



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： 2026 级

专业负责人： 徐梦沅

审 核 人： 郑 琳

二〇二六年五月 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，全面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，深化职业教育教学关键要素改革，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，共同制（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的人才培养方案。

专业人才培养方案经过论证，提交学院院务会审议、党委会审定，将在 2026 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
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) 专业职业面向	4
(二) 就业岗位	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、师资队伍	16
(一) 队伍结构	16
(二) 专业带头人	16
(三) 专任教师	16
(四) 兼职教师	17
九、教学条件	17
(一) 教学设施	17
(二) 教学资源	19
十、质量保障和毕业要求	19
(一) 质量保障	19
(二) 毕业要求	20
十一、继续专业学习深造建议	21
十二、附录	21
附件 1: 课程描述与要求	22
(一) 公共基础课程	22
(二) 专业 (技能) 课程	39
附件 2: 专业人才培养方案评审意见表	70

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

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力。

三、修业年限

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）就业岗位

表 2 就业岗位、工作任务及岗位能力分析表

岗位类型	岗位名称	岗位工作任务	岗位能力要求
主要就业岗位	直播运营助理、社交媒体运营专员、内容创作助理等。	直播运营助理主要负责协助直播团队完成直播前的筹备工作，如直播间搭建、设备调试、商品信息整理等；直播过程中的流程控制、互动引导、数据记录；以及直播后的复盘总结、数据统计分析和资料归档。社交媒体运营专员需负责各社交平台账号的日常内容发布、粉丝互动维护、话题策划与执行，通过优质内容提升账号活跃度和粉丝黏性。内容创作助理则需协助内容团队进行文案撰写、素材搜集、图文排版、短视频脚本创作等任务。	这些岗位的基础能力核心围绕数字化沟通与内容敏感度展开：既需要熟练掌握各平台运营规则、电商后台及常用办公工具，具备快速响应用户咨询、精准捕捉受众喜好的沟通共情能力，也要求有基本的内容选题、图文短视频素材整合功底，能适配直播场控、社媒互动、客诉处理、内容辅助创作等不同场景需求，同时还须具备较强的执行力、多任务协调能力和数据意识，可根据后台反馈及时调整工作细节，保障线上运营链路的顺畅高效。
次要就业岗位	直播运营经理、电商推广经理、品牌营销主管等。	直播运营经理需统筹直播项目全流程，包括制定直播策略、组建并管理运营团队、对接供应链与主播资源、把控直播节奏与效果，通过数据分析优化直播方案，提升 GMV 与用户转化率。电商推广经理负责策划并执行电商平台的推广活动，如搜索引擎优化、付费广告投放、社群营销等，拓展流量渠道，降低获客成本，提升店铺曝光与销售额。品牌营销主管则需结合市场趋势与品牌定位，制定品牌推广方案，通过内容营销、KOL 合作、公关活动等方式塑造品牌形象，增强用户品牌认知与忠诚度。	这些中高层运营营销类岗位的核心能力要求聚焦策略思维与业务闭环把控能力：既要熟悉直播、电商、数字传播等领域的平台规则、流量逻辑与行业玩法，具备从品牌定位、营销全案策划到落地执行的全链路统筹能力，也需要精通数据监测、分析与复盘方法，能通过数据精准定位业务问题、优化投放与运营策略、驱动业务增长，同时还要具备优秀的跨部门协调能力、团队管理能力和市场敏感度，能精准捕捉行业趋势与用户需求变化，灵活调整营销方向，确保品牌声量提升与业务经营目标的双重达成。

晋升发展岗位	营销总监、电商平台负责人、高级数据分析专家等。	营销总监需基于企业战略目标制定整体营销规划，统筹线上线下营销资源，构建多渠道营销体系，通过市场洞察与品牌战略布局，提升企业整体市场份额与品牌影响力。电商平台负责人负责电商平台的整体运营管理，包括平台架构搭建、商家招募与管理、用户增长策略制定、交易流程优化等，确保平台的稳定运行与商业价值实现。高级数据分析专家则需深入挖掘企业各类数据资产，运用大数据分析工具与模型，为营销决策、产品优化、用户运营等提供数据支持与洞察，通过数据驱动业务创新与精细化运营，助力企业提升核心竞争力。	这些顶层营销与经营类岗位的核心能力要求聚焦商业全局视野与长期价值创造能力：既要具备对消费趋势、行业格局、政策环境的深度洞察与前瞻判断能力，能从公司战略层面制定营销、电商、品牌的中长期发展规划，搭建匹配业务目标的经营体系与团队架构，也要拥有复杂商业问题的决策能力和资源整合能力，可通过对数据的深度挖掘与商业本质的精准研判，把控核心业务方向、优化资源投入效率、应对市场不确定性风险，同时还须具备极强的行业资源储备、商业谈判能力和品牌顶层设计思维，能打通品牌建设、流量运营、营收增长、用户价值沉淀的全链路，推动业务实现突破性增长与长期可持续发展。
----------------------	--------------------------------	--	---

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、互联网和相关服务业、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

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素养，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳

全面发展，总体上须达到以下要求：

（1）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）以德智体美劳五育并举为导向，强健学生体魄、涵养审美情操、锤炼劳动品质，促进学生身心的全面健康发展。

（7）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；

（8）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；

（9）能够系统掌握网络营销与直播电商专业的理论知识；

（10）能够熟练掌握直播电商的运营过程和方法；

（11）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；

（12）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。

（13）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；

（14）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；

（15）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；

（16）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；

（17）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；

（18）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；

（19）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；

（20）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；

（21）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“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，责任担当的担当奉献精神，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 3 教学活动时间安排表

单位：周

学 年	学 期	理论教学与 课程实训	考 试	入 学 教 育	毕 业 教 育	实践性教育环节					假 日	机 动	学期周 数小计
						军 训	运动会 (技能 赛)	专 项 实 训	岗 位 实 习	毕 业 设 计			
一	1	15	1	1		2	0.5				1	0.5	21
	2	15.5	1				0.5	1			0.5	0.5	19
二	3	16	1				0.5	1			1	0.5	20
	4	16.5	1				0.5	1			0.5	0.5	20
三	5	6.5	1						13		0.5		21
	6				1				11	6	0.5	0.5	19
合计		69.5	5	1	1	2	2	3	24	6	4	2.5	120

（二）课程学时比例表

本专业总学分为 136.5 分。课时总数为 2560 学时，其中公共课程 892 学时，约占总学时 34.84%，实践教学 1542 学时，约占总学时 60.23%，选修课程 288 学时，约占总学时 11.25%。

表 4 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	7.5
	通识课程	必修	32.5	270	334	604	23.59
		任选	6	96	0	96	3.75
	小计			49.5	542	350	892
专业（技能）课程	专业基础课程	必修	22	228	124	352	13.75
	专业核心课程	必修	20	152	168	320	12.5
	专业拓展课程	专选	12	96	96	192	7.5
	实践性教育环节	必修	33	0	804	804	31.4
	小计			87	460	1192	1652
合计			136.5	1018	1542	2560	100

