

移动商务专业 人才培养方案

二级学院	商学院
所属专业群	移动商务专业群
专业负责人	李建平
适用年级	2023 级
制（修）订时间	2023 年 6 月

湖南科技职业学院教务处 编制

2023 年 2 月

移动商务专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

移动商务（530703）。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

标准学制：3 年。

最长修业年限：6 年。

四、职业面向

表 1 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)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业类证书举例
财经商贸大类 (53)	电子商务类 (5307)	互联网和相关 服务(64)； 零售业(52)； 批发业(51)	销售人员 (4-01-02)； 电子商务服务人员 (4-01-06)； 商务咨询服务人员 (4-07-02)	移动营销； 新媒体运营； 移动客户服务； 移动商务视觉设计； 商务数据分析	网店运营推广； 电子商务数据分析

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和图形图像、短视频、直播实务、客户服务、商务数据分析、移动商务用户运营与管理等知识，具备内容运营、产品运营、用户运营、移动界面设计、新媒体营销、供应链管理的能力，具有工匠精神和信息素养，面向销售人员、电子商务服务人员、商务咨询服务人员等行业，能够从事互联网营销、新媒体运营、移动客服服务、移动商务视觉设计和商务数据分析等工作，毕业 3~5 年能够胜任网店店长、运营管理、营销管理、产品经理、高级美工等职业岗位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、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 素质

(1) 坚决拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

(2) 崇尚宪法、遵纪守法、崇德向善、诚实守信、尊重生命、履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新思维。

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

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格,掌握基本运动知识和 1~2 项运动技能,养成良好的健身、卫生及行为习惯。

(6) 具有一定的审美和人文素养,能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

(7) 具有正确的劳动观念、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

2. 知识

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识、中华优秀传统文化知识及通用劳动知识。

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规及环境保护、安全消防、文明生产等知识。

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

(4) 掌握新媒体营销策划、新媒体文案创作、图文类内容设计、视频类内容设计及营销数据分析等方面基础知识。

(5) 掌握短视频营销、直播内容从账号建立到策划、脚本、演练、数据分析、复盘等方面的步骤、方法、工具、原理等。

(6) 掌握主流移动商务平台的运营规则和推广方式及效果评估等基础知识。

(7) 掌握移动商务客户服务中沟通技巧、投诉处理技巧、压力处理技巧等基础知识。

(8) 掌握移动商务应用系统静态页面设计、移动产品视觉设计的相关知识。

(9) 掌握 Photoshop 设计工具软件的使用方法。

3. 能力

(1) 具有内容运营能力,能开展内容策划、内容创作、内容分发与传播、运营实施与运营效果优化提升工作。

(2) 具有产品运营能力,能完成产品的市场分析、方案制订、组织实施与运营效果优化工作。

(3) 具有用户运营能力,能开展运营方案的策划、用户数据分析、用户组织管理与优化工作。

(4) 具有移动端界面设计能力,能根据需求完成元素设计、界面设计、创意设计、促销设计、交互页面设计等工作。

(5) 具有新媒体营销能力,能根据需求开展新媒体平台选择、营销策划、素材制作和投放引流。

(6) 具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识,遵守与电子商务相关的法律法规。

(7) 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和信息技术能力。

(8) 具有良好的学习能力、表达沟通能力和团队合作精神,具有批判性思维、创新能力和创业能力。

(9) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

六、课程设置及要求

(一) 职业能力分析

表 2 典型工作任务与职业能力分析表

工作岗位	典型工作任务	职业能力	对应课程
移动营销	企业微信公众号、微博平台日常维护	(1) 具有新媒体营销战略规划的能力； (2) 具有新媒体营销策划的能力，能够结合企业发展需要进行营销策划； (3) 具有新媒体日常运营的能力，能够对微信公众号、微博等平台进行日常维护； (4) 具有团队合作、沟通协调的能力。	新媒体营销； 直播电商实务； 短视频设计与制作； 用户运营与管理； 岗位实习； 毕业设计
	与粉丝互动，提高粉丝的活跃度和黏性	(1) 具有对网络和社会热点迅速反应的能力； (2) 具有挖掘粉丝兴趣点的能力，能够发现、引导用户关注点的能力； (3) 具有和粉丝深度互动的能力，能够增强用户粘性、提升用户忠诚度的能力。	
	对粉丝的网络行为进行分析和总结	(1) 具有对粉丝行为进行分析的能力； (2) 具有数据分析的能力，能够对用户的行为数据进行分析、针对性营销的能力； (3) 具有沟通协作能力。	
	进行短视频营销	(1) 具有短视频策划、制作的能力； (2) 具有较强的统筹的能力，能够统筹短视频运营维护； (3) 具有较强的责任心、抗压能力。	
直播电商运营	直播策划	(1) 具有商品选品的能力； (2) 具有直播内容策划的能力，能够结合营销需求策划直播活动。	直播电商实务； 新媒体营销； 商务数据分析与应用； 综合实训
	直播带货	(1) 具有脚本策划的能力； (2) 具有较快的反应能力，能够对粉丝进行互动转化的能力； (3) 具有直播场控的能力； (4) 具有商品讲解与展示的能力，能够对商品卖点进行挖掘、展示。	
	直播推广	(1) 具有直播引流的能力； (2) 具有直播二次传播的能力，能够吸引更多用户观看、购买； (3) 具有数据分析的能力。	
移动推广	搜索引擎推广	(1) 具有对网站进行搜索引擎推广的能力； (2) 具有关键词挖掘的能力，能够结合商品挖掘核心关键词、长尾关键词； (3) 具有关键词布局的能力； (4) 具有搜索引擎方案策划的能力，能够进行搜索引擎推广。	市场营销实务； 新媒体营销； 用户运营与管理； 消费者行为分析； 岗位实习； 毕业设计
	社群推广	(1) 具有社群活动策划的能力； (2) 具有平台活动营销策划的能力，能够根据不同平台特性策划适合的平台活动； (3) 具有选题、策划的能力； (4) 具有平台数据分析的能力，能够分析用户行为、发现用户兴趣、引导用户行为。	
	移动应用推广	(1) 具有移动应用推广的能力； (2) 具有移动营销策划的能力、熟悉不同的移动应用渠道，能够结合运营需要策划实施移动营销活动； (3) 具有获取数据、分析数据的能力。	
移动商务运营专员	移动商务内容运营	(1) 具有移动商务内容选题规划的能力； (2) 具有移动商务内容设计、策划的能力，能够进行内容设计、形式创意、素材整理等； (3) 具有较强的责任心、抗压能力。	移动商务内容运营与管理； 新媒体营销； 岗位实习；

工作岗位	典型工作任务	职业能力	对应课程
	用户运营	(1) 具有对网络和社会热点迅速反应的能力； (2) 具有挖掘粉丝兴趣点的能力，能够发现、引导用户关注点的能力； (3) 具有和粉丝深度互动的能力，能够增强用户粘性、提升用户忠诚度的能力。	毕业设计
	运营数据分析	(1) 具有对粉丝行为进行分析的能力； (2) 具有数据分析的能力，能够对用户的行为数据进行分析、针对性营销的能力； (3) 具有沟通协作的能力。	
用户运营管理	用户需求定位	(1) 用户需求误区； (2) 用户定位； (3) 运营与产品的关系； (4) 商业模式运营；	电子商务基础； 用户运营与管理； 618 实训； 选品与产品开发； 移动商务企业经营沙盘实训； 商务数据分析与应用； 岗位实习； 毕业设计
	用户运营体系搭建	(1) 用户信息体系建立； (2) 用户等级体系建立； (3) 用户激励体系建立；	
	种子用户获取	(1) 了解用户思维； (2) 获取种子用户； (3) 用户搜索获取； (4) 用户广告；	
	用户引流拉新转化	(1) 用户核心价值； (2) 产品分析； (3) 用户转化提升要素； (4) 用户促活；	
	用户留存与流失	(1) 用户留存； (2) 用户流失； (3) 用户召回；	
移动客服服务	售前业务咨询	(1) 具有根据业务发展需要不断完善话术库的能力； (2) 具有客户沟通能力，能够按照客户服务原则，处理客户提出的与商品相关的问题； (3) 具有较强的服务意识良好的沟通交流能力；	客户服务与管理； 用户运营与管理； 岗位实习； 毕业设计
	交易促成	(1) 具有处理客户交易中问题的能力，能够按照客户服务原则，促成客户交易； (2) 具有结合实际情况、对未支付订单进行催付的能力； (3) 具有选择合适的促成方式促使客户下单的能力。	
	售后服务管理	(1) 具有网络客户信息管理的能力，能够对网络客户的信息进行收集、整理、分析； (2) 具有良好的沟通能力，能够处理客户情绪、协调解决售后问题的能力；	
	客户投诉处理	(1) 具有较强的抗压能力、较强的沟通能力； (2) 具有处理客户投诉的能力，能够安抚顾客情绪，协调解决客户问题； (3) 具有良好的服务意识、有耐心有责任心。	
	客户日常维护工作	(1) 具有对客户信息进行分析、分类、整理的的能力； (2) 具有对客户进行日常维护的能力，能够对客户进行二次营销转化； (3) 具有良好的沟通能力。	
美工专员	首页设计与制作	(1) 具有首页规划设计的能力，能够根据用户需求，运用视觉营销的理念，完成移动界面首页色彩、界面布局、文案视觉化、界面交互的设计； (2) 具有良好的色彩搭配、页面布局的能力； (3) 具有良好的沟通协调能力。	Photoshop 图形图像处理； 移动界面设计； 移商视觉设计实训；

工作岗位	典型工作任务	职业能力	对应课程
	详情页设计与制作	(1) 具有详情页布局设计的能力, 能够根据网络用户的消费心理和浏览习惯, 对商品详情页进行视觉营销设计; (2) 具有卖点提炼的能力, 根据卖点制作详情页; (3) 具有文案写作的能力。	岗位实习; 毕业设计
	自定义页设计与制作	(1) 具有页面分析、设计策划的能力; (2) 具有自定义页面设计和制作的能力, 能够根据网店的营销需求, 设置自定义活动页。	
	商品图片拍摄与处理	(1) 具有商品图片拍摄和后期处理的能力; (2) 具有完整展示商品卖点的能力, 能够通过 Photoshop 软件对图片进行设计制作; (3) 具有良好的沟通表达能力。	
数据分析专员	数据采集与处理方案制定	(1) 具有电子商务数据运营方案制定的能力, 能够在熟悉电子商务数据分析作用的基础上, 进行数据分析目标制定; (2) 具有数据采集的能力, 能够依据电子商务数据化运营方案, 确定数据采集渠道、采集工具, 进行数据采集。	商务数据分析与应用; 用户运营与管理; 移动商务内容运营与管理; 新媒体营销; 直播电商实务; 岗位实习; 毕业设计
	数据分析、数据监控	(1) 具有选择关键数据指标的能力, 能够依据数据分析目标, 熟练使用数据管理工具或数据分析辅助工具, 选择合适的数据指标; (2) 具有数据分析的能力, 能够理解数据指标含义, 根据电子商务数据化运营方案, 熟练使用数据分析工具, 运用数据分析的方法与技巧, 进行市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析。	
	报告撰写	(1) 具有报告撰写的能力, 能够按照电子商务数据化运营方案中的分析目标, 熟练使用相关工具; (2) 具有设计数据分析报告框架的能力, 能够依据确定的数据分析报告框架, 结合市场、运营和产品等数据分析结果, 撰写数据分析报告。	

(二) 课程设置

1. 课程设置体系图

通过岗位职业能力需求分析, 根据课程体系设计思路, 确定本专业的课程体系。本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。其中, 公共基础课程包括公共基础必修课程、公共基础限选课程、公共基础任选课程, 专业课程包括专业必修课程、专业限选课程、专业任选课程。

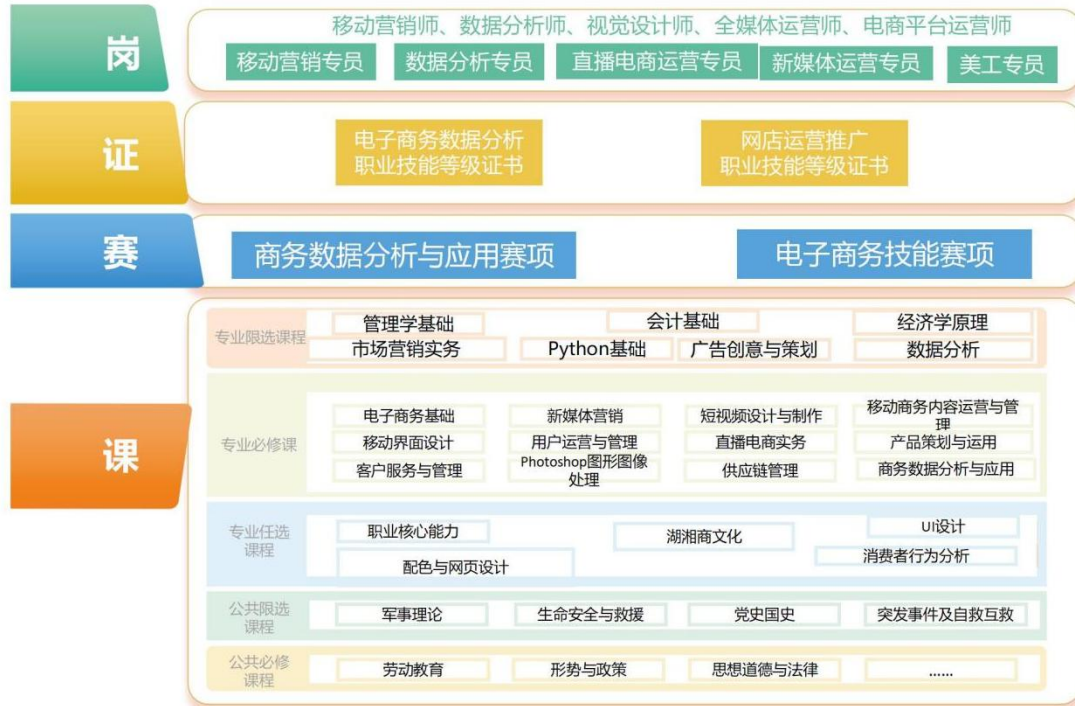


图 1 岗课赛证对应图

2. 课程设置表

表 3 课程设置表

序号	课程类别	课程性质	主要课程
1	公共基础必修课程	必修	军事技能、大学体育、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、思想道德与法治、形势与政策、大学英语、经济数学、信息技术、中国传统文化、实用语文、心理卫生与健康、劳动教育、职业规划与就业指导、创新创业教育
2	公共基础限选课程	限选	生命科学与救援、突发事件及自救互救、军事理论、党史国史、国家安全教育
3	公共基础任选课程	任选	公共艺术（3 选 1：音乐、美术、书法），美育任选课程（6 选 1：音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏、艺术导论），人文素养任选课程（19 选 1：文物精品与中华文明、古典诗词鉴赏、中国当代小说选读、中华诗词之美、生命科学与人类文明、先秦诸子风范、文化地理、中国的社会与文化、先秦诸子、如何高效学习、《诗经》导读、中国古代礼仪文明、中国现代文学名家名作、《论语》导读、批判与创意思考、辩论修养、人工智能、有效沟通技巧、大学生防艾健康教育）
4	专业必修课程	必修	电子商务基础、Photoshop 图形图像处理、产品策划与运营、618 实训、供应链管理、移动界面设计、新媒体营销、移商视觉设计实训、移动商务内容运营与管理、用户运营与管理、商务数据分析与应用、短视频设计与制作、直播电商实务、移动商务企业经营沙盘实训、客户服务与管理、专业综合实训、岗位实习、毕业设计
5	专业限选课程	限选	（7 选 5）管理学基础、市场营销实务、经济学原理、会计基础、数据分析、Python 基础、广告创意与策划
6	专业任选课程	任选	（5 选 2）职业核心能力训练、湖湘商文化、UI 设计、配色与网页设计、消费者行为分析

