邵阳职业技术学院
Shaoyang Polytechnic

2021 级 电子商务 专业

三年制高职人才培养方案

2021 年 6 月

一、专业名称（专业代码）

专业名称：　电子商务

专业代码：　530701

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业生及具有同等学力者

三、修业年限

基本修业年限为 3 年，可以根据学生需求，合理、弹性安排学习时间，原则上为 3-6 年。

四、职业面向

（一）本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 职业面向表

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）	主要岗位类别或技术领域举例			职业技能等级证书或职业资格证书举例
				初始岗位	发展岗位	迁移岗位	
财经商贸大类（53）	电子商务类（5307）	批发业（51）；零售业（52）；互联网和相关服务（64）	销售人员（4-01-02）商务咨询服务人员（4-07-02）	客服、视觉设计、营销推广、运营管理	客服经理、视觉设计经理、营销推广经理、运营管理经理	SEO/SEM 专员	1+X 网店运营推广 1+X 跨境电商 B2B 1+X 网络直播

（二）本专业典型工作任务表如表 2 所示。

表 2：典型工作任务表

序号	职业岗位	典型工作任务
1	网络客服	1、使负责网店咨询导购，理解客户需求，与客户对接，在线解答客户疑问，引导客户达成店面下单；。 2、负责跟进订单的下单及异常情况处理，确认订单信息完

		整准确。 3、操作内部系统做每日店铺销售单、退货单。
2	网店美工	1.判断客户需求，提供完整的设计解决方案，独立完成创意设计 2.负责网店的设计、改版、更新； 3.负责网店产品的界面进行设计、编辑、美化等工作； 4.负责详情页制作，海报制作，店铺日常和大促首页的制作；
3	网络推广	1、负责电商平台站内、站外推广，制定各推广渠道投放计划及推广KPI； 2、负责产品在电商平台的广告投放，合理指定投放预期，把控投放节奏； 2.针对运营每个时间段的营销推广策略进行修改调整； 3.制定推广计划与方案，对ROI的投入产出比负责； 4、定期对店铺及产品访问量、收藏量、成交量、转化率等数据进行数据分析总结； 5、时常关注同行推广动向，采集并分析他们的数据、走势。研究竞争对手的优化策略、关键词排名技术和成功案例，提出具有竞争力的应对方案和优化策略并实施。
4	网店运营	1、天猫、京东、自有商城等店铺运营管理工作，对成交目标负责； 2、制定运营、推广计划，把控运营节奏、监控运营数据； 3、制定商品的上新计划、以及商品选品、商品采购管理； 4、对接平台小二沟通活动资源，策划并执行营销活动方案； 5、平台广告投放，熟悉平台的推广工具，对投入产出比负责； 6、分析行业市场、竞争对手信息，结合店铺运营数据，不

		断优化运营策略；
5	渠道推广	1.负责公司产品合作渠道的开发、引入； 2.了解淘宝、天猫店铺的各个营运环节、规则及各项操作流程； 3.负责公司官网、公众号、小红书、微博、抖音、B站等渠道的文案策划，内容输出； 4.制定新媒体应用推广策略和规划； 5.通过组织、策划线上推广活动等各种形式对合作渠道进行运营维护和营销推动，提高转化率。
6	产品运营	1、熟悉供应商开发和管理流程，能开始优质供应商资源。 2、熟悉产品知识、产品特性、生产工艺、生产流程。 3、能独自进行产品成本核算，有较强的成本分析能力。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，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；掌握本专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业的销售人员、商务咨询服务人员等职业群，能够从事营销推广、运营管理、客户服务工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

由素质、知识、能力三个方面的要求组成。

1、素质

(1)坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，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)尊崇宪法、遵纪守法、遵德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

(3)具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神和创新思维。

(4)勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

(5)具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。

(6)具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

2、知识

(1)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；

(2)熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付 与安全等相关知识；

(3)掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论 以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；

(4)掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；

(5)掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；

(6)掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；

(7)掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理 的相关知识；

(8)掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务 平台和新媒体运营与管理的方法；

(9)掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知 识。

3、能力

(1)具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

(2)具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

(3)具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据 思维、交互思维、互联网思维能力；

(4)能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数 据分析等；

(5)能够根据摄影色彩、构图策略，进行创意拍摄，制作突出商品 卖点的商品照片，能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度；

(6)具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网 站内容更新、策划与制作；

(7)具备网店设计与装修的能力，能够根据产品页面需求，进行页 面设计、布局、美化和制作；

(8)能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策 划、实施和

效果评估与优化；

(9)能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理；

(10)能够根据运营目标，采集电子商务平台数据，并依据店铺、 产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测；

(11)能够正确进行网络营销，应对客户咨询、异议、处理客户投 诉，进行客户个性化服务等；

(12)能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺 的运营与管理。

六、课程设置及要求

(一)课程设置

主要有思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、计算机应用基础、体育与健康、心理健康教育、入学、安全、劳动教育、军事理论及军事训练、大学英语、创新创业教育、创业基础（SIYB)、职业生涯规划与就业指导、劳动实践等 13 门课程，42 学分。各课程目标、主要内容和教学要求如下：

1、公共基础课

（1）思想道德与法治

本课程共 48 学时，3 学分，第 1 学期开设。

素质目标：养成积极进取的人生态度；坚定马克思主义理论信念和中国特色社会主义共同理想；增强学生爱国情怀、使命担当，成为坚定的爱国者；增强学生“四个自信”，对民族、国家的认同感、责任感、使命感，坚定正确的政治方向，成为社会主义核心价值观的坚定信仰者、积极传播者、模范践行者；提高学生的理论水平、思想素质、道德品质、法律素养。

知识目标：理解新时代的基本内涵及新时代人才标准；掌握世界观、人生观和价值观的基本理论知识；掌握中国精神的基本内涵、时代价值；了解爱国主义和改革创新的基本要求，厘清个人与社会、个人与国家的关系；掌握社会主义核心价值的基本内涵和基本要求；了解中华民族传统美德、社会主义基本道德规范、职业道德规范、家庭美德和社会公德；领会社会主义法律精神，明确社会主义法律规范。

能力目标：能正确掌握人生方向、处理理想与现实的关系；能够自主学习时事理论，合作探究理论热点问题；能够把道德理论知识内化为自觉意识，不断提高践行道德规范的能力；能够运用与日常生活密切联系的法律知识，提高维护自身权益的能力。

主要内容：进行社会主义思想道德教育和法治教育，帮助学生提升思想道德素质和法治素养，解决成长成才过程中遇到的实际问题。

教学要求：本课程针对大学生入学后在成长成才过程中所遇到的思想困惑、法律疑问，以问题为导向，将理论与实践相结合，引导同学们去观察、思考、选择。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%

（2）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

本课程共 68 学时，4 学分，第 2 学期开设。

课程目标：本课程以马克思主义中国化为主线，集中讲授马克思主义中国化理论成果，坚定学生对马克思主义的信仰、社会主义的信念、中国共产党的信任，树立正确的历史观点、世界视野、国情意识和问题意识，增强分析问题、解决问题的能力。

主要内容：以马克思主义中国化为主线，集中阐述马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。重点是全面把握习近平新时代中国特色社会主义思想。

教学要求：理论教学：使学生对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加深刻的认识；对中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻的理解。实践教学：采取教师辅导和学生社会实践相结合的形式，以学生为主，可以结合学生毕业实习、团委的社会调查项目等进行社会实践。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%

（3）形势与政策

本课程共 40 学时，1 学分，第 1-5 学期开设。

素质目标:通过了解和正确认识经济全球化形势下实现中国特色社会主义现代化的艰巨性和重要性，引导学生树立科学的社会政治理想、道德理想、职业理想和

生活理想，增强学生振兴中华和实现中华民族伟大复兴的信心信念和历史责任感以及国家大局观念，全面拓展能力，提高综合素质，塑造有理想、有道德、有文化、有纪律的当代大学生。

知识目标:根据每学期形势与政策课程的教学知识要点、结合国家政策出台的相关背景，当前和今后各时期的国际和国内形势，对学生进行马克思主义教育，帮助学生熟悉和了解马克思主义的立场、观点和方法，掌据政治、经济、文化、历史以及社会等多领域的知识和信息，从而开拓视野、构建科学合理的知识结构。

能力目标:通过对国内外形势和国家大政方针的学习和研讨，使大学生能够理清社会形势和正确领会党的路线方针政策精神，培养学生逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力，以及对职业角色和社会角色的把握能力，提高学生的理性思维能力和社会适应能力。

主要内容：本课程主要包括疫情防控专题、全面从严治党形势与政策的专题、我国经济社会发展形势与政策的专题、港澳台工作形势与政策的专题、国际形势与政策专题等五大板块主要内容。

教学要求：教学坚持以马克思主义立场、观点和方法，结合中华民族发展史、中国共产党史、中华人民共和国史、改革开放史和世界社会主义发展史，结合大学生思想实际，科学分析当前形势与政策，坚决拥护党的领导，加强对中国特色社会主义制度的认识进而坚定“四个自信”，准确阐释习近平新时代中国特色社会主义思想。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%

（4）计算机应用基础

本课程共 64 学时，4 学分，第 1 学期开设。

素质目标：培养学生规矩、规范和网络安全意识，具备良好信息素养、爱国诚信、精益求精和积极向上的优良品质及良好的团队协作精神与交流沟通能力。

知识目标: 了解计算机的基本知识，掌握计算机系统的基本操作，掌握Word文字处理软件、Excel电子表格软件、PowerPoint演示文稿软件等Office2010 各组件

的操作方法和操作技巧。

能力目标：培养学生自主探究学习和实践创新能力；具备网络信息收集及处理和网络应用的基本能力；具备文档的编辑排版、EXCEL数据处理和演示文稿的制作汇报能力。

主要内容：计算机基础知识、计算机网络应用、WORD文字处理、EXCEL数据处理、PPT演示文档制作等内容。

教学要求：教师应选择生产、生活中的典型案例，采用“理论+实践”的教学模式和线上线下相结合的混合式教学模式。采取项目情境教学、任务驱动等方法组织教学。采用“过程考核+模块项目考核”的方式评定成绩。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%

（5）体育与健康

本课程共 108 学时，8 学分，第 1-4 学期开设。

素质目标：通过体育活动改善心理状态、克服心理障碍，养成积极乐观的生活态度。促进身心和谐发展、思想品德教育、文化科学教育、生活与体育技能教育于身体活动

知识目标：熟练掌握 2 项以上健身运动的基本方法和技能；掌握常见运动创伤及心肺复苏的处理方法。

能力目标：培养大学生的爱国主义和集体主义意识，养成正确的审美观，树立正确的体育道德观，形成团结合作，勇于拼搏的思想品质。养成良好的行为习惯，形成健康的生活方式；具有健康的体魄。

