

电子商务专业 专科人才培养方案

一、专业基本信息

专业名称：电子商务

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，培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，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、批发业、零售业的运营主管、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等岗位，能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、新媒体运营、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发工作的高技能人才。

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. 掌握与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. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用。

4. 具有良好的职业道德和吃苦耐劳的精神，具有终身学习和可持续发展的能力，具有一定的分析问题和解决问题的能力。

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. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好。

10. 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。

（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、基础会计、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、电子商务数据库技术、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的方法。

6. 了解电子商务行业就业形势与政策，熟悉就业理论知识。

（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。

表 2 电子商务专业岗位能力分析 & 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 基础会计 网络调研 客户服务与管理 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	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 商品学 电子商务概论 网络营销 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
	练运用各种宣传媒介进行宣传推广工作。		短视频与直播运营 客户服务与管理 农村电商运营
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 电子商务文案写作
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 电子商务案例分析 网页与网站设计 电子商务文案写作
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 电子商务视觉设计 电子商务综合实训 视频制作
数据维护与管	熟悉 oracle 的日常运维及性	主流数据库系统的	计算机应用基础

岗位能力	能力描述	知识结构	课程设置
理	能调优；熟练掌握 ORACLE、SQL 语言，熟悉 windows 平台操作。具有良好的沟通及协调能力、计划与执行能力，做事认真有责任感，有较强的服务意识；有较好的逻辑思维和问题分析能力，能够快速锁定问题原因；可独立编写标准、制度、规范等相关技术文档。	操作，通用 SQL 语言使用。	网页与网站设计 电子商务数据库技术 电子商务数据分析 商务大数据及应用
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，具备互联网企业的常规运营管理能力。	网络店铺装修和运营。	管理学 电子商务概论 跨境电商 网络营销 新媒体实务 农村电商运营 网店经营与管理 电子商务综合实训

五、课程结构比例

表 3 电子商务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	624	24.76%	35	27.56%
	选修	64	2.54%	4	3.15%
专业基础课	必修	176	6.98%	11	8.66%
专业核心课	必修	336	13.33%	21	16.54%
专业课	必修	384	15.24%	24	18.90%
	选修	256	10.16%	16	12.60%
集中实践教学环节	必修	680	26.98%	16	12.60%
合计		2520	100%	127	100%

表 4 电子商务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	168	11.67%	
独立开设的实践课	592	41.11%	
集中实践教学环节	680	47.22%	
合计	1440	100%	

实践教学学时占总学时的比例为 57.14 %。

表 5 电子商务专业必修、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
2520	2200	87.30%	320	12.70%	100%

六、课程设置及授课进程

(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、语文、数学、外语、信息技术等公共基础必修课程。

表 6.1 《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 6.2 《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 6.3 《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	第一单元 决胜“十四五” 奋发向前行 第二单元 纪念抗战胜利 坚定民族信念 第三单元 正确认识中国经济热点问题 第四单元 阔步迈向农业强国 第五单元 聚焦建设更高水平平安中国 第六单元 践行多边主义 完善全球治理 第七单元 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 6.4 《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 6.5 《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	第一单元技术课程项目概述 第二单元技术课程运动原理 第三单元技术课程初级技战术		

	第四单元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 6.6 《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 6.7 《综合英语 I》课程主要教学内容与要求

课程名称：《综合英语 I》	学分：2	学时：32 理论：32 实践：0
课程目标	课程目标 1: 培养学生的英语应用能力。帮助学生掌握基本语法和句型，全面提升英语听、说、读、写、译的能力，使学生能够在日常生活和职场情境中熟练运用英语进行有效沟通。 课程目标 2: 增强跨文化交际意识和交际能力。让学生了解不同文化背景下的交际习惯和文化差异，增强跨文化交际意识，提升跨文化交际能力，能够在国际交流中尊重并适应不同文化，避免文化误解。	

	课程目标 3: 发展自主学习能力。借助配套的数字学习资源和在线学习平台, 鼓励学生运用恰当的学习策略, 根据自身兴趣、升学、就业等需求, 选择合适的学习资源进行自主学习, 培养自主学习能力和终身学习习惯。 课程目标 4: 提升学生的人文素养和综合文化素质。引导学生了解中华优秀传统文化, 增强民族自信心和自豪感, 培养学生的中国情怀和国际视野。提高综合文化素养, 使他们在生活、学习、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 People: Section A: People and Issues: barbecue party (1) Background Information: Student exchange: normally a program in which middle school students study abroad at their institution's partner institutions Barbecue: usually a form of social gathering at which meats, fish, or fowl, along with vegetables, are roasted over a wood or charcoal fire (2) Text Structure Analysis: Question and Answer style (3) Language Points: exchange partner barbecue next-door neighbor limp; Unfriendly formal short period formally ask sb. For help shake hands 第二单元 Places: Section A: People and Issues: you are here (1) Background Information: Youth hostel: Youth hostel is a kind of supervised shelter providing inexpensive overnight accommodation, particularly for young people. Hostels range from simple accommodations in a farm house to hotels able to house several hundred guests for days at a time. They are located in many parts of the world, usually in scenic areas. People who lodge in youth hostels often cook their own meals, make their own beds, and do other light work. In return they receive temporary accommodation at much cheaper price. Tourist information office: A tourist information office may also be called as visitor center, visitor information center or information center. It provides visitors or travelers with necessary information about the area's attractions, lodgings, maps, and other items relevant to tourism. Often, these centers or tourist information offices are operated at the airport, railway station or other port of entry. (2) Text Structure Analysis: problem-process-end (3) Language Points: convert surprise roundabout upside down instead of turning be easy for sb. To do sth. Ask sb. For directions 第三单元 Shopping: Section A: People and Issues: How they make you buy (1) Background Information: Consumerism: a belief that encourages the purchase of goods and services in ever-greater amounts Impulse purchase: impulse buying, an unplanned decision to buy a product or service, made just before a purchase (2) Text Structure Analysis: propose a problem-list the facts (3) Language Points: expert purchase sorted pre-packed special offer bargain after all display canned bottled frozen captive electrical essential impulse item profit processed profitable at eye level insurance

	第四单元 Relationships: Section A: People and Issues: Different countries different families-which is better? (1) Background Information: One-Child Policy: Officially the Family Planning Policy, it is the population control policy of the People's Republic of China (2) Text Structure Analysis: comparison and contrast (3) Language Points: campaign delegate do away with sibling give birth to 第五单元 Entertainment: Section A: People and Issues: Home entertainment in the USA (1) Background Information: MySpace: MySpace (stylized as MySpace, previously stylized as Myspace) is an extremely popular social networking web site that was launched in August 2003. It is owned by Specific Media LLC and pop music singer and actor Justin Timberlake. Its headquarter is in Beverly Hills, California. In June 2012, MySpace had 25 million unique U.S. visitors. MySpace had a significant influence on pop culture and music. (2) Text Structure Analysis: Question-Answer (3) Language Points: tend passive entertain leisure occupy make up socialize account engage vary individual in comparison
教学要求	1. 英语语言能力和综合应用能力 语言知识掌握: 要求学生掌握各单元(涵盖人际交流、场所、购物、人际关系、娱乐五大主题)的基本词汇、重点词汇及短语,构建与日常生活和基础场景相关的英语词汇体系。 语言技能训练: 聚焦不同场景下的实用语言技能,包括介绍与问候、问路指路及识别路标、购物表达、家庭成员表述、课外活动方式讨论,提升学生在具体情境中的英语沟通应用能力。 语法能力夯实: 分单元明确语法重点,依次围绕名词(Nouns)、数字(Numbers)、形容词(Adjectives)、副词(Adverbs)、动词(Verbs)展开专项学习与巩固,帮助学生构建系统的基础语法框架。 写作技能突破: 针对不同写作难点进行专项训练,包括填写含个人信息的表格、将混乱句子按合理顺序重写、撰写引导式摘要、自主撰写与回复邮件、撰写引导式致编辑信件,逐步提升学生的英语书面表达与实用写作能力。 2. 文化与背景认知 融入各主题相关的背景知识教学,涵盖学生交换项目、烧烤社交文化、青年旅舍特点、游客信息中心功能、消费主义、冲动消费、中国独生子女政策、MySpace 社交平台等内容,帮助学生了解相关文化现象与背景信息,为语言学习提供情境支撑,间接培养跨文化认知与理解能力。 3. 文本分析 引导学生学习各单元 Section A 文本的结构特点,如问答式、问题 - 过程 - 结果式、提出问题 - 列举事实式、比较对比式,提升学生对不同体裁文本的分析与理解能力。

