

【2022 级】网络营销与直播电商 (0318) 人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：网络营销与直播电商

专业代码：530704

二、入学要求及生源类型

（一）入学要求

普通高级中学毕业 同等学力 中等职业学校毕业

（二）生源类型

普通高招 对口单招 春季高考 高职单招 五年一贯制（含三二连读） 3+2
专本贯通

三、修业年限与学历

（一）修业年限

3 年

（二）学历

专科

四、职业面向和职业能力要求

（一）人才培养面向岗位

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）

所属行业	职业类别	岗位类别	职业资格证书
其他互联网服务 (649)	其他批发与零售服 务人员 (4-01-99)	网络营销策、新媒 体编辑、网络渠道 推 广、直播策划与 推广	【3 级】跨境电子商 务多平台运营职业 技能等级证书 【3 级】新媒体营 销职业技能等级证书 【3 级】电子商务师 【3 级】网络直播运 营职业技能等级证 书
	其他社会生产和和 生活服务人员 (4-99)	电商主播	【1 级】网络直播运 营 (1+X 证书) 【1 级】网络直播运

			营（1+X 证书） 【1 级】直播电商（1+X 证书）
		新媒体编辑、短视频创作与运营	【1 级】电子商务数据分析（1+X 证书） 【1 级】新媒体营销（1+X 证书） 【1 级】新媒体营销（1+X 证书）
	其他批发与零售服务人员（4-01-99）	网络营销策划、新媒体编辑、网络渠道推广、直播策划与推广	【4 级】电子商务师 【3 级】电子商务师 【1 级】电子商务数据分析（1+X 证书） 【2 级】跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书 【3 级】跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书
	其他社会生产和生活服务人员（4-99）	直播电商	【1 级】直播电商（1+X 证书）
		直播策划与推广	【1 级】电子商务数据分析职业技能等级证书 【1 级】直播电商职业技能等级证书 【1 级】网络直播运营（1+X 证书）

（二）岗位能力分析表

岗位类别	岗位名称	岗位级别	岗位描述
网络营销策划、新媒体编辑、网络渠道推广、直播策划与推广	运营专员	初级岗位	熟悉直播数据分析手段,根据数据分析结果,负责策划直播活动方案;熟悉直播现场灯光、道具、网络及设备,负责现场管理;完成直播安排的活动;管理直播过程中的产品链接;营造直播现场氛围;负责直播后台场景的搭建。根据每次的活动主题,创作直播剧本,策划活动场景;制定具体的实施计划,直播结束后,复盘活动并总结经验。
电商主播	主播助理	初级岗位	能熟练掌握直播脚本内容,对直播现场所需道具、物料及商品进行准备及跟进;熟悉带货促单话术技巧,能配合主播借助道具或模特,现场展示商品使用方法及效果,引导顾客下单;能根据直播间评论区的反馈,合理挑选直播弹幕进行互动,进行直播弹幕的管理与秩序维护,对负面信息及时处理,避免产生不良影响。
电商主播	直播助理	初级岗位	能熟练掌握直播脚本内容,对直播现场所需道具、物料及商品进行准备及跟进;熟悉带货促单话术技巧,能配合主播借助道具或模特,现场展示商品使用方法及效果,引导顾客下单;能根据直播间评论区的反馈,合理挑选直播弹

			幕进行互动,进行直播弹幕的管理与秩序维护,对负面信息及时处理,避免产生不良影响。
新媒体编辑、短视频创作与运营	新媒体专员	初级岗位	熟悉国内主要新媒体平台的规律;负责制作文案、图片和短视频;负责在国内主要新媒体上开展营销推广活动。
新媒体编辑、短视频创作与运营	新媒体经理	发展岗位	熟悉国内主要新媒体平台的规律;负责制作文案、图片和短视频;负责在国内主要新媒体上开展营销推广活动。
网络营销策划、新媒体编辑、网络渠道推广、直播策划与推广	运营经理	发展岗位	熟悉直播数据分析手段,根据数据分析结果,负责策划直播活动方案;熟悉直播现场灯光、道具、网络及设备,负责现场管理;完成主播安排的活动;管理直播过程中的产品链接;营造直播现场氛围;负责主滞后台场景的搭建。根据每次的活动主题,创作直播剧本,策划活动场景;制定具体的实施计划,直播结束后,复盘活动并总结经验。
直播电商	主播	发展岗位	熟悉团队成员特性,团队管理技巧;提前了解产品特点,负责产品介绍与现场互动话术;掌握直播流程,负责策划,熟悉粉丝管理技巧,负责维护粉丝关系。
直播策划与推广	直播策划	初级岗位	能结合主播特征与粉丝偏好,完成原创话题及素材整理;能提炼销售产品卖点,撰写产品使用场景、功能及价格的介绍文案;能在脚本设计中,制定直播暖场话题、促单及常见问题解答的话术;能在直播环节设计中,合理进行抽奖、福利赠送、限时限量、锚定价格、秒杀等直播活动玩法的策划;能快速熟悉代播品牌,编写代播策划文案。

(三) 典型工作任务及其工作过程

典型工作任务	岗位	工作过程	能力
1. 1.1 运营专员岗位分析 1.2 运营经理岗位分析	运营专员,运营经理	1. 通过直播数据分析手段,根据数据分析结果,负责策划直播活动方案;2. 熟悉直播现场灯光、道具、网络及设备,负责现场管理;3. 完成主播安排的活动;管理直播过程中的产品链接;4. 营造直播现场氛围;负责主滞后台场景的搭建。5. 根据每次的活动主题,创作直播剧本,策划活动场景;6. 制定具体的实施计划。	1. 1. 能利用直播数据分析手段,根据数据分析结果,制作策划直播活动方案;2. 会使用直播现场灯光、道具、网络及设备,负责现场管理;3. 能完成主播安排的活动;管理直播过程中的产品链接;4. 能营造直播现场氛围;负责主滞后台场景的搭建。5. 能根据每次的活动主题,创作直播剧本,策划活动场景;6. 能制定具体的实施计划。
2. 1.1 主播助理岗位分析 1.2 主播岗位分析	主播助理,主播	1. 熟悉团队成员特性,团队管理技巧;2. 提前了解产品特点,负责产品介绍与现场互动话术;3. 掌握	1. 1. 能根据团队成员特性,做好团队管理;2. 能提前了解产品特点,负责产品介绍与现场互动话术;3. 能掌握直播流程,负

		直播流程,负责策划,熟悉粉丝管理技巧,负责维护粉丝关系。	责策划,熟悉粉丝管理技巧,负责维护粉丝关系。
3. 3. 直播策划岗位分析	直播策划	1. 结合主播特征与粉丝偏好,完成原创话题及素材整理; 2. 提炼销售产品卖点,撰写产品使用场景、功能及价格的介绍文案; 3. 在脚本设计中,制定直播暖场话题、促单及常见问题解答的话术; 4. 在直播环节设计中,合理进行抽奖、福利赠送、限时限量、锚定价格、秒杀等直播活动玩法的策划; 5. 快速熟悉代播品牌,编写代播策划文案。	1. 1. 能结合主播特征与粉丝偏好,完成原创话题及素材整理; 2. 能提炼销售产品卖点,撰写产品使用场景、功能及价格的介绍文案; 3. 能在脚本设计中,制定直播暖场话题、促单及常见问题解答的话术; 4. 能在直播环节设计中,合理进行抽奖、福利赠送、限时限量、锚定价格、秒杀等直播活动玩法的策划; 5. 能快速熟悉代播品牌,编写代播策划文案。
4. 4.1 新媒体专员岗位分析 4.2 新媒体经理岗位分析	新媒体专员,新媒体经理	1. 熟悉国内主要新媒体平台的规律; 2. 制作文案、图片和短视频; 3. 在国内主要新媒体上开展营销推广活动。	1. 1. 了解国内主要新媒体平台的规律; 2. 会制作文案、图片和短视频; 3. 能在国内主要新媒体上开展营销推广活动。
5. 直播助理岗位分析	主播,直播助理	1. 熟练直播脚本内容,对直播现场所需道具、物料及商品进行准备及跟进; 2. 熟悉带货促单话术技巧,能配合主播借助道具或模特,现场展示商品使用方法及效果,引导顾客下单; 3. 根据直播间评论区的反馈,合理挑选直播弹幕进行互动,进行直播弹幕的管理与秩序维护,对负面信息及时处理,避免产生不良影响。	1. 1. 熟练直播脚本内容,对直播现场所需道具、物料及商品进行准备及跟进; 2. 熟悉带货促单话术技巧,能配合主播借助道具或模特,现场展示商品使用方法及效果,引导顾客下单; 3. 根据直播间评论区的反馈,合理挑选直播弹幕进行互动,进行直播弹幕的管理与秩序维护,对负面信息及时处理,避免产生不良影响。

