



电子商务专业 人才培养方案（高职）

专业名称	电子商务	专业代码	530701
适用年级	2026 级	专业带头人 (专业负责人)	母欢欢、廖梓燕
专业建设指导委员会	专业建设指导委员会按照教育部、省教育厅相关文件精神，根据区域产业发展、岗位需求情况，对人才培养方案审查，同意提交系党政联席会议审核。 主任委员（签字）：		
系党政联席会议 审核意见	经 2026 年 月 日系党政联席会议审查，同意提交学院审核。 系主任（签字）： 系党总支部书记（签字）：		
基础教育教学部 审核意见： 同意提交学院审核。 负责人（签字）：	马克思主义教学部 审核意见： 同意提交学院审核。 负责人（签字）：	教务处 审核意见： 同意提交学院审核。 负责人（签字）：	
院长办公会 审核意见	经 2026 年 月 日院长办公会审查，同意提交学院党委会审核。 院长（签章）：		
院党委会 审核意见	经 2026 年 月 日学院党委会审查，同意实施。 党委书记（签章）：		

填报说明

一、填写内容文字要准确简练、数字要精确无误。

二、填写内容的字体为宋体，字号为 5 号，行距为 1.5 倍行距；上下左右边距各 2.5cm；

表格内容字体为宋体，字号为小 5 号，单倍行距。

三、《方案》请使用 A4 纸，双面打印，装订后一式 3 份连同电子文档一并上报教务处，由档案室、教务处、各系、各专业留存 1 份。

四、专业建设指导委员会成员

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	母欢欢	黔南民族职业技术学院	副教授/专业带头人
2	廖梓燕	黔南民族职业技术学院	副教授/专业负责人
3	汪欲胜	黔南民族职业技术学院	副教授/教学主任
4	李然	黔南民族职业技术学院	副教授/专业骨干教师
5	余永国	黔南民族职业技术学院	讲师/专业骨干教师
6	吴 翊	黔南民族职业技术学院	副教授/专业教师
7	周小松	黔南民族职业技术学院	讲师/专业教师
8	赵华美	黔南民族职业技术学院	讲师/专业教师
9	王雪姣	黔南民族职业技术学院	副教授/专业教师
10	杨 钊	黔南民族职业技术学院	讲师/专业教师
12	罗 珊	黔南民族职业技术学院	讲师/专业教师
11	王 正	黔南民族职业技术学院	讲师/专业教师
13	余 靖	贵州小茨生物科技有限公司	总经理
14	尤顺英	贵州小茨生物科技有限公司	销售总监
15	张磊	贵州小茨生物科技有限公司	运营总监
16	鞠舟静	都匀新路电子商务有限公司	总经理
17	韦荣全	贵州全福聚贸易有限公司	总经理

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	14
（一）培养目标	14
（二）培养规格	14
六、课程设置及要求	21
（一）公共基础课程	21
（二）专业（技能）课程	45
（三）岗位实习要求	61
（四）毕业设计的要求	62
七、教学进程总体安排	62
（一）课程学时结构	64
（二）周教学时间分配表	64
（三）课程设置及教学进程安排表	64
八、实施保障	65
（一）师资队伍	65
（二）教学设施	67
（三）教学资源	67
（四）教学方法	69
（五）学习评价	69
（六）质量管理	69
九、毕业要求	68
十、附录	75
附件 1：编制依据	75
附件 2：课程设置及教学进程安排表	77
附件 3：人才培养方案变更审批表	77

一、专业名称及代码

电子商务（530701）

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

3 年，弹性学制，最多 5 年。

四、职业面向

表 4-1 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	社会认可度 高的行业企 业标准和证 书举例
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)。	电子商务师 (4-01-06-01)、 互联网营销师 (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)	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。	普通话水平测 试等级证书(必 考)； 互联网营销师； 电子商务师。	网店运营推 广职业技能 等级证书； 电子商务数 据分析职业 技能等级证 书。

表 4-2 电子商务专业毕业生职业能力模型分析表

序 号	主要职业 岗位/职业 标准	主 要 工 作 任 务	具体工作 内 容	职业技能点	知识点	支撑课程	学 时
1	网络推广 (1+X, 初 级不含电 商平台操 作)+全国 职业院校 技能大赛 规程(不 含运营推 广)	1.网店 装修	1.1 首 页 设计与制 作	1.1.1 根据店铺定位,对店 铺首页进行视觉营销设 计 1.1.2 根据店铺的经营理 念和文化特色,制作一个 高辨识度的 Logo。 1.1.3 根据店铺的营销目 标、商品卖点,制作主题 明确、风格统一的 Banner。	1.1.1 网店美工视觉设 计要素 1.1.2 LOGO 设计要素 1.1.3 Banner 设计要素	视觉营销 设计	12

			1.2 详情页设计与制作	1.2.1 根据网络用户的消费心理和浏览习惯，对商品详情页进行视觉营销设计，提炼卖点与特点，并制作完整的文案。 1.2.2 完成商品主图制作 1.2.3 商品细节图制作 1.2.4 商品营销图的设计与制作	1.2.1 商品信息提取 1.2.2 主图设计要素 1.2.3 细节图设计要素 1.2.4 商品营销图的设计要素	视觉营销设计	12
			1.3 自定义页设计与制作	1.3.1 对企业品牌宣传页进行视觉营销设计 1.3.2 能根据店铺的营销需求，设置自定义活动页。	1.3.1 自定义页分类与作用 1.3.2 活动页设计要素	视觉营销设计	12
		2.网店客户服务	2.1 客户问题处理	2.1.1 根据业务发展需求，不断完善话术库。 2.1.2 处理客户提出的与商品相关的问题。 2.1.3 处理客户提出的与物流相关的问题	2.1.1 话术、话术库 2.1.2 客户服务原则 2.1.3 物流相关问题归类	互联网销售	8
			2.2 交易促成	2.2.1 能够根据与客户的交谈情况，适时进行商品推荐。 2.2.2 能够选择合适的促成方式，促使客户下单。 2.2.3 根据实际情况，对未支付订单进行催付。	2.2.1 商品推荐话术 2.2.2 促成话术 2.2.3 催付话术	互联网销售	8
			2.3 客户关系维护	2.3.1 能够采用网络客户信息管理工作，对网络客户的信息进行收集、整理、分析。 2.3.2 根据对客户信息的分析，将客户分类，为不同类型的客户提供差异化的服务。 2.3.3 采取短信问候、活动推送等措施挽回流失的客户。	2.3.1 信息收集工具 2.3.2 差异化服务 2.3.3 主要的客户流失因素	互联网销售	8
2	电子商务师（网商）三级/高级工	1.产品及服务信息管理	1.1 产品及服务品类信息管理	1.1.1 能根据品类规划设置产品及服务品类信息	1.1.1 产品及服务品类	互联网产品开发	4
				1.1.2 能根据品类调整修改产品及服务品类信息	1.1.2 产品及服务品类规划 1.1.3 产品及服务品类调整	互联网产品开发	4

		1.2 产品及服务组合信息管理	1.2.1 能根据组合规划设置产品及服务组合信息	1.2.1 产品及服务组合	互联网产品开发	4
			1.2.2 能根据组合优化修改产品及服务组合信息	1.2.2 产品及服务组合规划	互联网产品开发	4
		1.3 产品及服务的价格信息管理	1.3.1 能进行产品及服务的成本计算	1.3.1 产品及服务的成本计算方法	互联网产品开发	4
			1.3.2 能进行产品及服务的价格调整	1.3.2 产品及服务的价格调整方法	互联网产品开发	4
	2.线上店铺设计与装修	2.1 整体风格设计	2.1.1 能根据视觉营销需求进行网店风格定位	2.1.1 视觉营销的内涵与价值 2.1.2 网店视觉营销实施原则	视觉营销设计	2
			2.1.2 能根据视觉营销需求设计网店配色方案	2.1.3 网店视觉的构成要素 2.1.4 网店配色基本法则	视觉营销设计	2
		2.2 装修元素设计	2.2.1 能根据视觉营销需求设计网店文案样式	2.2.1 文案字体类型 2.2.2 文案字体风格设计的一般原则	视觉营销设计	2
			2.2.2 能根据视觉营销需求的一般规则求进行网店图片装修元素设计制作	2.2.3 商品图片类型及设计原则 2.2.4 宣传图片类型及设计原则	视觉营销设计	2
			2.2.3 能根据视觉营销需求进行网店视频装修元素设计制作	2.2.5 网店视频设计技巧	视觉营销设计	2
		2.3 用户页面设计	2.3.1 能根据视觉营销需求进行网店首页设计	2.3.1 网店首页设计吸睛法则 2.3.2 营销型分类引导设计	视觉营销设计	8
			2.3.2 能根据视觉营销需求进行商品详情页设计	2.3.3 商品详情页设计技巧	视觉营销设计	6
			2.3.3 能根据视觉营销需求进行网店自定义页设计	2.3.4 网店自定义页设计思路	视觉营销设计	6
	3.营销推广	3.1 搜索引擎推广	3.1.1 能进行网络推广商品的关键词挖掘,建立关键词词库	3.1.1 关键词挖掘与分类方法	网络推广	4
			3.1.2 能根据搜索排名规则,进行商品标题的优化	3.1.2 搜索排名规则 3.1.3 商品标题优化方法	网络推广	8

			3.1.3 能根据推广目标与推广预算,制定关键词竞价推广策略	3.1.4 关键词竞价广告排名原理与扣费规则 3.1.5 关键词竞价广告的关键词、创意及人群优化技巧	网络推广	8
			3.1.4 能根据推广效果数据,优化关键词质量分与出价、创意及人群设置	3.1.6 关键词竞价广告账户数据分析方法	网络推广	8
		3.2 信息流推广	3.2.1 能根据任务背景,制定网店、商品、直播、短视频、图文等信息流广告推广策略	3.2.1 信息流广告排名原理与扣费规则	网络推广	4
			3.2.2 能根据推广策略进行推广计划搭建	3.2.2 信息流人群定向与资源位	网络推广	4
			3.2.3 能根据推广策略,制定推广计划、推广组、推广创意、落地页等执行策略	3.2.3 信息流推广账户数据分析方法	网络推广	4
		4.业务处理	4.1.1 能根据运营策略、库存及销售情况制订商品补货计划	4.1.1 商品补货原则	互联网产品开发	4
			4.1.2 能根据商品补货计划对商品采购价格和采购量进行管理	4.1.2 商品补货注意事项	互联网产品开发	4
			4.2.1 能根据网上交易信息,进行客户信息的管理	4.2.1 客户信息管理技巧	网店运营	4
			4.2.2 能根据交易明细,完成交易评价处理	4.2.2 交易评价处理方法	网店运营	4
			4.2.3 能根据交易数据,分析销售数据,,制作销售报表	4.2.3 销售报表制作方法	网店运营	4
		5.客户服务	5.1.1 能根据企业需求,进行社群的定位,并建立社群	5.1.1 社群定位方法	新媒体营销	8
			5.1.2 能通过推广渠道吸引用户加入社群,提高社群用户数	5.1.2 社群推广策略与技巧	新媒体营销	8
			5.1.3 能制定社群运营策略,提高社群用户活跃度和留存率	5.1.3 社群用户运营策略与技巧	新媒体营销	8
			5.2.1 能设计客户忠诚度计划并进行客户忠诚度管理,提高客户忠诚度	5.2.1 客户忠诚概念与意义;客户忠诚度管理方法	互联网销售	6

				5.2.2 能分析客户流失的原因, 制定挽回客户的策略, 提高客户挽回率	5.2.2 客户流失的原因; 挽回流失客户的方	互联网销售	6
			6.1. 电子商务数据加载	6.1.1 能根据电子商务数据分析的要求, 进行数据分析工具选择	6.1.1 电子商务数据分析工具的选择方法	数据化运营	4
				6.1.2 能将电子商务数据加载到数据分析工具中	6.1.2 数据分析工具的数据加载方法	数据化运营	4
				6.1.3 能根据数据分析内容的要求, 在数据分析工具中设置数据模型	6.1.3 数据分析工具中数据模型设置方法	数据化运营	4
		6.商务数据分析	6.2 电子商务数据报表设计制作	6.2.1 能根据业务需求, 设计电子商务数据报表的整体结构	6.2.1 电子商务数据报表的设计原则	数据化运营	4
				6.2.2 能根据业务需求, 选择电子商务数据报表中需展示的业务指标及相应的可视化图表类型	6.2.2 电子商务数据报表中的业务指标	数据化运营	4
				6.2.3 能使用报表制作工具制作各项指标的可视化图表	6.2.3 数据可视化图表的类型及特点	数据化运营	4
				6.2.4 能按照整体结构要求完成电子商务数据报表制作	6.2.4 电子商务数据报表包含内容	数据化运营	4
			6.3 电子商务数据统计分析	6.3.1 能对交易相关数据进行统计分析	6.3.1 交易数据分析方法	数据化运营	4
				6.3.2 能对营销活动相关数据进行统计分析	6.3.2 营销活动数据分析	数据化运营	4
3	网络推广	1.SEO优化	1.1. 关键词挖掘与分析	1.1.1 拆解关键词词根, 完成商品关键词的挖掘工作。 1.1.2 通过数据分析, 对挖掘的关键词进行分类, 建立关键词词库	1.1.1 搜索引擎的工作原理、商品关键词常用挖掘策略 1.1.2 关键词分类方法与规范	网络推广	8
			1.2 商品标题制作	1.2.1 建立的商品关键词词库, 制作合适的商品标题 1.2.2 完成商品标题的优化	1.2.1 选词和组词策略 1.2.2 SEO 规则	网络推广	16

			1.3 详情页优化	1.3.1 完善商品详情页的基本参数 1.3.2 提炼商品的卖点，将卖点转化成详情页创意	1.3.1 商品资料分析 1.3.2 商品资料分析	网络推广	8
		2.SEM 推广	2.1 搜索推广策略制定	2.1.1 完成推广资金分配，并制定合理的推广计划出价策略，推广地域、日期策略 2.1.2 制定选词与出价、人群定向、推广创意策略 2.1.3 建立 SEM 关键词词库	2.1.1 推广计划类型 2.1.2 推广计划 2.1.3 关键词选词策略	网络推广	8
			2.2 搜索推广账户搭建	2.2.1 完成不同类型推广计划的搭建，完成推广组的搭建 2.2.2 完成关键词的选择与出价、匹配类型设置 2.2.3 完成推广创意的制作 2.2.4 完成人群的精准定向设置	2.2.1 平台规则、相关法律法规 2.2.2 关键词策略 2.2.3 推广创意策略 2.2.4 人群定向策略	网络推广	16
			2.3 搜索推广账户优化	2.3.1 优化推广计划、推广组中的资金分配、出价策略、地域策略、日期策略 2.3.2 调整优化关键词的选词与出价、匹配类型 2.3.3 优化推广创意和定向人群	2.3.1 推广数据分析 2.3.2 推广数据分析 2.3.3 推广数据分析	网络推广	16
			3.信息流推广	3.1 信息流推广策略制定 3.1.1 制定店铺、宝贝、直播、短视频等信息流广告推广策略 3.1.2 制定受众定向策略 3.1.3 拆解任务目标，制定相应的推广计划策略、推广组策略、推广创意策略、落地页策略	3.1.1 任务背景、目标分析 3.1.2 分析广告受众 3.1.3 推广策略分析	新媒体营销	16

			3.2 信息流推广账户搭建	3.2.1 完成不同类型推广计划、推广组搭建 3.2.2 完成受众的精准定向 3.2.3 完成推广创意的制作 3.2.4 完成落地页的制作	3.2.1 平台规则、相关法律法规 3.2.2 受众定向策略 3.2.3 推广创意策略 3.2.4 落地页策略	新媒体营销	16
			3.3 信息流推广账户优化	3.3.1 优化受众定向方式、广告预算、出价策略等，提高广告推广效果 3.3.2 优化受众人群，提高受众精准度 3.3.3 优化推广创意和落地页，提高创意点击率和落地页转化率	3.3.1 平台反馈数据分析 3.2.2 受众定向报表 3.3.3 平台推广数据分析	新媒体营销	16
4	电子商务数据分析	1.数据化运营方案，制定与组织实施	1.1 数据分析指标体系制定	1.1.1 能够对数据指标进行拆解并确定分析维度 1.1.2 能够制定数据化运营目标 1.1.3 能够搭建数据分析体系并对其进行验证	1.1.1 核心数据指标确定 1.1.2 明确指标影响因素，拆分数据指标 1.1.3 结合分析目标和指标影响因素，确定关键数据指标 1.1.4 数据分析维度确定 1.1.5 指标体系搭建与验证	数据化运营	8
			1.2 数据化运营方案制定	1.2.1 熟悉数据化运营方案及类型与要素 1.2.2 熟悉制定数据化运营规划的内容与制定方法	1.2.1 数据化运营方案的核心要素 1.2.2 制定数据化运营规划方法、技巧 1.2.3 制定数据化运营方案	数据化运营	8
			1.3 数据化运营方案实施	1.3.1 明确数据化运营方案实施流程及注意事项 1.3.2 能够完成数据化运营方案的框架搭建与内容填充 1.3.3 能够搭建数据跟踪体系并对数据化运营结果进行优化	1.3.1 数据化运营跟踪办法 1.3.2 数据化运营规划方法、技巧	数据化运营	16
		2.数据综合分析	2.1 业务数据综合分析	2.1.1 了解业务数据综合分析的一般流程，熟悉电子商务数据分析常见模	2.1.1 模型应用：5W2H分析法、RFM分析法、漏斗模型分析法、	数据化运营	16

			型 2.1.2 了解业务数据综合分析场景,掌握电子商务数据分析模型构建的方法 2.1.3 掌握数据分析模型,能够对市场、运营、产品等业务数据进行综合分析 2.1.4 能够基于数据分析结果,优化数据指标,分析方法、分析模型 2.1.5 能够结合业务现状,对市场、运营、产品等业务数据进行交叉、多维度分析 2.1.6 能够根据业务数据综合分析结果发现数据中存在的问题并提出解决方案	AARRR 模型分析法、生命周期分析模型、逻辑树分析模型、SWOT\PEST\KANO; 2.1.2 业务数据综合分析常见场景 2.1.3 业务数据综合分析案例解读 2.1.4 指标优化、分析方法优化、分析模型优化 2.1.5 业务数据综合分析方法 2.1.6 应用数据分析模型开展分析		
		2.2 数据综合分析报告撰写	2.2.1 能够根据电子商务数据综合分析目标,设计电子商务数据综合分析报告框架,并进行跨部门沟通,验证报告框架的合理性 2.2.2 能够根据报告框架和业务数据综合分析结果,撰写电子商务数据综合分析报告	2.2.1 数据综合分析报告常用类型及撰写要点 2.2.2 数据综合分析报告的结构 2.2.3 数据综合分析报告的撰写原则 数据综合分析报告的撰写方法 2.2.4 数据综合分析报告的撰写方法	数据化运营	8
		3.数据化运营创新	3.1 运营综合提升 3.1.1 能够结合优化建议提升各项运营决策工作 3.1.2 掌握战略性问题分析流程 3.1.3 明确数据化运营创新机制的设计及构建元素 3.1.4 熟悉数据驱动业务运营决策的优化策略	3.1.1 数据化运营与创新的关系、作用、思路和方法 3.1.2 数据化运营创新的内容和适用范围 3.1.3 数据化运营创新机制及模型的构建 3.1.4 运营决策提升、运营战略分析商业机会挖掘	数据化运营	4
		3.2 数据化运营模式创新	3.2.1 能够结合数据挖掘和商业智能有效识别商业机会 3.2.2 能够结合企业历史数据表现制定数据化运	3.2.1 数据化运营创新的策略驱动 3.2.2 数据化运营模式创新及应用	数据化运营	8

				营创新策略			
			1.1 市场数据分析	1.1.1 能根据相关政策、行业大盘、第三方报告等资料，对相关的行业数据进行分析，明确行业的发展现状和趋势。 1.1.2 能够根据平台公开数据，围绕目标市场走势，分析行业热销产品、营销手法、行业消费群体、行业店铺的经营现状，完成目标市场的数据分析。	1.1.1 市场数据分析的方法 1.1.2 竞争对手和消费人群分析的方法	网店运营	4
		1.网店规划	1.2 网店定位	1.2.1 能够根据市场数据分析，对市场进行细分，确定网店的经营类目。 1.2.2 能够根据市场数据分析，总结归纳行业消费人群的人口特征、使用习惯、需求心理，确定网店的目标消费人群。 1.2.3 能够根据细分市场特点及目标消费人群特征，确定网店的经营风格和品牌形象。	1.2.1 网店经营类目选择考虑的因素和选择方法 1.2.2 目标人群定位的基本因素和定位的方法 1.2.3 网店定位的方法	网店运营	4
5	网店运营		1.3 网店运营策略制定	1.3.1 能根据网店定位结合不同电子商务平台特点，选择合适的电子商务平台进行开店。 1.3.2 能够针对不同平台的不同店铺，制定不同的网店运营策略。	1.3.1 电子商务平台选择的注意因素和选择的原则 1.3.2 制定网店运营策略的方法	网店运营	4
		2.商品运营	2.1 商品品类管理	2.1.1 能根据品类角色定位的方法，对品类进行分工，为不同的品类赋予不同的角色与衡量指标。 2.1.2 能根据品类发展趋势评估指标，对店内商品品类的发展趋势进行评估并制定品类目标。 2.1.3 能根据品类角色与目标选择合适的品类策略。 2.1.4 能根据上一级的品	2.1.1 商品品类角色的含义 2.1.2 商品品类教师定位种类 2.1.3 商品品类教师定位方法 2.1.4 商品品类策略制定方法	网店运营	8

