

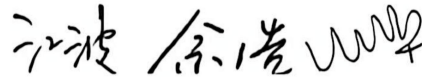


湖南商务职业技术学院
Hunan Vocational College of Commerce

三年制高职 专业人才培养方案

专业名称：	电子商务
专业代码：	530701
适用年级：	2026 级
制订时间：	2026 年 6 月

2026 级专业人才培养方案制订与审核表

专业名称	电子商务
专业代码	530701
专业建设委员会	本方案培养目标明确，课程体系设置合理，重点突出，符合电子商务专业人才培养的需求！ 签名：  2026 年 6 月 5 日
人才培养方案论证会	本方案定位精准，紧扣网店运营、直播电商等五大核心岗位，全面落实课证融通改革要求，将职业技能标准融入人才培养各环节，实现岗课证赛深度融合。培养目标、课程体系、实训安排、评价与质量管控等内容科学规范、可操作性强，同时融入课程思政与湘商特色，符合高职办学要求。 经评议，专家组一致同意本方案通过论证。 签名：  2026 年 6 月 10 日
学术委员会	已上会通过  签名（盖章）2026 年 7 月 4 日
校级党组织会议审定	同意  签名（盖章）2026 年 7 月 4 日
备注	

编制说明

本方案是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，按照全国教育大会部署，以落实立德树人根本任务，坚持面向市场、对接产业、服务发展、促进就业的办学方向，遵循国家专业教学标准、专业实训教学条件建设标准等国家标准，立足湖南区域经济发展需求与我校电子商务专业办学特色，紧扣**湖南省教育厅“课证融通”改革创新人才培养模式项目**要求，聚焦电子商务行业核心岗位能力需求。电子商务专业教学团队联合长沙爱巴森网络科技有限公司、长沙源融企业服务有限公司等优质合作企业共同研讨编制，通过“证书分类对接、课程模块重构、赛证标准融入、学分弹性兑换”四维全方位优化，创新构建“岗为基、课为体、证为凭、赛为翼”的一体化人才培养体系。方案全面覆盖专业教学标准核心要素与人才培养关键环节，全程规范人才培养实施流程，鲜明凸显职业教育类型特征，深度落实专业、课程、教材、教师、实习实训等教育教学关键领域改革，实现教学内容与岗位标准精准对接、证书要求与课程目标深度融合、竞赛能力与职业素养同步提升，着力培养德智体美劳全面发展的高素质技术技能型电子商务专业人才。

本专业人才培养方案在制订过程中，历经专业建设指导委员会论证、人才培养方案论证、校学术委员会评审、提交学校校长办公会、党委会审定，将在**2026**级电子商务专业实施。

电子商务专业人才培养方案制订成员名单

序号	姓名	单位	职务	职称/职级
1	贺 鑫	湖南商务职业技术学院	电子商务学院院长	教授
2	章明	湖南商务职业技术学院	电子商务 教研室主任	讲师
3	谢 芳	湖南商务职业技术学院	电子商务商 专业带头人	副教授
4	饶小华	长沙爱巴森网络科技有限公司	总经理	企业专家
5	周桂娟	湖南拙燕品服电子商务有限公司	总经理	企业专家
6	谭园园	湖南商务职业技术学院	电子商务学院副院长	副教授
7	彭铁光	湖南商务职业技术学院	教学副校长	教授
8	易强珍	湖南商务职业技术学院	学生	在校学生
9	廖豪杰	湖南商务职业技术学院	学生	在校学生
10	陈好	湖南商务职业技术学院	学生	毕业生

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	1
(一) 培养目标	1
(二) 培养规格	2
六、课程设置及要求	5
(一) 课程结构	8
(二) 专业课程与就业岗位能力要求对应关系分析	10
(三) 专业集中实训课程教学体系	12
(四) 课程描述	13
七、教学进程总体安排	97
(一) 教学进程周次安排及教学活动时间分配表	97
(二) 教学进程表	98
八、实施保障	106
(一) 师资队伍	106
(二) 教学设施	112
(三) 专业教学资源	115
(四) 教学方法	119
(五) 学习评价	123
(六) 质量管理	130
九、毕业要求	137
十、其他	139
(一) 引用的技术规范	139
(二) 学分银行转换的说明	142
附录	143
附录 1 专业人才培养方案调整审批表	144
附录 2 专业人才培养方案论证意见表	错误! 未定义书签。
附录 3 公共基础课开设统筹安排表	146

湖南商务职业技术学院

2026 级三年制高职电子商务专业

（课证融通）人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务（专业代码：530701）

二、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

三、修业年限

标准年限三年，实行弹性学制 2-6 年。

四、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 本专业职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位群或技术领域	职业技能等级证书、社会认可度高的行业企业标准和证书举例
财经商贸大类（53）	电子商务类（5307）	互联网和相关服务（64） 批发业（51） 零售业（52）	电子商务师 S(4-01-06-01)	(1) 入职岗位 网店运营助理； 直播助理； 新媒体运营专员； 客户服务专员； 商务数据分析专员； (2) 发展岗位 运营主管； 直播主管； 新媒体主管； 客服经理； 数据运营主管； (3) 迁移岗位 跨境电商运营专员	电子商务师（网商）（三、四级）
			互联网营销师 S(4-01-06-02)		商务数据分析师（三、四级）
			商务数据分析师 (4-07-02-05)		互联网营销师（三、四级）
			供应链管理师 S(4-02-06-05)		SB/T 11227-2021 电子商务企业诚信档案评价规范
					GB/T 46701-2025 电子商务平台交易信息管理实施指南
					GB/T 43714-2024 电子商务直播售货质量管理规范

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业聚焦湖南及周边地区批发零售行业数字化转型、

商贸流通升级及互联网相关服务业高质量发展需要,落实岗证融通改革创新人才培养模式,培养德智体美劳全面发展,掌握扎实科学文化基础和零售运营管理、市场与网络营销、客户服务管理、商务数据分析、电子商务法律法规、数字信息技术等知识,深度对接电子商务师职业技能等级标准(四级、三级),将职业资格证书知识考点、技能标准全面融入专业教学全过程;具备网店运营、直播电商运营、新媒体内容运营、网络客服、商务数据分析五大核心领域综合职业能力,兼具电子商务视觉营销、商品发布与优化、全渠道营销推广、社群与用户运营管理、营销活动策划执行等岗位实操能力;具有精益求精的工匠精神、敢为人先经世致用的湘商品质,以及优良信息素养、互联网商业思维和职业资格证书综合胜任力,能够面向网店运营、直播电商、新媒体运营、网络客服、商务数据分析五大工作领域,从事电子商务平台全链路运营、营销活动策划与执行、客户服务与管理、电商视觉营销等岗位工作的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1. 素质要求

S1: 坚决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,具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感;

S2: 具有爱岗敬业的职业精神,履行道德准则和行为规范,具有社会责任感和社会参与意识;

S3: 具有质量意识、环保意识、安全意识、科学素养、创新能力、工程思维、数据思维、湘商精神;

S4: 具有数字素养,具备应对产业数字化转型复杂问题的能力;

S5: 勇于奋斗、乐观向上,具有自我管理能力、职业生涯规划能力,具有较强的集体意识和团队合作精神;

S6: 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;

S7: 具有良好的人文素养和审美能力,能够形成 1-2 项艺术特长或爱好;

S8: 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;

S9: 具备课证融通适配素养,认同“以课促证、以证促学、课证互认”理念,具备职业资格证书备考、岗位实操考证、持证上岗的职业发展素养。

2. 知识要求

通用与基础知识要求:

Z1: 掌握必备思想政治理论、军事理论、公共基础科学文化知识及中华优秀传统文化知识,具备良好人文通识底蕴;

Z2: 熟悉电子商务行业法律法规、网络交易监管规范、消费者权益保护规则,掌握网络安全、数据安全、合规经营及消防安全、环境保护等相关常识,对标电子商务师职业规范考核知识点。

Z3: 了解心理学的有关理念和基本概念,树立心理健康

意识；掌握多元文化知识，理解不同文化内涵，掌握必要的跨文化知识，具备职场沟通、线上商务交往必备文化与心理基础知识；

Z4：掌握美的本质内涵，了解美学研究的基本脉络和美育的基本特征；

Z5：掌握 Windows 操作系统、办公软件、电商运营工具、数据分析工具、新媒体制作工具的基础应用知识；

Z6：掌握习近平经济思想概论、电子商务基础、市场营销、消费者行为分析、电商产品开发、网络营销策划等电子商务平台全链路运营基础知识；掌握门店运营与管理、新零售运营与管理的基础知识；掌握电子商务法律法规基础知识；掌握跨境电商平台运营与操作的基础知识；

课证互通课程（岗证核心）知识要求

Z7：掌握文字资料采编、图片及视频拍摄与处理的知识；掌握产品及服务信息管理的知识；

Z8：掌握装修元素设计与制作、用户页面设计与装修的知识；

Z9：掌握网店促销和电商平台活动实施的知识；掌握网络直播推广策划思路、方法和技巧、产品卖点挖掘呈现、直播活动脚本撰写等相关知识

Z10：掌握 SEO 和 SEM 推广的知识；掌握信息流推广的知识；

Z11：掌握网店运营中采购管理、销售管理、商品管理和订单管理等业务知识；

Z12：掌握客户信息收集、分类、忠诚度培养和差异化

营销的知识；掌握社群定位、社群推广和运营的知识；

Z13：掌握客户忠诚度管理和晚会流失客户的知识；

Z14：掌握数据分析工具的使用、数据报表设计的知识；
掌握商务数据统计、交易数据分析和营销活动数据分析的知识；

Z15：掌握电子商务数据采集、数据清洗的知识；

课证互通课程（岗位拓展）知识要求：

Z16：掌握直播氛围营造、直播推广、直播数据分析的知识；

Z17：掌握短视频拍摄与制作过程中运镜、剪辑、设计的知识；

Z18：掌握新媒体文案设计与内容编辑、运营、日常维护、推广等方面的知识；掌握新媒体运营中达人合作、引流转化、推广策略优化的知识；

Z19：掌握网络客户服务与管理过程的标准流程、售前咨询话术、平台投诉处理规则及处理流程等售前售后管理知识；

课证互通课程（证书拓展）知识要求

Z20：掌握网络智能客服配置、知识库搭建、应答测试等智能客服应用知识；

Z21：掌握客户信息收集、分类与差异化营销服务知识；

3. 能力要求

（1）通用和专业基础能力

N1：具有自主探究学习、终身学习、资料检索整合能力，能主动跟进电商平台新规、直播新媒体行业新业态、职业证

书考核新标准；

N2：能通过口头表达、文案写作、商务沟通、直播话术表达与文案策划能力，适配岗位商务洽谈、客户沟通、内容输出场景；

N3：能组队完成网店运营、直播专场、新媒体推广、数据分析综合项目；

N4：能熟练运用信息技术、办公软件、电商运营平台、新媒体工具、数据分析工具，开展信息采集、处理、呈现与运营实操；

N5：能适应电商岗位轮班、直播临场应变、运营业绩压力等职场场景；

N6：能熟练使用图形图像处理软件；能撰写各类电子商务文案与软文；能通过电子商务法律维护自己商务活动中的合法权益；能运营市场营销与消费者行为分析的技能进行市场分析和消费者的各项行为分析，并根据市场情况进行互联网产品开发；

(2)专业核心能力(对标 5 大工作领域+电子商务师(三、四级))

课证互通课程（岗证核心）能力要求

N7：能够根据电子商务平台发布要求进行产品文字信息的采集与编辑、图片拍摄与处理、商品拍摄与处理；

N8：能够设置产品与服务品类信息；能够进行产品与服务的成本计算与价格调整；

N9：能够制作网店文案、设计制作网店图片和网店视频；能够完成网店风格定位、网店配色、装修元素的设计制作；

能够进行用户各级页面的设计与装修；

N10：能够设计网络促销的规则、策划实施主题活动；
能够从事电商平台的活动实施(包括选择、报名、平台设置)；

N11 能够进行网络直播活动的策划、产品卖点的挖掘、直播活动脚本的撰写；

N12：能够进行网店的标题优化、制订 SEM 推广策略和信息流推广策略；能够根据指定好的策略执行 SEM 和信息流推广；

N13：能够通过电商平台进行商品管理、订单管理、采购管理和销售管理；

N14：能够根据企业需求进行社群管理和客户关系管理；

N15：能够使用数据采集攻击采集平台、行业和竞争对手的相关数据；能够对采集的数据进行清洗；

N16：能够根据业务需求设计电子商务报表；能够完成报表制作的可视化处理；能够对交易数据和营销活动进行数据统计和分析；

课证互通课程（岗位拓展）能力要求

N17：能够熟练使用直播流量投放工具、能够对直播数据进行分析 and 优化；

N18：能够根据企业、产品的需求进行短视频的拍摄与剪辑；

N19：能够根据运营需求撰写新媒体文案；能够对新媒体账号进行日常维护与更新；能够正确选择新媒体账号的合作达人；能够完成新媒体运营过程中的引流和转化；能够对新媒体账号进行推广策略的优化；

课证互通课程（岗证拓展）能力要求

N20：能够搭建智能客服问答知识库、能够对智能客服进行应答测试；

N21：能够对客户信息尽情收集、分类，并根据运营需求进行差异化营销；

六、课程设置及要求

（一）课程结构

课程分为五大模块：公共基础课程模块（必修、限选、任选）、专业基础课程模块、专业核心课程模块、专业拓展选修课程模块、专业集中实训模块。具体如图 1 所示。

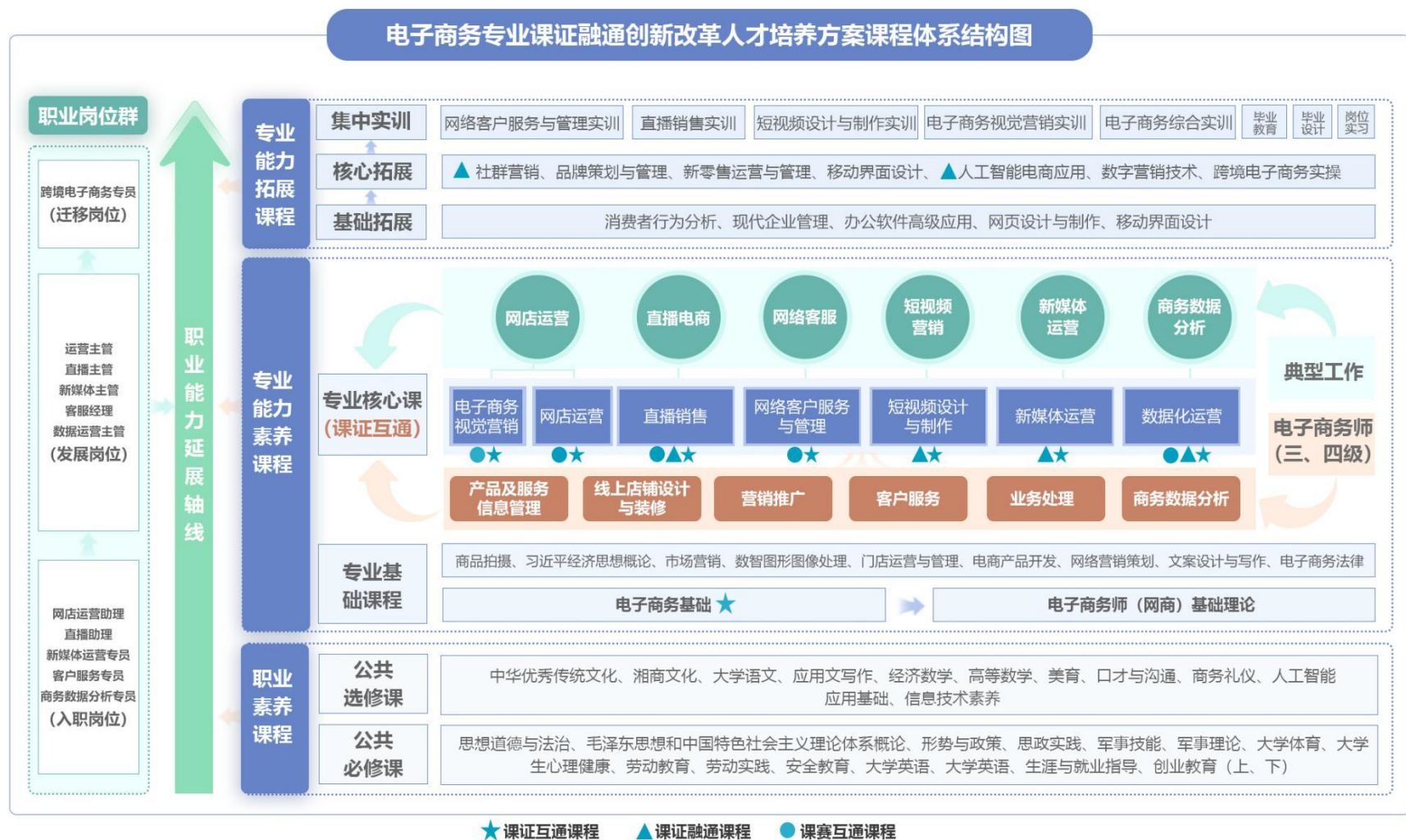


图 1 电子商务专业（课证融通创新改革）课程体系图

表 2 课证互通、课证融通课程说明表

课程类型	课程名称	相关说明
课证互通	《电子商务基础》《电子商务视觉营销》《网店运营》《直播销售》《网店客户服务与管理》《短视频设计与制作》《新媒体运营》《数据化运营》《网店运营实训》《短视频设计与制作实训》《网络客户服务与管理实训》《电子商务视觉营销实训》	课证互通课程是针对湖南省教育厅“课证融通”改革创新人才培养模式项目的课程，课程标准、考核方式等全面包含电子商务师（三、四级）考核模块与知识点；期末考核成绩可作为电子商务师（三、四级）证书的换证依据
课证融通	《网店运营》《直播销售》《短视频设计与制作》《新媒体运营》《数据化运营》《社群营销》《人工智能电商应用》《文案设计与写作》《网络营销策划》《电商产品开发》《商品拍摄》	课证融通课程是课程教学内容融入了“互联网营销师”“商务数据分析师”的考核内容，学生毕业时可参加“互联网营销师”“商务数据分析师”的职业技能等级证书的考证。

（二）专业课程与职业岗位要求对应关系分析

表 3 专业课程与职业岗位要求对应关系分析表

岗位名称	典型工作（项目）	核心职业岗位要求 （包含素质、知识、能力三方面）	支撑课程
网店运营助理 （入职岗位）	1. 数字化搭建多平台店铺，借助 AI 完成页面设计与优化； 2. 依托数据工具选品定价、上架商品，优化产品链接； 3. 智能拓词建库，按算法优化标题，提升搜索流量 4. 数字化运维店铺，执行平台活动，拓展免费流量并数据复盘；	素质： 合规严谨，责任心强，具备服务意识与工匠精神。 知识： 掌握平台规则、店铺装修、商品运营、SEO、定价及电商法规 能力： 独立完成开店、上架、标题优化与日常运营	电子商务基础 网店运营 电子商务视觉营销 网络营销策划 电子商务法律
直播助理 （入职岗位）	1. 数据定位账号，AI 辅助策划脚本，标准化梳理直播流程； 2. 智能布置直播场景，梳理货品，负责场控与粉丝互动； 3. AI 剪辑短视频，全域预热引流，维护账号流量权重； 4. 监测直播数据，复盘分析，优化投放与转化策略；	素质： 善于沟通协作，抗压应变，兼具审美与创新思维。 知识： 熟悉直播流程、话术、短视频制作、投流及平台合规， 能力： 独立撰写脚本、完成场控与短视频制作，可开展数据复盘优化。	直播电商 短视频设计与制作 新媒体运营 数据化运营
新媒体运营专员 （入职岗位）	1. 数据定位账号人设，智能搭建并运营多平台账号矩阵； 2. AI 辅助创作图文、短视频，合规发布并迭代内容； 3. 渠道引流涨粉，搭建运营私域社群，做好用户留存； 4. 策划内容营销与线上活动，沉淀流量并实现变现；	素质： 思维活跃，文笔良好，具备审美、数据思维与协作能力。 知识： 掌握平台规则、内容创作、文案、社群及全渠道营销知识。 能力： 独立运营账号、产出内容、运维社群、落地营销活动	新媒体运营 文案设计与写作 网络营销策划

网络客服专员 (入职岗位)	1. 承接售前咨询,讲解产品并引导需求; 2. 跟进售中订单与物流,处置异常订单; 3. 处理售后退换货、客诉,维护客户关系; 4. 优化智能客服话术、机器人及问答知识库;	素质: 耐心亲和,情绪管控力强,服务意识佳、工作严谨合规。 知识: 了解消费心理、客服话术、交易售后规则及智能客服应用 能力: 完成全流程客户服务,处理纠纷,运维智能客服	网络客户服务与管理 消费者行为分析 电子商务法律
商务数据专员 (入职岗位)	1. 智能采集整合流量、销量、转化等运营数据 2. 多维度统计营销、直播、社群数据,解读核心指标; 3. 依托数据诊断问题,周期复盘并输出优化方案; 4. 制作可视化报表,为运营及活动决策提供支撑;	素质: 逻辑缜密,严谨务实,具备数据思维与工匠精神。 知识: 精通电商指标、数据分析方法、数据工具与安全规范。 能力: 完成数据采集、解读、诊断,制作报表并输出优化建议。	数据化运营 网店运营 网络营销策划 办公软件高级应用
跨境电商专员 (迁移岗位)	1. 智能办理平台入驻,规范上架产品,优化 Listing 及搜索权重; 2. 数字化运维店铺,开展海外推广,跟进订单与跨境物流; 3. 对接海外客户,处理售后,运营海外社群; 4. 落实平台合规管理,处理跨境物流基础业务	素质: 具备跨文化沟通能力,规则意识强,严谨好学、爱岗敬业。 知识: 掌握跨境平台规则、Listing 优化、跨境物流、支付、国贸及海外营销知识。 能力: 独立运营跨境店铺、优化产品、对接海外客户,帮助国内电商岗位平稳转型。	电子商务基础 跨境电子商务实操 跨境电商函电 网络营销策划

（三）专业集中实训课程教学体系



图 2 电子商务专业实训课程体系图

（四）课程描述

1.课程描述总体要求

对接岗位需求，引入新方法、新技术、新工艺、新标准、新装备，融通电子商务、直播电商、电子商务师等竞赛标准，全面包含电子商务师等职业技能等级标准（四级、三级）的知识能力要求，融合商务数据分析师（三、四级）、互联网营销师（三、四级）知识能力要求，基于工作过程或典型工作任务，系统设计每一门课程的课程目标、主要内容和教学要求，可操作性强。

（1）专业思政融入课程分析

在整个课程体系中，爱国主义教育、法治教育、职业道德教育等思政元素全程贯穿，将思政教育与专业教学深度融合。

专业思政与课程的融入如下表所示：

表4 专业思政融入课程分析

课程模块	主要内容	思政融入
公共基础课程	包括思想政治、身心修养、科技人文、创新创业等课程。	S4：通过信息技术课程，培养数字素养和终身学习能力。 S7：结合人文社科课程，提升人文素养和审美素养，鼓励艺术特长发展。
专业基础课程	习近平经济思想概论、电子商务基础、市场营销、电子商务法律、图形图像处理、商品拍摄、电商产品开发、网络营销策划、文案设计与写作、门店运营与管理	结合 S1-S3\S4\S8，强调教学过程中培养学生行业家国情怀，认同数字经济国家战略，恪守电商行业职业道德与行为规范，具备质量意识、安全意识、数据思维、创新思维、湘商精神，具有合规素养、数字化专业应用素养重视劳动精神、职业操守与从业底线教育

专业核心课程 (课证融通)	直播销售 网络客户服务与管理 电子商务视觉营销 短视频设计与制作 网店运营 数据化运营 新媒体运营	结合 S2-S5/S7-S9, 强调教学过程中培养学生具有爱岗敬业的职业精神, 履行道德准则和行为规范, 具有社会责任感和社会参与意识; 培养应对产业数字化转型复杂问题的能力; 培养学生的自我管理能力、职业生涯规划能力和集体意识和团队合作精神; 重点培养学生直播场景审美、内容创作审美素养, 培养学生精益求精工匠精神、严谨务实职业态度、耐心细致的服务精神, 同时培养学生课证融通适配素养, 认同“以课促证、以证促学、课证互认”理念, 让学生具备职业资格证书备考、岗位实操考证、持证上岗的职业发展素养。
专业拓展课程	消费者行为分析、品牌策划与管理、办公软件高级应用、新零售运营与管理、人工智能电商应用	结合 S3-S5/S8, 强调在教学过程中培养学生创新经营、创业思维、绿色电商环保意识, 培养学生新业态适应能力、数字化办公素养, 培养学生创业规划、团队管理、终身发展能力和创新创造、技能成才职业价值观
集中实训课程	网络客户服务与管理实训 直播销售实训 电子商务视觉营销实训 短视频设计与制作实训 电子商务综合实训	结合 S2-S5/S8, 强调在教学过程中培养学生岗位敬业精神、职业责任感、契约精神 培养精细化运营素养、湘商实干精神, 培养学生复杂电商业务问题分析与数字化解决能力、团队协作、任务分工、抗压与自我管理能力以及劳动精神、工匠精神、爱岗敬业职业态度

(2) 相关技能竞赛融入课程分析

本专业相关的竞赛有全国职业院校技能大赛电子商务赛项, 竞赛内容与课程的融合如下表所示。

表5 技能竞赛融入课程分析

竞赛名称	组织机构	能力考点	对应融通课程
全国/湖南省职业院校技能大赛电子商务赛项	教育部	1. 网店的运营与推广 2. 电子商务数据的分析与应用 3. 电商视觉设计 4. 短视频的制作 5. 直播电商的应用	1. 网店运营 2. 数据化运营 3. 产品开发 4. 图像图形处理 5. 电子商务视觉营销 6. 短视频设计与制作 7. 直播电商 8. 办公软件高级应用
电子商务师职业技能大赛	湖南省商务厅等多部门主办，中教畅享提供技术支持	1. 直播电商 2. 电子商务数据的分析与应用 3. 网店的运营与推广 4. 电商视觉设计	1. 直播电商 2. 商务数据分析 3. 网店运营 4. 客户服务与管理 5. 电商视觉设计

(3) 相关证书互通互认课程分析

本专业相关的证书是电子商务师（网商）（三、四级）等级证书，证书内容与课程的融合如下表所示。

表6 相关证书互通互认课程分析

国家职业资格证书/职业技能等级证书名称	颁证单位	工作领域	工作任务	对应融通课程
电子商务师(网商) (三级) 电子商务师(网商) (四级)	中国劳动和社会保障部	网店运营	1. 网店入驻开店、店铺规划、首页及详情页装修布局； 2. 商品选品、定价、上架、卖点提炼与宝贝优化； 3. 关键词挖掘、词库搭建、商品标题 SEO 优化； 4. 店铺日常运维、平台活动报名、免费流量运营；	网店运营 电子商务视觉设计
		直播电商	1. 直播账号定位、直播脚本策划、流程编排 2. 直播场景搭建、货品梳理、直播场控与粉丝互动； 3. 短视频拍摄剪辑、直播预热引流、直播账号运维； 4. 直播数据监控、复盘分析、投放策略优化	直播电商
		新媒体运营	1. 新媒体平台账号搭建、人设定位、账号矩阵运营； 2. 图文、短视频内容策划、创作、编辑与发布； 3. 粉丝引流、账号涨粉、社群搭建与用户运维； 4. 全渠道内容营销、活动策划、流量沉淀与变现	新媒体运营
		客户服务与管理	1. 售前咨询接待、商品讲解、客户需求引导； 2. 售中订单跟进、物流对接、异常订单处理； 3. 售后退换货、投诉纠纷调解、客户关系维护； 4. 智能客服话术配置、机器人训练、FAQ 知识库优化；	网络客户服务与管理 网络客户服务与管理实训
		商务数据分析	1. 店铺流量、访客、销量、转化等运营数据采集整理； 2. 营销推广、直播、社群多维度数据统计与指标解读； 3. 运营问题诊断、周期数据复盘、提出店铺优化建议； 4. 制作数据报表，为运营策划、活动决策提供数据支撑；	数据化运营

(4) 专业技能考核标准融入课程分析

本专业技能考核对接电子商务岗位群的典型岗位要求，具体分为三个模块：专业基本技能模块、岗位核心技能模块和岗位拓展技能模块。模块内容与专业课程对应关系如下表所示。

表7 技能考核模块内容与专业课程对应关系

序号	模块名称	模块内容	专业课程
1	专业基本技能模块	1. 电商平台基础操作、店铺注册与后台基础运维 2. 商品素材拍摄、图片基础处理、图文排版 3. 办公软件数据录入、基础表格制作 4. 电商行业法律法规、平台规则应用 5. 基础沟通礼仪、客户接待规范	电子商务基础商品拍摄图形图像处理电子商务法律文案设计与写作
2	岗位核心技能模块 (网店运营岗位)	1. 店铺首页、详情页装修与布局优化 2. 商品标题优化、关键词挖掘与 SEO 推广 3. 商品定价、上架、店铺日常运维 4. 平台活动报名与免费流量运营 (对标电子商务师三 / 四级网店运营考核模块)	网店运营电商视觉营销网络营销策划
3	岗位核心技能模块 (直播电商岗位)	1. 直播脚本撰写、流程编排与场景布置 2. 直播场控、互动引导、货品讲解 3. 直播预热引流、直播节奏把控 4. 直播数据基础复盘 (对标电子商务师三级直播电商考核模块)	直播电商短视频设计与制作新媒体营销
4	岗位核心技能模块 (网络客户服务岗位)	1. 售前咨询、需求挖掘与商品讲解 2. 售中订单跟进、异常订单处理 3. 售后退换货、投诉纠纷调解 4. 智能客服基础配置与话术优化 (对标电子商务师三 / 四级客户服务考核模块)	网络客户服务与管理消费者行为分析智能客服应用
5	岗位核心技能模块 (新媒体运营岗位)	1. 新媒体账号定位、搭建与日常运维 2. 图文内容策划、编辑与发布 3. 粉丝引流、社群基础运营 4. 短视频选题、拍摄与基础剪辑	新媒体运营文案设计与写作短视频设计与制作社群营销
6	岗位核心技能模块 (商务数据分析岗位)	1. 店铺流量、访客、销量等数据采集整理 2. 核心运营指标解读、数据统计 3. 运营问题诊断、基础数据复盘 4. 简易数据报表制作 (对标电子商务师三 / 四级数据分析考核模块)	数据化运营 Excel 商务数据处理网络营销数据分析
7	岗位拓展技能模块	1. 电商产品选品、产品规划与开发 2. 品牌基础策划、营销活动创意设计 3. 新零售模式认知与门店运营 4. 企业基础管理、团队协作实操 5. 跨境电商基础认知与简单业务处理	电商产品开发门店运营与管理品牌策划与管理现代企业管理新零售运营与管理

2.公共基础课程描述（必修、限选、任选）

（1）习近平新时代中国特色社会主义思想概论

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标：					
素质目标：切实增强全面贯彻党的基本理论、基本路线和基本方略的自觉性和主动性，进一步坚定建设富强民主和谐文明美丽的社会主义现代化强国的决心，引导学生坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，在实现中国梦的实践中放飞青春梦想。					
知识目标：理解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、主要内容、理论特质与历史地位，更好把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义。					
能力目标：能够理论联系实际，运用所学专业理论知识，正确看待社会问题，分析社会现象；能够运用马克思主义的立场、观点和方法发现问题、分析问题和解决问题。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	导论 马克思主义中国化时代化新的飞跃	1. 习近平新时代中国特色社会主义思想是如何创立的？ 2. 习近平新时代中国特色社会主义思想回答了什么重大时代课题？ 3. 习近平新时代中国特色社会主义思想主要包含哪些内容？ 4. 如何理解习近平新时代中国特色社会主义思想的历史地位？ 5. 如何学好用好习近平新时代中国特色社会主义思想？			
2	第一章 新时代坚持和发展中国特色社会主义	1. 中国特色社会主义如何一路走来？ 2. 如何理解中国特色社会主义是社会主义而不是其他什么主义？ 3. 为什么说中国特色社会主义进入了新时代？ 4. 新时代坚持和发展中国特色社会主义如何一以贯之？			
3	第二章 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴	1. 为什么说实现中华民族伟大复兴进入了不可逆转的历史进程？ 2. 如何擘画全面建成社会主义现代化强国的宏伟蓝图？ 3. 中国式现代化是一种什么样的现代化			
4	第三章 坚持党的全面领导	1. 为什么要坚持党的领导？ 2. 怎样理解党的领导是全面的、系统的、整体的？ 3. 怎样实现党的全面领导？			
5	第四章 坚持以人民为中心	1. 为什么必须坚持以人民为中心？ 2. 如何理解不断实现人民对美好生活的向往？ 3. 怎样实现人的全面发展、全体人民共同富裕？			
6	第五章 全面深化改革	1. 为什么要全面深化改革开放？ 2. 怎样推进全面深化改革开放？ 3. 如何将改革开放进行到底？			
7	第六章 推动高质量发展	1. 如何完整、准确、全面贯彻新发展理念？ 2. 如何坚持和完善社会主义基本经济制度？ 3. 如何加快构建新发展格局？			

8	第七章 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略	1. 为什么要坚持教育、科技、人才一体推进？ 2. 怎样加快建设教育强国？ 3. 怎样加快建设科技强国？ 4. 如何深入实施新时代人才强国战略？
9	第八章 发展全过程人民民主	1. 什么是全过程人民民主？ 2. 全过程人民民主好在哪里？ 3. 如何践行全过程人民民主？
10	第九章 全面依法治国	1. 为什么要全面推进依法治国？ 2. 为什么要走中国特色社会主义法治道路 3. 如何理解全面依法治国的总目标？ 4. 如何建设法治中国？
11	第十章 建设社会主义文化强国	1. 为什么建设中国特色社会主义文化？ 2. 为什么要坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度？ 3. 为什么要用社会主义核心价值观凝心聚力？ 4. 如何铸就社会主义文化新辉煌？
12	第十一章 加强以民生为重点的社会建设	1. 为什么说“悠悠万事，民生为大”？ 2. 提高人民生活品质着重从哪些方面入手？ 3. 怎样推进社会治理现代化？
13	第十二章 建设社会主义生态文明	1. 新时代为什么突出强调生态文明建设？ 2. 建设什么样的生态文明？ 3. 怎样建设美丽中国？ 4. 怎样共谋全球生态文明建设之路？
14	第十三章 维护和塑造国家安全	1. 为什么要坚持总体国家安全观？ 2. 如何构建统筹各领域安全的新安全格局？ 3. 怎样推进国家安全体系和能力现代化？
15	第十四章 建设巩固国防和强大人民军队	1. 为什么要建设巩固国防和强大人民军队？ 2. 怎样建设巩固国防和强大人民军队？ 3. 人民军队怎样捍卫国家主权、安全、发展利益？
16	第十五章 坚持“一国两制”和推进祖国完全统一	1. 如何全面准确理解和贯彻“一国两制”方针？ 2. 为什么说“一国两制”是保持港澳长期繁荣稳定的最佳制度？ 3. 为什么说祖国完全统一的时和势始终在我们这一边？
17	第十六章 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体	1. 世界怎么了？ 2. 人类向何处去？ 3. 中国怎么办？
18	第十七章 全面从严治党	1. 为什么要全面从严治党？ 2. 为什么十八大以来管党治党宽松软状况得到根本扭转？ 3. 如何理解全面从严治党这场伟大自我革命？

