对虚假宣传、数据泄露、知识产权侵权等典型案例进行法律风险评估，提出合规整改方案。让学生掌握在线纠纷调解（ODR）、电

子证据保全、诉讼管辖选择等实务技能，具备处理常见电商纠纷的能力。

（二）主要内容

学习电子商务法律基础、数据合规和网络安全与法律争议解决实务等相关知识。明确消费者权益与平台责任的安全工作任务，了解并掌握知识产权与竞争合规性。

（三）教学要求

- 1. 教学方法：案例教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。
- 2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。
- 3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
- 4. 教学场地：多媒体教室。
- 5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	商务数据分析与应用			开课学期	4
参考学时	32	学分	2	考核方式	考试

（一）学生学习目标

- 1. 素质目标：培养学生遵守数据隐私法规（如《个人信息保护法》《GDPR》），杜绝数据篡改、滥用及泄露行为，维护数据安全。学生能向非技术人员（如市场、运营团队）清晰解读数据报告，推动分析结果落地执行。
- 2. 知识目标：让学生理解数据分析流程（定义问题→数据采集→清洗→建模→可视化）、常用指标（如转化率、复购率、GMV）及数据分类（结构化/非结构化数据）。引导学生学习图表类型选择（折线图/热力图/桑基图）、可视化叙事技巧及报告撰写规范。
- 3. 能力目标：让学生针对电商、零售、金融等行业需求（如精准营销、库存优化、风险控制），设计定制化分析方案。让学生运用描述性分析（均值、分布统计）、诊断性分析（相关性检验）、预测性分析（线性回归）解决业务问题。

（二）主要内容

学习主要对策数据分析基础与入门工具，如 Excel：数据透视表、条件格式、高级函数（SUMIFS、INDEX-MATCH）、Python：Pandas 数据框操作、Matplotlib 基础绘图、及 SQL：SELECT 查询、JOIN 关联、GROUP BY 聚合。了解数据清洗与预处理和商务分析模型的方法，明确数据可视化与报告撰写的工作任务。

（三）教学要求

1. 教学方法：课堂授课教学、案例教学法、小组讨论法、任务驱动法、互动教学法等多种教学方法。
2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：实训室/机房。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	管理学基础			开课学期	2
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标

（1）塑造正确的世界观、人生观、价值观，通过学习，掌握事物发展规律，通晓天下道理，丰富学识，增长见识，塑造品格，努力成为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

（2）培养学生实事求是的学风和创新意识、创新精神和职业道德素养。

（3）培养学生主动维护商业伦理，主动承担企业社会责任。

（4）培养学生持续创新、勇于挑战的企业家精神

2. 知识目标

（1）掌握管理的定义、本质、职能（计划、组织、领导、控制、创新）及管理者的角色与技能。

（2）理解管理学理论的历史演变（古典理论、行为科学、现代管理流派）及其时代背景。

（3）了解决策类型、过程及影响因素，掌握 PEST、SWOT、决策树等分析工具。

（4）掌握组织设计原则、结构类型（如机械式与有机式）、组织文化与变革。

（5）熟悉领导理论（特质理论、权变理论）、激励理论（需求层次、双因素理论）及沟通模型。

（6）理解控制类型、过程及风险管理方法（如危机预警流程）。

（7）掌握创新类型、组织变革路径及学习型组织特征。

（8）了解互联网时代的管理挑战及大数据、信息技术在管理中的应用。

3. 能力目标

- (1) 能够运用 PEST、SWOT 等工具分析企业内外部环境，并制定科学决策方案。
- (2) 通过案例模拟，掌握不确定情境下的决策方法
- (3) 能够设计合理的组织结构，并解决组织整合中的矛盾
- (4) 在小组项目中实践团队分工、冲突管理与有效沟通技巧。
- (5) 识别管理实践中的问题（如激励失效、沟通障碍），提出针对性改进措施。
- (6) 运用 PDCA 循环、甘特图等工具优化计划与控制流程。
- (7) 结合互联网技术提出管理创新建议（如数字化转型）。
- (8) 分析组织变革阻力，设计变革推动策略（如勒温变革模型）。

（二）主要内容

1. 管理的内涵与本质
2. 管理理论的历史演变
3. 决策与决策过程
4. 环境分析与理性决策
5. 决策的实施与调整
6. 组织设计
7. 人员配备
8. 组织文化
9. 领导的一般理论
10. 激励
11. 沟通
12. 控制的类型与过程
13. 控制的方法与技术
14. 风险控制与危机管理
15. 创新原理
16. 组织创新

（三）教学要求

1. 教学方法：采用项目式教学、课堂讲授与案例相结合的教学方法进行课程的教学
2. 教学模式：采用“理论讲授+案例分析+实践体验+互动研讨”的混合教学模式，结合线上线下资源，通过企业案例，项目式学习，培养学生分析决策、团队协作及创新能力，强化管理伦理与系统思维。