			类策略，为次品类进一步分解合适的品类策略。 2.1.5 能根据象限分析法、80/20 集中度分析法、ABC 分析法等方法，对商品结构进行分析并建立淘汰及引进的标准。			
		2.2 商品选品及采购	2.2.1 能根据商品选品原则，合理使用选品分析工具，筛选并确定目标商品。 2.2.2 能根据采购原则，收集目标商品及相应供应商的信息，选择合适的供应商。 2.2.3 能根据经营需求，对与供应商的合作情况进行分析，建立淘汰及新增标准。	2.2.1 商品选品方法和选品原则 2.2.2 商品采购方法和采购原则 2.2.3 供应商淘汰与新增标准	网店运营	8
		2.3 商品价格制定	2.3.1 能根据定价的基本原理以及企业所处的市场类型（竞争行业、垄断行业），制定合理的商品定价策略。 2.3.2 能够根据制定的商品定价策略，并结合影响商品定价的因素，选择适当的商品定价模型，对具体的商品进行定价。 2.3.3 能根据在商品不同生命周期对其制定的不同策略，对商品的价格进行优化。	2.3.1 商品价格制定方法 2.3.2 影响商品定价的因素 2.3.3 商品价格优化方法	网店运营	4
	3.流量获取	3.1 推广策略制定与实施	3.1.1 能根据推广需求，制定并实施电子商务平台活动参与策略。 3.1.2 能根据推广需求，制定并实施站内付费推广策略。 3.1.3 能根据推广需求，制定并实施	3.1.1 流量人群的划分和流量的分配机制 3.1.2 平台活动推广的目的和平台活动流量分解 3.1.3 站内站外付费推广的思路和付费流量分解方法	网店运营	8

			3.2 推广效果分析与优化	3.2.1 能对电子商务平台活动参与效果进行分析，并根据分析结果优化电子商务平台活动参与策略。 3.2.2 能对站内付费推广效果进行分析，并根据分析结果优化站内付费推广策略。 3.2.3 能对站外付费推广效果进行分析，并根据分析结果优化站外付费推广策略。	3.2.1 平台活动数据指标和数据分析方法 3.2.2 站内付费推广策略优化方法 3.2.3 站外付费推广策略优化方法	网店运营	4
		4.营销转化	4.1 营销转化策略制定与实施	4.1.1 能根据店铺运营需求，制定并实施店铺内营销活动策略。 4.1.2 能根据店铺运营需求，制定并实施视觉营销策略。 4.1.3 能根据店铺运营需求，制定并实施可行的服务策略；	4.1.1 店铺内营销活动策划制定方法 4.1.2 视觉营销策划制定方法 4.1.3 网店服务策略制定方法	网店运营	8
			4.2 营销转化效果分析与优化	4.2.1 能对店铺内营销活动策略效果进行分析，并根据分析结果优化店铺内营销活动策略。 4.2.2 能对视觉营销策略效果进行分析，并根据分析结果优化视觉营销策略。 4.2.3 能对视觉营销策略进行分析，并根据分析结果优化服务策略	4.2.1 活动营销分析与优化 4.2.2 视觉营销策略分析与优化 4.2.3 网店服务策略分析与优化	网店运营	4
		5.网店运营分析	5.1 店铺动态评分分析	5.1.1 能结合成本及客户满意度对物流服务商进行分析并评估。 5.1.2 能根据客服考核指标，对客户服务质量进行分析并优化客户	5.1.1 物流服务商分析与评估 5.1.2 客户服务分析与优化	网店运营	4

6	互联网营销师（直播销售员）三级/高级工		5.2 客户画像分析	5.2.1 能根据推广数据、订单数据进行客户相关数据分析，明确客户画像。 5.2.2 能根据客户画像，优化运营	5.2.1 客户基本信息画像和客户消费信息画像 5.2.2 新客户的提升与激活、老客户的留存与促活	网店运营	4
			5.3 财务数据分析	5.3.1 能够对企业的资金进行分析，着重对资金的来源、使用、结构、利用效果等进行分析。 5.3.2 能够对企业的成本、费用进行分析，着重对商品成本、人员薪资、销售费用等进行分析。 5.3.3 能够对资产负债表、利润表等财务报表进行分析，着重对企业的流动资产变现能力、短期偿债能力以及长期偿债能力进行分析	5.3.1 企业资金分析 5.3.2 企业成本分析 5.3.3 财务报表分析	网店运营	4
		1.工作准备	1.1.宣传准备	1.1.1 能建立第三方宣传供应商资源库 1.1.2 能计算预热投入产出比 1.1.3 能协调引流资源并扩大宣传渠道 1.1.4 能分析研判相关网络舆情风险信息	1.1.1 第三方供应商资源库的建立方法 1.1.2 投入产出比的测算方法	直播电商	4
			1.2 设备、软件和材料准备	1.2.1 能建立样品出入库管理制度 1.2.2 能根据营销计划选购硬件设备 1.2.3 能制定道具采购计划 1.2.4 能制定设备状态检测标准	1.2.1 出入库管理制度的建立办法 1.2.2 设备采购要求 1.2.3 道具采购要求 1.2.4 设备状态检测方法	直播电商	8
			1.3 风险评估	1.3.1 能制定风险管理奖惩制度 1.3.2 能评估风险防控方案的时效性	1.3.1 风险管理奖惩制度的主要内容 1.3.2 风险防控方案的评估方法	直播电商	4
		2.直播电商	2.1 直播预演	2.1.1 能组织团队进行直播预演 2.1.2 能根据预演效果调整营销方案	2.1.1 团队配合技巧 2.1.2 营销方案的调整方法	直播电商	8

			2.2 直播销售	2.2.1 能对个人情绪进行控制管理 2.2.2 能调动直播间气氛 2.2.3 能根据用户反馈实时调整直播策略	2.2.1 个人情绪管控技巧 2.2.2 直播间气氛调动技巧 2.2.3 直播策略的调整原则	直播电商	24
			3.售后与复盘	3.1 售后	3.1.1 能使用智能交互系统回复用户信息 3.1.2 能撰写售后工作报告	直播电商	12
				3.2 复盘	3.2.1 能制定数据维度和分析标准 3.2.2 能制定数据采集操作流程	直播电商	4
	7	互联网营销师（视频创推员）三级/高级工	1.工作准备	1.1 宣传准备	1.1.1 能建立第三方宣传供应商资源库 1.1.2 能计算预热投入产出比 1.1.3 能协调引流资源并扩大宣传渠道 1.1.4 能分析研判相关网络舆情风险信息	短视频策划与制作	8
			1.2 设备、软件 and 材料准备	1.2.1 能建立样品出入库管理制度 1.2.2 能根据营销计划选购硬件设备 1.2.3 能制定道具采购计划 1.2.4 能制定设备状态检测标准	1.2.1 出入库管理制度的建立办法 1.2.2 设备采购要求 1.2.3 道具采购要求 1.2.4 设备状态检测方法	短视频策划与制作	8
			1.3 风险评估	1.3.1 能制定风险管理奖惩制度 1.3.2 能评估风险防控方案的时效性	1.3.1 风险管理奖惩制度的主要内容 1.3.2 风险防控方案的评估方法	短视频策划与制作	8
			2.视频创推	2.1 视频制作	2.1.1 能提炼产品的关键标签及卖点 2.1.2 能结合产品卖点设计视频创意方案 2.1.3 能运用多种拍摄手法展示产品特性 2.1.4 能对素材进行包装	短视频策划与制作	12
				2.2 视频	2.2.1 能确定投放对象 2.2.2 能筛选并确认流量资源	短视频策划与制作	12

		推广	2.2.3 能使用数据监控工具实时监控推广效果	要求 2.2.3 数据监控工具的使用方法		
	3.售后与复	3.1 售后	3.1.1 能使用智能交互系统回复用户信息 3.1.2 能撰写售后工作报告	3.1.1 智能交互系统的使用方法 3.1.2 售后工作报告主要内容	短视频策划与制作	12
		3.2 复盘	3.2.1 能制定数据维度和分析标准 3.2.2 能制定数据采集操作流程	3.2.1 数据维度和分析标准的制定方法 3.2.2 数据采集操作流程的制定方法	短视频策划与制作	8

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向互联网和相关服务、批发业、零售业的运营主管、直播运营主管、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（群），能够从事数据化运营、网店运营、直播销售、社群运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发等工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

1.素质目标

- （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，具有严明的纪律意识、良好的职业道德，具有社会责任感和社会参与意识，形成一个好品行。
- （3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、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,以及良好的行为习惯,具有一副好身体。

(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,具有良好的职业形象。

2.知识目标

(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) 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。

(3) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、英语、信息技术等文化基础知识。

(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) 掌握零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等方面的专业基础理论知识。

(6) 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。

(7) 掌握网络多媒体广告制作与传播知识。

3.能力目标

(1) 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;

(2) 具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力,能够根据行业、网店及社群运营目标,实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析,通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化;

(3) 具有市场调查与分析、活动策划能力,能够使用各类平台营销推广方法与营销工具,完成活动文案设计、资源整合、营销活动、广告投放、效果评估和媒体公关;

(4) 具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的能力,能够撰写和优化销售方案,跟进订单确认、供应链管理、账单管理等业务流程,完成销售分析并提出优化客户体验建议;

(5) 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力,能够进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控,完成客服中心运营数据报表的制作及数据分

析报告；

(6) 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；

(7) 具有新媒体用户行为洞察、多平台内容创意策划与传播数据分析的能力，能够建立产品或品牌的新媒体传播策略模型及营销场景矩阵，设计短视频、图文等多元化内容呈现形式，完成产品或品牌新媒体营销全流程策划、执行与效果优化；

(8) 掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

(9) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题解决问题的能力。

表 5-1 毕业生能力要求与培养目标支撑矩阵表

培养目标 毕业生能力要求	A 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。	B 掌握电子商务专业必需的科学技术文化基础知识与系统的专业知识，理解行业运作规律和前沿发展趋势。	C 掌握数据化运营、网店运营、直播销售、社群运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发等核心技术技能和操作能力。	D 具备较强的就业创业能力、可持续发展的能力、职业综合素质和行动能力，能够胜任互联网和相关服务、批发业、零售业中运营、直播运营、全渠道营销、O2O销售、智能客服、视觉营销设计师、互联网产品开发等岗位群的工作要求。
	1. 拥护党的领导和社会主义制度，践行社会主义核心价值观，具备爱国情感、民族自豪感、社会责任感与参与意识。	√	√	√
	2. 遵法守纪、诚实守信、崇德向善，有良好的职业道德、纪律意识与行为习惯，形成优良品行。	√	√	
	3. 具备质量、环保、安全意识与信息素养，拥有工匠精神和创新思维，勇于奋斗，乐观向上。	√	√	
	4. 具备思想政治理论、科学文化、中华优秀传统文化知识，掌握与职业活动相关的国家法律、行业规定知识，掌握互联网交易安全、质量管理知识，能够进行合法合规的电商运营和管理，具有运用这些知识进行运营的能力。	√	√	√
	5. 具备语文、数学、英语、信息技术等文化基础知识，掌握计算机应用、网络技术、电子商务基本理论知识，掌握新技术、新业态、	√	√	√

	新模式、创新创业相关知识，能够运用这些知识进行数字化办公和电商基础操作，具有电商基础操作能力。			
6.	具备零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等方面的专业基础理论知识，掌握市场调查与分析、活动策划技能，能够使用各类平台营销推广方法与工具完成营销活动策划与执行，具有营销推广能力。	√	√	√
7.	掌握电子商务数据统计分析和报告撰写知识，能够进行电子商务数据分析，运用社群管理工具，实施引流、活动策划等操作，促进用户拉新、留存、促活和转化，具有电商数据分析与运营能力。	√	√	√
8.	掌握客户服务与管理知识，能够运用客户服务系统和智能客服训练系统，进行客服日常管理、客户投诉受理等工作，完成客服中心运营数据报表制作及数据分析报告，具有客户服务与管理能力。	√	√	√
9.	掌握网络多媒体广告制作与传播知识，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，具有网络广告制作与传播能力。	√	√	√
10.	具备探究学习、终身学习和可持续发展的知识整合与综合运用知识分析问题和解决问题的能力，掌握信息技术基础知识，适应本行业数字化和智能化发展需求，拥有数字技能，能够进行数字化与智能化应用，具有数字化与智能化应用能力。	√	√	√
11.	具备新媒体用户行为洞察知识，掌握多平台内容创意策划与传播数据分析能力，能够建立新媒体传播策略模型及营销场景矩阵，完成产品或品牌新媒体营销全流程策划、执行与效果优化，具有新媒体营销能力。	√	√	√
12.	掌握行业产品分析、市场细分知识，能够根据行业与产品特点制定商品规划方案，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，具有行业产品分析与运营能力。	√	√	√

表 5-2 毕业生能力要求指标点实现矩阵

毕业生能力要求	毕业生能力要求指标点		实现环节 (课程名称或实践环节)
	序号	毕业生能力要求指标点	
拥护党的领导和社会主义制度,践行社会主义核心价值观,具备爱国情感、民族自豪感、社会责任感与参与意识	1.1	坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度,具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感,并把学习成效转化为投身中国特色社会主义伟大实践的具体行动。	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、思想道德与法治、中华民族共同体概论、国家安全教育、党史国史
	1.2	掌握社会主义核心价值观,能够在社会实践中积极践行	习近平新时代中国特色社会主义思想概论、思想道德与法治、大学生职业生涯规划与就业创业指导、劳动教育、岗位实习
	1.3	掌握爱国情感和民族自豪感,能够通过参与社会活动展示	中华民族共同体概论、形势与政策、大学生心理健康教育
遵法守纪、诚实守信、崇德向善,有良好的职业道德、纪律意识与行为习惯,形成优良品行	2.1	掌握国家法律法规,能够确保电商运营活动合法合规	思想道德与法治、中华民族共同体概论、形势与政策、电子商务基础
	2.2	掌握职业道德和纪律意识,能够在团队合作中有效解决实际问题	大学生职业生涯规划与就业创业指导、劳动教育
具备质量、环保、安全意识与信息素养,拥有工匠精神和创新思维,勇于奋斗,乐观向上	3.1	掌握质量意识和环保意识,能够推动可持续发展	生态文明教育、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策
	3.2	掌握安全意识和信息素养,能够保障数据安全和信息安全	信息技术、数字素养通识课、数据化运营
	3.3	掌握工匠精神和创新思维,能够完成创新性任务和项目	创新创业教育、人工智能通识课、毕业设计
具备思想政治理论、科学文化、中华优秀传统文化知识,掌握与职业活动相关的国家法律、行业规定知识,掌握互联网交易安全、质量	4.1	掌握思想政治理论和科学文化知识,能够应用于电商运营实践	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、中华优秀传统文化

毕业生能力要求	毕业能力要求指标点		实现环节 (课程名称或实践环节)
	序号	毕业能力要求指标点	
管理知识,能够进行合法合规的电商运营和管理,具有运用这些知识进行运营的能力	4.2	掌握国家法律和行业规定,能够应用于互联网交易和质量管理	思想道德与法治、形势与政策、大学生职业生涯规划与就业创业指导
	4.3	掌握合法合规知识,能够解决电商运营中的实际问题	思想道德与法治、形势与政策、岗位实习
具备语文、数学、英语、信息技术等文化基础知识,掌握计算机应用、网络技术、电子商务基本理论知识,掌握新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识,能够运用这些知识进行数字化办公和电商基础操作,具有电商基础操作能力	5.1	掌握语文、数学、英语知识,能够完成电商文档编写和数据分析	大学语文、高等数学、大学英语
	5.2	掌握信息技术知识,能够进行数字化办公和电商操作	信息技术、数字素养通识课、办公软件高级应用
	5.3	掌握电子商务基本理论知识,能够进行电商基础操作	电子商务基础、互联网产品开发
具备零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等方面的专业基础理论知识,掌握市场调查与分析、活动策划技能,能够使用各类平台营销推广方法与工具完成营销活动策划与执行,具有营销推广能力	6.1	掌握零售管理知识,能够进行店铺运营和管理	零售基础、零售门店 O2O 运营、网店运营
	6.2	掌握市场与网络营销知识,能够制定营销策略和方案	市场营销、网络推广、新媒体营销
	6.3	掌握消费者心理与行为知识,能够优化营销活动效果	新媒体营销、网络推广、毕业设计
掌握电子商务数据统计分析和报告撰写知识,能够进行电子商务数据分析,运用社群管理工具,实施引流、活动策划等操作,促进用户拉新、留存、促活和转化,具有电商数据分析与运营能力	7.1	掌握数据分析工具,能够进行电商数据统计和分析	数据化运营、网店运营
	7.2	掌握数据驱动的运营策略,能够提升用户转化率和留存率	数据化运营、新媒体营销、网店运营岗位实习
掌握客户服务与管理知识,能够运用客户服务系统和智能客服训练系统,进行客	8.1	掌握客户服务系统,能够处理客户投诉和反馈	网店运营、互联网销售

毕业生能力要求	毕业能力要求指标点		实现环节 (课程名称或实践环节)
	序号	毕业能力要求指标点	
服日常管理、客户投诉受理等工作,完成客服中心运营数据报表制作及数据分析报告,具有客户服务与管理能力	8.2	掌握客服运营数据报表制作,能够分析客户服务效果	网店运营、互联网销售
掌握网络多媒体广告制作与传播知识,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,具有网络广告制作与传播能力	9.1	掌握平面设计软件,能够制作品牌标识、宣传海报、网店装修	商品拍摄与素材编辑、视觉营销设计、毕业设计
	9.2	掌握音视频制作软件,能够策划和制作短视频内容	短视频策划与制作、新媒体营销、毕业设计
具备探究学习、终身学习和可持续发展的知识整合与综合运用知识分析问题和解决问题的能力,掌握信息技术基础知识,适应本行业数字化和智能化发展需求,拥有数字技能,能够进行数字化与智能化应用,具有数字化与智能化应用能力	10.1	掌握信息技术知识,能够进行数字化与智能化应用	人工智能通识课、信息技术、互联网产品开发
	10.2	掌握探究学习方法,能够解决复杂问题并提出创新性解决方案	创新创业教育、人工智能通识课、毕业设计
具备新媒体用户行为洞察知识,掌握多平台内容创意策划与传播数据分析能力,能够建立新媒体传播策略模型及营销场景矩阵,完成产品或品牌新媒体营销全流程策划、执行与效果优化,具有新媒体营销能力	11.1	掌握新媒体用户行为分析知识,能够制定传播策略	市场营销、新媒体营销、网络推广、网店运营
	11.2	掌握新媒体营销效果评估方法,能够优化营销活动效果	新媒体营销、短视频策划与制作、数据化运营
掌握直播电商的运营知识和技能,能够进行直播策划、执行和效果评估,具有直播电商运营能力	12.1	掌握直播电商的策划与执行知识,能够完成直播活动的策划与执行工作	直播电商、短视频策划与制作
	12.2	掌握直播电商的效果评估方法,能够对直播活动进行效果评估与优化	直播电商、网店运营
掌握行业产品分析、市场细分知识,能够根据行业与产品特点制定商品规划方案,	13.1	掌握市场细分知识,能够优化商品配置和促销策略	市场营销、网络推广、毕业设计

毕业生能力要求	毕业能力要求指标点		实现环节 (课程名称或实践环节)
	序号	毕业能力要求指标点	
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,具有行业产品分析与运营能力	13.2	掌握O2O运营知识,能够协调资源完成运营目标	零售门店O2O运营、数据化运营、岗位实习

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业(技能)课程。在课程教学过程中,结合“五个认同”、学校“1137”工程和“33753”育人体系等内容,以课程思政形式融入教学过程中。

(一) 公共基础课程

(1) 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》

课时及学分	本课程 36 学时, 2 学分
教学目标	素质目标: 引导学生坚定不移听党话、感党恩、跟党走,增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”;培养学生坚定共产主义远大理想、坚持中国特色社会主义共同理想、坚定马克思主义信仰;厚植学生爱国主义情怀,把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。 知识目标: 了解马克思主义中国化的历史进程及科学内涵;掌握马克思主义中国化理论成果的精髓;了解和把握毛泽东思想、新民主主义革命理论、社会主义改造理论和社会主义建设道路初步探索的理论成果;掌握邓小平关于社会主义本质的理论、社会主义初级阶段的理论和改革开放的理论和社会主义市场经济理论;了解和掌握“三个代表”重要思想和科学发展观的重要内容。 能力目标: 能运用马克思主义的世界观和方法论去认识、分析和解决在实践中遇到的各种问题;树立正确的历史观、国际视野、国情意识,能将所学理论紧密联系我国社会主义现代化建设的实际;能深刻认识历史和人民是怎样选择了马克思主义、选择了中国共产党、选择了社会主义道路。
教学内容	本课程内容由导论、8章内容和结束语组成。 导论 马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果 第一章 毛泽东思想及其历史地位 第二章 新民主主义革命理论 第三章 社会主义改造理论 第四章 社会主义建设道路初步探索的重要理论成果 第五章 中国特色社会主义理论体系的形成发展 第六章 邓小平理论 第七章 “三个代表”重要思想 第八章 科学发展观 结束语 不断谱写马克思主义中国化时代化新篇章

