



电子商务 专业人才培养方案

(2025 级)

专业代码： 530701

所属学院： 经济管理学院

教学院长： 杨晓娜

专业负责人： 张 权

专业建设委员会主任： 张 权

专业论证组组长： 杨学峰

2025 年 6 月

目 录

概述	1
一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标	2
六、培养规格	2
七、课程设置	2
(一) 课程体系结构图	5
(二) 公共基础课程	6
(三) 专业课程	41
(四) 实践性教学环节	67
八、教学进程总体安排	72
(一) 教学计划进程表	72
(二) 教学环节分配表	72
(三) 理论教学与实践教学比例配置表	72
九、师资队伍	72
(一) 队伍结构	72
(二) 专业带头人简介	73
(三) 专任教师	74
(四) 兼职教师	75

十、教学条件	76
(一) 教学设施	76
(二) 教学资源	79
(三) 教学方法	84
十一、质量保障和毕业要求	85
(一) 质量保障	85
(二) 毕业要求	86
十二、附表	87
十三、附录	87

天津交通职业学院

电子商务专业 2025 级人才培养方案

概述：

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应互联网和相关服务、批发业、零售业行业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下运营主管、全渠道营销主管、O2O销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群）的新要求，不断满足电子商务领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家专业教学标准，制订本人才培养方案。

一、专业名称及代码

电子商务（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、基本修业年限

三年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	互联网和相关服务（64）、批发业（51）、零售业（52）

主要职业类别（代码）	电子商务师 S（4-01-06-01）、互联网营销师 S（4-01-06-02）、营销员（4-01-02-01）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）、品牌专业人员（2-06-07-04）、客户服务管理（4-07-02-03）、采购员（4-01-01-00）
主要岗位（群）或技术领域	运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管
职业类证书	网店运营推广、电子商务数据分析、跨境电商 B2B 数据运营、直播电商、农产品电商运营

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向互联网和相关服务、批发业、零售业的运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发工作的高技能人才。

六、培养规格

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

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制

度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，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。

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

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

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用。

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

（6）具有行业产品分析、市场细分的能力，能够根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成 O2O 运营目标。

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

运营促进用户拉新、留存、促活和转化。

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

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

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

（11）具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能够进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑。

（12）具有用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，能够建立产品需求模型及应用场景，设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动。

（13）掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字

化和智能化发展需求的数字技能。

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

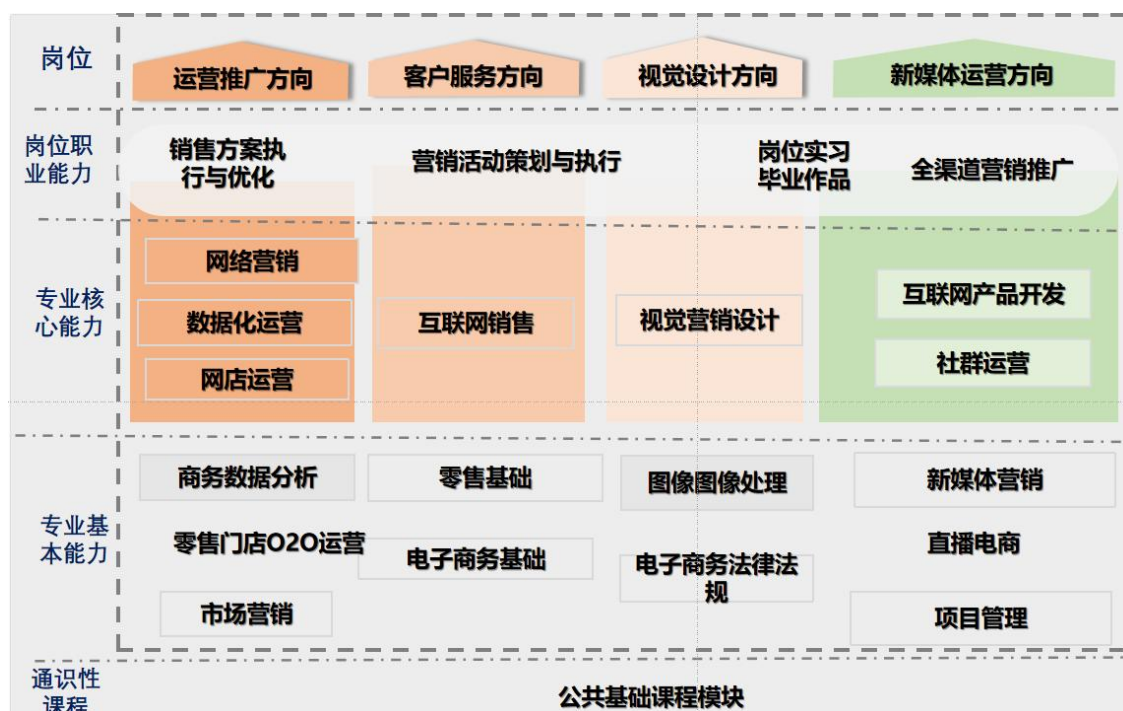
（15）掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力。

（16）掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好。

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

七、课程设置

（一）课程体系结构图



（二）公共基础课程

1. 思想道德与法治（课程代码：999999140，48 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，引导大学生领悟人生真谛，坚定理想信念，践行社会主义核心价值观，做新时代的忠诚爱国者和改革创新的生力军；引导大学生形成正确的道德认知，积极投身道德实践，做到明大德、守公德、严私德；引导大学生全面把握社会主义法律的本质、运行和体系，履行法律义务，做到尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素质和法治素养。

（3）课程内容：“思想道德与法治”课程融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体，有助于大学生领悟人生真谛、把握人生方向，追求远大理想、坚定崇高信念，继承优良传统、弘扬中国精神，广泛践行社会主义核心价值观；有助于大学生遵守道德规范、锤炼道德品格，把正确的道德认知、自觉的道德养成和积极的道德实践结合起来，引领好的社会风尚；有助于大学生学习法治思想、养成

法治思维，自觉尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素质和法治素养。

（4）教学要求：本课程针对大学生成长过程中面临的思想道德与法治问题，开展马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观教育，帮助大学生提升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。通过大班授课和小组研讨结合模式进行教学。教学方法采取案例式教学、探究式教学和专题式教学等方法。教学采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、学习笔记、章节测试和实践项目，期末成绩为期末考试总评。

（5）考核方式：考试课

2.毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（课程代码：9999990210，32学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，使大学生对中国共产党领导人民进行革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加全面的了解；对中国共产党坚持把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合，不断推进马克思主义中国化时代化有更深刻的理解；对马克思主义中国化时代化进程中形成的理论成果有更加准确的把握；对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力有更加明显地提升。

（3）教学内容：“毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论”课程以马克思主义中国化时代化为主线，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化

文化相结合的历史进程和基本经验、集中阐述马克思主义中国化时代化最新成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。系统阐述毛泽东思想的形成和发展、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果、中国特色社会主义理论体系及其历史地位、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观。

（4）教学要求：本课程以马克思主义中国化时代化为主线，通过大班授课与小组研讨结合模式，系统讲授毛泽东思想、邓小平理论等理论成果的核心内容与历史逻辑，融入党史案例与实践教学。教学采用多媒体课件、线上平台资源及互动辩论等形式，注重理论联系实际，培养学生运用马克思主义立场分析问题的能力。

（5）考核方式：考试课

3. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论（课程代码：9999990120，48 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，帮助大学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，把握这一思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一。

（3）课程内容：“习近平新时代中国特色社会主义思想概论”课程以马克思主义中国化时代化最新成果为重点，系统阐明习近平新时代中国特色社会主义思想时代背景、新时代坚持和发展中国特色社会主义、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴、坚持党的全面领导、坚持以人民为中心、全面深化改革开放、推动高质量发展、社

会主义现代化建设的教育、科技、人才战略、发展全过程人民民主、全面依法治国、建设社会主义文化强国、以保障和改善民生为重点加强社会建设、建设社会主义生态文明、维护和塑造国家安全、建设巩固国防和强大人民军队、坚持“一国两制”和推进祖国统一、中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体、全面从严治党。

（4）教学要求：本课程以马克思主义中国化时代化最新成果为重点，系统阐明习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容、精神实质、丰富内涵、实践要求，揭示和阐释这一思想的立论基础、时代背景、主题主线、历史贡献，以及新时代坚持和发展中国特色社会主义的根本立场、本质特征、总体布局、战略安排、根本动力、重要保障、政治保证等。教学采用多媒体课件、线上平台资源及社会实践等形式，注重理论联系实际，培养学生运用马克思主义立场分析问题的能力。

（5）考核方式：考试课

4.形势与政策教育（课程代码：9999990600，48 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，适时地进行形势与政策教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，正确认识世情、国情和党情。使大学生在新时代深化改革的环境下具有坚定的立场，学会用正确的观点和方法分析形势，掌握时代脉搏，珍惜和维护国家稳定的大局，激发爱国主义热情，增强民族自信心和社会责任感，具有坚定走中国特色社会主义道路的信心。

（3）课程内容：“形势与政策教育”课程着重进行党的基本理论、基本路线、基本方略和基本经验教训；进行我国改革开放和社会

主义现代化建设的形势、任务和发展成就教育；进行党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施教育；进行当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势和我国的对外政策，世界重大事件及我国政府的原则立场教育；进行马克思主义形势观、政策观教育。增强学生爱国主义责任感和使命感，明确自身的人生定位和奋斗目标的课程。

（4）教学要求：本课程依据课程属性、教学目标和学习对象分析，准确把握本门课程的重点和难点，并对本课程教学内容、教学资源、教学手段、考核办法等进行总体规划。综合优化教学内容，科学设计教学流程，高效利用教学资源，合理选择教学手段和方法，及时开展考核评价与反馈。

（5）考核方式：考查课

5.军事理论（课程代码：9999991200，36 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，使学生能够理解国防历史，了解我国国防体制、国防战略、国防政策以及国防成就，熟悉国防法规、武装力量、国防动员的主要内容。围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观,使学生树立正确的国防观，激发学生的爱国热情，增强学生的国防意识，提高学生的综合国防素质。

（3）教学内容：“军事理论”课程以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，以提升学生国防意识和军事素养为重点，引导学生理解国防内涵和国防历史，熟悉国防法规、武装力量、国防动员的主要内容，理解习近平强军思想的科学含义和主要内容。

容，掌握机械化、信息化战争的形成、形态和发展趋势，同时凝练学院人才培养特色，全面提高学生的综合素质发展，实现学院人才培养目标。

（4）教学要求：本课程以“课堂教学+网络教学”为主要课程形式，重视信息技术和慕课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理，坚持启发式教学、教与学互动，配合军事实例的讲解及适当的思考题，多采用提问式、思考式，激发学生学习兴趣，增加课堂互动性，考核评价方法采用多维评价标准，多角度全方位的提升国防意识，筑牢国防观念。

（5）考核方式：考查课

6.军事技能（课程代码：9999991220，3周）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过军事技能训练，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，以国防教育为主线，使学生通过军事训练了解掌握基本军事技能，进行革命英雄主义和人民军队的传统教育，激发学生爱国主义热情，提升学生国防意识和军事素养。

（3）教学内容：“军事技能”以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，掌握队列动作的基本要领，养成良好的军事素养，了解格斗、防护的基本知识，熟悉卫生、救护基本要领，掌握战场自救互救的技能，提高学生安全防护能力，熟知战备规定，紧急集合，徒步行军、野外生存的基本要求、方法和注意事项，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。

（4）教学要求：本课程以实践教学为主要课程形式，在学期初

开展为期 21 天的基本军事训练，注重集体实训与个别指导相结合，因材施教，针对学生个性差异实施训练，必要时可实行分开训练，重视安全训练，加强预防措施，通过小组展示、团队协作和方队演练等形式加强军事理论与实践的有机结合，形成有计划、有重点、有针对性的讲解技术，培养学生令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风。

（5）考核方式：考查课

7. 国家安全教育（课程代码：9999991222，16 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，旨在引导学生牢固树立“大安全”理念，理解国家安全的重要性，充分认识国家安全面临的复杂形势，不断增强国家安全意识，为国家和社会的稳定与发展贡献力量，使关心国家安全、维护国家安全成为学生的思想共识和行动自觉，为维护国家长治久安、培养担当民族复兴大任的时代新人奠定坚实基础。

（3）课程内容：“国家安全教育”课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以总体国家安全观为统领，紧密结合国家安全的形势任务，重点讲解总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，我国新时代国家安全的形势与特点，国家安全重点领域的基本内容、重要性、面临的机遇与挑战、维护的途径与方法等。包含导论；完整准确领会总体国家安全观；在党的领导下走好中国特色国家安全道路；更好统筹发展和安全；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；争做总体国家安全观坚定践行者。结合案例分析、实践教

学等方式，帮助学生掌握应对国家安全风险的方法和策略，沉浸式提升维护国家安全的能力。

（4）教学要求：本课程采用“案例分析法”解析国际安全热点事件，实施“任务驱动法”完成国家安全实践任务，引导学生把握总体国家安全观，增强国家安全意识。教学采用多媒体课件、线上平台资源及社会实践等形式，注重理论联系实际，考核学生对课程的整体把握和理解程度。

（5）考核方式：考查课

8. 中华民族共同体概论（课程代码：9999991223，16 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，引导学生树立正确的中华民族历史观，铸牢中华民族共同体意识，自觉促进各民族之间的交流和融合，铸就中国心、铸造中华魂，并不断增强对国家的归属感和责任感，立足中国历史实践和当代实践，坚持走自己的路，为实现中华民族伟大复兴的中国梦团结奋斗。

（3）课程内容：“中华民族共同体概论”课程以中华民族共同体理论为统领，通过阐述中华民族的历史演进、多元文化交融、民族关系发展等内容，重点讲述中华民族共同体的形成过程、特征及其在现代社会的重要性。包含：中华民族共同体基础理论；树立正确的中华民族历史观；文明初现与中华民族起源（史前时期）；天下秩序与华夏共同体演进（夏商周时期）；大一统与中华民族共同体初步形成（秦汉时期）；“五胡”入华与中华民族大交融（魏晋南北朝）；华夷一体与中华民族空前繁盛（隋唐五代时期）；共奉中国与中华民族内聚发展（辽宋夏金时期）；混一南北与中华民族大统合（元朝时期）；

中外会通与中华民族巩固壮大（明朝时期）；中华一家与中华民族格局底定（清前中期）；民族危亡与中华民族意识觉醒（1840—1919）；先锋队与中华民族独立解放（1919—1949）；新中国与中华民族新纪元（1949—2012）；新时代与中华民族共同体建设（2012—）；文明新路
与人类命运共同体。

（4）教学要求：本课程采用“理论+实践”双模块结构，引导学生树立正确的中华民族历史观，自觉担当起中华民族伟大复兴的青年使命。结合案例分析、实践活动等形式，让学生深入理解中华民族共同体的丰富内涵和实践要求。采用“案例分析法”分析中华民族共同体的丰富内涵和实践要求，开展“民族故事我来讲”主题实践活动。教学采用多媒体课件、线上平台资源及社会实践等形式，注重理论联系实际，考核学生对课程的整体把握和理解程度。

（5）考核方式：考查课

9.职场通用英语（课程代码：9999990590-9999990591，128 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用，为后续专业学习奠定职业发展基石。

（3）课程内容：“职场通用英语”课程以中等职业学校和普通高中的英语课程为坚实基础，与本科教育阶段的英语课程紧密衔接，旨在系统培养学生的英语学习与应用能力，为其未来的持续学习和终身发展奠定坚实的英语基础。学生将全面掌握英语语音、词汇、语法、语篇及语用等核心知识，具备熟练的英语听、说、读、看、写、译等