主要内容：本课程根据大学生职业特性，体育选项课：田径、篮球、足球、排球、网球、乒乓球、羽毛球、健美操、太极拳、体育舞蹈、跆拳道、散打等多个体育项目中，选择与大学生专业相联系的运动项目进行教学，切实激发学生的体育运动兴趣，增强学生的运动积极性，提高学生的终身体育意识，预防职业病。体育保健课：保健按摩、运动损伤预防和治疗。体能训练课：跑、跳、投、爬、拉伸等身

体素质练习。

教学要求：课程教学主要采取讲练式教学、模拟式教学、分组练习教学、多媒体教学法等多种教学手段，以网络资源与现场练习相结合的方式，简化教学重难点，易于学生学习掌握运动技能，从而激发学生的运动热情。坚持理论联系实际的原则，合理安排体育理论和基础实践课，选项实践课的时数比例，使学生掌握体育的基本理论知识，建立正确的体育观念，养成良好的体育锻炼习惯，树立“终身体育”的思想。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 30%，终结性评价占 70%。

（6）心理健康教育

本课程共 32 学时，2 学分，第 2 学期开设。

素质目标：具备人文底蕴、学会学习、健康生活、责任担当等素质。

知识目标：了解自身心理发展特点，学会学习，熟悉正确认识挫折失败、生命教育、正确恋爱观交友观等？

能力目标：提升学生的独立思考、管理情绪、有效处理人际关系、社会适应、自我成就提升等能力；培养自省、自尊、自信、自律、自强，促进身心全面发展。

主要内容：本课程集知识传授、心理体验与行为训练为一体，教学内容包括心理健康的含义与标准、大学生生涯发展、自我意识、人格发展、学习心理、人际交往、恋爱与性心理、情绪管理、压力与挫折应对、常见精神障碍的求助与防治、生命教育与心理危机应对 11 个模块。主要是让大一新生树立健康观念，能够自主的调整心理状态，维护自身的心理健康。

教学要求：课程内容紧贴大学生生活实际，通过案例教学、课堂活动和体验、社会实践等方式提升大学生心理素质。采用课堂讲授的方式，通过案例讲解定义、概念、理论等知识，其间应注重师生互动，或穿插些心理测试的量表以吸引学生兴趣。采用讨论式教学法探索开放性问题，教师提出需讨论的问题后，由学生采用分组讨论形式进行思考、探索和解答。采用团体心理素质训练或拓展的游戏帮助学生从小活动中发现问题，解决问题。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 70%，终结性评价占

30%。

（7）入学、安全、劳动教育

本课程共 20 学时，1 学分，第 1-4 学期开设，每学期 4 个学时,其中劳动精神、劳模精神和工匠精神专题不少于 16 学时，入学和安全教育 4 学时。

素质目标：通过入学、劳动、安全教育，使学生牢固树立劳动最光荣、最崇高、最伟大、最美丽的观念；培养勤俭、奋斗、创新、风险的劳动精神。

知识目标：掌握各项力所能及的劳动的基本知识与技能，体会劳动创造美好生活，热爱劳动，尊重普通劳动者。

能力目标：具备满足生存发展需要的基本劳动能力，形成良好劳动习惯。

主要内容：本课程包括大学生入学安全教育；生活安全教育、防火知识、消防安全、物品保管、财产安全、珍惜生命、人身安全、集体劳动等方面的内容。

教学要求：本课程通过入学教育、专题讲座、安全分析、课程教育、日常教育等多种途径和形式开展安全、劳动教育课程。按照教学安排确定的劳动实践活动。注意为学生提供直接经验，拓宽学生视野并善于利用发生的事故警示教育学生。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%

（8）军事理论及军事技能

本课程共 148 学时，4 学分，第 1 学期开设。其中《军事理论 36 学时，记 2 学分，《军事技能》训练时间 15 天，112 学时，记 2 学分。

素质目标：弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

知识目标：让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能。

能力目标：增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识。

主要内容：课程由《军事理论》《军事技能》两部分组成。《军事理论》教学主要内容为中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等五章节；《军事技能》训练主要内容为共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用等四章节。

教学要求：本门课程教学区别于其他课程，有特定的教学大纲和课程标准，通常列入第一学期教学计划，按《大纲》要求和部队条令条例施教（训）和考核。通常采取线下课堂教学与线上慕课、视频教学相结合，要求学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，提高综合国防素质。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（9）大学英语

本课程共 132 学时，8 学分，第 1-2 学期开设。

知识目标：了解大学英语发展趋势以及掌握各情景中重点词汇、短语、交际用语和语法； 了解阅读材料的背景知识；理解短篇会话及课文的主旨大意，完成预设听、说、读、写、译的任务； 掌握各单元中重、难点知识。

能力目标：根据每个情景要求能进行听、说、读、写、译的训练； 能综合运用英语，提高听、说、读、写、译的技能，满足工作需要；能掌握一定的学习方法、会自主学习，具有总结、归纳、分析和解决问题的能力；具有良好的心理素质和克服困难的能力；具有良好的人际沟通交流能力。

素质目标：认识到英语学习的重要性，拥有学习英语的兴趣和信心，养成自主学习的能力和学习策略，发挥创造潜能，增强跨文化意识； 具有良好的心理品质以及以交际能力为核心的英语语言运用素质；根据学习环境，具有扩大知识面的意识，建构自己的自主学习模式，最大限度地发展和完善自己，使英语学习为自己的全面发展服务。

主要内容：本课程包括教学主题相关的短剧视频；阅读材料中的关键词语和句型；生活、工作主题的语言和背景知识；中西方文化知识及中国主要传统文化的英文表达；翻译实践；写作实践等主要内容。

教学要求：通过本课程的学习，高职学生系统掌握英语听、说、读、写的基础知识与技能，激发学生兴趣，锻炼学生在生活、学习以及职业岗位中所需要的基本英语技能，让学生掌握一定英语基础知识的同时，着重培养学生真实工作过程中所

需要的英语听说技能，培养学生运用英语进行交际的能力，运用英语处理职场的相关业务能力。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（10）创新创业教育

本课程共 16 学时，1 学分，第 4 学期开设。

素质目标：具备良好的锻炼创业能力、培育创新意识、培养创业精神。

知识目标：掌握创业知识、了解创新创业必备的知识。

能力目标：合理进行个人职业发展规划；具备创业者的基本素质与能力，做好创业准备。

主要内容：创业与创业精神，创业者与创业团队、创业资源、创业机会的识别与评价，商业模式设计与创新，创业风险的识别与防范，创业计划，新企业的创办与管理。

教学要求：通过运用模拟软件等方式，努力将相关教学过程情境化，使学生更真实地学习知识、了解原理、掌握规律。通过在校内组织开展创新创业项目设计、创新创业计划大赛以及创业社团活动，通过在校外组织开展创业者访谈、创业项目考察、企业创办等活动，将课堂知识与创业实践紧密结合起来，培养学生在实践中运用所学知识发现问题和解决实际问题的创业能力。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（11）职业生涯规划与就业指导

本课程共 32 学时，2 学分，第 5 学期开设

素质目标：树立正确的职业观念，学会奋斗精神，形成主动选择意识、个人生涯发展和就业的责任意识，具备职业素质和基本职业规范。。

知识目标：了解职业生涯规划基本理论知识、当前就业形势和企业招聘需求，熟悉未来的职业发展趋势，掌握职业规划与调整的技能，学会就业权益保护。

能力目标：能够对自我有准确的认识和定位，能够掌握职业生涯访谈技巧，根

据社会需要和自身特点进行职业生涯规划，完成职业规划生涯书、能制作专属简历。

主要内容：本课程主要教学内容分了解职业、了解职业能力、剖析职业性格、探索职业兴趣、澄清职业价值观、职业生涯决策与规划六部分，介绍职业特点、发展趋势，帮助学生完成对自我职业能力、性格、兴趣、价值观的探索，并教授学生生涯决策和生涯规划的基本方法。了解求职准备、就业指导、择业指导、职业适应与发展、权益保护五个部分，介绍就业相关形势与政策，教授就业过程中所需要的信息检索、求职材料制作投递、应聘面试等知识技巧，并以职业规范、职业道德、企业文化为突破口，促进学生向职场人的角色转换。

教学要求：依据教学内容安排，自我职业认知及职业生涯规划、求职准备、就业指导、职场适应是本课程的教学重点，职业生涯决策技术、面试策划是教学难点，为了促进学生更好地掌握教学重点，理解教学难点，教师可采用在线平台进行课前理论知识预习、案例分析讨论、课堂头脑风暴、现场测评、社会调研等方法实施教学。

（12）创业基础（SIYB）

本课程共 32 学时，2 学分，第 3 学期开设。

素质目标：主动适应国家经济社会发展需要的责任意识，正确理解创业与职业生涯发展的关系，具有创新创业热情，树立科学的创业观。

知识目标：掌握开展创业活动所需要的基本知识，理解创新的基本方法。掌握创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目等内容的基本特点和内涵。

能力目标：能运用创新的方法，能组建创业团队，能选择创业项目选择和资源，能分析并创新商业模式，能撰写商业计划书，能参加商业路演，能实现一段创业实践经验。

主要内容：本课程包括创业准备、把握创业机会、组建创业团队、创业资源整合、商业模式设计与创新、制定商业计划书、创业风险识别与管控、新企业创办与管理等八个方面的内容。

教学要求：按照教学内容安排，本课程的教学重点为把握创业机会、组建创业

团队、创业资源整合、商业模式设计与创新、制定商业计划书、创业风险识别与管控，教学难点为商业计划书的撰写。教师可通过理论讲授、案例分析、分组讨论、任务驱动、演示、实操、体验、启发引导、头脑风暴、创业竞赛活动等教学方法促进教学重难点的理解与掌握。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%

（13）劳动实践

寒假期间开设。

素质目标：养成勤俭、负责、守纪的劳动品质，形成良好的劳动习惯；形成良好的合作和交流的氛围，养成诚实、负责、进取、热爱生活的精神品质；培养不怕挫折、勇于创新的精神。

知识目标：使学生获得必需的有关材料、工具等基本知识；学会加工、制作、表达的基本技能，重视技术活动中的操作规范；认识技术与科学、社会的关系；了解技术的一些基本要素和核心概念。

