



永州职业技术学院  
YONG ZHOU VOCATIONAL TECHNICAL COLLEGE

# 网络营销与直播电商专业 人才培养方案

专业代码: 530704

适用年级: 2025 级

所属院(部): 商学院

永州职业技术学院

二〇二五年五月

## 制订说明

本方案按照《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》（职成〔2019〕13号）《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）《职业教育专业目录（2021年）》《职业教育专业简介（2022年）》和2025版职业教育网络营销与直播电商专业教学标准有关要求，在学校《2025级人才培养方案修订工作的指导意见》的指导下，由网络营销与直播电商专业建设指导委员会进行了论证，分别上报校长办公会和党委会，经会议审议批准同意实施。本方案适用于全日制网络营销与直播电商专业，自2025年9月开始实施。

### 参与制修订人员

专业负责人：岳文韬，讲师/教研室主任

参编人员：唐丽，副教授/商学院院长/专业群带头人

雷松松，副教授/商学院副院长/专业带头人

钟文卿，讲师/商学院副院长

龚俊韬，讲师/商学院专任教师

彭凡，初级/商学院专任教师

杨胜渊，湖南中新创飞文化科技有限公司总经理

李青，湖南中新创飞文化科技有限公司市场总监

## 目 录

一、概述 .....	1
二、专业名称及代码 .....	1
三、入学要求 .....	1
四、修业年限 .....	1
五、职业面向和职业资格证书 .....	1
(一) 职业面向 .....	1
(二) 职业发展路径 .....	2
(三) 职业资格证书 .....	2
六、培养目标与培养规格 .....	3
(一) 培养目标 .....	3
(二) 培养规格 .....	3
七、课程设置及学时安排 .....	6
(一) 课程体系 .....	6
(二) 课程设置情况 .....	6
(三) 课程设置要求 .....	9
八、 教学进程总体安排 .....	10
(一) 教学活动周进程安排表 .....	10
(二) 实践教学安排表 .....	11
(三) 课程模块结构 .....	11
(四) 考证安排 .....	12
(五) 教学进程安排 .....	14
九、实施保障 .....	20
(一) 师资队伍 .....	20
(二) 教学设施 .....	21
(三) 教学资源 .....	23
(四) 教学方法 .....	24
(五) 学习评价 .....	25
(六) 质量管理 .....	26

十、毕业标准和毕业要求 .....	27
(一) 毕业标准 .....	27
(二) 毕业要求 .....	27
十一、附录 .....	27
附件 1: 网络营销与直播电商专业课程描述 .....	32
附件 2: 网络营销与直播电商专业学分认定与转换表 .....	98
附件 3: 2025 级网络营销与直播专业人才培养方案专家论证意见表 .....	99
附件 4: 网络营销与直播电商专业人才培养方案制(修)订审批表 .....	100
附件 5: 网络营销与直播电商专业教学进程(安排)变更审批表 .....	101

# 网络营销与直播电商专业人才培养方案

## 一、概述

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应批发业、零售业、互联网和相关服务、商务服务业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下渠道销售主管、直播销售员、商品选品主管、直播运营主管、新媒体运营主管、内容策划主管、网络广告专员、客户主管、渠道推广主管、市场策划主管等岗位(群)的新要求，不断满足网络营销与直播电商领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，制订本校网络营销与直播电商专业人才培养方案。

本专业旨在培养适应数字经济时代发展需求，致力于使学生具备扎实的网络营销、直播策划与销售、数字化运营、网络推广、新媒体运营能力。学生毕业后可从事直播销售、电商平台运营、品牌推广、短视频运营等工作，满足网络营销与直播电商行业领域对高素质技能人才的需求。

## 二、专业名称及代码

专业名称：网络营销与直播电商

专业代码：530704

## 三、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

## 四、修业年限

三年

## 五、职业面向和职业证书

### (一) 职业面向

通过对行业企业调研，分析产业发展趋势和行业企业人才需求，确

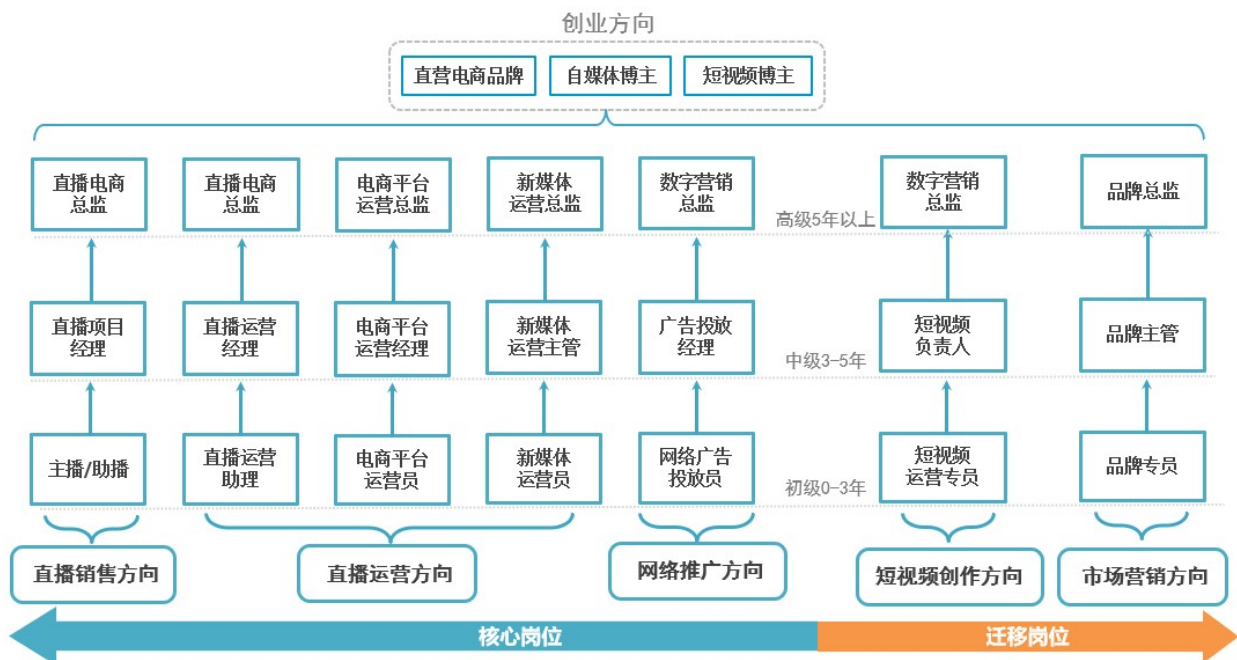
定本专业的的主要职业面向如下表：

表 1 职业面向一览表

所属专业大类	所属专业类(代)	对应行业(代码)	主要职业类别	主要岗位类或技术领域举例	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸大类(53)	电子商务类(5307)	批发业(51) 零售业(52) 互联网和相关服务(64) 商务服务业(72)	互联网营销师 S(4-01-06-02) 全媒体运营师 S(4-13-01-05) 市场营销专业人员(2-06-07-02) 品牌专业人员(2-06-07-04)	直播销售员 直播运营主管 新媒体运营主管 网络广告专员 商品选品主管 渠道销售主管 渠道推广主管 内容策划主管	互联网营销师(初级/中级) 电子商务师(初级/中级) 全媒体运营师(初级/中级)

## (二) 职业发展路径

表 2 职业发展路径图



## (三) 职业证书

根据专业就业岗位分析，确定该专业可以取得的职业资格证书为电子商务师、互联网营销师以及全媒体运营师。

**表 3 职业资格证书考证一览表**

证书名称	颁证单位	等级	融通课程
电子商务师	人力资源 社会保障部	国家职业资格三级	《电子商务基础》 《商品拍摄与素材处理》 《电商直播销售与运营》 《网络营销与渠道管理》 《商务数据分析及应用》 《网络推广》
互联网营销师	人力资源 社会保障部	国家职业资格三级	《短视频策划与制作》 《视觉设计与营销》 《电商直播销售与运营》 《网络营销与渠道管理》
全媒体运营师	国家广播电 视总局	中级	《新媒体运营》 《品牌策划与推广》 《文案策划与写作》 《视觉设计与营销》

## 六、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，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、互联网和相关服务、商务服务业的互联网营销师、电子商务师、全媒体运营师、市场营销专业人员、品牌专业人员职业，能够从事渠道拓展运营维护、市场策划、产品策划、广告投放、直播策划执行、粉丝引导转化、内容策划推广、新媒体运营、数据分析、客户开发与管理等工作的高技能人才。

### （二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训的基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

#### 1. 素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，在习近平

新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

(3) 掌握中华优秀传统文化中讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义的思想精髓，恪守职业道德与行为规范，胸怀高度社会责任感与担当精神；

(4) 具有质量意识、安全意识、信息素养、创新精神，将精雕细琢、追求丝毫不差的工匠精神融入商业实践，实现自我和企业的商业价值；

(5) 具有自我管理能力和职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

(6) 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；

(7) 具有良好的身心素质和人文素养。达到《国家学生体质健康标准》要求，具有健康的体魄和心理、健全的人格；具有一定的审美和人文素养；

(8) 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

(9) 树立国家安全的底线思维，具有自觉维护国家安全的责任和担当意识。

## 2. 知识

(1) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

(2) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，

具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

(3) 掌握营销学、零售学、商品基础、电子商务基础、素材拍摄与编辑、商务数据分析与应用、财税基础等方面的专业基础理论知识；

(4) 具有渠道开拓与运维的能力，能够完成销售渠道拓展、渠道运营策划、渠道绩效管理、销售渠道维护、渠道评估与改进等工作；

(5) 具有直播营销的能力，能够完成选品分析、直播策划、产品讲解、直播脚本设计、主播人设搭建、粉丝引导转化、直播复盘等工作；

(6) 具有内容策划与编辑和市场策划的能力，能够完成市场调研、内容编辑制作推广、效果监测与评估等工作；能够完成行业定位分析、产品、渠道、销售策略、营销活动等的策划与评估分析等工作；

(7) 具有直播和新媒体运营的能力，能够完成直播间运营策划、引流、成本控制、过程监测与调整、直播风险把控等工作；能够进行新媒体市场调研、运营策划、推广平台、社群运营、活动策划、运营效果监测等工作；

(8) 具有客户服务与管理能力，能够完成客户服务标准制定、客户调研与数据获取、客户关系维护与管理、突发危机事件处理、客户服务绩效管理、客户开发与转化、服务机构合作等工作；

(9) 具有网络推广能力，能够完成广告投放、人群画像分析、渠道选择、结果分析、数据跟踪、推广预算等工作；

(10) 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。

### 3. 能力

(1) 具有网络营销与直播策划、网络销售、数字化运营、新媒体推广等专业基础知识的整合和综合运用能力；

(2) 具有渠道运营策划、销售渠道拓展维护、渠道绩效管理、产品策划与评估分析、行业定位分析、销售策略制订的能力；

(3) 具有市场调研与运营方案策划推广、用户社群运营、运营推广效果监测的能力，能较好的完成网络平台的运营推广；

(4) 具有直播策划与运营、流量引入、直播数据分析与优化的能力，能策划电商直播、进行电商直播选品、开展电商直播活动、进行电商直播运营；

(5) 具有制订客户服务标准、客户开发转化、客户关系维护、突发危机事件处理、客服绩效管理的能力，能帮助企业开发新客户，提升客户满意度；

(6) 具有短视频策划、制作的能力，能根据需求制作视频和运营短视频平台；

(7) 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；

(8) 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术能力；

(9) 具备运用专业知识进行“互联网+”创业和自媒体创业的能力；

(10) 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、创新能力和创业能力；

(11) 具有探究学习、自主学习、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和解决问题的能力。

## 七、课程设置及学时安排

### (一) 课程体系

本专业的课程体系参考“网络营销与直播电商专业教学标准（高等职业教育专科）”并结合行业需求，强调实战能力，覆盖网络营销与直播电商全链条技能，并通过选修课实现学生的技术、创业等方向的个性化培养。

### (二) 课程设置情况

本专业课程的开设践行专业课程、职业岗位、资格证书相融合的课程设置理念，同时，将德育、美育、劳动教育、军事理论、军事技能、国家安全教育、创新创业、专业技能综合实训、毕业设计、岗位实习贯通到课程设置和实践教学过程之中。

课程设置包括公共基础课程和专业课程两大类。公共基础课程包括公共基础必修课程和公共基础选修课程，其中公共基础选修课程有限选课程和任选课程。具体开设情况见表4，公共基础课程描述见附录1。

**表4 公共基础课程一览表**

课程类别	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	理论课时	实践课时	实践比例	
公共基础课程	必修课	思想道德与法治	第1学期	3	48	3	考试	40	8	16.67%
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	第2学期	3	32	2	考查	28	4	12.50%
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1、2学期	2	48	3	第二学期考试	40	8	16.67%
		形势与政策	1-6学期	2	16	1	考查	16	0	0.00%
		大学英语(1)	第1学期	4	64	4	考试	48	16	25.00%
		大学英语(2)	第2学期	4	64	4	考试	48	16	25.00%
		大学体育(1)	第1学期	1	18	1	考查	2	16	88.89%
		大学体育(2)	第2学期	2	36	2	考查	4	32	88.89%
		大学体育(3)	第3学期	2	36	2	考查	4	32	88.89%
		大学体育(4)	第4学期	1	18	1	考查	2	16	88.89%
		创业基础	第2学期	2	32	2	考查	20	12	37.50%
		大学生职业发展与就业指导(职业发展部分)	第1学期	2	16	1	考查	10	6	37.50%
		大学生职业发展与就业指导(就业指导部分)	第5学期	2	16	1	考查	10	6	37.50%
		军事技能	第1学期	2W	112	2	考查	0	112	100.00%
		军事理论	第2学期	2	36	2	考查	36	0	0.00%
		心理健康教育	第2学期	2	32	2	考查	26	6	18.75%
		大学生劳动教育	第1学期	1	16	1	考查	8	8	50.00%
		大学美育	第2学期	2	32	2	考查	24	8	25.00%
		大学生入学教育	第1学期	2W	16	1	考查	12	4	25.00%
		国家安全教育	第1学期	1	16	1	考查	16	0	0.00%
		AIGC基础应用	第2学期	2	32	2	考查	16	16	50.00%
岗位实习指导	第5学期	2	16	1	考查	16	0	0.00%		

课程类别	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	理论课时	实践课时	实践比例	
限选课	信息技术	第1学期	3	48	3	考查	32	16	33.33%	
	中华优秀传统文化	第1学期	1	16	1	考查	12	4	25.00%	
	中国共产党党史	第2学期	3	16	1	考查	16	0	0.00%	
	大学语文	第2学期	2	32	2	考查	24	8	25.00%	
	高等数学	第1学期	2	32	2	考查	28	4	12.50%	
	健康教育	第3学期	1	16	1	考查	12	4	25.00%	
	地方文化	第3学期	2	16	1	考查	8	8	50.00%	
	职业素养	第1学期	2	32	2	考查	22	10	31.25%	
	任选课(3选1)	公共关系与礼仪	第3学期	1	16	1	考查	12	4	25.00%
		演讲与口才	第3学期	1	16	1	考查	12	4	25.00%
普通话		第3学期	1	16	1	考查	12	4	25.00%	

专业课程包括专业必修课程和专业选修课程，其中专业必修课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，综合实训课程。具体开设情况见表5，专业课程描述见附录1。

表5 专业课程一览表

课程类别	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	理论课时	实践课时	实践比例	
专业必修课程	专业基础课程	经济学基础	第1学期	3	32	2	考试	22	10	31.25%
		商品拍摄与素材处理	第1学期	4	48	3	考试	10	38	79.17%
		文案策划与写作	第3学期	3	48	3	考试	16	32	66.67%
		电子商务基础	第3学期	2	32	2	考试	22	10	31.25%
		管理学基础	第2学期	2	32	2	考试	22	10	31.25%
		商务数据分析及应用	第3学期	2	32	2	考试	22	10	31.25%
	专业核心课程	新媒体运营	第3学期	4	64	4	考试	32	32	50.00%
		电商直播销售与运营	第3学期	4	64	4	考试	32	32	50.00%
		网络推广	第4学期	3	48	3	考试	32	16	33.33%
		网络营销与渠道管理	第3学期	3	48	3	考试	32	16	33.33%
	品牌策划与推广	第4学期	4	64	4	考试	24	40	62.50%	


课程类别	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	理论课时	实践课时	实践比例
专业拓展课程	客户服务与管理	第4学期	4	64	4	考试	40	24	37.50%
	短视频策划与制作	第2学期	4	64	4	考查	24	40	62.50%
	统计基础	第4学期	2	32	2	考试	10	22	68.75%
	营销与社交口才	第4学期	2	32	2	考试	10	22	68.75%
	社群营销与私域运营	第4学期	2	32	2	考试	22	10	31.25%
	视觉设计与营销	第3学期	4	64	4	考查	24	40	62.5%
	第二课堂社会实践活动	第2学期			2				
	企业经营沙盘实训	第2学期	30	30	1	考查	0	30	100.00%
	新媒体营销实训	第3学期	30	30	1	考查	0	30	100.00%
	视觉营销实训	第4学期	30	30	1	考查	0	30	100.00%
	直播电商运营实训	第5学期	30	30	1	考查	0	30	100.00%
	技能抽考实训	第5学期	30	30	1	考查	0	30	100.00%
	毕业设计	第5学期	30	60	2	考查	0	60	100.00%
	岗位实习	第5、6学期	24	576	24	考查	0	576	100.00%
	专业选修课程	人力资源管理	第4学期	2	32	2	考试	20	12
中小企业管理		第4学期	2	32	2	考试	20	12	37.50%
商务礼仪		第4学期	2	32	2	考查	12	20	62.50%
商务谈判		第4学期	2	32	2	考查	12	20	62.50%
带货主播素养		第5学期	4	32	2	考试	8	24	75.00%
网络消费者行为与心理		第5学期	4	32	2	考试	8	24	75.00%
美学鉴赏		第4学期	2	32	2	考查	12	20	62.50%
乡村电子商务		第4学期	2	32	2	考查	12	20	62.50%
形象设计		第5学期	4	32	2	考查	12	20	62.50%
艺术与形体		第5学期	4	32	2	考查	12	20	62.50%

### （三）课程设置要求

为全面落实立德树人根本任务，培养德技并修的高素质技术技能人才，网络营销与直播电商专业课程设置应坚持思政引领、产教融合、技

能为本、创新驱动的原则，融入新技术、新工艺、新规范，形成本专业职业技能、职业发展主线的课程体系。本专业由公共基础课程、专业课程组成，其中：公共基础课程分为公共基础必修课程、公共基础限选课程和公共基础任选课程；专业课程分为专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程和综合实训课程。构建的网络营销与直播电商专业课程体系如下图所示：

表 6 专业课程体系图

课程性质	工作岗位与典型任务要求		培养目标
公共基础课	必修	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、形势与政策、大学英语、大学体育、创业基础、大学生职业发展与就业指导、军事技能、军事理论、心理健康教育、大学生劳动教育、大学美育、大学生入学教育、国家安全教育、AIGC基础应用、岗位实习指导、信息技术	职业基本素养
	限选	中华优秀传统文化、中国共产党党史、大学语文、高等数学、健康教育、地方文化、职业素养	
	任选	公共关系与礼仪、演讲与口才、普通话	
专业基础课	必修	经济学基础、商品拍摄与素材处理、文案策划与写作、电子商务基础、管理学基础、商务数据分析及应用	专业基本能力
专业核心课	必修	新媒体运营、电商直播销售与运营、网络推广、网络营销与渠道管理、品牌策划与推广、客户服务与管理	专业核心能力
综合实训课	必修	企业经营沙盘实训、新媒体营销实训、视觉营销实训、直播电商运营实训、技能抽考实训、第二课堂社会实践活动、毕业设计、岗位实习	专业核心能力
专业拓展课	必修	短视频策划与制作、统计基础、营销与社交口才、私域营销与社群运营、视觉设计与营销	专业拓展能力
	选修	人力资源管理、中小企业管理、商务礼仪、商务谈判、带货主播素养、网络消费者行为与心理、美学鉴赏、乡村电子商务、形象设计、艺术与形体	
 思政融入：社会责任、创新报国、文化赋能			

## 八、 教学进程总体安排

### (一) 教学活动周进程安排表

表 7 教学活动周进程安排表

分类 学期	理实一体 教学	实践实训	入学教育 与军训	岗位实习	考试	机动	合计
第一学期	16		2		1	1	20
第二学期	17	1			1	1	20
第三学期	17	1			1	1	20
第四学期	17	1			1	1	20
第五学期	9	4		5	1	1	20

分类 学期	理实一体 教学	实践实训	入学教育 与军训	岗位实习	考试	机动	合计
第六学期				19		1	20
总计	76	7	2	24	5	6	120

## (二) 实践教学安排表

表 8 教学活动周进程安排表

序号	名称	总周数	第一学年		第二学年		第三学年		备注
			1	2	3	4	5	6	
1	第二课堂社会实践活动		包括寒暑假社会实践、劳动实践、创新创业实践、校园文化活动、各类竞赛活动、志愿者服务及其他社会公益等，不占用总课时，记 2 学分，由学校团委负责认证						
2	军事技能	2	2						
3	企业经营沙盘实训	1		1					
4	新媒体营销实训	1			1				
5	视觉营销实训	1				1			
6	直播电商运营实训	1					1		
7	技能抽考实训	1					1		
8	毕业设计	2					2		
9	岗位实习	24					5	19	
总计		33	2	1	1	1	9	19	

## (三) 课程模块结构

课程结构如下：

表 9 课程模块结构表

课程类别		课程 门数	学分结构		学时结构				
			学分	占总学 分比例	学时数			占总学时比例	
					合计	理论	实践	理论	实践
必修课程	公共基础课程	18	44	29.73%	800	458	342	16.83%	12.56%
	专业课程	25	83	56.08%	1586	396	1190	14.55%	43.72%
	小计	43	127	85.81%	2386	854	1532	31.38%	56.28%
选修课程	公共基础课程	8	11	7.43%	176	134	42	4.92%	1.54%
	专业课程	5	10	6.76%	160	64	96	2.35%	3.53%

	小计	13	21	14.19%	336	198	138	7.27%	5.07%
	合计	56	148	100%	2722	1052	1670	38.65%	61.35%

备注：①总学时数 2722，其中实践学时数 1670，占总学时比例为 61.35%。②公共基础课程学时数 976，占总学时比例为 35.86%。③选修课程学时数 336，占总学时比例为 12.34%。

#### （四）考证安排

1. 根据专业就业岗位分析，确定该专业可以取得的职业资格证书的种类和级别；
2. 对相应职业资格证书要求的知识、技能、态度进行分析，融入课程体系及课程中作为课程的目标、任务；
3. 采用单独考核模式或课程考核与职业资格证书考核统一。

表 10 资格证书考证一览表

序号	资格证书	拟考学期	对应课程
1	全国计算机等级考级（一级）	2	《信息技术》
2	全国高等学校英语应用能力考试	2	《大学英语》
3	普通话水平测试等级证	3	《普通话》
4	经济专业技术资格证书	4	《经济学基础》
			《管理学基础》
5	电子商务师	4	《电子商务基础》
			《商品拍摄与素材处理》
			《电商直播销售与运营》
			《网络营销与渠道管理》
			《商务数据分析及应用》
《网络推广》			
6	互联网营销师	5	《视觉设计与营销》
			《统计基础》
			《电商直播销售与运营》

序号	资格证书	拟考学期	对应课程
			《网络营销与渠道管理》
			《短视频策划与制作》
7	全媒体运营师	5	《商品拍摄与素材处理》
			《品牌策划与推广》
			《新媒体运营》
			《视觉设计与营销》
			《社群营销与私域运营》