综合能力，并能够灵活运用体态语言和多媒体手段，根据具体语境采取恰当策略，准确理解和有效表达口头及书面话语的深层意义，从而能够胜任日常生活和职场情境中的各类沟通任务。课程分为 12 个单元，主要从校园生活、社会问题、人生规划、求职、面试、实习、入职、职场礼仪、职业规划等主题，引导学生学会交流，学会思考，学会表达，帮助学生规划职场，规划未来，确定人生的发展方向。

（4）教学要求：本课程教学组织分层分组，注重理论与实践结合，教学方法创新实践，融合案例分析、角色扮演等多元模式，全面提升职场英语沟通能力。考核评价全面细致，结合项目作业、口语测试及职场情境模拟，准确评估学生职场英语应用水平，为后续专业学习助力。

（5）考核方式：第一学期考查课，第二学期考试课

10.信息技术（课程代码：9999990830，60 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习、技能训练和综合应用实践，使学生的信息素养和信息技术应用能力得到全面提升。本课程通过丰富的教学内容和多样化的教学形式，帮助学生认识信息技术对人类生产、生活的重要作用，了解现代社会信息技术发展趋势，理解信息社会特征并遵循信息社会规范；使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术，了解大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术，具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题；使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的持续发展奠定基础。

（3）课程内容：“信息技术”课程包括基础模块和拓展模块。

基础模块包含文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任六部分内容。拓展模块包含信息安全等内容。

（4）教学要求：本课程教学组织分层分组，教学方法采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式。通过多种形式对学生的知识掌握程度、实践能力和创新思维进行全面考核。

（5）考核方式：考试课

11.人工智能技术与应用（课程代码：9999990840，16 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，激发学生对人工智能的兴趣，提高学生对 AI 的认识，培养学生的创新思维，鼓励学生探索人工智能的新应用领域。培养学生具有精益求精、严谨、刻苦钻研的品质。

（3）教学内容：“人工智能技术与应用”课程全面涵盖人工智能的起源与发展历程、核心原理及其在实际领域中的广泛应用。课程将深入剖析人工智能的技术基础，同时着重探讨 AI 如何有效辅助科研过程，具体包括确定研究课题的方向与思路、高效搜集并整理相关资料、撰写规范且深入的实践报告，以及制作专业且富有表现力的 PPT 展示材料。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

12.体育（课程代码：9999991140，108 学时）

（1）课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，使学生了解各项体育项目起源和文化；掌握基本练习方法，协调发展人体各部位肌肉群，使人体均匀和谐的发展，帮助形成正确优美的身姿体态；缓解心理压力。实现高等职业院校公共体育课程立德树人、强健体魄、满足兴趣、发展体能、提升素养、服务专业的目标定位，具体为培养顽强的意志品质，良好的风度素养，陶冶美的情操；培养良好的体育锻炼与行为能力。

(3) 教学内容：“体育”课程以学生为主体，实现在校期间掌握篮球、足球、乒乓球等两项及以上运动技能，掌握各项运动技能的基础理论知识、技术动作要领、基本身体素质练习方法、专项身体素质练习方法、竞赛规则以及提高运动欣赏能力。

(4) 教学要求：本课程在教学组织过程中严谨、步骤清晰、安排有序、科学合理；教学实践注重集体教学与个别指导相结合，因材施教，针对学生个性差异进行教学；重视安全教育，加强预防措施。

(5) 考核方式：考试课

13.劳动教育（课程代码：9999991221，16 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，树立正确劳动观，尊重并热爱劳动，培养专业适配的劳动素养，弘扬劳模、劳动及工匠精神，倡导劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

(3) 课程内容：“劳动教育”课程旨在培养马克思主义劳动观，树立劳动最崇高、最光荣、最伟大、最美丽的理念。弘扬劳模与工匠精神，引导学生树立正确劳动观，增强诚实劳动意识。通过学习，积累职业经验，提升就业创业力，树立正确择业观，增强职业荣誉感，培育勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神。

(4) 教学要求：本课程采用“网课+面授”的授课方式，授课方式灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

14.心理健康教育（课程代码：9999991330，32 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，培育学生热爱生活、珍视生命、自尊自信、理性平和、乐观向上的心理品质和不懈奋斗、荣辱不惊、百折不挠的意志品质，促进学生思想道德素质、科学文化素质和身心健康素质协调发展，切实提高学生心理素质，促进学生全面发展。

(3) 教学内容：“心理健康教育”课程是一门集心理健康知识传授、心理体验与行为训练为一体的公共必修课程。本课程以学生心理素质培养为主线，秉持以人为本、立德树人、助人自助的理念，围绕“适应大学、走向健康、认识自我、调控情绪、应对挫折、优化个性、和谐交往、探索爱情”贴近学生生活的教学主题，汲取中华优秀传统文化与思想，有效融入思政元素，传授心理健康知识，教授心理自助技能，发掘心理潜能优势，切实提高学生心理素质，促进学生全面发展。

(4) 教学要求：本课程充分发挥课堂教学在大学生心理健康教育工作中的主渠道作用，根据学生心理健康教育的需要，采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，如课堂讲授、案例

分析、小组讨论、心理测试、团体训练、情境表演、角色扮演、体验活动等，充分运用各种资源，利用相关的图书资料、影视资料、心理测评工具等丰富教学手段，尊重学生的主体性，充分调动学生参与的积极性，注重培养学生实际应用能力。

（5）考核方式：考查课

15.职业生涯与发展规划（课程代码：9999990510，24 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，引导大学生激发职业生涯发展的自主意识，推动学生理性规划未来发展，在学习过程中主动提升就业能力与生涯管理能力；帮助大学生建立生涯与职业意识，全面了解自我、职业以及所处环境，熟练掌握决策方法，初步形成职业发展规划；协助学生确定人生不同阶段的职业目标，并规划与之对应的生活模式，实现可持续的职业生涯发展。

（3）课程内容：“职业生涯与发展规划”课程系统地讲解职业生涯规划的基本理论等内容，让学生掌握生涯规划的基本方法与工具，不同职业的发展路径、行业趋势以及就业市场动态等信息，拓宽学生职业视野。通过自我评估等活动帮助学生建立生涯与职业意识，使学生了解自我、了解职业，了解环境，学习决策方法，形成初步的职业发展规划，从而确定人生不同阶段的职业目标及其对应的生活模式。

（4）教学要求：本课程充分发挥课堂教学主渠道作用，结合专业属性、特点与职业发展需求；针对性设计教学活动及教学案例，融合案例教学、小组讨论、情景模拟等多元模式，结合职业测评工具，将参与“职业规划大赛”作为阶段性实践任务融入课程，引导学生主

动探索职业方向,提升职业规划实操能力,增强课堂互动性与趣味性。借助“学职平台”等专业化学习资源,开展线上测评、职业信息查询等教学活动。考核评价采用过程性考核与学期末考核相结合方式进行,从多维度评估学生学习效果,促进学生全面发展。

(5) 考核方式: 考查课

16.就业指导 (课程代码: 9999990520, 16 学时)

(1) 课程性质: 必修课

(2) 课程目标: 通过课程学习,助力学生树立积极正确的人生观、价值观和就业观,使其深刻理解职业价值与个人发展的紧密联系;让学生清晰了解就业形势,精准把握学习与工作、学校与职场的差异,顺利实现生涯角色的转换;掌握职业前景和入职规范,提升通用技能、求职技能以及心理调适能力,实现对求职过程的有效管理。

(3) 教学内容: “就业指导”课程通过讲解当前就业形势与政策,剖析学习和工作、学校和职场在环境、目标、评价体系等方面的差异,引导学生进行角色转变。利用各渠道、多手段的形式对就业信息进行搜集,结合实际案例展开就业信息的解读与甄别,通过模拟面试,撰写求职简历,职场礼仪训练等,使学生掌握求职技能。

(4) 教学要求: 以专业特性为锚点,解析就业形势与行业发展趋势,系统讲解求职就业全流程。融合政策解读、案例剖析、模拟面试、小组研讨,同步开展岗位适配测评与就业技能实操训练,将参与“职业规划大赛”作为阶段性实践任务融入课程,强化学生求职实战能力,培育理性就业观、择业观与价值观。联动“学职平台”“24365就业服务平台”等资源,构建线上线下融合的教学场景,实时对接就业资讯与岗位信息。考核评价采取过程性考核与学期末考核相结合

方式，科学量化学习成效，推动学生就业素养全面进阶。

（5）考核方式：考查课

17.创新创业教育（课程代码：9999990500，16 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，培养学生创新创业能力，使学生具有创业精神和团队精神，提高学生的创新创业能力、动手操作能力、团结协作能力、规划设计能力和组织运作能力，以及创业竞赛水平，成为能够直接独立地开拓事业，将知识和技术转化为社会生产力的创业者或在特定岗位上具有创新精神和创业技能的复合型、应用型专门人才。

（3）教学内容：“创新创业教育”课程通过开设职业规划、创新思维、创新方法、精益创业、创新创业大赛等模块的基础理论知识的讲授，要求学生熟悉创业环境，培养学生善于思考、敢为人先的创新意识，培养创新思维、锻炼创业能力等，不断提高自身素质，培养分析问题、解决问题的能力。通过参加创新大赛、挑战杯、创青春、等各类大型赛事等，多途径开展实践应用能力训练，全面提升实践、实训类课程的质量。

（4）教学要求：本课程旨在提高学生的各种创新技能熟练运用，针对大学生的创新意识的强化和创新精神的凝练问题，使学生在创新意识和创新能力得到很好的提升。课程紧紧围绕如何提高高职学生的创新竞争力和发展力，利用情景模拟、案例分析等引导学生思考创新方法，激发学生内在的学习动力和创新的激情。不断提高学生解决问题、团队建设、沟通交流等能力，使学生具备开展创新创业训练与实践的能力。

(5) 考核方式：考查课

18.新青年习党史（课程代码：777777w223，16 学时）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，将党史作为大学生思想政治教育的重要内容，内涵丰富、具有凝聚亲和、导向指引、激励塑造和道德示范等育人作用，对加强和改进大学生思想政治教育具有重要意义。

(3) 课程内容：“新青年习党史”课程记录了从中国共产党的创立和投身大革命的洪流开始，直到夺取新民主主义革命的全国胜利，最终带领中国人民进入社会主义建设、改革开放和现代化建设新阶段的发展壮大的过程。

(4) 教学要求：本课程按“重大事件－精神谱系－青年担当”三大模块编排，采用“问题链教学”破解历史虚无主义认知误区，课程成绩按照视频学习任务 and 党史闯关任务完成情况统计。

(5) 考核方式：考查课

19.新中国史（课程代码：777777w224，16 学时）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，以中国特色社会主义的奠基、开创、坚持和发展为主线，全方位、多层次展现新中国发展的光辉历程，突出思想性、政治性和理论性特点，注重体现社会风貌和人民生活的变化，努力引导学生坚定不移听党话、跟党走，在全面建设社会主义现代化强国的伟大实践中建功立业。

(3) 教学内容：“新中国史”课程主要讲授新中国成立以来中国社会发展的历史，特别是全国各族人民在中国共产党的领导下，探

索、开创、坚持和发展中国特色社会主义，为实现中华民族伟大复兴不懈奋斗的历史。教学内容按照时间发展脉络，包含了新中国成立和社会主义基本制度的确立、社会主义建设的艰辛探索和曲折发展、改革开放和中国特色社会主义的开创、中国特色社会主义的跨世纪发展、新世纪新阶段中国特色社会主义的坚持和发展、中国特色社会主义进入新时代和开启全面建设社会主义现代化国家新征程。

（4）教学要求：本课程以新中国成立以来的历史发展为主线，聚焦关键事件，通过案例导学，生动还原新中国以来的各领域发展状况，特别是探索、开创、坚持和发展中国特色社会主义的丰富实践。课程成绩按照视频学习任务 and 闯关任务完成情况统计。

（5）考核方式：考查课

20.新时代交通强国战略（课程代码：777777w221，16 学时）

（1）课程性质：选择性必修课

（2）课程目标：通过课程学习，旨在引领学生坚定“四个自信”，凝聚起投身新时代交通强国建设的磅礴力量，站在新的历史起点，为交通强国发展注入新动能，谱写更为耀眼的新华章。

（3）课程内容：“新时代交通强国战略”课程落实加快建设“交通强国”要求，讲述了交通发展的成就和未来交通发展的建设框架，通过榜样人物的引领，展现交通人奋进新时代的精神风貌。包含：从交通大国向交通强国迈进的交通；便捷高效的交通；开放融合的交通；智慧创新的交通；赞中华大美交通。

（4）教学要求：本课程按“政策解读—技术前沿—职业素养”三大模块编排，课程成绩按照视频学习任务 and 闯关任务完成情况统计。

(5) 考核方式：考查课

21. 交通文化与交通工匠（课程代码：7777770125，32 学时）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，旨在服务交通强国文化建设目标，立足交通院校办学特色，汇聚传播交通运输正能量，多载体讲好交通故事，推进优秀交通文化传承创新，引导学生传承工匠精神，提升学生投身交通强国建设的历史使命感和责任感。

(3) 课程内容：“交通文化与交通工匠”课程通过对交通文化历史、感动交通人物、智慧创新交通、绿色低碳交通、惠民共享交通、胸怀天下的交通的介绍，展现交通运输领域发生的重大事件，特别是改革开放 40 多年来交通建设取得的巨大成就，以及交通服务经济社会发展的辉煌历程，引导学生了解交通文化的内涵、历史沉淀和现代发展。

(4) 教学要求：本课程按照学、思、践、悟四种方式融合线下、线上课程内容，思考交通历史的当代价值，思考交通文化对社会发展的影响，思考工匠精神的意义。实地考察交通历史遗迹、探访交通工匠、感悟智慧交通的创造性等，亲身体验交通文化的魅力，提升综合素质。将交通文化的精髓和工匠精神的真谛内化为自身的素养，在交通强国建设的新征程中，交出青年人的青春答卷。

(5) 考核方式：考查课

22. 交通史话（课程代码：777777w226，32 学时）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，回应了当代交通教育必须面对的重大课题：如何以两千多年

的中国交通发展，尤其是新时代以来中国交通事业取得的辉煌成就，引领学生坚定“四个自信”，深入理解交通发展的历史使命、时代内涵和战略定位。

（3）教学内容：“交通史话”课程通过“历史叙事+价值引领”的双维架构，将交通发展史升华为中华民族交通奋斗史，实现知识传授与价值引领的统一，为培养新时代交通领域技术技能人才提供兼具学术深度与育人温度的课堂内容。以“古代—近代—现代—当代—未来”为时间主线，注重交通技术突破与社会文化发展的双重阐释。以两千多年的中国交通发展，尤其是新时代以来中国交通事业取得的辉煌成就，展现交通运输服务经济社会发展的辉煌历程。

（4）教学要求：本课程以时间为主线，聚焦关键事件，通过详实史料与案例导学，生动还原交通发展历史，课程成绩按照视频学习任务 and 闯关任务完成情况统计。

（5）考核方式：考查课

23.经典诵读（课程代码：7777770100，16 学时）

（1）课程性质：选择性必修课

（2）课程目标：通过课程学习，以经典作品中传递出的爱国主义精神对学生进行审美和道德净化。

（3）教学内容：“经典诵读”课程重点介绍中国古今优秀的经典文学作品，通过文本细读、背景导读、合作探究、涵咏吟诵等方式指导学生精心阅读和品鉴，既提高学生的文学素养，又提升学生的诵读能力。

（4）教学要求：本课程教学组织分层分组，适配不同水平；采用诵读示范、情境演绎法；营造书香文化环境；考核融合课堂表现、

诵读成果与理解深度综合评定。

(5) 考核方式：考查课

24.传统木工（课程代码：7777770223，32 学时）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，旨在向学生传承传统木工技艺，培养学生的动手操作能力，进一步提升审美鉴赏力和创造力。能够掌握如何使用各种相关工具，学会如何将一块普通的木头转化为一件木工作品，培养学生的工匠精神。