(三) 教学进程安排表

表 5 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	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						每学期4周完成
			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			8周完成
			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				每学期8周完成
			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						12 周 完成
		G2023010	体育（二）	B	2	32	4	28			考查		2					
		G2023011	体育（三）	B	2	32	4	28			考查			2				
		G2025026	体育（四）	B	1.5	24	2	22			考查				2			12 周 完成
		G2023013	大学生心理健康教育	B	2	32	16	16			考查		2					8 周完成
		G2024007	军事理论	A	2	36	36				考查	2						
		G2025013	军事技能	C	2	112		112			考查							第一学 期 14 天 完成
		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					
		G2026001	信息技术与人工智能	B	3	48	16	32			考试	3						
		G2025014	劳动教育	A	1	16	16				考查	2						8 周完成
		G2025025	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					
		G2025016	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						4 周完成
		G2025005	职业发展与就业指导 （二）	B	1	16	12	4			考查			2				8 周完成
		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						
			A2026027	电商文案写作与传播	B	3	48	32	16			考试		3					
			A2025001	经济学基础	B	3	48	32	16			考试			3				
			A2026028	短视频拍摄与创作	B	3	48	32	16			考查			3				
			A2026029	商务谈判实战	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					
			A2026001	习近平经济思想概论	A	1	16	16				考查				2			
		小计					22	352	228	124				5	6	8	4		
	专业核心课	必修	A2025102	选品与采购	B	3	48	32	16			考试		3					
			A2024084	直播销售	B	4	64	20	44			考试			4				
			A2026031	网店运营与管理	B	3	48	20	28			考试			3				
			A2026030	AI 与直播运营	B	4	64	20	44			考试				4			
			A2026032	新媒体编创	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					20	320	152	168				3	7	10			
	专业拓展课	选修	A2025019	电商沙盘模拟经营	B	2	32	16	16			考查			2	2	8		
			A2025103	主播形象设计	B	2	32	16	16			考查							
			A2026033	电商职场礼仪实务	B	2	32	16	16			考查							
A2026034			直播产品摄影	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								
A2026035			AI 营销	B	2	32	16	16			考查								
A2026013			电商视觉营销	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	8		
实践性教学环节	必修	AZBSX01	短视频创作实训	C	1	20			20									第二学期完成
		AZBSX02	网络主播实训	C	1	20			20									第三学期完成
		AZBSX05	AI 场景综合应用实训	C	1	20			20									第四学期完成
		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				87	1668	476	388	180	624		5	9	17	16	8		
全程合计				136.5	2560	1018	738	180	624		27	28	25	22	8			
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、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。

（一）队伍结构

本课程的教师具有较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，其中研究生学历占 70%，承担多项省级科研项目，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。

（二）专业带头人

郑琳，职称为教授，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。

（三）专任教师

本专业朝着打造一支素质优良、结构合理的“双师素质型”教学团队而努力。校内外教师共计 25 人，从现有的校内师资看，在职称结构上副教授 2 人，讲师 6 人，中高级职称占比 40%，他们凭借深厚学术造诣与丰富教学经验，在教学与科研中发挥着中坚力量；助教 12 人，占比 60%，作为新生力量，为团队注入活力与创新思维。年龄结构呈年轻化态势，35-45 岁占比 21.1%，他们经验丰富且年富力强，是教学科研的主力军；35 岁以下教师 15 人，占比 78.90%，思维活跃，紧跟时代步伐。学历结构方面，硕士学历教师 15 人，占比 75%，具备扎实的专业理论基础与较强科研能力；本科学历

教师 5 人，占比 15%；双师型教师 14 人，占比 70%；他们在实践教学环节优势明显，能更好地指导学生将理论知识应用于实际操作。

（四）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。

九、教学条件

（一）教学设施

1. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训基地

目前校内拥有 5 间实训室，实训教学仪器设备总值达 344 万元，面向本专业在校生 175 人，生均教学仪器设备值 1.96 万元，满足实验实训教学需要，符合国家职业教育相关标准要求。

表 6 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、市场营销综合实训室	《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 7 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	福州市道小医科技有限公司	网络营销、客服管理	30
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。

（二）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选择与建设

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。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

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：营销管理类、品牌策划类、智能客服类、营销案例类等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。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

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。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。

十、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

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，继续加强对毕业生的跟踪，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。

（二）毕业要求

在规定修业年限内，本专业学生必须至少满足以下基本条件方可毕业：

1. 修满 136.5 学分（其中：公共基础课程 49.5 学分，专业课程 87 学分）；
2. 修得学生工作部（团委）组织实施的第二课堂学分 ≥ 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、岗位实习均达到合格及以上；
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 8 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

十一、继续专业学习深造建议

1. 本专业学生在校期间可参加与专业对应的自学考试的学习，通过学习可获得相应专业的自考本科毕业证书及学位证书。

2. 优秀毕业生可通过学院推荐，参加专升本招生考试，通过考试，录取后，可到相应本科院校继续学习，获得本科毕业证书及学位证书。如经济类专业、电子商务专业、市场营销专业、网络与新媒体专业、广告学专业、传播学专业。

十二、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 9 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. 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。 2. 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。 3. 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的意识。 （二）主要内容 1. 理论知识：讲授马克思主义的人生观、价值观、道德观和法治观，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：采取多元化教学方法，深度融合信息技术，提升教学效果。运用案例教学法，结合AI推送案例与沉浸式情境，引导分析讨论；采用专题讲授法，以AI分层分类辅助，精讲重点难点；实施互动教学法，依托智能硬件平台，强化师生、生生研讨；借助视频观摩与VR/AR场景，增强体验与感性认知；推行项目实践教学法，借助AI进行任务管理、过程跟踪与智能评价；结合讲授、任务驱动、小组合作、问题导向及混合式教学，构建“线上+线下”贯通、学做一体的教学体系。 2. 教学模式：构建“AI赋能、三阶一体”的智慧教学模式。课前，通过AI分析学情，推送个性化预习资源并获取反馈；课中，利用AI问答系统、VR/AR情境模拟等手段，开展案例研讨、角色扮演与互动探究；课后，由AI生成个性化作业，搭建交流平台，					

实现自动评价与巩固拓展。全过程依托AI实现分层教学、学法指导、心理情绪关注与创新能力训练，形成数据驱动、因材施教、全程育人的教学闭环。

3. 教学资源：

（1）理论资源库：整合电子教材、文献、有声读物、专家微课等数字化资源，利用AI进行标签化管理与智能推荐，拓展教学内容的广度与深度。

（2）实践资源库：开发虚拟仿真实践项目，建设具有解析功能的思政教学案例库，支持情境模拟、项目研修与实践教学，强化理论联系实际。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与结果性评价相结合的方式，进行期末最终考核方式。总评成绩=平时成绩占 50%（其中平时课堂考勤占 20%，课堂表现占 10%，三次作业成绩占 10%，三次阶段性考核成绩占 10%）+期末考核占 50%。

通过超星（学习通）智能平台自动采集学习过程数据，设置科学指标，AI 算法量化评分，实现客观、全面、精准评价。

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. 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。