（三）课程描述

1. 公共基础课程

(1) 公共基础必修课程

表 4 公共基础必修课程描述

序号	课程名称	课程描述	
1	军事技能	教学目标	1. 素质目标：具有国防意识；具有组织观念和纪律意识；具有吃苦耐劳精神；具有团队合作精神。 2. 知识目标：了解中国人民解放军三大条令的主要内容；掌握军事队列训练动作要领；掌握寝室内务整理规范。 3. 能力目标：拥有基本的军事技能；能够规范完成单兵队列动作；能够规范整理寝室内务。
		教学内容	1.《中国人民解放军内务条令》主要内容；2.《中国人民解放军纪律条令》主要内容；3.《中国人民解放军队列条令》主要内容；4. 军事队列训练动作要领；5. 寝室内务整理规范。
		教学要求	立德树人贯穿始终，要求严格训练、科学训练、按纲施训、依法治训。 考核评价：采用过程与结果相结合考核，过程占 70%，结果占 30%。
2	大学体育	教学目标	1. 素质目标：具有“健康第一”和“终生体育”的意识；具有良好的运动习惯和积极乐观的生活态度；具有奋发向上、顽强拼搏的精神；具有健康的心理素质。 2. 知识目标：了解常见运动项目的种类、起源与发展；了解开设项目的比赛规则；熟悉测试和评价健康状况的方法；掌握健康营养食品的选择原则；掌握良好的生活行为习惯及健康的生活方式；了解科学运动的理念；掌握有效提高身体素质、全面发展体能的知识和方法；掌握必要的体育技能；熟悉相关职业病的预防知识。 3. 能力目标：结合自身特点，熟练掌握两项以上运动的健身基本方法和技能；能够科学地指导自己的日常体育锻炼并提高运动能力；具有预防和处理常见运动损伤的能力；具有一定的体育欣赏能力，能够运用所学知识较好地解读一场比赛。
		教学内容	1. 体育理论：体育锻炼方法、体育卫生与保健、体育鉴赏、裁判法和田径、球类以及趣味运动等竞赛组织工作。 2. 体育技能：篮球、排球、足球、田径、体操、健美健身操、乒乓球、羽毛球、武术和跆拳道等项目。 3. 体育锻炼：阳光跑、学生体质健康达标测试（立定跳远、引体向上（男）、仰卧起坐（女）、1000 米（男）、800 米（女）、50 米等）。
		教学要求	教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。可根据不同的教学内容采用任务驱动法、示范法、分组练习、分层学习、分组对抗等教学方法进行教学实践。 课程考核包括学习过程考核、身体素质考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法：学习过程考核占 40%，身体素质考核占 20%，期末考试占 40%。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	教学目标	1. 素质目标：理解中国特色社会主义进入新时代的科学内涵和基本特征，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美丽的社会主义现代化强国的决心，引导学生在实现中国梦的实践中放飞青春梦想。 2. 知识目标：熟悉习近平新时代中国特色社会主义思想的深刻内涵，自觉做习近平新时代中国特色社会主义思想的坚定信仰者和忠实实践者，高举旗帜，忠于职守，踔厉奋发，担当作为。 3. 能力目标：指导学生系统学习这一思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，更好把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义，自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去。
		教学内容	1. “十个明确”；2. “十四个坚持”。
		教学要求	本课程直面当代大学生投身伟大时代的成长需求、认识和把握现实问题与发展规律的问题需求、不断追求政治进步的理论需求，力求提供对党和国家长期坚持的指导思想的系统解读。在内容上，不断提升课程教学的系统性，逐渐使课程内容更加成熟更加完善；在师资上，建立一支相对稳定的教学队伍，不断吸纳中青年骨干教师参与教学；在方法上，通过“坚持集中研讨提问题、集中培训提素质、集体备课提质量”，不断提高备课水平与授课质量，增强教学内容的针对性与有效性。成绩考核评定办法：研究性学习模块（占 10%）、线上学习模块（占 10%）、课堂表现模块（占 30%）、期末考查模块（占 50%）。
4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论	教学目标	1. 素质目标：培养对中国特色社会主义的道路、理论、制度、文化自信，增强家国情怀和担当精神。 2. 知识目标：了解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本要义，掌握中国共产党作为领导核心对中国特色社会主义事业的引领作用。

序号	课程名称	课程描述
	体系概论	3. 能力目标：能够运用马克思主义中国化理论成果认识问题、分析问题和解决问题。
	教学内容	1. 马克思主义中国化及其理论成果；2. 毛泽东思想；3. 邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观。
	教学要求	利用超星学习通平台上的在线课程，采用线上线下混合式教学，并努力打造校内、校外实践教学基地，开展有针对性地实践教学。讲授中做到理论阐述准确，内容详实得当。教师应针对不同专业学生和授课内容及时调整教学方法，不断总结经验，力争提升自我。考查考核综合成绩评定办法如下：研究性学习模块（占 10%）、线上学习模块（占 10%）、课堂表现模块（占 30%）、期末考查模块（占 50%）。
5	思想道德与法治	教学目标
		教学内容
	教学要求	
6	形势与政策	教学目标
		教学内容
		教学要求
7	大学英语	教学目标

序号	课程名称	课程描述	
			场环境下用英语处理业务的能力。
		教学内容	根据《高等职业教育专科英语课程标准》，教学主题围绕职业与个人、职业与社会和职业与环境等 3 个方面。课程贯彻“职场驱动，听说领先”的理念，涵盖英语听说、阅读、语法和写作等 4 大板块。内容包括工作、学习、生活、求职等方面，分别为问候介绍、校园生活、网络生活、职场文化、组织活动、参观接待、办公交际、客户管理、求职面试、职业选择等。
		教学要求	大学英语课程属于公共课程，培养面向生产、建设、服务和管理一线需要的懂英语、高素养、有国际化意识，能够满足行业发展要求的技能型人才。 教学中设计形式多样的教学活动，激发学生的学习兴趣，充分利用网络学习平台进行线上+线下混合式教学，采用任务驱动法、项目导向法、情景教学法和翻转课堂教学法相结合的教学方法，培养学生在职场环境下运用英语的基本技能。融入课程思政，将立德树人的理念贯穿于教学中，培育和践行社会主义核心价值观。 为了更全面考核学生的学习情况，课程考核包括平时考核、过程性考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法：平时考核成绩占 30%，过程性考核成绩占 40%，期末考试成绩占 30%。
8	经济数学	教学目标	1. 素质目标：具有善于思考、勇于创新的思维；具有谦虚严谨、诚实守信、坚持不懈的职业道德与素养；具有数理思维。 2. 知识目标：了解函数、微积分、行列式、矩阵、线性方程组、概率论等方面的基本概念及基本理论；掌握求极限、求导、求积分、求解线性方程组、求事件概率的基本方法和基本运算技能。 3. 能力目标：具有与人沟通合作的能力；具有科学理论的理解能力；具有数字应用和信息处理的能力；具有利用所学知识量化解决相关专业问题的能力。
		教学内容	1. 函数与极限；2. 导数及其应用；3. 不定积分与定积分；4. 定积分的应用；5. 线性代数；6. 概率论。
		教学要求	教学方法：教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学案例、教学情境。根据不同的教学内容采用讲授法、提问法、分组讨论法和案例教学法等教学方法。 课程考核评价：学习过程考核成绩(30%)+课程作品考核成绩(20%)+期末考试成绩(50%)。
9	信息技术	教学目标	1. 素质目标：具有自主探索学习意识；具有团队合作精神；具有信息安全意识和网络道德素养；具有互联网思维。 2. 知识目标：了解信息时代特征及信息安全与网络道德知识；了解互联网与互联网思维；熟悉常用计算机操作与维护 and 常用软件的安装与卸载；掌握文档的编排、数据统计与分析、演示文稿展示等基本信息处理方法，掌握常用信息检索方法。 3. 能力目标：能够对计算机进行日常维护，熟悉计算机基本操作和常用软件的安装与卸载，能安全有效地利用互联网进行信息检索和信息获取，并利用计算机进行文档编辑、数据统计与分析、信息展示等信息基本处理。
		教学内容	1. 信息时代的特征；2. 时代的助力者计算机；3. 计算机网络；4. 信息检索；5. 文档编辑；6. 数据统计与分析；7. 信息展示。
		教学要求	本课程是公共基础课程。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。 采用项目教学、案例教学、情境教学等教学方式；运用启发式、参与式、讨论式等教学法；结合课程慕课资料，进行线下+线上混合式教学。 考核成绩评定办法：过程考核占 40%（MOOC 平台在线学习 20%，课堂学习 20%），作品考核占 30%，期末考试占 30%。
10	中国传统文化	教学目标	1. 素质目标：具有自主学习中国传统文化的意识；具有热爱祖国、孝敬父母、尊师爱友、礼貌待人等素养；具有勤于思考、学以致用、勇于创新的思维。 2. 知识目标：了解中国传统哲学、文学、宗教文化精髓；熟悉中国古代科学、技术、艺术等文化成果和中国传统服饰、饮食、民居、婚丧嫁娶、节庆等文化特点及习俗；掌握中国传统道德规范和传统美德。 3. 能力目标：能诵读传统文化中的名篇佳句；能吸收传统文化的智慧，感悟传统文化的精神内涵；能学习传统文化的科学方法，从文化的视野分析、解读当代社会的种种现象。
		教学内容	1. 中国传统文化绪论；2. 中国古代哲学；3. 中国传统宗教；4. 中国古代文学；5. 中国传统艺术；6. 中国传统戏曲；7. 中国传统教育与科举；8. 中国传统科技；9. 中国传统节日；10. 中国传统民俗与礼仪；11. 中国传统饮食文化。

序号	课程名称	课程描述	
		教学要求	本课程是公共基础课程，在学习通平台上建立了课程网络资源。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。 可根据不同的教学内容采用案例分析、分组讨论、视频观摩、情景模拟、启发引导等灵活多样的教学方法。 课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考试三部分。考核成绩评定办法：学习过程考核占 30%，作业考核 20%，期末考试占 50%。
11	实用语文	教学目标	1. 素质目标：具有团队合作意识；具有爱岗敬业、诚实守信、踏实肯干、谦虚好学、坚持不懈、精益求精的职业道德与素养；具有勤于思考、勇于创新的思维。 2. 知识目标：了解口语表达的基本知识与技巧；熟悉常用应用文的基本写法与要求；掌握诗歌、散文、小说和戏剧的鉴赏方法。 3. 能力目标：能利用口语表达的基本知识与技巧进行有效交流与沟通；能运用应用文写作的基本写法与要求进行常用应用文的写作；能运用文学鉴赏的基本方法进行诗歌、散文、小说、戏剧等作品的赏析。
		教学内容	1. 口语表达模块：口语表达基本知识与技巧；演讲的技巧以及演讲训练。 2. 应用文写作模块：公文概述，通知、报告、请示、函、求职信、个人简历、计划、总结、经济合同等常用应用文书的写作。 3. 文学鉴赏模块：鉴赏部分经典诗歌、散文、小说或戏剧作品。
		教学要求	本课程是公共基础课程，在学习通平台上建立了课程网络资源。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。 可根据不同的教学内容采用任务驱动法、案例分析法、情境教学法、角色扮演法、头脑风暴法、启发诱导法、讲授法、讨论法、自主探究法等教学方法。 课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考试三部分。考核成绩评定办法：学习过程考核占 20%，作业考核占 30%，期末考试占 50%。
12	心理卫生与健康	教学目标	1. 素质目标：具有健康的心理素质；具有良好的生活习惯；具有正确的人生观、价值观和世界观。 2. 知识目标：认识心理科学，消除对心理学的误解，培养科学的心理观，消除唯心主义、封建迷信和伪科学的干扰；通过心理健康知识的传授，让大学生重视心理健康对成人成才的重要意义。 3. 能力目标：掌握心理调适方法，通过消除心理困惑，学会调节负性情绪，学会面对人生的各种挫折与困难，增强心理承受能力。
		教学内容	1. 大学生心理健康教育绪论；2. 大学生自我意识培养；3. 大学生人格塑造；4. 大学生学习心理；5. 大学生情绪管理；6. 大学生人际健康；7. 大学生恋爱与性心理；8. 大学生精神障碍与求助。
		教学要求	教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。在“理论教学+课堂互动+探究拓展”的教学模式中，采用课堂讲授、实践教学、同时结合情景设置、心理测试、心理游戏等师生互动活动。 课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考试三部分。考核成绩评定办法：学习过程考核占 20%，作业考核占 30%，期末考试占 50%。
13	劳动教育	教学目标	1. 素质目标：具有正确的劳动观；具有尊重劳动、尊重劳动者、尊重劳动成果的意识；大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神。 2. 知识目标：了解劳动科学理论、基本知识，熟悉劳动科学的基本概念、基本知识、基本原理，掌握劳动的基本理论。 3. 能力目标：深刻认识人类劳动实践的创造本质，深入理解劳动实践对于立德树人的重大意义，深切感悟劳动实践对于人的自由全面发展所具有的重要推动作用，形成科学的劳动观。
		教学内容	1. 劳动的思想；2. 劳动与人生；3. 劳动与经济；4. 劳动与法律；5. 劳动与安全；6. 劳动的未来，以及三次实际或实习实训劳动、一次劳动新形态体验学习。
		教学要求	本课程理论教学以课堂讲授为主，课外学生参与实际或实习实训劳动。 考核成绩评定办法：课程理论考核占 20%，课外实际或实习实训劳动占 80%。
14	职业规划与就业指导	教学目标	1. 素质目标：具有职业生涯发展的自主意识；具有正确的职业态度和就业观念；具有良好的职业素养；具有科学的职业决策思维。 2. 知识目标：了解职业生涯规划对人生发展的重要作用；了解就业政策与就业权益保护；熟悉职业生涯规划的流程和步骤；掌握自我探索、职业世界探索、生涯决策与行动计划制订的方法；掌握求职技巧。