(3) 课程内容：“传统木工”课程涵盖木工基础、工具使用、木艺设计、实践操作等，包含从基础的木工知识到制作技巧，旨在激发学生对传统手工艺的兴趣和热爱，让学生在实践中学习和成长。

(4) 教学要求：本课程教学组织分层分组，注重理论与实践结合，强调安全规范，鼓励创新思维。通过作品展示、技能测试及平时表现进行综合评定。

(5) 考核方式：考查课

25.生态文明——撑起美丽中国梦（课程代码：777777w201，16 学时）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，让学生熟知推进生态文明是建设美丽中国，同心共筑中国梦的重要任务，提高民族素质的重要举措，具有极为重要的现实意义。

(3) 教学内容：“生态文明——撑起美丽中国梦”课程讲授工业文明之后的世界伦理社会化的文明形态，是和谐社会可持续发展为基本宗旨的文化伦理形态。本课程紧扣时代主题，内容丰富，结构新

颖；注重融会贯通，从多个角度深入浅出地阐述了生态文明与美丽中国梦的关系。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

26.数字时代的智能技术（课程代码：7777777335，32 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，使学生掌握人工智能、大数据等核心技术原理，理解其与行业场景的融合路径；形成对技术发展的批判性思维，平衡创新驱动与风险防控意识；提高学生的国际化视野。

（3）教学内容：“数字时代的智能技术”课程以科技史的视角为切入点，介绍科技发展对人类社会的重要影响，引入人工智能（AI）的发展、应用，以及对社会影响。引导学生了解关于 AI 的相关原理、概念、发展趋势以及应用方向；能够判断在实际工程应用中 AI 技术的潜在应用场景，并结合所学的知识、技能进行分析、建模和求解等，进一步加强工程化思维能力。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

27.大学数学（课程代码：7777777002，32 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，拓展学生数学思维，提升数学

素养及跨学科应用能力，培养学生的逻辑推理、问题解决及数学建模能力。

(3) 教学内容：“大学数学”课程旨在深入系统学习数学基础理论与应用技能。课程内容涵盖数学分析、代数、几何等核心领域，理论讲授与实例演练相结合的方式，讲解数学转化与应用。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

28.前进中的物理与人类文明（课程代码：777777w010，32 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，培养学生的科学思维和跨学科应用素养，培养学生的物理问题认知和解决机械物理等基础问题的能力。

(3) 教学内容：“前进中的物理与人类文明”课程旨在引领学生从物理学的起源出发，从通俗的角度讲解了物理学中若干重大问题，包括电磁场、现代光技术、磁学基础、量子力学与量子信息学、狭义相对论、固体物理基础与现代科技、夸克、粒子物理及粒子实验简介、磁性材料中的磁畴、实验与物理学发展以及新能源与物理。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

29.化学与人类（课程代码：777777003，32 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，为学生提供系统而深入的化学知识学习体验培养学生的科学思维方式和跨学科应用能力。

(3) 教学内容：“化学与人类”课程介绍了化学在人类的生存、发展中的重要地位以及提高人类生活质量做出的贡献，帮助学生对化学中的一些基本原理和知识产生进一步的了解和认识。此外也提供了一些易燃易爆及有毒物质的知识，只有掌握了它们的规律才能防患于未然。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

30.地理（课程代码：7777777004，32 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，使学生具备地理基础理论知识。能够运用地理思维分析地球表层系统的相互作用及变化规律。了解地理学在城乡规划、区域发展、环境保护等领域的应用实践。具备初步的地理野外考察技能和地理信息技术应用能力。

(3) 教学内容：“地理”课程旨在拓宽学生的地理知识视野，深化对地球表层系统及其相互关系的理解，培养学生的地理思维能力和实践应用能力。通过系统的理论讲授、案例分析、实地考察等多种教学方式，引导学生探索地理科学的奥秘，为未来的学术研究、职业规划及终身学习奠定坚实的基础。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适

应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

31.中国画（课程代码：7777770334，16 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，开展中国工笔画线描实践，使学生在实践中感悟中国绘画精神，锻炼操作中的耐心细致，领悟精益求精的中国艺术追求。

（3）课程内容：“中国画”课程重点介绍中国传统绘画背景知识及技法常识，注重学生动手实践。激发学生对于中国传统绘画的浓厚兴趣。

（4）教学要求：本课程教学组织分层分组，兼顾不同基础；运用示范、实践、讨论法；营造传统艺术氛围的教学环境；考核结合课堂表现、作品成果与文化理解，综合评价。

（5）考核方式：考查课

32.书法（课程代码：7777777330，16 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，以汉字为载体，培养学生具有良好书写习惯、书写态度和一定汉字审美情趣的一门课。

（3）课程内容：“书法”课程通过对汉字笔顺、笔画、大小、位置、整体形态和间架结构的学习，促进学生写一手好字。

（4）教学要求：本课程教学组织分层分组，兼顾不同基础；运用示范、实践、讨论法；营造传统艺术氛围的教学环境；考核结合课堂表现、作品成果与文化理解，综合评价。

(5) 考核方式：考查课

33.传统图案（课程代码：7777770335，16 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，使学生在理解图案的设计背景的基础上，掌握图案的变化规律和形式美感的原理。

(3) 教学内容：“传统图案”课程以我国传统图案为主线，分别介绍图案的基础知识、图案构成的形式美法则、中国传统图案等。

(4) 教学要求：本课程教学组织分层分组，运用案例剖析、实操训练法；营造传统美学氛围；考核结合课堂参与、设计成果与文化解读，多元评定。

(5) 考核方式：考查课

34.民间工艺（课程代码 7777770211，16 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，传承民间工艺精髓，培养学生审美情趣与手工技艺，弘扬传统文化。

(3) 课程内容：“民间工艺”课程涵盖民间工艺历史、技艺介绍、实践操作、创新设计等多个方面。

(4) 教学要求：本课程教学组织分层分组，注重理论与实践相结合，强调工艺技巧与创意并重，确保教学安全有序。通过作品展示、技艺演示及课堂参与度进行综合评定，全面考察学生学习成果。

(5) 考核方式：考查课

35.中国戏曲（课程代码：7777770161，16 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，学生在实践中感悟中国传统文

化的魅力，锻炼身形姿态，领悟中国传统文化的博大精深。

（3）教学内容：“中国戏曲”课程重点介绍中国戏曲的形成与发展以及国粹京剧，注重学生实践。我们将开展京剧服饰展示实践与身形组合实践。

（4）教学要求：本课程教学组织按行当分组，差异化教学；采用观摩模仿、身段实践法；打造戏曲主题沉浸环境；考核结合唱念做打表现、理论认知综合评定。

（5）考核方式：考查课

36.中国近代歌曲合唱与指挥（课程代码：777777w211，16 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，使学生对音乐形成完整的概念，并能理解和掌握合唱的训练方法和手段、组织和指挥合唱队演唱中、小型作品，用正确指挥图示和准确的指挥手势引导合唱队表现作品。

（3）教学内容：“中国近代歌曲合唱与指挥”旨在使学生提高演唱多声部合唱作品的能力、培养学生的多声（和声、复调）音乐思维和感觉。

（4）教学要求：本课程教学组织分声部训练与整体合排；运用示范讲解、分层次练习法；布置专业合唱排练环境；考核结合演唱表现、指挥技巧及团队协作综合评价。

（5）考核方式：考查课

37.非遗文化欣赏（课程代码：7777777332，32 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，旨在传承与弘扬中华非物质文化遗产，提升学生对传统文化的认知与尊重。

（3）课程内容：“非遗文化欣赏”课程涵盖传统戏曲、传统茶艺、传统年画和传统木工四个模块。课程以在线上带领学生身临其境走进博物馆，感知非遗文化精髓，从课程非物质文化遗产的概述、分类、保护原则、传承方式以及具体案例分析等多个方面。通过理论讲解与实践操作相结合的方式，让学生全面了解非遗文化的魅力与独特之处。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

38.美术欣赏（课程代码：7777770030，32 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，本着根植中华优秀传统文化深厚土壤，汲取人类文明优秀成果为原则，引领学生树立正确的审美观念。

（3）教学内容：“美术欣赏”课程内容主要涵盖绘画，建筑，雕塑等方面的内容，提升学生美术作品鉴赏能力。

（4）教学要求：本课程采用分层与专题结合的教学组织，满足多元学习需求。运用案例分析、对比鉴赏与观摩教学法，深化理解。打造艺术氛围浓厚的教学环境，使用多媒体设备辅助教学。考核以课堂表现、赏析报告、小组研讨成果等多维度综合评价，提升审美素养。

（5）考核方式：考查课

39.音乐欣赏（课程代码：7777770040，32 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，使学生接受真善美的熏陶，激发爱国情感，民族自豪感油然而生，世界观、价值观、人生观由此受到影响，从而坚定文化自信，道路自信，中国传统文化发扬光大。

（3）教学内容：“音乐欣赏”课程内容包括音乐常识、中国民歌欣赏、中国民族器乐欣赏及西方经典音乐赏析。

（4）教学要求：本课程按音乐类型与风格组织教学模块，兼顾学生兴趣差异。采用作品赏析、视听结合、对比讨论的教学方法，增强参与感。使用音响设备与多媒体的沉浸式教学环境。考核通过课堂发言、赏析报告、小组展示进行综合评定，全面考查音乐鉴赏能力。

（5）考核方式：考查课

40.传统文化与现代经营管理（课程代码：777777w211，16 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，引导学生领悟传统智慧，通过传统文化的熏陶，培养学生的文化素养和哲学思维。同时，让学生掌握现代管理的理论与实践技能，提升其经营能力，为未来的职业生涯打下坚实的基础。

（3）教学内容：“传统文化与现代经营管理”课程主要以现代经营管理为主线，伴以中国传统文化中的史例实例，从传统文化、诸子百家和传统文学等多个角度了解和分析管理学的基本概念，并探讨商业发展中创新创业、团队建设、诚信建设、损益权衡和科学管理等现代经营管理面临的问题。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

41.文学欣赏（课程代码：7777770050，32 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，使学生接受艺术理论和艺术鉴赏活动的熏染，有助于学生树立正确的人生观、世界观、价值观。

(3) 教学内容：“文学欣赏”课程通过对中国古代文学经典与近现代优秀作品的感知鉴赏和中国文学史的梳理，使学生熟知悠久灿烂的中国文化与文学，培育学生的爱国情怀和民族自豪感，增进其文化自信。

(4) 教学要求：本课程教学组织采用分层分组模式，兼顾个体差异与合作探究；运用情境教学、比较分析等方法，激发审美感知；营造开放包容的课堂环境，鼓励多元解读；考核评价结合课堂表现、作品赏析报告与期末考核，全面考量文学鉴赏能力与批判性思维。

(5) 考核方式：考查课

42.公文写作规范（课程代码：777777336，16 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，教会学生掌握应用文写作规范，提高学生公文写作的文字表达能力。

(3) 教学内容：“公文写作规范”课程内容涵盖通知、报告、计划等文书写作，注重实战演练。

(4) 教学要求：本课程教学组织采用分层分组模式，兼顾个体差异与合作探究；运用案例教学、比较分析等方法；营造开放包容的课堂环境，鼓励多元解读；考核评价结合课堂表现、随堂应用文作品与期末主题大作业，全面考量应用文写作能力。

(5) 考核方式：考查课

43.大学语文（课程代码：7777777001，32 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：强化阅读与鉴赏能力，深入理解文学经典与文化内涵。提高写作与表达能力，掌握实用文体的规范与技巧。培养批判性思维，增强语言逻辑与文化自信。

(3) 教学内容：经典文本解析：精选古今中外文学名篇，探讨主题思想、语言艺术及社会价值。写作技能训练：涵盖议论文、应用文等文体写作，注重逻辑结构与语言表达。语言实践拓展：通过演讲、辩论等活动，提升口语表达与沟通能力。

(4) 教学要求：本课程安排在第五学期，教学组织采用分层分组模式，兼顾个体差异与合作探究；运用情境教学、比较分析等方法；营造开放包容的课堂环境，鼓励多元解读；考核评价结合课堂表现、课程报告与期末大作业，全面考量语文能力。

(5) 考核方式：考查课

44.团队管理（课程代码：7777777333，16 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，帮助学生掌握团队协作的核心技能，培养领导力与组织协调能力，为未来职业发展奠定基础。

(3) 教学内容：“团队管理”课程围绕项目或工作团队在管理过程中的理论基础、实践技能、案例分析、模拟演练四个方面内容递进式进行讲授。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的

方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

45.商业文化（课程代码：7777777334，16 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，帮助学生理解全球商业环境中的文化差异与价值体系，培养跨文化沟通能力与商业伦理意识，为未来职业发展提供文化视角支撑。

（3）教学内容：“商业文化”课程以商业文化的定义、要素及全球化背景下的发展趋势为切入点，通过区域商业文化比较、企业文化与品牌塑造、商业伦理与社会责任和案例研讨进行理论与实践相结合的教学。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

46.安全生产教育（课程代码：7777777337，16 学时）

（1）课程性质：公选课

（2）课程目标：通过课程学习，使学生掌握安全生产的基本知识、法规要求及应急处理技能。增强安全生产意识，严格遵守安全规范，有效预防和控制安全事故的发生。提升在安全生产中的实际操作能力，能够迅速、有效地应对各类突发情况。

（3）教学内容：“安全生产教育”课程专注于提升学生安全生产意识与技能的实用性课程。通过系统的理论讲解、实例分析和实践操作，旨在帮助学生全面掌握安全生产的基本知识、法规要求及应急

处理技能，确保员工在工作中能够严格遵守安全规范，有效预防和控制各类安全事故的发生。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

47.企业文化与职业素养（课程代码：7777777338，16 学时）

（1）课程性质：公选课

（2）课程目标：通过课程学习，提升学生个人职业素养，包括职业道德、职业态度、职业技能等。教会学生如何根据企业文化要求，调整个人行为，促进个人与企业和谐发展。为职业生涯的长远发展奠定坚实基础，提升职场竞争力。

（3）教学内容：“企业文化与职业素养”课程旨在提升职场人士对企业文化的理解力与职业素养，通过深入剖析企业文化的内涵、特点及其对职场发展的重要性，结合职业素养的全面提升，帮助学生更好地融入企业环境，促进个人职业成长与企业发展和谐统一。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

48.商务礼仪（课程代码：7777777339，16 学时）

（1）课程性质：公选课

（2）课程目标：通过课程学习，使学生能够深入理解并掌握在商务活动过程中所必需的礼仪知识，从而在实际的商业交流和工作中

表现出专业和得体的行为。

(3) 教学内容：“商务礼仪”课程的教学内容涵盖商务沟通技巧、会议礼仪、着装规范、商务邮件和信函的格式与礼节，以及如何在不同文化背景下进行有效的商务交流。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

49. 创新思维（课程代码：777777w061，16 学时）

(1) 课程性质：公选课

(2) 课程目标：通过课程学习，使学生掌握创新思维的核心理念和方法技巧，具备创新思维能力。提升观察力、想象力、联想力等创新基础能力，为创新实践提供有力支持。增强创新意识和创新精神，敢于尝试新事物，勇于挑战传统观念。为未来的学习、工作和生活奠定坚实的创新基础，提升竞争力。

(3) 教学内容：课程通过系统的理论讲解与实践案例分析，引导学生掌握创新思维的核心理念、方法技巧，以及在实际问题中的应用，为未来的学习、工作和生活奠定坚实的创新基础。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

50. 健康教育（课程代码：7777777005，16 学时）

(1) 课程性质：公选课

（2）课程目标：通过课程学习，使学生掌握健康的基本知识和技能，具备自我保健的能力。树立正确的健康观念，形成良好的卫生习惯和生活方式。提高心理素质和应对压力的能力，保持身心健康。为未来的学习和生活奠定坚实的健康基础。

