

常德职业技术学院

2024 级专业人才培养方案

专业名称 _____ 电子商务 _____

专业代码 _____ 530701 _____

系部公章 _____



2024 年 8 月

2024级电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

(一) 专业名称：电子商务

(二) 专业代码：530701

二、教育类型及学历层次

(一) 教育类型：全日制高等职业教育

(二) 专业代码：专科

三、招生对象（入学要求）

高中阶段教育毕业生、中等职业学校毕业或具备同等学历者。

四、修业年限

实行学分制管理，基本学习年限为三年，实施弹性学制修业年限不超过五年。

五、职业面向

(一) 职业面向

职业面向如表1所示。

表1 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 领域举例	职业资格证书和 职业技能等级证 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)	销售员 (4-01-02-01)； 电子商务师 (4-01-02-02)； 客户服务管理员 (4-07-02-03)	营销推广 运营管理 客户服务 美工设计	1. 1+X网店运营推广职业技能等级证书； 2. 1+X电子商务数据分析职业技能等级证书。

(二) 职业发展路径

毕业生职业发展路径如表2所示。

表2 毕业生职业发展路径

岗位类型	岗位名称	岗位要求
目标岗位	网络客户服务专员、网络营销助理、美工设计员、运营推广助理。	能熟练应用所学知识引导客户购物，解答客户问题，提供技术支持，消除客户不满情绪等，进行熟练的客户关系维系及沟通的业务处理；能够利用网络媒体帮助企业开拓市场，建立公司网站品牌，进行产品的网络推广；能够协助运营推广助理进行商品信息采编、信息编辑、

岗位类型	岗位名称	岗位要求
		信息发布等工作，能够对网络店铺进行美化、设计等；能熟练的维护电子商务平台的日常运营，进行产品更新和产品优化，参与线上的活动的策划及执行。
发展岗位	网络客户服务主管、网络营销主管、美工设计专员、运营推广专员。	能合理安排客户服务专员的日常工作，制定客户服务专员的工作规范及绩效考核标准；能够策划、执行在线推广活动，管理产品或品牌的网络推广工作，制定网络营销策略；能独立完成电商平台的视觉装修、主页设计、整体店铺视觉风格的把控；能独立负责网店的日常运营管理，熟策划网店推广活动，制定网店运营推广优化方案。
迁移岗位	仓储物流主管、网络编辑、商务拓展岗	能有效的仓库作业流程及各项制度的实施，领导仓储物流人员的日常工作；能策划网站的整体规划和栏目设置，能编写网站宣传资料及相关产品资料；能进行市场信息收集，有效的开展市场拓展活动。

（三）典型工作任务与职业能力分析

典型工作任务与职业能力分析如表3所示。

表3 典型工作任务与职业能力分析

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力要求	对应课程
1	网络客户服务与管理岗位	1. 沟通客户需求 2. 处理客户投诉 3. 管理客户关系	1. 沟通协调能力 2. 投诉处理能力 3. 个性化服务能力	1. 消费者行为分析 2. 客户服务与管理 3. 互联网文案策划与写作
2	美工设计岗位	1. 图片处理 2. 商务网站规划与设计 3. 网店页面美化布局	1. 图片处理能力 2. 网店装修能力 3. 网页设计美化能力	1. 商品拍摄与短视频制作 2. 视觉营销设计 3. 网页设计制作
3	网络（店）运营管理岗位	1. 网店运营调研与谋划 2. 网店销售和管理 3. 商品管理与配送	1. 网络市场调研能力 2. 店铺销售管理能力 3. 库存管理与配送能力	1. 市场营销 2. 网店（站）运营 3. 电子商务物流
4	网络营销推广岗位	1. 搜索引擎营销 2. 网络促销策划与实施 3. 新媒体营销	1. 搜索引擎优化能力 2. 促销活动策划能力 3. 新媒体推广能力	1. 网店推广 2. 网络营销 3. 新媒体营销

六、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，德技并修、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、客户服务等工作的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

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)崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、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1-2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯、劳动习惯。

(6)具有一定的审美和人文素养，能够形成1-2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、文明生产等相关知识。

(3)熟悉与本专业有关的国家、省、市区一系列规划、政策、文件。

(4)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。

(5)掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。

(6)掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法。

(7)掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法。

(8)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。

(9)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。

(10)掌握网店运营规范与流程以及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、美学、伦理、计算、数据、交互、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、产品和客户等各类数据，对其进行分析与预测。

(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

（三）课程设置

本专业有公共基础课、专业（技能）课两类课程，总共45门课，课程体系框架见表4。

表4 课程体系框架表

课程类型	课程性质	开设课程	备注
公共基础课程	必修课程	军事理论、军事技能、安全教育、国家安全教育、心理健康教育、健康教育、大学体育、思想政治理论、大学生职业发展与就业指导、信息技术、创业基础、劳动教育12门	课程描述见G1
	选修课程	大学英语、语文、数学、公共艺术类选修课、公共限定选修课5门	课程描述见G2
专业（技能）课程	专业基础课程	电子商务基础、市场营销、管理学基础、客服服务与管理、商务数据分析、电子商务法律法规6门	课程描述见Z1
	专业核心课程	商品摄影与短视频制作、视觉营销设计、新媒体营销、网店运营与推广、直播运营、零售门店O2O运营6门	课程描述见Z2
	专业拓展课程	电子商务物流、跨境电子商务2门	课程描述见Z3
	专业选修课程	职业素养（商务礼仪）、互联网文案策划与写作、消费者行为分析和财税基础（二选一）3门	课程描述见Z4
	专业实践课程	电子商务沙盘实训、双11网店推广实训、双11网店运营实训、网店美工设计综合实训、客户服务与管理综合实训、企业网络推广综合实训、电商平台运营综合实训、毕业设计、岗位实习11门	课程描述见Z5

G1. 公共必修课设置及要求

(1) 军事理论

总学时：36学时

课程目标：通过本课程学习，使学生正确把握和认识国家安全的内涵，理解我国总体国家安全观，深刻认识当前我国面临的安全形势；促进学生逻辑分析能力，组织管理能力和分工协作能力等综合素质的提高；增强学生的国防观念和国家安全意识、忧患危机意识；对学生进行爱国主义、集体主义教育，使学生形成正确的世界观、人生观和价值观。

课程内容：本课程教学内容分为中国国防、国家安全、军事思想、现代战争和信

息化装备五个模块。

教学要求：本课程充分利用网络优质教学资源，采用线上线下教学混合式教学模式，计划采取线上32学时，线下4学时理论教学（第一学期2学时、第二学期2学时）新生一学年开设完成。同时通过入学教育、专题讲座、日常教育教学等多种途径和形式开展军事理论课教育课程，本课程教学条件为智慧教室、多媒体报告厅，由高校军事教师和辅导员教师共同承担完成。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式进行，形成性评价主要通过平时到课情况（20%）；终结性评价为撰写专题报告（80%）形式进行。

（2）军事技能

总学时：112学时

教学目标：通过本课程学习，增强学生国防意识，加强作风建设、纪律教育，增强身体素质，塑造良好的行为规范，培养顽强的意志品格，激发大学生积极向上的进取精神和团队精神，为今后的学习生活奠定坚实基础。

课程内容：本课程采取集中军训形式授课时间为14天112学时；军事训练共设计为四大模块：模块一共同条令教育与训练——共同条令教育与分队的队列动作；模块二射击与战术训练——轻武器射击与战术；模块三防卫技能与战时防护训练——格斗基础与战场医疗救护；模块四战备基础与应用训练——战备基础与紧急集合。

教学要求：本课程以中国人民解放军条令、条例为依据，对学生实行军事化管理，建立健全相应的领导、训练和管理体制，制定各项规章制度，严密组织、严格训练、严格管理。

考核评价：本课程为考查课，具体评价内容包括：**内务评比**-在军训期间，按照学院《内务评分标准》评选军训内务先进寝室给予表彰；**会操评比**-在军事期间，按照学院《会操评分标准》评选军事训练先进中队给予表彰；**军训标兵评选**-在军事期间，由教官推荐、学院军训领导小组审核，评选军训标兵给予奖励；**总结汇演**-全体学生参加阅兵式、分列式和团体表演。

（3）安全教育

总学时：32学时

课程目标：通过本课程学习，使学生了解公共安全的基本知识，掌握安全防范技能和与安全问题相关的法律法规，牢固树立起“珍爱生命、安全第一、遵纪守法、和谐共处”的正确的安全观。增强大学生的社会责任感 and 安全防范意识。

课程内容：本课程教学内容分为安全概述、国家与社会安全、传染病防控与救治、学习安全、食品安全、住宿安全、交通安全、交际安全、人身安全、心理安全、活动安全、逃生安全、购物安全、财产安全、就业安全、网络安全、旅游安全和预防校园不良网络信贷十八个专题。

教学要求：本课程充分利用网络优质教学资源，采用线上线下和实践教学混合式教学模式，计划采取线上26学时，线下6学时（其中理论教学2学时、实践4学时）理论教学2学时和实践教学2学时于新生第一学期开设完成，实践教学2学时于第二学期开设完成教学任务。同时通过入学教育、专题讲座、安全分析、日常教育、实践教学等多种途径和形式开展大学生安全教育课程。加大安全预防方法的学习，注重为学生提供直接经验，拓宽学生视野并善于利用发生的安全事故警示教育学生，本课程教学条件为智慧教室、多媒体报告厅，由高校保卫干部和辅导员教师共同承担完成。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式进行，形成性评价主要通过平时到课情况（20%）、在校违法违纪违规情况（20%）进行；终结性评价为平安在线线上安全知识考试（60%）。

（4）国家安全教育

总学时：16学时

课程目标：通过本课程学习，使学生掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，了解国家安全各领域的核心要义，理解中国特色国家安全体系，达到树立自觉履行维护国家安全的义务的观念，增强维护国家安全的责任意识。

课程内容：本课程教学内容分为国家安全的内涵、坚持总体国家安全观、政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全、太空安全、深海安全、极地安全、生物安全和国家安全能力建设十九个专题。

教学要求：本课程充分利用网络优质教学资源，采用线上线下教学混合式教学模式，计划采取线上14学时，线下2学时理论教学于新生第二学期开设完成。同时通过

专题讲座、日常教育教学等多种途径和形式开展国家安全教育课程，本课程教学条件为智慧教室、多媒体报告厅，由高校保卫干部和辅导员教师共同承担完成。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式进行，形成性评价主要通过平时到课情况（20%）；终结性评价为平安在线线上国家安全知识学习考试（80%）。

（5）心理健康教育

总学时：32学时

课程目标：通过本课程学习，使学生在心理及心理健康知识层面、认知层面得到改变及提高，使学生在自我认知、人际沟通、环境适应、自我调控等方面的技能及能力得以提升，以综合提高学生心理素质，促进学生全面发展。具体来说，在知识目标上，使学生了解心理学有关理论和基本概念，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，掌握自我调适的基础知识；在技能目标上，使学生掌握自我探索技能、心理调适技能及心理发展技能。如学习技能、环境适应技能、压力管理技能、人际沟通及交往技能、问题解决技能、自我管理技能等；在自我认知和素质提升目标上，使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，有正确、适宜的心理求助及解决观，积极探索适合自己及适应社会的生活状态，自主塑造培养良好的积极、阳光思维及心态。

