

电子商务（中外合作办学）专业 专科人才培养方案

一、专业基本信息

专业名称：电子商务（中外合作办学）

专业代码：530701

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

基本修业年限：三年

二、职业面向

表 1 电子商务（中外合作办学）专业职业面向一览表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或 技术领域	职业资格证书 或技能等级证 书举例
财 经 商 贸 大 类 (53)	电子商 务类 (5307)	互联网和 相关服务 (64)、批 发业(51)、 零售业 (52)	电子商务师 S (4-01-06-01)、 互联网营销师 S (4-01-06-02)、 营销员 (4-01-02-01)、 市场营销专业人员 (2-06-07-02)、 商务策划专业人员 (2-06-07-03)、 品牌专业人员 (2-06-07-04)、 客户服务管理 (4-07-02-03)、 采购员 (4-01-01-00)	网络调研、网 络和新媒体营 销推广、网站 策划、网站设 计、数据库维 护人员、电商 运营管理、运 营主管、全渠 道营销主管、 O2O 销售主 管、智能客服 主管、视觉营 销设计师、互 联网产品开发 主管	计算机软件水 平考试、电子商 务师证书、互联 网营销师证书、 网店运营推广、 电子商务数据 分析、跨境电商 B2B 数据运营、 直播电商、农产 品电商运营

三、培养目标

本专业坚守为党育人、为国育才的初心，培养思想政治坚定，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，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握经济学、管理学、营销学及互联网应用技术等专业知识和技术技能，具有国际视野和跨文化沟通能力，具有创新能力、适应能力和组织管理能力，掌握现代化商贸理论基础和电子商务领域的专业知识，面向互联网和相关服务、新媒体营销推广、电商运营管理、网站设计及策划等职业岗位群，能够从事与现代商务活动相关的数据化运营、网店运营、社群运营、电子商务网站建设、新媒体营销活动策划与执行、客户服务管理、视觉设计、电商产品开发、网络调研等领域的高技能人才。

四、人才培养规格

（一）素质

1.坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

2.掌握本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握互联网交易安全、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 and 担当精神。

3.具有良好的中英文语言及文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习并提高英语掌握程度且能结合本专业加以运用。

4.具有良好的职业道德和吃苦耐劳的精神。

5.具备与人合作、交流、自我学习、解决问题和信息处理的能力。

6.具有较高的情商，较好的自我管理能力。

7.正确认识自己，能够在职业成长方面不断发挥自身优势，形成个人品牌。

8.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。

9.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。

10.具有国际视野和跨文化沟通能力，具有创新能力、适应能力和组织管理能力。

（二）知识

1.熟悉与专业相关的国家及行业标准、法律规范。

2.掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

3.掌握与职业基本技能相适应的经济学、管理学、会计学、市场营销学、零售学等专业基础知识。

4.掌握与职业核心技能相适应的电子商务概论、网络营销、网页网站设计、电子商务数据分析、网店经营与管理、新媒体运营等专业知识。

5.掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式及数据化运营管理方法。

6.了解电子商务行业就业形势与政策，熟悉就业创业相关理论知识。

（三）能力

1.具有商务基础知识，具备良好的互联网应用素养，深入了解互联网经济，掌握互联网经济运作规律和互联网企业竞争规则。

2.熟练应用电商平台和网络工具软件，熟练使用网络检索系统及其他知识数据库，并能灵活运用到电商行业。

3.熟练掌握网络营销和新媒体营销技术及方法，具有电子商务技术基础开发能力，具有电子商务运营和管理能力。

4.具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能够进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑。

5.具备从事互联网领域应用性工作的能力，并具有互联网商业模式创新能力和创业能力。

6.掌握基本数字技能，具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具备全局意识、创新意识，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，能更好地适应电子商务行业的发展变化。

7.具有行业产品分析、市场细分的能力，能够根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成 O2O 运营目标。

8.具备良好的英语沟通能力，包括口语和书面表达能力，具备在英语交流中解决实际问题的能力。

表 2 电子商务（中外合作办学）专业岗位能力及支撑课程体系

岗位能力	能力描述	知识结构	课程设置
网络调研	熟悉网络市场调研的规划、方案设计、组织实施；熟悉网络市场信息整理与分析方法；熟悉常用的网络市场调研手段；能够完成网络市场调研问卷设计、实施以及对结果进行统计和分析。	网络市场调研方法、手段、方案设计、组织实施、结果分析。	管理学 市场营销学 网络营销 市场调研 电子商务数据分析 网络客户服务实务 消费者行为学
网络营销	熟悉网络和办公软件；熟悉网络推广渠道、运作模式、交易规则、精通商城运营管理，有着优秀的战略意识；具有较好的文笔，能够独立完成市场宣传策划及文案的撰写；能够熟练运用各种宣传媒介进行宣	网络营销手段和信息资源搜集，新兴网络功能应用。	市场营销学 电子商务概论 网络营销 移动营销 网店经营与管理 新媒体实务

岗位能力	能力描述	知识结构	课程设置
	传推广工作。		短视频与直播运营 网络客户服务实务 新产品开发 数字营销、公关与沟通
新媒体运营	熟悉新媒体的基本知识和理论；熟悉新媒体运营的基本规律；掌握常见的新媒体，会新媒体工具的基本操作和技巧；掌握各种新媒体的运营和管理。	新媒体文案的写作，新媒体营销的运营，新媒体的管理等。	视频制作 网络营销 新媒体实务 短视频与直播运营 电子商务数据分析
网站策划	熟练电脑操作，掌握基本网络知识。掌握网站策划、实施、运营、宣传等业务流程；掌握电子商务运营与操作流程，能够洞悉电子商务的发展方向；对企业上网有比较深的理解；掌握企业网站的功能要求。具有较强的中文功底和文字处理能力，具有一定的网站栏目策划、运营管理知识；具有较强的选题、策划、采编能力、归纳能力。	网站策划、实施、运营、宣传，电子商务运营与操作流程。	电子商务概论 网络营销 新媒体实务 网页与网站设计 视频制作 新产品开发
网站设计	能熟练应用 Flash、Dreamweaver、Photoshop 等编辑网页，能够承担大型商业网站制作。具备一定的视觉传达设计功底，擅长广告创意、设计在网络广告、传统媒体广告上的应用。	网页制作工具使用、平面设计工具使用。	网页与网站设计 视频制作 新产品开发
电子商务运营和管理	熟悉主流电商平台运营规则，具备网络店铺装修和运营能力，掌握网络店铺的常规运营，具备互联网企	网店规划，开设，装修，选品等网店建设与运营管理	管理学 电子商务概论 跨境电商

岗位能力	能力描述	知识结构	课程设置
	业的常规运营管理能力。	理论的掌握,以及 网店运营工具的 使用。	网络营销 新媒体实务 网店经营与管理 事件管理 新产品开发
专业英语	熟悉电子商务专业的英语术语和理论,培养学生阅读互联网和电子商务相关的英文文章的能力,培养学生英语口语能力,培养学生用英语解决电子商务实际问题的能力。	教学中结合听、 说、读、写等教学 方式进行教学,突 出以应用为主,专 业知识兼顾的教 学模式,主要培养 学生英语阅读和 理解专业文献以 及用英语口语进 行沟通与解决问 题的知识和能力。	英语听说 英语读写 专业英语 工作场所沟通技巧 数字营销、公关与 沟通 消费者行为学 移动营销 网络营销

五、课程结构比例

表 3 电子商务(中外合作办学)专业课程结构比例表

课程	课程要求	学时	占总学时比例	学分	占总学分比例
公共基础课	必修	848	32.02%	49	36.30%
	选修	64	2.42%	4	2.96%
专业基础课	必修	208	7.85%	13	9.63%
专业核心课	必修	336	12.69%	21	15.56%
专业课	必修	288	10.88%	18	13.33%
	选修	224	8.46%	14	10.37%
集中实践教学环节	必修	680	25.68%	16	11.85%

合计		2648	100%	135	100%
----	--	------	------	-----	------

表 4 电子商务（中外合作办学）专业实践教学学时表

实践教学类别	学时	比例 (%)	备注
课内实践	216	15.70%	
独立开设的实践课	480	34.88%	
集中实践教学环节	680	49.42%	
合计	1376	100%	

实践教学学时占总学时的比例为 51.96%。

表 5 电子商务（中外合作办学）专业必修、选修学时表

总学时	必修学时	占总学时比例	选修学时	占总学时比例	合计
2648	2360	89.12%	288	10.88%	100%

表 6 电子商务专业引进课程分配表

课程及课时项目名称	数量	占项目全部专业课程门数百分比	占项目核心课程门数百分比	占项目全部专业课程门数百分比	占项目全部专业课程教学时数百分比
项目全部专业课程门数	28				
项目全部专业课程教学时数	1056				
项目核心课程门数	21				
项目核心课程教学时数	832				
引进的外方课程门数	10	$10 \div 28 = 35.71\%$			

引进的外方课程 教学时数	384				
引进的外方专业 核心课程门数	10		$10 \div 21$ =47.62%		
引进的专业核心 课程教学时数	384				
外国教育机构教 师担负的专业核 心课程的门数	10			$10 \div 28$ =35.71%	
外国教育机构教 师担负的专业核 心课程的教时数	384				$384 \div 1056$ =36.36%

四个三分之一的实现数据：

1. 引进乙方课程 10 门，占该项目全部专业课程门数（28 门）的 35.71%；
2. 引进乙方专业核心课程 10 门，占该项目核心课程门数（21 门）的 47.62%；
3. 外方教育机构教师担负的专业核心课程 10 门，占该项目全部专业课程门数（28 门）的 35.71%；
4. 外方教育机构教师担负的专业核心课程教学 384 学时，占项目全部专业课教学学时数（1056 学时）的 36.36%。

六、课程设置及授课进程（见附表）

（一）公共基础必修课程设置及要求

包括思想政治理论课、体育、心理健康、创新创业教育、职业发展与就业指导、外语、信息技术等公共基础必修课程。

表 7.1 《思想道德与法治》课程主要教学内容与要求

课程名称：《思想道德与法治》		学分：3	学时：48 理论：40 实践：8
课程目标	课程目标 1.通过课程教学，使学生掌握思想道德知识和法律知识。 课程目标 2.培养大学生的思想道德素质和法律素质，强化责任担当，树立集体主义精神和社会责任感，主动服务国家发展大局，成为德法兼修、全面发展的社会主义建设者和接班人。		

主要内容	1.理论教学 第一单元 担当复兴大任 成就时代新人（1）我们处在中国特色社会主义新时代；（2）新时代呼唤担当民族复兴大任的时代新人；（3）不断提升思想道德素质和法治素养 第二单元 领悟人生真谛 把握人生方向（1）人生观是对人生的总看法；（2）正确的人生观；（3）创造有意义的人生 第三单元 追求远大理想 坚定崇高信念（1）理想信念的内涵及重要性；（2）坚定信仰信念信心；（3）在实现中国梦的实践中放飞青春梦想 第四单元 继承优良传统 弘扬中国精神（1）中国精神是兴国强国之魂；（2）做新时代的忠诚爱国者；（3）让改革创新成为青春远航的动力 第五单元 明确价值要求 践行价值准则（1）全体人民共同的价值追求；（2）社会主义核心价值观的显著特征；（3）积极践行社会主义核心价值观 第六单元 遵守道德遵循 锤炼道德品格（1）社会主义道德的核心与原则；（2）吸收借鉴优秀道德成果；（3）投身崇德向善的道德实践 第七单元 学习法治思想 提升法治修养（1）社会主义法律的特征和运行；（2）坚持全面依法治国；（3）维护宪法权威；（4）自觉尊法学法守法用法 2. 实践教学 根据教学安排，学生在教师的组织下开展共四次实践活动（如分小组演讲、课下自主调研等），形成实践报告并提交。
教学要求	1.指引学生把握人生方向、坚定崇高信念，弘扬中国精神，自觉践行社会主义核心价值观。 2.遵守道德规范、锤炼道德品格，引领良好的社会风尚。 3.学习法制思想、养成法制思维，自觉尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素质和法治素养。

表 7.2 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》课程主要教学内容与要求

课程名称：《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》	学分：2	学时：32 理论：32 实践：0
课程目标	课程目标 1.深刻认识中国化时代化马克思主义既一脉相承又与时俱进的理论品质，系统把握马克思主义中国化时代化理论成果所蕴含的马克思主义立场、观点和方法。	

	课程目标 2.帮助学生树立马克思主义科学信仰，领悟中国化时代化的马克思主义为什么“行”，引导其自觉投身于中国特色社会主义伟大实践，为实现中华民族伟大复兴作出应有贡献。
主要内容	第一单元 马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果（1）马克思主义中国化时代化的提出；（2）马克思主义中国化时代化的内涵；（3）马克思主义中国化时代化的历史进程；（4）马克思主义中国化时代化理论成果及其关系；（5）学习本课程的要求和方法 第二单元 毛泽东思想及其历史地位（1）毛泽东思想形成发展的历史条件；（2）毛泽东思想形成发展的过程；（3）毛泽东思想的主要内容；（4）毛泽东思想活的灵魂；（5）毛泽东思想的历史地位；（6）科学评价毛泽东及毛泽东思想 第三单元 新民主主义革命理论（1）近代中国国情和中国革命的时代特征；（2）新民主主义革命理论的实践基础；（3）新民主主义革命的总路线；（4）新民主主义革命的基本纲领；（5）新民主主义革命的道路；（6）新民主主义革命的三大法宝；（7）新民主主义革命理论的意义 第四单元 社会主义改造理论（1）新民主主义社会是一个过渡性的社会；（2）党在过渡时期的总路线及其理论依据；（3）适合中国特点的社会主义改造道路；（4）社会主义改造的历史经验和教训；（5）社会主义基本制度在中国的确立 第五单元 社会主义建设道路初步探索的理论成果；（1）以苏联的经验教训为鉴戒；（2）初步探索的重要理论成果；（3）初步探索的意义和经验教训 第六单元 中国特色社会主义理论体系的形成发展（1）中国特色社会主义理论体系形成发展的社会历史条件；（2）中国特色社会主义理论体系形成发展过程 第七单元 邓小平理论（1）邓小平理论首要的基本的理论问题和精髓；（2）邓小平理论的主要内容；（3）邓小平理论的历史地位 第八单元 “三个代表”重要思想（1）“三个代表”重要思想的核心观点；（2）“三个代表”重要思想的主要内容；（3）“三个代表”重要思想的历史地位 第九单元 科学发展观（1）科学发展观的科学内涵；（2）科学发展观的主

	要内容；（3）科学发展观的历史地位
教学要求	1.了解马克思主义中国化理论成果的深刻内涵和精神实质,学习和掌握中国特色社会主义基本理论。 2.坚定建设中国特色社会主义的理想信念,提高学生运用马克思主义的基本立场、观点和方法来分析、认识 and 解决社会现实问题,提升学生独立思考和勇于创新的能力。

表 7.3 《形势与政策》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《形势与政策》		学分: 1	学时: 16 理论: 16 实践: 0
课程目标	课程目标 1.初步了解世界和中国发展大势,正确认识中国特色和国际比较,更具体、深入地理解党的基本路线、重大方针和政策,认清“两个大局”之下的形势和任务。 课程目标 2.系统分析我国经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设的重大成就,深刻体会中国特色社会主义现代化建设的“新阶段、新理念、新格局”,深刻认识世情、国情、党情,深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想。 课程目标 3.深入思考中国共产党带领全国人民在共同建设中国特色社会主义过程中彰显的优良传统,思考个人理想与人民福祉的关系,思考个人事业与国家需要的关系,思考“小我”与“大我”的关系。		
主要内容	第一讲 决胜“十四五” 奋发向前行 第二讲 纪念抗战胜利 坚定民族信念 第三讲 正确认识中国经济热点问题 第四讲 阔步迈向农业强国 第五讲 聚焦建设更高水平平安中国 第六讲 践行多边主义 完善全球治理 第七讲 携手周边国家 共创美好未来		
教学要求	本课程是理论武装实效性、释疑解惑针对性、教育引导综合性很强的一门高校思政课。教学以讲授为主,充分利用现代教育技术,采取灵活多样的教学方式,尤其是丰富网络教学资源,逐步实现教学资源共享及云端教学方式。		

表 7.4 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》课程主要教学内容与要求

课程名称：《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》	学分：3	学时：48 理论：40 实践：8
课程目标	课程目标 1.通过本课程的学习，使学生掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本精神、基本内容、基本要求，坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践。 课程目标 2.帮助学生树立正确的世界观、人生观和价值观，使其不断蓄积人文底蕴、科学精神职业素养、社会责任感和积极的人生态度，积极践行社会主义核心价值观，成为实现中华民族伟大复兴的合格建设者和新时代中国特色社会主义伟大事业合格的接班人。	
主要内容	1.理论教学 第一单元 导论：马克思主义中国化时代化新的飞跃（1）习近平新时代中国特色社会主义思想创立的时代背景；（2）习近平新时代中国特色社会主义思想是“两个结合”的重大成果；（3）习近平新时代中国特色社会主义思想是完整的科学体系；（4）习近平新时代中国特色社会主义思想的历史地位；（5）深刻领悟“两个确立”的决定性意义；（6）学好用好习近平新时代中国特色社会主义思想 第二单元 新时代坚持和发展中国特色社会主义（1）方向决定道路，道路决定命运；（2）中国特色社会主义进入新时代；（3）新时代坚持和发展中国特色社会主义要一以贯之 第三单元 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴（1）中华民族伟大复兴近代以来最伟大的梦想；（2）中国式现代化是强国建设、民族复兴的唯一正确道路；（3）推进中国式现代化行稳致远 第四单元 坚持党的全面领导（1）中国共产党领导是中国特色社会主义最本质的特征；（2）坚持党对一切工作的领导；（3）健全和完善党的领导制度体系 第五单元 坚持以人民为中心（1）江山就是人民，人民就是江山；（2）坚持人民至上；（3）全面落实以人民为中心的发展思想 第六单元 全面深化改革开放（1）改革开放是决定当代中国命运的关键一招；（2）统筹推进各领域各方面改革开放；（3）将改革开放进行到底 第七单元 推动高质量发展（1）完整、准确、全面贯彻新发展理念；（2）坚持和完善社会主义基本经济制度；（3）加快构建新发展格局；（4）建设现代化经济体系	

	第八单元 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略（1）全面建设社会主义现代化国家的基础性、战略性支撑；（2）加快建设教育强国；（3）加快建设科技强国；（4）加快建设人才强国 第九单元 发展全过程人民民主（1）坚定中国特色社会主义政治制度自信；（2）全过程人民民主是社会主义民主政治的本质属性；（3）健全人民当家作主的制度体系；（4）巩固和发展新时代爱国统一战线 第十单元 全面依法治国（1）坚持中国特色社会主义法治道路；（2）建设中国特色社会主义法治体系；（3）加快建设法治中国 第十一单元 建设社会主义文化强国（1）文化是民族生存和发展的重要力量；（2）建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态；（3）以社会主义核心价值观引领文化建设；（4）铸就社会主义文化新辉煌 第十二单元 以保障和改善民生为重点加强社会建设（1）让人民生活幸福是“国之大者”；（2）不断提高人民生活品质；（3）在共建共治共享中推进社会治理现代化 第十三单元 建设社会主义生态文明（1）坚持人与自然和谐共生；（2）建设美丽中国；（3）共谋全球生态文明建设之路 第十四单元 维护和塑造国家安全（1）坚持总体国家安全观；（2）构建统筹各领域安全的新安全格局；（3）开创新时代国家安全工作新局面 第十五单元 建设巩固国防和强大人民军队（1）强国必须强军，军强才能国安；（2）实现党在新时代的强军目标；（3）加快推进国防和军队现代化 第十六单元 坚持“一国两制”和推进祖国统一（1）全面准确理解和贯彻“一国两制”方针；（2）保持香港、澳门长期繁荣稳定；（3）推进祖国完全统一 第十七单元 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体（1）新时代中国外交在大变局中开创新局；（2）全面推进中国特色大国外交；（3）推动构建人类命运共同体 第十八单元 全面从严治党（1）全面从严治党是新时代党的建设的鲜明主题；（2）以政治建设为统领深入推进党的建设；（3）坚定不移推进反腐败斗争；（4）建设长期执政的马克思主义政党 2.实践教学
--	--

	根据教学安排，学生在教师的组织下开展共四次实践活动（如分小组演讲、课下自主调研等），形成实践报告并提交。
教学要求	1.帮助大学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，知行合一、锤炼品格。 2.帮助大学生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。 3.帮助大学生不断提高科学思维能力,增强分析问题、解决问题的实践本领。

表 7.5 《大学体育 I》课程主要教学内容与要求

课程名称：《大学体育 I》		学分：1	学时：32 理论：0 实践：32
课程目标	课程目标 1.提升心理素养：学生将通过课程中的心理训练，提高自信心、抗挫能力和情绪调节能力，这将有助于他们在比赛中保持冷静，更好地应对挑战。 课程目标 2.掌握基本技能：学生能够熟练掌握乒乓球的基础技能，包括正确的握拍、发球、接发球和攻球等，这些技能需要在课程中反复练习并达到一定标准。 课程目标 3.提高实战能力：通过模拟比赛场景的训练，学生能够提高在实战中的应对能力，包括反应速度、移动步法和策略运用等。 课程目标 4.增强身体素质：通过课程中的体能训练，学生能够在力量、速度、耐力和灵活性等方面有所提高，减少运动损伤，这些身体素质的提升将有助于他们在比赛中更好地发挥。 课程目标 5.培养战术意识：学生将学习并理解各种战术策略，如何根据对手的情况调整自己的打法，如何在比赛中运用不同的战术来取得优势等。		
主要内容	第一章技术课程项目概述 第二章技术课程运动原理 第三章技术课程初级技战术 第四章身体素质及训练方法		
教学要求	1.了解课程的起源与发展演变，了解国际赛事，了解场地、器材等规格，了解比赛规则。 2.掌握技术课程技术原理 3.掌握技术课程技战术		

	5.课程运动技能训练方法的合理运用；能够科学合理地制定训练计划；做到全面身体训练与专项身体训练相结合；全面发展速度、力量、耐力、灵敏、柔韧素质；训练与比赛相结合。
--	---

表 7.6 《大学体育Ⅱ》课程主要教学内容与要求

课程名称：《大学体育Ⅱ》		学分：1	学时：32 理论：0 实践：32
课程目标	课程目标 1.通过教学活动进行思想品德教育，培养学生热爱祖国、努力学习、积极进取、顽强奋进的品质； 课程目标 2.通过课程的教学，使学生基本掌握基本知识与基本技能，对课程的价值有深刻了解，让学生积极参与该课程，树立科学的、现代的、健康的体育观； 课程目标 3.通过课程基本技术的学习和练习，发展以有氧代谢能力和肌肉力量为重点的全面身体训练，继续提高学生的身体素质和身体技能，促进身心全面发展，进一步增强体质； 课程目标 4.通过课程教学，使学生初步掌握该课程有关知识，培养学生爱国主义、集体主义的思想品德，增强环保意识，培养敢于拼搏、勇敢顽强和团结协作的精神。		
主要内容	第一章体育课程思政理论与体验，德、智、体、美、劳培养体系。 第二章课程赛事组织与管理，合理对该课程赛事进行规划。 第三章课程基本技能与裁判工作，学习基本技能与裁判职责及工作重点 第四章身体素质及训练方法，技战术的应用和战术思想的培养		
教学要求	1.了解学校体育教育的目标，掌握德、智、体、美、劳构建路径。 2.掌握赛事的组织工作、管理与经营及赛事的风险管理。 3.掌握课程技术教学过程。 4.掌握技术课程技战术。 5.课程运动技能训练方法的合理运用；能够科学合理地制定训练计划；做到全面身体训练与专项身体训练相结合；全面发展速度、力量、耐力、灵敏、柔韧素质；训练与比赛相结合。		

表 7.7 《英语读写Ⅰ》课程主要教学内容与要求

课程名称：《英语读写Ⅰ》	学分：4	学时：64 理论：64 实践：0
---------------------	-------------	-------------------------

课程目标	本课程是非英语专业专科生的必修课。综合英语教学是高等教育的一个有机组成部分，综合英语课程是大学生的一门必修基础课程。综合英语是以英语语言知识与应用技能，学习策略和跨文化交际为主要内容，以外语教学理论为指导，并集多种教学模式和教学手段为一体的教学体系。综合英语的教学目标是培养学生的英语应用能力，增强跨文化交际意识和交际能力，同时发展自主学习能力，提高综合文化素养，使他们在学习、生活、社会交往和未来工作中能够有效地使用英语，满足国家、社会、学校和个人发展的需要。
主要内容	第一单元 Education Text A: Education does count (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Noun (6) Writing: Simple sentence 第二单元 Friendship Text A: A way to remember friendship (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Pronoun (6) Writing: Compound sentence 第三单元 Gifts Text A: The rules for gift giving (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Numeral (6) Writing: Complex sentence 第四单元 Movies Text A: An empire founded on a mouse (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis

	(3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Adjective & adverb (6) Writing: Topic sentence I 第五单元 Our Earth Text A: Earth Hour (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Preposition (6) Writing: Topic sentence II 第六单元 Part-time jobs Text A: Looking for a part-time job (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Indefinite tense (6) Writing: Supporting sentence 第七单元 Health Text A: The truth about fitness myths (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Continuous tense (6) Writing: Concluding sentence 第八单元 Festivals Text A: The Spring Festival (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Present perfect tense & past perfect tense
--	---

	(6) Writing: Organizing a paragraph
教学要求	综合英语教学应以学生为主体，教师为主导，注重培养学生的学习和研究能力。在缺少外语语境而且学时又较少的情况下，组织好课堂教学是关键，在有限的学时中，教师要充分调动学生的积极性，使学生能充分地进行听、说练习，在课堂上，通过“精讲”和学生的“多练”，通过朗读、听、说、写、全方位的各种形式的课堂内外的实践，培养学生具有较扎实的英语语言基础和较强的听说能力。

表 7.8 《英语读写 II》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《英语读写 II》		学分: 4	学时: 64 理论: 64 实践: 0
课程目标	本课程是非英语专业专科生的必修课。综合英语教学是高等教育的一个有机组成部分，综合英语课程是大学生的一门必修基础课程。综合英语是以英语语言知识与应用技能，学习策略和跨文化交际为主要内容，以外语教学理论为指导，并集多种教学模式和教学手段为一体的教学体系。综合英语的教学目标是培养学生的英语应用能力，增强跨文化交际意识和交际能力，同时发展自主学习能力，提高综合文化素养，使他们在生活、社会交往和未来工作中能够有效地使用英语，满足国家、社会、学校和个人发展的需要。		
主要内容	第一单元 Grateful life Text A: A glass of milk (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Relative clauses (6) Writing: Gift notes 第二单元 Our living environment Text A: A special taxi (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Adverbial clauses of time		

	(6) Writing: Greeting cards 第三单元 Fast food Text A: Isn't fast food too fast? (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Adverbial clauses of cause/reason and effect (6) Writing: Itineraries 第四单元 Modern communication Text A: 90 days without a cell phone or email (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Subject clauses and object clauses (6) Writing: Name cards 第五单元 Generation gap Text A: Clean your room (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Predictive clauses (6) Writing: Application forms 第六单元 Gender differences Text A: Feeling safe (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Gerunds and past participles (6) Writing: Telephone messages 第七单元 Job hunting Text A: My first day at McDonald's
--	---

	(1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: The infinitive (6) Writing: Email 第八单元 Blue-collar workers Text A: Wanted: blue-collar workers (1) Warming-up (2) Text Structure Analysis (3) Language Points (4) Exercises (5) Grammar: Modal verbs (6) Writing: Fax
教学要求	综合英语教学应以学生为主体，教师为主导，注重培养学生的学习能力和研究能力。在缺少外语语境而且学时又较少的情况下，组织好课堂教学是关键，在有限的学时中，教师要充分调动学生的积极性，使学生能充分地进行听、说练习，在课堂上，通过“精讲”和学生的“多练”，通过朗读、听、说、写、全方位的各种形式的课堂内外的实践，培养学生具有较扎实的英语语言基础和较强的听说能力。

表 7.9 《英语读写Ⅲ》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《英语读写Ⅲ》		学分: 4	学时: 64 理论: 64 实践: 0
课程目标	课程目标 1.提升学生的阅读理解能力: 课程将引导学生通过阅读各种英语文本, 如文章、新闻报道和学术论文, 提高他们的阅读理解能力。学生将学习阅读技巧, 如推测词义、理解文章结构和分析作者观点等。 课程目标 2.培养学生的写作技巧: 课程将教授学生如何写作清晰、连贯和有逻辑的英语文章。学生将学习写作技巧, 如构建段落结构、使用适当的语法和词汇, 以及表达自己的观点和论证。 课程目标 3.促进学生的翻译能力: 能借助词典翻译日常用语和常见复杂句, 并能撰写所学专业的英语小论文。译文基本通顺、达意, 无重大语言错误。 课程目标 4.培养学生的跨文化交际能力: 课程将帮助学生了解不同文化背景下的语言使用和交际习惯。学生将学习如何适应不同的社交和文化环境,		

	以提高他们在国际交流中的应对能力。 课程目标 5.提升学生的思政品质，课程将着力推动培养大学生的情感认同和价值认同，发挥新时代大学英语蕴含的思政教育功能，展现中国故事的当代价值和世界意义，展示中国智慧和方案，在增强大学生英语感知和语言能力的同时，培养大学生的民族情怀和爱国情愫，踔厉奋发，勇毅前行。
主要内容	第一单元 Role Models 1. Section A: Whom should I follow? 2. Grammar: Negation 3. Writing: Notices 第二单元 The Mobile Era 1. Section A: China's four great new inventions in the mobile era 2. Grammar: Direct speech and indirect speech 3. Writing: Invitation cards 第三单元 Names 1. Section A: What's in a name? 2. Grammar: Interrogative sentences 3. Writing: Replies to invitations 第四单元 The Business World 1. Section A: A smart move or an error? — The story of New Coke 2. Grammar: There be 3. Writing: Memos 第五单元 Smart Cities 1. Section A: The Day in the Life of a Smart City Resident 2. Grammar: Passive voice 3. Writing: Requests for leave 第六单元 Attitudes and Happiness 1. Section A: Attitude is everything 2. Grammar: Sentences that begin with "it" 3. Writing: Meeting schedules

	第七单元 Career and Life 1. Section A: Where are all the plumbers? 2. Grammar: Substitution and omission 3. Writing: Meeting minutes 第八单元 Science Fiction 1. Section A: The Reining Age 2. Grammar: Inversion 3. Writing: Summary
教学要求	1.了解榜样的力量,学会对各种肯定句进行否定变形,学会写英文通知。 2.了解手机对我们生活的影响,学会直接引语和间接引语的互变,学会写英文请柬。 3.了解英文姓名的含义,学会疑问句变形,学会回复英文请柬。 4.了解可口可乐公司变迁历史,学会 there be 句式,学会写英文备忘录。 5.了解智慧城市模型,学会被动语态变形,学会写英文假条。 6.了解态度的力量,学会 it 做形式主语的句子,学会写英文会议议程。 7.了解各种职业就业前景,学会替代与省略,学会写英文会议纪要。 8.了解科幻题材电影,学会倒装句,学会写英语梗概。

表 7.10 《英语读写 IV》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《英语读写 IV》		学分: 4	学时: 64 理论: 64 实践: 0
课程目标	课程目标 1.提升学生的阅读理解能力:课程将引导学生通过阅读各种英语文本,如文章、新闻报道和学术论文,提高他们的阅读理解能力。学生将学习阅读技巧,如推测词义、理解文章结构和分析作者观点等。 课程目标 2.培养学生的写作技巧:课程将教授学生如何写作清晰、连贯和有逻辑的英语文章。学生将学习写作技巧,如构建段落结构、使用适当的语法和词汇,以及表达自己的观点和论证。 课程目标 3.促进学生的翻译能力:能借助词典翻译日常用语和常见复杂句,并能撰写所学专业的英语小论文。译文基本通顺、达意,无重大语言错误。 课程目标 4.培养学生的跨文化交际能力:课程将帮助学生了解不同文化背景下的语言使用和交际习惯。学生将学习如何适应不同的社交和文化环境,以提高他们在国际交流中的应对能力。 课程目标 5.提升学生的思政品质,课程将着力推动培养大学生的情感认同		

	和价值认同，发挥新时代大学英语蕴含的思政教育功能，展现中国故事的当代价值和世界意义，展示中国智慧和方案，在增强大学生英语感知和语言表达能力的同时，培养大学生的民族情怀和爱国情愫，踔厉奋发，勇毅前行。
主要内容	第一单元 Silk Road 1. Section A: The history of the Silk Road 2. Grammar: Inversion 3. Writing: Envelopes 第二单元 Internet Technology 1. Section A: Smartphones make you less intelligent 2. Grammar: Subjunctive mood 3. Writing: Business letters 第三单元 The car and life 1. Section A: Why Americans would rather drive? 2. Grammar: Subjunctive-verb concord 3. Writing: Letters of invitation 第四单元 Career choice 1. Section A: Is technical training a wise career move? 2. Grammar: Subjunctive-verb concord 3. Writing: Letters of complaint and claim 第五单元 Gender roles 1. Section A: Changing gender roles 2. Grammar: Subjunctive mood 3. Writing: Classified ads 第六单元 Disasters 1. Section A: Is the end of the world really near? 2. Grammar: Absolute structure 3. Writing: Certificates 第七单元 Problems facing cities 1. Section A: Amy's decision 2. Grammar: Subjunctive-verb concord

	3. Writing: Resume 第八单元 Roads to success 1. Section A: Master of kung fu legends 2. Grammar: Participle 3. Writing: Job application
教学要求	1. 了解丝绸之路历史，学会倒装结构，学会写英文信封。 2. 了解手机的负面影响，学会虚拟语气，学会写英文商务信函。 3. 了解美国人民出行方式，学会主谓一致，学会写英文邀请信。 4. 了解职业技术学校的发展，学会主谓一致，学会写英文投诉信。 5. 了解女性角色变化，学会虚拟语气，学会写英文分类广告。 6. 了解地球发展变化，学会独立主格结构，学会写英文证明。 7. 了解城乡交通问题，学会主谓一致，学会写英文简历。 8. 了解金庸先生生平，学会分词的用法，学会写英文求职信。

表 7.11 《英语听说 I》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《英语听说 I》		学分: 4	学时: 64 理论: 64 实践: 0
课程目标	知识目标: 了解英语听说的基础理论(如语音规则、听力逻辑、口语交际原则), 理解《21 世纪实用英语视听说教程 1》中涉及的校园生活、中外节日介绍、社会责任等单元主题所涉及的相关词汇、句型及文化背景, 掌握英语听力中的关键信息抓取、细节理解、主旨归纳方法, 以及口语表达中的清晰表述、话题展开、简单互动技巧, 能够结合教程场景完成基础听说任务。 能力目标: 能够针对教程中的日常交际场景进行听力理解与口语回应, 具备听懂简单英语对话、短文并提取核心信息, 以及围绕相关主题进行基础口语交流、清晰表达个人观点的基本能力, 能在基础英语沟通场景中运用所学完成初步互动。 素养目标: 牢固树立国际化语言交际理念, 时刻关注英语实用表达的前沿动态, 学习英语听说领域的实用策略, 将英语听说能力迁移至中外合作办学后续专业课程学习、国际交流等相关场景, 且具有不断提升英语综合应用能力的意识与潜力, 进而为个人国际化学习与发展奠定语言基础。		

主要内容	一、单元主题 共设6个单元，主题围绕现实生活与发展需求展开，涵盖学校生活、人工智能、中外节日、文化议题、社会责任、职业发展。主题既贴合日常场景，又融入科技与文化元素，引导学生思考当下重要现象，兼顾实用与思想性。 二、核心板块 每个单元固定包含三大板块，形成“输入-操练-输出”的学习闭环： 视频与练习：每单元含4个视频，多源自国内主流媒体，内容丰富。视频后配套问答题、选择题等理解类练习，另设“Language Focus”板块，详细讲解并操练语音、语法、词语用法，夯实语言基础。 音频与练习：听力材料为与单元主题相关的会话及短篇讲话，既强化语言知识与文化认知，又为学生应对各类英语能力考试提供基础训练。 口语练习：通过多样且有趣的练习形式，训练学生英语会话能力，最终助力其达成在职场环境中用英语进行口头交际的目标。
教学要求	知识掌握：熟用单元核心词汇（听辨、口头运用）与句型（每场景5-8个），理解听说策略与文化差异。 能力达成：正常语速下听力准确率$\geq 60\%$，能进行3-5分钟的清晰口语表达，可迁移至基础英语沟通场景。 学习行为：课前预习、课中参与互动记笔记、课后每日20分钟听力+跟读，定期复习总结。

表 7.12 《英语听说 II》课程主要教学内容与要求

课程名称：《英语听说 II》	学分：4	学时：64 理论：64 实践：0
课程目标	知识目标：学生能够熟练掌握与职场涉外沟通、多元文化交流紧密相关的英语语音、语法、词汇等基础语言知识，精准把握英语媒体内容里的各类语言现象与核心要点；深入了解职业规划、医疗创新、职场环境、旅游胜地等多元主题相关的文化、科技等知识，熟悉不同文化背景下的表达习惯与思维方式，为跨文化交流筑牢知识根基。 能力目标：具备高效看懂、听懂各类英语媒体内容的能力，能流畅进行英语会话，实现职场场景中的口头交际；借助教材配套的音视频、微课等资源，能自主开展学习，进一步强化语言、文化等知识与技能，为参加各类英语能力考试奠定坚实基础，同时提升语言思维能力，尤其是访谈和批判性思维能力，以更好适应职场涉外沟通需求。	

	素养目标：树立正确的世界观、人生观、价值观，增强“四个自信”；在多元文化交流与职场涉外沟通实践中，提升英语语言应用水平与跨文化交际素养，通过春风化雨般的三观教育，达成立德树人的目的，助力学生在职业发展中实现全面成长。
主要内容	一、单元主题 共设6个单元，主题围绕现实生活与发展需求展开，涵盖内容之外，本教材第二册包含了职业规划、医疗创新、职场环境、旅游胜地、职业精神、绿色生活等主题，这些主题与《课程标准》的八大专题高度一致。主题既贴合日常场景，又融入职场与发展话题，引导学生思考当下重要现象，兼顾实用与思想性。 二、核心板块 每个单元固定包含三大板块，形成“输入-操练-输出”的学习闭环： 视频与练习：每单元含4个视频，多源自国内主流媒体，内容丰富。视频后配套问答题、选择题等理解类练习，另设“Language Focus”板块，详细讲解并操练语音、语法、词语用法，夯实语言基础。 音频与练习：听力材料为与单元主题相关的会话及短篇讲话，既强化语言知识与文化认知，又为学生应对各类英语能力考试提供基础训练。 口语练习：通过多样且有趣的练习形式，训练学生英语会话能力，最终助力其达成在职场环境中用英语进行口头交际的目标。
教学要求	知识掌握：熟用单元核心词汇（听辨、口头运用）与句型（每场景5-8个），理解听说策略与文化差异。 能力达成：正常语速下听力准确率$\geq 70\%$，能进行3-5分钟的清晰口语表达，可迁移至基础英语沟通场景。 学习行为：课前预习、课中参与互动记笔记、课后每日20分钟听力+跟读，定期复习总结。

表 7.13 《英语听说 III》课程主要教学内容与要求

课程名称：《英语听说 III》	学分：4	学时：64 理论：64 实践：0
课程目标	知识目标：了解英语听说的基础理论（如语音规则、听力逻辑、口语交际原则），理解《21 世纪实用英语视听说教程 3》中涉及的社会性话题如就业、科技、环保、压力等单元主题所涉及的相关词汇、句型及文化背景，	

	掌握英语听力中的关键信息抓取、细节理解、主旨归纳方法，以及口语表达中的清晰表述、话题展开、简单互动技巧，能够结合教程场景完成基础听说任务。 能力目标：能够针对教程中的日常交际场景进行听力理解与口语回应，具备听懂简单英语对话、短文并提取核心信息，以及围绕相关主题进行基础口语交流、清晰表达个人观点的基本能力，能在基础英语沟通场景中运用所学完成初步互动。 素养目标：牢固树立国际化语言交际理念，时刻关注英语实用表达的前沿动态，学习英语听说领域的实用策略，将英语听说能力迁移至中外合作办学后续专业课程学习、国际交流等相关场景，且具有不断提升英语综合应用能力的意识与潜力，进而为个人国际化学习与发展奠定语言基础。
主要内容	一、单元主题 共设 6 个单元，主题围绕现实生活与发展需求展开，涵盖就业、挑战、智能穿戴、环境保护等。主题既贴合日常场景，又融入科技与文化元素，引导学生思考当下重要现象，兼顾实用与思想性。 二、核心板块 每个单元固定包含三大板块，形成“输入-操练-输出”的学习闭环： 视频与练习：每单元含 4 个视频，多源自国内主流媒体，内容丰富。视频后配套问答题、选择题等理解类练习。 音频与练习：听力材料为与单元主题相关的会话及短篇讲话，既强化语言知识与文化认知，又为学生应对各类英语能力考试提供基础训练。 口语练习：通过多样且有趣的练习形式，训练学生英语会话能力，最终助力其达成在职场环境中用英语进行口头交际的目标。 本册书听说练习是参考大学英语四级考试（CET—4）的题型设计的，以便学生在学习的同时，又能为参加考试做好准备。
教学要求	知识掌握：熟用单元核心词汇（听辨、口头运用）与句型（每场景 5-8 个），理解听说策略与文化差异。 能力达成：正常语速下听力准确率$\geq 60\%$，能进行 3-5 分钟的清晰口语表达，可迁移至基础英语沟通场景。 学习行为：课前预习、课中参与互动记笔记、课后每日 20 分钟听力+跟读，定期复习总结。

表 7.14 《英语听说 IV》课程主要教学内容与要求

课程名称：《英语听说 IV》	学分：2	学时：32 理论：32 实践：0
课程目标	知识目标：了解英语听说的基础理论（如语音规则、听力逻辑、口语交际原则），理解《21 世纪实用英语视听说教程 4》中涉及的社会性话题如就业、科技、环保、压力等单元主题所涉及的相关词汇、句型及文化背景，掌握英语听力中的关键信息抓取、细节理解、主旨归纳方法，以及口语表达中的清晰表述、话题展开、简单互动技巧，能够结合教程场景完成基础听说任务。 能力目标：能够针对教程中的日常交际场景进行听力理解与口语回应，具备听懂简单英语对话、短文并提取核心信息，以及围绕相关主题进行基础口语交流、清晰表达个人观点的基本能力，能在基础英语沟通场景中运用所学完成初步互动。 素养目标：牢固树立国际化语言交际理念，时刻关注英语实用表达的前沿动态，学习英语听说领域的实用策略，将英语听说能力迁移至中外合作办学后续专业课程学习、国际交流等相关场景，且具有不断提升英语综合应用能力的意识与潜力，进而为个人国际化学习与发展奠定语言基础。	
主要内容	一、单元主题 共设 6 个单元，主题围绕现实生活与发展需求展开，涵盖勤奋工作、奉献、交通出行、音乐、理想及旅游等。主题既贴合日常场景，又融入科技与文化元素，引导学生思考当下重要现象，兼顾实用与思想性。本册书既讲述了国家英雄钱学森、袁隆平的感人事迹，追忆了革命烈士的壮烈人生，还通过译编央视新闻故事展现了普通人诚实守信的高尚情怀。 二、核心板块 每个单元固定包含三大板块，形成“输入-操练-输出”的学习闭环： 视频与练习：每单元含 4 个视频，多源自国内主流媒体，内容丰富。视频后配套问答题、选择题等理解类练习。 音频与练习：听力材料为与单元主题相关的会话及短篇讲话，既强化语言知识与文化认知，又为学生应对各类英语能力考试提供基础训练。 口语练习：通过多样且有趣的练习形式，训练学生英语会话能力，最终助力其达成在职场环境中用英语进行口头交际的目标。 本册书听说练习是参考大学英语四级考试（CET—4）的题型设计的，以便	

	学生在学的同时，又能为参加考试做好准备。
教学要求	知识掌握：熟用单元核心词汇（听辨、口头运用）与句型（每场景 5-8 个），理解听说策略与文化差异。 能力达成：正常语速下听力准确率$\geq 60\%$，能进行 3-5 分钟的清晰口语表达，可迁移至基础英语沟通场景。 学习行为：课前预习、课中参与互动记笔记、课后每日 20 分钟听力+跟读，定期复习总结。

表 7.15 《人工智能通识》课程主要教学内容与要求

课程名称：《人工智能通识》		学分：2	学时：32 理论：16 实践：16
课程目标	课程目标 1.掌握计算机、多媒体、网络及人工智能基础知识，构建数字化技术知识框架。 课程目标 2.熟练操作基础办公软件与 AI 大模型工具，实现创作与分析的独立实践。 课程目标 3.具备运用数字化工具解决实际问题的能力，培养在专业领域中使用计算机技术的基本素养。		
主要内容	第一单元 信息技术基础（1）计算机概述；（2）计算机系统组成；（3）多媒体技术 第二单元 网络安全（1）计算机网络技术；（2）Internet 概述；（3）互联网新技术；（4）网络安全 第三单元 人工智能概述（1）人工智能的定义与特征；（2）人工智能的起源与早期研究；（3）人工智能发展的关键事件与代表性成果；（4）人工智能的主要技术；（5）人工智能未来主要发展趋势 第四单元 人工智能要素（1）数据科学；（2）算法概述；（3）算力概述 第五单元 人工智能应用（1）自然语言处理；（2）计算机视觉；（3）智能驾驶 第六单元 大模型和生成式人工智能（1）大模型和生成式人工智能概述；（2）大模型和生成式人工智能的核心技术；（3）大模型和生成式人工智能具体应用；（4）提示词工程的基本概念与发展背景；（5）提示词设计中的关键原则与技巧；（6）提示词的调试与优化方法 第七单元 人工智能伦理与道德（1）人工智能伦理的概念；（2）人工智		

	能带来的安全问题；（3）人工智能引发的就业挑战；（4）人工智能带来的责权划分问题；（5）人机关系问题
教学要求	1.理解计算机、多媒体、网络和人工智能相关的一些基础知识。 2.熟练掌握基础的办公软件和AI大模型等应用技术，能独立使用计算机和大模型工具开展创作与分析。 3.具备一定的综合运用数字化工具解决实际问题的能力，在未来的学习、科研、工作过程中提供坚实的技术支撑与创新能力保障。 4.能够批判性地评估AI生成内容的可靠性和局限性，理解AI技术的潜在偏见和风险。

表 7.16 《大学生职业发展》课程主要教学内容与要求

课程名称：《大学生职业发展》		学分：1	学时：16 理论：16 实践：0
课程目标	课程目标 1:能够全面地认识自己的兴趣性格能力价值观等情况；能够理解职业世界发展的特点和趋势，并把握目标职业的最新信息；掌握基本的职业生涯决策制定行动计划和评估修正的方法。 课程目标 2: 能够开展基本的自我探索职业探索活动，具备生涯决策与自我规划管理相关能力；能够在团队合作中，提升人际交往沟通表达解决问题等通用职业技能。 课程目标 3:正确认识职业规划的重要意义，提升职业规划与学业规划的主动性与积极性，能够将个人发展与社会需求相结合，把个人成长发展积极融入国家建设，从而树立正确的成才观和求职择业观。		
主要内容	第一章 大学生职业发展概述（1）课程介绍；（2）认识大学；（3）职业生涯规划概述；（4）职业生涯规划基本步骤。 第二章 自我探索-职业兴趣和性格（1）自我认知概述；（2）兴趣与职业；（3）性格与职业。 第三章 自我探索-职业能力和价值观（1）能力的概念与分类；（2）职业能力的形成与培养；（3）价值观与职业价值观的澄清；（4）树立正确的职业价值观。 第四章 初探职业世界（1）探索职业世界的目的与意义；（2）职业世界探索的维度、方法与任务（3）认识职业新世界。 第五章 职业决策与行动计划制定（1）职业决策概述；（2）职业决策的基		

	本方法；（3）职业决策方法的运用。 第六章时间管理与学业规划（1）时间管理之四象限法则；（2）目标管理之 SMART 原则；（3）学业管理。 第七章职业生涯规划书（1）职业生涯规划书的内容；（2）职业生涯规划书的评估修正。 第八章 职业情景体验（1）以小组为单位准备职业情景剧；（2）小组进行互评评价；（4）评选班级优秀成果。
教学要求	1.助力学生转变观念适应大学生活，建立职业生涯规划意识并理解其重要性，同时掌握自我认知的理论方法与评估工具，明晰自身特质及其与职业发展的关联，初步形成正确职业理想。 2.引导学生了解职业世界探索的意义,掌握职业信息搜集方法与科学决策方法，结合自身实际选定职业目标方向，融入国家情怀并制定行动计划，树立积极探索心态。 3.帮助学生理解学业、时间及目标管理的内涵，掌握相关管理方法，结合自身规划大学生活，建立积极的管理意识与行动自觉。 4.使学生掌握职业生涯规划书的核心模块、撰写要求并能实际制作实施，同时学会搜集整理职场信息并演绎，明确职场环境特点及信息与真实职场的差异，提升实践评价能力。