序号	课程名称	课程描述	
			3. 能力目标：能进行自我觉察，自我分析；能进行职业信息的收集和管理；进行科学的生涯决策；提升学生专业知识能力、可迁移性能力和自我管理能力和自我管理能力，具有求职就业竞争能力。
		教学内容	包括“觉知与承诺”、“自我认知”、“职业世界认知”、“生涯决策”、“计划与行动”、“求职准备”、“求职与面试技巧”、“就业政策就业权益保护”、“职场适应与发展”等模块。
		教学要求	1. 课程性质：本课程是面向全校大学生开设公共必修课。本课程既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展和终身发展，分两个阶段教学：职业生涯规划安排在第一学期，就业指导安排在第五学期。 2. 教学方法：本课程可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、练习法、讨论法、头脑风暴法、人物访谈法、游戏法等教学方法。 3. 考核评价：课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考查三部分。具体考核成绩评定办法：学习过程考核占 20%，作业考核占 30%，期末考试占 50%。
15	创新创业教育	教学目标	1. 素质目标：具有创新创业意识；具有创业风险防范意识；具有团队合作精神。 2. 知识目标：了解创业者通常应具有的能力和素质，了解精益创业的基本理论；熟悉商业模式的基本知识；掌握创业团队的内涵、模式及创业团队的组建与管理。 3. 能力目标：具有团队合作能力、语言表达能力、收集信息和整理资料的能力、动手操作能力、分析问题解决问题的能力。
		教学内容	包括认识创业、创业思维与人生发展、创业资源、创业团队、创业机会、创意设计、创业风险、商业模式、创业计划书（选修）、企业创办与初创企业管理（选修）等模块。
		教学要求	教学方法：遵循教育教学规律，坚持理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、经验传授与创业实践相结合，在“课程思政”教学理念的指导下，综合运用讲授法、案例分析法、讨论法、头脑风暴法、练习法、角色扮演法、游戏法、榜样示范法、网络教学法和实地考察法等多种教学方法，把知识传授、思想碰撞和实践体验有机统一起来，调动学生学习的积极性、主动性和创造性，提高教学效果，充分发挥“课程思政”的育人功能。 考核评价：课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考查三部分。考核成绩评定办法：学习过程考核占 20%，作业考核占 30%，期末考查占 50%。

(2) 公共基础限选课程

表 5 公共基础限选课程描述

序号	课程名称	课程描述	
1	生命安全与救援	教学目标	1. 素质目标：具有应对危机突发事件意识。 2. 知识目标：掌握基本生存、自救和救助技能。 3. 能力目标：掌握常见运动创伤的预防与处置方法。
		教学内容	1. 现场急救技能；2. 户外活动危险的预测与预防；3. 运动损伤的预防与处理；4. 生活中常见的意外事件。
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。
2	突发事件及自救互救	教学目标	1. 素质目标：具有应急应对自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件意识。 2. 知识目标：了解突发事件，熟悉急救原则，掌握呼救现场急救知识。 3. 能力目标：能做到遇到突发事件冷静有效自救互救。
		教学内容	1. 突发事件应急和处理原则；2. 急性中毒的应急处理；3. 心肺复苏初级救生术；4. 呼吸道异物的现场急救；5. 常见急危重症的现场急救；6. 常见意外事故的现场急救；7. 各类创伤的现场急救；8. 止血与包扎术；9. 固定与搬运术。
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。
3	军事理论	教学目标	1. 素质目标：具有国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念。 2. 知识目标：了解基本军事知识；熟悉国防知识；掌握基本军事理论与军事技能。 3. 能力目标：加强组织纪律性，促进综合素质的提高，为中国人民解放军训练储备合格后

序号	课程名称	课程描述	
			备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。
		教学内容	1. 国防、国家安全、军事思想概述；2. 国际战略形势；3. 外国军事思想、中国古代、当代军事思想；4. 新军事革命；5. 机械化战争、信息化战争。
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。
4	党史国史	教学目标	1. 素质目标：具有史学素养和政治思维。 2. 知识目标：了解中国近现代历史基本知识，熟悉马克思主义基本理论和中国共产党历史发展历程，掌握中国近现代历史的基本知识和基本规律。 3. 能力目标：帮助学生提升史学素养和政治觉悟，并借以观照现实中的社会、政治和人生。
		教学内容	1. 西方列强对中国的侵略；2. 马克思主义在中国传播与中国共产党成立；3. 中华民族抗日战争的伟大胜利；4. 历史和人民选择了中国共产党；5. 中国特色社会主义进入新时代。
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。
		教学目标	1. 素质目标：树立国家利益至上的观念，具有自觉维护国家安全的意识。 2. 知识目标：掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系，掌握国家安全知识。 3. 能力目标：能够深入理解和准确把握总体国家安全观，具有维护国家安全的能力。
5	国家安全教育	教学内容	1. 国家安全总论：国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规。 2. 国家安全重点领域：国家政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全等重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。
		教学要求	围绕总体国家安全观和国家安全各领域，确定综合性或特定领域的主题。通过组织讲座、参观、调研、体验式实践活动等方式，进行案例分析、实地考察、访谈探究、行动反思，积极引导学生自主参与、体验感悟。充分利用学校各类社团、报刊媒体、广播站、宣传栏等平台，实现国家安全知识传播常态化。 具体考核成绩评定办法：平时成绩占 60%，课程考试占 40%。

(3) 公共基础任选课程

表 6 公共基础任选课程描述

序号	课程名称	课程描述	
		教学目标	1. 素质目标：具有正确的审美观念、高尚的道德情操、深厚的民族情感；具有文化传承意识，坚定文化自信；具有正确的价值观、文化观。 2. 知识目标：掌握声乐、器乐基础知识及基本技能；掌握美术基础知识及基本技能；掌握书法基础知识及基本技能。 3. 能力目标：具有一定的音乐、美术、书法鉴赏能力。
		教学内容	(3 选 1) 1. 音乐；2. 美术；3. 书法。
1	公共艺术	教学要求	本课程坚持立德树人，充分发挥艺术课程特色优势，以美育人、以情动人、以文化人，引领学生树立正确的审美观念，陶冶高尚的道德情操，培养深厚的民族情感，激发想象力和创新意识，培养艺术课程核心素养，提高学生审美能力和人文素养，促进学生的全面发展和健康成长。 教师可以充分利用现代信息技术手段、依托超星在线教学平台，实施线上线下混合式教学模式，以活动为载体，采用案例教学、情境模拟、自主探究、合作学习、展示交流等形式，创设艺术学习氛围，尊重学生艺术见解和创意表达，鼓励学生结合艺术学习主动参与校内外丰富多彩的艺术实践活动，创新实践体验，提高艺术核心素养。 本课程实施教师评价、学生评价相结合，采用“过程考核+终结考核”方式，其中过程考核占 60%，终结考核占 40%。

序号	课程名称	课程描述	
2	美育 任选课程	教学目标	1. 素质目标：具有审美意识及个人艺术修养。 2. 知识目标：了解艺术的本质与特征、艺术的起源、艺术的功能、文化系统中的艺术、艺术的种类；熟悉艺术创作、艺术作品、艺术鉴赏、音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏等方面知识；掌握从美学和文化学的角度来研究艺术的方法。 3. 能力目标：能探索和发掘艺术与美学的人文精神。
		教学内容	(6 选 1) 1. 音乐鉴赏；2. 书法鉴赏；3. 影视鉴赏；4. 戏剧鉴赏；5. 戏曲鉴赏；6. 艺术导论。
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。
3	人文素养 任选课程	教学目标	1. 素质目标：具有个人认知与文化修养。 2. 知识目标：了解文明起源与历史演变、人类思想与自我认知、科学发现与技术革新、文学修养、国学经典与文化遗产等方面知识。 3. 能力目标：能吸收前人的智慧，用于拓展心胸，提升个人修养。
		教学内容	(19 选 1) 1. 文物精品与中华文明；2. 古典诗词鉴赏；3. 中国当代小说选读；4. 中华诗词之美；5. 生命科学与人类文明；6. 先秦君子风范；7. 文化地理；8. 中国的社会与文化；9. 先秦诸子；10. 如何高效学习；11. 《诗经》导读；12. 中国古代礼仪文明；13. 中国现代文学名家名作；14. 《论语》导读；15. 批判与创意思考；16. 辩论修养；17. 人工智能；18. 有效沟通技巧；19. 大学生防艾健康教育。
		教学要求	本课程是纯在线网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 具体考核成绩评定办法：视频学习占 40%，章节测试占 30%，课程考试占 30%。

2. 专业课程

(1) 专业必修课程

表 7 专业必修课程描述

序号	课程名称	课程描述	
1	电子商务 基础	教学目标	1. 素质目标：具有分析、思辨、判断、决策、表达、沟通及创新素质。 2. 知识目标：掌握关于电子商务的知识、概念、定义和原理；掌握电子商务的几种主要表现形式：熟悉 B2C 电子商务、B2C 电子商务、B2B 电子商务、以及其他表现形式；了解网上创业的知识；掌握电子商务的技术、金融、物流基础知识；掌握电子商务风险的识别与防范。 3. 能力目标：能够利用网络收集与分析对学习和生活有用的信息；能够熟练使用网上支付工具；能够利用网络进行应聘、订票等操作；能够利用网络对企业网站进行推广；能够对给出的企业进行电子商务应用策划；能够利用网络进行个人网店创业。
		教学内容	1. 电子商务概述；2. 电子商务技术基础；3. 电子商务市场分析；4. 网络信息检索；5. 网上支付；6. 电子商务物流；7. 电子商务安全；8. 网上开店；9. 企业网站策划。
		教学要求	本课程教学过程中通过建立项目团队，进行协作学习。采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动学生课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。
2	Photoshop 图形图像 处理	教学目标	1. 素质目标：具有职业道德和敬业精神；具有团队协作精神；具有审美及视觉鉴赏意识；具有对视觉敏锐的观察比较能力。 2. 知识目标：掌握并熟悉 Photoshop 基本面板工具等的使用；了解相关视觉设计元素、视觉色彩、视觉设计中字体的应用、视觉构图；了解用户体验、视觉定位、店铺结构、商品陈列；掌握文案视觉化相关技巧；掌握网店网站商品主图、Banner 图、详情页以及网页的设计与制作；掌握视觉营销其他相关技巧。 3. 能力目标：能够使用 Photoshop 工具进行图片处理；能够收集分析网上图片的审美能力；能够主动建构新知识的学习迁移。
		教学	1. Photoshop 视觉设计认知；2. Photoshop 常用工具；3. Photoshop 进阶功能；4. 视觉设

序号	课程名称	课程描述	
		内容	计综合应用；5. 网站网店页面视觉设计；6. Photoshop 视觉设计综合应用。
		教学要求	通过本课程学习，学习并掌握 Photoshop 相关工具的使用，以及相关移动商务视觉设计的基础，本课程旨在通过案例教学、项目实训等方式，培养学生发现、分析和解决相关 Photoshop 及视觉设计相关问题的基本方法和手段，提高创造性视觉审美能力等，为学习后续课程打好基础。 本课程教学过程中通过建立项目团队，进行协作学习。采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动学生课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法：总评成绩=线上自主学习（20%）+课堂活动（30%）+团队实训任务（30%）+考试（20%）。
3	产品策划与运营	教学目标	1. 素质目标：具有商业职业道德和敬业精神；具有团队协作意识；具有正确审美及视觉鉴赏意识；具有工作认真、严谨的态度。 2. 知识目标：认知选品与产品开发，掌握选品与产品开发的逻辑、原则和方法；跨境电商三大平台的站内选品方法；GoogleTrends、JungleScout、Merchantwords、Keepa 等第三方选品工具的功能特点及相关内容。 3. 能力目标：能够利用关键词寻找市场，找到用户痛点与爱好，寻找机会缺口等；能够使用第三方选品工具判断关键词是否可用并且挖掘长尾关键词；能够多平台比较进行选品与产品开发，能够运用数据抓取进行选品与产品开发；能够运用社区选品、网站选品、产品趋势等寻找新产品；能够分析产品细分市场、市场需求、竞争对手、产品趋势，选择产品渠道并全面评估产品。
		教学内容	1. 从市场细分、利润计算、需求分析、竞争对手分析、趋势判断的角度去分析如何对产品进行全面且标准化的评估；2. 挑选合适的供应商；3. 在选品基础知识上，经过数据化选品、全方位评估选品、选择供应商多维度判断分析，选择出真正的爆款商品。
		教学要求	本课程综合采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、合作探究教学法、模仿教学法等多种教学方法。丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=学习过程考核成绩（20%）+项目作品考核考核成绩（30%）+总结性考评成绩（50%）。
4	618 实训	教学目标	1. 素质目标：具有与人合作精神和团队意识；具有吃苦耐劳、乐于奉献的精神；具有诚信守纪的品质和责任感与敬业精神；具有创新创业意识。 2. 知识目标：了解电子商务运营与管理流程，熟悉电子商务平台经营规章制度、熟悉商业运营环境；了解店铺装修的相关视觉设计理念，以及店铺装修具体流程规范；了解电子商务营销推广知识，在实践中得到深入的理解和巩固；了解实践岗位工作内容、工作规范，明确岗位职责；了解社群与社群营销、策划并开展社群活动策略与方法；了解视频营销与运营、直播营销与运营的策略与方法；了解微信个人号营销的策略与方法。 3. 能力目标：初步具有使用电子商务平台运营的能力；初步具有营销方案策划能力；初步具有推广方案制定及实施能力；预防突发事件的能力；初步具有客服（自助购物流程，催款方案，自动回复，话术，危机处理）的能力；初步具有新媒体营销的能力。
		教学内容	1. 了解电子商务运营与管理流程，熟悉电子商务平台经营规章制度、熟悉商业运营环境；2. 了解店铺装修的相关视觉设计理念，以及店铺装修具体流程规范；移动商务营销推广知识，在实践中得到深入的理解和巩固；3. 了解实践岗位工作内容、工作规范，明确岗位职责；了解社群与社群营销、策划并开展社群活动策略与方法；4. 了解视频营销与运营、直播营销与运营的策略与方法；了解微信个人号营销的策略与方法。5. 学习 618 实训产品分销步骤：组建成立项目部，项目部下设多个职能部门（商品部、策划部、推广部、客服部、运营部），明确项目团队架构组建和工作职责的划分。
		教学要求	利用或创设“项目+产品”的教学模式，综合采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、合作探究教学法、模仿教学法等多种教学方法。丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动课程教学改革和创新。实施双线考核，学习成果以绩代考制，在项目运营中实行学习过程积分制，兼顾学生生产（学习）过程产出效益，结合工作态度、行为规范、工作业绩对学生进行综合评价。建立评价主体多元化（教师、学生、企业）、评价内容综合化（专业知识、操作技能、职业素养）、评价方法多样化（项目完成、操作、理论考核）的评价体系。课程考核主要包括学习过程考核、项目考核和总结性