课程内容：本课程教学内容分为心理健康的判断标准及影响因素、异常心理及心理困惑、心理咨询及求助干预、自我意识与培养、人格发展与心理健康、职业规划与心理健康、学习适应与心理健康、情绪管理与心理健康、人际交往与心理健康、恋爱与性心理及心理健康、压力管理及挫折应对、生命意义与危机应对等。

教学要求：本课程充分利用网络优质教学资源，采用线上线下教学混合式教学模式，计划采取线上20学时，线下12学时于新生第二学期开设完成。结合《课程教学基本要求》及《教学工作评价方案》文件中要求注重理论联系实际、培养学生实际应用及问题解决能力，集知识、体验及训练为一体的课程要求，课程教学将采取“理论+实践”体验式课堂、结合任务导向及项目驱动等教学形式进行。具体采用课堂讲授法、启发法、小组讨论法、测试法、行为训练法、活动体验法等进行。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式进行，形成性评价主要通过考核线上理论知识学习情况（40%）及活动体验及素质训练参与情况（40%）进行，终结性评价主要通过考核素质训练任务完成情况进行（20%）。

（6）健康教育

总学时：18学时

课程目标：通过本课程学习，使学生明确健康的内涵及维持健康、预防疾病的重要性，帮助学生了解影响健康的身心因素，在健康的知识层面、认知层面得到改变及提高，增强学生主动保健、维护健康及疾病预防意识，进而帮助学生掌握维持健康及基本保健技能，促进学生全面发展。具体来说，在知识目标上，增加学生对健康影响因素、日常疾病、日常重大常见传染病传染途径及机制的了解；在技能目标上，促进学生对健康生活方式的理解、对日常慢性疾病、日常重大常见传染病的预防措施的掌握及相关急救实施的掌握；在认知目标上，促进学生形成健康管理的意识及贡献于健康中国目标实现的主动性。

课程内容：本课程教学内容分为影响健康的因素、公共卫生、营养、运动、良好的生活习惯、性与健康；传染病及慢性疾病预防、心肺复苏急救术等。

教学要求：本课程充分利用网络优质教学资源，采用线上线下教学混合式教学模式，计划采取线上12学时，线下6学时于新生第二学期开设完成。结合《课程教学基本要求》及《教学工作评价方案》文件中要求注重理论联系实际、培养学生实际应用及问题解决能力，集知识、体验及训练为一体的课程要求，课程教学将采取任务导向教学形式进行。具体采用课堂讲授法、启发法、小组讨论法、活动体验法等进行。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式，形成性评价主要通过考核平时线上理论学习、到课情况与课堂参与情况、作业完成情况及学习态度进行，占70%；终结性评价包括期末理论考试，占30%。

（7）大学体育

总学时：108 学时

课程目标：通过本课程的学习，学生能够掌握体育与健康的基本知识和运动技能，使学生在耐力、力量、柔韧及协调性等主要素质方面得到提高，在形态机能方面达到

较为理想的标准和要求，使学生能够适应各种工作环境。

课程内容：本课程教学内容分为田径、球类（篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球）、武术、健身等部分。

教学要求：本课程结合专业学生的特点认真备课和开展教学，实践课因天气影响可根据计划调整上课内容。教学过程中管教管到，实践课教师讲解示范要到位，要组织学生认真练习。主要采用的教学方法是讲解示范教学法、纠错法、提问启发式方法。拥有标准田径场、篮球场、排球场、足球场、室内乒乓球馆、室内羽毛球馆、健身房等教学场地。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用百分制，主要通过技能考核、平时表现和体质达标测试三个部分组成，分别占 40%、40%、20%。

（8）思想政治理论

总学时：148 学时

课程目标：通过本课程学习，使大学生系统的接受马克思主义理论教育，提升学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题和解决问题的能力，在深学细悟中增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。本门课程贯穿在校两年时间，融思政教育之“美丽中国”建设、乡村振兴战略、农业经济发展新常态与农业技术人才在指导、推广、生产、自主创业等各领域所需具备的吃苦耐劳、淡泊名利、乐于奉献、合法用权的道德与法治意识有机融合，为培养高端技术技能型农业行家里手提供方向引领与价值遵循，促使学生在服务祖国、服务人民、扎根基础、扎根农村中坚定理想信念、夯实理论根基、锻造干事本领。

教学内容：本课程共开设四门课程，开两年四个学期，一年级开设《思想道德与法治》、《形势与政策》；二年级开设《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》、《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》、《形势与政策》。并对应课堂理论教学完成专题论文、调研报告等实践教学任务，且通过参加生产劳动、志愿服务、公益活动及“红色寻根”、“红色经典”等项目拓展校外实践活动。

教学要求：本课程充分利用智慧职教云课堂及其他网络优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式，教师主导，学生主体，构建起课前、课中、课后环环相扣的可持续性学习模式。课前充分发挥线上云课堂引导学生预习教材知识点、完成教师课前

任务布置。课中以小组讨论、头脑风暴及情景教学为主推进“学、思、做”一体式教学。课后以职教云每课练习及每章测试为主，以拓展相关话题讨论、完成相关原著阅读与影视观看为辅，促进基础性知识与拓展研修内容的复合式延伸性学习。同时，实践教学与理论教学相辅相成，以进一步帮助学生深化对课堂知识的理解和运用为目的，以走向基层、走入社区为主要方式，采用素质拓展活动、小组访谈调研的行走教学，使学生在认识、交流、操作等各项劳动任务中实现自我价值与社会价值的统一。

考核评价：本课程为考试课，坚持形成性评价与终结性评价相结合，且注重过程性考核。《思想道德与法治》《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》、《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》等三门课程的形成性评价主要考核学生的学习态度、学习能力、学习习惯养成、实践任务完成情况等，其占比为40%；终结性评价主要考核学生的整体知识运用及能力提升情况，其占比为60%。《形势与政策》课程成绩由四学期考查的平均成绩为最后总成绩。

（9）大学生职业发展与就业指导

总学时：32学时

课程目标：通过课程教学，学生在态度、知识和技能三个层面达到以下目标。态度层面：通过本课程的教学，大学生应当树立起职业生涯发展的自主意识，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。知识层面：通过本课程的教学，大学生应当基本了解职业发展的阶段特点；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。技能层面：通过本课程的教学，大学生应当掌握自我探索技能、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。

课程内容：教学内容为两个模块，总计32学时，分两个学期完成。第1学期教授模块一职业生涯规划，理论20学时。第4学期教授模块二就业指导，理论4学时、实践8学时。

教学要求：课堂教学为主，充分利用智慧职教、智慧课堂教学平台及其他的网络

优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式，辅以集中讲座等多种教学形式。开展以讨论辩论法、情景模拟法、案例分析法、教学实践法、个案咨询法等灵活多样的教学方式。

考核评价：采用课堂考核与课后作业相结合的方式作为考核方法。其中课堂考核占40%，包括出勤情况（10%）、课堂参与表现（10%）、课堂作业提交情况（20%）；课后作业占60%，包括个人大学生生活规划书的制定、个人职业生涯规划书的制定、个人简历制作等。

（10）信息技术

总学时：48学时

课程目标：《信息技术》课程是面向三年制高职高专各专业学生的一门公共基础通识课程，根据2021版高职信息技术课程标准、国考一级考纲、高职高专类人才培养方案，以职业信息能力培养为中心，旨在培养学生具备基本的信息素养和利用计算机处理日常事务的能力，为其专业服务。本课程以真实的大学校园为背景形成了“我的e海导航”、“我的IT新技术”“我的大学生活”、“我的大学班级”、“我的大学专业”、“我的国一通关攻略”六大教学模块体系，并构建了基于师生互动真实情景的24例教学实践项目。通过本课程的项目实施学习，使学生能掌握计算机基础知识、网络应用知识、IT新技术知识，能熟练使用WPS Office办公软件，帮助学生学会学习，使学生的知识、情感、技能得到全面发展，为其将来从事的职业打下良好的信息素养基础。

教学内容：本课程教学内容分为我的e海导航——计算机基础知识与网络应用、我的IT新技术——信息时代IT新技术、我的大学生活——玩转WPS Office文字处理软件、我的大学班级——玩转WPS Office电子表格处理软件、我的大学专业——玩转WPS Office演示文稿制作软件、我的国一通关攻略——计算机国家一级等级考证六个模块。

教学要求：本课程充分结合自建的智慧职教、智慧树平台网络教学资源，采用线上线下混合式教学模式授课。线上课堂在课前引导学生预习知识，课中发起讨论和头脑风暴、课后巩固和拓展知识；线下课堂内则通过教师讲解、讨论、练习相结合突破重、难点，课后进行拓展技能训练，能力提升。主要采用教学方法有：项目教学法、

情景引入教学法、电子教室控制讲练结合法、精讲剖析法等。教学环境需安装有Windows10和WPS Office的计算机机房进行教学，并配备有多媒体设备，电子教室等教学相关管理软件。

考核评价：本课程为考试课，课程评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式。形成性评价主要考核：学习纪律与态度、任务完成情况、小组合作情况等，由教师和学生（互评）共同评定，占30%；MooC平台教学视频学习情况、作业测试完成情况、讨论参与情况等，由学生（互评）和智慧职教平台共同评定，占30%。终结性评价为期末上机测试考核由机器阅卷，占40%。

（11）创业基础

总学时：32学时

课程目标：通过本课程学习，使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识；认知创业的基本内涵和创业活动的特殊性，辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目；使学生具备必要的创业能力；掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法，熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质和能力；使学生树立科学的创业观；主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，正确理解创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。

课程内容：本课程教学内容分为创新创业的基本原理与方法和创业项目书的撰写与项目路演两个模块。

教学要求：本课程是面向全体高校学生开设创业教育的核心课程。主要教学方法有项目教学法、情景引入教学法、案例教学法、任务驱动法、模拟创业法等。使学生掌握创业的基础知识和基本理论，熟悉创业的基本流程和基本方法，了解创业的法律法规和相关政策，激发学生的创业意识，提高学生的社会责任感、创新精神和创业能力，促进学生创业就业和全面发展。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式，形成性评价主要通过考核平时到课情况（10%）、课堂参与情况（10%）及学习态度（10%）等进行，占30%；终结性评价为完成项目策划书，占70%。

（12）劳动教育

总学时：20学时

课程目标：通过本课程学习，培养学生勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神，实现“以劳树德”、“以劳增智”、“以劳强体”、“以劳育美”的目标。在学生中弘扬劳动精神、劳模精神和工匠精神，教育引导学生崇尚劳动、尊重劳动，努力提升学生的生产劳动技能，同时增强诚实劳动意识，树立正确择业观，具有到艰苦地区和行业企业工作的奋斗精神。

课程内容：本课程教学内容理论8学时，实践12学时，分四个学期开设完成。前三个学期每学期6学时，包括理论2学时和实践4学时，第四学期2学时理论学时。具体内容包括劳动精神、劳模精神、工匠精神和劳动安全与法规四个专题。

教学要求：本课程通过讲座、观看视频、线上答题等多形式开展；劳动实践教育通过校园劳动、寝室劳动、社会实践、专业服务、实习实训等方式开展。教学需结合各系专业特点，与系部日常工作相结合，与学生养成教育相结合，提升学生综合劳动素养，促进其全面发展。