表 7.17 《大学生创业基础》课程主要教学内容与要求

课程名称：《大学生创业基础》		学分：16	学时：16 理论：16 实践：0
课程目标	课程目标 1. 了解创业的基本概念、创业精神的内涵及其与创业能力的关系，熟悉创业教育的重要意义，掌握创业机会识别与评价的基本方法，理解创业资源的内涵与整合策略，明确企业社会责任的内涵及承担策略。 课程目标 2. 能够运用创新创业思维识别并科学评价创业机会，掌握创业团队组建与管理的常见方法，具备电商创业平台选择与运营的基本能力，能够完成模拟商战操作和资源整合体验，具备直播创业策划、实操与路演的实践能力。 课程目标 3. 树立理性、科学的创业观，强化团队协作意识与社会责任感，培养“互联网+”创新创业思维，具备将创业活动与社会发展相结合的意识，提升创业综合素质与可持续发展能力。		

主要内容	第一单元 创业概述 (1) 课程介绍与考核方式; (2) 创业定义与要素; (3) 创业教育的意义与创业精神 第二单元 创业团队 (1) 创业者的定义、能力结构与动机; (2) 创业团队的概念、组建与管理 第三单元 模拟商战/创业资源 (1) 模拟商战系统操作与资源整合体验; (2) 创业资源的内涵、种类与获取途径 第四单元 创业机会 (1) 创业机会的来源、类型与特征; (2) 创业机会识别与评价方法 第五单元 企业社会责任 (1) 企业社会责任的概念和内涵; (2) 企业社会责任的承担策略与 ISO26000 体系 第六单元 直播创业入门 (1) 直播创业的形式; (2) 直播开播前准备、直播中要点与播后工作 第七单元 直播实操 (1) 直播全流程实战解析; (2) 主播核心能力实训练习; (3) 直播合规与违禁词解读 第八单元 模拟直播路演 (1) 模拟直播带货; (2) 主播工作体验
教学要求	1.理解创业精神在当今时代的价值,能够结合互联网经济背景分析创业对策。 2.掌握创业团队的 5P 要素,能够进行角色分配并分析优秀团队的组建策略。 3.能够通过模拟商战系统操作,感受市场机会捕捉和资源整合利用,提升创造性解决问题的能力。 4.能够识别创业机会的类型与风险,运用科学方法进行机会评价与风险应对。 5.掌握企业社会责任的承担策略,能够运用 ISO26000 体系分析企业社会责任策略。 6.具备直播创业策划与实操能力,能完成直播间搭建、脚本策划、产品讲解与互动控场。 7.掌握直播合规要求,能识别并规避常见违禁词,树立合规直播、诚信经营的理念。 8.通过模拟直播路演实训,全面体验直播带货流程,提升团队协作与现场沟通能力。

表 7.18 《大学生就业技能指导》课程主要教学内容与要求

课程名称:《大学生就业技能指导》		学分: 1	学时: 16 理论: 16 实践: 0
课程目标	课程目标 1.树立积极正确的人生观、价值观和就业观念,把个人发展和国家需要、社会发展相结合,确立职业的概念和意识,愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。 课程目标 2.较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境;了解就业形势与政策法规;掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识。 课程目标 3.掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等,还应该通过课程提高学生的各种通用技能,比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等。		
主要内容	第一章 就业形势与就业准备(1)国家就业形势分析;(2)大学生毕业去处分析;(3)了解各地人才流动政策;(4)做好就业准备 第二章 择业定位(1)择业定位的要素和方法;(2)择业定位的过程;(3)择业目标与简历; 第三章 求职信息与简历制作(1)求职信息的收集;(2)准备求职材料;(3)简历的制作; 第四章 面试准备和面试礼仪(1)谙熟面试本质;(2)礼仪概述;(3)求职礼仪; 第五章 半结构化面试(1)了解笔试;(2)了解面试;(3)面试的自我介绍;(4)半结构化面试; 第六章 职业新世界(1)新兴职业的兴起;(2)新兴职业的介绍;(3)树立科学多元就业观念; 第七章 就业心理调适(1)转换职场角色;(2)适应职场环境;(3)就业过程中常见的心理问题及原因;(4)大学生就业心理调适的方法;(5)实现职业发展; 第八章 就业权益与就业流程(1)就业协议书和劳动合同;(2)离校就业报到事项;(3)就业权益与法律保护		
教学要求	1.国家就业有利形分析;如何做好就业准备。 2.正确认知自我(兴趣、性格、能力、价值观);客观认识外界环境,合理进行择业定位。 3.了解求职材料的内容;求职简历的制作方法。		

	4.做好面试前准备；面试礼仪和技巧。 5.掌握自我介绍及结构化面试应对技巧。 6.了解新兴职业，并掌握与自身的匹配原则。 7.熟悉常见的就业心理问题及原因，掌握大学生就业心理调适的方法。 8.明白就业协议书的填写要求，劳动合同的基本内容，人事代理的程序，高校毕业生确保就业权益的方法。
--	---

表 7.19 《大学生心理健康教育》课程主要教学内容与要求

课程名称：《大学生心理健康教育》		学分：1	学时：32 理论：32 实践：0
课程目标	课程目标 1：了解心理学的有关理论，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。 课程目标 2：掌握自我探索、心理调适及发展技能。如学习发展、环境适应、压力管理、问题解决、自我管理、人际交往技能等。 课程目标 3：树立心理健康发展的自主意识，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适合社会的生活状态。		
主要内容	第一单元：心理健康与心理咨询：心理健康；心理咨询 第二单元：大学生自我意识：自我意识的概念、内容、结构；自我意识的形成与发展；大学生自我意识常见偏差；大学生自我意识的提升 第三单元：大学生人格与心理健康：人格相关概念的介绍；健康人格的主要表现；当代大学生的人格特点；人格偏差主要类型及其表现；大学生健全人格培养的途径和方法 第四单元：大学生学习心理：学习的意义和特点；学习的动机与兴趣；学习策略；大学生学习中常见问题及大学生常用学习技巧 第五单元：大学生人际关系：人际关系的含义、理论、功能和影响因素；大学生人际交往的特点与问题；人际交往的技巧与人际问题的调适方法 第六单元：大学生恋爱及性心理：爱情的本质；大学生恋爱心理发展的规律特点和存在的问题；性心理的发展和大学生性心理的特点；大学生性心理问题及调适的方法；爱的教育 第七单元：大学生情绪调节与挫折应对：情绪及大学生的情绪特征；大学生常见情绪困扰及应对方法；压力、挫折及其对大学生的影响；压力与挫折的应对 第八单元：大学生生命教育生命的相关概念：大学生生命教育意义；心理		

	危机及其干预的相关概念；危机干预主要步骤方法
教学要求	1.了解并掌握心理健康的自我保健方法，正确认识心理咨询 2.了解自我意识，理解自我意识的偏差，健全自我意识的标准和塑造 3.了解经典人格理论，辨析人格的概念和特点，学习完善人格的方法 4.了解学习的意义及特点，理解学习的动机，掌握学习和记忆的策略 5.了解人际关系的基本理论和大学生人际交往的特点，掌握基本的人际交往技巧与人际问题的调适方法 6.了解恋爱心理及性心理发展的规律，掌握恋爱问题的处理方法和性心理问题调适方法 7.了解情绪，理解大学生常见的情绪困扰，掌握识别、探索和管理情绪的方法 8.了解压力和挫折，掌握压力和挫折的应对方法，尊重生命、热爱生命，识别心理危机信号，掌握初步的危机干预方法

表 7.20 《劳动通论》课程主要教学内容与要求

课程名称：《劳动通论》		学分：1	学时：16 理论：16 实践：0
课程目标	课程目标 1.树立正确的劳动观念。正确理解劳动是人类发展和社会进步的根本力量，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的思想观念。 课程目标 2.具有必备的劳动能力。掌握基本的劳动知识和技能，增强智力和创造力，能够理论联系实际，在劳动过程中具体应用。 课程目标 3.具备全面的劳动素养。继承中华民族勤俭节约、敬业奉献的优良传统，弘扬开拓创新、砥砺奋进的时代精神，提高在劳动实践中科学、合理处理问题的能力，健康生活，健康工作。		
主要内容	专题一劳动概论 （1）劳动的内涵与意义；（2）马克思主义劳动观和新时代劳动观。专题二劳动精神、劳模精神、工匠精神与劳动教育 （1）劳动精神、劳模精神、工匠精神的内涵；（2）劳动教育的价值与意义。 专题三马克思劳动价值论与劳动中常见的经济现象 （1）马克思劳动价值论；（2）劳动力供给与需求；（3）劳动与人力资本投资。专题四劳动中的管理科学 （1）劳动与工作效率管理；（2）劳动与激励管理；（3）劳动调查研究。专题五劳动者社会化与社会保障 （1）劳动者社会化的相关概		

	念；（2）职业与职业流动；（3）劳动社会保障。专题六劳动中的法律问题（1）劳动法律制度与公平就业；（2）劳动与劳动基准法；（3）劳动与劳动合同法；（4）劳动与劳动争议处理法律制度。专题七劳动者的心理健康（1）劳动的心理过程；（2）劳动效率与心理效应；（3）劳动的生物节律；（4）劳动与压力管理。专题八劳动安全与应急处置（1）安全与危险；（2）劳动安全与职业健康；（3）安全应急逃生；（4）劳动安全事故责任。
教学要求	1.理解劳动的内涵和意义，了解劳动精神、劳模精神、工匠精神的内涵。 2.掌握马克思主义劳动观、习近平新时代劳动思想，通过对劳动教育内容的学习，形成正确的劳动价值观，培植新时代劳动精神。 3.掌握劳动与哲学、教育、经济、管理、社会、法律、心理、安全等八个通用劳动科学知识专题的重点内容，拓展对通用劳动科学知识的认知，能够运用科学理论分析劳动中的实际问题，提升运用工具解决问题的能力。

（二）专业（技能）课程设置及要求

包括专业核心课程、专业课、专业技能课及有关实践性教学环节。

专业基础课：管理学、西方经济学、市场营销学、专业英语 1、专业英语 2

专业核心课：工作场所沟通技巧、电子商务概论、数字营销公关与沟通、消费者行为学、网页与网站设计、移动营销、网店经营与管理、网络营销

专业课：市场调研、视频制作、物流管理、电子商务视觉设计、跨境电商概论、事件管理、新媒体实务、新产品开发、Python 程序设计、办公软件高级应用、网络客户服务实务、移动商务技术开发、商务礼仪、供应链管理、人工智能与商业应用、商务数据分析、商品摄影、电子商务案例分析、AIGC 应用实践、互联网产品开发与设计、电子商务文案写作、短视频与直播运营、国际贸易实务、跨境电商进出口实务

实践性教学环节：劳动实践、入学教育、军事训练、社会服务与实践、岗位实习

表 8.1 《管理学》课程主要教学内容与要求

课程名称：《管理学》		学分：3	学时：48 理论：48 实践：0
课程目标	课程目标 1.以马克思主义为指导，用辩证唯物主义与历史唯物主义的世界观和方法论指导管理知识学习，能够系统地了解管理学的知识体系，理解管理学的基本理论和基本方法，熟练掌握决策、组织、领导、控制和创新等管理的基本职能。 课程目标 2.以管理理论知识为指导，培养学生获取管理知识、更新管理知识和应用管理知识的能力；提高学生在管理工作中的环境分析、组织设计、沟通协调和探索创新能力；能够综合运用管理学的基础理论和方法，分析和解决实际管理问题。 课程目标 3.能够运用管理职能合理规划大学生活，提高自我认知、自我认同、自我规划及自我控制能力；具有实事求是的学风、团队合作意识、创新意识和创新精神，为未来从事管理工作奠定一定的职业道德素养。 课程目标 4.深入理解习近平新时代中国特色社会主义思想中蕴含的管理思想以及对企业管理的价值；树立爱国主义使命感与责任感；具备爱岗敬业的精神和强烈的责任意识；具备能够胜任管理工作的良好业务素质和身心素质。		
主要内容	第一单元 管理导论 第二单元 管理理论的历史演变 第三单元 决策与决策过程 第四单元 环境分析与理性决策 第五单元 决策的实施与调整 第六单元 组织设计 第七单元 人员配备 第八单元 组织文化 第九单元 领导的一般理论 第十单元 激励 第十一单元 沟通 第十二单元 控制与控制过程		
教学要求	1.要求学生系统理解管理基本概念、职能及经典管理理论演变，重点掌握决策、组织、领导、控制与创新等核心管理环节的基础知识。 2.着力培养学生分析、解决实际管理问题的初步能力。通过多种教学方法的		

	综合运用，训练学生环境分析、沟通协作和计划执行能力。 3.引导学生树立正确的管理伦理观和职业价值观。融入习近平新时代中国特色社会主义思想中的管理理念，强化爱国主义、责任意识与敬业精神等。 通过课程思政融合，帮助学生理解管理中的基本原则，培养团队合作、自我管理和创新意识，为其职业发展奠定良好的素养基础。
--	--

表 8.2 《西方经济学》课程主要教学内容与要求

课程名称：《西方经济学》		学分：48	学时：48 理论：48 实践：0
课程目标	课程目标 1.培养学生比较系统地理解和掌握西方经济学基本知识和分析方法，了解西方经济学基本理论，掌握微观经济学中的边际分析、实证分析、规范分析、经济模型分析、均衡分析等基本方法，了解微观经济学的历史发展、现状和前沿动态。掌握宏观经济的基本指标及其衡量、国民收入的决定：收入支出模型、IS-LM 模型、AD-AS 模型以及宏观经济政策分析等宏观经济运行相关的基本理论与知识；掌握宏观经济分析的基本构架和分析逻辑；了解我国宏观经济改革和发展的历史、现状以及全球经济发展、变化的历史和现实。 课程目标 2.培养学生利用经济学理论模型解读现实经济现象的能力，在知识学习与能力提升的基础上，进行适当的课程思政教育，培养学生爱国情怀。 课程目标 3.运用马克思主义基本观点、立场和方法，站在全球或更广阔的角度上观察经济运行，了解国际经济格局、经济发展形势、最新经济动态，关注专业领域的全球重大经济问题，熟悉国际经济市场的规则、政策和惯例，培养国际视野。 课程目标 4.能够采取适合的方式通过自主学习，建立西方经济学的知识框架，掌握经济分析方法，为进一步学习经济学及相关课程提供必要的知识和能力储备，以适应社会和发展自身能力。		
主要内容	主要学习市场供求理论、生产者行为理论、市场结构理论、宏观经济指标的衡量（宏观经济的基本指标及其衡量）、宏观经济模型分析（国民收入的决定：收入-支出模型、IS-LM 模型、AD-AS 模型）、宏观经济问题的解决（失业、通货膨胀和经济周期、宏观经济政策）等核心经济理论知识。		

教学要求	在保证课程教学内容系统性基础上，贯彻“以学生为中心”的教育理念，有机融入课程思政元素，体现“两性一度”要求，激发学生的自主学习动力和潜能。使学生掌握西方经济学基本知识和分析方法，了解西方经济学基本理论，掌握边际分析、实证分析、规范分析、经济模型分析、均衡分析等基本方法，树立科学的价值观，具备一定的经济环境的综合分析能力和职业素养，为后续课程的学习以及将来进入相关行业奠定基础。
-------------	---

表 8.3 《市场营销学》课程主要教学内容与要求

课程名称：《市场营销学》		学分：3	学时：48 理论：32 实践：16
课程目标	课程目标 1. 了解市场营销学的起源、发展历程及核心概念，理解市场营销管理哲学的演变逻辑（从生产观念到社会营销观念），掌握顾客价值的构成维度与提升路径，能清晰阐述市场营销在企业经营中的核心作用，建立系统的市场营销思维框架。 课程目标 2. 能够运用市场营销环境分析工具（PEST、SWOT 等）识别企业面临的机遇与威胁，结合购买者行为理论分析消费者决策过程，熟练制定目标市场营销战略（市场细分、目标市场选择、市场定位）及 4P 营销策略组合，具备解决企业实际营销问题的基本操作能力。 课程目标 3. 树立以顾客需求为导向的营销理念，关注数字营销、绿色营销等行业前沿趋势，培养跨部门协作、市场洞察及创新营销方案设计的职业素养，具备将营销理论迁移至不同行业场景的能力，为后续从事营销策划、市场推广、客户关系管理等岗位奠定基础，实现职业能力的持续提升。		
主要内容	第一单元市场营销学导论（1）市场营销学概念；（2）市场营销管理哲学（3）顾客价值 第二单元市场营销环境分析（1）市场营销微观环境；（2）市场营销宏观环境；（3）SWOT 分析 第三单元购买者行为分析（1）影响消费者购买行为因素；（2）消费者购买过程 第四单元企业战略与营销管理（1）公司层战略；（2）业务层战略；（3）职能层战略 第五单元竞争性市场营销战略（1）竞争者分析；（2）竞争战略 第六单元目标市场营销战略（1）市场细分；（2）目标市场选择；（3）市场定位		

	第七单元产品策略（1）产品整体概念；（2）产品组合；（3）市场生命周期；（4）新产品开发；（5）品牌 第八单元定价策略（1）影响价格的因素；（2）定价方法；（3）定价策略 第九单元渠道策略（1）渠道的职能与类型；（2）渠道的设计与管理 第十单元促销策略（1）促销组合；（2）广告；（3）公关关系；（4）人员推销与销售促进
教学要求	1. 导论单元：能准确界定市场营销学的核心概念，区分不同市场营销管理哲学的适用场景，结合案例分析顾客价值的提升方法，可独立撰写 500 字以上的 “市场营销在企业中的作用” 短文。 2. 环境分析单元：掌握微观环境（供应商、顾客、竞争者等）与宏观环境（政治、经济、社会、技术等）的构成要素，能运用 SWOT 分析法对某一具体企业（如本地连锁超市）进行环境分析并输出分析报告。 3. 购买者行为单元：识别影响消费者购买行为的文化、社会、个人、心理因素，梳理消费者购买决策的 5 个阶段（问题识别 — 信息收集 — 方案评估 — 购买决策 — 购后行为），可模拟分析 “大学生购买笔记本电脑” 的决策过程。 4. 企业战略单元：理解公司层（如多元化战略）、业务层（如成本领先战略）、职能层战略的内涵与关联，能举例说明不同战略类型下的营销管理重点，完成 “某家电企业战略与营销策略匹配” 的小组讨论报告。 5. 竞争战略单元：掌握竞争者识别的方法（如行业竞争结构分析），区分成本领先、差异化、集中化竞争战略的适用条件，可针对某一行业（如奶茶行业）制定不同竞争态势下的营销应对方案。 6. 目标市场战略单元：熟练运用地理、人口、心理、行为细分变量对特定市场（如护肤品市场）进行细分，选择合适的目标市场覆盖模式（如密集单一市场、市场专业化），并通过差异化定位形成市场区隔，完成目标市场营销战略策划案。 7. 产品策略单元：理解产品整体概念（核心、有形、附加产品），计算产品组合的宽度、长度、深度，分析产品生命周期各阶段（导入期 — 成长期 — 成熟期 — 衰退期）的营销特点与策略，能参与 “新产品（如新型环保文具）开发流程” 的模拟设计，阐述品牌建设的核心要素。 8. 定价策略单元：识别影响定价的内部因素（成本、目标）与外部因素（市

	场需求、竞争、政策），掌握成本导向（如成本加成）、需求导向（如认知价值）、竞争导向（如随行就市）定价方法的计算逻辑，能结合案例设计渗透定价、撇脂定价等策略的实施方案。 9. 渠道策略单元：区分直接渠道与间接渠道、长渠道与短渠道的类型特点，掌握渠道设计的步骤（确定目标－选择渠道类型－评估渠道方案），能针对“新创美妆品牌”设计渠道结构并提出渠道成员管理（激励、评估）的具体措施。 10. 促销策略单元：理解促销组合的构成要素（广告、公关、人员推销、销售促进），能根据产品特点（如消费品 vs 工业品）选择合适的促销工具，设计“节日促销活动（如双十一）”的整合促销方案，包含广告主题设计、公关活动策划、销售促进方式（如满减、赠品）及人员推销话术要点。
--	--

表 8.4 《专业英语 1》课程主要教学内容与要求

课程名称：《专业英语 1》		学分：2	学时：32 理论：32 实践：0
课程目标	Course Objective 1. Master basic English vocabulary and expressions related to the profession, enabling understanding and use of English for simple professional communication. Course Objective 2. Possess the basic ability to read and understand professionally relevant English materials (such as product descriptions, technical documentation). Course Objective 3. Initially develop the awareness and ability to use English for professional communication in cross-cultural environments, laying the foundation for subsequent professional English learning and international cooperation.		
主要内容	Unit 1: Workplace Environment and Professional Identity (1) Basic workplace terminology and self-introduction; (2) English expressions for company departments and positions; (3) Daily office language and email format Unit 2: Career Development and Skills (1) Describing career paths and goals; (2) Expressing abilities and skills; (3) Understanding simple job descriptions and requirements Unit 3: Work Processes and Problem Solving (1) Describing basic work processes; (2) Reporting common problems and seeking help; (3) Understanding		

	simple operating instructions Unit 4: Business Socializing and Basic Communication (1) Basic etiquette and dialogue in business situations; (2) Making appointments, invitations, and confirmations; (3) Telephone communication and message
教学要求	Course 1. Understand commonly used English professional terminology in the workplace environment, comprehend the basic processes of fundamental business communication, and be able to recognize and use at least 200 English vocabulary words related to the professional field. Course 2. Master the basic structure of English simple and compound sentences, be able to read and understand moderately difficult professional English materials (such as product descriptions, operating guides, etc.), and complete summarization or short-answer tasks. Course 3. Be able to simulate basic communication scenarios in the workplace (such as self-introduction, telephone communication, email writing, etc.), with basically clear expression and complete content, possessing preliminary cross-cultural communication awareness.

表 8.5 《专业英语 2》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《专业英语 2》		学分: 2	学时: 32 理论: 32 实践: 0
课程目标	Objective 1. Further enhance the comprehensive application ability of professional English, especially in practical listening, speaking, reading, and writing. Objective 2. Be able to independently read and analyze relatively complex professional English literature, and write simple English reports or summaries. Objective 3. Possess preliminary ability for effective communication and collaboration in an international work environment, enhancing cross-cultural professional literacy.		
主要内容	Unit 1: Professional Communication and Collaboration (1) Team project discussions and expressing opinions; (2) Chairing and participating in meetings; (3) Assigning tasks and giving feedback Unit 2: Project Management and Execution (1) Describing project plans and		

	progress; (2) Expressing problem analysis and solutions; (3) Writing simple project reports Unit 3: Business Presentations and Demonstrations (1) Presentation structure and techniques; (2) Describing data and charts; (3) Responding to audience questions Unit 4: Cross-cultural Workplace Practice (1) Cross-cultural team collaboration cases; (2) Basic language for business negotiations; (3) International workplace behavior norms
教学要求	1. Understand professional English expressions used in project management and team collaboration, comprehend communication norms and etiquette in international business environments, and be able to identify and use complex professional terminology. 2. Master the basic format and structure of professional English reports, be able to independently write structurally clear and basically accurate professional English reports or summaries, and conduct brief analysis of literature. 3. Be able to deliver a 5-8 minute English presentation on familiar business topics, with a complete structure and fluent expression, and simulate communication and collaboration tasks in international project cooperation.

表 8.6 《工作场所沟通技巧》课程主要教学内容与要求

课程名称:《工作场所沟通技巧》		学分: 2.0	学时: 32 理论: 16 实践: 16
课程目标	Course Objective 1: Understand communication skills in the workplace. Course Objective 2: Understand and comprehend current workplace communication skills. Course Objective 3: Develop necessary workplace communication skills for a successful marketing career. Course Objective 4: Practice communication skills in workplace. Course Objective 5: Improve students' ability to engage in critical thinking and effective collaboration in team settings.		
主要内容	Chapter 1 Overview of Workplace Communication Skills (1) The Connotation of Workplace Communication;		

	(2) Communication channels within the organization; (3) Roles in Workplace Communication. Chapter 2 Verbal and Nonverbal Communication in Workplace (1) Connotation and skills of Verbal Communication; (2) Connotation and skills of Nonverbal Communication; (3) The role of feedback in communication; (4) Discussion and Meeting skills; (5) Effective listening during the communication in workplace. Chapter 3 Draft Documents in Workplace Communication (1) Common types of written documents used in workplace communication; (2) Requirements of written documents in conference organization; (3) Seeking and responding to feedback on written communication. Chapter 4 Obstacles in Workplace Communication (1) Personal and Cultural differences in workplace communication; (2) Language barriers in workplace communication; (3) Speaking skills in the workplace.
教学要求	1. Clearly define the communication process and skills in the workplace. 2. Process effectively communicate with others using both verbal and nonverbal skills in the workplace. 3. Draft written documents correctly in workplace communication. 4. Develop communicate in a way that positively responds to individual differences.