### (五) 教学进程安排

表 11 教学进程安排表

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六	
											20周	20周	20周	20周	20周	20周	
公共基础课程	1	思想道德与法治	24G010001	3	48	40	8	必修	考试	B	3						
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	24G010003	2	32	28	4	必修	考查	B		3					
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	24G010002	3	48	40	8	必修	考试	B	2	2					总学时48，分1、2两学期开设，第一学期20课时，第二学期28课时，第二学期考试
	4	形势与政策	24G010004	1	16	16	0	必修	考查	A	4	4	2	2	2	2	分第1-6学期上，与《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》同课表授课，第1、2学期各4学时，第3、4、5、6学期每期2学时时事讲座。
	5	大学英语(1)	24G020002_1	4	64	48	16	必修	考试	B	4						
		大学英语(2)	24G020002_2	4	64	48	16	必修	考试	B		4					
	6	大学体育(1)	24G020003_1	1	18	2	16	必修	考查	B	1						单双周排课
		大学体育(2)	24G020003_2	2	36	4	32	必修	考查	B		2					
		大学体育(3)	24G020003_3	2	36	4	32	必修	考查	B			2				
		大学体育(4)	24G020003_4	1	18	2	16	必修	考查	B				1			单双周排课
	7	创业基础	24G040002	2	32	20	12	必修	考查	B		2					

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六	
											20周	20周	20周	20周	20周	20周	
	8	大学生职业发展与就业指导（职业发展部分）	24G040001_1	1	16	10	6	必修	考查	B	2						
		大学生职业发展与就业指导（就业指导部分）	24G040001_2	1	16	10	6	必修	考查	B					2		
公共基础必修课程	9	军事技能	24G000001	2	112	0	112	必修	考查	C	2W						第 2.3 周
	10	军事理论	24G020011	2	36	36	0	必修	考查	A		2					
	11	心理健康教育	24G010006	2	32	26	6	必修	考查	B		2					
	12	大学生劳动教育	24G020005	1	16	8	8	必修	考查	B	1						
	13	大学美育	24G020004	2	32	24	8	必修	考查	B		2					
	14	大学生入学教育	24G000002	1	16	12	4	必修	考查	B	2w						讲座
	15	国家安全教育	24G020009	1	16	16	0	必修	考查	A	1						讲座
	16	AIGC 基础应用	24G010002	2	32	16	16	必修	考查	B		2					
	17	岗位实习指导	24G000003	1	16	16	0	必修	考查	A					2		
	18	信息技术	24G100001	3	48	32	16	必修	考查	B	3						
公共基础必修课程小计				<b>44</b>	<b>800</b>	<b>458</b>	<b>342</b>										
公共基础限定	1	中华优秀传统文化	24G020017	1	16	12	4	限选	考查	B	1						
	2	中国共产党党史	24X010005	1	16	16	0	限选	考查	A		3					与《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》同课表授

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注		
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六			
											20周	20周	20周	20周	20周	20周			
选修课																课。			
	3	大学语文	24G020001	2	32	24	8	限选	考查	B		2							
	4	高等数学	24G020007	2	32	28	4	限选	考查	B	2								
	5	健康教育	24X060007	1	16	12	4	限选	考查	B			1						
	6	地方文化	24X120116	1	16	8	8	限选	考查	B			2						
	7	职业素养	24X080609	2	32	22	10	限选	考查	B	2								
	8	公共关系与礼仪	24G020008	1	16	12	4	任选 (3选1)	考查	B				1					
		演讲与口才	24G020014																
		普通话	24G020010																
	公共选修课程小计				11	176	134	42											
公共基础课程合计				55	976	592	384												
专业课程	专业必修课程	专业基础课程	1	经济学基础	24Z080801	2	32	22	10	必修	考试	B	3						
			2	商品拍摄与素材处理	24Z080802	3	48	10	38	必修	考试	B	4						
			3	文案策划与写作	24Z080803	3	48	16	32	必修	考试	B			3				
			4	电子商务基础	24Z080804	2	32	22	10	必修	考试	B			2				

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注	
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六		
											20周	20周	20周	20周	20周	20周		
	5	管理学基础	24Z080805	2	32	22	10	必修	考试	B		2						
	6	商务数据分析及应用	24Z080806	2	32	22	10	必修	考试	B			2					
	专业基础课程小计			14	224	114	110											
	专业课程	专业核心课程	1	新媒体运营	24Z080827	4	64	32	32	必修	考试	B			4			
			2	电商直播销售与运营	24Z080807	4	64	32	32	必修	考试	B			4			
			3	网络推广	24Z080808	3	48	32	16	必修	考试	B				3		
4			网络营销与渠道管理	24Z080809	3	48	32	16	必修	考试	B			3				
5			品牌策划与推广	24Z080810	4	64	24	40	必修	考试	B				4			
6			客户服务与管理	24Z080811	4	64	40	24	必修	考试	B				4			
专业核心课程小计			22	352	192	160												
专业拓展课程		1	短视频策划与制作	24Z080812	4	64	24	40	必修	考查	B		4					
		2	统计基础	24Z080813	2	32	10	22	必修	考试	B				2			
		3	营销与社交口才	24Z080814	2	32	10	22	必修	考试	B				2			
		4	社群营销与私域运营	24Z080815	2	32	22	10	必修	考试	B				2			
	5	视觉设计与营销	24Z080816	4	64	24	40	必修	考查	B			4					

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注	
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六		
											20周	20周	20周	20周	20周	20周		
专业拓展课程小计				14	224	90	134											
专业课程	综合实训课程	1	第二课堂社会实践活动		2	包括寒暑假社会实践、劳动实践、创新创业实践、校园文化活动、各类竞赛活动、志愿服务及其他社会公益等，不占用总课时，记2学分，由学校团委负责认证。												
		2	企业经营沙盘实训	24S080801	1	30	0	30	必修	考查	C		1w					
		3	新媒体营销实训	24S080802	1	30	0	30	必修	考查	C			1w				
		4	视觉营销实训	24S080803	1	30	0	30	必修	考查	C				1w			
		5	直播电商运营实训	24S080804	1	30	0	30	必修	考查	C					1w		
		6	技能抽考实训	24S080805	1	30	0	30	必修	考查	C						1w	
		7	毕业设计	24S080806	2	60	0	60	必修	考查	C						2W	
		8	岗位实习	24S080807	24	576	0	576	必修	考查	C						5W	19W
	综合实训课程小计				33	786	0	786										
	专业必修课程小计				83	1586	396	1190										
专业选修课程	1	人力资源管理	24Z080817	2	32	20	12	选修	考试	B					2		二选一	
		中小企业管理	24Z080818	2	32	20	12	选修	考试	B					2			
	2	商务礼仪	24Z080819	2	32	12	20	选修	考查	B					2		二选一	
		商务谈判	24Z080820	2	32	12	20	选修	考查	B					2			

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六	
											20周	20周	20周	20周	20周	20周	
专业课程	3	带货主播素养	24Z080821	2	32	8	24	选修	考试	B					4		二选一
		网络消费者行为与心理	24Z080822	2	32	8	24	选修	考试	B					4		
	4	美学鉴赏	24Z080823	2	32	12	20	选修	考查	B				2			二选一
		乡村电子商务	24Z080824	2	32	12	20	选修	考查	B				2			
	5	形象设计	24Z080825	2	32	12	20	选修	考查	B					4		二选一
		艺术与形体	24Z080826	2	32	12	20	选修	考查	B					4		
	专业选修课程小计				10	160	64	96									
	专业课程合计				93	1746	460	1286									
	总计				148	2722	1052	1670									

注：1. 每学期教学活动周为 20 周，其中机动 1 周，期末考试总结 1 周，新生 1-3 周为入学、军训及入学教育（安全教育）周。

2. 课程类型：A 代表纯理论课、B 代表（理论+实践）、C 代表纯实践课。

3. 大学入学教育内容包含安全教育、禁毒教育和艾滋病教育等。

## 九、实施保障

### (一) 师资队伍

#### 1. 队伍结构

网络营销与直播电商专业师资队伍应涵盖专业课教师、实习指导教师和企业兼职教师，结构优良，师资力量雄厚。学生数与专任教师数比例为 8:1，“双师型”教师占比 62%，具有中级专业技术职称（职务）或相关高级以上职业资格考试的教师占 69%以上，硕士以上比例达到 77%以上，44 岁以下教师占比 92%，形成合理的梯队结构。

表 12 师资队伍结构一览表

师资队伍结构		比例
专兼比	专任教师	83%
	兼职教师	17%
学历结构	硕士研究生及以上	77%
	本科	23%
职称结构	副教授及以上	23%
	讲师	46%
	助教	31%
年龄结构	35 岁以下	63%
	35 岁-44 岁	30%
	45 岁以上	7%
双师型教师		62%
学生数与专任教师数 (预计招收每学年招收新生 100)		8: 1

#### 2. 专业带头人

配备专业带头人 1 人。专业带头人具有副高及以上职称，能够较好地把握网络营销行业、电商直播专业发展，了解行业企业对网络营销与直播电商专业人才的需求，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

#### 3. 专任教师

具有网络营销与直播电商专业相关专业本科及以上学历，有高校教师资格，有扎实的网络营销专业素养和实践能力，遵循高职教育规律组织实施教学，有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

#### 4. 兼职教师

主要从相关企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的网络营销与直播电商专业知识和丰富的实际工作经验。能承担专业课程教学、实习实训指导、毕业设计、学生职业发展规划指导等教学任务。

### (二) 教学设施

#### 1. 专业教室基本条件

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，有互联网接入或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. 校内实训室基本条件及建议

现有网络营销与直播电商综合实训室1间、影像实训室1间、直播实训室1间、新媒体营销实训室1间、商务活动实训室1间。配备直播运营、短视频制作、平面图像处理、数字广告营销实训系统、电子商务教学实验系统等软件及相关设备设施，目前基本能满足网络营销与直播电商专业课程的教学需求。校内实训基地建设见表13。

表13 校内实训、实验室配置一览表

序号	实验实训室名称	工位数、面积、设备配置	主要功能	对应课程
1	网络营销与直播电商综合实训室	工位数：40个；面积：50 m <sup>2</sup> 。 设备配置：电脑60台，电脑桌60张，系统软件3套，多媒体投影机，电动屏幕，功放等	用于商务数据分析、网店运营、新媒体营销技术、专业技能抽考等内容的教学与实训。	《商务数据分析及应用》 《网络推广》 《网络营销与渠道管理》 《新媒体运营》 《客户服务与管理》 《电子商务基础》 《新媒体营销实训》 《技能抽考实训》 《毕业设计》

序号	实验实训室名称	工位数、面积、设备配置	主要功能	对应课程
2	影像实训室	工位数：40个；面积：30 m <sup>2</sup> 。 设备配置： 摄影机 2 台、摄像机 2 台、灯光 1 套、桌椅 5 套、背景布 1 套	用于视频编辑与制作、短视频营销、图像采集与处理、视觉设计与营销等内容的教学与实训。	《商品拍摄与素材处理》 《短视频策划与制作》 《视觉设计与营销》 《视觉营销实训》
3	直播实训室	工位数：40个；面积：30 m <sup>2</sup> 。 设备配置：直播设备 6 套；选品采购架 5 套。	用于营销与社交口才、短视频营销等内容的教学与实训。	《电商直播销售与运营》 《营销与社交口才》 《直播电商运营实训》 《带货主播素养》 《乡村电子商务》
4	新媒体营销实训室	工位数：40个；面积：30 m <sup>2</sup> 。 设备配置： 1. 电脑 40 台 2. 布线、机柜 1 套 3. 网络交换机 3 台 4. 电子教室系统 1 套 5. 电子商务教学实验系统 1 套	1. 网页制作与营销网站建设 2. 网络营销工具应用 3. 网店运营及直播营销	《商务数据分析及应用》 《短视频策划与制作》 《社群营销与私域运营》 《经济学基础》 《电子商务基础》 《新媒体运营》 《品牌策划与推广》
5	商务活动实训室	工位数：40个；面积：30 m <sup>2</sup> 。 设备配置： 多媒体投影一套、长方桌 6 套、椅子 50。	用于经济学基础、商务礼仪等内容的教学与实训。	《客户服务与管理》 《品牌策划与推广》 《营销与社交口才》 《商务礼仪》 《商务谈判》 《形象设计》

### 3. 校外实训、实习基地

(1) 具有稳定的校外实训基地，能够提供网络营销与直播电商专业开展实训活动，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。

(2) 具有稳定的校外实习基地且分布合理，能提供网络营销与直播电商专业实习岗位，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。

**表 14 校外实训、实习基地一览表**

序号	实训基地名称	基本条件与要求	主要功能	接收人数
1	永州高博士孕婴童连锁	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担推销实训、客户服务实训、网络营销、直播推销、岗位实习、毕业实习	20
2	湖南禹小白创业服务有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担直播推销实训、网络营销、营销策划、岗位实习、毕业实习	25
3	永州市香年壹佰贸易有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生学习、劳动保护、卫生等条件	承担直播推销、营销策划、客户服务实训、岗位实习、毕业实习	15
4	湖南中青创飞文化科技有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生学习、劳动保护、卫生等条件	承担直播推销实训、网络营销、文案策划、岗位实习、毕业实习	20
5	蓝山湘江源皮革皮具产业园有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生学习、劳动保护、卫生等条件	承担直播推销实训、网络营销、文案策划、视频策划、岗位实习、毕业实习	20
6	湖南三峰茶业有限责任公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生学习、劳动保护、卫生等条件	承担直播推销实训、网络营销、岗位实习、毕业实习	10

### （三）教学资源

#### 1. 教材的选用与开发

按照国家规定选用国家“十三五”/“十四五”规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等优质教材。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，每年调整一次教材选用，优先选用近三年出版的教材。鼓励使用与网络营销与直播电商专业教学资源库配套的新形态一体化教材。保证教材内容更有利于培养德智体美劳全面发展的高素质技术技能人才。

#### 2. 图书文献配备

(1) 图书文献配备与专业教学相关的纸质图书资料和期刊，定期选购和更新相关图书资料，以满足教师和学生查阅、学习和提高，保证教

师与学生顺利获取相关知识和信息，开展备课、学习和实训等教学活动。专业类图书文献主要包括：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和经济、管理、营销、信息技术类文献等。

(2) 图书文献配备电子图书资料库，满足师生在线搜集查阅学习，具备使用精品资源共享课资源的条件，能满足师生在线学习的需求。

按照网络营销与直播电商专业人才培养要求，图书馆图书文献应该能满足人才培养、专业建设及教学科研需求，方便师生查询、借阅。

### 3. 数字教学资源配置

(1) 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。

(2) 开发和使用国家级、省级和校级在线精品开放课程资源，课程资源形式多样，使用便捷。

(3) 实现数字教育资源全覆盖和动态更新以满足教学。

表 15 网络营销与直播专业数字化资源选用建议表

序号	数字化资源平台	资源网址	数字化资源
1	智慧职教	<a href="https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?cid=zbdxhk013ty289">https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?cid=zbdxhk013ty289</a>	教学视频、微课、动画，200个；课件100个；文本资源、案例100个；试题200个。
2	微知库	<a href="http://smzyk.36ve.com/home/project-home-page?projectId=889">http://smzyk.36ve.com/home/project-home-page?projectId=889</a>	
3	超星	<a href="http://passport2.chaoxing.com/login">http://passport2.chaoxing.com/login</a>	

### (四) 教学方法

(1) 适应“互联网+职业教育”新要求，全面提升教师信息技术应用能力，推动大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的广泛应用，积极推动教师角色、教育理念、教学观念、教学内容、教学方法以及教学评价等方面的变革。

(2) 改变传统的教学模式，可采用线上线下混合式教学、理实一体化教学等，坚持学中做、做中学。改革教学方法、手段，通过智慧教育、教育信息化2.0行动计划，将现代信息技术运用到教学过程中，提升师生信息化素养。

(3) 注意传统的教学方法、手段与现代信息技术的结合，要明白使用目的，要根据教学目的、内容、物质条件、学生实际等，合理选择，恰当运用，掌握其精髓，切忌生搬硬套。在教学中，教师不应仅传授知识和技能，更重要的是教会学生主动学习和掌握知识、能力和方法。因此，应注重所选用的教法是否充分调动学生的积极性和主动性，达到最佳教学效果，完成教学目的。教学方法可采用多种，如讲授法、讨论法、演示法、自学辅导法、情景模拟法，角色扮演法等。既可以采用单一的方法，也可以是几种方法的综合运用。

(4) 以学生为中心，普及推广项目教学、案例教学、情景教学、工作过程导向教学等，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学等新型教学模式，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序。培养学生终身学习习惯，充分利用智慧职教平台及其优质资源，学生自主学习资源库中学历课程、培训课程、MOOC，学习在线精品开放课程。

### **(五) 学习评价**

1. 评价原则。采取多元评价方式，过程性评价与终结性评价相结合，考核内容与职业岗位要求相结合，知识能力与职业素质评价相结合。改革评价模式，把线上、线下评价结合起来，加强过程评价，使线上、线下评价促进混合式教学开展，促进学生学习。

2. 评价方式。包括过程性考核和终结性考核及学分互换的考核评价方式，根据教学和学生实际制定考核办法，不同的学习内容，考核方式、计分方法可不同。

(1) 过程性考核：成绩占 30%~40%，考核内容包括课堂纪律、上课态度及作业完成情况、资源库自主学习等，不合格则不能参加下一考核。

(2) 终结性考核：成绩占 60%~70%，根据课程标准进行考核，采用口试、笔试（开、闭卷）等形式进行。

(3) 学分互换：获得附件 2 中相关职业资格证书和技能等级证书，

可转换学分，最多转换 8 学分，仅限于附件 2 中职业资格证书和技能等级证书相对应的课程。

### （六）质量管理

建立健全覆盖校院两级，全员、全过程、全方位育人的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，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。

1. 学校和二级学院应建立专业建设和教学过程质量监控机制，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. 学校、二级学院及专业应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 落实国家教育部“高等职业学校网络营销与直播电商专业专业岗位实习标准”。

4. 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、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。

5. 网络营销与直播电商专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

6. 岗位实习管理：实行校外单位与学校双重管理，以校外单位管理为主，必须遵守校外单位、学校的制度。校外单位根据专业实习大纲，

安排学生实训、实习。对重大问题，学校及时与校外单位取得联系，必要时到校外单位现场解决问题。学校每年度对校外学习情况进行1~2次检查，了解学生的表现和校外单位带教情况，妥善解决一些实际性问题。

## 十、毕业标准和毕业要求

### （一）毕业标准

修完规定的所有课程全部内容，修满学分，成绩合格。

### （二）毕业要求

1. 修完规定的所有课程(含实践教学环节)，成绩合格，修满148学分，其中必修课不低于127学分，选修课不低于21学分。
  2. 思想品德考核合格。
  3. 专业技能考核合格。
  4. 毕业设计考核合格。
  5. 原则上取得一个或以上与专业相关的职业资格证书或职业技能等级证书。
  6. 无未取消的纪律处分。
- 符合学院其他制度规定的毕业要求。

## 十一、附录

附件1：网络营销与直播电商专业课程描述

附件2：网络营销与直播电商专业学分认定与转换表

附件3：网络营销与直播电商专业人才培养方案论证意见表

附件4：网络营销与直播电商专业人才培养方案制（修）订审批表

附件5：网络营销与直播电商专业教学进程（安排）变更审批表

# 人才培养方案附录材料

(附件 1-5)

专业名称: 网络营销与直播电商

专业代码: 530704

适用年级: 2025 级

## 目录

附件 1: 网络营销与直播电商专业课程描述 .....	32
一、 公共基础课程 .....	32
(一) 公共基础必修课程 .....	32
1. 《思想道德与法治》 .....	32
2. 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》 .....	33
3. 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》 .....	34
4. 《形势与政策》 .....	36
5. 《大学英语》 .....	37
6. 《大学体育》 .....	38
7. 《创业基础》 .....	39
8. 《大学生职业发展与就业指导》 .....	41
9. 《军事技能》 .....	42
10. 《军事理论》 .....	43
11. 《心理健康教育》 .....	44
12. 《大学生劳动教育》 .....	46
13. 《大学美育》 .....	47
14. 《大学生入学教育》 .....	47
15. 《国家安全教育》 .....	48
16. 《AIGC 基础应用》 .....	49
17. 《岗位实习指导》 .....	50
18. 《信息技术》 .....	51
(二) 公共基础限选课 .....	52
1. 《中华优秀传统文化》 .....	52
2. 《中国共产党党史》 .....	52
3. 《大学语文》 .....	54
4. 《高等数学》 .....	54
5. 《健康教育》 .....	55
6. 《地方文化》 .....	56

7. 《职业素养》 .....	57
(三) 公共基础任选课 .....	57
1. 《公共关系与礼仪》 .....	57
2. 《演讲与口才》 .....	58
3. 《普通话》 .....	59
二、专业课程 .....	61
(一) 专业基础课程 .....	61
1. 《经济学基础》 .....	61
2. 《商品拍摄与素材处理》 .....	62
3. 《文案策划与写作》 .....	63
4. 《电子商务基础》 .....	64
5. 《管理学基础》 .....	66
6. 《商务数据分析及应用》 .....	67
(二) 专业核心课程 .....	68
1. 《新媒体运营》 .....	68
2. 《电商直播销售与运营》 .....	69
3. 《网络推广》 .....	70
4. 《网络营销与渠道管理》 .....	71
5. 《品牌策划与推广》 .....	72
6. 《客户服务与管理》 .....	73
(三) 专业拓展课程 .....	74
1. 《短视频策划与制作》 .....	74
2. 《统计基础》 .....	75
3. 《营销与社交口才》 .....	76
4. 《社群营销与私域运营》 .....	77
5. 《视觉设计与营销》 .....	78
(四) 综合实训课程 .....	79
1. 《第二课堂社会实践活动》 .....	79
2. 《企业经营沙盘实训》 .....	80

3. 《新媒体营销实训》 .....	81
4. 《视觉营销实训》 .....	82
5. 《直播电商运营实训》 .....	83
6. 《毕业设计》 .....	85
7. 《岗位实习》 .....	85
(五) 专业选修课程 .....	87
1. 《人力资源管理》 .....	87
2. 《中小企业管理》 .....	88
3. 《商务礼仪》 .....	89
4. 《商务谈判》 .....	90
5. 《带货主播素养》 .....	91
6. 《网络消费者行为与心理》 .....	92
7. 《美学鉴赏》 .....	93
8. 《乡村电子商务》 .....	94
9. 《形象设计》 .....	95
10. 《艺术与形体》 .....	96
附件 2: 网络营销与直播电商专业学分认定与转换表 .....	98
附件 3: 2025 级网络营销与直播专业人才培养方案专家论证意见表 .....	99
附件 4: 网络营销与直播电商专业人才培养方案制(修)订审批表 .....	100
附件 5: 网络营销与直播电商专业教学进程(安排)变更审批表 .....	101