（3）教学内容：“健康教育”课程旨在全面提升学生健康素养与自我保健能力的专业教育课程。通过系统的教学安排和科学的实践指导，帮助学生掌握健康的基本知识、技能和行为方式，培养健康的生活方式和良好的卫生习惯，为终身健康奠定坚实基础。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

51.沟通与表达（课程代码：7777777006，16 学时）

（1）课程性质：公选课

（2）课程目标：通过课程学习，旨在全面提升学生的沟通交流能力和语言表达艺术。课程将理论与实践紧密结合，通过系统化、结构化的教学，引领学生掌握有效沟通的核心秘诀与实战技巧，助力他们在各类场合中自信、精准地展现自我。

（3）教学内容：“沟通与表达”课程内容丰富全面，涵盖沟通的基础理论框架、倾听与反馈的深奥艺术、口头与书面表达的精炼技巧，以及非言语沟通的微妙作用。学生将深入学习如何构建逻辑清晰的沟通框架，如何运用恰到好处的语言和语气传递信息，如何在多变情境中灵活应对、游刃有余，以及如何利用非言语信号增强沟通的感染力和说服力。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

52. 个人形象设计（课程代码：7777777007，16 学时）

(1) 课程性质：公选课

(2) 课程目标：通过课程学习，提升学生独立进行个人形象设计的能力，无论是在职场、社交还是日常生活中，都能以得体的形象展现自我，提升自信与魅力。

(3) 教学内容：“个人形象设计”课程内容涵盖形象设计的基本原理、色彩搭配技巧、服饰风格选择、妆容与发型设计，以及仪态与气质培养等多个方面。通过系统的学习，学生将深入了解自身特点，如肤色、体型、气质等，并学会如何根据这些特点进行个性化的形象设计。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

(三) 专业课程

1. 专业基础课程

1.1 电子商务基础（课程代码：5307011215，30 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：计算机网络技术、WEB 浏览技术、网络安全技术、电子支付技术、物流管理技术、企业信息化技术、移

动商务技术等。

（3）对应的典型工作任务：视觉设计方向有平面设计和短视频制作，内容创作与运营方向有文案策划和新媒体运营，平面运营与推广方向有店铺运营和数字化营销，还有网店客服等。

（4）课程目标：通过本课程的学习，让学生掌握电子商务基本概念，电子商务从业人员的各项职责及行业与岗位规范，了解电子商务的应用范围和发展前景，熟悉电子商务行业发展现状及商业模式，在电子商务实践环节中强调创新意识，鼓励学生结合社会需求探索新模式，培养创业精神，同时培养学生具备实际就业中需要拥有的心理素质 and 职业素养。

（5）主要内容：电子商务基本概念、电子商务模式、电子商务基础技术、电子商务支付、电子商务安全、电子商务物流、移动电子商务、电子商务客户服务等。

（6）教学要求：采用案例教学与情景模拟，通过行业数据、职业案例和社会热点，将思政元素有机融入专业教学，形成“知识传授-能力培养-价值塑造”三位一体的育人模式。通过集中授课和小组研讨结合模式进行教学。教学方法采取案例式教学、探究式教学等方法。教学采用多媒体课件、视频资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、课堂提问和课堂/课后作业，期末成绩为期末考试总评。

（7）考核方式：考试课

1.2 市场营销（课程代码：5307011240，30 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：市场调研与分析、消费者行为分析、

用户画像、用户需求分析、目标市场选择、数字营销技术及品牌管理。

（3）对应的典型工作任务：进行市场调研与数据获取采集，分析市场的宏观环境及微观环境，完成 **PEST** 分析及 **SWOT** 分析；消费者市场分析，熟悉消费者心理，进行消费者购买决策过程分析；**STP** 分析，选择目标市场并制定营销策略；制定市场营销组合策略。

（4）课程目标：本课程通过系统讲授市场环境分析（含 **PEST**、**SWOT** 分析）、消费者行为研究（用户画像、购买决策）及 **STP** 目标市场定位，使学生掌握市场营销组合策略的设计与实施。通过课程的学习能够帮助学生夯实理论基础，激发学习兴趣和求知欲，为学生运营推广岗位课程学习及网络营销能力发展奠定基础。同时在学习分析过程中，引导学生认识社会，增强学生社会责任感，强调精益求精、追求卓越的工作态和工匠精神，实现文化自信的同时寻求创新；遵纪守法，履行道德准则和行为规范，提升社会参与意识；通过角色模拟与方案优化训练，提升自主思考、跨部门协作及数字化营销工具应用能力，结合实训项目，培养学生自主思考能力、团队协作意识和沟通协作能力。

（5）主要内容：市场环境分析、**SWOT** 分析、消费者市场分析、消费者购买决策分析、**STP** 分析、市场营销组合策略。

（6）教学要求：本课程以“理论结合实践”为核心，通过案例分析，掌握 **PEST** 分析、**SWOT** 分析、消费者购买决策过程分析及 **STP** 目标市场定位策略，完成对相关企业/产品的市场营销组合策略的制定，掌握产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略。结合企业真实案例与项目实训，强化学生数据采集、市场诊断及策略制定能力，注重培养工匠精神、创新意识与社会责任感。通过集中授课和小组研

讨结合模式进行教学。教学方法采取案例式教学、探究式教学等方法。教学采用多媒体课件、视频资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、课堂提问和课堂/课后作业，期末成绩为期末大作业。

（7）考核方式：考查课

1.3 直播电商（课程代码：5307011246，36 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：直播平台运营、内容制作（拍摄/剪辑）、实时互动技术、数据分析、短视频引流。

（3）对应的典型工作任务：策划直播脚本与选品策略、搭建直播间并调试设备；运营账号，短视频拍摄与制作，数据监控并复盘优化，短视频引流，直播合规与舆情风控。需掌握抖音罗盘等工具。

（4）课程目标：本课程全方位、多角度地讲解直播营销与运营必须掌握的知识与实战技能，分别从淘宝直播、抖音、快手和腾讯看点四大平台入手，介绍直播平台的特点和生态特征，讲解实操过程，并对典型案例进行了深度解析。将直播数字人的技术融入到课程中，授课中强调诚信经营、合法合规的价值观，培养学生科技向善意识及工匠精神。培养学生吃苦耐劳品质与团队协作能力。通过真实项目实操，塑造学生勇于担当、积极创新、实事求是的作风，夯实德技并修的高素质电商人才基础。

（5）主要内容：短视频的策划与制作、直播营销的形式、直播平台的类型，到直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品与规划，直播引流互动、数据分析。

（6）教学要求：本课程聚焦直播行业生态与职业能力培养，结

合新媒体时代传播特点，系统讲授直播策划、话语话术、内容创作及直播实施等核心知识。通过理论与实践结合，帮助学生掌握直播行业全链路运营技能，树立正确的行业价值观与社会责任意识，成长为适应数字经济时代需求的高素质直播运营专业人才。教学方法采取真实项目案例式教学、探究式教学等方法。教学采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、测试、作业、期末考试为大作业的形式，期末总评为平时成绩和期末考核各占 50%。

（7）考核方式：考查课

2.专业核心课程

2.1 互联网销售（课程代码：5307011217，72 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：电商平台运营、销售漏斗构建、客户服务与管理、客户关系管理、数据分析。

（3）对应的典型工作任务：销售方案执行与优化，包括销售目标与销售漏斗建立、销售管理工具千牛的运用、CRM 转化、客服销售数据分析与改进；客户关系管理，包括客服方案制定与优化、客户纠纷处理、智能客服系统训练、客户满意度与忠诚度管理。

（4）课程目标：本课程通过探知互联网销售模式变革、建立销售组织等任务学习，建立对互联网销售的整体认知，建立销售目标与销售漏斗；通过及时迎接客户、热情接待咨询等任务学习，培训售前售中客户服务的专业能力；通过主动服务咨询、及时核实问题等任务学习，培养售后客户服务的专业能力，妥善处理客户纠纷与客户投诉；通过客户服务数据指标统计等任务学习，培养数据思维，针对客服数

据进行统计分析与提升；通过客户分级管理、客户满意度管理等任务学习，培养客户关系管理的专业关键能力；完成智能客服平台训练，系统化提升售前售后客服话术。在项目任务实施过程中，塑造学生诚信友善、一切从实际出发的道德品质，积极向上的职业心态，全心全意服务客户的客户思维，严把细节的工匠精神，使学生具备精进的职业习惯和吃苦耐劳的岗位实践精神。

（5）主要内容：互联网销售模式变革、互联网销售认知、售前客户服务管理、售后客户服务管理、客服数据指标统计与提升、客户关系管理。

（6）教学要求：教学采用集中授课、真实项目案例讲解，以理论与实践结合为核心，掌握售前售后客服工作流程与客服话术，客服数据指标监控调整、客户关系管理；以项目实战了解电商平台实操，掌握千牛工作台及生意参谋等平台、软件的运用，提升学生实战能力；通过平台练习，掌握智能客服数据库设计过程。通过集中授课和小组研讨结合模式进行教学。教学方法采取案例式教学、探究式教学等方法。教学采用多媒体课件、智慧职教平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、平台学习，期末成绩为期末考试总评和客服话术手册。

（7）考核方式：考试课

2.2 网店运营（课程代码：5307011222，64 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：店铺搭建、数据分析、数字营销、网店日常管理、网店推广、店铺活动与策划。

（3）对应的典型工作任务：为网店运营，工作内容主要有运营

规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析。运用现代化办公软件、指数工具、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。

（4）课程目标：本课程融入网店运营推广职业等级标准，研究电商平台网店的运营推广技术，涵盖运营岗位典型工作任务的核心内容。通过对接企业项目工作任务，培养学生网店营销策划、网店运营和推广的必备岗位能力，强化学生的网店运营实操能力，培养学生具备较强的竞争意识，增强学生的创新意识和交流沟通能力，让学生关注客户消费的本质，全面提升自身素养。在课程中培养学生精益求精、求真务实的精神，培养学生在高强度工作状况下，任劳任怨，吃苦耐劳的精神，为学生今后走向社会，从事网店综合运营岗位的工作打下坚实的基础。

（5）主要内容：掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。能够进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。能够进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。

（6）教学要求：本课程聚焦电子商务领域核心能力培养，结合数字经济时代发展趋势，系统讲授网店开设、运营管理、营销推广等核心知识。通过理论与实操结合，帮助学生掌握电商全流程运营技能，树立诚信经营意识与创新精神，成长为适应数字商业生态的高素质网店运营专业人才。教学方法采取真实项目案例式教学、探究式教学等方法。教学采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，

平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、课堂作业和实践项目，期末成绩为期末考试总评。

(7) 考核方式：考试课

2.3.社群运营（课程代码：5307011253，64 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：涵盖新媒体平台、数据分析、营销工具应用及内容创作。

(3) 对应的典型工作任务：典型工作任务为社群运营，工作内容主要有社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析。运用社交软件、自媒体工具、短视频平台、办公软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。

(4) 课程目标：学生能独立完成社群从搭建到商业化的全流程，掌握数据驱动的运营策略，具备用户思维与团队协作能力。通过学习社群运营中的诚信经营、用户隐私保护等内容，培养学生树立正确的商业道德观和价值观，使其明白在商业运营中坚守诚信底线、尊重用户权益的重要性，增强社会责任感和职业操守。社群运营工作需要付出大量的时间和精力，从社群搭建初期的规划、内容创作，到后期的用户维护、数据分析等，都需要学生脚踏实地、吃苦耐劳，培养学生热爱劳动、尊重劳动成果的品质，树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念。

(5) 主要内容：主要包括社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析。

（6）教学要求：本课程助力学生掌握社群运营全流程能力，培养其正确的商业道德观与劳动观念。教学方法多样，案例式教学和探究式教学等。教学资源丰富，利用多媒体课件直观展示知识，线上平台资源提供案例、习题等供学生自主学习。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂提问表现、课下完成作业，期末成绩为期末考试总评。

（7）考核方式：考试课

2.4 数据化运营（课程代码：5307011226，64 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：电商数据分析认知、市场数据分析、产品规划、店铺数据监控与分析、利润分析和运营目标确定。

（3）对应的典型工作任务：数据化运营，工作内容主要有确定运营目标、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化、持续跟踪。

（4）课程目标：通过理实一体化的教学理念，使学生通过构建电子商务数据分析的整体知识框架，包括电子商务数据化运营认知、数据采集与处理方案制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与报告撰写。让学生掌握电子商务领域数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析，培养能够胜任大数据时代电子商务数据化运营工作的技能人才。

（5）主要内容：包括建立数据分析指标体系概念；掌握数据分析的方法与方法论，能根据数据运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据；运用数据分析工具，对市场数据、客户数据、运营数据、销售数据、供应链数据进行全过程分析及可视化呈

现；撰写数据分析报告，提出运营优化和改进建议。

（6）教学要求：本课程采用“企业真实数据集+虚拟仿真”双轨模式，依托电商后台数据（如天猫、京东）开展实训，同时通过学习《中华人民共和国电子商务法》相关法规，培养数据保密意识，帮助大学生提升思想道德素质和法治素养。教学方法采取案例式教学、探究式教学和专题式教学等方法。教学采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、平台实训和项目实践，期末成绩为期末考试总评。

（7）考核方式：考试课

2.5 视觉营销设计（课程代码：5307011352，64 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：视觉设计、数字媒体设计、三维视觉设计、摄影与图像处理、视频编辑与影视特效、交互设计与用户体验、印刷与制作。

（3）对应的典型工作任务：品牌形象设计、品牌延展设计；线上媒介视觉设计；电商平台视觉设计、社交媒体视觉设计、官网与移动端视觉设计；线下媒介视觉设计，广告物料设计、零售空间视觉设计；营销活动视觉支持，活动主题视觉开发、视觉内容动态化；用户体验与数据优化，视觉效果测试与迭代、跨平台适配设计。

（4）课程目标：系统掌握视觉营销的核心理论，包括视觉心理学、色彩营销理论、构图法则、消费者行为学等，理解视觉元素如何影响消费者心理与购买决策。熟悉视觉营销设计涉及的平面设计、数字媒体、三维建模、视频剪辑等技术领域，了解各技术在实际营销场景中的应用方向与局限性。熟练运用 Photoshop、Illustrator、After

Effects、C4D 等设计软件，完成海报、包装、电商页面、短视频等视觉物料的全流程设计与制作。能够结合品牌定位与营销目标，独立策划视觉方案，例如设计节日促销主 KV、搭建线上店铺视觉体系、制作沉浸式线下展陈空间。培养创意思维，能够突破传统设计框架，结合流行趋势打造差异化视觉内容，同时具备良好的审美判断与艺术表现力。在模拟项目或实际案例中，锻炼与营销、产品、开发等跨部门协作的能力，清晰表达设计思路，有效整合多方需求。树立版权意识，规范使用素材资源；建立商业设计思维，平衡创意与成本、效率之间的关系，适应行业岗位要求。掌握不同媒介（线上 / 线下、移动端 / PC 端）的视觉设计规范，确保设计在多渠道呈现时的一致性与有效性。

（5）主要内容：依托视觉心理学、色彩营销理论及消费者行为学，通过专业设计促进营销转化。运用图形、字体等技术创作海报、包装等二维元素，借助 UI 与动态视觉设计，以 GIF、短视频吸引用户。开展产品摄影及后期处理，结合剪辑制作广告；构建品牌视觉体系，设计标志等元素，制定识别手册，开发 IP 周边，强化品牌辨识度。针对电商平台、社交媒体等线上渠道，优化页面布局、商品展示；制作线下物料营造场景。围绕营销活动，创作主 KV、动态海报等视觉内容，提升线上营销效果。

（6）教学要求：全面讲解视觉心理学、色彩营销理论、消费者行为学等基础理论，结合案例剖析理论在实际营销场景中的应用，帮助学生建立完整的理论框架。定期更新教学内容，引入前沿动态，引导学生关注技术变革对视觉营销的影响，培养创新思维。通过小组讨论、案例分析等方式，鼓励学生运用理论知识分析现有视觉营销案例