能力目标：培养学生的创新能力和实践能力，帮助学生掌握基本生活和劳动技能。

主要内容：参与社区服务、清洁卫生、植树、拔草等。

教学要求：要求学生认真体验劳动生活，理解新时代劳动教育的新思想。根据学生提供的实践日志、实践总结等进行评价。

（二）公共选修课

主要有书法、普通话、应用文写作、文学鉴赏、艺术鉴赏、中华优秀传统文化、中国共产党史、剪纸、足球、投资与理财、人力资源管理、现代企业管理、音乐等 13 门课程，学生可任选 6 门，计 6 学分。各课程目标、主要内容和教学要求如下：

（1）书法

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标：培养学生踏实、勤劳、乐于动手，认真细致、专注、吃苦耐劳的良好意志品质和懂得欣赏中华优秀传统文化的精神。

知识目标：通过教学，积累学生钢笔书写的基本知识，掌握基本技法和书写技巧，培养作品创作意识。

能力目标：通过教学，提高学生书写汉字的水平，增强作品创作、作品欣赏的能力。

主要内容：包括中国古代书法史概述，书法基础训练，中国古代书法欣赏及临摹，中外现代书法欣赏及临摹。

教学要求：注意结合例证及作品分析，把《书法艺术》与《中国古代书法史图录简编》结合起来阅读，熟悉著名碑贴的风格特点。临写练习要求：临写练习分为一般性临写与重点临写两个方面。凡讲授的各种书体技法，都应进行一般性练习，以了解运笔方法、点画特点、结构原则等。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（2）普通话

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标： 树立使用标准语言的信念，勇于表达、善于表达，使学习与训练普通话成为内心的需求和自觉的行为。

知识目标：掌握普通话语音基本理论和普通话声、韵、调、音变的发音要领。

能力目标：具有较强的方音辨别能力和自我语音辩正能力，能用标准或比较标准的普通话进行职场口语交际。

主要内容：在了解普通话和普通话水平测试的基础上逐步进行字词音读训练、短文朗读训练、命题说话训练和模拟测试。

教学要求：本课程的教学重点是“字词音读训练”，难点是“命题说话训练”。对于“字词音读训练”，教师通过讲授示范和课堂口语实践的方式对基础知识精心讲解，并配合课堂练习，及时发现问题、解决问题。在“命题说话训练”上，教师根据测试的范围结合学生所学专业职业环境进行教学，易于激发学习兴趣，便于理论联系实际，做到学以致用。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（3）应用文写作

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标：培养学生良好的职业道德素质和社会适应力；具备良好的职业道德素质和社会适应力。

知识目标：了解应用文写作的材料搜集方法和写作规律，掌握各类应用文写作的基本格式、写作要求。

能力目标：能撰写主题明确、材料准确翔实、结构完整恰当、表达通顺合理的实用文书；掌握行政公文的格式，能根据具体材料撰写相关的通知、通报、请示、报告和函等常用公文。

主要内容：本课程依据各专业的培养目标与方案，通过对职业工作过程所需的主要职业能力进行分析，确定课程模块由八个项目，17 个任务组成，具体内容包括：应用文概述、求职、事务、策划、礼仪、公文、洽谈、科研等。

教学要求：本课程主要采取讲授法、讨论法、案例法、多媒体演示法、角色扮演等教学法，以课堂讲授为主。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（4）文学鉴赏

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标：学生具有一定的文化底蕴；具有一定的探究能力，拓宽学生知识面。

知识目标：初步了解中国文学史发展历程，掌握中外文学史常识；掌握代表性作品的题材与主题等；理解文学的社会作用；注意用现代意识，创造性地鉴赏传统文学作品。

能力目标：掌握文学欣赏的基本方法；掌握不同文学体裁的特征。

主要内容：主要教授应用文写作、文学素养、口才演讲。在学习过程中，培养爱国主义、健康的审美情趣，培养完善的个性，逐步形成积极的人生态度和正确的世界观、价值观。

教学要求：本课程采用授课方式采用教授与讨论相结合，指导与自学相结合、课堂学习与课外自学相结合。以案例教学法为主，运用讨论、启发等教学方法，激

发学生学习兴趣。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（5）艺术鉴赏

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标：提高艺术鉴赏水平，认识艺术鉴赏的主要功能和途径；陶冶道德情操，促进德、智、体、美全面发展；提高思想道德素质和文化素质，进一步提高爱国主义热情和民族自信。

知识目标：了解艺术鉴赏的基本内容及主要特征、建筑艺术鉴赏、雕塑的艺术特征、工艺美术鉴赏等内容。

能力目标：使学生具有较好的审美能力、能够对不同设计作品，作出富有个性的艺术鉴赏能力。

主要内容：主要教授艺术鉴赏的基本内容及主要特征、建筑艺术鉴赏、雕塑的艺术特征、工艺美术鉴赏；其宗旨是培养学生艺术感受与艺术鉴赏的能力，增强学生的文化艺术修养，提高学生基本的审美品质。

教学要求：本课程采用授课方式采用教授与讨论相结合，指导与自学相结合、课堂学习与课外自学相结合。以案例教学法为主，运用讨论、启发等教学方法，激发学生学习兴趣。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（6）中华优秀传统文化

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标：丰富大学生的精神世界，引导学生形成健康积极的人生观、价值观，提升文化品位和审美情操，提升大学生的文化自信，以理性的态度和务实的精神去传承和发展中华优秀传统文化。

知识目标：使学生了解中国传统哲学、宗教、建筑等文化精髓和相关理论基础知识，了解中华传统文化的发展脉络

能力目标：能吸收传统文化的智慧，能感悟传统文化的精神内涵，培养学生对中国传统文化的热爱崇敬之情，增强学生的民族自尊心、自信心和自豪感。

主要内容：主要教授中国古诗文欣赏、诸子百家思想精华、散文漫步、诗词古韵、书法艺术、小说史话。

教学要求：本课程采用授课方式采用教授与讨论相结合，指导与自学相结合、课堂学习与课外自学相结合。以案例教学法为主，运用讨论、启发等教学方法，激发学生学习兴趣。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（7）中国共产党史

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标：使学生具有良好的政治素质、人文素质、科学素质和心理素质。

知识目标：对中国共产党党史有初步的了解，了解中国共产党党史中的一些重要事件。

能力目标：具有良好的终生学习能力、文字表达能力、语言表达能力以及社会工作能力、社会实践能力和人我关系协调能力。

教学内容：主要教授中国共产党的成立，国共合作与北伐战争，在抗日战争中发展壮大，改革开放的全面展开与治理、整顿，深化改革等内容。

教学要求：本课程采用授课方式采用教授与讨论相结合，指导与自学相结合、课堂学习与课外自学相结合。以案例教学法为主，运用讨论、启发等教学方法，激发学生学习兴趣。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（8）剪纸

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标：使学生了解和掌握剪纸的技巧，激发学生学习兴趣，曾强学生对剪纸的热爱，培养学生对剪纸活动的兴趣。

知识目标：了解剪纸的历史，知道剪纸的简单技法。

能力目标：能创造一些图案来表现自己的思想，能独立完成简单的剪纸作品。

教学内容：主要讲授剪纸的一般常识、情境图案的配置、人物剪纸的方法和学习简单的剪纸图案。

教学要求：本课程采用授课方式采用教授与讨论相结合，指导与自学相结合、课堂学习与课外自学相结合。以案例教学法为主，运用讨论、启发等教学方法，激发学生学习兴趣。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

(9)足球

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标：具备从事各项工作的基本能力，增强体质，培养终身锻炼的习惯，加强学生的合作意识，提高学生热爱运动的品质。

知识目标：熟练掌握足球运动的基本理论知识、技术和技能。

能力目标：能基本技术和技能，培养和提高学生训练的能力。

教学内容：主要讲授足球运动概述、足球运动竞赛与裁判工作、足球基本技术等知识。

教学要求：通过理论教学和足球运动，要求学生有较好的学习态度，懂得射门的技巧，教会学生足球比赛的规则。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

(10)投资与理财

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标：掌握常见的理财规划基本原理，树立科学理财观念，了解悉理财规划的基本操作规范，掌握与客户沟通的技巧。

知识目标：能够理解如何开展理财规划的基础工作，如何管理个人或家庭的财务。

能力目标：能够制定理财规划，具有良好的人际沟通能力及营销能力。

教学内容：主要讲授理财规划的基础工作、个人或家庭财务管理、投资规划、保险规划。

教学要求：本课程采用授课方式采用教授与讨论相结合，指导与自学相结合、课堂学习与课外自学相结合。以案例教学法为主，运用讨论、启发等教学方法，注

重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

(11)人力资源管理

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标：具有良好的职业道德和勇于创新、敬业乐业、精益求精的工作作风。

知识目标：了解人力资源管理的基本知识，知道如何对企业员工进行管理。

能力目标：具备运用课程的基本原理和方法处理人力资源管理常用业务的能力；具备较强的语言、文字表达能力，与人沟通合作的能力，组织协调工作的能力。

教学内容：主要教授各职务分析、人力资源战略规划、员工的选聘和录用、人力资源的绩效考评、人力资源培训与开发等。

教学要求：本课程采用现场教学、项目驱动教学、工作任务驱动教学、体验式教学等，注重学生的实际分析能力和解决问题的能力。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（12）现代企业管理

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标：具有诚实、守信、合作、敬业等良好品质，为提高综合运用专业知识技能奠定基础。

知识目标：了解和掌握现代企业的基本概念；掌握现代企业管理的基本原理、方法。能力目标：具有运用一定的企业管理理论和方法解决实际工作问题的能力；能够发现、分析店面日常管理中存在的问题，提出解决方案。

教学内容：主要教授现代企业管理认知、管理基础、现代企业制度、人力资源管理、生产管理、质量管理、市场营销、财务管理、企业文化等内容。

教学要求：本课程采用案例分析法、情境模拟法、课外实践法等多种教学方法组织教学，激发学生学习热情，增强学生分析问题和解决问题的能力。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其

中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（13）音乐

本课程共 16 学时，1 学分。

素质目标：养成健康向上的审美情趣，增强集体主义精神。

知识目标：了解音乐的表现手段、声乐、乐器、演奏类型等方面了解音乐的基本常识，在整体上做到对音乐的全面认识。

能力目标：培养学生音乐的欣赏能力；提高学生音乐审美能力。

教学内容：主要教授音乐的基本常识、音乐的表现手段、聆听各种音乐等内容。

教学要求：本课程采讲授为主。采用对比法、联系实际法、实践法等多种教学方法组织教学，启发学生的四位与想象，通过具体作品的音响赏析，直观而生动地让学生感知不同乐器门类的风格和特色。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