## 附件 1：网络营销与直播电商专业课程描述

### 一、公共基础课程

#### (一) 公共基础必修课程

##### 1. 《思想道德与法治》

课程代码	24G010001	课程性质	公共必修课
开设学期	第 1 学期	总学时	48
理论学时	40	实践学时	8
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 提高思想政治素质、道德素质和法律素质；</p> <p>(2) 树立科学的世界观、人生观、价值观，培养积极进取的人生态度；</p> <p>(3) 坚定马克思主义理想信念，勇担民族复兴大任；</p> <p>(4) 培育爱国主义精神和家国情怀，做新时代忠诚的爱国者；</p> <p>(5) 提升道德品质，增强道德素养，积极践行社会主义核心价值观；</p> <p>(6) 培育法治精神，增强法治素养，自觉尊法、学法、守法、用法。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 掌握担当民族复兴大任、成就时代新人的基本要求；</p> <p>(2) 掌握世界观、人生观和价值观的基本知识；</p> <p>(3) 理解理想信念的基本内涵和实践要求；</p> <p>(4) 理解中国梦的内涵和实现途径，领悟实现中国梦必须弘扬中国精神、凝聚中国力量；</p> <p>(5) 掌握社会主义核心价值观的基本内容和实践要求；</p> <p>(6) 理解社会主义道德的核心与原则，掌握社会主义道德规范的基本内容和实践要求；</p> <p>(7) 认知和践行中华民族传统美德、中国革命道德，理解弘扬民族传统美德和革命道德的时代价值；</p> <p>(8) 认识社会主义法律的本质和特征，了解尊重和维护宪法、法律权威的基本要求，深刻领悟习近平法治思想。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 提升辨别是非、美丑、善恶的能力；</p> <p>(2) 提升把握人生方向、正确处理理想与现实的关系的能力；</p> <p>(3) 提升践行社会主义核心价值观和公民道德规范要求的能力；</p> <p>(4) 提升自觉尊法、学法、守法、用法的能力。</p>		
课程内容	<p>本课程针对大学生成长过程中面临的思想道德与法治问题，开展马克思主义的人生观、价值观、道德观和法治观教育。主要内容包括把握正确的人生方向、追求远大理想、坚定崇高信念，传承优良传统、弘扬中国精神、培育和践行社会主义核心价值观，遵守道德规范、锤炼道德品质，提升法治素养、尊重和维护宪法权威等。帮助大学生提升思想道德素质和法治素质，成长为</p>		

	自觉担当民族复兴大任的时代新人。
教学要求	<p>(1) 全面落实立德树人根本任务，围绕培养什么样的人、怎样培养人、为谁培养人的教育根本问题，遵循学生思想政治教育基本规律，通过对学生开展思想道德教育和法治教育，实现为党育人，为国育才的教育目标。</p> <p>(2) 教师应具有坚定的政治立场、高尚的道德情操和较为深厚的马克思主义理论功底，遵守高校教师职业道德规范。</p> <p>(3) 综合运用多种教学方法，如启发式教学、问题链和任务驱动式教学、小组研讨式教学、沉浸式体验教学等，引导学生自主和研究性学习。</p> <p>(4) 注重利用地域红色资源、各种纪念馆、社区开展丰富实践教学。</p> <p>(5) 充分利用各种技术平台，如职教云慕课学院的在线课程等，实现线上线下教学相结合，增强教学实效。</p> <p>(6) 采用马克思主义理论研究和建设工程重点教材《思想道德与法治》。</p> <p>(7) 本课程实行过程性和终结性相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>

## 2. 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》

课程代码	24G010003	课程性质	公共必修课
开设学期	第2学期	总学时	32学时
理论学时	28学时	实践学时	4学时
周学时	3	教学周数	11
课程学分	2学分	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 增强马克思主义理论素养和思想政治素质。</p> <p>(2) 坚定理想信念，坚定“四个自信”。</p> <p>(3) 立强国志，立志为实现民族伟大复兴而奋斗，勇担民族复兴时代重任。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 理解中国共产党在革命和建设时期把马克思主义普遍真理与中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合产生的中国化时代化的马克思主义。</p> <p>(2) 了解毛泽东思想的历史背景、形成过程和主要内容，理解毛泽东思想在中国革命和建设中的重要地位和作用。</p> <p>(3) 掌握中国特色社会主义理论体系的形成和发展过程。</p> <p>(4) 掌握邓小平理论首要问题和理论精髓，主要内容及其历史地位。</p> <p>(5) 掌握“三个代表”重要思想的核心观点，主要内容及其历史地位。</p> <p>(6) 理解科学发展观的内涵，把握科学发展观主要内容及其历史地位。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p>		

	<p>(1) 提高运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。</p> <p>(2) 提高战略思维、创新思维、辩证思维、底线思维、历史思维等能力。</p> <p>(3) 提升理论联系实际的能力。</p>
<b>课程内容</b>	<p>本课程主要内容为毛泽东思想的形成和发展，及其在中国革命和建设中的重要历史地位；新民主主义革命理论形成的依据，新民主主义革命总路线和基本纲领，新民主主义革命道路和基本经验；从新民主主义到社会主义的转变，社会主义改造道路和历史经验，社会主义基本制度在中国的确立；社会主义建设道路初步探索的重要理论成果及其意义；中国特色社会主义理论体系形成发展的社会历史条件及过程；邓小平理论首要的、基本的理论问题和精髓，及其主要内容和历史地位；“三个代表”重要思想的核心观点、主要内容及其历史地位；科学发展观的主要内容和历史地位。</p>
<b>教学要求</b>	<p><b>1. 教师要求：</b>教师应具有坚定的政治立场、高尚的道德情操和较为深厚的马克思主义理论功底，遵守高校教师职业道德规范。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>采用理论与实践相结合、线上与线下相结合、课堂讲授与小组研讨相结合的多种教学模式，注重利用好改革开放以来取得的伟大成就、先进案例、特色社区建设开展丰富实践教学。充分利用各种技术平台，如职教云慕课学院的在线课程等，实现线上线下教学相结合，增强教学实效。采用马克思主义理论研究和建设工程重点教材的《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》教材。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>本课程实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，其中过程性考核占总成绩 30%，终结性考核占 70%。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>全面落实立德树人根本任务，围绕培养什么样的人、怎样培养人、为谁培养人的教育根本问题，遵循学生思想政治教育基本规律，通过阐释马克思主义中国化时代化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，实现为党育人，为国育才的教育目标。</p>

### 3. 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》

课程代码	24G010002		课程性质	公共必修课	
开设学期	第 1、2 学期		总学时	48	一学期 20 学时 二学期 28 学时
理论学时	40	一学期 18 学时 二学期 22 学时	实践学时	8	一学期 2 学时 二学期 6 学时
周学时	2		教学周数	24	一学期 10 周 二学期 14 周
课程学分	3		考核方式	第二学期考试	
课	1. 素质目标				

<p><b>程 目 标</b></p>	<p>(1) 深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，指导实践。</p> <p>(2) 厚植爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入到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，勇担民族复兴的时代大任。</p> <p>(3) 提高学生的思想政治素养和政治理论水平，促进学生全面发展。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 理解习近平新时代中国特色社会主义思想形成的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵和实践要求。</p> <p>(2) 把握习近平新时代中国特色社会主义思想的时代意义、理论意义、实践意义、世界意义。</p> <p>(3) 领会习近平新时代中国特色社会主义思想的人民至上、问题导向、守正创新、斗争精神、胸怀天下等理论品格。</p> <p>(4) 深刻把握习近平新时代中国特色社会主义思想中贯穿的马克思主义立场、观点、方法。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 提升理解和把握习近平新时代中国特色社会主义思想内涵和实践要求的能力。</p> <p>(2) 能够运用马克思主义立场、观点和方法分析问题和解决问题，增强政治敏锐性和政治鉴别力。</p> <p>(3) 贯彻党的基本理论、基本路线、基本方略，提升实现中华民族伟大复兴中国梦的实践能力。</p>
<p><b>课 程 内 容</b></p>	<p>本课程全面系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的理论基础、时代背景、主题、理论贡献，以及新时代坚持和发展中国特色社会主义的根本立场、总体布局、战略安排、根本动力、重要保障、政治保证等。从理论和实践的结合上科学回答了新时代坚持和发展什么样的中国特色社会主义、怎样坚持和发展中国特色社会主义，建设什么样的社会主义现代化强国、怎样建设社会主义现代化强国，建设什么样的长期执政的马克思主义政党、怎样建设长期执政的马克思主义政党等重大时代课题。主要内容包括“十个明确”、“十四个坚持”、“十三个方面成就”、“六个必须坚持”等。</p> <p>通过对上述内容的学习，帮助大学生系统的掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学、思、用贯通，知、信、行统一。</p>
<p><b>教 学 要 求</b></p>	<p>(1) 全面落实立德树人根本任务，围绕培养什么样的人、怎样培养人、为谁培养人的教育根本问题，遵循学生思想政治教育基本规律，通过阐释马克思主义中国化时代化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，实现为党育人，为国育才的教育目标。</p> <p>(2) 教师应具有坚定的政治立场、高尚的道德情操和较为深厚的马克思主义理论功底，遵守高校教师职业道德规范。</p> <p>(3) 采用理论与实践相结合、线上与线下相结合、课堂讲授与小组研讨相结合的多种教学模式，注重利用好改革开放以来取得的伟大成就、先进案例、特色社区建设开展丰富实践教学。</p>

	(4) 充分利用各种技术平台, 如职教云慕课学院的在线课程等, 实现线上线下教学相结合, 增强教学实效。 (5) 采用马克思主义理论研究和建设工程重点教材的《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》教材。 (6) 本课程实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式, 其中过程性考核占总成绩 30%, 终结性考核占 70%。
--	--

#### 4. 《形势与政策》

课程代码	24G010004	课程性质	公共必修课		
开设学期	1-6 学期	总学时	16		
理论学时	16	实践学时	0		
周学时	2	教学周数	8	1-2 学期各 2 周 3-6 学期各 1 周	
课程学分	1	考核方式	第二学期考查		
课程目标	<b>1. 素质目标</b>				
	(1) 培养学生的政治素质, 认真贯彻党的路线、方针、政策, 与党中央保持高度一致;				
	(2) 引导学生理性分析和看待社会热点问题, 增强学生的社会责任感和使命感;				
	(3) 引导大学生牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”, 成为堪当民族复兴大任的时代新人。				
课程目标	<b>2. 知识目标</b>				
	(1) 帮助学生及时了解和正确认识国内外时事热点。				
	(2) 了解和掌握党和国家重大方针政策和重大改革措施。				
	(3) 了解当前国际形势与国际关系状况、发展趋势和我国的对外政策、原则立场。				
课程目标	<b>3. 能力目标</b>				
	(1) 培养学生观察问题的敏锐力和洞察力。				
	(2) 培养学生处理、应对复杂社会问题的能力。				
	(3) 提高学生辨析国内外时事热点问题的能力。				
课程要求	(4) 提高学生对党和国家重大方针政策的理解能力和实践能力。				
	课程内容	本课程教学内容主要为宣传党的大政方针, 教育和引导大学生正确认识世情、国情、党情, 正确认识和理解党的路线、方针、政策, 增强大学生贯彻党的路线、方针、政策的自觉性。围绕党的建设、经济社会发展、港台事务、国际形势和外交政策等开展教学, 讲座部分主要结合国家重大会议精神、重大时事、重大方针政策等开展教学。每学期具体教学内容依据中宣部、教育部下发的“高校形势与政策教育教学要点”制定。			
		教学要求	(1) 教学内容体现动态性、时效性, 及时掌握党和国家面临的新形势、新任务, 引导学生用马克思主义立场、观点和方法分析时事热点、国内外重大事件。		
			(2) 教师应具有正确的政治立场, 关心国内外时事, 视野开阔, 具有良好的思想政治素养。		

<p>(3) 要注重教学方法创新，灵活采用课堂讲授、专题讲座、研讨式学习等多种教学形式开展教学。</p> <p>(4) 教材选用中宣部时事杂志社发行的《时事报告（大学生版）》。</p> <p>(5) 本课程采用过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，其中过程性考核占总成绩 30%，终结性考核占 70%。</p>
--

## 5. 《大学英语》

课程代码	25G020002-1 25G020002-2	课程性质	公共必修课
开设学期	第 1、2 学期	总学时	128
理论学时	96	实践学时	32
周学时	4	教学周数	32
课程学分	8	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 热爱祖国，践行社会主义核心价值观；</p> <p>(2) 具有健全的人格和道德品质、社会责任意识、职业规范意识审美意识等；</p> <p>(3) 发展职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升和自主学习完善等四个核心素养。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 词汇知识：掌握约 3000 个英语常用词汇，包括新学 500 个左右新单词和一定数量的短语；</p> <p>(2) 语法知识：掌握英语语法知识，如非谓语动词、英语时态、虚拟语气、主被动语态、从句等；</p> <p>(3) 语篇知识：理解听到、读到或看到的语篇，根据不懂情境，进行得体、有效的交际；</p> <p>(4) 语用知识：掌握日常情境中语言运用知识、进行中外职场文化和企业文化类比。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 具备职场中运用英语进行有效沟通的能力，包括理解技能、表达技能和互动技能；</p> <p>(2) 具备语言思辨能力，能正确对待语言文化及其价值观的差异；</p> <p>(3) 具备自主学习的能力。</p>		
	<p>课程内容涵盖三大主题类别：职业与个人、职业与社会、职业与环境。包括英语听说、阅读、语法和写作四大板块内容：</p> <p>(1) 基础知识：包含基础口语和听力；</p> <p>(2) 基础阅读：包含国内外优秀的阅读素材；</p> <p>(3) 基础写作：职场和生活中主要的应用文写作题材；</p> <p>(4) 文化知识：中西文化中重要节日、习俗和优秀文化。</p>		
	<p><b>教学要</b></p> <p>1. 【课程思政】将中国历史上故事、人物事迹穿插进入教学任务，通过教学任务培养职场涉外沟通、多元文化交流等核心素养，培养爱国主义情感、社会责任意识、职业规范意识审美意识等。</p>		

<b>求</b>	<p>2. 【教师要求】教师应具有一定英语理论等相关知识、对高职学生的认知规律及身心发展特点有一定的了解和掌握，能正确对待语言的文化差异，具备英语思维和多元文化交流的能力。</p> <p>3. 【教学场地】多媒体教室。</p> <p>4. 【教学方法与手段】课程教学坚持“立德树人”的指导思想，采用任务驱动法、项目导向法、案例教学法、翻转课堂教学法等对接学生未来职业需求，培养学生在职场环境下运用英语的基本技能。</p> <p>5. 【教学评价】采用过程性评价和结果性评价相结合的考核评价方式。其中过程考核占70%，理论知识考核（期末考试）占30%，汇总得出课程整体成绩。重点在于考查学生的学习态度、课堂的参与度及相关英语知识掌握情况。</p>
----------	--

## 6. 《大学体育》

课程代码	25G020003-1 25G020003-2 25G020003-3 25G020003-4	课程性质	公共必修课
开设学期	第1、2、3、4学期	总学时	108
理论学时	12	实践学时	96
周学时	2	教学周数	第1学期9周 第2学期18周 第3学期18周 第4学期9周
课程学分	6	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 身体素质：提高耐力、力量、柔韧性及协调性，增强体能，促进身体健康。</p> <p>(2) 心理素质：培养积极乐观的生活态度，提升情绪调控能力，建立自信心，克服心理障碍。</p> <p>(3) 团队协作：通过团队项目培养合作精神、集体荣誉感及协调能力。</p> <p>(4) 体育道德：理解体育道德的重要性，自觉遵守规则，维护公平竞赛精神。</p> <p>(5) 终身体育意识：形成自觉锻炼的习惯，为终身健康打下基础。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 运动科学理论：掌握运动解剖学、生理学、营养学基础知识，了解人体运动机制及营养需求。</p> <p>(2) 健康生活方式：学习科学锻炼方法、运动损伤预防与急救知识，理解健康行为与环境的关联。</p> <p>(3) 体育文化：了解体育史、奥林匹克精神及体育赛事规则，提升体育文化素养。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 运动技能：熟练掌握至少两项运动技能，具备制定个人锻炼计划的能</p>		

	<p>力。</p> <p>(2) 实践应用：运用理论知识科学参与运动，评估体质健康，调整锻炼方案。</p> <p>(3) 自我评价：监测运动效果，通过体质测试评估自身进步。</p> <p>(4) 社会适应：在团队运动中展现领导力与协作能力，处理竞争与合作关系。</p>
课程内容	<p>(1) 基础理论</p> <p>(2) 田径运动</p> <p>(3) 篮球</p> <p>(4) 排球</p> <p>(5) 足球</p> <p>(6) 乒乓球</p> <p>(7) 羽毛球</p> <p>(8) 武术</p> <p>(9) 形体运动</p> <p>(10) 职业体能</p>
教学要求	<p><b>1. 教师要求：</b> 体育教师要主动自觉学习学校各专业人才培养方案，在强化培养人才职能的基础上，逐步加强学校体育科学研究的职能和社会服务（含为专业、企事业单位）的职能，开展经常性的科学研究和教育教学研究，不断推广优秀教学成果。教师间要相互学习交流，发挥教学团队作用，形成课程建设特色，争创精品课程。</p> <p><b>2. 教学方法：</b> 教学方法要讲究个性化和多样化，将运动知识技能的传授与终身体育习惯的养成、体育文化的传承与职业素质素养的养成有机统一。</p> <p><b>3. 教学评价：</b> 运动技能考核*60%+平时考核*40%</p> <p><b>4. 思政育人：</b> 大学体育课程思政育人通过“价值-精神-文化-模式”的立体渗透，使体育运动成为塑造灵魂的“无字之书”。其本质在于：让汗水浸润思想，用规则丈量品格，以传统照亮未来，最终实现“强体”与“铸魂”的双向奔赴。</p>

## 7. 《创业基础》

课程代码	25G040002	课程性质	公共必修课
开设学期	第2学期	总学时	32
理论学时	20	实践学时	12
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 逐步形成创业者的企业家思维；</p> <p>(2) 激发学生的善于思考、敏于发现、敢为人先的创新意识；</p> <p>(3) 形成学生挑战自我、承受挫折、坚持不懈的意志品质；</p> <p>(4) 培养学生遵纪守法、诚实守信、善于合作的职业操守；</p> <p>(5) 强化创造价值、服务国家、服务人民的社会责任感。</p>		

	<p><b>2. 知识目标</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 理解创业与职业生涯发展的关系；</li> <li>(2) 掌握开展创新、创业活动所需要的基本知识；</li> <li>(3) 掌握创新思维提升的具体方法；</li> <li>(4) 掌握创业资源整合的方法；</li> <li>(5) 掌握商业模式设计的步骤和具体内容；</li> <li>(6) 掌握简要创业计划书及路演 ppt 的撰写方法。</li> </ul> <p><b>3. 能力目标</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 能够辩证的认识和分析创新创业者，梳理创新创业所需要的精神与能力；</li> <li>(2) 能够运用创造性思维来发现、识别新的创业机会；</li> <li>(3) 能够组建和管理项目团队，通过创业教育培育提高创业素质和能力；</li> <li>(4) 能够灵活采用创新创意方法完成创意方案、设计创新产品，完成产品原型制作；</li> <li>(5) 能够针对产品设计商业模式、整合创业资源；</li> <li>(6) 能够撰写并展示创业计划。</li> </ul>
<p>课程内容</p>	<p>教学内容主要包括：创业与人生，创业者与创业团队，创业机会的识别与评价，创业风险的识别与控制，商业模式及其设计与创新，创业资源与创业融资，创业计划，新企业的创办与管理，社会创业与内部创业等九个教学单元。</p>
<p>教学要求</p>	<p><b>1. 教师要求：</b>任课教师需具备良好的职业道德和社会责任心，具备丰富的创新创业理论知识与一定的实践能力，能严格执行课程标准，正确讲解本课程知识要点，能引导与控制课堂学生活动，对学生进行公正评价。具有“双师”结构的团队，老中青年龄梯度、学缘结构合理。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>在教学过程中，除传统的以讲授为主的教学法外，积极配合使用案例分析、小组活动、分组讨论、角色扮演、头脑风暴、商业游戏、仿真模拟等创新教学方法，重点营造和谐的学习环境，使学生发现自己的兴趣所在，在实践中学习，与他人产生互动，与他人分享经验与经历，确保学生积极参与整个学习过程，使学生能够根据自身需求选择学习策略，表达自己的感受，培养自信心并果断决策，培养学生的合作意识，帮助学生获得最大限度的收获。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>考核方式过程评价与终结评价相结合。过程评价（注重参与性）总成绩的 40%与终结评价（注重商务性）总成绩的 60%相结合。</p> <p>（1）过程考核包含出勤率、参与讨论积极性、项目论证深度广度，各占权重为 20%、10%、10%。过程考核为 40%+理论考核 60%（考核内容主要为创业项目的商业价值、商业模式的可行性、商业计划的质量；考核方式主要为：作品展示、模拟演练等）。（2）结课考核：平时 40%+作品 60%。</p> <p><b>4. 思政育人：</b></p> <p>以国家创新驱动战略为指引，引导学生将创业理想与国家发展需求紧密结合，培养“实业兴邦”的使命感，挖掘中华优秀传统文化中的商业智慧（如晋商、徽商精神），传承文化基因，培养文化自信与时代使命感，强化爱国精神、奉献精神，强调创业活动需遵循市场规律和伦理规范，强调底线意识。</p>

## 8. 《大学生职业发展与就业指导》

课程代码	25G040001_1 25G040001_2	课程性质	公共必修课
开设学期	职业发展部分第1学期 就业指导部分第5学期	总学时	32
理论学时	10+10	实践学时	6+6
周学时	2	教学周数	8+8
课程学分	2	考核方式	考查
课程 目 标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 使学生树立职业生涯发展的自主意识；</p> <p>(2) 树立积极正确的就业观；</p> <p>(3) 把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业、就业与创业的概念和意识；</p> <p>(4) 培养职业素质，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力；</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 使学生充分了解职业、产业和行业，了解当前我国的职业、行业 and 产业的发展趋势，了解我国大学生的整体就业形势，了解国家就业方针政策，树立正确的择业就业和职业道德观念，锻造良好的心理素质。</p> <p>(2) 使学生掌握三大理论——帕森斯的特质因素论、霍兰德的职业类型论、舒伯的职业发展理论。</p> <p>(3) 使学生清晰全面地认识自己的性格、兴趣、知识、技能、生理、心理特点对职业性格的影响，准确把握目标职业的特性；了解职业性格与职业的关系，掌握职业性格的测量，掌握职业生涯规划方法和职业发展路途设计步骤等。</p> <p>(4) 使学生了解职业素养的内涵及基本构成，掌握专业知识训练和职业技能训练的方法。</p> <p>(5) 使学生了解就业信息的收集途经、求职材料的组成，了解笔试和面试的类型和特点，掌握求职简历的制作和面试的技巧。</p> <p>(6) 使学生了解学生在就业过程中的权利和义务，了解劳动合同法的内容，了解维护自身合法权益的途经和方法。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 培养学生自我探索能力，独立思考和勇于创新的能力。树立信心，掌握信息搜索与管理能力、生涯决策能力、和维护自身的合法权益的能力等。</p> <p>(2) 提高学生的各种通用技能，比如表达沟通能力、人际交往能力、分析判断能力、解决问题能力、学习和创新能力、团队协作能力、组织管理能力、应变能力等。</p> <p>(3) 培养学生职业生涯规划的能力、制作简历的能力、应对求职面试的能力等求职的能力。</p>		
	课 程 内 容	教学内容主要包括：职业发展与就业趋势、职业生涯规划的理论、大学生职业生涯规划、职业测量的内容及方法、职业化和职业素质、求职材料的准备、求职之笔试、面试技巧、就业权益与保护等八个教学单元。	

<b>容</b>	
<b>教学要求</b>	<p><b>1. 教师要求：</b>任课教师需熟悉职业生涯规划与就业指导的理论知识与实践方法，责任感强、团结协作精神好，能严格执行课程标准，正确讲解本课程知识要点，能引导与控制课堂学生活动，对学生进行公正评价；具有“双师”结构的教学团队，老中青年龄梯度、学缘结构合理。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>理论课教学：除传统的以讲授为主的教学法外，积极运用结合案例分析、小组讨论、师生互动、角色扮演、社会调查、活动训练等方法充分调动学生的积极性，强化整体教学训练效果，结合实际，帮助大学生解决现实问题，注重培养学生进行情商修炼和素质拓展；</p> <p>实践课教学：主要通过正反两方面典型案例分析、人才市场考察、企业调研、聘请就业指导专家及企业人力资源部负责人专题讲座等形式进行，因地制宜，创造性地开展训练和指导，注重加强课堂训练和课外指导的结合，保证就业指导的训练时间，注重团体指导与个体指导有机结合，强调有针对性地个别指导。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>考核方式过程评价与终结评价相结合。过程评价（任务考评）总成绩的40%与终结评价（结课考核）总成绩的60%相结合。过程考核包含平时作业、课堂实践、课堂出勤及学习态度等项目，各占权重为10%、20%、10%。                  （1）过程考核为40%+理论考核60%（考核内容主要为学业生涯规划书、自我认知分析报告、简历制作、面试技巧、职业生涯规划书；考核方式主要为：大型作业、模拟演练等）。（2）结课考核：平时40%+作品60%。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持知识传授与价值引领相结合，运用可以培养大学生理想信念、价值取向、政治信仰、社会责任的题材与内容，全面提高大学生缘事析理、明辨是非的能力，让学生成为德才兼备、全面发展的人才。</p>