2. 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。

3. 素质目标：增强贯彻党的基本理论、基本路线、基本纲领以及各项方针政策的自觉性、坚定性，坚定社会主义信念，认清只有在中国共产党领导下坚持社会主义道路，才能救中国和发展中国。具有当代大学生的使命感和社会责任感，具备社会主义现代化事业合格建设者所应有的基本政治素质和相应的能力，积极投身到建设社会主义现代化强国的伟大实践，成为社会主义现代化建设事业的建设者和接班人。

（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：主要采用讲授法、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。通过构建“AI + 多元融合”智能教学模式，形成“三阶闭环”流程。

2. 教学模式：采用人工智能赋能《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》课程教学。依托人工智能技术，优化课堂教学流程，提升课堂教学的互动性、趣味性和实效性。

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。

（1）理论资源库：数字化马克思主义经典著作和习近平思想文献，形成电子书、有声读物等；邀请专家录制微课和讲座；AI标签化实现智能检索和推荐。

（2）实践资源库：收集红色教育基地、企业等实践资源；开发虚拟仿真实践项目；建立思政案例库并解析。

（3）红色资源库：整合红色教育资源如历史文献、故事等；AI数字化修复和智能检索；支持教师制作课件。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：通过智能平台自动采集学习过程数据，设置科学指标，AI 算法量化评分，实现客观、全面、精准评价。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 20%，课堂表现占 40%，阶段性考核成绩占 20%）+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. 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。

2. 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。

3. 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

社会责任感，厚植爱国主义情怀，争做有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的时代新人。

（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。构建“AI+多元融合”智能教学模式，形成“三阶闭环”流程：课前AI推送预习并分析学情，课中人机互动探究，课后AI推送复习资源与实践任务。

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，增进对其科学性和系统性的把握，提高学习和运用的自觉性。AI+项目式教学：将思政内容转化为具体项目（如乡村振兴、国家安全教育等），AI发布任务、跟踪进展、分析数据，助力学生深化理论应用。

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%（其中课堂考勤 20%+课堂表现 20%+作业 30%+阶段性考核成绩 30%）+期末成绩 50%。

通过超星（学习通）智能平台自动采集学习过程数据，设置科学指标，AI 算法量化评分，实现客观、全面、精准评价。

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. 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。

2. 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。

3. 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”融为一体的当代合格大学生。

（二）主要内容

人民代表大会、党代会、党的建设、经济社会、国际形势及热点专题。

（三）教学要求

1. 教学方法：本课程构建技术赋能、多元协同的教学方法体系。以AI增强的案例教学为核心，动态抓取时政案例并生成分析报告，实现从具体现象到理论升华的引导。采用专题讲授法，依托AI知识图谱梳理逻辑，帮助教师系统阐释重难点。借助智能平台开展互动教学，通过弹幕、词云、抢答等形式组织多层次研讨。结合视频观摩、项目实践（如政策调研与模拟）及讲授教学，配合AI辅助信息推送与过程指导。同时，运用任务驱动、小组合作探究与问题教学，形成贯穿课内外的问题导向学习流程。最终以混合式教学整合线上个性化学习与线下深度互动，构建一体化育人环境。

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，使学生真切感受到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二十届三中全会精神的内涵要义等。构建“AI + 多元融合”智能教学模式，形成“三阶闭环”流程：课前AI推送预习并分析学情，课中人机互动探究，课后AI推送复习资源与实践任务。

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。同时，整合优质资源，建设“理论+实践+职业+红色”智能教学资源库。

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 50%+出勤占 20%+课堂表现占 30%）+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. 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。

2. 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。

3. 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。

（二）主要内容

通过对中华优秀传统文化的思想、哲学、传统艺术、传统典章制度、传统节庆与民俗、传统科技、中医文化等内容的学习，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：以人工智能技术赋能教学全流程，灵活运用案例研讨、分组互动、角色扮演、启发引导等多种方法，激发学生思考与实践。

2. 教学模式：立足课程内容与学生特点，构建“AI+多元融合”的智慧教学模式，形成“课前一课中一课后”三阶闭环。

（1）AI+项目式教学；（2）AI+翻转课堂；（3）AI+分层教学。

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%，课堂考勤占 20%，课堂表现占 30%，阶段性考核成绩占 30%）+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. 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。

2. 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。

3. 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。

（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：主要采用讲授法、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。通过构建“AI + 多元融合”智能教学模式，形成“三阶闭环”流程：课前AI推送预习并分析学情，课中人机互动探究，课后AI推送复习资源与实践任务。

2. 教学模式：采用人工智能赋能《国家安全教育》课程教学。依托人工智能技术，优化课堂教学流程，提升课堂教学的互动性、趣味性和实效性。

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。同时，整合优质资源，建设“理论+实践+职业+红色”智能教学资源库：

（1）理论资源库：数字化马克思主义经典著作和习近平思想文献，形成电子书、有声读物等；邀请专家录制微课和讲座；AI标签化实现智能检索和推荐。

（2）实践资源库：收集红色教育基地、企业等实践资源；开发虚拟仿真实践项目；建立思政案例库并解析。

（3）红色资源库：整合红色教育资源如历史文献、故事等；AI数字化修复和智能检索；支持教师制作课件。

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 20%，课堂表现占 40%，阶段性考核成绩占 20%）+期末成绩 50%。

2. 通识课程

表 10 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. 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；初步了解人工智能在心理健康领域的应用场景、核心技术逻辑（如心理测评算法、智能干预原理），掌握借助AI工具获取心理健康知识、开展自我心理评估的方法。 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；具备运用人工智能工具辅助心理问题分析、情绪调节、人际沟通优化的实践能力，能够合理筛选、使用合规的心理健康AI应用资源。 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；借助人工智能技术赋能，增强学生对心理健康数字化服务的接纳度与应用能力，培养适应数字时代的心理自助与互助素养。 （二）主要内容 1. 理论部分 在原有“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”等内容基础上，新增“人工智能 + 心理健康”专项模块。 2. 实践部分 在原有“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”等活动基础上，融入人工智能赋能实践项目。 （三）教学要求 1. 教学方法：在原有“讲授法、案例法、分组讨论法、团体训练法、个案分享法”基础上，新增“AI辅助教学法”，具体包括：智能个性化教学；虚拟案例模拟教学；					

线上AI答疑互动。

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，融入“AI+任务驱动”模式，围绕“AI辅助心理问题解决”设计实践任务（如“利用AI工具制定个人压力管理方案”等），推动理论学习、AI工具应用与实践解决能力的融合提升。

3. 教学资源：基础资源；数字化AI资源；工具资源。

4. 教学场地：多媒体教室、心理健康AI实验室（含VR设备、情绪识别设备等）、线上虚拟教学平台相结合。

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%）。学生参与AI互动（如完成AI推荐练习、参与虚拟情境训练）的活跃度与完成质量，作为平时成绩（50%）的组成部分之一，占比不超过10%。