3、专业基础课

主要有管理学基础等 7 门课程，共 26 学分。各课程目标、主要内容和教学要求如下：

（1）管理学基础

本课程共 64 学时，4 学分，第 1 学期开设。

素质目标：培养学生具备良好的职业素养，使学生养成自觉地按照管理的原理、方法处理日常事务的习惯。

知识目标：培养学生掌握管理的基本知识和基本技能。

能力目标：培养学生具备初步分析工作生活中的管理现象和运用管理技巧解决问题的能力，培养团队精神和效率意识。

主要内容：管理者及其环境，计划，组织，领导，控制。

教学要求：教师应选择工作和生活中的典型案例，采用线上线下相结合的混合式教学模式。采取案例分析、情境模拟、任务驱动等方法组织教学。采用“过程考核+模块项目考核”的方式评定成绩。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式

进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（2）商务礼仪

本课程共 32 学时，2 学分，第 1 学期开设。

素质目标：培养学生商务礼仪修养，有助于学生在实际的商务交往活动中自然地体现教养，展现素质，树立良好的个人形象及组织形象。

知识目标：本课程系统地介绍各种现代商务礼仪，通过本课程的学习，使学生比较全面地掌握商务礼仪的基本概念、基本结构、基本知识，造就现代管理人才。

能力目标：使即将步入职场的大学生了解并掌握基本的商务活动礼仪，提高礼仪水准，使他们在商务场合中事事合乎礼仪，处处表现自如得体，从而提高个人的商务交往效率，以适应社会对大学生基本素质的要求，同时为后续课程的学习打下基础。

主要内容：课程共分为六大部分：商务礼仪概论、商务人员仪表礼仪、商务交际礼仪、商务办公礼仪、商务实务活动礼仪、涉外商务礼仪，涵盖了“大商务”礼仪的所有领域，知识结构完整。每一章由学习目标、案例导入、基本理论知识、每章小结、情境模拟训练组成，其间穿插大量案例和相关扩展资料，体例完整且具有很强实践性。

教学要求：课程采用项目分解式教学，强化商务礼仪各专项技能，将实践教学贯穿于整个培养过程，避免孤立、形式化地设置实践教学环节。以学生为主体的实践教学过程，特别是创新实验和综合实训（虚拟案例和模拟项目），能活跃学生的思维，发挥学生的学习主动性，创新思想。运用讨论、团队协作、相互评价等方式，采用案例分析与情景模拟等技能训练形式进行实训。在实训教学中，借鉴现代企业员工培训的方法，改变以往以教师为中心的教学方法，要求学生既掌握理论又会熟练操作。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（3）经济学基础

本课程共 64 学时，4 学分，第 2 学期开设。

素质目标：指导学生树立良好的职业道德观念，掌握现代经济分析方法，知识面比较宽，具备经济分析与预测能力，具有一定的经济论文、报告等的阅读和写作能力。

知识目标：培养学生掌握经济学的基本概念和原理，具备初步分析和解释社会生活中的经济现象的能力，培养探究精神和效率意识。

能力目标：能够根据经济学的基本理论知识和技能,对市场供求发展趋势做出科　学合理的预测。具备能够运用辩证思维方法、数理逻辑思维方法以及实证分析方法分 析解决社会经济现象和具体问题。

主要内容：经济学概念、原理与方法，需求与供给，弹性，供求与政策，消费者、生产者与市场效率，外部性，公共物品和公共资源，生产成本，完全竞争市场，垄断，一国收入的衡量，生活费用的衡量，生产与增长，储蓄、投资和金融体系，失业，货币制度与通货膨胀，总需求与总供给，货币政策和财政政策。

教学要求：教师应选择工作和生活中的典型案例，采用线上线下相结合的混合式教学模式。采取案例分析、情境模拟、任务驱动等方法组织教学。采用“过程考核+模块项目考核”的方式评定成绩。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

(4) 电子商务概论

本课程共 64 学时，4 学分，第 1 学期开设。

素质目标：了解并遵守电子商务法律法规和职业道德，培养学生团结协作、爱国诚信、规范操作、积极向上的优良品质。培养诚信敬业耐劳、恪守信用、讲究效率、尊重规则、团队协作、崇尚卓越等职业道德与素质，使学生能树立起自我培养良好的职业道德与注重日常职业素质养成的意识。

知识目标：通过本课程学习，使学生对电子商务有一个全面、深入的认识和了解，掌握必备电子商务基础知识和从事电子商务活动的应用技能，具有应用电子商务相关技术解决工作与生活中实际问题的能力，

能力目标：具备电子商务基本知识的认知能力；具备电子商务网络技术的认知能力；具备电子支付能力；具备网络营销的认知能力；具备电子商务物流的认知能力； 具备网店建设、运营和维护的认知能力。

主要内容：电子商务基础技术、电子商务安全与电子支付、电子商务交易模式、电子商务开发与实现技术、网络营销及技术、移动电子商务等内容。

教学要求：教师应根据电子商务岗位职业能力要求，采用“理论+实践”的教学模式和线上线下相结合的混合式教学模式。采取项目情境教学、任务驱动等方法组织教学。采用“过程考核+模块项目考核”的方式评定成绩。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

(5) 电子商务消费行为分析

本课程共 64 学时，4 学分，第 4 学期开设。

素质目标：培养较强的工作岗位适应能力，能够分析和解决电商营销工作中的各种问题，同时培养学生的创新意识和职业道德，具有优良的思想道德品质。

知识目标：要求学生掌握消费心理与行为分析的方法与技巧，在此基础上，对各种网络消费心理与行为表现和电商企业的营销活动进行分析评价。使学生充分了解互联网时代消费行为的复杂性，多样性和社会性，掌握影响消费者行为的因素，深刻理解消费者行为决策的过程，从而培养学生从事互联网营销环境中从事电子商务工作的职业能力。

能力目标：通过本课程学习，培养学生在互联网条件下掌握消费者心理活动及行为规律的能力，让学生具备从事电子商务各项工作的职业技能。

主要内容：互联网环境下市场营销对消费者行为的影响，电商条件下消费者行为学的研究内容和体系，消费行为学的形成发展和研究意义，消费者行为学研究的理论基础与基本方法；消费者心理活动分析，消费者心理活动的认识过程，消费者心理的情感过程，消费者的意志过程；消费者的气质，消费者的性格，消费者的兴趣；消费者的能力；消费者的特殊心理反应；购买动机的相关理论；消费者动机的

激发，消费者购买动机的类型与表现；消费者购买决策心理；有关消费者行为学习理论；互联网消费者学习的基本运用；消费者知识和经验；消费者购买决策；消费者的满意；重复购买与忠诚；消费者态度的理论；消费者态度与消费偏好、消费行为；政治、经济、宗教环境对消费行为的影响；文化环境对消费行为的影响；群体的消费心理与消费行为，参照群体对消费心理和行为的影响，家庭消费心理与行为；口碑传播与意见；消费流行；购物环境与消费心理。

教学要求：本课程的理论和实践结合紧密，所以在教学方法上结合理论讲授、案例分析、情景模拟、实践、调研和课堂讨论等多种教学方式。要紧密结合高职高专教育的特点，按照“理论必须、够用”的原则，以“应用”为主，在了解学生情况的基础上。采取灵活的教学方法，发挥教与学两方面的积极性，激发学生的主动性，提高教学质量和教学水平。教师应注重本课程的实用性，操作性。所以在评价与考核时要围绕学生的职业能力为中心，通过各种不同的考试形式综合考核学生的知识和技能。重点考核学生从事与消费者消费活动有段的信息搜集、整理、分析及运用基本理论和方法分析和解决营销活动中相关问题的基本能力。考核包括期末考核、过程考核、结论考核、情境模拟考核几个部分。除了对专业技能的考核外要注重对学生专业素质的考核，包括职业意识、职业行为、诚信合作意识等。以定量和定性方式评价结果，采用社会实践报告，案例分析结论，平时成绩和最终成绩相结合的形式。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

(6) PHOTOSHOP

本课程共 64 学时，4 学分，第 2 学期开设。

素质目标：了解并遵守法律法规和职业道德，培养学生爱国诚信、团结协作、规范操作、精益求精、积极向上的优良品质。

知识目标：通过本课程学习,使学生掌握Photoshop软件的功能，掌握菜单、控制面板的使用方法能够利用Photoshop对位图进行输入、编辑、输出、创作，并能应用这一软件独立完成一定的、完整的平面图形图像设计。

能力目标：培养学生具有正确、系统理解PS操作流程的方法和方法的能力。

主要内容：图像绘制工具的使用与操作技巧、路径工具的计算、复制、变换等操作，文字工具的知识与操作技巧，形状工具的操作方法与技巧，滤镜组的使用方式与技巧等内容。

教学要求：教师应根据电子商务网店美工岗位职业能力要求，采用“理论+实践”的教学模式和线上线下相结合的混合式教学模式。采取项目情境教学、任务驱动等方法组织教学。采用“过程考核+模块项目考核”的方式评定成绩。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

(7) 电子商务法

电子商务法课程共 64 学时，4 学分，第 4 学期开设。

素质目标：培养学生具有诚实守信的职业道德和敬业精神。

知识目标：通过本课程的学习，使学生熟悉电子商务法的基本知识，掌握电子商务法的法律框架和具体的法律法规，了解国外电子商务法的的立法模式和发展趋势。

能力目标：具有分辨法律问题归属的能力；具有依据法律问题的性质寻找相关工具书及案例的能力；具有独立分析和解决电子商务法律问题的能力；

主要内容：本教材的主要内容包括电子商务概述、电子合同概述、电子认证法律制度、电子支付法律制度、域名法律制度、网络著作权法律制度、消费者权益保护法律制度、电子商务中的广告法和税收法律制度。

教学要求：电子商务法是一门实践性应用性非常强的电子商务专业的重要的基础课程，学生在学习中，要求了解我国电子商务法的立法原则、立法模式，熟悉电子合同基本内容、订立程序、违约责任；掌握电子认证法律制度电子支付法律制度的法律规范；掌握域名法律制度的内容；掌握网络著作权的内容、侵权责任；掌握消费者权益保护法、广告法和税法的法律制度。教学中坚持理论和实践相结合，综合利用案例法、比较法、情景模拟法等多种教学方法，运用过程考核和项目考核相

结合的成绩评定方式。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

4、专业核心课

主要有电子商务网店运营等 6 门课程，共 24 学分。各课程目标、主要内容和教学要求如下：

（1）电子商务网店运营

本课程共 64 学时，4 学分，第 2 学期开设。

素质目标：具备诚信经营，遵守法纪。具备突破陈贵、诚信创造的意识。拥有良好心态，能合理调节创业心理压力。具备团队合作意识和领导管理能力。

知识目标：本课程主要让学生了解店铺运营的特点，掌握产品在线管理，产品信息发布、订单处理，营销活动申请、策划、实施和效果评价的方法，并对网店日常运营数据进行监控和分析等。