考核评价：本课程为考查课，考核评价由过程考核与结果考核相结合的形式进行，过程考核占40%，结果考核占60%。过程考核包括平时学生的考勤、课堂表现、劳动态度和劳动纪律等考核，结果考核主要指最后的劳动效果考核和理论知识的考核。

G2. 公共选修课设置及要求

(1) 大学英语

总学时：128学时

课程目标：通过本课程学习，学生以“实用、够用”为宗旨，掌握基本的英语语音语法规则和简单的日常交流表达所需的词汇与句型；能正确套写表格、简历和各类信函等；激发学习者英语学习兴趣，培养较好的英语学习习惯。用中国传统文化和湖湘文化熏陶学生，培养其文化自信和一定的跨文化交际能力，提升学生的职业素养。

课程内容：本课程教学内容分为日常生活交际英语（如校园友谊、家庭温情、社会热点等）、中国传统文化和湖湘文化（如春节、端午节、二十四节气、常德丝弦等）、英语综合训练（如语音训练、语法练习、高职高专英语应用能力等级考试A级综合训练等）三个模块。

教学要求：本课程充分利用职教云、UMU等教学平台及其他优质网络教学资源，采用线上线下混合式教学模式。线上课堂在课前引导学生预习知识，课中发起讨论和

头脑风暴等活动，课后巩固和拓展知识；线下课堂主要采用任务型教学法、情景教学法、诵读法、小组合作学习法等，引导学生学会用英语在日常生活中进行简单的交流，具备一定的多元文化理解能力和跨文化交际能力。

考核评价：本课程为考试课，课程评价由三部分组成：出勤占 10%，平时作业占 10%、课堂表现占 30%、期末考试占 50%。

（2）大学语文

总学时：16学时

课程目标：通过本课程学习，学生能掌握一定的中国传统文学和文化知识，提高和强化对汉语语言文字的理解能力和运用水平，激发学生对中国语言文字、文学、文化的兴趣。以中国优秀传统文化中的人文精神熏陶学生，培养学生对中华民族的文化自信，增强爱国主义精神和民族自豪感，提升学生的人文素质和职业素养，树立正确的人生观和价值观。

课程内容：课程内容以经典阅读为主，按照“执业有心”“执业有方”“执业有行”三大主题重构内容，从三个层次修炼学生心性，培育学生共情，引导学生知行合一。在阅读与欣赏活动中深化情感认知和体验，从而实现塑美、怡情、育德、导行，全面提升学生人文素养与职业素养。

教学要求：学生下载智慧职教APP，加入常德职业技术学院大学语文MOOC，在规定时间内完成线上微课视频学习、讨论互动、习题测试及考核。

考核评价：课程教学评价由形成性评价和总结性评价构成，合理利用信息技术对学生的学习态度与学习过程进行跟踪考核，实现评价的过程化和信息化。教师采用过程性的线上考评贯穿整学习过程，对学生线上微课学习，讨论互动、习题测试进行考核，包括学生学习的参与度、学习的完整性、学习的效果及分析问题、解决问题能力的考核，占学科总成绩的80%。学习结束后，学生在线完成学科测试，成绩占学科总成绩20%，满分100分。

（3）高等数学

总学时：14学时

课程目标：通过本课程学习，使学生理解概率统计学中的概念，理解其中一些基本原理和方法的意义与作用，能适当运用所学的数学知识和数学方法进行相关分析和

计算。

课程内容：本课程教学内容分为概率论的补充内容，包括有：期望和方差的性质，大数律与中心极限定理；和数理统计的辅助内容，包括有：卡方分布、t-分布，点估计法和区间估计。

教学要求：本课程充分利用智慧职教、慕课、高等数学在线精品课程等教学平台及其他的网络优质教学资源，采用线上教学模式。线上课堂在课前引导学生预习知识，课中利用PPT、多媒体积件、线上教学资源等实施教学，课后巩固和拓展知识，使学生掌握适当运用所学的数学知识和数学方法进行相关分析和计算等基本技能。

考核评价：本课程为考查看出那个，评价方式采用形成性评价与终结性评价相结合的形式，形成性评价主要通过考核平时学习时长（30%）、小组活动参与情况（20%）及作业完成情况（50%）进行。

（4）音乐鉴赏

总学时：30学时

课程目标：通过本课程学习，使学生了解如何欣赏音乐、基础乐理知识。具备简单识谱能力，节奏音准准确、具备谱例抄写能力、具备欣赏各类型音乐的基本能力、具备分析简单音乐型态的能力促进学生的人文素质全面发展、提高学生的音乐审美鉴赏能力、尊重艺术、理解多元文化、弘扬民族音乐、培养爱国主义精神。

课程内容：本课程教学内容包括学会聆听、多彩的民歌、丰富的民间乐器、戏曲、西洋乐器、美妙的歌剧及现代流行音乐七个主题。

教学要求：本课程重点是通过学习音乐艺术理论、鉴赏音乐艺术作品、参加音乐艺术活动等，树立正确的审美观念，培养高雅的审美品位，提高人文素养；了解、吸纳中外优秀音乐艺术成果，理解并尊重多元文化；发展形象思维，培养创新精神和实践能力，提高感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，培养学生德智体美全面和谐发展。

考核评价：本课程为考查课，课程评价以智慧职教平台为载体，采取教师评价、学生自评、生生互评等形式，采用过程性评价（50%）+结果性评价（50%）相结合的方式进行考核评价。过程性评价包括考勤、个人任务、小组任务等，主要考核学生的知识应用能力、自主学习和探究能力、素养以及综合素质等内容。终结性评价采用期

末考查的方式进行，主要考查学生理论知识的掌握程度。

（5）且听诗吟

总学时：30学时

课程目标：通过本课程学习，使学生了解《诗经》的相关文化知识；阐述《诗经》诗歌吟诵、歌曲演唱及相关乐器演奏的技巧；掌握音乐剧的表演要点。能运用《诗经》的文化知识分析诗歌的思想感情；吟诵、演唱《诗经》，演奏乐曲；进行《诗经》音乐剧表演。让学生树立文化自信，增强民族自豪感；提高审美修养，提升审美情趣；激发创新意识，培养团结协作精神。

课程内容：本课程教学内容包括吟诗经之章，唱礼乐之歌，奏金石之音，演风雅之剧四个模块。

教学要求：本课程通过学习诗经的文化知识及音乐的表现技巧，在重识、重现中国经典文化的过程中，让大学生树立正确的审美观念，培养高雅的审美品位，提高人文素养；了解剧目表演的相关知识，培养创新精神和实践能力，提高感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，培养学生德智体美劳全面发展。

考核评价：本课程为考查课，课程评价以智慧职教平台为载体，采取教师评价、学生自评、生生互评等形式，采用过程性评价（50%）+结果性评价（50%）相结合的方式进行考核评价。

（6）趣味电子钢琴

总学时：30学时

课程目标：通过本课程学习，使学生了解电子钢琴的基本理论和演奏技巧，提高音乐理解力和表现力。能掌握电子钢琴演奏方面的基本理论知识，掌握电钢弹奏的基本技能等。培养学生对艺术的热爱，提高艺术审美意识，提高音乐鉴赏能力。

课程内容：本课程教学内容包括电子钢琴入门、乐理知识入门、双手伴奏练习和演奏曲目四个模块。

教学要求：本课程要求教师运用讲授法、演示法、练习法等教学方法开展教学活动，使学生掌握电子键盘演奏方面的基本理论、基本知识，掌握电钢弹奏的基本技能及音乐表达能力等。贯彻因材施教的教学原则，尊重学生能力的差异，根据学生实际情况，适时调整教学方法。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采取平时课堂考核、期末统一考核方式相结合的考核办法，平时根据作业完成情况进行考核，期末采取分组考核。平时考核成绩占 30%，课堂考勤占 20%，期末统一考核成绩占 50%。

（7）影视鉴赏

总学时：30学时

课程目标：通过本课程学习，通过本课程的教学，使学生了解或掌握影视艺术的基本知识、审美鉴赏方法等，丰富学生的美育知识，提高学生对影视作品的审美感受力及鉴赏能力，从而培养学生的综合素质。通过鉴赏影视作品、学习影视理论、参加艺术实践，发展形象思维，培养创新精神和实践能力，提高感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力。让学生树立正确的审美观念，培养高雅的审美品位；陶冶情操，发展个性；了解、吸纳中外优秀成果，提高文化艺术素养，增强爱国主义精神和环保意识。

课程内容：本课程教学内容包括绪论、家国情怀篇、人与自然篇和世间百态篇四个模块。

教学要求：本课程要求教师利用智慧职教网络学习平台，结合线上线下，采用混合式教学模式。课前，教师布置学习任务，学生在线自主学习，个人或小组合作完成任务，教师检查学生任务完成情况，根据检查结果深入分析学生自主学习遇到的问题，调整教学策略。课中，有针对性地进行讲解、点评、讨论，并让学生进行展示。课后，学生在平台上完成课程后作业。

考核评价：本课程为考查课，课程评价分为平时作业、课堂展示和期末考试考核。满分 100 分，三项成绩之比为 1：1：1。

（8）改革开放史

总学时：30学时

课程目标：本课程是面向全院各专业学生的一门选择性必修课程，是落实党中央在思政课中加强“四史”教育重大决策部署的具体要求。本课程运用历史的、整体的、辩证的思维视角分析与总结改革开放探索中的方法与经验，旨在帮助学习者了解改革开放的基本历程，熟悉改革开放不同时期的党政方针政策，尤其是重点掌握十八大以来湖南省的改革开放举措。坚定不移改革初心、中国开放大门不会关闭，只会越开越大的信念，培育听党话、跟党走的忠贞情怀，达到在学史、知史中有效提升学习者的

政治认同、思想认同、情感认同的目的，并进一步以史化行达成增信、明理、启智、育魂的目标。

课程内容：本课程以改革开放历史发展脉络为经，以伟大成就、基本经验、基本国策为纬，以典型人物、事件、会议、文件为教学载体，回顾与阐述了改革开放40多年的发展历程，勾勒改革开放的宏伟篇章。在对改革开放史的教材内容进行优化整合后，按照改革开放的时间纵深推进来设计内容，并结合党的二十大报告关于新时代以来所取得的历史性成就，把教材内容梳理为教学内容7章44节。既突显新时代改革开放举措，又能比较全面地反映党在不同时期的改革开放发展历程。

教学要求：本课程运用“智慧树”平台和“智慧教室”相结合进行线上线下混合式教学模式授课。线上授课在“智慧树”平台开展，由学生自主学习教学视频片断，并完成相应弹题及章节测评题、参与讨论互动。线下教学在“智慧教室”进行，通过讲解、讨论、视频等开展情景互动式教学。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用形成性评价和终结性评价相结合的评价方式。主要考核学生在“智慧树”平台上的教学视频在线学习进度、视频观看中的弹题、章节测试、互动讨论等学习情况及线上期末知识检测，根据平台设置的各项内容占比（学习进度 15分+学习习惯 25分+学习互动10分+章测试10分+期末测评40分）综合测评进行评价。线下拓展性见面课共6次，主要考察学习态度，不纳入总分测评，线下拓展性见面课3次缺勤，将取消考核资格。