3. 教学资源：选用高教出版社的马克思主义理论研究和建设工程重点教材《管理学》，利用多媒体课件、电子书籍、网络教学平台等教学资源开展线上线下教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

2. 专业核心课程

表 18 专业核心课程教学要求

课程名称	选品与采购			开课学期	2
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
（一）学生学习目标 1. 素质目标 （1）培养诚信、公正的职业素养，树立依法选品与采购的责任意识（如遵守广告法、消费者权益保护法等），践行课程思政中“质量为本、绿色采购”的理念。 （2）激发创新思维与探索精神，主动关注电商行业动态（如直播电商、跨境电商），适应选品与采购技术、方法的更新迭代。 （3）强化团队协作能力，在模拟选品、采购谈判等实践中学会沟通与分工，提升职业责任感。 2. 知识目标 （1）掌握选品与采购的核心概念：理解商品整体概念、选品原则（如市场需求导向、差异化）、采购流程（供应商选择、合同签订）等基础理论。 （2）熟悉商品质量与分类知识：包括商品质量影响因素、检验方法（如感官检验、第三方质检）、互联网+商品分类编码规则（如电商平台 SKU 管理）。 （3）了解行业前沿内容：如跨境选品的文化差异、直播选品的流量逻辑（爆款/引流款策略）、采购风险控制（供应商破产、库存积压应对）等。 3. 能力目标 （1）具备市场分析与选品决策能力：能运用市场调研工具（如巨量算数、生意参谋）分析消费者需求、竞品动态，完成目标商品的筛选与评估。 （2）掌握采购全流程操作能力：包括制定采购计划、供应商谈判（价格/交货期					

协商)、合同条款审核(质量/售后约定)及供应链协调(库存周转优化)。

(3) 提升问题解决与风险防控能力:能识别采购中的常见风险(如质量不达标、物流延迟),并提出应对策略(如多供应商备份、质检协议)。

(二) 主要内容

1. 商品认知:商品特征与属性、分类原则(如用途/材质分类)、互联网+商品编码规则(如电商平台SKU体系)。

2. 选品策略与方法:市场调研(站内/站外数据工具应用)、选品原则(需求匹配、成本可控)、选品工具(如选品软件、第三方数据分析平台)。

3. 商品质量与包装:质量影响因素(生产/储运环节)、检验方法(感官/理化检验)、包装功能(保护/营销)与材料选择(环保/成本平衡)。

4. 采购流程与管理:采购计划制定(基于销售预测)、供应商筛选(资质/信誉评估)、采购谈判(价格/账期博弈)、合同管理(条款审核/履约监控)。

5. 实战与风险控制:模拟选品(如助农直播选品)、采购全流程实训(从需求提报至入库验收)、风险案例分析(如库存积压、供应商违约)。

(三) 教学要求

1. 教学方法:采用项目式教学、课堂讲授与案例相结合的教学方法进行课程的教学

2. 教学模式:采用“理论讲授+案例分析+实践体验+互动研讨”的混合教学模式,结合线上线下资源,通过企业案例,项目式学习,培养学生分析决策、团队协作及创新能力,强化管理伦理与系统思维。

3. 教学资源:选用高教育出版社的马克思主义理论研究和建设工程重点教材《管理学》,利用多媒体课件、电子书籍、网络教学平台等教学资源开展线上线下教学,不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地:多媒体教室/机房

5. 考核标准:采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式,总评成绩=平时成绩40%(其中平时作业占15%,出勤占10%,课堂表现占15%)+期末成绩60%。

课程名称	营销渠道运维			开课学期	4
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

(一) 学生学习目标

1. 素质目标:培养学生对市场变化的敏感性和渠道管理的责任意识,树立以客户为中心的运维理念。提升学生的团队协作能力,能在多部门协作中主动沟通并承担渠

道运维职责。强化学生的职业道德素养，理解渠道合作中的诚信原则与合规要求。

2. 知识目标：让学生掌握营销渠道的基本概念、结构类型及功能演变规律。使学生理解渠道成员角色分工、利益分配机制及冲突管理策略。让学生熟悉渠道运维的核心流程，包括渠道设计、评估、激励与优化。让学生理解数字化工具（如 CRM 系统、数据分析平台）在渠道管理中的应用逻辑。

3. 能力目标：让学生能够独立完成渠道需求分析，制定合理的渠道布局方案。使学生具备渠道绩效评估能力，运用 KPI 工具诊断问题并提出改进措施。让学生能够设计渠道激励政策，协调解决渠道冲突并维护合作关系。使学生熟练使用数据分析工具，通过数据驱动渠道策略优化。让学生具备撰写渠道运维报告、开展渠道谈判的实务操作能力。