表 6.8 《综合英语 II》课程主要教学内容与要求

课程名称：《综合英语 II》		学分：2	学时：32 理论：32 实践：0
课程目标	课程目标 1：在不同职场情景中，对学生进行听、说、读、写、译等语言基本技能的综合训练，帮助学生掌握语言基础知识，培养扎实的语言基本功，提高其在不同职场综合应用语言的能力。 课程目标 2：在教学中融入社会主义核心价值观和职业素养等元素，引导学生树立正确的“三观”，培养学生热爱职业、爱岗敬业的精神，以及与人沟通和交流的职业素养。 课程目标 3：注重培养学生的跨文化意识，提升学生应用跨文化的能力，使学生能够在国际职场环境中更好地进行交流和合作。 课程目标 4：提升学生独立思考、提出问题与解决问题等自主学习能力和批判思维能力，让学生能够根据自身兴趣、升学、就业等需要，运用恰当的英语学习策略，选择合适的学习资源，进行终身学习。		
主要内容	第一单元 Company Section A : Is Volvo Swedish, American or Chinese? (1) Background Information:Volvo and Geely (2) Text Structure Analysis:question-answer (3)Language points:machinery,withstand,ultimate,anniversary,jointly 第二单元 The Office Section A : Is Volvo Swedish, American or Chinese? (1) Background Information:Volvo and Geely (2) Text Structure Analysis:question-answer (3)Language Points:machinery,withstand,ultimate,anniversary,jointly 第三单元 Manufacturing Section A: The Pros and Cons of an Assembly Line (1) Background Information:Ford Motor Company, Assembly Line (2) Text Structure Analysis:discussion (3) Language Points:pros and cons,take pride in, according to, eliminate,prone 第四单元 Environment Section A: News from the Future (1)Background Information: United Nations Environment Programme,Cyclone (2) Text Structure Analysis:discussion (3) Language Points:pros and cons,take pride in, according to, eliminate,prone 第五单元 Business Meal Section A: Chinese Cuisine (1) Background Information:Chinese cuisine, Silk route (2) Text Structure Analysis:introduction (3) Language Points:treasure, selection,precise,characteristic		
教学要求	1. 英语语言能力和综合应用能力 词汇与短语：要求学生掌握各单元（公司认知、办公室场景、制造业、环境、商务餐饮）的重点词汇及短语，涵盖商务沟通、办公场景、生产技术、环保、餐饮文化等领域，构建贴合职业与商务场景的词汇体系（如“machinery”“etiquette”“pros and cons”“cyclone”“cuisine”等）。 语法重点突破：分单元聚焦不同语法难点，包括时态与语态（tenses and voices）、名词性从句（nominal clauses）、定语从句与同位语从句（attributive clause, appositive clauses）、状语从句（adverbial		

	clauses)、直接引语与间接引语 (direct and indirect speech), 通过专项学习夯实语法基础, 支撑语言输出。 文本理解: 掌握不同文本结构 (问答式、讨论式、对比式、介绍式) 的分析方法, 提升对商务相关文本的解读能力; 写作突破: 攻克撰写摘要 (Writing a summary)、书面描述流程 (describing a process in writing)、撰写正式邀请函等难点, 提升实用书面表达能力。 2. 商务与职场沟通技能 公司场景: 掌握寒暄、接待访客、自我介绍及公司介绍; 办公室场景: 了解办公设备, 掌握办公礼仪, 应对办公问题, 描述人员与工作; 制造业场景: 分析标签信息, 讨论流水线利弊, 描述生产流程; 环保场景: 识别污染与再生品, 掌握节能方法, 解读警示标识; 商务餐饮场景: 谈论餐食与场合, 匹配中西菜品名, 看懂菜单点餐, 撰写正式邀请函。 3. 文化与背景认知 融入各单元主题相关的背景知识教学, 涵盖企业发展 (沃尔沃与吉利)、西方办公商务礼仪 (Western Office and Business Etiquette)、制造业历史 (福特汽车与流水线)、环保组织 (联合国环境规划署)、中西方餐饮文化 (中国菜系、丝绸之路) 等内容。通过背景补充, 帮助学生理解语言背后的文化逻辑与行业常识, 为商务 / 职业场景下的英语应用提供情境支撑, 间接培养跨文化沟通与行业认知能力。
--	---

表 6.9 《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: 2	学时: 32 理论: 32 实践: 0
课程目标	课程目标 1. 帮助学生掌握基础的英语语音、语调知识, 能够准确辨别常见的英语发音, 提升发音的准确性和流畅度。 课程目标 2. 培养学生在日常话题, 如校园生活、自我介绍、兴趣爱好等方面的听力理解能力, 能够听懂简单的对话和短文, 并获取关键信息。 课程目标 3. 引导学生学会运用基础的英语交际用语进行口头表达, 在模拟日常场景中能够进行简单的交流, 增强口语表达的自信。		
主要内容	Unit 1 Campus Life: 包含入学注册、宿舍生活、校园问路等场景的听力材料; 涉及 freshman brochure、schedule 等重点词汇; 学习 small talk 的交际技巧和不同文化的问候方式, 开展介绍大学生活的小组项目。 Unit 2 A New Way of Study: 围绕学习安排、与导师沟通、学术诚信准则及图书馆使用的听力内容; 重点掌握 integrity、reference 等词汇; 学习积极倾听与回应的交际功能, 进行设计学习时间表的小组合作。 Unit 3 People Around Us: 关于小组合作、处理队员冲突和难缠室友的听力材料; 掌握 I' m not sure whether that' s fair 等句型; 学习重音和停顿等交际技巧, 完成小组调查项目。 Unit 4 Colourful Activities on Campus: 加入社团、娱乐活动、节日相关的视听材料; 涉及 Bungee jumping 等词汇; 学习 clarification 的交际技巧, 开展周末计划的小组项目。 Unit 5 Leading a Healthy Life: 运动、均衡饮食、健康问题的视听内容; 掌握 portion 等词汇; 学习反义疑问句的语调, 进行烹饪菜品介绍的小组		

	项目。
教学要求	1. 知识掌握：每单元结束后，能默写本单元 80% 以上的重点词汇和短语；准确翻译 5 个核心句型，如关于入学注册的相关表达。 2. 技能运用：课堂上能根据播放的听力材料，在 3 分钟内完成至少 60% 的理解题；小组角色扮演中，能运用所学句型完成指定场景的对话，对话时长不少于 2 分钟。 3. 学习任务：按时完成每单元的课后作业，包括听力练习和口语录音，作业准确率不低于 70%；积极参与小组项目，在项目展示中能清晰表达观点，展示时长不少于 3 分钟。 4. 方法要求：养成每天听 15 分钟英语材料（如教材配套录音、VOA 慢速英语）的习惯，每周提交一次小管家听说打卡练习；课堂上主动参与讨论，每节课至少发言 1 次。

表 6.10 《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：2	学时：32 理论：32 实践：0
课程目标	课程目标 1. 进一步提升学生的听力技巧，如预测听力内容、抓住细节信息、推断隐含意义等，能够应对更复杂的听力材料。 课程目标 2. 拓展学生的口语表达能力，使其能够就社会热点、文化差异、职业发展等稍具深度的话题进行讨论和交流，表达观点清晰、有条理。 课程目标 3. 增强学生对英语国家文化背景知识的了解，提升跨文化交际意识，在交流中能够恰当运用文化知识，避免文化误解。		
主要内容	Unit 1 Taking the First Step: 寻找实习机会、写简历、参加招聘会的视听材料；涉及 internship、CV 等词汇；学习问间接问题的交际技巧，开展创建理想实习的小组项目。 Unit 2 Preparing for a Job Interview: 面试礼仪、面试建议、小组面试的听力内容；掌握 interview etiquette 等词汇；学习礼貌打断他人的交际功能，进行面试小贴士的小组合作。 Unit 3 Getting Ready for Work: 公司结构、办公室安全准则、办公礼仪的听力材料；掌握 This can cause...; You should/shouldn't... 等句型；学习句子重音的交际技巧，设计英语安全提示语的小组项目。 Unit 4 Dealing with Different Tasks (1): 会议准备、订酒店、处理紧急问题的视听材料；涉及 check-in 等词汇；学习礼貌提建议的交际技巧，开展组织访客参观的小组项目。 Unit 6 Working as a Team: 计划小组项目、处理团队冲突，安排团建活动的听力内容；掌握 campaign, compromise 等词汇；复习提建议常用句型，如 Can/Could you...? 及 Do... 等表达形式；学习自信沟通的交际技巧，进行应用程序推广的小组项目。		
教学要求	1. 知识掌握：每单元结束后，能默写本单元 85% 以上的职场相关重点词汇（如 internship、recruitment、etiquette 等）和短语；准确运用 30 个核心句型完成情景对话翻译，如面试应答、会议安排等表达。 2. 技能运用：课堂上能在 4 分钟内完成职场场景听力材料（如面试对话、工作安排通知）的理解题，准确率不低于 70%；小组模拟职场场景（如招聘会交流、团队项目讨论）中，能连贯使用所学句型完成 3 分钟以上对话，		