教学要求	1.教学方法：课堂讲授、任务驱动、案例分析等； 2.教学手段：线上线下结合，理论教学与实践教学相结合； 3.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、实践基地）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、习题库等）。
------	---

(2) 《思想道德与法治》

课时及学分	本课程 48 学时，3 学分
教学目标	素质目标：通过本课程的学习，帮助学生树立正确的人生观、价值观，坚定崇高科学的理想信念，坚定马克思主义信仰，增强中国特色社会主义信念，继承优良传统、弘扬中国精神，践行社会主义核心价值观，锤炼道德品格，养成法治思维，具备优秀的思想道德素质和法治素养。 知识目标：通过本课程的学习，要求学生了解所处的时代背景以及自身所肩负历史使命，掌握科学人生观的基本理论，坚定中国特色社会主义理想信念；了解爱国主义的优良传统，理解社会主义核心价值观，充分认识中华民族优良道德传统以及社会主义道德建设的核心和基本原则；学习中国特色社会主义法律体系，掌握我国宪法和基本法律的主要精神和内容。 能力目标：通过本课程的学习，帮助学生在系统地掌握基本理论的基础上，能够将道德和法律的相关理论内化为自觉的意识、要求自身树立正确的人生观；能够辨别社会主义核心价值观与错误思潮，在多元文化和社会现象中作出正确的价值判断；运用马克思主义立场、观点和方法分析解决现实问题的综合能力。
教学内容	模块一：“三观”教育。包括人生观、世界观和价值观的教育、人生价值的教育。帮助学生树立正确的人生观、世界观和价值观，树立正确的人生态度，在奉献社会中实现自己的人生价值。 模块二：理想信念教育。包括理想情操教育、理想信念教育，爱国主义教育。要求学生树立远大的理想，了解理想信念的重要性。结合职业理想，重点解决高职学生成长成才的历史定位和时代方向问题，使高职学生初步具备一定的学习和职业生涯规划能力，提升职业实践中德行规范意识和能力。 模块三：道德教育。包括道德基本理论教育、中华民族优良道德传统教育、公民基本道德规范教育、家庭美德教育及各专业具体职业道德教育，旨在引导高职学生自觉践行公民道德基本规范、强化公德意识及家庭、职业道德意识，养成良好的行为习惯。 模块四：法治教育。包括法理、宪法和其他部门法，旨在帮助高职学生知法、用法、守法、护法、敬法，提升其法律意识，包括公民的权利和义务，旨在让学生了解作为公民应享有的权利和承担的义务，学会能够树立正确的权利观和义务观，妥善处理学习和今后的职业生涯中遇到的法律问题和各种矛盾，不断提高自己的法律素质和个人修养。
教学要求	1.教学方法：课堂讲授、随堂讨论、问题讨论式、课堂问答式、案例启发式、现场交流式等多种方式授课； 2.教学手段：线上线下结合，理论与实践相结合； 3.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、校园研学实践场所）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、习题库等）；在线资源（北京高校思想政治理论课资源平台 http://www.bjcipt.com/、高校思想政治理论课程网站 http://www.sxz.edu.cn/）等。

(3) 《形势与政策》

课时及学分	本课程每学期 8 学时，共计 1 学分
教学目标	素质目标：通过本课程的学习，引导学生感知国情民意，拓宽政治视野，自觉将思想和行动统一到党和国家决策部署上来，树立正确世界观、人生观、价值观，坚定理想信念，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。厚植爱国主义情怀，增强文化自信，引导学生将爱国情、强国志、报国行融入民族复兴伟业，增强做中国人的志气、骨气、底气，勤奋学习、勇于担当，成长为合格的社会主义建设者和接班人。 知识目标：通过本课程的学习，把握“十五五”时期在中国式现代化中的承前启后地位，理解其指导思想与六大原则，领会事关现代化全局的战略任务与举措。认识发展新质生产力的时代价值与战略意义，解构其科学内涵与核心特征，梳理实践成效与进展，剖析面临的现实问题与挑战。学习习近平总书记关于以人民为中心的重要论述，总结“十四五”民生保障与共同富裕显著成效，分析当前社会民生领域的突出问题。学习习近平总书记关于大国关系与外交的重要论述，把握动荡变革中大国关系的演变态势与价值，理解构建和平共处、总体稳定、均衡发展大国关系的要义，掌握中国特色大国外交的实践路径与关键举措。 能力目标：通过本课程的学习，着力培养学生正确分析形势、精准理解政策的核心素养，提升对国内外重大事件、敏感问题、经济社会热点、难点、疑点问题的思辨、分析与判断能力。引导学生运用马克思主义立场、观点和方法，树立正确的历史观、民族观、国家观，提高运用科学理论认识、分析和解决现实问题的能力。充分激发学生自主学习自主性，鼓励积极参与社会实践，在实践中强化形势观察与分析能力，提升理论联系实际水平，推动学思用贯通、知信行统一，增强理解与贯彻执行政策的能力。拓宽学生国际视野，全面了解党情、国情、世情，强化青年学生的责任感与使命感，提升对社会现象与现实问题的辨析能力，增强形势与政策教育的针对性和实效性。
教学内容	专题一 乘势而上、接续推进中国式现代化建设。正确认识“十五五”在建设中国式现代化进程中的承前启后地位，深入理解“十五五”时期经济社会发展的指导思想和必须遵循的原则，系统掌握“十五五”时期事关中国式现代化全局的战略任务和系列举措。通过学习，让学生深刻感受五年规划实践成就与“十五五”时期的创新潜力、改革动力、开放活力；认识到习近平新时代中国特色社会主义思想的科学指引和“六个坚持”原则的实践意义，是中国式现代化的根本保证；明确“十五五”承前启后衔接 2035 年目标的关键地位、发展环境与战略任务，坚定走中国特色社会主义道路的信心，激发投身中国式现代化建设的责任担当。 专题二 加快高水平科技自立自强，引领发展新质生产力。深刻理解发展新质生产力的时代价值，全面把握新质生产力的科学内涵，正确认识我国发展新质生产力的实践成效与问题。通过学习，让学生深刻理解新质生产力的时代价值与科学内涵及特征；认识到我国在科技创新、产业融合等方面的实践成效，以及基础研究不足、核心技术“卡脖子”等现实挑战；明确以统筹科技创新与产业创新、强化关键核心技术攻关等路径引领新质生产力发展的实践要求，引导学生认识青年在科技创新中的角色定位，激发投身科技创新的责任担当，为中国式现代化注入青春动能。 专题三 加大保障和改善民生力度，扎实推进全体人民共同富裕。深入学习贯彻习近平总书记关于以人民为中心的发展思想的重要论述，全面认识“十四五”期间民生保障和共同富裕取得的成就和面临的问题，加大保障和改善民生力度，推动全体人民共同富裕迈出坚实步伐。通过学习，让学生深刻领会习近平总书记以人民为中心的发展思想的历史逻辑与实践要求，感受“十四五”时期我国在就业、教育、社保、卫生健康等民生领域

	的显著成效与政策温度；客观认识当前普惠性福利供给不足、基本公共服务发展不均等现实短板；明确“十五五”时期促进高质量充分就业、完善收入分配制度等推动共同富裕的实践路径，增强对国家民生工作的认同，激发主动投身共同富裕建设的责任担当与行动自觉。 专题四 在世界变局中推动构建新型大国关系。深刻认识大国关系对世界和平稳定、经济复苏及全球治理的关键意义，系统把握中国推动构建和平共处、总体稳定、均衡发展的大国关系格局，深入掌握中国开创特色大国外交的实践路径。通过学习，让学生立足全球动荡变革背景，认识大国关系对世界和平、经济复苏与全球治理的关键意义；了解中俄、中美、中欧等大国关系的实践范式与相处之道，把握中国“讲平等、讲法治、讲合作、讲诚信”的政策主张；明晰中国通过四大全球倡议等开创特色大国外交的实践路径，增强对中国大国担当的认同，树立正确的国际视野与全球治理观。
教学要求	1.教学方法：课堂讲授、随堂讨论、问题讨论式、课堂问答式、案例启发式、现场交流式等多种方式； 2.教学手段：线上线下结合，理论与实践相结合； 3.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室）； 软件资源：超星学习通 http://lyasp.qnzy.net:8800/； 高校思想政治理论课程网站 http://www.sxz.edu.cn/； 爱课程网 http://www.icourses.cn/home/； 求是网 http://www.qstheory.cn/。

（4）《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》

课时及学分	本课程 54 学时，3 学分
教学目标	素质目标：通过学习，帮助学生坚定理想信念，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”；厚植学生爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。 知识目标：通过学习，了解掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求；了解掌握中华民族伟大复兴的中国梦和实现途径；了解掌握坚持和加强党的全面领导的重要意义；了解掌握坚持以人民为中心和坚持深化改革开放；了解掌握经济建设、政治建设、文化建设、社会建设和生态文明建设“五位一体”总体布局；了解掌握总体国家安全观、习近平强军思想和构建人类命运共同体的主要精神和内容。 能力目标：通过学习，能运用马克思主义的世界观和方法论去认识、分析和解决实践中遇到的各种问题。能将所学理论知识做到学思用贯通、知信行统一，把学习成效转化为投身中国特色社会主义伟大实践的具体行动。
教学内容	《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》课程由导论、17 章节和结语部分组成。 课程导论 第一章 新时代坚持和发展中国特色社会主义 第二章 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴 第三章 坚持党的全面领导

	第四章 坚持以人民为中心 第五章 坚持深化改革开放 第六章 推动高质量发展 第七章 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略 第八章 发展全过程人民民主 第九章 全面依法治国 第十章 建设社会主义文化强国 第十一章 以保障和改善民生为重点加强社会建设 第十二章 建设社会主义生态文明 第十三章 维护和塑造国家安全 第十四章 建设巩固国防和强大人民军队 第十五章 坚持“一国两制”和推进祖国完全统一 第十六章 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体 第十七章 全面从严治党 课程结语
教学要求	1.教学方法：采用课堂讲授、问题讨论式、案例启发式、现场交流式等教学方法； 2.教学手段：线上线下结合，理论与实践相结合； 3.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、学习强国平台、北京高校思想政治理论课资源平台等）。

（5）《党史国史》

课时及学分	本课程 16 学时，1 学分
教学目标	素质目标：通过本课程学习，引导学生坚定不移听党话、感党恩、跟党走，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”；引导学生坚定马克思主义的信仰、对中国共产党的信任、对社会主义的信心；厚植学生爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。 知识目标：通过本课程学习，帮助学生了解中国共产党在不同历史时期的重大决策、重要事件和主要成就，展现党的奋斗历程和领导作用；了解新中国从成立以来的历史发展进程，掌握新中国成立后在政治、经济、文化、外交等方面的重大成就与历史经验；领会中国共产党为实现民族独立、人民解放、国家富强、人民幸福所做出的巨大牺牲和贡献。 能力目标：通过本课程学习，帮助学生准确理解和分析党的历史经验对当前和未来中国发展的重要指导价值，以及提高学生运用科学的历史观和方法论分析评价历史问题、辨别历史是非和社会发展方向的能力。
教学内容	本课程由十章内容组成。 第一章 开天辟地的大事变 第二章 轰轰烈烈的大革命 第三章 中国革命的新道路 第四章 抗日战争的中流砥柱 第五章 为新中国而奋斗 第六章 历史和人民的选择

	第七章 在探索中曲折发展 第八章 建设有中国特色的社会主义 第九章 中国特色社会主义接续发展 第十章 中国特色社会主义进入新时代
教学要求	1.教学方法：通过知识讲授法、问题讨论法、案例分析法、情景模拟法、多媒体教学法等多种方式使学生更深入地了解中国共产党的历史和实践； 2.教学手段：线上线下结合，理论与实践相结合； 3.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、校园研学实践场所）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、习题库等）。

(6) 《中华民族共同体概论》

课时及学分	本课程 32 学时，2 学分
教学目标	素质目标：通过本课程学习，教育引导树立树立正确的国家观、历史观、民族观、文化观、宗教观；增进对伟大祖国、中华民族、中华文化、中国共产党、中国特色社会主义的高度认同；增强国家意识、公民意识、法治意识，教育引导不断强化休戚与共、荣辱与共、生死与共、命运与共的共同体理念，推动中华民族成为认同度更高、凝聚力更强的命运共同体。 知识目标：通过本课程学习，了解掌握中华民族的基本概念和内涵、中华民族共同体的理论渊源。了解掌握马克思主义民族理论的核心要义。了解掌握中华民族共同体的共同性基础、中华民族共同体多元与一体的关系。了解掌握早期中华文化圈形成与发展、早期中华文化圈的多元一体结构。了解掌握秦汉政治统一对中华民族形成发展的意义。了解掌握魏晋南北朝时期民族融合发展对中华民族共同体的形成和发展的历史作用。了解掌握辽宋夏金时期社会生活中民族交融的表现、元代各族群交往交流交融的主要表现及其特征。了解掌握明代有哪些反映国家统一性的社会文化现象。了解掌握清朝在巩固大一统国家政权方面作出的努力。了解掌握开启马克思主义民族理论中国化时代化的关键点。了解掌握社会主义制度的建立和完善对增进中华民族共同性的重要意义。了解掌握中国式现代化与铸牢中华民族共同体意识、推进中华民族共同体建设的意义。了解掌握中华民族共同体建设的世界意义。了解掌握人类文明新形态。 能力目标：通过本课程学习，学生能辨别并自觉抵制错误史观；学生能联系中华民族形成和发展的过程，深刻领会铸牢中华民族共同体意识的必要性及中国共产党是铸牢中华民族共同体意识的核心与掌舵者；学生能准确认识中华民族取得的文明成就以及对人类文明的重大贡献，增强对中华民族的认同感和自豪感；立足中国历史实践和当代实践，坚持走自己的路，为实现中华民族伟大复兴的中国梦团结奋斗；在各民族交往交流交融的历史进程中把握中华民族共同体的发展规律，紧扣铸牢中华民族共同体意识的基本任务，自觉推进中华民族共同体建设。
教学内容	第一讲 中华民族共同体基础理论 第二讲 树立正确的中华民族历史观 第三讲 文明初现与中华民族起源（史前时期） 第四讲 天下秩序与华夏共同体演进（夏商周时期） 第五讲 大一统与中华民族初步形成（秦汉时期） 第六讲 “五胡”入华与中华民族大交融（魏晋南北朝时期） 第七讲 华夷一体与中华民族空前繁盛（隋唐五代时期）

	第八讲 共奉中国与中华民族内聚发展（辽宋夏金时期） 第九讲 混一南北与中华民族大统合（元朝时期） 第十讲 中外会通与中华民族接续巩固（明朝时期） 第十一讲 中华一家与中华民族格局底定（前清中期） 第十二讲 民族危亡与中华民族意识觉醒（1840-1919） 第十三讲 先锋队与中华民族独立解放（1919-1949） 第十四讲 新中国与中华民族新纪元（1949-2012） 第十五讲 新时代与中华民族共同体建设（2012-） 第十六讲 文明新路与人类命运共同体
教学要求	1.教学方法：践行“八个相统一”，以教师为主导、学生为主体，充分发挥学生的主动性，采用课堂讲授、随堂讨论、问题讨论式、课堂问答式、案例启发式、现场交流式等多种方式授课； 2.教学手段：线上线下相结合； 3.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室）；软件资源：中共党史网 http://www.zgdsw.com/；高校思想政治理论课程网站：http://www.sxz.edu.cn/；全国高校思想政治工作网：https://www.sizhengwang.cn/等。

（7）《生态文明教育》

课时及学分	本课程 16 学时，1 学分
教学目标	素质目标：通过本课程的学习，树立起“绿水青山就是金山银山”的生态观，自觉选择有益于生态文明建设的生活方式，成为美丽中国的传播者、建设者，低碳生活的倡导者、实践者，生态文明的宣传者、监督者，积极投身于生态文明建设实践中。 知识目标：通过本课程的学习，理解人类历史发展，中国生态文明的演变和习近平生态文明思想的形成过程；掌握习近平生态文明思想的丰富内容和重要意义；了解认识人类面临的生态问题及其解决方向；了解作为可持续发展实践路径的各类生态产业；深刻理解生态文明建设在中国国家战略布局中的重要地位；掌握贵州生态文明建设实践中的措施。 能力目标：通过本课程的学习，系统地、辩证地认识目前人类面临的生态问题，能够树立尊重自然、顺应自然、保护自然的意识，培养生态道德意识、生态忧患意识和生态责任意识，遵循绿色消费观，自觉选择有益于生态文明建设的生活方式，成为美丽中国的播种者、建设者，低碳生活的倡导者、实践者，生态文明的宣传者、监督者。
教学内容	《生态文明教育》分为理论篇、基础篇、实践篇三部分共 9 章内容。 理论篇 文明历史方位下的生态文明理论发展 第一章 文明史、文明观和生态观 第二章 中国社会主义生态文明理论 基础篇 生态环境的挑战与保护、治理对策 第三章 生态系统与生物多样性 第四章 生态环境的污染与治理修复 第五章 气候变化与能源问题 实践篇 追逐美丽中国梦的生态文明实践 第六章 当代中国生态文明建设实践 第七章 生态产业建设

	第八章 贵州的可持续发展道路 第九章 共建生态文明社会
教学要求	1.教学方法：采用讲授法、任务驱动、案例分析等； 2.教学手段：线上线下结合，理论与实践相结合； 3.实训条件：校园景观； 4.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、生物化学实训室、校园研学实践场所）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、习题库等）。

(8) 《国家安全教育》

课时及学分	本课程 16 学时，1 学分
教学目标	素质目标：通过本课程学习，帮助学生增强总体国家安全意识，树立“大安全”理念，坚定新时代中国特色安全道路信念；引导学生维护国家安全，抵制一切破坏祖国统一、民族团结的行为，做忠诚的爱国者；厚植学生爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入强国建设、民族复兴伟业的奋斗之中，使关心国家，维护国家安全意识成为思想共识和自觉行动。 知识目标：通过本课程学习，帮助学生了解掌握总体国家安全观提出的时代背景、重大意义、核心要义、重点领域、基本特征和实践要求；了解掌握总体国家安全观思想的演进、形成和发展过程，提出总体国家安全观的意义；了解掌握总体国家安全观的科学内涵；掌握总体国家安全观涵盖的重点领域以及基本特征；了解掌握总体国家安全观必须走中国特色国家安全道路；了解发展和安全的辩证关系，统筹发展和安全的科学内涵、重大意义；了解掌握总体国家安全观要坚持以人民安全为宗旨；了解掌握总体国家安全观要坚持以政治安全为根本；掌握总体国家安全观要坚持以经济安全为基础；了解总体国家安全观要坚持以军事、科技、文化、社会安全为保障；了解掌握总体国家安全观要坚持以促进国际安全为依托。 能力目标：通过本课程学习，帮助学生学会运用总体国家安全观相关知识去认识、分析和解决国家安全面临的各種风险挑战；能将所学国家安全教育知识做到学思用贯通、知信行统一，自觉做总体国家安全观的坚定践行者，担负维护国家安全的重任；注重知行合一，将国家安全教育与职业教育融入课程教学过程中，加强学生自主创新能力，提升学生的职业素养和职业能力，实现专业的人才培养目标，促进学生成长成才和终身发展。
教学内容	《国家安全教育》由导论和十章内容组成。 第一章 完整准确领会总体国家安全观 第二章 在党的领导下走好中国特色国家安全道路 第三章 更好统筹发展和安全 第四章 坚持以人民安全为宗旨 第五章 坚持以政治安全为根本 第六章 坚持以经济安全为基础 第七章 坚持以军事、科技、文化、社会安全为保障 第八章 坚持以促进国际安全为依托 第九章 筑牢其他各领域国家安全屏障 第十章 争做总体国家安全观坚定践行者
教学要求	1.教学方法： 课堂讲授、随堂讨论、问题讨论式、课堂问答式、案例启发式、现场

	交流式等多种方式授课； 2.教学手段：线上线下结合，理论与实践相结合； 3.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、校园研学实践场所）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、习题库等）。
--	--

(9) 《大学生心理健康教育》

课时及学分	本课程 32 学时，2 学分
教学目标	素质目标：通过教学，帮助大学生树立心理健康发展的自主意识和正确的心理健康观念；形成对自己的身体条件、心理状况、行为能力的客观评价；培养遇到心理问题时主动自我调适或寻求帮助的意识；积极探索适合自己并适应社会的生活状态。 知识目标：掌握大学生常见心理困惑与异常心理；了解大学生自我意识发展、培养及解决大学生自我意识发展的常见问题；了解大学生人格发展塑造，理解大学生健康人格的塑造，掌握大学生常见的人格发展问题；掌握大学生职业生涯规划与择业心理，解决大学生择业中常见心理问题；掌握大学生学习特点、影响学习的非智力因素，加强大学生学习能力的培养，了解大学生常见的学习心理障碍及调适；了解大学生情绪困扰、情绪管理的重要性及情绪健康标准，加大对大学生不良情绪的调节疏导；了解大学生人际交往，理解大学生人际交往及常见问题，掌握大学生良好人际关系的建立；理解当代大学生恋爱心理特点及培养，了解大学生常见的恋爱问题及调适，掌握大学生性心理问题及调适；认识生命的内涵和特征，掌握提升生活质量的方法。 能力目标：能够复述大学生心理健康的标准，能够区分和识别健康与心理健康；能够识别自己或他人适应问题类别；能够识别生活中个体的人际交往类型；能够运用适应大学学习的学习方法；能够运用自我意识构成知识进行自我了解、自我评价；能够分析常见恋爱与性相关的问题；能够运用情绪管理方法适当缓解情绪困扰；能够将释放压力的方法运用在实际学习生活中；能够识别心理危机的信号，预防心理危机，维护生命安全。
教学内容	《大学生心理健康教育》分为四个教学模块十二章教学内容 模块一 了解心理健康的基础知识 第一章 大学生心理健康导论 第二章 大学生心理咨询与心理治疗 第三章 大学生常见心理困惑与异常心理 第二模块 了解自我，发展自我 第四章 大学生自我意识发展 第五章 大学生人格发展塑造 第三模块 提高自我心理调适能力 第六章 大学生职业生涯规划与择业心理 第七章 大学生学习及常见学习心理障碍 第八章 大学生情绪管理 第九章 大学生人际交往 第四模块 加强自我应对危机能力 第十章 大学生恋爱与性心理问题管理 第十一章 大学生挫折应对与压力管理 第十二章 大学生生命教育与心理危机应对