教学要求：

1. **方法手段：**主要采用理论教学与实践教学相结合的模式，由以“教”为主向重“学”为主的教学模式发展。在理论教学中采取因材施教、互动式与启发式教学方法，具体运用问题讨论法、合作辩论法、视频观摩互动法、分组讨论法、启发式教学法等，结合学生中的思想热点或时政热点问题，进行教学，注重实效。在实践教学注重现场模拟、亲身体验、社会调查等多种互动式教学形式，调动学生学习的积极性和主动性，锻炼和提高学生的综合素质与实践能力。

2. 考核评价：

考核内容	理论（40%）	实践（60%）		
考核方式	期末在线考试	能力考核	素质拓展	
具体指标	闭卷考试	实践活动等	平时表现（课堂出题、课堂纪律、回答问题等）	线上学习（包括十七章及特色音频系列学习任务等）
考核目标	检验和巩固对本课程基本理论知识的理解与运用	培养学生分析问题解决问题的能力	锻炼学生的自主学习能力，提高学生的综合素质	培养学生自主学习与独立思考的能力，提高学生的学习力
分值比例	40%	15%	25%	20%

(2) 思想道德与法治

开设学期	1 和 2	参考学时	48	学分	3
课程目标：					
素质目标：培养学生具备较高的思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。					
知识目标：掌握新时代的内涵与意义，理解人生观的重要作用，掌握中国精神的内涵和意义，理解社会主义核心价值观的内涵，理解道德准则和中国特色社会主义法治体系。					
能力目标：能够坚定理想信念，践行社会主义核心价值观；形成正确的道德认知；理解中国特色社会主义法治，增进法治意识，养成法治思维，积极投身道德与法治实践。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
理解并掌握马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观。引导学生探究现实生活中的道德和法律问题，运用所学的理论知识，分析问题并提出解决问题的方法。					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	中国特色社会主义新时代的内涵与意义，培养学生成长为担当民族复兴大任的新时代青年。			
2	思想篇	世界观、人生观、价值观的教育，帮助学生树立正确的理想信念，理解人生的意义和方向。弘扬中国精神，培育社会主义核心价值观。			
3	道德篇	道德观教育，传承中华传统美德，弘扬中国革命道德，引导学生养成良好的道德品质。			
4	法治篇	法治观教育，帮助学生理解法律的基本知识，树立法治观念，增强法律意识，学会运用法律知识解决实际问题。			
教学要求：					
1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过主题研讨、案例分析、实践分享、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。					
2. 考核评价：课程采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式。其中过程性评价占比总成绩的 60%，终结性考核占比总成绩的 40%，从知识、能力、素养三个方面综合考核。					

(3) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
课程目标：					
素质目标：培养学生运用马克思主义基本原理分析和解决实际问题的能力，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，增强投身到我国社会主义现代化建设中的自觉性、主动性和创造性。					
知识目标：理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的形成、发展、主要内容、历史地位和意义。					
能力目标：能够联系实际，树立正确的历史观点、世界视野、国情意识和问题意识；能够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。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	导论：马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果	1. 什么是马克思主义 2. 中国为什么选择了马克思主义 3. 为什么要实现马克思主义中国化时代化 4. 什么是马克思主义中国化时代化 5. 马克思主义中国化时代化有哪些理论成果 6. 本教材的主线和重点			
2	毛泽东思想	1. 毛泽东思想及其历史地位 2. 新民主主义革命理论形成的依据 3. 新民主主义革命道路的总路线和基本纲领 4. 新民主主义革命的道路和基本经验 5. 从新民主主义到社会主义的转变 6. 社会主义改造道路和历史经验 7. 社会主义制度在中国的确立 8. 社会主义建设道路的初步探索			
3	中国特色社会主义理论体系的形成发展、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观	1. 邓小平理论的形成、主要内容及历史地位 2. “三个代表重要思想”的形成、核心观点、主要内容及历史地位 3. 科学发展观的形成、科学内涵、主要内容及历史地位			
教学要求：					
1. 方法手段：主要采用理论与实践相结合，线上与线下相结合，课内与课外相结合的教学方式，运用问题导向、任务驱动、小组辩论等教学方法，通过多媒体音频、视频等教学方式和手段，提高教学的实效性。					
2. 考核评价：课程考核为平时成绩+期末线上考试。					

(4) 形势与政策

开设学期	1、2、3、4、5	参考学时	40	学分	1
课程目标：					
素质目标：具备感知国情民意的意识，具备树立“四个意识”、坚定“四个自信”的意识，做担当民族复兴大任的时代新人。					
知识目标：准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略；正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战。					
能力目标：掌握正确分析形势和理解政策的能力，能对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点和疑点问题进行思考、分析和判断。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	理论教学	根据中宣部，教育部每学期下发的《形势与政策教育教学要点》，紧密围绕党和国家重大理论政策，中国式现代化建设的情况，国际形势等方面的情况与时俱进设定教学内容，由形势与政策教研室召开教育教学专题会议，共同商议确定每学期的具体授课内容。			
2	实践教学	根据每学期具体的授课内容，安排实践主题，在课堂进行展示。			
教学要求：					
1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，以激发学生自主学习为目标，采用参与式，互动式，启发式，讨论式等教学方式，依托学习通教学平台为学生提供大量的资源，并完成主题讨论和作业的提交，以提升教学的实效性。					
2. 考核评价：突出考查学生分析问题和解决问题的能力，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%。					

（5）思政实践

开设学期	1-2	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 坚定学生的中国特色社会主义信念，激发学生的民族自豪感、自尊心和自信心；促进学生热爱中国共产党的感情，拥护党的领导；帮助学生认识社会、关心社会，激发学习兴趣，学会做人、学会协作，立志成为新时代中国特色社会主义事业的建设者和接班人。 知识目标： 让学生通过亲身实践，了解中国特色社会主义的发展历程，党的十八年后中国发展取得的伟大成就，进一步加深大学生对习近平新时代中国特色社会主义思想概论与思想道德与法治两门课程基本内容的理解，深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的精神实质。 能力目标： 培养学生运用马克思主义立场和观点发现实际问题、分析实际问题以及解决实际问题的能力；提高学生认识能力、思辨能力和实践能力，让他们在实践中学会做人、学会做事、懂得合作。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容： 学生以实践小组的方式参与教学，围绕思想政治理论课的教学内容，结合专业特点开展实践活动（具体实施由各门思政课负责人根据课程内容的需要，结合时事热点，在各门思政课教学过程中安排，不单独计课时）。					
教学要求： 1. 方法手段： 以思政实践教学平台为载体，通过案例示范、任务驱动、主题活动等方式，让学生在学习理论知识的同时，有组织的参与思政实践。 2. 考核评价： 突出考查学生分析问题和解决问题的能力，考核学生的实践能力，本课程考核与各门思政课考核融合进行。					

(6) 军事技能

开设学期	1	参考学时	112	学分	2
课程目标：					
素质目标：养成良好的军事素养，增强组织纪律观念，培养学生令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风。					
知识目标：掌握内务制度与生活制度；掌握列队动作基本要领。					
能力目标：能较好地完成内务整理和队列动作训练。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S5 Z1 Z2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	共同条令	《内务条令》《纪律条令》《队列条令》教育。			
2	分队的队列动作	集合、离散，整齐、报数，出列、入列，行进、停止，方向变换等。			
3	内务整理	被子折叠与摆放，床铺整理，生活用品规范摆放、室内清洁卫生等。			
教学要求：					
1.方法手段：本课程实践性强，基于行动导向教学四步法、案例教学法、情景教学法、启发式教学法、发现式教学法等教学方法，按纲施训。					
2.考核评价：课程评价采用“过程性+终结性”考核的方式，由辅导员和承训教官共同组织实施，主要从出勤率、学习态度、学习纪律、内务整理、掌握程度等全方位多角度进行考核和考察，既能提高学生的课堂活动参与度，更能促使学生进一步理解技能要领；过程性考核 70%，终结性考查占 30%，形成最后的鉴定表。					

(7) 军事理论

开设学期	4 5	参考学时	36	学分	2
课程目标： 素质目标： 增强学生依法建设国防的观念，强化国家安全意识和忧患意识；培养学生爱国情怀，传承红色基因，激发学习热情；树立学生为国防建设服务的思想，增强集体观念和组织纪律性。 知识目标： 了解国防基本内容、发展历史、国防法规、国防建设；掌握国防动员与武装力量体制、国防教育的相关内容；学习军事思想的形成与发展，掌握军事理论的核心内容；了解世界战略格局概况、战略基本理论；熟悉高技术战争的特点、演变历史及军事高技术的种类。 能力目标： 能主动参与和支持国防建设，自觉保卫国家安全；具备从军事角度观察、分析和处理问题的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S5 Z1 Z2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	中国国防	中国国防基本内容、历史和现状；我国当代国防法规体系、武装力量体制，国防动员主要内容。			
2	国家安全	国家安全内涵、原则与总体安全观；我国国家安形势；国际战略形势现状与发展趋势、世界主要国家军事力量及战略动向。			
3	军事思想	军事思想的形成与发展过程；我国古代和当代军事思想。			
4	现代战争	战争内涵、特点及发展历程；新军事革命的发展演变与主要内容。			
5	信息化战争	信息技术和信息化战争的特点；各国信息、武器装备的发展趋势与战列应用；科学技术与战争的关系。			
教学要求： 1. 方法手段： 重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理，注重教学的时代性、针对性和有效性。 2. 考核评价： 按百分制计分，采用过程性考试方式，主要从出勤率、平时作业、学习表现等全方位多角度进行考核和考察，既能提高学生的课堂活动参与度，更能促使学生进一步增强国家安全意识、爱国意识，提高军事素养；过程考核 70%，期末考查占 30%。					

(8-11) 大学体育 (1-4)

开设学期	1 2 3 4	参考学时	112	学分	7
课程目标:					
素质目标: 培养学生吃苦耐劳的精神, 坚韧不拔的品质, 积极向上的态度, 团结协作的意识; 培养学生集体荣誉感, 形成正确运动思维和观念, 养成良好的锻炼习惯, 提高学生身体素质。					
知识目标: 掌握体育与健康的基础理论知识和专项运动技能, 注重培养学生体育文化欣赏能力以及终身参加活动的意识;					
能力目标: 提升学生身体素质、心理素质、社会适应能力, 培养学生运动兴趣、运动技能、健康意识、心理素质和团队协作能力, 为未来生活和工作奠定良好基础。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S5 S6 S7 Z1 Z3 N1 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	协调性和平衡能力训练	公体课: 太极拳、健美操			
2	球类项目	选项课: 篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、网球、匹克球、高尔夫球			
3	综合项目	选项课: 武术、跆拳道、排舞、传统功法、健身操、拓展训练、休闲体育、健身健体、有氧舞蹈、爵士舞、形体训练			
教学要求:					
1. 课程思政: 挖掘体育教学中的思政元素、创新教学方法和形式、注重学生全面发展及发挥教师示范作用等措施, 实现体育与思政的有机融合, 培养学生优良道德品质、团队合作精神和爱国情怀。					
2. 方法手段: 理论与实践相结合。采用示范讲解、情境教学、教学比赛递加法、分解法、游戏法等教学方法, 帮助学生逐步掌握运动技能, 并结合专项素质训练巩固练习, 培养团队精神、竞争意识、自我管理能力等综合素质; 利用网络教学平台、多媒体、视频等信息化教学方法与手段, 增加课堂信息量, 提高课堂教学效率。					
3. 考核评价: 采用过程性评价与终结性评价相结合。大学体育(一、三): (课堂表现+课后锻炼) 40%+ (体质测试) 20%+ (期末测试) 40%; 大学体育(二、四): (课堂表现) 20%+ (课后锻炼) 20%+ (期末测试) 60%。					

(12) 大学生心理健康

开设学期	1 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 培养健康心理、健全人格，养成勇气、仁爱、智慧、卓越的美德。 知识目标： 了解心理学有关理论和基本概念，明确心理健康的标准和意义，理解心理发展规律、心理问题产生的原理。 能力目标： 掌握自我探索、心理调适及心理发展的技能。					
主要支撑培养规格： S6 Z3 N5					
主要内容： 主要介绍大学生常见的心理困惑与异常心理，以及自我认识、情绪控制、压力管理、人际经营、爱的表达等相关心理学知识和技巧。					
序号	教学单元	教学内容			
1	求助意识	心理初探，评估健康水平； 自我识别，增强保健意识。			
2	助人情怀	个性探索，促进人格发展； 自我认识，完善人格品质。			
3	自愈能力	情绪调节，塑造阳光心态； 压力管理，应对人生风波。			
4	生活激情	人际解码，感受快乐生活； 经营爱情，成就幸福人生。			
教学要求： 描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政： 按照“勇气→仁爱→智慧→卓越”四段递进式思政主线讲授“求助意识→助人情怀→自愈能力→生活激情”递进式 13 个“一课次一目标”的学习专题。 2. 方法手段： 采取“线上+线下”混合式教学模式。以课堂活动体验为主，学生在线自主学习、教师课堂讲授、课后实践拓展为辅，通过讨论、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学效果。 3. 考核评价： 课程考核由线上成绩和线下成绩组成。其中过程性评价占 60%，包括学习态度、学习习惯和知识技能的掌握，结果评价 20%，指期末考试成绩，增值评价 20%，考察思政素养的养成情况。					

(13) 劳动教育（劳动实践）

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标：					
素质目标：具备正确劳动价值观，养成良好的劳动习惯和热爱劳动的思想情感，逐步树立工匠精神。					
知识目标：认知劳动的价值，马克思主义劳动观；掌握劳动精神、劳模精神、工匠精神；了解新时代劳动特质。					
能力目标：能运用知识技能发现、分析、解决问题，为社会生活打基础；坚持五育理念，以劳动促进德智体美发展，养成劳动习惯。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	劳动与劳动教育	课程导论；劳动、劳动价值、劳动价值观			
2	劳动精神	新时代劳动精神内涵；劳动精神对大学生成长的意义			
3	工匠精神	工匠精神的内涵；如何锤炼工匠精神			
4	劳模精神	劳模精神的内涵；汲取劳模经验，聆听榜样故事			
5	劳动关系	认识劳动关系；用法律构建和谐劳动关系			
6	劳动实践	走近大学生劳动实践；大学生生产劳动与职业发展。			
教学要求：					
1. 课程思政：课程 2 和 3 通过融入劳模和工匠故事进行文化教育，模块 5 结合法治思想进行思政教学。通过故事激发学生对劳模精神、工匠精神的追求，培养法律意识和社会责任感，实现知识与价值的统一。					
2. 方法手段：通过知识导入、案例示范、任务驱动、主题活动、劳动实践等，使学生坚持在课堂教学、活动实践、自我学习等教育环节上付出辛勤劳动，有利于树立正确的劳动价值观。					
3. 考核评价： 本课程采用过程性考核与结果考核相结合的方式，全面评估学生表现，综合评定成绩。过程性考核涵盖课堂考勤、课堂互动及课堂实践活动等方面，占总评的 60%，重点考察学生的认知能力、自主探索精神、团队合作意识及精益求精的职业素养。结果考核则占 40%。课程考核评价贯穿学生参与劳动的全过程，采用个性化、多元化、动态化的评价手段，旨在激发学生学习积极性，提升劳动教育课程的整体质量。					

(14) 安全教育

开设学期	2	参考学时	24	学分	1
课程目标：					
素质目标：能够深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念；增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力；养成遵纪守法、关注安全、珍爱生命的良好素养。					
知识目标：基本掌握总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义；熟悉总体国家安全观相关法律法规；了解国家安全重点领域面临的威胁与挑战。掌握消防安全、交通安全、网络安全、防诈骗等日常安全基础知识					
能力目标：掌握维护国家安全的途径与方法；在日常的学习生活中，能够自觉养成维护国家安全的良好习惯；在日常学习生活中自觉践行安全行为规范，提升应急避险和自我保护能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	总体国家安全观概述	总体国家安全观的创立 总体国家安全观的科学内涵 总体国家安全观的重点领域和基本特征			
2	中国特色国家安全道路	统筹发展和安全 坚持中国共产党的领导 坚持以人民安全为宗旨 坚持以政治安全为根本 坚持以经济安全为基础 坚持以军事、科技、文化、社会安全为保障 坚持以促进国际安全为依托 筑牢其他各领域国家安全屏障			
3	大学生要争做总体国家安全观坚定践行者	增强国家安全意识，坚持国家利益至上 增强忧患意识，发扬斗争精神 增强社会责任，形成维护国家安全合力			
4	其他安全教育	消防安全、交通安全、食品安全、防灾减灾； 网络安全与防电信诈骗；心理健康与生命教育； 校园安全与应急避险			
教学要求：					
1. 方法手段：通过案例教学，以鲜活的安全案例来阐述国家安全理论；以总体国家安全观为指导，融合日常安全教育，培养学生的国家安全意识、风险防范能力和安全素养。课前，要求学生查阅相关资料，了解学习目标；课中，积极参与课堂讨论，掌握学习内容；课后，完成老师布置的相关作业；课外，参加安全实践。					
2. 考核评价：课程考核为平时成绩+期末线上考试。线上，要求学生平时观看视频课程，完成章节测验；线下，参与课堂学习、讨论、完成小组任务。					

(15-16) 大学英语

开设学期	1-2	参考学时	128	学分	8
课程目标: 素质目标: 培养职业责任感、社会服务意识及跨文化包容态度，树立终身学习理念，增强职场适应力与创新自信。 知识目标: 掌握职场场景核心词汇（旅行、购物、急救等）、跨文化交际常识及职业发展相关术语（求职、智能技术、网络安全等），理解行业趋势与职场规范。 能力目标: 提升英语听说读写综合应用能力，能在真实场景中沟通协作（如面试、志愿服务）、解决问题（如急救、网络威胁），并运用逻辑思维规划职业目标。					
主要支撑培养规格: S1、S2、Z4、N1、N2、N3					
主要内容					
序号	教学单元	教学内容			
1	（上）Unit 1 Traveling	旅行场景词汇、跨文化沟通技巧、行程规划与应急处理模拟练习。			
2	Unit 2 Shopping	商品描述与议价表达、退换货流程对话、消费纠纷解决案例分析。			
3	Unit 3 First Aid	急救术语、常见伤病处理步骤演示、急救设备使用英语指令实践。			
4	Unit 4 Volunteering	志愿服务类型与流程、公益项目策划术语、团队协作任务模拟。			
5	Unit 5 Intelligent Vehicles	智能汽车技术原理、交通趋势讨论、科技伦理与安全驾驶议题辩论。			
6	Unit 6 Cybersecurity	网络安全基础概念、风险识别与防护策略、网络威胁应对情景演练。			
7	（下）Unit 1 Looking for Jobs	求职渠道与岗位分析、简历与求职信撰写模板、招聘信息筛选实践。			
8	Unit 2 Job Interviews	面试问答技巧、职场礼仪模拟、压力面试与逻辑应答训练。			
9	Unit 3 In the Workplace	职场沟通术语、会议与任务分配对话、跨文化团队协作角色扮演。			
10	Unit 4 Career Paths	职业发展阶段理论、行业趋势调研、个人职业计划书撰写指导。			
11	Unit 5 Social Media and Career Success	社交媒体人脉管理、个人品牌塑造案例、职业信息传播伦理讨论。			
12	Unit 6 Setting Smart Goals	SMART 原则应用、目标分解与进度跟踪工具、职业目标陈述与反馈优化。			
教学要求: 课程思政: 以急救伦理、志愿服务精神、网络安全责任等主题为切入点，通过案例分析、角色扮演深化职业使命感与社会责任感，融入工匠精神与社会主义核心价值观。 方法手段: 采用任务驱动法（如智能汽车技术调研、求职面试模拟）、线上线下混合式教学（BOPPPS 模型），结合智能技术、职业场景设计项目式学习，强化语言应用与专业实践融合。 考核评价: 构建“语言能力（40%）+职业素养（30%）+思政表现（30%）”多维体系，过程评价（课堂参与、项目报告）与终结评价（情景测试、目标陈述）结合，突出伦理意识与创新协作能力。 关联实施保障: 依托实训平台、企业案例库及思政资源库，确保教学内容与行业需求、价值引领同步，以师资培训与动态评价机制支撑目标落地。					

(17) 生涯与就业指导

开设学期	1、4	参考学时	32	学分	2
课程目标:					
素质目标: 确立职业发展的概念和意识, 具备职业生涯发展自主意识, 正确的人生观、价值观和就业观念, 将个人发展和国家需要、社会发展相结合。					
知识目标: 基本了解生涯规划的概念、特点, 掌握生涯规划相关理论, 职业发展的阶段特点, 较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境和职业分类。了解就业形势与政策法规, 掌握基本的劳动力市场信息; 了解求职全过程以及求职安全和就业权益维护的相关知识。					
能力目标: 具有自我探索技能、信息搜索与管理技能、职业生涯决策技能, 人工智能工具使用技能; 具有各种通用能力, 如自我管理能力和人际交往能力等。能够具有简历写作和投递技巧, 求职面试礼仪和应答技巧, 能够具有各种通用能力, 如数智素养、沟通能力和问题解决能力等。					
主要支撑培养规格: S1-S7, N1-N4					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	职业目标	1. 成长赛道评审规则全景解读, 树立贴合国家战略、产业需求的正确择业观 2. 自我认知系统梳理: 兴趣、能力、特长、成长路径复盘与核心优势挖掘 3. 行业趋势、就业市场需求、目标岗位胜任力模型深度调研 4. 基于人岗差距分析, 用 SMART 原则设定长中短期职业目标 5. 高职 3 年分阶段成长计划制定, 实现岗课赛证融合			
2	学习实践行动	目标岗位核心能力提升路径设计, 匹配专业硬技能、通用软技能要求			
3	优化改进	成长收获、不足与根因分析, 制定针对性改进方案			
4	赛事实战与期末考核	成长赛道生涯发展报告终稿打磨			
5	职业目标	1. 就业赛道评审规则全景解读, 明确求职与赛事的核心得分逻辑 2. 就业市场需求深度分析, 锁定 1-2 个核心目标岗位 3. 目标岗位任职要求、工作流程、发展路径、用人偏好精准拆解 4. 人岗匹配度分析, 明确核心优势与求职竞争力定位			
6	岗位胜任力	1. 目标岗位专业胜任力打造: 专业技能成果化呈现, 解决实际问题的能力证明 2. 职业综合素质提升: 沟通协作、执行力、问题解决能力、敬业奉献职业精神培养 3. 求职材料全流程制作: 高匹配度简历打磨、求职作品集系统化呈现 4. 全场景面试实战: 半结构化面试、无领导小组讨论、职场情景模拟全流程技巧与演练 5. 面试礼仪、心态调整与突发问题应对			
7	发展潜力	1. 职场持续学习能力与创新精神培养, 匹配行业长期发展需求 2. 入职后 1-3 年职业发展路径规划, 明确晋升成长方向 3. 职场适应与角色转换方法, 应对职场不确定性挑战 4. 就业权益全流程保护: 劳动合同、薪资福利、求职陷阱防范			

8	赛事实战与期末考核	就业赛道全套求职材料终稿打磨
教学要求： 1. 课程思政：以价值引领为核心，将职业选择与家国情怀深度融合，通过“大国工匠”“基层奋斗者”等案例，阐释敬业奉献、服务社会的职业精神。结合专业特点，对接“制造强国”“乡村振兴”等国家战略，引导学生将职业目标融入区域产业升级需求；在规划中凸显诚信为本、服务社会的价值导向，助力学生树立“德技并修、产教融合”的职业观。在简历制作、面试辅导中融入诚信教育，强调求职伦理；设置“国家重点领域就业”专题，解读乡村振兴、科技创新等战略需求，引导学生树立“把个人理想融入国家发展”的择业观，在职业规划中厚植担当意识。 2. 方法手段：采用行动导向和实践活动教学法，依托在线开放课程和校本教材等资源实施线上线下融合教学。将学生作为课程学习的主体，教师是组织者、引导者、促进者、检查者，通过引导学生主动参与、亲身实践、独立思考、合作探究，使学生能顺利掌握课程内容。 3. 考核评价：本课程为考查科目，考核内容分为课堂教学考核和行动实践考核两大部分。课堂教学考核成绩为总成绩的 70%，包括课堂出勤、课堂实训、作业完成等；行动实践考核成绩为总成绩的 30%，包括各就业行动的完成情况和效果。		

(18-19) 创业教育（上、下）

开设学期	1、2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 强化创新意识：突破思维定式，运用创新方法解决实际问题；提升心理素质：在资源受限时保持韧性，以乐观心态应对挫折；树立社会责任感：恪守诚信公平的商业伦理，在创造价值中实现社会担当。 知识目标： 理解创业内涵：创业是价值创造过程，涵盖生存型、机会型、创新型等多元类型；熟悉基本流程：掌握创意萌发、机会评估、资源获取至企业开办的创业完整周期；知晓法律红线：明晰知识产权、合同法、劳动法及税务合规等基本规范；了解政策环境：熟知湖南省及高校“七个一”行动等扶持政策，为创业实践奠定基础。 能力目标： 信息获取与工具应用能力：能够借助互联网及 AI 工具开展信息收集与分析；机会识别与表达能力：能从日常专业痛点提炼创意并清晰陈述；商业策划能力：能运用商业模式方法梳理项目逻辑，撰写规范计划书；团队协作与执行能力：能在团队中担当角色，实现有效沟通与任务协作。					
主要支撑培养规格： S1-S7 N1-N4					
主要内容： 普适版含创业认知、环境分析等 5 模块，普及创业常识、培养岗位创新与风险规避能力；引领版设洞察共情等 4 模块，聚焦数智双元能力，培育人机共生的数智化创业领军人才，AI 工具贯穿教学全程。					
创业教育普适版					
序号	教学单元	教学内容			
1	创业认知与生涯发展	创业内涵、湖南省“三高四新”战略和创新创业政策、创业风险规避指南			
2	环境分析与机会发现	内外部环境分析、产业发展分析、客户需求分析、AI 辅助机会识别			
3	产品设计与商业模式	创新思维工具、精益创业方法、核心产品设计、商业模式设计			
4	团队协作与资源整合	创业团队组建、人力资源管理、创业资源获取、整合营销推广			
5	项目呈现与路演实战	创业大赛解析（国创赛/金种子）、商业计划书撰写、创业路演实战			
创业教育引领版					
1	洞察与共情——发现非共识机会	洞察层面借生成式 AI 扫描全网数据、生成分析报告并探寻异常点；共情层面跳出算法，结合深度访谈与 AI 分析构建用户画像；同时辨析真伪需求，深挖用户深层需要。			
2	数字合伙人与极速行动——构建最小可行性产品	构建数字合伙人，明确 AI 团队角色、搭建人机协作流程；借 AI 生成产品原型与演示，通过“烟雾弹测试”结合 AI 完成 MVP 测试，获取真实反馈数据。			
3	价值叙事与资源磁场——设计创业愿景	人文之韵借 AI 升维项目愿景，叙事重构以“英雄之旅”设计商业计划书、AI 润色路演稿塑个人演讲风格，资源链接用数字化工具对接资源、搭建项目人脉网络。			

4	认知进化与伦理觉知	认知进化：掌握复盘策略，运用人工智能深度分析用户反馈，制定精准转型或迭代策略。伦理觉知：深度研讨科技向善案例；开展关于算法伦理的人机辩论。路演答辩：策划新产品发布会。
教学要求： 1. 课程思政： 紧扣湖湘特色与数智化要求，厚植“敢为人先”的湖湘创新精神，铸牢科技向善伦理底线，培育求真务实的实干素养，涵养服务“三高四新”的家国情怀，塑造诚信合规的商业品格，实现价值引领与创新能力培养相融合。 2. 方法手段： 融合案例、项目式、翻转课堂等方法，运用全景沉浸式、AI 辅助教学法，普适版重基础 AI 工具实操，引领版采用苏格拉底式 AI 探究、红蓝对抗法，结合线上线下混合式、校企协同教学组织形式。 3. 考核评价： 本课程为考查科目，采用过程与结果结合的多元评价，普适版 60%过程评价+ 40%结果评价，对接赛事标准；引领版侧重人机协作与实战，设计数字化答辩。均引入自评互评、校外评价，设增值评价鼓励真实创业实践。		

(20) 第二课堂

开设学期	1-6	参考学时	、	学分	6
课程目标:					
素质目标: 强化理想信念教育, 践行社会主义核心价值观, 树立健康成长的正确观念; 开阔视野, 丰富知识, 实现个性发展和思想道德素质提升; 产生浓厚学习兴趣和竞争意识、具备创新精神, 树立“理论联系实际”的观念, 热爱劳动, 养成良好的劳动习惯。					
知识目标: 说出第二课堂活动名称, 能解析第二课堂活动参与要求; 将专业知识付诸各类社会实践。					
能力目标: 能根据各类活动要求参加第二课堂活动; 能通过参与活动树立理想信念、提高活动策划、问题解决、创业能力, 获得各类技能证书。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S3 S5 S6 S7 S8;Z1 Z2 Z3 Z4;N1 N2 N3 N4 N5					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	思想成长类	主要记载学生参加思政理论研究类社团, 参加党校、团校学习, 参加校、院团学干部培训班等专题培训, 参加思想政治类专题讲座等活动的经历。			
2	实践实习类	主要包括假期社会实践活动、专项社会实践活动及其它实践实习活动。			
3	志愿公益类	主要包括支救助残、社区服务、公益环保、赛会服务、献血、义务劳动等各类志愿公益活动。			
4	创新创业类	主要包括国家级、省级、校级、院级及行业协会组织的各级各类学术科技、创新创业竞赛活动等			
5	文体活动类	主要包括国家级、省级、校级、院级组织的各级各类文化、艺术、体育、人文素养等活动。			
6	工作履历类	主要包括参加校级、院级团委和学生组织(学生会、青年志愿者协会、登记注册的社团、广播站)担任学生干部以及开展勤工助学活动等。			
7	技能特长类	主要包括在校期间通过统一组织专业技能考试或自己学习深造而获得的各类专业证书。			
教学要求:					
1. 课程思政: 通过教学, 实施分层思政渗透。深化理想信念教育与新时代“三农”情怀, 筑牢投身乡村振兴战略的价值认同; 在项目式学习中培育科学家精神与企业家精神, 践行“把论文写在大地上”的实践观; 通过一系列特色活动, 塑造“勤学善思”的学习品格、“合作共赢”的协作素养、“精益求精”的职业态度。最终形成服务区域发展的有社会责任感、直面产业变革的使命担当力的新时代青年。					
2. 方法手段: 本课程实践性强, 学生参加“第二课堂”期间的教育成果将汇集在“第二课堂成绩单”, 客观记录、认证学生参与素质教育活动的经历和成果, 并作为学校人才培养评估、学生综合素质评价、社会单位选人用人的重要依据, 服务于学生的成长成人成才。					
3. 考核评价: 学生“第二课堂成绩单”成绩采用积分换算学分方式计量, 10 个积分换 1 个学分, 在校期间必须完成 60 个积分及以上。其中, 思想成长 30 积分、实践实习 10 积分、志愿公益 15 积分、创新创业 15 积分、文体活动 20 积分、技能特长积分 5 积分、工作履历 5 积分, 合计 100 个积分。学生成绩由校团委在“第二课堂成绩单系统”分学期导出, 对未修满规定学分的学生及时采取学业预警、指导帮扶, 毕业学期统一汇总。					

(21) 红色潇湘

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 坚定马克思主义信仰和中国特色社会主义信念，增强民族自尊心、自信心和自豪感；热爱湖南、热爱家乡，传承红色基因，弘扬湖湘精神。 知识目标： 了解以毛泽东、刘少奇、彭德怀等为代表的湘籍无产阶级革命家群体对中国革命和建设的伟大贡献，深刻领悟湖湘红色精神，学习榜样精神，传承榜样力量。 能力目标： 掌握科学的历史观和方法论，从湖湘红色记忆中汲取力量，提高运用马克思主义立场、观点和方法面对现实问题，做出正确的价值判断和行为选择的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	课程序言	红色文化的内涵及其价值，课程开设背景、性质，课程学习内容与要求。			
2	湘籍无产阶级革命家群体	湘籍无产阶级革命家群体的形成过程、标志及其原因。			
3	湘籍无产阶级革命家典型人物	领袖毛泽东的魅力、妇女运动先驱向警予、开国元帅彭德怀、“听风英雄”李白、“国歌之父”田汉等。			
教学要求： 1. 方法手段： 以教师线下课堂讲授为主，结合实践教学和线上自主学习，通过讨论研究、实践展示、多媒体音频和视频等教学方式，提高教学的时效性。 2. 考核评价： 课程考核结合线上与线下，包括理论考核和实践成果汇报展示考核，采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式，其中过程性评价占总成绩的 60%，终结性考核占总成绩的 40%。					

(22) 中国共产党历史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 系统的教育青年学生“学史明理”；把奋斗历程和伟大成就贯穿思政课的教学过程，以丰富的“营养剂”滋养青年学生“学史增信”；用光荣传统和优良作风彰显思政课的价值导向，以榜样的力量引导青年学生“学史崇德”；将立德树人和铸魂育人作为思政课的评价标准，以时代的召唤带动青年学生“学史力行”。 知识目标： 深刻理解中国共产党诞生的历史必然性及对近代中国的重要意义，深刻理解中国共产党的初心和使命。了解中国共产党的发展历程，把握党在不同历史时期的重大贡献，了解党在历史上的重要会议、重要人物、重大事件，建构系统的党史知识体系，为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标： 具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国共产党在领导中国人民进行革命和建设中的重要作用。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	中国共产党的建立和第一次国共合作	开天辟地撑起救国大业 北伐战争掀起革命高潮			
2	土地革命战争的烽火	井冈星火开辟革命新路 长征是永恒的英雄史诗			
3	领导全民抗战和解放战争	全民抗战中的中流砥柱 打倒蒋介石解放全中国			
4	讨论实践	中国共产党为什么能？			
教学要求： 1.方法手段： 以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2.考核评价： 课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的党史知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。					