	语言逻辑清晰。 3. 学习任务：按时完成每单元课后作业（包括简历撰写练习、面试问答录音等），作业达标率不低于 75%；积极参与小组项目（如设计面试小贴士、组织模拟会议），项目展示中能结合跨文化知识提出合理建议，展示时长不少于 3 分钟。 4. 方法要求：每周听 20 分钟职场相关英语材料（如 BBC 职场英语、教材配套职场对话录音），提交 1 份听力笔记；课堂上主动参与职场情景演练，每单元至少完成 1 次角色扮演，表现符合职场交际规范。
--	---

表 6.11 《应用数学基础 I》课程主要教学内容与要求

课程名称：《应用数学基础 I》		学分：3	学时：48 理论：48 实践：0
课程目标	课程目标 1. 了解经管类专业所必须的微积分的知识和方法，理解极限与连续、一元函数微分学、一元函数积分学、微分方程等概念，掌握相关计算法则和运算方法，能够把数学知识和原理进行应用，深刻认识数学与经济管理等领域关系，为后续学习作准备。 课程目标 2. 能够将文字描述的经济学事件和案例，转化为精确的数学内容和表达式，学会用数学工具（如联立方程）求解市场均衡状态等，理解各变量如何相互影响发生变化时，结果会如何变化，从而培养数理逻辑和经济直觉。 课程目标 3. 通过讲授与经济学应用紧密结合的数学知识，为经济学中需要量化分析的课题提供必不可少的数学准备，时刻关注时代经济变革，对所需数学前沿理论知识进行补充完善，将分析解决问题的基本数学工具紧密融入经济学等相关领域，进而实现个人的探索能力和创新精神。		
主要内容	第一章函数（1）函数概念；（2）初等函数 第二章极限与连续（1）极限及其运算；（2）函数的连续性 第三章导数及其应用（1）导数的概念；（2）函数的四则运算求导法则；（3）复合函数求导法则；（4）高阶导数与隐函数求导；（5）导数的应用 第四章积分及其应用（1）不定积分的概念；（2）基本积分公式与运算法则；（3）不定积分的第一类换元积分法；（4）不定积分的第二类换元积分法；（5）不定积分的分部积分法；（6）定积分的概念与性质；（7）定积分的计算；（8）定积分的应用 第五章微分方程（1）微分方程基本概念；（2）可分离变量的一阶微分方程；（3）一阶线性微分方程（4）差分方程		
教学要求	1. 理解数学与经济学的关系，了解应用数学基础科目的设置原则，能够列举出经济中常用的数学概念和工具，并进行分析、整理和总结。 2. 掌握微积分中数学概念间的相互关系，能够对常见的数学问题进行分析解决。 3. 提高数学能力和知识储备，能够用数学语言和逻辑解决经济学中的实际问题。		

表 6.12 《应用数学基础 II》课程主要教学内容与要求

课程名称：《应用数学基础 II》	学分：3	学时：48 理论：48 实践：0
------------------	------	------------------

课程目标	课程目标 1. 了解经管类专业所必须的线性代数、概率统计的知识和方法，理解行列式、矩阵和线性方程组、随机变量及其分布、样本及抽样分布、参数估计、假设检验等概念，掌握相关计算方法。 课程目标 2. 能够将文字描述的经济学事件和案例，转化为精确的数学内容和表达式，学会用数学工具求解具体问题，理解各变量如何相互影响发生变化时，结果会如何变化，从而培养数理逻辑和经济直觉。 课程目标 3. 通时刻关注时代经济变化，对所需理论数学知识及时丰富，强化终生学习的能力以及培养科学精神和科学态度。
主要内容	第六章无穷级数（1）常数项级数的概念与性质；（2）常数项级数的敛散性；（3）幂级数 第七章线性代数初步（1）n 阶行列式；（2）矩阵的概念；（3）矩阵的运算；（4）可逆矩阵；（5）矩阵的秩与矩阵的初等变换；（6）线性方程组； 第八章概率论与数理统计（1）随机事件的集合描写；（2）概率的计算；（3）随机变量及其应用；（4）随机变量的数字特征；（5）统计量与抽样分布；（6）参数估计；（7）假设检验；（8）一元线性回归
教学要求	1. 理解经济学与数学的关系，了解应用数学基础科目内容的设置原则，熟悉经济中常用的数学概念和工具，并能够进行分析应用。 2. 掌握微积分、线性代数、概率论与数理统计中数学概念间的相互关系，能够对常见的数学问题进行分析解决。 3. 提高数学能力和知识素养，能够用抽象思维能力和逻辑推理能力去实际解决经济学中的一些问题。

表 6.13 《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 6.14 《大学语文》课程主要教学内容与要求

课程名称：《大学语文》		学分：2	学时：32 理论：32 实践：0
课程目标	课程目标 1：培养和提高大学生语文知识、文化知识、写作能力、鉴赏能力，提高大学生的基本人文素养，以适应日常交流及专业学习的需要。 课程目标 2：帮助学生正确运用规范的现代汉语进行交流，使学生通过学习中国文学名家名作，继承民族优秀的文化传统。 课程目标 3：理解语文学科的人文性和基础性特点，适应当代人文科学与自然科学日益交叉渗透的发展趋势，成长为全面发展的高质量人才。 课程目标 4：通过对文学作品的分析，培养良好的人文修养和审美情趣，提高为人处世、团队协作的能力，树立正确的世界观、人生观和价值观。 课程目标 5：扩展个人知识面和视野，辩证看待文化革新与优秀文化传承的关系，进行批判性吸收，培养创新意识。		
主要内容	第一单元 绪论（1）高中语文与大学语文；（2）本课程的目的任务、学习方法；（3）课程学习要求 第二单元 中外神话（1）中国古代神话的发展与特点；（2）中国神话选讲；（3）欧洲神话的发展与特点；（4）神话的变形 第三单元 如何学习语言（1）语言艺术概说；（2）名家选讲 第四单元 记录文化的文字（1）汉字的产生与发展；（2）汉字的特点。 第五单元 中外典籍（1）典籍概说；（2）中外重要典籍常识介绍；（3）选择一部典籍进行深入探究、讨论（课外调查研究作业，课堂讨论交流） 第六单元 文学艺术（1）文学的产生与发展；（2）文学的审美特征； 第七单元 礼仪文化（1）礼仪概说；（2）礼仪相关作品选讲 第八单元 表演艺术（1）戏剧与戏曲概说；（2）戏剧与戏曲作品选讲 第九单元 文化与传播（1）文化的传播与交流；（2）文化的比较与解读 第十单元 学生作业讲评（1）作业点评与交流；（2）总结学到的经验。		
教学要求	1. 了解本课程的基本框架，明确本课程的学习意义。 2. 了解神话概念，中外神话的产生与发展、特点，神话在今天的现实意义。 3. 了解语言的特点和功用，掌握不同语言形式的特点，培养学生热爱母语热爱祖国的情感。 4. 了解文掌握文字的特点及功用，培养学生热爱文字、研究汉字的热情。 5. 了解中外典籍在人类文化发展中的重要意义，掌握中外重要典籍常识，		

	探究典籍的思想及其影响。 6. 了解文学审美特征，体会文学作品表达的感情，提升自身文学修养。 7. 了解礼仪的故事，将文学作品中蕴含的礼仪文化与现实生活联系起来，帮助学生提升自身修养。 8. 掌握戏剧与戏曲特征，体会戏曲作品表达感情，提升自身艺术欣赏品味。 9. 了解不同文化的传播与交流融合，解读中外文化交流史上的名作。 10. 选取比较具备代表性作业进行点评，让学生在点评中明白自己的不足。
--	---

表 6.15 《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规划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 6.16 《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 6.17 《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	第一单元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 第二单元择业定位（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； 第三单元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； 第四单元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； 第五单元半结构化面试（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； 第六单元职业新世界（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； 第七单元就业心理调适（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； 第八单元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 6.18 《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：2	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 6.19 《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。