（9）中华优秀传统文化

总学时：30学时

课程目标：通过本课程学习，帮助学生深入了解和认识中华优秀传统文化的优秀要素，熟悉中国传统思维模式，学习中华传统美德，体悟中华民族品格；启迪学生热爱祖国、热爱民族文化；引导学生汲取中华民族智慧，传承中华民族精神，完善人格，厚植家国情怀，增强民族自信心、自尊心、自豪感，弘扬中国价值；从而助推学生人文素养、职业素养和专业素养的全面发展。

课程内容：本课程教学内容以中国传统文化的基本精神为主线，分模块构建教学内容。课程整体讲解中国传统文化的产生、发展，中国传统文化的整体风貌及基本精神。具体通过讲解中国传统哲学、宗教、文学、艺术、戏曲、建筑、节日、礼俗等主

要内容。通过系统的课程学习使学生充分认识到中国传统文化的精华，深刻领悟中国传统文化的精神。增强学生的民族自豪感和爱国情怀，提高人文素养和文化品位，培养高尚的道德情操、良好的审美情趣。

教学要求：本课程利用智慧职教平台实施线上线下混合式教学。课前学生线上学习，完成个人任务和小组任务。线下课堂授课，教师运用讲授法、情景教学法、讨论法等教学方法开展教学活动；教学中以理论结合实践，通过各类院系活动开展实践教学，力求为学生以后的人文发展奠定基础，通过课堂讲授和课外学习等活动，使学生树立正确的文化观。

考核评价：本课程为考查课，课程评价以智慧职教平台为载体，采取教师评价、学生自评、生生互评等形式，采用过程性评价（50%）+结果性评价（50%）相结合的方式进行考核评价。过程性评价包括考勤、个人任务、小组任务等，主要考核学生的知识应用能力、自主学习和探究能力、人文素养以及综合素质等内容。终结性评价采用期末考查的方式进行，主要考查学生理论知识的掌握程度。

Z1. 专业基础课设置及要求

（1）电子商务基础

总学时：32学时

课程目标：通过本课程学习，使学生了解电子商务的概念及发展历程，理解当前电子商务的主要盈利模式，掌握B2B、B2C、C2C电子商务的基本运作模式，掌握电子商务活动中的电子商务调研、交易、营销、支付、物流等基本知识。能分析以淘宝网为代表的C2C网站的经营模式，解释其网站栏目，能在该平台上开店，进行店铺管理、装修、推广、物流等操作，能完成买家的订购流程等操作。

课程内容：本课程教学内容分为电子商务概述、电子商务模式、网络营销、电子商务物流管理、客户服务与管理、电子商务安全、电子商务支付、电子商务法律、微商和电子商务的发展、移动电子商务、电子商务创新模式及行业应用、电子商务技能训练共12个项目。

教学要求：本课程将“大局意识，风险意识和责任意识”为主题的课程思政融入教学全过程。教学采用“项目教学法”，将“教、学、练、做”融为一体。教学体现“教师为主导，学生为主体，训练为主线”的原则，课堂上可以采用“项目教学法”，

即将教学知识系统化，内容具体化，任务项目化。教学设计要充分利用现代化教学手段，提高教学效果，教学中根据实际需要可以采用电子演示文稿，大屏幕多媒体联机演示、网络教学等各种先进的教学手段、使课堂教学生动活泼，引人入胜，提高教学效果，同时提高教学效率。充分利用专业教学资源库及智慧职教等信息化教学平台丰富教学内容开展线上线下混合式教学。

考核评价：本课程为考试课，课程评价采用过程性评价和结果性评价相结合。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。

（2）市场营销

总学时：48学时

课程目标：通过本课程学习，使学生掌握市场需求调查的手段和方法，掌握市场分析能力，能确定目标市场和进行准确的市场定位，能进行品牌塑造和管理，能对产品进行合理的定价，能进行销售网络布局和物流管理，能制定有效的促销策略并予以执行。帮助学生学会学习，使学生的知识、情感、技能得到全面发展，为其将来从事的职业打下良好的农业素养基础。

课程内容：本课程教学内容分为树立市场营销观念、寻找市场机会、确定目标市场、创设产品品牌和包装、制定产品营销价格、组建产品销售渠道、策划产品促销活动七个模块。

教学要求：本课程将“顾客至上、绿色营销”为主题的课程思政融入教学全过程，充分利用案例教学法、任务驱动法、直播体验法、教学资源库等多种教学方法和教学资源，激发学生学习兴趣，突出培养学生的实践技能和职业素养。比如在讲解品牌建设时，结合国家对品牌的重视程度及常德市优质品牌基地进行参观，让学生树立品牌至上的意识；在讲解产品营销渠道建设时，向学生展示当今最新渠道——网络渠道，并要求学生体验产品直播。教学过程中，教师应积极引导，培养学生的学习能力、语言表达能力和耐心细致的工作能力，以提升学生的综合职业素养；利用案例教学法和任务驱动法激发学生的学习动力，直播体验法增强学生的职业体验，充分利用资源库来扩展学生获取知识的途径。

考核评价：本课程为考试课，课程评价采用过程性评价与结果性评价相结合的形式。其中学习纪律与态度、职业素养与操作规范、考勤、纪律、技能考核、平时作业和网络直播等，占40%；结果性评价为期末资源库线上测试考核，占60%。

（3）客户服务与管理

总学时：48学时

课程目标：通过本课程的学习，学生了解常用客服技巧的技能，在学习过程中注意理论联系实际，注重实际技能的培养。能将客服技巧和规则内容达到完整统一。结合相关岗位要求，培养和提高学生各方面综合素质，增强观察力、表现力和审美能力。同时培养学生具有与人沟通的能力及团队协作精神，培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风。为今后从事客户服务等相关工作打下良好的基础。

课程内容：本课程教学内容分为走进客户服务、分析目标客户、沟通客户需求、处理客户投诉、培育忠诚客户，管理客户关系等六个模块，共17个任务。

教学要求：本课程将“大局意识，风险意识和责任意识”为主题的课程思政融入教学全过程，培养树立全局意识，培养契约意识；通过选用典型活动项目，由教师提出要求或示范，组织学生进行活动，让学生在活动中树立责任意识，增强团队的合作精神，掌握本课程的职业能力；充分利用云课堂-智慧职教APP等信息化平台和信息化手段，开展信息化教学，提高教学效果。

考核评价：本课程为考试课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，评定学生成绩，过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；终结性评价为期末综合考试，占60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

（4）商务数据分析

总学时：64学时

课程目标：本课程为1+X课证通融课程，通过本课程学习，培养学生掌握商务数据分析与应用的知识、技能，能够对企业商务活动中产生的数据进行搜集、整理、搭建数据分析框架并对数据分析结论提出有指导意义的数据分析报告，为企业商务活动提供决策支持。

课程内容：本课程教学内容分为认知电子商务数据化运营；制定数据采集与处理

的方案；分析市场数据；分析运营数据；分析产品数据；撰写数据监控与数据分析报告等6个模块，共36个任务。

教学要求：本课程将“遵守法律法规，具备数据保密意识”为主题的课程思政融入教学全过程。充分利用i博导平台及其他网络优质教学资源，进行线上线下混合式教学模式。采用“思、学、练、拓”的教学模式，构建“三阶段、五环节”的教学策略，其中三个阶段为：课前导学，完成教师课前导学任务；课中督学，教师解答知识疑点；学生实操练习，增强理解；课后促学，完成学习内容，并拓展延伸；五个环节为：自研自探—答疑探究—实训提升—多元评价—总结拓展。

考核评价：本课程为考试课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，过程性考核由出勤率、课堂作业、平时考核等组成，占30%；终结性评价为期末综合考试，占70%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

（5）电子商务法律法规

总学时：26学时

课程目标：通过本课程学习，要求学生了解电子合同制度，电子认证和电子签名法律问题，电子支付法律问题；网络版权保护，域名制度，电子商务中的人格权保护，电子商务中的消费者权益保护等内容。培养学生的商业运营能力和操作能力，但是在商业运营中必须要尊重基本的法律规则，了解法律中的各种规定，这不仅包括直接的电子商务法律知识，还包括最基本的合同法等内容，了解电子商务运营中可能遇到的各种法律问题，包括各种纠纷的处理。

课程内容：本课程教学内容分为基础设置、电子合同的订立、电子合同的条款、电子合同的生效、电子合同的履行及违约救济，电子支付中的法律问题、电子货币与虚拟货币的法律问题，网络著作权法律法规、电子商务专利权法律法规、域名法律法规等七大模块，包含业务基础设置等共20个任务。

教学要求：本课程将“依法治国，执法必严，违法必究”为主题的课程思政融入教学全过程，打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以案件为中心组织课程内容，并让学生在具体的案例分析中，并构建相关理论知识，发展职业能力。电子商务法律关系具有平等性，电子商务法律关系具有复合性， 电子商务法律关系

是一种具体的电子商务权利义务关系将工匠精神和思政内容融入教学全过程，培养树立全局意识，敬重契约精神，开展信息化教学，提高教学效果。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用过程性评价与终结性评价相结合的形式，评定学生成绩，过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%。终结性评价为上机考试形式，考察学生操作技能，60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

22. 专业核心课设置及要求

（1）商品摄影与短视频制作

总学时：72学时

课程目标：通过本课程的学习，学生了解并掌握商品摄影与短视频的策划、制作与运营过程中必备的理论知识、实操技能、案例和方法。

课程内容：课程的教学内容包括：商品摄影、商品图片后期处理、短视频策划、制作与运营。

教学要求：将工匠精神和新商业思维融入教学全过程，培养具有商业创新性的技能型人才；具备商品拍摄、商品后期优化处理、短视频制作等综合操作能力；充分利用云课堂-智慧职教APP等信息化平台和信息化手段，开展信息化教学，提高教学效果。

考核评价：本课程为考试课，课程的评价采用过程性评价与终结性评价相结合的形式评定学生成绩，过程性考核由到勤率、课堂参与、平时作业等组成，占40%；终结性评价为期末综合考试，占60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

（2）新媒体营销

总学时：72学时

课程目标：通过本课程学习，要求学生了解新媒体及新媒体营销的概念、内涵，理解新媒体营销的核心理论，培养学生新媒体营销思维，掌握新媒体营销策划模式规划与方案撰写，要求学生能运用微信、微博、短视频、直播、社群、二维码、软文等新媒体渠道和工具开展营销活动，并能对活动效果进行数据分析与营销方案改进，充分展现新媒体人的新媒体营销思维价值，做到学为所用。

课程内容：课程教学内容分为8大模块，包含基本营销概论、新媒体营销策划、

新媒体广告营销、微信营销、微博营销、视频营销、新媒体营销文案设计、新媒体营销数据分析等，共计18个任务。

教学要求：本课程将“合作共赢、创业创新、诚实守信、资源共享”为主题的课程思政融入教学全过程，充分利用微信、微博、社群、直播、二维码、短视频等主流工具，结合视频、各类新媒体APP软件、官方网站等教学资源，利用讲练结合、学思并进、理实相融的教学方法，提高教学效果，达到教学目标。

考核评价：本课程为考试课，课程评价采用过程性评价与终结性评价相结合的形式，评定学生成绩，过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、实训表现等组成，占30%；终结性评价为期末综合考试，占70%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