表 8.7 《电子商务概论》课程主要教学内容与要求

课程名称：《电子商务概论》	学分：3	学时：48 理论：32 实践：16
课程目标	课程目标 1.理解电子商务的概念，了解电子商务的产生与发展；掌握电子商务主要商业模式的运作流程、特点，熟知代表性平台运营机制；熟悉电子支付的方式、电商物流模式；知晓电商领域网络安全、信息安全、交易安全问题及防范手段；熟悉电子合同、消费者权益保护等相关法律法规；关注人工智能、大数据等前沿技术的应用。 课程目标 2.能够辨析不同电商模式的概念特征、适用场景、运营优势与不足；能开展简单的电子商务交易，同时能收集资料，并能简单分析该电子	

	商务平台的商业模式；能够在淘宝等电商平台独立注册开店并具备简单的运营管理能力。 课程目标 3.形成对电子商务行业的整体认知，帮助学生适应行业快速变化，不断更新知识体系；培养学生在电商领域的创新意识与创业精神，鼓励探索新商业模式与技术应用。 课程目标 4.培养爱国主义情怀与民族自豪感，树立为我国电商行业发展贡献力量的信念；引导树立诚信经营、公平竞争价值观，坚守职业底线；增强社会责任感，鼓励参与公益与绿色电商；培养法治意识，在未来工作中遵守法规与规则，做到知法懂法守法用法。
主要内容	第一单元电子商务概述（1）电子商务的基本概念和分类；（2）电子商务发展历程；（3）电子商务的系统组成及一般框架；（4）电子商务的法律环境。 第二单元电子商务新技术、新业态（1）互联网应用基础和应用现状；（2）Web开发技术；（3）物联网等新兴技术。 第三单元电子商务主要的商业模式（1）网络零售；（2）新零售；（3）B2B电子商务。 第四单元网络营销（1）网络营销概述；（2）网络营销策略与网络广告；（3）网络营销常用方法。 第五单元新媒体运营（1）新媒体与新媒体运营；（2）短视频和直播营销；（3）微信营销和微博营销。 第六单元电子商务安全（1）常见网络安全的威胁；（2）电子商务安全的威胁和要求；（3）电子商务安全技术和管理。 第七单元电子商务支付（1）电子支付概述；（2）网络银行；（3）第三方支付和移动支付；（4）互联网金融。 第八单元电子商务物流与供应链管理（1）电子商务物流；（2）电子商务物流的实现模式；（3）物流信息技术；（4）供应链管理。 第九单元跨境电商（1）跨境电商概述；（2）跨境电商物流与支付；（3）主要的跨境电商平台。 第十单元农村电商（1）农村电商概述；（2）农村电商平台。
教学要求	1.掌握电子商务的内涵、分类，了解电子商务发展，理解电子商务的组成，熟悉电商法律基本常识、电商涉及的法律问题以及常见法律。

	2.掌握B2C电商的分类、特点和盈利模式，理解C2C电商的内涵和分类，掌握网络拍卖方式；理解B2B电商特点和分类，掌握第三方B2B平台交易；熟悉新零售含义和特征。 3.了解网络市场调研，会使用网络调研基本工具；掌握网络营销的含义；了解网络广告形式，理解网络广告的收费模式。理解病毒营销、社群营销、事件营销等，掌握搜索引擎营销，会使用一种及以上的网络营销方法。了解新媒体运营模块和平台类型，理解新媒体的含义，掌握新媒体数据分析，会使用新媒体工具。 4.正确认识和辨别常见的网络安全威胁；理解身份认证技术，掌握加密技术、数字签名、数字证书及其协议。 5.了解各种电子支付工具，掌握电子支付的含义、特点；理解互联网金融的含义和产品，正确认识互联网金融产品。 6.掌握跨境电商的含义和分类。理解跨境物流的主流模式，了解主要跨境电商平台的运营特点和盈利模式。 7.理解农村电商发展现状、模式和难题。了解农村电商发展情况。
--	---

表 8.8 《数字营销、公关与沟通》课程主要教学内容与要求

课程名称：《数字营销、公关与沟通》		学分：3	学时：48 理论：32 实践：16
课程目标	Course Objective 1. Master the core concepts and development trends of digital marketing, public relations and communication; correctly understand various digital marketing tools, know their functions and applicable scenarios Course Objective 2. Understand the transformative impact of digital technology on consumer behavior and corporate marketing strategies, be able to formulate precise digital marketing communication plans based on data analysis, and master the skills of public relations crisis early warning and response in the digital age. Course Objective 3. Cultivate students' professional ethics of genuine communication and opposition to false marketing, and innovative awareness, and encourage students to use digital technology to assist in the digital transformation of the real economy.		

主要内容	Chapter 1 Overview of Digital Marketing (1) Marketing; (2) Digital Marketing; (3) The Origin of Digital Marketing. Chapter 2 Digital Marketing in China (1) The Development of Digital Marketing in China; (2) The Current Situation of Digital Marketing in China; (3) Opportunities and Risks of China's Digital Economy; (4) Trends in Digital Marketing in China. Chapter 3 Content Marketing (1) Definition of Content Marketing; (2) Classification of Content Marketing; (3) Methods of Content Marketing Chapter 4 SOSTAC Model (1) Introduction to the Model; (2) Environmental Analysis; (3) Objectives; (4) Strategy; (5) Tactics; (6) Actions; (7) Control Chapter 5 Public Relations (1) Definition of Public Relations; (2) Public Relations Management; (3) Customer Management Strategies Chapter 6 Communication (1) Communication Channels; (2) Communication Methods Chapter 7 Outlook (1) Artificial Intelligence; (2) Virtual Reality; (3) Augmented Reality
教学要求	1. Understand the origin and development process of digital marketing, the current situation and trends of digital marketing in China, and the concept and working principle of the Internet of Things. 2. Master the relevant concepts and methods of content marketing, the content of the SOSTAC model, the relevant methods and content of public relations, and communication methods. 3. Master the methods and key points of enterprise website design, the design methods of mobile application pages, the digital marketing methods of enterprises, and the handling methods of enterprise public relations.

表 8.9 《消费者行为学》课程主要教学内容与要求

课程名称：《消费者行为学》	学分：3	学时：48 理论：32 实践：16
课程目标	Course Objective 1."Consumer Behavior" is a compulsory specialized course for E-Commerce majors, serving as a core and fundamental subject within the program. Course Objective 2.Through this course, students will acquire basic knowledge	

	and theories related to psychological processes, personality, needs and motivations, attitudes, social and cultural influences, and social classes of consumers. Course Objective 3.They will master fundamental methods and skills such as applying consumer perception techniques, conducting consumer motivation research, and measuring and altering consumer attitudes. Course Objective 4.The course aims to cultivate and enhance students' foundational capabilities for engaging in marketing-related roles.
主要内容	Chapter 1 Introduction Main contents include: the meaning and characteristics of consumer behavior, and grasping the research significance of consumer behavior and its primary research methods. Chapter 2 Consumer Sensation and Perception Main contents include: important concepts such as sensation and perception, grasping the general patterns of consumers' perceptual psychological activities based on these concepts, and flexibly applying them in the marketing process. Chapter 3 Consumer Learning and Memory Main contents include: the psychological processes involved when consumers engage in purchasing behavior, mastering concepts such as learning and memory, grasping the general patterns of consumer learning and memory and their application in marketing. Chapter 4 Consumer Personality Main contents include: the connotations of personality, temperament, self-concept, and lifestyle; mastering major theories of personality, temperament, and lifestyle; understanding different types of temperament, self-concept, and lifestyle and their manifestations in consumers; developing the ability to segment consumer markets based on these different types. Chapter 5 Consumer Needs and Purchase Motivation Main contents include: the concepts and main types of consumer needs and motives; understanding the relationship between needs, motives, and purchasing behavior; mastering McClelland's Theory of Needs and its applications; and

	being able to use Maslow's Hierarchy of Needs theory and motivation for marketing planning. Chapter 6 The Formation and Change of Consumer Attitudes Main contents include: the concept of consumer attitudes; understanding theories of attitude formation and measurement methods; flexibly applying methods and strategies for changing consumer attitudes. Chapter 7 Consumer Purchase Decision-Making and Behavior Main contents include: models and processes of consumer purchasing behavior; familiarizing with the stages of the consumer decision-making process. Chapter 8 Group Consumer Psychology and Behavior Main contents include: the concept of groups and their structure; mastering the main types of consumer groups and corresponding marketing strategies; understanding the influence of group norms, reference groups, and fashion trends on consumer behavior. Chapter 9 Social Culture and Consumer Behavior Main contents include: the basic concepts and characteristics of culture; understanding cultural values and social class in consumer behavior; mastering the influence of Chinese cultural characteristics and social class on consumer behavior. Chapter 10 Consumer Behavior and Marketing Mix Strategy Main contents include: the relationship between consumer behavior and corporate marketing mix strategies; mastering the design and planning of marketing mixes based on consumer behavior.
教学要求	1. Define consumer behavior, explain its core characteristics, and understand the significance and primary research methods used in its study. Differentiate between and explain key psychological concepts including sensation, perception, learning, memory, personality, temperament, self-concept, and lifestyle. 2. Analyze the general patterns of consumers' psychological processes, including perception, learning, memory, and attitude formation. 3. Identify different types of consumer needs, motives, temperament,

	self-concept, and lifestyle, and understand their manifestation in consumer behavior. 4.Explain major theories of motivation (e.g., Maslow's Hierarchy, McClelland's Theory) and personality, and analyze their relationship to purchasing behavior. 5.Understand theories of attitude formation, describe methods for measuring attitudes, and develop strategies for influencing and changing consumer attitudes. 6.Describe models of consumer purchasing behavior and outline the stages of the consumer decision-making process. Analyze the influence of group dynamics, including group norms, reference groups, and fashion trends, on consumer psychology and behavior. 7.Evaluate the impact of social and cultural factors, specifically cultural values and social class (with a focus on Chinese characteristics), on consumer decision-making. 8.Synthesize knowledge of consumer behavior to design, plan, and evaluate effective marketing mix strategies (product, price, place, promotion).
--	--

表 8.10 《网页与网站设计》课程主要教学内容与要求

课程名称：《网页与网站设计》		学分：3	学时：48 理论：0 实践：48
课程目标	课程目标 1.了解网站开发的基本流程与设计原则，理解Dreamweaver软件在网页设计与开发中的角色与功能，掌握站点创建、页面布局、元素插入等基本操作方法，能够阐述用户体验与界面设计的核心概念。 课程目标 2.能够熟练运用Dreamweaver完成网站的规划、设计与制作，具备使用可视化界面与代码视图进行网页编辑的能力，能够独立设计并发布一个结构完整、风格统一的静态网站。 课程目标 3.培养遵循Web标准进行开发的意识，关注网页设计技术的前沿发展，具备将Dreamweaver技能迁移至其他Web开发工具及相关领域的能力，形成持续学习与适应技术更新的职业素养。		
主要内容	第一单元 网站设计基础与Dreamweaver概述 （1）网站开发流程与设计原则 （2）Dreamweaver工作界面与首选参数设置 （3）站点的定义与管理		

	第二单元 网页布局与设计 (1) 常用布局技术: DIV+CSS布局基础 (2) 使用插入面板添加文本、图像与多媒体 (3) CSS样式面板的应用: 创建与管理样式规则 第三单元 超链接与导航 (1) 创建各类超链接: 文本链接、图像链接、锚点链接 (2) 导航栏的设计与实现 (3) Spry菜单构件的基础应用 第四单元 模板与库项目 (1) 模板的创建、编辑与应用 (2) 可编辑区域与重复区域的设置 (3) 库项目的创建与使用 第五单元 发布与维护 (1) 站点的测试与检查 (2) 文件上传与服务器连接设置 (3) 网站的发布与更新
教学要求	1.理解网站开发的基本流程, 熟练掌握Dreamweaver中站点的创建与管理方法, 能够正确配置本地站点文件夹。 2.掌握使用Dreamweaver进行网页布局的方法, 能够利用插入面板添加各类页面元素, 并熟练使用CSS样式面板控制页面表现。 3.能够为网站创建完整的导航系统, 熟练设置各类超链接, 实现页面间的正确跳转。 4.掌握模板和库项目的使用方法, 能够通过模板创建风格统一的多个页面, 提高网站制作与维护效率。 5.能够独立完成一个完整网站的设计与制作, 并通过Dreamweaver的站点管理功能将网站发布到服务器。

表 8.11 《移动营销》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《移动营销》	学分: 2	学时: 32 理论: 16 实践: 16
课程目标	Course Objective 1. Correctly understand various mobile marketing tools, know their functions and applicable scenarios, master the advantages and disadvantages of different mobile marketing tools, as well as their marketing	

	key points and channels. Course Objective 2. Be capable of using mobile marketing tools to design and implement mobile marketing plans for enterprises. Course Objective 3 Strengthen students' ability to protect data privacy, enhance their cultural adaptability and technological sensitivity, explore the application of mobile marketing in the field of public welfare, and increase students' sense of social responsibility.
主要内容	Chapter 1 Introduction (1) Overview of Mobile Platforms; (2) The language of mobile marketing; (3) How mobile fits into business marketing plans (4) Benefits and constraints of Mobile Devices. Chapter 2 Mobile Applications (1) Introducing Mobile Apps; (2) Market players, market penetration, extent of use; (3) App functionality; (4) benefits and limitations of mobile apps; (5) native and non-native apps; (6) app design. Chapter 3 Social Media (1) Using mobile social networks for marketing; (2) Characteristics of social media; (3) Extent of use. Chapter 4 Social Media PPC Advertising (1) Paid advertising on social networks; (2) PPC; (3) Custom audiences; (4) targeting and segmentation options available. Chapter 5 Search Engine Optimization (1) Optimising digital properties for search; (2) Principles of Search Engine Optimisation (SEO);(3) On-page SEO, Off-page SEO, Technical SEO. Chapter 6 Email Marketing (1) Mobile Email Marketing; (2) Creating email marketing campaigns; (3) Sign ups to email lists; (4) Creating content. Chapter 7 Analysis and Insights (1) Measuring engagement and traffic; (2) Web analysis; (3) social media insights and metrics; (4) Data segmentation and analysis; (5) Conversion goals; (6) Conversion goal analysis. Chapter 8 User Interface and User Experience (1) Effective User Interface and User Experience for mobile devices; (2) Usability considerations for mobile websites and apps. Chapter 9 Global Positioning System (GPS) (1) How GPS works; (2) Space segment, control segment, user segment; (3) Uses of GPS technology in mobile

	devices and apps. Chapter 10 Near Field Communication (NFC) (1) NFC and how it works; (2) Technology and applications; (3) Use of NFC in mobile devices and apps. Chapter 11 Radio Frequency Identification (RFID) (1) Radio Frequency Identification and how it works; (2) Technology and applications; (3) Use of RFID in mobile devices and apps.
教学要求	1. Understand mobile platforms and mobile marketing languages, be familiar with the application design process, and master the benefits and limitations of mobile devices and mobile applications. 2. Master the characteristics and application scope of major social media platforms such as wechat, Facebook, Twitter and Weibo, and understand how to place paid advertisements on social networks. Master the principles of search Engine Optimization (SEO) and the methods of creating email marketing campaigns. 3. Understand the measurement of engagement and traffic, master relevant indicators and measurement methods, be capable of conducting related analyses, and design effective user interfaces for mobile devices to enhance user experience. 4. Understand the Global Positioning System, Near Field Communication, Radio frequency Identification, their working principles and applications in mobile programs.

表 8.12 《网店经营与管理》课程主要教学内容与要求

课程名称：《网店经营与管理》		学分：2	学时：32 理论：0 实践：32
课程目标	课程目标 1.树立正确的社会主义核心价值观和商业道德观，严守电商行业诚信准则，保障消费者权益；培育团队协作精神，高效沟通、协同推进任务；激发自主学习热情，紧跟行业迭代节奏，保持终身学习的意识与动力。 课程目标 2.能够说出不同电商平台的特点及查阅对应平台的店铺运营相关规则，完成电商平台店铺的开设和基本设置。利用市场调查的相关知识对网店市场进行调研，确定目标市场和用户画像，结合自身优势及货源类型，选择适合网店的商品类型和商品采购来源。 课程目标 3.根据选品内容，根据网店商品发布的基本流程和要求，完成商		

	品的基本设置和发布。 课程目标 4.商品拍摄，利用Photoshop等专业修图软件或者创客贴等在线设计网站优化商品素材，完成网店移动端和电脑端的网店装修，主要包括网店的首页、分类页、详情页等相关设计。 课程目标 5.结合网店经营情况合理设置店铺营销工具、策划不同的店铺活动、使用SEO的原理优化商品及店铺、运用付费推广工具以及站外推广等方式快速提升店铺运营指标。理解网店数据的常见指标和工具，并能够使用网店数据工具分析店铺经营状况，并能够了解市场发展趋势、客户需求、竞争情况等，优化店铺运营管理，实现对网店的日常管理。 课程目标 6.能够掌握售前、售中、售后的客户服务的工作内容，包括客服工具的设置与应用，客服技巧的提升和掌握，比如能够判断客户咨询问题的背后的真实需求，及时有效处理客户问题，提升客户服务数据。
主要内容	实训项目 1：网店选品及开店基本操作（1）网店基础知识；（2）网店开设；（3）网店运营规划；（4）货源选择。 实训项目 2：商品发布与网店管理（1）商品发布；（2）运费模板；（3）商品分类；（4）子账号管理；（5）交易管理。 实训项目 3：商品素材处理和网店装修（1）商品素材美化；（2）PC端店铺装修；（3）移动端店铺装修。 实训项目 4：店铺运营与推广（1）搜索引擎优化；（2）营销活动；（3）付费营销推广；（4）站外营销推广；（5）网店运营数据分析；（6）客户关系管理。
教学要求	1.掌握主流电商平台类型、特点及开店规则，能独立完成平台选择、店铺注册与基本信息设置；运用数据分析工具进行市场环境研判，确定选品方向；了解不同货源渠道优劣势，结合自身资源选择合适的采购模式。 2.能够基于选品完成商品关键词优化与标题撰写，运用设计工具制作主图与详情页，完成商品上架；根据物流需求设置运费模板，包括包邮或偏远地区规则；建立商品分类体系，配置子账号实现团队协作管理；熟悉平台商品与交易规则，高效处理订单与评价以提升店铺等级。 3.具备商品拍摄与图片处理能力，能使用Photoshop、创客贴等工具设计主图、详情页、海报及短视频；独立完成电脑端与移动端首页的布局设计与装修；掌握详情页规划方法，并能输出完整的商品详情页设计。

	4.熟悉网店流量来源与搜索引擎原理，借助生意参谋等工具优化标题、主图与详情页；掌握平台营销活动类型与规则，能报名活动并设置营销工具；区分直通车、引力魔方等付费推广工具差异，可制定推广计划；了解站外推广渠道并能合理选择；运用数据分析方法定位店铺问题并提出优化建议； 5.熟悉客服全流程工作与沟通技巧，可设置自动回复、催单、智能客服等客服功能。
--	--

表 8.13 《网络营销》课程主要教学内容与要求

课程名称：《网络营销》		学分：3.0	学时：48 理论：32 实践：16
课程目标	Course objective 1.Master basic concepts, main functions, and commonly used methods of online marketing. Course objective 2:.Familiarize mainstream tools such as search engine marketing, online advertising, and new media marketing. Course objective 3.Possess the ability to plan,implement, analyze and evaluate online marketing strategies. Course objective 4.Cultivate students' ability to apply theories such as virus marketing and event marketing into solving practical marketing problems.		
主要内容	Chapter 1 Overview of Online Marketing 1. Basic concepts of online marketing 2. The birth and development of online marketing (1) The birth symbol event of online marketing (2) The Development Stages of Online Marketing (3) Development direction of online marketing 3. The function of online marketing Chapter 2 Network Marketing Environment and User Research 1. Common online marketing tools (1) Enterprise website (2) Third party e-commerce platforms (3) Social tools and platforms (4) Search engine (5) Portal website (6) Life Service E-commerce		

	(7) Video website (8) Email (9) Instant messaging 2. Common methods of online marketing Chapter 4 Marketing oriented Enterprise Website Construction and Evaluation 1. Enterprise website construction guided by online marketing (1) Process and Content of Enterprise Website Construction (2) Content planning for corporate websites 2. Evaluation criteria for website construction of network marketing oriented enterprises (1) Technical standards (2) Operating standards 3. Website access statistics and analysis (1) Search engine indexing and querying (2) Search for external website links (3) Dead chain detection (4) Webmaster Home Comprehensive Monitoring Platform Chapter 5: Search Engine Marketing 1. Basic principles of search engines (1) Classification of search engines (2) Working principle of search engine (3) The Value of Search Engine Network Marketing 2. Definition and main methods of search engine marketing (1) Definition (2) Main methods 3. Principles and Applications of Search Engine Optimization (SEO) (1) Definition and purpose of SEO (2) Keywords Basic Terminology (3) Keyword Strategy (4) Basic SEO Content 4. Search promotion
--	---

	(1) Baidu search promotion (2) Tiktok search 5. Search for user behavior characteristics Chapter 6: Online Advertising 1. The concept of online advertising (1) Definition of Online Advertising (2) Advantages of online advertising (3) The marketing value of online advertising 2. The main forms of online advertising (1) E-commerce Advertising (2) Information Flow Advertising (3) Search engine advertising (4) Brand graphic advertising (5) Rich media advertising (6) Video patch advertisement 3. Billing methods for online advertising (1) CPM (2) CPC (3) CPA (4) Monthly subscription
教学要求	1. Understand basic concepts of online marketing; 2. Grasp commonly used tools in online marketing; 3. Master and apply theories and methods of search engine marketing; 4. Master concept, main forms, and billing methods of online advertising; 5. Master relevant concepts and main methods of new media marketing, such as WeChat marketing, Weibo marketing, online community marketing, short video marketing, and live streaming marketing; 6. Master theories and basic methods of virus marketing, event marketing, and soft article marketing.

表 8.14 《市场调研》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《市场调研》	学分: 2	学时: 32 理论: 32 实践: 0
--------------	-------	---------------------

课程目标	Course Objective 1. Understand the importance and core role of market research in modern enterprise marketing management. Master the complete process of market research, including the basic concepts and theoretical knowledge of each stage such as research design, method selection, data collection, data processing and analysis, and report writing. Familiarize with the principles and key points of core skills such as questionnaire design, sampling techniques, and secondary data collection. Understand the main methods of qualitative and quantitative research and their application scenarios. Course Objective 2. Be able to preliminarily design a comprehensive market research plan, clarifying research objectives, content, target audience, and methods. Be capable of independently designing a well-structured and logically clear survey questionnaire. Be able to apply basic sampling methods to determine the survey subjects. Be able to use tools such as Excel to perform basic organization, summarization, and descriptive statistical analysis (e.g., frequency analysis, cross-analysis) of collected data. Be able to write a market research report with standardized formatting, detailed content, and clear conclusions. Course Objective 3. Cultivate students' scientific attitude and work style of seeking truth from facts and being meticulous, respecting the objectivity of data. Enhance students' communication skills and teamwork awareness (through class discussions, case analyses, and report writing). Strengthen students' sensitivity to information and market insight, enabling them to identify business problems and opportunities from data. Establish a sense of professional ethics and understand the ethical standards and legal boundaries to be adhered to during the market research process.
主要内容	Unit 1: Overview of Market Research (1) Concept, Content, and Classification of Market Research; (2) Importance and Application Areas of Market Research; (3) Ethical Principles and Basic Guidelines in Market Research. Unit 2: Market Research Process and Proposal Design (1) Standardized Process of Market Research (Six-Step Method); (2) How to Define Research Problems and Set Research Objectives; (3) Content and Writing of a Market Research Proposal (Including Timeline, Budget, and Staffing). Unit 3: Secondary Data Collection Methods (1) Differences, Advantages, and Disadvantages Between Secondary Data and Primary Data; (2) Sources and Utilization of Internal Secondary Data; (3) Sources of External Secondary Data (Including Internet, Statistical Yearbooks, Databases, etc.) and Evaluation. Unit 4: Primary Data Collection Methods (I): Qualitative Research (1) Differences Between Qualitative and Quantitative Research; (2) Implementation and Application of Focus Group Interviews; (3) Implementation and Application of In-Depth Interviews. Unit 5: Primary Data Collection Methods (II): Quantitative Research and

	Questionnaire Design (1) Introduction to Survey Methods, Observation Methods, and Experimental Methods; (2) Basic Structure and Design Principles of Questionnaires; (3) Design of Question Types (Open-Ended and Closed-Ended) and Wording Techniques. Unit 6: Sampling Techniques (1) Basic Concepts of Sampling Survey (Population, Sample, Sampling Frame, etc.); (2) Introduction to Probability Sampling Methods (Simple Random Sampling, Stratified Sampling, Cluster Sampling); (3) Non-Probability Sampling Methods (Convenience Sampling, Judgmental Sampling, Quota Sampling) and Their Applications. Unit 7: Data Processing and Analysis in Market Research (1) Data Validation, Coding, and Entry; (2) Descriptive Statistical Analysis: Frequency Distribution, Central Tendency (Mean, Median), Dispersion; (3) Cross-Tabulation Analysis (Bivariate Analysis) and Preliminary Interpretation Unit 8: Writing and Presentation of Market Research Reports (1) Basic Structure and Writing Requirements of Research Reports; (2) Standard Use of Charts and Visual Presentation in Reports; (3) Extracting Research Conclusions and Recommendations, and Key Points for Oral Presentations.
教学要求	1. Understand and reiterate the core concepts, basic types, and complete processes of market research, as well as comprehend the applicable scenarios, advantages, and disadvantages of different research methods (qualitative/quantitative). Grasp the basic principles of sampling techniques and their impact on the representativeness of research results. Additionally, be able to interpret the market phenomena and underlying issues reflected by the data. 2. Master the core elements of a market research plan and be able to preliminarily conceptualize the framework of a research project. Acquire the essential skills of questionnaire design and be capable of creating effective surveys for simple business issues. Be proficient in using Excel for data cleaning, organizing, and creating frequency distribution tables and cross-tabulations. Must master the standard format of market research reports and be able to translate analytical results into well-structured, professionally written reports.