专业核心课：电子商务视觉设计、电子商务概论、网络营销、电子商务数据库技术、网页与网站设计、跨境电商概论、网店经营与管理、新媒体实务。

表 7.1 《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	本课程面向专科层次学生，以培养应用型管理基础人才为目标，紧密围绕管理核心职能，注重理论与实践结合，突出基础性、实用性和职业导向性。具体教学要求如下： 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。 教学要求 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。 教学要求 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 7.2 《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 7.3 《基础会计》课程主要教学内容与要求

课程名称：《基础会计》		学分：2	学时：32 理论：32 实践：0
课程目标	课程目标 1. 了解会计的基本概念、职能、对象及会计核算的基本前提和原则。 课程目标 2. 认知会计要素与会计等式，理解经济业务对会计等式的影响。 课程目标 3. 掌握复式记账法的基本原理和借贷记账法的应用。 课程目标 4. 掌握企业主要经济业务（资金筹集、供应、生产、销售、利润形成与分配）的核算方法。 课程目标 5. 理解和掌握会计凭证的填制与审核、会计账簿的设置与登记、对账与结账等基本技能。 课程目标 6. 掌握财产清查的意义、种类、方法及清查结果的处理。 课程目标 7. 掌握会计报表的编制方法，能读懂资产负债表和利润表。 课程目标 8. 了解账务处理程序的种类及其适用范围，掌握科目汇总表账务处理程序。		
主要内容	第一单元 会计基本理论 （1）会计的概念、职能与目标；（2）会计对象与会计要素；（3）会计核算的基本前提与会计信息质量要求；（4）会计计量属性；（5）会计法规体系概述 第二单元 会计科目、账户与复式记账 （1）会计科目与账户的设置；（2）复式记账原理；（3）借贷记账法的账户结构、记账规则及试算平衡 第三单元 制造企业主要经济业务的核算 （1）资金筹集业务的核算；（2）供应过程业务的核算；（3）生产过程业务的核算；（4）销售过程业务的核算；（5）财务成果形成与分配业务的核算		

	第四单元 会计凭证 (1) 会计凭证的概念和作用；(2) 原始凭证的填制与审核；(3) 记账凭证的填制与审核；(4) 会计凭证的传递与保管 第五单元 会计账簿 (1) 会计账簿的概念和种类；(2) 会计账簿的设置与登记；(3) 对账与结账；(4) 错账查找与更正方法 第六单元 财产清查 (1) 财产清查的意义和种类；(2) 财产清查的方法（货币资金、实物资产、往来款项）；(3) 财产清查结果的处理 第七单元 财务会计报告 (1) 财务会计报告概述；(2) 资产负债表的编制；(3) 利润表的编制；(4) 现金流量表简介 第八单元 账务处理程序 (1) 账务处理程序的意义和种类；(2) 记账凭证账务处理程序；(3) 科目汇总表账务处理程序；(4) 汇总记账凭证账务处理程序简介创建虚拟数字人；(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。
教学要求	1. 了解会计的基本概念和职能，理解会计核算的基本前提与会计信息质量要求，掌握会计要素的内容及其相互关系。 2. 理解会计科目与账户的关系，掌握复式记账的原理，熟练掌握借贷记账法的账户结构、记账规则和试算平衡方法。 3. 能够熟练运用借贷记账法对制造企业筹资、供应、生产、销售及财务成果等基本经济业务进行账务处理。 4. 了解会计凭证的作用和种类，掌握原始凭证和记账凭证的填制要求与审核要点。 5. 了解会计账簿的作用和种类，掌握日记账、总分类账、明细分类账的登记方法，掌握对账、结账及错账更正的方法。 6. 理解财产清查的意义，掌握货币资金、实物资产及往来款项的清查方法，掌握财产清查结果的账务处理。 7. 理解财务会计报告的概念和作用，掌握资产负债表和利润表的基本结构和编制方法。 8. 了解账务处理程序的意义和种类，重点掌握科目汇总表账务处理程序的操作流程。

表 7.4 《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：3	学时：48 理论：48 实践：0
课程目标	课程目标 1. 理解经济学的基本概念、研究对象与研究方法，掌握微观经济学与宏观经济学的基本理论框架，能够运用经济学原理分析现实中的经济现象与问题。 课程目标 2. 掌握市场机制中需求、供给与价格的形成机制，能够运用弹性理论分析市场变化，具备通过图形和数学模型解释市场均衡与政策干预的能力。 课程目标 3. 理解消费者行为理论与生产者理论，掌握效用最大化与利润最	

	大化的决策方法，能够运用边际分析、无差异曲线、预算线等工具分析个体经济行为。 课程目标 4. 熟悉国民收入的核算方法及其相关指标，掌握国民收入决定的基本模型，理解经济增长与投资、消费之间的关系。 课程 5. 能够运用IS-LM模型分析财政政策与货币政策对经济增长的影响，理解失业与通货膨胀的成因及其相互关系，具备初步的宏观经济政策分析能力。 课程目标 6. 具备撰写经济学课程论文的能力，能够结合实际经济问题，运用所学理论进行规范分析与实证分析，培养严谨的经济思维和初步的科研素养，为后续专业课程学习奠定基础。
主要内容	第一单元 经济学基础 第二单元 需求、供给与价格 第三单元 弹性理论及其应用 第四单元 消费者选择 第五单元 生产与成本 第六单元 完全竞争市场 第七单元 国家经济实力的衡量 第八单元 国民收入与经济增长 第九单元 投资与经济增长 第十单元 失业与通货膨胀 第十一单元 财政货币政策与经济增长
教学要求	1. 理解经济学的基本原理与研究方法，能够区分实证分析与规范分析，并能运用边际分析解释微观经济个体的决策行为。 2. 掌握需求与供给的核心概念与定律，能够准确区分需求（供给）的变动与需求量（供给量）的变动，并能运用供求模型分析均衡价格的决定与变化。 3. 掌握弹性理论的概念、计算与分类，能够计算需求的价格弹性、收入弹性和交叉弹性，并能运用弹性原理分析最高限价与最低限价等实际政策的影响。 4. 掌握消费者行为理论的分析工具，能够运用边际效用分析法和无差异曲线分析法解释消费者均衡的实现条件，并能画图说明预算线与无差异曲线的关系。 5. 掌握短期生产理论与成本理论的核心规律，能够解释总产量、平均产量与边际产量三者之间的关系，并能阐述边际报酬递减规律与边际成本递增规律的内在联系。 6. 掌握国民收入核算的两种基本方法，能够区分名义GDP与实际GDP，并能运用收入-支出模型分析两部门经济中国民收入的决定与变动。

表 7.5 《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：48 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	第一单元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。 第二单元（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。 第三单元文字、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。 第四单元蒙版、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。 第五单元综合制作实训（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 7.6 《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 7.7 《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	学时：48 理论：32 实践：16
课程目标	课程目标 1. 系统阐释网络营销的基本概念与核心理论，掌握常见网络营销方法及其应用场景，能够辨析不同方法的概念特征、适用优势及实践中的关键问题。 课程目标 2. 熟练运用主流互联网营销工具，包括微信、微博、短视频与直播平台等新媒体渠道，能够准确阐释各类工具的营销价值与适用情境。 课程目标 3. 运用相关理论分析与评估企业网络营销策略的实效性，具备提出合理优化建议的能力；积极投身网络营销实践，初步形成创新创业思维与实践能力。 课程目标 4. 在网络营销理论学习和实践活动中，自觉树立诚信经营、依法合规的网络营销观念，坚守职业道德与社会责任；深刻理解并弘扬中国优秀商业文化，在营销策划中体现文化自信、民族情怀和正确的价值观，维护清朗网络空间。		
主要内容	第一单元网络营销概述（1）网络营销的基本概念；（2）网络营销的诞生及发展；（3）网络营销的职能。 第二单元网络营销活动准备（1）网络营销环境分析；（2）网络消费者行为分析；（3）网络市场调研分析 第三单元网络广告营销（1）网络广告的概念；（2）网络广告的形式；（3）网络广告的策划；（4）网络广告投放与效果评估 第四单元搜索引擎营销 SEM（1）搜索引擎的基本原理；（2）搜索引擎营销的含义、原理及内容；（3）搜索引擎优化 SEO 作用及应用；（4）搜索引擎付费营销；（5）搜索用户行为研究		