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. 知识目标：系统了解我国国防发展历程与现代化国防建设现状，树立依法履行国防义务、参与国防建设的法治观念；掌握世界军事发展趋势与我国周边安全环境核心态势，增强国家安全忧患意识与防范意识；认知高科技发展成果，明确高技术在现代战争中的核心影响与作用机理。

2. 能力目标：具备对军事理论核心知识的准确认知、深刻理解与系统领悟能力；能够运用军事理论基本知识分析相关问题，并具备向他人准确宣传国防知识、传递国家安全理念的能力。

3. 素质目标：培育严明的组织纪律观念与令行禁止的行为自觉；培养敬业乐业、精益求精的职业素养与责任担当；提升高效沟通表达能力与跨场景协作能力；强化团队协作意识与集体荣誉感，夯实融入团队、协同完成任务的基础。

（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. 知识目标：熟悉并掌握单个军人徒手队列动作的要领、标准。
2. 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。
3. 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。

（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. 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。

2. 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。

3. 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。

（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. 知识目标：了解人工智能在体育科学中的应用概貌，掌握运动数据采集、分析与解读的基本知识。理解智能设备（如穿戴设备、智能器械）的工作原理及其在训练中的应用逻辑。精通 2-3 项专项运动技术体系，并了解该领域智能化训练辅助系统（如视频分析、生物力学建模）的基本原理。

2. 能力目标：增强体能，能够运用智能穿戴设备等工具监控训练负荷、评估体能状态，并基于数据反馈优化个人锻炼计划。掌握 1-2 项基本运动技能和保健方法，并具备利用AI健康助手、在线康复平台等数字工具进行自我健康管理的能力。具备多项

体育项目的赏析能力，能够从运动表现分析、战术数据解读等智能技术视角，深化对高水平竞技体育的理解和赏析。在科技赋能的同时，深刻理解体育以人为本的本质，弘扬积极健康的体育文化。

3.素质目标：学会通过体育活动及智能科技手段监测和提高体魄、科学调控情绪。形成克服困难、勇于探索的坚强意志品质，在挑战传统与融合科技的实践中培养创新精神。

（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 25%，出勤占 5%，课堂表现占 10%，课堂常规占 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. 知识目标：系统掌握英语语音、词汇、语法、语篇和语用等基础语言知识，了解常见职场与生活语境中的沟通策略；熟悉英语学习的基本理论与方法，掌握借助AI工具进行资源筛选、学习过程监控与效果评估的相关知识，形成适应智能时代发展的知识结构。
- 2. 能力目标：具备扎实的英语听、说、读、看、写、译技能，能够灵活运用英语完成日常及职场环境中的沟通任务；能够识别和分析语言与文化现象，具备一定的跨文化理解与沟通能力；能够合理运用包括AI平台在内的学习资源，自主制定学习计划、监控学习过程、评估学习成效，形成可持续发展的语言学习能力。

3. 素质目标：坚持立德树人，培养学生立足中国立场、具备国际视野的文化自信与跨文化沟通意识；在语言学习中塑造善于倾听、尊重差异、具备同理心与合作精神的职业素养；锤炼尊重事实、理性判断、勇于探究的思维品质，增强在人工智能时代的道德判断力与社会责任感。

（二）主要内容

1. 语言知识模块；2. 文化理解模块；3. 语言应用模块。

（三）教学要求

1. 教学方法：融合项目导向法、情境交际法、任务驱动法、分组合作学习等多种教学方法，结合AI助学工具开展个性化、交互式学习活动，激发学生主体意识，提升课堂参与度与学习效果。

2. 教学模式：实施分层次教学与课堂讲授相结合，强化“课堂+AI平台”协同教学机制，依托智能系统实现学习情况实时反馈与动态评估，增强语言训练的实际效果与针对性。

3. 教学资源：优先选用国家规划教材与精品教材，积极引入超星学习通、AI语音识别软件、虚拟仿真平台、教材配套APP等智能教学资源，建设“线上+线下”一体化教学资源库，服务学生泛在学习与个性化成长。

4. 教学场地：以多媒体教室为主，适时使用智慧教室，营造沉浸式、智能化的英语学习环境。

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. 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。

2. 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。

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；借助AI工具掌握高效自学方法，深化终身学习理念，培养适应数字化时代的信息筛选与创新应用素养。

（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、消息等基础应用文写作知识及训练。

（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，借助AI学习平台实现教学资源精准推送、学习进度实时追踪；指导学生运用AI工具开展自主学习，丰富语言文字应用实践形式。
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；利用超星学习通等数字化智能教学资源在线学习平台开展信息化教学。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与结果性评价相结合的考核方式，总评成绩=过程性评价 50%（其中课堂考勤占 10%，课堂表现占 30%，作业占 30%，阶段性考核成绩占 30%）+结果性评价 50%。

课程名称	信息技术与人工智能			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. 知识目标：掌握WPS软件的各项知识；掌握计算机基础知识、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；了解主流程序设计语言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；了解大数据、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。
2. 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。
3. 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。

（二）主要内容

授课内容包括信息技术基础模块、信息技术拓展模块和人工智能应用模块。其中，信息技术基础模块包括：计算机相关基础知识、计算机网络基础知识，WPS办公软件

的基本操作（文档处理、电子表格处理、演示文稿制作）。信息技术拓展模块包括：Python程序设计基础、信息检索、信息素养与社会责任、信息安全、机器人流程自动化、大数据、云计算、现代通信技术、物联网、区块链、人工智能等新一代信息技术相关知识介绍。人工智能应用包括：当下主流人工智能软件与办公软件的结合，如deepseek与kimi软件制作演示文稿。

（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；课程在学习通教学平台建课并上传课件等教学资源。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：本课程理论部分在多媒体教室进行授课。实验部分均在机房进行，学生一人一机，机房安装集广播教学、个别辅导、学生演示、文件传送等功能于一体的多媒体教学软件，以开展师生交互活动。
5. 考核标准：本课程采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中出勤 5%、回答问题 5%、作业 70%、小测 10%、实操 10%等）+期末成绩（笔试闭卷考核 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. 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；了解人工智能在创新洞察、市场分析、产品优化等创业环节中的应用场景与价值。
2. 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；能够利用AI工具进行市场数据分析、辅助生成商业计划书内容、优化演示材料。
3. 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，对人工智能伦理规范的基本认知。

（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；设定“人工智能赋能创业”专题，介绍AI工具在机会识别、商业模式创新及运营效率提升方面的应用案例。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、案例分析法等。鼓励在案例分析和项目实践中，引导学生使用合规的AI工具作为辅助。

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；可推荐学生体验成熟的AI数据分析和内容生成工具。

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. 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；了解人工智能技术催生的新兴职业形态及其核心技能要求。

2. 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；能够运用AI工具辅助进行职业信息检索、简历优化及面试模拟，提升求职准备的质量与效率。

3. 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；初步建立对人工智能影响职业世界的理性认知，树立积极适应技术变革的终身学习观。

（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。在实操技巧环节，设定AI工具应用指导，例如使用AI进行简历智能排版与关键词优化，利用AI面试官平台进行模拟面