表 8.15 《视频制作》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《视频制作》	学分: 2.0	学时: 32 理论: 0 实践: 32
--------------	---------	---------------------

课程目标	课程目标 1. 了解非线性编辑的基本概念与影视后期工作流程，理解 Premiere Pro CC 的核心功能与操作界面，掌握项目创建、素材管理、序列编辑、音频处理、效果添加、字幕制作与成品输出的完整知识体系。 课程目标 2. 能够熟练运用 Premiere Pro CC 软件独立完成从素材导入到成片导出的全流程操作，具备对视频项目进行剪辑、调色、配音、添加转场与特效的实践能力，能够解决剪辑过程中的常见技术问题。 课程目标 3. 培养专业的影像剪辑思维与审美能力，关注行业动态与技术更新，具备将剪辑技能迁移至短视频、宣传片、纪录片等多种类型视频创作中的潜力，为从事影视后期、新媒体内容制作等职业奠定坚实基础。
主要内容	第一单元 软件基础与工作流程 (1) Premiere Pro CC 界面与核心工作区基本功能操作 (2) 视频制作基本流程：项目创建、素材导入、剪辑、输出 (3) 项目文件管理与设置（序列预设、代理文件） 第二单元 核心剪辑技巧 (1) 时间轴面板深入解析与工具使用（剃刀工具、选择工具等） (2) 素材的剪切、拼接、排序与嵌套 (3) 关键帧动画基础：位置、缩放、不透明度、旋转 第三单元 音频处理与效果 (1) 音频轨道混合与音量调节 (2) 应用音频过渡与效果（降噪、均衡器） (3) J-cut、L-cut 等音画同步剪辑技巧 第四单元 视觉效果与动态图形 (1) 视频过渡效果的应用与参数调整 (2) 常用视频效果（调色 Lumetri Color、模糊、变形等） (3) 使用 Essential Graphics 面板创建动态字幕与图形 第五单元 调色基础与输出设置 (1) Lumetri Color 调色基础：校正、创意风格 (2) 成品导出设置：格式、编解码器、分辨率、比特率 (3) 综合项目实战与作品复盘
教学要求	1. 熟练掌握 Premiere Pro CC 软件的工作界面与核心功能，能够独立完成新项目的创建、素材的导入与管理，并正确设置序列参数。

	2.掌握时间轴的高级剪辑操作,能够熟练运用各种工具和技巧对视频进行精确剪切和组合,并运用关键帧制作简单的动画效果。 3.具备独立完成视频音频处理的能力,包括音量标准化、降噪处理,以及运用音画分离技巧增强叙事效果。 4.能够为视频项目合理添加转场效果、应用基础调色,并创作动态字幕。 最终能根据发布平台要求,正确导出高质量成片。 5.能够综合运用所学知识,独立策划、剪辑并输出一个3-5分钟的完整短片项目,具备解决视频剪辑问题的能力和良好的作品意识。
--	---

表 8.16 《物流管理》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《物流管理》		学分: 2	学时: 32 理论: 24 实践: 8
课程目标	课程目标 1.能系统阐述物流及物流管理的基本概念及其在国民经济与企业运营中的重要作用。能概述物流系统的构成、目标与模式,准确描述采购、运输、仓储、配送、装卸搬运、流通加工、包装等各物流职能的概念、内容。识别常见的物流设施与设备。阐述条码、RFID、GPS 等关键物流信息技术的原理及其在物流领域的应用场景。 课程目标 2.具备初步的物流系统分析与优化能力,能够运用系统观念分析简单的物流问题。能够针对具体的物流运作环节进行合理化分析。能够根据给定的业务场景,初步选择合适的运输方式、包装技术或仓储策略。具备良好的团队协作与沟通能力。 课程目标 3.形成系统化思维的习惯,能够从整体和全局的角度看待和解决物流问题。树立成本与效率意识和客户服务导向,追求在满足服务要求下的系统总成本最优。激发创新与改进意识,对物流新技术、新模式保持好奇心和探索欲。树立终身学习的理念,认识到物流行业的快速发展和持续学习的必要性。		
主要内容	第一单元物流概述 (1) 物流的概念、作用及分类; (2) 物流管理 第二单元物流系统 (1) 物流系统概述; (2) 物流系统构成 第三单元运输管理 (1) 运输的概念、运输方式; (2) 运输合理化 (3) 运输设施设备 第四单元仓储管理 (1) 仓储的概念、作用、分类; (2) 仓储管理 (3) 仓储设施设备 第五单元配送管理 (1) 配送的概念、作用、分类; (2) 配送中心 (3) 配		

	送的作业流程 第六单元装卸搬运（1）装卸搬运的概念、特点、作用、原则；（2）装卸搬运设备 第七单元流通加工（1）流通加工的概念及方式；（2）流通加工合理化 第八单元物品包装（1）包装的概念、功能、类型；（2）包装标识 第九单元物流信息技术（1）物流信息概述；（2）条码技术（3）RFID 技术（4）GPS 技术
教学要求	1.能准确阐述物流、物流管理、物流系统及运输、仓储、配送等各职能的核心概念、目标与作用。 2.能描述实现运输合理化、仓储管理优化、流通加工合理化及包装合理化的基本原则与常见方法。 3.能识别条码、RFID、GPS 等关键物流信息技术的基本原理及其在物流作业中的典型应用场景。 4.能结合实际案例分析其物流系统构成，并识别其中可能存在的问题。 5.能根据特定的业务需求，选择合适的运输方式或仓储策略。

表 8.17 《电子商务视觉设计》课程主要教学内容与要求

课程名称:《电子商务视觉设计》		学分: 3	学时: 理论: 0 实践: 48
课程目标	课程目标 1.描述电子商务视觉设计的基本原理、描述色彩、字体、版式、构图等核心设计理论在电商场景下的应用。 课程目标 2.描述Photoshop 的工作界面大致功能，常用的快捷键，根据不同适用场景使用不同选区工具设置； 课程目标 3.描述图层的定义、分类，使用图层修饰工具、图层色彩调整工具、图层样式和图层混合模式功能进行图层的操作； 课程目标 4.根据设计需要，完成文字工具字符与段落面板基础参数的设置，准确绘制直线、曲线和各种基本矢量路径； 课程目标 5.根据需求选择创建不同蒙版实现对图像的精确控制和合成，能够运用通道进行图像的调色和特效处理，合理选择和应用滤镜，达到预期的图像处理效果； 课程目标 6.课程实训结合学生社会实践，建立“以用户为中心”和“以转化为导向”的设计思维。提升学生审美能力、创意能力和对市场趋势的敏感度。		

	课程目标 7.通过将思想政治教育融入到课程教学中，培养良好的沟通能力和团队协作精神以及爱国情怀，培养良好的职业伦理、职业道德、职业认同和职业素养。
主要内容	实训项目 1: Photoshop应用基础 (1) 电子商务视觉设计原理 (2) PS界面及图像处理基础操作; (3) 文件的基本操作操作; (4) 规则选区的基本操作方法; (5) 不规则选区工具的基本操作方法。 实训项目 2: (1) 图层的应用图层基本管理操作; (2) 图层修饰操作; (3) 图层色彩调整的操作; (4) 图层样式的操作; (5) 图层混合模式的操作。 实训项目 3: 文字、矢量工具与路径编辑 (1) 文字工具的操作与设计应用; (2) 矢量工具的操作与设计应用; (3) 路径工具的操作与设计应用。 实训项目 4: 蒙版、通道与滤镜 (1) 创建与编辑图层蒙版、快速蒙版、剪切蒙版、调整图层蒙版; 蒙版与选区的互相转化; (2) 通道的基本操作、通道与选区的互相转化、通道的设计应用; (3) 快捷滤镜的设计应用; 智能滤镜与滤镜库的设计应用。 实训项目 5: 综合制作实训 (1) 电商首页视觉设计练习; (2) 电商详情页视觉设计练习; (3) 电商推广图视觉设计练习。
教学要求	1.掌握电子商务视觉设计原理、流程，色彩基本原理等。学会 PS 软件的基本操作，例如应用文件的新建、打开、复制、重命名、导入和导出、保存和关闭等管理操作。应用规则选区的基本操作方法，如创建、移动、调整大小等。应用不规则选区工具的操作技巧，如精确选取、边缘贴合等。 2.学会图层的基本管理操作，如创建、删除、复制、隐藏/显示等。应用图层修饰工具和修饰蒙版对图层进行局部修饰和精确控制。应用色彩属性和色彩调整图层如色相、饱和度、明度、对比度、曲线、色阶、色彩平衡等，对图层色彩进行精准调整。应用各种图层样式的效果，设置图层样式的参数，如颜色、大小、角度、不透明度等，组合和叠加多个图层样式。应用合适的图层混合模式以及调整图层不透明度对混合效果产生影响，实现更加细腻的图像合成。 3.应用文字工具和段落面板参数设置，创建美观、规范的文本排版以及栅格化文字设计、文字排版、变形文字设计。应用矢量工具准确绘制直线、曲线和各种基本形状。 4.应用路径工具编辑基本图形，进行路径工具与图层的互相转化与结合。

	应用蒙版的创建、编辑和删除基本操作操作，实现对图像的精确控制和合成。学会根据需求选择和操作相应的通道如复制、删除、分离和合并通道等，能够运用通道进行图像的调色和特效处理。学会根据图像的特点和需求，合理选择和应用滤镜，达到预期的图像处理效果。 5.设计和掌握网店常用店铺首页不同端口图的尺寸、放置内容和设计要求。结合学生社会实践在设计过程中提升审美趣味，培养学生的社会责任感，培养良好的职业道德、职业素养。能够独立设计电商首页、详情页和活动页营销海报、推广图、活动图等，并通过设计使其具有品牌特色和营销功能。
--	---

表 8.18 《跨境电商概论》课程主要教学内容与要求

课程名称：《跨境电商概论》		学分：2	学时： 理论： 16 实践： 16
课程目标	课程目标 1.培养学生能够根据国际市场需求和不同跨境电商平台特点，进行跨境市场调研、独立寻找货源并完成采购。 课程目标 2.能够在外贸第三方电商平台上完成店铺搭建、运营、维护与管理，掌握平台基本操作与订单处理流程，具备跨境电商运营与营销策划能力。 课程目标 3.强化遵纪守法、诚实守信、爱岗敬业的职业操守和爱国意识，增强创新发展与国际视野，锻炼自主学习与实践应用能力。		
主要内容	第一单元跨境电子商务概述（1）跨境电商导论；（2）我国跨境电商行业概况 第二单元跨境电商前期准备（1）跨境电子商务市场分析；（2）跨境电子商务平台分析；（3）跨境电子商务选品与定价 第三单元跨境电商业务环节（1）跨境电子商务物流；（2）跨境电子商务营销 实训项目 1：认识跨境电商平台及业务模式（1）认识速卖通平台并注册开店；（2）发布商品 实训项目 2：跨境电商业务实操（1）店铺运营与管理；（2）店铺营销与推广；（3）直通车推广；（4）数据分析与运营优化		
教学要求	1.熟悉跨境电商基本知识，了解其发展特征与趋势，掌握进出口模式分类。 2.了解美国、欧洲、东南亚、中东等跨境电商市场，掌握主流平台特点，具		

	备平台比较与选择能力，熟悉选品维度与方法，掌握产品定价策略。 3.掌握跨境电商物流方式与海外仓运作，了解海关监管模式与国际贸易单一窗口功能，掌握跨境电商营销渠道与方法。 4.熟悉速卖通平台商品要求与盈利模式，能结合平台要求进行选品，掌握数据纵横工具的分析方法，能制作店铺Logo与店招。 5.能设置运费模板，完善商品上架信息，进行商品管理与优化，设置店铺活动与直通车推广，处理订单与发货，运用数据分析工具优化店铺运营。
--	---

表 8.19 《事件管理》课程主要教学内容与要求

课程名称：《事件管理》		学分：2	学时：32 理论：16 实践：0
课程目标	Course Objective 1.Understand the factors to be considered in the event management planning process. Course Objective 2.Understand and master the process of the delivery phase in event management. Course Objective 3.Develop essential evaluation skills to facilitate successful evaluation in event management. Course Objective 4.Develop skills in event research, event feasibility analysis, and impact analysis. Course Objective 5.Enhance students' abilities in event conception and bidding within event management.		
主要内容	Chapter 1 Basic Overview of Event Management (1) Factors to consider in the planning process; (2) The event sector Chapter 2 The 3 phases of the event cycle (1) The Planning Phase; (2) The Delivery Phase; (3) The Post Event and Evaluation Phase Chapter 3 The Event research, feasibility and impact analysis (1) The need for market research and market awareness in events; (2) The different methods to design and conduct research; (3) The various research tools used to gather research information;(4) Event impact research and analysis; (5) Conducting and implementing a feasibility study Chapter 4 The Event conception and bidding(1) The bid process within various sectors of the event industry;(2) Destination branding and factors that influence destination choice;(3) The selection criteria of a Request for Information (RFI)		

	and Request for Proposal (RFP); (4) Proposal writing and delivering effective pitches; (5) Transparency and corruption in bidding
教学要求	1. Understand the basic concepts of event management. 2. Master the factors that need to be considered in event management. 3. Master and apply the process and methods of event management. 4. Master event research, feasibility, and impact analysis in event management. 5. Master the main methods of bidding in event management.

表 8.20 《新媒体实务》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《新媒体实务》		学分: 2	学时: 32 理论: 0 实践: 32
课程目标	课程目标 1.描述主要新媒体的实践应用平台的使用及运营方法。 课程目标 2.设计、制作、策划和执行新媒体平台的广告活动。 课程目标 3.运用新媒体传播的新形式、新观念进行商业信息传播。 课程目标 4.结合最新的新媒体内容设计与营销观念进行创新实践。 课程目标 5.完成实际案例分析和实训训练,有分析问题与解决问题的能力。 课程目标 6.以团队合作的方式完成新媒体品牌营销与运营。 课程目标 7.通过新媒体品牌传播活动弘扬社会主义核心价值观、倡导积极向上的生活态度。通过关注用户的需求场景,引导学生关注社会问题,加强社会责任感。		
主要内容	实训项目 1: 新媒体图文营销策划、编辑、发布 (1) 认识新媒体营销; (2) 新媒体营销岗位的职业素养; (3) 新媒体图文编辑器; (4) 基础图文排版; (5) 新媒体图文排版规范; (6) 完整图文排版 实训项目 2: 新媒体H5 营销策划、编辑、发布 (1) 认识H5 营销; (2) H5 制作工具; (3) 基础H5 制作; (4) H5 页面设计; (5) 完整H5 制作 实训项目 3: 新媒体H5 营销创作 (1) 打造爆款H5 的策略; (2) H5 页面图片设计 实训项目 4: 新媒体H5 营销制作与推广 (1) H5 的推广策略		
教学要求	1.认识新媒体营销,了解新媒体营销岗位的职业素养;使用第三方编辑平台完成新媒体图文作品的策划、编辑、发布。 2.认识H5 营销;使用第三方编辑平台完成新媒体H5 作品的策划、编辑、发布。		

	3.能够根据打造爆款H5 的策略，结合市场热点和目标受众需求，通过合理的布局和交互设计，提升H5 页面的整体视觉效果和用户体验。 4.能够根据H5 作品的特点和目标受众，制作具有吸引力和传播力的H5 推广素材。
--	---

表 8.21 《新产品开发》课程主要教学内容与要求

课程名称：《新产品开发》		学分：3	学时：48 理论：48 实践：0
课程目标	Course Objective 1.Systematically sort out the basic concepts, types (new products, improved products, and replacement products) and the whole process (from idea generation to marketing) of new product development, so that learners can master the core logic and industry laws of new product development. Course Objective 2.Master the methods of new product idea generation and screening, be able to combine market demand and enterprise resources, put forward feasible new product ideas, and complete the idea screening through scientific tools. Course Objective 3.Have the ability to develop and test new product concepts, transform ideas into specific product concepts (including functions, forms, pricing and other elements), and verify the market acceptance of the concept through user testing. Learn to use product design and prototyping techniques (e.g., CAD design, 3D printing) to transform product concepts into physical or digital prototypes, while mastering the methods of iterative optimization of prototypes. Course Objective 4.Master the formulation methods of new product marketing strategies, including pricing strategies, channel selection, and promotion plan design, and be able to formulate accurate promotion plans based on product characteristics and target markets. Course Objective 5.Understand risk management and ethical norms in new product development, identify technical risks and market risks in the development process, and formulate avoidance strategies. At the same time, it takes into account the safety and environmental protection of the product, and meets the requirements of social ethics.		

主要内容	Unit 1 Introduction to New Product Development (1) Definition and classification of new products (new products, improved products, replacement products, imitation products); (2) the importance of new product development and the current situation of the industry (improving the competitiveness of enterprises, driving market demand changes, and industry innovation trends); (3) The whole process model of new product development (stage gate model, agile development model, waterfall model); (4) Organizational structure and team composition of new product development (cross-functional team: roles of R&D, marketing, production, and sales departments). Unit 2 Idea Generation and Screening (1) Sources of Idea Generation (User Demand Research, Technological Breakthroughs, Competitive Product Analysis, Employee Brainstorming, External Cooperation (such as Universities, Scientific Research Institutions)); (2) Idea generation methods (brainstorming method, focus group interview method, pain point mining method, TRIZ innovation theory); (3) Criteria and tools for idea screening (market attractiveness, enterprise resource matching, technical feasibility, profit potential; screening matrix, SWOT analysis method); (4) Common misunderstandings and avoidance strategies in creative screening (over-reliance on subjective judgment, ignoring niche needs, and underestimating technical difficulty). Unit 3 Product Concept Development and Testing (1) Definition and elements of product concept (core functions, target users, usage scenarios, value proposition, pricing range); (2) Product concept transformation skills (dismantling logic from idea to concept, concept copywriting method, visual presentation (such as product manual, schematic diagram)); (3) Product concept testing methods (user interviews, questionnaires, focus group discussions, concept card tests); (4) Test result analysis and concept optimization (user feedback classification, key problem identification, concept iteration direction determination). Unit 4 Product Design and Prototype Development (1) Core principles of product design (functional principle, ease of use principle, aesthetic principle,
------	---

	cost controllability principle); (2) Prototype testing and iteration (user trial feedback collection, prototype problem diagnosis, design scheme optimization process). Unit 5 New Product Market Promotion (1) New Product Market Positioning and Target Demographic Segmentation (Application of Positioning Theory, Construction of Crowd Portrait, Differentiated Positioning Strategy); (2) New product pricing strategies (applicable scenarios of cost-oriented pricing, market-oriented pricing, value-oriented pricing, penetration pricing and skimming pricing); (3) Selection of new product channels (online channels: e-commerce platforms, social media, corporate official websites; Offline channels: dealers, physical stores, exhibitions; channel portfolio strategy); (4) New product promotion plan design (trial experience, KOL cooperative promotion, social media marketing, offline activities (such as new product launches), preferential activities (such as first order discounts)). Unit 6 New Product Development Risk Management and Ethics (1) Types of New Product Development Risks (Technical Risks: Immature Technology, R&D Failure; Market risk: demand changes, competing product shocks; Production risks: insufficient production capacity, quality problems; financial risk: budget overrun, profit falling short of expectations); (2) Risk assessment and avoidance strategies (risk probability - impact matrix, risk early warning mechanism, alternative formulation, small-batch trial production verification); (3) New product ethics (product safety design (such as children's product safety standards), environmental protection requirements (such as material recyclability, low-carbon production), privacy protection (such as smart product data security)); (4) New product life cycle management (strategic adjustment during the introduction period, growth period, maturity period, and decline period, such as product upgrade and delisting decisions).
教学要求	1. Understand the core concepts and full-process models of new product development, and be able to analyze the development logic of different types of new products in combination with industry cases (such as mobile phones and home appliances); Clarify the collaboration mechanism of cross-functional

	teams in development and identify the core responsibilities of each department. 2. Master the methods of idea generation and screening, and be able to propose 2-3 new product ideas that meet the company's resources through focus group interviews, pain point mining, etc.; Use the filter matrix to sort ideas, write a filter report and explain the reason. 3. Have the ability to develop and test product concepts, be able to transform selected ideas into complete product concepts (including functions, pricing, target groups and other elements), design user testing plans (such as questionnaires, interview outlines), collect feedback and put forward concept optimization suggestions. 4. Learn to use basic product design and prototyping tools (such as Figma to design simple UI prototypes, Axure to create APP interactive prototypes), and be able to transform product concepts into visual prototypes. Identify prototype issues through user trials and complete at least 1 prototype iteration. 5. Master the formulation method of new product marketing strategy, be able to target designated new products (such as smart small household appliances) for market positioning, design pricing plans, channel combinations and promotional activities; Write a promotion plan that explains the logic and expected results of each strategy. 6. Have the ability to identify risks and judge the ethics of new product development, and be able to conduct risk assessment of simulated new product development projects (such as new energy products) and formulate risk response measures. Consider safety and environmental protection requirements in product design, and propose design schemes that comply with ethical norms.
--	--

表 8.22 《Python 程序设计》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《python程序设计》		学分: 2	学时: 32 理论: 0 实践: 32
课程目标	课程目标 1.使学生熟练掌握Python编程的基本方法、语法规则及开发环境配置。深刻理解并灵活运用基本数据类型和组合数据类型。对于数字、字符串、布尔值等基本类型,需熟练掌握其内置操作和方法,如字符串格式化、切片、常用方法等,能够独立编写Python程序。 课程目标 2.掌握程序的控制结构,主要包括分支结构和循环结构。不仅能		

	熟练书写if-elif-else语句实现复杂条件判断，还能灵活运用for循环和while循环处理迭代任务，理解并能够使用break, continue等关键字控制循环流程。 课程目标 3.重点掌握列表、元组、字典、集合这四种核心组合数据类型，深刻理解其各自特性，如有序性、可变性、键值对、唯一性、适用场景及相互转换。 课程目标 4.培养学生的计算思维和严谨的逻辑思维能力，使其能够将实际问题抽象为计算模型，并运用算法思想设计和优化解决方案。 课程目标 5.培养学生利用Python工具联系实际、发现问题、分析并解决综合性问题的能力。提升学生的学科素养与职业能力，包括代码的规范性、可读性与可维护性，强化其团队协作、沟通表达和协同开发的能力，并树立终身学习的理念，以适应信息技术的快速发展。
主要内容	实训项目 1: Python概述与基础知识(1) Python语言的基本介绍;(2) Python开发环境的安装及配置;(3) pycharm程序的安装;(4) Python程序基本构成。 实训项目 2: Python基础语法与数据类型(1) Python赋值语句;(2) 输入与输出函数;(3) 字符串;(4) 数据类型概述;(5) 数据类型转换。 实训项目 3: 程序控制结构(1) 顺序结构;(2) 分支结构;(3) for-in 循环语句、while循环语句、continue语句;(4) continue语句与break语句、for in else和while-else语句;(5) 嵌套循环。 实训项目 4: 函数与组合数据类型(1) 序列类型;(2) 元组;(3) 集合;(4) 列表;(5) 内置字符串方法;(6) 字典;(7) jieba库。
教学要求	1.掌握Python语言的基本概念与开发环境搭建，能够独立安装配置Python解释器与PyCharm集成开发环境，理解Python程序的基本结构并完成简单程序的编写与运行。 2.熟练掌握Python基础语法与数据类型操作,包括赋值语句、输入输出函数、字符串的创建与常用方法，以及不同数据类型间的转换方法，为程序设计奠定基础。 3、全面掌握程序控制结构的应用，能够灵活运用分支结构和循环结构，包括for循环与while循环，解决实际问题，理解并使用break、continue等流程控制语句及循环的else子句处理复杂逻辑。