	第五单元新媒体营销（1）网络视频营销；（2）直播营销；（3）微信营销；（4）微博营销 第六单元病毒营销（1）病毒营销的含义；（2）病毒营销的传播原理；（3）病毒营销的特点；（4）病毒营销的策略；（5）病毒营销的实施步骤 第七单元网络营销策略（1）内容营销概述；（2）内容营销的应用 第八单元互联网软文营销（1）软文营销基本理论；（2）软文营销的实施步骤
教学要求	1. 理解网络营销的基本概念及其与传统营销的区别，了解网络营销诞生与发展的关键阶段，能列举并解释网络营销的五大核心职能。 2. 理解网络消费者决策过程特征，能运用问卷工具设计基础网络市场调研方案。 3. 区分搜索引擎优化（SEO）与付费营销（SEM）的运作原理，掌握关键词策略设计要点，能根据用户搜索行为制定 SEM 投放计划。 4. 识别主流新媒体营销形式的特征与适用场景，能结合产品定位策划跨平台内容分发方案并设计基础互动策略。 5. 掌握病毒营销的传播机制与实施步骤，理解内容裂变的关键要素，能基于案例分析设计包含引爆点设计、传播路径规划的病毒营销策略框架。

表 7.8 《电子商务数据库技术》课程主要教学内容与要求

课程名称：《电子商务数据库技术》		学分：3	学时：48 理论：16 实践：32
课程目标	课程目标 1：能够掌握数据库的基本概念、理论和数据设计方法。 课程目标 2：能够独立使用T-SQL语言完成基础的数据库案例。完善的数据库案例必须包含合理的数据库、符合实际的数据表格和数据结构。 课程目标 3：能够进行数据管理，比如数据的插入、更新和删除，数据的查询、筛选和排序等。 课程目标 4：能够独立的进行数据的维护，比如可以独立的适应不同的机器进行数据库的安装，数据库实例的备份和恢复，数据库的分离和附加等。 课程目标 5：能够在跟数据库相关的后续课程中独立的进行数据库链接，比如可以独立将网站实例与数据库进行链接达到网站的运行等。		
主要内容	（一）理论教学 第一单元数据库基础知识（1）数据库系统概述（2）数据模型（3）关系数据库（4）关系数据库的设计（5）主流关系数据库介绍（6）T-SQL概述 第二单元数据库（1）数据库概述（2）数据库的创建（3）数据库的管理 第三单元 数据表（1）表的基本概念（2）表的创建（3）表的编辑（4）表的使用 第四单元数据操作（1）数据操作概述（2）数据查询（3）视图 第五单元 数据库完整性和安全性（1）数据库完整性（2）数据库安全性 （二）实验教学 1. 实验项目 1：数据库，根据案例要求进行数据库的创建和管理。 2. 实验项目 2：数据表，根据案例要求进行数据表的创建，表的管理，数据的录入和数据的更新等。 3. 实验项目 3：数据操作，根据案例要求进行对数据表格中的数据进行查询，查询操作可以根据具体要求使用简单查询、多连表查询和子查询等进行操		

	作。 4. 实验项目 4: 数据库完整性和安全性, 根据案例要求进行对数据表进行约束, 对数据库进行备份和恢复或者分离和附加。
教学要求	第一单元 数据库基础知识 (2 学时) (1) 掌握数据库的基本概念; (2) 了解常用数据模型; (3) 了解数据库模型设计原理; (4) 了解主流数据库。 第二单元 数据库 (2 学时) (1) 理解数据库基本概念; (2) 掌握数据库的语法结构 (3) 掌握数据库管理的基本方法。 第三单元 数据表 (4 学时) (1) 理解表的基本概念; (2) 掌握表的创建语法结构; (3) 掌握表的编辑及使用的基本方法。 第四单元 数据操作 (6 学时) (1) 理解数据操作的基本概念; (2) 掌握表的查询包括简单查询, 多连表查询和子查询等; (3) 掌握视图的创建和使用。 第五单元 数据库完整性和安全性 (2 学时) (1) 理解数据库的完整性; (2) 掌握表的各种约束的语法结构, 并能进行约束的管理; (3) 理解数据库的安全性, 并能进行数据库备份和回复, 分离和附加等。 (二) 实验教学 1. 实验项目 1: 数据库 (4 学时) 能够根据案例要求在数据库软件中独立书写T-SQL语句进行数据库的创建和管理。 2. 实验项目 2: 数据表 (8 学时) 能够根据案例要求小组合作运用T-SQL语句在数据库软件中创建指定表格, 根据要求进行表格的管理, 将指定表格数据录入到指定表格中, 并根据要求进行数据的更新操作。 3. 实验项目 3: 数据操作 (16 学时) 能够根据案例要求小组合作运用T-SQL语句在数据库软件中对指定表格, 根据要求进行表格的数据查询, 查询中可以根据具体情况使用检查查询、多连表查询、子查询等。 4. 实验项目 4: 数据库完整性和安全性 (4 学时) 能够根据案例要求小组合作运用T-SQL语句对数据库中指定表格进行约束的创建和管理, 根据要求对指定数据库进行备份和回复或者分离和附加。

表 7.9 《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 7.10 《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 7.11 《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 7.12 《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 7.13 《网络经济学》课程主要教学内容与要求

课程名称: 《网络经济学》		学分: 2	学时: 32 理论: 32 实践: 0
课程目标	课程目标 1: 了解网络经济的基本概念, 理解并记忆网络经济学重要理论, 如网络外部性、网络产品、数字产品的经济学特征、正反馈、网络市场结构特征、运行定律等。 课程目标 2: 关注互联网经济实践发展, 能够解释互联网企业竞争策略背后的网络经济学理论, 并能使用相关理论分析、优化或制定互联网商业竞争策略。 课程目标 3: 学以致用, 逐步培养互联网商业思维能力, 综合运用网络外部性、正反馈等理论, 分析典型的互联网商业模式和运营策略, 并具有一定的互联网商业模式创新能力。		
主要内容	第一单元概述 (1) 网络经济基本概念辨析; (2) “网络经济”的框架体系。 第二单元网络外部性 (1) 外部性; (2) 网络外部性的定义和分类; (3) 网络外部性的产生原因和影响因素; (4) 网络外部性的影响——从收益递减到收益递增。 第三单元网络产品和数字产品 (1) 网络产品的定义; (2) 数字产品的定义、分类; (3) 数字产品的特点; (4) 数字产品的经济学特性。 第四单元网络市场的运行规律 (1) 网络经济的自增强机制——正反馈; (2) 网络经济的市场结构度量; (3) 网络市场结构特征的经济解释; (4) 网络市场的运行定律综述。		

	第五单元网络经济下厂商的策略行为（1）产品差异化与定价策略；（2）战略锁定策略；（3）构建进入壁垒的竞争策略；（4）标准竞争与兼容策略。
教学要求	1. 列举网络经济的相关概念，重点掌握网络经济的概念；描述网络经济的框架体系。 2. 描述外部性的经济学含义，解释正外部性和负外部性的内涵，重述外部性对市场效率影响；重点理解并熟记网络外部性的定义、分类及影响因素，知晓它在网络经济学中的重要地位；解释网络外部性导致的收益递增现象。 3. 定义网络产品，描述网络产品与传统产品的区别；重述数字产品的概念、分类、特点及经济特征，正确解释网络产品与数字产品的关系。 4. 理解并熟记正反馈的定义、运作过程、发生作用的条件，重述路径依赖、锁定、转移成本、正反馈、标准、兼容、互补、互联和安装基础的概念；运用网络经济市场结构度量方法；解释网络经济市场结构的特征，描述垄断与竞争的关系变化。 5. 熟记网络市场的运行定律，并运用到实践；使用网络经济学分析方法，运用理论分析电商企业竞争实践，指出企业策略背后的理论，并判断企业策略的合理性。 6. 描述网络经济企业产品差异化的定义、分类及常用的定价策略，重点解释产品差异化的分类、产品差异化与差别定价的关系，能认出网络经济实践中产品差异化、定价策略的各种具体表现；解释锁定和转移成本、路径依赖的关系，并运用理论制定相应锁定策略；叙述进入壁垒的定义、分类和成因，列举常见的网络经济企业进入壁垒策略；重述标准和兼容策略，并运用到互联网企业竞争实践。 7. 能综合运用理论分析企业竞争实践，评价现有竞争策略的合理性及不足，并提出有理论依据的策略。

表 7.14 《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 7.15 《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理念、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 7.16 《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	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界面与核心工作区介绍 (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 (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 7.17 《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 7.18 《跨境电商运营与管理》课程主要教学内容与要求