教学要求	1.教学方法：采用任务驱动、案例分析、分组教学法等； 2.教学手段：线上线下结合，理论与实践相结合； 3.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、心理沙盘室、情绪宣泄室、团体活动室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、习题库等）。
------	---

(10) 《大学生职业生涯规划与就业创业指导》

课时及学分	本课程 38 学时，2 学分
教学目标	素质目标：通过大学生职业生涯规划与就业创业指导教学，我们致力于提升学生的综合素质。学生将增强自我认知，明确个人兴趣、优势与价值观，形成正确的职业观念与职业态度。同时，课程还将激发学生的创业精神，培养他们勇于挑战、敢于创新的精神品质，为未来职业发展奠定坚实的素质基础。 知识目标：本教学旨在为学生提供全面的职业规划与就业创业知识。学生将掌握职业规划的基本概念、理论和方法，了解就业市场的形势与政策，以及创业环境的要求与条件。此外，学生还将学习求职与创业过程中的实用技能，如撰写求职信、简历、商业计划书等，为未来的职业发展和创业之路提供有力的知识支持。 能力目标：大学生职业生涯规划与就业创业指导教学注重培养学生的实践能力。学生将提高自我探索能力，通过自我评估、职业测评等方式明确职业方向和目标。同时，课程还将增强学生的生涯决策能力，使他们能够运用科学的方法进行职业生涯决策，并具备执行和调整职业规划的能力。此外，学生还将提升求职与创业实践能力，通过实习、兼职、创业项目等积累实践经验，为未来职业发展做好充分准备。
教学内容	第一学期： 模块一：职业的内涵、职业素质； 模块二：职业理想、择业观念； 模块三：职业生涯规划概论、职业生涯规划的步骤与方法； 模块四：职业生涯设计、职业生涯规划的实施与调整； 模块五：大学生就业形势与就业政策、大学生就业渠道与就业策略。 第四学期： 模块六：求职信息与求职材料、求职信息的收集与利用、笔试、面试的流程及技巧； 模块七：求职就业的方法与技巧； 模块八：求职就业中的权益保护和心理调适； 模块九：大学生创新理论； 模块十：大学生创业实践。
教学要求	1.教学方法：本课程采用项目教学法、任务驱动法、案例教学法和小组教学法等多种方法，通过设计求职项目、分组完成任务、分析就业案例和分组学习竞赛，旨在提升学生就业能力、语言表达能力、合作沟通能力、职业素养和团队协作能力。 2.教学手段：本课程充分利用现代信息化技术和媒体资源，如学习通平台、操作过程录制等，增加课堂信息量，提高教学效率，确保学生获得更丰富、更生动的学习体验。 3.教学资源： 教材选用：《大学生职业发展与就业指导新编》，同济大学出版社（2020 年 7 月出版）。 参考书目：《大学生创新创业网教育》《职业指导核心技能训练手册》《求职能力实训讲师手册》

	4. 课程资源: 国家大学生就业服务平台 24365, https://qnmuzy.ncss.cn/student/index.html ; 贵州大学生创业网 http://g.studentboss.com 。
思政元素	职业操守、社会主义核心价值观、育红心工匠、铸职业精英、中国梦、典型标杆育人、红色文化育人、军旅文化育人、三职教育、诚实守信育人、爱国主义育人、诚信考试、网络安全意识、工匠精神、“七一”勋章、职业操守育人、职业理想育人、道德法制育人、大众创新，万众创业、优秀毕业生典型案例育人

(11) 《劳动教育》

课时及学分	本课程 32 学时，2 学分
教学目标	素质目标: 培养学生的职业意识、职业兴趣、良好的劳动习惯与品质以及创新创业精神。激发学生的创新思维和想象力，提升学生的审美能力，鼓励学生在劳动实践中尝试新的理念、技术、方法。培养学生的社会责任感，关注社会热点和公益事业，通过社会实践服务传递劳动幸福的正能量和正确的劳动价值观。 知识目标: 引导学生认识劳动的意义和价值，树立热爱劳动和生活的观念，体验自身的劳动技术能力，建立质量、效益、安全、合作、环保等现代意识。引导学生形成自立、自强的主体意识和积极的生活态度。引导学生掌握基本的劳动技能，了解各种材料和工具的使用方法，并能将基本劳动技能与专业实践相结合。 能力目标: 通过劳动实践，能系统分析可利用的劳动资源和约束条件，制订具体的劳动方案，发展初步的筹划思维，发展基本的设计能力；能使用常用工具与基本设备，采用一定的技术、工艺与方法，完成劳动任务，形成基本的动手能力；能综合运用多学科知识和多方面经验解决劳动中出现的问题，发展创造性劳动的能力；能在劳动过程中学会自我管理、团队合作。
教学内容	模块一：劳动教育理论 任务 1.1 劳动精神 任务 1.2 工匠精神 任务 1.3 劳模精神 任务 1.4 创新精神 任务 1.5 劳动安全与保护 模块二：劳动实践 任务 2.1 日常生活劳动； 任务 2.2 公益服务劳动； 任务 2.3 专业生产劳动。
教学要求	1.教学方法: 案例教学法、任务驱动法。 2.教学手段: 线上线下结合，理论与实践结合。 3.实训条件: 宿舍、教室、公共区域,专业实训室及设施设备，能让学生完成室内测量、设计等的操作。 4.教学资源: 硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、习题库等）。
思政元素	树立正确的劳动观念：强调劳动的重要性，树立尊重劳动、热爱劳动的态度，培养学生的劳动意识和责任感。 弘扬中华传统勤劳美德：通过讲述劳动模范的事迹，激励学生勤奋努力、敬业奉献，

	形成积极向上的劳动精神。 强调劳动创造价值：引导学生理解劳动是财富的源泉，感悟劳动的意义和价值，形成正确的劳动价值观。 这些思政元素有助于培养学生的劳动习惯和实践能力，同时也有助于提升学生的综合素质和社会责任感。
--	---

(12) 《体育》

课时及学分	本课程 108 学时，6 学分
教学目标	素质目标：通过培养体育锻炼的习惯，旨在促进学生心理品质的健康发展，提升合作与交往能力，同时强化维护健康的自觉意识，形成积极、健康的生活方式和乐观向上的人生态度。 知识目标：学生将系统学习并掌握科学锻炼身体的方法，以提升其体育运动能力和职业体能水平。这包括深入了解体育运动知识，掌握运动项目的裁判规则和比赛知识，以及学会制定和实施有效的体能锻炼计划，并能对实践效果进行客观评价。特别地，学生需要精通至少两项健身运动如体能训练、篮球、足球的基本方法和技能。 能力目标：学生应能够运用所学体育知识、技能和方法，积极参与和组织体育展示与比赛活动，以提升与未来职业相关的体能和运动技能。同时，他们应能科学地进行体育锻炼，独立或合作地制定和实施体能锻炼计划，并对实践效果进行合理评价，以此不断提升自己的运动能力。
教学内容	模块一：基础模块 任务 1.1 一般体能 任务 1.2 专项体能 任务 1.3 职业体能 任务 1.4 健康教育 模块二：拓展模块（限选） 任务 2.1 篮球 任务 2.2 足球 任务 2.3 排球 任务 2.4 羽毛球 任务 2.5 乒乓球 任务 2.6 田径项目 任务 2.7 武术（五步拳） 任务 2.8 太极拳 任务 2.9 陀螺 任务 2.10 高脚竞术 任务 2.11 健美操 任务 2.12 跆拳道 任务 2.13 花样跳绳体操
教学要求	1.教学方法：采用讲解、问答、讨论、示范等多元化手段，确保学生明确目标、掌握动作要领。演示法加深学生印象，纠正错误与帮助法针对指导，游戏法和竞赛法激发兴趣。 2.教学手段：强调思想素质教育，利用观摩、器械辅助、线上打卡和特长教学等手段，全面提升学生体育素质。

	3.教学资源： 以《高职体育健康》为教材，结合学院特色，开发户外运动资源和少数民族运动项目，利用人力资源，创新教学方式。
思政元素	树立健康观念、健康安全知识和健康文明的生活方式、团结精神、规则意识、拼搏精神、体育道德规范和行为准则、传统文化等。

(13) 《信息技术》

课时及学分	本课程 64 学时，4 学分
教学目标	素质目标：在信息时代，培养信息素养与能力至关重要。教育目标旨在增强学生的信息意识，提升计算思维，促进数字化创新与发展能力。学生应能主动捕获、提取和分析信息，运用信息解决生活、学习和工作中的实际问题。同时，养成数字化学习与实践创新的习惯，具备自主学习、协同工作、知识分享与创新创业实践的能力。 知识目标：学生需掌握文档编辑、图片处理、表格操作、演示文稿制作等基本技能，以及信息检索和新一代信息技术的基础知识。了解信息素养与社会责任对个人发展的重要性。 能力目标：学生应能熟练编辑文档，制作各类报告；利用表格进行数据处理与分析；快速制作富有感染力的演示文稿；有效进行信息检索；并能运用计算机工具和方法解决实际问题。此外，还应具备适应现代信息技术环境下的教育方式、学习方式和工作方式的意识与能力。
教学内容	模块一：文档处理 任务 1.1 文档的基本编辑 任务 1.2 图片的插入和编辑 任务 1.3 表格的插入和编辑 任务 1.4 样式与模板的创建和使用 任务 1.5 多人协同编辑文档等内容。 模块二：电子表格处理 任务 1.1 工作表和工作簿的操作 任务 1.2 公式和函数的使用 任务 1.3 图表分析展示数据 1.4 数据处理等内容 模块三：演示文稿制作 任务 1.1 演示文稿制作 任务 1.2 动画设计 任务 1.3 模板制作和使用 任务 1.4 演示文稿放映和导出等内容 模块四：信息检索 任务 1.1 信息检索基础知识 任务 1.2 搜索引擎使用技巧 任务 1.3 专用平台信息检索等内容 模块五：新一代信息技术概述 任务 1.1 新一代信息技术的基本概念、技术特点、典型应用、技术融合等内容 模块六：信息素养与社会责任 任务 1.1 信息素养 任务 1.2 信息技术发展史

	任务 1.3 信息伦理与职业行为自律
教学要求	1.教学方法：案例/项目教学、任务驱动、小组探究等。 2.教学手段：注重理实一体化的教学，充分运用硬软件资源，采用预习与导学相结合、示范与实践相结合、个性化辅导与群体合作相结合、反馈与总结相结合的教学手段，在做中学，学中做，鼓励学生线上拓展学习，培养学生自主学习的能力。 3.教学资源： 硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、机房实训室）； 软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、线上学习平台、微课等）。
思政元素	钻研精神：强调深入细致的研究态度，培养学生在信息技术领域的探索精神。 爱国情怀：结合信息技术发展，展示国家科技成就，激发学生爱国情怀。 责任担当：强调信息安全与网络素养，培养学生的社会责任感和公民意识。

(14) 《公共美育艺术》

课时及学分	本课程 32 学时，2 学分
教学目标	素质目标：本课程教学旨在培养高职学生高雅的审美情操，塑造良好的艺术修养，并引导学生形成正确的审美观。通过美育熏陶，学生将提升文化素养，形成健康向上的审美情趣，展现独特的人文魅力。 知识目标：在课程中，学生将系统学习艺术理论知识，掌握美术、音乐、舞蹈等艺术门类的基本概念与发展脉络。同时，培养艺术鉴赏能力，提升审美水平，并了解与艺术相关的就业创业知识，为未来职业规划打下坚实基础。 能力目标：课程教学注重培养学生的观察力、想象力和创造力，鼓励学生发现美、创造美。学生将通过艺术实践活动，锻炼艺术表现能力，增强自信心。同时，提升团队协作与沟通能力，培养学生在集体中发挥作用的能力，为未来的职业发展做好准备。
教学内容	模块一：美学基础与理论 任务 1.1 美学基础理论知识 任务 1.2 中外美学鉴赏知识 模块二：艺术类型鉴赏 任务 2.1 美术鉴赏（讲解绘画、雕塑、摄影等美术门类的基本特点和艺术表现手法。组织学生欣赏中外经典美术作品，如《蒙娜丽莎》、《大卫像》等） 任务 2.2 音乐鉴赏（介绍音乐的基本元素和构成，如旋律、节奏、和声等。） 任务 2.3 舞蹈鉴赏（阐述舞蹈的基本形式和风格，如芭蕾舞、现代舞、民族舞等。组织学生观看舞蹈表演，感受舞蹈艺术的魅力） 任务 2.4 戏剧鉴赏（介绍戏剧的基本要素和类型，如话剧、歌剧、舞剧等。引导学生分析戏剧作品的主题、人物和情节） 模块三：艺术创作与实践 任务 3.1 艺术创作基础（介绍艺术创作的基本方法和技巧，如素描、色彩运用、音乐创作等。鼓励学生进行艺术创作实践，如绘画、手工制作、音乐创作等） 任务 3.2 艺术实践活动（组织学生参加艺术展览、音乐会、舞蹈演出等实践活动。引导学生参与艺术社团和团队项目，提高团队协作和沟通能力）
教学要求	1.教学方法：采用反转课堂、案例教学等方法，鼓励学生参与讨论和创作。 2.教学手段：运用多媒体教学、网络教学平台，同时建设艺术创作室，提供实践操作的场所。 3.教学资源：除了选用权威教材，还利用网络资源、艺术作品库和实践教学基地，为学生提供丰富的学习材料和机会。

思政元素	爱国主义教育：通过欣赏和讲解具有爱国主义思想的艺术作品，如中国画、雕塑、建筑等，引导学生感受中华文化的魅力和价值，增强民族自豪感和爱国情感。 社会主义核心价值观教育：将社会主义核心价值观融入美育教学中，通过艺术作品、文化活动等方式，引导学生树立正确的价值观念和道德观念，培养良好的社会责任感和公民意识。 文化自信教育：介绍和比较不同国家和地区的文化特色和艺术形式，让学生了解和尊重多元文化，培养跨文化交流的能力和自信心。 道德教育：通过分析艺术作品中的道德问题和人物形象，引导学生思考道德原则和价值观，培养良好的道德品质和行为习惯。 创新思维教育：鼓励学生进行艺术创新实践，通过艺术创作激发学生的想象力和创造力，培养解决问题的能力和创新精神。
------	--

(15) 《大学语文》

课时及学分	本课程 32 学时，2 学分
教学目标	素质目标：树立正确的人生理想，涵养职业精神，为适应个人终身发展和社会发展需要提供支撑；培养劳动精神，弘扬劳模精神、工匠精神，增强文化自觉和文化自信，不断完善道德品质和人格修养。 知识目标：掌握必要的语音、词汇、语法、语篇和语用知识，能识别和理解语言的思维方式和思维特点；认识和掌握祖国语言文字运用的基本规律，能够通过语文学习获得文化知识，理解文化内涵，汲取文化精华。 能力目标：能通过语言习得和感悟，掌握必要的语文基本技能，积累较为丰富的语言材料和言语活动经验，形成良好的语感，增强思维的深刻性、敏捷性、灵活性、批判性和创造性，提升自身思维的逻辑性、思辨性与创新性；能运用基本的语言规律和逻辑规则，运用联想和想象，获得对语言和文学形象的直觉体验，培养独立思考、逻辑推理、信息加工的能力；会比较、辨识、分析、归纳和概括基本的语言现象，学会自觉分析和反思自己的言语实践活动经验，提高语言运用能力。
教学内容	模块一：感受文学魅力 任务 1.1 诗歌鉴赏 任务 1.2 散文鉴赏 任务 1.3 小说鉴赏 任务 1.4 剧本鉴赏 模块二：感受文化魅力 任务 2.1 传承优秀文化 任务 2.2 弘扬革命文化 任务 2.3 社会主义先进文化 模块三：感受语言魅力 任务 3.1 学好普通话 任务 3.2 学习朗诵艺术 任务 3.3 态势语言运用 任务 3.4 演讲与辩论 任务 3.5 解说与介绍

	模块四：学习有效表达 任务4.1 学习实用文体 任务4.2 做好职业规划 任务4.3 写好个人简历 任务4.4 写好调查报告
教学要求	1.教学方法： 主要使用经典导读、体验式教学、案例教学、发现教学法、任务驱动教学等教学方式，使用启发式、讨论式、探究式等教学方法。 2.教学手段： 采用多种现代化教学手段，线上线下结合，理论与实践结合。 3.实训条件： 学校具有研学基地、非遗中心、茶旅楼、AAA级景区校园等实训实验条件。 4.教学资源： 硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、茶旅楼、茶艺实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、教学资源网、习题库等）。
思政元素	中华民族共同体意识和人类命运共同体意识；中华优秀传统文化、爱岗敬业、诚实守信；助力和服务乡村振兴的奉献精神 and 严谨求实的作风；发现美、欣赏美、鉴赏美的能力和积极乐观向上的生活态度；爱国、敬业、诚信、友善等社会主义核心价值观。

(16) 《大学英语》

课时及学分	本课程 64 学时，4 学分
教学目标	素质目标： 在习近平新时代中国特色社会主义思想的指导下，坚定拥护党的领导，践行社会主义核心价值观，具备深厚的爱国情感。注重质量、环保、安全，培养信息素养、工匠精神和创新思维。善于沟通，尊重他人，践行社会主义核心价值观。通过多元文化学习，树立共同体意识，增强文化自信，能用英语传播中华文化。养成守时、团结的精神，具备终身学习的能力。 知识目标： 储备日常生活及职场中必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，掌握英语听、说、读、看、写、译各项基本技能，为未来的职业发展奠定坚实基础。 能力目标： 能够准确运用英语进行口头和书面沟通，理解并尊重多元文化，拓宽国际视野，坚定文化自信，有效进行跨文化交际。同时，提升思维的逻辑性、思辨性和创新性，培养良好的自我管理和自主学习能力，形成终身学习的意识和能力。
教学内容	模块一：校园生活 任务 1.1 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 任务 1.2 读、写、译（科学规划大学生活） 模块二：树立梦想 任务 2.1 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 任务 2.2 读、写、译（拥有梦想的重要性） 模块三：交际 任务 3.1 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 任务 3.2 读、写、译（初探人际关系的建立） 模块四：学习能力养成 任务 4.1 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 任务 4.2 读、写、译（如何管理自己的时间及形成高效学习机制） 模块五：求职 任务 5.1 面试准备

	看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 阅读（面试的四个技巧） 任务 5.2 面试 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 阅读（华为的创业史及企业文化） 职场文化（面试中的其他注意点） 模块六：入职 任务 6.1 与新同事见面 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 阅读（致新员工） 任务 6.2 熟悉工作环境 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 阅读（如何适应新工作） 职场文化（入职第一天该问 HR 的几个问题） 模块七：职场生存（一） 任务 7.1 办公设备的使用 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 阅读（如何与同事相处） 任务 7.2 安排会 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 阅读（办公室闲聊的艺术） 职场文化（公司部门的主要职能） 模块八：职场生存（二） 任务 8.1 商务接待 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 阅读（商务接待礼仪及注意事项） 任务 8.2 建立商务关系 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 阅读（如何建立商务合作关系） 职场文化（不可不知的职场电话礼仪） 模块九：职场生存（三） 任务 9.1 商务谈判 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 阅读（谈判策略） 任务 9.2 市场营销 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 阅读（如何保持良好的商务合作关系） 职场文化（说话是一门技巧） 模块十：职业发展 任务 10.1 跳槽 看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 阅读（跳槽前的考量） 任务 10.2 升职
--	---

	看、听、说（词汇准备、口语及听力练习） 阅读（机器人能代替人工作吗） 职场文化（常见商务礼仪）
教学要求	1.教学方法：采用案例、任务、角色扮演等多元教学，应对课程挑战，培养分析、应用、审美及团队协作能力。 2.教学手段：本课程采用多媒体教室授课，结合理论教学与实训操作，通过投影、课件、网络交流等多元教学手段，让学生在学中做，做中学，实现“教、学、做”一体化，同时培养学生的自主学习能力。 3.教学资源：我们拥有丰富的教学资源，包括超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、教学资源网及习题库等，为学生提供了全方位的学习支持。
思政元素	强化国家认同感、文化自信和道德品质。案例教学引导学生践行诚信、友善等价值观。结合中西文化，增强文化自信，同时培养创新精神和实践能力。课程还注重国际视野培养，为未来职业发展打基础。这些思政元素不仅提升英语水平，更促进学生全面发展。