(23) 新中国史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标: 素质目标: 培养学生民族自豪感、自尊心和自信心；拥护党的领导和新时代中国特色社会主义思想的自觉性；具备认识社会、关心社会，积极投身社会实践的意识，激发学习兴趣，学会做人、学会协作，立志成为中国特色社会主义事业的建设者和接班人。 知识目标: 全面掌握新中国的政治、经济、文化、社会和民族等领域的历史发展；深刻理解取得这些历史成就是中国共产党领导中国人民不断接续奋斗的结果。了解我国历史上的重要会议、重要人物、重大事件，深刻理解新中国在改革开放以来尤其是进入新时代中国特色社会主义建设的各项方针政策。 能力目标: 具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国发展各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格: S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	社会主义革命和建设时期	中华人民共和国的诞生 建立社会主义制度 探索中国自己的社会主义道路			
2	改革开放和社会主义现代化建设新时期	开辟人民共和国历史新时期 开创社会主义现代化建设新局面 确立社会主义初级阶段基本路线 改革开放和社会主义现代化建设新阶段 把改革开放和社会主义现代化建设全面推向新世纪 全面建设小康社会新阶段			
教学要求: 1. 方法手段: 以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价: 课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实理论基础。					

(24) 改革开放史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标：					
素质目标：培养学生民族自豪感、自尊心和自信心；拥护党的领导和新时代全面深化改革政策的自觉性；具备认识社会、关心社会，积极投身社会实践的意识，激发学习兴趣，学会做人、学会协作，立志成为新时代中国特色社会主义改革事业的建设者和接班人。 知识目标：全面掌握改革开放以来政治、经济、文化和社会等领域的历史发展；深刻理解取得这些历史成就是中国共产党领导中国人民不断接续奋斗和创新发展的结果。了解我国改革开放的重要会议、重要人物和重大事件，深刻理解新中国在改革开放以来尤其是进入新时代中国特色社会主义建设的各项方针政策。建构系统的知识体系，为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标：具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国改革开放各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	改革开放大幕全面开启	解放思想成为改革开放先导 十一届三中全会与党的工作中心转移 调整经济政策与农村改革取得突破 推动对外开放和创办经济特区 建设有中国特色的社会主义与小康目标 加强社会主义民主法制与精神文明建设			
2	改革开放在科学发展中深化	确定经济体制改革目标与基本框架 形成对外开放新态势 推进党的建设新的伟大工程 推进全面建设小康社会 实现经济又好又快发展 建设社会主义和谐社会			
3	改革开放进入新时代	擘画新时代“两个一百年”奋斗目标 乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程 以供给侧结构性改革为主线推进经济高质量发展 推动中国特色社会主义政治建设深入发展 创造性繁荣社会主义文化 开创生态文明建设新局面 以改革创新精神全面推进党的建设新的伟大工程			
教学要求：					
1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价：课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。					

(25) 社会主义发展史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标: 素质目标: 培养学生对社会主义制度的自信心; 认识社会主义发展历史和中国特色社会主义制度的自觉性; 具备认识社会、关心社会, 积极投身社会实践的意识, 激发学习兴趣, 学会做人、学会协作, 立志成为新时代中国特色社会主义改革事业的建设者和接班人。 知识目标: 全面掌握社会主义思想、运动和制度的产生、演变和发展的历史进程及其规律; 深刻理解苏联社会主义的兴衰启示和中国特色社会主义制度的创新和发展。了解社会主义每个发展时期的特点、事件和成就, 深刻理解为什么中国引领世界社会主义在 21 世纪焕发了新气象。建构系统的知识体系, 为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标: 具备一定的解读史料和经典著作的能力, 学会用历史和逻辑的方法分析世界社会主义发展各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力, 具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格: S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	空想社会主义的产生和发展	人类自古就有对理想社会的向往 资本主义生产方式形成与空想社会主义产生 空想社会主义的基本主张和历史地位			
2	科学社会主义的创立及其实践	马克思恩格斯早期理论和实践活动 科学社会主义的创立和完善 科学社会主义成为工人运动的主导思想			
3	社会主义从一国到多国发展与苏联模式	俄国十月革命与第一个社会主义国家建立 苏联的社会主义建设与工业化 苏联模式的形成及其特征 苏联社会主义建设成就、经验与教训			
4	中国特色社会主义开辟社会主义新纪元	开创中国特色社会主义新道路 把中国特色社会主义全面推向 21 世纪 在新形势下坚持和发展中国特色社会主义 奋力谱写社会主义现代化新征程的壮丽篇章			
教学要求: 1. 方法手段: 以教师课堂讲授为主, 自主学习为辅, 通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段, 提高教学的时效性。 2. 考核评价: 课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。					

(26) 马克思主义基本原理

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 具备理论联系实际的马克思主义学风，端正认识，健全人格，提高自身素质；树立科学的理想信念，自觉为实现中华民族伟大复兴的中国梦奉献青春、智慧和力量。 知识目标： 掌握马克思主义世界观和方法论，从整体上把握马克思主义，正确认识人类社会发展的基本规律，养成科学的思维方式。 能力目标： 能够正确分析问题，拥有哲学思辨能力和服务社会的能力，能够运用马克思主义哲学思想解决实际问题。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	马克思主义观	马克思主义的创立与发展 努力学好用好马克思主义			
2	辩证唯物主义世界观和认识论	马克思主义唯物论和唯物辩证法 实践是认识的基础 认识世界是为了改造世界			
3	资本主义论	马克思劳动价值论及其当代价值 垄断资本主义的形成及发展 资本主义与经济全球化			
4	社会主义论	社会主义五百年的历史进程 认识和把握科学社会主义基本原则 在实践中探索社会主义的发展规律			
5	共产主义论	共产主义社会的基本特征 实现共产主义的历史必然性与长期性 坚定共产主义理想信念			
教学要求： 1.方法手段： 课程通过系统讲授、课堂讨论、案例分析等教学方法，将抽象理论形象化，静态知识生动化。 2.考核评价： 课程考核为笔试；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具有扎实理论基础。					

(27) 中华优秀传统文化

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标:					
知识目标: 了解中华优秀传统文化的基本内涵、发展脉络与主要内容;掌握儒家、道家等主流思想文化的基本观点与价值精髓,理解其对中国社会与民族精神的深远影响;熟悉经典诗文、传统艺术、节日习俗等代表性文化成果,形成较为系统的文化知识结构;认识中华优秀传统文化与当代社会的联系,理解其在现代生活中的传承价值与时代意义。 能力目标: 具备阅读、理解与阐释中华优秀传统文化经典内容的基本能力,能准确把握文本内涵与文化精神;能够辨析、梳理传统文化现象与形成理性看待传统文化的思维能力;提升文化表达与交流能力,能用恰当语言介绍、分享中华优秀传统文化,开展简单文化传播;初步形成文化传承与创新应用能力,能将传统文化理念与现实生活、专业学习相结合,进行简单实践与创作。 素养目标: 增强文化自信与民族认同感,自觉认同、尊重、热爱中华优秀传统文化;涵养家国情怀与人文素养,树立正确的历史观、民族观、文化观;内化仁爱、诚信、自强等传统美德,提升道德修养与人格品质;培养开放包容、守正创新的文化态度,能够在传承中发展,在借鉴中创新;形成文明素养与社会责任感,以优秀传统文化涵养行为习惯,践行新时代文明风尚。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容:					
序号	教学单元		教学内容		
1	绪论		中华优秀传统文化概述		
2	中国传统哲学		道家、儒家		
3	中国传统文学		诗词、散文、戏剧、小说		
4	中国传统艺术		书法、绘画、乐舞		
5	中国传统生活		服饰文化、食文化、茶文化、节日文化		
教学要求:					
1. 课程思政: 根据学科特点,合理设计教学活动,引导学生拓宽国际视野、坚定文化自信,形成正确的世界观、人生观、价值观,培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。 2. 方法手段: 将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项课程核心素养贯穿于教学活动的全过程,并通过设计文化交流教学活动,加强学生语言实践应用能力的培养,让学生体验传统文化的魅力。 3. 考核评价: 采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核包括听课笔记、平时作业、课堂表现、学生自评,过程性考核的成绩占学期总成绩的 60%;结果性考核占学期总成绩的 40%。					

(28) 湘商文化

开设学期	1 或 2	参考学时	16	学分	1
课程目标：					
素质目标： 在对湘商文化的精神实质的基本了解基础上，提升人格修养和文化自信，培育家国情怀和职业操守。自觉带动湘商文化的传承与发展。					
知识目标： 掌握湖湘文化和湘商文化内涵；了解湖湘文化浸润与湘商文化发展；熟悉湖南商业历史遗迹；感知湘商成就与创业经验；了解商帮、商会的历史与现状。					
能力目标： 理解并运用湘商精神分析、指导商业行为的能力；吸取湘商精英成功经验，指导学习、生活和工作的能力；语言表达能力；思辨能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	湘源源流	第一讲：湘源源流（上） 第二讲：湘源源流（下）			
2	湘商精神	第三讲：湘商精神（上） 第四讲：湘商精神（下）			
3	湘商风物与湘商精英	第五讲：湘商风物（上） 第六讲：湘商风物（下） 第七讲：湘商精英 第八讲：商帮与商会			
教学要求：					
1. 课程思政： 从璀璨的湖湘文化中汲取养分，从漫长的湘商历史中找寻渊源，引导学生坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。					
2. 方法手段： 通过线上线下混合式教学。课上通过信息化教学资源优化教学过程，课后通过学习通平台推送视频及相关资源，引领学生感受湘商校园文化，拓展迁移环节拓展学习时空，达成有效教学，加深学生对湘商文化内涵的理解，以文化人，提升商科学生的综合素质。					
3. 考核评价： 本课程考核采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核占学期总成绩的 60%，包括平时作业、课堂活动、听课笔记、到课情况、学生互评等；结果性考核占学期总成绩的 40%，采用试卷考查方式，其中理论知识占 80%，拓展知识占 20%，由任课教师使用学习通题库组卷。					

(29) 大学语文

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标:					
素质目标: 通过引导学生感受、领悟语言文字的巨大魅力, 激发学生的想象力与创造力, 倡导学生的独立精神与合作意识, 培育和滋养其健全的人格与社会责任感。					
知识目标: 掌握语言文字, 了解文史知识, 将语言能力、文史知识、文化文明常识等内容贯穿于名篇名著的理解和赏析之中。					
能力目标: 正确理解与运用祖国语言文字的能力。进一步获得直觉思维、形象思维、逻辑思维和创新思维等能力。培养审美发现与鉴赏能力。提升文化传承和创新能力。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	大学语文的性质与内容 学习大学语文的意义			
2	诗词	(1) 唤醒诗心, 重拾妙音——《诗经》选读; (2) 悬崖上的独吟曲——《楚辞》选读; (3) 田园诗派的鼻祖——陶渊明; (4) 大唐盛世的铮铮傲骨——李白; (5) 时代的弃儿, 历史的宠儿——杜甫; (6) 不合时宜的文坛全才——苏轼; (7) 深闺才女的悲喜人生——李清照; (8) 天上痴情种, 人间富贵花——纳兰性德;			
3	散文	(1) 史家之绝唱, 无韵之离骚——《史记》选读; (2) 山水的知己——柳宗元			
4	小说	(1) 魏晋轶事小说的集大成之作——世说新语; (2) 封建末世的贫穷贵公子——曹雪芹; (3) 苍凉的手势——张爱玲			
教学要求:					
1. 课程思政: 根据学科特点, 合理设计教学活动, 引导学生热爱祖国、坚定文化自信, 形成正确的世界观、人生观、价值观, 培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。					
2. 方法手段: 将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项课程核心素养贯穿于教学活动的全过程, 并通过设计文化交流教学活动, 加强学生语言实践应用能力的培养, 让学生体验传统文化的魅力。					
3. 考核评价: 采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核包括课堂出勤、课堂纪律、课堂发言、原典背诵、读书笔记、课后作业、小论文或学习汇报 PPT 等, 过程性考核的成绩占学期总成绩的 60%; 结果性考核占学期总成绩的 40%。					

(30) 应用文写作

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标：					
素质目标：提升高职学生服务区域经济发展的责任意识，强化诚信守法、公平公正的职业理念和务实作风，弘扬爱岗敬业的劳动价值观，培养家国情怀与行业使命感。					
知识目标：通过学习掌握“必需”的应用文写作的基本理论和基础知识，使学生具备能熟练主题明确、材料准确翔实、结构完整恰当、表达通顺合理的各类常用应用文书。					
能力目标：通过常见应用文的案例分析和写作训练，培养学生处理职业生涯及日常生活应用文的写作能力，让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识应用文写作及事务文书	应用文写作概述及条据、计划、总结、演讲词、求职信、倡议书、感谢信慰问信介绍信证明信、消息、合同的写作			
2	公务文书写作	党政机关公文概述、请示、函、会议通知、通报的写作			
教学要求：					
1. 课程思政：有意识地引导学生关注社会时政、发现应用文写作的价值，提高对语言文字的敏感度；通过具体的写作任务使学生学会在应用文写作中坚持正确的政治态度和对国家、社会的情感态度，培养学生的家国情怀和正确的社会责任感，把握好应用文写作的主题。					
2. 方法手段：通用任务导向、案例分析和写作训练培养学生处理职业生涯及日常生活应用文的写作能力，激发学生的自主学习能力，让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。					
3. 考核评价：采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式，全面、客观地评价学生的学业状况。过程性考核包括出勤、平时作业、课堂表现等，过程性考核的成绩占学期总成绩的 50%；结果性考核占学期总成绩的 50%。					

(31) 经济数学

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标：					
素质目标：具有乐观积极的态度、具有社会责任感、具有学习品格、合作意识、数学表达、创新思维等核心素养，形成实事求是的工作作风。					
知识目标：掌握函数极限的定义和极限的运算法则，理解函数连续的定义；掌握一元函数微积分的基本概念、基本理论、基本运算和典型应用。					
能力目标：具有一定的运算能力、逻辑推理能力、抽象概括能力、综合运用所学知识分析和解决问题的能力、运用工具的能力和自学能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N3）					
主要内容					
序号	教学单元	教学内容			
1	函数、极限与连续	代数基础知识、函数的概念与性质、经济函数模型的建立、极限的概念、无穷小与无穷大、极限的运算法则、两个重要极限、函数的连续性			
2	一元函数微分学	导数的概念、导数的运算、函数的微分及微分在近似计算中的应用、洛必达法则、函数的单调性与极值、利用导数求最值、曲线的凹凸性与拐点、导数在经济分析中的应用			
3	一元函数积分学	定积分的概念及性质、不定积分的概念及性质、微积分基本公式、换元积分法、定积分的应用			
教学要求：					
1. 课程思政：树立坚定的理想信念、培养深厚的爱国情感和中华民族自豪感；培养爱岗敬业的职业精神和团队合作精神；培养数字化意识与认真严谨的数学思维。					
2. 方法手段：线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。					
3. 考核评价：采用过程性评价与理论性考核评价相结合（各占 50%）的方式。过程性评价考核学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。理论性考核评价应基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用数学思维解决问题的能力。					

(32) 高等数学

开设学期	1 或 2	参考学时	64	学分	4
课程目标：					
素质目标：强化数学在信息技术领域的应用意识，树立严谨、实事求是的科学态度及精益求精的职业精神。让学生的数学表达、协作沟通、创新思维等核心素养有一定发展。					
知识目标：理解极限、导数、积分等概念。掌握求极限、导数、积分的基本方法。熟悉导数与积分的应用，了解其在计算机图形学中的曲线拟合、算法复杂度分析等应用。					
能力目标：具有一定的计算与建模、抽象概括、综合运用所学知识分析和解决问题的能力，提升自学能力和知识迁移能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 S5 S8 Z1 N1 N3					
主要内容					
序号	教学单元	教学内容			
1	微积分的研究对象及工具（函数、极限与连续）	函数的概念与性质、初等函数、极限的概念、无穷小与无穷大、极限的运算法则、两个重要极限、函数的连续性			
2	一元函数微分学	导数的概念、求导法则、微分及其应用、洛必达法则、函数的单调性与极值、函数的最值及应用、函数图形的描绘			
3	一元函数积分学	不定积分的概念及性质、不定积分的换元积分法、不定积分的分部积分法、定积分的概念及性质、微积分基本公式、定积分的积分法、定积分的应用			
教学要求：					
1. 课程思政：通过数学史案例（如刘徽割圆术）与专业场景（如算法伦理）融入，强化工匠精神与职业责任感。结合动态课件展示辩证思维，挖掘微积分发展中的文化自信，引导学生将数学能力与社会责任结合，培养家国情怀与创新意识。					
2. 方法手段：线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。					
3. 考核评价：采用过程考核+终结性考核（各占 50%）的方式。过程考核强化动态反馈，关注学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。终结性考核基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用数学思维解决问题的能力。					

(32) 美育

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标：					
素质目标：通过感悟艺术美育的价值，寓思想品德教育于美育之中使学生树立较高文化审美意识，建立完整的文化思想体系和自觉传承优秀传统文化等核心素养。					
知识目标：掌握美的本质内涵，了解美学研究的基本脉络和美育的基本特征。较为全面的掌握各个艺术门类的渊源发展和主要审美特征。					
能力目标：能够运用美的观念和基本方法，感知生活美学、鉴赏艺术经典，探寻职业之美。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S4 S5 S7 Z5 N1					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	美育基础概论（导论模块）	美育内涵解析、审美能力培养路径、艺术评价标准体系、数字时代的审美变迁			
2	音乐艺术解码	音乐语言密码、中西音乐史精要、乐器家族图谱、跨界音乐鉴赏			
3	身体叙事与舞蹈美学	舞蹈语言学、世界舞蹈地图、舞蹈影像分析			
4	曲艺文化基因库	曲艺形态学、方言艺术密码、非遗传承创新、脱口秀文化对比			
5	设计思维工坊	设计进化论、材料叙事实验、国潮设计解码、智能设计前沿			
6	视觉艺术密码	绘画语法系统、艺术流派盲盒、城市视觉考古、影像叙事实验			
7	书法时空剧场	书体基因工程、笔墨元宇宙、现代书写革命、书法治疗学			
8	综合审美实践（跨学科模块）	艺术策展模拟、文创产品开发、数字艺术创作、审美批判训练			
教学要求：					
1. 课程思政：将立德树人贯穿课程始终，坚持以美育人。普及和传播艺术美育丰富的内涵、探究艺术的渊源与发展、讲述各个艺术门类的典型美学特征，总结提炼中华美学精神，全方位多角度揭示中国传统艺术与世界经典艺术，以纲要的形式展示美育的底蕴。					
2. 方法手段：线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。					
3. 考核评价：采用过程考核+终结性考核（各占 50%）的方式。过程考核强化动态反馈，关注学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。终结性考核基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用美学素养解决问题的能力。					

(34) 口才与沟通

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标:					
知识目标: 理解言语交际的心理素质、思维素质、倾听素养; 掌握有声语言、态势语言的技巧; 掌握演讲、求职、人际、职场等常见场景的沟通方法; 掌握所学专业对应职业岗位典型工作情境的口头沟通要求, 掌握岗位口头沟通基本技巧。 能力目标: 能用标准普通话进行交流表达与诵读作品, 表达清晰、流畅、规范; 能够合理运用有声语言、态势语言技巧, 做到表达得体、条理清晰、富有感染力; 能根据不同沟通场合、沟通对象, 选择并运用恰当的沟通方式与表达技巧; 能够在所学专业典型职业岗位情境中, 运用口头沟通技巧解决实际沟通问题。 素养目标: 品味汉语言表达魅力, 传承优秀语言文化, 增强文化自信与语言认同感; 在小组交流、合作训练中, 学会尊重包容、互助协作, 树立团队合作意识; 通过职场情境模拟与沟通实践, 养成严谨细致、理性得体、规范负责的职业素养; 借助经典作品诵读与表达训练, 厚植家国情怀, 增强服务地方、奉献社会的责任与担当。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	口才与沟通概述			
2	语言基础模块	普通话基础及训练、口才常用方法训练、诵读训练			
3	演讲口才模块	命题演讲、即席演讲、辩论演讲			
4	职业沟通模块	人际沟通、求职面试沟通、职场沟通（所学专业典型职业岗位场景沟通）			
教学要求:					
1. 课程思政: 结合口才与沟通课程的实践属性, 合理设计教学活动, 引导学生拓宽职业视野、坚定文化自信, 树立正确的世界观、人生观与价值观, 厚植爱国主义情怀与民族自豪感, 涵养诚信友善、爱岗敬业、客观公正的职业素养, 实现语言能力提升与价值引领的同向同行。 2. 方法手段: 将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项核心素养贯穿教学全过程, 通过职场沟通模拟、主题演讲、经典诵读、文化交流等实践活动, 强化学生语言应用能力, 让学生在表达实践中感受语言文化魅力, 践行“学做一体、知行合一”。 3. 考核评价: 采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的评价方式: 过程性考核（占比 60%）: 涵盖听课笔记、平时作业、课堂表现、学生自评及小组协作任务完成情况, 重点评价学生语言实践能力、诚信沟通意识与团队协作素养。结果性考核（占比 40%）: 以岗位沟通模拟、主题演讲、综合表达展示等形式开展, 全面考核学生在典型职业场景下的综合沟通能力与职业素养。					

(35) 商务礼仪

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标:					
素质目标: 培养认真负责的工作态度和良好的敬业精神;增强团队合作意识与沟通能力;塑造优雅气质,提升对美的感受和欣赏力。					
知识目标: 了解礼仪的起源与发展,掌握商务礼仪的含义、特点、作用和基本原则;掌握商务人员仪容、仪表、仪态礼仪的基本规范和要求;掌握商务交往中的会面、接待、拜访、通信等日常交际礼仪。					
能力目标: 具有判断商务场合下各种行为是否规范的能力;能够根据不同商务场合正确设计个人形象的能力;能够正确运用商务人员日常交际礼仪;能够进行商务接待、拜访活动的策划与实施。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	商务礼仪概说	了解礼仪的概念、起源及原则等			
2	商务人员形象礼仪	掌握商务活动中仪容、仪态、服饰及言谈礼仪的规范要求			
3	商务人员日常交际礼仪	掌握见面礼仪、餐饮礼仪、接访礼仪、电话礼仪和馈赠礼仪的规范要求			
教学要求:					
1. 课程思政: 通过商务礼仪实训,引导学生传承中华礼敬美德,将“尊重、谦和、诚信”内化为个人修养。在形象塑造、商务接待等任务中,培育精益求精的工匠精神与职业规范意识。使学生成为中华优秀传统文化的自觉传承者,在日常商务活动中展现新时代中国青年的良好形象。					
2. 方法手段: 本课程实践性强,基于《商务礼仪》在线开放课程平台丰富的学习任务清单、微课视频、优秀案例、测试题库、评价标准等数字资源,采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式,按照企业实际的商务活动的工作任务、过程和情境组织课程教学,通过启发引导、情境模拟、角色扮演、案例分析等教学方法,使学生掌握综合运用技巧,迅速缩短与实际岗位的距离,从而使学生的职业能力在训练中不断强化与巩固提高。					
3. 考核评价: 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 70%,终结性考核成绩占 30%。借助超星学习通,有效实施包括在线任务点学习、章节测试、作业、讨论、课堂活动积分、出勤等学习全过程的考察,小组作品展示采用教师现场点评、学生线上匿名互评的方式,既能提高学生的课堂活动参与度,又便于学生了解现在的不足并看到明显的进步,从而提高了学习的积极主动性。					

(36) 人工智能应用基础

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 具备人工智能视野和批判性思维；具备科技自信、社会责任的人文素养；具备创新探索、求真务实的科学素养；具备精益求精、团队合作的职业素养。 知识目标： 了解人工智能概念及人工智能伦理观念，了解人工智能核心技术及场景应用，掌握 AI 写作、绘画、音视频创作等技能，掌握 AI 办公工具矩阵并运用 WPS 进行优化。 能力目标： 具有组合运用 AI 技能分析和解决问题的能力；具备一定的创新与设计能力；具备洞察 AI 产业动态与未来发展方向，支持个人职业规划的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 Z2 Z6 N1 N2 N3 N4					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	基础知识	人工智能的发展、主要技术、应用场景；提示工程与技巧；人工智能伦理。			
2	AI 在视觉领域的应用	AI 与图像生成；AI 与语音生成；AI 与视频生成；数字人创作；			
3	AI 在办公场景的应用	AI 辅助生成文档并编辑；AI 辅助表格计算及数据可视化；AI 辅助生成演示文稿并优化。			
4	综合实践	AI 辅助制作创意视频（文案、图片、音乐等） AI 辅助制作调研报告（文档、数据表、演示文稿）			
5	考查	知识与应用相结合			
教学要求： 描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政： 有意识地引导学生关注社会时政、发现应用文写作的价值，提高对语言文字的敏感度；通过具体的写作任务使学生学会在应用文写作中坚持正确的政治态度和对国家、社会的情感态度，培养学生的家国情怀和正确的社会责任感，把握好应用文写作的主题。 2. 方法手段： 通用任务导向、案例分析和写作训练培养学生处理职业生涯及日常生活应用文的写作能力，激发学生的自主学习能力，让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。 3. 考核评价： 采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式，全面、客观地评价学生的学业状况。过程性考核包括出勤、平时作业、课堂表现等，过程性考核的成绩占学期总成绩的 50%；结果性考核占学期总成绩的 50%。					

(37) 信息技术素养

开设学期	1 或 2	参考学时	48	学分	3
课程目标: 素质目标: 引导学生自主探索,动手实操,能够举一反三,灵活运用所学知识寻找并解决学习和生活中遇到的各种问题,具备诚实守信、信息安全意识。 知识目标: 了解计算机基础知识,掌握信息检索方法、WPS Office 办公软件的应用,了解新一代信息技术、信息素养与社会责任等知识。 能力目标: 具有信息检索与获取能力、对信息的真实性、时效性等进行合理评价的能力、熟练使用 WPS 办公软件的能力。					
主要支撑培养规格: S1 S3 S4 Z6 N1 N3 N4					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	探索信息时代——计算机基础	走进信息时代、认识信息系统、熟悉操作系统、了解操作系统的文件管理系统。			
2	快速获取信息——信息检索	了解信息检索、检索学的二十大精神学习资料、使用搜索引擎精确检索数据。			
3	打造精品文档——WPS 文字	制作“中国脊梁”“中国人·飞天梦”学生信息档案表及二十大精神学习资料等文档。			
4	高效处理数据——WPS 表格	制作特色农产品销售情况表,处理表格数据,对表格数据进行整理及可视化操作。			
5	提高说服力——WPS 演示文稿	制作反诈宣传演示文稿,对演示文稿进行美化与设计。			
6	提高生产力——新一代信息技术	了解新一代信息技术相关概念,了解新一代信息技术的特点及应用。			
7	提升素养——信息素养与社会责任	了解信息素养、了解信息技术的发展史及伦理要求。			
教学要求: 1. 课程思政: 培养学生的家国情怀、社会责任与伦理教育、网络安全与法治教育、创新思维与实践能力、职业道德与工匠精神等。 2. 方法手段: 依托超星学银在线教学平台采取“线上+线下”混合教学模式,利用机房的极域广播软件进行屏幕分享及操作演示,利用项目式学习、任务驱动和翻转课堂等教学方法,充分利用人工智能等信息技术与课程教学进行深度融合。 3. 考核评价: 本课程采用过程性评价和期末考试相结合的方式,强化实践性教学环节的全过程管理,期末考试包括理论知识和动手实操两方面的内容。过程性考核(平时成绩)和期末考试成绩各占 50%。					

3.专业基础课程描述

(1) 电子商务基础

开设学期	1	参考学时	40	学分	2.5
课程目标: 素质目标: 培养具有信息意识、合作意识、互联网思维、创新意识,以及爱国情怀、民族自信、社会责任、遵规守纪、持续学习等意识。 知识目标: 掌握电子商务的概念、电子商务新技术、主要平台、网络营销、新媒体运营、支付、供应链、法规、安全等知识,电商购物、网店开设、微店开设的方法和技巧,以及 5G 技术等新技术应用、电商新业态新模式等。 能力目标: 能灵活运用电子商务服务于学习、工作、生活,能进行电商创业准备。					
主要支撑培养规格: S1-S9, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	电子商务概述	①电子商务认知②电子商务的产生和行业新应用③电子商务系统的组成及一般框架④电子商务的法律环境⑤电子商务关键技术及新技术⑥电子商务新业态新模式⑦网络零售⑧新零售⑨B2B 电子商务			
2	新媒体运营	①网络营销概述②网络营销策略与网络广告③常用的网络营销方法③新媒体与新媒体运营②网络直播运营④短视频运营⑤微信营销与微博营销			
3	电子商务安全与支付	①电子商务安全的内涵②电子商务安全技术③电子商务安全管理④电子支付概述②电子支付工具、网上银行与手机银行⑤第三方支付⑥互联网金融			
4	电子商务物流及供应链管理	①电子商务物流②电子商务配送与供应链管理			
5	电子商务客户关系管理	①客户关系管理概述②电子商务客户服务管理			
6	农村电商与跨境电商	①农村电子商务概述②农村电商平台③跨境电商概述④跨境电商物流与支付⑤主要的跨境电商平台			
证书对标	电子商务商务师(三、四级)				
对标考核点	基础理论知识				
教学要求: 1. 课程思政: ①国家战略与时代担当②法治意识与网络安全③社会责任与商业伦理④文化自信与品牌创新⑤职业素养与工匠精神 2. 方法手段: 基于《电子商务基础》学习通在线开放课程平台,采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式,通过任务驱动、自主学习、团队合作、实践操作等方法手段,让学生“认识电商、爱上电商、开始电商”。 3. 考核评价: 关注学生解决问题的综合能力,兼顾学生认知、协作和创新能力的发展,通过综合评价,激发学生学习兴趣提升学生素质,过程考核占 30%、期末考查占 70%。					

(2) 商品拍摄

开设学期	2	学时	32	学分	2
课程目标:					
素质目标: 培养创新意识与批判思维; 具备自主钻研探索精神; 具备自主审美意识; 树立中华优秀传统文化自信; 养成团结合作、周到细致、精益求精的职业品质。					
知识目标: 了解电商摄影的门类及特征; 熟悉电商摄影拍摄流程; 掌握电商拍摄过程中策划方案的撰写, 拍摄场景的设计, 把控拍摄流程的执行; 掌握电商拍摄的基本后期流程。					
能力目标: 熟练使用主流数码相机及配件; 熟练掌握各种摄影辅助器材、灯光器材的操作; 能够根据策划方案进行拍摄场景设计, 并执行拍摄; 熟练掌握拍摄后续流程的实施。					
主要支撑培养规格: S1-S9, Z1-Z7, N1-N7					
主要内容:					
序号	教学单元	学习内容	思政元素	思政融入方法	
1	电商摄影基础及分类	了解电商摄影当前发展状况以及后的发展趋势以及分类, 体会电商摄影的重要性。	爱国主义教育, 将自己个人目标与国家发展目标相结合	案例讨论法	
2	电商摄影策划及设计	了解电商摄影的基本流程及要点, 掌握电商摄影策划方案的撰写及原则要求, 掌握电商摄影策划设计基本规律。	良好的职业素养	案例讨论, 故事讲述	
3	电商摄影设计及拍摄	掌握电商摄影的不同种类、题材的场景设计原则, 掌握不同拍摄题材的思路及技巧。	良好的职业素养以及吃苦耐劳的精神	案例讨论, 故事讲述	
4	商品拍摄实践及后期处理实践	掌握商品拍摄的整体流程, 能够独自或以小组方式执行完整的商品拍摄流程, 并能完成初步的后期制作流程。	良好的职业素养以及吃苦耐劳的精神	案例讨论, 故事讲述	
教学要求:					
1. 方法手段: 本课程实践性强, 基于《商品拍摄技巧》在线开放课程平台丰富的任务工单、微课视频、优秀案例等数字资源, 选取真实商业拍摄案例, 融入传统文化学习、工匠精神培育, 通过任务驱动、在线学习测试、团队合作等教学方法, 加强学生实际职业能力的培养, 提高学生自主审美水平, 培养学生精益求精的专业精神。					
2. 场地环境: 教学主要在配有基本摄影器材及灯光设备的摄影实训室进行, 同时也需要在电脑上安装了 Photoshop CC 2015 版本以上的机房上课。					
3. 师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有摄影师岗位拍摄经验, 具备扎实的摄影理论知识, 能熟练使用各种摄影器材、灯光器材等, 具有良好的图片处理能力, 能熟练使用 Lightroom、Capture One、Photoshop 等主流图片处理软件, 能将“一岗三标”有机融入课程教学。同时具备分析当前商品摄影市场需求以及专业比赛案例的能力。					
4. 考核评价: 课程评价突出考查学生商品拍摄过程中方案撰写及设计, 拍摄执行过程, 基本后期处理的职业技能, 以及自主探索、团队合作、精益求精的职业素质, 注重过程考核, 过程考核 60%, 期末考查占 40%。					

(3) 市场营销

开设学期	1	参考学时	40	学分	2.5
课程目标: 素质目标: 具备强烈的商业信誉观;具备良好的政治思想素质、道德品质和法律意识;具备良好的团队协作意识;具备诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗的工作态度;具备正确的营销观念和创新意识;具备积极进取、勇于探索的精神。 知识目标: 认识市场与营销;掌握市场营销环境内容及分析方法;理解顾客价值理论;掌握消费者行为分析的内容;掌握市场细分、市场选择和市场定位的主要内容与策略;掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容。 能力目标: 能够结合自己比较熟悉或了解的某个特定企业进行市场营销环境的分析;选择相关企业所面对的市场进行市场细分;分析消费者的购买动机并采取相应的营销策略;能够根据准确的细分依据对市场进行细分,选择精准目标市场并对市场进行定位;运用营销 4P 理论对企业营销策略进行设计。					
主要支撑培养规格: S1-S9, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识市场营销	市场营销的基本内涵;市场营销观念;现代市场营销理论创新;现代市场营销技能培养。			
2	战略规划与市场营销管理	战略规划;市场营销管理。			
3	市场营销环境分析	市场营销环境概述;市场营销微观环境分析;市场营销宏观环境分析;市场机会和环境威胁的分析与评价。			
4	市场购买行为分析	消费者市场及购买行为分析;组织市场及购买行为分析。			
5	目标市场营销战略决策	市场细分;目标市场选择;市场定位。			
6	市场竞争战略决策	行业竞争性分析;市场地位与竞争战略分析。			
7	制定营销策略	产品策略;定价策略;渠道策略;促销策略。			
8	营销组织组建	市场营销计划;市场营销组织;市场营销执行与控制。			
教学要求: 1. 课程思政: 立足专业特色,将社会主义核心价值观、商业伦理与创新精神深度融入教学内容。通过本土企业案例分析与公益营销实践,确保专业能力与职业素养协同发展,为后续校企协同育人提供价值引领。 2. 方法手段: 采用“数据驱动+情景沉浸”混合模式,打造“乡村振兴直播”等项目,实现专业技能训练与思政元素渗透的有机统一。 3. 考核评价: 过程考核 30%, 期末考核 70%。					