（3）视觉营销设计

总学时：72学时

课程目标：通过本课程学习，学生掌握PC端电商网店与移动端电商网店的视觉设计思路和具体的实现方法，结合网店美工岗位规程，培养学生能够进行店标设计、首页设计、详情页设计、促销设计、用户体验设计等操作设计，具备版式设计、图文编排设计、色彩设计等综合能力。同时培养学生勤于思考、勇于创新、认真细致的工作态度；培养学生爱岗敬业、精益求精、务实高效、团结协作的职业精神，为今后从事网店美工设计等相关工作打下良好的基础。

课程内容：本课程教学内容涵盖店标设计、首页设计、商品详情页设计、用户体验设计，商品短视频设计、直播封面图设计等。

教学要求：本课程将“设计意识，创新意识和责任意识”为主题的课程思政融入教学全过程，充分利用云课堂-智慧职教APP等信息化平台和信息化手段，开展“线上+线下”混合式教学，从网店装修的实际问题出发，采用任务驱动、情景导入、案例教学等多种教学方法提高教学效果。

考核评价：本课程为考试课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，过程性考核由到勤率、课堂作业、平时考核等组成，占30%；终结性评价为期末综合考试，占70%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

（4）网店运营与推广

总学时：72学时

课程目标：通过本课程的学习，学生能具备网络市场调研相关知识；具备商品拍摄和图片处理相关知识；具备网络销售与推广相关知识；具备仓储与物流配送相关知识；学会应用网店数据分析工具，具备订单处理及数据分析相关知识；具备客户服务与管理相关知识。能够熟悉网店的基本操作，培养网店经营运作能力；熟练使用网店运营相关工具，包括产品拍摄、图片处理及网店美工等；具备对网店数据进行分析的能力，以及能制定出对应的网店运营策略。

课程内容：本课程教学内容分为网店前期筹划、网店美工设计、网店推广、网店客服管理、仓储与物流、网店数据分析、网店会员管理、网店运营策略、1+X网店运营基础、网店平台运营实训共10个项目。

教学要求：本课程将“大局意识，风险意识和责任意识”为主题的课程思政融入教学全过程。以学生为主体，综合考虑知识、技能、态度、素质四个能力要素，合理规划教学内容、科学设计教学方法和考核方式，提高学生学习的积极性和趣味性。在课程组织实施上，大力实践“就业导向”的技能型教学模式，积极推进“教、学、做”一体化。教学方法主以分组协作法、角色扮演法、情景模拟教学法为主，以叙述教学法、启发布教学法、诱导法等其他教学方法为辅，做到争对不同教学环境、不同学习对象选择合理的教学方法。充分利用教学资源库及智慧职教等信息化教学平台丰富教学内容开展线上线下混合式教学。

考核评价：本课程为考试课，课程评价采用过程性评价和结果性评价相结合，理论考试与实践考核相结合，理论考试重点考核与实践能力紧密相关的知识，重点评价学生的职业能力。过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。

（5）直播运营

总学时：64学时

课程目标：通过本课程的学习，学生能够掌握直播电商的基本理论、方法和操作能力；掌握直播电商的筹划、运作、实施和评估；了解直播平台的运营规则、掌握直

播平台的定位与运营、能够通过直播进行变现；了解主要直播电商岗位和直播电商存在的风险，了解直播案例的分析方法。能进行直播电商的筹划、运作、实施和评估，能初步完成直播各岗位的工作任务；能打造直播间；能进行直播；能初步评估、预防和及时应对直播电商存在的风险，能够分析一些直播电商的案例。

课程内容：直播电商的基本理论、方法和操作能力，抖音、快手、虎牙等直播电商平台直播的筹划、运作、实施和评估，直播电商岗位和直播电商存在的风险，直播案例的分析。

教学要求：将“耐心、勤劳”的大国工匠精神，将美学、艺术、文化自信融入课堂，自觉守法、诚信，并将爱国、爱党、爱中国文化融入教学，遵守电商平台规则。采用讲授法，案例教学法、演示法、项目法、小组讨论法等。电商直播室以及企业现场实施教学。

考核评价：多样化、过程性考核评价方式。教学方法采用情景模拟法、任务驱动法、项目教学法、小组讨论法等，实现“做中学，学中做”的教学思想。过程性考核由出勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；期末结果考核评价为通过理论考试，占60%，任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定本课程的考核成绩。

（6）零售门店O2O运营

总学时：52学时

课程目标：通过本课程的学习，学生熟悉掌握新零售的概念、模式；熟悉新零售商品供应链管理与创新；掌握新零售线上线下商品和价格管理策略；掌握新零售全渠道运营的知识和方法；掌握新零售线上线下联合促销方法与策划；新零售客户运营。具有企业新零售运营转型的基本判断能力，具有企业新零售方案的策划能力，具有新零售运营和管理的基本能力。

课程内容：本课程教学内容分为新零售概论；新零售商品供应链管理；新零售商品和价格管理策略；新零售全渠道运营；新零售O2O促销与管理；新零售客服运营。

教学要求：本课程将“创新意识”为主题的课程思政融入教学全过程，培养学生新时代使命感。主要采取理论教学+实操的模式，多运用现代信息化教学手段，以工作过程为主线，任务驱动，工学结合，引导学生掌握新零售的知识和技能。

考核评价：本课程为考试课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，学习过程评价比重占课程总评成绩的40%，学习结果考核比重占课程总评成绩的60%。学习过程评价中到勤率占10%、作业与平时考核占80%、课堂参与占10%，学习结果考核为期末综合考试。

23. 专业拓展课设置及要求

(1) 电子商务物流

总学时：32学时

课程目标：通过本课程学习，学生了解现代电子商务物流管理的基本原理和方法，理解电子商务物流管理的运作，掌握电子商务物流管理的优化与设计，掌握电子商务与现代物流知识，模拟物流管理各环节操作应用的实现过程。培养学生具备电子商务物流从业人员认真刻苦、勇于实践的工作作风、严谨的工作态度、敬业精神、良好的团队协作意识、优秀的策划素养。为今后从事电子商务物流工作打下良好的基础。

课程内容：本课程教学内容分为八大模块，包含走进电子商务物流、商品出货与包装、快递运输与派送、电子商务逆向物流、电子商务仓储与库存控制、跨境电子商务物流、电子商务供应链管理、电子商务物流管理等，共18个任务。

教学要求：本课程将“责任意识、诚信意识和法律意识”为主题的课程思政融入教学全过程，依托云课堂智慧职教学习平台，将所有教学资源全部上网。教师利用平台，将传统课堂教学与网络相结合，实施线上与线下混合式教学，采用任务驱动、情景导入、案例教学等多种教学方法。

考核评价：本课程为考试课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；终结性评价为期末综合考试，占60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

(2) 跨境电子商务

总学时：32学时

课程目标：通过本课程学习，学生能够对跨境电子商务有基本的认知，熟悉典型跨境电子商务平台的基本操作，掌握如何管理运营跨境电子商务平台的一家店铺，结合相关岗位的规程，培养学生能策划店铺的网络营销活动，能独立的进行店铺的装修

美化，能对店铺的后台数据进行专业的电子商务数据分析，能合格当担的起店铺的客服职责以及掌握其他相关跨境电商必备知识，如跨境电商的物流体系、支付手段及相关法律法规政策。同时培育学生具有与人沟通的能力及换位思考能力同理心，培养学生商业化思维，学会利用营销意识，发现市场需求，培养学生美学思维以及对美的认知，满足市场需求，培养学生遵纪守法和良好职业道德。为今后从事电子商务等与商业相关工作打下良好基础。

课程内容：本课程教学内容分为跨境电商的基本认知、跨境电子商务平台的基本操作、跨境电子商务平台的网络营销、跨境电子商务平台客服服务、跨境电子商务平台的店铺装修、跨境电子商务平台的数据分析、跨境电子商务平台的运营管理及相关跨境电商知识八个模块，共18个任务。

教学要求：本课程将“大众创新、万众创业”为主题的课程思政融入教学全过程。充分利用模拟跨境电商平台，课堂讲授与实操相结合，学生边学边实践，突出教学重点和难点，采用情景导入，案例分析，讲授与实操结合等教学方法。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，过程性考核比重占总成绩的40%（以出勤率10%、课堂参与10%、作业80%为评分依据），期末结果考核比重占总成绩60%，以模拟平台最终实操成绩为依据。

24. 专业选修课设置及要求

（1）职业素养（商务礼仪）

总学时：48学时

课程目标：通过本课程学习，要求学生了解礼仪的基本知识：礼仪的特性、礼仪的概念、礼仪的发展历史；了解个人礼仪、交往礼仪、办公礼仪、座次礼仪、礼品礼仪及其宴会礼仪的相关礼仪规范；了解世界主要国家的礼俗风情及基本的礼仪规范。培养学生理解、宽容、谦逊、诚恳的待人态度。在践行道德规范的过程中引导大学生明礼修身，知礼明德，进而进一步提升自己的职业素养，为今后从事的工作岗位打下良好的基础。

课程内容：本课程教学内容分为礼仪概述、商务人员形象塑造、商务交往礼仪规范、商务人员职场礼仪法则、商务宴请礼仪、中外民俗礼仪、求职礼仪七个模块。

教学要求：本课程将“**尊重为先，诚信为本**”为主题的**课程思政**融入教学全过程，在传授专业知识的同时，将“爱国、敬业、诚信、友善”的核心价值观引领学生的价值取向，提升育人成效，让学生成为内外兼修，德才兼备的有用之才。用教学平台和优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式，采用故事情境导入《朱子治家格言》、《福特面试的故事》、《杜拉拉升职记》等职场案例，让学生明白礼仪对自身发展的重要性，将情境演练教学法贯穿教学全过程，让学生在情境模拟过程中体验职场礼仪场景，巩固教学效果。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用过程性评价与结果性评价相结合的形式。其中学习纪律与态度、职业素养与操作规范、考勤、纪律、技能考核、平时作业和网络直播等，占 60%；结果性评价为期末资源库线上测试考核，占 40%。

（2）互联网文案策划与写作

总学时：48学时

课程目标：通过本课程的学习，学生能够掌握互联网文案策划与写作的基本理论，能够熟练的掌握和运用各类提升文案价值内容的工具和方法，明确在互联网+时代，互联网文案作为内容营销的重要手段，优秀的文案策划与表达能力是直接触达消费者并形成购买的重要因素，也是电子商务专业的学生必须掌握的相关技能。本课程旨在培养学生成为适应社会需要的应用型文案写作和营销人才，同时培养学生诚实守信、爱岗敬业的职业观念与职业素养。

课程内容：本课程教学内容分为初识软文写作、互联网文案的写作准备、互联网文案的创意方法和互动传播、互联网文案的内容与形式、产品和品牌文案、社会化媒体平台文案、五种常见的文案类型及写法、直播和短视频脚本文案八大模块。

教学要求：本课程将“**诚信意识，风险意识和责任意识**”为主的**课程思政**融入教学全过程。课程采取课堂教学、多媒体教学等方式进行。主要教学模式是教师先进行课堂讲授、案例分析、启发思考等方式讲授新课，同时，教师利用平台，采用任务驱动、情景导入、案例教学等教学方法将课堂实践任务发布，采用讲练结合的方式实施线上线下混合式教学。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合。学习过程评价比重占课程总评成绩的40%，学习结果考核比重占课程总评成绩的60%。