序号	课程名称	课程描述	
			考评(含考试)三部分。具体考核成绩评定办法如下:总评成绩=学习过程考核成绩(20%)+项目考核成绩(30%)+总结性考评(含考试)成绩(50%)。
5	供应链管理	教学目标	1. 素质目标:具有正确的价值观和道德观;具有良好的职业道德和敬业精神;具有良好的团结协作意识;具有集体意识和社会责任心;具有做事认真严谨的态度;具有较高管理思维。 2. 知识目标:了解供应链、典型物流活动;理解供应链与物流的相互作用与相互影响;理解供应链物流与传统物流作业流程的区别;了解供应链管理主要内容;了解基于大数据下的供应链管理等知识。 3. 能力目标:能够利用供应链物流管理知识,制定物流管理计划,并具有物流平台分析能力及物流模式分析能力;能够制定供应链采购计划;具有展开销售人员绩效评估的能力;具有配送方案设计能力;具有对供应链成本管理的能力。
		教学内容	1. 电子商务供应链与智慧供应链管理; 2. 智慧供应链设计; 3. 智慧供应链管理策略; 4. 供应链合作伙伴选择; 5. 供应链需求预测; 6. 供应链采购管理; 7. 供应链库存管理; 8. 供应链生产计划与控制; 9. 供应链绩效评估等。
		教学要求	本课程综合采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、合作探究教学法、模仿教学法等多种教学方法。丰富学生学习效果的考核方式、方法,全面掌握学生学习情况,推动课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评(含考试)三部分。具体考核成绩评定办法如下:总评成绩=学习过程考核成绩(20%)+项目作品考核考核成绩(30%)+总结性考评成绩(50%)。
6	移动界面设计	教学目标	1. 素质目标:具有精益求精、思维敏捷、服务意识;具有严谨务实、诚实守信团队合作、开拓创新精神。 2. 知识目标:掌握移动视觉界面的基础知识;掌握移动视觉设计原则和价值;了解首页视觉水平的四大指标;熟悉店招视觉设计的规范及技巧;掌握首焦轮播区视觉设计的技巧;了解商品陈列区视觉设计;了解商品主图的设计规范。 3. 能力目标:能够独立完成网页配色;能够独立完成网页文字调整和搭配;能够根据首页视觉水平的四大指标优化营销设计;能够独立完成网店的设计;能够独立完成首焦轮播区的设计;能够独立完成详情页细节展示区和功能简介区的设计。
		教学内容	1. 移动视觉设计基础; 2. 网店铺首页视觉设计; 3. 商品详情页视觉设计; 4. 高点击率推广图视觉设计营销; 5. 自定义页的移动视觉设计; 6. 移动端店铺的视觉营销设计; 7. PC端和移动端店铺的视觉营销设计综合实训等。
		教学要求	利用或创设“项目+产品”的教学模式,采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。丰富学生学习效果的考核方式、方法,全面掌握学生学习情况,推动课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评(含考试)三部分。具体考核成绩评定办法:学习过程考核成绩(20%)+项目作品考核考核成绩(30%)+总结性考评(含考试)成绩(50%)。
7	新媒体营销	教学目标	1. 素质目标:培养爱岗敬业、诚信友善、诚实守信、克己奉公的职业道德精神;遵纪守法、不虚假宣传,遵守市场和平台规则;建立正确的职业操守和职业荣誉感。 2. 知识目标:了解新媒体与新媒体营销,认识新媒体营销岗位;掌握新媒体营销的技能,包括文案写作、图片处理和图文排版等技能;掌握微信营销,学会利用微信个人号和微信公众号开展营销;掌握短视频营销,了解短视频营销策划,学会拍摄、剪辑、发布和推广短视频;掌握直播营销,了解直播营销的策划和筹备,学会直播营销的方法;掌握在其他平台营销的方法,包括微博、知乎、今日头条和小红书等。 3. 能力目标:能够在新媒体营销平台开设账号,根据新媒体营销岗位的要求制订提升计划;能够写作并排版新媒体文案,制作精美的封面图、GIF图、表情包等,能够制作富有创意和吸引力的创意字与H5海报;能够打造微信个人号,在微信朋友圈、微信群中开展营销,能够写作微信公众号推文;能够策划短视频选题,拍摄和剪辑一部具有吸引力的短视频作品;能够开设直播账号并写作直播脚本,搭建直播间,并在直播间销售商品;能够在微博、知乎、今日头条和小红书中发布营销内容,为商品或品牌宣传推广。
		教学内容	1. 新媒体营销技能; 2. 微信营销; 3. 短视频营销; 4. 直播营销; 5. 微博营销; 6. 知乎营销; 7. 头条营销; 8. 小红书营销。

序号	课程名称	课程描述	
		教学要求	本课程创设“项目+产品”的教学模式，采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。 丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=学习过程考核成绩（30%）+项目作品考核成绩（40%）+总结性考评（含考试）成绩（30%）。
8	移商视觉设计实训	教学目标	1. 素质目标：具有与人友好、合作共事的团队协作精神；具有主动分析问题、解决难题的创新意识，遵从商业活动规律和事物发展趋势，并能正确、清晰地阐述自己观点；具有正确的人生观和价值观；具有良好的职业道德品质和工匠精神。 2. 知识目标：掌握产品图的分析、修图要点和修图方法；掌握常用调色工具的运用；掌握场景渲染的方法；掌握产品图片进行精确调色、加色的方法；掌握图像修复、修饰和优化的方法；掌握营销场景图的设计思路。 3. 能力目标：具有软面材质产品的修图技能；具有金属产品的绘制修图技能；具有电商产品图调色技能；具有电商产品图场景渲染的方法；具有电商产品图去杂点和添加光影技能；具有营销场景图的设计与制作能力。
		教学内容	1. 营销场景图的设计与制作；2. 软面材质电商产品图的精修；3. 金属材质电商产品图的精修；4. 电商产品图调色；5. 电商产品图场景渲染；6. 电商产品图去杂点和添加光影。
		教学要求	在实训教学过程中，以学生完成实训项目为核心。综合采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、合作探究教学法、模仿教学法等多种教学方法。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=线上学习及考勤（30%）+项目作业设计（50%）+项目实战（20%）。
9	移动商务内容运营与管理	教学目标	1. 素质目标：具有自主学习意识；具有用户至上的思维；具有互联网思维及移动营销意识；具有良好的团队合作意识和较强的团队合作素养。 2. 知识目标：掌握移动商务运营的概念；熟悉移动商务企业的模式发展及移动商务运营思维；掌握移动商务运营中市场分析与定位的原则及方法；掌握移动商务运营模式和设计技巧；熟悉用户、内容、活动及数据运营内容及要求；掌握移动商务企业运营效果分析及控制方法；掌握移动商务企业盈利分析的内容及方法。 3. 能力目标：能够识别不同模式的移动商务企业；能够根据移动商务企业信息，完成移动场景应用设计；能够根据移动商务企业确认的市场运营策略，合理选择产品策略、用户策略、信息沟通策略等；能够对运营规划提出合理化建议；能辨别运营效果，能根据企业实际进行运营效果分析；能够根据移动商务企业需求，完成盈利分析；能够对移动商务企业运营现状提出控制建议。
		教学内容	1. 移动商务基础认知；2. 移动商务运营策划；3. 移动营销工具平台及使用；4. 移动广告营销；5. 用户运营；6. 内容运营；7. 产品运营；8. 活动运营；9. 数据运营。
		教学要求	1. 组建团队学习：教学活动的组织、项目任务的布置，以团队形式进行，营造团队学习合作氛围，培养团队荣誉感。 2. 实行线上线下混合式课程教学：为充分扩展学生学习时间与空间，在教学方法上突破课堂教学限制，在智慧职教云建设了在线开发课程，提供了教学 PPT 课件、电子教案、视频、微课、案例库、作业库、试题库、团队实训任务库等类型丰富的数字化教学资源。通过微课学习等课前导学方式，实现由怕学、不学到主动学习的转变；课中运用交互式课件、视频等丰富教学手段实现课堂枯燥、抽象向有趣、具体的转变；课后通过答疑、探究学习，实现任务由课后检验向课后提升的转变。
10	用户运营与管理	教学目标	1. 素质目标：具有保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德；具有较强的系统化思维和文字表达能力；遵守职业道德，在进行新媒体用户定位时不弄虚作假。 2. 知识目标：了解用户属性、用户行为；熟悉用户画像、构建用户画像的过程；了解微信、微博、问答平台、社区论坛、视频平台等用户营销平台；了解提供用户服务的过程；探索用户运营工作有哪些方面；探索如何做出清晰的用户画像；用户给其他品牌用户画像实战探索用户画像误区；用户需求定位；用户运营体系搭建；种子用户获取；用户引流和拉新；用户转化；用户召回；社群用户运营；O2O 用户运营；App 用户运营；店铺用户运营。 3. 能力目标：能进行用户定位；能完成用户画像的构建；能确定用户的营销平台；能提供用户服务；能获取种子用户；能对店铺用户进行运营；能对社群用户进行运营；能对 O2O 用户进行运营；能对 App 用哦胡进行运营；能对不同平台用户进行转化。

序号	课程名称	课程描述	
		教学内容	1. 什么是用户运营；2. 用户需求和产品；3. 明确商业模式；4. 用户运营体系；5. 用户引流与拉新；6. 用户转化；7. 用户留存与流失；8. 种子用户获取。
		教学要求	利用或创设“项目+产品”的教学模式，采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。 丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法：学习过程考核成绩（20%）+项目作品考核考核成绩（30%）+总结性考评（含考试）成绩（50%）。
11	商务数据分析与应用	教学目标	1. 素质目标：具有在电子商务数据分析过程中坚持正确的价值观和道德观的意识；具有数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德；具有较强的数据化运营思维和文字表达水平；具有良好的团队合作意识。 2. 知识目标：熟悉电子商务数据化运营理念；掌握数据采集、数据处理和可视化展示的知识、方法和工具；掌握市场数据分析、客户数据分析、产品数据分析以及运营数据分析等典型分析任务的分析内容、分析方法与分析步骤；掌握商务数据分析报告撰写。 3. 能力目标：能够熟练开展电子商务数据分析；能够应用数据图表和透视图实现数据可视化展示和分析；能够根据市场、运营、产品等不同电子商务情境下数据分析目标，完成数据分析报告撰写。
		教学内容	1. 商务数据分析认知；2. 商务数据采集与处理；3. 市场数据分析；4. 运营数据分析；5. 产品数据分析；6. 数据可视化；7. 数据分析报告展示。
		教学要求	1. 教学方法建议：（1）组建团队学习：教学活动的组织、项目任务的布置，以团队形式进行，营造团队学习合作氛围，培养团队荣誉感；（2）实行线上线下混合式课程教学。 2. 考核评价建议：本课程采用多元评价考核法多角度评估学习者的学习效果和自主学习能力，课程考核内容主要包括学生认知水平、学生行动、任务实施情况、团队协作等，采取系统、教师、团队等多主体评价，注重过程性考核与结果性考核相结合，强调学习者过程学习与团队协作。总评成绩=线上自主学习（20%）+课堂活动（30%）+团队实训任务（30%）+考试（20%）。
12	短视频设计与制作	教学目标	1. 素质目标：提升学生的艺术修养，正确地实现艺术的表达或者艺术思想的体现和传递；培养学生形成较强的心理素质，使其能应对繁琐与重要的编辑工作；培养学生的专注力，能编辑好短视频；培养学生清晰的思维方式，能按照自己清晰的思维方式编辑，做到胸有成竹；同时具有清晰逻辑、自我心态调整。 2. 知识目标：掌握短视频平台的内容生产与分发逻辑，理解不同短视频平台各自的特色；掌握短视频市场定位的策略，掌握短视频内容策划的主要方法；掌握短视频故事的构成要素，掌握故事创意的基本方法；掌握短视频脚本的构成要素、结构以及写作技巧，总结一套短视频故事脚本的模板；掌握短视频开头和结尾的写作技巧；熟悉短视频拍摄过程中的规范要求、构图、景别、拍摄技巧以及其他细节等问题。掌握一些短视频策划与制作软件，同时熟练掌握短视频的剪辑与特效；掌握短视频账号的引流、涨粉技巧以及社群经济的价值开发，学会与粉丝的线上、线下互动。 3. 能力目标：通过该门课程的学习，掌握短视频的相关知识和实践操作，引导学生在了解短视频行业以及相关理论知识的基础上，了解并掌握短视频创作的各个环节，最终帮助短视频创作者生产出优质的短视频内容，运营好短视频账号，抓住短视频红利期。
		教学内容	1. 短视频市场定位；2. 短视频内容策划；3. 短视频故事构成要素、故事创意；4. 短视频故事脚本；5. 短视频开头和结尾的写作技巧；6. 短视频拍摄过程规范、构图、景别、拍摄技巧等；7. 短视频策划和制作；8. 短视频剪辑；9. 短视频引流、涨粉、社群经济。
		教学要求	以短视频策划与制作典型工作任务的完成质量，以及学生的职业素养作为实训内容，全面考察参训学生的短视频策划与制作、团队合作能力。 课程成绩认定方式：学习及考勤（30%）+项目实战（70%）。
13	直播电商实务	教学目标	1. 素质目标：具有团结协作、勇于创新的精神；具有吃苦耐劳的工作精神和严谨的工作态度；具有良好的服务意识和市场观念；具有精益求精的工作态度和敬业精神。 2. 知识目标：掌握直播电商的基本理论、方法和操作能力，掌握直播电商的筹划、运作、实施和评估，了解主要直播电商岗位和直播电商存在的风险，能够分析一些直播电商的案例，为构筑完整的电子商务专业知识和能力体系服务。 3. 能力目标：掌握直播电商的筹备、运作、实施和改进的方法与技巧。同时，巩固和扩展