的优缺点，提升理论应用能力。设置平面设计、数字媒体设计、三维视觉设计等不同模块的实践项目，涵盖海报制作、UI 设计、产品三维建模等内容，锻炼学生在多样化营销场景下的设计能力。引入真实企业项目或模拟商业案例，让学生经历从需求分析、方案设计到成果交付的完整流程，培养学生解决实际问题的能力和团队协作精神。采用讲授法、案例教学法、项目教学法、小组合作学习法等多种教学方法，激发学生学习兴趣；利用在线教学平台开展翻转课堂，增强师生互动。教学方法采取案例式教学、探究式教学和专题式教学等方法。教学采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、平台实训和项目实践，期末成绩为期末考试总评。

（7）考核方式：考试课

2.6 网络营销（课程代码：5307011223，64 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：店铺运营、全渠道营销、运营方案策划与执行。

（3）对应的典型工作任务：营销活动策划与执行，工作内容主要有市场分析、活动主题与目标确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、活动过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结。

（4）课程目标：本课程研究应用各种互联网工具为企业制定和实施网络营销策划方案。课程对接网店运营专员、运营主管、运营经理等岗位的典型工作任务，融入电子商务行业综合运营推广岗位标准，在企业项目实践过程中依据企业推广目标，选择合理的营销方法和推广方式，进行网络营销推广方案的制定与实施，并能够对网络营

销推广方案的效果进行评估与优化。通过本课程的学习，学生不仅能够熟练掌握网络营销的专业技能，具备在数字化时代从事营销工作的能力，还能在课程思政与劳动教育的熏陶下，树立正确的价值观和劳动观，成为德才兼备的网络营销专业人才，为培养具有良好沟通与组织协调能力的电商综合运营推广岗位能手奠定坚实基础。

（5）主要内容：市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则，分析与评估市场，确定活动主题与活动目标，策划营销活动方案；整合各类资源，分解活动任务；开展整合营销与广告投放；跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案；评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案。

（6）教学要求：将思政元素巧妙融入网络营销的各个环节。让学生领悟企业在追求经济利益的同时，也要履行社会责任，如助力公益事业、推动环保行动等，从而增强学生的社会责任感和使命感。学生需深入参与市场调研，亲自收集和分析数据，了解行业动态与消费者需求，体会劳动中的信息收集与整理过程。在网络营销策划实践中，学生需团队协作完成从创意构思、方案制定到执行推广的全过程，培养其团队合作精神、沟通能力以及解决实际问题的能力，让学生在劳动实践中掌握网络营销技能，感受劳动带来的成果与满足。通过大班授课和小组研讨结合模式进行教学。教学方法采取案例式教学、探究式教学和项目式教学等方法。教学采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、学习笔记、课堂提问和课堂/课后作业和实践项目，期末成绩为期末考试总评。

(7) 考核方式：考试课

3.专业拓展课程

3.1 新媒体营销（课程代码：5307011224，48 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：内容生产与传播的工具技术、精准运营的数据技术与智能技术等。

(3) 对应的典型工作任务：涉及岗位成长与职业规划、新媒体平台操作、内容运营、社群运营、短视频运营和新媒体营销策划等六个典型工作任务。

(4) 课程目标：研究并训练新媒体平台的开发与运营技术。通过分析新媒体发展趋势和社交网络特性，运用新媒体平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理，根据新媒体运营特点完成促销活动、品牌推广活动和移动营销活动，完成自媒体平台后台设置、社群的搭建及常规运营工作。在岗位业务实践中归纳项目运作思路，活动策划与实施流程，内容运营、社群运营和短视频运营方法，为从事运营推广岗位工作奠定基础。

(5) 主要内容：设置五个学习项目“新媒体平台操作”、“内容运营”、“社群运营”、“短视频运营”与“新媒体营销策划”承担 13 个工作任务，覆盖 27 个职业能力，实现教学过程与生产过程对接，学徒的理论学习与岗位培训、实作对接，课程考核与岗位业绩和行业企业认证对接。

(6) 教学要求：本课程以内容运营、社群运营、短视频运营等真实工作任务设计学习情景，同时通过学习《中华人民共和国电子商务法》相关法规，培养数据保密意识，帮助大学生提升思想道德素质

和法治素养。教学方法采取案例式教学、探究式教学和专题式教学等方法。教学采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、平台实训和项目实践，期末成绩为期末考试总评。

（7）考核方式：考查课

3.2 项目管理（课程代码：5307011261，48 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：项目管理工具、流程管理、数据分析、电商系统部署及风险管理技术。。

（3）对应的典型工作任务：电子商务项目策划、电子商务项目管理、商务网站策划、商务网站建设管理、商务网站运营管理、电子商务推广实用工具与方法。

（4）课程目标：本课程研究电子商务项目管理岗位工作流程、处理业务的方法及基本项目管理手段。训练学生具有从事电子商务项目时间（进度）、质量及成本（费用）管理的初步能力。围绕岗前知识准备，项目管理方法的基本灵活运用，培养学徒的电子商务项目正确立项能力，制定决策能力，合理组织能力，进行正确项目实施的能力。

（5）主要内容：本课程运用电子商务项目管理的实际操作和分析的研究案例，更加贴近企业实际工作任务，重点从电子商务项目管理的策划、建设、管理、实施等几个方面着手，项目管理逻辑层次分明，让学生在学的同时，体会到电子商务项目管理过程中各知识点的联系，从而灵活运用各知识点完成具体的工作学习项目。本课程采用项目式教学，每个项目由多个具体任务组成。每个任务又包含学习

提示、任务要点、任务目标、任务要求、任务过程和任务成果等内容。组织学生学习教育商务项目管理相关理论、技能和工具，使学生掌握有效运用电子商务项目管理知识解决实际问题的能力，从而更好地适应社会的发展。

（6）教学要求：融入社会主义核心价值观教育，引导学生树立正确的职业道德观和价值观。通过实际案例分析，让学生深刻理解在项目管理中诚信、负责、团队协作的重要性，培养学生的社会责任感和敬业精神，使其明白项目管理不仅是追求经济效益，更要注重社会效益和对社会的贡献。教学方法多样，采取案例式教学、探究式教学等方法。教学资源丰富，采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、课后作业，期末成绩为期末考试总评。

（7）考核方式：考查课

3.3 零售门店 O2O 运营（课程代码：5307011245，48 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：运营、全渠道营销、O2O 销售。

（3）对应的典型工作任务：新零售运营、新零售数据赋能以及新零售综合实训项目。

（4）课程目标：本课程是电子商务专业在运营推广岗位方向开设的必修课程，围绕零售门店 O2O 运营核心内容，深度融合课程思政与劳动教育理念，构建理论实践一体化教学体系。以线上线下融合的零售模式为研究对象，系统讲解 O2O 运营策略，包括数字化营销、全渠道用户体验优化、线上线下协同等内容，帮助学生掌握从门店数字化转型规划到社群运营、私域流量管理的全流程运营技能。

(5) 主要内容：新零售运营、新零售数据赋能以及新零售综合实训项目。

(6) 教学要求：通过剖析本土零售品牌借助 O2O 实现创新发展的案例,展现中国商业智慧与民族品牌崛起之路,厚植学生家国情怀;结合新零售行业诚信经营、社会责任履行等典型事例,引导学生树立正确的商业伦理观与价值观。劳动教育贯穿课程始终,设置门店线上线下运营实操、促销活动策划执行等实践环节,让学生在选品上架、直播带货、客户服务等具体劳动中,感悟劳动创造价值的真谛,培养吃苦耐劳精神与工匠精神,提升解决实际问题的能力,助力学生成长为德技并修、全面发展的新零售行业高素质应用型人才。

教学方法多样,采取案例式教学、探究式教学等方法。教学资源丰富,采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化,平时成绩和期末成绩相结合,平时成绩包括考勤、课堂表现、学习笔记、课后作业和实践项目,期末成绩为期末考试总评。

(7) 考核方式:考查课

3.4 零售基础(课程代码:5307011216,32 学时)

(1) 课程性质:专业选修课

(2) 涉及的主要技术领域:店铺运营、策划、活动规划、全渠道营销。

(3) 对应的典型工作任务:认识新零售、新零售商业模式、新零售运营

(4) 课程目标:本课程是电子商务专业在运营推广岗位方向开设的选修课程,以提升学生对新零售的全面认知为核心,全面、系统地阐述了新零售相关知识,研究新零售的内涵、特征、商业模式及业

务流程等相关知识，涵盖运营岗位典型工作任务的基础内容，选取典型企业的实际案例进行深入分析，理论与实际相结合，让学生在理解新零售相关知识的基础上，进一步提升新零售应用能力，增强学生的创新意识和交流沟通能力。通过本课程的学习，学生不仅能够系统掌握新零售基础理论知识与专业技能，具备从事新零售行业相关工作的能力，还能在课程思政与劳动教育的滋养下，树立正确的价值观与劳动观，以积极的态度、专业的素养投身于新零售行业，为学生今后走向社会，从事综合运营岗位的工作打下坚实的基础。

（5）主要内容：新零售的内涵及特征、新零售商业模式、新零售运营。

（6）教学要求：将思政元素融入课程的各个环节。通过剖析行业内正反案例，引导学生树立诚实守信、公平竞争的价值观念，深刻认识到诚信经营是新零售企业立足之本。劳动教育贯穿课程始终，通过实际操作，让学生体会销售服务工作的复杂性与重要性，培养学生的沟通能力、应变能力以及服务意识，让学生明白每一次与顾客的交流都是一次劳动的付出，都需要用心对待。通过大班授课和小组研讨结合模式进行教学。教学方法采取案例式教学、探究式教学等方法。教学采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、学习笔记、课堂提问和课堂/课后作业，期末成绩为期末考试总评。

（7）考核方式：考查课

3.5 商务数据分析（课程代码：5307011225，32 学时）

（1）课程性质：专业选修课

（2）涉及的主要技术领域：数据采集、清洗、分析工具

（Python/BI）及统计方法应用。

（3）对应的典型工作任务：包括数据采集和数据处理的知识、方法和工具；通过数据平台、问卷调研等工具或途径获取电子商务企业内、外部数据。能够根据数据分析的目的和主题，通过 Excel 等数据处理工具对采集到的数据进行处理与基础分析。能够监测企业经营数据，及时发现数据异常，完成数据图表、报表制作。

（4）课程目标：培养学生在电子商务推广营销过程中，用数据化的思维去分析问题，解决问题，预测问题，为店铺提供更加科学的数据化决策，为以后从事电子商务综合运营岗位工作奠定基础。

（5）主要内容：数据采集数据全流程处理（采集、清洗）、统计与分析方法（回归、RFM 等）、工具应用（Excel/Python/BI）。

（6）教学要求：以电商数据分析认知、市场数据采集、处理，数据计算方法，图表制作、分析，日常数据监控与分析及店铺运营数据异常处理等工作任务设计学习情景，同时通过学习《中华人民共和国电子商务法》相关法规，培养数据保密意识，帮助大学生提升思想道德素质和法治素养。教学方法采取案例式教学、探究式教学和专题式教学等方法。教学采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、平台实训和项目实践，期末成绩为期末考试总评。

（7）考核方式：考查课

3.6 图形图像处理（课程代码：5307011242，32 学时）

（1）课程性质：专业选修课

（2）涉及的主要技术领域：图层、抠图、调色、矢量绘制及特效合成技术。

（3）对应的典型工作任务：色彩校正与风格化处理、瑕疵修复与内容优化、构图调整与尺寸适配、品牌视觉元素设计、印刷物料设计制作、图标与界面元素设计、广告创意合成制作、虚拟背景与场景搭建、GIF 动图与短视频制作、多平台格式转换与优化、印刷品输出与质量把控、素材库管理与版权维护。

（4）课程目标：培养视觉审美与优秀案例分析能力，激发创新思维突破传统框架创作独特内容；树立版权意识规范用素材，强化时间管理与团队协作。掌握图形图像软件原理（矢量/位图区别、色彩模式转换、压缩算法），熟练 PS 图像编辑合成特效、AI 矢量图形与品牌设计；能独立完成创意合成、广告海报、产品三维展示等任务，运用色彩/构图/特效设计符合品牌调性的作品；灵活解决图像偏色、合成不协调等问题，掌握格式转换、压缩优化、印刷输出，确保多平台适配；跟踪 AI 图像生成等行业新技术，更新技能保持竞争力。

（5）主要内容：以 PS/AI 为核心，图层/抠图/调色（PS）及矢量绘制/排版（AI）；平面设计、电商产品图优化；RGB/CMYK、版权规则，建立素材库提升复用效率。

（6）教学要求：在教学过程中融入职业素养教育，强调时间管理、工作责任心、沟通协作能力的重要性；模拟企业工作流程，培养学生的项目管理与执行能力。设置专门的版权课程模块，讲解图像素材的版权规则、侵权风险及法律责任；引导学生使用正版素材，教授合法获取素材的渠道与方法，树立尊重知识产权的意识。构建完整的图形图像处理理论框架基础知识，结合实际案例讲解理论在设计中的应用，帮助学生理解技术背后的逻辑。内容更新与拓展：定期引入行业前沿知识，如 AI 图像生成技术、虚拟现实中的图形处理应用等，

拓宽学生视野，培养对新技术的敏感度。教学方法采取案例式教学、探究式教学和专题式教学等方法。教学采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、平台实训和项目实践，期末成绩为期末考试总评。

(7) 考核方式：考查课

3.7 网络与信息安全（课程代码：5307011540，32 学时）

(1) 课程性质：专业选修课

(2) 涉及的主要技术领域：网络与信息安全涉及加密、防火墙、入侵检测等。

(3) 对应的典型工作任务：电子商务平台安全漏洞扫描与修复、用户隐私数据加密传输与存储方案设计、企业信息系统安全等级保护定级与整改、恶意软件感染后的系统清理与加固。

(4) 课程目标：掌握信息安全的基本概念、基本理论、基本攻防技术，掌握计算机恶意代码及防治、安全操作系统、密码学、防火墙、入侵检测系统、安全协议、VPN、系统容灾。培养学生对信息安全面临的威胁，应对的安全手段有一个总体上的认知和把握，树立数据安全合规意识，培养攻防对抗中的伦理判断能力。

(5) 主要内容：安全法律法规、攻击技术、防御体系、密码应用、应急响应。

(6) 教学要求：以企业真实营销项目为载体，学生分组完成信息安全攻击与防治的模拟训练，熟练掌握安全操作系统，能够运用入侵检测系统防治恶意攻击，增强学生对信息安全的重视承诺，增强法律意识，深化职业道德。通过集中授课和小组研讨结合模式进行教学。

教学方法采取案例式教学和专题式教学等方法。教学采用多媒体课件、视频资源等形式。考核评价多元化,平时成绩和期末成绩相结合,平时成绩包括考勤、课堂表现、课堂提问和课堂作业,期末成绩为信息安全综合模拟项目报告。

(7) 考核方式: 考查课

3.8 移动商务 (课程代码: 5307011554, 32 学时)

(1) 课程性质: 专业选修课

(2) 涉及的主要技术领域: 移动应用开发、UI/UX 设计、移动支付及数据安全。

(3) 对应的典型工作任务: 移动商务的概念及发展历程、移动商务的技术基础、移动商务的商业模式、移动商务的运营策略。

(4) 课程目标: 本课程聚焦于移动互联网与商务活动的深度融合,旨在培养学生掌握移动商务领域的前沿知识与关键技能。通过理论讲解与丰富的实际案例分析,让学生深入理解移动商务运营逻辑。同时,注重培养学生运用移动商务技术解决实际问题的能力,如商务数据分析、移动应用开发基础、移动端营销策划等。

(5) 主要内容: 本课程讲解移动商务的各种基本问题,全面覆盖移动商务的概念、发展历程、技术基础(如 5G、物联网、移动支付等)、商业模式(如 O2O、移动社交电商等)及其运营策略。通过熟悉移动商务产品和服务,培养学生对移动商务业务的管理和服务能力。