试与反馈分析。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、案例分析法等。在案例分析与实操练习中，鼓励引入AI工具作为辅助手段。

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；线上平台可用于提供AI工具使用教程与模拟练习入口。

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；可引入合规的AI简历评测工具、AI模拟面试软件等数字化资源。

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. 知识目标：使学生了解中外经典艺术流派、代表作品及艺术发展脉络，涵盖美术、音乐、戏剧、影视、设计等多艺术门类的核心知识；掌握基本的艺术鉴赏方法和术语，能准确解读艺术作品的形式美、内涵美及文化背景；了解艺术与生活、艺术与职业的关联，明确艺术在现代社会中的应用价值。

2. 能力目标：培养学生对艺术作品的审美感知能力、分析鉴赏能力，能独立完成对各类艺术作品的赏析与评价；提升学生的艺术表达与实践能力和创新能力，通过基础艺术创作、创意设计等实践活动，掌握简单的艺术表现技巧；引导学生运用艺术思维解决实际问题，将审美素养转化为职业场景中的沟通能力、沟通能力和细节把控能力。

3. 素质目标：本课程旨在培养和提高学生感受美、鉴赏美和创造美的能力修养，树立和发展学生正确的审美观念，提高对美的感知力，丰富的想象力和透彻的鉴赏力，并培养创造美的能力，最终促进学生的全面发展。

（二）主要内容

艺术鉴赏模块：分门类开展经典作品赏析，兼顾古今中外与雅俗共赏。美术类聚焦绘画、雕塑、书法、摄影等，赏析《蒙娜丽莎》《清明上河图》等经典作品，了解传统书画与现代摄影的艺术特色；音乐类涵盖古典音乐、民族音乐、流行音乐等种类

作品的情感表达；设计类聚焦平面设计、环境设计、结合生活场景与职业案例，解读设计中的审美逻辑与实用价值。

艺术实践与创意应用模块：立足高职实践导向，结合地域文化资源，融入传统民间艺术内容，增强课程的针对性与文化归属感。以书法与纸艺为特色，设计轻量化、易操作的实践任务，避免专业门槛过高。包括硬笔书法、手工制作、创意海报设计、校园艺术活动策划等；同时结合不同专业特点设计应用任务，实现艺术与专业的融合应用。

（三）教学要求

- 1. 教学方法：讲授法、示范法（含AI工具操作）、实践法、分组讨论法；融入“人机协同”模式，结合传统技法与智能辅助教学。
- 2. 教学模式：理论实践结合，注重艺术技能与数字技术应用能力发展；采用“传统训练+AI赋能”双轨路径，强化基础并激发创新。
- 3. 教学资源：选用美育类规划教材，利用超星学习通等平台及智能书法APP（如“以观书法”）、AI生成工具、虚拟展厅等数字化资源，构建“虚实融合”学习环境。
- 4. 教学场地：美术实训室（传统工具+数字设备）或多媒体教室（理论讲授与AI演示）。
- 5. 考核标准：过程性评价 50%（平时作业 30%+出勤 10%+课堂表现 10%）+终结性评价 50%（书法创作 25%+手工作品 25%），重点关注AI工具辅助学习与创作的实践成效。

（二）专业（技能）课程

1. 专业基础课程

表 11 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. 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。

2. 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。

3. 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。

（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的案例。

（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	电商文案写作与传播			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. 知识目标：掌握电商文案的基本概念、分类与作用，熟悉不同平台电商文案的写作规范与特点；理解电商文案传播的核心逻辑与影响因素，牢记产品卖点提炼、受众需求挖掘、品牌调性贴合的基本方法，理清电商文案从构思定稿到投放传播的完整流程。

2. 能力目标：能够独立完成不同平台电商文案的选题构思、内容撰写与优化修改，熟练运用常见方法提炼产品核心卖点、挖掘受众真实需求；能够结合不同品类产品与平台特性，撰写符合品牌调性的商品详情页文案、社交平台传播文案、直播推广文案等各类电商文案，能够根据投放数据调整优化文案内容，提升电商文案的传播效果与转化效果。

3. 素质目标：树立正确的电商职业价值观，自觉遵守电商行业的内容创作规范与商业伦理，坚守合规创作底线，拒绝虚假宣传与过度营销；养成以消费者需求为核心的创作思维，培育对产品、用户、品牌负责的职业责任感，提升审美素养与创新意识，能够在文案创作中传递积极的品牌价值与消费观念，培育团队协作意识与持续创新的创作习惯，适应电商行业快速发展的变化要求。

（二）主要内容

本课程聚焦电商文案创作基础能力培养，主要内容涵盖电商文案基础知识认知，梳理不同平台电商文案的类型、功能与创作基本规范；讲解产品卖点提炼方法与用户需求挖掘技巧，教授如何通过产品分析、用户画像梳理找准文案创作的核心方向；围绕商品详情页文案、社交平台传播文案、直播推广文案等常见电商文案类型，分别讲解不同场景下的创作结构、语言风格与创作逻辑，融入合规创作要求与以用户为中心的创作理念，配套实操训练帮助学习者掌握文案撰写、数据复盘与优化调整的完整流程，夯实电商文案创作的专业基础。

（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. 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。 2. 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。 3. 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； （二）主要内容 1. 绪论 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：采用启发式、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	短视频拍摄与创作			开课学期	3
参考学时	48	学分	3	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 知识目标：掌握短视频拍摄的基础概念与行业基本逻辑，熟悉短视频从选题策划到后期输出的完整创作流程，牢记短视频拍摄的构图、光线、景别、运镜等核心专业术语与规范要求，清楚不同类型短视频的创作特点与技术标准。
2. 能力目标：能够独立完成短视频的选题策划、脚本撰写、现场拍摄与后期剪辑全流程工作，能够根据不同短视频的内容定位合理选择拍摄设备、运用拍摄技巧调整画面呈现效果，能够排查解决短视频拍摄与创作中的常见技术问题，能够协同团队成员完成指定主题的短视频创作项目。
3. 素质目标：自觉践行社会主义核心价值观，遵守短视频创作领域的职业道德与行业规范，培养正确的价值取向与审美情趣，树立内容创作正向传播的责任意识，养成团队协作、精益求精的创作素养，提升对数字内容创作行业的认同感与职业归属感。

（二）主要内容

本课程为网络营销与直播电商专业的专业基础入门课程，主要包含四个部分的内

容：第一部分为行业认知模块，讲解短视频行业的发展历程、生态构成与基本商业模式，帮助学生建立对短视频创作领域的整体认知；第二部分为基础理论模块，讲解短视频拍摄创作的基础概念、核心专业术语与行业规范，梳理短视频创作从选题定位、脚本策划、素材拍摄到后期剪辑的完整流程，拆解不同类型短视频的创作逻辑与技术要求；第三部分为技能实践模块，围绕构图设计、光线运用、景别选择、运镜方法、基础剪辑、调色字幕等核心技能设置分段训练，指导学生独立完成单条短视频的全流程创作；第四部分为职业素养模块，结合短视频领域的法律法规、内容导向要求，讲解创作中的价值导向把控方法，引导学生树立正向内容传播的责任意识。