（17）《数字素养通识课》

课时及学分	本课程 16 学时，1 学分
教学目标	素质目标：旨在帮助学生清晰地理解数据素养、数字经济和数字化转型等概念，避免混淆和误解；通过澄清这些概念，帮助学生们构建数字时代的知识体系，更好地理解和适应当下我们所处的时代；在深入理解这些概念的基础上，激发学生们的新想法和新思路，推动数字经济领域的进步和发展。 知识目标：通过理顺概念之间的逻辑关系，确保知识传达的准确性和连贯性，帮助学生们理解数字经济、数字化转型的底层逻辑；展示知识间清晰的逻辑结构，帮助学生们快速构建数字时代的知识体系，更好地掌握学习内容，定位数字时代遇到的问题，为决策制定提供依据。 能力目标：提高数字时代的认知能力，帮助学生们更好地筛选、理解和利用信息，从而更有效地处理信息过载问题；培养学生良好的数字认知能力，快速适应新技术和新工具，灵活处理数字化工作流程，帮助学生们更好地理解 and 把握时代机遇，激发创新思维，推动个人和组织的创新发展。
教学内容	模块一：绪论 任务 1.1 时代背景 任务 1.2 数字科技 任务 1.3 数字化转型实践 任务 1.4 贵州数字经济发展 模块二：数字素养 任务 1.1 从计算机技能到数字素养 任务 1.2 全民计算机科学教育 任务 1.3 编程思维 任务 1.4 开源教育 模块三：数字化转型 任务 1.1 概念的演变 任务 1.2 信息化 任务 1.3 数字化

	任务 1.4 数字化转型的实现路径 模块四：数字经济 任务 1.1 概念的演变 任务 1.2 新的能源动力推动经济形态改变 任务 1.3.新质生产力是数字经济的前提 任务 1.4 我国发展数字经济的优势 模块五：大数据 任务 1.1 数据是新的生产要素 任务 1.2 认识数据 任务 1.3 数据在数字经济中的作用 模块六：人工智能 任务 1.1 人工智能时代 任务 1.2 人工智能范式 任务 1.3 新的科技革命 任务 1.4 人工智能与产业发展 模块七：区块链 任务 1.1 三个里程碑事件 任务 1.2 共享单车 任务 1.3 信任体系 任务 1.4 区块链是信任数据库 任务 1.5 信任科技 模块八：教育数字化转型 任务 1.1 对教育信息化和教育数字化的理解 任务 1.2 数据赋能和科技助力在教育中的作用 任务 1.3 教育科技的核心要素和发展趋势 模块九：城市数字化转型 任务 1.1 治理困境与城市数字化 任务 1.2 数据要素赋能城市治理 任务 1.3 我国城市数字化转型的创新实践 模块十：“东数西算”工程 任务 1.1“东数西算”工程 任务 1.2 比拟性解读 任务 1.3 逻辑性解读 任务 1.4 给贵州带来的发展机遇
教学要求	1.教学方法：课程依托“贵兰在线”教育平台，采用线上模式，主要采用自主在线学习与在线教师答疑相结合的教学模式。 2.教学手段：采用线上自主学习方式，学生通过自主预习、观看学习视频、完成章节练习，参与能力测评以及在线教师答疑，形成学习闭环。 3.教学资源：软件资源（贵兰在线、教学 PPT、教学视频、习题库等）。
思政元素	爱国情怀：结合数字技术的发展历程，展示我国在数字领域取得的重大成就，激发学生的爱国热情和民族自豪感。 文化自信：通过展示数字技术在传承和弘扬中华优秀传统文化方面的应用，培养学生对本民族文化的自信。

	创新精神：强调数字技术领域不断创新的重要性，鼓励学生勇于创新，培养他们的创新思维和能力。 社会责任：强调数字技术可能带来的负面影响，引导学生树立正确的价值观和道德观，负责任地使用数字技术。
--	--

(18) 《人工智能通识课》

课时及学分	本课程 16 学时，1 学分
教学目标	素质目标：培养学生正确的世界观、人生观和价值观，增强社会责任感和使命感；增强学生的科技伦理意识，提高学生人工智能发展的关注和参与度。 知识目标：使学生掌握人工智能的基本概念、发展历史和核心技术；了解人工智能在不同领域的应用现状和发展趋势。 能力目标：培养学生运用人工智能技术分析问题、解决问题的能力；提高学生的创新思维和跨学科学习能力，为未来的职业发展打下基础。
教学内容	模块一：AI 历史及概述 1.1 人工智能的起源与发展历程 1.2 人工智能的定义与分类 1.3 人工智能的核心价值与影响 1.4 实操案例：体验 AI 的“智能” 模块二：AI 应用及生态 2.1 人工智能在各领域的应用案例（） 2.2 人工智能生态系统的构成与运作机制 2.3 人工智能技术的未来趋势与挑战 2.4 实操案例：AI 生成电商营销文案 模块三：大模型实践 3.1 大模型的基本概念与特点 3.2 基于大模型的实践项目设计与实施 3.3 大模型应用中的关键问题与解决方案 3.4 实操案例：用大模型完成一次“选品-营销”全流程 模块四：人工智能伦理 4.1 人工智能伦理的基本原则与规范 4.2 人工智能应用中的伦理挑战与应对策略 4.3 人工智能伦理的法律法规基础 模块五：机器学习基本概念 5.1 机器学习的基本算法和模型 5.2 机器学习在数据分析和预测中的应用
教学要求	1.教学方法：线上授课，包括视频讲解、在线讨论、案例分析等。 2.教学手段：利用网络教学平台和多媒体教学资源进行课程发布、作业提交、在线测试与成绩管理。 3.教学资源：超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、网络资源等。

思政元素	爱国主义教育：强调人工智能作为国家战略科技力量，培养学生的国家自豪感和责任感。
	科技伦理教育：将人工智能伦理融入课程，强调技术应用的道德底线，培养学生的伦理意识。
	社会责任意识：通过案例分析，引导学生思考人工智能技术的社会影响，培养对社会负责的态度。
	法治观念：讲解人工智能相关的法律法规，增强学生的法律意识，遵守行业规范。
	创新精神与工匠精神：鼓励学生勇于探索未知，追求卓越，同时注重细节，培养精益求精的工匠精神。

(19) 《中华优秀传统文化》

课时及学分	本课程 16 学时，1 学分
教学目标	素质目标：1.具有深厚的家国情怀、民族自豪感和文化自信，遵守社会公德、职业道德，诚实守信、厚德笃行，成为德、智、体、美、劳全面发展的社会主义建设者和接班人。2.具备良好的人文素养、审美情趣和道德修养，拥有团队协作、敬业奉献的职业品格，能以中华优秀传统文化精神涵养职业初心。 知识目标：掌握中华优秀传统文化与现代职业发展、社会生活相融合的相关知识，形成符合时代要求的文化认知和价值判断。 能力目标：具备中华优秀传统文化的辨识、理解和鉴赏能力，能将传统文化智慧运用到日常学习和职业实践中，提升问题分析与解决能力。
教学内容	模块一 走入中华传统文化：中国传统三大思想 1.1 儒家思想的核心内涵与发展 1.2 道家思想的核心内涵与发展 1.3 佛家思想的中国化与融合 模块二 诸子思想：百家争鸣 2.1 百家争鸣的时代背景与文化意义 2.2 法家、墨家、兵家等核心流派思想 2.3 百家争鸣的文化遗产与当代启示 模块三 中国传统语言文字：官话与方言、汉字体系 3.1 汉语的发展与演变 3.2 中国方言与官话的形成及特色 3.3 汉字的起源、演变与文化内涵 模块四 中国传统文学发展脉络：各阶段文学特点、成就 4.1 先秦至秦汉文学经典 4.2 唐宋元明清文学成就 4.3 中国传统文学的文化精神与当代鉴赏 模块五 中国传统制度：中国传统政治、经济、文化制度概况 5.1 传统政治制度的演变与特色 5.2 传统经济制度的发展与影响 5.3 传统文化制度的内涵与传承 模块六 中国传统衣食文化：中国传统服饰特点与饮食文化的变迁 6.1 中国传统服饰的发展与特色 6.2 中国传统饮食文化的内涵与流派

	6.3 传统衣食文化的地域特色与民族融合 模块七 中国传统住行文化：中国传统建筑特色和交通发展 7.1 中国传统建筑的发展与类型 7.2 传统建筑的文化内涵与工艺特色 7.3 中国传统交通的发展与文化意义 模块八 中国传统民俗：中国传统节日与民俗类型 8.1 中国传统节日的起源与内涵 8.2 传统民俗的类型与地域特色 8.3 传统节日民俗的传承与创新
教学要求	1.教学方法：主要使用经典导读、体验式教学、案例教学、发现教学法、任务驱动教学等教学方式，使用启发式、讨论式、探究式等教学方法。 2.教学手段：采用多种现代化教学手段，线上线下结合，理论与实践结合。 3.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、茶艺实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、习题库等）。
思政元素	诚实守信、厚德笃行、仁爱友善的道德品质；爱岗敬业、精益求精、持之以恒的职业工匠精神和团队协作精神；科学严谨的思维方式和求真务实的学习态度；自主学习、探索创新的科学精神；正确的文化观、价值观和人生观。

(20) 《创新创业教育》

课时及学分	本课程 16 学时，1 学分
教学目标	素质目标：培养创新思维、批判性思维，团队协作与领导力，社会责任感与道德意识，激发创新创业热情，持续学习提升，以应对市场变化。 知识目标：掌握创新创业基础理论，了解国内外发展动态与成功案例，学习融资、知识产权保护等实用知识，掌握数据分析、商业模式设计等技能。 能力目标：提升创新能力，将想法转化为实际操作；增强创业执行力。高效组织资源、规划时间；强化沟通协调能力，建立良好关系；提高风险评估与应对能力，确保项目顺利推进。
教学内容	模块一：创新与创业理念 创新的概念和重要性、创业精神的培养、创新与创业的区别和联系。 模块二：创业环境分析 经济环境、政策环境和社会环境对创业的影响市场分析和竞争态势理解、行业发展趋势和机遇识别。 模块三：商业模式构建 商业模式的基本元素、价值主张、客户细分、渠道、收入来源等的构建、案例分析：成功的商业模式实例。 模块四：创业团队建设 团队组建与管理、领导力与团队协作、跨学科合作和多元背景的重要性。 模块五：创业计划书编写 创业计划书的结构和内容、财务预测和风险评估、融资策略和投资者沟通。 模块六：创新思维与决策 设计思维和问题解决技巧、创新决策过程、创新实验和原型制作。 模块七：法律与伦理 创业相关的法律法规、企业社会责任和伦理经营、知识产权保护。

	模块八：实战演练与模拟 创业项目策划与实施、创业沙盘模拟、创业竞赛和实践活动。 模块九：创业成功案例研究 分析国内外知名创业案例、学习成功创业者的经验和教训。 模块十：失败与反思 创业失败的原因分析、失败后如何调整和再创业。
教学要求	1.教学方法：案例分析法，研究成功与失败案例，了解创新创业运作。 项目式学习，参与真实或模拟项目，培养解决问题能力。互动讨论，分享观点，促进知识深化。角色扮演，体验不同角色，提高同理心和沟通能力。 2.教学手段：利用信息技术工具，如在线教育平台，支持混合式教学。 依托实验实训设备，如创新创业孵化基地，实践创新创业理念。邀请专家讲座，配备导师制度，提供个性化指导。 3.教学资源：涵盖教材、学习平台、PPT、视频、习题库及创新创业孵化基地等。
思政元素	强调创新创业活动应服务于社会主义核心价值观，引导学生在追求个人价值实现的同时，积极贡献于社会和国家的发展大局。在案例分析、角色扮演等教学环节中，突出那些体现社会责任、诚信守法、公平正义等价值观的创新创业故事，使学生在过程中受到正面价值观的熏陶。

(21) 《高等数学》

课时及学分	本课程 32 学时，2 学分
教学目标	素质目标：树立具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感，具有社会责任感和社会参与意识；培养勇于奋斗、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，坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度的接班人。 知识目标：掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；使学生获得如下知识：函数、极限与连续；一元函数微分学及应用；一元函数积分学及应用；会把高等数学思想迁移并应用到相关课程，进行其他领域实际问题的分析。 能力目标：培养学生具有比较熟练的运算能力和综合运用所学知识分析问题和解决问题的能力；培养学生具有抽象、概括问题的能力、严密的逻辑思维能力以及自学能力。
教学内容	模块一：基础模块 任务 1.1 函数的概念、图象及基本属性 任务 1.2 基本初等函数的图象和性质 模块二：极限与连续 任务 2.1 函数的极限的定义，极限的四则运算法则、不定型极限的求法 任务 2.2 函数的连续性 模块三：导数与微分 任务 3.1 导数的概念 任务 3.2 求导法则及求导公式 任务 3.3 函数的微分 模块四：不定积分与定积分 任务 4.1 不定积分的概念与性质 任务 4.2 基本积分公式 任务 4.3 积分方法（直接积分法和第一类换元积分法）

	任务 4.4 定积分的概念 任务 4.5 定积分的性质 任务 4.6 微积分的基本公式（牛顿—莱布尼兹公式） 任务 4.7 定积分的应用（求简单平面图形的面积） 模块五：自选知识模块 本模块可根据学院各专业自身的特点，选取适当的内容嵌入到教学过程中。具体情况如下： 财经类专业选取：1、复利与贴现，2、边际问题和弹性分析，3、极值与经济应用。 建筑类专业选取：1、三角函数的基本关系、系列三角公式及计算，2、建筑构件的测量与计算。 现代山地农业系选取：1、微分在近似计算中的应用，2、导数应用中的单调性、极值及最值的判定。 机电、汽车类专业选取：1、正弦型曲线的绘图与应用，2、微分在近似计算中的应用。 计算机类专业选取：1、图的基本概念，2、路径、回路与联通性，3、树和生成树的过程。
教学要求	1.教学方法：采用启发式，从实际问题分析引入数学概念；结合案例教学与精讲多练，选实用内容讲解，吸引学生兴趣。精讲基本概念、方法，多练配套练习，扩充内容自学，培养独立思考。 2.教学手段：传统课堂为主，多媒体为辅，实施“导、学、做、练、用”一体化教学，注重自主学习能力培养。 3.教学资源：超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、教学资源网、习题库等。
思政元素	理想信念教育、安全责任意识教育、道德教育、担当精神、敬业精神、吃苦耐劳精神等职业素养。

（二）专业（技能）课程

（1）《电子商务基础》

课时及学分	本课程 64 学时，4 学分
教学目标	素质目标：拥护中国共产党的领导、热爱祖国、具有社会责任感；通过与课程内容紧密配合的课堂活动，丰富教学内容，调动学生学习兴趣，激发他们学习的热情，培养学生具备良好的电子商务职业道德、工作态度、责任感，具有较强的团队协作精神、计划组织能力自我控制与管理能力交流表达能力团队组织管理能力分析问题、解决问题能力；培养学生诚实守信、遵纪守法。 知识目标：掌握电子商务基本概念、特点、类型，以及发展历程及趋势；理解电子商务系统框架、平台运营、在线支付、供应链等基本原理；掌握常见平台网店的开设要求与方法；掌握搜索营销、微博营销、微信营销、短视频营销、直播营销等方法和技巧；掌握新零售的定义、本质及未来发展趋势；掌握跨境电商概念、特点、类型与典型平台、支付原理、以及跨境电商物流方式；理解农村电商的概念、特点、方式，以及技巧与方法；理解 5G 对电子商务促进作用，以及 VR、AR 的应用；熟悉电子商务行业领域的国家战略、法律法规和相关政策。 能力目标：能深刻认识电子商务的含义，准确把握电子商务的内涵，形成自己的独到见解；能够使用多种网络工具发布商务信息；能够将自己的网站登录到其它搜索引擎上，能够与其它网站进行互换链接操作；能够使用一种网上商店生成系统建立网络商店；能够完成网上单证的处理；能够进行电子合同操作；能够进行电子合同的身份认证和电子签字的操作；能够使用多种电子支付工具完成电子支付；能够严格按照保密规定在电子支付中使用密码；能够分析各类电商平台的特点和商业模式，熟悉开店流程、基本操作，根据自己的需求选择合适的电商平台进行创业；能够分析网络营销主流平台的特点及区别，对形成自己的认知，为自己从事网络营销工作打下基础；能够将大数据思维和增长思维灵活应用于生活实际，分析电子商务领域的一些现象，指导自己的创业决策；能够理解新零售，用新零售的思维模式看懂电子商务行业的发展趋势；能够通过不同途径，获取相关的跨境电商创业参考信息，能为跨境电商、创业支付提出设计方案，以及对比分析典型跨境电商平台。能够将农村电子商务应用到当前国家乡村振兴战略中进行分析，对目前存在的问题和今后发展提出个人见解。
教学内容	情景一 电子商务认知与体验：任务 1.1 电子商务的基本概念和分类；任务 1.2 电子商务的产生和行业新应用；任务 1.3 电子商务系统的组成及一般框架；任务 1.4 电子商务的法律环境。 情景二 电子商务交易实践：任务 2.1 电子商务技术基础；任务 2.2 网络零售；任务 2.3 新零售；任务 2.4 B2B 电子商务；任务 2.4 新媒体运营。 情景三 网络营销实践：任务 3.1 网络营销概述；任务 3.2 网络营销策略与网络广告；任务 3.3 常用的网络营销方法。 情景四 电子商务安全和电子支付实践：任务 4.1 电子商务安全；任务 4.2 电子支付与互联网金融。 情景五 电子商务物流实践：任务 5.1 电子商务物流；任务 5.2 电子商务配送；任务 5.3 供应链管理。 情景六 移动电子商务体验：任务 6.1 移动电商应用；任务 6.2 移动网店。 情景七 跨境电商体验：任务 7.1 跨境电商支付与物流；任务 7.2 跨境电商平台及选择。

教学要求	1. 教学方法：采用任务驱动、案例教学、精讲多练相结合等 2. 教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3. 实训条件：要求有专业计算机实训室及设施设备，能让学生完成计算机实操，数据处理等实训测试内容。 4. 教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、计算机类专业实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	树立正确的人生观、价值观；培养爱国情怀，增强法律意识，学会自我保护，不触犯国家法律；从小事中见大，做人讲诚信，培养公民道德。

（2）《市场营销》

课时及学分	本课程 32 学时，2 学分
教学目标	素质目标：爱党、爱国，具有社会责任感与正确的商业价值观；能够深刻理解市场营销在现代企业运营中的核心地位与战略价值，具备诚实守信、公平竞争的职业道德和商业法律意识，严格遵守广告法、消费者权益保护法等法律法规；具备适应数字经济发展的营销思维与数据分析素养；具备良好的沟通能力、团队协作精神和创新意识，能够对营销案例进行批判性分析与独立思考。 知识目标：掌握市场营销的核心概念与指导思想（生产、产品、推销、营销、社会营销观念）；掌握市场环境分析（SWOT 分析、宏观/微观环境）与消费者购买行为分析方法；掌握市场细分、目标市场选择与市场定位（STP）的理论与方法；掌握产品策略（产品生命周期、新产品开发、品牌与包装）、价格策略（定价方法、定价策略）、渠道策略（渠道类型、设计与管理）和促销策略（促销组合要素）的基本内容；掌握市场营销调研的基本方法和营销策划书的撰写结构。 能力目标：能针对具体产品或项目进行宏观与微观营销环境分析；能运用 STP 理论完成市场细分、目标客群选择与产品定位；能结合产品生命周期制定基础的 4P 组合策略；能设计简单的市场调研问卷并撰写调研分析报告；能根据企业经营目标，独自或合作撰写结构完整、逻辑清晰的营销策划方案；能初步评估并优化营销活动的效果。
教学内容	模块一 市场营销认知 任务 1.1 认知市场营销：核心概念与营销观念的演变 任务 1.2 分析市场营销环境：宏观与微观环境、SWOT 分析法 模块二 分析市场与消费者 任务 2.1 市场调研方案设计：问卷设计、数据收集与分析 任务 2.2 消费者购买行为分析：影响消费者行为的因素、购买决策过程 模块三 制定营销战略（STP） 任务 3.1 市场细分：细分标准与方法 任务 3.2 目标市场选择：评估细分市场、选择进入策略 任务 3.3 市场定位：定位策略、定位方法与传播 模块四 设计营销组合策略（4P） 任务 4.1 产品策略：产品整体概念、产品生命周期、品牌与包装决策 任务 4.2 价格策略：定价目标、定价基本方法、价格调整策略 任务 4.3 渠道策略：渠道类型、中间商角色、渠道设计与管理 任务 4.4 促销策略：促销组合（广告、公关、销售促进、人员推销）策划 模块五 营销策划与执行

	任务 5.1 撰写整合营销策划方案 任务 5.2 营销预算编制与效果评估
教学要求	1.教学方法：采用任务驱动、案例教学、分组讨论相结合等 2.教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3.实训条件：要求有计算机多媒体教室，能够接入互联网，便于学生进行市场信息检索、问卷设计和策划案制作。 4.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、电子商务类专业实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	树立正确的义利观与商业伦理观，弘扬诚实守信的中华传统美德，培养遵纪守法（特别是广告法、反不正当竞争法）的行业自律意识。通过对本土企业和中国品牌成功案例的学习，增强民族品牌自信与产业报国的使命感。