(6) 教学要求: 将社会主义核心价值观、职业道德规范等融入教学内容。在课程中引导学生思考企业社会责任,探讨如何在追求商业利益的同时保障消费者权益,培养学生的诚信意识与社会责任感;

通过讲述行业发展历程中创新者的故事，激发学生的爱国情怀与创新精神，树立正确的价值观与职业观。劳动教育也是本课程的重要组成部分。让学生在实践中体会劳动的价值，培养学生的团队协作能力与艰苦奋斗精神，使其具备适应未来职场挑战的综合素质，成为德才兼备的移动商务专业人才。教学方法多样，采取案例式教学、探究式教学等方法。教学资源丰富，采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、学习笔记、课后作业和实践项目，期末成绩为期末考试总评。

(7) 考核方式：考查课

3.9 互联网产品开发（课程代码：5307011254，32 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：数据挖掘、需求分析、原型设计与产品开发技术。

(3) 对应的典型工作任务：互联网及电商产品开发、产品需求挖掘与数据分析、电子商务产品选品、产品渠道测试与发布

(4) 课程目标：帮助学生掌握 PEST 和 SWOT 分析方法，熟练运用大数据分析，分析行业集中度、竞店及竞品情况、消费者画像，了解客户需求；能够分析产品投放的投资回报率，进行数据化选品，制定互联网产品战略规划和开发方案；开展互联网产品开发，对供应商进行分析与管理；选择产品发布渠道，撰写产品渠道测试报告。本课程注重将专业能力培养与职业素养塑造深度融合：通过分析国家“数字经济”“乡村振兴”等战略导向下的行业发展机遇，在行业研究、需求洞察中深化对“以人民为中心”发展思想的理解，厚植服务国计民

生的责任意识；在数据化选品与产品规划环节，融入"创新是第一动力"的理念，激发学生以技术创新驱动产业升级的使命感；在供应商管理与渠道运营实践中，强化"诚信为本、合规经营"的市场伦理，培育公平竞争、服务社会的职业品格；通过团队协作完成产品开发任务，体会"众人拾柴火焰高"的集体主义精神，锤炼坚韧不拔、精益求精的工匠作风。

（5）主要内容：市场数据分析、挖掘客户需求、明确目标客户画像及市场定位、数据化选品、互联网产品开发、供应商管理、产品发布渠道测试。

（6）教学要求：本课程以理论加实践为核心，以数据驱动产品为主线，通过 PEST/SWOT 分析、大数据工具（如行业集中度分析、竞品对标、用户画像建模）及投资回报率测算，培养学生从需求挖掘、数据化选品到产品发布的全流程管理能力。通过案例分析，要求学生掌握供应商评估与合规筛选、产品渠道测试方案设计及供应链协同技能，强化数据决策与风险管控意识。教学中融入社会主义核心价值观教育，注重工匠精神与团队协作能力培养。通过集中授课和小组研讨结合模式进行教学。教学方法采取案例式教学、探究式教学等方法。教学采用多媒体课件、视频资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂提问和实训项目报告/作业，期末成绩为期末考核成绩。

（7）考核方式：考查课

3.10 电子商务法律法规（课程代码：5307011542，32 学时）

（1）课程性质：专业选修课

（2）涉及的主要技术领域：电子签名、数据隐私、网络支付及

电子合同等。

（3）对应的典型工作任务：电商企业合规与风险管理，企事业单位电商法务与运营中的运营监管与网络管理，政府及监管机构职责中市场监督与纠纷调处，监管网络交易行为及处置消费者维权投诉。

（4）课程目标：学生通过该课程的学习能理解电子商务法律的基本术语，具有分辨法律问题归属的能力；掌握电子商务网络支付结算、互联网广告、电子商务知识产权和电子商务消费者权益保护的法律法规。在今后工作中坚持具有诚实守信的职业道德和敬业精神，会识别电子商务法中违法行为，具有独立分析和解决电子商务法律问题的能力。

（5）主要内容：主要阐述了电子商务法概述、电子商务主体法律法规、电子合同的法律法规、电子支付的法律法规、电子商务安全交易的法律法规，电子商务税法，电子商务消费者权益保护法，电子商务知识产权的法律法规等。

（6）教学要求：本课程针对大学生成长过程中面临的思想道德与法治问题，开展马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观教育，帮助大学生提升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。通过集中授课和小组研讨结合模式进行教学。教学方法采取案例式教学、探究式教学等方法。教学采用多媒体课件、视频资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂提问和实训项目报告/作业，期末成绩为期末考核成绩。

（7）考核方式：考查课

3.11 现代物流管理（课程代码：530701555，32 学时）

（1）课程性质：专业选修课

（2）涉及的主要技术领域：自动化仓储、智能分拣、物联网及物流信息系统。

（3）对应的典型工作任务：物流企业的战略规划与决策、物流组织结构设计与优化。

（4）课程目标：本课程是将一般的管理原理与物流企业的工作内容结合应用。通过现代物流管理课程的学习，学生应能掌握一般物流企业的运作流程，对企业生产经营管理的工作内容有一定的了解；能对物流企业的经营决策与计划管理、企业形象设计、物流的作业、质量、物资、设备设施、资本营运、人力资源等方面的管理工作有综合的认识，并以管理者的身份进行分析，提高管理技能；提高学生发现问题、分析问题、解决问题的能力。

（5）主要内容：本课程将现代企业管理理论方法与物流的经营管理结合，系统反映现代物流管理特点、经营管理活动、管理体系和基本规律等。内容包括物流管理概述、物流战略管理、物流组织设计、物流人力资源管理、物流财务管理、物流市场营销管理等。通过实际案例分析和模拟企业管理项目，学生将学习如何进行物流的管理。

（6）教学要求：理解物流管理的基本概念和理论；积极参与课堂讨论和案例分析，提高实际操作能力；按时完成作业和实践任务，包括企业物流管理方案设计、案例分析报告等。通过集中授课和小组研讨结合模式进行教学。教学方法采取案例式教学、探究式教学等方法。教学采用多媒体课件、视频资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂提问和实训项目报告/作业，期末成绩为期末考核成绩。

(7) 考核方式：考查课

(四) 实践性教学环节

1. 实训

1.1 销售方案执行与优化（课程代码：5307011364，60 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：销售策略制定、千牛工作台等平台软件运营、数据分析与可视化、客户关系管理、人工智能应用

(3) 对应的典型工作任务：客户数据采集与分析、客户分级管理、营销方案的制定、人工智能应用、监控销售数据、动态调整策略。

(4) 课程目标：能够进行数据采集与分析，针对客户进行分级管理并制定营销策略，精准触达客户；掌握社群运营等客户关系管理软件与方法；掌握数据分析与可视化，监控销售数据，并动态调整；熟练运用人工智能技术，熟悉智能算法推荐，自动化营销工具，数字人短视频与直播，熟练使用智能工具提升营销效率。通过课程学习，培养学生能独立完成从方案设计到执行优化的全流程，在实践过程中培养学生数据敏感度、风险预判能力及“客户第一”的服务理念，强化团队协作与抗压能力。

(5) 主要内容：数据采集与分析、客户分级管理、人工智能技术运用、销售策略制定与调整

(6) 教学要求：以企业真实营销项目为载体，学生分组完成全案策划、执行与复盘，要求掌握千牛后台数据看板、数据可视化分析及 AI 工具辅助决策；跨学科融合，融入供应链管理（库存预警）、财务知识（预算分配）及法律合规（广告禁用词库）；增强对学生的正确价值观引导，强调诚信经营、用户隐私保护，通过案例讨论（如

虚假宣传处罚)深化职业道德。通过集中授课和小组研讨结合模式进行教学。教学方法采取案例式教学、探究式教学等方法。教学采用多媒体课件、视频资源、实训平台等形式。考核评价多元化,平时成绩和期末成绩相结合,平时成绩包括考勤、课堂表现、课堂提问和课堂/课后作业,期末成绩为实训平台报告。

(7) 考核方式:考查课

1.2 营销活动策划与执行实训(课程代码:5307011343,60学时)

(1) 课程性质:必修课

(2) 涉及的主要技术领域:包括网络营销方案设计、网店视觉设计以及网店推广等模拟企业经营等多方面技术领域。

(3) 对应的典型工作任务:平台店铺的“店铺标志、店铺招牌、商品分类、广告图、轮播图、商品推荐”的设计与制作,“商品展示类、吸引购买类、促销活动类、实力展示类、交易说明类、关联销售类”的设计与制作,制定和调整经营策略,获取网店流量,开展促销活动、制定商品价格,提升转化率,规划资金需求、控制成本。

(4) 课程目标:通过对模拟店铺进行经营,全面培养学生的电子商务操作能力、管理能力、维护能力和综合运用电子商务以及用现代化手段进行经济活动分析能力。使学生在校学习期间,就通过进行模拟性任务的方式亲身实践电子商务企业整体经营,使理论与岗位要求“零距离”结合,加深对电子商务含义的理解和电子商务的运行模式的理解,为培养符合网商要求的电子商务实用人才打下良好基础。

(5) 主要内容:校企共同开发,基于运营推广岗位典型工作过程进行学徒工作项目的设定,突出学生在电子商务企业经营过程中技术能力的培养。以网络客户接待、网络营销方案设计、网店页面设计

以及网店推广等模拟企业经营工作任务设计学习情景。

（6）教学要求：运用现代教学技术手段，利用多媒体课件、音频资料、视频资料、图片资料开展教学，同时通过学习《中华人民共和国电子商务法》等各项相关法规，培养管理、开拓创新能力，帮助大学生提升思想道德素质和法治素养。教学方法采取案例式教学、探究式教学和专题式教学等方法。教学采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、平台实训和项目实践，期末成绩为期末考试总评。

（7）考核方式：考查课

1.3 全渠道营销推广（课程代码：5307011263，60 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：涵盖主流电商平台、社交媒体、内容平台及私域工具的营销玩法与流量互通逻辑，涉及 SEO 优化、信息流广告投放、KOL 合作、直播带货及数据中台应用。

（3）对应的典型工作任务：多平台账号矩阵搭建、跨平台流量分发策略：公域流量向私域导流路径设计、营销活动全案策划、用户行为追踪分析、营销 ROI 动态优化。

（4）课程目标：学生能够独立完成多平台营销资源整合、跨渠道用户旅程设计及营销效果动态优化，掌握“公域引流-私域沉淀-全域复购”的闭环运营能力，通过学习，学生具备跨部门协作与资源协调能力。培养学生诚信营销、依法推广意识，弘扬商业正能量；劳动中，锤炼吃苦耐劳精神，在项目实战里提升实操能力，强化团队协作劳动意识。

（5）主要内容：全渠道营销战略规划、公域平台玩法拆解、私域流量承接设计、跨平台数据监测与分析、营销自动化工具应用。

（6）教学要求：本课程助力学生掌握社群运营全流程能力，培养其正确的商业道德观与劳动观念。教学方法多样，案例式教学和探究式教学等。教学资源丰富，利用多媒体课件直观展示知识，线上平台资源提供案例、习题等供学生自主学习。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂提问表现、课下完成作业，期末成绩为期末考试总评。通过本课程，学生不仅能提升专业技能，更能树立正确的价值观，增强社会责任感，成为有担当的社群运营人才。

（7）考核方式：考查课

2.实习

2.1 岗位实习（课程代码：530701136a/b，720 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：以培育学生综合职业能力为核心，聚焦职业素养与工匠精神养成。通过真实岗位实践，强化岗位技能、工程实践能力和创新意识，促进课堂理论、职业技能与行业需求精准对接。课程坚持校企协同育人，融入课程思政元素，引导学生树立正确的劳动价值观。建立校企双元评价机制，动态跟踪岗位适应力与任务完成度，确保实习目标与人才培养方案、行业技术发展同步，实现“学做创”一体化培养。

（3）主要内容：第五学期课程以熟悉电子商务的工作过程，熟练掌握电子商务的各种岗位技能，掌握电子商务活动相关的操作环节及程序，在岗位实践锻炼的过程中提高学生的动手操作能力等综合素

质。第六学期的岗位实习，通过面向不同专业岗位进行毕业实习，使学生已有的知识、技能得到有效的迁移并最终走向整合，形成专业能力、方法能力、社会能力和实践能力。

（4）教学要求：以深化产教融合为核心，强调理论与实践结合。学生需在合作企业真实岗位中完成项目实践，通过校企双导师指导，掌握岗位技能、行业规范及职业素养。教学过程需实施动态管理，建立包含企业评价、过程记录和成果考核的多元评价体系，强化岗课赛证融通，提升学生综合职业能力。

（5）考核方式：考查课

2.2 毕业作品（课程代码：5307011362，120 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：以职业能力提升为主线，聚焦专业综合应用与创新实践。通过真实项目或典型任务驱动，要求学生独立完成毕业作品，强化知识整合、技术应用与问题解决能力。课程融入思政元素与行业前沿，依托校企双导师指导，推动成果转化与职业规范养成。建立“过程+成果”多元评价体系，突出创新意识、工匠精神与可持续发展理念，实现学习成果与岗位需求、行业标准有效衔接。

（3）主要内容：本课程是学生结束全部课程学习后，在教师指导下，结合岗位实习实践，运用所学理论知识和工作技能，分析、研究和解决实际问题，使学生巩固、扩大和深化所学知识，对能力进行更高层次的综合训练。毕业作品的撰写环节对学员的综合能力进行一次全面的训练及考核。通过本课程的学习培养学生树立社会主义核心价值观和正确的世界观、人生观、价值观，具有鲜明的是非观、具有健全的人格；培养学生的整合思维，提升学生的综合能力，培养学生

严谨细致、统筹全面的工作作风。

（4）教学要求：以实践创新为导向，强化学产研协同。需落实校企双导师制，明确选题贴近行业技术需求，强化过程跟踪与动态指导。作品须符合专业规范，体现技术创新、工艺优化或社会服务价值，严格审核原创性与可行性。构建“方案评审+过程记录+成果”多元评价体系，融入思政与职业伦理考核，确保成果达到行业应用标准，助力学生实现学习成果向职业能力转化。

（5）考核方式：考查课

八、教学进程总体安排

（一）教学计划进程表

具体教学计划进程安排详见附表1《电子商务专业教学计划进程表（2025级）》。

（二）教学环节分配表

具体教学环节分配情况详见附表2《电子商务专业教学环节分配表》。

（三）理论教学与实践教学比例配置表

具体理论教学与实践教学学时及占总学时比例详见附表3《电子商务专业理论教学与实践教学比例配置表》。

九、师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一个标准。

（一）队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于25:1，“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%，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。

目前，本专业现有任课教师 17 人，其中，专任教师 11 人；兼职教师 6 人，占比 35%；双师型教师 11 人，占比 65%。

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

表 1 专业师资队伍一览表

专任教师					兼职教师		
总数	双师型教师比例	研究生以上教师比例	高级职称比例	高级职业技能比例	总数	双师型教师比例	高级职业技能/职称比例
11	91%	36.37%	45.45%	91%	6	17%	33%

（二）专业带头人简介

现任专业带头人，张权，电子商务专业副教授，双师资格，行业企业社会兼职，专业知识扎实，每年在电子商务企业实践不少于 2 个月，在电子商务学徒班人才培养过程中，先后负责过天津众维孵化器有限公司、天津鸵鸟墨水、天津天士力等企业项目的对接工作，在对接过程中提升了自己的专业技能和水平。2021 年本人参加天津市海河工匠杯电子商务师和互联网营销师比赛均获得一等奖。在互联网营销师和电子商务师国赛中获得三等奖。公开发表论文 6 篇，其中两篇被 EI 检索；主持局级课题 2 项，参与局级、省部级课题