能力目标：使学生具备设计网店优化方案并实施、网店的日常更新及维护，搜集并分析竞争对手的数据、策划网店活动方案、监控活动并分析活动数据的能力。

主要内容：企业店铺优化、网店日常管理、网店运营数据分析、网店营销活动策划与实施。

教学要求：本课程在教学过程中结合课程特点，采用“教学做一体化”的教学模式。在教学过程中将理论教学内容和实践教学内容有机地融合在一起，把课程内容和实训内容组合成一个个教学项目，用工作任务驱动方法来完成教学目标。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（2）网店建设与装修

本课程共 64 学时，4 学分，第 3 学期开设。

素质目标：培养学生具有较强的网店设计创意思维、艺术设计素质。具有良好的心理素质和职业道德素质。

知识目标：本课程以电子商务工作岗位关键能力需求为导向，以“教育”和“就

业”、“合作”和“发展”为前提，以“精准对接、精准育人”为培养目标，采用“项目式任务驱动”的方式进行教育教学，要求学生掌握网店设计与装修的基础原则，熟练利用PS和DW设计制作网店装修效果图，并利用设计制作的素材装修好PC端和移动端淘宝网店等。

能力目标：培养学生勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风，高度的责任心和良好的团队合作精神，较强的网店创意设计素质。

主要内容：网上开店与装修的基本流程；网店装修设计的三要素；商品美化及店标、店招、导航条、海报、优惠券、商品主图、宝贝详情图等效果图的设计与制作；商品主图视频制作；店铺首页装修、店铺页面左右栏装修；图片切割与优化；手机淘宝网店的装修。

教学要求：本课程的教学应从实际问题出发，精心准备各种典型案例，构建课程的宏观教学设计。前后贯通的网店装修效果图设计为为载体，形成循序渐进、结构完整的教学设计布局。在教学采用“四阶段教学法”，将“教、学、练、做”融为一体。本课程的考核以“过程考核”和“结果考核”相结合的方式进行，期末提交建设与装修好的淘宝网店作品。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（3）网络营销

本课程共 64 学时，4 学分，第 2 学期开设。

素质目标：培养学生网络营销基本素质，增强学生的现代市场竞争意识，培养学生分析问题、解决问题和实际运用的能力，培养学生爱岗敬业，诚实守信等良好的思想品质。

知识目标：通过本课程的学习，学生不仅能从事网站策划、搜索引擎营销、网络推广等基本网络营销工作，并且具有网络营销策略制定和网络营销组织管理等管理工作能力；

能力目标：本课程以人才培养与企业岗位需求为目标，侧重技能操作、强化实

战演练，使学生能够根据企业的实际情况制定出相应的网络营销手段，并最终帮助企业解决网络营销中的实际问题，让企业在激烈的市场竞争上求得生存和发展。

主要内容：本课程通过情境设计，以前后贯通的案例为依托，将网络营销业务化分为认识网络营销、市场定位与品牌策划、建设网络营销平台、搜索引擎优化、社交营销推广、其它推广方式、网络营销效果评估与优化七个情境，通过最真实的案例让学生认识网络营销；通过真实情景的项目化流程让学生深入理解网络营销。

教学要求：教学过程中，以“情境式”教学法和案例分析相结合的方式组织教学。采用理论实践一体化教学模式，充分运用线上线下相结合的翻转课堂式教学方式，在课堂教学与实训中，应注重理论与实践相结合的原则，适时引进最新的网络营销理念与技能。本课程的考核采用“过程考核+结果考核”的方式评定成绩。过程考核主要包括出勤，平时作品提交，线上资源学习等；结果考核包括理论知识考核和实操考核。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（4）搜索引擎优化

本课程共 64 学时，4 学分，第 4 学期开设。

素质目标：培养团队精神、严谨务实、积极进取、善于学习、敢于创新、执着专注的职业素质。

知识目标：本课程主要是培养学生通过技术的手段使得让目标网站在搜索引擎相对应的关键词搜索时有个较好的排名。

能力目标：通过实践训练使学生掌握开展SEO的基本原理、优化思路和技术手段，培养和提高学生实践操作能力。

主要内容：SEO概述、网站SEO四部曲、关键词优化、网站结构优化、网站页面优化、网站链接优化、关键词排名查询工具。

教学要求：根据电子商务专业的特点，在SEO搜索引擎优化的教学中，适当增减相关内容。在教学过程中，主要以《网页设计与制作》课程中学生的网站作品为例、同时结合企业岗位需求，采用“理论+实践”的教学模式和线上线下相结合的

混合式教学模式。本课程的考核方式为“过程考核+结果考核”相结合来评定成绩。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（5）网页设计与制作

本课程共 64 学时，4 学分，第 3 学期开设。

素质目标：培养学生团结协作、爱岗敬业、诚实守信、精益求精、积极向上认真严谨等优良品质。

知识目标：掌握商务网站相关知识；网页布局；html语言相关知识；CSS样式知识；基于WEB的数据库知识。

能力目标：掌握网页设计的基本工作流程；掌握网页设计常用工具的使用方法；掌握网页布局及美化的基本方法；掌握简单网页交互的制作方法。

主要内容：网站的赏析与规划、网站内容的编辑与处理、网页链接的创建与设置、网页布局技术的应用、使用CSS美化网页、在网页中插入表单、电子商务美工基础以及网站的发布与推广。

教学要求：教师应根据教材中的案例，融入爱国主义网站及电商扶贫网站等设计制作，要求学生能举一反三，设计制作完整的电子商务网站。教师采用“理论+实践”的教学模式和线上线下相结合的混合式教学模式。通过任务驱动、小组合作等方法组织教学。采用“过程考核”和“结果考核（完整的电子商务网站）”相结合的方式评定成绩。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（6）客户关系管理

本课程共 64 学时，4 学分，第 3 学期开设

素质目标：具有良好的协调和沟通能力，吃苦耐劳、有奉献精神，有团队合作精神。

知识目标：了解客户关系管理的基本知识、要素，掌握客户关系管理的基本方法，掌握客户关系管理的主要工作的任务和流程，掌握客户细分及其管理策略等内

容，了解数据挖掘方法在客户关系管理中基本应用。

能力目标：客户识别能力、客户流失分析能力、客户关系数据挖掘能力和客户关系保持能力

主要内容：接待客户前准备： 常用话术FAQ保持口径一致接待流程z，有序、及时的服务。有针对性地推荐企业产品（技巧）。在线客服遇到的问题处理，拒绝客户不合理要求，与客户达成协议，处理客户异议 ，应对策略，确定客户投诉处理流程，处理技巧、应对策略等内容。

教学要求：优质的客户服务至关重要，在现代以客户为中心的营销观念的指导下，无论接受产品的是个体还是组织，都是我们的客户，在授学时选择典型案例，采用“理论+实践”的教学模式和线上线下相结合的混合式教学模式。采取项目情境教学、任务驱动等方法组织教学。采用“过程考核+模块项目考核”的方式评定成绩。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

5、专业拓展课

主要有网络客服实训等 9 门课程，共 41 学分。各课程目标、主要内容和教学要求如下：

（1）网络客服实训

本课程共 44 学时，3 学分，第 5 学期开设。

素质目标：培养学生有良好的协调、沟通能力和团队精神素养。

知识目标：培养学生掌握从事电子商务行业最基本的技能，使学生具有售前客户服务与管理的技能和售后客户服务与管理的技能。

能力目标：具备有较强的市场分析能力、客户需求的分析引导能力和客户关系维护能力；良好文字组织、语言表达、快速打字能力。

主要内容：分析和提炼企业产品或服务特色及优势， 分析目标客户，为企业有效规划客户服务前的准备工作；通过网络沟 通客户的需求，引导客户消费；对客户进行客户价值分析、客户分级 管理；处理客户异议与投诉，实施客户关怀等。

教学要求：通过提供教学素材和设计标准，要求学生能够能根据产品性能或服务特点，行业发展动态，有效规划客户接待前的准备工作；能使用 QQ、旺旺、Email、微信等工具与顾客有效沟通，能根据实际情况选择合适的沟通方式，掌握与客户交流技巧；能准确判断客户异议的类型；能掌握异议处理的步骤和方法；能掌握异议处理的原则，灵活运用异议处理技巧；能科学制定处理投诉的基本流程，掌握一般投诉处理方法；能合理利用投诉处理的基本技巧，来化解异议并维系客户等。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（2）网店美工实训

本课程共 44 学时，3 学分，第 5 学期开设。

素质目标：培养学生有良好的协调、沟通能力和团队精神素养。

知识目标：培养学生掌握网站页面的编辑美化、网店美工设计的技能。

能力目标：使学生具备有一定的视觉审美能力、创新设计理念；在进行商品主图设计、促销广告制作、商品详情页设计过程中 能注重内容的合法性、规范性。

主要内容：运用图像处理工具、网页编辑工具，完成企业网站所需图片的修饰美化、网站页面的排版布局、网站页面内容的编辑、页面元素基本动态设计；完成店铺的 Logo 设计、Banner 设计、高点击主图设计、促销海报设计、商品详情页设计、以及店铺的整体风格设计（功能区设计、排版布局、色彩 搭配等）。

教学要求：通过提供教学素材和设计标准，要求学生能够设置网页基本属性以及 Keyword 关键字、description 标签；能够用表格、层、框架、表单、CSS+div 来进行网页内容布局设置；能够对页面元素进行基本的动态设计，包括页面中滚动文字设 计、鼠标经过图像设计、图片放大特效制作、广告图片自动轮换制作、 浮动广告制作等；能够利用 CSS 进行网页内容的美化；能进行店铺的 Logo 设计与制作，Banner 设计与制作，主图设计与制作，促销海报设计与制作，商品详情页设计与制作；店铺的整体风格设计和店铺的整体装修。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占

50%，终结性评价占 50%

（3）网络推广实训

本课程共 44 学时，3 学分，第 5 学期开设。

素质目标：培养学生有良好的协调、沟通能力和团队精神素养。

知识目标：培养学生掌握搜索引擎推广的技能。

能力目标：使学生具备有备良好的策划推广能力和项目执行能力。

主要内容：根据企业电子商务的需要、推广目标的特点，利用常用推广平台、推广工具为其进行推广方案制定、推广活动实施、 数据统计分析、推广效果评估与优化等。

教学要求：通过提供教学素材和设计标准，要求学生能够熟练使用搜索引擎优化（SEO）的主要方法，对公司现有网站提出搜索引擎优化诊断方案；能根据公司的宗旨、市场定位、产品的卖点、用户的搜索习惯正确设计、选择网站（网页）的标题、关键词、描述等；了解搜索引擎分类目录、外部链接和内部链接、关键词链接、 交换链接等方法，要求掌握各种链接策略的实现方法；能选择、整合 合适的网络媒体和形式来开展网站推广；了解搜索引擎相关收费推广项目（如关键词竞价、关键词广告 等）的基本规则和基本方法，要求能够为竞价推广实施制定计划、设 定预算、选择关键词、撰写创意等；能使用搜索引擎的统计工具（如百度统计、google 统计）对推广情况进行数据统计、效果分析，并提出优化措施，以提高网站的转换率和网络推广效果。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（4）网店运营实训