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养理想信念坚定,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、职业道德和创新创业意识,精益求精的工匠精神,较强的就业创业能力和可持续发展的能力;掌握本专业知识和技术技能,面向直播产业链的职业群,重点培养能够从事直播电商运营直播电商主播、直播内容创作等岗位的复合型技术技能人才及创新创业人才。

（二）培养规格

类型	编号	具体内容	标签内容
素质规格	A1	（1）坚定拥护中国共产党领导和我国制度，在指引下，践行核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。	
	A2	具有遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。	
	A3	具有勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。	
	A4	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、全球视野和市场洞察力。	
	A5	勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。	
	A6	具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。	
	A7	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。	
知识规格	B1	掌握计算机应用、网络技术的基本理论，网络营销和直播电商的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。	专业知识
	B2	掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放、直播营销方案策划、品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施相关知识。	专业知识
	B3	掌握商品、短视频拍摄与制作以及图形图像处理、主流直播平台的运营规则与推广方式，直播营销与运营、新媒体推广、网络营销与直播电商数据处理与分析、报告撰写等相关知识。	专业知识
	B4	掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。	基础知识
	B5	熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识。	专业知识
	B6	掌握文字写作、礼仪与沟通、信息技术应用以及商业文化素养等知识。	专业知识
	B7	掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识。	专业知识
	B8	掌握互联网产品分类、选品、销售和网店运营的相关知识。	专业知识
	B9	掌握网络营销与直播电商数据处理与分析、报告撰写等相关知识。	专业知识
	B10	掌握直播营销方案策划、品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施的相关知识。	专业知识
	B11	（8）掌握主流直播平台的运营规则与推广方式，直播营销与运营、新媒体推广等相关知识。	专业知识
能力规格	C1	能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划、能够进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品图片、视频，从而具备广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实	专业能力

		施的能力	
	C2	具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。	综合能力
	C3	具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。	综合能力
	C4	具备计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析的能力。	综合能力
	C5	能够针对企业经营目标,开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施。	专业能力
	C6	具备文案创意与撰写的能力,能够挖掘客户需求,制定文案创意方案并撰写发布。	专业能力
	C7	能够进行创意拍摄,制作突出商品卖点的商品图片、视频,能够运用相关软件对企业及产品图片、视频进行处理,并进行短视频运营与推广。	专业能力
	C8	具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力,能够根据公司战略,确定推广方法和内容并实施。	专业能力
	C9	具备在主流直播电商平台进行策划、选品、引流、销售、以及数据分析等能力。	专业能力
	C10	具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力,掌握良好的沟通技能,应对客户咨询、异议、处理投诉,进行客户个性化服务等,能够帮助企业开发新客户,提升客户满意度。	综合能力
	C11	具备基本网店运营推广技能,掌握 SEO 优化、网络推广、营销转化技能,能够根据网站(店)推广目标,选择合理的推广方式,进行策划、实施和效果评估与优化。	专业能力

(三) 典型工作任务与培养规格映射关系

典型工作任务	能力	培养规格
1.1.1 运营专员 岗位分析 1.2 运营经理岗位分析	1. 能利用直播数据分析手段,根据数据分析结果,制作策划直播活动方案; 2. 会使用直播现场灯光、道具、网络及设备,负责现场管理; 3. 能完成主播安排的活动; 管理直播过程中的产品链接; 4. 能营造直播现场氛围; 负责主滞后台场景的搭建。 5. 能根据每次的活动主题,创作直播剧本,策划活动场景; 6. 能制定具体的实施计划。	A5、勇于奋斗、乐观向上,具有自我管理能力、职业生涯规划的意识,有较强的集体意识和团队合作精神。 A7、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。 B3、掌握商品、短视频拍摄与制作以及图形图像处理、主流直播平台的运营规则与推广方式,直播营销与运营、新媒体推广、网络营销与直播电商数据处理与分析、报告撰写等相关知识。
2.1.1 主播助理 岗位分析 1.2 主播岗位分析	1. 能根据团队成员特性,做好团队管理; 2. 能提前了解产品特点,负责产品介绍与现场互动话术; 3. 能掌握直播流程,负责策划,熟悉粉丝管理技巧,负责维护粉丝关系。	A3、具有勇于奋斗、乐观向上,具有自我管理能力、职业生涯规划的意识,有较强的集体意识和团队合作精神。 B6、掌握文字写作、礼仪与沟通、信息技术应用以及商业文化素养等知识。

3.3. 直播策划岗位分析	1. 能结合主播特征与粉丝偏好，完成原创话题及素材整理； 2. 能提炼销售产品卖点，撰写产品使用场景、功能及价格的介绍文案； 3. 能在脚本设计中，制定直播暖场话题、促单及常见问题解答的话术； 4. 能在直播环节设计中，合理进行抽奖、福利赠送、限时限量、锚定价格、秒杀等直播活动玩法的策划； 5. 能快速熟悉代播品牌，编写代播策划文案。	A4、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、全球视野和市场洞察力。
4.4.1 新媒体专员岗位分析 4.2 新媒体经理岗位分析	1. 了解国内主要新媒体平台的规律； 2. 会制作文案、图片和短视频； 3. 能在国内主要新媒体上开展营销推广活动。	A1、（1）坚定拥护中国共产党领导和我国制度，在指引下，践行核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。 A2、具有遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。 B1、掌握计算机应用、网络技术的基本理论，网络营销和直播电商的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。 B4、掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。 B5、熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识。
5. 直播助理岗位分析	1. 熟练直播脚本内容，对直播现场所需道具、物料及商品进行准备及跟进； 2. 熟悉带货促单话术技巧，能配合主播借助道具或模特，现场展示商品使用方法及效果，引导顾客下单； 3. 根据直播间评论区的反馈，合理挑选直播弹幕进行互动，进行直播弹幕的管理与秩序维护，对负面信息及时处理，避免产生不良影响。	A6、具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。 B2、掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放、直播营销方案策划、品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施相关知识。

六、毕业要求

（一）日常行为规范和操行

一、校园内

1. 学生平时要注意仪表整洁、举止有礼，严禁染发、烫发。师生见面，应主动打招呼行礼，如“老师好”、“您好”。同学之间，每日初次见面，也要以礼相待，相互问好。

2. 行走时，要注意姿势，遵守规则、同老师相遇，应让老师先行。遇到年老体弱的教师在做较重的体力劳动时，应主动帮忙。

3. 进办公室应先敲门或打招呼，经老师允许后方可入内。进办公室不要随便翻阅办公桌上的东西。如果需要翻阅书刊，应先征得教师或办公室工员的同意。

4. 要爱护公共财物，爱护学校的一草一木，不折花，不践踏草坪，自觉维护校园绿化、美化、香化、净化。

5. 过好健康的业余文化生活，不得介绍、购买、出借、传阅内容反动和淫秽的书刊、图片、音像制品等。遵守网络的有关规定，文明上网。

6. 保持校内环境的安静，不在宿舍区和教学、科研、办公区内进行影响师生工作、学习和休息的体育、文娱活动，午休、晚自习和上课时间不在教室或宿舍举办舞会。

7. 要珍惜学校的荣誉，不做有损学校荣誉的事，毕业离校时，要为母校留下珍贵的纪念。在校学生要爱护校友比前留下的纪念标志。

8. 在上课铃响之前，学生进教室，做好准备，静候老师前来上课。若迟到，应在教室外向老师行礼报告，得到任课老师允许后方可进入教室。上课教师宣布上课，同学全部起立，行注目礼。上课要专心听讲，不做与课本无关的事，对老师讲授的内容有疑问，不要随便打断老师的讲课，可先将疑点记录下来，待老师讲授告一段落后，再举手提问，亦可在课后或辅导课时向老师请教。

9. 上课时应保持仪容整洁，衣着大方，夏天不得穿背心、三角裤头、拖鞋进入教室。

10. 对课堂教具、设备、墙壁、门窗等须加爱护，不要随便移动，不得污染或损害。在教室里要爱护照明设备、约用电，离开教室时应随手关灯。

11. 教室内外要保持清洁，不随地吐痰，乱扔纸屑、果皮等杂物。

12. 上、下课时，走动、移动桌椅动作要轻，避免发生嘈杂声，影响其他班级学习。

二、图书馆

1. 图书馆开放时要有秩序地进馆，夏天不准穿背心、三角裤头、拖鞋等进阅览室，如果穿硬底钉有铁掌的皮鞋入室时，要尽量放轻脚步，以免影响他人。

2. 借阅图书时不要乱翻乱扔，保持原有摆放顺序。

3. 不要替他们代占座位，也不要强占暂时离开的读者的座位。对于阅览室里的书刊，阅后应及时插入原处，不得一人同时占用几本杂志，以妨碍其他同学借阅。

4. 不在图书杂志上乱写乱画，更不得拆撕书刊。

三、会场上

1. 准时参加会议，不迟到、不无故缺席。
2. 自觉维护会场秩序，服从会议统一指挥，遵守会场纪律，尊重讲话人、报告人的劳动，不做与会议无关的事情。
3. 爱护公共设施，保持会场清洁卫生，不吃果壳食物，不随地吐痰和口香糖，不乱扔废弃物。
4. 因故迟到或中途出场时动作要轻不弄响座椅，以免影响他人。
5. 散会时，有秩序地离开抢先、拥挤，避免造成混乱和意外事故。