（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 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	商务谈判实战			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. 知识目标：了解商务谈判的定义、类型、基本原则与伦理规范，掌握商务谈判的完整流程（准备阶段、开局阶段、磋商阶段、成交阶段）核心环节要点；学习开局策略、报价策略、让步策略、僵局破解策略等常用谈判策略，掌握沟通倾听、提问答复、议价说服的基本技巧；熟悉谈判合同的主要条款内容与风险防控要点，了解不同文化背景下商务谈判的风格差异。
2. 能力目标：能够独立完成商务谈判前的准备工作，包括收集整理谈判对手信息、制定谈判目标与备选方案、合理组建谈判团队；能够根据不同谈判场景选择适配的谈判策略，准确把握谈判节奏，有效破解谈判僵局，达成有利于己方的合作条件；能够规范起草谈判备忘录与初步协议条款，识别常见的谈判合同风险并提出规避方案，能够恰当处理谈判后的后续跟进与关系维护。
3. 素质目标：树立诚信谈判的职业理念，遵守商务谈判的伦理规范与法律法规，

杜绝欺诈胁迫等不当谈判行为；提升逻辑思辨与临场应变能力，能够在信息不对称、局势多变的谈判场景中保持冷静，理性分析问题；培养团队协作意识与沟通包容能力，能够在团队谈判中明确分工、默契配合，尊重谈判对手的合理诉求，维护良性合作关系。

（二）主要内容

学习商务谈判基础理论与流程规范，掌握商务谈判各阶段的策略与技巧，明确不同类型商务谈判的操作要点，了解跨文化商务谈判的注意事项与合同风险防控要求。

（三）教学要求

- 1. 教学方法：讲授法、案例教学法、情境模拟法、分组演练法等。
- 2. 教学模式：“理论讲解+模拟实战”结合的教学模式，以实战演练强化学生的实操能力。
- 3. 教学资源：优先选用职业教育商务谈判类精品教材，搭配真实商务谈判案例库、在线模拟训练资源，依托线上教学平台开展案例研讨与过程指导。
- 4. 教学场地：多媒体教室、商务谈判模拟实训室。
- 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%。

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. 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》）。
- 2. 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。
- 3. 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。

（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. 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。
- 2. 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。
- 3. 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、滥用及泄漏行为，维护数据安全。学生能向非技术人员（如市场、运营团队）清晰地解读数据报告，推动分析结果落地执行。

（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. 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。

2. 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）。

3. 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

(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%。

课程名称	习近平经济思想概论			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

本课程旨在引导学生系统掌握习近平经济思想的核心要义、精神实质与实践要求。

知识与技能：掌握习近平经济思想的理论渊源、发展脉络与核心内容，包括新发展阶段、新发展理念、新发展格局、高质量发展、新质生产力等关键概念，把握其作为马克思主义政治经济学中国化时代化最新成果的理论地位。

能力与方法：提升运用习近平经济思想的立场、观点、方法分析和解决当代中国经济发展现实问题的能力，增强理论洞察力和辩证思维，能够辨析其与西方经济学的本质区别。

情感态度与价值观：深刻认识习近平经济思想对实现中华民族伟大复兴的重大意义，增强“四个自信”、牢固树立以人民为中心的发展思想，强化家国情怀与使命担当。

（二）主要内容

本课程以《习近平经济思想概论》（“马工程”教材；高等教育出版社）为基本教材，系统阐释其科学体系。

理论基石：涵盖马克思主义政治经济学、马克思主义中国化的经济思想等理论渊源，以及习近平总书记主政地方和党的十八大以来的实践基础，体现发展主题的时代性、发展目的的人民性等鲜明品格。

核心内容：包括加强党对经济工作的全面领导、坚持以人民为中心的发展思想；坚持和完善社会主义基本经济制度；完整准确全面贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展；加快发展新质生产力；推动城乡与区域协调发展；统筹发展和安全；做好经济工作的方法论等。

时代价值：阐释习近平经济思想对中国经济发展实践的指导意义，对马克思主义政治经济学的原创性贡献，以及为世界发展贡献的中国智慧。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用专题讲授与启发式教学相结合，注重理论深度；融入案例教学，筛选习近平总书记考察足迹、重大战略部署等现实案例；安排小组研讨与成果展示；通过个人创新论文和小组项目，培养研究性学习能力。

2. 教学模式：实施线上线下混合式教学，理论部分线上预习，重难点线下深化；推动理论与实践相贯通，组织学生深入国民经济主战场开展调研；针对不同教学层次进行差异化教学设计。

3. 教学资源：核心教材为《习近平经济思想概论》及《习近平经济文选》；参考相关研究著作；运用在线课程平台、虚拟仿真软件等数字化资源；建立习近平总书记考察调研足迹等案例资源库；组建高水平师资团队，建立常态化集体备课机制。

4. 教学场地：理论授课在多媒体教室；研讨活动使用可移动桌椅的研讨教室；线上教学依托智慧职教、超星等教育平台。

5. 考核标准：该课程采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，进行期末最终考核。

（1）过程性评价

平时考核成绩，占总成绩的 50%。主要包括：平时到课考勤情况；课堂发言情况；课后作业。平时考核将贯穿教学的整个过程。

（2）期末终结性评价

以期末考试成绩为主，占总成绩 50%。

2. 专业核心课程

表 12 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. 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（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。

2. 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：包括制订采购计划、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）。

3. 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。

（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：采购计划制订（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	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. 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）。

2. 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。

3. 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。

（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	网店运营与管理			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. 知识目标：掌握网店开设的基本流程与平台规则，熟悉网店商品标题、主图、详情页的策划与制作逻辑，理解网店流量运营、用户运营、活动运营的核心框架，掌握网店数据分析的基础指标与解读方法，明晰网店供应链与仓储管理的基本要点。

2. 能力目标：能够独立完成网店注册、资质提交、店铺设置等开店全流程操作，可根据商品特性策划并优化商品标题、主图与详情页，能运用平台工具开展免费与付费流量引流，可策划执行常规店铺促销活动并进行用户分层维护，能解读网店核心运营数据并提出基础优化方向，能配合完成网店仓储与发货的基础管理工作。

3. 素质目标：树立诚信经营、合法合规的网店运营意识，养成用户导向、数据驱动运营思维，培养精益求精、持续优化的工作习惯，增强团队协作与岗位责任意识，树立正确的职业价值观与创业信心。

（二）主要内容

本课程围绕网店运营全流程展开，具体包含：网店开店筹备，涵盖主流电商平台规则解析、店铺注册与资质认证、店铺基础设置；网店商品策划，包含商品标题撰写与关键词优化、主图与详情页策划设计逻辑；网店运营推广，包含免费自然流量优化、付费流量推广工具操作、店铺促销活动策划、用户分层与私域运营；网店数据运营，包含核心运营指标解读、基础运营问题诊断与优化；网店供应链管理，包含货源选择、仓储库存管理与发货流程管理。课程采用理实一体化教学，依托真实店铺项目开展实操训练，要求学生完成从开店到日常运营的全环节实践任务，达成课程知识与技能培