序号	课程名称	课程描述
		相关的知识与技能，通过场景实训帮助学生理解和掌握直播电商实施的方法与流程。
		教学内容 1. 直播电商概述与认知；2. 直播电商的筹划与准备；3. 直播电商的策略与运作；4. 直播电商的实施与执行；5. 直播电商的效果评估与改进；6. 直播电商相关岗位概述；7. 直播电商的风险与防范；8. 直播电商典型案例分析。
		教学要求 利用或创设“项目+产品”的教学模式，采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。 丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动学生课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法：学习过程考核成绩(20%)+项目作品考核考核成绩(30%)+总结性考评（含考试）成绩(50%)。 在“项目+产品”的教学模式中，采用课堂讲授、项目实战、网络教学、自主学习等。
14	移动商务企业经营沙盘实训	教学目标 1. 素质目标：遵从商业活动规律和事物发展趋势，具有主动分析问题、解决难题的创新意识，具有科学、清晰的逻辑推理思维；具有正确的人生观和价值观；具有良好的职业道德品质和工匠精神。 2. 知识目标：掌握关键词优化（SEO）的方法；掌握关键词竞价推广（SEM）的方法；掌握市场营销（4P）；掌握消费心理和消费行为学；掌握采购管理的相关知识；掌握财税知识。 3. 能力目标：具有市场洞察分析能力；具有目标人群选择与店铺定位能力；具有商品选品与定价能力；具有流量获取与转化能力；具有运营数据分析能力。
		教学内容 1. 分析数据魔方，做好区域、商品、人群定位；2. 租赁办公场所，建立配送中心，装修网店，采购商品；3. 进行搜索引擎优化（SEO）操作；4. 进行关键词竞价（SEM）推广；5. 进行站外推广（电视广告、网盟、百度竞价排名）；6. 针对不同消费人群采取不同策略，制定商品价格，促成交易，提升转化率；7. 处理订单，配送商品，结算资金；8. 规划资金需求，控制成本，分析财务指标，调整策略，创造最大利润。
		教学要求 以网店运营推广典型工作任务的完成质量和学生的职业素养作为主要实训内容，全面考察参训学生的网络营销能力、网店运营能力以及团队合作能力。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=学习及考勤（30%）+项目实战（70%）。
15	客户服务与管理	教学目标 1. 素质目标：诚实守信、踏实严谨、风险意识、创新精神、团队合作、系统化思维。 2. 知识目标：熟悉客户信息分类知识、熟悉客户信息管理知识、熟悉客户开发与维护知识、熟悉客户服务与管理知识、熟悉客户拜访、日常联络的基本礼仪知识、熟悉客户开发和拜访知识、熟悉客户满意度知识、熟悉客户忠诚度知识、熟悉客户绩效评价知识、熟悉货损处理知识、熟悉客户关系管理知识。 3. 能力目标：能完成客户档案分类管理、能完成客户开发、能维系客户关系、能完成客户服务、能处理客户投诉、能处理客户异议、能分析客户绩效。
		教学内容 1. 客户服务体验；2. 售前准备工作；3. 售中有效订单的处理；4. 售后交易纠纷的处理；5. 管理客户关系。
		教学要求 把客户服务按阶段划分为4大类30个活动，要求学生针对性的完成学习任务，并依据提交的学习成果计算成绩。总评成绩=线上自主学习（20%）+课堂活动（40%）+考试（40%）。
16	专业综合实训	教学目标 1. 素质目标：具有诚实守信的职业道德；具有用数据和事实说话的职业精神；具有爱岗敬业、认真负责的敬业精神；具有精打细算的成本控制意识；具有质量至上、精益求精的工匠精神；具有站得高看得远的商业战略思维和灵活多变的商业战术策略；具有团队意识和团队协作精神。 2. 知识目标：掌握人工智能与大数据技术的基础知识、电子商务的基本理论及新技术、新业态、新模式相关知识。掌握撰写调研报告、营销策划的方法。掌握大数据分析选品与智慧供应链管理的方法。掌握图形图像处理、网店装修和新媒体文案写作的方法。掌握数字化客户服务与管理的相关知识。掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式、新媒体运营与管理的方法。掌握数字营销场景的设计及运用、数字营销与管理相关知识。 3. 能力目标：具有迅速适应电商企业的工作快节奏的能力；能够迅速熟悉企业管理的制度和规范；能够根据企业需求和用户特点，进行市场调研，选择新媒体平台，确定新媒体营销目标，制定新媒体营销方案并实施。能够完成直播。能够运用商务平台进行活动策划、营销推广、运营与管理及数据化效果评估。能够进行客户个性化服务。具有网店设计与装

序号	课程名称	课程描述
		修的能力。能够搭建数字营销场景，通过直播或短视频等形式对产品进行多平台营销推广。
	教育内容	1.依托产教融合校外实训基地和项目工作室，跨专业、跨班级、跨岗位组建项目团队， 2.承接企业真实项目，对接网店与数字营销平台的视觉营销、网店运营、新媒体运营、商务数据分析、直播销售、智能推广、大数据选品和数字营销等岗位工作内容，完成学校和企业双方共同制定的绩效考核任务。
	教学要求	本课程是校企融合的项目实战课程，课程教学的组织难度较大，校企双方需协同精心组织，加强工作的计划性、预见性和实际落地，切实保障学生的实战质量。学校教师和企业师傅要紧密配合，强化案例教学，强化实战指导，使学生尽快提高实际操作能力。 课程考核包括学习过程考核、项目任务考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=学习过程考核成绩（40%）+项目任务考核成绩（60%）。
17	毕业设计	<p>1. 素质目标：热爱工作，对待工作精益求精，具有吃苦耐劳的精神；具有较好的团队合作精神，严于律己，宽以待人，善于交流沟通；自学能力强，紧跟技术发展的最新动态，对工作中遇到的挫折和困难不畏惧，能够主动寻求解决总是的方法；具有社会责任心和环境保护意识；具有良好的人文科学素养。</p> <p>2. 知识目标：掌握语言表达、信息检索、文字处理和表格处理；掌握网店运营、新媒体营销、大数据选品与营销方案策划、数字营销与管理等知识。</p> <p>3. 能力目标：根据所在实习单位一定时期内的经营情况，进行市场分析和评价，写出诊断分析报告和其他相关报告。也可根据实习企业生产经营各环节出现的具体问题，从管理角度，对视觉营销、网店运营、新媒体运营、商务数据分析、直播销售、智能推广、大数据选品和数字营销等方面进行方案设计和优化。从提高管理效率和降低运行成本出发，对新的手段、方法、技术等电子商务中的应用作出可行性分析，并提出具体实施方案。阶段性的明确目标，如一个月后，店铺的销售额达到多少；店铺的目前状况分析；经营方案；设计完成时店铺的情况。调查报告的调查对象确定；调查报告有详细的数据，数据明确的来源；对数据进行图表分析；调查报告的撰写。练就学生的书面和口头表达能力，以及团结协作精神；使学生具有综合运用所学知识分析和解决实际问题的能力；培养学生主动获取知识和自主创新意识与能力。</p>
	教学内容	1. 市场调查与分析；2. 方案设计和优化；3. 技术应用和创新；4. 淘宝或其它电商平台店铺开设与运营；5. 问题总结与优化提升。
	教学要求	学生可根据所学知识，结合实际岗位工作需求和活动项目经营推广需要，进行毕业设计。最终提交 1 份科学、可行和完善的毕业设计论文，并完成相关文档提交工作。
18	岗位实习	<p>1. 素质目标：具有诚信、敬业的工作作风和科学、严谨的工作态度；具有安全、质量、效益及环保意识；具有良好沟通及团队协作意识。</p> <p>2. 知识目标：学习企业文化、了解企业规章制度、熟悉企业环境；了解企业的经营与管理流程；强化专业知识，使专业知识在实践中得到深入的理解和巩固；了解实践岗位工作内容、工作规范，明确岗位责任。</p> <p>3. 能力目标：具有遵守企业规章制度的能力；具有网店运营、新媒体营销、大数据选品与营销方案策划、数字营销与管理等岗位的实际工作能力；掌握专业知识与技能综合运用能力。</p>
	教学内容	1. 视觉营销；2. 网店运营；3. 新媒体营销；4. 商务数据分析与应用；5. 直播销售；6. 智能推广；7. 大数据选品；8. 数字营销。
	教学要求	通过岗位实习项目，让学生实际承担企业的具体岗位工作，培养学生深刻理会职业理念、树立爱岗学习习惯，并能迅速将所学知识融入到岗位需求。 课程成绩认定方式：校企评价，注重学习过程和工作成果，实施双线考核，学习成果以绩代考制，在项目运营中实行学习过程积点制，兼顾学生生产（学习）过程产出效益，结合工作态度、行为规范、工作业绩对学生进行综合评价。建立评价主体多元化（教师、学生、用人单位）、评价内容综合化（专业知识、操作技能、职业素养）、评价方法多样化（项目完成、操作）的评价体系。课程考核主要包括学习过程考核、项目考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=学习过程考核成绩（50%）+项目任务考核成绩（50%）。

(2) 专业限选课程

表 8 专业限选课程描述

序号	课程名称	课程描述
1	管理学基础	教学目标 1. 素质目标：具有良好的思想政治素质、职业精神和职业道德；具有坚持“公开、公正、公平”原则的勇气；具有改善管理现状、不达目标不罢休的管理者勇气；具有强烈的计划意识和灵活的应变反应；具有科学理性决策思维；具有在竞争环境中的“激励”意识；具有强烈的创新意识、质量意识、成本意识和工匠精神。 2. 知识目标：熟悉管理者的角色、层次和技能；掌握管理工作的性质、职能和基本原理；熟悉中国和西方管理发展史；掌握科学决策的程序、定性和定量决策方法；了解计划的种类、编制流程和编制方法；熟悉目标制定和目标分解的方法；熟悉组织职能、部门和层级的设计；熟悉不同的组织结构类型；熟悉职能职权和参谋职权，了解集权、分权和授权；熟悉沟通原理、领导理论；掌握激励原理、短期和长期激励方法；掌握控制的程序和种类，熟悉 TQC 和 5S 现场管理控制方法。 3. 能力目标：能够熟练运用计划、组织、领导和控制四大职能；能够制定公司基本战略，描述使命、愿景和价值观；能够遵循科学决策流程，运用定性和定量决策方法，科学决策；能够结合具体情境编制一份计划要素完整的工作计划；能够合理制定公司和部门目标，进行目标任务分解；能够根据组织目标设计职能、部门和层级，能够画出组织架构图；能够结合具体情境实施有效沟通，改善管理环境；能够运用领导理论，结合具体情境实施有效领导；能够运用激励原理和方法，结合具体情境进行有效激励；能够科学制定控制标准，衡量工作实绩，纠正工作偏差；能够运用 TQC 和 5S 现场管理等控制方法，改善管理工作质量。
		教学内容 1. 走进管理；2. 以史为鉴；3. 制定战略；4. 科学决策；5. 精准计划；6. 高效组织；7. 有效激励；8. 平衡控制。
		教学要求 教师可根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、教学案例，设计教学情境，并根据不同的教学内容采用讲授法、团队学习法、案例教学法、任务驱动法、线上线下混合式等教学方法。 课程考核包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末线上考试三部分，总评成绩=学习过程考核（20%）+项目任务作业考核（60%）+期末线上考试（20%）。
2	市场营销实务	教学目标 1. 素质目标：具有质量意识、环保意识、信息素养、工匠精神、创新思维；团结协作，相互帮助，共同完成学习任务；理解他人；乐于探究市场营销的知识与技术；能战胜自我，克服营销心理障碍，有风险意识，在科学分析的基础上，能适时地做出果断的抉择；能站在消费者和管理者立场思考各种问题，周到、全面为别人服务。 2. 知识目标：了解营销职业所必须具有的职业基本素质；了解团队成员构成及团队优化；了解市场环境分析的内容和方法；掌握消费者和竞争者分析的主要方法和技能；熟悉 STP；了解产品整体概念和产品组合，理解产品生命周期各阶段的特点；熟悉新产品开发的思路，掌握品牌和包装策略；了解影响产品定价的因素，掌握产品定价的方法，熟悉企业的基本定价策略和调价策略；熟悉分销渠道设计方法和流程；掌握分销渠道管理的方法和过程；掌握新型和传统营销组合方式，熟悉促销方案的制订并具有予以实施的能力。 3. 能力目标：具有分析问题和解决问题的能力；具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；具有数据意识和商务数据分析应用能力；具有商务礼仪规范应用能力；能组建良好的项目团队，制定规则并进行有效沟通和合作；能树立正确营销观念，判断产品处于何种需求状态；能运用 SWOT 方法对营销环境、消费者、竞争者进行分析；能实施 STP 分析；能依据 4P 理论知识进行营销组合促销策略的制定；能撰写要素完整，主题明确，内容详实、条理清楚、操作性强的整体营销组合方案。
		教学内容 1. 走进市场营销；2. 项目团队组建；3. 营销环境分析；4. 消费者与竞争者分析；5. 市场细分；6. 目标市场确定；7. 市场定位；8. 4P 营销策略制定。
		教学要求 本课程是专业群共享课程，也是市场营销专业必修的专业基础课，其研究对象是以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动过程及其规律性。 本课程需组建团队进行学习，采取线上线下混合式教学方式，通过项目引导、任务驱动的模式，以学生为主展开实践性教学，组织学生参与多项模拟或真实的企业营销活动的策划与实施，考核方式方法模式以“线上学习及考勤（40%）+项目作业设计（40%）+项目团队答辩（20%）”相结合进行。