四、运动场

1. 参观比赛要遵守有关运动规则。
2. 做文明观众，观看球赛或其它比赛时，要尊重裁判和工作人员，自觉遵守并维护运动场的秩序，要为双方的精彩表演鼓掌，不要鼓倒掌、喝倒彩。

五、食堂

1. 就餐者要遵守食堂就餐时间，要自觉排队，不得插队和拥挤。
2. 就餐时不要将脚跷在凳子上，在桌凳上乱写乱划，要讲究卫生，保持食堂清洁。要爱惜粮食，倒入泔水缸，不得随便乱倒。不要将饭菜端回宿舍用餐。
3. 尊重老师，不在教工窗口排队，不到教工餐厅用餐。
4. 学生要尊重工人的劳动，平时见到工人要热情地招呼，要配合和帮助工人师傅搞好食堂工作。

六、宿舍

1. 自觉遵守宿舍管理各项规章制度。服从管理、主动配合有关人员的检查。遇到停水停电等突发事件时要保持安静和冷静，通过学生干部或管理、值班人员及时解决问题，严禁起哄滋事，严防发生意外。
2. 宿舍内要加强团结，互相关心相爱护，互相帮助，相邻宿舍的同学互相尊重、友好交往。
3. 遵守作息制度，按时起身，按时就寝，晚间迟归宿舍要主动进行登记。在自习或别人休息时，动作要轻，打电话时要节约时间、控制音量。不得在宿舍区喧哗、打闹，不得放大录音机、收音机的音量，严禁偷听敌台，严禁看“黄”。

4. 宿舍里要注意语言美，不讲脏话、粗野的话，严禁将易燃、易爆的物品带回宿舍，宿舍内严禁烧酒精炉、煤油炉、点蜡烛，严禁使用电炉、电烙铁等电热设备，严禁私接电源，不准自行留客住宿。不得抽烟、酗酒。

5. 增强自我防范意识，提高警惕，防火防盗。休息或外出时要关锁好门窗，玻璃坏了要及时报修。发现可疑要立即询问、报告，确保自身安全。

6. 注意公共卫生和宿舍卫生，起身后要及时叠好被子，注意床上整洁，床下鞋子要放整齐。不要随地吐痰，随地小便，乱抛果皮纸屑，更不得将剩饭菜、瓜果皮壳倒在水池里、室内外、走廊里，垃圾一律倒入垃圾篓。宿舍卫生值周工作要正常。

七、待人接物

1. 遇见他人写信，或阅读信件，不要偷看或强行拆阅，不要随便打听来信的对象和内容，不要私拆他人信件。

2. 代传他人的书信要原封不动地转交，不要因集邮等原因而损毁他人的邮件。

3. 有客人敲门或打招呼问答“请进”或到门口相迎，见人应放下手中的工作，起身热情迎接。待客应让座、敬茶。

男女生之间要文明交往、举止得体。与他人交谈时应避免不礼貌的口头语，应注意谈吐文明，措词雅洁，行为雅

观。

4. 尊重外地人，遇有问路人，认真指引。尊重他人的人格、宗教信仰和民族习惯，维护国家荣誉和学校形象，遇

见外宾，以礼相待，不卑不亢。

（二）学分

学生须修完本专业人才培养方案所规定的课程并达到合格标准，毕业要求至少须修满总学分 157 学分。总学分由必修课程学分、选修课程学分二部分组成，其中必修课程 143 学分，选修课程 14 学分，共计 157 学分。

1. 必修课程学分：公共基础必修课 44 分，专业（技能）必修课 101 分，合计 145 学分；

2. 选修课程学分：公共选修课 6 学分，专业（技能）选修课 8 学分，合计 14 学分；

（其中：劳动素养教育分/学分获取办法：1 学分（每类可认定素质教育分最高 5 分，20 个素质教育分可认定综合素质教育课程 1 学分，最高认定 1 学分）

综合素质教育分要求：学生必须获得 100 个素质教育分（其中至少 20 个思想素质分，至少 20 个文化素质分，至少 20 个身心素质分，至少 20 个审美和人文素养分，至少 20 个劳动素质分，共折合 5 学分。

（三）职业资格证书

贯彻落实国家 1+X 证书制度试点工作，主动适应新科技革命和产业变革对高素质复合型技术技能人才的需求，鼓励本专业学生在校期间有序考取各类职业技能等级证书和职业资格证书等。

序号	证书名称	证书等级	颁证机构	学分
1	电子商务师	1	人力资源和社会保障局	
2	电子商务师	2	人力资源和社会保障局	
3	跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书	3	厦门优优汇联信息科技有限公司	
4	新媒体营销职业技能等级证书	3	联创新世纪（北京）品牌管理股份有限公司	
5	网络直播运营职业技能等级证书	3	中广协广告信息文化传播有限责任公司	
6	电子商务数据分析职业技能等级证书	3	北京博导前程信息技术股份有限公司	
7	网络直播运营（1+X 证书）	1		
8	新媒体营销（1+X 证书）	1		
9	计算机等级考试一级	1	教育部考试中心	
10	计算机等级考试二级	2	教育部考试中心	
11	自治区高职英语应用能力考试	1	教育部	
12	全国英语四级证书	4	国家教育部高教司	
13	全国英语六级证书	6	国家教育部高教司	
14	普通话合格证书		国家语言文字工作委员会	

（四）毕业要求及指标点

编号	毕业要求	培养规格
----	------	------

1	素质目标：本专业培养理想信念坚定，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、职业道德和创新意识，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	
2	知识目标：掌握网络营销、直播营销与运营、新媒体推广、品牌策划与运营、网络客户服务与管理等基础知识和原理，具备文案创意、视觉营销、短视频策划与制作、直播策划与推广、电商主播、专业数据处理与分析等知识。	
3	能力目标：能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划、能够进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品图片、视频，从而具备广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施的能力。具备网络营销策划、新媒体编辑、网络渠道推广、直播运营、电商主播、短视频创作与运营、客户服务、互联网产品销售等相关岗位工作。	

编号	毕业要求	指标点编号	指标点内容	培养规格
1	素质目标：本专业培养理想信念坚定，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、职业道德和创新意识，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	1.1	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、全球视野和市场洞察力。	
		1.2	坚定拥护中国共产党领导和我国制度，在指引下，践行核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。	
		1.3	勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。	
2	知识目标：掌握网络营销、直播营销与运营、新媒体推广、品牌策划与运营、网络客户服务与管理等基础知识和原理，具备文案创意、视觉营销、短视频策划与制作、直播策划与推广、电商主播、专业数据处理与分析等知识。	2.1	熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识。	
		2.2	掌握计算机应用、网络技术的基本理论，网络营销和直播电商的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。	
		2.3	掌握文字写作、礼仪与沟通、信息技术应用以及商业文化素养等知识；掌握直播营销方案策划、品牌策划及日常	

3			运营、活动策划方案制定与实施的相关知识；掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识。	
		2.4	掌握商品、短视频拍摄与制作、图形图像处理、主流直播平台的运营规则与推广方式、直播营销与运营、新媒体推广、互联网产品分类、选品、销售和网店运营的相关知识。	
		2.5	掌握网络营销与直播电商数据处理与分析、报告撰写、客户服务、客户关系维护的相关知识。	
	能力目标：能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划、能够进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品图片、视频，从而具备广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施的能力。具备网络营销策划、新媒体编辑、网络渠道推广、直播运营、电商主播、短视频创作与运营、客户服务、互联网产品销售等相关岗位工作。	3.1	具有探究学习、终身学习、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；具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。	
		3.2	具备计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析的能力；能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施；具备文案创意与撰写的能力，能够挖掘客户需求，制定文案创意方案并撰写发布。	
		3.3	能够进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品图片、视频，能够运用相关软件对企业及产品图片、视频进行处理，并进行短视频运营与推广；具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施；具备在主流直播电商平台进行策划、选品、引流、销售、以及数据分析等能	

			力。	
		3.4	具备线上线下活动策划与执行能力，能够策划活动方案，整合资源，进行活动实施与监控；具备基本网店运营推广技能，掌握搜索引擎优化、网络推广、营销转化技能，能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化。	
		3.5	具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力，掌握良好的沟通技能，应对客户咨询、异议、处理投诉，进行客户个性化服务等，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度。	