（3）《商品拍摄与素材编辑》

课时及学分	本课程 72 学时，4 学分
教学目标	素质目标：拥护中国共产党的领导、热爱祖国、具有社会责任感；能够了解商品信息采编在电子商务中的作用与价值，通过商品拍摄学习和实训，掌握一定的审美能力和解决问题的能力，具备解决生活、学习和工作中的实际问题的能力；养成数字化学习与实践创新的习惯，具有自主学习、协同工作、知识分享与创新创业实践的能力；能遵守相关法律法规，信守社会的道德与伦理准则；具有较强的网店商品拍摄的应用能力、创新能力和实际动手能力。 知识目标：掌握拍摄设备的基本原理和使用方法；熟悉摄影的基础知识和构图技巧；掌握商品拍摄的方案制定和实施方案；掌握服装类商品的拍摄方法和技巧；掌握鞋类商品的拍摄方法和技巧；掌握化妆品的拍摄方法和技巧；掌握食品类商品的拍摄方法和技巧；掌握电子商品和小饰品的拍摄方法和技巧；掌握地方农特产品（都匀毛尖茶）的拍摄方法和技巧。掌握网店商品图片的要求和规格；掌握网店商品拍摄的一般工作流程和工作方式。 能力目标：能按照客户的要求进行网店商品拍摄的方案制定和实施；能熟练掌握拍摄工具的使用和商品拍摄的布光；能拍摄常见的网店商品，并进行图片的整理和后期处理；能拍摄地方农特产品（以都匀毛尖为例），并出具优质的图片；能具备适应现代信息技术环境下的教育方式、学习方式和工作方式的意识与能力。
教学内容	情景一 拍摄方案制定：任务 1.1 拍摄的工具认识及基础知识；任务 1.2 电商平台对商品图片的要求；任务 1.3 商品拍摄工作的流程和工作方式；任务 1.4 根据商品拍摄任务制定工作计划和实施方案； 情景二 服装类商品的拍摄：任务 2.1 网店服装类商品图片拍摄的知识和技巧；任务 2.2 服装类商品真人模特拍摄；任务 2.3 服装类商品挂拍；任务 2.4 服装类商品平铺拍摄。 情景三 鞋类商品的拍摄：任务 3.1 网店鞋类商品图片拍摄的知识和技巧；任务 3.2 运动休闲鞋拍摄；任务 3.3 皮鞋拍摄； 情景四 化妆类商品的拍摄：任务 4.1 化妆类商品拍摄的知识和技巧；任务 4.2 化妆类商品的拍摄；任务 4.3 护肤类商品的拍摄 情景五 食品类商品的拍摄 任务 5.1 食品类商品拍摄的知识和技巧；任务 5.2 地方小吃类商品拍摄；任务 5.3 水果类商品拍摄；任务 5.4 其他包装食品拍摄；

	情景六 电子商品和小饰品类商品拍摄：任务 6.1 电子商品和小饰品类商品拍摄的知识和技巧；任务 6.2 电子类商品拍摄；任务 6.3 小饰品类商品拍摄。 模块七 地方农特产品拍摄（都匀毛尖茶）：任务 7.1 地方农特产品的拍摄知识和技巧；任务 7.1 茶园拍摄；任务 7.2 茶叶拍摄；任务 7.3 茶叶加工拍摄
教学要求	1.教学方法：采用任务驱动、案例教学、精讲多练相结合等 2.教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3.实训条件：要求有商品拍摄实训室及设施设备，能让学生完成商品拍摄，照片处理等实训测试内容。 4.教学资源：硬件资源（数码相机、电脑、多媒体教室、电子商务商品拍摄工作室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	结合教学内容培养学生工匠精神，实事求是、严谨科学精神；优秀作品赏析培养审美素养，陶冶情操；引导学生作品传递正能量，弘扬友善、诚信等社会主义核心价值观；优秀作品讲解激发学生爱国情怀；作品加工优化培养学生精益求精的工匠精神。

（4）《零售基础》

课时及学分	本课程 36 学时，2 学分
教学目标	素质目标：培养市场洞察力与适应零售变化的能力；增强责任心与敬业精神，注重工作细节；提升团队协作与沟通能力，共解零售难题；锻炼抗压与应变能力，应对零售挑战；强化法律与道德观念，合法合规经营；树立良好职业道德，诚信服务消费者。 知识目标：掌握零售业概念、历程与趋势；了解商业发展与零售演变关系；熟知零售技术支撑，如新技术的应用；掌握店铺开设流程与关键要素；熟悉商品管理知识与策略；了解零售经营管理方法与工具；掌握零售供应链管理基本概念与方法。 能力目标：能够分析零售行业的发展趋势，为零售企业的战略规划提供有价值的参考依据；能够独立完成零售店铺开设的前期市场调研、客群定位、商圈选址以及开业筹备等各项工作；能够制定合理的零售商品选择方案、定价策略，并进行有效的商品陈列和灯光设计，提升商品的销售吸引力；能够运用数字化工具对零售店铺的经营状况进行全面分析，根据分析结果及时调整经营策略，提高店铺的经营效益；能够通过数据分析深入了解零售店铺客户的需求偏好和购买行为，制定针对性的客户维护策略，提高客户满意度和忠诚度；能够参与零售供应链的采购流程管理、商品储存结构规划以及供应链数据分析与优化工作，提高供应链的整体运作效率。
教学内容	分五个项目模块开展教学： 项目一 零售基础概述：感受商业发展与零售变革 1.1 零售基础认知 1.2 商业发展与零售演变 1.3 零售发展的技术支撑 1.4 零售市场调研 项目二 零售店铺开设：打造独特的店铺体验 2.1 店铺客群确定与画像构建 2.2 店铺商圈定位与选址 2.3 店铺装修与布置 2.4 店铺开业准备 项目三 零售商品管理：定位具备市场竞争力的商品与陈列

	3.1 商品选择与定价 3.2 商品陈列与灯光设计 3.3 商品更新 项目四 零售经营管理：建立高效的数字化经营管理体系 4.1 店铺经营管理主要系统与应用 4.2 店铺行业经营情况评估与管理 4.3 店铺营收状况分析与控制 4.4 店铺客户需求分析与维护 项目五 零售供应链管理：构建完善的商品供应链环节 5.1 供应链采购流程与渠道管理 5.2 供应链商品储存结构规划与分类 5.3 供应链数据分析与优化
教学要求	1.教学方法：采用项目驱动、案例教学、小组讨论、实战演练等，提升学生解决问题能力。 2.教学手段：结合多媒体、在线平台、模拟店铺，实现线上线下教学，熟悉店铺运营。 3.实训条件：在电商实训室或零售模拟基地，配备设备、软件与商品，提供实践机会。 4.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、电子商务实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	1.引导学生在零售经营中秉持诚信、友善、公平原则。 2.融入相关法规，增强法律意识，依法经营。 3.培养敬业精神、责任心、团队意识与服务意识。

（5）《直播电商》

课时及学分	本课程 64 学时，4 学分
教学目标	素质目标：爱党、爱国、具有社会责任感；能够了解直播营销在现代营销中的重要地位，能充分利用直播平台带动优质产品的销售，特别是带动农产品的销售，助力乡村振兴；能遵守相关法律法规，具有诚信品格，做到不虚假带货，能进行创新实践，让直播营销服务现代社会。 知识目标：掌握直播平台的使用、直播间的打造、直播过程中平台的功能使用；掌握直播策划的方法、流程，直播产品的选择、直播产品的定价；掌握直播前中后的运营、直播引流方式、直播话术、直播氛围打造、主播人设打造；掌握直播数据的分析、直播复盘；了解当下直播营销的典型应用、技术特点、消费人群特点。 能力目标：能撰写直播策划方案和直播间脚本；能使用不同直播平台开展直播；能开展在直播引流，使直播过程人气更高，氛围更好。销售量更好；能承担直播中不同分工的任务，特别是承担主播的直播任务；能使用不同场景下的直播话术；能进行数据分析完成直播复盘。

教学内容	模块一 直播平台使用：任务 1.1 不同直播平台的开通；任务 1.2 不同直播平台功能使用。 模块二 直播团队的构建：任务 2.1 构建不同情况下直播团队；任务 2.2 掌握直播营销核心岗位的职责；任务 2.3 熟悉不同直播团队的运营策略；任务 2.4 掌握直播团队的管理方法。 模块三 直播营销的策划与筹备：任务 3.1 撰写直播策划方案；任务 3.2 直播场景布置。 模块四 直播营销的商品规划：任务 4.1 直播间的选品方法；任务 4.2 直播间商品定价策略；任务 4.3 直播间商品配置策略。 模块五 直播前的引流预告：任务 5.1 直播引流的渠道和时机；5.2 直播引流的内容设计；5.3 不同平台的付费引流。 模块六 直播间的营销管理：任务 6.1 直播营销的话术设计；6.2 直播间的氛围管理方法；6.3 直播间的商品介绍；6.4 直播间的促销策略；6.5 直播间的用户管理。 模块七 直播复盘：任务 7.1 直播复盘的基本步骤；7.2 直播复盘的数据。
教学要求	1.教学方法：采用任务驱动、案例教学、精讲多练相结合等 2.教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3.实训条件：要求有电脑，能让学生完成实操，直播数据处理等实训测试内容，直播实训室。 4.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、电子商务专业实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	树立正确的职业发展规划意识、电商直播素养、创新能力和严谨的思维能力的培养

（6）《视觉营销设计》

课时及学分	本课程 108 学时，6 学分
教学目标	素质目标： 通过本课程的学习，向学生传播独立设计能力和设计思维，让学生热爱专业，树立远大理想，锻炼和培养学生踏实认真、精益求精等基本素质，以及实事求是的作风和创新意识，同时在学习中注重学以致用；及时适应环境变化、不断开拓创新。 知识目标：掌握视觉营销设计要点；理解视觉营销设计中的平面构成及色彩搭配，学会视觉营销设计中的字体设计，掌握 Logo、店铺招牌、导航模块、页头背景的设计方法，掌握主图和直通车图的设计方法和设计技巧，掌握商品详情页包含的模块及各个模块设计的方法和技巧，掌握店铺首页各个模块的设计方法和设计技巧，掌握自定义页面的操作流程，学会设计单独的促销活动页。 能力目标：能够熟练运用平面构成、色彩心理及色彩搭配原理，进行主图和直通车图设计、商品详情页设计、店铺首页各个模块图片的设计和自定义页面设计，并能将设计好的图片装修到 PC 端和无线端店铺。
教学内容	模块一 店铺装修简介：任务 1.1 初始视觉营销设计；任务 1.2 店铺装修配色；任务 1.3 法律条款与平台规则。 模块二 店铺首页设计：任务 2.1 店招和导航条设计；任务 2.2 全屏海报设计；任务 2.3 店铺优惠券设计；任务 2.3 商品陈列图设计；任务 2.4 店铺页尾设计； 模块三 商品主图设计：任务 3.1 优质商品主图要素；任务 3.2 商品主图设计；任务

	3.3 直通车图设计。 模块四 商品详情页设计：任务 4.1 商品详情页模块概述；任务 4.2 首焦图设计；任务 4.3 基本参数图设计；任务 4.4 产品展示图设计；任务 4.5 产品细节图设计；任务 4.6 售后说明图设计。 模块五 商品短视频制作：任务 5.1 商品短视频的作用；任务 5.2 商品主图视频制作；任务 5.3 商品详情页视频制作。 模块六 自定义页面设计：任务 6.1 自定义页面图概述；任务 6.2 自定义页面图设计 模块七 店铺首页装修：任务 7.1 PC 端店铺首页装修 任务 7.2 无线端店铺首页装
教学要求	1.教学方法：采用任务驱动、案例教学、精讲多练相结合等 2.教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3.实训条件：要求有专业计算机实训室及设施设备，能让学生完成产品图片视觉营销设计实操等实训测试内容。 4.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、计算机类专业实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	树立正确的职业发展规划意识，遵纪守法和职业道德意识，具有勇于创新、吃苦耐劳、乐于奉献、爱岗敬业的精神和严谨的工作作风；具有良好的诚信品质、责任意识、公平竞争意识和健康的身心素质。

(7) 《新媒体营销》

课时及学分	本课程 72 学时，4 学分
教学目标	素质目标：爱党、爱国、具有社会责任感；能够了解新媒体营销在现代社会中的作用与价值，具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，遵守与电子商务相关的法律法规；具有适应产业数字化发展需求的基本新媒体营销技能和专业新媒体营销技术的能力；具有良好的学习能力、表达沟通能力和团队合作精神，具有批判性思维及创新。 知识目标：掌握新媒体营销策划、平台的使用；掌握微博、微信、抖音、直播、社群的营销策划；掌握病毒营销、事件营销的营销方法；掌握新媒体营销文案撰写。 能力目标：能根据产品的营销需要撰写营销策划，能执行营销活动，能为产品宣传设计营销文案，能根据营销需求制作海报、视频和销售品台的标题。能根据推广目标制定推广计划，搭建推广账户，开展信息流推广。
教学内容	模块一 新媒体营销概述 任务 1.1 新媒体营销平台选择； 任务 1.2 使用新媒体营销方法； 模块二 策划营销方案 任务 2.1 撰写营销策划方案 模块三 各平台营销策划 任务 3.1 微博营销策划； 任务 3.2 微信营销策划； 任务 3.3 短视频营销策划 任务 3.4 直播营销策划 任务 3.5 其他营销策划 模块四 信息流推广 任务 4.1 信息流推广策略制定

	任务 4.2 信息流推广账户搭建 任务 4.3 信息流推广账户优化
教学要求	1. 教学方法：采用任务驱动、案例教学、精讲多练相结合等 2. 教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3. 实训条件：要求有计算机设施设备，能让学生完成上机实操，数据处理等实训测试内容，还应有直播实训室。 4. 教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、电子商务专业实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	树立正确的职业发展规划意识、新媒体营销素养、创新能力和严谨的思维能力的培养。

(8) 《互联网销售》

课时及学分	本课程 72 学时，4 学分
教学目标	素质目标：培养尊重互联网销售数据、实事求是、科学严谨的精神和态度；培养搜集、处理、使用互联网市场调查信息的能力；提升团队协作、组织、协调、决策的职业素养；具有理论联系实际的素质与创新能力；增强互联网销售数据安全意识，避免商务数据泄露。 知识目标：掌握互联网销售的基本概念、主要模式、发展历程和趋势；掌握主流互联网销售平台的规则、交易流程和操作方法；掌握互联网销售中客户关系管理的基础知识，包括客户画像、客户需求分析等；掌握互联网销售营销推广的基本原理、策略和方法；掌握互联网销售数据分析的基本原则、常用工具和流程；掌握互联网销售中销售方案制定与优化的相关知识；熟悉客户服务管理的理论基础，包括客户服务流程、服务质量标准等。 能力目标：能够根据市场需求和企业目标，制定互联网销售的整体方案；能够熟练操作互联网销售平台，完成商品上架、订单处理、客户服务等工作；能够运用多种营销推广手段，提高商品的曝光度和销售量；能够运用数据分析工具对互联网销售数据进行收集、整理和分析，为销售决策提供依据；能够制定和优化客户服务方案，有效处理客户投诉，进行智能客服机器人训练，实现新老客户转化；具备运用客户服务管理知识提升客户满意度和忠诚度的能力。
教学内容	分八个模块开展教学： 模块一 互联网销售基础认知 介绍互联网销售的概念、特点、模式和发展趋势，让学生对互联网销售有初步的认识和理解。 模块二 互联网销售平台操作 讲解主流互联网销售平台（如淘宝、京东、拼多多等）的入驻流程、店铺搭建、商品管理、交易规则等操作知识，通过实际操作让学生掌握平台的使用方法。 模块三 互联网销售营销推广 介绍互联网销售的营销推广策略，包括搜索引擎营销、社交媒体营销、电子邮件营销、内容营销等，让学生学会制定有效的营销推广方案。 模块四 互联网销售客户关系管理基础 讲解客户关系管理的理论和方法，包括客户画像构建、客户需求分析、客户生命周期管理等。介绍客户关系管理系统（CRM）的基本功能和操作，让学生了解如何利用 CRM 系

	统进行客户信息的收集、整理和分析，为后续的客户服务管理提供基础支持。 模块五 互联网销售客户服务管理实践 介绍客户服务流程设计、客户投诉处理技巧、智能客服机器人训练、客户忠诚度培养等内容，促进学生重视客户关系的长期维护。 模块六 互联网销售数据分析 介绍互联网销售数据分析的基本方法和工具，如 Excel、SQL、Python 等，让学生学会收集、整理和分析销售数据，发现销售过程中的问题和机会。同时，引导学生运用数据分析结果评估客户服务效果，为优化客户服务管理提供数据支持。 模块七 销售方案制定与优化 指导学生根据企业销售目标和市场需求，制定互联网销售方案，并根据数据分析结果和客户服务反馈对方案进行优化和调整。让学生明白客户服务管理在销售方案中的重要地位，以及如何通过提升客户服务质量来促进销售业绩的增长。 模块八 互联网销售综合实践 组织学生进行互联网销售的综合实践项目，让学生在实际操作中综合运用所学知识和技能，包括销售方案制定、营销推广执行、客户服务管理以及数据分析等，提高解决实际问题的能力。
教学要求	1. 教学方法：采用任务驱动、案例教学、启发式教学法、讨论式教学法、讲授教学法、精讲多练相结合等 2. 教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3. 实训条件：要求有专业电子商务实训室及设施设备，能让学生完成网店客服实操，数据处理等实训测试内容。 4. 教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、电子商务类专业实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	1. 引导学生树立正确的价值观，在互联网销售中秉持诚信、友善、公平的原则，为消费者提供优质的产品和服务，弘扬正能量。 2. 在教学中融入《电子商务法》《消费者权益保护法》等相关法律法规的内容，增强学生的法律意识，使学生能够依法开展互联网销售活动。 3. 培养学生的敬业精神、责任心、团队合作精神和服务意识，让学生在互联网销售工作中遵守职业规范，维护行业形象，特别是在客户服务管理中，注重保护客户权益，提供真诚、专业的服务。

（9）《网店运营》

课时及学分	本课程 72 学时，4 学分
教学目标	素质目标：培养学生的创业意识；培养创新思维和灵活运用知识的能力；培养具有团队协作精神；培养分析问题、解决问题的能力；培养具有良好的职业素养和勤奋工作的基本素质。 知识目标：掌握网店运营的基本概念、原理和流程，了解电商行业的发展趋势；掌握网店开设的基本条件、流程和相关法律法规；掌握网店推广的主要方法和技术，包括搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销等；掌握网店客服的服务技巧、沟通方法和客户关系管理策略；掌握网店物流的解决方案、物流成本控制和物流信息跟踪方法。 能力目标：能够独立进行市场调研，分析市场需求和竞争态势，为网店定位提供准确依据；能够熟练开设并管理网店，包括店铺注册、商品上架、页面装修等操作；能够

	制定并执行有效的网店推广策略，提高网店的曝光度和流量；能够运用客服技巧处理客户咨询和投诉，提升客户满意度和忠诚度；能够合理选择物流方式，优化物流成本，确保商品及时、准确送达客户手中。
教学内容	分八个模块开展教学： 模块一 网店运营基础认知 了解电商行业的发展历程、现状和趋势，掌握网店运营的基本概念和原理，熟悉网店运营的主要模式和平台。 模块二 网店开设筹备 进行市场调研，分析目标市场和竞争对手；确定网店定位和经营方向；寻找合适的货源，建立货源供应渠道。 模块三 网店开设实操 选择合适的电商平台，完成店铺注册、认证和基本信息设置；进行店铺页面装修，设计店铺 logo、店招、海报等；上传商品信息，进行商品分类和定价。 模块四 网店推广策略 学习搜索引擎优化（SEO）技巧，提高商品在搜索结果中的排名；掌握社交媒体营销方法，利用微信、微博等平台进行网店推广；了解电商平台内部的推广工具，如直通车、钻展等的使用。 模块五 网店客户服务 学习客户沟通技巧，掌握有效的倾听和表达方法；处理客户咨询和投诉，解决客户问题；建立客户关系管理系统，维护老客户，开发新客户。 模块六 网店物流管理 了解常见的物流模式和物流公司，选择合适的物流合作伙伴；进行物流成本控制，优化物流配送方案；跟踪物流信息，及时处理物流异常情况。 模块七 网店数据分析与优化 学习网店数据分析的方法和工具，如流量分析、销售分析、客户分析等；根据数据分析结果，优化网店的商品、推广策略和客户服务。 模块八 网店综合运营实践 综合运用所学知识，进行网店的整体运营规划和实践操作，包括商品管理、订单处理、营销活动策划等，提升网店的综合运营能力。
教学要求	1. 教学方法：采用任务驱动、案例教学、精讲多练相结合等 2. 教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3. 实训条件：要求有专业实训室及仿真实训系统，能让学生完成网店运营开设、运营等实训内容。 4. 教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、电子商务专业实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	1. 引导学生树立正确的价值观，在网店运营中秉持诚信、友善、公平的原则，为客户提供真实、优质的商品和服务，弘扬正能量。 2. 在教学中融入《电子商务法》《消费者权益保护法》等相关法律法规的内容，增强学生的法律意识，使学生能够依法开展网店运营活动。 3. 培养学生的敬业精神、责任心和团队合作精神，让学生在网店运营工作中遵守职业规范，注重客户体验，维护良好的商业信誉。