序号	课程名称	课程描述	
3	经济学原理	教学目标	1. 素质目标：具有诚实守信，重合同，守信用的作风；具有热爱科学、实事求是的学风；具有自信、开拓进取的精神；具有创新意识和创新精神；具有团队协作精神；能形成正确的人生观、价值观。 2. 知识目标：了解经济学基本概念，了解经济学理论的发展与演进过程；掌握市场上商品的供求规律及均衡价格的形成原理；掌握分析解决消费决策问题的方法；掌握进行生产者行为与决策分析的方法；了解成本分析的基本原理；掌握四种市场类型及每种市场结构中厂商均衡分析；了解分配理论；掌握国民收入指标核算的运用与核算方法；掌握失业与通货膨胀、经济周期与经济增长等基本的宏观经济理论；掌握在开放经济的条件下宏观经济运行的一般原理。 3. 能力目标：具有熟练应用各种经济学分析方法的能力；具有熟练进行消费者行为分析、生产者行为分析、市场分析的能力；具有熟练进行总供求均衡分析的能力；具有熟练进行国民收入决定分析的能力；具有熟练进行失业与通货膨胀分析的能力；具有熟练进行宏观经济政策分析的能力；能够运用财政政策和货币政策对经济运行调控时的应用及其配合使用。
		教学内容	1. 均衡价格理论；2. 消费者行为理论；3. 生产理论；4. 厂商均衡理论及分配理论；5. 国民收入核算理论；6. 决定理论；7. 波动理论和增长理论；8. 宏观经济政策等构成。
		教学要求	本课程是专业群平台课程。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。 教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法和项目教学法等教学方法。 课程考核包括学习过程考核（主要考察出勤、学习态度）、项目任务作业考核（主要考察案例分析中解决问题的能力）和期末考试（主要考核对知识的掌握程度及灵活运用能力）三部分。总评成绩=学习过程考核（20%）+项目作业任务（20%）+期末考试（60%）。
4	会计基础	教学目标	1. 素质目标：具有自主学习意识；具有遵守职业道德的意识；具有严谨细致的素养；具有利用互联网的思维；具有一定的大数据思维。 2. 知识目标：了解会计的产生与发展；掌握会计的基本理论；掌握会计的对象；掌握会计要素和记账方法；掌握工业企业的主要经济业务的核算；掌握凭证填制方法和审核要求、账簿的设置与登记、对账与结账；掌握会计报表编制方法；掌握不同账务处理程序；掌握财产清查的方法与结果处理；掌握会计档案的归档与整理。 能力目标：具有独立处理工业企业经济业务账务的能力；能够根据经济业务填制原始凭证；能够根据原始凭证可以正确填制记账凭证并登相应账簿；能够根据账簿编制会计报表；能够熟练操作不同账务处理程序下的登账工作。
		教学内容	1. 会计基础理论；2. 会计对象与会计要素；3. 会计科目与会计账户；4. 复式记账法与借贷记账法；5. 工业企业日常经济业务核算；6. 会计凭证；7. 会计账簿；8. 财产清查；9. 账务处理程序；10. 会计报表。
		教学要求	本课程是专业基础课程，是高职学生进入会计专业的第一门专业基础课。 本课程采取多媒体教学，理论讲授与实操相结合，手工实训与实训平台操作相结合，强化学生的专业素质。开展合作教学法，以小组为单位进行课堂教学，分设不同岗位，进行互评打分，纳入考核体系。实物引导法即通过让学生观察真实的凭证、账簿、报表，培养学生的感性认识，消除书本与现实之间的“断层”。拟采用“总评成绩=线上自主学习（20%）+课堂活动（20%）+团队实操任务（40%）+课后作业及测验（20%）”的考核方式。
5	数据分析	教学目标	1. 素质目标：具有团队合作与交流意识；具有良好的职业道德和职业情感；具有可持续发展和终身学习精神。 2. 知识目标：熟悉数据分析流程、掌握数据分析工具的基本使用、数据信息处理和的基本方法、数据可视化等内容。 3. 能力目标：具有数据分析的能力，能够利用数据分析技术解决特定业务领域的问题。
		教学内容	1. 数据分析概述；2. 数据分析工具基本使用；3. 数据预处理；4. 数据统计分析；5. 数据可视化。
		教学要求	本课程以典型场景数据的分析为主线，注重培养数据分析能力，实践动手能力，主要采用“线上+线下”混合教学模式，综合采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、合作探究教学法、模仿教学法等多种教学方法；具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=学习过程考核占（70%）+期末考核占（30%）。

序号	课程名称	课程描述	
6	Python 基础	教学目标	1. 素质目标：具有自主学习意识；具有规范编程的素养；具有逻辑和创新的思维。 2. 知识目标：了解 Python 的发展历程和特点；熟悉 Python 程序的基本结构及 Python 程序设计的基础语法知识、方法与技巧。 3. 能力目标：具有编写简单的应用程序的能力。
		教学内容	1. Python 语法基础；2. Python 常用语句；3. 字符串；4. 列表；5. 元组和字典；6. 函数；7. 高级函数；8. Python 文件操作；9. 异常处理；10. Python 模块。
		教学要求	本课程采用“线上+线下”混合教学模式，综合采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、合作探究教学法、模仿教学法等多种教学方法；具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=平时考核（20%）+过程技能考核（50%）+期末综合考核（30%）。
7	广告创意与策划	教学目标	1. 素质目标：提高学生对创造力、鉴赏力和对广告的整体认识，并可以将所学广告创意的诸多理论知识通过各类设计软件运用到具体的实践中。 2. 知识目标：掌握广告文案、广告创意理论、广告创意思维、广告实施步骤的知识和技能。 3. 能力目标：通过对广告创意与策划的学习和掌握，提高学生的广告创意思维，并可以将所学广告创意的诸多理论知识通过各类设计软件运用到具体的实践中。
		教学内容	1. 广告策划的原理；2. 广告市场调查；3. 广告策划实务；4. 广告策划书的编写；5. 广告创意概说及平面广告；6. 广播广告、电视广告创意的原理和方式。
		教学要求	1. 在教学中要尽力开拓学生的知识面，不仅讲授与广告专业相关的知识，而且可涉及社会学、交际学、市场营销学、文学等方面的知识。广告策划是主意、点子的运用，因此，还可以从中国传统文化中的谋略得到启示。 2. 本课程应重视结合案例讲授。从世界广告策划中百年以来的著名案例到我国改革开放以来企业营销的案例，都应注意收集及分析，并提供给学生参考。 3. 本课程强调实践环节。在学习中要求学生自找一家企业，结合其实际情况进行广告策划，并撰写出符合实际的广告策划书。 本课程考试成绩由平时成绩和期末考试两部分组成，其中平时成绩包括考勤、课堂讨论回答和平时作业。对课堂上能主动提出较有见解问题的学生可以加分。此部分考核针对分析与解决实际管理问题的能力，通过教师平时的、录评分。期末考试占要求学生利用本学期所学课程内容设计撰写一份完整的广告策划书，教师根据其科学性、真实性和可执行性给予评分。总评成绩=平时成绩（40%）+期末考查（60%）

(3) 专业任选课程

表 9 专业任选课程描述

序号	课程名称	课程描述	
1	职业核心能力训练	教学目标	1. 素质目标：能够在职业核心能力实训过程中坚持科学的价值观和道德观；能够坚持职业核心能力实训应该遵循的相关法律法规；具有较强的系统化思维和文字表达水平；培养良好的团队合作意识。 2. 知识目标：理解并掌握创业者素质及技能要求；理解团队合作精神的重要性及内涵；了解团队规范管理行为规范的重要性以及方法；掌握当众沟通的基本理论、方法技巧以及在职场交往中的重要作用；掌握信息检索方法与途径；掌握自我学习策略及创新学习理念；掌握时间计划制定和时间管理方法；掌握商务计划书的主要类型、结构设计及撰写方法。 3. 能力目标：能够将一般工作岗位的职业要求内化为自身价值取向并不断自我提升；能够在复杂的社会交际和职场情境下较为熟练而得体地完成交际沟通任务，取得较好的沟通效果；能胜任一般团队成员角色，具有一定的团队合作所需的冲突管理、团队激励、绩效评估等基本能力；能够运用自我学习及信息处理方法、策略进行创业项目相关知识的自主学习；能够运用时间管理所学知识自主安排创业项目实施流程以及过程管理，合理安排项目进展。在掌握基础 PPT 制作方法的基础上，能进行商务计划书的撰写与展示。
		教学内容	1. 项目导航；2. 团队合作：团队组建、团队优化；3. 职业沟通：交谈讨论、当众发言、说服别人；4. 商业计划设计与实施：市场分析、4P 组合、盈利分析；5. 信息数据处理：信息搜索、信息整理、信息展示；6. 项目成果展示。
		教学要求	课程以“学生”到“职业人”、“社会人”的角色转变为主线，以学生的终身可持续发展为目标，以实际创业项目为载体，通过实施开展具体创业项目，培养学生创新创业能力，采用课堂

序号	课程名称	课程描述	
			讲授、实践教学、网络教学、自主学习等教学方法。 课程总评成绩=线上自主学习（10%）+出勤情况评分（10%）+课堂活动（10%）+分项成果展示评分（50%）+商业策划书评分（20%）。
2	湖湘商文化	教学目标	1. 素质目标：具有职业道德和敬业精神；具有团队协作精神；具有集体意识和社会责任心；具有认真、严谨的态度；具有灵活、克制、诚信的职业意识。 2. 知识目标：了解职业、伦理基本概念；了解职业伦理的基本内涵；掌握电商职业伦理的基本内容及培养方法；了解湘商的起源及发展；熟悉湘商的名人名事；熟悉湘商发展的基本前景；了解中国传统文化的内涵；掌握中国传统文化的内容；了解商学院鼎文化内涵；熟悉商学院鼎文化构建的模式。 3. 能力目标：能够形成正确的职业伦理意识，树立诚信为本的职业素养。
		教学内容	1. 职业伦理；2. 湖湘文化；3. 中国传统文化；4. 商学院鼎文化构建。
		教学要求	本课程采用课堂讲授、实践教学、网络教学、自主学习等教学方法。 丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=学习过程考核成绩(20%)+项目作品考核成绩(30%)+总结性考评（含考试）成绩(50%)。
3	UI 设计	教学目标	1. 素质目标：具有团结协作、勇于创新的精神；具有吃苦耐劳的工作精神和严谨的工作态度；具有良好的服务意识和市场观念；具有精益求精的工作态度和敬业精神。 2. 知识目标：了解 UI 设计技巧、设计哲学和考量、UI 框架特性和新的 UI 设计模式；了解并熟练运用 UI 设计的流程和规范；了解 UI 设计的应用领域和各 UI 设计软件类型及特点；熟练掌握 UI 的色彩设计；熟练掌握图标、按钮、广告条和导航的设计和制作要点与实施流程；熟练掌握移动端 UI 页面构成元素的设计和制作技巧；熟练掌握微网页 UI 构成元素的设计和制作技巧。 3. 能力目标：能够运用图像绘图工具进行 UI 创意、设计的方法和技巧；能熟练运用 UI 设计技巧，能开发出实用的移动端和网页端的交互界面。
		教学内容	1. 界面构图、布局与色彩；2. UI 设计的原则及规范；3. 图标设计；4. 闪屏页设计；5. 引导页；6. 详情页设计；7. 可输入页设计；8. 切图与标注；9. 制作艺术二维码等。
		教学要求	利用或创设“项目+产品”的教学模式，采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。 丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动学生课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法：学习过程考核成绩(20%)+项目作品考核考核成绩(30%)+总结性考评（含考试）成绩(50%)。
4	配色与网页设计	教学目标	1. 素质目标：养成善于思考、深入研究的良好自主学习的习惯；具有吃苦耐劳、团队协作精神，沟通交流和书面表达水平；通过课外拓展训练，培养学习者的创新意识；具有爱岗敬业、遵守职业道德规范、诚实、守信的高尚品质；培养严谨、细致的编程习惯；具有良好的心理素质和职业道德素质。 2. 知识目标：熟悉网站的种类和网站开发流程；了解网站平面设计的概念和过程；熟悉 HTML 语言的作用和开发环境，能够编写一个网页；掌握 Dreamweaver 基本操作方法；握常用的 HTML 标签，能够实现基本的图文信息显示；掌握各类 HTML 表单元素标签，能够进行表单设计；掌握各类 HTML 多媒体元素标签，能够进行多媒体页面设计；掌握 CSS 样式的基本使用方法，能够应用 CSS 样式美化页面；掌握 CSS 网页布局的方法，能够结合 DIV 标签进行页面布局；理解行为的作用，掌握设置行为的方法，理解简单 Javascript 代码的含义；熟悉网页制作的相关知识。 3. 能力目标：能正确识别和选用网站图像的基本格式，并能进行格式转换；能根据网页图像大小以及图像像素要求对图像进行处理；能够处理修饰网站图片，包括网站图片方向调整、明暗度调整、颜色调整；能够在图像中设置相应的文字效果、水印处理、边框等；能够设置网页基本属性以及 Keyword 关键字、description 标签等；能够用表格、层、框架、表单、CSS+div 来进行网页内容布局设置；能够在网页中正确使用文字、表格、图像、多媒体、页面链接等元素；能够对页面元素进行基本的动态设计，包括页面中滚动文字设计、鼠标经过图像设计、图片放大特效制作、广告图片自动轮换制作、浮动广告制作等；能够

序号	课程名称	课程描述	
			利用 CSS 进行网页内容的美化；能够利用 Photoshop 设计网页的界面并进行切片；能独立进行资料收集与整理、具有用户需求的理解能力；能根据项目需求，具有项目页面的设计与实现能力。
		教学内容	1. 网站开发概述；2. HTML 标签与 CSS 样式基础；3. 文字、图像和表格在网页中的应用；4. 制作导航栏；5. CSS 标准流布局；6. CSS 浮动布局；7. CSS 定位布局；8. JavaScript 的应用。
		教学要求	利用或创设“项目+产品”的教学模式，采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。 丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动学生课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法：学习过程考核成绩(20%)+项目作品考核考核成绩(30%)+总结性考评（含考试）成绩(50%)。 在“项目+产品”的教学模式中，采用课堂讲授、项目实战、网络教学、自主学习等。
5	消费者行为分析	教学目标	1. 素质目标：具有社会责任感和社会参与意识；具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；能在学习过程中积极与他人合作，相互帮助，共同完成学习任务；能在学习过程中注意并理解他人的情感；在生活中接触到市场营销的知识与技术时，乐于探究其实现手段、实现过程；能战胜自我，克服营销心理障碍，有风险意识，在科学分析的基础上，能适时地做出果断的抉择；能站在消费者和管理者立场思考各种问题，周到、全面为别人服务。 2. 知识目标：掌握感知、记忆和注意、学习和联想、思维和想象等消费者心理与行为的基本理论知识；掌握消费者个性心理知识；掌握消费者的决策过程，了解消费者的特征和购买类型；掌握社会因素对消费者行为的影响；掌握消费者群体对个体消费者行为的影响；掌握文化、亚文化对消费者行为的影响；掌握价格、包装等市场营销因素对消费者行为的影响；掌握通过改变市场营销因素来引导消费者行为。 3. 能力目标：具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；能从事与消费者消费活动有关的信息搜集、信息整理和分析的能力；能换位思考，善于察言观色，准确把握消费者心理活动，具有较强的感知能力、观察能力和判断能力；能分析影响消费者行为的心理因素，并能运用这些因素引导消费者的行为；能够依据市场细分、产品定位与消费者行为的关系、消费者需求来进行产品开发；能利用市场营销因素来影响消费者的购买行为；具有较强的口头表达能力和组织协调能力，善于沟通。
		教学内容	1. 消费心理学概述；2. 消费者的心理过程、购买行为与购买决策；3. 社会群体与消费心理；4. 社会文化与消费心理；5. 商品与消费心理；6. 商品价格与消费心理；7. 营销渠道与消费心理；8. 促销与消费心理。
		教学要求	利用智慧职教云平台，将开发好的教学 PPT、电子教案、教学素材、作业库、试题库等课程资源导入智慧职教平台，让学生在线上获取相关知识，并和教师同学交流互动，通过交流中的思想碰撞，为项目带来新的创意或思考。同时在智慧职教学上采取签到、投票、抢答、课堂互动等形式，考核团队合作能力，同时各小组将项目作业上传到智慧职教平台进行展示，老师加以点评并提出整改建议。 考核方式以线上学习及考勤、项目作业设计、期末考试 3 部分相结合的形式，其中线上学习及考勤指学习过程考核，包括学习态度（个人线上签到、团队签到情况）、学习质量（互动、抢答、提问、演讲等）、协作能力（团队精神、合作能力）。总评成绩=线上学习及考勤（25%）+项目作业设计（25%）+期末考试（50%）。