七、课程体系及教学进程总体安排

（一）课程体系框架

充分发挥专业建设指导委员会的作用，深入行业、企业进行调研，跟踪行业、企业对会计人才的需求，完善“产教融合，课证融通（1+X）”的人才培养模式。以网络营销与直播电商相关岗位工作过程为基础，以真实的职业环境和业务为载体，按运营专员、直播助理、直播策划等工作岗位进行工作任务分析，开展项目教学；在授课的过程中融入职业资格证书考试的内容，整体上实现理论与实践教学一体化，在学生培养过程中融入模拟实训、顶岗实习，实现工学交替。

1. 专业基础课

专业基本能力	课程	主要学习内容
掌握利用互联网进行商务信息的检索与利用能力；掌握开通网上店铺，并对店铺进行日常经营管理的能力；掌握运用、操作电子商务的安全技术；掌握电子商务平台上进行物流配送的相关操作；掌握网络营销能力、商务沟通能力和现代信息技术与处理能力。	《电子商务基础》	1. 电子商务的认识与典型案例 2. 网络商务信息收集与利用 3. CA 认证与电子商务安全 4. 建立网上商店 5. 网上支付 6. 网络营销与促销 7. 电子商务与物流 8. 淘宝网店综合实训

掌握生活、旅行、风光、人像、纪实、动物、建筑、花卉等多场景题材投影与构图技巧；具备构图和用光离不开摄影者的观察和眼力，下意识地观察大千世界中各种景象的构图与用光的方法。	《摄影与构图技巧》	1. 摄影构图基础 2. 构图无处不在 3. 人像摄影实战构图技巧 4. 风光摄影实战构图技巧 5. 用光基础
掌握 Photoshop 的操作方法，了解色彩和构图的基本理论，掌握图片处理的基本知识，掌握商品信息详情页设计和海报设计的思路；能够能够对商品进行展示设计；能够对图片进行处理；能够对商品详情页和海报进行设计。	《图形图像处理》	1. Photoshop 基本操作方法 2. 色彩和构图基本理论 3. 农产品图片处理与制作 4. 农产品海报设计与制作 5. 农产品详情页设计制作
理解市场营销学相关理论的发展与应用，市场营销学是一门与市场营销实践紧密联系的应用型学科；掌握基本概念和基础理论表述规范，同时具有较强的务实性和启发性；重点掌握市场营销学研究的主要目的是满足消费者需要，但并不是仅仅到此为止，而是要力求使消费者获得满足并满意，愿意继续购买与使用，或能引起其他潜在消费者的兴趣。	《市场策划》	1. 市场营销基础理论 2. 市场营销环境 3. 消费者市场与消费者行为 4. 市场营销战略 5. 产品策略
了解新零售模式将互联网大数据等各项技术，应用到实体门店上，将门店与消费者，与商品货物，以及购物空间之间不断数字化，从而提升门店的智能程度，给消费者带来便利的购物体验，给商家带来高效管理效率。	《零售基础》	1. O2O——线上线下深度融合，构建商业闭环 2. 渠道构建 3. 数据化运营 4. 体验建设 5. 重构会员体系
通过企业网站推广实践，掌握网络推广方法与技巧，搜索引擎的基本用法、高级应用、SEO 技术、网络营销与搜索引擎的关系，了解网络信息资源的分布，熟练掌握在因特网上查找知识的技能，掌握搜索引擎排名技术，从而学会网站排名的优化。	《网络推广》	1. 网络推广环境与策略 2. 网络推广方法 3. 网络推广和渠道专员、网络文案 4. 搜索引擎营销、优化 5. 综合实训
掌握短视频策划与运营的方式方法，了解短视频策划与运营的基本逻辑，掌握直播策划过程内容编辑、剪辑、活动运营等基本知识，掌握短视频策划过程中工具使用与团队搭建的相关思路；能够针对短视频运营后期数据进行有效复盘，拓展营销效果。	《短视频策划与运营》	1. 短视频平台概述 2. 企业号和个人号的区别 3. 短视频人设定位 4. 短视频制作基础流程短视频脚本策划 5. 内容选题方向 6. 短视频账号内容设计 7. 高清视频拍摄技巧 8. 后期剪辑技巧 9. 短视频音乐运营方法 10. 矩阵账号打造

		11. 流量运营方式 12. 用户运营方式 13. 活动运营方式 14. 数据运营分析 15. 短视频运营工具使用 16. 短视频经济价值 17. 短视频经济价值 18. 短视频商业模式 19. 短视频团队搭建
掌握网络直播营销选品及营销相关法律法规行为规范	《直播法律法规》	1. 新媒体网络信息内容生态治理 2. 新媒体音视频信息管理规范 3. 新媒体公众账号信息服务管理规范 4. 互联网直播服务管理规范 5. 新媒体电商相关法律法规

2. 专业核心课

专业基本能力	课程	主要学习内容
掌握利用互联网进行商务信息的检索与利用能力；掌握开通平台直播账号；掌握运用供应链数据进行做基本采购；掌握直播团队分工；掌握全网推广的方法、技术与处理能力。	《直播电商》	1. 直播行业概述 2. 直播平台分类 3. 直播供应链 4. 主播的成长 5. 直播流程 6. 直播数据分析 7. 全网推广 8. 直播财务管理
理解电商直播选品的基本规律,商务选品是一门与网络直播及运营紧密联系的应用型学科;掌握基本概念和基础理论表述规范,同时具有较强的务实性和启发性;重点掌握商务的主要目的是满足消费者需要,但并不是仅仅到此为止,而是要力求使消费者获得满足并满意,愿意继续购买与使用,或能引起其他潜在消费者的兴趣。	《商务选品》	选品定位 挑选符合电商销售的产品(一) 市场占比分析 选品之调研与分析 把控产品的物流及包装 掌握盈亏平衡点和计算方式 建立核心客户资源库 把自己打造成客户信任的人 与客户深度接触 商务拜访前的准备工作 合同谈判的正确方式及注意要点 如何合理进行商务催款
掌握利用互联网进行商务信息的检索与利用能力；掌握开通平台直播账号；掌握运用供应链数据进行做基本采购；掌握直播团队分工；掌握全网推广的方法、技术与处理能力。	《直播电商实务》	1. 直播行业概述 2. 直播平台分类 3. 直播供应链 4. 主播的成长 5. 直播流程 6. 直播数据分析 7. 全网推广 8. 直播财务管理

了解自媒体文案的写作特点与风格;掌握电商主要平台文案写作的特点和对商品文案的相应要求;掌握不同平台、不同产品类别撰写符合要求的文案 4 掌握全面的直播电商文案写作、策划、写作能力,为更高层次的发展奠定基础。	《文案策划与撰写》	1. 撰写直播脚本 2. 淘宝网、阿里巴巴、天猫 京东等内贸平台规则和商品标题和详情页的要求 3. 主要外贸平台的规则和要求,尤其是商品标题和详情页的相关要求 4. 优秀店铺的优秀文案学习并总结不同平台的文案特点 5. 自媒体文案写作的风格、特点和规律 6 撰写各种类型平台的文案,并能够受到消费者的欢迎
掌握直播电商运营的方式方法,了解直播电商运营过程中的基本逻辑,掌握直播运营过程物料及图片处理的基本知识,掌握商品信息详情页设计和海报设计的思路;能够针对直播活动进行简单产品上下架及后续维护。	直播电商运营	直播运营概论 直播运营的四个阶段 直播电商主要的变现模式 网络直播行为法律规则 熟知平台违禁内容 直播电商流量逻辑 直播权重全面解析 直播推流 直播封面图 直播标签的选择 直播间添加商品上架 直播间货品运营 直播货品组合与上架节奏 直播粉丝运营 短视频与直播联动 短视频内容创作 短视频内容创作
掌握直播电商策划的方式方法,了解直播电商策划的基本逻辑,掌握直播策划过程内容编辑、市场调研、文案撰写等基本知识,掌握直播策划过程中产品定价与直播话术设计的相关思路;能够针对直播活动进行组织与后期复盘。	《直播电商策划》	直播营销概论 直播发展趋势 直播电商的策划基础 直播策划方案要点 直播策划方案撰写案例 不同类型的直播内容策划 品牌直播基本环节和策略 品牌直播市场调研文案 直播内容类型和受众分析 直播间场地规划 直播风险排查-直播前 直播风险排查-直播后 直播内容的创意性 直播主题确定 直播脚本撰写 直播间话术设计 直播货品价格策略-消费心理学 直播产品定价策略 直播间互动玩法 直播电商文案 直播预告文案撰写 直播团队人员分工 直播营销的复盘与提升