## 9. 《军事技能》

课程代码	24G000001	课程性质	公共必修课程
开设学期	第1学期	授课学时	112学时
理论学时	0学时	实践学时	112学时
课程学分	2学分	考核方式	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                      军事技能训练时间为2—3周，实际训练时间不得少于14天。在组织军事技能训练时，要以中国人民解放军的条令、条例为依据，严格训练，严格要求，培养学生良好的军事素质。</p> <p><b>2. 知识目标</b>                      对国防概述、国防法制、国防建设、武装力量、国防动员、我国安全环境、国际战略格局、军事思想、新军事革命、信息化战争、信息化装备有较清醒的了解。通过学习激发学生努力拼搏，掌握科技知识。</p> <p><b>3. 能力目标</b>                      通过学习，达到和平时期积极投身到国家的现代化建设中，战争年代是捍卫国家主权和领土完整的后备人才。</p>		

<b>课程内容</b>	本课程教学内容包括军事前沿信息、队列和体能训练、内务整理、日常管理、素质拓展训练等教学内容，旨在增强学生的国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，培养吃苦耐劳精神，促进学生综合素质的全面提高。
<b>教学要求</b>	1. 教师要求：学校应当按照教学时数和参训学生数量配备相应数量的军事教育（技能）授训教官。授训教官必须政治过硬，思想素质、军事素质和业务能力较强，符合军训主管部门要求。 2. 教学设施：具备军事技能实践所需的场地和设备。 3. 教学方法：在训练过程中要坚持“理论够用即可，突出实际讲练”的原则，以培养学生吃苦耐劳，一切行动听指挥为训练根本目的。 4. 教学评价：本课程以学生出勤情况、参加训练完成情况、军训态度、遵守纪律情况、参加各项活动及理论学习情况、内务考试作为考核成绩的依据。 5. 思政育人：围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，培育和践行社会主义核心价值观，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。

## 10. 《军事理论》

<b>课程代码</b>	25G020011	<b>课程性质</b>	公共必修课
<b>开设学期</b>	第 2 学期	<b>总学时</b>	36
<b>理论学时</b>	36	<b>实践学时</b>	0
<b>周学时</b>	2	<b>教学周数</b>	18
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	1. 素质目标 （1）树立正确的国防观，激发学生的爱国热情，增强学生国防意识。 （2）使学生树立科学的战争观和方法论。 （3）提升学生防间保密意识；深刻认识当前我国面临的安全形势，增强学生的忧患意识。 （4）使学生树立打赢信息化战争的信心。 （5）激发学生学习高科技的积极性。 （6）让学生懂得，作为当代大学生，是国家国防后备力量的重要建设者，也是国家事业的建设和保护者。 2. 知识目标 （1）理解国防内涵和国防历史；了解我国国防体制、国防战略、国防政策以及国防成就；熟悉国防法规、武装力量、国防动员的主要内容。 （2）了解军事思想的内涵和形成与发展历程，了解外国代表性军事思想，熟悉我国军事思想的主要内容、地位作用和现实意义，理解习近平强军思想的科学含义和主要内容。 （3）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；了解世界主要国家军事力量及战略动向。 （4）了解战争内涵、特点、发展历程，理解新军事革命的内涵和发展演变，掌握机械化战争、信息化战争的形成、主要形态、特征、代表性战例和发展趋势。 （5）了解信息化装备的内涵、分类、发展及对现代作战的影响，熟悉世界主		

	<p>要国家信息化装备的发展情况。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 通过研究经典战例、国际安全局势，培养学生运用军事理论分析现实问题的能力。</p> <p>(2) 引导学生关注全球军事格局变化，理解大国博弈背后的战略逻辑，培养危机意识与战略视野。</p> <p>(3) 树立正确战争观，辩证看待战争与和平的关系，反对霸权主义，倡导人类命运共同体理念。</p> <p>(4) 分析不同国家的国防政策（如中美俄军事战略差异），拓宽国际视野。</p>
课程内容	<p>(1) 中国国防</p> <p>(2) 国家安全</p> <p>(3) 军事思想</p> <p>(4) 现代战争</p> <p>(5) 信息化装备</p>
教学要求	<p><b>1. 教师要求：</b>具有较扎实的理论知识，责任感强、团结协作精神好；要与时俱进，努力提高自己的政治、业务素养；学校应当有目的、有计划地安排教师定期接受教育培训，不断完善他们的知识结构、能力结构，逐步提高学历水平，从而提高师资队伍的整体水平，以适应高职高专军事理论教育发展的需要。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>一方面使用传统的讲授形式对学生进行基本知识的教育，另一方面积极尝试使用探究式、引导式等教学方法有目的地引领学生对相关问题进行准备、思考和课堂交流，在此过程中培养其独立思考和团队协作的能力，而在对问题的设计中又有针对性地牵引学生关注与国家安全相关的话题，在潜移默化中培养其爱国主义情感。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>期末考查*60%+平时考核*40%</p> <p><b>4. 思政育人：</b>军事理论课程的思政效能，源于历史—现实—未来的三重逻辑：以史为鉴培育危机感，立足当下厚植家国情怀，面向未来激发强军使命。通过价值引领、方法创新与制度保障，课程不仅传递军事知识，更塑造了一批具备国防担当的时代新人，实现了知识传授与价值引领的深度融合。</p>

## 11. 《心理健康教育》

课程代码	24G010006	课程性质	公共必修课程
开设学期	第2学期	总学时	32
理论学时	26	实践学时	6
周学时	2	教学周数	13
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>探索自我。通过本课程的教学，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，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p>		

	<p>知己纳己。通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学生的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>调适自我。通过本课程的教学，使学生具备心理调适技能及心理发展技能，如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能等，并以“自助助人”为目标，将各种心理调适技能运用到未来的生活和工作中。</p>
<p>课 程 内 容</p>	<p>按照高职高专学生人才培养要求，基于工作和学习任务，《心理健康教育》课程学习按照新生乍到、察己知人、我爱交往、识别心魔、干预危机五个工作/学习模块、11个典型工作任务/学习单元设计。</p> <p><b>模块一：新生乍到。</b>了解心理健康的重要性，掌握健康的含义，掌握大学生心理健康的评价标准。了解心理问题的方式和求助途径。对自我的心理健康状况进行正确的评判。</p> <p><b>模块二：察己知人。</b>明晰自我意识的含义，了解大学生自我意识的特点和矛盾，掌握培养积极自我意识的策略和方法。了解什么是情绪，认识大学生常见的情绪困扰，认识自我情绪特点，初步掌握情绪调控的原则和方法。了解自己的人格特征，学会分析人的气质，掌握塑造健全人格的方法，促进人格的健康发展。</p> <p><b>模块三：我爱交往。</b>明晰人际交往和人际关系的含义，初步掌握人际吸引因素和人际交往中的心理效应，了解大学生人际交往中常见的心理问题，掌握构建良好人际关系的策略和技巧。使学生认识爱情的本质，了解爱情的心理结构、健康的爱情，树立正确的恋爱观，培养爱的能力。</p> <p><b>模块四：识别心魔。</b>使学生能够分辨正常心理与异常心理的区别，熟悉常见心理障碍的分类和常见心理症状的识别，了解预防干预心理问题的方法。</p> <p><b>模块五：干预危机。</b>让学生理解生命的意义和珍贵，识别大学生各种不同心理危机和表现，掌握心理危机干预原则和步骤，学习面对危机时的自我调整方法。消除学生对心理咨询的误解，让她们了解心理咨询、接受心理咨询理念、了解心理咨询流程，了解心理咨询的求助途径。</p>
<p>教 学 要 求</p>	<p>(1) 心理健康教育课程教学全面落实立德树人的根本任务，围绕培养什么样的人、怎样培养人、为谁培养人的教育的根本问题，遵循学生心理发展规律，面向全体学生，以整体目标为核心，结合学院大一年级自身特点和大一学生普遍存在的诸如学校适应问题、自我认识问题、人际关系处理问题、异性交往问题等设计课程内容，充分体现课程的整体性、灵活性和开放性；</p> <p>(2) 教师应具有坚定的政治立场、高尚的道德情操，遵守高校教师职业道德规范，要求专兼职教师均需获得国家级心理咨询师证，专职教师需持续在学院心理健康中心兼职学生心理咨询工作；</p> <p>(3) 本课程倡导活动型的教学模式，教师应根据具体目标、内容、条件、资源以及学生专业和层次的不同，结合教学实际，选用并创设丰富多彩的活动形式，以活动为载体，使学生在教师的引领下，通过参与、合作、感知、体验、分享等方式，在同伴之间相互反馈和分享的过程中获得成长。教学过程综合运用多种教学方法，如启发式教学、问题链和任务驱动式教学、小组讨论式教学、沉浸式体验教学等，引导学生自主和研究性学习；</p>

(4) 充分利用各种技术平台，如智慧职教云课堂等，实现线上线下教学相结合，增强教学实效； (5) 采用“十四五”职业教育国家规划或省编《心理健康教育》教材； (6) 本课程实行过程性考核占总成绩 40%和终结性考核占总成绩 60%相结合的考核评价方式。
--

## 12. 《大学生劳动教育》

课程代码	25G020005	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 1 学期	总学时	16
理论学时	8	实践学时	8
周学时	1	教学周数	8
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<b>1. 知识目标</b> (1) 掌握劳动的概念、意义与价值； (2) 掌握劳动精神、劳模精神、工匠精神内涵； (3) 熟知劳动工具、设备、设施使用原理； (4) 掌握服务性劳动意义、原则、注意事项； (5) 掌握与劳动相关的主要法律法规与劳动安全常识。		
	<b>2. 能力目标</b> (1) 能认识劳动重要性； (2) 能在实践中自觉培育劳动精神、弘扬劳模精神、践行工匠精神； (3) 熟练进行衣、食、住、行等日常生活劳动操作； (4) 能自行策划并有序开展服务性劳动； (5) 能利用劳动法律法规维护自身劳动合法权益。		
课程内容	<b>3. 素质目标</b> (1) 增强劳动意识、劳动情感、劳动意志； (2) 树立科学劳动价值观，弘扬劳模精神，培育职业品质，传承工匠精神； (3) 培育整洁有序的良好生活习惯，培育节能环保意识； (4) 培育奉献意识和为社会服务的责任感； (5) 具备正确的劳动安全观，具有一定的劳动防范能力。		
	本课程内容包括劳动认知、劳动品质、劳动技能、劳动保障，以实践育人为载体，将教学内容划分为认识劳动、劳动精神、劳模精神、工匠精神、日常生活劳动、服务性劳动、生产劳动、劳动保障等 8 个模块。		
教学要求	<b>1. 教师要求：</b> 注重培育学生的劳动实践能力，以体力劳动和创造性劳动为主体，强化实践体验，提升育人实效性。在系统的理论知识学习之外，有目的、有计划地组织学生参加日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动，让学生接受锻炼、磨炼意志，培养学生正确的劳动价值观、良好的劳动习惯与劳动品质。 <b>2. 教学方法：</b> 本课程采用讲授法、小组讨论、案例分析、情景模拟、实践演示、小组竞赛、操作体验等教学方法。 <b>3. 教学评价：</b> 课程考核以过程性评价、终结性评价和增值性评价相结合。其		

	<p>中，过程性评价占总成绩 60%（含课堂活动、校内外劳动实践），终结性评价占总成绩 30%（期末考试），增值评价占总成绩 10%（竞赛获奖等），注重过程性与学习性投入，强调参与度评价权重。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>以劳动教育为纽带深化“三全育人”，将社会主义核心价值观融入劳动实践全链条。通过劳动主题思政课、劳模精神宣讲、红色劳动文化传承等形式，引导学生理解“劳动托起中国梦”的深刻内涵，培育家国情怀与责任担当。</p>
--	--

### 13. 《大学美育》

课程代码	25G020004	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 2 学期	总学时	32
理论学时	24	实践学时	8
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 掌握美的概念、本质与特征，美的表现形式及分类；</p> <p>(2) 掌握自然美、生活美、艺术美、科技美的特征及鉴赏方法；</p> <p>(3) 掌握参与艺术表现、创意实践的方法。</p>		
	<p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 能理解自然、生活、艺术、科技等领域的文化内涵；</p> <p>(2) 能感知和鉴赏自然、生活、艺术、科技等领域的美；</p> <p>(3) 能参与美育实践活动，具备一定程度的艺术表现和创意实践能力。</p>		
	<p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 提升学生的人文素养，促进全面发展；</p> <p>(2) 培养学生正确的审美观念，陶冶高尚的道德情操；</p> <p>(3) 增强学生的文化主体意识，树立文化自信。</p>		
课程内容	本课程教学内容包括美的内涵、审美范畴、审美意识与心理、艺术审美、职业审美、社会审美等。以审美活动为载体，将教学内容分为美育导论、绘画艺术、书法艺术、建筑艺术、音乐艺术、诗歌艺术、新媒体艺术、职业美育、人生之美等 11 个模块。		
教学要求	<p><b>1. 教师要求：</b>遵循美育特点和学生成长规律，在准确揭示美的本质内涵的基础上，通过具体审美活动完成大学生审美形态和健全人格的塑造，。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>采用混合式教学模式，线上课程注重美育知识讲授，线下课程注重美感体验和美育实践。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>本课程实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，其中在线课程学习占总成绩 40%，线下考核占 60%（含过程性考核、结果性考核、增值性评价）。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>以“涵养德性，浸润心灵”为双主线，精选中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化的经典案例，突出思政育人。</p>		

### 14. 《大学生入学教育》

课程代码	24G000002	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 1 学期	授课学时	16 学时
理论学时	12 学时	实践学时	4 学时
课程学分	1 学分	考核方式	考查
课程目标	<b>1. 素质目标</b> (1) 树立“今天我以学校为荣，明天学校以我为荣”的观念。 (2) 培养专业认同和职业认同感。		
	<b>2. 知识目标</b> (1) 了解校纪校规的基本要求，更好地适应学校生活。 (2) 了解校情校史、院情院史，增加对学校的认识。 (3) 了解所学专业的基本情况与学习方法。		
课程内容	<b>3. 能力目标</b> (1) 能从思想和行动上完成不同阶段学习的转变。 (2) 能主动培养自主学习的能力与习惯。		
	课程主要内容内容包括如下四方面： 一是 <b>校纪校规教育</b> 。通过对校纪校规的学习，让新生明白大学生的基本要求，增强他们遵守校纪校规的自觉性。 二是 <b>校情校史、院情院史教育</b> 。通过介绍学校、学院的发展历史、现状及规划，学校的教学、科研、师资、专业建设、基础设施等，首先让学生对学校、学院的基本情况有所了解，并结合学生的爱校教育，逐步培养学生对学校、学院的感情。 三是 <b>学习教育</b> 。首先介绍大学学习任务的划分专业培养方案的要求等，让学生明确学习任务和目标。教育新生明确学习主体的角色转变，大学的学习主体是学生本人，要养成主动学习的习惯。帮助新生培养大学学习方法、科学安排时间，以适应大学的学习。 四是 <b>专项教育</b> 。如爱国教育、专业教育、安全教育、学业规划等。		
教学要求	<b>1. 教师要求：</b> 本课程主讲教师应自觉践行社会主义核心价值观，有崇高的职业理想和高尚的道德境界，爱岗敬业、努力进取，不断提升自身政治素质、道德素质和业务素质。需要熟练掌握校纪校规、校情校史、专业内容，具有深厚的人文素养和高尚的人文精神，能熟练地运用线上教学平台，同时具备较丰富的教学经验。 <b>2. 教学设施：</b> 具备理实一体化的多功能教室、小组讨论活动室。 <b>3. 教学方法：</b> 教学过程以讲座为主要形式，深入浅出地介绍大学及大学生活与学习，利用实际案例引入提高学生学习兴趣，促使大学生尽快适应大学生活和大学学习，促进大学生人际交往能力的提高和角色转变，促进大学生尽快熟悉大学管理制度，培养他们良好的组织纪律性和生活自理能力。 <b>4. 思政育人：</b> 通过入学教育，让学生了解校史校规，激发学生爱国爱校的集体主义观念，提高大学生的人文素养，开创高校新生入学教育工作新局面。		

## 15. 《国家安全教育》

课程代码	25G020009	课程性质	公共必修课
开设学期	第 1 学期	总学时	16

理论学时	16	实践学时	0
周学时	1	教学周数	8
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<b>1. 素质目标</b> (1) 重点围绕理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观； (2) 培养学生素质，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础。		
	<b>2. 知识目标</b> (1) 系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质； (2) 理解中国特色国家安全体系； (3) 树立国家安全底线思维，强化责任担当。		
课程内容	<b>3. 能力目标</b> (1) 全面增强大学生的国家安全意识； (2) 将国家安全意识转化为自觉行动； (3) 提升维护国家安全能力。		
	(1) 总体国家安全观；(2) 政治安全；(3) 国土安全 (4) 军事安全；(5) 经济安全；(6) 文化安全； (7) 社会安全；(8) 科技安全；(9) 网络安全； (10) 生态安全；(11) 资源安全；(12) 核安全； (13) 海外利益安全；(14) 新型领域安全。		
教学要求	<b>1. 教师要求：</b> 具有较扎实的理论知识，责任感强、团结协作精神好；要与时俱进，努力提高自己的政治、业务素养；学校应当有目的、有计划地安排教师定期接受教育培训，不断完善他们的知识结构、能力结构，逐步提高学历水平，从而提高师资队伍的整体水平，以适应高职高专国家安全教育发展的需要。		
	<b>2. 教学方法：</b> 一方面使用传统的讲授形式对学生进行基本知识的教育，另一方面积极尝试使用探究式、引导式等教学方法有目的地引领学生对相关问题进行准备、思考和课堂交流，在此过程中培养其独立思考和团队协作的能力，而在对问题的设计中又有针对性地牵引学生关注与国家安全相关的话题，在潜移默化中培养其爱国主义情感。		
	<b>3. 教学评价：</b> 期末考查*60%+平时考核*40%		
	<b>4. 思政育人：</b> 国家安全教育课程的思政效能，源于价值—知识—实践的三重螺旋结构：以价值引领树立底线思维，以知识融合打破认知盲区，以实践浸润强化责任担当。通过制度保障与战略视野拓展，课程不仅培养“知安”的理性认知，更塑造“护安”的行动自觉，最终实现思政育人的“入耳、入脑、入心”。		

## 16. 《AIGC 基础应用》

课程代码	24G100002	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 2 学期	授课学时	32
理论学时	16	实践学时	16
周学时	2	教学周数	16

课程学分	2	考核方式	考查
<b>课程目标</b>	了解人工智能生成内容（AIGC）的核心概念与技术体系，掌握 AIGC 工具的基础操作与应用逻辑，能够熟练运用主流 AIGC 平台完成文本、图像、音频等内容的生成与优化。理解 AIGC 技术架构（如生成对抗网络、大模型等），识别不同应用场景下的技术适配方案。能够结合行业需求设计简单的 AIGC 应用流程，解决内容生成中的常见问题（如提示词优化、模型调参等）；具备多模态内容生成能力，能根据实际需求选择合适的 AIGC 工具完成创意表达与功能实现。培养学生科技伦理意识，在内容生成中遵守知识产权与数据安全规范；激发创新思维与跨学科融合能力，关注 AIGC 技术对社会公平、文化传承等领域的影响；提升数字化时代的信息素养，形成理性使用 AIGC 工具的职业习惯。		
<b>课程内容</b>	基础部分内容包括 AIGC 技术起源与核心概念（人工智能生成内容定义、发展历程、技术分类）；基础技术原理（生成对抗网络 GANs、大型语言模型 LLMs、Transformer 架构等）；主流工具入门（文本生成工具如 ChatGPT、豆包，图像生成工具如 DALL-E、MidJourney）；提示词设计基础（角色设定、任务分解、格式规范）；伦理与安全基础（数据隐私保护、算法偏见识别、内容合规性审查）。 进阶部分内容包括多模态生成技术（文生图、图生文、视频生成基础）；大模型应用实践（微调模型、领域适配、API 调用）；行业场景应用（教育领域的智能教案生成、医疗领域的辅助诊断报告生成、电商领域的营销文案生成）；项目实战（完整 AIGC 应用流程设计，如“乡村农产品电商推广方案”：从产品描述生成到短视频制作全流程）；前沿趋势（AIGC 与元宇宙、数字孪生等技术的融合探索）。		
<b>教学要求</b>	采用“案例驱动教学法”，结合真实行业场景（如智能客服对话设计、非遗文化数字内容创作）拆解技术要点；推行“项目式学习”，以小组为单位完成从需求分析到成果展示的完整 AIGC 应用项目；重视伦理教育，在实践中融入数据安全、版权归属等案例讨论。课程考核采用“过程性考核（40%）+终结性考核（60%）”结合的方式。任课教师应具备计算机专业技术背景（如自然语言处理、机器学习等领域实践经验），熟悉主流工具的技术特性与行业应用案例；具备课程思政意识，能将科技伦理、社会责任感等素养目标融入教学案例；掌握数字化教学工具，能有效引导学生进行实践创新。		

## 17. 《岗位实习指导》

课程代码	24G000003	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 5 学期	总学时	16 学时
理论学时	16 学时	实践学时	0 学时
课程学分	1 学分	考核方式	考查
<b>课程目标</b>	引导学生正确认识岗位实习，了解岗位实习的整个过程，明确岗位实习的关键环节和努力方向，学会在岗位实习中保障自身的权益，帮助学生提前规划好实习期间的实习任务、实习目标，为岗位实习阶段的学习奠定良好的基础。		

<b>课程内容</b>	本课程教学内容包括认知立意、学情分析、筹划准备、过程管理、目标管理、平台建设、权益保障、考核评价。
<b>教学要求</b>	《高职学生岗位实习指导》采用模块式教学模式，课程团队成员应具有一定的实习管理教学经验。学习评价突出以课堂出勤、课堂表现、岗位实习规划等为主的过程考核，过程考核在总评成绩中占比达 60%。

## 18. 《信息技术》

<b>课程代码</b>	24G100001	<b>课程性质</b>	公共必修课程
<b>开设学期</b>	第 1 学期	<b>授课学时</b>	48
<b>理论学时</b>	32	<b>实践学时</b>	16
<b>周学时</b>	3	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	3	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 培养信息意识、树立信息安全观。</p> <p>(2) 理解信息社会特征，树立正确的信息社会价值观和责任感。</p> <p>(3) 遵循信息社会规范，形成健康的信息行为。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 掌握信息技术基本概念、基础知识。</p> <p>(2) 掌握常用的操作系统、工具软件和信息化办公技术。</p> <p>(3) 了解云计算、大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术及发展趋势。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 培养信息思维，具备支撑专业学习的信息能力。</p> <p>(2) 能在日常生活、学习和工作中运用信息技术解决实践问题。</p>		
<b>课程内容</b>	本课程教学内容包括计算机基础知识、操作系统应用、文字处理、电子表格处理、演示文稿制作、计算机网络及应用、信息检索、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任。		
<b>教学要求</b>	<p><b>1. 教师要求：</b>本课程主讲教师应自觉践行社会主义核心价值观，有崇高的职业理想和高尚的道德境界，爱岗敬业、努力进取，不断提升自身政治素质、道德素质和业务素质。由计算机专业本科及以上学历、信息化应用能力强的老师担任。</p> <p><b>2. 教学设施：</b>具备理实一体化的多功能教室、多媒体机房 8 间和网络教学软件。</p> <p><b>3. 教学方法：</b>建议开展理实一体化教学，着重培养信息技术实际操作能力；采用项目驱动、案例（任务）驱动、讲练结合等教学方法，提升课堂教学效率；利用《信息技术》在线课程资源，采用线上线下混合式教学模式，拓宽教学时空。</p> <p><b>4. 教学评价：</b>本课程实行过程性考核和终结性考核相结合、理论与实践相结合的考核评价方式；过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%；终结性</p>		