学习过程评价中到勤率占10%、作业与平时考核占80%、课堂参与占10%，学习结果考核为期末综合考试。

(3) 管理学基础

总学时：40学时

课程目标：通过本课程学习，学生掌握管理的基本概念、基本原理和基本方法，结合西方管理理论的产生和发展，联系中国管理思想和实践，了解现代管理理论和实践发展的新趋势。培养学生具有社会责任心、契约意识，培养学生具有良好的职业道德和敬业精神，能吃苦耐劳。为今后从电子商务企业管理等相关工作打下良好的基础。

课程内容：本课程教学内容分为八大模块，包括管理活动与管理者、管理理论的发展演进、决策、计划、组织、领导、激励、沟通和控制等，共18个任务。

教学要求：本课程将“责任意识、诚信意识与团队意识”为主题的课程思政融入教学全过程，依托云课堂智慧职教学习平台，将所有教学资源全部上网。教师利用平台，将传统课堂教学与网络相结合，实施线上线下混合式教学，采用任务驱动、情景导入、案例教学等多种教学方法。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；终结性评价为期末综合考查，占60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

(4) 消费者行为分析

总学时：24学时

课程目标：通过本课程学习，使学生系统地掌握消费者心理和行为的基本知识，培养学生运用这些知识进行营销决策和营销策划的能力。通过理论与实践相结合的方法让学生熟悉消费者的一般心理活动过程；掌握影响消费者心理的心理特征；熟悉消费者行为的购买决策和行为模式；熟悉影响消费者行为的诸多因素；学会运用理论进行实际分析的分析；掌握通过改变营销策略影响消费者心理，从而达到影响消费者行为的目的。

课程内容：本课程教学内容包括消费者行为认知、消费者购买决策、消费者感知、记忆与学习、消费者个性、自我概念与学习、消费者态度、消费者需要与动机、消费

者群体沟通与创新扩散、消费文化与消费行为、消费者满意与忠诚——消费者购后行为、营销组合与消费行为、网络消费与消费行为、绿色消费与消费行为12个模块。

教学要求：本课程将“尊重市场规律、尊重消费者需求”为主题的课程思政融入教学全过程，通过项目式教学，加强学生的发现问题、分析问题和解决问题的能力，鼓励学生进行社会实践；培养学生的综合职业能力和职业素养；培养创新的能力和团队合作精神。

考核评价：本课程为考试课，课程评价采用过程性评价与终结性评价相结合的形式，评定学生成绩，过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；终结性评价为期末综合考试，占60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

（5）财税基础

总学时：24学时

课程目标：通过本课程学习，使学生掌握管理的基本概念、基本原理和基本方法，结合西方管理理论的产生和发展，联系中国管理思想和实践，了解现代管理理论和实践发展的新趋势。

课程内容：本课程教学内容包括管理活动与管理者、管理理论的发展演进、决策、计划、组织、领导、激励、沟通和控制。

教学要求：本课程依托云课堂智慧职教学习平台，将所有教学资源全部上网。教师利用平台，将传统课堂教学与网络相结合，实施线上线下混合式教学，采用任务驱动、情景导入、案例教学等多种教学方法。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用过程性评价与终结性评价相结合的形式，评定学生成绩，过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；终结性评价为期末综合考试，占60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

25. 专业实践课设置及要求

（1）电子商务沙盘实训

总学时：20学时

课程目标：本课程旨在引领学生了解电子商务沙盘系统中准备阶段、市场调研、

采购管理、仓储管理、店铺运营、财务管理、运营结果等模块的特点，掌握移动商务沙盘训练的实操技能点。能独立完成电子商务沙盘系统中完成各功能模块的任务要求。

课程内容：通过沙盘实训，了解电子商务沙盘系统中准备阶段、市场调研、采购管理、仓储管理、店铺运营、财务管理、运营结果的相关理论和实操知识。

教学要求：本课程在教学过程中，应立足于加强学生养成爱岗敬业、诚信、务实、豁达、勤奋、谦虚好学的品质；具有学生团队合作和与人交流、沟通的能力；提高学生运用所学专业知 识进行独立思考和综合分析、解决实际问题的能力。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，关注学生个体差异，评定学生成绩，过程性考核占 40%，终结性考核占 60%。

（2）双11网店推广实训

总学时：60学时

课程目标：通过课程理论学习和实践训练，主要培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程；培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生商品标题详情页优化、搜索推广策略制定、信息流推广策略制定等工作能力，具备网店推广实践能力；增强学生的创业意识，遵守《广告法》，不虚假营销、不过度宣传网店产品。

课程内容：课程教学内容分为网店推广认知，SEO优化，SEM推广，信息流推广四大项目。

教学要求：本课程在教学过程中，应立足于加强学生实际动手能力，采用校企合作，工学结合项目教学，以任务驱动型项目提高学生学习兴趣。在教学过程中，采用现代多媒体教学与实践操作教学相结合。教学方法主要以分组协作法 角色扮演法 情景模拟教学法为主，以叙述教学法 启发教学法 诱导法等其它教学方法为辅，做到针对不同教学环境 不同学习对象选择合理的教学方法，注重学做结合，边讲边学，“教”与“学”互动，做中学，学中做，强化学生实践能力和岗位职业能力的提高。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，关注学生个体差异，评定学生成绩，过程性考核由到勤率、作业、课程活动参与情况组成，针对各学习环节进行考核，占40%；终结性评价为标准化试题的闭卷考试，占

60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

（3）双11网店运营实训

总学时：40学时

课程目标：通过课程理论学习和实践训练，主要培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程；培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。

课程内容：课程教学内容分为网店前期筹划，网店美工设计，网店推广，网店客服管理，仓储与物流，网店数据分析，网店会员管理七大项目。

教学要求：本课程在教学过程中，应立足于加强学生实际动手能力，采用校企合作，工学结合项目教学，以任务驱动型项目提高学生学习兴趣。在教学过程中，采用现代多媒体教学与实践操作教学相结合。教学方法主要以分组协作法 角色扮演法 情景模拟教学法为主，以叙述教学法 启发教学法 诱导法等其它教学方法为辅，做到针对不同教学环境 不同学习对象选择合理的教学方法，注重学做结合，边讲边学，“教”与“学”互动，做中学，学中做，强化学生实践能力和岗位职业能力的提高。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，关注学生个体差异，评定学生成绩，过程性考核由到勤率、作业、课程活动参与情况组成，针对各学习环节进行考核，占40%；终结性评价为标准化试题的闭卷考试，占60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

（4）网店美工设计综合实训

总学时：40学时

课程目标：通过本课程学习，学生掌握企业网站所需图片的修饰美化、店铺的Logo 设计、Banner 设计、高点击主图设计、促销海报设计、商品详情页设计等设计制作步骤和技法。结合网店美工岗位规程，培养学生对网店图片处理美化、网站页面设计制作的职业能力。同时培养学生勤于思考、勇于创新、认真细致的工作态度；培养学生爱岗敬业、精益求精、务实高效、团结协作的职业精神，为今后从事网店装修设计等相关工作打下良好的基础。

课程内容：本课程教学内容分为网站页面的编辑美化、网店美工设计两大模块，包含25个综合实操试题。

教学要求：本课程将“创作意识，匠心精神”为主题的课程思政融入教学全过程，从网店创建和装修的实际问题出发，采用任务驱动、项目教学等多种教学方法提高教学效果。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，评定学生成绩，过程性考核由到勤率、实训操作、平时考核等组成，占40%；终结性评价为期末综合考试，占60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

（5）客户服务与管理综合实训

总学时：40学时

课程目标：通过本课程学习，学生了解常用客服技巧的技能，在学习过程中注意理论联系实际，注重实际技能的培养。能将客服技巧和规则内容达到完整统一。结合相关岗位要求，培养和提高学生各方面综合素质，增强观察力、表现力和审美能力。同时培养学生具有与人沟通的能力及团队协作精神，培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风。为今后从事客户服务等相关工作打下良好的基础。

课程内容：本课程教学内容分为售前客户服务与管理实训、售后客户服务与管理实训等两个模块，共25个任务。

教学要求：本课程将“大局意识，风险意识和责任意识”为主题的课程思政融入教学全过程，培养树立全局意识，培养契约意识；通过选用典型活动项目，由教师提出要求或示范，组织学生进行活动，让学生在活动中树立责任意识，增强团队的合作精神，掌握本课程的职业能力；充分利用云课堂-智慧职教APP等信息化平台和信息化手段，开展信息化教学，提高教学效果。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，评定学生成绩，过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；终结性评价为期末综合考试，占60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

（6）企业网络推广综合实训

总学时：40学时

课程目标：通过本课程学习，学生能掌握企业网络推广，也是对前面两年专业课程学习的集中巩固与检测。测试学生的网络推广能力以及学生从事电子商务工作的团队协作、执行力强、创新思维、成本控制、质量效益、安全规范等职业素养。

课程内容：本课程教学内容分为转化率分析；跳出率分析；转换率分析；浏览量分析；竞争对手分析等8个模块，共20个任务。

教学要求：本课程将“大局意识，风险意识和责任意识”为主题的课程思政融入教学全过程，充分利用各大搜索引擎平台、网络推广实训平台等各类优质教学资源，采用实操为主，理论为辅的教学模式，强化实践教学环节，着重培养学生创新创业能力，促进学生个性化发展，提高专业教学质量，培养适应信息时代发展需要的电子商务高素质技术技能人才。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，评定学生成绩，过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；终结性评价为期末综合考试，占60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

（7）电商平台运营综合实训

总学时：40学时

课程目标：通过本课程学习，让学生进一步巩固所学的知识，进一步剖析所学知识点间的联系，加强知识点的整合，在项目的实践过程中激发学生的创新意识，提高学生在电子商务实际运营过程中分析问题和解决问题的能力通过任务引领的项目活动，提高学生对电子商务的实际运营能力。

课程内容：本课程教学内容分为淘宝站内推广、阿里巴巴采购指数、淘宝直通车、淘宝客等4个模块，共10个任务。

教学要求：本课程将“遵守行业规程，保守商业秘密”为主题的课程思政融入教学全过程，以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力 and 实际操作能力。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用全过程性评价和结果性评价相结合，评定学生成绩，过程性考核由到勤率、作业、课堂参与、平时考核等组成，占40%；

终结性评价为期末综合考试，占60%。任课教师将每个学生的过程性评价与终结性评价的成绩相加，确定课程的考核成绩。

（8）毕业设计

总学时：40学时

课程目标：通过本课程学习，让学生熟悉方案设计的方法，步骤等；消化、补充和巩固已学专业知识，掌握所在岗位的职业技能；掌握毕业设计的撰写和设计方法。培养严谨的逻辑思维能力和准确的语言、文字表达能力；具有协同合作与组织协调能力。

课程内容：本课程教学内容分为教师指导学生选题并下达任务、学生收集资料和调研对选题进行分析拟定开题报告、学生用所知识进行方案设计、教师评阅并定稿4大模块。

教学要求：本课程充分利用智慧职教、智慧树网络平台等教学资源，采用情景教学法、任务驱动法、讲授法、练习法、小组讨论法、翻转课堂法等灵活多样的教学方法。

考核评价：本课程为考查课，毕业设计成果成绩以100分制度，成绩分为毕业设计过程评价（20%）、成果评价（70%）和答辩评价（10%）三个部分，并接受系部、学院和省教育厅的逐级抽查。