3. 专业综合课

专业基本能力	课程	主要学习内容
综合运用所学知识，结合实际独立完成课题。	《毕业设计》	课题选择；项目分析；指导设计；组织答辩。
能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划、能够进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品图片、视频，从而具备广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施的能力。	《岗位实习》	通过去企业进行顶岗实习，能够尽快熟悉企业环境，适应网络营销策划、新媒体编辑、网络渠道推广、直播运营、电商主播、短视频创作与运营、客户服务、互联网产品销售等工作，为日后发展奠定基础。

4. 专业拓展课

专业拓展能力	课程	主要学习内容
掌握各种摄影器材的使用方法；掌握产品摄影的知识与技术；掌握产品摄影的完整工作流程；掌握产品摄影的实际拍摄经验、后期处理思路和产品摄影场景拍摄技巧等。	《短视频采集与制作》	1. 相机、镜头的基本性质、性能、结构、功能和原理等知识 2. 摄影图片的特性、要素和规律 3. 曝光控制、摄影构图、人造光源技术 4. 运用多种拍摄手段和摄影专业法则及摄影技能拍摄出优秀产品图片 5. 图像管理、调色、修片、裁剪等常用技能
掌握品牌定位策划、品牌传播策划；品牌文化提炼与传播、品牌个性塑造、品牌名称策划。	《品牌策划与推广》	1. 品牌概述 2. 品牌传播基础分析 3. 品牌传播策划 4. 品牌文化与个性识别策划 5. 品牌营销战略管理 6. 品牌传播策略 7. 品牌传播媒介选择与组合策划
掌握社群运营与管理的基本方法；掌握社群运营过程中话术方法及常见误区。	《社群运营》	1. 搭建人设 2. 吸引粉丝转变忠实用户 3. 社群用户画像及营销方式 4. 社群布局 5. 社群命名与组建规则 6. 社群运营话术与模板 7. 社群裂变方法及裂变渠道 8. 微信不同形式的转化特点及应用范围 9. 社群内容和产品输出要点 10. 社群营销的误区 11. 社群营销的关键点 12. 与用户建立信任 13. 个人号与社群号销售逻辑分析 14. 社群运维的优势

		15. 社群活动预热与推介流程 16. 社群活跃与裂变 17. 首次添加好友并邀请好友进群规则 18. 社群抽奖话术及领取规则 19. 裂变活动奖品发放要点及流程 20. 微信个人号运营方式 21. 微信号运营关键及解封方式 22. 社群运营人员岗位职责 23. 社群运营人员考核与晋升机制
了解私域流量；掌握如何构建私域流量(社群)；掌握运营私域流量和变现的方法。	《社交电商》	1. 社群营销 2. 构建一个完整的社群 3. 保持社群的活跃度 4. 组织线下活动 5. 打造社群运营团队 6. 进行社群商业变现
掌握网站推广方法与技巧；了解网络信息资源管理与分布，掌握排名技术；能通过有效的搜索引擎优化管理推广企业。	《搜索引擎营销》	1. 竞价账号开通 2. 账号内容搭建 3. 关键词筛选 4. 工具箱工具使用 5. 竞价数据分析
熟悉平台直播工作内容和特点，具备主播工作所需的认真负责、严谨细致等基本职业素质；掌握语音语调与发声方式、语言表达艺术、表演、新手主播准备、化妆与形象造型、直播间设置、直播产品推销和团队管理等操作知识和技能，能够协调处理在直播工作过程中遇到的各种问题，具备主播所需的良好综合业务能力和社交协调能力。	《主播素养》	1. 语音语调与发声方式 2. 在沟通协作中准确、清晰地描述和表达自己的观点 3. 在直播开播之前，做好准备工作 4. 塑造个人形象 5. 树立主播人设 6. 根据主播的风格定位，布置直播间场景 7. 精准选品、与商家达成良性的合作关系 8. 成功推销直播间产品 9. 高效管理团队
了解直播电商主播相关职责与行为规范，掌握直播电商主播岗位所需的相关礼仪及发生技巧，熟悉开播前的相关流程与注意事项，熟悉主播风格与互动技巧的确定，确定直播的相关活动细节。	《虚拟主播运营》	1. 选择适合自己的MCN机构及经纪人 2. 主播的职责义务 3. 直播电商案例分析 4. 《网络直播营销行为规范》 5. 主播岗位职责 6. 形象肢体礼仪必备基础技能 7. 掌握镜头前的技巧 8. 掌握运用发声技巧 9. 了解主流新媒体平台 10. 开播的基本流程和注意事项 11. 主播风格类型定位 12. 主播脚本内容准备 13. 与粉丝沟通互动技巧 14. 直播间忠实粉丝运营维护 15. 主播暖场活跃话术

序号	课程类别	性质	代码	名称	是否核心课程
1	公共基础课	必修	1900001301	思想道德修养与法律基础	
2	公共基础课	必修	1900001302	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	
3	公共基础课	必修	1900001303	形势与政策	
4	公共基础课	必修	1900001304	职业规划与就业指导	
5	公共基础课	必修	1900001305	创新创业基础（理论）	
6	公共基础课	必修	1900001306	体育 I	
7	公共基础课	必修	1900001307	体育 II	
8	公共基础课	必修	1900001308	体育选项 I	
9	公共基础课	必修	1900001309	体育选项 II	
10	公共基础课	必修	1900001311	大学英语/日语 I	
11	公共基础课	必修	1900001312	大学英语/日语 II	
12	公共基础课	必修	1900001313	大学生心理健康教育	
13	公共基础课	必修	1900001314	军事理论	
14	公共基础课	必修	1900001315	军事训练	
15	公共基础课		1900001316	入学教育（认知实习）	
16	公共基础课	必修	1900001317	劳动教育	
17	公共基础课	必修	1900001318	民族理论与民族政策	
18	公共基础课	必修	1900001319	大学生综合素质训练	
19	公共基础课	必修	1900001320	铸牢中华民族共同体意识	
20	公共基础课	必修	1900001321	大学英语/日语(选项) I	
21	公共基础课	必修	1900001322	大学英语/日语(选项) II	
22	公共基础课	必修	1900001323	思想道德与法治	
23	公共基础课	必修	1900001325	信息技术 I	
24	公共基础课	必修	1900001326	信息技术 II	

25	公共基础课	必修	1900001327	安全教育	
26	公共基础课	必修	1900001328	军事训练（入学教育）	
27	公共基础课	必修	1900001329	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	
28	公共基础课	必修	1900001330	大学语文	
29	公共基础课	任选	1900001331	公选（艺术）	
30	公共基础课	任选	1900001332	公选（素养）	
31	公共基础课	任选	1900001333	公选（四史）	
32	专业基础课	必修	2103151301	电子商务概论	
33	专业基础课	必修	2103151302	摄影与构图技巧	
34	专业基础课	必修	2103151303	图形图像处理	
35	专业基础课	必修	2103151305	市场策划	
36	专业基础课	必修	2103151308	直播法律法规	
37	专业基础课	必修	2103151315	财税基础	
38	专业基础课	必修	2103151322	零售基础	
39	专业核心课	必修	2103151309	直播电商	是
40	专业核心课	必修	2103151311	内容策划与编辑	是
41	专业核心课	必修	2103151312	商务选品	是
42	专业核心课	必修	2103151313	营销渠道运维	是
43	专业核心课	必修	2103151316	客户服务与管理	是
44	专业核心课	必修	2103151317	直播电商策划与运营	是
45	专业核心课	必修	2103151319	农村电商项目实战	是
46	专业拓展课	任选	2103122303	经济数学 I	
47	专业拓展课	任选	2103122312	经济数学 II	
48	专业拓展课	限选	2103151314	直播销售	
49	专业拓展课	限选	2103151318	新媒体运营	

50	专业拓展课	任选	2103152301	虚拟主播运营	
51	专业拓展课	任选	2103152303	短视频采集与制作	
52	专业拓展课	限选	2103152304	品牌策划与推广	
53	专业拓展课	限选	2103152305	社交电商	
54	专业拓展课	限选	2103152306	社群运营	
55	专业拓展课	任选	2103152307	搜索引擎营销	
56	专业拓展课	限选	2103152308	主播素养	
57	专业综合课	必修	2103151321	毕业设计	
58	专业综合课	必修	2103151323	岗位实习	