	4.深入理解并熟练运用组合数据类型，掌握序列类型通用操作，能够对元组、列表、集合和字典进行创建、操作和相互转换，并运用这些数据类型解决数据组织与处理问题。 5.掌握字符串的进阶处理方法与内置函数的使用，能够运用jieba等第三方库进行中文分词处理，具备初步的文本处理能力。 6.具备综合运用所学知识解决实际问题的能力，能够将基础语法、控制结构和数据类型有机结合，完成具有一定复杂度的编程任务，培养工程化思维和实际问题解决能力。
--	--

表 8.23 《办公软件高级应用》课程主要教学内容与要求

课程名称:《办公软件高级应用》		学分: 2	学时: 32 理论: 0 实践: 32
课程目标	课程目标 1.掌握办公软件（Word、Excel和PowerPoint）的高级功能和技巧，包括文档自动化、数据分析和演示动画设计等；了解宏的使用方法，并能设计简单VBA。 课程目标 2.学以致用，能够了解并运用软件进行信息处理和整合，具备基本的信息素养，能够熟练处理学习和工作中的复杂问题。 课程目标 3.激发对信息技术学习的兴趣和主动探索的精神，同时培养团队协作意识，提高沟通和表达能力。		
主要内容	项目 1Word高级应用 （1）图文混排；（2）页面布局；（3）邮件合并；（4）长文档排版；（5）域；（6）文档修订。 项目 2Excel高级应用 （1）数据输入与整理；（2）函数，包含数学函数、统计函数、文本函数、日期函数和查找函数；（3）数据分析与管理。 项目 3PowerPoint高级应用 （1）样式设计；（2）动画设计。 项目 4 宏与VBA （1）宏的使用；（2）简单VBA设计。		
教学要求	1.掌握Word的高级功能和技巧，能够熟练完成长文档的排版，能够熟练使用邮件合并功能。 2.掌握Excel数据分析的方法和技巧，能够熟练输入和管理数据，能够熟练		

	运用常用函数，进行数据分析及数据可视化。 3.掌握PowerPoint设计演示文稿的方法和技巧。 4.能熟练使用宏，具备程序设计思维，能够设计简单VBA。 5.具备基本的信息素养，能够处理学习和工作中的复杂问题。
--	--

表 8.24 《网络客户服务实务》课程主要教学内容与要求

课程名称:《网络客户服务实务》		学分: 2	学时: 32 理论: 16 实践: 16
课程目标	课程目标 1.系统掌握网店客服基础认知、沟通技巧、销售技能、全流程服务、数据指标、客户关系管理、智能客服使用等知识，明确客服职责与协作关系，理解各模块核心逻辑，构建完整知识体系，为开展客服工作奠定理论基础。 课程目标 2.具备网店客服基础工作、沟通、销售转化、数据分析、客户关系管理、智能客服应用及团队协作管理辅助能力，能应对各类场景，通过实操提升订单成交率、客户满意度等关键指标。 课程目标 3.培养职业责任感、良好沟通交往素质、主动学习创新能力、抗压应变能力、团队协作奉献精神及严谨细致工作态度，树立 “顾客至上”理念，适应电商行业发展，展现专业电商从业者素养。 课程目标 4.强化诚信守法意识，培养爱国主义与民族品牌意识，树立以人民为中心的服务思想，塑造精益求精工匠精神与正确竞争合作观念，引导学生坚守职业底线，增强社会责任感与爱国热情。		
主要内容	第一单元网店客服初体验（1）初识网店客服；（2）网店客服应具备的知识和技能；（3）客服岗位与其他岗位的关系。 第二单元与顾客有效沟通（1）与顾客沟通的目的；（2）与顾客沟通的原则； （3）处理顾客咨询的流程；（4）打消顾客疑虑。 第三单元网店客服的销售技能（1）网店客服的销售接待流程；（2）促销设置与活动推广；（3）售前客服的销售技巧和话术；（4）协助催付； 5.直播客服的销售技能 第四单元（1）做好售中服务体验；（2）主动询问体验感受；（3）做好售后服务体验；（4）顾客投诉处理。 第五单元读懂客服数据（1）客服数据指标及分析；（2）提高询单转化率；（3）提高客单价；（4）提高旺旺响应速度；5.降低商品退款率。		

	第六单元客户关系管理（1）客户关系管理基础；（2）顾客分析与打标签；（3）维护顾客关系；（4）提高顾客忠诚度；（5）搭建顾客互动平台。 第七单元智能客服的使用（1）认识智能服务；（2）在线机器人的知识管理； （3）在线机器人-阿里店小蜜；（4）阿里店小蜜的基本功能；（5）智能客服导师-人工智能训练师。 第八单元打造金牌客服团队（1）网店客服的培训；（2）网店客服的日常管理；（3）网店客服的激励机制与绩效考核。
教学要求	1.熟悉网店客服岗位职责、分类，网店客服应掌握的基本知识，熟练掌握网店客服应具备的基本操作。掌握网店客服千牛工作台的操作。 2.熟悉与顾客沟通的原则、目的，掌握处理顾客咨询的流程，与顾客有效沟通的技巧 3.熟悉网店客服的销售接待流程、促销设置与活动推广；掌握售前客服的销售技巧与话术、熟悉如何进行客户订单催付、了解直播客服的销售技能。 4.掌握售中服务的主要内容，主动询问顾客的体验感受，了解售后服务的的重要性，掌握售后服务各阶段的内容，熟练处理顾客投诉。 5.熟悉收集客服数据的方法与策略，掌握客服数据的分析方法。分析客服数据，改善网店经营状况。 6.熟悉客户关系管理的基本方法与策略，掌握顾客分析与打标签、维护顾客关系，搭建顾客互动平台的方法，提高顾客忠诚度。 7.了解什么是智能服务，掌握在线机器人的知识管理方法，熟悉阿里店小蜜的基本功能和使用方法，了解什么是人工智能训练师。

表 8.25 《移动商务技术开发》课程主要教学内容与要求

课程名称:《移动商务技术开发》		学分: 2	学时: 32 理论: 0 实践: 32
课程目标	课程目标 1.描述移动商务的基本概念、技术框架与主流商业模式，理解小程序在移动电商生态中的应用价值与开发流程。 课程目标 2.描述微信开发者工具的核心功能与项目结构，掌握WXML/WXSS/JS的基本语法与数据绑定方法，应用常用组件完成页面布局与基础交互。 课程目标 3.描述云开发的基本原理与服务构成，应用云数据库、云存储及云函数实现数据的存储、管理与后端逻辑处理。 课程目标 4.根据典型电商业务需求，综合运用前后端技术，开发实现用户		

	登录、商品展示、购物车、订单生成等核心功能模块。遵循平台开发规范，完成项目的调试、优化与发布上线，形成完整的移动应用开发与部署能力。 课程目标 5.通过团队项目实战，建立工程化思维与协作意识，培养严谨诚信、爱岗敬业的职业素养，以及解决实际问题的创新精神。
主要内容	实训项目 1：开发基础与环境搭建（1）移动商务概述与技术选型；（2）小程序注册与开发工具安装配置；（3）项目结构解析与全局配置；（4）WXML 数据绑定与WXSS Flex布局基础。 实训项目 2：前端开发与组件应用（1）常用基础组件（view, text, image, button, input等）的属性与事件应用；（2）条件渲染与列表渲染（wx:if, wx:for）；（3）JavaScript逻辑层开发：事件处理、API调用与页面路由。 实训项目 3：云开发与后端服务集成（1）云开发环境开通与配置；（2）云数据库的增删改查(CRUD)操作；（3）云存储的文件上传与管理；（4）云函数的编写与调用实战。 实训项目 4：综合项目实战与发布（1）“微商城”项目需求分析与核心模块开发；（2）用户登录与购物车功能实现；（3）项目调试、优化与体验提升；（4）代码上传、审核与发布流程。
教学要求	1.掌握移动商务的基本原理与小程序开发流程。学会开发者工具的安装、项目创建与调试等基本操作。应用WXML和WXSS实现页面数据绑定与Flex弹性布局，能够构建基础静态页面。 2.学会常用组件的属性设置与事件绑定方法,能够应用条件与列表渲染指令动态生成页面内容。应用JavaScript处理用户交互、调用小程序API并实现页面跳转等逻辑功能。 3.掌握云开发环境的初始化与配置，能够应用云数据库完成数据的增、删、改、查操作，并实现前后端数据联动。应用云存储实现图片等文件的上传与下载管理。能够编写并调用简单的云函数。 4.能够综合运用前端与云开发技术，独立或协作完成一个包含核心电商功能的“微商城”项目。熟练掌握项目的真机调试、性能优化以及提交审核与发布的完整流程。在项目实践中培养规范编码、团队协作、精益求精的职业精神和解决实际问题的综合能力。

表 8.26 《商务礼仪》课程主要教学内容与要求

课程名称：《商务礼仪》	学分：2	学时：32 理论：0 实践：32
-------------	------	------------------

课程目标	课程目标 1.能够拥有良好的礼仪素养，养成自尊自信、积极向上的人生态度； 课程目标 2.能够培养主客有别、尊卑有序的观念，树立规则意识、社会责任感； 课程目标 3.能够描述礼仪与商务礼仪的概念和基本原则； 课程目标 4.能够进行商务场合个人仪容修饰和个人仪态和仪表塑造； 课程目标 5.能够在不同商务场合中并与不同国家客户使用规范的会面礼仪； 课程目标 6.能够规范进行商务拜访和商务接待； 课程目标 7.能够规范安排及实施常见的几种商务活动和礼仪流程； 课程目标 8.能够实施中式和西式商务宴请的各项礼仪规范； 课程目标 9.能够恰当安排实施个人工作面试礼仪。
主要内容	实训项目 1：商务礼仪认知 （1）分组线下讨论“礼仪历史”和重要性。 （2）每组选代表上台与大家分享团队讨论成果。 （3）教师总结归纳本节课要点。 实训项目 2 商务形象礼仪 （1）商务淡妆化妆及发型设计训练。 （2）商务正装的选择与搭配。 （3）仪态训练。 实训项目 3 商务会面礼仪 （1）商务场合称呼他人的要领。 （2）商务场合对不同对象进行问候的技巧。 （3）商务场合介绍自己和介绍他人的方法。 （4）商务场合与不同国家商务人士行礼的方式。 （5）商务场合握手的要领。 （6）商务场合递接名片的礼仪规范和步骤。 （7）商务场合不同通讯方式（电话、邮件和微信等）使用规范。 （8）商务会面礼仪综合实训。 实训项目 4 商务接待与拜访礼仪 （1）迎送客的礼仪、电梯礼仪。

	(2) 实操商务会谈室布置、会谈中座次的安排和商务乘车的座次安排。 (3) 拜访礼仪实训。 (4) 会谈中的沟通礼仪。 (5) 商务馈赠礼仪。 实训项目 5 商务活动礼仪 (1) 商务签字活动场地选择和布置。 (2) 签字活动中文本文件的格式内容和签字流程安排。 (3) 三种类型企业（饭店、购物中心和高科技企业）开业庆典准备工作流程、仪式程序与活动内容。 (4) 剪彩仪式的程序与活动内容。 实训项目 6 商务宴请礼仪 (1) 中餐宴请礼仪。 (2) 西餐宴请礼仪。 (3) 敬酒礼仪。 实训项目 7 求职面试礼仪 (1) 求职面试的准备工作中包括的具体内容。 (2) 工作简历的设计与制作技巧。 (3) 求职面试的仪容仪态和服饰设计。 (4) 模拟面试。
教学要求	实训项目 1：商务礼仪认知 (1) 通过课下线上学习清楚描述世界和中国礼仪的发展历史。 (2) 充分认识商务礼仪对于商务工作的重要性，培养提升自身商务素质的强烈需求。 实训项目 2 商务形象礼仪 (1) 通过商务仪容的学习与训练，能够完成自我面容修饰与发型设计。 (2) 通过商务仪表的学习与训练，能够得体选择和搭配服饰，塑造得体商务人士形象。 (3) 通过商务仪态的学习与训练，掌握日常和工作场合举止得当的要诀。 实训项目 3 商务会面礼仪 (1) 通过商务会面礼仪的学习与训练，能够熟练使用称呼和问候的技巧。 (2) 通过商务会面礼仪的学习与训练，能够熟练应用自我介绍和介绍他人

	的技巧。 (3) 通过商务会面礼仪的学习与训练，能够使用不同的行礼方法和握手的要领。 (4) 通过商务会面礼仪的学习与训练，能够熟悉商务通讯联系的规范和禁忌。 实训项目 4 商务接待与拜访礼仪 (1) 能够注意商务接待与拜访中的各个细节规范。 (2) 能够规范完成商务接待与拜访。 实训项目 5 商务活动礼仪 (1) 能够恰当进行签字仪式。 (2) 能够进行开业庆典、剪彩仪式的流程和礼仪规范。 实训项目 6 商务宴请礼仪 (1) 能够独立进行商务宴请的菜品和酒品选择。 (2) 能够应用中西方餐饮文化背景下商务宴请礼仪规范完成商务宴请。 实训项目 7 求职面试礼仪 (1) 会制作规范的简历。 (2) 能够做好求职面试的准备工作。 (3) 能够运用面试礼仪成功得体完成面试。
--	--

表 8.27 《供应链管理》课程主要教学内容与要求

课程名称：《供应链管理》		学分：2	学时：32 理论：24 实践：8
课程目标	课程目标 1. 学生能系统说出供应链管理的核心概念（如供应链网络设计、采购管理、库存控制、物流配送等）；能叙述供应链各环节的内在逻辑与协同机制；能熟知供应链风险管理、可持续供应链等前沿知识。 课程目标 2. 学生能运用供应链分析工具（如 EOQ 模型、MRP 系统）解决实际问题（如优化库存水平、设计配送路线）；能独立完成供应链案例分析，提出针对性优化方案；具备跨部门、跨企业的供应链协同沟通能力，可参与简单的供应链规划与决策。 课程目标 3. 树立“以客户为中心”“降本增效”的供应链管理思维，具备应对供应链不确定性的风险意识与创新意识；培养严谨的数据分析素养和可持续发展理念，遵守供应链相关的行业规范与伦理准则。		

主要内容	第一单元：供应链管理的总体概要 第二单元：供应链战略 第三单元：供应链合作伙伴关系管理 第四单元：供应链网络的设计 第五单元：供应链环境下的采购管理 第六单元：供应链环境下的物流管理 第七单元：供应链环境下的生产管理 第八单元：供应链环境下的采购管理 第九单元：供应链管理的信息技术 第十单元：供应链绩效评价
教学要求	本课程主要采用“理论+实践”结合的教学方法，如课堂讲授、案例讨论、小组项目指导、软件模拟（如SCM仿真工具）相结合，避免纯理论灌输。 及时关注供应链领域前沿动态（如数字化、绿色供应链新趋势），及时更新教学案例与知识点，保持课程内容的时效性。此外，在上课过程中要主动参与课堂互动，积极参与案例讨论与小组协作，能结合理论分析实际问题，不局限于被动接受知识。具备基础的数据分析能力与计算机操作能力，能熟练使用Excel进行简单数据处理，了解ERP、SCM等系统的基本逻辑。

表 8.28 《人工智能与商业应用》课程主要教学内容与要求

课程名称：《人工智能与商业应用》		学分：2	学时：32 理论：0 实践：32
课程目标	课程目标 1.理解人工智能的定义、原理与发展历程，明晰其应用场景、各类AI工具核心功能及应用价值，了解人工智能未来发展趋势与面临的挑战。 课程目标 2.能运用AI工具开展电商内容创作与运营，具备制作电商产品图、创建虚拟数字人、制作商品宣传视频、生成用户画像与广告文案以及分析数据优化营销策略的能力。 课程目标 3.能运用AI工具进行公文写作、生成会议纪要、生成策划方案 and 制作PPT。 课程目标 4.培养在创新场景中运用AI的能力，利用AI助力高质量生活、赋能运动与健康以及重构学习范式。		

主要内容	项目 1：认识人工智能。（1）人工智能的定义、原理、发展历程；（2）人工智能的应用场景；（3）各类 AI 工具的核心功能和应用价值。（4）人工智能的未来发展趋势和挑战。 项目 2：AI 赋能电商内容创作与运营。（1）制作 AIGC 电商产品图；（2）创建虚拟数字人；（3）制作 AIGC 商品宣传视频；（4）智能生成用户画像与广告文案；（5）智能分析数据与营销策略优化。 项目 3：AI 赋能商务办公。（1）AI 助力公文写作；（2）AI 生成会议纪要；（3）AI 助力策划方案生成与 PPT 制作。 项目 4：AI 创新场景应用。（1）AI 助力高质量生活；（2）AI 赋能运动与健康；（3）AI 重构学习范式。
教学要求	1.理解人工智能的定义、原理与发展历程，能列举其典型应用场景、各类 AI 工具核心功能及应用价值，阐述人工智能未来发展趋势与面临的挑战。 2.熟练运用 AI 工具开展电商内容创作与运营，掌握制作电商产品图、创建虚拟数字人、制作商品宣传视频、生成用户画像与广告文案的方法，具备分析数据优化营销策略的能力。 3.能借助 AI 工具赋能商务办公，熟练使用 AI 进行公文写作、生成会议纪要，助力策划方案生成与 PPT 制作。 4.掌握运用 AI 工具助力高质量生活、赋能运动与健康以及重构学习范式的技能，具备在这些创新场景中应用 AI 的实操能力。

表 8.29 《商务数据分析》课程主要教学内容与要求

课程名称：《商务数据分析》	学分：2	学时：32 理论：0 实践：32
课程目标	课程目标 1. 能够描述数据分析的基本原理和流程；能够描述数据分析常用方法论。能够了解数据分析行业需求，具有社会主义道路自信和民族自豪感。 课程目标 2. 能够使用工具进行数据采集；能够根据应用场景对数据进行预处理；能够根据应用场景对数据进行建模分析；能够形成可视化分析报告。具备数据处理能力，具备诚信友善的合作能力，具备发现问题解决问题的能力；具备精益求精、独具匠心的工匠精神。 课程目标 3. 在应用场景中，理论与实践相结合，以个人或小组形式开展数据分析，能使用多种工具，能建立合理的数据指标体系，具备良好的沟通能力和团队意识，具备行业认知，培养分析问题、解决问题的能力，培养	

	学生创新创业的意识。 课程目标 4.遵循行业规则，了解电子商务法、互联网信息服务管理办法等相关的法律法规，具备诚实守信的基本职业道德，具备勤奋工作的爱岗敬业精神。
主要内容	实训项目 1：商务数据分析基础（1）商务数据分析概述：意义、流程和原则。（2）常用分析方法：基本方法和高级方法。实训项目 2：商务数据收集与预处理（1）数据输入、导入及采集。（2）数据预处理：数据清洗、集成、转换和规约。实训项目 3：商务数据分析应用（1）行业分析。（2）客户分析。（3）产品分析。（4）运营分析。实训项目 4：商务数据可视化及分析报告（1）商务数据可视化。（2）商务数据分析报告。（3）综合案例。
教学要求	1.能够描述商务数据分析的相关概念；概述常用的分析模型；概述常用的分析方法。 2.熟练应用数据采集的方法；掌握应用数据预处理的方法。 3.能够选择正确的数据分析方法；熟悉商务数据分析在商业活动中的具体应用。 4.掌握数据分析报告的基础概念；应用商务数据分析报告。

表 8.30 《商品摄影》课程主要教学内容与要求

课程名称：《商品摄影》		学分：2	学时：32 理论：0 实践：32
课程目标	课程目标 1.能利用互联网媒介搜集国内外商品摄影作品。 课程目标 2.能够综合运用网店美工、市场营销等专业知识分析商品摄影案例。 课程目标 3.能正确辨别商品摄影中不同用光的拍摄效果。 课程目标 4.能根据商品特点设计完整的商品拍摄方案。 课程目标 5.能完成实践中的商品摄影置景和布光。 课程目标 6.能实践拍摄创意性商品摄影作品。 课程目标 7.能养成真实客观的商品摄影师职业道德。		
主要内容	实训（实验）项目 1：摄影设备使用（1）相机的种类及选购；（2）相机不同模块的功能及相关设备。 实训（实验）项目 2：摄影基础训练（1）相机的基本参数；（2）相机的档		

	位设置。 实训（实验）项目 3：摄影用光与构图（1）光质和光位；（2）布光技巧。（3）构图种类；（4）构图技巧。 实训（实验）项目 4：专题摄影（1）技巧实践-摄影构图法实践拍摄；（2）技巧实践-摄影布光实践拍摄；（3）产品摄影-化妆品及个护类产品摄影；（4）产品摄影-服饰类产品摄影；（5）产品摄影-食品类产品摄影；（6）产品摄影-饮品类产品摄影；（7）产品摄影-配饰类产品摄影；（8）产品摄影-创意类产品摄影。
教学要求	1.能够根据自己的需求购买适合自己的相机；能正确操作相机的基本板块，操作相关辅助设备。 2.能综合调整相机光圈、快门速度、焦距、景深、ISO、白平衡等参数等参数；能熟悉相机的AUTO、P、TV、AV、M等档位的特点。 3.能分辨不同光源和光质的拍摄效果；能完成基本的产品摄影布光；能掌握不同构图法的特点和画面技巧；能根据产品特点完成构图设计；能实践拍摄常见的摄影景别；能实践完成不同布光的产品拍摄。 4.能实践拍摄各类化妆品、服饰、食品、饮品、配饰；能创新设计产品的拍摄方案并完成实践拍摄。

表 8.31 《电子商务案例分析》课程主要教学内容与要求

课程名称：《电子商务案例分析》		学分：2	学时：32 理论：32 实践：0
课程目标	课程目标 1.掌握电子商务商业模式的核心基础知识，能够系统阐述常见电子商务模式的类型、特点与运作机制。 课程目标 2.运用案例分析方法，深入剖析典型电子商务企业案例，具备对主流电商模式进行数据获取、系统分析与综合评价的能力。 课程目标 3.培养对电子商务商业模式的批判性思维与综合分析能力，能够结合实际运作情况提出可行性建议或优化策略。 课程目标 4.树立正确的商业伦理与社会责任意识，在案例实践中理解诚信经营、公平竞争和可持续发展的重要性；同时提升自身的商业洞察力、数据分析与决策能力，增强在数字经济领域的职业素养与创新创业精神，实现个人价值与社会发展的统一。		

主要内容	第一章：认识电子商务（1）电子商务案例分析课程简介；（2）电子商务案例分析方法；（3）电子商务概念及模式 第二章：电子商务发展趋势（1）电子商务年度数据分析；（2）从市场层面、技术角度看电子商务的发展；（3）相关案例分析 第三章：农村电子商务（1）认识淘宝村现象；（2）“互联网+”电商经济生态圈；（3）农村电商的发展模式和典型案例 第四章：跨境电子商务（1）跨境电商概念；（2）跨境电商兴起和模式及其发展；（3）跨境电商典型案例 第五章：移动电子商务与 O2O 模式（1）移动电子商务的概述；（2）移动电子商务模式及其发展；（3）移动 O2O 与营销模式；（4）O2O 行业现状及典型案例 第六章：生鲜电商（1）生鲜电商的概念；（2）生鲜电商的运营及发展趋势；（3）生鲜电商的模式及其典型案例 第七章：社群电商与共享经济（1）社群电商的定义与运营；（2）网红现象及共享经济模式；（3）社群电商与共享经济的典型模式与案例 第八章：“互联网+”及互联网思维（1）“互联网+”行动计划概述；（2）“互联网+”的应用；（3）互联网思维在行业中应用的案例
教学要求	1.系统讲授主流电子商务商业模式的基础知识，包括其定义、分类、特征、核心要素及盈利模式，使学生能够准确理解和系统阐述。 2.培养学生掌握并运用规范的案例分析方法与工具，具备从公开渠道有效获取、筛选和评估企业及行业数据的能力。 3.通过对典型企业案例进行深入的实证分析和小组研讨，培养学生对电子商务模式的系统剖析、综合评价及形成结构化分析报告的能力。 4.引导学生开展批判性思考与多因素综合分析，能够针对案例企业的实际运作，识别关键问题，并提出具有可行性和创新性的优化策略或解决方案。 5.在案例教学中有机融入商业伦理、社会责任等议题，培养学生合规负责的商业意识与价值判断力

表 8.32 《AIGC 应用实践》课程主要教学内容与要求

课程名称：《AIGC应用实践》	学分：2	学时：32 理论：0 实践：32
课程目标	课程目标 1.了解 AIGC 的基本概念、发展历程与技术原理，掌握主流 AIGC 工具（如文本、图像、视频生成工具）的基本功能与应用场景。	