（9）岗位实习

总学时：480学时

课程目标：通过实训，学生消化、补充和巩固已学专业知识，熟练掌握所在岗位的职业技能，提高其综合实践能力，丰富社会实践经验，为实现毕业与就业的“零距离”过渡奠定良好基础。同时培养学生具备良好的人文素养、职业素养、创新创业精神；具备爱岗敬业、严谨细致的工匠精神；培养其社会责任感、探究学习、自我管理、可持续发展意识。

课程内容：本课程教学内容分为熟悉企业的相关制度与相关要求、明确企业的岗位特点及岗位要求、了解企业的文化及发展3大模块。

教学要求：本课程充分利用智慧职教、智慧树网络平台等教学资源，采用情景教学法、任务驱动法、讲授法、练习法、小组讨论法、翻转课堂法等灵活多样的教学方

法。

考核评价：本课程为考查课，课程评价采用由实训表现与态度（20%）、实训操作过程和实训内容掌握程度（50%）、实训报告的内容与文字表达（30%）组成。

七、教学进程总体安排

（一）学期教学活动周进程安排

学期教学活动周进程安排如表5所示

表5 学期教学活动周进程安排表

分类 学期	入学教育 与军训	理实一 体教学 周	实训教学 周	顶岗实习 社会实践	课程 复习	课程 考核	教学周 合计
第1学期	2周	16周			1周	1周	20周
第2学期		18周			1周	1周	20周
第3学期		13周	5周		1周	1周	20周
第4学期		18周			1周	1周	20周
第5学期		6周	9周	5周			20周
第6学期			1周	19周			20周

（二）教学进程具体安排

教学进程具体安排、集中实训周具体安排、素质拓展培养、考证安排分别如表6、表7、表8、表9所示。

表6 2024级电子商务专业课程教学进程表

专业代码：530701

课程 类型	课程 性质	课程 编号	系统 代码	课 程 名 称	学 分	总 学 时	理 论 教 学	实 践 教 学	考 核 方 式	学期/周数/周学时数					
										第一 学期	第二 学期	第三 学期	第四 学期	第五 学期	第六 学期
										20周	20周	20周	20周	20周	20周
公共 基础 课	公共 必修 课程	5307012401	340001	军事理论	2	36	36	0	查	√	√				
		5307012402	340002	军事技能	2	112	0	112	查	2W					
		5307012403	340003	安全教育	2	32	28	4	查	√	√				
		5307012404	340004	国家安全教育	1	16	16	0	查		√				
		5307012405	040020	心理健康教育	2	32	32	0	查		√				
		5307012406	040021	健康教育	1	18	8	10	查		√				
		5307012407	330018	大学体育	6	108	8	100	查	2×12	2×16	2×16	2×10		



公共选修课程	5307012408	300024	思想道德与法治	3	48	44	4	试2	2×11	2×13					
		300025	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	28	4	试3			2×16				
		300026	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	44	4	试4				4×12			
		300024	形势与政策	1	20	16	4	查4	2×3	2×3	2×2	4×1			
	5307012409	110001	大学生职业发展与就业指导	2	32	20	12	查	2×10			2×6			
	5307012410	240747	信息技术	3	48	6	42	试	4×12						
	5307012411	240746	创业基础	2	32	32	0	查	2×10		2×6				
	5307012413	330001	大学英语	8	128	128	0	试2	4×16	4×16					
	5307012412	031005	劳动教育	1	20	8	12	查	√	√	√	√			
	5307012414	330041	大学语文	1	16	16	0	查	2×8						
	5307012415	330026	高等数学	1	14	14	0	查	2×7						
	5307012416	331000	公共艺术类选修课	2	30	30	0	查			2×15				
	5307012417	300027	公共限定选修课(二)	2	30	30	0	查		2×15					
	331001	公共限定选修课(二)	中华优秀统文化												
小计				47	852	544	308		22	12	10	12			
专业(技能)课	专业基础课程	5307012426	201040	电子商务基础	2	32	16	16	试	2×16					
		5307012427	240034	市场营销	3	48	24	24	试			4×12			
		5307012429	240338	客户服务与管理	3	48	16	32	试		4×12				
		5307012430	240778	商务数据分析	4	64	20	44	试				4×16		
		5307012431	240618	电子商务法律法规	2	26	18	8	查			2×13			
	专业核心课程	5307012432	240619	商品摄影与短视频制作	4	72	32	40	试	4×9	2×18				
		5307012433	200080	新媒体营销	4	72	32	40	试		4×18				
		5307012434	240748	视觉营销设计	4	72	20	52	试				4×18		
		5307012435	240749	网店运营与推广	4	72	32	40	试		4×18				
		5307012436	240750	直播运营	4	64	24	40	试				4×16		
		5307012437	240751	零售门店O2O运营	4	52	26	26	试			4×13			
	专业拓展课程	5307012438	240342	电子商务物流	2	32	16	16	试			4×8			
		5307012439	200064	跨境电子商务	2	32	12	20	查			4×8			
	专业选修课程	限选	5307012441	200064	职业素养(商务礼仪)	3	48	24	24	查	4×12				
			5307012442	240728	互联网文案策划与写作	3	48	20	28	查			4×12		
		5307012428	200168	管理学基础	2	40	22	18	查					8×5	
任选		5307012443	240690	消费者行为分析	2	24	12	12	查					4×6	
240699	财税基础														
专业实践	5307012450	240665	电子商务沙盘实训	2	20	0	20	查	1W						
	5307012451	240666	双11网店推广实训	3	60	0	60	查			3W				

课程	5307012452	240667	双11网店运营实训	2	40	0	40	查			2W			
	5307012453	240661	网店美工设计综合实训	2	40	0	40	查					2W	
	5307012454	240662	客户服务与管理综合实训	2	40	0	40	查					2W	
	5307012455	240663	企业网络推广综合实训	2	40	0	40	查					2W	
	5307012456	240660	电商平台运营综合实训	2	40	0	40	查					2W	
	5307012457	200144	毕业设计	2	40	0	40	查					1W	1W
	5307012458	200145	岗位实习	30	480	0	480	查					5W	19W
小计				101	1646	366	1280		10	16	22	18		
复习									1W	1W	1W	1W	1W	
考试									1W	1W	1W	1W	1W	
总学分、总学时、周学时				146	2498	910	1588		32	26	32	28		

说明：

1. 查1试2——“查”表示考查、“试”表示考试；数字表示所在学期。
2. 军事理论、安全教育、国家安全教育、心理健康教育、健康教育以线上学习、线下授课、讲座等形式开展。
3. 劳动教育：课程教学内容总计20学时，理论8学时，实践12学时，分四个学期开设完成。前三个学期每学期6学时，包括理论2学时和实践4学时，第四学期2学时理论学时。劳动理论教育通过讲座、观看视频、线上答题等多形式开展；劳动实践教育通过校园劳动、寝室劳动、社会实践、专业服务、实习实训等方式开展。
4. 每学期教学周为20周，除实际授课周外，剩余周数为复习、考试周。
5. 公共选修课由学院统一在第二、三学期开设，每个学生选修两门，其中一门必须为公共艺术类选修课（包括：《艺术导论》、《音乐鉴赏》、《美术鉴赏》、《戏剧鉴赏》、《舞蹈鉴赏》、《书法鉴赏》、《戏曲鉴赏》、《大学生艺术人文素养》、《色彩艺术与生活》、《且听诗吟》、《趣味电子钢琴》等）。

表7 集中实训环节进程表

集中实训名称	开设学期	周数	备注
电子商务沙盘实训	第1学期	1周	
双11网店推广实训	第3学期	3周	
双11网店运营实训	第3学期	2周	

网店美工设计综合实训	第5学期	2周	
客户服务与管理综合实训	第5学期	2周	
企业网络推广综合实训	第5学期	2周	
电商平台运营综合实训	第5学期	2周	
合 计		14周	

表8 素质拓展培养安排表

项目名称	培养目标	时间安排
社会实践	培养学生社会调研能力、分析问题解决问题的能力	第1、2、3学期
专业兴趣小组	促进学生学习的积极性、提高专业技能与专业素养	第1、2、3、4学期
劳动技能	培养学生劳动习惯，专业情怀	每学期

表9 考证安排表

考证项目		考证时间	等级	发证机关	备注
必考项目	国家普通话水平测试	学院普通话测试站定	二乙	湖南省普通话培训测试中心	
	全国计算机等级考试	每年3月份与9月份	一级	教育部考试中心	
选考项目	全国高等学校英语应用能力A级考试	每年6月份与12月份	A级	高等学校英语应用能力考试委员会	
	1+X网店运营推广职业技能等级证	每年6月份与12月份	初、中、高级	教育部职业技术教育中心研究所	
	1+X电子商务数据分析职业技能等级证	每年6月份与12月份	初、中、高级	教育部职业技术教育中心研究所	

（三）学时与学分分配

学时与学分分配如表10所示。

表10 学时与学分分配表

课程类型	课程门数	总学分	理论学时	实践学时	总学时	学时占比 (%)
------	------	-----	------	------	-----	----------

公共基础课	必修	12	33	454	308	762	30.50%
	选修	5	14	90	0	90	3.60%
专业(技能)课	专业基础课	6	14	94	124	218	8.72%
	专业核心课	6	24	166	238	404	16.17%
	专业拓展课	2	4	28	36	64	2.56%
	专业实践课	9	54	0	800	800	32.02%
	专业选修课	3	6	78	82	160	6.40%
合计		43	146	910	1588	2498	100%
公共课占比 (%)							34.10%
实践课占比 (%)							63.57%
选修课占比 (%)							10.00%

备注：集中实践教学环节以整周为单位进行安排（1周折算为24课时），毕业实习环节1周折算为20学时。

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

组建由专任教师和兼职教师构成的双师型教学团队，生师比不高于16:1，其中高级职称教师占30%以上，双师素质教师占专业教师60%以上，硕士占比80%以上。教师队伍职称、年龄、职（执）业资格等方面形成合理的梯队结构。

2. 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；具有扎实的专业理论知识和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展线上线下混合式教学，具有课程改革和科学研究能力，能够开展本专业1门以上课程教学改革、教材编制和教法创新；有每5年累计不少于6个月的企业实践经历，新进教师前三年至少有6个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

本专业带头人具有副高及以上专业技术职称，具有丰富的电子商务专业教育教学、课程开发经验和实践经历，具有团队教学和管理能力，能够较好地把握国内外电子商务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，准确掌握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，在本区域本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

主要从电子商务相关行业企业聘任，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、职业资格证书或中层以上职务，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。

(二) 教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训基地。

1. 专业教室基本条件

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WiFi环境，并具有网络安全防护措施。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

按照专业课理实一体化要求，满足50个工位所对应的设备和实验器材为标准，同时配备实验管理人员，实训室非上课时间有计划的对学生开放。具有满足实验实训项目开展所需的相关仪器设备等条件，见表11。

表11 校内实训（验）室基本要求

序号	实训室名称	实训项目	基本配置要求
1	商品采编实训室	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。	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、引闪灯、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。
2	网络营销实训室	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。	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）。

序号	实训室名称	实训项目	基本配置要求
3	商务数据分析实训室	用于程序设计基础、数据库基础、电子商务运营与推广、商务数据分析等课程的教学与实训。	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，商务数据实训系统。
4	电子商务运营实训室	用于电子商务运营、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与实训。	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。