(二) 专业课程与典型工作任务的映射关系

典型工作任务	能力	专业核心课
1.1.1 运营专员岗位分析 1.2 运营经理岗位分析	1. 能利用直播数据分析手段,根据数据分析结果,制作策划直播活动方案; 2. 会使用直播现场灯光、道具、网络及设备,负责现场管理; 3. 能完成主播安排的活动;管理直播过程中的产品链接; 4. 能营造直播现场氛围;负责主滞后台场景的搭建。 5. 能根据每次的活动主题,创作直播剧本,策划活动场景; 6. 能制定具体的实施计划。	营销渠道运维【2103151313】 直播电商【2103151309】 农村电商项目实战【2103151319】 直播电商策划与运营【2103151317】 商务选品【2103151312】
2.1.1 主播助理岗位分析 1.2 主播岗位分析	1. 能根据团队成员特性,做好团队管理; 2. 能提前了解产品特点,负责产品介绍与现场互动话术; 3. 能掌握直播流程,负责策划,熟悉粉丝管理技巧,负责维护粉丝关系。	直播电商【2103151309】 直播电商策划与运营【2103151317】 商务选品【2103151312】
3.3. 直播策划岗位分析	1. 能结合主播特征与粉丝偏好,完成原创话题及素材整理; 2. 能提炼销售产品卖点,撰写产品使用场景、功能及价格的介绍文案; 3. 能在脚本设计中,制定直播暖场话题、促单及常见问题解答的话术; 4. 能在直播环节设计中,合理进行抽奖、福利赠送、限时限量、锚定价格、秒杀等直播活动玩法的策划; 5. 能快速熟悉代播品牌,编写代播策划文案。	直播电商【2103151309】 农村电商项目实战【2103151319】 直播电商策划与运营【2103151317】 内容策划与编辑【2103151311】 商务选品【2103151312】
4.4.1 新媒体专员岗位分析 4.2 新媒体经理岗位分析	1. 了解国内主要新媒体平台的规律; 2. 会制作文案、图片和短视频; 3. 能在国内主要新媒体上开展营销推广活动。	直播电商【2103151309】 客户服务与管理【2103151316】 直播电商策划与运营【2103151317】 内容策划与编辑【2103151311】 商务选品【2103151312】

5. 直播助理岗位分析	1. 熟练直播脚本内容,对直播现场所需道具、物料及商品进行准备及跟进; 2. 熟悉带货促单话术技巧,能配合主播借助道具或模特,现场展示商品使用方法及效果,引导顾客下单; 3. 根据直播间评论区的反馈,合理挑选直播弹幕进行互动,进行直播弹幕的管理与秩序维护,对负面信息及时处理,避免产生不良影响。	直播电商策划与运营 【2103151317】 直播电商【2103151309】 商务选品【2103151312】
-------------	---	---

(三) 专业课程、毕业要求、指标点之间的映射关系

毕业要求	指标点	专业核心课
1. 素质目标: 本专业培养理想信念坚定,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、职业道德和创新意识,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	1.1. 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、全球视野和市场洞察力。	客户服务与管理【2103151316】 营销渠道运维【2103151313】 直播电商【2103151309】 内容策划与编辑【2103151311】 商务选品【2103151312】
	1.2. 坚定拥护中国共产党领导和我国制度,在指引下,践行核心价值观,具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动,履行道德准则和行为规范,具有社会责任感和社会参与意识。	客户服务与管理【2103151316】 直播电商策划与运营【2103151317】 营销渠道运维【2103151313】 商务选品【2103151312】 直播电商【2103151309】 农村电商项目实战【2103151319】 内容策划与编辑【2103151311】
	1.3. 勇于奋斗、乐观向上,具有自我管理能力、职业生涯规划的意识,有较强的集体意识和团队合作精神。	客户服务与管理【2103151316】 农村电商项目实战【2103151319】 营销渠道运维【2103151313】 直播电商策划与运营【2103151317】 内容策划与编辑【2103151311】 直播电商【2103151309】 商务选品【2103151312】
2. 知识目标: 掌握网络营销、直播营销与运营、新媒体推广、品牌策划与运营、网络客户服务与管理等基础知识和原理,具备文案创意、视觉营销、短视频策划与制作、直播策划与推广、电商主播、专业数据处理与分析等知识。	2.1. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识。	直播电商【2103151309】 内容策划与编辑【2103151311】 农村电商项目实战【2103151319】 商务选品【2103151312】 客户服务与管理【2103151316】 直播电商策划与运营【2103151317】 营销渠道运维【2103151313】
	2.2. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论,网络营销和直播电商的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。	商务选品【2103151312】 客户服务与管理【2103151316】 内容策划与编辑【2103151311】 直播电商【2103151309】 直播电商策划与运营【2103151317】 农村电商项目实战【2103151319】

		营销渠道运维【2103151313】
	2.3. 掌握文字写作、礼仪与沟通、信息技术应用以及商业文化素养等知识;掌握直播营销方案策划、品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施的相关知识;掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识。	营销渠道运维【2103151313】 直播电商策划与运营【2103151317】 内容策划与编辑【2103151311】 商务选品【2103151312】 直播电商【2103151309】 客户服务与管理【2103151316】 农村电商项目实战【2103151319】
	2.4. 掌握商品、短视频拍摄与制作、图形图像处理、主流直播平台的运营规则与推广方式、直播营销与运营、新媒体推广、互联网产品分类、选品、销售和网店运营的相关知识。	客户服务与管理【2103151316】 内容策划与编辑【2103151311】 直播电商【2103151309】 营销渠道运维【2103151313】 农村电商项目实战【2103151319】 商务选品【2103151312】 直播电商策划与运营【2103151317】
	2.5. 掌握网络营销与直播电商数据处理与分析、报告撰写、客户服务、客户关系维护的相关知识。	直播电商策划与运营【2103151317】 内容策划与编辑【2103151311】 营销渠道运维【2103151313】 直播电商【2103151309】 商务选品【2103151312】 农村电商项目实战【2103151319】 客户服务与管理【2103151316】
3. 能力目标: 能够针对企业经营目标, 开展品牌定位调研、策划品牌推广计划、能够进行创意拍摄, 制作突出商品卖点的商品图片、视频, 从而具备广策划、渠道选择、运营实施的能力, 能够根据公司战略, 确定推广方法和内容并实施的能力。具备网络营销策划、新媒体编辑、网络渠道推广、直播运营、电商主播、短视频创作与运营、客户服务、互联网产品销售等相关岗位工作。	3.1. 具有探究学习、终身学习、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;具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。	客户服务与管理【2103151316】 直播电商【2103151309】 内容策划与编辑【2103151311】 直播电商策划与运营【2103151317】 商务选品【2103151312】 农村电商项目实战【2103151319】 营销渠道运维【2103151313】
	3.2. 具备计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析的能力;能够针对企业经营目标, 开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施;具备文案创意与撰写的能力, 能够挖掘客户需求, 制定文案创意方案并撰写发布。	商务选品【2103151312】 农村电商项目实战【2103151319】 内容策划与编辑【2103151311】 营销渠道运维【2103151313】 客户服务与管理【2103151316】 直播电商【2103151309】 直播电商策划与运营【2103151317】
	3.3. 能够进行创意拍摄, 制作突出商品卖点的商品图片、视频, 能够运用相关软件对企业及产品图片、视频进行处理, 并进行短视频运营与推广;具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力, 能够根据公司战略, 确定推广方法和内	营销渠道运维【2103151313】 客户服务与管理【2103151316】 农村电商项目实战【2103151319】 直播电商【2103151309】 直播电商策划与运营

	容并实施；具备在主流直播电商平台进行策划、选品、引流、销售、以及数据分析等能力。	【2103151317】 内容策划与编辑 【2103151311】 商务选品 【2103151312】
	3.4. 具备线上线下活动策划与执行能力，能够策划活动方案，整合资源，进行活动实施与监控；具备基本网店运营推广技能，掌握搜索引擎优化、网络推广、营销转化技能，能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化。	农村电商项目实战 【2103151319】 客户服务与管理 【2103151316】 营销渠道运维 【2103151313】 商务选品 【2103151312】 直播电商 【2103151309】 内容策划与编辑 【2103151311】 直播电商策划与运营 【2103151317】
	3.5. 具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力，掌握良好的沟通技能，应对客户咨询、异议、处理投诉，进行客户个性化服务等，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度。	内容策划与编辑 【2103151311】 营销渠道运维 【2103151313】 客户服务与管理 【2103151316】 直播电商策划与运营 【2103151317】 商务选品 【2103151312】 直播电商 【2103151309】 农村电商项目实战 【2103151319】

(四) 教学进程总体安排

课程类别	课程代码	课程名称	课程性质	课程类型	学分	学时分配			学期周学时						考核方式
						总学时	理论	实践	第一年		第二年		第三学年		
									1	2	1	2	1	2	
									20周	20周	20周	20周	20周	20周	
公共基础课	1900001301	思想道德修养与法律基础	必修	理论课	3	54	46	8							考试
公共基础课	1900001302	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	理论+实践		0	0	0							
公共基础课	1900001303	形势与政策	必修	理论课	1	32	32	0	2	2	2	2			考查
公共基础课	1900001304	职业规划与就业指导	必修	理论+实践	1	18	9	9		1-9					考查
公共基础课	1900001305	创新创业基础（理论）	必修	理论课	1	18	18	0		2					考查
公共基础课	1900001306	体育 I	必修	实践课	2	32	2	30	2						考查
公共基础课	1900001307	体育 II	必修	实践课	2	36	0	36		2					考查