本课程共 44 学时，3 学分，第 5 学期开设。

素质目标：培养学生有良好的协调、沟通能力和团队精神素养。

知识目标：培养学生掌握B2C/C2C 平台运营技能。

能力目标：使学生具备有良好的策划推广能力和项目执行能力。

主要内容：为以企业运营项目为背景，主要运用平台工具，完成平台运营中的

市场选品、商品定价、店铺引流、 转化率提高、客单价提升，以达到项目盈利最大化为目的。基本涵盖了运营岗位所需求的平台操作、数据统计、分析决策等技能。

教学要求：通过提供教学素材和设计标准，要求学生能够熟练能利用阿里指数、生意参谋等数据平台分析市场趋势，进行市场选品，定价；能灵活使用直通车、 钻石展位、淘宝客、天天特价、聚划算等推广运营工具；能掌握电商平台站内论坛、博客、旺旺群等的内容建设、互动和推广方法，会软文帖子的构思、编写、发布、论坛推广等；能够分析店铺的流量结构，统计计 PV、点击量、点击率等 指标，能根据店铺的实际情况，采用合适的方法引流；能够对店铺宝贝成交转化率、跳失率等数据指标进行计算和分析，制定合适策略提高宝贝成交转化率；能够分析和计算店铺的成本、利润构成，并能对其影响因素进 行分析、预测、制定应对措施。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（5）电子商务综合实训

本课程共 22 学时，1 学分，第 5 学期开设。

素质目标：培养学生有良好的协调、沟通能力和团队精神素养。

知识目标：培养电子商务专业学生的综合应用技能。

能力目标：通过综合实训来提高学生对一个网络店铺的整体运营能力，决策能力。

主要内容：能过模拟一家电商企业的经营，运用电商的美工设计技能、客服技能、推广技能和运营技能来帮助企业实现赢利。

教学要求：通过教学软件中的网店开设装修模块、网店客户服务模块和网店运营推广模块来全面考察学生的商品整合能力，视觉营销能力、客户服务能力，网络营销能力、店铺规划能力、数据分析能力和创业能力。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（6）顶岗实习

本课程共 576 学时，24 学分，第 5-6 学期实施。

课程目标

了解企业的运作组织架构、规章制度和企业文化；掌握岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能；养成安全生产、爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神，增强学生的就业能力。

主要内容

安全教育；企业的生产工艺及过程；实践技能实习；企业文化学习；企业经营管理模式。

教学要求

制定顶岗实习方案；由学校指导老师负责监控学生的顶岗实习情况；由企业指导教师日常管理顶岗实习学生；由辅导员和指导教师共同评价顶岗实习成绩。由校内指导老师和企业指导老师根据学生实习的表现共同进行评价。

(7)毕业设计

本课程共 24 学时，1 学分，第 5 学期实施。

课程目标

通过完成一项方案设计或者工艺设计或者产品设计，使学生掌握综合运用所学理论知识和实践知识，独立分析和解决本专业范围内的工作技术问题的基本方法；学会查阅科技文献资料、使用各种标准手册以及自主解决问题的能力；培养学生实际工作中严谨的工作作风。

主要内容

（1）市场分析和咨询管理类。根据所在实习单位一定时期内的经营情况，进行市场分析和评价，写出诊断分析报告和其他相关报告。

（2）方案设计和优化类。根据实习企业生产经营各环节出现的具体问题，从管理角度，对运营、推广、美工、客服、跨境及移动电商等方面进行方案设计和优化。

（3）技术应用和创新类。从提高管理效率和降低运行成本出发，对新的手段、方法、技术等在电子商务中的应用作出可行性分析，并提出具体实施方案。

教学要求

毕业设计是实践性教学环节，它在培养和提高学生综合运用专业知识分析和解决实际问题的能力，并进行工程技术人员所必须具备的基本素质的训练等方面具有很重要的意义，锻炼学生的独立设计能力，扩展学生思维。考核方式为毕业设计成果评价和答辩成绩两部分组成，其中毕业设计成果评价占 60%，答辩成绩占 40%。

（8）毕业鉴定和毕业教育

本课程共 24 学时，1 学分，第 6 学期开设。

课程目标：通过本课程的学习，使学生了解当前的就业和经济形势，引导学生树立正确的就业观，懂得合理地就业及择业，增强学生适应岗位的能力，认清大学生的使命，使学生愿意积极投身社会主义建设事业中去。

主要内容：本课程主要讲授毕业生面对社会应有的心理准备，当前经济形势和就业形势分析、树立长远的职业理想，强化责任意识。

教学要求：教师应选择与学生关系密切的典型案例，采用“理论+实践”的教学模式。采取项目情境教学、任务驱动等方法组织教学。主要采用过程考核+心得体会的方式评定成绩。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，其中过程性评价占 50%，终结性评价（心得体会）占 50%。

(9) 社会实践

暑假期间开设。

课程目标：按照学院专业培养目标的要求，有目的、有计划地组织在校生利用暑假时间参与社会政治、经济和文化活动，让大学生在实践中“受教育、长才干、做贡献”，了解国情、民情、社情，培养学生的社会责任感，锻炼学生的观察能力、沟通协调能力和对专业知识的综合运用能力，鼓励大学生发挥自身优势，深入开展调查研究，大力传播科学技术和现代文明，引导大学生走与实践相结合的成才道路。

主要内容：本课程包社会调查、劳动锻炼、勤工助学，科技文化服务等方面的内容。

实践要求：社会实践采用“主题教育”和“课程教育”两种基本形式。“主题教育”是指按上级要求，围绕某个主题，由学院统一组队参加的社会实践活动。“课程教育”是指纳入教学计划，作为课程的实践性环节，由教师按照教学要求安排确

定的社会实践活动。根据学生提供的实践日志、实践总结等进行评价。

6、专业限选课

主要有营销策划等6门课程，20学分。各课程目标、主要内容和教学要求如下：

（1）营销策划

本课程共64学时，4学分，第4学期开设

素质目标：具备诚实守信、积极进取的工作态度；具有正确的营销观念和创新意识。

知识目标：掌握市场和营销的基础知识；具有环境分析、消费者行为分析、市场细分、市场选择、市场定位和营销的相关知识。

能力目标：培养学生具有根据客户的产品设计营销方案的能力，同时具有营销管理和营销控制的能力。

主要内容：市场营销环境分析（宏观和微观分析）SWOT分析；市场调研策划；STP策划，市场细分、市场定位、目标市场的选择；企业形象策划，CIS识别系统导入；产品策划，新产品上市；价格策划，确定定价策略；营销渠道策划，中间商的选择；促销策划，广告、营业推广、公关策划。

教学要求：营销策划有利于塑造市场导向型，营销策划的实质是对顾客需求的策划，直接结果是让产品畅销。营销策划可使企业建立起以市场为导向、结合多种营销手段提高产品销量，通过营销策划，企业能够认真分析企业所处的营销环境，辨明市场机会和竞争威胁，找到一个能够显示企业竞争优势的市场定位，引起消费者的关注和兴趣，从而激发消费者的购买欲望，提高产品销量，提升企业形象。学习营销策划可以培养学生预见能力、洞察能力、构思能力、创造能力、组织能力、执行能力等。授学时用案例分析铺垫，采用理论+实践操作方式，能撰写优质营销策划方案来做为考核目标。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占50%，终结性评价占50%。

（2）移动电子商务实务

本课程共44学时，2学分，第5学期开设。

素质目标：具备基本的电子商务企业从业人员的基本职业素养和判断能力，能够熟练运用电子商务的相关知识解决企业的主要问题，尤其是移动商务营销方面的问题，具有继续学习和可持续发展能力。

知识目标：掌握O2O平台营销的方法;移动端微博营销的基本方法和技能技巧;微信支付、微信红包、微信卡券的使用方法;移动数据通信、移动搜索、移动办公、移动广告的基本形式与主要作用;无线店铺推广和营销的工具及使用方法。

能力目标：培养学生移动电子商务的基本知识和基本技能，具备初步运用移动电子商务工具展开相关活动的能力，培养创新精神和奋斗意识。

主要内容：手机淘宝，微商创业，电商类APP，O2O营销，自媒体，社群营销。

教学要求：教师应选择工作和生活中的典型案例，采用线上线下相结合的混合式教学模式。采取案例分析、情境模拟、任务驱动等方法组织教学。采用“过程考核+模块项目考核”的方式评定成绩。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（3）物流与供应链管理

本课程共 64 学时，4 学分，第 3 学期开设

素质目标：具有团队协作、精诚奉献的的意识；具备自信、开拓进取的精神和不断创新的意识与团队协作精神。

知识目标：学生通过该课程的学习可以深入了解电子商务如何通过物流管理实现其“三流”中的物流以圆满完成订单履行，从而切实地满足客户需求。该课程从基本概念、技术原理与运作实践三个层面全面而系统地介绍电子商务背景下的供应链管理理念、现代物流专业知识、物流技术，以及电子商务物流发展最新动态。

能力目标：了解供应链的基本特征、具备供应链协同意识；了解供应链中JIT采购、供应商选择、经济订货批量的确定等方法；熟练应用并掌握鱼刺图、甘特图等。

主要内容：电子商务物流与供应链管理、精益物流、包含ERP、EDI、条形码、

射频技术(以RFID为重点)等在内的物流信息技术、库存管理（以DRP、QR、CRP、VMI为重点)、线路管理和线路优化（以TMS为重点)、现代仓储管理与自动化(以WMS为重点)、包装与装卸搬运(以Semi-automated systems和AS/RS为重点)、物联网(IoT)等。

教学要求：本课程在教学过程中结合课程特点，以项目为导向，用任务进行驱”的教学模式。在教学过程中以培养职业能力为核心，以工学结合为主线，将理论教学内容和实践教学内容有机地融合在一起，把课程内容和实训内容组合成一个个教学项目，用工作任务驱动方法来完成教学目标。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