（二）主要内容

学习营销渠道基础、渠道设计和策略与渠道运维核心等相关知识。明确营销渠道优化与创新工作任务，了解并掌握数字化运维工具。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、案例法、任务驱动法、多媒体教学。等多种教学方法。
2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：实训室/机房。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	直播销售			开课学期	3
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生以消费者为中心的销售理念，树立诚信经营、合规直播的职业道德意识。强化学生抗压能力与情绪管理的技巧，适应高强度直播节奏并保持专业形象。提升学生团队协作意识，理解直播团队中策划、运营、场控等角色的协同关系。使学生形成创新思维与市场敏感度，能够捕捉消费趋势并灵活调整直播策略。让学生建立个人品牌意识，注重主播形象塑造与 IP 长期价值维护。

2. 知识目标：让学生掌握直播销售行业核心知识：电商发展史、主流平台规则（抖音/淘宝/快手等）、直播产业链生态。使学生理解直播策划方法论：产品选品逻辑（高

复购率、高性价比）、脚本设计框架（开场-互动-转化-复盘）、定价策略（锚定效应、促销组合）。让学生熟悉直播技术工具：直播间硬件搭建（灯光/声卡/提词器）、软件操作（OBS 推流、数据分析工具）。

3. 能力目标：使学生能独立完成直播全流程：账号开通、场景搭建、脚本撰写、直播执行与售后处理。让学生具备高效互动能力：运用话术技巧（FABE 产品介绍法）、控场策略（节奏把控、突发问题应对）提升转化率。使学生能够熟练分析直播数据：GMV/UV 价值/停留时长等指标解读，优化直播策略。

（二）主要内容

学习直播销售基础与行业认知、直播策划技能及流量运营与数据分析等相关知识。明确实战模拟与合规风控工作任务，了解并掌握职业形象管理与压力应对相关知识。

（三）教学要求

1. 教学方法：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。

2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室、实训室/机房。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	内容策划与编辑			开课学期	3
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生对用户需求和市场趋势的敏锐洞察力，树立“用户为中心”的内容创作理念。提升学生的内容生产的责任意识与职业道德，坚守原创精神与版权保护原则。增强学生的团队协作能力，适应多角色协作（如策划、编辑、设计）的内容生产流程。使学生形成创新思维，能够结合文化、技术与社会热点策划差异化内容。

2. 知识目标：让学生掌握内容策划与编辑的核心概念、流程及行业标准。使学生理解不同媒介（图文、视频、音频、社交媒体）的内容特征与传播规律。让学生熟悉用户画像分析、内容定位与选题策划方法论。使学生了解内容版权法规、平台审核规

则及数据隐私保护要求。

3. 能力目标：让学生能够独立完成内容需求分析，制定完整的策划方案（包括目标、受众、主题、形式）。使学生具备信息筛选与整合能力，高效完成内容采编、结构化重组与逻辑优化。让学生能够运用编辑工具（如 Markdown、PS、剪映）进行多模态内容制作与排版设计。使学生具备跨平台内容适配能力，针对微信、抖音、小红书等平台定制差异化内容。

（二）主要内容

学习内容策划基础、策划全流程与编辑实务技能等相关知识。明确全平台运营实战工作任务，了解并掌握数字化工具应用。

（三）教学要求

1. 教学方法：课堂授课教学、案例教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。
2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室、实训室/机房。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

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

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生直播从业者的职业道德与法律意识，遵守行业规范及平台规则。让学生树立正确的价值观与用户服务意识，注重内容正向引导与社会责任感。使学生提升团队协作能力与抗压能力，适应直播行业高强度、快节奏的工作环境。让学生养成创新思维与敏锐的市场洞察力，能够捕捉用户需求与行业趋势。
2. 知识目标：让学生掌握直播行业的基本概念、发展历程及产业链结构。使学生熟悉主流直播平台（如抖音、快手、淘宝等）的运营规则与算法逻辑。让学生理解用户画像分析、粉丝经济模型及直播选品策略的核心理论。使学生了解直播数据指标（如 GMV、UV、停留时长等）的分析方法。
3. 能力目标：使学生能独立完成直播全流程策划，包括主题定位、内容设计、预热推广。让学生能熟练撰写直播脚本，运用互动话术提升直播间活跃度与转化率。使

学生掌握直播设备调试、场景搭建及后台操作技术（如商品上架、优惠设置）。让学生能通过数据分析优化直播策略，诊断问题并提出改进方案。使学生具备危机处理能力，应对直播中的突发状况（如设备故障、负面评论）。

（二）主要内容

学习直播行业认知与平台规则、用户分析与直播运营实操等相关知识。明确数据驱动与效果优化工作任务，了解并掌握直播运营创新实践与行业前沿相关知识。

（三）教学要求

- 1. 教学方法：课堂授课教学、案例教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。
- 2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。
- 3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
- 4. 教学场地：实训室/机房、直播室。
- 5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	新媒体运营			开课学期	4
参考学时	32	学分	2	考核方式	考试