考核分为理论考核（30%）和实践考核（40%）。
<b>5. 思政育人：</b> 落实立德树人根本任务，贯彻课程思政要求，使学生在纷繁复杂的信息社会环境中能站稳立场、明辨是非、行为自律、知晓责任。

## （二）公共基础限选课

### 1. 《中华优秀传统文化》

课程代码	25G020017	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第1学期	总学时	16
理论学时	12	实践学时	4
周学时	1	教学周数	16
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 培养学生对传统文化的热爱崇敬之情，增强学生的民族自尊心、自信心、自豪感。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解并传承中国传统文化的基本精神，领会中国传统哲学、文学、艺术、科技等方面的文化精髓。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 掌握吸收传统文化的智慧，感悟传统文化的精神内涵，养成学习传统文化的良好习惯。</p>		
课程内容	<p>本课程将传统文化培养与综合职业能力提升相结合，帮助学生深入了解中国博大精深的传统文化，领略传统文化的魅力，解读传统文化的精髓，从中获得人生的启迪。教学中遵循“注重传承、充实底蕴”的原则，精读多读，重在培养学生的文化素养和综合职业能力，引领学生形成高尚的道德情操、正确的价值取向。</p>		
教学要求	<p><b>1. 教师要求：</b>熟悉教材，明确培养目标和教学要求，了解学生所学专业的特点及所授课程在人培方案中的地位，处理好所授课程与先修课程、后续课程之间的衔接，合理组织教学内容，制定出适宜的授课计划。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>启发式、讨论式、探究式等多种方法相结合。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>本课程考核采取线上与线下相结合、过程评价与终结评价相结合，过程评价占总成绩40%，终结评价占总成绩60%（期末考试60%），注重过程性与学习性投入、强调参与度评价权重，促进自主性与协作式学习。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>充分利用各类教学资源，进行理想信念教育、爱国主义教育、道德品质教育，倡导人文情怀，传承优秀历史文化传统，弘扬正确的理想信念，扬美抑恶。</p>		

### 2. 《中国共产党党史》

课程代码	24X010005	课程性质	公共限定选修课
开设学期	第2学期	总学时	16
理论学时	16	实践学时	0

周学时	3	教学周数	6
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 深刻认识红色政权来之不易、新中国来之不易、中国特色社会主义来之不易，深刻认识和理解马克思主义为什么行、中国共产党为什么能、中国特色社会主义为什么好，做到知史爱党、知史爱国，坚定永远跟党走理想信念；</p> <p>(2) 牢记党的初心使命，传承红色基因，弘扬伟大建党精神，努力做到学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行；</p> <p>(3) 厚植爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入到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，勇担民族复兴的时代重任。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 了解中国共产党百年奋斗的光辉历程和伟大成就；</p> <p>(2) 了解党的重大事件、重要会议、重要文件、重要人物，深刻铭记中国共产党为国家和民族作出的伟大贡献；</p> <p>(3) 了解中国共产党成功推进革命、建设、改革的宝贵经验；</p> <p>(4) 了解和把握中国共产党的伟大建党精神和精神谱系。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 提高学生的政治判断能力。</p> <p>(2) 提高学生对党的历史事件的理解力。</p> <p>(3) 提高学生对历史虚无主义的辨析能力。</p> <p>(4) 提高学生对党的路线、方针、政策的执行能力。</p>		
课程内容	<p>本课程全面阐述中国共产党领导中国人民在新民主主义革命时期完成的救国大业、在社会主义革命和社会主义建设时期完成的兴国大业、在改革开放和社会主义现代化建设新时期推进的富国大业、在中国特色社会主义新时代推进并将在本世纪中叶实现的强国大业；深刻阐释红色政权来之不易、新中国来之不易、中国特色社会主义来之不易；引导学生知史爱党、知史爱国，自觉肩负时代发展重任，积极投身全面建成社会主义现代化强国和实现中华民族伟大复兴中国梦的伟大实践。</p>		
教学要求	<p>(1) 全面落实立德树人根本任务，围绕培养什么样的人、怎样培养人、为谁培养人的教育根本问题，遵循学生思想政治教育基本规律，通过对学生开展党情、党史教育，实现为党育人、为国育才的教育目标。</p> <p>(2) 教师应具有坚定的政治立场、高尚的道德情操和较为深厚的党史知识储备，宽广的历史视野和较为深厚的马克思主义理论功底，遵守高校教师职业道德规范。</p> <p>(3) 综合运用多种教学方法，如启发式教学、问题链和任务驱动式教学、小组讨论式教学、沉浸式体验教学等，引导学生自主和研究性学习，帮助学生将理论与实践相结合，做到知行合一。</p> <p>(4) 采用《知史爱党 知史爱国——中共党史实践教程》（大学生版）教材。</p> <p>5. 本课程实行过程性和终结性相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>		

### 3. 《大学语文》

课程代码	25G020001	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第2学期	总学时	32
理论学时	24	实践学时	8
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 汲取仁人志士的智慧、襟怀和品质,具有仁爱、孝悌、向善、进取的人文情怀,树立正确的世界观、人生观、价值观。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 学习古今中外的名家名作,了解文化的多样性、丰富性,建立宏观的文学史体系,了解并继承中华民族的优秀文化传统。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 具有较高的审美鉴赏能力,能够运用文学知识阅读、欣赏文章与作品,能够正确描述、评价文学现象,准确抒发对自然、社会、人生的感受。</p>		
课程内容	<p>本课程是高职高专各专业必修的一门公共基础课程,也是传承文化,培养学生语文素养和应用能力的一门文化基础课程,课程以听、说、读、写为基本载体,融思想性、知识性、审美性、人文性和趣味性于一体,是中国传统文化为主体的文化与文学的主要载体之一,凝聚着深厚的人文精神与科学精神。</p>		
教学要求	<p><b>1. 教师要求:</b> 熟悉教材,明确培养目标和教学要求,了解学生所学专业的特点及所授课程在人培方案中的地位,处理好所授课程与先修课程、后续课程之间的衔接,合理组织教学内容,制定出适宜的授课计划。</p> <p><b>2. 教学方法:</b> 启发式、讨论式、探究式等多种方法相结合。</p> <p><b>3. 教学评价:</b> 本课程考核采取线上与线下相结合、过程评价与终结评价相结合,过程评价占总成绩40%,终结评价占总成绩60%(期末考试60%),注重过程性与学习性投入、强调参与度评价权重,促进自主性与协作式学习。</p> <p><b>4. 思政育人:</b> 充分利用古今中外文质兼美的名篇佳作,倡导人文情怀,传承优秀历史文化传统,弘扬正确的理想信念,扬美抑恶。</p>		

### 4. 《高等数学》

课程代码	24G020007	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第1学期	总学时	32
理论学时	28	实践学时	4
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标:</b> 提高学生抽象思维、逻辑思维及运算能力,逐步使学生学会用定性与定量相结合的方法处理生活中或工作中所遇到的简单的经济问题。</p> <p><b>2. 知识目标:</b> 通过本课程的学习,为学习金融服务与管理学科各专业的后继课程和今后工作需要打下必要的数学基础。</p> <p><b>3. 能力目标:</b> 初步认识极限的思想和方法以;初步了解具体与抽象、特殊与</p>		

	一般、有限与无限等辩证关系；初步掌握微积分的基础知识、基础理论和基本技能，建立变量的思想，形成辩证唯物主义的观点，运用变量数学方法解决简单实际问题的初步训练。
<b>课程内容</b>	本课程教学内容包括函数、极限、导数与微分、积分、线性代数和概率统计等基础知识。
<b>教学要求</b>	<p>理解常量变量及函数的概念，了解初等函数和分段函数的概念。掌握函数求定义域、值域的方法，掌握将复合函数和分段函数的概念。</p> <p>知道极限的概念，会求简单的根限。</p> <p>理解导数的概念，会求曲线的切线，掌握求导的方法（导数的基本公式、运算法则、复合函数的求导法则）；了解微分的概念，掌握求微分的方法；会求一、二阶导数和偏导数；掌握导数的应用（判断函数单调性、求极值）；了解边际及弹性概念，掌握求经济函数边际和边际值的方法以，掌握求需求弹性的方法。</p> <p>理解原函数与不定积分的概念，了解定积分的概念。掌握积分基本公式，会用基本公式及换元积分法，分部积分法求积分。</p> <p>理解总体、样本、均值、方差与标准差，加权平均数、几何平均数的概念，了解作直方图的方法；了解概率及事件独立性的概念，会做事件简单的运算；</p> <p>矩阵的概念、阵运算、矩阵的逆、矩阵的秩、线性方程组、矩阵代数应用举例。</p> <p>考核评价：本课程的考核方式为考查，其中平时总成绩 40%，期末考核占 60%。重点考基本概念、理论、方法及其应用。</p>

## 5. 《健康教育》

<b>课程代码</b>	24X060007	<b>课程性质</b>	公共限定选修课程
<b>开设学期</b>	第 3 学期	<b>总学时</b>	16 学时
<b>理论学时</b>	12 学时	<b>实践学时</b>	4 学时
<b>周学时</b>	1	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	1 学分	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<p>1. 知识目标：</p> <p>1、掌握健康教育的基本理论、基本知识和基本方法以及健康教育项目的设计、执行、评价的基本过程。</p> <p>2、掌握卫生保健知识，增强健康意识，选择健康的生活方式，养成良好的卫生习惯，提高自我保健能力。</p> <p>2. 能力目标：</p> <p>1、具有初步运用健康教育学理论和方法的能力。</p> <p>2、具有初步的计划并管理健康教育与健康促进项目的能力。</p> <p>3. 素质目标：</p> <p>1、培养学生刻苦勤奋、严谨求实的学习态度，学会关心、爱护、尊重病人。</p> <p>2、养成良好的职业素质和细心严谨的工作作风。</p>		

<b>课程内容</b>	本课程教学内容包括健康教育和健康促进的概念，健康教育的意义，健康教育工作的步骤和发展历史；人类行为及健康相关行为理论，传播和健康传播的概念，人际传播、群体传播和大众传播的特点、形式及基本技巧；重要场所和重点人群的健康教育，突发公共卫生事件应对中的健康教育概述、目标、任务及健康教育的方法与评价等。
<b>教学要求</b>	1、教学过程中主讲教师依据教学条件，采用案例教学法、情景教学法、问题启发式等教学方法，能合理应用智慧职教平台及其他网络优质教学资源，开展线上线下混合式教学，引导和激发学生应用资源库自主学习。 2、本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。

## 6. 《地方文化》

课程代码	24X120116	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第 3 学期	总学时	16
理论学时	8	实践学时	8
周学时	2	教学周数	8
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p>1. <b>素质目标：</b>培养理解、宽容、谦逊、诚恳的待人态度，尊重地方民族宗教世俗信仰、民族服饰、饮食特点、社交礼仪和传统节日，在诚信、共赢等前提下努力主动追求著名度、美誉度、友好度的统一。</p> <p>2. <b>知识目标：</b>(1)掌握中国文化主要概念、地方民俗特点的基本知识、地方民俗文化研究的主要理论方法(2)掌握中国各民族服饰民俗、饮食民俗、居住民俗、人生仪礼民俗、节日民俗、游艺民俗、宗教信仰民俗、禁忌民俗等。</p> <p>3. <b>能力目标：</b>(1)培养具备了解各类民俗知识能力，能够熟知和理解各类民俗现象的表现，并对此做出准确判断与分析区别。(2)能利用民族民俗相关知识进行传统人文文化产品开发，具有人文市场拓展能力。(3)培养具备研究各类民俗资源所需的收集信息、查阅资料、逻辑思维及创新的能力。</p>		
课程内容	<p>本课程主要介绍具有代表性的中国民族宗教世俗信仰、民族服饰、饮食特点、社交礼仪和传统节日。通过本课程的学习，使学生了解和认识中国民族丰富多彩的民俗现象，提高学生的人文品位，培养学生的文化情趣和民族自豪感，增强学生对各类民族民俗的认识能力和开发、挖掘能力。本课程为学生了解中国民族宗教世俗信仰、民族服饰、饮食特点、社交礼仪和传统节日打下深厚的知识与理论基础。</p>		
教学要求	<p>本课程在教学过程中，要充分利用现代教学手段，不断改进教学方式，在课堂教学中，提倡师生之间的良性互动，本课程采用角色扮演，质疑激思等案例分析、任务驱动等教学方式。具体操作方法如下</p> <p>(1)角色扮演：针对学生已经掌握了相关导游知识的情况，在教师讲解完主要的景点之后，教师安排学生扮演导游的角色，设身处地的分析与解决所面临的问题，学生从所扮演的角色出发，运用所学的知识自主分析与决策，以提高学生实际决策的技能</p> <p>(2)质疑激思：在教学中想方设法让学生“多思”。每一知识点学习后，</p>		

	<p>由学生提出疑问，再由学生回答，如果学生不能正确回答问题，则由主讲教师通过启发式教学方式给出学生正确答案。</p> <p>(3) 案例分析：案例分析教学是本课程的主要教学方式，强调了学生自学能力、资料收集能力、团队合作能力以及自我展现能力的培养。</p> <p>(4) 任务驱动：下达学习任务书，将学习目标分解，让学生在一个个小的任务基础上掌握课堂内容的学习，体会学习成功的快感和学习带来的乐趣。</p> <p>(5) 课堂讨论：课堂上布置问题，学生分组讨论，培养学生的合作学习能力和自学能力，在讨论过程中锻炼口语表达能力、深入分析问题的能力和解决问题的能力。</p> <p>本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 40%，终结性考核成绩占 60%。</p>
--	---

## 7. 《职业素养》

课程代码	24X080609	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第 1 学期	总学时	32 学时
理论学时	22 学时	实践学时	10 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查
课程目标	<p><b>(一) 知识目标：</b> 熟知职业素养的基本要求及其构成要素，了解职业形象塑造提升的方法，知晓职场时间和情绪管理的技巧，掌握职场责任意识、团队协作、职场智慧的基本要素和要求。</p> <p><b>(二) 能力目标：</b> 在求职和就业过程中，能体现良好的职业素养，展现职场工作智慧，以得体的职业形象，良好的自我管理能力、责任担当意识和团队协作能力，提升职场竞争力。</p> <p><b>(三) 素质目标：</b> 引导和培养树立树立正确的职业价值观和职业道德，发扬良好的职业作风，养成正确的职业习惯，掌握通用职业技能，提升就业能力，快速适应职场。</p>		
课程内容	本课程内容包括职业素养概述，职业意识与职业道德培养，职业适应与自我管理，职业形象塑造，职业作风培养，职业能力提升，职业行为习惯养成，通用职业技能提升。		
教学要求	本课程教学方式方法：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，提升学生的职业素养。主要教学场所为多媒体教室，教学方式和手段为讲授、多媒体音频和视频分享、实践活动组织和开展等。考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤等）实践作业考核（20%）。		

### （三）公共基础任选课

#### 1. 《公共关系与礼仪》

课程代码	25G020008	课程性质	公共选修课程
------	-----------	------	--------

开设学期	第3学期	总学时	16
理论学时	12	实践学时	4
周学时	1	教学周数	16
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 培养理解、宽容、谦逊、诚恳的待人态度，与人为善、庄重大方、谈吐文雅、讲究礼貌的行为举止，在诚信、共赢等前提下努力主动追求著名度、美誉度、友好度的统一。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 掌握公共关系工作的基本工作程序，掌握一般的社交礼仪规范。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 培养学生的基本公关素质和公关能力，合乎礼仪规范的，礼仪程序的言谈举止，提高学生的社会交际能力。</p>		
课程内容	本课程在坚持“理论够用、适度”的原则上，注重通过训练让学生养成良好的礼仪习惯，使学生具备基本的礼仪素养，掌握各类礼仪的基本技巧、规范及操作方法，为今后的职业生涯打下良好的基础。		
教学要求	<p><b>1. 教师要求：</b>熟悉教材，明确培养目标和教学要求，了解学生所学专业的特点及所授课程在人培方案中的地位，处理好所授课程与先修课程、后续课程之间的衔接，合理组织教学内容，制定出适宜的授课计划。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>启发式、讨论式、探究式等多种方法相结合。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>本课程考核采取线上与线下相结合、过程评价与终结评价相结合，过程评价占总成绩40%，终结评价占总成绩60%（期末考试60%），注重过程性与学习性投入、强调参与度评价权重，促进自主性与协作式学习。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>充分利用教学案例，以案例为突破口，进行理想信念教育、爱国主义教育、道德品质教育，倡导人文情怀，传承优秀历史文化传统，弘扬正确的理想信念，扬美抑恶。</p>		

## 2. 《演讲与口才》

课程代码	25G020014	课程性质	公共选修课程
开设学期	第3学期	总学时	16
理论学时	12	实践学时	4
周学时	1	教学周数	16
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 培养学生乐观自信的自我认知习惯、思辨习惯，正确的价值观和良好的团队合作精神。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解并掌握演讲的本质和特征，认识演讲的重要地位和作用，掌握可行的适合自己的演讲学习方法。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p>		

	掌握并运用有声语言咬字吐词、运气发声的技巧以及演讲态势语言表情、眼神、手势、身姿技巧。
<b>课程内容</b>	本课程是在相关理论指导下，综合运用诸多学科，培养学生在从事工作过程中口语运用能力的实践性很强的课程。课程以理论教学为基础，重点加强实践教学，以学生听、读、说、评、练为核心，提高学生的演讲水平，培养学生的心理素质，锻炼学生的口才，塑造大学生自身的公关形象，以应对现代社会生活、工作中的交际、求职、应聘与自我推销。
<b>教学要求</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. 教师要求：</b>熟悉教材，明确培养目标和教学要求，了解学生所学专业的特点及所授课程在人培方案中的地位，处理好所授课程与先修课程、后续课程之间的衔接，合理组织教学内容，制定出适宜的授课计划。</li> <li><b>2. 教学方法：</b>启发式、讨论式、探究式等多种方法相结合。</li> <li><b>3. 教学评价：</b>本课程考核采取线上与线下相结合、过程评价与终结评价相结合，过程评价占总成绩 40%，终结评价占总成绩 60%（期末考试 60%），注重过程性与学习性投入、强调参与度评价权重，促进自主性与协作式学习。</li> <li><b>4. 思政育人：</b>充分利用古今中外文质兼美的名篇佳作，倡导人文情怀，传承优秀历史文化传统，弘扬正确的理想信念，扬美抑恶。</li> </ol>

### 3. 《普通话》

<b>课程代码</b>	25G020010	<b>课程性质</b>	公共选修课程
<b>开设学期</b>	第 3 学期	<b>总学时</b>	16
<b>理论学时</b>	12	<b>实践学时</b>	4
<b>周学时</b>	1	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	1	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. 素质目标</b> 教育学生热爱祖国的语言，积极主动地宣传贯彻国家语言文字工作的方针政策。</li> <li><b>2. 知识目标</b> 了解国家推广普通话的方针、政策，掌握普通话的声、韵、调，熟练掌握各种朗读技巧、说话技艺。</li> <li><b>3. 能力目标</b> 掌握普通话语流音变的基本规律，能使用准确或较准确的普通话朗读一般作品与进行口语交际。</li> </ol>		
<b>课程内容</b>	本课程是培养学生职业综合能力的公共基础课程，通过本课程学习增强高职大学生职业语言素养，更好地适应现代市场经济对人才职业口语的高标准要求，增强职业竞争能力，使学生在社会生活实践与日后的职业生涯中，树立良好的职业形象，展现良好的人际沟通能力。		
<b>教学要求</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. 教师要求：</b>熟悉教材，明确培养目标和教学要求，了解学生所学专业的特点及所授课程在人培方案中的地位，处理好所授课程与先修课程、后续课程之间的衔接，合理组织教学内容，制定出适宜的授课计划。</li> <li><b>2. 教学方法：</b>启发式、讨论式、探究式等多种方法相结合。</li> <li><b>3. 教学评价：</b>本课程考核采取线上与线下相结合、过程评价与终结评价相结合，过程评价占总成绩 40%，终结评价占总成绩 60%（期末考试 60%），注重</li> </ol>		

过程性与学习性投入、强调参与度评价权重，促进自主性与协作式学习。

**4. 思政育人：**充分利用古今中外文质兼美的名篇佳作，倡导人文情怀，传承优秀历史文化传统，弘扬正确的理想信念，扬美抑恶。

## 二、专业课程

### (一) 专业基础课程

#### 1. 《经济学基础》

课程代码	24Z080801	课程性质	专业基础课程
开设学期	第 1 学期	总学时	32
理论学时	22	实践学时	10
周学时	3	教学周数	11
课程学分	2	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具备市场意识和责任意识； 具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；具有不畏艰辛、吃苦耐劳的品质等。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 掌握经济学的基本理论和主要研究内容； 经济学专业术语和基本原理； 对简单经济学现象做出正确分析和预测； 基本了解宏观经济学的相关内容。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 能够运用营销类专业知识和技能服务； 对市场供求发展趋势做出科学合理的预测； 具备能够运用辩证思维方法、数理逻辑思维方法以及实证分析方法解决问题。</p>		
课程内容	<p>本课程教学内容包括宏观、微观经济学的基本假定；影响价格的需求与供给因素，市场均衡理论的概念、原理与应用；弹性理论；消费者偏好，基数效用论与序数效用论理论，无差异曲线和预算约束线原理及其应用，消费者均衡理论，效用理论的应用；生产要素和生产函数的概念，短期总产量、平均产量和边际产量函数及其关系，长期生产函数的内涵，短期成本函数和长期成本函数，生产要素的最优组合原理及其应用；划分市场结构的标准及市场结构的类型，完全竞争市场的需求曲线，完全竞争厂商的收益曲线，完全竞争市场的均衡条件；不完全竞争市场的类型，垄断厂商的价格歧视，寡头垄断理论；要素理论；市场失灵的原因，外部性的分类及特点，纠正外部性的方法，公共物品的特点、分类和供给。</p>		
教学	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构</p>		

<b>要求</b>	建真实、开放、交互、合作的教學環境，將抽象的問題具體化、形象化將理論分析與應用相結合，通過實際應用，培養學生的創新意識，提高學生的學習興趣和樂趣，將學生由被動接收知識轉為在老師指導下的主動學習，讓學生學中做和做中學，容“教、學、做”為一體。為培養學生獨立思考和自主創新能力，教學中始終堅持啟發式教學原則，通過各種不同的方式來激發學生主動思維，發現問題，提出問題，並逐步學會解決問題。本課程的教材使用按照《職業院校教材管理辦法》的規定執行，原則上選用國家規畫教材、國家級優秀教材、省級優秀教材等高職規畫教材。本課程考核實行過程性考核和終結性考核相結合的考核評價方式，過程性考核成績占 30%，終結性考核成績占 70%。
-----------	--