课程名称：《跨境电商运营与管理》		学分：3	学时：48 理论：0 实践：48
课程目标	课程目标 1. 能进行市场信息的感知、市场分析和调研。 课程目标 2. 能进行市场需求的理解和判断，选取合适的产品，并完成账号的注册和基础信息的录入等。 课程目标 3. 能完成产品的刊登，根据前期选择的产品类目进行产品信息的采集、产品信息的编辑、图片处理、标题制作和详情页制作等，并刊登到绑定平台上；对刊登的产品进行管理，如标记、设置产品目录及导入图片银行等。 课程目标 4. 能通过课程学习掌握订单管理的技巧，进行采购管理、仓库管理、物流维护及客户服务等。		
主要内容	实训项目 1：前期准备（1）团队组建；（2）跨境招聘与市场调研；（3）跨境电商选品；（4）wish 平台注册、绑定与系统配置；（5）物流核算；（6）产品定价。 实训项目 2：产品刊登（1）制作关键词表和标题；（2）产品五点描述；（3）主图及主图视频编辑；（4）商品采集；（5）产品基础信息准备；（6）产品发布。 实训项目 3：产品与订单管理（1）供应商及普通产品管理；（2）多属性、组合产品管理及同步订单；（3）物流渠道管理与审核订单；（4）采购管理；（5）仓库管理与发货；（6）客服管理与统计分析。 实训项目 4：速卖通仿真平台综合实训（1）店铺开设、装修及选品；（2）商品发布；（3）订单模拟；（4）商品管理；（5）营销推广模拟；（6）生意参谋。		
教学要求	1. 4-6 人为一组，模拟创立跨境电子商务公司并设计公司名称、品牌标识（Logo）及英文品牌名（需体现产品关联性）；制定团队章程，明确成员分工（运营、选品、营销、财务等角色）。 2. 了解跨境电商岗位需求，掌握跨境电商市场调研思路，完成跨境电商产品市场调研，并撰写调研报告。 3. 基于市场调研结果，完成选品实操。使用亚马逊平台、卖家精灵等工具，筛选出潜力品类并分析市场容量、竞争度。 4. 在 Wish 平台注册商户账号，绑定 ERP 沙盘系统，配置 API 权限，模拟设置店铺基本信息并进行必要的系统配置基于市场调研结果，完成选品实操。使用亚马逊平台、卖家精灵等工具，筛选出潜力品类并分析市场容量、竞争度。 5. 在关键词表制作时，能根据九九关键词规则制作，并依据自己产品的不同属性增减属性词。 6. 搜索跨境电商平台相似产品英文标题 20 个，并对他们的标题中出现的核心词、属性词、流量词进行简单标注，借此领悟标题的写作手法。 7. 能进行普通产品、多属性产品、组合产品添加；将线上产品转为本地产品，并完善属性；能完善图片银行；对产品进行营销与推广。 8. 独立完成公司及速卖通卖家账号的注册操作，独立制作店铺 Logo、店招，并完成店铺基础装修。		

	9. 独立设置符合平台规则的物流运费模板，完成售后服务模板的配置；按要求完善商品上架全信息，确保商品达到上架标准。 10. 独立设置店铺活动；制定速卖通直通车推广计划；结合店铺商品的特点调整推广策略。 11. 解读生意参谋中的流量数据、品类数据、物流数据；结合数据分析结果优化店铺运营活动、商品管理及物流设置。
--	--

表 7.19 《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：16 实践：16
课程目标	课程目标 1. 能设计市场调研项目，为营销决策提供信息支持； 课程目标 2. 能够根据实际情况选择并实施合适的调研方法； 课程目标 3. 能设计规范、严谨、符合调研目标的问卷； 课程目标 4. 能设计合理的、可操作性强的抽样设计方案； 课程目标 5. 会运用数据处理软件或平台进行数据收集及分析处理。		
主要内容	一、理论教学 第一单元市场调研导论（1）市场调研的概念；（2）市场调研的分类；（3）国内外市场调研的发展进程；（4）调研认识上的误区 第二单元 市场调研设计（1）市场调研过程；（2）市场调研问题的定义（3）市场调研方案的设计 第三单元定性调研方法（1）二手资料法；（2）焦点小组访谈法；（3）深度访谈法；（4）影射技法 第四单元定量调研方法（1）调查法；（2）观察法；（3）实验法（4）调研方法的比较与选用 第五单元问卷设计（1）问卷的定义、作用与构成；（2）问卷设计过程；（3）问题的形式与设计；（4）量表式问题的设计；（5）问题措词、答案及布局设计 第六单元抽样设计（1）抽样调查及其特征；（2）抽样方案设计过程；（3）随机抽样技术及其选用；（4）非随机抽样技术；（5）抽样误差的影响因素与计算；（6）样本容量的确定 二、实验教学 实验项目 1：认识数据处理软件或平台（1）SPSS 软件的基本操作；（2）问卷星的基本操作；（3）腾讯问卷的基本操作 实验项目 2：数据描述性统计分析（1）集中趋势分析；（2）离散趋势分析 实验项目 3：推断性统计分析（1）交叉关联分析；（2）独立样本均值分析；（3）方差分析；（4）相关分析 实验项目 4：调查问卷的综合分析（1）非量表类问卷分析思路；（2）量表类问卷分析思路；（3）市场调研报告的基本结构；（4）市场调研报告的撰写原则。		
教学要求	1. 掌握市场调研的基本概念、分类、发展历程及常见误区，能够清晰界定调研问题的边界。 2. 理解市场调研的完整流程，掌握调研方案设计的核心要素与规范格式。掌握定性调研与定量调研各类方法（如二手资料、焦点小组、深度访谈、调查法、观察法、实验法等）的原理、适用场景及优缺点。		

	3.掌握问卷的基本结构、设计流程、问题形式、量表设计及措辞原则。 4.掌握抽样调查的基本概念、随机与非随机抽样技术的原理与操作，理解抽样误差与样本容量确定的依据。 5.掌握数据描述性统计与推断性统计的基本原理和分析方法。
--	---

表 7.20 《电子商务综合实训》课程主要教学内容与要求

课程名称:《电子商务综合实训》		学分: 4	学时: 64 理论: 0 实践: 64
课程目标	课程目标 1. 系统掌握电子商务项目运营的全流程核心知识,包括市场调研、商业策划、营销推广及风险管理等关键理论,并能熟练阐述商业模式画布、甘特图等专业工具的应用原理,为实战操作奠定坚实的理论基础。 课程目标 2. 培养学生将理论转化为实践的综合应用与执行能力。通过真实项目驱动,使学生具备独立完成市场分析、项目规划、网店运营、直播带货及团队协作的全链条操作能力,最终能够胜任电子商务项目的策划、运营与管理等核心岗位任务。 课程目标 3. 引导学生坚定理想信念、恪守职业道德,在商业实践中自觉践行社会主义核心价值观。旨在培养既精通专业技能,又具备家国情怀、法治意识和社会责任感,能够明辨是非、诚信经营的电子商务人才。 课程目标 4. 通过应对项目中的真实挑战,培养学生积极乐观、抗压耐挫的心理素质,并激发其持续学习、适应行业发展的内生动力,实现个人素质的全面提升。		
主要内容	实训项目 1: 项目选择 1. 团队组建与角色分工,学习高效团队的特征与构建原则,完成团队组建,明确成员分工与职责。 2. 设计团队名称、LOGO、口号,制作团队展示材料并进行展示汇报。 3. 市场调研与分析。运用网络调研工具和方法进行市场数据收集,完成市场需求分析和项目可行性研究,撰写市场调研论证报告。 4. 项目立项决策。基于调研结果进行项目选择,完成项目确认。 实训项目 2: 项目规划 1. 项目总体规划。学习项目规划的基本原理和方法,运用 WBS 进行工作结构分解。 2. 制定项目进度计划,设计网络营销方案和推广策略,完成成本预算和盈利预测,进行风险识别和防控预案制定。 3. 人力资源与沟通规划。制定团队管理和激励方案,设计项目沟通机制和流程。 4. 商业模式设计。运用商业模式画布工具,完成商业计划书撰写。 实训项目 3: 项目实施 1. 产品与服务实施。产品定价策略制定与实施,网店搭建与装修(主流电商平台),产品上架与详情页优化。 2. 营销推广执行。内容营销方案设计与实施,短视频创作与发布,直播策划与执行,微信公众号运营与管理。 3. 运营管理实践。客户关系建立与维护,订单处理与售后服务,数据监测与分析优化。 4. 品牌形象建设。企业 CIS 理念识别系统建立,视觉识别和行为规范制定。		