（一）学生学习目标

- 1. 素质目标：培养学生以用户需求为核心的运营理念，能够通过数据洞察用户行为并优化策略。使学生形成结合新技术（如 AIGC、短视频算法）的创新意识，适应快速变化的平台规则和传播趋势。让学生坚守版权规范、数据隐私保护原则，理解广告法及平台审核规则。使学生适应多角色协作（如策划、设计、技术团队），提升跨部门沟通效率。
- 2. 知识目标：让学生掌握新媒体运营的定义、特点及与传统媒体的差异，理解“用户画像、九宫格定位法”等核心概念。使学生熟悉微信、抖音、小红书等主流平台的运营规则、内容分发机制及用户行为特征。使学生了解 AI 生成工具（如 ChatGPT、DeepSeek）、数据分析平台（新榜、飞书多维表格）的应用逻辑。
- 3. 能力目标：让学生能够独立完成微信公众号推文撰写、排版及矩阵搭建。培养学生策划并执行抖音短视频脚本，掌握分镜设计、剪辑节奏与传播优化技巧。使学生能撰写营销方案，结合产品卖点设计活动（如直播带货、裂变推广）。培养学生应对内容舆情风险，快速调整传播策略的能力。

（二）主要内容

学习新媒体基础与行业趋势、内容策划和创作与平台运营实战等相关知识。明确用户与数据运营工作任务，了解并掌握合规与创新实践相关知识。

（三）教学要求

1. 教学方法：课堂授课教学、案例教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。在教学中采用“复习回顾——案例教学（教师演示）——自主学习（学生演练）——学生上机实践（针对学生碰到的具体问题教师再进行讲解）——课堂小结——提示下次预习的内容”的教学方法，同时将课堂搬进计算机基础实验室，即学即用，以取得较好的教学效果。

2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：实训室/机房。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	客户服务与管理			开课学期	4
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生树立“以客户为中心”的服务理念，培养主动服务意识和职业责任感。使学生形成良好的沟通素养与同理心，能够换位思考客户需求。让学生具备情绪管理能力，在高压环境下保持专业服务态度。强化学生团队协作精神，理解客户服务全流程的协同重要性。培养学生建立职业道德意识，遵守客户隐私保护与服务规范。

2. 知识目标：让学生掌握客户服务基础理论：客户生命周期、客户价值金字塔、服务期望与满意度模型。使学生理解客户心理学与行为特征：客户需求分析、投诉心理、忠诚度驱动因素。让学生掌握客户关系管理（CRM）核心方法：客户细分、数据分析、忠诚度计划设计。使学生了解客户服务相关法律法规：个人信息保护法、消费者权益保护条例等。

3. 能力目标：让学生能够运用专业话术完成咨询接待、投诉处理及客户回访。使学生具备快速分析客户需求并提供个性化解决方案的能力。让学生熟练使用 CRM 系统、智能客服工具及服务数据分析平台。使学生掌握客户满意度调研设计与服务质量改进

方法。

（二）主要内容

学习客户服务基础理论、客户服务核心技能与数字化客户管理等相关知识。明确服务质量管理工作任务，了解并掌握职业素养提升相关知识。

（三）教学要求

1. 教学方法：课堂授课教学、案例教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。
2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：实训室/机房。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

3. 专业拓展课程

表 19 专业拓展课程教学要求

课程名称	电子沙盘模拟经营			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
（一）学生学习目标					
1. 素质目标：培养学生互联网思维和创新意识，能够结合市场需求提出电商运营新思路。使学生树立诚信经营理念和网络安全意识，遵守电商法律法规与职业道德。强化学生团队协作能力，具备跨部门沟通与项目统筹能力。提升学生抗压能力和应变能力，适应电商行业快速变化的挑战。					
2. 知识目标：让学生掌握电子商务基本概念、发展历程及主流商业模式（B2B/B2C/C2C/O2O 等）。使学生熟悉电商平台（如淘宝、京东、拼多多等）的运营规则与操作流程。让学生理解网络营销策略（SEO/SEM、社交媒体营销、内容营销等）的核心逻辑。使学生掌握电商数据分析工具（如生意参谋、Google Analytics）的使用方法。					
3. 能力目标：使学生能够独立完成网店开设、商品上架、页面优化及基础视觉设计。使学生具备制定并执行电商营销活动方案的能力，包括促销策划与推广投放。让					

学生能够通过数据分析优化店铺运营，提升流量转化率与用户复购率。使学生掌握客户服务技巧，处理售前咨询、售后纠纷及用户评价管理。

（二）主要内容

学习电子商务基础、网店运营实战与网络营销和推广等相关知识。明确数据分析与运营优化工作任务，了解并掌握供应链与客户管理相关知识。

（三）教学要求

1. 教学方法：课堂授课教学、案例教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。

2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室、实训室/机房。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	主播形象设计			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：