(4) 图形图像处理

开设学期	2	参考学时	40	学分	2.5
课程目标: 素质目标: 培养学生的创新思维、审美意识，提高学生的艺术鉴赏水平；使学生具备良好的团队协作理念、人机协同设计理念、诚实守信的品质、按时交付的时间观念、吃苦耐劳的品质；树立法治观念、版权保护意识。 知识目标: 要求学生熟悉图像文件类型、色彩模式的特点及应用；掌握图层/蒙版/通道的核心概念；理解选区、通道、蒙版的概念、应用特点以及三者之间的关系；理解路径的概念、掌握路径工具的特点；熟悉图像处理工具、命令的功能及作用；理解滤镜的功能和应用特点。 能力目标: 使学生具备商品图片处理与色彩修饰的能力；绘制标志与图形等手绘作品的的能力；制作图像特效、纹理图案的能力；设计制作网店版面、网页界面的能力；制作图文混排广告招贴、海报等平面设计作品的的能力；制作背景、按钮、标题等网页元素的能力；使用 AI 工具提升设计效率的能力。					
主要支撑培养规格：S1-S9, Z1-Z7, N1-N7					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	Photoshop 快速入门	位图和矢量图、像素与分辨率、颜色模式、常用文件格式、控制面板的显示与隐藏、图层的应用			
2	图像编辑	透视图像的修复、快速选择工具、形状工具、形状工具的布尔运算及选择、标志的绘制核心工具-画笔工具组、渐变工具组、图章工具组&油漆桶工具、图层样式、图层的混合模式、调整图层、校色命令、曲线、色相/饱和度和、色彩平衡、阴影和高光、路径抠图			
3	图像合成	高斯模糊、涂抹工具&液化工具、模糊/锐化/杂色、滤镜组搭配应用技巧、蒙板概念、蒙板类型、编辑蒙板			
教学要求: 1. 方法手段: 教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题的能力等。教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。 2. 考核评价: 课程考核分为过程考核及期末考核两部分，其中过程考核占比 50%，期末考核占比 50%。期末考核形式为上机实践操作。					

(5) 习近平经济思想概论

开设学期	3	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 深刻体悟习近平经济思想对我国经济发展的重大指导意义与现实伟力，进一步增强“四个自信”；塑造正确的经济观、国情观、发展观；自觉将个人发展融入国家现代化建设，为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴贡献智慧与力量。 知识目标： 系统掌握习近平经济思想的基本概念、核心理论与实践应用；深刻领会习近平经济思想的精神实质、丰富内涵与实践要求。 能力目标： 能运用习近平经济思想的立场、观点与方法，科学认识和分析经济发展进程中的现实问题与理论课题，提升对社会主义经济建设规律的理解能力和实践研判能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	导论	1. 习近平经济思想是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分 2. 习近平经济思想是中国共产党不懈探索社会主义经济发展道路形成的宝贵思想结晶 3. 习近平经济思想为丰富发展马克思主义政治经济学作出重要原创性贡献 4. 习近平经济思想是推动我国经济高质量发展的科学指南 5. 习近平经济思想的鲜明特征 6. 学好用好习近平经济思想的重大意义			
2	第一章 以经济建设为中心扎实推进中国式现代化	1. 中国式现代化是强国建设、民族复兴的唯一正确道路 2. 我国进入新发展阶段 3. 为中国式现代化提供更加坚实的经济基础			
3	第二章 加强党对经济工作的全面领导	1. 我国经济发展的根本保证 2. 把制度优势转化为治理效能 3. 提高党领导工作的能力和水平			
4	第三章 坚持以人民为中心的发展思想	1. 人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标 2. 在发展中保障和改善民生 3. 扎实推动全体人民共同富裕			
5	第四章 坚持和完善社会主义基本经济制度	1. 坚持公有制为主体、多种所有制经济共同发展 2. 坚持按劳分配为主体、多种分配方式并存 3. 坚持和完善社会主义市场经济体制			
6	第五章 全面深化改革开放	1. 改革开放是大踏步赶上时代的重要法宝 2. 经济体制改革是全面深化改革的重点 3. 坚定不移扩大高水平对外开放			
7	第六章 完整准确全面贯彻新发展理念	1. 新发展理念是我国经济发展的指导原则 2. 崇尚创新、注重协调、倡导绿色、厚植开放、推进共享 3. 把新发展理念贯彻到经济社会发展全过程各领域			
8	第七章 构建新发展格局	1. 把握未来发展主动权的战略部署 2. 深刻把握构建新发展格局的重要着力点 3. 准确把握国内大循环和国内国际双循环的关系			

9	第八章 推动高质量发展	1. 高质量发展是新时代的硬道理 2. 坚持以推动高质量发展为主题 3. 统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革
10	第九章 加快发展新质生产力	1. 高质量发展需要新的生产力理论来指导 2. 新质生产力本质是先进生产力 3. 健全因地制宜发展新质生产力体制机制
11	第十章 加快建设现代化产业体系	1. 实体经济是一国经济立身之本、财富之源 2. 推进新型工业化 3. 不断做强做优做大数字经济 4. 构建现代化基础设施体系 5. 坚定不移走中国特色金融发展之路
12	第十一章 推动城乡融合发展	1. 走中国特色新型城镇化道路 2. 推进乡村全面振兴 3. 走城乡融合发展之路
13	第十二章 促进区域协调发展	1. 构建优势互补高质量发展的区域经济布局 2. 深入实施区域协调发展战略、区域重大战略和主体功能区战略 3. 发展海洋经济
14	第十三章 倡导普惠包容的经济全球化	1. 经济全球化是人类社会发展的必经之路 2. 引导经济全球化朝着正确方向发展 3. 高质量共建“一带一路”
15	第十四章 统筹发展和安全	1. 强化底线思维、防范化解重大风险 2. 坚持高质量发展和高水平安全良性互动 3. 维护重点领域经济安全
16	第十五章 做好经济工作的方法论	1. 坚持稳中求进工作总基调 2. 坚持系统观念 3. 坚持目标导向和问题导向相结合

教学要求：

1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，采用主题研讨、原著导读、时事研讨、案例分析、实践分享、多媒体音频和视频等多元化教学方式和手段，增强教学的实效性。

2. 考核评价：课程采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式。过程性评价贯穿教学全过程，**平时成绩占 40%，期末成绩占 60%**。过程性评价内容包括课后作业含习题、文献阅读报告）、阶段性测验、课堂表现（含讨论参与、问题回答、案例分析、实践分享）及考勤等，注重考查学生对习近平经济思想核心要义的基本把握，运用其立场观点方法初步分析中国经济现实问题的能力及学术诚信表现。

考试形式	考查内容	考查方式	分值
期末考试	课程教学内容	闭卷考试	60
平时作业、小测验等	作业、知识检测等	平时作业、随堂测验或线上测试	30
课堂表现	课堂讨论、回答问题、案例分析、实践分享、学习态度	教师综合评定	5
出勤	到课情况	考勤记录	5

(6) 门店运营与管理

开设学期	2	学时	32	学分	2
课程目标：					
素质目标：具备勤奋学习的态度和求实创新的工作作风；具备高度责任心和良好的团队合作精神；具备全心全意为客户服务的工作意识；具备沟通能力和处理问题的能力。					
知识目标：了解并掌握门店运营的典型工作项目，包括门店布局、商品陈列、进存货管理、盘点管理、理货管理、收银管理、员工管理等多元化知识框架。					
能力目标：能根据门店经营情况制定促销经营活动方案；能主持门店或部门例会，组织门店促销活动；能做好顾客投诉原因分析和妥善处理；能进行商品盘点及盘点分析。					
主要支撑培养规格：S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	门店运营与管理认知	门店类型、特点和功能；门店运营管理的目标和意义；门店组织结构设计的内容和流程；门店岗位职责与人员配置；门店店长的作业化管理等。			
2	门店规划与设计	门店布局的目的、原则和总体设计；门店通道设计、顾客流动线路设计；商品陈列的主要区域和工具；商品陈列的原则和方法等。			
3	门店运营	消费者购买行为认知；商品定价管理；门店促销策划的概念和步骤；门店商品促销的方式；顾客投诉意见的主要类型及处理方式			
4	门店供应链管理	门店理货的作业要领；门店进存货和盘点的相关概念及管理方法；门店经营绩效评估。			
5	门店安损管理	门店安全管理和商品损耗管理的概念和意义；门店商品损耗的防范措施与技术等。。			
教学要求：					
1.课程思政：结合乡村振兴政策，分析社区门店在便民服务中的社会价值，培养基层服务意识；融入张秉贵“一团火精神”，剖析服务行业中的奉献精神与工匠精神；通过“‘三无’产品危害”案例，强化质量安全意识，树立“消费者至上”的职业伦理；对比“过度包装”与绿色经营案例，倡导低碳运营理念，培养可持续发展观。					
2.方法手段：（1）教学方法多样化：采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题的能力等。（2）教学手段现代化：利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。（3）教学组织团队化：将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，实行组长负责制，在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力和能力。					
3.考核评价：课程考核成绩=学习过程成绩（占总成绩 30%）+学习结果成绩（项目阶段成果考核，占总成绩 20%+期末考核，占总成绩 50%）。学习过程考核包括出勤率、学习态度、作业成绩、课堂表现等方面；学习结果考核包括项目阶段成果考核和期末考试。					

(7) 电商产品开发

开设学期	3	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 践行社会主义核心价值观；强化数据隐私保护意识与社会责任感；培育守正创新、精益求精的工匠精神；在需求挖掘与产品迭代中厚植家国情怀与守法合规意识。 知识目标： 系统掌握市场需求分析的定量与定性研究方法；理解产品定位、差异化策略及生命周期迭代逻辑；掌握全渠道分销体系设计、促销工具组合及供应商评估标准；熟悉产品开发框架下的项目资源协调与风险管控机制。 能力目标： 具备精准识别用户痛点的需求洞察能力；能独立完成产品定位、价格模型及全渠道策略的可行性方案设计；熟练应用促销工具组合与供应商协同管理系统；掌握产品开发框架下的跨部门资源统筹与全生命周期风险预判能力。					
主要支撑培养规格： S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	市场需求分析	市场环境分析；市场需求及洞察；目标市场选择。			
2	产品策略设计与实施	竞品分析；消费者画像；消费者痛点解决方案；产品创新、包装、组合设计。			
3	价格策略设计与实施	产品定位；新品定位；促销定位。			
4	渠道策略设计与实施	渠道选择；产品发布；投资回报分析；物流与分销管理。			
5	促销策略设计与实施	销售促进；电商直播营销；短视频营销；品牌营销。			
6	供应商管理	供应商选择；谈判和合约制定；绩效监测。			
7	项目管理	产品开发规划；进度评估；应急处理。			
教学要求： 1. 课程思政： 在需求分析、产品设计中嵌入数据隐私保护与供应链社会责任，强化知识产权意识与契约精神；通过“国货品牌孵化”“助农电商实践”等真实项目，引导学生恪守商业伦理、服务国家战略；在渠道搭建与促销策划中坚守用户权益底线，与校企双导师制形成价值观培养闭环。 2. 方法手段： 采用“项目驱动+数字化仿真”模式，开展价格策略优化与供应链协同训练；同步嵌入“乡村振兴产品设计”“跨境合规运营”等思政主题任务；通过企业真实案例研讨强化风险防控思维，实现专业技能与职业伦理同步提升。 3. 考核评价： 过程考核 50%，期末考核 50%。					

(8) 网络营销策划

开设学期	3	学时	40	学分	2.5
课程目标:					
素质目标: 树立正确的国家观、民族观、历史观、文化观; 培养创新意识, 具有专业技术素质; 遵守职业道德, 爱岗敬业; 养成团队合作、精益求精的职业品质。					
知识目标: 能够制定调研计划, 进行全面调研, 并系统分析调研结果, 在市场调研的基础上, 提出创意, 制定各类营销战略、策略及具体的行动方案, 撰写市场网络营销策划方案。					
能力目标: 具有市场调查的计划、组织、实施和数据分析的能力; 具有网络营销策划和管理能力。					
主要支撑培养规格: S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容	思政元素	思政融入方法	
1	网络营销策划书的设计与撰写	策划书的要素与结构; 认知策划人员应具备的职业道德与行为准则	重温社会主义核心价值观	专题嵌入式 启发式 讨论式	
2	企业网络营销策划	市场竞争策划的撰写; 企业形象策划书的撰写	新时代创新思维与意识, 积极上进, 团队精神	元素组合式 情景化	
3	产品服务网络营销策划	工业品网络营销策划书的撰写; 日用消费品网络营销策划书的撰写; 服务网络营销策划书的撰写	关注现实问题, 经世济民, “大国三农” 情怀, 以强农兴农为己任	专题嵌入式 启发式	
4	网络营销策划管理与控制	掌握网络营销策划的组织流程; 掌握网络营销策划的过程管理; 掌握网络营销策划的控制与效果评价	遵规守纪, 德法兼修, 增强爱党爱国情怀	专题嵌入式 情景化 讨论式	
教学要求:					
1. 方法手段: 基于《网络营销策划》在线开放课程平台, 选取合作企业真实的网络营销策划项目业务, 采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式, 通过任务驱动、自主学习、团队合作、案例分析、作品设计、方案撰写等方法手段, 培养学生职业能力。					
2. 场地环境: 教学主要在配有网络、装有 Office2010 以上版本的机房完成, 建议四节课连排。					
3. 师资要求: 具有网络营销策划岗位经验, 具备较强的网络营销策划与组织业务能力, 精通各种类型网络营销策划活动的工作过程设计, 能熟练使用课程资源平台实施教学, 对专业技能考核标准、技能比赛要求、毕业设计要求有深刻理解和把握, 能将三者融入课程教学, 能对网络营销策划文案撰写与组织实训进行有效指导, 具有随时了解、收集当前网络营销策划行业的最新业态要求及案例的能力。					
4. 考核评价: 突出考查学生市场调研策划、产品组合与新产品推广策划、品牌策划、促销组合策划、广告策划等各种策划项目设计的职业技能以及自主探索、团队合作、精益求精的职业素质, 过程考核占 60%, 期末考查占 40%。					

(9) 文案设计与软文写作

开设学期	4	参考学时	40	学分	2.5
课程目标:					
素质目标: 培养学生的家国情怀和职业自信; 培养学生良好的职业道德; 培养学生良好的沟通和团队协作能力; 培养学生的文字审美能力; 培养学生诚信品质、敬业精神和责任意识 and 遵纪守法意识; 培养学生的创新思维、创新意识和创新实践能力。					
知识目标: 掌握文案的含义类型和岗位要求; 掌握文案写作的前期准备、写作技巧、创意思维等; 掌握展示类电商文案的写作方法与技巧; 掌握品牌类电商文案的写作方法与技巧; 掌握软文类电商文案的写作方法与技巧; 掌握电商文案综合案例。					
能力目标: 具备文字赏析的能力; 具备电商文案写作与设计排版的能力; 具备写作展示类电商文案的能力（包括海报文案、主副图文案、详情页文案）; 具备写作品牌类电商文案的能力（包括品牌宣传语、品牌故事文案等）; 具有软文写作的能力; 具备围绕某产品写作综合电商文案的能力。					
主要支撑培养规格: S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	文案认知	课程认知、文案含义、类型、目的、电商文案岗位职责与职业素养			
2	文案写作前期准备	电商文案写作前期准备、电商文案用户分析、文案写作创意思维、文案写作技巧			
3	展示类电商文案写作	文案的设计与排版 海报文案 详情页文案 主图文案			
4	品牌类电商文案写作	品牌文案认知 品牌文案写作流程、品牌故事文案等详情页文案			
5	推广类电商文案写作	微博文案、微信公众号文案等			
6	软文类电商文案写作	电子商务软文文案写作要求、技巧等			
教学要求:					
1. 课程思政: 家国情怀、诚信意识、精益求精的工匠精神、创新意识、民族自豪感。					
2. 方法手段: 本课程结合学生的特性, 在教学方法的选择上, 采用理论与实践相结合的方式, 结合湖南省非遗产品, 以家乡非遗产品为对象写作展示类电商文案、品牌类电商文案、推广类电商文案、软文类电商文案等。					
3. 场地环境: 机房, Win7 以上操作系统, PhotoshopCS6 以上图形图像处理软件					
4. 考核评价: 本课程考核实行过程性考核和期末考核相结合的考核评价方式, 过程性考核成绩占 50%, 期末考核成绩占 50%。					

(10) 电子商务法律

开设学期	4	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 培养学生诚信、公正、法治、和谐的社会主义核心价值观，增强维护社会公共利益的责任感；具备创新思维和创客素养；培养履行合同的契约精神；具备从事电子商务的职业素养、包容性和国际视野。 知识目标： 掌握电商法概念、特征、法律关系；理解电商主体、经营者分类；熟悉电商合同订立、履行并了解相应的合同责任及规则原则；了解电子支付、证据法律规范及平台风险；熟悉物流、知识产权侵权、电商风险防范；了解市场规制法规、法律责任；掌握电商税种计算、缴纳；理解电商公司法律流程、民事诉讼程序。 能力目标： 能够区分电商经营者，了解其法律责任；能防范支付风险，保全电子证据；能独立分析、签订和履行电商合同；能辨别和防范电商物流、知识产权、市场竞争、新型交易法律风险；能运用税收知识解决涉税问题；能选择合适方式解决电商纠纷。					
主要支撑培养规格： S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	电子商务法概述	认识电子商务法；区分电子商务经营主体；规范电子商务从业人员职业道德			
2	电子商务合同法律实务	签订电子商务合同；履行电子商务合同；合理使用电子支付；收集与保全电子证据；区分电子商务合同责任			
3	电子商务物流法律实务	认识电子商务物流；认识快递物流法律规范			
4	电子商务中的知识产权法律实务	认识电子商务中的知识产权；使用与保护著作权、商标权、专利权；管理与保护互联网域名			
5	电子商务市场规制法律实务	保护电子商务消费者权益；规范电子商务市场竞争行为			
6	电子商务中的税收法律实务	认识电子商务涉税种类；计算与缴纳电子商务涉税税费			
7	电子商务法律责任与纠纷解决	区分电子商务经营者的法律责任；合理解决电子商务纠纷			
8	新型电商法律法规	认识跨境电子商务法律规范；熟悉直播电子商务法律规范			
9	学生核心技能实训	模拟创办电子商务公司实训；模拟法庭庭审实训			
教学要求： 1. 课程思政： ①引领自由、平等、公正、法治的价值理念；②培养爱国、敬业、诚信的精神追求；③提高辩证发展和创新的思维意识；④渗透社会主义核心价值观、中华优秀传统文化、工匠精神；⑤培养良好的法律意识及遵纪守法的职业素养；⑥培养学生诚实守信、尊师重教的道德素养；⑦培养学生具备人际沟通、团队合作的素养。 2. 方法手段： 基于《中华人民共和国电子商务法》学习通在线开放课程平台，采用讲授法、案例教学法线上与线下混合的教学模式，通过任务驱动、自主学习、团队合作、实践操作等方法手段，使学生了解电子商务法律相关知识，为以后从事电子商务活动提供法律保障。 3. 考核评价： 关注学生解决问题的综合能力，兼顾学生认知、协作和创新能力的提升，全面综合评价，激发学生学习兴趣提升学生素质，学习态度与职业素养 10%+过程成果 30%+理论考试 60%。					

4.专业核心课程描述（课证融通改革课程）

（1）（直播电商）

开设学期	第三学期	参考学时	48	学分	3
课程目标：					
素质目标：坚定理想信念与爱国情怀，恪守诚信经营与行业规范，树立顾客至上理念。具备自主探究、团队协作与严谨细致的职业态度，养成数据思维与数字化运营素养。具备拥抱 AI 技术、人机协同创新意识，树立科技向善、合规使用 AI 工具的职业伦理。					
知识目标：掌握直播电商行业基础、直播间搭建、合规经营、粉丝运营、直播话术、流量及数据指标等基础理论，熟悉直播全流程运营规范。掌握氛围营造、流量算法、付费投放数据调优及策略迭代等专项知识，以及考证理论与评分规则等考点知识。					
能力目标：能独立完成直播间搭建、流程执行与粉丝运维，营造氛围并调控节奏；能操作流量投放工具进行实时调控与优化，通过数据分析诊断问题并迭代策略。能运用 AI 数字人搭建虚拟主播，运用 AI 话术生成优化互动应答，运用 AI 完成直播切片分发与数据诊断。					
主要支撑培养规格：S1-S6, Z9, Z16, N11, N17					
证书对标		电子商务师（网商）（三、四级）			
对标考核点		电子商务师四级：直播活动策划、产品卖点挖掘、直播活动脚本撰写内容			
主要内容：					
序号	教学项目	教学内容			
1	直播间筹备与开播落地	直播间搭建调试、选品与卖点挖掘、开播全流程筹备、AI 工具辅助：AI 产品卖点提炼、AI 直播封面/主图生成、AI 开播脚本自动撰写、AI 虚拟直播间基础搭建、AI 主播话术预制			
2	用户社群与粉丝社区运营	粉丝引流入群、用户分层、社群日常运维、粉丝精细化运营，AI 工具辅助：AI 用户画像标签生成、AI 智能社群自动回复、AI 粉丝需求分析、AI 分层营销文案批量生成			
3	直播自然流量优化运营	平台算法研读、封面标题优化、直播间氛围营造、自然流量引流，AI 工具辅助：AI 标题 / 封面智能生成、AI 直播场景氛围智能调试、AI 流量关键词挖掘、AI 短视频预热剪辑、AI 自然流量增长预测			
4	直播付费流量投放运维	投放工具实操、AI 投放方案搭建、实时调参、投放投产优化，AI 工具辅助			
5	直播活动策划与复盘优化	直播活动策划、带货脚本撰写、直播数据分析、运营策略优化，AI 工具辅助：AI 完整直播活动方案生成、AI 直播数据多维度自动复盘、AI 转化短板智能诊断、AI 迭代运营策略推荐等			
教学要求：					
1. 课程思政：结合案例、直播项目，在教学过程中引导学生树立规则意识、创新意识、直播惠农、爱岗敬业、团队协作意识。					
2. 方法手段：教学过程采用任务驱动教学，将真实直播项目引入课堂，“直播任务”贯					

穿整个教学过程，从教学过程和形式上体现“学习”和“工作”的紧密结合。通过问题、项目导入（实践）→学生思考、分析、回答、教师评议、总结（理论）→扩展应用（实践）的方式进行，使授课内容与实际工作紧密结合。

3. 考核评价：

本课程是一门理实一体化的专业核心课，采取理论教学和实践教学相结合、理论考试和实践技能考核相结合方式，实行**岗课证融通多元评价**，强化过程性考核，对标职业资格证书考评标准。

（1）课程考核成绩构成

课程考核成绩=学习过程考核（占总成绩 30%）+实验过程考核（占总成绩 20%）+期末考试成绩（占总成绩 50%）。

1) 学习过程考核占 30 分包含考勤、课堂表现、学习态度、课堂互动、证书知识点小测、岗位任务完成情况。

2) 实验过程考核占 20 分以项目实操成果为核心，实训任务题型、评分标准包含**电子商务师考核要求**。

3) 理论考核 100%包含电子商务师三、四级题库；实操考核流程、场景、评分完全包含证书考评标准。

（2）课证融通成绩互认规则

1) 学生取得**电子商务师（四级及以上）**合格证书，可申请本课程期末考核免试，成绩按合格认定；

2) 本课程的期末考试成绩，可作为**职业技能等级证书过程性评价佐证材料，实现课证双向互认、学分置换**。

（3）考核标准

所有考核内容均按**岗位任务+证书考点**双标准执行。

(2) 网络客户服务与管理

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标:					
素质目标: 坚定理想信念,厚植爱国情怀与技能强国理念;恪守诚信服务、契约精神,遵守电商客服从业规范,不欺瞒客户、不推诿责任;树立客户至上、主动服务意识,具备耐心、同理心、高效沟通与问题解决能力;具备自主学习、团队协作、责任担当、精益求精的客服职业态度;具备数据思维与服务优化意识,能用数据提升服务效率与客户满意度,符合岗位与证书素养考评要求。					
知识目标: 掌握电商客服全链路标准流程,包括售前咨询、售中跟进、售后服务、平台投诉处理的规则与操作规范。掌握客户信息管理、交易评价处理、销售数据管理的核心内容、方法与合规要求。掌握客户忠诚度管理与客户挽回策略制定的基础理论、实施逻辑与关键点。掌握网店智能客服配置、知识库搭建与应答测试的相关知识、操作流程与优化方法。掌握客户信息收集、客户分类与差异化营销服务的方法,符合岗位规范与证书考评标准。					
能力目标: 能按照电商客服标准流程,独立完成售前咨询应答、售中订单跟进、售后问题处理与客户投诉闭环。能独立完成客户信息建档与管理、交易评价维护,以及客服相关销售数据的统计与分析。能结合客户特征与分级,制定客户忠诚度提升方案与客户流失挽回策略。能独立完成网店智能客服配置、知识库搭建,并开展应答测试与效果优化。能规范完成客户信息收集、客户分类,设计并实施针对性的差异化营销服务。					
主要支撑培养规格: S1-S6, Z12, Z13, Z20, Z21, N14, N20, N21					
证书对标	电子商务师(网商)(三、四级)				
对标考核点	1. 电子商务师(网商)(四级)考核点:网络客服基础、客户咨询服务、沟通技巧、售前咨询模块、订单跟进模块、售后基础模块、智能客服训练模块(网店智能客服配置、智能客服知识库搭建、智能客服应答测试)、客户关系维护模块(客户信息收集、客户分类、差异化营销服务); 2. 电子商务师(网商)(三级)考核点:投诉处理模块、差评管理模块、舆情维护模块、客户关系管理模块(客户忠诚度管理、客户挽回策略制定)、社群管理模块(社群定位、搭建、推广、运营)。				
主要内容:					
序号	教学项目	教学内容			
1	网络客服岗位认知	1. 初识网店客服; 2. 网店客服应具备的知识; 3. 网店客服应具备的操作技能; 4. 网店客服应具备的基本素质。			
2	客户沟通流程与服务技能	1. 客户沟通与咨询处理; 2. 网店销售服务核心技能。			
3	售前及售中客户服务	1. 售前客户服务全流程; 2. 售前客服销售技巧与话术应用; 3. 售中客户服务流程与体验优化。			
4	售后客户服务	1. 售后服务管理; 2. 客户投诉处理; 3. 完善售后服务的标准流程; 4. 售后客服的话术分类。			

5	智能客服训练	1. 网店智能客服配置；2. 智能客服知识库搭建； 3. 智能客服应答测试。
6	客户关系管理	1. 社群管理；2. 客户关系维护； 3. 客户忠诚度管理与客户挽回。
7	AI 场景应用	AI 大模型客服知识库构建与训练；AI 智能应答与情感分析； AI 客户画像生成与需求预测；AI 工单智能分派与舆情预警。

教学要求：

1. 课程思政：

本课程全程融入多元化思政元素，以“爱岗敬业、合规经营、客户至上”为核心主线。在岗位认知模块培育职业素养与服务礼仪；在客户沟通、售前售中服务模块渗透文明沟通、诚信服务、契约精神；在售后模块强化责任担当、包容友善、精益求精的职业品格；在智能客服模块传递科技赋能、创新提质的工匠精神；在客户关系管理模块树立长期主义、数据驱动、精准服务的从业理念。将思政教育贯穿理论学习、实训操作、考证训练全过程，实现技能培养与价值引领的融合。

2. 方法手段：

本课程以课证融通为核心导向，通过适配化教学资源建设与标准化实训设施保障落实教学实施：教学资源上，采用项目化、任务导向型教材，优先选用活页式、工作手册式教材，内容对标电子商务师模块，配套选用《电子商务师（网商）（三、四级）》《网店客服（微课版 第2版）》等教材，并以电子商务师三、四级（网商）标准为基础开发适配教材；同步建设课件、案例库、视频资源、在线题库，开发电子商务师三、四级考点题库、模拟试卷、实操任务工单，搭建岗位能力—证书考点—课程知识点映射表、课证融通课程重构清单对照表等专属资源，拓展岗位典型任务配套数字资源；依托千牛、智能客服实训系统等平台，确保操作流程与官方考证平台保持一致，对接电子商务主流平台、考证平台及企业岗位操作平台，实现教学场景与真实岗位、证书考评场景的契合。实训设施上，课程依托理实一体化机房实训室开展教学，配备教师机、学生计算机及多媒体教学广播系统，安装办公软件、图像处理软件、千牛客户端、电子商务师三、四级考证平台等教学工具，保障网络带宽满足多终端同时在线实训与模拟考评需求，实训场地同步满足日常教学、岗位实训、电子商务师三、四级（网商）考评四类功能，为课程教学、实操训练及职业技能考评提供一体化支撑。

3. 考核评价：

（1）课程考核成绩构成

课程考核成绩由三部分构成：①学习过程考核（占 30%），包含考勤、课堂表现、课堂互动、证书知识点小测、岗位任务完成情况；②实验过程考核（占 20%），以项目实操成果为核心，实训题型、评分标准完全对标职业技能证书实操考核要求；③理论考核 100%包含电子商务师三、四级题库；实操考核流程、场景、评分完全包含证书考评标准。。

（2）课证融通成绩互认规则

1) 学生取得电子商务师（四级及以上）合格证书，可申请本课程期末考核免试，成绩按合格认定；

2) 本课程的期末考试成绩，可作为职业技能等级证书过程性评价佐证材料，实现课证双向互认、学分置换。

（3）考核标准

所有考核内容均按岗位任务+证书考点双标准执行。

(3) 电子商务视觉营销

开设学期	3	参考学时	64	学分	4
课程目标:					
素质目标: 理想信念坚定，厚植家国情怀与文化自信；诚信经营，遵守广告法与著作权法；树立以消费者为中心的设计理念；具备自主学习与探究能力，具有团队协作与工匠精神；具备审美素养与创新思维。具备拥抱 AI 技术、人机协同创意的设计创新意识，树立科技向善、合规使用 AI 内容的版权意识。 知识目标: 掌握电商视觉设计基础理论（色彩、字体、构图）与店铺风格定位方法；掌握促销海报、主图、短视频设计制作技巧；掌握详情页设计逻辑及各模块制作方法；掌握店铺首页与活动专题页的设计制作；了解 AI 工具在电商视觉设计中的应用场景与操作方法。 能力目标: 能完成促销海报、主图、短视频的设计制作；能完成详情页、首页及活动专题页的设计制作；能进行网店风格定位与装修推广。能运用 AI 文生图工具设计海报与主图，运用 AI 抠图工具处理图片，运用 AI 文案工具优化详情页，运用 AI 视频工具完成动态视觉制作。					
主要支撑培养规格：S1-S6, Z7-Z9, N7-N10					
证书对标		电子商务师（网商）（三、四级）			
对标考核点		四级：文字资料采编、装修元素制作、用户页面装修 三级：整体风格设计、装修元素设计、用户页面设计			
主要内容:					
序号	教学项目	教学内容			
1	店铺视觉定位	任务 1 店铺风格定位（含 AI 辅助竞品店视觉风格分析） 任务 2 配色方案设计（含 AI 配色工具应用） 任务 3 文案字体设计（含 AI 字体与排版建议） 任务 4 版式构图设计（含 AI 生成版式构图草稿）			
2	营销推广视觉设计	任务 1 促销海报设计（含 AI 生成背景与装饰素材） 任务 2 商品主图设计（含 AI 搭建产品实景场景） 任务 3 直通车推广图设计（含 AI 生成多组创意初稿） 任务 4 短视频设计（含 AI 辅助生成产品宣传视频）			
3	店铺页面视觉设计	任务 1 商品详情页设计（含 AI 辅助卖点提炼与文案润色） 任务 2 首页视觉设计（含 AI 生成轮播图创意方案） 任务 3 活动专题页设计（含 AI 辅助促销氛围素材生成） 任务 4 页面装修（含 AI 辅助生成装修代码片段）			
4	农产品店铺视觉设计综合实战	任务 1 农产品店铺视觉定位（含 AI 分析农产品消费者偏好） 任务 2 农产品店铺首页设计（含 AI 生成乡村风格装饰元素） 任务 3 农产品主图设计（含 AI 优化农产品场景图） 任务 4 农产品详情页设计（含 AI 辅助文案撰写）			
教学要求:					
1. 课程思政:					
本课程将思政教育贯穿视觉设计全过程，通过解析“中国红”等传统色彩的电商应用、赏析优秀国产美妆服饰品牌店铺设计，增强学生文化自信与家国情怀；在促销海报、主图设计等任务中强调诚信经营、杜绝夸大宣传，并结合字体图片版权案例培养学生法律意识					

与知识产权观念；以农产品店铺综合实战为载体，融入乡村振兴与助农情怀，激发学生服务社会的责任感；同时贯穿精益求精的工匠精神、创新意识、团队协作与用户思维，实现知识传授与价值引领的同频共振。

2. 方法手段：

本课程结合学生认知特点，采用“项目导向、任务驱动”教学模式，以课堂教学为主，辅以个性化就业创业指导。综合运用案例教学、互动教学、情景模拟、小组讨论等方法，有效激发学生主动性及参与性。同时，引入作品互评等实践环节，依托 Photoshop、AI 及电商平台装修工具，实现理实一体化教学，并通过对标电子商务师实操考核标准，强化课证融通训练。

3. 考核评价：

（1）课程考核成绩构成

本课程实行岗课证融通多元评价，总成绩由学习过程考核（30%）、实验过程考核（20%）和期末考试成绩（50%）构成。学习过程涵盖考勤、课堂互动、证书知识点小测及岗位任务完成情况；实验过程以项目实操成果为核心，评分对标电子商务师实操考核标准；理论考核 100% 包含电子商务师三、四级题库；实操考核流程、场景、评分完全包含证书考评标准。