4 项，其中 2 项课题被评为一等奖。主持 2020 年天津市教委重点调研课题“1+X 证书制度下高职电子商务专业现代学徒制课程体系研究”；主持 2018 年天津市高等职业技术教育研究会课题“高职院校电子商务专业现代学徒制人才培养模式的研究与实践”；第 2 参与人参与 2019 年天津市高等职业技术教育研究会重点课题“高职院校跨境电子商务专业运营方向课程实施模块化教学的研究与实践”；第 2 参与人参与 2022 年天津市高等职业技术教育研究会“基于产教城融合的技能天津建设研究”重大课题下的：校企合作开发工作任务式活页夹教材实践研究；第 5 参与人参与 2019 年天津市教学成果奖重点培育项目：高职院校电子商务专业现代学徒制“岗课一体化”人才培养模式开发。

（三）专任教师

专任教师，应具有高校教师资格；原则上具有电子商务或计算机等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；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；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

表 2 专任教师情况一览表

序号	姓 名	最高学历	职 称	技能证书/等级	是否双师
1	张权	研究生	副教授	互联网营销师一级	是
2	荣瑾	本科	教授	电子商务师二级	是
3	刘建莉	本科	副教授	互联网营销师一级	是
4	袁媛	本科	副教授	电子商务师三级	是
5	刘嗣睿	本科	副教授	互联网营销师一级	是
6	孙颖	本科	讲师	互联网营销师一级	是
7	朱晓菲	本科	讲师	电子商务师三级	是
8	孟笑颖	研究生	讲师	电子商务师三级	是
9	赵雪君	研究生	讲师	经济师/中级	是
10	周为	本科	助教	助理会计师	是
11	韦红亮	研究生	讲师	无	否

（四）兼职教师

兼职教师，主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）、高级工及以上职业技能等级或企业中高级管理经历，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。鼓励聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

表 3 兼职教师情况一览表

序号	姓 名	工作单位	职务	职称/职业技能/ 管理职务	承担任务	是否双师
1	孙佳	九简品牌管理 (天津) 有限 公司	副总经理	副总经理	企业导师	否
2	杨学峰	天津奇柯龙安 生物科技有限 公司	运营总监	电子商务师二级	企业导师	是
3	魏晨	天津津门故里 文化传媒有限 公司	总经理	总经理	企业导师	否
4	张世欣	天津博桐科技 有限公司	总经理	总经理	企业导师	否
5	杨晨	中联通用航空 (天津) 集团 有限公司	经理	经理	企业导师	否
6	卢旭东	飞尼克斯实业 发展有限公司	客服部经理	客服部经理	企业导师	否

十、教学条件

(一) 教学设施

1.专业教室

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。（可根据实际情况修改，原则上不得低于国家专业教学标准要求）

2.校内外实训场所

为了进一步提高专业实践教学水平，更好地开展人才培养，促进职业教育改革不断深入。学院深化产教融合，不断完善集实践教学、社会培训、企业真实生产和社会技术服务于一体的综合职业教育实训基地，同时利用校外企业实训基地搭建优质育人的实践教学平台。

表 4 校内实训场所一览表

序号	实训室名称	占地面积	支撑课程	主要实训项目	主要设备		工位数
					名称	数量	
1	电子商务学徒工作室	286	互联网销售 网店运营 社群运营 视觉营销设计	营销活动策划与 执行实训	电脑	70	100
2	跨专业综合实训室	287	互联网销售 网店运营 社群运营	营销活动策划与 执行实训	电脑	51	51
3	跨境电商项目实训室	110	图形图像处理 网络营销 销售方案执行 与优化	营销活动策划与 执行实训	电脑	45	45
4	摄影工作室	50	视觉营销设计 图形图像处理	营销活动策划与 执行实训	电脑	2	2
5	数据分析室	134	商务数据分析 网店运营	营销活动策划与 执行实训	电脑	61	61
6	直播实训室	100	直播电商	营销活动策划与 执行实训	电脑	10	20
7	电子商务学徒工作室	134	互联网销售 网店运营 社群运营 视觉营销设计	营销活动策划与 执行实训	电脑	50	50

表 5 校外实训场所一览表

序号	基地名称	占地面积	支撑课程	主要实训项目	主要设备		工位数
					名称	数量	
1	天津双创空间企业孵化器有限公司	100	互联网销售 网店运营 社群运营 视觉营销设计 直播运营	客服美工直播	电脑	30	30
2	天津海昱昌隆商贸有限公司	100	互联网销售 网店运营 社群运营 视觉营销设计 直播运营	客服美工直播	电脑	30	30
3	天津美之路化妆品有限公司	100	互联网销售 网店运营 社群运营 视觉营销设计 直播运营	客服美工直播	电脑	30	30
4	天津北星博辉互联网信息服务有限公司	100	互联网销售 网店运营 社群运营 视觉营销设计 直播运营	客服美工直播	电脑	30	30
5	天津众赢天下网络科技有限公司	100	互联网销售 网店运营 社群运营 视觉营销设计 直播运营	客服美工直播	电脑	30	30

3. 实习场所

实习场所硬件设施条件特点：配备直播实训室、数据分析工具等，模拟真实电商场景，强化直播策划、选品等技能。

表 6 实习场所一览表

序号	实习单位	主要实习岗位	接纳学生数	指导教师数
1	九筒品牌管理(天津)有限公司	运营、视觉设计	20	2

序号	实习单位	主要实习岗位	接纳学生数	指导教师数
2	飞尼克斯实业发展有限公司	直播运营、网店运营、视觉设计	20	2
3	天士力医药集团股份有限公司	直播运营、新媒体推广	10	1
4	天津增鑫科技有限公司	社群运营、新媒体运营	20	2
5	天津奇柯龙安生物科技有限公司	网店运营推广、视觉设计	10	1
6	天津望也传媒有限公司	新媒体营销、直播	20	2
7	新偶橙视生活(天津)文化传媒有限公司 责任公司	社群运营、新媒体营销	30	3

（二）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

按照国家规定，依据《天津交通职业学院教材管理办法》（津交职院党〔2024〕5号）严把意识形态观，按照规范程序进行教材的选用，思政类课程必须使用国家统编的思想政治理论课教材，公共基础课教材由开课部门按教育部、教委文件要求组织选用，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。专业课教材优先选用近三年出版的

高职高专层次国家及省市级规划和获奖教材。专业课程教材体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

表 7 专业核心课程参考书目

序号	课程名称	教材名称	ISBN 书号	是否规划教材
1	互联网销售	电子商务客户服务（第2版）	9787576340952	是
2	网店运营	网店运营与管理	9787200169966	是
3	社群运营	新媒体营销	9787040562040	是
4	数据化运营	电子商务数据分析实践（中级）	9787040599763	是
5	视觉营销设计	广告设计项目实战（第二版）	9787568541565	是
6	网络营销	AIGC 网络营销	9787115676955	否
7	互联网产品开发	选品与采购（第二版）	9787040522167	是

2. 图书文献配备

根据专业需要，配备专业主干课程所涉及到的参考书目。围绕专业新技术、新业态、新工艺，向师生推荐有影响力的、有价值的、前瞻性的专业期刊等参考文献。

表 8 主要图书文献

序号	类型	图书文献名称
1	纸质	电子商务：商业、技术与社会
2	纸质	电子商务安全与支付
3	纸质	消费者行为学

序号	类型	图书文献名称
4	核心期刊	管理科学学报
5	资源	中国电子商务报告（艾瑞咨询）
6	资源	哈佛商业评论案例精选：数字经济与电商
7	资源	Web3.0 与元宇宙电商

3.数字资源配置

加快建设专业智能化教学支持环境，校企共建能够满足多样化需求的课程资源库，开发在线精品课程资源，促进优质教学资源共建共享，为学生、教师、企业搭建互通的桥梁，推动校企合作、专兼职教师共同备课，促进学生混合式学习，不断提高专业人才培养质量。资源库建设应包括如下资源：

表 9 学习资源一览表

序号	学习资源要求	备注
1	课程的教学资源需要包含：课程标准、课程教学设计、课程考核方案、课件，以及教学视频、微课、动画、虚拟仿真等资源中的至少两种，总数量要大于项目数或课时数	
2	教学资源要求意识形态正确，符合专业教学内容需要	
3	教学资源要保证质量，即视频、动画、图片等资源要符合大众审美，视频、动画等画面和音效清晰稳定、音画同步	
4	教学资源必要的字幕和文字描述，要严谨、科学，不得存在专业性错误和错别字等基础性错误	
5	教学课件每个章节、项目保证至少一个，内容设计正确、合理	
6	教学资源中不涉及敏感词汇，如有中国地图要清晰完整	
7	每门课程的教学资源中视频、动画、虚拟仿真资源占比要大于总资源数的 50%	

序号	学习资源要求	备注
8	建设课程题库，按照章节、项目设计包含选择、判断、案例分析等多种题型的课程题库，核心课程题库数量要>300题，其他专业课程题库数量要>200题	
9	应用线上教学平台（包括专业资源库、MOOC、云课堂、虚拟仿真平台）按照章节、项目设计发布任务（包括作业、测验、考试、讨论等）	
10	建设实训项目指导手册和配套实训资源，每个实训项目一份实训指导书，要求包含实训内容、实训条件、实训步骤、实训评价标准等内容	

《互联网销售》线上课程教学资源清单

课程项目	课程模块	课件 (个)	微课 (个)	案例 (个)	配套 素材 (个)	习题 (道)	测试 试卷 (套)	期中 测试 卷 (套)	期末 测试 卷 (套)	教案 (份)	课程 标准 (份)	教学 大纲 (份)	教学 评价 方案 (份)
认 知 互 联 网 销 售	探知互联网销售变革	2	1	0	2	10	1	1	2	1	1	1	1
	认知客户服务广价值	3	1	0	1	10							
客 服 前 售 中 服 务	及时迎接客户	3	1	1	1	10	1						
	热情接待咨询	3	1	0	1	12							
	推荐相关产品	3	1	0	1	10							
	解决客户异议	3	1	0	1	11							
	有效催付订单	3	1	0	1	10							
	售中订单处理	3	1	0	1	10							
客 服 后 服 务	主动服务咨询	3	1	1	1	10	1						
	及时核实问题	3	1	0	1	10							
	问题有效处理	3	1	0	1	10							
	不断跟进反馈	4	2	0	1	5							
	投诉纠纷	5	2	0	1	8							

课程项目	课程模块	课件 (个)	微课 (个)	案例 (个)	配套 素材 (个)	习题 (道)	测试 试卷 (套)	期中 测试 卷 (套)	期末 测试 卷 (套)	教案 (份)	课程 标准 (份)	教学 大纲 (份)	教学 评价 方案 (份)
	处理												
	评价管理	3	1	0	2	8							
	网店客服 系统训练	1	0	0	0	0							
客 服 数 据 监 控 与 统 计 分 析	客服数据 指标统计	3	1	1	1	10	1			1			
	客服数据 指标提升	1	0	0	1	1							
客 户 关 系 管 理	认知客户 关系管理	3	1	1	1	8	1			1			
	管理客户 关系	3	1	0	1	9							
	客户满意 度管理	3	1	0	1	9							
	客户忠诚 度管理	3	1	0	1	10							
合计		61	21	4	22	181	5	1	2	5	1	1	1

《网店运营》线上课程教学资源清单

课程项目	课程模块	课件 (个)	微课 (个)	案例 (个)	配套 素材 (个)	习题 (道)	测试 试卷 (套)	期中 测试 卷 (套)	期末 测试 卷 (套)	教案 (份)	课程 标准 (份)	教学 大纲 (份)	教学 评价 方案 (份)				
课程 导 学	课程导学	1	1					1	1	1	1	1	1				
SEO 推 广	自然搜索认知	1	1			1	1			1				1	1	1	1
	关键词词库制作	1	1			1											
	标题制作与优化	1	1			1											
SEM 推 广	SEM 认知	2	2			1	1			1				1	1	1	1
	SEM 推广策略制定	2	2			1											

课程项目	课程模块	课件 (个)	微课 (个)	案例 (个)	配套 素材 (个)	习题 (道)	测试 试卷 (套)	期中 测试 卷 (套)	期末 测试 卷 (套)	教案 (份)	课程 标准 (份)	教学 大纲 (份)	教学 评价 方案 (份)
	SEM 账户搭建	1	1			1							
	SEM 账户优化	2	2			1							
信息流推广	信息流认知	2	2			1	1			1			
	信息流推广策略制定	2	2			1							
	信息流账户搭建	1	1			1							
	信息流账户优化	1				1							
活动运营推广	平台活动	0	5			1	1						
	店铺内活动	1				1							
合计		18	21			13	4	2		4	1	1	1

(三) 教学方法

本专业应从“知行合一”的人才培养模式入手,采用“理实一体教学、校内仿真实训、校外岗位实习”的递进形式组织教学。理论教学部分以专任教师为主,组织课堂教学,强调案例教学的运用和推广;实践教学环节以校内专职教师和校外兼职教师相结合的方式,通过对会计岗位进行分岗、轮岗项目综合实训相结合的形式以及在生产、经营、管理一线进行岗位实习来组织教学。

教学过程与岗位认知过程与工作过程衔接,理论教学有自主学习、集中讲授、集中讨论、集中学习交流形式,培训形式有自主网络岗位培训,集中岗位培训,训练形式有任务

模拟训练、软件模拟训练，实践教学形式有岗位见习、岗位实作、业务考核等形式，让学生在教师指导下，熟练掌握岗位的理论知识和技术技能。

十一、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

1.质量保障机制

学院和二级学院建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度。成立院级督导委员会，统筹监督专业质量标准；二级学院成立督导组，落实专业建设、课程实施等环节监督。

2.学习评价制度

针对学生学习评价的方式和方法进行完善，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实习实训等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

3.教学管理机制

学院和二级学院完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

4.教科研工作机制

专业教研组织建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

5.毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

建立毕业生跟踪反馈及社会评价机制，对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

（二）毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，学生毕业时，必须完成培养方案中的学习任务 and 实习实训任务，全部课程考核合格，需修满 2600 学时，143 学分，其中必修课 117 学分，选择性必修课不少于 2 学分，限选及公共选修课程至少 6 学分，专业及专业群选修课程至少 10 学分，必须按照学院学工部规定至少获得 10 分素质学分，具体学时学分要求如下表所示：

表 10 毕业学分要求

序号	课程属性与类别	课程性质	学分要求
1	公共基础课	必修课	43.5
2		选择性必修课	不少于 2
3		限选及公共选修课程	不少于 6
4		其中，限选课模块 1	不少于 2
5		限选课模块 2	不少于 2
6		限选课模块 3	不少于 1
7	专业课	必修课	39.5

序号	课程属性与类别	课程性质	学分要求
8		选修课	不少于 10
9	实践性教学环节	实训	6
10		岗位实习	24
11	毕业环节	毕业作品	4
合计			133

依据《天津交通职业学院学生素质教育学分制实施办法》等文件要求，学生在校期间需组织实施或参加各种课外实践教育活动，至少获得 10 素质学分，其中思想政治素质学分不少于 3 分，科技能力素质学分不少于 2 分，人文素质学分不少于 1.5 分，身心素质学分不少于 1.5 分，劳动素质学分不少于 2 分。

在校期间学生《国家学生体质健康标准》测试成绩必须为 50 以上方可毕业，如因病或残疾，需提供医院证明向学校提出申请，审核后可准予毕业。

十二、附表

- 1.教学进程表
- 2.教学环节分配表
- 3.教学比例配置表
- 4.实践教学安排表

十三、附录

- 1.人才需求调研报告
- 2.能力图谱
- 3.修订说明（人才培养方案审批表）

附表1: 电子商务 专业教学计划进程表 (2025级)