（1）树立积极向上、传递正能量的职业态度，强化网络主播的行为规范意识（如形象管理、内容合规），践行“形神兼备”的职业素养要求。

（2）培养职业责任感与敬业精神，注重个人形象与媒体形象的融合，形成“形象即专业”的职业认知。

（3）提升团队协作与创新能力，在形象设计实践中学会沟通与分工，适应直播行业动态变化需求。

2. 知识目标：

（1）掌握主播形象的核心构成要素：包括颜值力（妆容、发型、服饰、配饰等）与表演力（肢体动作、表情管理）的具体内容及设计逻辑。

（2）理解主播形象塑造的基本原则与方法，如根据 IP 定位匹配妆容风格、结合直播场景调整服饰配色（如浅色为主、避免纯白）、多场景展示产品的表演技巧等。

（3）了解行业前沿知识：如直播电商行业发展趋势、不同平台（抖音/快手/淘宝）的形象差异化要求、媒介形象与生活形象的融合要点等。

3. 能力目标:

(1) 具备独立设计主播形象的能力: 能根据 IP 定位、直播内容(如带货/娱乐)及平台特性, 完成妆容、发型、服饰的协调搭配与调整。

(2) 掌握表演力实操技能: 能运用肢体动作(站姿/坐姿规范)、面部表情(笑/惊讶/坚定等)及手势语言, 精准传递产品信息或情感共鸣。

(3) 提升形象管理与问题解决能力: 能识别直播中形象失当的风险(如妆容脱妆、服饰不合场景), 并快速调整优化, 确保镜头呈现效果。

(二) 主要内容

1. 主播形象基础理论: 形象构成要素(颜值力与表演力)、行业重要性(形象对流量转化的影响)、不同平台(如跨境/垂类直播)的形象差异化要求。

2. 造型设计实操:

(1) 颜值力模块: 妆容设计(底妆/眼妆/口红适配 IP 风格)、发型选择(长发/卷发/盘发)、服饰搭配(轻薄浅色原则、版型轮廓要求)、配饰应用(项链/耳饰与整体风格协调)、手部护理(清洁/修剪/护手霜)。

(2) 表演力模块: 面部表情管理(笑/惊讶/失望等情绪的自然表达)、肢体动作规范(站姿平视镜头、坐姿挺胸收腹)、多场景产品展示技巧(卖点介绍/报价促单的节奏把控)。

3. 行业实践与规范: 结合真实直播案例(如助农直播、品牌专场)进行全流程形象设计实训, 学习直播合规要求(如妆容避免过度夸张、服饰避免违规标识), 强化“形神兼备”的职业形象塑造。

(三) 教学要求

1. 教学方法: 课堂授课教学、案例教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。

2. 教学模式: 理论与实践相结合的教学模式, 注重学生技能与能力的全面发展。

3. 教学资源: 优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材; 利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学, 不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地: 多媒体教室、实训室/机房。

5. 考核标准: 采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式, 总评成绩=平时成绩 50%(其中平时成绩占 30%, 出勤占 10%, 课堂表现占 10%)+期末成绩 50%。

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

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生对短视频与直播行业的职业道德意识，遵守平台规则与法律法规。使学生形成敏锐的市场洞察力和用户需求分析能力，树立诚信经营理念。提升学生团队协作能力，适应直播电商中多角色协同的工作模式。让学生增强创新思维与内容敏感性，能够结合热点创造有吸引力的内容。

2. 知识目标：让学生掌握短视频与直播电商的行业背景、发展趋势及商业模式。让学生理解主流平台（抖音、快手、淘宝直播等）的算法逻辑与流量分配规则。让学生学习短视频内容策划、脚本撰写、拍摄剪辑的基本方法与技巧。使学生熟悉直播电商的流程设计、话术技巧、选品策略及促销活动策划。

3. 能力目标：使学生能独立完成短视频的选题策划、拍摄剪辑及优化发布。让学生能策划并执行一场完整的直播活动，包括场景搭建、流程把控与互动设计。使学生能运用数据分析工具优化内容投放，提升账号流量与转化率。让学生能制定短视频与直播结合的营销方案，实现品效合一。使学生能识别并规避运营中的法律风险，处理用户投诉与舆情问题。

（二）主要内容

学习行业认知与平台规则、短视频内容创作与直播电商运营等相关知识。明确数据化运营与工具应用工作任务，了解并掌握短视频与直播电商合规性与风险控制相关知识。

（三）教学要求

1. 教学方法：课堂授课教学、案例教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。

2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室、实训室/机房。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	直播销售与主播素养			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：让学生树立诚信经营、合规营销的职业价值观，遵守直播行业法律

法规与职业道德。培养学生在镜头前的自信心、亲和力与临场应变能力，形成稳定的心理素质。增强学生团队协作意识，理解直播间各岗位（运营、场控、助播等）的协同关系。让学生提升社会责任意识，注重传播正向价值观，避免虚假宣传与低俗内容。