公共基础课	1900001308	体育选项 I	必修	实践课	2	36	0	36			2				考查
公共基础课	1900001309	体育选项 II	必修	实践课	2	36	0	36				2			考查
公共基础课	1900001311	大学英语/日语 I	必修	理论课	2	32	32	0	2						考查
公共基础课	1900001312	大学英语/日语 II	必修	理论课	2	36	36	0		2					考试
公共基础课	1900001313	大学生心理健康教育	必修	理论+实践	2	32	16	16	2						考查
公共基础课	1900001314	军事理论	必修	理论课	2	36	36	0	2						考查
公共基础课	1900001315	军事训练	必修	实践课	3	168	0	168							考查
公共基础课	1900001316	入学教育（认知实习）		理论+实践		0	0	0							
公共基础课	1900001317	劳动教育	必修	理论课	1	16	16	0		1					考查
公共基础课	1900001318	民族理论与民族政策	必修	理论课		0	0	0							

公共基础课	1900001319	大学生综合素质训练	必修	实践课	5	0	0	0							考查
公共基础课	1900001320	铸牢中华民族共同体意识	必修	理论+实践	1	16	16	0			2	2			考查
公共基础课	1900001321	大学英语/日语(选项) I	必修	理论课	2	36	36	0			2				考查
公共基础课	1900001322	大学英语/日语(选项) II	必修	理论课	2	36	36	0				2			考试
公共基础课	1900001323	思想道德与法治	必修	理论+实践	3	54	46	8	3						考查
公共基础课	1900001325	信息技术 I	必修	理论+实践	2	32	16	16	2						考查
公共基础课	1900001326	信息技术 II	必修	理论+实践	2	40	20	20		2					考查
公共基础课	1900001327	安全教育	必修	理论+实践	1	18	18	0		1					考查
公共基础课	1900001328	军事训练(入学教育)	必修	实践课	3	168	0	168	3						考查
公共基础课	1900001329	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	必修	理论+实践	3	54	46	8			3				考试

公共基础课	1900001330	大学语文	必修	理论课	2	36	36	0			2				考查
公共基础课	1900001331	公选（艺术）	任选	理论课	2	36	18	18		2					考查
公共基础课	1900001332	公选(素养)	任选	理论课	2	36	18	18				2			考查
公共基础课	1900001333	公选（四史）	任选	理论课	2	36	18	18			2				考查
公共基础课	小计	共 31 门			52	1,072	513	559							
专业基础课	2103151301	电子商务概论	必修	理论+实践	4	64	32	32	4						考试
专业基础课	2103151302	摄影与构图技巧	必修	理论+实践	3	48	24	24	3						考查
专业基础课	2103151303	图形图像处理	必修	理论+实践	3	48	24	24	3						考查
专业基础课	2103151305	市场策划	必修	理论+实践	4	76	38	38		4					考试
专业基础课	2103151308	直播法律法规	必修	理论+实践	3	57	28	29		3					考试

专业基础课	2103151315	财税基础	必修	理论+实践	3	57	28	29				3			考试
专业基础课	2103151322	零售基础	必修	理论+实践	3	48	24	24	3						考试
专业基础课	小计	共 7 门			23	398	198	200							
专业核心课	2103151309	直播电商	必修	理论+实践	4	76	20	56			4				考试
专业核心课	2103151311	内容策划与编辑	必修	理论+实践	3	57	15	42			3				考试
专业核心课	2103151312	商务选品	必修	理论+实践	3	57	20	37			3				考查
专业核心课	2103151313	营销渠道运维	必修	理论+实践	4	76	20	56				4			考查
专业核心课	2103151316	客户服务与管理	必修	理论+实践	3	57	6	51				3			考查
专业核心课	2103151320	网络推广	必修	理论+实践	3	56	28	29		3					考查
专业核心课	2103151317	直播电商策划与运营	必修	实践课	3	57	20	37					5	3	考查

专业核心课	2103151319	农村电商项目实战	必修	实践课	4	60	10	50					5	4	考查
专业核心课	小计	共 7 门			27	496	139	357							
专业拓展课	2103122303	经济数学 I	任选	理论课	2	64	32	32	1						考查
专业拓展课	2103122312	经济数学 II	任选	理论课	2	76	38	38	2						考查
专业拓展课	2103151314	直播销售	限选	理论+实践	4	76	38	38				4			考试
专业拓展课	2103151318	新媒体运营	限选	理论+实践	3	57	0	57					5	3	考查
专业拓展课	2103152301	虚拟主播运营	任选	理论+实践	3	54	27	27	4						考查
专业拓展课	2103152303	短视频采集与制作	任选	理论+实践	4	72	36	36	2						考查
专业拓展课	2103152304	品牌策划与推广	限选	理论+实践	3	54	27	27	3						考查
专业拓展课	2103152305	社交电商	限选	理论+实践	4	72	36	36	3						考查

专业拓展课	2103152306	社群运营	限选	理论+实践	3	54	27	27	4						考查
专业拓展课	2103152307	搜索引擎营销	任选	理论+实践	3	54	27	27	4						考查
专业拓展课	2103152308	主播素养	限选	理论+实践	2	36	18	18	5						考查
专业拓展课	小计	共 11 门			19	349	146	203							
专业综合课	2103151321	毕业设计	必修	实践课	4	120	120	0						4	考查
专业综合课	2103151323	岗位实习	必修	实践课	26	480	480	0					18	8	考查
专业综合课	小计	共 2 门			30	600	600	0							
全部课程	总计	共 58 门			151	2915	1596	1,319							

（五）学分统计

课程类别	课程数量	学时小计	学分小计	学分分配		
				必修	限选	任选
公共基础课	31	1,072	52	52	0	0
专业基础课	7	398	23	23	0	0
专业核心课	7	496	24	24	0	0
专业拓展课	11	349	19	0	19	0
专业综合课	2	600	30	30	0	0
总计	58	2,915	148	129	19	0

（六）学时统计

课程类别	课程数量	学分小计	学时小计	学时分配						
				理论	实践	理论占比(%)	实践占比(%)	必修	限选	任选
公共基础课	31	52	1,072	513	559	47.85	52.15	1,072	0	0
专业基础课	7	23	398	198	200	49.75	50.25	398	0	0
专业核心课	7	24	440	25	415	5.68	94.32	440	0	0
专业拓展课	11	19	349	146	203	41.83	58.17	0	349	0
专业综合课	2	30	720	720	0	100	0	720	0	0
总计	58	148	2,915	1319	1,596	45.24	54.75	2,630	349	0

（七）毕业设计安排

毕业设计（论文）（以下简称毕业设计）是体现人才培养特色和加强学生专业能力综合训练的重要教学环节，也是学生毕业资格认定的重要依据。

1. 毕业设计目的

毕业设计旨在通过系统训练，培养学生综合运用基础理论、专业知识和专业技能分析解决实际问题的能力，有利于提升学生的就业、创业和创新能力。通过毕业设计，既有利于为企业解决实际问题，又能使生产现场新知识、新技术、新工艺、新标准、新产品、新方法等有效融入人才培养过程。毕业设计是提高学生职业能力的重要途径，也是推进产教融合的有效手段。

2. 毕业设计安排

毕业设计作为必修课程进入专业人才培养方案，共4学分，教学时长4周左右，一般安排在毕业学年实施，主要环节包括下达任务、指导选题、组织实施、答辩与成绩评定等，原则上集中安排，教学时长根据专业的特点合理确定。任务书应明确设计任务及要求、进程安排、成果表现形式等。

3. 毕业设计选题

(1) 专业相关性

毕业设计选题应符合本专业培养目标，体现综合性和典型性，能体现学生进行需求分析、信息检索、方案设计、资源利用、作品（产品）制作、成本核算等能力和安全环保、创新协作等意识的培养要求。

(2) 实际应用性

选题应尽可能贴近生产、生活实际，来源于真实的金融行业工作中，体现学生综合运用所学专业知识和专业技能解决金融服务等领域中业务运营、市场开发及投资理财等实际问题的能力。

4. 指导教师配备

学校要配备数量足够、结构合理的指导教师队伍，指导教师一般应具有中级以上专业技术职务或具有一年以上相关专业企业实践经验，每位教师指导学生数原则上不超过 30 人。第一次指导毕业设计的教师应配备有经验的教师协同指导。

学校可引进企业专家兼任毕业设计指导教师，逐步推行毕业设计“校内指导教师+企业指导教师”的“双导师”制。鼓励指导教师和学生参与企业产品开发和攻关，将企业的真实项目作为毕业设计任务。