	5. 阶段性评估与调整。定期进行项目实施进度汇报，根据反馈进行运营策略调整。 实训项目 4：项目总结 1. 项目成果梳理。整理项目运营数据和效果指标，分析经济效益和社会效益。 2. 过程复盘反思。总结项目实施中的成功经验，分析存在的问题和改进方案。 3. 团队与个人评估。评估团队协作效果和个人贡献，完成个人成长反思报告。 4. 成果展示与答辩。制作项目总结汇报材料，进行最终成果展示和答辩。
教学要求	1. 需要全面掌握电子商务运营的理论和实践技能。要求学生全程参与真实项目运营，按时完成各阶段任务，积极参与团队协作，并主动记录实践过程和解决实际问题。重点培养学生的团队合作精神和问题解决能力和创新思维。 2. 必须具备将理论知识转化为实践操作的能力。要求能够熟练操作主流电商平台，完成网店开设、装修、产品上架等基础操作。 3. 掌握内容创作、短视频制作、直播带货等新媒体营销技能。 4. 学会运用数据分析工具进行运营效果评估和优化调整。所有技能都需通过真实项目实践来体现和提升。 5. 课程采用团队项目制学习方式，要求学生必须具备良好的团队合作精神。具体包括：主动承担团队分工职责，积极参与团队讨论和决策，及时完成分配的任务，主动与团队成员沟通协调，共同解决项目中遇到的问题。同时要锻炼项目汇报、路演展示等沟通表达能力。

表 7.21 《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 7.22 《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: 2	学时: 32 理论: 32 实践: 0
课程目标	课程目标 1. 描述消费者行为相关基本概念; 课程目标 2. 描述影响消费者行为的内部因素,并能够总结提炼其中的规律; 课程目标 3. 描述影响消费者行为的外部因素,并能够总结提炼其中的规律; 课程目标 4. 能够运用影响消费者行为的内外部因素,进行具有一定创新性的营销策划; 课程目标 5. 建立“中国营销”文化自信和理论自信,树立营销伦理和社会责任意识。	
主要内容	第一单元消费者行为学概述(1)消费者与消费者行为;(2)消费者行为学的研究内容与意义;(3)消费者行为学的研究基础与方法 第二单元消费者感觉和知觉(1)消费者感觉;(2)消费者知觉及其特性;(3)消费者的知觉过程 第三单元消费者的需要与动机(1)消费者需要与动机概述;(2)消费者动机理论;(3)消费者动机冲突与营销理论	

	第四单元消费者学习（1）消费者学习理论；（2）消费者学习特性；（3）消费者的记忆和遗忘 第五单元消费者态度（1）消费者态度概述；（2）消费者态度的形成理论；（3）消费者态度改变；（4）消费者态度测量 第六单元消费者的个性与自我概念和生活方式（1）消费者的个性；（2）个性的主要理论；（3）消费者的自我概念；（4）消费者的生活方式 第七单元消费者的资源（1）消费者的经济资源；（2）消费者的时间；（3）消费者的知识 第八单元家庭（1）家庭生命周期与消费者行为；（2）家庭消费购买决策 第九单元参照群体（1）参照群体的定义与分类；（2）参照群体行为影响方式；（3）参照群体与营销策略；（4）虚拟社群与消费行为 第十单元社会阶层（1）社会阶层概述；（2）社会阶层的测量；（3）社会阶层与消费行为差异 第十一单元文化（1）文化概述；（2）亚文化；（3）中国文化的消费影响 第十二单元消费者的购买决策过程（1）问题认知；（2）信息搜集阶段；（3）备选方案的评估；（4）购买阶段；（5）购后行为
教学要求	1. 让学生掌握消费者行为学的基本知识与核心理论，涵盖消费者心理活动过程（感知觉、学习、记忆遗忘）、个性、需要与动机、态度、社会阶层、文化、家庭、参照群体等相关概念，以及马斯洛需求层次理论、学习理论、家庭生命周期理论等核心理论。 2. 使学生掌握消费者行为学的基本方法与技能，包括设计消费者态度测量量表（如李克特量表）、生活方式测量表（如AIO量表），运用科尔曼地位指数法等测量社会阶层，以及结合消费者资源特征预测消费趋势的方法。 3. 培养学生运用所学理论与方法分析实际问题的能力，能够结合理论分析消费者行为特征（如感知觉特征、购后满意/不满意表现）、企业营销实践（如参照群体效应应用、中国文化要素营销）及社群消费现象，掌握消费者购买决策各阶段的分析逻辑。 4. 提升学生从事市场营销相关工作的职业能力，使其具备运用消费者行为研究成果开展营销策划、营销管理，进行消费者动机研究、个性与动机市场细分，以及基于消费者行为分析制定营销策略的技能。 5. 增强学生的文化自信（结合中国文化要素营销引发消费热潮的案例），同时培育其作为营销从业者诚实守信、友善的职业素养，助力形成消费者研究与市场研究思维，为后续营销相关课程学习奠定基础。

表 7.23 《电子商务法律法规》课程主要教学内容与要求

课程名称：《电子商务法律法规》		学分：2	学时：32 理论：32 实践：0
课程目标	课程目标 1：扎实电子商务法律法规理论知识，培养学生的电子商务和信息政策法律意识； 课程目标 2：能够运用所学理论和电子商务法律法规分析和解决电子商务实践中各种问题的能力，培养法律思维和专业思辨能力； 课程目标 3：能够养成密切关注电子商务法律法规相关知识的习惯，将来在从事电子商务相关工作时做到法律自觉。		

主要内容	第一单元 概论 (1) 电子商务的界定 (2) 电子商务法概述 第二单元 电子商务法主体的法律法规 (1) 电子商务法律主体 (2) 电子商务经营主体的市场准入 (3) 平台经营者的法律规范 第四单元 电子支付的法律制度 (1) 电子支付概述 (2) 电子货币的法律制度 (3) 电子支付服务提供者的法律规范 第五单元 快递物流的法律法规 (1) 物流法律法规基础 (2) 使用快递物流方式交付商品的法律规范 第六单元 知识产权保护的法律法规 (1) 电子商务知识产权概述 (2) 著作权的法律保护 (3) 专利权的法律保护 (4) 平台经营者知识产权保护 第七单元 消费者权益保护的法律法规 (1) 电子商务的消费者权益保护 (2) 电子商务经营者的义务 (3) 电子商务平台经营者的义务 第八单元 安全交易的法律法规 (1) 电子商务安全概述 (2) 网络安全与交易安全的保障义务 第九单元 税收的法律法规 (1) 税收与税法概述 (2) 电子商务税收的法律规定 第十单元 争议解决的法律法规 (1) 电子商务争议解决机制 (2) 电子商务争议解决方式 第十一单元 电子商务的法律责任 (1) 电子商务的民事责任 (2) 电子商务的行政责任 (3) 电子商务的刑事责任
教学要求	1. 掌握电子商务概念的界定、基本构成要素、特点。 2. 电子商务法的概念、特征、调整对象、调整范围、基本原则。 3. 电子商务法与相关法律法规的关系。 4. 掌握电子合同的概念、特征和类型、电子合同的订立程序和电子合同生效要件。 5. 了解电子合同与传统合同的区别、电子合同要约和要约邀请的区别、电子合同的履行过程。 6. 掌握电子支付的概念、认识电子支付与电子商务的关系、领悟电子支付规制的必要性、了解电子支付相关法律衔接。 7. 理解电子货币的定义、认识电子货币的种类、了解数字货币、认识央行数字货币、明确电子货币的法律问题。 8. 认识电子支付服务提供者的告知义务、明确电子支付服务提供者的各项义务。 9. 掌握物流的含义、明确物流法律关系、厘清物流法律关系的发生、变更和终止。 10. 认识快递物流服务提供者的义务和规范、认识符合承诺服务规范义务、明确提示查验义务、认识快递物流服务末端递送规范、了解快递物流绿色包装义务、明确代收货款服务。 11. 掌握电子商务著作权、商标权、专利权的法律保护。 12. 了解知识产权的概念、特征种类，认识平台经营者建立知识产权保护规则义务、认识平台经营者知识产权治理措施、明确平台经营者知识产权侵权责任、了解平台经营者知识产权侵权的行政处罚。 13. 掌握消费者的定义、了解消费者权益。 14. 熟悉消费者权益保护法、认识消费者权益保护机构、明确消费者保护的法律责任。 15. 掌握电子商务安全的法律规定，了解电子安全法的内容，电子商务安全