## 2. 《商品拍攝與素材處理》

課程代碼	24Z080802	課程性質	專業基礎課程
開設學期	第 1 學期	總學時	48
理論學時	10	實踐學時	38
周學時	4	教學周數	12
課程學分	3	考核方式	考試
課程目標	<p><b>1. 素質目標</b></p> <p>具備基本的視覺設計素養，認識視覺營銷在電商生態中的重要性；                      樹立繼續學習和可持續發展的意識；                      具備觀察力、表現力和審美意識；                      具備良好的團隊合作、溝通意識；                      培養學生學習自主性、創造性和成就感，發展職業能力，提高學生的就業競爭力和綜合素質。</p> <p><b>2. 知識目標</b></p> <p>熟悉數碼相機及手機拍攝圖片的基礎知識；                      了解搭建不同拍攝場景、不同品類商品拍攝的的基本要求；                      學習商業攝影中的布光技巧、光影布局、構圖法則；                      了解色彩心理學在電商視覺中的應用，提升拍攝商品圖的美感和質感；                      熟悉 Photoshop 工作環境；理解工具箱內工具的作用和常用控制面板的功能；                      理解色彩的基本概念和色彩調整的知識；                      掌握基礎的圖形、文字、色彩的排版與運用；                      掌握 Photoshop 中圖片的輸出、打印的基本處理知識；                      熟悉特定主題、產品或服務圖片的設計與製作。</p> <p><b>3. 能力目標</b></p> <p>能熟练操作專業攝像器材，完成高質感的產品靜態圖片的拍攝；                      能運用 Photoshop 等工具對圖片進行精修、調色；</p>		

	能运用 Photoshop 等工具制作主图、详情页、海报等； 能根据不同平台（抖音、淘宝、小红书、拼多多等）对视觉素材的要求，调整尺寸、排版； 能根据产品定位和卖点，确定拍摄风格、设计拍摄场景； 能根据任务目标，安排拍摄流程，进行角色分工。
<b>课程内容</b>	模块一：认识电商视觉营销 视觉营销在电商中的重要性；主流电商平台的图片/视频规格与审核规则；提高点击率与转化率的视觉要素分析； 模块二：商品拍摄 商品拍摄技巧和方法，包括档位、曝光、白平衡、对焦、镜头等；灯光设备的认识与搭建； 模块三：图片编辑 运用 Photoshop 等编辑软件实现图片编辑；电商平台的素材要求和规范，包括图片分辨率、压缩比等；案例分析和实战演练，帮助学生深入理解商品拍摄和素材编辑的知识和技巧。
<b>教学要求</b>	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。以调动学生的积极性为核心，由以教师为中心转为以学生为中心。以引导学生树立正确的审美观念，倡导创意和美感相结合的视觉表达方式；培养学生的法律意识和诚信意识，加强其对职业道德的认知等内容；任课教师具有摄影或相关领域的专业背景，具备扎实的理论基础和实践经验；具有较强的教学能力和课堂管理经验，能够灵活运用多种教学方法从以教师教为主转变为以学生学为主；从以学生听为主转变为以学生练为主，积极采用参与式、互动式、体验式等的现代教学方式方法。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

### 3. 《文案策划与写作》

课程代码	24Z080803	课程性质	专业基础课程
开设学期	第 3 学期	总学时	48
理论学时	16	实践学时	32
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考试
<b>课程</b>	<b>1. 素质目标</b> 具备积极向上的文案表达与传播意识； 具备对流行文化、网络热梗、社会情绪的敏感度；		

<p><b>目 标</b></p>	<p>具备自主探究、开拓创新和分析判断的优质思维； 具备吃苦耐劳、爱岗敬业的职业精神； 具备良好的团队合作精神和交流沟通意识。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 认识直播电商文案的核心价值及品牌塑造中的核心作用； 熟悉直播电商类文案策划的基本流程； 熟悉直播电商类文案写作的基本框架； 了解文案写作与传播的相关法律法规； 熟悉微博、抖音等热门传播推广平台的基本写作原则和要求。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 能够把握好文案写作的基本语法、逻辑和语言风格； 能根据活动内容，进行直播预告、引流文案的撰写； 能根据产品的特征和卖点，进行直播脚本的撰写，包含直播开场、互动、逼单、转款等核心环节； 能根据产品撰写商品详情文案； 能根据不同平台的风格，撰写图文种草笔记类； 能进行短视频策划，撰写短视频拍摄脚本； 能根据活动，撰写营销活动海报文案。</p>
<p><b>课 程 内 容</b></p>	<p>直播电商文案概论；电商文案主题定位与前期分析；电商文案素材收集；电商文案的基本框架：标题、开头、正文、结尾、行动指令；电商文案策划流程：目标确定，用户与产品分析，卖点提炼，创意构思，撰写与打磨，发布与复盘；直播电商类文案策划的基本流程和写作框架；文案相关红线：禁用词、虚假宣传；平台社区规范与审核机制；直播预热与引流文案；直播脚本策划与写作；商品详情页文案写作；图文种草笔记写作；营销活动海报文案；短视频分镜头脚本撰写。</p>
<p><b>教 学 要 求</b></p>	<p>本课程授课授课在多媒体教室和实训室进行；采用情景模拟、案例教学、任务驱动展开教学，引导学生掌握吃透本课程理论知识与技能操作。通过灵活选择教学素材，将中华优秀传统文化和美德教育植入教学全程；要求执教教师具有本科以上学历，具有网络营销与直播电商、中文学、传播学等相关专业学习背景，并通过参加学术会议、进修、观摩和企业挂职锻炼等方式提高专业素养和实践能力。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>

#### 4. 《电子商务基础》

课程代码	24Z080804	课程性质	专业基础课程
开设学期	第 3 学期	总学时	32
理论学时	22	实践学时	10

周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考试
课程 目 标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>具有较高的信息技术素质，对网络环境能敏锐体察； 具备良好的团队协作能力与责任心； 具备诚实守信、遵纪守法的品德； 具备良好的人际交往能力； 具备发现问题、独立思考和解决问题的能力； 具备坚韧不拔的人生态度与奋斗精神。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>了解电子商务的概念及其发展历程，对应用现状和发展趋势有比较全面的认识； 了解电子商务的技术基础； 掌握电子商务的基本运作模式与主要盈利模式； 掌握电子商务交易中营销、平台、支付、物流等各个环节的内容及运作方式； 掌握电子商务活动中的诚信、安全、法律法规等问题。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>对国内外电子商务的发展史及重要事件有所了解； 能熟练使用互联网及常用工具； 熟悉网上银行、第三方支付工具等支付工具； 能使用目前流行的各种平台进行网上开店，并进行网店管理运营； 能熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。</p> <p>掌握各大主流电商平台的经营模式，了解其网站栏目、买家和卖家的工作流程(包括信息查询、推广、洽谈、合同签订、物流和支付等)，并能进行业务操作。</p>		
	课 程 内 容	<p>电子商务的基本概念；电子商务的运作模式(B2B、B2C、C2C、O2O等模式)，电子商务的技术基础(EDI技术、Internet技术)，网络营销(网络营销概述、网络营销常用方法和工具)，电子支付(概念、支付工具及特点、支付流程)，电子商务物流管理(物流概念、电子商务与物流的关系、物流配送中心)，移动电子商务，网店的开设(网上开店的基本知识、网店的打理与推广)等内容。。</p>	
教 学 要 求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材</p>		

等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
---

## 5. 《管理学基础》

课程代码	24Z080805	课程性质	专业基础课程
开设学期	第 2 学期	总学时	32
理论学时	22	实践学时	10
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考试

课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>积极融入课程育人，注重培养学生形成具有积极向上的心理素质；具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；</p> <p>具备认真、诚信、公义的责任感；</p> <p>具有热爱美、追求美、崇尚美的思想品格。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>了解管理学的流程、内容；</p> <p>掌握管理学的内容、方法和技巧；</p> <p>掌握管理学的要点和技巧。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>掌握管理学基本原理、工具和方法；</p> <p>树立现代管理的思想观念；</p> <p>培养管理者的能力，懂得运用管理学的基本原理、工具、方法和过程进行管理实践，为后续专业课程的学习和成为一名“运营基层管理人”打好基础。</p>
	<p><b>课程内容</b></p> <p>本课程主要讲述管理学概论(概念、原理、决策、组织文化等)、管理学的发展史及主流的理论和代表性观点，管理的四大基本职能(计划、组织、领导和控制)等内容，理论性与实践性较强的专业基础课程。</p>
<b>教学要求</b>	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析</p>

问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
--

## 6. 《商务数据分析及应用》

课程代码	24Z080806	课程性质	专业基础课程
开设学期	第 3 学期	总学时	32
理论学时	22	实践学时	10
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考试

课程 目 标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格；</p> <p>培养团队合作精神和合作交流意识，以及具备市场意识和责任意识；</p> <p>具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；</p> <p>具备“精益求精、追求完美”的工匠品质。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>掌握商务数据地应用与分析方法；</p> <p>从商务数据知识入手，掌握商务数据分析方法；</p> <p>针对网店运营地各个环节，对用户画像，市场行情，店铺运营，营销推广等方面可以熟练分析；</p> <p>能分析数据，并进行理解与运用，针对网店运营现状分析存在问题；</p> <p>根据数据分析地结果提出改善性对策。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>掌握商务数据分析的应用领域，驾驭数据数量解析分析的基本方法；</p> <p>掌握时间序列分析、数据挖掘、线性优化、整数优化、MonteCrlo 模拟、决策分析基本原理，应能将其应用于解决实际问题；</p> <p>了解 Excel 软件进行商务数量解析的运用方法，了解 Excel 插件 Analytics SolverPlatform 和 XLMiner 的运用，计算商务数量解析中的问题；</p> <p>能多人合作能够对来自各个领域的数据进行综合分析，给出详实的分析报告。</p>
	课程

<b>内 容</b>	客户数据分析、商品数据分析、广告与营销活动效果分析、店铺运营数据分析、营销推广数据分析等；数据分析方法与模型；数据可视化与报告撰写。
<b>教 学 要 求</b>	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

## （二）专业核心课程

### 1. 《新媒体运营》

课程代码	24Z080827	课程性质	专业核心课程
开设学期	第 3 学期	总学时	64
理论学时	32	实践学时	32
周学时	4	教学周数	16
课程学分	4	考核方式	考试
<b>课 程 目 标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                      积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格；                      培养团队精神和合作交流意识，以及不断创新的精神和爱岗敬业的精神；                      具备网络营销行业的基本职业道德，热爱直播工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规；                      培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维。</p> <p><b>2. 知识目标</b>                      了解有关新媒体基础知识；                      掌握新媒体用户定位、内容定位和平台定位的方法；                      掌握新媒体营销策划方案的撰写和展示；                      掌握新媒体营销图文广告、视频广告投放方面的知识；                      掌握微信、微博、APP 和社群营销等新媒体营销平台和类型的操作流程和营销技巧。                      掌握新媒体营销的数据分析方法。</p> <p><b>3. 能力目标</b>                      具备新媒体促销推广能力；</p>		

	能利用相关专业知识，进行新媒体平台内容策划； 具备新媒体图文、视频编辑能力； 能在网络、电商平台上进行新媒体营销； 具备新媒体数据分析与效果评估能力。
<b>课程内容</b>	新媒体营销认知及基础；新媒体营销策划；新媒体文案创作；新媒体图文内容设计与创作；新媒体视频内容设计与创作；自媒体平台操作流程；微信营销、微博营销、社群营销和其他新媒体营销平台创作流程；新媒体营销广告投放；新媒体数据分析。
<b>教学要求</b>	本课程授课主要在中多媒体教室和实训机房进行；要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；采用情景模拟、案例教学、任务驱动展开教学和线上线下混合教学模式，以学习性工作任务的载体，以职业通用能力为核心，体现职业性；各小组任务将创业教育全程植入课程，提升学生的创业意识和创业能力。担任本课程的老师应具备扎实的专业知识，有一定的新媒体运营实践经验，能够理论联系实际开展教学。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。

## 2. 《电商直播销售与运营》

课程代码	24Z080807	课程性质	专业核心课程
开设学期	第3学期	总学时	64
理论学时	32	实践学时	32
周学时	4	教学周数	16
课程学分	4	考核方式	考试
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                      培养正确的价值观和审美观，正确看待直播活动；                      培养合法合规的直播意识；                      培养心理承受能力、吃苦耐劳的精神和团队合作意识；                      培养“用户需求”至上的意识，锻炼与客户交流的职业素养；                      具备良好的口头表达、演示、沟通方面的综合素养。</p> <p><b>2. 知识目标</b>                      了解电商直播的基本原则、规则；                      掌握直播方案策划、直播间选品与组合策划知识；                      掌握直播销售平台操作、直播间的设计和搭建知识；                      掌握直播脚本策划、直播话术设计知识；                      掌握直播预热、直播间零售管理知识；                      掌握多平台直播销售知识。</p> <p><b>3. 能力目标</b>                      能根据具体直播要求进行直播策划、选品采购、直播间装修；                      能在不同平台进行直播销售；</p>		

	具备直播互动、直播间管理、直播控场能力； 掌握电商直播账号运营和客户沟通的基本技巧与方法； 具备直播信息收集、直播复盘和数据分析能力； 能使用 AI 辅助工具进行直播。
<b>课程内容</b>	模块一：电商直播的主播打造：主播个人素质，主播人设打造； 模块二：直播商品选品：直播商品的选品与采购； 模块三：直播销售：直播流程的设计，直播销售活动的展开，直播话术，直播复盘，直播客服； 模块四：直播运营：直播平台的选择和搭建，直播内容策划，直播营销推广； 模块五：直播数据分析：数据分析，复盘建议； 模块六：直播团队建设与管。
<b>教学要求</b>	本课程授课在多媒体教室和实训室进行；充分利用线上线下资源；能够用“以学生为中心”的教学理念，利用资源库，运用案例实务模拟法、直播实操教学法和线上线下混合式等教学方法；灵活选择教学素材，将地方经济特色产品融入实训任务中；担任本课程的主讲教师应具有优良的师德师风，本科以上学历、扎实的相关专业背景或较丰富的相关实践工作经验。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

### 3. 《网络推广》

<b>课程代码</b>	24Z080808	<b>课程性质</b>	专业核心课程
<b>开设学期</b>	第 4 学期	<b>总学时</b>	48
<b>理论学时</b>	32	<b>实践学时</b>	16
<b>周学时</b>	3	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	3	<b>考核方式</b>	考试
<b>课程目标</b>	1. 素质目标 树立社会主义核心价值观和正确的商科职业素养； 培养自主创新意识和团队协作意识 具有吃苦耐劳精神和社会责任感； 培养合法合规网络推广意识。 2. 知识目标 了解网络推广的基本内容，包括概念、分类及其发展趋势； 掌握网络推广内容策划与创作知识； 掌握网络短视频推广的设计知识； 掌握互联网新媒体推广知识； 了解各大搜索引擎竞价广告的规则； 掌握网络推广效果评估与数据分析知识。 4. 能力目标		

	掌握网络推广的基础知识和基本技能； 具备网络推广场景设计与搭建能力； 具备网络搜索引擎优化、搜索推广、信息流推广能力； 具备网络新媒体操作与营销能力； 具备互联网商务数据分析与效果评估能力。
<b>课程内容</b>	网络搜索引擎营销推广与信息流广告操作；网络推广方案的认识与策划；搜索引擎推广及其优化；社交软件推广、网络直播推广方法与策划；信息流推广、邮件推广、视频推广等其他推广渠道；网络推广效果评估、商务数据分析与应用。
<b>教学要求</b>	本课程授课在多媒体教室和实训室进行；充分利用线上线下资源；能够用“以学生为中心”的教学理念，利用资源库，运用案例实务模拟法、直播实操教学法和线上线下混合式等教学方法；灵活选择教学素材，将地方经济特色产品融入实训任务中；担任本课程的主讲教师应具有优良的师德师风，本科以上学历、扎实的相关专业背景或较丰富的相关工作经验。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。

#### 4. 《网络营销与渠道管理》

课程代码	24Z080809	课程性质	专业核心课程
开设学期	第3学期	总学时	48
理论学时	32	实践学时	16
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考试
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                      培养学生敬业爱岗、勇于进取的精神，积极乐观的心态，良好的人际交往能力；                      能够形成团队意识，具备团队分工合作、语言表达的能力；                      养成积极思考问题和主动学习的习惯；                      培养职业素养和职业道德。</p> <p><b>2. 知识目标</b>                      了解网络渠道的特点和优势；                      掌握网络渠道创建过程知识；                      掌握网络渠道维护的知识；                      掌握网络渠道管理和危机处理的知识。。</p> <p><b>3. 能力目标</b>                      能够制定和执行网络渠道运营策略；                      掌握网络渠道维护的方法和技巧；                      使用数据分析方法和工具的能力。</p>		

<b>课程内容</b>	网络渠道概述；网络渠道策略；网络渠道维护；数据分析与应用；营销推广；供应链管理；团队协作和沟通；危机处理与紧急公关；法律法规和职业道德
<b>教学要求</b>	本课程授课在多媒体教室和实训室进行；充分利用线上线下资源；能够用“以学生为中心”的教学理念，利用资源库，运用案例实务模拟法、直播实操教学法和线上线下混合式等教学方法；灵活选择教学素材，将地方经济特色产品融入实训任务中；担任本课程的主讲教师应具有优良的师德师风，本科以上学历、扎实的相关专业背景或较丰富的相关实践工作经验。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。

## 5. 《品牌策划与推广》

课程代码	24Z080810	课程性质	专业核心课程
开设学期	第4学期	总学时	64
理论学时	24	实践学时	40
周学时	4	教学周数	16
课程学分	4	考核方式	考试

<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                  积极融入课程育人，注重培养学生形成具有积极向上的心理素质；具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；                  具备认真、诚信、公义的责任感；                  具备一定的品牌管理意识和实践意识；                  具有一定的履行品牌管理的品质和具有团队协作精神。</p> <p><b>2. 知识目标</b>                  理解品牌基本概念、原则与流程；                  掌握品牌定位、核心价值与视觉识别系统；                  熟悉市场调研与竞品分析方法；                  了解品牌推广策略与线上线下活动策划；                  了解品牌营销伦理及相关法律法规。</p> <p><b>3. 能力目标</b>                  能运用工具进行市场环境分析；                  能设计基础的品牌视觉识别系统：品牌名称、广告标志、广告语等；                  掌握制定品牌推广策略和执行方案的方法；                  掌握品牌调研、打造品牌文化、塑造品牌个性的基本方法；</p>
-------------	---

	具备品牌战略设计的基本能力。
<b>课程内容</b>	模块一：品牌概念及理论基础； 模块二：品牌定位与设计：品牌定位、品牌个性、品牌建立、品牌形象塑造、品牌文化； 模块三：品牌营销策略：整合营销，线下推广，线上推广； 模块四：品牌管理与维护：品牌评估，品牌优化，品牌维护； 模块五：实战与案例。
<b>教学要求</b>	本课程在教学过程中将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。注重培养学生树立文化自信，增强学生的爱国主义情怀和民族自豪感，坚定爱国信念。引导学生从实际出发，实事求是，树立把消费者需求放在第一位的营销理念，兼顾经济效益和社会效益，实现知行合一。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。

## 6. 《客户服务与管理》

<b>课程代码</b>	24Z080811	<b>课程性质</b>	专业核心课程
<b>开设学期</b>	第4学期	<b>总学时</b>	64
<b>理论学时</b>	40	<b>实践学时</b>	24
<b>周学时</b>	4	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	4	<b>考核方式</b>	考试
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                      积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具有积极向上的心理素质；                      具备热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；                      具备一定的客户服务意识和实践意识；                      培养服务理念，具有较高的职业素养；                      具有一定的履行礼仪的品质。</p> <p><b>2. 知识目标</b>                      掌握客户服务的基础知识；                      熟悉完整的客户服务工作流程、技巧与方法，提升客户服务理念与技巧；                      能熟练运用标准的客户服务语言与商务礼仪，与客户进行良好沟通；                      具备良好的沟通能力；能通过电话、网络等方式对售后服务过程进行监督，保证售后服务质量；</p>		

	能及时受理客户投诉，有效解决客户投诉问题； 能做好客户回访、接待、提案等客户关系维护工作，确保客户满意度。 <b>3. 能力目标</b> 具备良好的沟通、表达能力； 具备售前咨询能力； 具备售中售后服务能力； 具备智能客服应用能力； 具备客户管理与关系建设、管理以及用户营销能力。
<b>课程内容</b>	客户需求分析；客户服务技巧；沟通技巧、呼入业务处理技能、呼出业务处理技能；客户服务管理；电话营销实务；电话营销管理；客户关系管理；网络客户服务。
<b>教学要求</b>	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，采取项目导向、任务驱动的教学方法，创设学习情境，通过任务布置、计划过程、实施过程、控制过程、评价过程 5 个教学环节，激发学生的思维。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、创新创业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

### （三）专业拓展课程

#### 1. 《短视频策划与制作》

<b>课程代码</b>	24Z080812	<b>课程性质</b>	专业拓展课程
<b>开设学期</b>	第 2 学期	<b>总学时</b>	64
<b>理论学时</b>	24	<b>实践学时</b>	40
<b>周学时</b>	4	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	4	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格； 培养团队合作精神和合作交流意识，以及具有热爱祖国的情怀和强烈的民族自豪感； 培养短视频敏感性，具有正确的审美观和良好的习惯。 <b>2. 知识目标</b> 熟悉短视频制作的基本流程和技巧；		

	掌握短视频的类型和格式； 掌握视频拍摄的拍摄技巧； 了解视频剪辑软件的基本使用流程； 掌握视频剪辑的一般原理和注意事项； 掌握短视频发布的法律和规范。 <b>3. 能力目标</b> 能够拍摄构图合理的视频； 能够根据需求制作各类型短视频； 能够熟练使用剪辑软件，运用视频编辑的基本知识完成各类短视频的编辑和制作； 能够针对需求修改制作的视频； 具备基础的短视频的策划、制作、推广能力。
<b>课程内容</b>	模块一：短视频的策划：脚本撰写，分镜头创作； 模块二：短视频的拍摄：视频画面拍摄技巧；视频画面镜头语言；团队协作拍摄短视频； 模块三：短视频的编辑：剪辑软件的认识，基本操作，字幕制作，转场，滤镜，音乐等； 模块四：短视频案例实战：产品短视频、广告短视频等； 模块五：短视频的发布和推广。
<b>教学要求</b>	本课程授课在多媒体教室以及摄影摄像室进行；用“以学生为中心”的教学理念，利资源库，运用案例模拟实务法、实操教学法和线上线下混合式等教学方法。同时融入“以赛促教”、“教赛结合”的形式，让学生掌握本课程知识与技法并灵活运用，培养学生学习自主性、创造性和成就感。通过任务的反复练习和优化，提升学生精益求精的工匠精神；担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称，有一定的拍摄理论基础并熟练使用相关剪辑软件。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等（如高等教育出版社）的高职规划教材，并配套开发文本资源、数字资源、教学设备资源和特色资源等课程资源。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

## 2. 《统计基础》

<b>课程代码</b>	24Z080813	<b>课程性质</b>	专业拓展课程
<b>开设学期</b>	第 4 学期	<b>总学时</b>	32
<b>理论学时</b>	10	<b>实践学时</b>	22
<b>周学时</b>	2	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考试
<b>课程目</b>	<b>1. 素质目标</b> 培养学生严谨的数据与逻辑思维； 培养学生树立统计职业意识；、		

<b>标</b>	培养学生良好职业道德、诚信品质。 <b>2. 知识目标</b> 掌握统计数据搜集； 设计统计调查方案和统计调查问卷； 能够进行统计调查结果的汇总工作； 对统计资料进行综合指标的计算及分析； 选择正确地抽样调查方式、抽取必要样本数量并用样本结果来推断总体的数量特征。 <b>3. 能力目标</b> 具有统较强的统计思维能力和敏锐的眼光； 能够对各种经济行为和经济活动进行独立思考和判断。
<b>课程 内容</b>	本课程教学主要包括统计数据的搜集、统计数据的整理和显示、规模和比率的度量、数据分布特征的描述、抽样推断与检验、相关与回归分析、时间序列分析。
<b>教学 要求</b>	本课程授课主要有多媒体实训机房进行；本课程主要采用项目教学、任务驱动、情景教学、案例教学等教学方法；通过项目实训，植入严谨务实的工匠精神教育以及数据安全责任意识教育；担任本课程的教师应该具备扎实的统计分析知识，能够理论联系实际，深入浅出的教学。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