(4) 跨境电子商务实务

本课程共 64 学时，4 学分，第 3 学期开设。

素质目标：具备跨境电商运营的基本职业道德，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规。对各个国家的客户有一定认识，并能包容、理解并知道如何应对各种买方行为。

知识目标：通过本课程的学习，学生能熟知跨境电子商务的基本概念和政策，遵守跨境第三方操作平台规则，进行跨境电商基本工作流程的操作，具备跨境店铺运营管理、客服服务和电商操作技术等业务能力。

能力目标：培养跨境电子商务店铺的运营能力。

主要内容：课程共包括八个部分。前三个部分主要介绍跨境电商的概念和主要业务模式，后面五个部分介绍跨境电商的各个业务环节。内容从各类跨境电商平台基础功能的使用，到跨境电商的选品及店铺定位；从跨境物流到跨境支付与结算，再到跨境电商的营销及客服等环节都有详尽的讲解。

教学要求：本课程属于新兴课程，立足于实际能力的培养，在课程内容选择上作了大胆尝试，应用现实的电子商务平台开展教学，并鼓励学生创业。紧紧围绕以学生为中心，工作过程为线索，工作任务为载体，以真实跨境电商业务的形式导出，

以激发学习兴趣，明确学习方向，便于教学中的启发、引导。要求学生在完成各项目具体工作任务的过程中来构建相关理论知识和各项职业技能，发展职业能力。并通过教师精讲、任务驱动、案例分析、情景模拟、分组讨论、实际操作、答疑解惑等方式，培养学生跨境电商的独自操作能力。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（5）营销软文写作

本课程共 44 学时，2 学分，第 5 学期开设。

素质目标：培养创新思维，形成以创新为商务策划之本的观念;培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心。

知识目标：使学生掌握软文营销策划活动所需要的基础知识和基本理论，熟悉软文营销创作的基本流程和基本方法，了解软文营销策划传播的规律，激发创意，提高学生的创新能力，以确保在营销软文写作工作中完成高质量的软文营销策划活动。

能力目标：使学生牢固树立现代网络营销观念，积累电子商务和营销实践经验，提高学生从事网络营销活动所具备的职业素质和能力：

主要内容：课程内容包括对软文和软文营销的概述；软文营销的操作步骤、写作策略与技巧；软文营销的误区、风险；软文营销常用工具和常用平台的介绍等。

教学要求：通过本课程的教学，学生能应对各类型的软文营销工作，能够独立进行软文营销策划及效果评估工作，并能够针对遇到的问题做出一定的应对措施，具备分析问题和解决问题的能力，能有效的开展软文营销相关活动。要求学生有意识的关注软文营销相关动态，激发对软文营销及相关活动的探索意识，培养学生的探索及创新精神。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

（6）直播电商

本课程共 64 学时，4 学分，第 4 学期开设。

素质目标：培养学生团结协作、爱岗敬业、诚实守信、精益求精、积极向上认真严谨等优良品质。

知识目标：掌握电商直播相关的策划、主播、运营、客服、供应链等知识。

能力目标：掌握能围绕直播进行直播营销策划、直播营销推广、直播活动实施、直播营销效果分析与优化等能力

主要内容：课程内容以直播营销相关的岗位要求为核心，以职业技能培养为出发点和落脚点，设置了直播策划、直播筹备、直播引流、直播活动实施、直播效果分析与优化等模块，涵盖直播商品选择、直播活动策划、图文引流、短视频引流、直播开场、商品推销、直播收尾等工作任务，从多维度帮助学生构建完整的直播营销认知地图，提高其直播营销的核心技能。

教学要求：能对理实一体化的直播电商教学体系以“岗位→知识点+技能点→教学内容+实训内容+实战项目”逻辑进行构建，基于对直播电商相关知识点和技能点的分解，匹配与之对应的教学内容。采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行考核，注重考核学生的能力和素质等内容，其中过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。

七、教学进程总体安排

表 3 教学活动时间分配表（单位：周）

学年	学期	课堂教学	集中实践教学			军事训练	毕业鉴定毕业教育	考试	机动	教学周合计	劳动实践	社会实践
			实训、课程设计	顶岗实习	毕业设计							
一	一	16				2		1	1	20	1周（寒假）	
	二	18						1	1	20		1周（暑假）
二	三	18						1	1	20	1周（寒假）	
	四	18						1	1	20		1周（暑假）
三	五	6	6	6	1			1	1	21		

	六			18			1			19		
合计		76	6	24	1	2	1	5	5	120		

注：社会实践和劳动实践在寒暑假进行，不计入教学周。

表 4 课程设置与教学计划进程表

课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	学分	学时			考核方式		年级/学期/教学周/周学时						备注
					总学时	理论学时	实践学时	考试	考查	第一学年		第二学年		第三学年		
										1	2	3	4	5	6	
										20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	
必修课	公共基础必修课	G00111	思想道德与法治	3	48	30	18	√		3						
		G00112	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	68	50	18	√			4					
		G00113	形势与政策	1	40	24	16		√	▲	▲	▲	▲	▲		
		G00123	计算机应用基础	4	64	32	32	√		4						
		G00130	体育与健康	8	108	10	98	√		2	2	2	2			
		G00136	心理健康教育	2	32	16	16		√		2					
		G00137	入学、安全、劳动教育	1	20	18	2		√	▲	▲	▲	▲			学生处、保卫处、辅导员组织。其中劳动教育 16 学时。
		G00138	军事理论及军事技能	4	148	36	112		√	15 天+2 节/周						学生处负责实施
		G00139	大学英语	8	120	62	58	√		4	4					
		G00150	创新创业教育	1	16	8	8		√				1			
		G00151	创业基础（SIYB）	2	32	16	16		√			2				
		G00152	职业生涯规划与就业	2	32	18	14		√					2		

			指导														
		G00153	劳动实践	2					√	▲		▲				寒假期间开设，2 学分。不计入课堂教学总学时。
		小计		42	728	320	408			15	12	4	3	2		
专业必修课	专业基础课	302101	管理学基础	4	64	32	32	√		4						
		302102	商务礼仪	2	32	16	16		√	2						
		302103	经济学基础	4	64	32	32	√			4					
		302104	电子商务概论	4	64	50	14	√		4						
		302105	电子商务消费行为分析	4	64	32	32	√					4			
		302106	PHOTOSHOP	4	64	32	32	√			4					
		302107	电子商务法	4	64	32	32		√				4			
		小计		26	416	226	190			10	8		8			
	专业核心课	302108	电子商务网店运营	4	64	32	32	√			4					
		302109	网店建设与装修	4	64	32	32	√				4				
		302110	网络营销	4	64	32	32	√			4					
		302111	搜索引擎优化	4	64	32	32	√					4			
		302112	网页设计与制作	4	64	32	32	√				4				
		302113	客户关系管理	4	64	32	32	√				4				
		小计		24	384	192	192				8	12	4			
	专业拓展	302114	网络客服实训	3	44	0	44		√					4		
		302115	网店美工实训	3	44	0	44		√					4		
		302116	网络推广实训	3	44	0	44		√					4		
		302117	网店运营实训	3	44	0	44		√					4		

		课	302118	电子商务综合实训	1	22	0	22							22		
			G00160	毕业鉴定和毕业教育	1	24	12	12		√						1	
			G00161	毕业设计	1	24	0	24		√					1		
			G00162	顶岗实习	24	576	0	576		√					6	18	
			G00163	社会实践	2					√		▲		▲			暑假期间开设，2 学分。不计入课堂教学总学时。
			小计		41	822	12	810							16		
选修课	公共选修课		GX0110	书法	1	16	8	8		√							学生可从表中 13 门课中任选 6 门课，计 6 学分、96 学时。课程名称按照学生所选各类课程的具体名称为准，不得与已修、已选课程重复。
			GX0111	普通话	1	16	8	8		√							
			GX0112	应用文写作	1	16	8	8		√							
			GX0113	文学鉴赏	1	16	8	8		√							
			GX0114	艺术鉴赏	1	16	8	8		√							
			GX0115	中华优秀传统文化	1	16	8	8		√							
			GX0116	中国共产党史	1	16	8	8		√							
			GX0117	剪纸	1	16	8	8		√							
			GX0118	足球	1	16	8	8		√							
			GX0119	投资与理财	1	16	8	8		√							
			GX0120	人力资源管理	1	16	8	8		√							
			GX0121	现代企业管理	1	16	8	8		√							
			GX0122	音乐	1	16	8	8		√							

			小计		6	96	48	48					2	4				
	专业选修课		302119	营销策划	4	64	32	32	√					4				
			302120	移动电子商务实务	2	44	22	22	√						4			
			302121	电子商务物流管理	4	64	32	32		√			4					
			302122	跨境电商实务	4	64	32	32	√				4					
			302123	营销软文写作	2	44	22	22		√					4			
			302130	直播电商	4	64	32	32		√				4				
			小计		20	344	172	172					8	8	8			
总计					159	2790	970	1820			25	28	26	27	26			

注：1、形势与政策课第三学年排入课表，第四、五学年以讲座形式开设。2、理论课每 16-18 学时计 1 个学分，集中安排的实践教学环节（整周综合实训、跟岗实习、顶岗实习、毕业设计等）每周按 24 学时计算学时，计 1 个学分。

表 5 集中实践（综合实训）教学计划安排表

序号	主要实践环节	各学期安排（周数）						备注
		一	二	三	四	五	六	
1	军事训练	2						
2	电子商务综合实训					1		
3	毕业设计					1		
4	顶岗实习					6	18	
合计（周数）		2	0	0	0	8	18	
总计（周数）		28						

表 6 理论与实践学时统计表

序号	课程类型		课程门数	教学学时						
				总学分	理论课	实践课	总学时	实践学时比例（%）	占总学时比例（%）	备注
1	公共基础必修课		13	42	320	408	736	57%	26%	
2	专业必修课	专业基础课	7	26	226	190	416	46%	15%	
3		专业核心课	6	24	192	192	384	50%	14%	
4		专业拓展课	9	41	12	810	822	99%	29%	
5	选修课	公共选修课	6	6	48	48	96	50%	3%	
6		专业选修课	6	20	172	172	344	50%	13%	
总 计			47	159	970	1820	2790	66%	100%	

八、实施保障

（一）师资队伍

1、队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。具有扎实的本专业 相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究。

2、专业带头人

本专业带头人具有研究生学历，副教授职称及上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，

教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

3、专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学技术等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关基本功底和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4、兼职教师

主要从本专业相关行业企业聘任，要求具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具备具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担网店运营、网络推广等专业课程教学，网店运营等岗位实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