	的监督管理机构。 16. 掌握违反电子商务安全法的民事责任、行政责任和刑事责任。 17. 掌握税收的含义、理解税收的作用、认识税法的含义、明确税法的构成要素。 18. 明确电子商务经营者的纳税义务、电子商务经营者的税收监管、电子商务的税收优惠、电子商务经营者提供发票义务。 19. 掌握商品或服务质量担保机制、了解消费者权益保证金机制、认识先行赔偿责任机制、了解投诉举报机制、认识争议在线解决机制。 20. 认识协商和解的争议解决方式、调解的争议解决方式、投诉的争议解决方式、仲裁的争议解决方式、诉讼的争议解决方式。 21. 掌握民事责任、明确民法在电子商务中的适用、了解电子商务中的民事违法行为、熟知承担民事责任的方式。 22. 掌握行政责任、明确行政法在电子商务中的适用、了解电子商务中的行政违法行为、熟知承担行政责任的方式。
--	---

表 7.24 《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 7.25 《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 7.26 《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、生成策划方案和制作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 7.27 《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	第一单元 AIGC 概述（1）AIGC 的定义、发展与应用领域；AIGC 技术原理简介（生成式 AI、大语言模型等）；（3）AIGC 在电商中的价值与前景 第二单元 文本生成技术与应用（1）文本生成工具（如 ChatGPT、文心一言等）的基本操作；（2）电商场景下的文案生成：商品描述、广告语、客服话术等；（3）内容优化与风格控制 第三单元 图像生成技术与应用（1）图像生成工具（如即梦 AI、豆包、MidJourney 等）的基本操作；（2）商品图像生成与美化；（3）海报设计与视觉营销素材制作 第四单元 音视频与多模态生成技术（1）音频类 AIGC 工具介绍与应用场景；（2）视频生成与编辑工具简介；（3）电商短视频生成与广告制作；（4）多模态内容（图文、音视频结合）的生成与整合 第五单元 综合实训与成果展示（1）分组完成一个电商 AIGC 项目（如新品推广 campaign）；（2）成果展示与互评；（3）课程总结与未来学习建议		
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 7.28 《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	第一单元认识电子商务 (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 第二单元电子商务发展趋势 (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 第三单元农村电子商务 (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 第四单元跨境电子商务 (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 第五单元移动电子商务与 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 第六单元生鲜电商 (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 第七单元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 第八单元“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 7.29 《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 7.30 《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 1 Word 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 2 Excel 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 3 PowerPoint 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 7.31 《国际贸易实务》课程主要教学内容与要求

课程名称:《国际贸易理论与实务》		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 7.32 《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 7.33 《互联网产品设计与开发》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知识，理解用户体验要素，能描述产品的基本思维。 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：互联网产品设计与工具应用：（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 7.34 《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 7.35 《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 7.36 《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 7.37 《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 7.38 《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：20
课程目标	入学教育是面向电子商务类专业大一新生开设的专业必修课。课程的教学目的是解决学生“电子商务是什么、电子商务专业学什么、毕业能干啥、怎么学”等疑惑，正确认识电商和电商专业，从而激发专业学习兴趣，规划专业课程学习，明确未来职业方向。通过该环节集中实践教学，实现以下目标。 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 7.39 《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 7.40 《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 7.41 《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： 0 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。		

(三) 课程设置及授课进程表（见附表）

七、实施保障

(一) 师资队伍

本专业专任教师 20 人，专任教师与该专业全日制在校生人数之比为 1：10；“双师型”教师 13 人，占专任教师比为 65%；兼职教师 1 人，主要来自互联网行业企业。专任师资情况如下表：

表 8 电子商务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	魏民	1993. 08	助教	研究生	硕士	否
15	朱森森	1995. 06	助教	研究生	硕士	否
16	周志远	1996. 04	助教	研究生	硕士	否
17	史赛华	1996. 01	助教	研究生	硕士	否
18	王倩妮	1999. 04	助教	研究生	硕士	否
19	梁言	1996. 03	助教	研究生	硕士	否
20	卢瑞娜	1996. 10	助教	研究生	硕士	否

（二）教学设施

表 9 电子商务专业校内实验（实训）场所一览表

序号	实验室名称	主要仪器设备	面积 (m²)	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、电子商务综合实训、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、电子商务综合实训、电子商务数据分析实训等

表 10 电子商务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	郑州据比科技有限	网络直播、短视频等新	8

	实践教育基地	公司	媒体运营	
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：教材资源结合实际具体提出，应能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。严格执行国家和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。各课程教材由课任教师根据学院相关规定提出选用意见，经教研室同意后，报系审定、教务处审批，由学院教务处统一征订。专业核心课程具体如下：

表 11 电子商务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
网络经济学	网络经济学(第三版)	高等教育出版社	
电子商务数据库技术	数据库原理及应用——SQL Server 2012(第3版·微课视频版)	清华大学出版社	
电子商务视觉设计	电子商务视觉设计(第3版)	人民邮电出版社	“十四五”职业教育国家规划教材

计	版 全彩慕课版) (Photoshop CC+AIGC)		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	
跨境电商	跨境电商基础与实务(微课版)	人民邮电出版社	
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	
新媒体实务	新媒体实务(AIGC 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，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、行动导向等多种形式的“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的方式进行评价考核。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 127 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：史赛华

（二）方案审核人：叶宝银

附件：

电子商务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	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
	综合英语 I	06101132	32	32		2	2	2		2						1	外语
	综合英语 II	06101232	32	32		2	2	2			2					1	外语
	英语听说 I	06102132	32	32		2	2	2		2						2	外语
	英语听说 II	06102232	32	32		2	2	2			2					2	外语
	应用数学基础 I	12100133	48	48		3	3	3		3						1	数信
	应用数学基础 II	12100233	48	48		3	3	3			3					1	数信
	人工智能通识	05100132	32	16	16	2	2	1	1		2					2	信工
	大学语文	07100332	32	32		2	2	2		2						2	文法
	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		624	528	96		35	31	4	19.5	14	0.5	5	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									
	小计（限定至少选修4学分）		64	64	0		4	4									
	合计		688	592	96		39	35	4	19.5	14	0.5	5	0	0		
专业基础课	管理学	03120023	48	48		3	3	3			3					2	管理
	市场营销学	04110113	48	32	16	3	3	2	1		3					2	商学
	基础会计	02105022	32	32		2	2	2				2				2	会计
	西方经济学	01150123	48	48		3	3	3			3					2	金贸
	合计		176	160	16		11	10	1	0	9	2	0	0	0		
	电子商务视觉设计	04110813	48		48	3	3		3			3				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		
专业核心课	必修	▲电子商务概论	04110713	48	32	16	3	3	2	1		3				1	商学
		网络营销	04162513	48	32	16	3	3	2	1			3			1	商学
		电子商务数据库技术	04190312	48	16	32	3	3	1	2			3			2	商学
		网页与网站设计	04114313	48		48	3	3		3				3		2	商学
		跨境电商概论	04164312	32	16	16	2	2	1	1			2			1	商学
		网店经营与管理	04110912	32		32	2	2		2				2		2	商学
		新媒体实务	04194112	32		32	2	2		2				2		1	商学
	合计			336	96	240		21	6	15	0	3	11	7	0	0	
专业课	必修	网络经济学	04166112	32	32		2	2	2				2			1	商学
		商品摄影	04190512	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
		视频制作	04103712	32		32	2	2		2				2		2	商学
		商务数据分析	04163712	32		32	2	2		2				2		2	商学
		跨境电商运营与管理	04103413	48		48	3	3		3				3		2	商学
		市场调研	04100713	48	32	16	3	3	2	1				3		1	商学
		★电子商务综合实训	04191114	64		64	4	4		4					4	1	商学
		Python程序设计	04193312	32		32	2	2		2				2		2	商学
		消费者行为学	04117012	32	32		2	2	2				2			2	商学
		小计		384	120	264		24	7.5	16.5	0	0	11	9	4	0	
	选修	电子商务法律法规	04147412	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
		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
		AIGC应用实践	04193912	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
		网络客户服务实务	04161112	32	16	16	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
		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
		互联网产品开发与设计	04194012	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
		短视频与直播运营	04193212	32		32	2	2		2					2	2	商学
		小计（至少选修16学分）		256	112	144		16	7	9							
	合计			1840	1080	760		111	65.5	45.5	19.5	26	24.5	21	4	0	
集	劳动实践	29100331	80		80		1		1	第1学年						2	学发

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		
中实践 教学环节	必修	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				2520	1080	1440		127	65.5	61.5	19.5	26	24.5	21	4	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▲。