(10) 《短视频策划与制作》

课时及学分	本课程 72 学时，4 学分
教学目标	素质目标：培养运营能力，树立正确的运营思路，增加对短视频运营热情；具备团队合作能力，形成客户至上的服务理念，培养勇于创新、吃苦耐劳的精神，养成善于观察思考、精研业务、认真工作的习惯；有意识地关注短视频工具版本更新与操作优化，激发学生的迭代意识，培养学生的实践精神； 知识目标：正确认识短视频职业，明确短视频职业要求；掌握短视频的基本理论知识；掌握信息平台发布推广信息方法；掌握推广工具的原理及使用；掌握自媒体和 SNS 的推广方法；掌握短视频数据分析和优化的方法。 能力目标：具备从事短视频运营工作基本的理论知识、基本的执行能力；具备依据企业实际情况，选择推广短视频运营平台能力；具备分析和优化推广效果的能力；具备在不同短视频平台开展活动策划、进行推广的能力。
教学内容	模块一短视频创业新风口：任务 1.1 究竟什么是短视频； 模块二短视频内容策划：任务 2.1 分析目标受众，精准定位用户需求；任务 2.2 短视频的展现形式定位；任务 2.3 短视频的选题策划；任务 2.4 打造高质量的短视频内容； 模块三短视频制作：任务 3.1 短视频的拍摄；任务 3.2 短视频的后期编辑； 模块四短视频营销：任务 4.1 短视频营销的前期准备；任务 4.2 短视频的引流推广；任务 4.3 短视频的用户运营； 模块五短视频商业变现：任务 5.1 销售商品，电商变现；任务 5.2 用户付费，有偿提供视频内容；任务 5.3 广告变现，运用流量直接变现；任务 5.4 通过平台扶持获得收益；任务 5.5 加入 MCN 机构，实现稳定收益； 模块六短视频运营实战：任务 6.1 完善抖音账号信息；任务 6.2 制作高水准的抖音短视频；任务 6.3 孵化经典抖音短视频 IP；
教学要求	1. 教学方法：采用任务驱动、案例教学、精讲多练相结合等 2. 教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3. 实训条件：要求有专业计算机实训室及短视频拍摄设备，能让学生完成短视频拍摄，后期制作等实训测试内容。 4. 教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、计算机类专业实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	通过引导学生自编、自导、自演拍摄短视频，启发学生创造思维、创新思维，树立正确的三观和职业发展规划意识，培养学生独立思考、正确判断、自我管理的能力。

(11) 《数据化运营》

课时及学分	本课程 108 学时，6 学分
教学目标	素质目标：培养尊重数据、实事求是、科学严谨的精神和态度，在数据化运营中保持严谨细致的工作作风；培养敏锐的数据洞察力，学会搜集、整理、分析市场及运营相关数据信息，为决策提供有力支持；提升团队协作、组织、协调、决策的职业素养，在数据化运营项目中能够与团队成员有效沟通合作；具有理论联系实际的素质与创新能力，将数据化运营理论知识灵活运用到实际业务场景中，并提出创新思路。 知识目标：理解数据分析指标体系概念，掌握常见的数据指标及其应用场景；掌握数据分析的方法与方法论，包括数据采集、清洗、分析、可视化等基本流程；掌握市场数据化运营的方法与技巧，如市场信息采集、市场趋势分析、竞争态势分析等；掌握客

	户数据化运营的方法与技巧，包括客户画像构建、客户需求分析、客户行为研究等；掌握运营数据化优化方法，如运营目标设定、指标体系搭建、运营策略调整等；掌握数据可视化在数据化运营中的应用，能够选择合适的可视化工具和图表展示数据。 能力目标：能够根据运营目标确定数据采集需求，运用合适的数据采集工具和方法收集相关数据；能够运用数据分析工具对采集到的数据进行清洗、整理和预处理，为后续分析做好准备；能够运用数据分析方法对市场数据、客户数据、运营数据等进行深入分析，挖掘数据背后的规律和价值；能够根据数据分析结果撰写详细的数据分析报告，提出针对性的运营优化和改进建议；能够运用数据可视化工具将分析结果以直观、清晰的图表形式呈现，辅助决策制定。
教学内容	模块一 初识数据化运营 了解数据化运营的概念、发展历程和重要性，熟悉数据化运营在电子商务领域的应用场景和典型案例。认识数据可视化的基本概念与价值，了解常见的数据可视化图表类型及其适用场景。 模块二 数据分析指标体系搭建 学习数据分析指标体系的概念和构建方法，掌握如何根据运营目标确定关键指标，搭建合理的指标体系。 模块三 市场数据化运营 进行市场信息采集与处理，分析市场趋势、竞争态势和消费者需求，为运营决策提供市场依据。运用可视化工具将市场趋势数据转化为趋势图、市场份额对比饼图、竞品雷达图等。 模块四 客户数据化运营 构建客户画像，分析客户行为和需求，制定个性化的客户运营策略，提高客户满意度和忠诚度。 模块五 运营数据化优化 根据数据分析结果，对运营目标、策略和流程进行优化调整，提升运营效率和效果。 模块六 数据可视化与报告撰写 学习数据可视化工具的使用，将数据分析结果以可视化图表形式呈现；掌握数据分析报告的撰写规范和技巧。 掌握数据分析报告的结构化撰写规范，结合可视化图表讲好数据故事，输出清晰、专业的运营分析报告。
教学要求	1. 教学方法：采用任务驱动、案例教学、启发式教学法、讨论式教学法、讲授教学法、精讲多练相结合等 2. 教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3. 实训条件：要求有专业电子商务实训室及设施设备，能让学生完成数据运营、数据可视化等实训测试内容。 4. 教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、电子商务类专业实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	1. 引导学生树立正确的价值观，在数据化运营中秉持诚信、公正、敬业的原则，为社会创造价值。 2. 在教学中融入《网络安全法》《数据安全法》等相关法律法规的内容，增强学生的法律意识，使学生能够依法开展数据化运营活动。 3. 培养学生的责任心、严谨的工作态度和团队合作精神，让学生在数据化运营工作中遵守职业规范，保护数据安全和客户隐私。

(12) 《零售门店 O2O 运营》

课时及学分	本课程 68 学时，4 学分
教学目标	素质目标：培养严谨务实、勇于创新、追求卓越的职业精神，对待运营工作认真负责；增强团队协作意识，提高沟通、组织、协调和决策能力，以适应复杂多变的运营环境；培养理论联系实际的思维方式和创新能力，不断探索新的运营模式和方法；强化数据安全和隐私保护意识，确保运营过程中的数据安全；树立良好的职业道德和敬业精神，遵守行业规范和商业道德。 知识目标：掌握零售门店 O2O 运营的基本概念、模式和发展趋势；熟悉运营数据采集的方法、渠道和工具，了解数据采集的规范和要求；掌握运营数据分析的基本原理、方法和工具，能够运用数据分析解决实际问题；了解商品规划的原则、流程和方法，掌握商品发布与优化的技巧；熟悉行业商家管理的要点和策略，能够与商家建立良好的合作关系；掌握活动运营的类型、策划流程和执行要点，能够制定有效的活动方案；了解用户运营的理念和方法，掌握用户画像构建和用户分层运营的技巧。 能力目标：能够制定零售门店 O2O 运营的整体规划和策略，明确运营目标和方向；能够熟练运用数据采集工具收集运营数据，并对数据进行清洗、整理和预处理；能够运用数据分析工具和方法对运营数据进行深入分析，挖掘数据背后的价值，为运营决策提供依据；能够根据市场需求和数据分析结果，制定合理的商品规划方案，并进行商品发布与优化；能够与行业商家进行有效的沟通和合作，协调商家资源，共同推动业务发展；能够策划和执行各类线上线下活动，提高品牌知名度和用户参与度；能够运用用户运营手段，提高用户忠诚度和复购率，实现用户价值的最大化。
教学内容	分八个模块开展教学： 模块一 零售门店 O2O 运营概述 模块二 运营数据采集 模块三 运营数据分析 模块四 商品规划与管理 模块五 行业商家管理 模块六 活动运营 模块七 用户运营 模块八 综合运营实践
教学要求	1. 教学方法：采用任务驱动、案例教学、项目教学、小组讨论等多种教学方法，激发学生的学习兴趣 and 主动性，培养学生的实践能力和创新思维。 2. 教学手段：采用线上线下相结合的教学手段，充分利用多媒体教学资源、在线教学平台和实训软件，实现理论与实践的紧密结合。 3. 实训条件：课程实训项目在电子商务专业实训室或校企合作基地开展，配备必要的硬件设备和软件系统，为学生提供真实的运营环境和实践机会。 4. 教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、电子商务类专业实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	1. 通过案例分析和讨论，引导学生树立正确的价值观，培养学生的社会责任感和奉献精神，鼓励学生在零售门店 O2O 运营中积极践行社会主义核心价值观。 2. 在教学中融入相关法律法规的内容，如《电子商务法》《消费者权益保护法》等，让学生了解法律边界，增强法律意识，做到依法经营。 3. 强调职业素养和职业道德的重要性，培养学生的诚信意识、保密意识、团队合作精神和敬业精神，使学生在未来的工作中能够遵守职业规范，维护行业形象。

(13) 《跨境电子商务》

课时及学分	本课程 68 学时，4 学分
教学目标	素质目标：具有国际化视野、跨境电子商务理念和跨文化交际意识，掌握用商务英语进行沟通、谈判和处理网店事务的能力，熟悉国际贸易和跨境电子商务交易基本流程，了解跨境电子商务平台、国际产权和国际物流知识，具备跨境电子商务平台操作、客户开发和维护、询盘和订单处理、网络营销和推广能力。 知识目标：认识跨境电子商务，主流跨界电子商务平台，跨境电子商务业务的整个流程，包括选品、营销、物流、资金回收、客户服务等环节，以及大宗外贸运营、跨境进口电子商务运营等运营方式，还包括品牌战略策划、数据化分析、风险防范等知识。 能力目标：融合国际经济与贸易和电子商务的特点，以跨境电商运营实训软件为实训平台，按照跨境电子商务网店运营的完整思路将关键的操作步骤进行实操呈现，并开展数据分析与决策。
教学内容	分八个模块开展教学： 模块一跨境电子商务平台 模块二 B2C 跨境电子商务选品分析 模块三跨境电子商务营销推广 模块四跨境电子商务物流 模块五跨境电子商务支付、结汇与退税 模块六跨境电子商务客户服务 模块七跨境电子商务数据分析 模块八 B2B 跨境电子商务
教学要求	1. 教学方法：采用任务驱动、案例教学 2. 教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3. 实训条件：实训部分采用虚拟教学实验软件在校内实训基地完成。 4. 教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、电子商务实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	1. 社会主义核心价值观 2. 国家法律、法规；行业法律、法规。 3. 职业素养和职业道德

(14) 《办公软件高级应用》

课时及学分	本课程 68 学时，4 学分
教学目标	素质目标：培养学生良好的职业素养，包括团队合作、沟通表达和问题解决能力；提升学生的职业规划能力，使其能够根据自身兴趣和职业发展需要选择合适的办公软件技能进行深入学习；培养学生的创新思维和批判性思维，鼓励在学习过程中提出新观点和解决方案。 知识目标：掌握商务办公软件的基本概念和操作原理；了解不同办公软件在商务环境中的应用场景和行业标准；熟悉各类办公软件的常用功能和高级技巧。 能力目标：能够熟练使用 Word、Excel、PowerPoint 等办公软件进行商务文档处理、数据分析和演示制作；掌握图像、音频、视频处理软件的基本操作，能够进行网络商品图片修图处理和商务活动音频、视频处理；能够对作品进行展示和讲解。
教学内容	模块一 商务文档处理：使用 Word 制作销售计划书、宣传册，进行网络商品图片修

	图处理。 模块二 数据处理与分析：使用 Excel 制作销售数据统计表、统计图，进行数据分析和可视化。 模块三 演示文稿制作：使用 PowerPoint 制作销售报告演示文稿、产品介绍演示文稿。 模块四 图像与音视频处理：使用 Photoshop 进行图像处理，使用 Audition 和 Camtasia 进行音视频处理和视频制作。 模块五 商务办公综合应用：结合实际案例，让学生综合运用所学知识完成一系列商务办公任务。
教学要求	1. 教学方法：采用任务驱动、案例教学、小组合作法、情景模拟法 2. 教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3. 实训条件：实训项目可在多场合灵活开展，如多媒体教室、商务谈判实训室等。 4. 教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、电子商务实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	1. 社会主义核心价值观 2. 国家法律、法规；行业法律、法规。 3. 职业素养和职业道德

（15）《平面构成与视觉艺术》

课时及学分	本课程 68 学时，4 学分
教学目标	素质目标：爱党、爱国，具有文化自信与正确的审美价值观；能够理解视觉设计在电子商务中的商业价值与美学意义，具备诚实守信、尊重知识产权的职业道德，严格遵守著作权法及相关设计行业规范；具有敏锐的审美感知力和高尚的审美情趣，能够欣赏、鉴别并评价不同风格、不同时期的视觉艺术作品；具有适应数字化视觉营销需求的基本设计素养与创意思维能力；具备良好的沟通协作能力、用户同理心和精益求精的工匠精神，能够辩证分析不同设计作品并持续优化。 知识目标：掌握平面构成的基本要素（点、线、面）及形式美法则（对比、统一、节奏、平衡等）；了解中外视觉艺术发展简史、主要艺术流派及其美学特征；掌握审美感知的基本方法与美学评价维度；掌握色彩构成的基本原理；掌握版式设计的基本原则；掌握字体设计的基础知识与图文排版技巧；熟悉电商视觉设计的构成要素与行业规范。 能力目标：能运用点线面元素进行简单的抽象与具象图形创意设计；能运用美学原理对不同设计作品进行审美分析与批判性评价，准确表达个人审美判断；能根据品牌调性与营销需求合理搭配色彩，使用色彩传递情感与信息；能独立完成规范的版式编排，设计符合电商平台要求的主图、详情页和促销海报；能在日常生活与海量网络信息中主动发现美、收集美、提炼美，建立个人审美素材库；能使用 Photoshop、Illustrator 等设计软件将设计构思转化为视觉作品；能对现有电商页面进行视觉分析与优化改进。
教学内容	模块一 平面构成基础 任务 1.1 构成要素：点、线、面的形态特征与情感表达 任务 1.2 形式美法则：对比与统一、对称与平衡、节奏与韵律、比例与分割 任务 1.3 构成形式：重复、近似、渐变、发射、特异、密集等构成技法 任务 1.4 审美素养启蒙：优秀平面作品的审美赏析与美学要素拆解 模块二 色彩构成与应用

	任务 2.1 色彩基本原理：色相、明度、纯度，色彩混合 任务 2.2 色彩对比与调和：同类色、邻近色、对比色、互补色的搭配规律 任务 2.3 色彩心理与营销应用：不同色彩的情感联想及在电商设计中的策略（促销红、科技蓝、高端黑等） 任务 2.4 色彩美学修养：经典配色范例鉴赏与色彩情绪表达训练 模块三 版式设计 with 构图 任务 3.1 版式设计原则：对齐、亲密性、留白、视觉层级与视线流动 任务 3.2 高级构图美学：黄金分割、三分法、对角线、S 形、Z 形、留白意境等构图形式的审美比较 任务 3.3 图文排版与信息呈现：标题、正文、按钮、图片的比例与位置关系 任务 3.4 大师版式研习：研读国内外优秀杂志、海报、电商页面的版式设计，分析其美学逻辑 模块四 字体设计与图形创意 任务 4.1 字体的分类与性格：衬线体、无衬线体、手写体、创意字体的应用场景 任务 4.2 字体排版技巧：字号、字重、行距、字距的调整与匹配 任务 4.3 图形创意方法：同构、正负形、异影、置换等创意图形表达 任务 4.4 中西字体美学对比：书法艺术的视觉韵律与西文排版的美学传统（新增） 模块五 艺术流派与电商审美融合 任务 5.1 现代设计史中的美学流派 任务 5.2 东方美学在电商设计中的表达：留白意境、水墨韵味、传统纹样、国潮风格的审美特征与应用 任务 5.3 审美提升专项训练 模块六 电商视觉设计实战 任务 6.1 主图与直通车图设计：突出卖点、吸引点击的设计规范 任务 6.2 详情页视觉设计：信息层级、场景化展示、细节图与文案搭配 任务 6.3 促销活动页设计（Banner/专题页）：氛围营造、活动主题视觉化、按钮引导设计 任务 6.4 设计作品的审美互评
教学要求	1. 教学方法：采用任务驱动、案例教学、小组教学 2. 教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3. 实训条件：课程实训项目在电子商务专业实训室开展。 4. 教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、电子商务实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	弘扬中华优秀传统文化，在平面构成与视觉设计中融入传统纹样、书法艺术、国潮色彩等本土文化元素，增强文化自信与民族自豪感。通过系统学习中外美学经典，培养学生对不同文化的包容与尊重，树立“各美其美，美人之美，美美与共”的大审美观。树立正确的设计价值观，强调设计服务于人民美好生活，杜绝低俗、虚假、抄袭等不良设计。

(16) 《互联网产品开发》

课时及学分	本课程 72 学时，4 学分
教学目标	素质目标：培养以用户为中心的产品设计理念和 service 意识；能够运用系统思维分析和解决产品开发中的问题；培养产品全生命周期管理的职业素养；提升团队协作、沟通表达和项目管理能力；具有持续学习和适应技术变革的创新能力。增强知识产权保护意识，遵守互联网产品开发规范。 知识目标：掌握互联网产品开发的基本流程和方法论；掌握 PEST 和 SwOT 分析方法，熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具；掌握产品原型设计的原则和工具使用；掌握产品交互设计和用户体验优化的方法；掌握产品开发项目管理的基本知识；掌握产品运营和数据分析的方法；掌握产品迭代优化的策略和技巧。。 能力目标：能够进行市场调研和竞品分析，撰写产品分析报告；能够绘制用户画像和用户旅程地图，明确产品需求；能够使用 Axure 等工具设计产品原型和交互流程；能够分析产品投放的投资回报率,制定互联网产品战略规划和开发方案，并建立产品需求模型和应用场景；能够设计产品数据指标体系和分析方案；能够制定产品推广和运营策略；能够根据用户反馈进行产品迭代优化。
教学内容	分七个模块开展教学： 模块一 认识互联网产品 模块二 用户需求分析与产品定位 模块三 产品原型设计与交互设计 模块四 产品开发项目管理 模块五 产品测试与上线 模块六 产品运营与数据分析 模块七 产品迭代与优化
教学要求	1.教学方法：采用任务驱动、案例教学、启发式教学法、讨论式教学法、讲授教学法、精讲多练相结合等 2.教学手段：采用多种方法的组合教学手段，理论与实践结合； 3.实训条件：要求有专业电子商务实训室及设施设备，能让学生完成设计产品原型和交互流程等实训测试内容。 4.教学资源：硬件资源（手机、电脑、多媒体教室、电子商务类专业实训室）；软件资源（超星学习通平台、教学 PPT、教学视频、课程网站等）
思政元素	在学习掌握专业知识和技能的同时，培养学生树立正确的“三观”、准确的政治站位、符合社会发展的道德评判、职业道德和基本文化素养。 (1) 职业素养和职业道德； (2) 互联网信息服务管理办法等法律法规； (3) 科技创新与社会责任意识。

(三) 岗位实习要求

严格执行教育部等八部门印发的《职业学校学生实习管理规定（修订）》（教职成〔2021〕4 号）、贵州省教育厅等八部门关于印发的《职业学校学生实习管理规定》（黔教发〔2022〕14 号）、《黔南民族职业技术学院学生岗位实习管理办法（修订）》（教务处发〔2022〕31 号）等有关要求，组织好认识实习、跟岗实习和岗位实习。

根据专业人才培养方案要求，电子商务专业岗位实习6个月以上，安排在第五、六学期。实习期间安排专门校内外实习指导教师，建立指导教师、辅导员、实习单位、学生及家庭定期信息通报工作机制，定期走访实习单位，掌握学生岗位实习现状。

表 6-1 实习企业、岗位一览表

序号	企业名称	实习岗位	备注
1	贵州数博创新科技有限公司	客服专员、数据标注员	
2	徐州朋客网络科技有限公司	电商客服	
3	杭州四喜信息技术有限公司	电商销售、带货主播、客户主管、大客户专员、运营专员	
4	杭州聚学电子商务有限公司	电商销售、带货主播、客服专员	

（四）毕业设计要求

毕业设计（论文）是高等职业技术学院教学计划中的一个重要的实践性教学环节，其目的是培养学生综合运用所学的基本理论、专业知识和基本技能，提高分析问题、解决问题的能力 and 初步进行科学研究的能力；培养优良的思想品质和探求真理的科学精神，提高学生的综合素质。

1. 毕业设计（论文）的目的：

- （1）巩固和加深已学过的基础和专业基础知识，提高综合运用这些知识独立进行分析和解决实际问题的能力。
- （2）掌握本专业毕业设计的基本程序和方法，正确使用专业的有关技术规范 and 规定。
- （3）学会针对要解决的问题，广泛地搜集国内外有关资料，了解行业发展水平和状况。
- （4）培养深入细致调查研究，理论联系实际，从经济、技术的观点全面分析和解决问题的方法及阐述自己观点的能力。