（2）课证融通成绩互认规则

1) 学生取得**电子商务师（四级及以上）**合格证书，可申请本课程期末考核免试，成绩按合格认定；

2) 本课程的期末考试成绩，可作为**职业技能等级证书过程性评价佐证材料，实现课证双向互认、学分置换。**

（3）考核标准

所有考核内容均按**岗位任务+证书考点**双标准执行。

(4) 短视频设计与制作

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
课程目标：					
素质目标：具备短视频传递正能量的意识；具备传播优秀传统文化的意识；具备短视频策划的文化与修养。具备摄像艺术创作与分析的意识；具备系统分析与解决问题的能力；具备发现美、创造美的意识；具备精益求精的工匠精神；具备遵守法律法规的意识；具备服务乡村振兴的社会责任感；具备清晰有序的逻辑思维符合岗位及证书素养考评要求。					
知识目标：掌握短视频内容设计的方法；掌握短视频脚本撰写的方法；掌握短视频素材拍摄的方法；掌握短视频剪辑合成的方法；掌握产品及服务视频拍摄方案的制作及委托方法（对标电子商务师、四级（网商）职业等级证书）。					
能力目标：能够精准完成短视频主题策划；能够精准完成短视频脚本创作；能够高效拍摄短视频视频素材；能够细致完成短视频剪辑合成；能够科学完成产品及服务视频拍摄方案及委托（对标电子商务师、四级（网商）职业等级证书）。					
主要支撑培养规格：S1-S6, Z7, Z17, N8					
证书对标	电子商务师（网商）（三、四级）				
对标考核点	产品及服务拍摄方案、委托拍摄产品及服务视频				
主要内容：					
序号	教学项目	教学内容			
1	短视频岗位分析与前期准备	短视频相关岗位认知分析、短视频的前期准备			
2	产品与服务视频制作方案	产品及服务视频拍摄、委托拍摄产品及服务视频			
3	短视频内容设计与策划	短视频精准定位、短视频脚本创作			
4	短视频拍摄	摄影用光、镜头语言的使用、画面景别和构图			
5	短视频剪辑	短视频剪辑基础、初识视频编辑软件、编辑技术、视频转场、视频效果、颜色校正与合成、音频处理、字幕处理			
6	AI 场景应用	AI 脚本生成与选题策划；AI 数字人与虚拟场景制作；AI 智能剪辑与字幕自动生成；AI 视频特效与音乐智能匹配。			
教学要求：					
1. 课程思政：过程融入法治教育与职业道德培养，强化内容创作合规意识，严守知识产权与隐私保护法规，杜绝抄袭侵权及不当曝光行为。结合社会主义核心价值观，通过热点案例研讨、主题创作实践等方式，培养创新思维与法治思维并重的职业素养，引导学生在脚本创作、拍摄制作及传播推广中恪守真实客观原则，将德法兼修贯穿选题策划、素材采集、后期剪辑及作品发布全流程，提升媒介素养与社会责任感。					
2. 方法手段：依托在线开放课程平台，构建“线上+线下”“理论+实操”混合教学模式。根据短视频拍摄与制作工作流程设置五个任务，以行业企业真实项目为主导，掌握短视频设计与制作的完整流程，以小组为单位协作分工完成作品，着重培养学生创新意识、创新能力与团队合作精神。					
3. 考核评价：					
（1）课程考核成绩构成					
本课程为理实一体化核心课，推行岗课证融通多元考核。总成绩由学习过程 30%、实验实操 20%、期末考试 50%构成，考核内容对标电子商务师考评标准。理论考核 100%包含电子商务师三、四级题库；实操考核流程、场景、评分完全包含证书考评标准。					
（2）课证融通成绩互认规则					
1) 学生取得电子商务师（四级及以上）合格证书，可申请本课程期末考核免试，成绩按合格认定；					
2) 本课程的期末考试成绩，可作为职业技能等级证书过程性评价佐证材料，实现课证双向互认、学分置换。					
（3）考核标准					
所有考核内容均按岗位任务+证书考点双标准执行。					

（5）网店运营

开设学期	4	参考学时	64	学分	6
课程目标：					
素质目标：培养学生诚信经营、守法守规的职业操守，在商品管理和推广活动中杜绝虚假宣传。树立数据化运营与供应链管理思维，能够从成本和效率角度科学决策。具备自主探究、团队协作和持续学习的能力，以适应快速变化的电商环境。					
知识目标：掌握商品上下架规则、订单处理流程及商品补货计划编制方法。掌握搜索引擎（SEO/SEM）和信息流推广的原理、排名规则及核心策略。掌握关键词的分类、挖掘方法与数据分析指标。掌握商品标题的优化原则与网络促销的活动形式及策划要素。掌握电商全链路运营中“基础管理-引流推广-转化成交”的协同逻辑。掌握根据店铺阶段目标（拉新、收割、测款）制定差异化推广策略的实战方法。掌握商品上下架原则、订单及退换货处理流程。掌握商品补货原则与采购价格/数量的管理方法。掌握网络促销信息的收集整理与平台活动（如聚划算）的报名规则。掌握优惠券、单品宝等营销管理工具的使用规范。掌握关键词词库的建立方法与关键词质量分优化技巧。掌握信息流推广的定向人群、资源位及创意优化策略。					
能力目标：能独立完成商品上下架、订单处理及退货/换货操作。能根据库存和销售数据，独立编制商品补货计划。能独立完成关键词挖掘、分析与词库建立，并进行商品标题优化。能根据推广目标，制定并执行 SEM（直通车）和信息流推广计划。能独立完成网络促销活动的策划与平台活动报名执行。能综合运用 SEO、SEM、信息流等手段，为店铺制定整合推广方案。能正确处理发货、退货、换货订单，并做好客户信息管理。能正确使用优惠券、店铺宝等工具设置平台促销活动。能根据排名原理（出价×质量分）优化关键词，提升推广效果。能根据效果数据优化信息流推广的人群、创意和落地页。					
主要支撑培养规格：S3 S4 S8 Z7 Z8 Z9 N1 N3 N4 N6					
证书对标	电子商务师（网商）（三、四级）				
对标考核点	四级考核点：商品管理；订单管理；采购管理； 网络促销；平台活动实施。 三级考核点：搜索引擎推广；信息流推广。				
主要内容：					
序号	教学项目	教学内容			
1	项目一：宝贝上架与订单处理	涵盖商品上下架、发货/退货/换货订单处理及客户信息管理。			
2	项目二：商品补货与采购管理	涵盖商品补货计划编制、采购价格与数量确定及采购管理原则。			
3	项目三：搜索引擎推广	涵盖 SEO 认知、关键词挖掘、商品标题优化、关键词竞价推广策略与优化。			
4	项目四：信息流推广	涵盖信息流推广认知、策略选择、账户搭建与投放、效果优化。			
5	项目五：网店促销与平台活动实施	涵盖网络促销策划、信息收集整理、平台活动选择与报名、营销管理工具设置			

6	AI 场景应用	AI 商品标题与详情页智能优化；AI 关键词挖掘与投放策略生成；AI 选品分析与补货预测；AI 促销方案生成与活动效果预测。
1. 教学要求： (1) 将“诚信经营”贯穿全程，在商品管理、订单处理、推广活动中均强调真实、合规。 (2) 在补货与采购模块融入“成本意识”和“契约精神”。 (3) 在推广策略制定中融入“工匠精神”，追求数据化、精细化运营。 2. 方法手段： (1) 岗课证融通教学：课堂任务直接对标证书实操考题。 (2) 理实一体、项目驱动：采用“讲-演-练-评”模式，每个项目完成一个完整的岗位任务闭环。 (3) 案例教学与数据驱动：引入企业真实数据和模拟工具进行决策。 3. 考核评价： (1) 课程考核成绩构成 1) 总成绩=过程考核（50%）+期末考核（50%）。 2) 过程考核（50%）：包括考勤互动（20%）；以及 5 个项目对应的实操任务工单（对标考证题型，30%）。 3) 期末考核（50%）：“理论+实操”闭卷考试。理论考核 100%包含电子商务师三、四级题库；实操考核流程、场景、评分完全包含证书考评标准。 (2) 课证融通成绩互认规则 1) 学生取得电子商务师（四级及以上）合格证书，可申请本课程期末考核免试，成绩按合格认定； 2) 本课程的期末考试成绩，可作为职业技能等级证书过程性评价佐证材料，实现课证双向互认、学分置换。 (3) 考核标准 所有考核内容均按岗位任务+证书考点双标准执行。		

(6) 数据化运营

开设学期	4	参考学时	64	学分	4
课程目标：					
素质目标：理想信念坚定，深厚的爱国情怀，践行社会主义核心价值观；诚信为本，尊重事实，实事求是，契合电子商务师职业从业规范；具备法律意识，在数据采集过程中做到合法合规、不侵权；具备自主学习和探究学习的能力；具有自我管理意识、团队协作意识、全局观念、严谨细致的职业态度；具备数据化运营思维，能从数据中发现业务问题，养成数字化运营和管理的职业素养，符合岗位及证书素养考评要求。 知识目标：熟悉网店数据采集的定义、原则及渠道；掌握电子商务数据采集工具的使用范围及功能；了解数据清洗的概念及方法；掌握空值缺失值、重复值、异常值的处理方法及数据类型修改方法；了解数据分析工具特点与选择方法；熟悉数据加载操作及数据模型设置方法；熟悉数据报表类型及设计原则；掌握可视化图表类型及特点与适用场景；熟悉交易数据分析作用及指标体系；熟悉营销活动数据分析指标体系及分析方法。了解分类统计、数据排序计算的常见方法了解描述性统计分析、趋势分析、对比分析、漏斗图分析、分组分析、频数分析、交叉分析、结构分析等常见分析方法；了解行业、客户、供应链、产品数据分析方法；了解各类数据的定义与统计口径；了解流量分析、用户分层、数据可视化设计原则、商业分析与运营优化知识。了解数据校验的标准与校验规则。 能力目标：能够根据采集任务选择合适渠道和工具，完成网店运营数据、行业数据和竞争对手数据采集；能够使用 Excel 进行数据清洗处理（空值缺失值补全、重复值去除、异常值处理、数据类型修改）及数据校验；能够使用 Excel 和 Power BI 完成数据加载与数据模型设置；能够设计数据报表并完成制作与美化；能够进行交易数据分析和营销活动数据分析，建立指标体系并制作分析报表。具备流量数据统计与分析、转化数据挖掘与诊断、用户画像构建与分析、数据图表制作与呈现、策略提炼与优化建议能力；具备分类统计、数据排序计算、常见数据分析方法实操能力；具备行业、客户、供应链、产品数据分析能力。能够按照数据校验标准对数据质量进行校验；能够运用单字段校验、勾稽关系校验、唯一性校验等规则定位异常数据。					
主要支撑培养规格：S1-S6, Z14, Z15, N15, N16					
证书对标	电子商务师（网商）（三、四级）				
对标考核点	四级考核点： 1. 电子商务数据采集：网店数据采集概述、数据采集渠道及工具、数据采集与处理方案 2. 数据清洗基础知识与方法：数据预处理方法、数据清洗概念及工具，空值缺失值处理、重复值处理、异常值处理、修改数据类型、数据校验 三级考核点： 1. 电子商务数据加载：数据分析工具选择、数据加载操作、数据模型设置 2. 电子商务数据报表设计制作：报表类型与设计原则、业务指标可视化、可视化图表类型及特点 3. 电子商务数据统计分析：交易数据分析方法、营销活动数据分析方法				
主要内容：					
序号	教学项目	教学内容			
1	电子商务数据采集	网店数据采集概述；电子商务数据常见指标；网店数据采集渠道及常用工具；数据采集与处理方案；网店数据采集实操			

2	电子商务数据处理	空值和缺失值的处理；重复值处理；异常值处理；修改数据类型；数据校验；数据排序；数据计算；数据分类统计
3	电子商务数据加载	数据分析工具选择方法；数据加载操作；数据模型设置方法
4	电子商务数据报表设计制作	数据报表类型与设计原则；可视化图表类型及特点；业务指标可视化展示方法；数据报表制作实操
5	电子商务数据统计分析	常用数据分析方法（描述性统计分析、趋势预测法、季节波动法、对比分析法、结构分析法、交叉分析法、漏斗图分析法、频数分析法、分组分析法）；行业数据分析；竞争数据分析；交易数据分析；营销活动数据分析；客户数据分析；供应链数据分析；产品数据分析；异常数据监控与预警
6	AI 场景应用	AI 数据清洗与异常检测；AI 自然语言查询与智能报表生成；AI 预测模型构建与趋势分析；AI 运营诊断与优化建议生成。
教学要求： 1. 课程思政：将数据合规与法律意识（数据采集合法性、个人信息保护）、诚信底线（数据真实性、不造假不干预）、工匠精神（报表制作精益求精）、科学决策（数据驱动运营决策，反对拍脑袋决策）等思政元素贯穿教学全过程，结合各项目融入特色思政点，实现知识传授与价值引领有机统一。 2. 方法手段：采用项目导向、任务驱动的教学模式，以行业企业真实数据为主导；综合运用案例导入、新知传授、实操训练、成果展示四步教学法；使用生意参谋、百度指数、Power BI 等数据分析平台开展实操教学；结合线上线下混合教学，利用课件、案例库、视频资源、在线题库等数字资源辅助教学。 3. 考核评价： （1）课程考核成绩构成 课程考核成绩=学习过程考核（30%）+实验过程考核（20%）+期末考试成绩（50%）。 理论考核 100%包含电子商务师三、四级题库；实操考核流程、场景、评分完全包含证书考评标准。 （2）课证融通成绩互认规则 1）学生取得电子商务师（四级及以上）合格证书，可申请本课程期末考核免试，成绩按合格认定； 2）本课程的期末考试成绩，可作为职业技能等级证书过程性评价佐证材料，实现课证双向互认、学分置换。 （3）考核标准 所有考核内容均按岗位任务+证书考点双标准执行。		

(7) 新媒体运营

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
课程目标：					
素质目标：培养守正创新的互联网思维、高度职业道德与责任心；提升团队协作能力；激发创造力与想象力；增强对互联网热点及社群文化的敏感度与理解力。					
知识目标：掌握新媒体运营基本理论、主流平台规则与运营逻辑；熟悉市场调查分析、营销策划流程、推广工具及裂变机制；了解相关法律法规。					
能力目标：能独立进行社群市场分析、策划营销全案、运营主流平台、提炼产品卖点、执行推广与裂变活动；具备文案创作、PPT 制作陈述及数据分析优化能力。					
主要支撑培养规格：S1-S6, Z12, Z18, N19					
证书对标	电子商务师（三、四级）				
对标考核点	1.电子商务师四级（网商）考核点：平台运营规则、合规经营、文字资料采编、图片/视频拍摄与处理、客户服务与订单管理、网络促销与平台活动实施、商务数据基础统计 2.电子商务师三级（网商）考核点：账号基础信息管理、产品信息优化与内容呈现、用户关系维护与客户分层运营、直播营销与推广活动管理、营销推广、信息流/搜索引擎推广与活动优化、商务数据分析、运营复盘与优化建议撰写				
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	新媒体账号定位与搭建	产品新媒体运营概述 、特点、定义、类型和盈利模式；新媒体平台规则与合规运营学习；账号定位与人设打造。			
2	图文与短视频内容创作	产品/服务文案撰写与信息采编；图文内容排版与视觉优化；短视频脚本策划与拍摄剪辑；AI 漫剧初设计。			
3	私域用户运营与社群维护	用户分层与用户画像构建；选择合适的社群成员招募路径、四种经典思维、策划要素、Visume 设计特质制作；专题社群运营团队组建的方法与技巧、社群运营团队的基本要求、模仿制作团队社群运营 VLOG。			
4	直播策划与运营执行	直播选品与货品筹备；企业联营法的运用、新媒体运营“线上+线下”活动卖点设计的技巧与方法、新媒体运营品牌专题策划设计要点；社群商业变现的方式。			
5	新媒体营销活动策划与实施	主题活动策划的执行要素、新媒体运营品牌建设要素、撰写、技巧、类型、方法、渠道和发布、社群线下活动的短视频推广视觉呈现设计。			
6	运营数据采集、分析与复盘	新媒体运营数据指标认知；数据分析与问题诊断；小红书典型案例解析、分小组设计与路演以小红书平台为运营基础要件的专题策划（权重承接与计划分类执行设计）。			
7	AI 场景应用	AI 文案生成与爆款选题挖掘；AI 数字人与虚拟主播运营；AI 智能配图与图文排版；AI 运营数据预测与内容策略优化。			
教学要求：					
1. 课程思政：①国家战略与时代担当②法治意识与网络安全③社会责任与商业伦理④文化自信与品牌运营创新⑤职业素养与工匠精神⑥职业技能与业务素质					
2. 方法手段：基于《新媒体运营》学习通在线开放课程平台，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，通过任务驱动、自主学习、团队合作、实践操作等方法手段，让学生“认识运营、爱上管理、开始策划”。					
3. 考核评价：					
（1）课程考核成绩构成					
过程考核占 35%、期末考查占 45%、职业素养占 10%、课证融通占 10%。理论考核 100%包含电子商务师三、四级题库；实操考核流程、场景、评分完全包含证书考评标准。					
（2）课证融通成绩互认规则					
1) 学生取得电子商务师（四级及以上）合格证书，可申请本课程免试，成绩按合格认定；					
2) 本课程的期末考试成绩，可作为职业技能等级证书过程性评价佐证材料，实现课证双向互认、学分置换。					
（3）考核标准					
所有考核内容均按岗位任务+证书考点双标准执行。					

5.专业拓展选修课程描述

(1) 消费者行为分析

开设学期	2	参考学时	32	学分	2
课程目标: 素质目标: 养成诚实、守信、吃苦耐劳的品德；养成善于动脑，勤于思考，及时发现问题的学习习惯；具有善于沟通和与同行共事的团队意识，能进行良好的团队合作；具有对产品负责、对客户负责、对企业负责的态度。 知识目标: 了解消费者行为特点；能掌握影响消费者行为的各种因素；能掌握消费者购买的基本行为规律。 能力目标: 能分析客户的需求，发现购买者的行为规律；能制定一些实用的营销策略；能灵活处理企业营销中存在的具体问题。					
主要支撑培养规格：S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	消费者行为学概述	①研究消费者行为学的意义②研究消费者行为学的原则与方法			
2	消费者决策过程	①购买决策概述②消费者的购买决策过程③消费者的非理性决策			
3	影响消费者行为的个人因素	①感知与消费者行为②情绪与消费者行为③需要与消费者行为④动机与消费者行为⑤学习与消费者行为⑥态度与消费者行为⑦个性与消费者行为 ⑧自我意识与消费者行为⑨生活方式与消费者行为⑩人口统计变量与消费者行为			
4	影响消费者行为的社会因素	①社会文化与消费者行为 ②社会阶层与消费者行为 ③参照群体与消费者行为④家庭与消费者行为⑤消费流行与消费者行为			
5	环境因素与消费者行为	①物质环境与消费者行为②情境与消费者行为			
6	营销因素与消费者行为	①产品与消费者行为②价格与消费者行为③促销与消费者行为			
教学要求: 1. 课程思政：①国家战略与家国情怀②法治意识与消费者权益保护③社会责任与商业伦理④文化自信与品牌创新⑤职业素养与工匠精神 2. 方法手段：基于《消费者行为分析》学习通在线开放课程平台，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，通过任务驱动、自主学习、团队合作、实践操作等方法手段，选用典型的案例和任务为载体，达到在教学过程中师生互动、生生互动的教学效果。 3. 考核评价：突出考查学生的学习态度、操作能力、课堂讨论分析能力。过程考核占 30%、期末考查占 70%。					

(2) 社群营销

开设学期	2	参考学时	32	学分	2
课程目标：					
素质目标：培养守正创新的互联网思维、高度职业道德与责任心；提升团队协作能力；激发创造力与想象力；增强对互联网热点及社群文化的敏感度与理解力。					
知识目标：掌握社群营销基本理论、主流平台规则与运营逻辑；熟悉市场调查分析、营销策划流程、推广工具及裂变机制；了解相关法律法规。					
能力目标：能独立进行社群市场分析、策划营销全案、运营主流平台、提炼产品卖点、执行推广与裂变活动；具备文案创作、PPT 制作陈述及数据分析优化能力。					
主要支撑培养规格：S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识产品的社群营销	产品社群营销概述 、特点、定义、类型和盈利模式			
2	构建可持续成长的社群	产品社群营销市场环境、分析商品、分析目标消费者、确定社群营销策略			
3	社群成员招募与管理	选择合适的社群成员招募路径、四种经典思维、策划要素、Visume 设计特质制作			
4	活跃社群的运营方法	企业联营法的运用、社群营销“线上+线下”活动卖点设计的技巧与方法、社群营销专题策划设计要点			
5	社群线下活动的策划与执行	主题活动策划的执行要素、社群营销品牌建设要素、撰写、技巧、类型、方法、渠道和发布、社群线下活动的短视频推广视觉呈现设计			
6	优质运营团队的搭建	专题社群运营团队组建的方法与技巧、社群运营团队的基本要求、模仿制作团队社群运营 VLOG			
7	扩大社群规模的前提条件和策略	小红书典型案例解析、分小组设计与路演以小红书平台为运营基础要件的专题策划（权重承接与计划分类执行设计）			
8	社群的商业变现	社群商业变现的五种方式			
教学要求：					
1. 课程思政：①国家战略与时代担当②法治意识与网络安全③社会责任与商业伦理④文化自信与品牌创新⑤职业素养与工匠精神					
2. 方法手段：基于《社群营销》学习通在线开放课程平台，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，通过任务驱动、自主学习、团队合作、实践操作等方法手段，让学生“认识品牌、爱上管理、开始策划”。					
3. 考核评价：关注学生解决问题的综合能力，兼顾学生认知、协作和创新能力的发展，通过综合评价，激发学生学习兴趣提升学生素质，过程考核占 40%、期末考查占 60%。					

(3) 品牌策划与管理

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标:					
素质目标: 培养学生守正创新的互联网思维和解决问题的能力, 完成品牌策划与管理任务; 提升团队协作能力, 培养学生的职业道德和责任心; 坚守诚信原则, 对品牌与用户负责。					
知识目标: 掌握电商品牌策划与管理的基本理论和方法; 掌握电商品牌策划与管理的最新理论和实践成果; 熟悉相关法律法规和政策。					
能力目标: 能够独立进行电商品牌策划与管理; 运用数字化分析量化电商品牌; 进行跨部门的沟通和协作; 培养市场调研与分析、品牌创意与设计、社交媒体营销等技能。					
主要支撑培养规格: S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	导论	品牌的起源与概念、内涵及分类、作用、任务与制度			
2	品牌路径管理	自创品牌、贴牌、并购品牌; 授权品牌; 联合品牌			
3	品牌定位管理	品牌定位概述、步骤、原则与方法; 产品导向、竞争导向、顾客导向的品牌定位			
4	品牌架构管理	单一品牌架构、多品牌架构			
5	品牌标识管理	品牌名称、标志、口号、音乐等			
6	品牌形象管理	产品、服务、价格、终端、企业、顾客等形象			
7	品牌传播管理	广告、公关、口碑、网络、故事等品牌传播管理			
8	品牌资产管理	品牌资产的特征、知名度与认知度、联想度与忠诚度及其他			
9	品牌忠诚管理	影响品牌忠诚的因素、实现品牌忠诚的策略			
10	品牌延伸管理	品牌延伸的行业方向设计			
11	品牌维护管理	品牌危机管理与创新管理			
12	区域公共品牌与品牌国际化	区域公共品牌、品牌国际化			
13	实训路演	内容: XX 电商品牌管理方案分享(策划)			
教学要求:					
1. 课程思政: ①国家战略与时代担当②法治意识与网络安全③社会责任与商业伦理④文化自信与品牌创新⑤职业素养与工匠精神					
2. 方法手段: 基于《品牌策划与管理》学习通在线开放课程平台, 采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式, 通过任务驱动、自主学习、团队合作、实践操作等方法手段, 让学生“认识品牌、爱上管理、开始策划”。					
3. 考核评价: 关注学生解决问题的综合能力, 兼顾学生认知、协作和创新能力的发展, 通过综合评价, 激发学生学习兴趣提升学生素质, 过程考核占 40%、期末考查占 60%。					

(4) 现代企业管理

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标:					
素质目标: 培养创新意识与批判思维, 树立中国优秀管理思想和本土企业文化自信, 养成团结合作的职业品质。					
知识目标: 了解管理系统的基础知识, 熟悉管理思想, 掌握管理职能。					
能力目标: 能进行计划与控制, 组织与协调沟通, 领导与激励, 学习与创新等工作。					
主要支撑培养规格: S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容:					
序号	教学单元	学习内容	思政元素	思政融入方法	
1	管理初步认知	认知管理概念, 识别管理与管理者。	管理与法律常识、责任意识和爱国情怀	管理与管理者案例、公司的设立流程讲解	
2	管理思想的发展	认知管理思想, 识别中西方管理思想的发展历程。	文化自信	中国优秀管理思想、湖湘企业管理文化案例	
3	管理原理与方法	认知管理原理, 运用管理方法。	唯物辩证思想与批判精神	管理的四大原理解读	
4	计划控制职能	认知计划与控制职能的原理, 撰写工作计划、商业计划书、控制方案。	正确认识自我和外部环境, 积极向上的人生规划	计划的制定及案例分析	
5	组织与协调职能	认知组织与协调的原理, 设计人事组织方案, 设计协调方案。	服务意识	组织与协调案例分析	
6	领导与激励职能	认知领导与激励的基本原理, 设计企业员工激励方案。	树立正确的价值观	国内优秀领导案例分析	
7	学习与创新职能	认知学习与创新的基本原理, 设计企业员工学习培训方案, 设计营销或管理创新方案。	创新精神与工匠精神	学习型组织案例分析	
教学要求:					
1. 方法手段: 本课程理论与实践相结合, 基于《现代企业管理》在线开放课程平台丰富的项目任务、微课视频、优秀案例、测试题库、评价标准等数字资源, 采用理论与实践相结合、线上与线下混合的教学模式, 融入中国优秀管理思想、湖湘企业管理文化、培育工匠精神, 通过任务驱动、团队合作、多媒体讲解、案例分析等教学方法, 加强学生实际职业能力的培养。					
2. 场地环境: 教学主要在配有网络、装有 Office2010 以上版本的机房完成。					
3. 师资要求: 主讲教师应具有初级以上管理岗位经验, 具备较强的企业管理业务能力, 能熟练使用课程资源平台实施教学, 具有随时了解、收集当前企业管理最新要求及案例的能力。					
4. 考核评价: 注重学生计划控制、组织协调、领导激励等职业技能以及团队合作、学习创新的职业素质, 借助超星学习通, 有效实施包括在线任务点学习、章节测试、作业、讨论、课堂活动积分、出勤等学习全过程的考察, 过程考核 60%, 期末考试占 40%。					

(5) 办公软件高级应用

开设学期	5	学时	24	学分	1.5
课程目标: 素质目标: 培养学生热爱科学、实事求是,并具有创新意识、创新精神和良好的职业道德;培养学生分析问题和解决问题的能力;培养学生搜集资料、阅读资料、利用资料的能力,以及自学能力;培养学生语言表达、团结协作、社会交往等综合职业素质。 知识目标: 学习使用 Word 2010 制作常用公文、精美文档,在文档中使用表格,编排长文档,使用邮件合并功能,以及审阅文档的方法和技巧;学习使用 Excel 2010 制作常用电子表格,计算工作表数据,管理和分析表格数据,查看、保护和打印表格的方法和技巧;学习使用 PowerPoint 2010 制作精美演示文稿的方法和技巧。 能力目标: 具备使用 Word、Excel、PowerPoint 等软件进行高级办公应用的能力;具备灵活处理网络办公的能力。					
主要支撑培养规格: S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容:					
序号	教学单元	学习内容	思政元素	思政融入方法	
1	办公日常事务处理	安装软件;文字录入的方法与技巧;字符、段落格式化的方法;表格的创建与基本编辑;打印机的选购及维护。	中国科技创新技术的飞速发展。	将中国科技创新技术的飞速发展融合在知识的讲授中,从而增强学生的民族自豪感,使学生体会到“爱国”精神。技术的发展贵在不断地钻研、不断地创新,提醒学生在今后的工作岗位上要有“敬业”精神。	
2	文书处理	公文写作格式;项目符号和编辑的设置;对象的超链接设置;使用表格进行版面布局的方法;页面的设置技巧。	“大国工匠”中的典型人物,“一带一路”的内容信息和社会主义核心价值观。	将“大国工匠”中的典型人物,将“一带一路”的内容信息和社会主义核心价值观等内容作为素材完成作业。还可以制作爱国、爱家乡、爱校园等关于以“爱”为主题的作业,让同学们感受到国家的强盛、家乡的美、校园的和谐,来提高同学们大爱情怀!	
3	数据分析与处理	数据有效性使用、自动填充功能、条件格式;工作表打印;批注的使用;公式的编辑。	新中国快速发展的成就数据。	学生练习电子表格数据处理时,引入展示新中国快速发展的成就数据作为素材。例如中国近几年的 GDP、人均可支配收入、森林覆盖率、高铁里程等数据。通过这些数据体现我们国家的飞速发展,让学生体会到社会主义制度的优越性,对中国的发展充满自信,对中国特色社会主义道路充满自信,从而增强学生的“四个自信”。	
4	会议的筹备与组织	幻灯片中插入图片、组织结构图、表格的方法;幻灯片的管理与美	《厉害了,我的国》的电影片段。	把《厉害了,我的国》的电影片段,作为音、视频的编辑讲解教学点,利用这些内容能够激发学生积极向上的思想,在课堂上频繁出现这些内容,必然会与	

		化；幻灯片中插入超链接、声音、视频文件操作。		学生的思想擦出新的火花，使学生充满正能量。此外，我们还能以“爱国强国”为主题，让学生以3人为小组进行汇报练习，通过对中国经济实力、创新改革、军队力量、脱贫致富、人民生活、生态环境等音频、视频、图片进行作品展示，彰显祖国的大好形势，激发学生爱国情怀。
5	网络办公	组建局域网的环境设置；常见网络下载方法；邮件操作。	国家网络安全法律法规等相关知识。	由于目前移动互联技术发展速度超快，如何做好网络安全工作，是我们迫切要解决的问题，同学们每天的学习、生活离不开网络，在讲授的过程中加入国家网络安全法律法规等相关知识，使学生们安全、健康、无忧的使用网络，从而延伸出文明上网、遵纪守法，依法治国，保护财产安全等方面的内容。
教学要求： 1. 方法手段：教学过程要实现课堂案例教学和课后任务导向教学相结合，将企业案例引入课堂教学，以真实项目为对象进行课后任务导向组织教学，从教学过程和形式上体现“学习”和“工作”的紧密结合。课程模拟完成企业“项目任务”贯穿整个教学过程。通过问题、项目导入（实践）→学生思考、分析、回答、教师评议、总结（理论）→扩展应用（实践）的方式进行，使授课内容与实际工作紧密结合。 2. 场地环境：在配有网络、装有 Office2010 以上版本的实训室完成，两节课连排。 3. 师资要求：在教学思想上，要充分体现学生的主体地位，以人为本，以人的发展为本；要重视教学过程，不仅教会学生“是什么”“为什么”，更要让学生知道“怎么做”“怎么来的”“怎么用已有的知识去获取新知识”；要贯彻教学民主精神，通过课堂教学、课外活动等实践，培养学生自主学习、自我发现、自我探索的能力，为其终身发展打下基础。要利用以信息技术为代表的现代教育技术，拓宽学习渠道，扩展教育资源。 4. 考核评价：本课程为考查课程，形成性考核成绩（60%）+ 终结性考核成绩（40%）				

(6) 网页设计与制作

开设学期	5	参考学时	24	学分	1.5
课程目标： 素质目标： 培养学生谦虚、好学能力；培养学生良好职业道德；培养学生具有良好的自学能力。 知识目标： 掌握 CSS 概述与基本语法；掌握 CSS 设置文字效果与背景；能使用 CSS 滤镜；能熟练运用 CSS 框模型与定位；能用 CSS 设置菜单导航；能理解 CSS+DIV 布局原理并进行定位；能用 CSS+div 布局 5-6 个的静态网页。 能力目标： 能自主完成简单网站创建；培养学生沟通能力及团队协作精神；培养学生分析问题、解决问题能力；培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风；					
主要支撑培养规格： S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容	思政元素	思政融入方法	
1	CSS 概述与基本语法	CSS 引入；CSS 基本语法；选择器的定义与使用。	培养吃苦耐劳的精神	案例分析、小组讨论	
2	CSS 设置文字效果与背景	了解 CSS 文字及段落语法；了解 CSS 图片及背景图片语法及应用；	爱岗敬业	小组讨论	
3	使用 CSS 滤镜	学会使用各种 CSS 样式滤镜语法及应用。	团队合作精神	翻转课堂	
4	CSS 框模型与定位	盒子模型；position, absolute, relative 属性的使用；float 属性使用；	良好的职业规划	小组讨论	
5	CSS 设置菜单导航	横向菜单的实现；纵向菜单的实现；	事业成功的要素	项目训练	
6	CSS+DIV 布局原理	CSS 一列布局语法；CSS 两列布局语法；CSS 三列布局语法；	树立远大人生目标	项目训练	
7	CSS+div 网页整体布局	CSS 目录管理；首页设计与制作；二级页面设计与制作	实践劳动育人	项目训练	
教学要求： 1. 方法手段： 《静态网页设计与制作》在线开放课程平台，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，通过任务驱动、自主学习、实践操作等方法手段，让学生完成网页设计与制作的基本能力。 2. 场地环境： 课程要求在多媒体教室完成，以实现教、学、做合一、同时要求安装有 Adobe Dreamweaver6.0 等多媒体教学软件，方便下发教学任务和收集学生课堂实践任务。同时，成立学习小组，实现课堂讨论、实践和课外的拓展学习。建议两节课连排。 3. 师资要求： 老师必须具有较熟练的 Dreamweaver 的操作经验，掌握图像处理软件 Photoshop 灵活运用，掌握网页效果图制作等等。 4. 考核评价： 以项目的形式，独立完成个人项目及小组项目上传到个人空间。采取过程考核评价方式，激发学生学习兴趣，帮助教师调控教学内容与进程，促进学生素质的提升，大体上态度纪律 10%，课堂作业 20%，项目设计 40%、期末考查占 30%.					