七、教学进程总体安排

（一）教学进程安排

1. 公共基础课程教学进程安排

表 10 公共基础课程教学进程安排表

课程性质	课程类别	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期									
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六				
必修	公共基础必修课程	1	99101	军事技能	C		2	112		112	2W									
		2	99102	大学体育（1）	C		2	32		32	2*16									
		3	99103	大学体育（2）	C		2	32		32		2*16								
		4	99125	大学体育（3）	C		1	22		22			2*11							
		5	99126	大学体育（4）	C		1	22		22				2*11						
		6	99104	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A		3	48	48			4*12								
		7	99105	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A		2	32	32			2*16								
		8	99106	思想道德与法治	A		3	48	48			4*12								
		9	99107	形势与政策	A		1	32	32		8H	8H	8H	8H						
		10	99108	大学英语（1）	A	K	4	64	64		4*16									
		11	99109	大学英语（2）	A	K	4	64	64			4*16								
		12	99112	经济数学	A	K	3	56	56		4*14									
		13	99113	信息技术	B		3	48	24	24		4*12								
		14	99114	中国传统文化	A		1	16	16		2*8									
		15	99115	实用语文	A		2	32	32				2*16							
		16	99116	心理卫生与健康	A		2	32	32			2*16								
		17	99117	劳动教育	B		1	16	8	8	8H	8H								
		18	99118	职业规划与就业指导	B		2	32	16	16	2*8							2*8		
		19	99119	创新创业教育	B		2	32	16	16			2*16							
合计							41	772	488	284										
限选	公共基础限选课程	1	99120	生命安全与救援	A		1	16	16		#									
		2	99121	突发事件及自救互救	A		1	16	16			#								
		3	99122	军事理论	A		2	36	36				#							
		4	99123	党史国史	A		1	16	16				#							
		5	99124	国家安全教育	A		1	16	16			#								
		合计							6	100	100									
任选	公共基础任选课程	1	99301	公共艺术	A		1	16	16		2*8									
		2	99302	美育任选课程	A		1	16	16					#						
		3	99303	人文素养任选课程	A		1	16	16						#					
		合计							3	48	48									
总计							50	920	636	284										

注：（1）课程类型：“A”表示理论课程，“B”表示理实一体课程，“C”表示实践课程。

（2）考核方式：“K”表示考试课程，其余为考查课程。

（3）开设学期：“周学时”如“4*12”表示4学时/周、共12周，“周数”如“2W”表示集中教学2周，“学时”如“8H”表示该学期8学时，“#”表示公共基础网络课程。

2. 专业课程教学进程安排

表 11 专业课程教学进程安排表

课程性质	课程类别	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期						
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
必修	专业必修课程	1	47101	电子商务基础	B		3	56	28	28	4*14						
		2	47102	Photoshop 图形图像处理	B		3	56	24	24		4*12					
		3	47103	*产品策划与运营	B	K	3	56	28	28			4*14	4*14			
		4	47104	618 实训	C		4	80		80		4W					
		5	47105	*供应链管理	B		3	56	28	28		4*14					
		6	47106	*移动界面设计	B		3	56	24	32			4*14				
		7	47107	*新媒体营销	B	K	3	56	24	32			4*14				
		8	47108	移商视觉设计实训	C		1	20		20			1W				
		9	47109	*移动商务内容运营与管理	B		4	64	32	32				4*16			
		10	47110	*用户运营与管理	B		4	64	32	32				4*16			
		11	47111	商务数据分析与应用	B		3	48	24	24				4*12			
		12	47112	短视频设计与制作	B		3	56	24	32			4*14				
		13	47113	直播电商实务	B		3	48	24	32				4*14			
		14	47114	移动商务企业经营沙盘实训	C		1	20		20				1W			
		15	47115	客户服务与管理	B	K	3	56	24	32				4*14			
		16	47116	专业综合实训	C		10	200		200						10W	
		17	47117	毕业设计	C		4	80		80						4W	
		18	47118	岗位实习	C		24	336		336						4W	20W
合计							82	1408	316	1092							
限选	专业限选课程	1	YS001	管理学基础	B	K	3	48	30	18	4*12						
		2	47201	市场营销实务	B		3	48	24	24		4*12					
		3	YS002	经济学原理	B	K	3	48	32	16			4*12				
		4	YS003	会计基础	B	K	3	48	24	24		4*12					
		5	YS007	数据分析													
		6	YS004	Python 基础	B		3	48	24	24	4*12						
		7	47202	广告创意与策划													
合计							15	240	134	106							
任选	专业任选课程	1	YS005	职业核心能力训练	B		2	32	16	16		2*16					
		2	47302	湖湘商文化	C		2	32	16	16			2*16				
		3	47303	UI 设计	B		2	32	16	16				2*16			
		4	47304	配色与网页设计	B		2	32	16	16	2*16						
		5	47305	消费者行为分析	B		2	32	16	16			2*16				
合计							4	64	32	32							
总计							101	1712	482	1230							

注：（1）带“*”的为专业核心课程，课程代码以“YS”开头的为专业群平台课程，其余同表 10。

（2）专业限选课程 7 选 5，专业任选课程 5 选 2。

3. 集中实践教学进程

表 12 集中实践教学进程表

序号	课程名称	开设学期（周数）						备注
		一	二	三	四	五	六	
1	军事技能	2						第 1、2 周
2	618 实训		4					第 15-18 周合理安排
3	移商视觉设计实训			1				第 16~19 周合理安排
4	移动商务企业经营沙盘实训				1			第 16~19 周合理安排
5	专业综合实训					10		第 2~11 周
6	毕业设计					4		第 12~15 周
7	岗位实习					4	20	第 5 学期第 16~19 周，第 6 学期第 1~20 周
合计		2	4	1	1	18	20	

（二）教学时数分类统计

1. 分学期教学时数统计

表 13 分学期教学时数统计表

序号	学期	课程门数	学时	周数分配					备注
				合计	课堂教学	集中实践教学	教学准备	复习考试	
1	一	13	576	20	16	2	1	1	(1) 《形势与政策》开设在第 1~4 学期，课程门数计入第 4 学期； (2) 《劳动教育》开设在第 1、2 学期，课程门数计入第 2 学期； (3) 《职业规划与就业指导》开设在第 1、5 学期，课程门数计入第 5 学期； (4) 《岗位实习》开设在第 5、6 学期，课程门数计入第 6 学期
2	二	14	592	20	14	4	1	1	
3	三	12	462	20	17	1	1	1	
4	四	10	370	20	17	1	1	1	
5	五	3	352	20		18	1	1	
6	六	1	280	20		20			
总计		53	2632	120	64	46	5	5	

2. 各类课程学时学分统计

表 14 各类课程学时学分统计表

序号	课程类别	学时				学分	备注
		合计	理论	实践	实践学时比例 (%)		
1	公共基础必修课程	772	488	284	36.8	41	(1) 公共基础课程（含公共基础必修、限选、任选课程）共 920 学时，占总学时比例为 35%； (2) 选修课程（含公共基础限选、任选课程，专业限选、任选课程）共 452 学时，占总学时比例为 17.2%
2	公共基础限选课程	100	100	0	0	6	
3	公共基础任选课程	48	48	0	0	3	
4	专业必修课程	1408	316	1092	77.6	82	
5	专业限选课程	240	134	106	44.2	15	
6	专业任选课程	64	32	32	50	4	
总计		2632	1118	1514	57.5	151	

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

本专业生师比不超过 18:1，坚持“专兼结合、双岗双薪”原则，通过“引、聘、送、下、带”和专任教师与企业专家“互兼互聘，双向交流”等措施，建立一支有 1~2 名专业带头人，建设一支专任教师 7 人（高级以上专业技术职务教师 3~4 人），兼职教师 15 人的双师型教学团队（其中产业导师 4 名），双师型教师比例达到 100%的专业教学团队。

2. 专业带头人

专业人能够较好地把握国内外移动商务行业、移动商务专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对互联网技术专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。具体要求如下：

- （1）工商管理、企业管理等相关专业硕士及以上，或者副教授及以上职称。
- （2）有 5 年及以上企业工作经验。
- （3）在本专业从事教学工作 5 年以上，了解本专业的现状与发展，熟悉本专业的培养方案。
- （4）具有先进的高职教育理念、熟悉行业、企业新技术发展动态、把握专业发展方向的能力，能带领专业团队不断提高专业理论知识和技能水平。
- （5）具有较好的社会资源和公关能力，能带领团队实现政、校、行、企联动，促进专业校内外实习实训基地建设与管理。
- （6）专业知识扎实，精通本专业部分核心课程，具有较高的教学能力；专业视野宽广，实践技能较强，富有改革和创新精神，能主持专业课程开发，带动课程教学团队进行教育教学改革、进行精品课程建设、教材建设。
- （7）主持或参与过本专业工学结合人才培养模式创新、课程体系和教学内容改革、人才培养方案制（修）订、课程开发与建设、实训基地建设、特色或品牌专业建设。
- （8）能够全面负责每学期本专业教学任务的具体实施（如：任务书，课程教学团队各人员的授课时数、班级安排，监控本课程教、学、做一体化教学实施情况等），特别是积极探索“项目+产品”学徒制人才培养模式和“项目引领、双轮驱动”教学模式的施行和效果。

3. 专任教师

- （1）具高校教师资格、普通话二级证书。
- （2）有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心。
- （3）具有计算机应用、管理学、经济学等相关专业等相关专业硕士及以上学历或具有 3 年及以上企业工作经验，和本专业二级及以上职业资格证书或相应技术职称。
- （4）具有扎实的移动商务相关理论功底和实践能力。
- （5）具有较强的信息化教学能力和驾驭课堂的能力，能够熟练运用基于行动导向、任务驱动的教学方法等先进的教学方法。
- （6）掌握先进的职业教育教学理论，具有课程开发与教学设计能力，能够开展课程教学改革和科学研究。

- (7) 具有指导移动商务管理技能竞赛、创新创业等竞赛的能力。
- (8) 热爱教育事业，具有项目化课程的改革决心与毅力。
- (9) 每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

来自移动商务企业一线技术人员，具有良好的思想政治素质、职业道德、和工匠精神，具有扎实的移动商务运营等相关专业知识和丰富的实际工作经验，具有本专业相关的中级及以上职称或高级职业资格，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

(二) 教学设施

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

1. 专业教室

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室

表 15 校内专业实训室配置

序号	实训室类别	实训室名称	核心设备	数量	服务课程
1	专业基础能力实训	职业核心能力实训室	学生椅	50 张	职业核心能力训练
			电脑桌椅	50 台	
			多媒体设备	1 套	
			白板	1 套	
2	企业经营沙盘实训室	企业经营沙盘实训室	服务器、企业运营电子对抗系统软件	1 套	移动商务企业经营沙盘实训
			电脑、沙盘，桌子	7 台	
			沙盘工具	25 套	
			多媒体设备	1 套	
3	专业专项能力实训	产品开发实训室	台式计算机	50 套	产品策划与运营、新媒体营销、消费行为分析、电子商务基础
			电脑桌椅	50 台	
			多媒体设备	1 套	
			流利输送链、2/0.6 货架、轻型平板货架	1 套	
			台式计算机	5 套	
			多媒体设备	1 套	
4	视觉营销实训室	视觉营销实训室	网络机柜、教师机电脑、UI 设计资源系统、移动电商综合实训系统	1 套	photoshop 图形图像处理、移动界面设计、UI 设计、移商视觉设计实训
			电脑桌椅	50 套	
			瘦客户机、显示器、	50 套	
			多媒体设备	1 套	

序号	实训室类别	实训室名称	核心设备	数量	服务课程
5		网店运营与推广实训室	网络机柜、教师机电脑、UI 设计资源系统、移动电商综合实训系统	1 套	市场营销实务、新媒体营销、移动界面设计
			电脑桌椅	50 套	
			瘦客户机、显示器	50 套	
			多媒体设备	1 套	
6		移动商务运营实训室	网络机柜、教师机电脑、UI 设计资源系统、移动电商综合实训系统	1 套	移动界面设计、电子商务基础、移动商务内容运营与管理
			电脑桌椅	50 套	
			瘦客户机、显示器	50 套	
			多媒体设备	1 套	
7		营销策划实训室	标准办公工作台、展示柜	50 套	市场营销实务、消费者行为分析、新媒体营销
			台式计算机	50 台	
			电脑桌椅	50 套	
			多媒体设备	1 套	
8		客户服务与管理实训室	网络机柜、教师机电脑、客户服务与管理系统	50 套	客户服务与管理、消费者行为分析
			台式计算机	50 台	
			电脑桌椅	50 套	
			多媒体设备	1 套	
9		商务数据分析实训室	连锁门店运营实训系统、连锁企业王牌店长实务实训系统、亿学数据库管理工具、ITMC 网店开设与装修实训软件、ITMC 网店客户服务实训、ITMC 电子商务综合实训与竞赛系统、服务器	1 套	商务数据分析与应用、市场营销实务、消费者行为分析
			电脑桌椅	50 套	
			瘦客户机、显示器	50 套	
			多媒体设备	1 套	
10		产教融合项目工作室 1	项目产品		新媒体营销、移动商务界面设计、移动商务内容运营与管理、直播电商实务、商务数据分析与应用、客户服务与管理
			电脑	20	
			电脑桌、椅	20 套	
			展示柜	5 组	
11	专业综合能力实训	产教融合项目工作室 2	项目产品		新媒体营销、移动界面设计、移动商务内容运营与管理、直播电商实务、商务数据分析与应用、客户服务与管理
			电脑	20	
			电脑桌、椅	20 套	
			展示柜	5 组	
12		产教融合项目工作室 3	项目产品		新媒体营销、移动界面设计、移动商务内容运营与管理、直播电商实务、商务数据分析与应用、客户服务与管理
			电脑	20	
			电脑桌、椅	20 套	
			展示柜	5 组	