2. 毕业设计（论文）的基本要求：

- （1）努力学习、刻苦钻研、勇于创新、勤于实践，保质保量地完成任务书规定的学习任务。
- （2）尊重指导教师，虚心接受指导教师的指导和检查，定期向指导教师汇报毕业设计（论文）进度情况；
- （3）学生应严格遵守学习纪律和毕业环节管理的有关规章制度，在教师指导下按时独立完成所规定的内容和工作量，不得弄虚作假，严禁抄袭行为。如有抄袭等作弊行为，一经查实，其毕业设计（论文）无效且不准补写，直接随下一届毕业生重修。已评定成绩者，取消成绩。
- （4）毕业设计(论文)要在本专业中选择有价值的课题，对所研究的课题有新的见解，并能表明作者在本门学科上掌握了坚实的基础理论和成熟的操作技能，具有开创性工作的能

力。课题最终由指导小组审核确定。

(5) 毕业设计(论文)工作应包括资料阅读、市场调查与分析、拟定并实施设计方案、设计制作、设计报告书撰写、总结等工作环节。

(6) 毕业设计(论文)文本按规范化要求装订。

3.指导教师工作要求

(1) 每位指导教师就某一选题根据要求指导一定数量的学生, 保证学生能按时完成毕业设计的任务。

(2) 指导教师负责指导学生毕业设计全过程, 并对学生设计成果, 设计表现作出综合评价。

(3) 指导教师应认真负责, 树立正确教育思想, 认真指导学生查阅相关文献, 制定毕业设计进度计划, 适时检查学生工作进展情况, 发现问题及时予以纠正, 并对实际完成情况做好记录。

(4) 指导教师应加强对学生毕业设计说明书方面的指导, 做到论文及设计说明书条理清晰、逻辑性强, 符合科技文献写作规范。并严格要求按照规定的文本格式打印和装订。指导教师要对论文及设计说明书、设计图认真审阅, 并及时将问题反馈给学生, 要求学生进一步修改, 保证毕业设计(论文)质量

4.毕业设计的成果要求:

学生在规定时间内在教师指导下, 独立完成毕业设计(论文)工作, 最后提交毕业(论文)成果及毕业设计(论文)文本。

(1) 设计成果: 包括毕业设计说明书、毕业设计成果、演示 PPT 文稿。

(2) 毕业设计说明书的要求:

①毕业设计说明书文字要通顺、层次清楚、工艺方案选择合理、选定的参数要有依据、计算正确、各种符号应注有文字说明、必要时列出计算数据表格;

②毕业设计说明书正文一般不少于 5000 字(按字符数(不计空格)计数);

③说明书格式按系《毕业设计(论文)编写格式要求》编制, 采用计算机打印。

(3) 设计成果

毕业设计成果为所设计题目的效果呈现, 如活动推广海报、软文、视频、在线资源、流量资源、店铺美工效果、店铺数据分析、成交结果等。

七、教学进程总体安排

(一) 课程学时结构

表 7-1 课程学时结构

单位：学时

课程属性	课程类型	理论教学	实践教学	合计	占总学时比例 (%)
必修	公共必修课	450	234	684	25.1
	专业基础课	102	102	204	7.5
	专业核心课	248	320	568	20.9
	集中实践课	36	846	882	32.4
选修	公共选修课	64	80	144	5.3
	专业拓展课	102	136	238	8.8
合计		1002	1718	2720	
占总学时比例 (%)		36.84	63.16	100	

(二) 周教学时间分配表

表 7-2 教学时间分配表

(单位：周)

学期 教学内容	累计周数	一	二	三	四	五	六
课内教学	70	16	18	18	18		
入学教育及军训	3	3					
学期考试	4	1	1	1	1		
岗位实习	35					19	16
毕业设计(论文)	4						4
毕业教育	0						
技能考核	1					1	
机动	3		1	1	1		
合计	120	20	20	20	20	20	20

(三) 课程设置及教学进程安排表

详见附件 2

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

(一) 师资队伍

1.队伍结构

承担电子商务专业课程的教师队伍职称结构渐趋合理，副教授 5 人、讲师 7 人，外聘教师 2 人，共 14 人。其中专业带头人 2 人、专业骨干教师 2 人。初步形成了一支职称结构合理、师资队伍强大的教学团队。

2.专业带头人

专业带头人具有较强的组织、管理和协调能力，具备丰富的教学、实践和教科研经验及较高的学术造诣，熟悉本专业的发展前沿和课程改革趋势。能够带领教学团队进行专业人才市场调研，确定人才培养目标、培养规格、制定工学结合的人才培养方案；带领教学团队构建基于工作过程系统化的课程体系，建设专业核心课程；具体负责教学团队中各位教师的发展方向、培训目标、培养措施，整体提高教学团队的建设水平；负责实训项目建设，保证理实一体的专业核心课程顺利实施；负责和企业联系，圆满完成社会服务任务。

表 8-1 专业带头人一览表

类别	姓名	性别	年龄	职务 (职称)	学历/ 学位	职业资格 证书	主要业绩	工作 单位
校内 专业 带头人	母欢欢	女	32	副教授	硕士/ 管理学 硕士	高级电子 商务师	1.2025 年获省级贵州省职业教育教学成果一等奖； 2.2024 年获主持并结题贵州省教育厅科研项目《贵州新型城镇化研究》； 3.2021 年获国家级第七届“建行杯”中国国际“互联网+”创新创业大赛国赛铜奖 2 项，金奖 2 项； 4.2021 年获国家级全国职业院校技能大赛教学能力比赛国赛铜奖。	黔南 民族 职业 技术 学院
校外 专业 带头人	余靖	男	46	总经理	本科	/	1.多年企业高管经历，现任贵州小茨生物科技有限公司总经理，擅长企业运营、财务管理及团队建设； 2.曾担任瓮安县江界河镇群心村主任，具备基层管理经验，了解地方产业与人才需求； 3.可推动电子商务专业与地方企业开展产教融合、实习实训基地建设。	贵州 小茨 生物 科技 有限 公司

3.专任教师

电子商务教研室拥有一支素质较高、来源广泛的专兼职师资队伍，教师具备企业实践经历，其中四名教师有企业全日制工作经历，历年来，专任教师主持和参与课题 20 余项，发表论文 40 余篇。参加教学能力比赛获国赛三等奖、省赛一等奖，二等奖，三等奖各一次，在创新创业大赛中累计获奖国家级奖项 3 项，省级金奖 5 项，省级银奖 8 项，省级铜奖 5 项，在国家、省职业院校技能大赛中获国家级二等奖一次，省级一等奖两次、二等奖两次、三等奖四次。专任教师每年至少 1 个月在企业或实训基地实训，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

表 8-2 专任教师一览表

序号	姓 名	性 别	年 龄	最后学历 / 学位	专业技术职务	担任课程
1	母欢欢	女	32	研究生/硕士	副教授	直播电商、新媒体营销、市场营销
2	廖梓燕	女	37	研究生/硕士	副教授	视觉营销设计、网店运营
3	李然	女	37	研究生/硕士	副教授	零售基础、新媒体营销
4	余永国	男	44	研究生/硕士	讲师	网店运营、跨境电子商务
5	吴翊	女	41	本科/硕士	副教授	网络推广、新媒体营销
6	周小松	男	54	本科/学士	讲师	电子商务基础、商品拍摄与素材编辑
7	赵华美	女	38	本科/学士	讲师	互联网销售、数据化运营
8	王雪姣	女	30	研究生/硕士	副教授	直播电商、市场营销、新媒体营销
9	杨钊	男	37	研究生/硕士	讲师	短视频策划与制作、新媒体营销
10	钟翔	男	29	研究生/硕士	讲师	网店运营、跨境电子商务
11	罗珊	女	31	研究生/硕士	讲师	短视频策划与制作
12	王正	男	35	研究生/硕士	讲师	网络推广、网络客服、跨境电商

4. 兼职教师

表 8-3 兼职教师一览表

序号	姓名	性别	年龄	最后学历 / 学位	职业资格证书	担任课程
1	余靖	男	46	本科	/	农产品品牌策划
2	韦荣全	男	45	本科	/	网络推广案例分析

(二) 教学设施

1. 实训基地

表 8-4 校内实训基地

序号	实训室名称	面积（m ² ）	主要实训项目
1	商品拍摄实训室	面积 30m ²	商品主体拍摄、包装拍摄、场景拍摄
2	电商运营推广实训室	面积 100 m ²	SEO、SEM、信息流推广
3	网络直播实训室	面积 350 m ²	直播策划、直播实施、短视频策划
4	移动商务实训室	面积 50 m ²	数据化运营、网店运营
5	新媒体营销实训室	面积 70m ²	新媒体营销、短视频策划与制作

2. 校外实训基地

表 8-5 校外实训基地

序号	校外实训基地名称	合作企业名称	用途	合作深度
1	贵州小茨生物科技有限公司	贵州小茨生物科技有限公司	生产性实训、 岗位实习	紧密合作型
2	都匀新路电子商务有限公司	都匀新路电子商务有限公司	生产性实训、 岗位实习	紧密合作型
3	贵州全福聚贸易有限公司	贵州全福聚贸易有限公司	生产性实训、 岗位实习	紧密合作型
5	贵州黔毅茶业有限公司	贵州黔毅茶业有限公司	生产性实训、 岗位实习	紧密合作型
5	黔南热线网络有限责任公司	黔南热线网络有限责任公司	生产性实训、 岗位实习	紧密合作型
6	黔南州目标传媒有限公司	黔南州目标传媒有限公司	生产性实训、 岗位实习	紧密合作型
7	黔南州精视传媒有限公司	黔南州精视传媒有限公司	生产性实训、 岗位实习	紧密合作型
8	都匀市蒙阿妹茶叶发展有限公司	都匀市蒙阿妹茶叶发展有限公司	生产性实训、 岗位实习	紧密合作型

(三) 教学资源

1. 教材选用要求

表 8-6 电子商务专业教材选用表(部分)

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	出版日期	书号
1	零售基础（慕课版）	国家级、省级规划教材	人民邮电出版社	王红蕾	2024/9/1	9787115644817

2	商品信息采集与处理	国家级、省级规划教材	高等教育出版社	张红	2025/4/1	9787040634662
3	网店美工（第6版）	国家级、省级规划教材	人民邮电出版社	段建、张瀛	2025/8/1	9787115668899
4	电子商务物流管理	国家级、省级规划教材	人民邮电出版社	邵贵平	2022/12/1	9787115602336
5	短视频制作实战 策划 拍摄 制作 运营（全彩慕课版）（第3版）（2021版）	国家级、省级规划教材	人民邮电出版社	郭韬	2025/6/1	9787115672063
6	商务数据分析与应用	国家级、省级规划教材	人民邮电出版社	沈凤池	2023/5/1	9787115611819

2. 数字化（网络）学习资源

表 8-7 数字化（网络）学习资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	中国大学 MOOC 网	https://www.icourse163.org
2	超星学习通	https://i.mooc.chaoxing.com
3	智慧职教	https://www.icve.com.cn/

（四）教学方法

1. 加强对学生实际职业能力的培养，强化案例教学或项目教学，注重以任务引领型案例或项目作业来诱发学生兴趣，使学生在案例分析或完成项目的过程中掌握操作。
2. 以学生为本，注重“教”与“学”的互动。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，让学生在活动中增强职业意识，掌握本课程的职业能力。
3. 注重职业情景的设计，以多媒体、录像、案例分析、角色扮演、实训等多种方式来提高学生分析问题和解决问题的职业能力。
4. 教师必须重视实践，更新观念，加强校企合作，实行工学结合，走产学研相结合的道路，探索中国特色职业教育的新模式，为学生提供自主学习的时间和空间，为学生提供轮岗实训的机会与平台，积极引导提升职业素养，努力提高学生的创新能力。

（五）学习评价

考核评价方式由过程考核和结果考核两部分组成。过程考核占总评成绩的 40%-60%，结果考核（期末考核）占总评成绩的 60%-40%。过程评价以学习态度、操作能力、方法运用、合作精神为考核要素，以学习阶段、学习项目或典型工作任务为单元组织考核。考核内容以能力考核为主体。

（六）质量管理

建立健全质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，结合教学诊断与改进保证人才培养质量的工作，管理监控各环节的教学活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

建立专业建设和教学质量诊断和改进机制，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。

完善教学管理机制，实施院系两级教学巡查和听课制度，建立教学管理巡查组，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。建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，及时了解生源情况、在校生成学业水平、毕业生的工作状况和在工作工程中遇到的知识和技术问题，以及对专业课程设置、教学方法、管理模式等方面的意见和建议；听取用人单位对我校毕业生的思想品德、专业知识、业务能力和工作业绩等方面的总体评价和满意度以及对专业建设、人才培养模式的意见和建议，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

1. 制定详细的教学工作计划，明确教学工作目标，保证教学工作有计划、有步骤、有条不紊地运转。

2. 加强教师的教学质量和学生的学习质量管理。

3. 组织开展教学研究活动，促进教学工作改革。

4. 深入教学第一线，加强检查指导，及时总结经验，提高教学质量。

5. 重建“民主科学”的教学管理机制，建立由教师、学生、学生家长、教育专家或社会知名人士组成的教职工代表大会制度，加强民主管理和民主监督。

6. 引进第三方评价机制，从行业企业对人才培养质量的评价，学生、家长对学习成果满意度，同行互评，系统平台数据等方面评价教学质量，根据评价结果积极进行教学整改，提高教学质量。

九、毕业要求

必须完成所有课程的学习并修满 158 学分以上，综合素质达标，获得相应职业技能等级证书，满足专业规定的其他条件。具体要求见下表。

表 9-1 毕业具备的条件

序号	项 目	学分	备注
1	必修课	84	各科成绩合格方取得学分
2	选修课	18	各科成绩合格方取得学分

3	入学教育（含安全教育）	1	由学管办、班主任结合入学军训和每周一训进行考核评分
4	军事理论与军事技能	4	由武装部考核评分
5	毕业教育	1	由就业指导办和班主任进行考核评分
7	职业技能考核	2	1、在校期间在以下职业资格证书获其一，则达到2分。 （1）互联网营销师职业技能等级证书； （2）电子商务师职业技能等级证书； （3）网店推广职业技能等级证书； （4）电子商务数据分析职业技能等级证书 2、公共技能证书（不占学分） （1）普通话水平等级测试三级甲等以上
7	岗位实习	35	由实习单位鉴定实习成绩，成绩合格
8	毕业设计	4	经毕业论文（设计）审核小组评定，成绩合格
9	综合素质	4	由班主任进行考核评分
合 计		153	

表 9-10 课程对毕业能力要求指标点的支撑表

课程		毕业能力要求 指标点																														
		1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3	6.1	6.2	6.3	7.1	7.2	8.1	8.2	9.1	9.2	10.1	10.2	11.1	11.2	12.1	12.2	13.1	13.2
1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H	M	M						H																						
2	思想道德与法治	H	H		H					H	H	H																				
3	形势与政策			H	H		M			M	M	H																				
4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H	H	M						H																						
5	党史国史	H	M	H																												
6	中华民族共同体概论	H	H	H																												
7	生态文明教育	M	M				H																									
8	国家安全教育	H	M	M																												
9	大学生心理健康教育	L	M	H																												

34	跨境电子商务											H		M										
35	办公软件高级应用										H													
36	平面构成与视觉艺术													M			H	M						
37	互联网产品开发											H		M	M					H				
38	入学教育（含安全教育）		H		H	M																		
39	军事理论与军事技能	M		H																				
40	毕业教育		M		M	H																		
41	职业技能考核											H									M	H	H	
42	岗位实习		H							M					M									M
43	毕业设计							H						H			H	H		M				M

注: H 代表支撑度高, M 代表支撑度较高, L 代表支撑度低。

十、附录

附件 1：编制依据

1. 习近平总书记在全国教育大会上的重要讲话(2018 年 9 月)
2. 习近平总书记在学校思想政治理论课教师座谈会上的重要讲话(2019 年 3 月)
3. 孙春兰副总理关于办好新时代职业教育的重要讲话(2019 年 5 月)
4. 《国家职业教育改革实施方案》（国发〔2019〕4 号）
5. 教育部《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)
6. 教育部《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）
7. 《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)
8. 习近平总书记对职业教育工作作出重要指示(2021 年 4 月 13 日)
9. 《中华人民共和国职业教育法》（2022 年）
10. 教育部等八部门《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》（2023 年）
11. 《中华人民共和国职业分类大典》（2022 年版）
12. 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》
13. 《国务院关于支持贵州在新时代西部大开发上闯新路的意见》(国发(2022)2 号)
14. 《教育部 贵州省人民政府关于建设技能贵州推动职业教育高质量发展的实施意见》(黔府发(2021)14 号)
15. 《职业教育专业目录(2021 年)》含《2025 年职业教育专业目录增补清单》
16. 《职业教育专业教学标准（2025 年版）》
17. 《贵州省推进教育现代化建设特色教育强省实施纲要(2018-2027 年)》(黔党发(2018)30 号)
18. 《省教育厅办公室关于 组织做好职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的通知》(黔教办职成函(2019)307 号)
19. 《中共贵州省委关于制定贵州省国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》
20. 《黔南州国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》
21. 《关于深化职业教育教学关键要素改革的意见》（教职成〔2026〕1 号）
22. 《教育强国建设规划纲要（2024—2035 年）》

23.中共黔南民族职业技术学院委员会办公室关于2026级专业人才培养方案制订与实施
工作的指导意见

附件 2：课程设置及教学进程安排表

2026 级电子商务专业教学进程与学分学时分配表（高职）

课程性质	序号	课程名称	学分	考核类型		教学时数			按学年分配周学时					
				考试 (学 期)	考查 (学 期)	总学 时	理论	实践	第一学 年		第二学 年		第三学 年	
									一	二	三	四	五	六
									16 周	18 周	18 周	18 周	18 周	18 周
公共基础课	1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2		1	36	32	4	2					
	2	思想道德与法治	3		1	48	44	4	3					
	3	形势与政策	1		1—4	32	32							
	4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3		2	54	46	8		3				
	5	党史国史	1		2	16	16			1				
	6	中华民族共同体概论	2		2	32	32			2				
	7	生态文明教育	1		3	16	16				1			
	8	国家安全教育	1		3	16	16				1			
	9	大学生心理健康教育	2		1	32	16	16	2					
	10	大学生职业生涯规划与就业创业指导	2		1、4	38	20	18	1			1		
	11	劳动教育	2		1—4	32	12	20	1	1	1	1		
	12	体育	6		1、2、3	108	16	92	2	2	2			
	13	信息技术	4		1	64	16	48	4					
	14	公共美育艺术	2		2	32	16	16		2				
	15	大学语文	2		2	32	32	0		2				
	16	大学英语	4		2	64	64	0		4				
	17	数字素养通识课	1		1	16	16	0	1					
	18	人工智能通识课	1		1	16	8	8	1					
	小计		40			684	450	234	17	17	5	2		
公共选修课	19	中华优秀传统文化	1		2	16	16			1				
	20	创新创业教育	1		3	16	8	8			1			
	21	高等数学	2		1	32	24	8	2					
	22	茶艺	2		4	32	16	16					2	
	23	社会责任	1			16		16		1				

工学交替
岗位实
习

	24	节能减排	1			16		16			1		
	25	科学素养	1			16		16				1	
	小计		4	0		144	64	80	2	2	2	3	
公共课合计			49	0	0	828	514	314	19	19	7	5	
专业 （ 技能 ） 课	专业 基础 课	1	电子商务基础	4	1		64	32	32	4			
		2	市场营销	2	3		32	16	16			2	
		3	商品拍摄与素材编辑	4	2		72	36	36		4		
		4	零售基础	2	2		36	18	18	2			
		小计		12			204	102	102	6	4	2	0
	专业 核心 课	1	直播电商	4	1		64	32	32	4			
		2	视觉营销设计	6	2		108	36	72		6		
		3	新媒体营销	4	3		72	36	36			4	
		4	互联网销售	4	3		72	36	36			4	
		5	网店运营	4	3		72	36	36			4	
		6	短视频策划与制作	4	4		72	36	36			4	
		7	数据化运营	6	4		108	36	72			6	
		小计		32			568	248	320	4	6	12	10
	专业拓展课（至少修满14学分）	1	零售门店 O2O 运营	4		3	68	34	34				4
		2	跨境电子商务	4		4	68	34	34				4
		3	办公软件高级应用	2		3	34	0	34			2	
		4	平面构成与视觉艺术	4		4	68	34	34			4	
		5	互联网产品开发	4		4	68	34	34				4
	小计			14			238	102	136	0	0	6	8
	专业课合计			58			1010	452	558	10	10	20	18
	集中实践	1	入学教育（含安全教育）	1		1							
		2	军事理论与军事技能	4		1	148	36	112				
		3	毕业教育	1		6							
		4	职业技能考核	2		1-6	32		32				
5		工学交替岗位实习	35		6	630		630					
6		毕业设计	4		6	72		72					
7		综合素质	4		1-6								
实践模块合计			51			882	36	846	0	0	0	0	
总计			153			2720	1002	1718	29	29	27	23	
合 规 性 检 查	实践学时占总学时比例 50%以上		63%										
	公共基础课程学时占总学时比例（不少于总学时的 25%）		30%										
	高职选修课教学时数占总学时比例(应当不少于 10%)		14%										

附件 3:

黔南民族职业技术学院人才培养方案变更审批表

年级		专业	(代码:)	
原方案 执行日期		修订方案 执行日期		
变更原因				
专业带头人(负责人)签字: 年 月 日				
参与审定 专业指导 委员会成员				
系 审核意见	负责人签字: 年 月 日	教务处 审核意见	负责人签字: 年 月 日	
分管教学 副院长 审核意见	负责人签字: 年 月 日			

本表一式三份,专业、系、教务处各执一份。