养目标。

（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	AI 与直播运营			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. 知识目标：掌握 AI 工具的基础分类与核心功能；熟悉直播运营全流程的核心环节，包括直播选品、脚本策划、流量投放、用户互动、数据复盘的基础逻辑；理解 AI 在直播运营各环节中的应用原理，掌握主流 AI 工具在直播内容生成、用户画像分析、直播数据诊断中的使用方法。

2. 能力目标：能够独立运用 AI 工具完成直播脚本撰写、直播文案生成、商品卖点提炼等基础内容创作；能够借助 AI 工具开展用户画像分析，精准定位目标受众，优化直播选品与流量投放策略；能够对直播核心数据进行 AI 智能诊断，完成直播效果复盘并提出可行的优化方向；具备 AI 赋能下直播运营全流程的落地执行能力，能够解决直播运营中的常见问题。

3. 素质目标：树立正确的商业伦理与直播营销价值观，自觉遵守直播电商行业相关法律法规与公序良俗，抵制虚假宣传、数据造假等违规行为；养成数字营销思维与创新意识，主动接纳 AI 技术对直播行业的变革，具备主动探索 AI 直播运营新方法新工具的学习意识；培养团队协作意识与岗位责任意识，具备直播运营岗位所需的职业素养与服务意识，提升适应直播行业快速发展的职业综合素质。

（二）主要内容

学习包括 AI 直播工具基础操作与应用规范，基于 AI 的直播选题策划与脚本框架搭建，AI 辅助生成直播引流文案、商品介绍话术与互动内容，利用 AI 工具完成受众群体标签提取与用户需求画像分析，结合 AI 数据分析优化直播选品逻辑与投放人群

定向，AI 驱动的直播核心数据复盘与问题诊断，以及 AI 赋能直播全流程运营的落地实操训练，同步融入行业法律法规与职业伦理教育，引导学生规范使用 AI 工具开展直播运营活动。

（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	新媒体编创			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. 知识目标：掌握新媒体编创的基础理论知识，明确图文、短视频、直播内容等不同类型新媒体作品的编创逻辑，熟悉新媒体内容编创的全流程，掌握选题策划、素材采集加工、内容排版剪辑、标题与封面制作、互动优化等核心环节的方法与规范，了解新媒体平台的内容分发规则与用户偏好特点。
- 2. 能力目标：
能够独立完成不同类型新媒体作品从选题策划到最终成品产出的完整编创工作，能够根据不同平台的定位与用户特点适配调整编创内容，具备挖掘优质选题、整合创作素材、优化内容呈现、根据数据反馈迭代调整作品的实践能力，具备基本的新媒体内容创新思维与审美能力。
- 3. 素质目标：
树立正确的内容价值观，恪守新媒体内容创作的职业道德与法律法规要求，养成严谨负责的创作态度，提升新媒体内容审美素养，培养团队协作与创新创业意识，能够适应新媒体行业快速发展的变化要求。

（二）主要内容

本课程围绕新媒体内容编创全流程展开教学，具体涵盖新媒体行业发展概况与编创基础认知，不同类型新媒体内容的编创逻辑与特点，新媒体内容选题策划方法、用

户画像分析与需求挖掘思路，文字、图片、音频视频等各类创作素材的采集与加工处理技巧，图文内容的排版设计规范、短视频的剪辑调色与包装方法，标题与封面的优化设计策略，新媒体内容的互动设计与数据运营优化方法，以及不同新媒体平台的分发规则、内容偏好与内容适配方法，同时融入新媒体内容创作相关法律法规、职业道德与内容价值导向规范。

课程通过理论讲授结合项目实践开展教学，要求学生完成至少 3 个不同类型的新媒体作品编创实训项目，课程考核采用过程性评价加成果性评价相结合的方式，重点考察学生对编创知识的掌握程度与实践创作能力，落实课程思政育人要求。

（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. 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。

2. 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。

3. 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。

（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 13 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. 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。					
2. 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。

3. 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。

（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. 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。
- 2. 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。