1、专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2、校内实训基本要求

（1）商品采编实训室

配备投影设备、白板、计算机,安装 Photoshop、Illustrator、 Dreamweaver、Flash、CorelDRAW 等软件；网络接入或 WiFi 环境； 配备数码相机、相机三脚架、引闪器、反光板、柔光灯、摄影灯架、静物台、拍摄幕布、背景板等摄影器材，满足大型商品、小型商品以及人物的拍摄需要；拍摄区要求全遮光环境；配备商品展示柜、相关搭配道具等。用于视频采编、图形图像处理、商品信息采编、网络编辑、网页设计与制作等课程的教学与实训。

（2）网络营销实训室

配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入或 WiFi 环境；配备计算机,安装 Mindmanager、Office、网页数据采集工 具等软件、无线终端（手机或 PAD） 。用于消费者行为分析、选品与采购、市场调研与分析、市场营销、网络营销、新媒体营销、移动商务、网络推广等课程的教学与实训。

（3）电子商务数据分析实训室

配备服务器、投影设备、白板、交换机、计算机，可运行 Chrome、 IE、Safari、Firefox 等常用浏览器的测试终端，安装 Linux/Windows 操作系统、MYSQL、.Net 等软件，电子商务数据实训系统。用于程序设计基础、数据库基础、电子商务运营与推广、电子商务数据分析与应用等课程的教学与实训。

（4）电子商务客户服务实训室

配备服务器、投影设备、白板，网络接入或 WiFi 环境，计算机， 语音网关、录音服务器、多媒体耳麦、拨号器等呼叫中心实训设备。用于商务沟通与礼仪、客户服务与管理、客户服务技巧等教学与实训。

（5）电子商务运营实训室

配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入或 WiFi 环境；计算机，无线终端（手机或 PAD)，可运行 Chrome、IE、 Safari、Firefox 等常用浏览器的测试终端，安装 Linux/Windows 操作 系统、MYSQL、.Net 等软件，根据需要构筑不同的商业应用场景。 用于电子商务运营、电子商务数据分析、跨境电子商务实践、移动商务运营、电子商务物流及供应链管理等课程的教学实训

3、校外实训基地基本要求

校外实训基地基本要求为：具有稳定的校外实训基地；能够开展电子商务专业网页编辑美工、网店运营推广、网络客服、网络营销等相关实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

4、学生实习基地基本要求

学生实习基地基本要求为：具有稳定的校外实习基地；能提供网络客服、电商

运营推广、网络营销、网站编辑美工等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5、信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为：具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法， 引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

1、教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2、图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：电子商务技术与服务、电子商务实务操作类的图书和经济、管理 、营销类的文献等。

3、数字资源配备基本要求

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

（四）教学方法

1.照“教、学、做合一”的总体原则，根据课程性质，采用班级授课、分组教学、现场教学、实践训练、讨论、讲座等形式组织教学。公共课和专业基础课以理论为主的课程，建议主要采用班级授课组织形式。专业核心课、相关课程实训、专业能力拓展课程等操作性较强的课程，建议主要采用分组教学组织形式。

2.不断改革教学方法，采用现场教学、案例教学、任务驱动教学等方法；不断

创新教学手段，利用网络、多媒体、世界大学城空间等信息化手段，倡导学生利用信息化手段自主学习、自主探索，积极开展师生教学互动，达到共同学习、共同提高的目的。

3.以学习者为中心，改变传统的师生关系，充分发挥教师的指导、引导、帮助和组织作用，调动学生学习的主观能动性，加强学生学习过程的指导，及时解决学生在学习过程中的困难和问题。

（五）学习评价

1.对专业教学质量的评价

建立专业教学质量评价制度，按照教育行政部门的总体要求，把就业率、对口就业率和就业质量作为评价专业教学质量的核心指标；针对专业特点，制定专业教学质量评价方案和评价细则，广泛吸收行业、企业特别是用人单位参与评价，逐步建立第三方评价专业教学质量机制；要把课程评价作为专业教学质量评价的重要内容，建立健全人才培养方案动态调整机制，推动课程体系不断更新和完善。专业教学质量评价结果要在一定范围内公开和发布。

2.对教师的评价

建立健全教师教育教学评价制度，把师德师风、专业教学质量、教育教学研究与社会服务作为评价的核心指标，要采取学生评教、教师互评、行业企业评价、学校和专业评价等多种方式，不断完善教师教育教学质量评价内容和方式。把专业教学质量评价结果作为年度考核、绩效考核和专业技术职务晋升的重要依据。

3.对学生的评价

（1）评价主体

以教师评价为主，广泛吸收就业单位、合作企业、社区、家长参与学生质量评价，建立多方共同参与评价的开放式综合评价制度。

（2）评价方法

采取过程评价与结果评价相结合，单项评价与综合评价相结合，总结性评价与发展性评价相结合的多种评价方式。要把学习态度、平时作业、单项项目完成情况作为学生质量评价的重要组成部分。要不断改革评价方法，逐步建立以学生作品为导向的职业教育质量评价制度。

（六）质量管理

院（系、部）建立专业建设和教学过程质量监控机制,建立专业教学质量监控管理办法,完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、专业人才培养方案更新、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,达成人才培养规格。

院（系、部）及教研室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改,建立健全巡课、听课、评教、评学等制度,严明教学纪律和课堂纪律,强化教学组织功能,定期公开课示范课等教研活动。

院（系、部）建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制,并对生源情况、在校生学业水平、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。

教研室充分利用评价分析结果有效改进专业教学,针对人才培养过程中存在的问题,制定诊断与改进措施,持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，修满专业人才培养方案所规定的学分，达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。具体要求如下：

（一）学分要求

修完教学计划所开设的所有必修、必选课程，考核合格,达 159 学分;

（二）取证要求

1. 通用能力

（1）高等学校英语应用能力考试A级

（2）计算机专项能力证书

（3）普通话（普通话水平应达到三级甲等（70 分及以上）

（4）鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干职业技能等级证书。

2. 1+X证书

1+X网店运营推广证书

3. 鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干职业技能等级证书。

至少取得一个本专业技能证书，

（三）技能要求

1.通过省或学院专业技能抽查。

2.根据《国家学生体质健康标准》，大学生体育测试达标。

十一、附录

（一）专业人才培养方案编制依据

1、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13 号）；

2、《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61 号）；

3、《国家职业教育改革实施方案》（国发〔2019〕4 号）；

4、《湖南省职业教育改革实施方案》（湘政发〔2020〕2 号）；

5、《中共中央 国务院<关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见>》（2020 年 3 月 20 日）；

6、《教育部 中央军委国防动员部关于印发<普通高等学校军事课教学大纲>的通知》（教体艺〔2019〕1 号）；

7、《教育部 财政部关于实施中国特色高水平高职学校和专业建设计划的意见》（教职成〔2019〕5 号）；

8、《教育部等四部门印发<关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案>的通知》（教职成〔2019〕6 号）；

9、教育部职业教育与成人教育司编制的最新《高等职业学校专业教学标准》；

10、《教育部等五部门关于印发<职业学校学生实习管理规定>的通知》（教职成〔2016〕3 号）；

11、《关于组建湖南省大学生创新创业就业学院深入推进高校创新创业就业教育的通知》（湘教通〔2016〕192 号）；

12、《关于印发<关于加强高等职业院校教育教学管理的若干意见>》（湘教发

〔2013〕17 号)。

（二）变更审批表

邵阳职业技术学院专业人才培养方案变更申请表

<table>
<tr><td>专业代码</td><td></td><td>专业名称</td><td colspan="3"></td><td>年　　级</td><td colspan="2">级</td></tr>
<tr><td>调整类型</td><td colspan="8">删除课程□ 替换课程□ 增加课程□ 学期变更□ 课程调整□（学时、要求、类别、考核）</td></tr>
<tr><td colspan="9">在下列调整状态栏内填写与调整相关的内容</td></tr>
<tr><td rowspan="5">调整前状　态</td><td>课程名称</td><td colspan="3"></td><td>课程编码</td><td colspan="2"></td><td>学分</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">课程学时</td><td>讲课</td><td>实验</td><td>上机</td><td>实践</td><td>教室要求</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>教学起止周</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>课程性质</td><td colspan="2"></td><td>课程类别</td><td colspan="2"></td><td>课程考核</td><td></td></tr>
<tr><td>开课学期</td><td colspan="7">学年　　学期</td></tr>
<tr><td rowspan="5">调整后状　态</td><td>课程名称</td><td colspan="3"></td><td>课程编码</td><td colspan="2"></td><td>学分</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">课程学时</td><td>讲课</td><td>实验</td><td>上机</td><td>实践</td><td>教室要求</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>教学起止周</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>课程性质</td><td colspan="2"></td><td>课程类别</td><td colspan="2"></td><td>课程考核</td><td></td></tr>
<tr><td>开课学期</td><td colspan="7">学年　　学期</td></tr>
<tr><td colspan="9">调整原因说明：

专业（课程）负责人签名：　　年　　月　　日</td></tr>
<tr><td colspan="4">院（系、部）意见：
院（系、部）教学负责人签名：
公章　　年　　月　　日</td><td colspan="5">相关院（系、部）意见：
院（系、部）教学负责人签名：
公章　　年　　月　　日</td></tr>
<tr><td colspan="4">教务处意见：
负责人签名：
年　　月　　日</td><td colspan="5">学院批准意见：
负责人签名：
年　　月　　日</td></tr>
<tr><td colspan="9">结果处理情况：
教务处相关岗位签名：　　年　　月　　日</td></tr>
</table>

邵阳职业技术学院

2021级电子商务专业人才培养方案论证意见

论证意见：
本人才培养方案的制定紧紧跟随电商行业的发展趋势，其核心课程包含了从电商行业的所应具备的基本技能，专业选修课程结合电商的行业的热点开设了跨境电商、电商移动电商、直播电商的相关课程。通过本人才培养方案培训的学生毕业后基本能从事电商行业的相关工作。

姓名	工作（学习）单位	职务/职称	备注	签名
何亿	邵阳职院	副教授	教科研人员	何亿
化文娟	邵阳职院	副教授	教科研人员	化文娟
戴伟	邵阳职院	讲师	教科研人员	戴伟
吴科	大汉师创	教学总监	行业企业专家	吴科
范文思	邵阳职院电商1191班	学生	学生代表	范文思
潘曾婷	深圳市小皇后电器有限公司	运营助理	毕业生代表	潘曾婷

备注栏注明:行业企业专家、教科研人员、学生代表、毕业生代表。

邵阳职业技术学院

2021 级电子商务专业人才培养方案审批表

专业制订团队签名	吴科 戴伟 郭峰 何亿
院（系）专业建设委员会意见	同意 院（系）公章
学院教学指导委员会意见	同意 （盖章）
院党委会意见	同意 （盖章）