(7) 新零售运营与管理

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 具备吃苦耐劳、团结协作的基本职业素养；具备家国天下、心系民生的社会责任感；具备数据隐私保护与商业伦理意识；具备“技术向善”的科技应用价值观。 知识目标： 了解新零售门店的创新营销模式与全渠道营销策略；掌握新零售“OMO”模式的核心逻辑与生态系统；理解消费者数字画像、智能供应链、社交电商等领域的方法论。 能力目标： 能运用大数据和新兴技术开展新零售门店的运营和管理；能运用营销平台，结合新零售特点开展营销活动；能够提供线上线下无缝融合的客户服 务；能识别传统零售向新零售转型中的问题，并提出创新解决方案。					
主要支撑培养规格： S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	新零售门店运营概述	认识新零售的起源及内涵；了解新零售门店运营中经营理念和管理模式的转变。			
2	新零售门店运营的新模式、新渠道及生态系统	新零售门店运营的新模式——OMO；新零售门店运营的新渠道——全渠道；新零售门店OMO 运营生态系统。			
3	新零售门店的数据化运营	传统零售门店的数字化转型“五步曲”；新零售门店的数据类型与应用场景；运用数据分析对新零售门店进行精细化管理。			
4	新零售门店的用户运营	优化新零售门店的用户体验；深化用户连接与忠诚度建设；重构新零售门店会员体系。			
5	新零售门店的营销策略	创新营销模式（“1+1>2”的跨界营销、“有料”的内容营销）；全渠道营销策略（社区团购、线上营销、门店营销、供应链营销）；			
6	新零售门店的客户服务与管理	线上线下融合服务；智能客户服务；客户满意度管理；客户忠诚度管理；客户投诉管理。			
教学要求： 1. 课程思政： 通过“社区团购保民生”案例，理解数字经济的社会价值；结合碳中和政策，分析朴朴超市“零碳仓库”案例，培养可持续发展观；通过华为智能门店案例，增强科技自立自强意识；讨论“大数据杀熟”伦理问题，强化《中华人民共和国个人信息保护法》合规意识。 2. 方法手段： （1）教学方法多样化：采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题的能力等。（2）教学手段现代化：利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。（3）教学组织团队化：将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，实行组长负责制，在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。 3. 考核评价： 课程考核成绩=学习过程成绩（占总成绩 30%）+学习结果成绩（项目阶段成果考核，占总成绩 20%+期末考核，占总成绩 50%）。学习过程考核包括出勤率、学习态度、作业成绩、课堂表现等方面；学习结果考核包括项目阶段成果考核和期末考试。					

(8) 移动界面设计

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 培养学生以数据思维和运营思维进行原型设计的职业意识；树立质量意识、规范意识、创新意识；养成爱岗敬业精神、团队协作精神；提升沟通能力和用户体验优化意识。 知识目标： 要求学生掌握行业设计规范与原型设计流程；理解页面区域管理的原理与方法；熟悉元件库和母版的应用规范；掌握动态面板、内联框架等交互组件的功能特点。 能力目标： 使学生具备 App 原型设计的能力；实现丰富交互效果的设计能力；解决原型设计中视觉表现与功能表现问题的能力；运用专业工具提升界面设计效率的能力。					
主要支撑培养规格： S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容： 本课程针对 XXXXX 岗位开设，旨在让学生能够根据行业规范和项目需求进行移动互联网原型设计与制作。					
序号	教学单元	教学内容			
1	界面设计基础	界面设计基本概念、行业分析与岗位能力要求；行业设计软件介绍；界面原型设计流程、界面组成及设计规范；用页面区域管理软件页面			
2	界面设计规范	界面中的色彩；界面中的图形图像设计；界面中的文字编排设计；界面中版式的构成与设计；界面元素设计			
3	RP 原型设计	什么是软件原型、Axure RP 快速原型软件安装和软件界面介绍；Axure RP 部件库的使用；动态面板动态效果设计与制作；母版的使用；交互效果设计与制作；中继器模拟数据库操作			
4	APP 原型设计与实现	APP 原型设计与实现（需求描述、设计思路、准备工作、设计流程）			
教学要求： 1.方法手段： 教学方法多样化。采用多媒体课件、微课视频、演示教学、案例教学、分组讨论、角色扮演、情境教学、项目驱动、小组协作实操测试等多样化形式进行教学。做到“模块化”“亲验式”，寓教于练。开阔视觉审美，积累扎实设计功底。注重培养职业能力和知识传授，重视职业道德和职业意识教育的渗透。 2.考核评价： 课程考核采用全程化、个性化评价模式，由学习过程考核（占比 50%）和期末综合项目实操考核（占比 50%）两部分组成。考核体系注重学生自我评价机制的建立，确保考核过程公平、公正、客观，评价结果真实有效。					

(9) 跨境电子商务实操

开设学期	5	参考学时	24	学分	1.5
课程目标:					
素质目标: 培育经世济民, 加强团队协作, 培育诚信服务, 培育基于数据决策的意识, 践行工匠精神, 弘扬社会责任担当, 强调遵纪守法, 增强创新精神, 强调持续学习、与时俱进。					
知识目标: 了解跨境电商的发展现状及趋势、相关法律法规; 掌握阿里巴巴国际站平台规则、操作流程; 掌握外贸邮、外贸直通车、顶级展位的设置、询盘处理、RFQ 报价、信保订单操作的方法及跨境电商履约流程。					
能力目标: 能对平台数据进行分析并对产品进行定位以及数据选品; 能进行产品发布、P4P 和顶级展位设置、客户询盘回复、RFQ 报价、信保订单起草、物流方式选择与运费计算。					
主要支撑培养规格: S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容	思政元素	思政融入方法	
1	认知跨境电商	跨境电商的发展现状及趋势、政策红利与相关法律、阿里巴巴国际站平台规则。	结合“一带一路”宣扬中国梦, 提升民族自豪感。培育诚信服务, 强调遵纪守法	理论融入法 任务融入法 案例分析法	
2	数据分析与品牌定位	数据分析导论; 产品定位与品牌策略; 准客户定位。	培育基于数据决策的意识	任务融入法 案例融入法	
3	阿里巴巴国际站应用基础	信息展示; 账户管理; 店铺管理; 产品管理和发布。	培养学生团队合作意识, 同时开展法律法规意识教育	理论融入法 案例演示法 任务融入法	
4	商机获取与产品推广	外贸邮的应用; 外贸直通车; 顶级展位; 数据管家浅析; 招商引流。	增强创新精神, 强调持续学习、与时俱进	任务融入法 案例演示法	
5	商机管理与交易管理	询盘处理与回复; 客户管理和名片营销; 采购直达 RFQ; 交易管理(一达通、信保订单操作)。	学会处理询盘并生成订单, 培养学生跨境电商职业操守	任务融入法 案例演示法	
教学要求:					
1.方法手段: 基于《跨境电子商务平台实操》在线开放课程平台, 采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式, 通过任务驱动、自主学习、团队合作、实践操作等方法手段, 让学生“认识电商、爱上电商、开始电商”。					
3.师资要求: 有以人为本的教学理念, 精通跨境电商平台实操的专业水平, 善于教学的业务能力。					
4.考核评价: 关注学生解决问题的综合能力, 兼顾学生认知、协作和创新能力的发展, 要通过评价的合理实施, 激发学生学习兴趣, 帮助教师调控教学内容与进程, 促进学生素质的提升, 大体上自主学习占 40%、项目作品质量占 50%、期末考查占 10%。					

(10) 跨境电商英语函电

开设学期	5	参考学时	24	学分	1.5
课程目标:					
素质目标: 培养良好的国际沟通和交流能力; 培养积极处理各种业务问题的能力; 培养团队合作的能力; 养成耐心、周全、专业的职业品质; 树立中华优秀传统文化自信。					
知识目标: 掌握国际商务电子邮件的格式布局、基本内容、注意事项、写作技巧; 掌握跨境电商业务专业术语、英语固定句型; 学会用正规的英文格式书写商务电子邮件。					
能力目标: 能熟练书写跨境电商函电, 提高写作技巧; 能熟练使用跨境电商业务术语英文表达方式, 提升英语水平; 能提高独立处理跨境电商各环节中业务信函的能力。					
主要支撑培养规格: S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容	思政元素	思政融入方法	
1	Launching a New Product	了解发布新产品时电子邮件中应包含的具体内容, 并掌握相关专业术语和基本句型, 根据情境书写英语函电。	树立职业岗位道德规范意识和团队合作意识	启发式 案例式 情景式	
2	Establishing Trade Relations	了解建立贸易关系时电子邮件中应包含的具体内容, 并掌握相关专业术语和基本句型, 根据情境书写英语函电。	养成诚实守信的职业道德观念、建立合作共赢的关系	启发式 情景式 讨论式	
3	Inquiring and Offering	了解询盘和报盘时电子邮件中应包含的内容, 并掌握相关专业术语和基本句型, 设计情境, 书写相关英语函电。	融入中国特色社会主义和中国梦宣传教育、理想信念教育	案例式 情景式 讨论式	
4	Terms of Payment	了解谈及付款方式时电子邮件中应包含的具体内容, 并掌握相关专业术语、跨境付款方式, 书写相关英语函电。	融入中华优秀传统文化教育、中华优秀传统文化美德、工匠精神	情景式 表演式	
教学要求:					
1. 方法手段: 本课程采用理论教学和实践教学相结合的方式, 以线下教学为主。通过理论知识讲授, 让学生从中悟出规律, 同时设计相应情境, 通过具体任务实践巩固所学的知识, 加强学生实际职业能力的培养。					
2. 场地环境: 教学主要在配有网络、装有 Office2010 以上版本的机房完成。					
3. 师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有跨境电商行业的实际经验, 具备较强英语应用能力, 精通各办公软件的使用, 能熟练使用多媒体教学, 掌握技能考核标准、技能竞赛标准、毕业设计标准, 能将三者融入课程教学, 能与时俱进、顺应跨境电商行业发展。					
4. 考核评价: 课程评价突出考查学生用英文书写跨境电商各环节业务信函的职业技能, 以及自主探索、严谨专业、与时俱进、文化自信的职业素质, 注重过程考核, 平时章节测试、作业、课堂讨论、课堂互动、出勤等都将作为平时考核成绩, 过程考核占 40%, 期末考查占 60%。					

(11) 人工智能电商应用

开设学期	5	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标： 树立严谨的职业态度与工匠精神，具备数据安全、信息合规意识；拥有良好的团队协作、沟通交流能力；强化责任意识与创新思维，恪守行业职业规范。 知识目标： 掌握 Python 基础语法、流程控制、组合数据类型、函数、文件操作、面向对象编程；熟练使用 NumPy、pandas、Matplotlib 等数据分析可视化库；掌握 Flask 框架与 ECharts 结合实现动态数据看板的相关知识。 能力目标： 具备 Python 开发环境搭建与基础程序编写能力；具备商业数据处理、统计分析、异常数据筛查能力；具备数据可视化图表制作、静态 / 动态数据看板开发能力；具备代码调试、项目实战与简单系统开发能力。					
主要支撑培养规格： S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容					
序号	教学单元	教学内容			
1	Python 开发环境搭建与入门	学习 Python 发展、语言特点；完成 Python 解释器、VS Code 开发环境安装与配置；掌握基础代码编写与运行，了解 Python 包管理工具。			
2	Python 基础语法与商业数据基础展示	学习变量、数据类型、注释、输入输出、运算符与表达式；结合案例完成基础商业数据页面展示，实现动态数值呈现。			
3	程序流程控制与商业数据异常处理	学习顺序、分支、循环、跳转结构及异常捕获机制；完成商业会员积分异常值筛查、多维度数据统计等实战任务。			
4	组合数据类型与场地监控数据处理	学习列表、元组、集合、字典、字符串等组合数据类型；掌握正则表达式使用，完成温湿度等场地监控数据状态判断与统计。			
5	函数、递归与实验室监控系统升级	学习函数定义、参数、返回值、作用域、高阶函数、递归函数及第三方库调用；运用函数模块化思想优化监控系统代码。			
6	文件操作、面向对象与检测数据存储	学习文件读写、编码规则、os 与 json 模块；掌握面向对象编程思想，实现检测数据本地文件存储与管理。			
7	数据分析库与静态数据统计看板	学习 NumPy 数值计算、pandas 数据处理、Matplotlib 可视化绘图；结合商务数据制作专业统计可视化看板。			
8	Flask 框架与 ECharts 动态数据看板	学习 Flask 路由、请求、模板、静态文件使用；结合 ECharts 图表技术，开发实时更新的动态商务数据看板。			
教学要求： 1.课程思政： 全程融入数据安全、网络安全、知识产权教育，引导学生规范使用开源库与代码，杜绝抄袭盗用；结合商业场景培养爱岗敬业、精益求精的工匠精神，树立商业数据保密意识与职业操守，将严谨务实的工作作风融入代码编写、项目调试、系统开发全流程，强化责任意识与法治思维。 2.方法手段： 依托线上学习平台，采用 “线上理论学习 + 线下实操训练” 混合教学模式。以商业数据监控、可视化看板等真实企业项目为驱动，按项目模块拆解学习任务，采用小组协作模式完成代码开发、联调测试与项目交付，锻炼学生代码编写、问题排查与团队协作能力。 3.考核评价： 采用过程 + 结果双维度考核体系，过程性评价占 50%，包含线上学习记录、课堂代码实操、阶段性任务完成情况、课堂互动表现；结果性评价占 50%，以综合项目作品、代码质量、功能实现效果、项目答辩为考核核心，全面检验学生 Python 编程、数据处理与可视化开发综合能力。					

(12) 数字营销技术

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标：					
素质目标：遵循公序良俗、公平竞争的原则，具备成本意识、数据安全意识。					
知识目标：掌握搜索引擎优化、搜索引擎营销的原理和操作方法。					
能力目标：能够进行数字营销策划方案，能够使用搜索引擎、推荐引擎等数字营销技术触达受众，进行企业推广。					
主要支撑培养规格：S1-S6, Z1-Z6, N1-N6					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	搜索引擎优化	根据企业主营业务和网页内容，实现关键词挖掘和布局、网页信息优化。			
2	搜索引擎营销	根据目标消费者的分析，实现搜索竞价推广、品牌营销推广、推荐引擎推广。			
教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。					
1. 课程思政：结合项目，在教学过程中引导学生树立规则意识、创新意识、成本意识、数据安全意识、团队协作意识。					
2. 方法手段：教学过程采用任务驱动教学、虚拟仿真教学，将项目引入课堂，从教学过程和形式上体现“学习”和“工作”的紧密结合。通过问题、项目导入（实践）→学生思考、分析、回答、教师评议、总结（理论）→扩展应用（实践）的方式进行，使授课内容与实际工作紧密结合。					
3. 考核评价：本课程为考查课程，形成性考核成绩（50%）+ 终结性考核成绩（50%）					

6.专业集中实训课程描述

(1) 网络客户服务与管理实训

开设学期	3	参考学时	48	学分	2
课程目标: 素质目标: 具备商业信誉观,具备良好的团队协作意识;具备吃苦耐劳的意志品质,细心、注重细节、有耐心、热情帮助顾客解决问题,积极乐观,能够承受工作压力。 知识目标: 掌握客户服务与管理基本理论,理解天猫等主要电子商务平台的基本规则;掌握千牛工作台的功能及基本操作;掌握天猫客服售前售中售后流程,掌握顾客分级管理及关系管理的相关理论,了解智能客服训练师工作。 能力目标: 能独立使用售前客服流程及相关话术完成天猫客服售前工作;能独立使用售后客服流程及相关话术完成天猫客服售后工作;能独立使用话术解决物流问题;能根据企业数据进行消费者价值计算,能根据企业数据进行消费者分级与关系管理。					
主要支撑培养规格: S1-S6, Z12, Z13, Z20, Z21, N14, N20, N21					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	客户服务标准	客户服务接待流程、主动服务与销售意识培养 品牌产品知识掌握、客户需求分析技巧			
2	电商平台工具运用与服务实操	常见主流平台工具的使用 千万级粉丝店铺客户服务在线解答			
3	平台数据分析	客户服务平台关键指标解读 售前、售后异常数据提升技巧			
教学要求: 1.课程思政: 家国情怀与职业信念、精益求精的工匠精神、职业道德判断力。 2.方法手段: 本课程结合学生的特性,在教学方法的选择上,采用课堂教学以及上机实操的教学模式,还结合采用了目标制定、达成激励、小组与个人排名 pk 等形式,有效激发学生的主动性及参与性。 3.场地环境: 机房, Win7 以上操作系统, PhotoshopCS6 以上图形图像处理软件。 4.考核评价: 本课程考核实行过程性考核和实训作品考核相结合的考核评价方式,过程性考核成绩占 30%,实训作品考核成绩占 70%(包括实训报告)。					

(2) 直播销售实训

开设学期	3	参考学时	24	学分	1
课程目标: 素质目标: 坚定理想信念，树立深厚爱国情怀。恪守诚信经营准则，遵守行业从业规范与商业契约，诚信对待消费者与合作方。树立顾客至上、以消费者为中心的服务理念，具备良好的职业服务意识。具备自主探究学习能力，拥有自我管理、团队协作、全局思维，养成严谨细致的职业态度。具备逻辑思维与数据思维，可从成本、投入产出维度开展产品运营，养成数字化运营管理职业素养，适配岗位及证书考评要求。 知识目标: 掌握直播电商行业基础、直播间搭建、合规经营、粉丝运营、直播话术、流量及核心数据指标等基础理论，熟悉直播全流程运营规范与通用业务逻辑。掌握直播氛围营造、节奏把控、平台流量算法、付费流量工具使用及投放策略、数据调优、直播数据分析与运营策略迭代优化等专项知识。掌握直播电商职业伦理、考证专属理论、标准化运营流程、推广与数据考评标准，以及考证实操理论、评分规则等专项考点知识。 能力目标: 能够独立完成直播间搭建、直播流程执行、粉丝基础运维工作；能识别、整理基础直播数据，把控基础直播氛围。能够独立营造直播氛围、调控互动节奏；熟练操作流量投放工具，完成付费流量设置、实时调控与效果优化；能通过专业数据分析诊断直播问题，完成运营复盘与策略迭代。能够熟练完成标准化直播、推广模拟、用户运营等考证专项实操；能够从容应对理论机考与仿真实操考评。					
主要支撑培养规格: S1-S6, Z9, Z16, N11, N17					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	直播间筹备与开播落地	直播间搭建调试、选品与卖点挖掘、开播全流程筹备			
2	用户社群与粉丝社区运营	粉丝引流入群、用户分层、社群日常运维、粉丝精细化运营			
3	直播自然流量优化运营	平台算法研读、封面标题优化、直播间氛围营造、自然流量引流			
4	直播付费流量投放运维	投放工具实操、投放方案搭建、实时调参、投放投产优化			
5	直播活动策划与复盘优化	直播活动策划、带货脚本撰写、直播数据分析、运营策略优化			
教学要求: 1. 课程思政: 家国情怀与职业信念、精益求精的工匠精神、职业道德判断力。 2. 方法手段: 本课程结合学生的特性，在教学方法的选择上，采用课堂教学以及上机实操的教学模式，还结合采用了目标制定、达成激励、小组与个人排名 pk 等形式，有效激发学生的主动性及参与性。 3. 场地环境: 机房，Win7 以上操作系统，PhotoshopCS6 以上图形图像处理软件。 4. 考核评价: 本课程考核实行过程性考核和实训作品考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，实训作品考核成绩占 70%（包括实训报告）。					

(3) 短视频设计与制作实训

开设学期	3	参考学时	24	学分	1
课程目标:					
素质目标:学生要树立强烈的民族自尊心和自信心,形成对国家、民族的责任感,学生要有崇尚科学、追求真理、锐意进取的高尚品质,在学习和实践中凝练求真务实、踏实严谨的工作作风,学生要有独立思考的学习习惯,要严格遵循行业标准、影视设计国家标准,树立良好的职业道德。 知识目标:掌握影视剪辑技术,熟练掌握视频转场效果,掌握视频特效的应用,了解调色、抠像与叠加技术,熟练掌握字幕与字幕特技,掌握加入音频效果的方法,掌握文件的输出,掌握软件的操作技术和案例设计的理念。 能力目标:掌握剪辑的一般规律和画面整合能力,熟悉短视频编辑与处理的基本原理,掌握短视频编辑与处理的基础知识与技能,具有一定的短视频编辑设计能力和科学的工作方法,能独立完成短视频编辑设计工作。					
主要支撑培养规格: S1-S6, Z12, Z13, Z20, Z21, N14, N20, N21					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	短视频设计	主题策划、脚本撰写、文案编辑、特效预选			
2	短视频拍摄	主图、探店、剧情等短视频拍摄			
3	短视频剪辑与制作	通过专业剪辑软件对拍摄视频进行剪辑与制作			
教学要求:					
1. 课程思政: 家国情怀与职业信念、精益求精的工匠精神、职业道德判断力。 2. 方法手段: 本课程结合学生的特性,在教学方法的选择上,采用课堂教学以及上机实操的教学模式,还结合采用了目标制定、达成激励、小组与个人排名 pk 等形式,有效激发学生的主动性及参与性。 3. 场地环境: 机房, Win7 以上操作系统, PhotoshopCS6 以上图形图像处理软件。 4. 考核评价: 本课程考核实行过程性考核和实训作品考核相结合的考核评价方式,过程性考核成绩占 30%,实训作品考核成绩占 70%(包括实训报告)。					

(4) 电子商务视觉营销实训

开设学期	3	参考学时	24	学分	1
课程目标:					
素质目标: 理想信念坚定，有深厚的家国情怀，如在中国传统色彩、文化元素运用中增强文化自信；诚信经营，遵守《中华人民共和国广告法》、著作权法等法律法规，不夸大宣传，不侵犯他人知识产权，契合电子商务师职业从业规范；用户至上，树立以消费者为中心的设计理念，为消费者提供真实、清晰的视觉信息；具备自主学习和探究学习的能力；具有自我管理意识、团队协作意识、精益求精的工匠精神；具备审美素养与创新思维，能从视觉营销角度提升店铺转化效果，符合岗位及证书素养考评要求。					
知识目标: 掌握电商视觉设计的基础理论知识（色彩、字体、构图）；掌握店铺整体风格定位的方法；掌握促销海报、主图、直通车图、短视频的设计原则与制作技巧；掌握商品详情页的设计逻辑及各模块制作方法；掌握店铺首页（店招、导航、轮播图、分类、商品展示、页尾等）的设计与制作；掌握活动专题页的主题风格营造与促销氛围渲染。					
能力目标: 能运用视觉设计理论对图片进行赏析；具有促销海报、主图、直通车图、短视频的设计与制作能力；具有商品详情页的设计与制作能力；具有店铺首页及活动专题页的设计与制作能力；能根据电商平台要求采集并撰写产品文字信息；能根据视觉营销需求进行网店风格定位、配色方案设计；能设计制作网店文案样式、图片装修元素、装修推广图、装修视频；能进行网店首页、详情页、自定义页的装修与设计。					
主要支撑培养规格: S1-S6, Z7-Z9, N7-N10					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	电商Banner视觉设计	产品图的处理、背景制作、文案排版、装饰元素的制作、文字效果制作、海报亮点元素制作、产品类 Banner 制作、活动类 Banner 制作			
2	商品视觉设计	商品主图设计 商品详情页设计			
3	店铺页面视觉设计	店铺首页构成 店铺日常首页设计与制作 活动专题页面设计与制作			
教学要求:					
1. 课程思政: 家国情怀与职业信念、精益求精的工匠精神、职业道德判断力。					
2. 方法手段: 本课程结合学生的特性，在教学方法的选择上，采用课堂教学以及上机实操的教学模式，还结合采用了目标制定、达成激励、小组与个人排名 pk 等形式，有效激发学生的主动性及参与性。					
3. 场地环境: 机房，Win7 以上操作系统，PhotoshopCS6 以上图形图像处理软件。					
4. 考核评价: 本课程考核实行过程性考核和实训作品考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，实训作品考核成绩占 70%（包括实训报告）。					

(5) 电子商务综合实训

开设学期	5	参考学时	24	学分	1
课程目标: 素质目标: 有良好的协调、沟通能力和团队协作精神;有乐观积极的工作态度,有较强的抗压能力;有敏锐的洞察力和随机应变的能力;拥有良好的服务意识,有较强的客户关系维护能力;能换位思考,拥有较强的同理心;认真负责、有耐心、有责任心;有良好文字组织、语言表达、快速打字能力;能注重工作场所的 6S(整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全)管理,遵守操作规程、操作纪律。 知识目标: 掌握规范标准的网络客户服务售前客服和售后客服的服务要点;掌握图像处理软件操作的相关知识;图片处理和美化的相关知识;掌握主流电商平台广告图、主图、详情页图片的设计和制作的知識;掌握主流电商平台免费和付费推广的知识;掌握主流电商平台数据分析的知识;掌握百度搜索引擎优化的相关知识。 能力目标: 能通过互联网平台或工具进行网络销售过程中的售前咨询和售后处理;能利用图像处理软件制作商品图片、进行图片处理与美化;能够制作主流电商平台的广告图、主图、详情页图片;能够制作企业展示型的网站页面;能够根据要求对网店进行免费推广和利用直通车、淘宝客、智钻对网店进行付费推广;能够利用生意参谋进行网店的数据分析;能够利用百度搜索引擎通过 SEO 的方式对企业网站进行网络推广。					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	客户服务与管理	本技能模块基于电子商务客户接待的工作流程设计,包括售前客户服务与管理、售后客户服务与管理两个抽考项目。本模块主要考核内容为:分析和提炼店铺产品或服务的特色及优势,分析目标客户,通过网络了解客户的需求,引导客户消费;对客户进行客户终身价值计算和分析、客户分类管理;处理客户异议与投诉,实施客户关怀和回访等。			
2	网络营销推广	本技能模块包括直播营销、短视频营销 2 个抽考项目。本模块考核内容为以企业网络营销实际需求为背景,完成对企业产品的直播营销和短视频营销两项网络营销推广任务。			
3	新零售运营管理	本技能模块通过门店运营管理、视觉营销设计、电商运营优化、电子商务数据分析四个子模块深入考查学生电子商务新零售运营的技能水平。			
教学要求: 1. 课程思政: 与人为善的处世态度,文化自信、文化传播意识、精益求精的工匠精神、民族自豪感、诚信意识。 2. 方法手段: 本课程结合学生的特性,在教学方法的选择上,采用以课堂教学为主,以个性化就业创业指导为辅的教学模式,还结合采用了案例教学法、互动教学法、情景模拟、小组讨论、测试分析法等,有效激发学生的主动性及参与性。 3. 场地环境: 机房,Win7 以上操作系统,PhotoshopCS6 以上图形图像处理软件,DreamweaverCS6 以上版本软件;能满足湖南省高职院校电子商务技能竞赛训练。 4. 考核评价: 本课程考核实行过程性考核和实训作品考核相结合的考核评价方式,过程性考核成绩占 30%,实训作品考核成绩占 70%(包括实训报告)。					

(6-7) 毕业设计 (毕业教育)

开设学期	5	学时	48	学分	2
课程目标: 素质目标: 培养学生正确的理论联系实际的工作作风, 严肃认真的科学态度; 培养学生具备从事电子商务及相关工作所需的专业素质; 培养严谨的工作作风, 创新创业意识。 知识目标: 学会搜集整理岗位实习中的信息; 学会对对各种信息进行归类总结; 学会实习报告的写作规范; 学会总结分析工作中遇到的问题, 并根据自己所学的知识提出解决方案。 能力目标: 培养学生综合运用、巩固所学的基础理论和专业知识的能力; 能够收集、整理、使用相关信息的能力; 培养学生总结写作的基本技能。					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容	思政元素	思政融入方法	
1	确定选题	根据自己选择的选题方向确定指导老师并与老师沟通确定选题。	爱国主义, 文化自信, 关注时事, 强调诚信意识, 创新创业意识。	讨论式 互动式 任务实践	
2	接收任务	形成毕业设计任务书与计划书。	职业道德、法律意识。	讨论式 互动式	
3	方案设计	查阅文献, 市场调研, 方案设计, 撰写毕业设计成果。	创新思维、与时俱进、精益求精。	互动式 任务实践	
4	成果总结	撰写毕业设计成果报告书, 准备答辩汇报 ppt。	求真务实、探索精神。	案例式 任务实践	
教学要求: 1. 方法手段: 采取校内校外相结合的形式、线下指导、线上沟通, 结合校外导师进行指导。 2. 场地环境: 不限。 3. 师资要求: 指导教师应坚持教书育人原则、有较强的专业业务能力, 认真履行指导教师职责, 定期检查学生的设计工作进度及完成情况, 及时提出修改意见, 保证毕业设计按质按量完成。 4. 考核评价: 毕业设计的成绩评定分为毕业设计任务书成绩、毕业设计成果成绩和毕业设计答辩成绩三部分, 其中毕业设计任务书成绩占 20%, 毕业设计成果成绩占 50%, 答辩成绩占 30%。					

(8) 岗位实习

开设学期	5.6	参考学时	500	学分	25
课程目标： 素质目标：培养学生爱岗敬业、细心踏实、思维敏锐、勇于创新、精益求精的职业精神，培养学生创新意识与创业精神。 知识目标：使学生加深对课堂所学新知识的认知，提高学生观察、分析、解决问题的能力，培养学生综合择业能力和工作能力；使学生发现、认识工作中存在的各种问题，并能用所学理论去加以分析，提出解决对策。 能力目标：通过岗位实习使学生在已经掌握一定理论知识的前提下，对实习单位组织机构与职能、相关岗位部门的运作方式有更加进一步的了解；通过岗位实习，使学生能够融会贯通地掌握所学的市场营销专业知识，并能灵活应用于实际工作岗位中。					
主要内容：					
序号	教学单元	学习内容	思政元素	思政融入方法	
1	企业概况	了解企业文化、企业运作、规章制度等。	政治认同、家国情怀、工匠精神。	讲述法、实践训练	
2	岗位适应	了解工作岗位职责和工作任务流程。	爱岗敬业、团队意识、创新意识、法治意识。	讲述法、实践训练	
3	技能训练	将所学专业技能运用到工作任务中，结合实际进一步掌握各项和提升专业技能。	热爱祖国、关注时事、文化自信、使命担当、大胆创新。	讲述法、实践训练	
4	综合能力	掌握解决工作中处理各种问题的方法，并对工作完成技能进行创新。	热爱祖国、团结友爱、诚信服务、德法兼修、使命担当，创新创业意识。	讲述法、实践训练	
教学要求： 1.方法手段：企业导师与学校教师结合教学，通过现场指导，线上线下沟通等方法实施教学。 2.场地环境：校外实习基地。 3.师资要求：指导教师应坚持教书育人原则、有较强的专业业务能力，认真履行指导教师职责，指导教师采用亲自到实习单位，或通过电话等方式定期地进行检查和不定期地进行抽查学生的实习情况。 4.考核评价：以企业评价为主，结合学生自评、实习报告、实习带队教师考评。一般					

企业考核占考核成绩 40%，由企业根据学生在工作态度和掌握的专业技能进行综合评定。学生自评占考核成绩 20%，由学生根据自己在工作态度和掌握的专业技能进行综合评定。实习报告占考核成绩 20%，根据学生总结能力予以评定。实习报告中应包括实习计划的执行情况、质量分析与评估、存在问题与解决措施、经验体会与建议等。实习带队教师考评占考核成绩 20%，由带队教师根据学生在工作态度、遵守纪律和掌握的专业技能进行综合评定。

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程周次安排及教学活动时间分配表

表 8 教学进程周次安排及教学活动时间分配总表

学期		一	二	三	四	五	六	总计
理论教学 (理实一体)		17	17	13	18	11	0	76
实践教学	军事技能	2	0	0	0	0	0	2
	实训课程	0	0	5	0	1	0	0
	岗位实习	0	0	0	0	10	14	24
毕业设计		0	0	0	0	0.5	0.5	1
考试/毕业教育		2	2	2	2	1	2	11
教学周数合计		21	19	20	20	23.5	16.5	120
寒暑假周数		4	7	5	8	0	0	24
总计		25	26	25	28	23.5	16.5	144
备注		1. 三年 6 学期总教学活动周共 120 周。 2. 新生第 1 学期 1-2 周为军事技能训练、入学教育等教学活动。 3. 每学期停课实训不超过两周；在第二学期的暑假安排一周的“劳动实践”，不单独计学分和学时。 4. 认知实习原则上在专业课开始时安排，集中授课的实训课程、岗位实习根据专业教学进度安排，岗位实习一般为 6 个月。						

（二）教学进程表

1.公共基础课程模块教学进程表

表9 公共基础课程模块教学进程表

课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时						考核方式		备注
						总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
							理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6			
									17	17	13	18	11	0			
公共基础课程（必修）	1	思想道德与法治	2622010001013001	A	3.0	48	48		4*12						1		①
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2622010001023002	A	2.0	32	32		2*16						1		
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	2622010001033003	A	3.0	48	48			4*12					2		
	4	形势与政策	2622010001043004	A	1.0	40	40		2*4	2*4	2*4	2*4	2*4			1-5	②
	5	思政实践	2622010001053005	C	1.0												③
	6	军事技能	2612810001013001	C	2.0	112		112	2周								④
	7	军事理论	2612410001013001	A	2.0	36	36						4*9			4/5	
	8	大学体育（一）	2622810001013001	B	2.0	32	4	28	2*16							1	
	9	大学体育（二）	2622810001023002	B	2.0	32	4	28		2*16						2	
	10	大学体育（三）	2622810001033003	B	1.5	24	4	20			2*12					3	
	11	大学体育（四）	2622810001043004	B	1.5	24	4	20				2*12				4	

	12	大学生心理健康	2612810001023002	A	2.0	32	32		2*16							1/2	⑤
	13	劳动教育（劳动实践）	2612810001033003	B	1.0	16	14	2		2*8						3	⑥
	14	安全教育	2622010001063006	B	1.0	24	8	16	2*4							2	⑦
	15	大学英语（一）	2623210001013001	B	4.0	64	48	16	2*16							1	⑧
	16	大学英语（二）	2623210001023002	B	4.0	64	48	16		2*16						2	
	17	生涯与就业指导	2621810001013001	B	2.0	32	20	12	2*8			2*8				1、4	⑨
	18	创业教育（上）	2621810001023002	B	1.0	20	12	8	2*10							1	⑩
	19	创业教育（下）	2621810001033003	B	1.0	12	8	4		2*6						2	
	20	第二课堂	2641010001013001	C	6.0												⑪
	小计				43	692	410	282	16	10	2	4	4				
公共基础课程(限选)	21	红色潇湘	2622010002013001	A	2.0	32	24	8		2*12						1	限选 2 学分 ⑫
	22	中国共产党历史	2622010002023002	A	1.0	16	16									4	
	23	新中国史	2622010002033003	A	1.0	16	16									4	
	24	改革开放史	2622010002043004	A	1.0	16	16									4	
	25	社会主义发展史	2622010002053005	A	1.0	16	16									4	
	26	马克思主义基本原理	2622010002063006	A	1.0	16	16									4	
	27	中华优秀传统文化	2622410002013001	B	2.0	32	20	12	2*16							1/2	限选 6 学分 ⑬
	28	湘商文化	2622410002023002	B	1.0	16	12	4	2*8							1/2	
	29	大学语文	2622410002033003	B	2.0	32	20	12		2*16						1/2	

	30	应用文写作	2622410002043004	B	2.0	32	16	16		2*16						1/2	限 选 3 学 分
	31	经济数学	2622410002053005	B	2.0	32	20	12	2*16							1/2	
	32	高等数学	2622410002063006	B	4.0	64	48	16	4*16						1/2	1/2	
	33	美育	2641010002013001	A	1.0	16	16			2*8						1/2	
	34	口才与沟通	2622410002073007	B	2.0	32	16	16	2*16							1/2	
	35	商务礼仪	2622410002083008	B	2.0	32	16	16	2*16							1/2	
	36	人工智能应用基础	2622410002093009	B	3.0	48	24	24		3*16						2	
	37	信息技术素养	2622410002103010	B	3.0	48	24	24		3*16						1/2	
	小计				11	176	104	72	4	7	0	0	0	0			
公共基础课程 (任选)	38	校内公共任选课程	2612420003993099		4.0	64	64		0	0	0	0				1-6	⑭
	小计				4.0	64	64		0	0	0	0					
合计					58	932	578	354									