2. 知识目标：让学生掌握直播电商行业的基础概念、商业模式及主流平台规则。使学生理解消费者心理与行为特征，熟悉直播销售转化逻辑与流量运营策略。让学生直播话术设计、商品卖点提炼及场景化营销的核心方法。使学生了解直播相关的法律法规（如《广告法》、《电子商务法》）及行业伦理规范。

3. 能力目标：使学生能独立完成直播全流程策划，包括选品、脚本撰写、场景搭建与活动设计。使学生能运用互动技巧（如控场、留人、促单）提升直播间转化率与用户黏性。让学生能通过数据分析（如流量、GMV、停留时长）优化直播运营策略。使学生能处理直播突发状况（如设备故障、负面评论）并维护品牌形象。

（二）主要内容

学习直播行业认知与职业素养、直播运营基础与主播核心技能训练等相关知识。明确数据分析与优化实战工作任务，了解并掌握法律法规与合规风险相关知识。

（三）教学要求

1. 教学方法：课堂授课教学、案例教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。

2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室、实训室/机房。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

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

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生对消费者需求的共情能力，树立以消费者为中心的职业道德与社会责任感。使学生形成批判性思维意识，能够理性分析消费现象背后的心理动因与社会影响。让学生增强跨文化敏感度，理解不同文化背景下消费者行为的差异性。使学生树立商业伦理观念，关注消费者权益保护与可持续消费行为引导。

2. 知识目标：让学生掌握消费者心理学的核心理论（如认知理论、动机理论、态

度形成理论等）。使学生理解消费者行为的关键影响因素（个人因素、群体因素、文化因素、营销刺激等）。让学生熟悉消费者决策过程的阶段模型（需求识别、信息搜索、评估选择、购买行为、购后评价）。使学生了解数字化时代消费者行为的新特征（如社交媒体影响、大数据驱动的消费行为等）。

3. 能力目标：使学生能运用心理学模型（如马斯洛需求层次、AIDA 模型）解读消费者行为。使学生掌握消费者行为调研方法（问卷设计、焦点小组、眼动实验等），并分析数据。让学生能基于消费者心理设计有效的营销策略（如定价策略、广告说服技巧）。让学生掌握利用消费者行为数据工具（如用户画像、路径分析）优化营销决策。

（二）主要内容

学习消费者心理基础、消费者行为影响因素与消费者决策过程等相关知识。明确数字化时代的消费者行为工作任务，了解并掌握消费者行为管理与伦理相关知识。

（三）教学要求

1. 教学方法：六步教学法、直观演示法、案例教学法等多种教学方法。
2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室、实训室/机房。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	社群营销与运营			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生良好的职业道德与用户服务意识，理解社群运营中的责任与边界，形成规范的社群管理价值观。让学生提升沟通协作能力，能够通过社群建立良性互动关系，适应团队分工合作模式。强化学生创新思维与应变能力，灵活应对社群运营中的突发问题（如舆情危机、用户冲突等）。使学生树立数据驱动意识，养成基于用户反馈和数据分析优化运营策略的习惯。

2. 知识目标：让学生掌握社群营销的核心概念、发展脉络及主流平台（微信、微博、抖音、小红书等）的运营逻辑。使学生理解用户画像构建、社群定位、内容策划、裂变增长等关键理论模型。让学生熟悉社群运营工具（如问卷星、千聊、企业微信、

第三方数据分析平台)的使用场景。使学生了解社群运营相关法律法规(如《网络安全法》《个人信息保护法》)及行业伦理规范。

3. 能力目标:使学生能独立完成社群从0到1的搭建,包括用户需求分析、社群规则制定、视觉设计等。使学生能策划并执行社群活动(如话题讨论、直播、裂变拉新),提升用户活跃度与黏性。让学生能运用数据分析工具监测社群健康度(如留存率、转化率、互动率),优化运营策略。使学生能处理社群危机事件(如负面舆情、广告骚扰),维护品牌形象与用户信任。

(二) 主要内容

学习社群营销基础、社群搭建和定位与社群内容运营等相关知识。明确数据分析与优化工作任务,了解并掌握风险控制与法律合规相关知识。

(三) 教学要求

1. 教学方法:课堂授课教学、案例教学法、启发式教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。

2. 教学模式:理论与实践相结合的教学模式,注重学生技能与能力的全面发展。

3. 教学资源:优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材;利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学,不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地:多媒体教室、实训室/机房。

5. 考核标准:采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式,总评成绩=平时成绩50%(其中平时成绩占30%,出勤占10%,课堂表现占10%)+期末成绩50%。

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

(一) 学生学习目标

1. 素质目标:培养学生对商品摄影的审美感知力,形成对画面构图、色彩搭配、光影美学的敏感度。让学生树立严谨的职业态度,包括对细节的关注、版权意识的尊重以及诚信创作的职业道德。使学生增强团队协作能力,能够在项目拍摄中分工合作,高效完成从策划到成片的完整流程。激发学生创新思维,能够结合市场趋势和品牌需求,设计差异化的商品视觉呈现方案。