课程属性与类别	课程编码	课程性质	课程名称	课内总学时				学分	考试	考查	学时分配						
				合计	理论教学	实验实训	集中实践教学				第一学年		第二学年		第三学年		
											1	2	3	4	5	6	
											15/20	18/20	18/20	18/20	18/20	20/20	
公共基础课	9999990140	必修课	思想道德与法治	48	40	8		3	1		4/12						
	9999990210		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	24	8		2	2		4/8						
	9999990120		习近平新时代中国特色社会主义思想	48	40	8		3	4				4/12				
	9999990340		形势与政策教育	48	48			1		1-6	4/2	4/2	4/2	4/2	4/2	4/2	
	9999991200		军事理论	36	36			2		1	4/9						
	9999991220		军事技能	3周				3		1	3周						
	9999991222		国家安全教育	16	16			1		2		4/4					
	9999991223		中华民族共同体概论	16	16			1		2		4/4					
	9999990590		职场通用英语1	60	60			4		1	4/15						
	9999990591		职场通用英语2	68	68			4	2			4/17					
	9999990830		信息技术	60	20	40		4	2			4/15					
	9999990840		人工智能技术与应用	16	16			1		2		2/8					
	9999991140		体育	108	8	100		6	1-4		2/12	2/14	2/14	2/14			
	9999991221		劳动教育	16	16			1		1	2/8						
	9999991330		心理健康教育	32	32			2		2		2/16					
	9999990510		职业生涯规划与发展规划	24	12	12		1.5		1	8/3						
	9999990520		就业指导	16	8	8		1		4				4/4			
	9999990500		创新创业教育	16	8	8		1		1	2/8						
	777777w223		选择性必修课	新青年学党史	16	16			1		3			2/8			
	777777w224			新中国史	16	16			1		3			2/8			
	777777w221	新时代交通强国战略		16	16			1		3			2/8				
	7777770125	交通文化与交通工程		32	32			2		3			2/16				
	777777w226	交通史话		32	32			2		3			2/16				
	7777770100	经典诵读		16	16			1		3			2/8				
	7777770223	传统木工		32	32			2		3			2/16				
	777777w201	生态文明——撑起美丽中国梦		16	16			1		3			2/8				
	必修课小计				692	500	192		43.5			22	20	10	6		
	7777777335	限选课模块1	数字时代的智能技术	32	32			2		2		2/16					
	7777777002		大学数学	32	32			2		2							
	777777w010		前进中的物理学与人类文明	32	32			2		2		2/16					
	7777777003		化学与人类	32	32			2		2		2/16					
	7777777004		地理	32	32			2		2		2/16					
	7777770334	限选课模块2	中国画	16	16			1		4				2/8			
	7777777330		书法	16	16			1		4				2/8			
	7777770335		传统图案	16	16			1		4				2/8			
	7777770211		民间工艺	16	16			1		4				2/8			
	7777770161		中国戏曲	16	16			1		4				2/8			
	7777777331		中国近代歌曲合唱与指挥	16	16			1		4				2/8			
	7777777332		非遗文化欣赏	32	32			2		4				2/16			
	7777770030		美术欣赏	32	32			2		4				2/16			
7777770040	音乐欣赏	32	32			2		4				2/16					
777777w211	限选课模块3	传统文化与现代经营管理	16	16			1		5					2/8			
7777770050		文学欣赏	32	32			2		5					2/16			
7777777336		公文写作规范	16	16			1		5					2/8			
7777777001		大学语文	32	32			2		5					2/16			
7777777333		团队管理	16	16			1		5					2/8			
7777777334		商业文化	16	16			1		5					2/8			
7777777337	公选课	安全生产教育	16	16			1		5					2/8			
7777777338		企业文化与职业素养	16	16			1		5					2/8			
7777777339		商务礼仪	16	16			1		5					2/8			
777777w061		创新思维	16	16			1		5					2/8			
7777777005		健康教育	16	16			1		5					2/8			

附表1：电子商务专业教学计划进程表（2025级）

课程属性与类别		课程编码	课程性质	课程名称	课内总学时				学分	考试	考查	学时分配						
					合计	理论教学	实验实训	集中实践教学				第一学年		第二学年		第三学年		
												1	2	3	4	5	6	
												15/20	18/20	18/20	18/20	18/20	20/20	
		7777777006		沟通与表达	16	16			1		5					2/8		
		7777777007		个人形象设计	16	16			1		5				2/8			
		选修课小计				96	96			6			2		2	2		
		合计				788	596	192		49.5			22	22	10	8	2	
专业基础	专业基础	5307011215	必修课	电子商务基础	30	14	16		2	1		2/15						
		5307011240		市场营销	30	14	16		2		1	2/15						
		5307011246		直播电商●	36		36		2		2		2/18					
	专业核心课	5307011217	必修课	互联网销售●	72		72		4.5	2			4/18					
		5307011222		网店运营●	64		64		4	3				4/16				
		5307011253		社群运营●	64		64		4	3				4/16				
		5307011226		数据化运营●	64		64		4	4					4/16			
		5307011352		视觉营销设计●	64		64		4	4					4/16			
		5307011223		网络营销●	64		64		4	4					4/16			
	专业拓展课	5307011224	必修课	新媒体营销	48	12	36		3		5						8/6	
		5307011261		项目管理	48	12	36		3		5					8/6		
		5307011245		零售门店O2O运营	48	12	36		3		5					8/6		
		必修课小计				632	64	568		39.5			4	6	8	12	24	
		5307011216	专业选修课	零售基础	32	16	16		2		3				2/16			
		5307011225		商务数据分析	32	16	16		2		3				2/16			
		5307011242		图形图像处理	32	16	16		2		3				2/16			
		5307011540		网络与信息安全	32	16	16		2		3				2/16			
		5307011554		移动商务	32	16	16		2		3				2/16			
		5307011254		互联网产品开发	32	16	16		2		4					2/16		
		5307011542		电子商务法律法规	32	16	16		2		4					2/16		
		5307011555		现代物流管理	32	16	16		2		4					2/16		
		选修课小计				160	80	80		10					6	4		
		合计				792	144	648		49.5			4	6	14	16	24	
实践性教学环节	实训	5307011364	必修	销售方案执行与优	60		60		2		3			2周				
		5307011343		营销活动策划与执行实训	60		60		2		4			2周				
		5307011263		全渠道营销推广	60		60		2		5				2周			
	实习	530701136a/b	必修	岗位实习	720			720	24		5-6					10周	14周	
	合计				900		180	720	30							12周	14周	
毕业环节	5307011362	必修	毕业作品	120			120	4		6							4周	
	合计				120		0	120	4			0	0	0	0	0	4周	
总计					2600	740	1020	840	133			26	28	24	24	26		
说明：1. 学生毕业应修满2600学时；其中公共基础课学时占比30.31%、选修课学时占比11.08%、实践学时占比71.54%。 2. 学生毕业应修满143学分；其中教学进程表学分为133学分，包含修读必修课117学分，专业及专业群选修课10学分，公共选修课8学分，素质学分10学分不计入教学进程表； 3. 课程名称后加“●”为理实一体化课程； 4. 原则上所有计算学时的教学环节及安排均需列入进程表。																		

附表2:

电子商务专业教学环节分配表（单位：周）

学期	课程教学	其中，集中实践教学			考试	军训	毕业教育	机动	合计
		集中实训	实习环节	毕业环节					
一	15				1	3		1	20
二	18				1			1	20
三	18	2			1			1	20
四	18	2			1			1	20
五	18	2	10		1			1	20
六	18		14	4			2		20
总计	105	6	24	4	5	3	2	5	120
说明	1. 合计=课程教学+考试+军训+机动								

附表3：

电子商务专业理论教学与实践教学比例配置表

学年	学期	总学时	理论教学		实践性教学						
					合计学时	占总学时比例%	实验实训	集中实训	实习环节	毕业环节	其他活动（如有）
			学时	占总学时比例%			学时	学时	学时	学时	学时
一	1	336	228	8.77%	108	4.15%	108				
	2	356	212	8.15%	144	5.54%	144				
二	3	384	102	3.92%	282	10.85%	222	60			
	4	432	114	4.38%	318	12.23%	258	60			
三	5	544	76	2.92%	468	18.00%	168		300		
	6	548	8	0.31%	540	20.77%	0		420	120	
合计		2600	740	28.46%	1860	71.54%	900	120	720	120	

说明：如填写计算学时的其他实践性活动，请在此处列举具体活动和学时。

附表4： 电子商务 专业实践教学实施情况一览表

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	对应证书技能点	虚拟仿真技术点
电子商务基础	16	第1学期	学习并掌握与电子商务模式、电子商务支付、电子商务安全、移动电子商务和电子商务网站建设流程等知识相关的技能与应用。	2	认识供求信息平台			
				2	电商平台会员注册、发布商品信息			
				2	B2C电子商务交易			
				2	B2B电子商务交易			
				2	C2C电子商务交易			
				2	电子商务物流快递模板			
				4	电子商务信息加密			
市场营销	16	第1学期	学习并掌握企业环境分析、消费者购买决策过程及相关影响因素、市场细分、市场定位及目标市场的选择，以及营销组合策略的应用。	2	SWOT分析			
				4	消费者购买决策分析			
				2	STP分析			
				4	营销组合策略分析1			
				4	营销组合策略分析2			
直播电商	18	第2学期	培养学生直播运营的必备岗位能力，强化学生的直播实操能力	4	直播营销方案策划			
				2	直播间设计与人员配置			
				4	直播话术及直播选品			
				2	直播间氛围打造			
				2	直播复盘			
				4	直播实施			
互联网销售	18	第2学期	帮助学生探知互联网销售模式变革，加你对互联网销售的整体认知；学习掌握售前、售后客户岗位流程，建立专业话术库。	4	岗前知识及售前客服工作流程			
				4	售前客服话术模拟练习			
				2	售后客服工作流程及数据分析			
				4	售后客服话术模拟练习			
				4	客户关系管理			
			课程旨在让学生	4	店铺入驻			
				4	店铺管理			

附表4： 电子商务 专业实践教学实施情况一览表

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	对应证书技能点	虚拟仿真技术点
网店运营	32	第3学期	全面具备网店运营的基本理论知识、网店操作流程、操作要点与技巧及网店运营分析能力。具备网店运营的基本素养，能够无缝对接社会企业需要。	4	标题制作与优化		○	
				4	SEM推广1		○	
				4	SEM推广2		○	
				4	信息流推广1		○	
				4	信息流推广1		○	
				4	官方活动策划与实施			
社群运营	32	第3学期	课程通过学习选品与产品组合设计，产品卖点挖掘与差异分析，产品定价策略设计、常用互联网社交工具、图文内容设计，短视频内容设计，直播内容设计，其他内容设计等不同社群营销内容设计等内容，培养学生能根据社交电商运营规划从事社交电商产品规划、社群营销内容设计、社	4	选品与产品组合设计		○	
				4	产品卖点挖掘与差异化分析		○	
				4	产品定价策略设计		○	
				4	图文内容设计		○	
				4	短视频内容设计1		○	
				4	短视频内容设计2		○	
				4	直播内容设计		○	
				4	营销传播活动设计		○	
数据化运营	32	第4学期	能够通过数据分析目标，明确数据指标类型、数据获取渠道，完成数据采集与处理方案的撰写。能够熟练开展电子商务数据分析，包括市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析。能够根据不同电子商务情境下的数据分析目标，开展数据监控、分析，及时发现数据异常并提出优化建	4	数据采集与处理方案制定			
				4	市场数据分析	○		
				4	客户数据分析	○		
				4	推广数据分析	○		
				4	销售数据分析	○		
				4	供应链数据分析	○		
				4	产品数据分析	○		
				4	数据监控与报告撰写			
视觉营销设计	32	第4学期	能够熟练使用PS、AI等作图软件，对企业的真实案例进行分析与训练，帮助学生熟练掌握宣传广告、海报、产品图片的设计技巧，能够设计出	4	色彩搭配	○		
				4	版面布局	○		
				4	视觉字体	○		
				4	logo制作	○		
				4	轮播图广告	○		
				4	主图广告	○		
				4	首页制作	○		

附表4： 电子商务 专业实践教学实施情况一览表

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	对应证书技能点	虚拟仿真技术点
			符合店铺需求的广告，可以提高	4	详细页制作	○		
网络营销	32	第4学期	引导学生熟练灵活掌握多种工具的应用，提高实战技能。	4	网络市场调查			
				4	网络广告			
				4	软文营销			
				4	微博营销			
				4	微信营销			
				4	事件营销			
				4	网络活动推广			
				4	网络营销方案策划			
新媒体营销	36	第5学期	本课程旨在讲授运用新媒体平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理，完成自媒体平台后台设置、社群的搭建及常规运营工作。归纳项目运作思路，活动策划与实施流程，内容运营、社群运营和短视频运营方法，为从事运营推广岗位工作奠定基础。	4	新媒体运营岗位及平台认知			
				4	新媒体文案排版优化			
				4	社群搭建及营销			
				4	微信个人号搭建及营销			
				4	社交属性式微信营销			
				4	媒体属性式微博营销			
				4	精准推送式今日头条营销			
				4	泛娱乐式抖音营销			
				4	新媒体营销策划			
项目管理	36	第5学期	组织学生学习电子商务项目管理相关理论、技能和工具，使学生掌握有效运用电子商务项目管理知识解决实际问题的能力，从而更好地适应社会的发展。	4	电子商务项目调研			
				4	网上花店电子商务需求分析			
				4	电子商务项目需求管理			
				4	网站需求分析			
				4	网站建设人员需求与设置			
				4	网站的招聘广告			
				4	电子商务平台搭建与运营			

附表4： 电子商务 专业实践教学实施情况一览表

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	对应证书技能点	虚拟仿真技术点
				4	电子商务推广实用工具与方法			
				4	电子商务项目策划与实施			
零售门店O2O运营	36	第5学期	系统学习O2O运营策略，包括数字化营销、全渠道用户体验优化、线上线下协同等内容，帮助学生掌握从门店数字化转型规划到社群运营、私域流量管理的全流程运营技能。	4	认知新零售营销平台			
				4	新零售交易平台操作			
				4	门店商品管理			
				4	门店系统设置			
				4	商品信息发布与管理			
				4	新零售业务中台—客户服务操作			
				4	新零售业务中台—仓储物流操作			
				4	新零售数据中台			
				4	新零售门店运营与管理			
销售方案执行与优化	60	第3学期	通过数据采集分析、RFM建模及客户分级，结合店小蜜、数字人等智能工具，掌握社群运营与自动化营销策略，完成从数据驱动选品、直播引流到营销方案动态优化的全链路实战，培养数字化运营思维与团队协作能力。	5	客户数据采集			
				5	客户数据分析			
				5	RFM分析法			
				5	客户分级管理策略制定			
				5	自动化营销工具			
				5	店小蜜运用			
				5	社群建立与运营			
				5	社群活动开展			
				5	数字人认知			
				5	数字人短视频与直播			
				5	营销方案制定			

附表4： 电子商务 专业实践教学实施情况一览表

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	对应证书技能点	虚拟仿真技术点
				5	营销方案优化			
营销活动 策划与执行实训	60	第4学期	电子商务企业项目实战	4	促销活动方案制定	○		
				8	活动商品选择	○		
				8	活动文案编写	○		
				8	活动商品页面制作	○		
				8	活动推广计划编制	○		
				8	活动推广实施	○		
				8	活动仓储管理	○		
				8	活动实施总结	○		
全渠道营销推广	60	第5学期	电子商务销售方案执行实战	10	企业概况调查			
				10	客服岗位工作技能训练			
				10	美工岗位工作技能训练			
				10	推广岗位工作技能训练			
				10	电子商务企业运营案例分析			
				10	网络推广文案编写			

理实一体课课时分配表

序号	课程名称	课时	理论课时	实践课时
1	直播运营	36	18	18
2	互联网销售	72	54	18
3	网店运营	64	32	32
4	社群运营	64	32	32
5	数据化运营	64	32	32
6	视觉营销设计	64	32	32
7	网络营销	64	32	32