3. 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。

（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	电商职场礼仪与实务			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. 知识目标：掌握电商职场礼仪的核心概念与基础理论，明晰不同电商职场场景下礼仪规范的核心要求；了解电商岗位各类商务交往中礼仪的基本原则与文化内涵，熟知从入职面试到日常办公、商务洽谈、线上直播场景中各类礼仪的基本规则与要求。 2. 能力目标：能够在电商求职面试、日常办公、商务对接、线上直播等各类典型职场场景中，灵活运用礼仪知识规范自身言行，妥善处理职场交往中的各类问题；能够独立梳理不同电商岗位的礼仪规范要点，为团队开展商务活动提供礼仪指导，解决电商职场交往中的礼仪误区与突发状况。 3. 素质目标：养成符合电商行业要求的职业素养与道德修养，树立以客户为中心的职场交往意识，培育尊重多元文化、恪守诚信的职业价值观；自觉规范电商职场言行，养成良好的职业行为习惯，增强自身职业认同感与职场适配度，塑造符合电商岗位要求的专业职业形象，提升职业软实力与核心竞争力。 （二）主要内容 学习包含电商职场礼仪基础、不同场景礼仪规范两大板块：一是讲解电商职场礼仪的核心概念、基本原则与文化内涵，梳理从面试入职到日常办公全流程的礼仪基础理论；二是针对求职面试、日常办公、商务对接、线上直播等电商典型职场场景，拆解对应礼仪规则与实操要求，指导学生纠正礼仪误区，掌握突发状况的应对方法，帮助学生塑造符合电商岗位要求的专业职业形象，养成符合行业要求的职业素养与行为习惯。 （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	直播产品摄影			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. 知识目标：掌握直播产品摄影的基础光学原理与构图规则，熟悉不同品类直播商品的拍摄特点与设备参数设置逻辑，了解直播场景中产品摄影的布光类型与光影运用要求，明晰直播间产品展示画面的拍摄规范与质量标准。 2. 能力目标：能够独立完成直播产品摄影常用设备的调试与参数设置，针对不同品类的直播商品设计合理的拍摄方案，灵活运用布光、构图方法打造符合直播间展示要求的产品画面，能够按照拍摄规范排查并修正直播产品展示画面的常见问题，具备配合直播运营需求调整拍摄呈现效果的实践能力。 3. 素质目标：自觉践行社会主义核心价值观，遵守直播电商行业的职业道德与规范，培养精益求精的工匠精神和审美鉴赏能力，树立符合直播行业发展的创新意识，养成团队协作与主动沟通的职业素养，增强对电商摄影文化的认同感与职业责任感。 （二）主要内容 学习涵盖直播产品摄影基础理论与实践操作两大模块：基础理论模块主要讲授直播产品摄影的光学基础、构图规则、产品特点分析、布光原理与拍摄质量规范；实践操作模块围绕不同品类直播产品，开展设备调试、参数设置、拍摄方案设计、布光构图实操、画面问题修正等训练，课程全程融入职业素养培育，将诚信经营、精益求精的职业要求贯穿教学全过程，帮助学生在掌握专业技能的同时，树立正确的职业价值观。 （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. 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）。 2. 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。 3. 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。 （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	AI 营销			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. 知识目标：掌握 AI 营销的基础概念与核心框架，了解 AI 技术在营销全链路中的应用场景与发展趋势，熟悉常见 AI 营销工具的类型与基本功能，理解 AI 驱动下用户画像构建、精准投放的底层逻辑。 2. 能力目标：能够运用 AI 工具完成基础的用户画像构建与标签梳理，能借助主流 AI 营销工具完成创意内容生成、投放效果初步分析等基础营销任务，能根据不同营销场景选择适配的 AI 工具解决实际问题，能基于 AI 分析结果调整简单的营销策略优化方向。 3. 素质目标：树立正确的商业伦理与营销价值观，理解 AI 营销应用中的数据隐私与合规要求，养成主动关注 AI 技术迭代与营销行业变革的自主学习意识，培育创新营销思维与团队协作意识，提升适应数字营销行业发展的职业素养。 （二）主要内容 本课程聚焦 AI 技术在营销领域的落地应用，核心教学内容主要分为四个模块： 模块一：AI 营销基础认知，涵盖 AI 营销的起源与发展、核心概念与底层技术基础、AI 驱动营销变革的核心逻辑、AI 营销应用中的伦理规范与合规要求。 模块二：AI 营销全链路应用，讲解 AI 在用户洞察与画像构建、内容创意生产、精准投放与效果优化、客户关系管理等营销全链路中的具体应用场景与操作方法。 模块三：AI 营销工具实操，介绍当前主流 AI 营销工具的功能特点，带领学生完成用户标签梳理、营销文案生成、投放数据初步分析等实操训练，指导学生结合不同营销场景选择适配工具。 模块四：AI 营销趋势探索，梳理 AI 营销当前的发展现状与未来发展方向，引导学生探讨 AI 技术带来的营销创新方向，培育数字化营销创新思维。 （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	电商视觉营销			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. 知识目标：学生将系统掌握 Photoshop 软件的核心基础知识，熟悉软件界面布局、工具面板功能及常用快捷键操作，理解图层、蒙版、通道、色彩模式等基础概念，掌握图片抠取、调色、修图、文字排版、特效制作等基础操作的原理，了解视觉营销的基本理论，明确不同电商平台的图片规范与设计要求，掌握主图、详情页、海报等常见电商视觉素材的设计逻辑与构成要素，了解常用设计素材的版权规则与获取渠道。 2. 能力目标：使学生能够独立运用 Photoshop 完成电商场景下的常规视觉设计任务，包括商品图片精修、背景替换、色彩校正、促销海报制作、主图与详情页元素设计等，能够根据产品特性与营销需求选择合适的设计风格与表现手法，能够快速响应运营需求调整设计方案，具备分析优秀视觉案例并拆解复用其设计思路的能力，能够输出符合平台规范、视觉吸引力强的营销素材，有效提升商品点击率与转化率，为后续专业核心课程学习及电商相关岗位就业奠定实操基础。 3. 素质目标：通过本课程学习，学生能够树立用户导向的视觉设计思维，理解视觉呈现对消费者决策的影响，养成严谨细致的设计工作习惯，注重图片细节处理与版权合规意识，能够从品牌整体调性出发统筹设计方案，同时培养审美鉴赏能力与创新意识，能够在商业需求与艺术表达间找到平衡，具备团队协作沟通能力，能够准确理解营销需求并转化为视觉成果，适应电商行业快速迭代的设计要求。 （二）主要内容 本课程围绕电商场景下的视觉设计实际需求展开，以 Photoshop 基础操作为核心，首先讲解软件基础操作，包括界面布局、常用工具功能、快捷键设置、文件格式规范等入门内容，帮助学生快速熟悉操作环境；随后循序渐进教授核心技能模块，涵盖选区创建与图像抠取、图层与蒙版的基础应用、色彩调整与图片调色、人像及商品精修技巧、文字排版与特效制作、基础海报合成等实操内容，每个知识点均结合电商主图、详情页素材、直播背景图、活动宣传海报等真实工作案例展开练习；同时穿插视觉营销基础理论讲解，包括电商平台图片规范、用户视觉注意力逻辑、不同品类商品的设计风格适配、版权素材使用规则等内容，兼顾基础操作熟练度与商业设计思维培养，					

确保学生能够将 PS 技能直接应用于网络营销与直播电商的实际工作场景中。

（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. 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。

2. 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。

3. 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。

（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 14 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. 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。 2. 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。 3. 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。 （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. 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）。 2. 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。 3. 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。 （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	AI 场景综合应用实训			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. 知识目标：掌握 AI 常见应用场景的核心概念与基础逻辑，熟悉 AI 工具应用的基本流程，记住场景化任务中 AI 工具的参数设置规则，理清不同行业场景下 AI 应用的实施框架。

2. 能力目标：能够根据不同行业的场景需求，正确选择适配的 AI 工具完成任务操作，独立完成 AI 应用场景下的参数调整与结果优化，能协作完成多环节串联的综合 AI 场景项目，可对 AI 生成的结果进行合规性检查与二次修正，具备排查 AI 工具常见应用问题的基础能力。

3. 素质目标：树立 AI 应用的合规意识与伦理观念，养成主动探索 AI 新技术的学习习惯，提升团队协作完成综合项目的沟通能力，强化数字化营销岗位的职业素养，培育创新应用 AI 工具解决实际问题的思维。

（二）主要内容

学习技能综合实训围绕本专业核心技能模块，以真实企业项目为载体，组织学生分组完成从营销方案策划、AI 内容生成、直播账号运营到效果数据分析的全流程任务，训练学生综合运用专业知识解决实际问题的能力。

（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. 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。

2. 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。

3. 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。

（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	2026 级	
评审地点	鹤龄楼 804	评审时间	4 月 23 日	
会议主持	郑琳	会议记录	曾尧佳	
参评成员				
姓 名	工作单位	从事专业	职 称	职 务
林威	福州软件职业技术学院	网络营销与运营	副教授	教师
陈善规	厦门易普道信息科技有限公司	电子商务、跨境电商	高级工程师	总经理
祝捷	福州外语外贸学院	物流	教授	教师
林剑谊	福州职业技术学院	跨境电商	副教授	专业主任
评审意见	本方案的课程体系方案框架清晰、定位准确，完整覆盖了基础、核心、拓展与实践四大模块，整体结构规范、逻辑严谨，完全符合高职专业建设标准，为人才培养打下了坚实基础，在此基础上，建议适当精简偏理论的课程的基础内容，强化核心课中的数据库复盘、流量投放与直播合规模块，补充AI配音、电商投放等前沿拓展课程，融入本地产业特色，试行“递进式”实战教学，打造更具竞争力的高素质技能人才培养体系。 组长：林威 成员：郑琳 林剑谊 祝捷 2026年4月23日			