2. 知识目标:让学生掌握商品摄影的基础理论,包括光线类型(自然光、人造光)、布光原理(三点布光、柔光与硬光控制)及构图法则(三分法、对称构图等)。让学生熟悉常见商品材质(金属、玻璃、织物、塑料等)的拍摄特性及对应技术要点。使学生理解不同拍摄场景(静物台、场景化拍摄、电商白底图)的应用场景及技术要求。

使学生了解后期修图的核心概念，如 RAW 格式处理、色彩校正、瑕疵修复与质感强化。

3. 能力目标：使学生熟练操作单反/微单相机及配套设备（三脚架、引闪器、反光板等），精准控制曝光参数（光圈、快门、ISO）。让学生能根据不同商品特性设计布光方案，解决反光、透光、质感表现等技术难点。使学生能运用 Photoshop、Lightroom 等软件完成商品图的精细化修图，达到商业发布标准。

（二）主要内容

学习材质与场景专项突破、商品摄影基础与后期处理等相关知识。明确创意与场景化拍摄工作任务，了解并掌握综合实训与行业对接相关知识。

（三）教学要求

1. 教学方法：课堂授课教学、案例教学法、任务驱动法、实践教学法等多种教学方法。

2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室、实训室/机房。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	跨境电子商务实务			开课学期	3-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生全球化视野和跨文化沟通意识，理解不同国家商业习惯与消费者行为差异。使学生树立诚信经营理念，强化知识产权保护和合规意识，遵守跨境电商法律法规。让学生增强团队协作能力，能够高效完成跨境项目分工与资源整合。使学生提升创新思维和风险应对能力，适应快速变化的跨境电商行业环境。

2. 知识目标：让学生掌握跨境电商主流平台（如 Amazon、AliExpress、Shopee 等）的运营规则与操作流程。使学生熟悉国际贸易术语（INCOTERMS）、跨境支付结算（PayPal、国际信用卡等）及物流解决方案（海外仓、FBA 等）。让学生理解跨境电商选品策略、品牌建设及营销推广（SEO/SEM、社交媒体营销、直播电商等）的核心逻辑。让学生了解目标市场的政策法规（如欧盟 VAT、美国 FCC 认证）、消费者保护与数据隐私要求。

3. 能力目标：使学生能够独立完成跨境电商店铺开设、产品上架及基础运营。使

学生具备市场数据分析能力，运用工具（Google Analytics、店小秘等）优化选品与广告投放。让学生掌握跨境客户服务技巧，处理售前咨询、纠纷及售后服务。使学生能够策划并执行跨境营销活动，提升产品转化率与品牌影响力。让学生具备风险识别能力，应对汇率波动、物流延误、知识产权纠纷等问题。

（二）主要内容

学习跨境电子商务实务基础认知、跨境电子商务平台运营与供应链管理等相关知识。明确社交媒体营销工作任务，了解并掌握知识产权保护与实战案例相关知识。

（三）教学要求

1. 教学方法：以课堂讲授和案例分析为主要教学组织手段，充分利用多媒体和网络等现代化信息技术辅助教学。

2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室、实训室/机房。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

4. 实践性教学环节

表 20 实践性教学环节教学要求

课程名称	短视频创作实训			开课学期	2
参考学时	26	学分	1	考核方式	考查
（一）学生学习目标 1. 素质目标：培养学生遵守短视频平台规则（如抖音、B 站内容审核规范），尊重原创内容版权，杜绝搬运、抄袭或侵权素材使用。使学生关注社会文化热点与用户需求，创作符合社会主义核心价值观的正能量内容，避免低俗化或虚假信息传播。让学生增强团队协作能力，在拍摄团队中灵活承担编导、拍摄、剪辑等不同角色，高效沟通并完成协作任务。 2. 知识目标：让学生学习镜头语言（景别、运镜、转场）、灯光布景技巧、音效搭配逻辑及主流剪辑软件（剪映、Premiere）操作流程。 3. 能力目标：使学生独立完成选题策划→脚本撰写→拍摄→剪辑→发布的全流程，产出符合平台规范的优质短视频。					

（二）主要内容

学习短视频行业与平台规则以及内容策划与脚本创作，明确拍摄与剪辑技术实训的工作任务。

（三）教学要求

1. 教学方法：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。

2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：实训室/机房。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	网络主播实训			开课学期	3
参考学时	26	学分	1	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生遵守《网络直播营销管理办法》，杜绝虚假宣传、夸大功效等违规行为，尊重消费者知情权与隐私权。使学生适应直播高强度节奏（如连续 4 小时直播），保持镜头前积极状态，灵活应对设备故障、冷场等突发状况。让学生增强团队协作能力，树立正确价值观，避免低俗言论，主动传播传统文化、公益助农等正向内容。