	课程目标 2.能够熟练使用至少一种 AIGC 工具进行内容生成与优化，具备将 AIGC 技术应用于电商文案撰写、商品图像生成、营销视频制作等实际场景的能力，能够评估 AIGC 生成内容的质量与合规性。 课程目标 3.综合应用大模型技术解决跨场景应用问题，提升创新思维与数字素养，增强团队协作与沟通能力，具备持续学习 AIGC 新技术与应用趋势的意识和能力。 课程目标 4.树立正确的技术价值观，增强知识产权保护意识，遵守 AI 伦理规范，杜绝虚假宣传与侵权使用，培养负责任的技术应用态度。
主要内容	课程目标 1.了解 AIGC 的基本概念、发展历程与技术原理，掌握主流 AIGC 工具（如文本、图像、视频生成工具）的基本功能与应用场景。 课程目标 2.能够熟练使用至少一种 AIGC 工具进行内容生成与优化，具备将 AIGC 技术应用于电商文案撰写、商品图像生成、营销视频制作等实际场景的能力，能够评估 AIGC 生成内容的质量与合规性。 课程目标 3.综合应用大模型技术解决跨场景应用问题，提升创新思维与数字素养，增强团队协作与沟通能力，具备持续学习 AIGC 新技术与应用趋势的意识和能力。 课程目标 4.树立正确的技术价值观，增强知识产权保护意识，遵守 AI 伦理规范，杜绝虚假宣传与侵权使用，培养负责任的技术应用态度。
教学要求	1.理解 AIGC 的基本概念、技术原理及其在电商中的应用价值，能够列举至少 3 种 AIGC 工具并说明其适用场景。 2.掌握至少一种文本生成工具的使用方法，能够独立生成符合电商场景的高质量文案，并进行优化调整。 3.掌握至少一种图像生成工具的基本操作，能够生成商品图像和营销海报，并具备基本的图像后期处理能力。 4.了解音视频生成与多模态内容整合的基本方法，能够完成简单的电商短视频制作。 5.具备 AIGC 项目的初步管理能力，能够识别并规避常见的版权与伦理风险，树立负责任的技术使用意识。 6.通过小组协作完成一个完整的 AIGC 电商项目，具备内容策划、生成、优化与展示的综合能力。

表 8.33 《互联网产品开发与设计》课程主要教学内容与要求

课程名称：《互联网产品设计与开发》		学分：2	学时：32 理论：0 实践：32
课程目标	课程目标 1.掌握互联网产品设计的基础知识，理解用户体验要素，能描述产品设计的基本思维。 课程目标 2.具有市场分析能力、需求管理能力、产品规划能力、流程设计能力及运营数据分析能力，具有信息与数据处理能力，能够多渠道获取用户信息和数据并对其进行甄别、分析、加工与展示。 课程目标 3.具有一定的运用互联网产品思维洞察市场的能力，能够通过市场和用户问题，解读用户需求，基于用户体验推动产品创新与改进以及发现互联网创业机会，具有团队合作精神和沟通能力。 课程目标 4.具有良好的职业道德和责任感，能够养成遵纪守法、爱岗敬业、诚信服务、开拓创新的职业品格和行为习惯。		
主要内容	实训项目 1：互联网产品基础知识:(1) 产品与互联网产品;(2) 互联网产品设计思维基础;(3) 用户体验设计的五大层面模型 实训项目 2: 互联网产品的用户研究:(1) 寻求潜在用户;(2) 用户需求解读;(3) 用户体验构成要素及设计 实训项目 3: 互联网产品设计及工具应用:(1) 产品设计电子原型草图设计;(2) 产品设计软件应用基础;(3) 流程图设计与创建;(4) 动态面板与内联框架的高级应用;(5) 产品交互设计;(6) 产品视觉表现 实训项目 4: 互联网产品设计综合案例:(1) 互联网产品产生过程及规划;(2) 产品具体设计与开发;(3) 产品视觉呈现及改进迭代		
教学要求	1.区分产品与互联网产品的概念、特征及衡量标准;理解互联网产品设计思维基础,掌握互联网产品设计基本理论;概述用户体验设计的五大层面模型。 2.掌握寻求潜在用户的方法,查询用户画像数据,分析用户情绪与用户数据;熟悉用户需求的方法,分析与解读用户需求,生成产品商业画布;概述产品功能信息框架,绘制交互逻辑流程图,设计纸模原型。 3.设计电子原型草图,描述电子原型布局及基本原则;概述开发者逻辑视角及常用的编程语言,熟悉产品设计软件界面;描述流程图在产品设计中作用,掌握创建流程图的方法;熟练掌握产品设计动态面板、内联框架的实际应用方法与操作;叙述产品交互设计方法,知悉逻辑条件的具体应用;描述产品视觉表现的要点,明确视觉呈现的设计原理,并能独立完成产品视觉表现操作与设计。		

	4.概述互联网产品产生的基本过程，能对需求的筛选和界定进行应用，完成产品规划;进行产品名称、功能架构、交互体验的设计，能够通过产品需求文档将产品的具体设计表达出来;构造产品框架，完成产品业务、功能、视觉呈现等设计工作，具备独立设计基础互联网产品的综合应用能力。
--	--

表 8.34 《电子商务文案写作》课程主要教学内容与要求

课程名称:《电子商务文案写作》		学分: 2	学时: 32 理论: 32 实践: 0
课程目标	课程目标 1.了解电子商务文案岗位的知识要求、素养要求和职业伦理、职业规范。 课程目标 2.清楚并掌握电子商务文案标题和正文的写作理论与技巧，能够完成商品卖点的挖掘、商品标题拟定、商品详情页文案写作、商品海报文案写作和电商品牌文案写作、微博推广文案写作、微信推广文案写作、社群推广文案、今日头条文案、短视频文案、直播文案写作及电子商务软文写作。 课程目标 3.能够借助互联网搜集商品信息、调研行业及竞争对手信息并利用软件进行数据分析，根据数据分析结果和网络营销的目标，积极创新思维模式或呈现方式，创作有吸引力的电商文案。 课程目标 4.学生分组完成案例分析与讨论、写作实训课等环节，通过分工合作，学会分担任务、重视团队协作与配合，能高效应用 Word 或互联网在线排版工具进行文案排版或视觉呈现设计。 课程目标 5.积极参与课堂发言、小组讨论，撰写电商文案，增强语言与文字沟通能力。 课程目标 6.及时了解电子商务的新兴产业动态引起的电商文案新形式及新要求，持续完善学科知识。		
主要内容	第一章：电子商务文案基础（1）电子商务文案的内涵（2）电子商务文案在营销中的作用（3）电子商务文案的分类（4）电子商务文案的载体（5）电子商务文案的工作职责（6）电子商务文案的岗位要求 第二章：电子商务文案写作准备（1）明确写作目的（2）分析目标受众（3）确定写作主题（4）构建文案创意及方法（5）列出文案提纲 第三章：电子商务文案撰写攻略（1）标题在电子商务文案中的作用（2）电子商务文案标题写作方法（3）电商文案正文的结构（4）电子商务文案开头的写作方法（5）电子商务文案结尾的写作方法		

	第四章：网店文案写作（1）商品卖点（2）商品卖点的挖掘方法（3）商品标题文案的写作方法（4）商品详情页文案的写作方法（5）店铺活动文案的写作方法（6）商品海报文案写作（7）商品评价回复文案的写作方法 第五章：品牌文案写作（1）品牌标语写作（2）品牌故事写作（3）品牌公关文案写作 第六章：推广文案写作（1）微博推广文案写作（2）微信推广文案写作（3）社群推广文案写作（4）今日头条文案写作（5）短视频文案写作（6）直播文案写作 第七章：软文写作（1）电子商务软文写作要求与写作技巧（2）“种草”软文的写作（3）结合关键词优化信息流文案
教学要求	1.系统讲解电子商务文案岗位的职责范围、知识体系、职业素养及伦理规范，使学生明确行业要求并树立责任意识。 2.讲授各类电商文案的写作理论与核心技巧，并通过大量写作实训使学生熟练掌握。 3.培养学生独立挖掘商品卖点、精准提炼文案主题及高效完成多媒介渠道文案创作的能力。 4.训练学生运用互联网工具搜集商品、行业及竞品信息，并利用数据分析软件进行初步处理与解读，支撑文案创作决策。 5.引导学生依据数据分析结论和网络营销目标，创新文案写作的思维模式和视觉呈现方式，提升文案的吸引力和传播效果。 6.组织学生以小组形式开展案例分析、讨论及协作写作任务，明确分工、强化团队配合，培养协同工作能力。 7.要求学生熟练运用Word或在线排版工具完成文案的排版与视觉优化，提升作品的规范性与表现力。 8.通过课堂发言、分组讨论、文案汇报等环节，有效提升学生的口头表达与书面沟通能力。 9.引导学生关注电子商务产业新动态及文案形式的新发展，培养自主学习和知识更新的习惯，适应行业变化。

表 8.35 《短视频与直播运营》课程主要教学内容与要求

课程名称:《短视频与直播运营》	学分: 2	学时: 32 理论: 0 实践: 32
-----------------	-------	---------------------

课程目标	课程目标 1.掌握核心理论与规则：短视频与直播运营的核心理论（如平台算法、变现逻辑）及行业规则。 课程目标 2.掌握策划制作技能：短视频策划（选题、脚本）、拍摄编辑（构图、剪辑）及直播活动设计的实操技能。 课程目标 3.具备运营执行能力：短视频账号定位、流量增长及直播互动的运营能力。 课程目标 4.掌握数据优化方法：短视频与直播运营数据分析方法，能基于数据优化策略。 课程目标 5.提升创新变现能力：创新思维与市场适应力，具备商业变现的实战能力。
主要内容	实训项目一：短视频与直播基础 （1）练习短视频创作流程。 （2）了解常见的短视频与直播平台。 （3）掌握短视频团队组建的方法并进行模拟团队组建。 实训项目二：短视频策划 （1）掌握切入选题的方法。 （2）掌握挖掘热门选题的方法。 （3）掌握短视频内容创意方法。 （4）掌握短视频脚本撰写方法。 实训项目三：短视频拍摄与编辑 （1）掌握画面景别、光线位置、镜头运动方式的设计与运用。 （2）掌握常见的短视频构图方法。 （3）为短视频添加封面、字幕、文案。 实训项目四：短视频运营与推广 （1）掌握企业号短视频运营方法。 （2）掌握利用官方平台营销推广方法。 （3）掌握平台内付费推广方法。 实训项目五：短视频变现 （1）了解短视频变现的方法。 （2）掌握电商变现方法、广告变现方法、直播变现方法和其他变现方法。 实训项目六：直播活动策划与运营

	(1) 了解直播活动的基本流程。 (2) 掌握直播活动策划的整体结构与人员安排。 实训项目七：短视频与直播运营数据分析 (1) 了解短视频数据分析的作用。 (2) 了解搜集数据的渠道。 (3) 掌握常用短视频数据分析指标。 (4) 理解常用的数据分析方法。 (5) 理解整理和处理数据方法。 实训项目八：抖音直播运营实战 (1) 了解抖音平台的推荐机制 (2) 理解抖音直播的营销优势。 (3) 掌握抖音直播粉丝运营与维护。 (4) 掌握抖音直播后期运营管理。
教学要求	1.掌握短视频从策划、拍摄到编辑发布的完整创作流程。 2.熟悉常见短视频与直播平台的生态特点及运营规则。 3.掌握短视频团队组建的角色分工方法并完成模拟团队组建。 4.掌握短视频选题的切入方法与思路。 5.掌握短视频热门选题的挖掘技巧与工具使用。 6.掌握短视频内容创意的生成逻辑与落地方法。 7.掌握短视频脚本的规范撰写与分镜设计技巧。 8.掌握画面景别与光线位置的设计及运用方法。 9.掌握镜头运动方式的设计与运用技巧。 10.掌握常见的短视频构图方法。 11.掌握短视频封面、字幕及文案的添加技巧。 12.掌握企业号短视频运营的核心方法。 13.掌握官方平台营销推广的执行技巧。 14.掌握平台内付费推广的投放策略。 15.掌握平台内付费推广的效果优化技巧。 16.掌握开通抖音小店的方法。 17.掌握广告变现的常见方法、直播变现的方法、会员付费变现方法、IP 价值衍生变现方法和特色盈利变现方法。

	18.掌握平台大促活动的策划方法。 19.掌握特色主题活动的策划技巧。 20.掌握直播间选品的核心方法。 21.掌握直播引流推广的执行技巧。 22.掌握飞瓜数据的使用方法。 23.掌握使用蝉妈妈分析数据的方法。 24.掌握使用新榜分析数据的方法。 25.掌握直播数据分析常用指标。 26.掌握开通抖音直播的方法。 27.掌握抖音小店添加商品的方法。 28.掌握商品橱窗管理的方法。 29.掌握设置预告直播时间的方法。
--	---

表 8.36 《国际贸易实务》课程主要教学内容与要求

课程名称：《国际贸易实务》		学分：2	学时：32 理论：24 实践：8
课程目标	课程目标 1.能够系统阐述交易磋商的基本环节，掌握询盘、发盘、还盘和接受的核心流程。 课程目标 2.能够准确辨析常用国际贸易术语，理解其在风险、责任和费用划分中的实际应用。 课程目标 3.能够说明国际商品价格的构成要素，并熟练进行对外报价和成本利润核算。 课程目标 4.能够根据货物特点规划海运路线，设计保险费方案，并合理选择国际贸易支付方式。 课程目标 5.能够运用国际贸易相关法律与惯例，审核并签订合法有效的进出口合同。 课程目标 6.能够强化诚信严谨、踏实负责的职业素养，增强专业认同与抗压能力，提升在实际业务中的洞察力和应变思维。		
主要内容	第一单元 绪论 （1）国际贸易的基本概念。 （2）国际贸易货物买卖的特点。 （3）国际货物买卖合同的基本内容。 （4）进出口业务基本流程。		

	第二单元 国际贸易术语 (1) 国际贸易术语及惯例概述。 (2) 贸易术语的概念和作用。 (3) FOB 术语。 (4) CFR 术语。 (5) CIF 术语。 (6) 其他贸易术语。 (7) 贸易术语的选择运用。 第三单元 国际贸易磋商与合同的签订 (1) 交易前的准备。 (2) 交易磋商和订立合同。 (3) 国际贸易合同的履行。 (4) 国际贸易的主要参与者。 (5) 交易磋商的一般程序。 (6) 买卖合同的成立。 第四单元 商品的名称、品质、数量与包装 (1) 商品品名及意义。 (2) 品名条款的内容及规定品名的注意事项。 (3) 表示品质的方法。 (4) 关于品质机动幅度的规定。 (5) 计量单位和计量方法。 (6) 关于数量机动幅度的规定。 (7) 包装的种类、包装标志、包装条款的内容。 第五单元 进出口合同装运条款 (1) 运输方式介绍。 (2) 班轮运费的计算。 (3) 运输单据。 (4) 装运条款。 (5) 分批装运和转船。 (6) 国际多式联运。 第六单元 进出口合同保险条款
--	--

	(1) 保险的特征、基本原则。 (2) 保障的风险与费用。 (3) 保障的损失。 (4) 我国海上运输货物保险条款。 (5) 保险承保的范围。 (6) 除外责任与责任起讫。 (7) 合同中的保险条款。 (8) 保险单据。 第七单元 进出口合同价格条款 (1) 进出口商品价格的费用构成原则。 (2) 考虑影响价格的主要因素。 (3) FOB 价换算为其它价。 (4) CFR 价换算为其它价。 (5) CIF 价换算为其它价。 (6) 作价方法。 (7) 价格调整条款。 (8) 佣金的含义、规定方法、计算与支付方法。 (9) 折扣的含义、规定方法、计算与支付方法。 (10) 价格条款的内容与注意事项。 第八单元 进出口合同支付条款 (1) 支付工具概况。 (2) 汇付与汇付的当事人。 (3) 托收与托收的当事人。 (4) 信用证与信用证当事人。 (5) 信用证支付的程序。 (6) 信用证支付的内容。 (7) 信用证支付的特点。 (8) 信用证支付的种类。 (9) 《跟单信用证统一惯例》。 (10) 汇付条款。 (11) 托收条款。
--	---

	(12) 信用证支付条款。 (13) 不同支付方式的结合使用。 第九单元 检验、索赔、不可抗力和仲裁条款 (1) 商品检验的内容和依据。 (2) 检验机构与检验证书。 (3) 国际贸易异议与索赔。 (4) 国际贸易中的不可抗力。 (5) 仲裁协议的形式和作用。 (6) 仲裁条款的主要内容。
教学要求	1.学生应能够系统阐述交易磋商、合同订立及履行的全流程知识； 2.准确理解并辨析《国际贸易术语解释通则®》中的常用术语； 3.掌握国际商品作价原则、成本构成与报价核算方法； 4.学生应能够模拟完成发盘、还盘与接受等磋商环节； 5.能根据业务背景合理选择贸易术语、设计运输与保险方案； 6.能正确选用信用证、托收等国际结算方式并处理相关单据； 7.能依据相关国际惯例与法规，审核或拟定国际贸易合同的核心条款； 8.通过案例分析与项目实践，激发学生诚实守信、严谨负责的职业操守； 9.提升其在模拟复杂外贸情境中的全局观念、风险洞察力、商务沟通与应急应变能力； 10.培养其自主学习、持续探索的专业发展潜能。

表 8.37 《跨境电商进出口实务》课程主要教学内容与要求

课程名称：《跨境电商进出口实务》		学分：2	学时：32 理论：0 实践：32
课程目标	课程目标 1.能概述跨境电商发展历程，明确海关职责，辨别常见的跨境电商平台及其业务模式。 课程目标 2.能描述跨境电商主体、商品备案的规范，掌握跨境电商主体、商品备案的流程，具备法律意识。 课程目标 3.能描述跨境电商进口通关流程，学会外汇付款、缴税纳税计算及单据填写规范。 课程目标 4.能解释跨境电商出口通关政策及业务流程原理，熟练填写跨境出口通关流程与单据填写规范。 课程目标 5.通过虚拟仿真实验独立完成进出口实务操作，具备对跨境电商		

	进出口政策分析能力，提升对跨境电子商务专业的认知，具备一定职业素养。
主要内容	实训项目 1：认识跨境电商及海关 （1）跨境电子商务发展；（2）中国跨境电商政策；（3）海关的发展及职责 实训项目 2：跨境电商经营备案 （1）跨境电子商务经营主体备案；（2）跨境电子商务商品备案 实训项目 3：跨境电商进口通关 （1）跨境电子商务直购进口通关；（2）跨境电子商务直购进口缴税；（3）跨境电子商务网购保税进口通关；（4）跨境电子商务网购保税外汇结算及纳税 实训项目 4：跨境电商出口通关 （1）跨境电子商务一般出口通关；（2）跨境电子商务一般出口物流；（3）跨境电子商务特殊区域出口通关；（4）跨境电子商务特殊区域出口物流及结汇
教学要求	1.能描述跨境电商发展史，搜索并正确完成跨境电子商务政策梳理，同时结合历史事件，分析海关发展阶段，并能对国际、国内对外贸易政策，理解并列举海关职责。 2.能描述备案流程，正确完成跨境电子商务经营主体、跨境商品备案流程操作及相关单据填写，提升学生遵纪守法意识，做合法经营者。 3.根据所学，能够独立操作完成直购进口通关流程；正确计算跨境综合税，能够正确填写通关单据及缴税单据；熟练掌握通关、付汇、纳税单据的规范填写，完成网购保税进口所需的全部通关业务。 4.描述一般出口通关流程，能够正确填写一般出口通关单据；能分析一般出口物流政策，正确填写物流单据，完成一般出口物流运输流程；解读特殊区域出口通关政策、物流政策及外汇政策，理清流程；能够熟练填写特殊区域出区出境报关单据、出口运输单据及银行结汇单据。

表 8.38 《劳动实践》课程主要教学内容与要求

课程名称： 《劳动实践》	学分： 1	学时： 80 理论： 0 实践： 80
课程目标	课程目标 1. 系统了解劳动的本质、分类、价值内涵等基本理论，掌握《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等核心法律法规中关于劳动者权益、劳动关系、劳动安全等关键条款，理解劳动安全卫生规范、劳动纪律与职业道德的核心要求，熟悉常见劳动工具的基本原理与使	

	用准则，清晰认知劳动与个人成长、社会进步及产业发展的内在关联。 课程目标 2. 能够独立完成生活服务、专业辅助、公益志愿等典型场景的基础劳动任务，熟练运用通用劳动技能解决实践中的简单问题；具备团队协作中任务分配、沟通协调与责任承担的能力；能够识别劳动场景中的安全隐患并采取基础防范措施，分析简单劳动纠纷案例并提出合规性建议；能够规范记录劳动过程、撰写实践报告，清晰呈现劳动成果与反思。 课程目标 3. 牢固树立“劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽”的正确价值观，培育吃苦耐劳、精益求精的敬业精神与责任意识；主动关注数字经济背景下新型劳动形态（如平台劳动、远程协作劳动）的发展趋势，学习前沿劳动技能与管理理念；具备将劳动实践中锤炼的执行力、协作力与问题解决力迁移至专业学习与未来职业发展的能力，形成持续提升劳动素养的自觉意识与成长潜力。
主要内容	第一单元 劳动理论与政策基础 （1）劳动的本质与价值：劳动在人类社会中的作用、个人劳动与社会财富创造的关系、不同形态劳动（体力 / 脑力、简单 / 复杂、传统 / 新型）的特征与价值； （2）劳动法律法规核心：《劳动法》中工作时间与休息休假、劳动报酬、社会保险等条款解读，《劳动合同法》中合同订立、履行、变更与解除的流程及法律责任，劳动者维权途径与方式； （3）劳动伦理与职业道德：爱岗敬业、诚实守信、办事公道等职业伦理要求，不同行业劳动纪律的共性与特性。 第二单元 劳动安全与技能基础 （1）劳动安全防护：常见劳动场景（室内操作、户外作业、机械使用）的安全隐患识别，个人防护用品（安全帽、手套、防护眼镜等）的选择与正确使用，火灾、触电、机械伤害等应急处理流程； （2）通用劳动技能：基础工具（手锯、扳手、螺丝刀等）的原理与操作规范，办公设备（打印机、复印机、扫描仪等）的使用与日常维护，数据记录、文书整理等基础事务处理技能； （3）团队劳动协作：小组劳动任务的拆解与分工方法、有效沟通技巧（倾听、表达、反馈）、协作中的冲突处理与责任分担机制。 第三单元 分类型劳动实践

	(1) 生活服务类劳动：日常生活技能实践（食材处理与基础烹饪、衣物清洗与收纳、空间整理与清洁），公共生活服务辅助（社区便民服务协助、公共设施维护辅助）； (2) 专业辅助类劳动：结合经管类专业特色的实践（市场调研数据整理、企业行政事务辅助、展会现场布置与秩序维护、财务凭证整理与归档辅助）； (3) 公益志愿类劳动：社会公益服务（弱势群体关怀、环保宣传与实践、公益活动组织协助），校园公共服务（教学辅助、图书馆运营协助、校园文化活动支持）。 第四单元 劳动管理与创新实践 (1) 劳动过程管理：劳动任务计划制定（目标设定、流程规划、时间分配）、劳动质量监督与评估方法、劳动成本（时间、资源）控制基础； (2) 新型劳动形态探索：平台经济下的灵活劳动模式分析、远程协作劳动的工具与流程、数字化劳动技能（基础数据录入、简单表格分析）实践； (3) 劳动创新案例研讨：企业高效劳动管理案例、劳动者创新成果案例（如“五小”创新：小发明、小创造、小革新、小设计、小建议），结合实践提出劳动优化建议。 第五单元 劳动实践总结与评估 (1) 劳动实践记录与反思：劳动日志撰写规范、实践过程中的问题梳理与原因分析、个人劳动能力成长复盘； (2) 实践成果展示与交流：小组劳动项目汇报（PPT 制作与演示）、个人劳动心得分享、跨小组实践经验交流； (3) 劳动素养综合评估：基于劳动态度、技能掌握、协作表现、创新建议的多维度评价，形成个人劳动素养发展报告。
教学要求	1.理解劳动的本质与价值内涵，能够区分体力劳动与脑力劳动、简单劳动与复杂劳动的差异，举例说明不同类型劳动对社会发展的具体贡献；掌握《劳动法》《劳动合同法》中与大学生未来就业直接相关的 10 项以上核心条款，能够解释劳动合同的必备条款内容，分析“试用期权益纠纷”“工资拖欠”等典型案例的合规性。 2.掌握至少 3 种基础劳动工具（如扳手、螺丝刀、打印机）的规范使用方法，能够独立完成工具的日常检查与简单维护；理解劳动安全“三不伤害”（不伤害自己、不伤害他人、不被他人伤害）原则，能够识别 5 种以