表 16 专业实训室建设规划

序号	软件/实训室名称	功能组成	对接课程	建设方式	工位数	说明
1	移动商务企业运营博弈平台软件	满足重点课程教学所面临的实训需求，推动专业核心课程精品课程建设，满足参加技能竞赛的平台要求。	商务数据分析与应用、移动商务运营与管理、新媒体运营与推广、移动商务视觉营销、客户服务与管理	改建，补充软件	50	建议由 4-6 个工位构成一组，容纳约 40—50 名学生进行项目实战。
2	直播电商项目工作室	开展直播电商课程开发与推广；指导、孵化出，打造成功创业示范案例。	直播电商实务、新媒体运营与推广、商务数据分析与应用	新建	50	建议由 4-6 个工位构成一组，容纳约 40—50 名学生进行项目实战。

3. 校外实训基地

(1) 配备多个校外实习基地，组织学生到实习基地见习或实习，请企业业务骨干承担学生在企业的实践教学工作，帮助学生对企业实际业务流程进行了解或动手。毕业实习以学生在实习单位顶岗操作为主，直接担当所在单位的某一角色进行业务处理，直接检验其操作技能与动手能力。

表 17 校外实习基地

序号	校外实习基地名称	用途	合作深度要求
1	星火丰城产教融合实训基地	网店运营、移动商务客户服务、移动商务视觉设计美工、商务数据分析与应用、新媒体营销、综合实训、岗位实习	深度合作：满足专业教学实训、实习需要，可以承揽电子商务网站建设与维护、网络客服、校园网络超市、网络零售、网络批发、网络代理等项目，以及兼顾教师的科学研究需要。
2	农坊产教融合实训基地	直播电商实务、商务数据分析、综合实训、岗位实习	深度合作：根据“项目+产品”的人才培养模式，承接产教融合校企合作真实项目，进行项目的代运营，将实训内容与职业标准对接，教学过程与生产过程对接，实现“学生”到“学徒”再到“职业人”的培养目标。
3	湖南龙头企业实训基地	承担产品开发、移动商务平台运营、客户服务与管理、新媒体运营与管理、商务数据数据分析、综合实训、岗位实习	深度合作：根据“项目+产品”的人才培养模式，承接产教融合校企合作真实项目，进行项目的代运营，针对不同项目进行研究、探讨、学习的空间，能够有效进行沟通学习与团队合作。
4	嘉德产教融合实训基地	网上销售、移动客服服务、运营推广、跟岗实习、岗位实习	深度合作：根据“项目+产品”的人才培养模式，承接产教融合校企合作真实项目，进行项目的代运营。
5	大汉师创	综合实训、岗位实习	深度合作：根据“项目+产品”的人才培养模式，承接产教融合校企合作真实项目，进行项目的代运营。

(2) 学生实习基地基本要求

通过政府、大（中）型企业集团、行业协会等平台，紧密联系行业企业，多渠道筹措资金，多形式开展合作。在校外实训基地的建设中，积极寻求与国内外、区域内大型知名企业开展深层次、紧密型合作，建立与自己的规模相适应的、稳定的校外实训基地，充分满足本专业所有学生综合实践能力及半年以上岗位实习的需要，发挥企业在人才培养中的作用，由企业提供场地、办公设备、项目和技术指导人员，企业技术人员与教师共同组织和带领学生完成真实项目设计、施工、调试与维护，使学生真正进入企业项目实战，形成校企共建、共管的格局。

校外实训基地的主要功能如下：有利于学生掌握岗位技能，提高实践能力；满足学生半年以上岗位实习的需要，从而实现学生在基地的顶岗后就业；有利于学校及时了解社会对人才培养的要求，及时发现问题，有针对性地开展教育教学改革。

校外实训基地有健全的规章制度及基于职业标准的员工日常行为规范，有利于学生在实训期间养成遵纪守法的习惯，使其能真正领悟到团队合作精神，同时能培养学生解决实际问题的能力。

岗位实习环节是教学课程体系的重要组成部分，一般安排在第 6 学期，是学生步入职业的开始，制定适合本地实际与岗位实习有关的各项管理制度。在专、兼职教师的共同指导下，以实际工作项目为主要实习任务。学生通过在企业真实环境中的实践，积累工作经验，具有职业素质综合能力，达到“准职业人”的标准，从而完成从学校到企业的过渡。

4. 信息化教学

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

（三）教学资源

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

1. 教材选用基本要求

（1）按照国家规定选用优质教材。

专业教材原则上必须使用国家统编的思想政治理论课教材、马克思主义理论研究和建设工程重点教材，专业核心课程教材原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用，并尽量选择近 3 年出版的教材，以保证专业教材的质量。

（2）建立教材甄选机制，杜绝不合格教材进入教室。

建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用委员会，完善教材选用制度，并定期更新专业教材库，经过规范程序择优选用教材。

（3）建立健全校本教材开发制度。

对于专任教师自主开发的校本教材，必须通过学校教材选用委员会审定，方可开发并使用，提高校本教材开发质量。

2. 图书文献配备基本要求

所选图书文献满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，为师生查询、借阅提供方便。

3. 数字教学资源配备基本要求

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

通过与企业合作，按照专业及专业方向和高职学生的特点，开展基于工作过程的课程开发与实践，校企双方成员共同确定课程标准、设计教学项目、制定技能考核标准，共同开发电子教案、电子课件、模拟仿真项目、教学视频、学生自主学习资源、实训项目及指导、理论及实践技能测试题库（自动评分）、案例库、课程网站等，形成交互式网络课程，通过专业优质核心课程的建设，带动专业课程的改革，逐步建设成一整套专业教学资源库，全面提高人才培养质量。

表 18 专业数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址	具体要求
1	电子商务专业标准库	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=ij3qamer45fjinnolapga	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。
2	电子商务基础	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=m4ofacertzdlxfowwlxj4a	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。
3	商务数据分析与应用	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=jczxamgrlzd0i3pvh5uq7a	增加动画类素材；增加独立知识点颗粒化资源。
4	配色与网页设计	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=muivamgrlyvh6cnjgdmqh	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。
5	市场营销实务	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=ds1habrb71grzmvhohw	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。
6	网店运营推广	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=axigal2rz7fjhh99ptsglg	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。
7	photoshop 图形图像处理	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=l2rmalyrr4tppf2jgv0xhw	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。
8	网络客户服务与管理	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=aioxaburtbbgd0pgp6vzw	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。
9	新媒体运营与推广	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=e0sjaburnbbke98w01hroa	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。
10	消费者行为分析	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=p5efabursj1gko62kiasa	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。
11	视觉营销	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=rkdabqrt6zl0otdlkegg	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。
12	新媒体文案创作与传播	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=uexalqrq19ovskqtxxeg	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。
13	跨境电商产品开发	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=l2halqrhzdmgwadmio6g	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。

（四）教学方法

对接移动商务核心岗位要求和任务特点重构教学形态，对专业核心课程进行项目化改造，实施分工协作模块化教学；结合任务典型性、工作时长、劳动强度等特点，遴选生产性项目，驱动“跟岗认知、贴岗实训、跨岗实战、岗位实习”四段实践教学；校内创造品牌推广、营销策划、网店运营等工作室和工作岗位，学生以学徒身份完成工作任务并赚取业绩，工作即学习做到以工促学、育训结合。

主要采用的教学方法有：

1. 理论与案例结合教学法。在教学中要通过教学理论与实践有机结合，提高学生对移动商务课

程兴趣和理解，在移动商务课程中有很多概念是比较抽象的，如电子钱包、数字证书、数字签名等，只是纯粹的理论教条讲解，学生无法形象的记忆。最好的方式是结合直观的案例演示，通过大量浅显易懂的案例演示，由浅入深，循序渐进，以理论概念和方法为手段，重点放在移动商务课程实操上，避免枯燥乏味的理论讲解，突出实用性。

2. 学生共同参与讨论教学法。学生参与教学的目的主要是调动学生的学习积极性，变“被动”为“主动”。尝试在上课的前面 5~10 分钟交给学生来掌控，让学生上台谈论一下近期的有关移动商务最新的社会热点新闻和信息咨询。介绍听到或了解有关的移动商务案例，或者自己有网购或移动商务从业经历。或者是一些个人的想法等等。学生发言结束后，由老师再进行总结和建议。能够通过这种教学方法激发学生主动学习的兴趣。学生在每次上课前，都会积极主动。精心准备着几分钟的发言内容，引导他们在晚修和课外查阅大量的资料，用多种手段和方式充分展示自己的发言。既调动了同学们的学习积极性，同时也给他们机会锻炼自己的独立思考能力。除了这种方式外，可以在学期末新增设一些讨论课的专题。就几个有争议的话题组织小组讨论。充分调动学生的积极性，激发学生的思维，培养学生的表达能力和思辨能力。

3. 项目任务教学法。除了实践能力以外，团队协作意识、学术道德意识都是未来人才所必备的素质，可以要求学生在规定的时间内通过小组完成任务，鼓励学生通过合作共同完成某个项目，培养学生的合作意识以及团队能力。通过这种方式学生主动地思考并用自己的语言表达出来，加深了知识的深层记忆和理解，也培养了独立思考的能力，加深同学们对移动商务理论知识点的理解。

4. 综合实训之实验教学方法。在每一个理论章节课程结束后，再辅助安排一次上机实验课程，这样辅助学生更好的理解相关理论。实验教学方法分为真实的实验和模拟的实验。真实的实验就是去访问一些知名的移动商务平台，通过信息的浏览，获得最新的讯息。通过真实的实验，同学们是以访问者的身份对网上购物的流程进行了解，体验移动商务带给我们的不同体验。在针对后台操作过程的环节，我们需要用“卖家”的身份进入系统中，我们可以申请一个虚拟的账号，在淘宝网或其他移动商务网站上做相应的操作。

5. 综合实训之实地教学法。在学习移动商务的物流管理应用章节中，可以采取实地教学方法，带领学生去大型的购物超市去实地参观和了解，如：麦德龙，沃尔玛等大型超市。了解其实际工作中的物流过程与书面知识点相结合，会使学生印象更为深刻。

6. 阶段性作业。在每一章学习结束后，除了常规的作业题外，新增加一个思考题，在完成常规作业的同时，对移动商务进行深层次地了解，例如展望移动商务的前景；到银行申请一张银行卡，同学间利用网银进行相互转账；收集一则最新利用网络诈骗的新闻案例做分析等等。对这些理论联系实际的问题，学生们会产生浓厚的兴趣。

（五）学习评价

创新“双线考核、以绩代考”考核机制校企共同制定实践教学考核标准与项目绩效考核办法，践行职业技能和职业素养并重的双线考核评价校企项目导师综合运用笔试、绩效考核、项目答辩等多途径，从学生认知水平、行动能力、逻辑思辨多维度考核学生职业能力；同时通过学生自我反思、千日成长计划等形式，围绕文明礼仪、乐业敬业、自我学习、进取创新等教学内容，从职业形象、职业精神、职业行为习惯、职业态度 4 维度综合动态考评学生职业素养。

实施学习成果以绩代考制，将技能大赛、创业实践、产品开发等学习成果进行学分互换与成绩

认定；在项目运营中实行学习过程积点制，兼顾学生生产（学习）过程产出效益，结合工作态度、行为规范、工作业绩进行综合评价。对学生职业技能和职业素养双线考核，是校企联合制定现代学徒制人才培养模式考核评价标准与方法。

（六）质量管理

建立健全校院两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

1. 建立专业建设和教学进程质量监控机制。对教学中各环节（教学准备、课堂教学、实验实训、实习、考试、毕业设计等）提出明确的质量要求和标准，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养目标。

2. 完善教学管理机制。加强日常教学组织与管理，建立健全巡课听课制度，严明教学纪律与课堂纪律。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 充分利用评价分析结果有效地改进专业教学，加强专业建设，持续提高人才培养质量。

5. 建立对《专业人才培养方案》、《课程标准》实施情况的诊改机制。三年为一个诊改周期，每学年对《专业人才培养方案》实施一轮诊改，每一个教学循环对《课程标准》（含实践性环节教学标准）实施一轮诊改。

具体诊改流程为：各专业（课程）自我诊改→汇总至专业群形成各业群人才培养方案和课程标准自我诊改报告→汇总至学院形成学院人才培养方案与课程标准自我诊改报告→落实改进措施→下年度（人才培养方案）或下个教学循环（课程标准）自我诊改报告中增加诊改成效内容，形成各《专业人才培养方案》与《课程标准》质量改进螺旋。

九、毕业要求

在规定的修业年限修满规定的课程（学分）、成绩合格，思想品德鉴定合格，达到本专业人才培养目标和培养规格要求，准予毕业。

十、附录

- （一）学分认定、积累与转换
- （二）专业人才培养调研报告（单独存档）
- （三）课程标准（单独存档）
- （四）专业技能考核标准（单独存档）
- （五）专业技能考核题库（单独存档）
- （六）专业人才培养方案制（修）订审批表

2023 级移动商务专业 学分认定、积累与转换

允许学生在校期间通过以下方式进行学分认定互换：

- (1) 英语三级等级证书对应大学英语（1）、大学英语（2）课程。
- (2) 计算机一级等级证书对应信息技术课程。
- (3) 省级技能竞赛一等奖及以上可申请进行学分认定、互换。
- (4) 获得中级及以上的网店运营推广、电子商务数据分析、新媒体技术、直播电商职业资格证书，经申报审批允许可进行学分认定、互换。
- (5) 其他参与的项目、获奖及取得的学习成果，经申报审批允许可进行学分认定、互换。

表 19 职业资格证书要求

序号	等级证书	对应置换课程			
1	英语三级	大学英语（1）	大学英语（2）		
2	计算机一级	信息技术			
3	省级技能竞赛电子商务技能一等奖	移商视觉设计实训	移动商务企业经营沙盘实训	直播电商实务	
4	省级技能竞赛智慧零售运营与管理技能一等奖	商务数据分析与应用	供应链管理	移动商务内容运营与管理	
5	省级技能竞赛商务数据分析与应用技能一等奖	商务数据分析与应用	数据分析	移动商务内容运营与管理	
6	网店运营推广职业资格证书（中级）	网店运营推广	移动商务企业经营沙盘实训		
7	电子商务数据分析职业资格证书（中级）	商务数据分析与应用			
8	新媒体技术职业资格证书（中级）	新媒体营销	Photoshop 图形图像处理	移商视觉设计实训	
9	直播电商职业资格证书（中级）	直播电商实务	短视频设计与制作		

专业人才培养方案制（修）订审批表

审批机构	审批意见
二级学院	同意修改并审批 负责人（签名） 张立 2023 年 1 月 28 日
教学指导委员会	审核通过。 负责人（签名） 冯南平 2023 年 1 月 1 日
学术委员会	拟同意。 负责人（签名） 陈阳 2023 年 8 月 26 日
党委会	2023 年第 1 次党委会审定 2023 年 9 月 11 日

校长（签名） 蔡明

2023 年 9 月 11 日