3. 校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够提供开展网络营销推广、网店（站）运营管理、美工设计、电商客服等实训活动，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. 校外实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供网络营销推广、网店（站）运营管理、美工设计、电商客服等相关实习岗位，能涵盖当前电子商务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，见表12。

表12 校外实训、实习基地一览表

序号	合作企业名称	基地描述（含实训项目，容纳人数）	备注
1	百度网络科技（上海）有限公司	百度网络科技公司是全球最大的中文搜索引擎及最大的中文网站，全球领先的人工智能公司。百度拥有数万名研发工程师，这是中国乃至全球最为优秀的技术团队。这支队伍掌握着世界上最为先进的搜索引擎技术，使百度成为中国掌握世界尖端科学核心技术的中国高科技企业。学生在公司主要从事网络营销、客户服务、网站美工等相关工作。每年可接纳本专业实习生50名。	
2	上海晓庄信息技术有限公司	上海晓庄信息技术有限公司以自身实体行业优势为依托，加强与各地大中专院校的深层次合作，在校园共建实训基地，开创了一条“学校—晓庄—企业”合作培养行业高端人才的新模式。学生在公司主要从事客服专员、网站美工、网络营销、网络直播等相关工作。每年在校项目可接纳专业实习生50名。	

序号	合作企业名称	基地描述（含实训项目，容纳人数）	备注
3	湖南汇富康达 健康管理有限公司	湖南汇富康达健康管理有限公司是一家集研发、生产、销售于一体的现代化集团公司，也是一家专注于专业的体脂管理解决方案提供商，通过网络营销、微信营销、电话营销等方式向消费者提供体脂管理产品及方案。学生在公司主要从事网络营销、移动商务、客户服务、仓储物流等相关工作。每年可接纳本专业实习生100名。	
4	屈臣氏集团 长沙分公司	屈臣氏是长江和记有限公司旗下的国际零售及食品制造机构，业务遍布24个国家、地区，共经营超过12000间零售商店，聘用117,000名员工。屈臣氏在中国438个城市拥有超过3,200家店铺和逾6,400万会员，是中国目前最大的保健及美容产品零售连锁店。学生在公司主要从事市场营销、售后服务、仓储物流。每年可接纳本专业实习生50名。	

5. 信息化教学方面的基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导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、提升教学效果。

（三）教学资源

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

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。建立由专业教师、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。一般选用国家规划教材、行业规划教材，鼓励教师与行业企业合作开发具有特色校本教材。

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。专业类图书文献包括：有关电子商务专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。本专业图书数量不少于每生50本，专业杂志至少达到10种，并不断更新。

3. 数字资源配备基本要求

充分利用国家教学资源库、国家在线精品课程、省级优质教学资源、中国大学MOOC 等资源，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，满足教师、学生、社会人员教学与自主学习的要求。

（四）教学方法

根据企业岗位需求和学生个性化培养需要，将规范与灵活相结合，采用多元的教学组织模式，如短期与长期结合的企业实践实训方式，集中与分散的校内外实训方式，阶段式实训实习方式等；在教学方法上，鼓励采取任务驱动、项目导向的职业教育方法，通过案例教学、角色扮演、头脑风暴、思维导图等引导学生学习；在教学形式和手段上，体现职业教育的开放性、校企互动性，尽可能在生产真实环境中开展教学。坚持学中做、做中学，以达成电子商务教学目标。

（五）学习评价

对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。教学评价主体包括教师、企业导师、学生自评、互评，如有必要可引进第三方评价。

（六）质量管理

1. 依据国发[2019]4号、教职成[2019]6号、教职成[2019]13号、教职成司函[2019]61号、湘政发[2020]2号等文件精神，普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录（2019年），高等职业学校电子商务专业教学标准、电子商务专业职业技能等级证书的相关要求，依据学院《专业人才培养方案修订工作的指导意见》，对电子商务岗位的具体要求，基于电子商务岗位职业技能体系、电子商务专业课程体系，建立电子商务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，达成人才培养规格。

2. 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。

专业教师一学期须听课评课5次，专业负责人及教研室主任听课评课不少于8次；每学期应保证有20%教师开展公开课、示范课教学活动，新教师必须实行一对一指导三年；教师若发生教学事故，不得参与当年评先评优，年度考核不高于合格等次。

3. 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。结合学情分析结果，以及行业、企业发展对电子商务专业人才需求的变化，适当调整人才培养方案。

4. 电子商务专业教学团队进行教学内容、教学方法研究，依据研究分析结果有效改进专业教学方式与方法，优化教学设计，完善人才培养模式与方案，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

1. 学分要求：必须修完教学进程表所规定的必修与限选课程修满146学分，其中岗位实践、劳动教育、毕业设计答辩为不可替代学分。

2. 证书要求：需参加普通话等级测试、全国计算机等级考试并获得相关等级证书，鼓励本专业学生参加全国高等学校英语应用能力A级考试、1+X网店运营推广职业技能证书、1+X电子商务数据分析职业技能等级证书并获得相关等级证书。

十、人才培养方案编制的有关说明

（一）学分制

本专业实行学分制，一般毕业应修完146学分，一般修业年限3年，最多不超过5年。

（二）课证融通、赛教融合、学分置换

将1+X职业技能等级证书有关内容、标准有机融入专业课程教学，实行课证融通制度。积极探索以赛促教、以赛促学教学模式，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和参加各类竞赛。各类1+X职业技能等级证书、竞赛获奖可计算学分，也可置换相关课程，具体见表13和表14。

表13 课证融通学分置换表

序号	证书类型	证书名称及级别		合作企业	可置换的学分	置换的课程名称	备注
		证书名称	等级				
1	1+X职业技能等级证书	1+X网店运营推广职业技能等级证书	初级 中级	北京鸿科经纬科技有限公司	4	客户服务与管理； 视觉营销设计； 网店（站）运营； 网店推广。	
2	1+X职业技能等级证书	1+X电子商务数据分析职业技能等级证书	初级 中级	北京博导前程信息技术股份有限公司	4	商务数据分析	

表14 技能竞赛学分置换表

序号	赛项	技能竞赛等级	技能竞赛等级及可转换的学分		技能竞赛可置换的专业必修课程
			等级	可计算的学分	
1	直播电商技能	国家级	一等	10	1. 视觉营销设计 2. 网店（站）运营 3. 新媒体营销
			二等	8	1. 视觉营销设计 2. 网店（站）运营
			三等	6	1. 视觉营销设计 2. 新媒体营销
		省级	一等	8	1. 视觉营销设计 2. 网店（站）运营
			二等	6	1. 视觉营销设计 2. 新媒体营销
			三等	4	1. 视觉营销设计
2	市场营销技能	国家级	一等	10	1. 市场营销 2. 网络营销 3. 商务数据分析
			二等	8	1. 市场营销 2. 商务数据分析
			三等	6	1. 市场营销 2. 网络营销
		省级	一等	8	1. 市场营销 2. 商务数据分析
			二等	6	1. 市场营销 2. 网络营销

序号	赛项	技能竞赛等级	技能竞赛等级及可转换的学分		技能竞赛可置换的专业必修课程
			等级	可计算的学分	
			三等	4	1. 市场营销
3	互联网+创新创业	国家级	一等	10	1. 创业基础 2. 市场营销 3. 网络营销 4. 新媒体营销
			二等	8	1. 创业基础 2. 市场营销 3. 新媒体营销
			三等	6	1. 创业基础 2. 市场营销
		省级	一等	8	1. 创业基础、 2. 市场营销 3. 新媒体营销
			二等	6	1. 创业基础 2. 市场营销
			三等	4	1. 创业基础 2. 新媒体营销
4	黄炎培创新创业	国家级	一等	10	1. 创业基础 2. 市场营销 3. 网络营销 4. 新媒体营销
			二等	8	1. 创业基础 2. 市场营销 3. 新媒体营销
			三等	6	1. 创业基础 2. 市场营销
		省级	一等	8	1. 创业基础、 2. 市场营销 3. 新媒体营销
			二等	6	1. 创业基础、 2. 市场营销
			三等	4	1. 创业基础、 2. 新媒体营销
5	商务数据分析	国家级	一等	10	1. 商务数据分析 2. 市场营销 3. 网络营销 4. 新媒体营销
			二等	8	1. 商务数据分析 2. 市场营销 3. 新媒体营销

序号	赛项	技能竞赛等级	技能竞赛等级及可转换的学分		技能竞赛可置换的专业必修课程
			等级	可计算的学分	
			三等	6	1. 商务数据分析 2. 市场营销
		省级	一等	8	1. 商务数据分析 2. 市场营销 3. 新媒体营销
			二等	6	1. 商务数据分析 2. 市场营销
			三等	4	1. 商务数据分析 2. 新媒体营销
	说明		技能竞赛主要指教育部、教育厅、市教育局等国家行政部门组织的职业院校学生技能竞赛、互联网+创新创业大赛、黄炎培创新创业大赛、世界技能大赛、商务数据分析等赛项。由正规行业协会、行指委组织的大赛相应降低一等次进行认定。		

十一、继续专业学习深造建议

本专业学生在校期间可以参加自学本科学历教育，毕业后还可参加全日制专升本教育。

十二、附录

主要撰写人：侯斌

附件1：2024级电子商务专业人才培养方案修订委员会

附件2：2024级电子商务专业人才培养方案审批信息

附件1:

2024级电子商务专业人才培养方案修订委员会

人员类别	姓名	备注
企业专家	赵海燕	湖南橘色科技集团
企业专家	崔立标	杭州赢动电商产业学院
企业专家	于静月	北京中教畅享科技有限公司
教科人员	傅新民	教授
教科人员	唐 婧	副教授
教科人员	钟 彩	副教授
专业教师	魏章友	专业带头人、副教授
专业教师	侯斌	教研室主任、讲师
专业教师	向成干	高级经济师
专业教师	刘永建	副教授
专业教师	赵梅芳	副教授
专业教师	罗曼妮	副教授
专业教师	罗新林	副教授
专业教师	路阳	讲师
专业教师	金 涛	讲师
专业教师	陈卓菁	讲师
专业教师	刘 玲	讲师
专业教师	陈思洋	讲师
专业教师	杨 桃	讲师
专业教师	蒋大成	讲师
专业教师	王 红	助教
学生	田茂忠	毕业生
学生	郑财富	毕业生
学生	游文豪	在校生
学生	李妮	在校生

说明:专业委员会负责人才培养方案的修订、论证;组织行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生情况调研,在分析人才需求和行业企业发展趋势基础上,根据专业面向的职业岗位群所需知识、能力、素质形成专业人才培养调研报告。

2024 级 电子商务 专业人才培养方案审批信息

专业代码	530701
适用年级	2024 级
学制	三年
学历	大专
专业负责人（执笔）	侯斌
修订时间	2024 年 8 月
专业建设委员会审核	<input checked="" type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格 签字: 魏海波 日期: 2024.8.8
系部审核人(签字、盖章)	 农业与经济系
审核时间	<input checked="" type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格 签字: 陈莉 日期: 2024.8.9
学院评审小组审核	
学院党委审批(签字、盖章)	 常德职业技术学院党委
审批时间	

说明：本人才培养方案适用于统招、单招三年制大专。对退役军人、下岗职工、农民工、新型职业农民单独制定人才培养方案。校企合作班级在国家教学标准基础上可以增加企业特色课程，人才培养方案单独制定。