2. 知识目标：让学生理解直播电商生态（人、货、场匹配逻辑）、直播类型（单品专场/品牌专场/拼场）及核心指标（GMV、UV 价值、停留时长）。掌握直播全流程（预热→开播→促单→下播）、脚本框架（开播话术、产品卖点排序、逼单策略）。

3. 能力目标：使学生独立完成直播间搭建、商品上架、活动设置（优惠券/秒杀），并配合团队完成直播复盘。

（二）主要内容

学习直播行业认知与基础技能及直播策划与脚本设计，掌握直播话术与互动技巧，掌握后台数据的运维。

（三）教学要求

1. 教学方法：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。

2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。 3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。 4. 教学场地：实训室/机房。 5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。					
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
（一）学生学习目标 1. 素质目标：培养学生遵守《广告法》《电子商务法》等法规，坚守诚信经营底线，杜绝虚假宣传、刷单炒信等违规行为。使学生养成通过数据挖掘用户需求的习惯，关注消费者行为变化，培养精准营销思维。让学生增强团队协作能力，树立正确价值观，避免低俗言论，主动传播传统文化、公益助农等正向内容。 2. 知识目标：学习搜索引擎（SEO/SEM）、社交媒体（微信/抖音/小红书）、电商平台（淘宝/拼多多）的流量分发逻辑与运营规范。学习私域流量运营、跨境独立站推广、虚拟主播带货等新兴领域的基础知识。 3. 能力目标：使学生能独立完成营销方案设计（目标设定→渠道组合→预算分配→效果预估），撰写可落地的执行计划书。 （二）主要内容 学习网络营销基础与市场分析，明确流量获取与推广实战的工作任务。 （三）教学要求 1. 教学方法：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。 2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。 3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。 4. 教学场地：实训室/机房。 5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。					
课程名称	岗位实习			开课学期	6
参考学时	624	学分	24	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生遵守企业规章制度与行业规范，理解岗位职责的社会价值，树立爱岗敬业、诚实守信的职业态度。使学生适应企业组织架构，主动融入团队，清晰表达观点并与同事、客户高效沟通。让学生适应真实工作场景的节奏与挑战（如项目截止压力、突发任务调整），灵活应对职场环境变化。

2. 知识目标：掌握实习岗位所在行业的市场现状、竞争格局及发展趋势（如电商、制造业、服务业、直播行业）。将课堂知识（如市场营销、直播运营、直播销售）与岗位实践结合，验证理论适用性。

3. 能力目标：使学生能独立完成基础岗位任务（如商务数据分析、设备操作、客户服务与管理），符合企业效率与质量要求。通过实习反馈明确个人优势与不足，制定短期职业发展计划。

（二）主要内容

根据企业岗位进行实操

（三）教学要求

1. 教学方法：

（1）学生自主选择或学校推荐实习企业及岗位进行岗位实习，所从事的工作与营销相关；

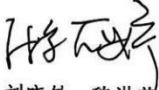
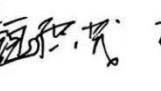
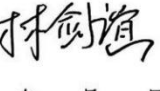
（2）在企业师傅的传、帮、带下进行岗位轮换实习，熟悉工作流程，掌握工作内容，比较圆满地完成实习任务；

（3）在学校专任教师和企业导师指导下，汇报实习企业信息、岗位信息、岗位实习内容信息、每日实习安全信息，填写实习单位审批表、毕业实习三方协议、家长知情书和安全承诺书等；登录工学云平台，撰写实习周记、上传实习现场工作照片；实习结束前，撰写实习总结和完成毕业设计。

2. 考核标准：采用双轨评价模式：由学校专任教师与企业专家共同评估，其中学校教师评价占比 60%，企业专家评价占比 40%。

附件 2：专业人才培养方案评审意见表

福州英华职业学院专业人才培养方案评审意见表

专业名称	网络营销与直播电商	年 级	2025 级	
评审地点	霖顺实训室 304	评审时间	2025. 5. 15	
会议主持	傅妍馥	会议记录	徐梦沅	
参评成员				
姓 名	工作单位	从事专业	职 称	职 务
游筱婷	福州软件职业技术学院	网络营销与直播电商	副教授	专业主任
林剑谊	福州职业技术学院	电子商务	副教授	专业主任
刘晓敏	福建信息职业技术学院	跨境电子商务	副教授	专业主任
魏洪茂	福建信息职业技术学院	物流工程	教授	教工党支部书记、专业主任
评审意见	专家建议人才培养方案应注重“厚基础、强实践、促创新”三位一体培养路径。课程体系需强化交叉融合，增设前沿技术模块与实践项目，构建校企协同育人机制；完善以能力为导向的动态评价体系，将行业认证、学科竞赛等纳入学分认定；同时加强师资队伍产业经验，推行“学术导师+产业导师”双轨制，确保人才供给与产业需求精准对接。 组 长：游筱婷  成 员：林剑谊、刘晓敏、魏洪茂    年 月 日			