备注：①课程类别：A：纯理论课，B：（理论+实践）课，C：纯实践课。

②2*4 表示每周 2 学时，开 4 周课。其它课程类同。

③“思政实践”1 学分，第 1-2 学期利用课余时间各开设安排 1 周思政实践，不单独计学时。

④“军事技能”新生入学后开设，共 15 天，学工部负责，入学教育在军训空余时间由各专业安排人员进行，不单独计学分；“军事理论”由各专业根据课程安排情

况于第 1 学期与军事技能同步开设或第 4 学期或第 5 学期开设。
⑤大学生心理健康课程商务校区第 1 学期会计学院、电商学院、大数据与会计三二转段、茶艺与茶文化三二转段，第 2 学期经贸学院、信息学院、茶学院；外贸校区第 1 学期国际商务学院、旅游管理学院，旅游管理（三二转段）专业开设，第 2 学期商务外语学院、国际物流学院，艺术学院，软件技术（三二转段），数字媒体艺术设计（三二转段），广播影视制作（三二转段）专业开设。
⑥“劳动教育”主要开展“劳动精神、劳模精神、工匠精神”等专题教育；劳动实践由 学工部 根据《湖南商务职业技术学院劳动实践课管理办法》进行管理与考核，在第二学期的暑假安排一周，不单独计学分和学时。
⑦“安全教育”课程，含国家安全教育 16 学时，其他安全教育 8 学时。4 课时线下讲座、12 课时线下实践、8 课时线上授课， 马院负责 。
⑧“大学英语”第 1、2 学期开课，国际经济与贸易、国际商务、跨境电子商务、关务与外贸服务、商务英语、应用日语、应用韩语、应用法语、应用俄语、应用西班牙语、港口与航运管理 11 个涉外类专业全部学时采用线下课堂教学方式，每学期线下各 64 学时；其他非涉外类专业采用线上与线下相结合的教学方式，每学期线上、线下各 32 学时；考核方式全院统一为考查。
⑨“生涯与就业指导”全院第 1 学期开设“大学生涯规划”模块，16 学时；全院第 4 学期开设“职业发展与就业指导”模块，16 学时。
⑩“创业教育”共 32 学时，全院各专业其中第 1 学期开设“创业教育（上）”为理论教学 20 学时，实施大班授课；第 2 学期开设“创业教育（下）”为实践教学 12 学时，实施小班授课。
⑪“第二课堂”，6 学分，每年 2 学分，不单独计学时。承担部门：校团委（依据：中国共产主义青年团中央委员会《深化高校共青团“第二课堂成绩单”制度工作指引》）。
⑫“红色潇湘”，2 学分，32 学时，其中线下 24 学时，线上 8 学时。与“中国共产党历史”“新中国史”“改革开放史”“社会主义发展史”“马克思主义基本原理”一起限选 2 学分。
⑬公共基础课程(限选) 详见附表《2026 级商务校区各专业公共课程开设学期表》

⑭ 校内公共任选课程 详见“附表 6：公共任选课程一览表（线上部分）”，主要开设**人文社科类**（包括金融知识、人口资源、海洋科学、节能减排、绿色环保、语言、心理学、职业素养、社会责任等）、**公共艺术类**（包括传统文化、鉴赏等）、**工程技术类**（初识人工智能、带你玩转 VR 虚拟现实、生活中的工业设计等）和其他类（管理等）等全校性公共选修课程。学生需修满 4 个公共任选课学分方可毕业，其中公共艺术类学分不少于 2 分；艺术、管理、服务等领域专业需选修工程技术类课程不少于 2 学分，生产、制造、工程等领域专业需选修人文社科类课程不少 2 学分。根据“学分银行管理办法”，学生参加社会实践等活动（志愿服务、社会公益类；社会调查、挂职锻炼类；勤工助学类；职业素养、素质拓展与职业技能培训类等，经相关部门考核认定后，记入学生学分。

2.专业基础及核心课程模块教学进程表

表10 专业基础及核心课程模块教学进程表

课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时						考核方式		备注
						总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
							理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6			
									17	17	13	18	11	0			
专业基础课程（必修）	1	电子商务基础	26202050307013001	B	2.5	40	30	10	4						1		课证融通
	2	商品拍摄	26202050307013002	B	2.0	32	12	20		2						2	
	4	市场营销	26202050307013003	B	2.5	40	20	20	4						1		
	5	数智图形图像处理	26202050307013004	B	2.5	40	20	20		4					2		
	3	习近平经济思想概论	26202050307013005	A	2.0	32	32	0				4				3	
	6	门店运营与管理	26202050307013006	B	2.0	32	16	16			4					3	
	7	电商产品开发	26202050307013007	B	2.0	32	16	16			4					3	

	8	网络营销策划	26202050307013008	B	2.5	40	20	20			4					3	
	9	文案设计与写作	26202050307013009	B	2.0	32	16	16				4				4	
	10	电子商务法律	26202050307013010	B	2.0	32	20	12					4			5	
小计					22	352	202	150	8	6	12	8	4	0			
专业核心课程 (必修)	1	直播销售	26202050307013011	B	3.0	48	16	32			4				3		课赛证融通
	2	网络客户服务与管理	26202050307013012	B	2.5	40	20	20		4					2		课赛证融通
	3	电子商务视觉营销	26202050307013013	B	4.0	64	24	40			6				3		课赛证融通
	4	短视频设计与制作	26202050307013014	B	3.0	48	24	24			4				3		课赛证融通
	5	网店运营	26202050307013015	B	4.0	64	24	40				4			4		课赛证融通
	6	数据化运营	26202050307013016	B	4.0	64	24	40				4			4		课赛证融通
	7	新媒体运营	26202050307013017	B	3.0	48	24	24				4			4		课证融通
小计					23.5	376	156	220	0	4	14	12	0	0			
合计					45.5	728	358	370	8	10	26	20	4	0			

3.专业能力拓展选修课程及集中实训模块教学进程表

表11 专业拓展选修课程模块及专业集中实训课程模块教学进程表

课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时/实训周						考核方式		备注
						总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
							理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6			
									17	17	13	18	11	0			
专业拓展课程（选修）	1	消费者行为分析	26202050307013018	B	2.0	32	16	16		2						2	二选一
	2	社群营销	26202050307013019	B	2.0	32	16	16		2							
	3	品牌策划与管理	26202050307013020	B	2.0	32	16	16					4			4	二选一
	4	现代企业管理	26202050307013021	B	2.0	32	16	16					4				
	5	办公软件高级应用	26202050307013022	B	1.5	24	12	12					4			5	二选一
	6	网页设计与制作	26202050307013023	B	1.5	24	12	12					4				
	7	新零售运营与管理	26202050307013024	B	2.0	32	16	16					4			5	二选一
	8	移动界面设计	26202050307013025	B	2.0	32	16	16					4				
	9	跨境电子商务实操	26202050307013026	B	1.5	24	12	12					4			5	二选一
	10	跨境电商英语函电	26202050307013027	B	1.5	24	12	12					4				
	11	人工智能电商应用	26202050307013028	B	2.5	40	16	24					4			5	二

	12	数字营销技术	26202050307013029	B	2.5	40	16	24					4				选一
	小计				11.5	184	76	84	0	2	0	0	20	0			
专业集中实训课程（必修）	1	网络客户服务与管理实训	26202050307013030	C	2	48	0	48			2					3	
	2	直播销售实训	26202050307013031	C	1.0	24	0	24			1						
	3	短视频设计与制作实训	26202050307013032	C	1.0	24	0	24			1						
	4	电子商务视觉营销实训	26202050307013033	C	1.0	24	0	24			1						
	5	电子商务综合实训	26202050307013034	C	1.0	24	0	24					1			5	
	6	毕业教育	26202050307013035	C													①
	7	毕业设计	26202050307013036	C	6	24	0	24					0.5	0.5		6	
	8	岗位实习	26202050307013037	C	24	576	0	576					10	14			
	小计				36	744	0	744	0	0	5	0	11.5	14.5			
合计					46	928	76	828									

备注:①毕业教育于第五学期与下达毕业设计任务时同步进行,不单独计算学时与学分。

(三) 周学时及学时统计表

表12 周学时及学时统计表

年级 学期 模块 节（周）数	一年级				二年级				三年级				教学学时（节）		
	第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期				
	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	理论学时	实训实验学时	合计
公共基础课程模块（必修）	16	0	10	0	2	0	4	0	4	0	0	0	410	282	692
公共基础课程模块（限选）	4	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	104	72	176
公共基础课程模块（任选）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	64	0	64
专业基础及核心课程模块	8	0	10	0	26	0	20	0	4	0	0	0	358	370	728
专业拓展课程模块（选修）	0	0	2	0	0	0	0	0	20	0	0	0	88	96	184
专业集中实训课程模块	0	0	0	0	0	5	0	0	0	11.5	0	14.5	0	744	744
合 计	28	0	29	0	28	5	24	0	28	11.5	0	14.5	1024	1564	2588

备注：周课时数不包含专业实践课程课时。

公共基础课程（含必修、限选、任选）学时数占总学时的比例：36.01%

选修课程学时数占总学时的比例: 16.38%

实践学时数占总学时的比例: 60.43%

本专业应修学分总计: 151

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

按湖南省高等职业学校机构编制标准配齐专任教师,生师比不高于 18:1。“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%,高级职称专任教师的比例不低于 20%;持有

电子商务师三级及以上职业技能等级证书的专任教师占专业课教师比例不低于 80%，持有电子商务师考评员资质的教师不少于 2 人。选聘电商行业企业高级技术人员、运营专家、职业资格证书考评专家担任行业导师，组建校企合作、专兼结合、能胜任课证融通教学的教师团队。

2. 专任教师

具备高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；公共课教师应具有与本专业对口的本科及以上学历；专业课教师原则上具有电子商务、市场营销、数字媒体等相关专业本科及以上学历；**专业课教师需持有电子商务师三级及以上职业技能等级证书，核心课教师优先具备电子商务师考评员资质。**

具有扎实的本专业理论功底和岗位实践能力，熟练掌握电子商务师职业技能等级标准考核要求；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；具有较强的数字化教学能力，能够开展**课证融通课程教学改革、证书考点拆解、实训项目开发、模拟考评设计**等教研工作；能够跟踪电商行业新技术、新业态、新职业发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业课教师每年至少累计 1 个月或 5 年累计 6 个月在电商企业实践或实训基地实训，企业实践需重点对接电商核心岗位工作内容与职业资格证书考核模块，形成可转化的课证融通教学资源。

3. 兼职教师

专业教学团队中有一定比例的企业兼职教师，企业兼职教师应具有扎实的专业知识和丰富的电商行业实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工

及以上职业技能等级，优先选聘电子商务师考评员、电商企业运营总监、直播电商操盘手、商务数据分析专家等高技能人才。

了解职业教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导、职业资格证书考前辅导、学生职业发展规划指导等教学任务；企业兼职教师以承担实践教学、实习指导、证书实操考评辅导任务为主，所承担教学任务不低于专业课学时总数的 15%，其中课证融通实训、证书模拟考评相关教学占比不低于兼职教师总学时的 50%。

4. 专业带头人

说明：根据电子商务专业特点、课证融通人才培养需求，对专业带头人的师德师风、职称、学历、年龄、素质、能力（侧重专业把握、引领、管理、研究、课证融通体系建设等方面）、培训学习、校企合作等提出明确要求。

专业带头人原则上应具有副高及以上职称，优先具备电子商务师二级及以上职业技能等级证书、电子商务师考评员资质；能够较好地把握国内外电商行业、专业发展动态，广泛联系行业企业与职业资格证书考评机构，精准把握行业企业对本专业人才的需求与职业资格证书标准更新方向；主持专业建设与课证融通人才培养体系建设，开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起到引领作用。

定期到电商企业工作、挂职锻炼，或每年与企业开展项目合作 2 个以上，合作项目需形成可落地的课证融通课程资源、实训项目；每年至少组织 1 次专业师资课证融通专项培训，引领专业教师团队提升职业资格证书教学与考评能力。

5. 对教师进修培训的要求

建立规范的师资进修培训体系，系统地对教师进行定期进修培训，为教师跟进学术前沿、行业动态、职业资格证书标准更新，接受先进的教学理念创造良好条件。每位专业教师应至少每两年参加一次本专业相关的进修培训或学习交流，其中每年必须参加不少于1次电子商务师职业标准、课证融通课程改革相关的专项培训；优先支持教师参加电子商务师考评员资质培训，获取相关职业资质。

教师参加培训、学习期间，应积极主动与其他兄弟院校教师、行业企业专家、职业资格证书考评机构专家沟通交流，了解职业教育的发展态势，虚心学习兄弟院校在专业建设、课证融通课程改革、技能大赛、职业资格证书培训等方面的做法和经验，并将培训学习成果在本教研室和二级学院（部）进行汇报交流，重点转化为课证融通课程资源、实训项目、考试题库、模拟考评方案等可落地的教学成果，确保培训成果有效服务于专业课证融通人才培养。

表 13 专业教学团队保障及配置

师资分类	基础保障要求	课证融通专项核心要求	可落地量化标准
队伍整体结构	1. 按湖南省高等职业学校机构编制标准配齐专任教师，生师比不高于 25:1 2. “双师型”教师占专业课教师比例不低于 60%； 3. 高级职称专任教师比例不低于 20% 4. 组建校企合作、专兼结合的专业教学团队；	1. 核心师资必须具备电子商务师职业资质，适配课证融通课程教学、实训指导、证书考评全流程需求； 2. 必须配备具备官方认证资质的证书考评、培训师资，支撑电子商务师考证教学；	1. 持有电子商务师三级及以上职业技能等级证书的专任教师，占专业课教师比例 $\geq 80\%$ ； 2. 持有电子商务师考评员、培训师/考评员资质的教师 ≥ 2 人； 3. 企业兼职教师占专业课教师比例 $\geq 20\%$ ，其中具备证书考评/行业高技能资质的占比 $\geq 50\%$ ；
专任教师	1. 具备高校教师资格，师德师风达标，具有理想信念、道德情操、扎实学识、仁爱之心； 2. 专业课教师原则上具备电商、营销、数媒等相关专业本科及以上学历； 3. 具备扎实的专业理论功底、岗位实践能力、数字化教学能力、课程思政实施能力； 4. 专业课教师每年至少累计 1 个月企业实践，5 年累计 ≥ 6 个月企业实践；	1. 专业课教师必须熟练掌握电子商务师三/四级职业技能标准大纲，能完成证书考点拆解、课证融通课程设计、实训项目开发、模拟考评设计； 2. 核心课教师优先具备电子商务师考评员资质，能独立开展证书考前辅导、实操考评指导； 3. 企业实践必须对接电商核心岗位工作内容与职业资格证书考核模块，形成可转化的课证融通教学资源；	1. 100%专业课教师完成电子商务师职业标准、课证融通课程改革专项培训； 2. 网店运营、直播电商、客户服务、数据化运营 4 门课证融通核心课教师，100%持有电子商务师三级及以上证书； 3. 教师企业实践成果中，课证融通相关教学资源转化占比 $\geq 30\%$
兼职教师	1. 具备扎实的专业知识、丰富的电商行业实际工作经验，一般具备中级及以上职称或高级工及以上职业技能等级； 2. 了解职业教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导、学生职业规划指导等任务； 3. 以承担实践教学、实习指导任务为主，所承担教学任务不低于专业课学时总数的 15%；	1. 优先选聘电子商务师考评员、电商企业运营总监、直播电商操盘手、商务数据分析专家等高技能人才； 2. 核心承担课证融通实训教学、证书实操考评辅导、行业真实项目导入教学任务，支撑课证融通教学落地	1. 兼职教师中，具备电子商务师考评员资质的占比 $\geq 30\%$ ； 2. 兼职教师承担的教学任务中，课证融通实训、证书模拟考评相关学时占比 $\geq 50\%$ ； 3. 每学期至少开展 2 次行业专家、证书考评专家专题讲座/实训指导
专业带	1. 原则上具备副高及以上职称，能把握国内外电商行业、专业发展动态，广泛联系行业企业； 2. 主持专业建设、教育教学改革、教科研工作和社会	1. 优先具备电子商务师二级及以上职业技能等级证书、电子商务师考评员资质，能精准把握职业资格证书标准更新、行业人才需求方向；	1. 每年至少组织 1 次专业师资课证融通专项培训/教研活动 2. 每年主持完成至少 1 项课证融通相关的教研课题/教学资源建设项目 3. 每学期

头 人	服务能力强，在本专业改革发展中起到引领作用； 3. 定期到电商企业工作、挂职锻炼，每年与企业开展项目合作 2 个以上	2. 主持课证融通人才培养体系建设、课程改革、实训体系搭建，引领专业师资团队提升证书教学与考评能力； 3. 校企合作项目必须形成可落地的课证融通课程资源、实训项目，服务专业人才培养	至少开展 1 次课证融通课程改革示范课/专题研讨
教 师 进 修 培 训	1. 建立规范的师资进修培训体系，系统开展教师继续教育、专项培训，为教师跟进学术前沿、行业动态创造条件； 2. 每位专业教师至少每两年参加 1 次本专业相关的进修培训或学习交流； 3. 培训成果需在院内汇报交流，转化为可落地的教学成果	1. 每年必须开展不少于 1 次电子商务师职业标准、课证融通课程改革相关的专项培训； 2. 优先支持教师参加电子商务师二级以上资格证书与考评员培训，获取官方认证资质； 3. 培训成果重点转化为课证融通课程资源、实训项目、考点题库、模拟考评方案，服务人才培养	1. 100%专业教师每年参加不少于 1 次课证融通相关专项培训； 2. 每两年至少组织 1 次专业教师赴标杆院校学习课证融通专业建设经验； 3. 教师培训成果中，课证融通相关教学资源转化占比≥40%

具体配置要求

师生比	1:25		
专兼职比	2:1		
双师型比	>70%		
学历学位	硕士及以上		博士
(人数)	17 人	70%	1 3%
职称	副高级职称及以上		正高级职称
(人数)	7	70%	1 3%

（二）教学设施

1. 专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并具有网络安全防护措施。配置超星“一平三端”智慧课堂系统；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. 校内实习实训室

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展网络客服、网络营销、电商视觉设计、网店推广、电子商务数据分析等实验、实训活动。

校内实训实习必须具备网店推广实训室、电子商务数据分析实训室等实训室，主要设施设备及数量见下表。

表 14 校内实训室功能与配备要求一览表

序号	实习实训室名称	主要工具和设施设备				支撑的课程/实训项目
		名称	数量	工位	功能	
1	网络推广实训室	计算机	60	60	/	数字营销技术课内实践
2	网店运营推广实训室	计算机	60	60	/	网店运营课程实践、集中实训与网店运营推广考证培训与考试
		网店推广中级实训软件	1	60 个账号	/	
3	电子商务沙盘实训室	计算机	60	60	/	电子商务基础集中实训、电子商务沙盘实训
		电子商务沙盘实训系统	1	60 个账号	/	
4	电子商务数据分析实训室	计算机	60	60	/	电子商务数据分析课程实践、集中实训与电子商务

		电子商务数据分析仿真实训软件	1	60 个账号	/	数据分析考证培训与考试
5	客户服务与管理实训室	计算机	60	60		客户服务与管理、客户服务与管理实训
6	网店美工实训室	计算机	60	60	/	图形图像处理、电子商务视觉营销、网页设计与制作课程及电商视觉营销实训和电子商务综合实训
		PhotoshopCC 软件	60	60	/	
7	电子商务技能训练与竞赛中心	计算机	30	30	/	电子商务技能竞赛的培训、考核与选拔
8	新媒体运营实训室	计算机	60	60	/	新媒体运营相关课程的培训与实践
9	直播销售实训室	计算机	60	60	/	直播电商 直播电商实训
		直播仿真实训系统	1	60 个账号	/	
10	网络营销实训室	计算机	60	60	/	消费者行为分析 网络营销策划
11	商品拍摄/短视频拍摄实训室	数码相机、三脚架	5	30	/	商品拍摄 短视频设计与营销
		反光板、背景板	5			
		静物台、拍摄幕布	5			
12	天猫新零售实训基地	校内天猫零售基地	1	60	/	门店运营与管理 新零售运营管理

3. 校外实习实训基地

与 3 家以上企业建立紧密的校企合作关系,并建立校外实习实训基地。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求,实习基地应能提供理等与专业对口的相关实习岗位,能涵盖当前相关行业发展的主流技术,可接纳不低于 30%的本专业毕业生实习;学校和实习单位双方共同制订实习计划,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,实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师,开展专业教学和职业技能训练,完成实习质量评价;做好学生实习服务和管理工作,有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度,有安全、保险保障,依法依规保障学生的基本权益。

本专业应具备的校外实习实训基地情况见下表:

表 15 校外实训室功能与配备要求一览表

序号	基地名称	实习实训岗位	主要实践教学项目	容纳学生数
1	水羊集团股份有限公司	电商运营管理 客户服务与管理	支持网店运营推广、客户服务与管理、客户服务技巧等课程的实践教学	120
2	长沙市爱巴森网络科技有限公司基地	客户服务与管理	支持客户服务与管理、客户服务技巧等课程的实践教学	200
3	世邦通信股份有限公司	网络营销推广	支持网店运营、数据化运营、网络营销课程的实践教学	120
4	湖南一优供应链有限公司	客户服务与管理	支持客户服务与管理、客户服务技巧课程的实践教学	50
5	湖南拙燕品服电子商务有限公司	新零售运营管理	支持数据化运营、门店运营管理与新零售运营管理课程的实践教学	50
6	长沙惠趣科技有限公司	新零售运营管理	支持数据化运营、门店运营管理与新零售运营管理课程的实践教学	30
7	湖南雷尔传媒有限公司	新零售运营管理	支持数据化运营、门店运营管理与新零售运营管理课程的实践教学	60
8	湖南瑞合寰宇园区管理服务有限公司	电商运营管理	支持数据化运营与新零售运营管理课程的实践教学	60
9	长沙启通电器有限责任公司	电商运营管理	支持数据化运营、门店运营管理与新零售运营管理课程的实践教学	50
10	湖南竞网数字科技集团有限公司	网络客服运营推广	支持网店运营推广、商务沟通与礼仪、客户服务与管理、客户服务技巧等课程的实践教学	50
11	湖南西子健康集团股份有限公司	网络客服视觉设计	支持网店运营推广、客户服务与管理、图形图像处理、电商视觉设计、网页设计与制作等课程的实践教学	60
12	湖南志在四方文化交流有限公司	网络客服网络推广	支持网店运营推广、商务沟通与礼仪、客户服务与管理、客户服务技巧等实践教学	40
13	湖南大业和美食品科技有限公司	网络推广视觉设计	支持网店运营推广、商务沟通与礼仪、客户服务与管理、客户服务技巧等课程的实践教学	60
14	湖南中青创飞文化科技有限公司	跨境运营视觉设计	支持跨境电商运营、图形图像处理、电商视觉设计、网页设计与制作等课程的实践教学	50
15	湖南省神州映晟产教融合控股集团有限公司	运营客服视觉设计	支持网店运营推广、客户服务与管理、图形图像处理、电商视觉设计、网页设计与制作等课程的实践教学	60
16	长沙新丽宸文化传媒有限公司	运营客服视觉设计	支持网店运营推广、客户服务与管理、图形图像处理、电商	50

			视觉设计、网页设计与制作等课程的实践教学	
17	长沙市森淘电子商务有限公司	运营客服视觉设计	支持网店运营推广、客户服务与管理、图形图像处理、电商视觉设计、网页设计与制作等课程的实践教学	50
18	广东新航线跨境电子商务有限公司	跨境运营网络客服	支持跨境电商运营、商务沟通与礼仪、客户服务与管理、客户服务技巧等课程的实践教学	50

(三) 专业教学资源

1. 数字资源配备

(1) 国家教学资源库高职电子商务专业教学资源库

国家立项建设的国家教学资源库电子商务专业教学资源库，共建设了电子商务概论、商品实务、商品信息采集处理，网页设计与制作、网络营销、客户服务与管理等主干课程，主要教学及学习资源有课程教学大纲、教学活动设计、多媒体教学课件、自主学习文化课程理实一体化教材以及音频库、视频库、案例库、动画库、图片库等配套内容，教学实施时可以灵活进行模块组合。

(2) 超星学习通开放平台

学院在超星学习通平台建有电子商务专业课程教学资源库，有 20 多门教学课程，相关的教学资源全部上网，并不断更新，学生可以在本校教学资源库网站上进行自主学习。相关在线课程资源具体见表 15。

表 16 在线开放专业课程资源列表

课程名称	网址
电子商务基础	https://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=4s2kadmogjnckfmzbocrpw http://mooc1.chaoxing.com/course/208145061.html
网店运营	http://mooc1.chaoxing.com/course/200959463.html
电子商务视觉营销	https://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=mi33abyqri1mvtck9woww
短视频设计与制作	http://www.xueyinonline.com/detail/222050121

数字营销技术	http://mooc1.chaoxing.com/course/203973681.html
网络营销策划	https://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=uep3ajonibzdqjptxfkp7w
网络客户服务与管理	https://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=yms-amknkapbpiqlcbjzda
数据化运营	https://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=xqh0apao6bbc59x-pv6pbg https://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=-8xkas2mqallcncxsvqqdw
新零售运营管理	https://vocational.smartedu.cn/details/index.html?courseId=7a5fd775707165d7a44836860d707f54
抖音数字学堂	https://www.zjttxt.com/

(3) 大型电子商务平台开放学习资源

大型电子商务网站，尤其是第三方电商平台，一般提供平台使用规则及相关资源，这些公开资源可供学习使用，典型的有：

表 17 部分开放学习资源列表

名称	网址
淘宝大学	http://daxue.taobao.com
万堂书院	https://shuyuan.taobao.com/
百度搜索学堂	https://ziyuan.baidu.com
鸿科经纬云课程	http://yun.hotmatrix.cn/
爱博导	http://www.ibodao.com/

2. 课证融通专项教学资源建设（核心重点模块）

围绕专业课证融通人才培养核心目标，全面对标电子商务师（三级/四级）国家职业技能标准，建设“证书对标-课程融合-实训支撑-考评模拟”全链条专项教学资源体系，实现课程教学内容与证书考核内容 100%精准对标，上课即备考、实训即考证。

(1) 证书对标核心资源：开发覆盖电子商务师（网商）（三、四级）全部理论考点、实操技能点的专项教学资源，

包含：证书考点拆解手册、岗位能力-证书考点-课程知识点映射表、理论考点题库、实操技能工单、官方标准模拟考评试卷、证书专项培训视频课程等，实现证书考核内容全模块覆盖。

（2）核心课程课证融通资源：针对电商基础网店运营直播电商电子商务视觉设计短视频设计与制作网络客户服务与管理数据化运营新媒体运营 8 门课证融通核心课程，开发“岗位任务-证书考点-课程知识点”三位一体的校本教学资源、项目化实训任务书、仿真实操案例库，将证书考核的核心知识点、技能点拆解融入每一个教学单元、实训项目，实现课堂教学与证书备考同步完成。

（3）证书模拟考评资源：建设与官方证书考评平台操作流程、评分标准完全一致的电子商务师考评系统，配套完整的模拟考评流程、标准化评分细则、全真实操考核场景，支撑学生考前全流程模拟训练、教师过程性考核评价，提升学生证书考证通过率。

（4）证书师资培训资源：建设电子商务师考评员、培训师专项师资培训资源库，包含证书考评解读、证书培训教学方法、实操考评评分技巧、标杆院校课标准官方证融通改革经验等内容，支撑专业教师系统提升证书教学与考评能力；同步整理行业专家、官方证书考评员的专题讲座、培训视频资源，丰富课证融通教学内容。

（5）资源动态更新机制：建立课证融通资源专项更新机制，紧跟职业资格证书标准修订、电商平台规则更新、行业新业态发展，每学期对专项资源进行全面复盘更新，确保资源

与最新的证书考核要求、岗位能力需求保持同步，每年资源更新比例不低于 20%。

3. 教材要求

(1) 建立专业教师、行业企业专家和教研人员参与的教材选用团队，严格按照湘商职院发〔2017〕79 号——湖南商务职业技术学院教材管理办法，经过规范程序择优选用教材。

(2) 由于电子商务专业、行业发展速度迅猛，在教材的选定上优先选用 5 年内优质的国家规划教材、行业教材和校企共建校本教材，禁止不合格的教材进入课堂。

(3) 教材内容应体现先进性、通用性、实用性，使教材更贴近专业的发展和实际需要；体现任务项目引领、职业能力导向课程的设计思想，结合电子商务专业各岗位职业需求，创新内容，科学设计，方便学生课后线上学习。

表 18 部分专业教材使用表

课程类型	教材名称	主编	出版社	ISBN
电子商务基础	电子商务基础与应用——“学·用·做”一体化教程（第 4 版）	方玲玉	电子工业出版社	7121357312
网络营销	网络营销实务	方玲玉	高等教育出版社	7040532234
电子商务数据分析	电子商务数据分析概论	北京博导前程信息技术有限公司	高等教育出版社	7040469349
电子商务视觉营销	网店视觉营销	李敏、曾鸣	高等教育出版社	7040549140
文案设计与写作	文案设计与写作	廖敏慧、吴敏	人民邮电出版社	715509970
数字营销技术	搜索引擎营销	陈则辉、刘明浩	北京出版社	7200129939

网店运营	网店推广	北京鸿科经纬科技有限公司	高等教育出版社	7040532173
------	------	--------------	---------	------------

表 19 电子商务专业教材选用（部分）

序号	教材名称	教材类型	作者	出版社	出版日期	对应课程
1	电子商务基础 （附微课第 4 版）	“十四五”规划教材	白东蕊	人民邮电出版社	202404	电子商务基础
3	电子商务数据分析概论（第二版）	考证教材	北京博导前程信息技术有限公司	高等教育出版社	202303	数据化运营
4	网店视觉营销	新形态一体化教材	李敏、曾鸣	高等教育出版社	202101	电子商务视觉营销
5	电子商务文案策划与写作：软文营销内容营销创意文案	“十三五”新形态规划教材	章萍，成淼，廖敏慧	人民邮电出版社	202301	文案设计与写作
7	网店推广	考证教材	北京鸿科经纬科技有限公司	高等教育出版社	202208	网店运营
8	Photoshop 图形图像处理综合应用实例教程	“十三五”创新型规划教材	贺鑫、谭园园、黄璇	国家行政学院出版社	2018 年 8 月	图形图像处理
9	办公自动化案例教程	“十四五”职业教育国家规划教材	贺鑫彭卫华	航空工业出版社	2023 年 1 月	办公软件高级应用

4. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：有关电子商务基础理论、网店运营、平面美工、短视频设计、电商直播、商务数据分析、新零售运营等类别的图书和文献。

（四）教学方法

按照“教、学、做合一”的总体原则，根据课程性质，采用班级授课、分组教学、现场互动、专业讲座、翻转课堂等形式组织教学；应用操作法、案例法、任务驱动法等现代教学方法；充分利用移动互联通信设备、多媒体、网络、空间等信息化手段实施教学，积极开展师生教学互动，大力倡导学生自主学习、自主探索，达到共同学习、共同提高的目的。

传授方式，课堂讲授起着不可替代的作用。讲授的内容须是教材中的重点、难点和关键，讲中导，讲中有练。讲授的内容要具体形象，易于理解，对内容要进行精心组织，使之条理清楚，主次分明，重点突出，能理论联系实际。教学语言要准确、生动、形象、有感染力、有感情投入、有严密的科学性与逻辑性；充分贯彻启发式教学原则。

1. 任务驱动法

根据电子商务经营岗位职责创设情境，设计与当前树立“以学生为中心”的教学理念，充分运用现代化教学手段，如多媒体技术、仿真实训平台、教学平台，有效激发学生兴趣，提高课堂教学效率。以职业岗位工作任务为载体，采用“教学做合一、理实一体化”的教学模式，推行“课证融合、课赛融通”，形成“课程学习—考证学习—备赛学习”的全方位、递进式教学体系，突出理实一体化人才培养。明确职业岗位能力的异同，培育电子商务新零售运管人员，增强就业竞争力。深化三全育人，将知识传授和价值引领有机结合，坚持立德树人，贯穿思政进专业、进教材、进课堂、进头脑，从职业道德、知识结构、业务技能、工匠精神、协调能力、

开拓创新等方面不断提高职业素养。注重教学有效性、多样性、引导性、仿真性，主要采用的教学方法包括讲授法、任务驱动法、案例教学法、角色扮演法、情境教学法、项目教学法、启发式教学法。实现以学习者为中心的社区型学习，为学生创建一种有利于自助式、参与式、体验式学习的学习氛围。

2. 讲授法

讲授法是传统的教学方法，作为基本知识、技能的学习内容密切相关的真实任务作为内容，学生开展自主学习或协作学习，教师进行有效指导，鼓励学生之间讨论和交流，完成任务提交成果，最后进行效果评价。教、学、做结合，解决理论教学抽象、枯燥的问题，提高学生学习兴趣，培养职业判断能力、探究精神和团队合作精神。

3. 案例教学法

针对课程重点、难点设计讲解型案例和讨论型案例。通过案例导入、小组讨论等活动，引导、示范学生完成学习任务。通过案例学习，让学生具备岗位实操能力，在理论知识、实践技能、职场素质等方面得到锻炼和提高。

4. 项目教学法

将真实企业的电子商务经营需求转化成教学项目需求，通过项目分析分解出项目任务，引导学生自主实施项目，包括信息的收集、方案的设计、数据的加工以及最终结果的评价，每个项目任务结束形成标志性的成果。学生在训练过程中，提升职业能力，养成主动探究、独立思考的习惯。

5. 情境教学法

在教学过程中,教师有目的地引入或创设具有一定情绪色彩的、以形象为主体的生动具体的场景。充分使用计算机网络、虚拟现实、数字技术等现代技术手段,将教学内容以动漫方式展示,提高学习的趣味性,学习、娱乐相结合,促进教学活动开展,开拓课堂教改新思路,使学生熟悉电子商务工作的全过程,有效调动学生学习的主动性、积极性。

6. 角色扮演法

让学生扮演不同的角色来体验和掌握不同岗位的相关操作方法;通过企业与消费者之间的交易往来模拟训练,让学生掌握电子商务工作中的分工及衔接,如运营部门和公司美工、客服、物流部门、供应商、社会机构等的沟通与协调。分角色有利于学生在工作中进行换位思考,也有利于学生从不同角度得到技能的全面训练,加深对未来从事岗位的发展方向和能力掌握。

7. 启发式教学法

设计启发、诱导型的问题,将设问答疑贯穿于教学的每一个环节,引入行动学习(头脑风暴)方法,引发学生思考和讨论,启迪学生培养企业价值最大化的财务创新思维,促进学生积极主动学习,激发学生学习兴趣,加深对知识技能的理解。

8. 课证融合、课赛融合式教学

第一,严格落实国家职业教育改革实施方案和职业教育提质培优行动计划要求,以**电子商务师(三级/四级)国家职业技能标准**为核心锚点,紧扣电商行业五大核心岗位(网店运营、直播电商、新媒体运营、网络客服、商务数据分析)

能力要求，将课程教学内容与职业资格证书考核要点、职业技能竞赛赛项标准深度绑定，**构建“以课促证、以证促学、课证融通”的教学闭环**，全面提升学生的岗位实操能力、证书应试能力与职业综合素养，实现**“学完即能考、取证即能岗”**的课证融通人才培养核心目标。

第二，利用电子商务专业技能竞赛相关仿真平台，结合相关课程在校内举行技能竞赛选拔赛，组织学生参加职业院校电子商务技能竞赛、湖南省电子商务师竞赛，充分体现课赛融合式教学，培养学生创新意识，激发学习的学习兴趣、增强教学效果。

（五）学习评价

1. 学习评价总体要求

本专业学习评价体系严格落实国家职业教育改革实施方案和职业教育提质培优行动计划要求，以**成果导向（OBE）教育理念**为核心，紧扣电子商务专业五大核心岗位（网店运营、直播电商、新媒体运营、网络客服、商务数据分析）能力要求，全面对标**电子商务师（网商）（三、四级）国家职业技能标准**，构建“岗课证赛一体化、过程性与终结性相结合、定量与定性相补充、多元化主体协同评价”的综合学习评价体系。