### 3. 《营销与社交口才》

<b>课程代码</b>	24Z080814	<b>课程性质</b>	专业拓展课程
<b>开设学期</b>	第 4 学期	<b>总学时</b>	32
<b>理论学时</b>	10	<b>实践学时</b>	22
<b>周学时</b>	2	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考试
<b>课程 目标</b>	<b>1. 素质目标</b> 培养良好的口头表达能力； 培养演示、沟通方面的综合素养； 培养乐观积极自信的自我认知习惯和良好的为人处事习惯； 培养正确的价值观和良好的团队合作精神； 培养良好的思辨习惯； 培养良好的言语交际意识与习惯； <b>2. 知识目标</b> 了解言语交际的重要作用、基本原则、学习方法；理解言语交际必备的心理素质、思维素质、应变能力及倾听素养； 掌握口才表达思维、有声语言、态势语言、心理语言等口才表达的		

	<p>基本要素；</p> <p>重点掌握自我营销口才、直播营销口才、线下营销口才、社交营销口才等类型的表达方法与沟通技巧。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>能在特定的营销沟通场合，与不同交往对象，能自信、准确、清晰、流畅、贴切的表情达意；</p> <p>能正确使用有声语言、态势语言、心里语言等基本要素；</p> <p>掌握自我营销口才、直播营销口才、线下营销口才、社交营销口才和路演口才等多元主题口才的基本技巧与方法。</p>
课程内容	<p>口才表达思维；有声语言；态势语言；心理语言；自我营销口才实训；直播营销口才实训；线下营销口才实训；社交营销口才实训。</p>
教学要求	<p>本课程授课在多媒体教室或实训机房进行；能够用“以学生为中心”的教学理念，利用资源库，运用案例实务模拟法、直播实操教学法和线上线下混合式等教学方法。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>

#### 4. 《社群营销与私域运营》

课程代码	24Z080815	课程性质	专业拓展课程
开设学期	第 4 学期	总学时	32
理论学时	22	实践学时	10
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>树立“以用户为中心”的运营理念；</p> <p>树立诚信经营意识；</p> <p>具备良好的沟通能力和团队合作意识；</p> <p>培养对行业新动态、新平台、新玩法的好奇心和学习能力，锻炼试创新能力；</p> <p>培养良好的服务心态和心理承受能力。</p> <p><b>4. 知识目标</b></p> <p>了解典型的私域运营模型构成；</p> <p>了解社群营销与私域流量的内涵、价值；</p> <p>熟悉主流私域运营平台，如企业微信、个人微信、微信群、小程序、朋友圈的功能、规则；</p> <p>了解私域用户画像构建、社群分层管理、用户关系维护、内容规划、活动策划等方法；</p> <p><b>5. 能力目标</b></p>		

	能够根据任务目标，设计完整的私域运营流程与架构； 能够策划并撰写有价值、有吸引力的私域内容； 能够完成社群的日常运营与管理； 能够运用多种方式实现私域流量的商业转化； 能够收集并分析私域运营数据并进行优化。
<b>课程内容</b>	社群营销的概念；私域运营的平台规则；企业微信与个人微信的定位与选择；微信朋友圈、微信群、小程序、视频号等私域的功能、权限与运营规则；私域运营流程与架构；域用户画像构建、社群分层管理；私域运营的规划与实施，社群的日常运营与管理；社群与私域流量的运营数据收集及优化。
<b>教学要求</b>	本课程授课在多媒体教室或实训机房进行；能够用“以学生为中心”的教学理念，利用资源库，运用案例实务模拟法、直播实操教学法和线上线下混合式等教学方法。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

## 5. 《视觉设计与营销》

<b>课程代码</b>	24Z080816	<b>课程性质</b>	专业拓展课程
<b>开设学期</b>	第 3 学期	<b>总学时</b>	64
<b>理论学时</b>	24	<b>实践学时</b>	40
<b>周学时</b>	4	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	4	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b></p> 树立较好的视觉观察力和审美意识； 培养学生在学习过程中注意理论联系实际，能将艺术形式和内容达到完整统一的能力； 培养规范设计的职业规范意识与真实呈现商品视觉的职业诚信；培养学生职业自信与理解客户、团队成员需求的职业共情； 培育创新思考的习惯，优化创新意识。 <p><b>2. 知识目标</b></p> 了解视觉营销核心价值及其特点； 掌握掌握视觉设计基础原理； 了解主流电商平台的图片、视频的设计规范； 了解视觉设计的策划和实施流程 了解视觉优化的方法。 <p><b>3. 能力目标</b></p> 能熟练运用软件进行电商视觉素材的创作和处理； 能根据营销活动进行网店的视觉策划与布局； 能根据产品进行不同风格的直播间装修； 能将品牌的视觉识别系统融入网络营销的素材中，保证品牌视觉输		

	出的统一性； 能分析视觉素材的数据，并进行优化。
课程内容	<p>模块一：视觉营销原理：视觉营销的概念，演变与发展；平面构成原理，色彩心理学；字体学；排版原则，构图技巧；</p> <p>模块二：视觉素材创作：PS进阶技巧，电商主图、直通车图、详情页、活动海报等的设计与制作；</p> <p>模块三：直播与视觉设计：直播间视觉素材搭建，短视频视觉设计；</p> <p>模块四：品牌视觉设计：VI（品牌视觉识别系统）的认识；VI在电商中的应用与实践；</p> <p>模块五：视觉设计的数据及优化：电商数据指标认识：点击率、转化率、页面停留时长；视觉优化的方法。</p>
教学要求	<p>授课主要有多媒体实训机房进行；采用情景模拟、案例教学、任务驱动展开教学，同时融入“以赛促教”、“教赛结合”的形式，让学生掌握本课程知识与技法并灵活运用，培养学生学习自主性、创造性和成就感。通过任务的反复练习和优化，提升学生精益求精的工匠精神；担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称，有较扎实的设计理论基础并熟练使用相关设计软件；本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>

#### （四）综合实训课程

##### 1. 《第二课堂社会实践活动》

课程代码	课程性质	综合实训必修课程
课程学分	2 学分	
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 通过社会实践活动，为学生树立起创新创业和服务社会的正确意识，把良好的职业习惯与个人学习发展、社会发展相结合，培养正确的价值观。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解校园文化活动、各类竞赛活动，掌握创新创业、服务社会相关的法律法规和校纪校规，熟悉劳动精神与以及工匠精神的含义。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 具备日常社会实践、劳动实践、创新创业实践和一定的校园文化活动、技能竞赛的能力，掌握服务社会的基本规范，具备从事志愿者服务的能力。</p>	
课程内容	<p>本课程教学内容包括寒暑假社会实践、劳动实践、创新创业实践、校园文化活动、各类竞赛活动、志愿者服务及其他社会公益等，通过实践活动，培养学生的劳动自立意识和主动服务他人、服务社会的情怀。</p>	

<b>教学要求</b>	本课程为丰富大学生暑假生活，提高自身素质，积累社会经验而开设的一门综合实训课程；其教学场地可以是校园也可以是社会；教学方法是实践活动，考核评价以过程评价为主。
-------------	---

## 2. 《企业经营沙盘实训》

课程代码	24S080801	课程性质	综合实训必修课程
开设学期	第2学期	总学时	30
理论学时	0	实践学时	30
周学时	30	教学周数	1
课程学分	1	考核方式	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生具有较强的团队意识和协作能力；具有较强的学习能力、吃苦耐劳精神；具有成本意识、市场敏感性和营销意识和应变能力。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 重在培养学生营销分析与决策能力，在动态环境中与竞争对手经营博弈。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 培养学生分析市场信息、选择目标市场、制定广告策略、设计促销活动、采购与生产管理、控制现金流和资金预算等专业技能和实操能力通过学习和模拟企业运营，使学生具备分析和解决企业网络营销管理问题的能力，开拓创新思维、激发创业意识。</p>		
<b>课程内容</b>	<p>(1) 认识营销沙盘；</p> <p>(2) 模拟训练准备；</p> <p>(3) 沙盘实战模拟；</p> <p>(4) 解密沙盘经营</p>		
<b>教学要求</b>	<p>1. 条件要求：授课主要在实训机房进行；</p> <p>2. 教学方法：采用任务驱动法开展教学，以实景工作任务为载体，让学生掌握本专业知识与技法并灵活运用，培养学生学习自主性、创造性和成就感。通过任务的反复练习和优化，提升学生精益求精的工匠精神；</p> <p>3. 师资要求：担任本课程的老师应具备扎实的专业知识，有一定的网络营销实践经验，能够指导学生实训；</p> <p>4. 课程考核：运用角色扮演和岗位体验的教学方式，把学生分成多个小组，每组4人，每组模拟经营一家制造型企业，学生分别担当不同的角色，有总裁CEO、营销总监CSO、财务总监CFO、运营总监COO，完成3个会计年度的经营。由于各组学生决策不一样，每年的经营结果也就不一样，有的企业越做越好，有的企业可能面临破产，老师根据学生经营的结果，每年进行点评和分析。通过不同市场、不同时期的各种竞争策略的制定、调整、完善和实施，全面提升营销决策和管理能力。本课程</p>		

考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。
---

### 3. 《新媒体营销实训》

课程代码	24S080802	课程性质	综合实训必修课程
开设学期	第3学期	总学时	30
理论学时	0	实践学时	30
周学时	30	教学周数	1
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<b>1. 素质目标</b> 培养基本的网络营销与直播电商相关岗位职业素养； 培养学生客观公正、坚持原则、保守秘密、勤奋敬业、谨慎细致、务实高效、团结协作的职业态度； 培养学生具备独立分析问题和解决问题的意识。		
	<b>2. 知识目标</b> 掌握市场调研、信息采集及商务数据分析相关知识； 掌握新媒体运营相关知识技能； 掌握新媒体相关知识技能； 掌握客户服务与管理相关知识。		
课程内容	<b>3. 能力目标</b> 能独立完成客户服务与管理工作任务； 能独立完成新媒体活动方案撰写、活动策划与执行工作任务； 能独立完成新媒体运营及数据分析的工作任务。		
	实训案例一：特色农产品的新媒体运营； 实训案例二：地方旅游新媒体运营； 实训案例三：非物质文化遗产的新媒体运营； 实训案例四：老字号品牌转型的新媒体运营； 实训案例五：公共服务账号的新媒体运营。		
教学要求	1. 条件要求：授课主要在实训机房进行； 2. 教学方法：采用任务驱动法开展教学，以实景工作任务为载体，让学生掌握本专业知识与技法并灵活运用，培养学生学习自主性、创造性和成就感。通过任务的反复练习和优化，提升学生精益求精的工匠精神； 3. 师资要求：担任本课程的老师应具备扎实的专业知识，有一定的网络营销实践经验，能够指导学生实训； 4. 课程考核：采用“过程考核+终结性考核”的方式评定成绩。平时过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况、作业完成情况等评定，占总成绩的60%。		

#### 4. 《视觉营销实训》

课程代码	24S080803	课程性质	综合实训必修课程
开设学期	第4学期	总学时	30
理论学时	0	实践学时	30
周学时	30	教学周数	1
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>具备良好的创新意识和创意思维，能独立思考和解决问题的能力；</p> <p>具备良好的团队合作精神和沟通能力，能够与团队成员合作，共同完成项目任务；</p> <p>具备职业素养和社会责任感，能够遵守职业道德和规范，对工作负责，对团队负责。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>了解商品拍摄的基本概念和原则，包括布光、构图、拍摄角度等；</p> <p>熟悉常见商品的拍摄技巧和方法，如服装、珠宝、美妆等；</p> <p>掌握图片后期处理的基本工具和方法，如调色、修图、滤镜等；</p> <p>了解视频拍摄和编辑的基本流程和方法，包括镜头语言、剪辑、特效等；</p> <p>掌握短视频创作的基本知识，包括视频拍摄、剪辑、特效等方面的知识；</p> <p>掌握短视频运营的基本知识，包括平台运营、用户运营、内容运营等方面的知识；</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>具备商品拍摄的能力，能够运用不同的拍摄技巧和方法拍摄出精美的商品图片；</p> <p>培养创意思维和审美能力，能够根据不同商品的特点进行创意设计和表达；</p> <p>提高后期制作能力，能够运用不同的工具和方法进行图片和视频的后期处理；</p> <p>具备短视频创作的能力，包括视频拍摄、剪辑、特效等方面的能力；</p> <p>具备短视频运营的能力，包括平台运营、用户运营、内容运营等方面的能力；</p> <p>具备团队协作能力，能够与团队成员合作，共同完成项目任务；</p>		
	课程内容	实训案例一：农产品视觉营销； 实训案例二：服装产品视觉营销； 实训案例三：文具产品视觉营销； 实训案例四：食品产品视觉营销； 实训案例五：电器产品视觉营销。	
教学	<p>1. 条件要求：授课主要在实训机房进行；</p> <p>2. 教学方法：采用任务驱动法开展教学，以实景工作任务为载体，让学</p>		

<b>要求</b>	生掌握本专业知识与技法并灵活运用，培养学生学习自主性、创造性和成就感。通过任务的反复练习和优化，提升学生精益求精的工匠精神； 3. 师资要求：担任本课程的老师应具备扎实的专业知识，有一定的网络营销实践经验，能够指导学生实训； 4. 课程考核：采用“过程考核+终结性考核”的方式评定成绩。平时过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况、作业完成情况等评定，占总成绩的60%。
-----------	---

### 5. 《直播电商运营实训》

<b>课程代码</b>	24S080804	<b>课程性质</b>	综合实训必修课程
<b>开设学期</b>	第5学期	<b>总学时</b>	30
<b>理论学时</b>	0	<b>实践学时</b>	30
<b>周学时</b>	30	<b>教学周数</b>	1
<b>课程学分</b>	1	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                      培养基本的网络营销与直播电商相关岗位职业素养；                      培养学生客观公正、坚持原则、保守秘密、勤奋敬业、谨慎细致、务实高效、团结协作的职业态度；                      培养学生具备独立分析问题和解决问题的意识。</p> <p><b>6. 知识目标</b>                      掌握流量运营、主播定位、粉丝互动、MCN运营、粉丝画像等基本知识；                      掌握直播团队打造、直播运营筹备、直播数据复盘、直播选品、成交转化等基本知识；</p> <p><b>7. 能力目标</b>                      能根据产品策划直播活动，撰写直播脚本；                      能根据商品信息和单品脚本，通过富有感染力的话术营造氛围，推介商品；                      能根据直播整体脚本，在规划时间内完成直播各环节，把控直播节奏；                      能根据直播主题和相关热点，制造话题或提问，活跃直播间气氛；具备良好的数据分析思维和较强的复盘能力。</p>		
<b>课程内容</b>	实训案例一：农产品与地方特产直播实训； 实训案例二：美妆护肤品类直播实训； 实训案例三：服饰品类直播实训； 实训案例四：食品饮料类直播实训； 实训案例五：母婴护理品类直播实训。		
<b>教学要求</b>	1. 条件要求：授课主要在实训机房进行； 2. 教学方法：采用任务驱动法开展教学，以实景工作任务为载体，让学生掌握本专业知识与技法并灵活运用，培养学生学习自主性、创造性和成就感。通过任务的反复练习和优化，提升学生精益求精的工匠精神；		

	3. 师资要求：担任本课程的老师应具备扎实的专业知识，有一定的网络营销实践经验，能够指导学生实训； 4. 课程考核：采用“过程考核+终结性考核”的方式评定成绩。平时过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况、作业完成情况等评定，占总成绩的60%。
--	---

## 6. 《技能抽考实训》

课程代码	24S080805	课程性质	综合实训必修课程
开设学期	第5学期	总学时	30
理论学时	0	实践学时	30
周学时	30	教学周数	1
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b>                      具有较强的团队意识和协作能力；具有较强的学习能力、吃苦耐劳精神；具备热爱网络营销行业的品格；具备吃苦耐劳的品质；具备爱岗敬业的品质；具备较强的创新意识；具有较强的服务意识；具有市场敏感性、成本意识和创新精神。</p> <p><b>2. 知识目标</b>                      了解直播销售岗位的工作要求；了解直播运营岗位的工作要求；了解网络推广岗位的工作要求；了解电商美工的工作流程与工作规范；掌握网络销售岗位的工作方法与技巧。</p> <p><b>3. 能力目标</b>                      能根据不同群体的特征和需求策划运营直播活动；能够撰写网络营销产品设计与策划直播的方案文本；能根据产品和策划完成直播销售；能根据实际情况进行产品的网络营销推广，能运营电商平台进行网络营销活动；能根据要求进行短视频运营。</p>		
课程内容	（课程主要包括4个模块：网络推广（搜索引擎推广、新媒体推广）、直播销售（直播脚本策划、模拟直播）、电商运营（传统电商平台运营、直播平台运营、短视频运营）、网店装修。		
教学要求	本课程为综合实训课，依托校企合作中真实的网络营销项目采用“项目驱动，任务导向”的教学模式。按照工作岗位要求，进行目标市场分析及定位、网店装修、直播内容策划与实施、网络推广等一系列操作，使学生建立网络营销的方法体系，深化网络营销的业务体验。学生在“做中学”、“学中做”，提高学生学习的积极性和主动性。同时在整个实训过程中，企业导师、班级导师“双管齐下”理论与实践能力同步提升，为学生的专业技能打下基础。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。		

## 7. 《毕业设计》

课程代码	24S080806	课程性质	综合实训必修课程
开设学期	第5学期	总学时	60
理论学时	0	实践学时	60
周学时	30	教学周数	2
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<b>1. 素质目标</b> 具有较强的团队意识和协作能力；具有较强的学习能力、吃苦耐劳精神；具备热爱网络营销行业的品格；具备吃苦耐劳的品质；具备爱岗敬业的品质；具备较强的创新意识；具有较强的服务意识；具有市场敏感性、成本意识和创新精神。		
	<b>2. 知识目标</b> 了解网络营销的含义、构成、分类、特征；熟悉网络营销设计与策划的基础理论；掌握各类型产品直播营销的设计方法，掌握直播营销产品推广的途径与方法。		
课程目标	<b>3. 能力目标</b> 具有较强的语言沟通与文字表达能力，能进行毕业设计选题，毕业设计工作任务的安排，毕业设计标准解读，毕业设计指导与修改完善。能进行数据资料收集、整理与分析，能独立完成毕业设计方案，能完成企业策划活动的相关任务。能开展市场调研，能根据不同群体的特征和需求设计各类型网络营销产品；能够撰写网络营销产品设计与策划直播的方案文本；能根据实际情况进行产品的网络营销推广。		
	<b>课程内容</b> 本课程教学内容包括主要由16个部分组成，内容分别为成立毕业设计专项工作小组、制定毕业设计指导计划、制定毕业设计课程选题范围、确定选题和下达毕业设计任务书、学生完成毕业设计执行方案、学生收集相关资料、完成毕业设计方案初稿、修改稿、定稿、答辩、成绩评定等。		
教学要求	学生选题必须结合企业实践，且须通过指导老师批准。严禁抄袭毕业设计方案，要求方案设计合理，依据可靠，具有一定的社会价值、市场价值或商业价值。毕业设计指导老师要求优先考虑中级职称以上教师、双师型教师。课程依托云空间，在学生、教师、专业的空间设置毕业设计专栏，发布任务书、执行方案、毕业设计，公布典型的毕业设计案例，方便学生的课外学习、思考以及指导老师的个性化指导。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。		

## 8. 《岗位实习》

课程代码	24S080807	课程性质	综合实训必修课程
开设学期	第5、6学期	总学时	576

<b>理论学时</b>	0	<b>实践学时</b>	576
<b>周学时</b>	24	<b>教学周数</b>	第5学期上5周 第6学期上19周
<b>课程学分</b>	24	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生具备热爱网络营销与直播电商行业的品格；具备吃苦耐劳的品质；具备爱岗敬业的品质；具备较强的创新意识；具有较强的服务意识；具有较强的职业道德意识。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解网络营销与直播电商行业发展的现状和趋势，了解网络营销与直播电商岗位的主要业务和工作职责；熟悉网络营销与直播电商岗位工作流程和规范；掌握网络营销与直播电商岗位工作的方法和技巧。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 具有较强的语言与文字表达能力，较强的观察学习能力，能出色完成岗位工作任务。能够尽快将所学专业知识、岗位技能与生产实际相结合，使学生树立职业理想，养成良好的职业道德练就过硬的职业技能，从根本上提高人才培养质量。为确保岗位实习各项任务的顺利完成，提高实习质量，进一步加强岗位实习的组织管理，帮助学生在实习期间的实习任务、实习目标，为岗位实习阶段的学习奠定良好的基础。</p>		
<b>课程内容</b>	本课程教学内容包括学生将专业教学内容渗透到岗位实习中，以准员工身份参与实习企业的生产、管理与服务等一线工作。鼓励学生结合岗位，针对在企业生产、管理和服务中技能要求，跟踪最新的理论、技术、工艺、流程的发展进行各个环节的实习，提高学生岗位技能的综合素质和可持续发展的能力。		
<b>教学要求</b>	<p>(1) 在第五学期期末开始，学院推荐、企业和学生互选，学生可以自谋职业，在第六学期离校上岗工作、学习。</p> <p>(2) 学院在实习前将实习计划下发给学生，指导学生填写《学生岗位实习日志》组织实习纪律和安全教育知识测试，与学生签订《岗位实习安全承诺书》。</p> <p>(3) 实习指导教师应经常到实习单位与学生进行沟通、交流，掌握学生的思想和工作动态，指导学生撰写岗位实习周记、总结，做好学生实习总结的检查、敦促工作，做好学生实习考核工作，填写学生《学生岗位实习教学日志》等相关内容。</p> <p>(4) 实习指导教师具体负责学生岗位实习期间的考勤、业务考核、技能训练、实习鉴定等工作，落实岗位实习任务，做好学生的安全教育工作，协助处理企业与实习生之间的部分问题细节，并填写好《学生岗位实习教学日志》等相关内容。学生岗位实习结束后，实习指导教师要将学生岗位实习材料汇总到学院实习实训科存档。</p> <p>(5) 实习指导教师以考核为主，分为优、良、中、及格、不及格五挡：了解实习情况为主，审阅岗位实习报告考核为辅；出现安全事故责任属于个人的、违法、违纪事件总评为不及格。计分等级与分数的转换标准：90-100，80-89.70-79.60-69.0-59 分别按优、良、中、及格、不及格</p>		