	上常见劳动场景的安全隐患，并说明对应的防范措施；熟练撰写劳动日志，内容需包含任务描述、操作流程、问题及解决方法、个人反思四个核心部分。 3.能够独立完成生活服务类劳动中的 2 项以上任务（如“两菜一汤”基础烹饪、卧室空间整理），达到“流程规范、成果达标”的要求；在专业辅助类劳动中，能够协助完成市场调研问卷的录入与初步统计（使用 Excel 完成数据排序、筛选），或协助整理企业行政文件（按“年度 - 类别 - 编号”规范归档）。 4.具备团队协作中的角色意识，在 4-6 人小组劳动项目中，能够主动承担分配的任务（如任务策划、现场执行、成果汇总），并通过口头或书面形式及时向小组反馈进展；能够运用“倾听 - 提问 - 建议”的沟通流程解决协作中的简单冲突，确保小组任务按时完成。 5.能够结合劳动实践经历，撰写不少于 1500 字的劳动实践报告，报告需包含实践背景、过程详述、成果展示、问题分析、优化建议五个部分；在劳动创新研讨中，能够针对至少 1 项劳动任务（如“数据整理效率提升”“公益活动宣传优化”）提出具体、可行的改进建议；主动关注 1-2 种新型劳动形态（如直播电商助农、远程行政助理），并撰写不少于 500 字的趋势分析短文。
--	--

表 8.39 《入学教育》课程主要教学内容与要求

课程名称：《入学教育》		学分：1	学时：20 理论：0 实践：1
课程目标	课程目标 1.认知电子商务，了解电商的发展历史、对社会的影响及典型的电商企业，掌握电商的学习方法。 课程目标 2.知晓电商专业培养目标、课程体系及电商相关岗位，选择就业方向。 课程目标 3.通过课堂演示，感知电商的基本交易流程，初步认知典型的电商平台，激发专业学习兴趣。		
主要内容	1.电商那些事 （1）什么是电商 （2）生活中的电商 （3）电商在中国 （4）电商江湖入门秘籍		

	2.专业课程体系和就业岗位 (1) 专业基本情况介绍 (2) 专业能力和知识模块 (3) 专业课程体系 (4) 就业方向及相关岗位 3.企业讲座或电商专题讨论或学业规划 (1) 电商企业人士讲座 (2) 典型企业案例分析或电商热点问题研究等 (3) 我的学业规划
教学要求	1.正确定义电商，体会电商发展对社会的影响；阅读电商行业研究报告，简单陈述中国电商发展历史和现状；掌握电商专业的学习方法，关注电商发展动态，养成网络学习习惯。 2.知晓电商专业培养目标、课程体系及电商相关岗位，明确未来职业方向。 3.通过实例课堂演示，直观感知电商的主要模式和基本交易流程，初步认知典型的电商平台，激发专业学习兴趣。

表 8.40 《军事训练》课程主要教学内容与要求

课程名称：《军事训练》		学分：1	学时：60 理论：0 实践：60
课程目标	课程目标 1.系统了解军事训练的基本概念、历史沿革及其在现代国防体系中的目的与战略意义；深入理解共同条令的核心内容、轻武器操作规范与战术基础理论；掌握单兵队列动作的标准化要领和战术基础动作的实战化要求，能够独立完成教学大纲规定的各科目训练任务，建立军事技能与国防安全关系的系统性认知。 课程目标 2.能够以单兵形式熟练掌握立正、稍息、跨立、停止间转法等队列动作的基本规范；具备持枪、卧倒、起立、前进等战术基础动作的执行能力；掌握轻武器的基本操作、维护保养技能和射击要领，达到规定的训练考核标准，形成单兵作战的基础能力体系。 课程目标 3.具备在班、组作战编成内进行协同作战的基本能力；理解战术配合的基本原则，能够完成集体队列动作和小组战术训练；通过集体训练培养严格的纪律观念、令行禁止的作风和良好的战斗素养，为部队训练和国防建设提供合格的预备人才。 课程目标 4.牢固树立爱国主义精神和总体国家安全观；密切关注国际军事		

	动态和军事科技前沿发展；了解现代战争形态演变和军事变革趋势，具备基本的军事形势分析能力，形成与时俱进的军事观念和国防安全意识。 课程目标 5.能够将军事训练中养成的优良作风、顽强意志、团队协作精神和组织纪律观念迁移至日常生活和未来职业发展中；具备将军事训练获得的身体素质、心理素质和领导能力转化为个人成长动力和职业发展潜力的意识，实现个人全面发展和高层次成长。
主要内容	第一单元总论与共同条令（1）军事训练的概念、目的与意义；（2）共同条令概述（《内务条令》《纪律条令》《队列条令》）；（3）国家安全形势与军人职责 第二单元队列训练（1）单兵队列动作（立正、稍息、跨立、停止间转法、敬礼等）；（2）分队队列动作（整齐、报数、集合、离散、行进与停止等） 第三单元轻武器射击（1）轻武器常识（主要构造、性能、保养）；（2）射击学理基础知识；（3）实弹射击训练 第四单元战术基础（1）战术基础动作（持枪、卧倒、起立、前进）；（2）在敌火力下的运动 第五单元战备基础与防护（1）战备规定；（2）个人防护器材的使用与防护动作 第六单元综合训练（1）行军训练；（2）野外生存基础；（3）训练成果考核与展示
教学要求	1.理解共同条令在军队建设中的地位和作用，熟记基本纪律要求，能够按照条令要求完成单个军人的队列动作，做到动作准确、协调一致。 2.掌握手中武器装备的基本性能、构造及保养方法，了解射击基本原理，能在指导下完成实弹射击预习和考核。 3.掌握基本的战术动作要领，具备在模拟战场环境下进行单兵战术运动的基本能力。 4.了解战备规定的基本内容，学会正确佩戴个人防护器材，掌握基本防护技能。 5.具备基础的行军能力和野外适应能力，能够完成规定的综合训练任务。 6.通过训练考核，展现良好的军事素养和团队协作精神。

表 8.41 《社会服务与实践》课程主要教学内容与要求

课程名称：《社会服务与实践》	学分：1	学时：16 理论：0 实践：16
----------------	------	------------------

课程目标	课程目标 1.理解社会实践的重要意义与现实价值，强化青年大学生的历史使命感和责任感； 课程目标 2.熟悉社会实践活动的主要内容与形式，掌握组织和参与社会实践活动的具体方法； 课程目标 3.能够增进社会认知、健全人格品质，在了解国情、懂得民情的基础上积累社会阅历、磨砺道德品质； 课程目标 4.能够学以致用，培养独立工作能力、创新精神，运用所学科学理论、专业知识和基本技能解决社会实践中的实际问题，进而促进大学生在实践中进一步增长知识和才干，并为社会经济发展作出贡献。 课程目标 5.了解相关法律、法规等，具备环境保护意识。
主要内容	实习主要在公司企业中进行，学生应当在实习指导老师的指导下参加下列企业的实践活动： （1）了解实习对象基本信息、电子商务环境，体验实习对象电子商务部门组织机构设置、运作流程，电子商务人员的职业道德、心理素质和工作作风。 （2）积极参与企业相关电子商务活动，包括企业官网建设与运营、网络营销、新媒体营销等各种电子商务活动，掌握各环节的工作程序和方法、步骤，掌握基本的电子商务应用策略。了解实习对象企业官方网站建设与运营情况，运用专业知识对其进行评价，并提出建设性意见；了解企业的互联网运用状况，主要实施了哪些网络营销方法、营销效果评价，并能提出可行性建议。 （3）根据企业实际情况安排其他的实习内容。
教学要求	1.尊重实践，尊重管理人员及其他实习相关人员，虚心听取讲解，认真做好笔记，细心进行现场操作； 2.借阅实习单位提供的资料，必须按有关规定妥善保管，完整归还，注意保密； 3.遵守实习单位的劳动制度、安全制度和纪律； 4.及时整理实习笔记，认真撰写实习报告。

表 8.42 《岗位实习》课程主要教学内容与要求

课程名称： 《岗位实习》	学分： 12	学时： 500 理论： 实践： 500
---------------------	---------------	--

课程目标	课程目标 1.能将电子商务专业知识和专业技能应用到实习中，运用专业理论知识观察问题、分析问题和解决问题。 课程目标 2.能调查及收集实习资料，并可以出色完成行业调查报告等。 课程目标 3.能深度理解电子商务的内涵及熟悉电子商务的发展与相关政策，提高思想素养，巩固专业思想，培养良好的职业道德和工作作风。 课程目标 4.能顺利地完成实习任务，进一步提升人际交往能力、组织协调能力。
主要内容	理论联系实际，运用所学专业知识研究解决企业实际问题并完成毕业论文写作及答辩工作。毕业实习由学生自行联系相关企业或有学院与有意向的企业统一组织两种形式进行实习，学生可在传统企业的电子商务部门或电子商务企业的产品、运营、市场、直播等部门进行实习。 1.描述实习企业的商业模式、组织结构和运作方式。 2.描述实习企业所在行业的特点、发展状况以及市场竞争状况。 3.分析实习企业的产品特点，网络市场竞争格局等市场状况。 4.分析互联网在企业发展过程中所起的作用，以及企业运用互联网和电子商务的手段和方法等。
教学要求	1.要认真学习、理解毕业实习大纲的要求，更好地完成实习任务。 2.在实习过程中，学生必须以专业人员的标准要求自己，严格遵守所在单位和部门的各项规章制度。 3.实行实习小组长负责制度，小组长负责本组同学的组织与管理，协助指导老师工作；小组长要及时向指导教师和辅导员汇报工作情况。 4.对违反学校纪律与实习基地规章制度的同学，视其情节给予处理，严重者停止其实习，由此发生的费用自理，引起的一切后果由学生自己负责。

七、实施保障

（一）师资队伍

本专业专任教师 20 人，外教 4 人，专任教师与该专业全日制在校生人数之比为 1: 13；“双师型”教师 13 人，占专任教师比为 65%；兼职教师 0 人。专任师资情况如下表：

表 9 电子商务（中外合作办学）专业专任教师信息表

序号	姓名	出生年月	职称	最高学历	学位	是否双师型
----	----	------	----	------	----	-------

1	崔艳红	1979.08	副教授	研究生	硕士	是
2	姜培培	1982.07	副教授	研究生	硕士	是
3	刘娜	1981.01	副教授	研究生	硕士	是
4	王鑫	1988.02	副教授	研究生	博士	是
5	宋潇	1991.08	讲师	研究生	硕士	是
6	叶宝银	1981.12	讲师	研究生	硕士	是
7	许亚文	1992.01	讲师	研究生	硕士	是
8	刘阳	1993.02	讲师	研究生	硕士	是
9	刘广成	1989.08	讲师	研究生	硕士	是
10	马秋艳	1988.10	讲师	研究生	硕士	是
11	魏冬媛	1990.12	讲师	研究生	硕士	是
12	史晶晶	1985.02	讲师	研究生	硕士	是
13	高永琴	1991.06	讲师	研究生	硕士	是
14	杨薪宇	1996.08	助教	研究生	硕士	否
15	杨舒宇	1997.06	助教	研究生	硕士	否
16	吴雨菲	1999.01	助教	研究生	硕士	否
17	王晓宁	1996.07	助教	研究生	硕士	否
18	琚恩隆	2000.01	助教	研究生	硕士	否
19	张昕宇	2000.02	助教	研究生	硕士	否
20	张岩	1998.07	助教	研究生	硕士	否

表 10 电子商务（中外合作办学）专业外方教师信息表

序号	姓名	出生年月	职称	最高学历	学位	是否双师型
----	----	------	----	------	----	-------

1	John Sisk	1960.06	副教授	研究生	硕士	否
2	Pat Mc Ardle	1967.01	副教授	研究生	硕士	否
3	Helen Maire Howley	1965.02	副教授	研究生	硕士	否
4	Conor Mc Kevitt	1987.08	讲师	本科	学士	否

(二) 教学设施

表 11 电子商务（中外合作办学）专业校内实验（实训）场所一览表

序号	实验室名称	主要仪器设备	面积 (m ²)	承担主要 实验项目
1	创业管理实验室	教师机、学生机、新道 新创业者沙盘系统	140	创新创业实训、电 子商务综合实训等
2	电商规划实验室	教师机、学生机、多媒 体设备（投影话筒等）、 校园电商网络平台系 统、电商数据分析系统	140	电子商务实训、跨 境电商实训、网络 营销实训、网页网 站设计与制作实 训、电子商务数据 分析实训、电子商 务综合实训等
3	电商运营实验室	教师机、学生机、多媒 体设备（投影话筒等）、 TB 电子商务推广实训系 统 V1.0	140	网店运营管理实 训、网络营销实训、 网页网站设计与制 作实训、电子综合 实训、电子商务数 据分析实训等
4	跨境电商实验室	教师机、学生机、多媒 体设备（投影话筒等）、 步惊云跨境电子商务实 训系统	160	跨境电商基础实 训、跨境电商营销 实训、跨境电商客 户服务、跨境电商 综合实训等

5	电商行业学院实验室	教师机、学生机、多媒体设备（投影话筒等）	160	网络调研实训、网络营销实训、网页网站设计与制作实训、电子综合实训、电子商务数据分析实训等
---	-----------	----------------------	-----	--

表 12 电子商务（中外合作办学）专业校外实践教育基地一览表

序号	基地名称	基地依托单位	主要实践项目	基地容量
1	京东科技信息技术有限公司实践教育基地	京东科技信息技术有限公司	网络客服、网店运营、网络营销新媒体运营	60
2	郑州嗨了购信息科技有限公司实践教育基地	郑州嗨了购信息科技有限公司	网络营销、电商运营	15
3	郑州多趣科技有限公司实践教育基地	郑州多趣科技有限公司	跨境电商运营与管理	16
4	郑州据比科技有限公司实践教育基地	郑州据比科技有限公司	网络直播、短视频等新媒体运营	8
5	郑州弗伦德贸易有限公司实践教育基地	郑州弗伦德贸易有限公司	网络营销与策划 网络调查	12
6	河南天一职业技能培训学校有限公司实践教育基地	河南天一职业技能培训学校有限公司	直播运营、短视频运营	15
7	河南琪凯商贸有限公司实践教育基地	河南琪凯商贸有限公司	电商运营	10
8	郑州弘派实业有限公司实践教育基地	郑州弘派实业有限公司	网络直播、短视频等新媒体运营	15
9	郑州赫尔斯企业孵化器有限公司实践教育基地	郑州赫尔斯企业孵化器有限公司	网络营销、网络调查	10
10	郑州贝儿玛利利教育科技有限公司实践教育基地	郑州贝儿玛利利教育科技有限公司	新媒体运营、电商运营	15

（三）教学资源

1.教材选用：教材资源结合实际教学需求，能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。严格执行国家和省教育厅关于教材选用的有关要求，所选教材皆符合各种要求。专业核心课程具体如下：

表 13 电子商务（中外合作办学）专业核心课程教材选用表

课程	教材名称	出版社	教材类型
电子商务概论	电子商务基础与实务(双色 第2版)	人民邮电出版社	“十四五”职业教育国家规划教材
网店经营与管理	网店运营综合实训教程	华南理工大学出版社	
网页与网站设计	网页设计与制作案例教程(微课版)	清华大学出版社	
网络营销	AIGC 网络营销(慕课版)	人民邮电出版社	
消费者行为学	消费者行为学(附微课 第2版)	人民邮电出版社	
数字营销、公关与沟通	数字营销基础与实务(微课版)	人民邮电出版社	智慧商业创新型人才培养系列教材
工作场所沟通技巧	人际关系与沟通技巧(慕课版)	人民邮电出版社	智慧商业创新型人才培养系列教材
移动营销	移动营销(慕课版)	人民邮电出版社	

2.图书配备：

本专业图书文献 8000 余册，能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：中国知网、万方视频、书香建院、汇雅电子图书、超星学术视频、读秀、超星发现、上业百科、乐学、乐听、乐考、微课堂教育视频资源服务平台、高等教育应用资源服务平台。

3.数字资源：

本专业配备了音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等数字资源等数字资源，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学

（四）教学方法

专业核心课程主要采用项目课程的设计思路，努力以典型服务为载体，实施跨任务教学，融合理论知识与实践知识，以更好地培养学生综合职业能力。“以学生为中心”，以项目活动为载体按理论与实践一体化要求组织教学，在教学过程中教师可根据学生特点，激发学生学习兴趣；实行合作教学、任务驱动、项目导向等多种形式的“做中学、做中教”教学模式，根据专业教学的需要，在不同的时间段安排学生开展专业课程工学结合教学组织形式，进行认知实习、专业实习、实训及毕业实习等各项工作，全面提高学生实际操作能力和水平。

（五）学习评价

专业在突出以提升岗位职业能力为重心的基础上，针对不同教学和实践内容，构建多元化专业教学评价体系。教学评价的对象应包括学生知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，突出能力的考核评价方式，体现对综合素质的评价；吸纳更多行业企业和社会有关方面组织参与考核评价。

项目式课程教学评价的标准应体现项目驱动、实践导向课程的特征，体现理论与实践、操作的统一，以能否完成项目实践活动任务以及完成情况给予评定，教学评价的对象应包括学生知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，分为应知应会两部分，采取笔试与实践操作按合理的比例相结合方式进行评价考核。校外毕业实习成绩采用校内专业教师评价、校外兼职教师评价、实习单位鉴定三项评价相结合的方式，对学生的专业技能、工作态度、工作纪律等方面进行全面评价。

（六）质量管理

1.学校和学院应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格。

2.学校和学院应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，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.学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

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

八、毕业最低学分要求

本专业须修满培养计划中规定课程 135 学分，其中选修课需修满规定的最低学分方准予毕业。

九、相关问题的说明

无

十、方案执笔人与审核人

（一）方案执笔人：杨薪宇

（二）方案审核人：叶宝银

附表

电子商务（中外合作办学）专业专科课程设置及授课进程表

课程类别	课程名称	课程代码	总学时	学时分配		周学时	学分	学分分配		学期学时分配 (周学时)						考核方式	开课单位
				理论	实践			理论	实践	1	2	3	4	5	6		
公共基础课	必修	思想道德与法治	21141133	48	40	8	3	3	2.5	0.5	3					1	马院
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	21140732	32	32		2	2	2		2					1	马院
		形势与政策Ⅰ	21111231	8	8		0.5	0.5	0.5	0.5						2	马院
		形势与政策Ⅱ	21111131	8	8		0.5	0.5	0.5			0.5				2	马院
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	21111433	48	40	8	3	3	2.5	0.5			3			1	马院
		大学体育Ⅰ	10255631	32		32	2	1		1	2					1	体育
		大学体育Ⅱ	10240231	32		32	2	1		1		2				1	体育
		英语读写Ⅰ	06103134	64	64		4	4	4		4					1	外语
		英语读写Ⅱ	06103234	64	64		4	4	4			4				1	外语
		英语读写Ⅲ	06103334	64	64		4	4	4				4			1	外语
		英语读写Ⅳ	06103434	64	64		4	4	4					4		1	外语
		英语听说Ⅰ	06104134	64	64		4	4	4		4					2	外语
		英语听说Ⅱ	06104234	64	64		4	4	4			4				2	外语
		英语听说Ⅲ	06104334	64	64		4	4	4				4			2	外语
		英语听说Ⅳ	06104432	32	32		2	2	2					2		2	外语
		人工智能通识	05100132	32	16	16	2	2	1	1	2					2	信工
		大学生职业发展	19101431	16	16		1	1	1		1					2	双创
		大学生创业基础	19101931	16	16		1	1	1				1			2	双创
		大学生就业技能指导	19101831	16	16		1	1	1					1		2	双创
		大学生心理健康教育	20180231	32	32		2	1	1		2					2	心理
		劳动通论	20180131	16	16		1	1	1		1					2	学发
		军事理论	21210731	32	32		2	1	1		2					2	马院
		小计		848	752	96		49	45	4	21.5	12	9.5	10	0	0	
	选修	限定选修4学分，包含党史国史、中华优秀传统文化、国家安全教育、健康教育、美育课程、职业素养等课程		64	64			4	4								

课程类别		课程名称	课程代码	总学时	学时分配		周学时	学分	学分分配		学期学时分配 (周学时)						考核方式	开课单位
					理论	实践			理论	实践	1	2	3	4	5	6		
		小计（至少选修 4 学分）		64	64	0		4	4									
	合计			912	816	96		53	49	4	21.5	12	9.5	10	0	0		
专业基础课	必修	管理学	03120023	48	48		3	3	3	0		3					2	管理
		西方经济学	01150123	48	48		3	3	3			3					2	金贸
		市场营销学	04110113	48	32	16	3	3	2	1		3					1	商学
		※专业英语 1	04110212	32	32		2	2	2					2			2	商学
		※专业英语 2	04110312	32	32		2	2	2						2		2	商学
	合计			208	192	16		13	12	1	0	9	0	2	2	0		
专业核心课	必修	※工作场所沟通技巧	04110412	32	16	16	2	2	1	1		2					2	商学
		▲电子商务概论	04110713	48	32	16	3	3	2	1			3				1	商学
		※数字营销、公关与沟通	04111013	48	32	16	3	3	2	1			3				1	商学
		※消费者行为学	04111913	48	32	16	3	3	2	1			3				1	商学
		△网页与网站设计	04114313	48		48	3	3		3				3			1	商学
		※移动营销	04114712	32	16	16	2	2	1	1				2			2	商学
		△网店经营与管理	04110912	32		32	2	2		2				2			2	商学
		※网络营销	04162513	48	32	16	3	3	2	1					3		1	商学
	合计			336	160	176		21	10	11	0	2	9	7	3	0		
专业课	必修	※市场调研	04100712	32	16	16	2	2	1	1		2					1	商学
		视频制作	04103712	32		32	2	2		2			2				2	商学
		物流管理	04123212	32	24	8	2	2	1.5	0.5			2				2	商学
		电子商务视觉设计	04110813	48		48	3	3		3			3				2	商学
		跨境电商概论	04164312	32	16	16	2	2	1	1				2			2	商学
		※事件管理	04114612	32	16	16	2	2	1	1				2			2	商学
		新媒体实务	04194112	32		32	2	2	0	2					2		2	商学
		※新产品开发	04114413	48	32	16	3	3	2	1					3		2	商学
		小计			288	104	184		18	6.5	11.5	0	2	7	4	5	0	
		Python 程序设计	04193312	32		32	2	2		2		2					2	商学
		办公软件高级应用	04193412	32		32	2	2		2		2					2	商学
		网络客户服务实务	04161112	32		32	2	2		2			2				2	商学
		移动商务技术开发	04193512	32		32	2	2		2			2				2	商学
		商务礼仪	04192512	32		32	2	2		2			2				2	商学
		供应链管理	04123112	32	24	8	2	2	1.5	0.5			2				2	商学
		人工智能与商业应用	04193712	32		32	2	2		2			2				2	商学

课程类别		课程名称	课程代码	总学时	学时分配		周学时	学分	学分分配		学期学时分配 (周学时)						考核方式	开课单位
					理论	实践			理论	实践	1	2	3	4	5	6		
选修	商务数据分析	04163712	32		32	2	2		2				2			2	商学	
	商品摄影	04190512	32		32	2	2		2				2			2	商学	
	电子商务案例分析	04114812	32	32		2	2	2					2			2	商学	
	AIGC 应用实践	04114812	32		32	2	2		2				2			2	商学	
	互联网产品开发与设计	04194012	32		32	2	2		2					2		2	商学	
	电子商务文案写作	04161912	32		32	2	2		2					2		2	商学	
	短视频与直播运营	04193212	32		32	2	2		2					2		2	商学	
	国际贸易实务	04147312	32	24	8	2	2	1.5	0.5						2		2	商学
	跨境电商进出口实务	04146912	32		32	2	2		2						2		2	商学
	小计（至少选修 14 学分）			224	32	224		14	5	27								
	合计			1968	1304	696		119	82.5	54.5	21.5	25	25.5	23	10			
集中实践教学环节	劳动实践	29100331	80		80		1		1	第 1 学年						2	学发	
	入学教育	04124011	20		20		1		1	1W						2	商学	
	军事训练	29100231	60		60		1		1	3W						2	武装	
	社会服务与实践	04124411	20		20		1		1	1W						2	商学	
	岗位实习	0412351B	500		500		12		12					6 个月		2	商学	
	合计			680	0	680		16	0	16								
总计			2648	1304	1376		135	82.5	70.5	21.5	25	25.5	23	10	0			

备注： 1.考核分为考试和考查两种，1 为考试，2 为考查；

2.选修课学时（学分）小计按最低选修学时（学分）统计；

3.“周学时” 一列不小计、不合计，空着即可；

4.校企共建课程名称前标注★，证照培训课程前标注▲，△为甲方核心课，※为乙方核心课。