评价体系以学生职业能力发展为核心，将课程学习评价、岗位能力评价、职业资格证书考核评价、职业技能竞赛评价深度融合，实现**“以评促学、以评促教、以评促证、以评促岗”**，全面检验学生的专业知识、职业技能、职业素养与创新创业能力，确保人才培养质量符合行业企业岗位要求与职业技能等级标准。

2. 通用学习评价体系

（1）评价原则

目标导向原则：以专业培养目标、课程教学目标、岗位能力目标、职业资格证书考核目标为核心，所有评价内容、评价方式均围绕目标达成度设计，确保评价与培养目标高度匹配。

过程性与终结性评价相结合原则：打破“一考定终身”的传统评价模式，强化过程性评价，将学生的课堂表现、实训成果、项目完成情况、证书备考过程等纳入综合评价，过程性评价权重不低于总成绩的 60%，终结性评价权重不高于 40%。

定量与定性评价相结合原则：对专业知识、实操技能、证书考核等可量化内容采用定量评价；对职业素养、团队协作、创新能力、思政表现等难以量化的内容采用定性评价，实现定量与定性评价的有机统一。

多元化评价主体原则：构建“教师评价、学生自评、学生互评、企业导师评价、证书考评机构评价”五位一体的多元化评价主体体系，打破教师单一评价的局限，全面、客观、公正地评价学生的学习成果。

课证融通评价原则：将电子商务师（网商）职业技能等级证书的考核内容、评分标准、考核流程全面融入课程学习评价，实现课程评价与证书考核的同源同步、标准统一，支持课证成绩双向互认，充分调动学生的学习积极性。

（2）通用评价内容

本专业学习评价内容严格对应培养规格的素质、知识、能力三维目标，分为三大核心模块，全面覆盖学生的综合职业素养与岗位胜任能力：

知识评价：重点评价学生对电子商务基础理论、专业核心知识、行业法律法规、职业资格证书考点知识的掌握程度，包括课堂知识点掌握、作业完成情况、理论测试成绩、证书理论考点达标情况等。

能力评价：重点评价学生的岗位实操能力、问题解决能力、创新创业能力、团队协作能力，包括实训项目完成质量、岗位实操成果、职业资格证书实操考核达标情况、技能竞赛获奖情况、创新创业项目成果等。

素质评价：重点评价学生的思想政治素质、职业素养、道德品质、身心素质，包括课程思政表现、课堂纪律、考勤情况、团队协作表现、职业规范遵守情况、心理健康状态、体育达标情况等，全面落实立德树人根本任务。

（3）通用评价方式

过程性评价：贯穿课程教学全流程，包括课堂考勤、课堂互动、小组讨论、作业完成情况、阶段性测试、实训项目成果、课程思政表现等，全面记录学生的学习过程与成长轨迹，是综合评价的核心组成部分。

终结性评价：在课程结束、学期末、毕业前开展的总结性评价，包括课程期末考试、毕业综合实训考核、顶岗实习成果评价、职业技能等级证书考核、毕业设计（论文）答辩等，全面检验学生的综合学习成果与职业能力。

实操评价：针对专业核心课程、实训课程、课证融通课程，采用现场实操、项目展示、成果答辩、模拟考评等方式，重点评价学生的岗位实操能力、问题解决能力，实操评价权重不低于专业核心课程总成绩的 50%。

多元化主体评价：采用教师评价、学生自评、学生互评、企业导师评价、证书考评机构评价相结合的方式，其中企业导师评价重点针对顶岗实习、企业项目实训成果，证书考评机构评价重点针对职业技能等级证书考核成果，确保评价的全面性、客观性。

（4）通用评价主体

专业教师：是学习评价的核心主体，负责课程教学全流程的过程性评价、终结性评价，对学生的知识掌握、技能提升、素养养成进行全面评价与指导。

学生：通过学生自评、学生互评的方式，参与学习评价过程，培养学生的自我反思能力、自我管理能力与团队协作意识，提升评价的参与度与透明度。

企业导师/行业专家：参与企业项目实训、顶岗实习、综合实训的评价，重点评价学生的岗位实操能力、职业素养是否符合行业企业岗位要求，确保评价与岗位需求精准对接。

职业资格证书考评机构：针对电子商务师（网商）职业技能等级证书，按照官方考核标准、评分细则，对学生的理论知识、实操技能进行标准化考核评价，评价结果纳入学生综合学习评价体系。

3. 课证融通课程专项学习评价体系（核心重点）

针对电商基础、网店运营、直播电商、网络客户服务与管理、数据化运营、电子商务视觉分析、短视频设计与制作、新媒体运营 8 门课证融通核心课程（均对接电子商务师（网商）三、四级国家职业技能标准），单独制定标准化、可落地的专项学习评价体系，实现课程评价与职业资格证书考核的 100%对标、同源同步。

(1) 专项评价核心原则

证书标准完全对标原则：评价内容、评分标准、考核流程 100%包含电子商务师（网商）三、四级证书的官方考核大纲、评分细则，确保课程评价与证书考核标准完全统一。

过程性评价与证书备考深度融合原则：将证书考点拆解、专项实践、模拟考评等证书备考全流程，纳入课程过程性评价，实现“上课即备考、实训即考证、评价即考评”。

课证成绩双向互认原则：职业资格证书考核结果可直接对应课程评价结果，课程评价达标情况可作为证书过程性评价佐证材料，实现课证成绩双向互认、学分置换。

多元化主体协同评价原则：构建“专业教师+证书考评员+企业专家”三位一体的专项评价主体体系，确保评价的专业性、权威性与岗位适配性。

表 20 课证融通专项评价方式、评价主体与评价内容

评价维度	核心评价方式	评价主体	核心评价内容
过程性评价 (占课程总成绩 60%)	1. 证书考点随堂测试; 2. 证书专项实训项目成果评价; 3. 阶段性证书模拟考评; 4. 课堂表现、考勤、作业完成情况; 5. 小组项目协作成果评价	1. 专业教师(核心); 2. 学生自评、互评; 3. 证书考评员(专项指导)	1. 证书理论考点的掌握程度,随堂测试、阶段性测试的达标情况 2. 证书实操专项实训项目的完成质量,是否符合证书评分标准 3. 全流程证书模拟考评的成绩,对考核流程、评分标准的熟悉程度 4. 课堂学习态度、考勤纪律、作业完成质量、团队协作表现 5. 课程思政表现、职业规范遵守情况、职业素养养成情况
终结性评价 (占课程总成绩 40%)	1. 课程期末理论考试(100%包含证书官方题库); 2. 课程期末实操考核(完全复刻证书实操考核场景、题型、评分标准); 3. 职业技能等级证书官方考核结果	1. 专业教师; 2. 证书考评员(实操考核评审); 3. 职业资格证书官方考评机构	1. 证书全部理论考点的综合掌握程度,期末理论考试的达标情况 2. 证书核心实操技能的综合应用能力,期末实操考核的成果质量、评分达标情况 3. 电子商务师(网商)三、四级证书官方考核的最终结果,作为课程终结性评价的核心参考

(2) 课证融通成绩互认与激励机制

课证成绩双向互认规则

A. 证书考核结果对应课程成绩：学生在校期间取得电子商务师（网商）（四级及以上）合格证书，可申请对应课证融通核心课程的期末考核免试，课程成绩按良好及以上（80分及以上）认定，同时可置换对应课程的学分。

B. 课程评价结果对应证书过程性评价：课证融通课程的的期末考试成绩，可直接作为电子商务师（网商）职业技能等级证书对应模块的考核依据，纳入证书考核的综合评价体系，实现课证双向互认。

C. 技能竞赛成果对应课程与证书评价：学生在省级及以上职业院校技能大赛电子商务、直播电商等相关赛项中获奖，可对应获得课证融通课程考核加分，同时可作为电子商务师（网商）三、四职业技能等级证书实操考核的免试依据，具体规则按学校相关制度执行。

学生学习激励机制

A. 对顺利取得电子商务师（网商）职业技能等级证书的学生，给予评优评先、奖学金评定、就业推荐的优先资格。

B. 建立课证融通学习标兵评选机制，每学期评选课证融通学习优秀学生，树立学习标杆，营造比学赶超的良好学习氛围。

学习成果学分认定

学生获得政府部门批准的职业技能等级证书或职业资格证书，参加职业院校技能电子商务赛项获省级二等奖或以上奖项，依据学校相关制度置换学分，鼓励学生多维度发展。具体如表所示。

表21 职业证书、技能比赛与学分置换表

序号	证书/获奖等级				可置换课程	可置换学分	置换要求
	类型	证书/赛项名称	主办单位	等级			
1	职业技能等级证书	电子商务师（网商）（四级）	中国劳动和社会保障部	中级工	网络客户服务与管理	2	获得证书
					电子商务视觉营销	2	
2		电子商务师（网商）（三级）	中国劳动和社会保障部	高级工	网店运营	4	获得证书
					网络客户服务与管理	4	
					电子商务视觉营销	4	
					数据化运营	4	
6	专业技能竞赛（I类赛）	湖南省职业院校技能大赛电子商务赛项	湖南省教育厅	省级二等奖及以上奖项	网店运营	4	获得省级二等奖及以上奖项即可置换任意1门课程学分
					电子商务视觉营销	2	
					电商产品开发	4	
7		湖南省职业院校技能大赛直播电商赛项	湖南省教育厅	省级二等奖及以上奖项	直播电商	3	
					数据化运营	4	
					网络营销策划	2.5	

（六）质量管理

本专业质量管理体系严格落实《国家职业教育改革实施方案》《职业学校专业人才培养方案编制指南》等要求，以课证融通人才培养改革为核心主线，全面对标**电子商务师（网商）（三、四级）国家职业技能标准**，紧扣五大核心岗位（网店运营、直播电商、新媒体运营、网络客服、商务数据分析）能力要求，构建“目标-过程-结果-反馈-改进”全流程、全要素的闭环质量管理体系。

质量管理体系覆盖专业建设、课程教学、师资队伍、实践教学、校企合作、学习评价、毕业要求达成等人才培养全环节，明确各环节的质量管控标准、责任主体、管控流程与考核要求，确保人才培养全过程可监控、可追溯、可改进，最终实现培养目标、职业资格证书标准、岗位能力要求的三维统一，培养符合行业企业需求的德技并修高素质技术技能人才。

1. 教学过程质量管控

本专业教学过程质量管控以课证融通为核心主线，严格对标电子商务师（网商）（三、四级）国家职业技能标准，构建课程标准、教学实施、课程考核全流程闭环管控体系；课程标准层面，8 门课证融通核心课程标准 100%对标证书对应考核模块官方大纲，实行五级编制审核流程与动态修订机制，确保课标与证标、岗位需求精准匹配；教学实施层面，从备课、授课、作业辅导到教学检查全环节落实证书对标要求，课证融通核心课程采用“考点精讲+专项实训+模拟考评”教学模式，实操实训占比不低于 50%，通过三级教学检查机制及时整改教学偏差；课程考核层面，严格落实过程性评价权重不低于 60%的要求，课证融通核心课程考核内容、评分标准、考核流程完全复刻证书官方考核要求，理论试题取自证书官方题库，实操考核邀请证书考评员参与评审，通过考核方案审核、结果公示与申诉制度确保考核公平规范，实现课程考核与证书考评的同源同步。

2. 课证融通专项质量管控（核心重点模块）

针对电子商务师（网商）（三、四级）证书对标、课证融通课程教学、证书备考考评、课证成绩互认等核心环节，制定专项质量管控标准，确保课证融通改革落地见效。

（1）证书对标质量管控

建立电子商务师（网商）（三、四级）职业技能标准常态化跟踪机制，安排专人负责对接职业技能等级认定机构，及时获取证书标准修订、考核大纲更新、评分细则调整的官方信息，确保专业教学内容、课程标准、考核要求与最新的证书标准 100%对标。

每年组织专业教师、证书考评专家开展 1 次电子商务师职业标准专项解读教研活动，全面拆解证书的理论考点、实操技能点、考核流程、评分标准，形成《岗位能力-证书考点-课程知识点映射表》，并同步更新到课程标准、教学资源与考核方案中，确保证书对标无死角、无遗漏。

建立证书对标质量审核机制，每学年对专业课程体系、教学内容、实训项目与电子商务师职业标准的对标情况进行一次全面审核，审核结果纳入专业建设质量评估，对对标不到位的课程与教学环节及时整改，确保课证融通的核心要求落到实处。

（2）课证融通课程教学质量管控

针对 8 门课证融通核心课程，实行“双负责人”管理制度，每门课程配备 1 名专业课程负责人、1 名电子商务师证书考评专家作为课程顾问，共同负责课程的教学内容设计、实训项目开发、考核方案制定、教学质量管控，确保课程教学与证书考核的深度融合。

建立课证融通课程教学质量专项评估机制，每年开展 2 次的专项评估，评估内容包括课程标准对标情况、教学内容与证书考点的匹配度、实训项目与证书实操的契合度、学生

证书考点掌握情况、模拟考评通过率等，评估结果与教师的绩效考核、评优评先直接挂钩。

实行课证融通课程教学质量一票否决制，对课程标准对标不到位、教学内容与证书要求脱节、实训项目不符合证书考评标准、学生模拟考评通过率低于 60% 的课程，暂停该课程的授课资格，责令课程负责人限期整改，整改到位后方可恢复授课。

（3）证书备考与考评质量管控

制定标准化的电子商务师证书备考全流程管控方案，明确备考周期、培训内容、实训安排、模拟考评、报名组织、考场管理、成绩跟踪等全环节的责任主体与管控标准，确保证书备考工作规范化、标准化开展。

建立证书备考专项培训机制，在证书考试前 2 个月，组织开展不少于 40 学时的专项培训，培训内容包括证书考点精讲、实操专项训练、全流程模拟考评、应试技巧指导等，培训师资必须具备电子商务师考评员资质，确保培训的专业性、针对性。

建立证书模拟考评常态化机制，每届学生开展 2 次的全流程证书模拟考评，严格按照官方证书的考核流程、时间要求、考场规则、评分标准开展，模拟考评结束后，及时组织成绩复盘、考点讲解、弱项补训，确保学生全面掌握证书考核内容，提升正式考试通过率。

建立证书考试全流程管控机制，严格落实职业技能等级认定的考场规则、保密要求、评分标准，安排专人负责证书考试的报名组织、考场管理、考务监督、成绩跟踪等工作，确保证书考试的公平、公正、规范，杜绝违规违纪行为。

（4）课证成绩互认质量管控

严格落实《电子商务专业课证成绩互认管理办法》，明确课证成绩互认的范围、标准、流程、审批要求，对取得电子商务师（网商）（三级）合格证书的学生，可申请对应课证融通核心课程的期末考核免试，课程成绩按良好及以上（80 分及以上）认定，同时可置换对应课程的学分，确保课证互认有章可循、规范实施。

建立课证成绩互认全流程审批管控机制，学生提交证书免试申请后，必须经教研室审核、系部审批、教务处备案后方可生效，审核内容包括证书的真实性、有效性、与课程的对标匹配度，杜绝虚假证书、不符合要求的证书申请免试，确保课证互认的严肃性、规范性。

建立课证成绩互认公示制度，每学期对申请证书免试的学生名单、证书信息、对应课程、认定成绩进行全面公示，公示期不少于 5 个工作日，接受全体师生监督，对公示期间有异议的申请，及时组织复核，确保课证互认的公平、公正、公开。

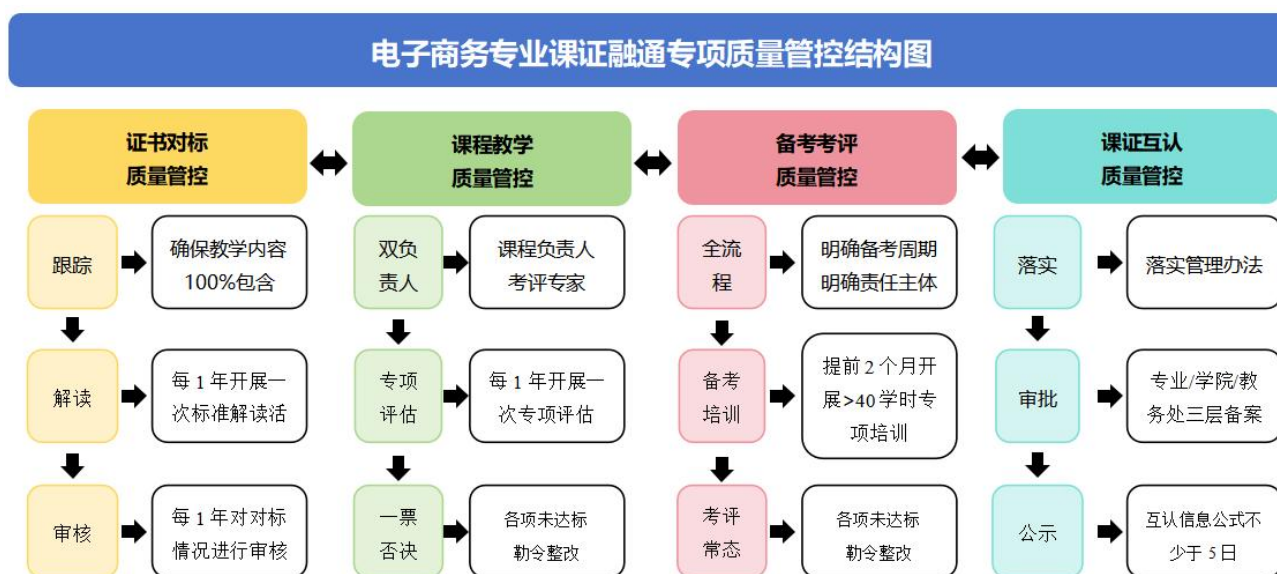


图 3 电子商务专业课证融通专项质量管控结构图

3. 实践教学质量管控

本专业实践教学质量管控全面对标岗位能力要求与电子商务师职业技能标准，覆盖校内实训、校外实训与顶岗实习全场景，实现实训教学与岗位工作、证书考核的深度融合；校内实训层面，实训项目 100%对应岗位典型工作任务与证书实操考核模块，课证融通核心课程实训学时占比不低于课程总学时的 50%，通过实训前计划制定、实训中全程指导、实训后标准化评价的全流程管控，确保实训质量，同时校内实训基地的平台设备与企业真实场景、证书考评平台完全匹配，保障实训环境的真实性与对标性；校外实训与岗位实习层面，严格落实校企双导师管理制度，实习岗位与专业五大核心岗位群高度匹配，实习内容明确岗位能力与证书技能提升要求，通过实习周报月报、中期检查、期末考核的全流程管控，跟踪学生实习成效，实习成果评价纳入课程考核与证书考核参考，不合格学生需重新实习直至合格，确保实践教学真正服务于学生岗位能力与证书应试能力的双提升。

4. 师资队伍质量管控

本专业师资队伍质量管控以课证融通教学能力为核心，构建师资准入、能力提升、教学质量评价全流程管控体系，打造适配岗课证融通人才培养的专业教学团队；师资准入层面，严格落实专业教师资格标准，专业课教师须具备相关专业本科及以上学历，课证融通核心课程授课教师必须持有电子商务师（网商）（三级及以上）职业技能等级证书，优先选聘具备电子商务师考评员资质的教师，企业兼职教师优先选聘证书考评专家、电商行业高技能人才，通过全流程审核机制确保引进师资的专业能力与课证融通教学资质；师资能

力提升层面，制定标准化培训体系，积极组织专业教师参加电子商务师职业标准、课证融通课程改革专项培训，优先支持教师考取证书考评员资质，严格落实专业课教师企业实践要求，企业实践重点对接岗位工作与证书标准，形成可转化的课证融通教学资源，同时通过常态化专项教研活动、教学质量评价机制，持续提升教师的教研能力与课证融通教学水平，教学质量评价结果与教师绩效考核、职称评聘直接挂钩，对教学质量不达标的教师责令限期整改，确保师资队伍始终适配课证融通人才培养需求。

5. 校企合作与行业资源质量管控

本专业校企合作与行业资源质量管控以服务课证融通人才培养为核心，构建校企合作准入、全流程管控、成果评估闭环管理体系，同时建立行业资源与证书考评资源常态化对接机制，为人才培养提供全维度资源支撑；校企合作层面，严格落实合作单位准入标准，优先与电商头部企业、本地标杆电商企业、职业技能等级认定机构开展深度合作，合作内容重点围绕课证融通课程体系建设、实训项目开发、师资培训、实习基地建设、证书考评指导等核心环节，通过正式合作协议明确双方权责，每学年对合作成效进行全面评估，对合作不达标企业及时终止合作，确保校企合作的深度与实效性；行业与证书资源层面，建立行业发展动态、证书标准修订常态化跟踪机制，及时获取行业岗位需求变化、证书考核政策调整信息，同步更新人才培养方案与教学内容，与职业技能等级认定机构建立深度合作，确保获取官方最新的证书考核大纲、题库、评分细则等资源，所有证书考评资源经官方认证、专家审核后方可用于教学，同时选聘行业专家、

证书考评专家组建专业建设指导委员会，每学期召开专项会议对专业建设、课证融通改革进行指导评审，确保人才培养始终贴合行业发展与职业教育改革方向。

6. 质量反馈与持续改进机制

本专业建立“学生-教师-企业-行业-证书考评机构”五位一体的多维度质量反馈体系，配套常态化质量分析与闭环持续改进机制，实现人才培养质量的持续优化；质量反馈层面，每学期通过课堂教学评价、满意度调查、座谈会、线上问卷等方式收集学生、教师的教学质量反馈意见，每学年通过企业走访、毕业生跟踪调查、行业专家评审收集企业、行业的人才培养反馈，每批次证书考试结束后及时对接认定机构获取考试整体情况、考生共性问题等反馈，全面覆盖人才培养全环节的质量信息；持续改进层面，每学期召开不少于1次的教学质量分析会，每学年召开1次专业建设质量评估会，全面梳理反馈信息，精准定位人才培养中的问题短板，形成质量分析报告，针对问题制定整改方案，明确整改目标、措施、责任主体与时限，跟踪整改落实并复核验收，确保问题整改到位，同时将整改成果固化到人才培养方案、课程体系与管理制度中，形成“质量反馈-问题分析-整改落实-成果固化-持续优化”的闭环管理；此外建立质量改进成果激励机制，对在教学质量改进、课证融通改革中取得显著成效的教师与团队给予表彰激励，充分调动全员参与质量改进的积极性，持续提升专业人才培养质量与行业适配度。

九、毕业要求

1. 原则要求

(1) 具有坚定的社会主义信念和正确的世界观、人生

观、价值观；遵纪守法、诚实守信；文明举止和行为习惯符合高等职业学校学生日常行为规范；

（2）掌握高等职业学校必须的思想政治理论、科学文化知识，具有一定的人文素养和综合素质；

（3）具有良好的职业道德和职业素养，能够从事本专业（或专业方向）就业面向岗位的工作；

（4）身心健康，人格健全。

2.具体要求

（1）修满 151 学分。其中：公共基础课程模块 58 学分（含公共基础任选课程 4 学分），专业基础课程模块 22 学分，专业核心课程模块 23.5 学分，专业拓展选修课程模块 11.5 学分，专业集中实训课程模块 36 学分。

（2）岗位实习合格、毕业设计合格、技能抽查合格、素质教育考核合格、学业成绩合格、专业综合水平测试合格。

（3）鼓励获得大学英语 A 级或以上证书（或获得大学英语四级或以上证书）；

（4）鼓励获得普通话三甲或以上证书；

（5）获得由教育部考试中心颁发的全国计算机等级考试一级及以上证书；

（6）学生毕业时课证融通课程均达到 85 分以上，成绩可以作为职业技能等级证书——电子商务师（网商）（四级、三级）证书的考核依据。

（7）鼓励学生毕业时获得取职业技能等级互联网营销师（三、四）级证书、商务数据分析师（三、四）级证书。

十、其他

（一）引用的技术规范

- 1.教育部职业教育与成人教育司.职业教育专业教学标准.2025年2月11日;
- 2.《国家职业教育改革实施方案》（国发〔2019〕4号）;
- 3.《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）;
- 4.《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）;
- 5.《中共中央 国务院〈关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见〉》（2020年3月20日）;
- 6.《教育部关于印发<大中小学国家安全教育指导纲要>的通知》（教材〔2020〕5号）;
- 7.《教育部办公厅关于印发高等职业教育专科英语、信息技术课程标准（2021年版）的通知》（教职成厅函〔2021〕4号）
- 8.《教育部 中央军委国防动员部关于印发<普通高等学校军事课建设标准>的通知》（教体艺〔2019〕4号）;
- 9.《教育部 财政部关于实施中国特色高水平高职学校和专业建设计划的意见》（教职成〔2019〕5号）;
- 10.《教育部等四部门印发<关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案>的通知》（教职成〔2019〕6号）;
- 11.教育部职业教育与成人教育司编制的《高等职业学校专业教学标准》（最新版）;

- 12.教育部《职业院校教材管理办法》（教材〔2019〕3号）；
- 13.《教育部关于印发<新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求>的通知》（教社科〔2018〕2号）；
- 14.《中共教育部党组关于印发<高等学校学生心理健康教育指导纲要>的通知》（教党〔2018〕41号）；
- 15.《教育部关于印发<高等学校体育工作基本标准>的通知》（教体艺〔2014〕4号）；
- 16.《国务院办公厅关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》（国办发〔2015〕36号）；
- 17.《湖南省职业教育改革实施方案》（湘政发〔2020〕2号）；
- 18.《关于印发<湖南省职业学校学生实习管理实施细则>的通知》（湘教发〔2018〕31号）；
- 19.《关于印发〈湖南省高等职业教育（专科）专业设置管理实施细则>的通知》（湘教发〔2018〕39号）；
- 20.《关于加强职业院校课程建设的意见》（湘教发〔2018〕41号）；
- 21.《关于组建湖南省大学生创新创业就业学院深入推进高校创新创业就业教育的通知》（湘教通〔2016〕192号）；
- 22.教育部关于印发《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》的通知（教材〔2020〕4号）；
- 23.中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的意见》和《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》；

24.教育部关于印发《高等学校课程思政建设指导纲要》的通知（教高〔2020〕3号）；

25.教育部等九部门关于印发《职业教育提质培优行动计划（2020—2023年）》的通知（教职成〔2020〕7号）；

26.教育部关于印发《职业教育专业目录（2021年）的通知》（教职成〔2021〕2号）；

27.教育部办公厅关于印发高等职业教育专科英语、信息技术课程标准（2021年版）的通知（教职成厅函〔2021〕4号）；

28.关于印发《湖南省高等职业院校人才培养质量评价实施方案》的通知（湘教发〔2021〕31号）；

29.教育部 湖南省人民政府关于整省推进职业教育现代化 服务“三高四新”战略的意见（湘政发〔2021〕5号；

30.湖南省教育厅关于印发《湖南省大中小学国家安全教育实施方案》的通知（湘教发〔2022〕49号）；

31.教育部等八部门关于印发《职业学校学生实习管理规定》的通知（教职成〔2021〕4号）；

32.教育部《职业教育专业简介》（2022年修订）；

33.教育部《职业学校专业（类）岗位实习标准》《职业院校专业实训教学条件建设标准》（最新版）；

34.中华人民共和国职业分类大典（2022年版）

35.湘教通〔2022〕227号）关于开展2022年湖南省普通高等学校就业创业工作“一把手工程”督查的通知；

36.深化高校共青团“第二课堂成绩单”制度工作指引（中国共产主义青年团中央委员会）；

37.中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》(2022 年 12 月 21 日);

38.教育部 湖南省人民政府印发《关于进一步深化职业教育产教融合服务国家重要先进制造业高地建设的实施方案》(湘政函〔2023〕168 号);

39.湖南省人民政府办公厅关于印发《湖南省现代化产业体系建设实施方案》的通知(湘政办发〔2023〕54 号)

40.SB/T 11227-2021 电子商务企业诚信档案评价规范;

41.GB/T 46701-2025 电子商务平台交易信息管理实施指南;

42.GB/T 43714-2024 电子商务直播售货质量管理规范;

43.湖南商务职业学院 2026 级专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见;

44.2026 级电子商务专业人才培养调研报告。

(二) 学分银行转换的说明

1.职业资格证书学分置换

实行书证融通制度。鼓励学生在获得学历证书的同时,积极取得若干本专业及相关专业职业技能等级证书。根据学校学分管理制度相关规定,各类职业技能等级证书可置换相关课程、计算学分,具体见下表:

表22 职业资格证书、技能比赛与学分置换表

序号	证书/获奖等级				可置换课程	可置换学分	置换要求
	类型	证书/赛项名称	主办单位	等级			
1	职业技能等级证书	电子商务师(网商)	中国劳动和社会保障	四级	网络客户服务与管理	2.5	获得证书
		电子商务师		四级	电子商务视觉营销	4	
2		电子商务师		三级	网店运营	4	获得

		(网商)	部		网络客户服务与管理	2.5	证书
		电子商务视觉营销			4		
		数据化运营			4		
3		互联网营销师		四级及以上	直播销售	3	获得证书
4		商务数据分析师		四级及以上	数据化运营	4	获得证书
5	专业技能竞赛	高职组电子商务技能项目	湖南省教育厅	一等奖	网店运营	4	获得证书
					电子商务视觉营销	4	

2.对于应征入伍服兵役退役、自学考试、社会实践、创新创业等情况,依据学校学分管理制度相关规定进行学分置换。

附录

- 1.专业人才培养方案调整审批表
- 2.专业人才培养方案论证意见表
- 3.公共基础课开设统筹安排表

附录 1

专业人才培养方案调整审批表

专业名称		所属二级院（部）		使用年级	20XX 级
专业人才培养方案调整内容					
课程名称		课程性质		调整类别	
调整事项					
调整原因					
专业教研室主任意见： 签字： 年月日			二级院（部）负责人意见： 签字： 年月日		
教务处审核意见： 签字： 年月日					
主管教学工作副校长意见： 签字： 年月日					
校长意见： 签字： 年月日					

注：（1）调整类别主要是指课程名称、学时（学分）、开课时间、增开或停开课程、课程性质（课程的必修和选修属性）及考核方式等的变动。（2）调整事项是对调整内容及调整后人才培养方案变化情况的详细说明。（3）本表一式三份，专业教研室、二级院（部）、教务处各存一份。

附录 2

专业人才培养方案论证意见表

专业人才培养方案论证意见表					
论证专业名称		电子商务		论证时间 (年月日)	2026 年 6 月 10 日
论 证 专 家	姓名	工作单位	职称/职务	论证身份	签名(手写)
	江波	湖南开放大学	教授	同行专家	江波
	余浩	长沙民政职业技术学院	副教授	同行专家	余浩
	饶小华	长沙爱巴森网络科技有 限公司	总经理	企业专家	饶小华
论 证 意 见	本次专家组认真审阅方案，结合行业岗位需求、电子商务师（网商）三 / 四级职业技能标准开展综合评议。 本方案定位精准，紧扣网店运营、直播电商等五大核心岗位，全面落实课证融通改革要求，将职业技能标准融入人才培养各环节，实现岗课证赛深度融合。培养目标、课程体系、实训安排、评价与质量管控等内容科学规范、可操作性强，同时融入课程思政与湘商特色，符合高职办学要求。 经评议，专家组一致同意本方案通过论证。 专家论证组组长签字 江波 2026 年 6 月 10 日				
备 注	论证身份包括同行专家、校内专家、思政专家、企业专家、毕业生代表、在校生代表等				

附录 3

公共基础课开设统筹安排表

2026级商务校区各专业公共课程开设学期表													
序号				专业信息			2026年招生计划数	2026年拟招生班级数	第一学期开设课程	第二学期开设课程	第三学期开设课程	第四学期开设课程	第五学期
	二级学院	专业数	班级总数	专业代码	专业名称	所属专业大类							
商务校区													
12	电子商务学院	3	12	530701	电子商务	财经商贸大类	335	6	大学生涯规划、创业教育（上）；中华优秀传统文化、湘商文化、经济数学；大学生心理健康；毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、形势与政策I	创业教育（下）信息技术素养、大学语文、应用文写作；习近平新时代中国特色社会主义思想概论、红色潇湘、劳动教育、形势与政策II	形势与政策III	职业发展与就业指导；形势与政策IV	形势与政策V
13				530705	农村电子商务	财经商贸大类	112	2	大学生涯规划、创业教育（上）；中华优秀传统文化、湘商文化、经济数学；大学生心理健康；毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、形势与政策I	创业教育（下）；信息技术素养、大学语文、应用文写作；习近平新时代中国特色社会主义思想概论、红色潇湘、劳动教育、形势与政策II	形势与政策III	职业发展与就业指导；形势与政策IV	形势与政策V
14				530704	网络营销与直播电商	电子商务类	222	4	大学生涯规划、创业教育（上）；中华优秀传统文化、湘商文化、经济数学；大学生心理健康；毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、形势与政策I	创业教育（下）；信息技术素养、大学语文、应用文写作；习近平新时代中国特色社会主义思想概论、红色潇湘、劳动教育、形势与政策II	形势与政策III	职业发展与就业指导；形势与政策IV	形势与政策V
另：1.“形势与政策” 2.5学分，共40学时，第1-5学期开设，每学期开设8学时。 2.“思政实践” 1学分，第1-2学期利用课余时间各开设安排1周思政实践，不单独计学时。 3.“军事理论”，36学时，2学分，由各专业根据课程安排情况于第1学期与“军事技能”同步开设或第4学期或第5学期开设。 4.“大学体育”，112学时，7学分。第1-4学期开设，其中第1和2学期为“大学体育（一）、大学体育（二）”，共计64学时、4学分；第3和4学期为“大学体育（三）、大学体育（四）”，共计48学时、3学分。 5.“大学英语”，128学时，8学分。第1、2学期开课，国际经济与贸易、国际商务、跨境电子商务、关务与外贸服务、商务英语、应用日语、应用韩语、应用法语、应用俄语、应用西班牙语、港口与航运管理11个涉外类相关专业全部学时采用线下课堂教学方式，每学期线下各64学时，非涉外类专业采用线上与线下相结合的教学方式，每学期线上、线下各32学时；考核方式全院统一为考查。 6.“劳动实践”，在第二学期的暑假安排一周，不单独计学分和学时。 7.“创业教育”，共32学时，其中第2学期开设“创业教育（上）”为理论教学20学时，实施大班授课；第3学期开设“创业教育（下）”为实践教学12学时，实施小班授课。 8.“生涯与就业指导” 全院第1学期开设“大学生涯规划”模块，16学时；全院第4学期开设“职业发展与就业指导”模块，16学时。 9.大学生心理健康课程商务校区第1学期会计学院、电商学院、大数据与会计三二转段、茶艺与茶文化三二转段，第2学期经贸学院、信息学院、茶学院；外贸校区第1学期国际商务学院、旅游管理学院，旅游管理（三二转段）专业开设，第2学期商务外语学院、国际物流学院，艺术学院，软件技术（三二转段），数字媒体艺术设计（三二转段），广播影视制作（三二转段）专业开设。													