	计。
--	----

## (五) 专业选修课程

### 1. 《人力资源管理》

课程代码	24Z080817	课程性质	专业选修课程
开设学期	第 4 学期	总学时	32
理论学时	20	实践学时	12
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考试
课 程 目 标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>使学生了解国家为落实人才强国战略和创新驱动发展战略所做的工作，坚持制度自信和道路自信；</p> <p>引导学生坚定以人为本的理念，追求社会主义核心价值观为核心的自我价值实现；</p> <p>培养严格履行工作职责和自觉遵守规章制度的意识；</p> <p>培养学生发扬钻研精神，学会循序渐进、抽丝剥茧地分析问题；</p> <p>强化全局意思、前瞻意识和规划意识，树立终身学习理念。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>了解人力资源管理的相关概念；</p> <p>掌握人力资源工作分析的作用、步骤和分析方法；</p> <p>了解工作设计的概念、原则和步骤；</p> <p>掌握人力资源规划的内容和步骤；</p> <p>了解员工招聘和录用的渠道、方法和步骤；</p> <p>掌握员工培训方案制订、培训活动实施与效果评估的步骤；</p> <p>掌握绩效管理的步骤，绩效考核的内容、原则、步骤和方法；</p> <p>熟悉薪酬管理的内容和影响因素，掌握薪酬体系的类型、设计原则和步骤，以及员工福利制度的设计步骤；</p> <p>熟悉劳动合同的订立、履行、变更、解除、终止和续订；</p> <p>熟悉劳动争议的概念、特点和处理方式。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>能进行岗位分析和编制职务说明书；</p> <p>能预测人力资源需求和供给；</p> <p>能进行招聘管理；</p> <p>能制作劳动合同，并实施劳动合同管理；</p> <p>能进行薪酬管理；</p> <p>能运用绩效考核方法设计考核方案，并组织实施；</p> <p>能设计员工福利方案；</p> <p>能制订员工培训计划，并能够完成培训全过程的组织工作；</p> <p>能处理一般的劳动争议。</p>		

<b>课程内容</b>	本课程主要包括人力资源管理概论、工作分析与工作设计、人力资源规划、员工招聘、员工培训、绩效管理、薪酬管理、员工关系管理、人力资源管理职能优化等教学内容。
<b>教学要求</b>	本课程上课场地为多媒体教室或实训室，配备投影仪、电脑等教学设备，结合案例和实际经验进行授课，注重理论联系实际；通过分析真实案例，帮助学生深入理解直播法律的知识技巧，引导学生树立正确的法律观念，倡导守法经营和合规管理，引导学生关注电商直播的发展趋势，增强其社会责任感和创新意识。任课教师具有法律或电子商务相关领域的专业背景，具备扎实的理论基础和实践经验。具有较强的教学能力和课堂管理经验，能够灵活运用多种教学方法。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占40%，终结性考核成绩占60%。

## 2. 《中小企业管理》

<b>课程代码</b>	24Z080818	<b>课程性质</b>	专业选修课程
<b>开设学期</b>	第4学期	<b>总学时</b>	32
<b>理论学时</b>	20	<b>实践学时</b>	12
<b>周学时</b>	2	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考试
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b> 使学生能够综合应用所学习的管理知识，结合中小企业的特点，对企业管理，尤其是中小企业的管理进行较全面的了解； 培养学生分析、解决问题的能力，鼓励学生参与互动，理论联系实际，提高学生的综合素质。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解该课程的体系、结构，对中小企业有一个总体认识； 理解该课程的基本内容与关键知识点，比如中小企业创业、战略、融资、产业集群、运营与控制等。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 掌握中小企业管理中的各个环节要点； 培养学生研究和改进中小企业管理理论的兴趣和信念，激发他们参与中小企业管理的积极欲望； 切实提高学生分析问题、解决问题的能力。</p>		
<b>课程内容</b>	中小企业的界定、发展规律与发展历程； 中小企业特点及在社会经济发展中的地位和作用； 中小企业的管理原理； 自主创办小企业以及企业的运营与控制。		
<b>教学要</b>	本课程授课在多媒体教室或实训机房进行；能够用“以学生为中心”的教学理念，利用资源库，运用案例实务模拟法、直播实操教学法和线上线下混合式等教学方法。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办		

<b>求</b>	法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
----------	---

### 3. 《商务礼仪》

<b>课程代码</b>	24Z080819	<b>课程性质</b>	专业选修课程
<b>开设学期</b>	第 4 学期	<b>总学时</b>	32
<b>理论学时</b>	12	<b>实践学时</b>	20
<b>周学时</b>	2	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                      积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识；                      具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；                      拥有健康的心理和积极的生活态度，勇于奋斗，诚实守信，乐观向上，具有独立思考、自我学习和自我管理能力、职业生涯规划的意识等。</p> <p><b>2. 知识目标</b>                      熟悉商务人员个人形象礼仪要素；                      熟悉商务礼仪的基本原则和国际惯例；                      掌握电话、电子邮件等非会面礼仪规范；                      掌握称呼、问候、握手、名片等会面礼仪规范；                      熟悉商务宴请之中、西餐礼仪；                      掌握庆典、签约、新闻发布会等典型商务仪式各环节礼仪规范要求。</p> <p><b>3. 能力目标</b>                      掌握能通过合理的着装、化妆、表情、站坐行蹲手势等体现良好的个人修养，塑造良好的个人职业形象；                      能正确使用电话、电子邮件等进行非会面人际交往；                      能正确使用称呼、问候、握手、名片等礼仪进行人际交往；                      能进行商务会议、商务仪式的策划与组织、实施；                      能合理安排、组织与实施商务宴请；                      能正确使用涉外商务礼仪进行商务交往。</p>		
<b>课程内容</b>	本课程教学内容包括学生了解商务沟通的含义，范围和意义、理解通信中例行，说服和负面讯息在商务沟通中的作用和掌握人际沟通中，书面，口头，行为沟通的技能；具备在商务沟通中，运用书面语言，口语陈述，规划报告，管理数据，就业沟通的能力；支撑人才培养规格中“运用英语专业知识发现、分析、解决问题的能力，以及创造性思维和科学研究的能力”要求的实现。		
<b>教学</b>	本课程在教学过程中将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、		

<b>要求</b>	微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
-----------	---

#### 4. 《商务谈判》

<b>课程代码</b>	24Z080820	<b>课程性质</b>	专业选修课程
<b>开设学期</b>	第 4 学期	<b>总学时</b>	32
<b>理论学时</b>	12	<b>实践学时</b>	20
<b>周学时</b>	2	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                      积极融入课程育人，注重培养学生形成具有较强的团队意识和协作能力；                      具有较强的学习能力、吃苦耐劳精神；                      具有成本意识、市场敏感性和营销意识；具有较强的沟通能力和应变能力。</p> <p><b>2. 知识目标</b>                      让学生正确认识商务谈判；                      树立现代商务谈判的观念；                      掌握商务谈判的流程和规律；                      熟悉常用的商务谈判技巧。</p> <p><b>3. 能力目标</b>                      能主动去观察和记录商务谈判的工作流程、工作内容、工作技巧；                      能通过商务谈判，加深对理论知识的理解，熟悉商务谈判规范；                      能够运用一系列的谈判技巧和策略以取得经营活动的主动权，在市场竞争中处于优势地位。</p>		
<b>课程内容</b>	本课程教学内容包括研究企业如何在对外经营活动中，内容主要有：商务谈判的基本理论、基本程序、基本策略及商务活动的相关礼仪。通过对商务谈判各环节的练习，使学生能够运用商务谈判的基本理论分析和解决商务谈判过程中出现的问题，提高学生商务谈判实践能力。		
<b>教学要求</b>	本课程在教学过程中，将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；本课程在教学过程中要创新商务谈判课堂理论教学模式，加强实训教学，激发学生的学习兴趣，锻炼学生的动手能力，教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交		

	互、合作的教學環境。培養學生適應今後工作的能力。教學過程中應注重培養學生良好職業道德、職業素養、愛崗敬業、創新創業、工匠精神。本課程的教材使用按照《職業院校教材管理辦法》的規定執行，原則上選用國家規畫教材、國家級優秀教材、省級優秀教材等高職規畫教材。本課程考核實行過程性考核和終結性考核相結合的考核評價方式，過程性考核成績占 30%，終結性考核成績占 70%。
--	--

### 5. 《帶貨主播素養》

課程代碼	24Z080821	課程性質	專業選修課程
開設學期	第 5 學期	總學時	32
理論學時	8	實踐學時	24
周學時	4	教學周數	8
課程學分	2	考核方式	考試

課程目標	<p><b>1. 素質目標</b></p> <p>培養學生認真負責、忠於職守、嚴守商業機密的職業素質；</p> <p>培養學生工作、學習的主動性；</p> <p>培養學生具有創新意識和創新精神；</p> <p>培養學生團結協作，善相互溝通解決問題的能力。</p> <p><b>2. 知識目標</b></p> <p>熟悉直播工作特點，了解主播、副播崗位職責；</p> <p>掌握主播語音語調與發生方式、語言表達藝術、表演、新手主播準備、化妝與形象造型、直播間設置、直播產品推銷和團隊管理等知識。</p> <p><b>3. 能力目標</b></p> <p>能說出標準的普通話及任意控制聲調變化；</p> <p>能做好直播開播前的準備工作；</p> <p>能根據主播風格定位和布置直播間場景；</p> <p>具備成功推銷直播間產品的能力；具備管理團隊的能力。</p>
課程內容	<p>語音語調與發生方式；語言表達技巧；</p> <p>打造鏡頭感主播定位；選擇直播平臺；</p> <p>了解化妝、造型、直播間設置；</p> <p>直播產品的選品與採購產品推銷的形式與步驟；</p> <p>直播活動流程策劃；</p> <p>直播間產品介紹與展示的方法技巧；</p> <p>處理顧客異議的方法技巧；</p> <p>直播复盘與提升成員分工；</p> <p>有效指導團隊的方法；</p> <p>提高團隊執行的方法。</p>

<b>教学要求</b>	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；采用教师讲授、案例讨论和项目小组作业相结合的讲学方法。培养学生耐心细致工作作风，吃苦耐劳精神，团结协作精神，与人为善的工作态度；锻炼学生沟通交流、自我学习的能力。任教教师应具有扎实的直播销售实践操作知识，能够理论联系实际，深入浅出的教学。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
-------------	--

## 6. 《网络消费者行为与心理》

课程代码	24Z080822	课程性质	专业选修课程
开设学期	第 5 学期	总学时	32
理论学时	8	实践学时	24
周学时	4	教学周数	8
课程学分	2	考核方式	考试
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                      积极融入课程育人，注重培养学生形成具有“以客户为本、一切为了客户”的责任意识；                      培养理性消费、可持续性消费的正确理念；                      培养学生养成吃苦耐劳、耐心细致、严谨踏实的工作作风；                      较强的问题思辨能力、环境适应能力，换位思考意识；                      有较强的集体意识和团队沟通和合作意识，具备良好的职业道德。</p> <p><b>2. 知识目标</b>                      掌握消费者在网购消费过程中的心理及行为的基本原理和知识；                      掌握互联网时代下消费者心理变迁、消费者心理活动过程、个性心理特征、购买决策过程；                      掌握消费群体、营销组合因素、环境因素等对消费者行为的影响；                      在互联网发展、消费升级大背景下，引导和培养学生正确的价值观、是非观和消费观，了解中华诚信为本的从商之道；                      提高学生情商和自我心理调适能力。</p> <p><b>3. 能力目标</b>                      能够运用多种方法研究和分析网络消费者的心理特征、行为模式及影响因素；                      能够基于消费者心理洞察，制定并优化网络营销策略；                      能够创作符合目标消费者心理需求的内容，并进行有效互动和沟通；                      能够提升消费者在网络消费全过程的体验，管理客户关系；                      能够解读营销数据，评估营销活动对消费者心理和行为的影响，并基于数据优化策略。</p>		

<b>课程内容</b>	本课程教学内容包括强调理论与实践的高度融合，要求学生掌握消费者行为分析的基本框架：消费者购买决策过程（包括消费者对问题的认识、信息搜集、评价与选择、购买和售后行为）；影响和决定消费者行为的个人与心理因素（包括消费者的知觉、注意、学习与记忆态度、需要与动机、个性、自我概念与生活方式）；影响消费者行为的外部因素（包括文化、社会阶层、社会群体、家庭和情境因素）。在此基础上对各种消费者行为表现和企业营销活动进行阐述、解释、分析和评价，使学生充分了解消费者行为的复杂性、多样性和社会性，牢牢掌握影响消费者行为的因素，深刻理解消费者行为决策的过程。
<b>教学要求</b>	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，并通过校企合作，校内实训基地建设等多种途径，采取工学结合、半工半读、市场调查等形式，充分开发学习资源，给学生提供丰富的实践机会。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用优秀出版社出版的高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

## 7. 《美学鉴赏》

课程代码	24Z080823	课程性质	专业选修课程
开设学期	第 4 学期	总学时	32
理论学时	12	实践学时	20
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                      树立正确的审美观念，提升审美素养；                      陶冶情操，完善人格修养；                      尊重艺术，理解多元文化；                      弘扬民族艺术，培养爱国主义精神。</p> <p><b>2. 知识目标</b>                      掌握美的概念、本质与特征，美的表现形式及分类；                      了解自然美、文学美、艺术美、科技美、人生美的分类、特征及鉴赏方法。</p> <p><b>3. 能力目标</b>                      培养学生对美的观察能力、感受能力、认知能力、创造能力；                      培养学生传承和发扬中国传统文化艺术的能力；                      拓宽学生的美育知识维度，提升美育知识的应用能力。</p>		

<b>课程内容</b>	<p>模块一；美学概念。初步了解什么是美，美的概念、美的本质、美的特征。学会分辨美丑，了解美和艺术的关系。</p> <p>模块二；审美活动。提升审美，明确审美表现形式。主要通过自然之美赏析美的事物，美的景观。了解审美类型；直觉反应、情感体验、精神感受。</p> <p>模块三；诗歌之美。学会诗经、唐诗、宋词的鉴赏，能够体会诗歌中蕴含的哲理、意境和格调，能够欣赏诗歌的艺术之美。</p> <p>模块四；音乐之美。赏析音乐之美，掌握音乐之美的表达形式。</p> <p>模块五；绘画之美。了解绘画艺术的美、绘画的分类及特点。学会绘画艺术的鉴赏，能够体会绘画艺术的情感与精神之美。</p>
<b>教学要求</b>	<p>本课程通过音视频、作品赏析等审美体验着力提升大学生文化理解、审美感知、艺术表现、创意实践等核心素养。围绕立德树人的根本任务，充分发挥经典艺术作品中的精神内涵实施课程思政。重视将美育教学与中华优秀传统文化结合起来，注重创造性转化、创新性发展。采取线上线下相结合的混合式教学模式，以学生为主体，以师生互动的启发式教学为主要课堂教学形式，调动学生学习积极性和主动性，注意依据学情分层次布置美育实践任务。</p> <p>本课程优先选用国家规划教材或国家级优秀教材、省级优秀教材，新形态一体化教材。</p> <p>本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核占总成绩 60%，终结性考核占总成绩 40%。</p>

## 8. 《乡村电子商务》

<b>课程代码</b>	24Z080824	<b>课程性质</b>	专业选修课程
<b>开设学期</b>	第 4 学期	<b>总学时</b>	32
<b>理论学时</b>	12	<b>实践学时</b>	20
<b>周学时</b>	2	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>培养学生严谨认真的工作态度、良好的职业道德和敬业精神，使其具备在乡村电商工作中诚实守信、勇于担当的职业素养，理解并践行乡村振兴战略下电商从业者的社会责任；</p> <p>引导学生关注乡村文化与特色农产品；</p> <p>培养学生对乡村文化的传承与保护意识；</p> <p>强化学生的服务意识，使其能够通过电商手段为乡村经济发展和农民增收贡献力量。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>掌握乡村电子商务的概念、特点、发展模式与意义；</p> <p>熟悉农产品电商化的流程；</p> <p>了解农产品电商品牌建设与知识产权保护的重要性</p> <p>了掌握农村电商人才培养体系、物流配送体系、金融服务体系等相</p>		

	<p>关知识； 学习乡村电商营销的基本理论与方法； 掌握电商数据分析工具在营销决策中的应用。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 具备乡村电商营销活动的策划能力，能够根据目标市场与产品特点制定营销方案，并组织实施线上线下营销活动； 能运用多种营销手段提升乡村电商品牌知名度与产品销量； 能够协助开展农村电商人才培训工作； 具备一定的农村电商金融服务对接能力； 能够运用所学知识进行分析并提出有效的解决方案。</p>
<b>课程内容</b>	<p>剖析乡村电商概念、发展意义，奠定认知基础；接着聚焦农产品电商化，涵盖依据市场需求精准选品、设计吸睛包装与打造特色品牌、构建冷链仓储物流体系，推动农产品上行；随后深入农村电商服务体系建设，包含搭建多功能服务站点、培育多元电商人才、优化物流配送与金融支持服务；而后开展营销推广教学，剖析营销环境、精准定位目标市场，传授电商平台与社交媒体运营技巧，借助数据分析优化营销决策；最后通过创业项目实践，从创意选题、撰写商业计划书，到团队组建、落地运营，再到成果展示与评估改进，让学生在真实项目中提升综合素养与实战能力，助力乡村电商发展。</p>
<b>教学要求</b>	<p>使学生掌握乡村电商创业项目策划的基本流程与方法，熟悉商业计划书的撰写规范；了解乡村电商助农活动的常见形式与组织要点，掌握农村电商服务站点帮扶与培训的方法。</p> <p>能够独立完成乡村电商创业项目策划，撰写高质量的商业计划书能够策划并组织农产品上行活动，有效对接农产品供需双方；能够对农村电商服务站点进行帮扶指导，开展农村电商培训活动，提升乡村电商从业者的业务能力。</p> <p>通过实践项目，培养学生的创业精神、团队协作能力与社会责任感，使学生在实践中积累乡村电商运营经验，提高解决实际问题的能力，为学生未来在乡村电商领域的就业与创业奠定坚实基础。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用优秀出版社出版的高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>

## 9. 《形象设计》

课程代码	24Z080825	课程性质	专业选修课程
开设学期	第 5 学期	总学时	32
理论学时	12	实践学时	20
周学时	4	教学周数	8
课程学分	2	考核方式	考查

<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                  具有较强的语言表达、与交流沟通的能力；                  具有良好的心理素质和职业形象；                  培养学生的形象设计实践能力，并激发学生的创新潜能。</p> <p><b>2. 知识目标</b>                  了解形象设计的基本概念、发展史和发展方向；                  了解形象设计师的职业道德和职业形象；                  了解化妆品基础知识；学习设计理念；                  掌握整体搭配知识。</p> <p><b>3. 能力目标</b>                  能通过各种学习资源查找所需信息；                  具备彩妆造型和发型造型的能力；                  具备服装造型的能力；                  具备设计整体造型和修改造型的能力。</p>
<b>课程内容</b>	形象设计的发展史和发展方向；形象设计的研究对象与研究方法；形象设计的职业素质；形象设计的设计元素与形式原理；直播形象设计的构思、定位与实施；直播彩妆；直播服饰；直播整体造型。
<b>教学要求</b>	本课程在教学过程中将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

## 10. 《艺术与形体》

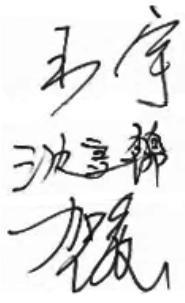
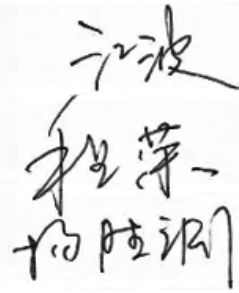

课程代码	24Z080826	课程性质	专业选修课程
开设学期	第 5 学期	总学时	32
理论学时	12	实践学时	20
周学时	4	教学周数	8
课程学分	2	考核方式	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b>                  强化心理美与形体美的统一；                  培养与众不同的气质与行为；                  培养学生认真学习的态度和探索新知识的兴趣；</p>		

	<p>培养学生以审美之心来感受生活和看待社会； 培养文明行为和集体主义精神，陶冶学生情操； 达成文化教育、体育、美育、德育的统一。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 熟悉与掌握形体、礼仪、个人形象塑造的基本理论知识； 熟悉于掌握形体训练的方法与内容； 理解形体姿态的人文思想和科学道理。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 了解形体训练的塑身价值； 培养学生自主学习的能力、观察力、创造思维及自控能力； 掌握职业礼仪的规范与标准，塑造得体的仪表和举止，培养学生适应未来社会竞争和发展的能力。</p>
<p><b>课程内容</b></p>	<p>形体艺术的概况； 形体美的标准； 形体理论与基本动作训练； 形体基本姿态和素质的训练方法。</p>
<p><b>教学要求</b></p>	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；采取多种方式如理论学习、现场模拟教学、现场展示、启发式教学、讨论式教学等进行教学；通过直观模仿、合作探究的教学形式，创设快乐有趣的学习氛围，培养学生的学习兴趣和创新思维。学生在观摩演练、比较发现、感受领悟中掌握动作。师生在教学互动合作的氛围中进行课堂教学和创新活动。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用优秀出版社出版的高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>

**附件 2：网络营销与直播电商专业学分认定与转换表**

类型	成果名称	发证部门	认定学分	转换课程
职业技能等级证书	电子商务师	行业委员会	2	《电子商务基础》
	互联网营销师	行业委员会	3	《网络推广》
	全媒体运营师	行业委员会	4	《新媒体运营》
相关荣誉证书	湖南省职业院校技能竞赛一、二、三等奖	湖南省职业院校技能竞赛组委会	4	《电商直播与销售运营》
通用能力等级证书	全国计算机等级考级(一级)	教育部教育考试院	3	《信息技术》
	全国高等学校英语应用能力考试(A 级)	全国高等学校英语应用能力考试委员会	4	《大学英语》

### 附件 3：2025 级网络营销与直播专业人才培养方案专家论证意见表

<p>该人才培养方案定位准确，科学合理。培养目标准确，岗位职业能力分析清楚，课程设置与人才培养目标一致，教学进度符合学生认知发展规律和职业成长规律。师资队伍结构优良，已形成合理的梯队结构，能满足教学需要。实训条件能满足网络营销与直播电商专业课程的教学需求。</p>			
姓名	职称或职务	单位	备注
王宇	教授/党委委员、组织部部长	湖南开放大学	
沈言锦	教授/科技处处长	湖南汽车工程职业技术大学	
贺鑫	教授/电子商务学院院长	湖南外贸职业学院	
江波	教授	湖南网络工程职业学院	
程荣	副教授/艺术学院副院长	湖南外贸职业学院	
杨胜渊	总经理	湖南中青创飞文化科技有限公司	
李青	市场总监	湖南中青创飞文化科技有限公司	
<p>签名（论证时间）</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>王宇</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>江波</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>李青</p> </div> </div> <div style="text-align: right; margin-top: 10px;"> <p>2025 年 8 月 25 日</p> </div>			

附件4：网络营销与直播电商专业人才培养方案制（修）订审批表

附件4：网络营销与直播电商专业人才培养方案制（修）订审批表

专业名称	网络营销与直播电商专业	专业代码	530704
培养对象	中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力	修业年限	三年
所在学院	商学院	制/修订时间	2025年5月
总课程数	56	总课时数	2722
理论与实践课时比例	理论：38.65% 实践：61.35%	毕业学分	148
参与制（修）订人员签名（按承担工作量排序）	<p>岳文韬 唐丽 唐松松 钟颖 袁俊韬 甄 杨胜洲 李皓</p> <p>2025年8月28日</p>		
专业负责人或教研室审批	<p>该人才培养方案切合专业实际，符合国家相关要求，同意2025级实施。</p> <p>签字 岳文韬 2025年8月29日</p>		
二级学院审批	<p>同意实施</p> <p>签字（章）唐丽 2025年8月31日</p>		
教务处审批	<p>同意</p> <p>签字（章）甄 2025年9月4日</p>		
学术委员会审批	<p>讨论通过</p> <p>签字（章） 2025年9月5日</p>		
学校党委审批	<p>同意</p> <p>签字（章） 2025年9月6日</p>		

### 附件 5：网络营销与直播电商专业教学进程（安排）变更审批表

申请部门		主讲教师		授课班级	
原教学进程（安排）情况：					
调整原因及调整情况：					
年 月 日					
教研室意见：					
年 月 日					
二级学院意见：					
年 月 日					
教务处意见：					
年 月 日					

说明：为了稳定教学秩序，严格教学进程（安排）管理，各专业如有特殊情况需调整教学进程（安排），必须填写此表一式三份分别交教研室、二级学院和教务处，经二级学院和教务处同时批准后方可执行。