5. 毕业设计组织

教师根据学校毕业设计工作方案要求指导学生选题、向学生下达毕业设计任务并全程指导学生实施。学生应独立完成毕业设计任务，按照下达的任务开展毕业设计，形成体现个人工作任务的毕业设计成果。学生完成毕业设计任务后，学校统一组织答辩，毕业设计进度安排见表 1。

表 1 毕业设计进度表

序 号	设计任务	时 间
1	学习毕业设计任务书，选题，拟定提纲，完成开题报告	1 周
2	收集整理数据，完成初稿	1 周
3	中期检查，完成定稿	1 周
4	正式交稿，成绩评定，归档	1 周

6. 毕业设计成果

每名学生的毕业设计成果须包括任务书、设计方案、作品（产品）。任务书应明确目标、任务、实施步骤和方法、时间安排和成果表现形式等；设计方案应明确设计思路、技术路线、工具设备要求、技术规范等；作品（产品）可以表现

为物化产品、软件、文化艺术作品、策划方案、专题论文、创业计划书，技术改进等。成果要求如下：

- (1) 毕业设计内容与本专业的知识、技能、技术相关；
- (2) 有效运用本专业的知识、技能、技术解决单位的某一实际问题；
- (3) 毕业设计的内容体现提出问题、分析问题与解决问题的逻辑架构；
- (4) 毕业设计的外在形式与内容结构符合规范化要求；
- (5) 毕业设计作品不少于 4500 字；
- (6) 毕业设计查重率不超过 30%。

7. 毕业设计考核

毕业设计考核应涵盖学生完成任务的过程、成果和答辩表现等。过程评价主要考核学生是否完整地执行毕业设计实施计划，成果评价主要考核其科学性、规范性、完整性和实用性，答辩评价主要考核学生对设计任务的整体把握能力和回答问题的准确性。毕业设计成果质量评价表见表 2。

序号	评价指标	指标内涵	分值 (%)
1	科学性 (30 分)	毕业设计科学、可行，步骤合理，方法运用得当	5
		技术标准等运用正确，技术原理与理论依据选择合理，相关数据详实、充分、计算准确	15
		应用了本专业新知识、新技术、新方法、新标准等	10
2	规范性 (20 分)	文档结构完整、要素齐全、排版规范、图文并茂	10
		内容的表述符合房地产类行业标准或专业语言的规范化要求	7
		成果引用的参考资料、参考方案等来源标识规范、准确	3
3	完整性 (30 分)	成果与毕业设计任务书的要求紧密相关	10
		成果能清晰呈现提出问题、分析问题、解决问题的逻辑架构	15
		成果的外在形式与内容结构完整	5
4	实用性 (20 分)	成果对象与实习单位的某项实际工作密切相关	5
		成果内容与本专业的知识、技能、技术相关	10
		能解决企业生产、社会生活的实际问题，有一定实用价值	5

(八) 岗位实习安排

学生通过网络营销与直播电商专业顶岗实习，了解企业整体运作、组织架构和企业文化，熟悉相关的规章制度；较全面地熟悉和掌握主要岗位的典型工作流程、工作内容，掌握基本的核心专业技能，初步具备岗位独立工作能力；养成爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神，增强和提升学生的就业、创业能力。

学生的顶岗实习共 26 学分，时间不少于 6 个月，一般安排在第三学年第二学期进行。从顶岗实习单位的选择、顶岗实习岗位的确定、顶岗实习指导教师的要求、顶岗实习内容、顶岗实习过程的组织管理、顶岗实习成果、顶岗实习的考

核与评价等方面进行设计与组织。顶岗实习由学校专任教师和企业专家共同设计并组织落实，通过网络管理平台，进一步加强顶岗实习监督和管理，以保证学生顶岗实习的质量。

1. 顶岗实习单位的选择

顶岗实习单位既可以由学院联系也可以学生自主选择，但所选择的实习单位应符合我国企业法定分类的国有经济、集体所有制经济、私营经济、联营经济、股份制经济和涉外经济（包括外商投资、中外合资及港、澳、台投资经济）中各类与金融业务有关的，具有独立法人资格、合法经营、管理规范，能够提供专业对口或相近顶岗实习岗位的企事业单位。在此前提下，尽可能选择经营管理理念先进、资质等级高、业务面广、规模较大、经营水平较高的企事业单位。

所选择的顶岗实习单位原则上应具备以下设施条件：

（1）实习企业（单位）能为实习学生提供顶岗实习必需的资料、设施设备、业务操作规范培训，并派有工作经验的专业人员指导顶岗实习；能对实习学生进行规章制度教育、日常考勤管理和业务管理；能对实习学生进行岗前安保知识培训，提供必要的实习安全保护措施、劳动防护用品、保险等，负有实习安全保护的责任；能提供学生顶岗实习期间所需的基本生活保障等优良的实习环境，应向顶岗实习学生按工作量或工作时间支付合理的实习报酬，不得截留应给予学生的各种津贴、补助。

（2）实习企业（单位）应严格遵守国家有关法律法规，不得安排学生到酒吧、夜总会、歌厅、洗浴中心等营业性娱乐场所顶岗实习；应遵守国家关于工作时间和休息休假的规定，并不得安排学生在法定节假日实习、安排学生加班和夜班，不安排超越实习学生年龄、体力和专业知识以及承受能力的工作。

2. 顶岗实习岗位的确定

大数据与会计专业就业岗位群分为运营专员、主播助理、客服专员、新媒体专员、招商专员五大类。

3. 顶岗实习的指导教师

学校和实习企业（单位）应建立实习指导制度，应当分别选派经验丰富、业务素质好、责任心强、安全防范意识高的实习指导教师和专门人员共同组建实习指导团队，全程指导、共同管理学生实习。具体选拔标准如下：

(1) 企业指导教师：企业指导教师应具有专科以上学历或初级以上技术职称或具有相应的职业（岗位）证书，具备教育教学工作所必需的基本素质和能力，一般由具有 3 年以上实践经验的业务骨干担任实习指导教师。

(2) 学校指导教师：学校指导教师应有“双师”资格，具有一定的相关岗位实践工作经验，熟悉学校顶岗实习的规定和要求。

4. 顶岗实习过程的组织管理

学校和实习企业（单位）应加强学生顶岗实习的过程管理，通过工学云平台促进顶岗实习管理工作不断规范化，确保学生顶岗实习的正常秩序。

实习学生应按要求签订顶岗实习协议书、实习安全承诺书，按规定办理顶岗实习所有相关手续。在实习期间，确有更换实习企业（单位）的同学，应按照系部及实习企业（单位）的要求，办理好相关手续。实习学生按要求认真撰写实习周记，记录每个工作周的实习过程和实习心得，为撰写实习报告积累素材，并定期交给学校指导教师检查、留存。

企业指导教师负责记录实习期间学生岗位变动情况，审阅学生实习记录及实习成果并签字确认；撰写顶岗实习指导日（周）志，记录实习指导过程和指导心得。

学校指导教师定期联系实习学生，针对顶岗实习中的各项问题进行指导，并填写注明时间和指导内容的顶岗实习教师指导记载表。

学校指导教师和企业指导教师实行每月一次沟通交流制度。顶岗实习指导日（周）志和顶岗实习教师指导记载表是实习企业和学校对实习指导教师进行业绩评价和报酬发放的重要依据。

5. 顶岗实习成果

实习学生应在顶岗实习结束时提交顶岗实习企业（单位）证明材料，必须提交以下成果中的任一项：

- (1) 顶岗实习总结报告一篇（3000 字左右）。
- (2) 实习期间形成的调研报告、分析报告、工作方案或顶岗实习日志。
- (3) 实习期间完成的实物作品图文说明材料或音视频说明材料。

实习报告应包括实习期间的工作和学习情况，岗位工作内容、要求和工作流程，对问题的认识和处理，知识运用和技能掌握情况、心得体会、意见与建议等内容。

实习鉴定需经企业指导教师签字评定并由实习单位盖章。

6. 顶岗实习的考核

实行学校和实习企业（单位）共同考核制度。着重考核学生在顶岗实习期间职业素养与岗位胜任能力，可围绕工作态度与敬业精神、组织纪律与职业道德、专业业务水平与实际工作能力、成果与业绩等开展。

（1）考核实习学生的岗位职业素养

包括爱岗敬业，诚实守信，耐心细致，严谨认真，保密意识，吃苦耐劳，坚定意志等品质；熟悉实习企业制度文化，遵守实习企业规章制度，灵活应变的处事能力；创业创新精神，团队合作意识，团队合作能力。

（2）考核实习学生的岗位业务能力

采用企业（单位）考核与学校考核、过程性考核和终结性考核相结合的方式进行考核。建议采取岗位工作技能展示、实习汇报答辩展示等多种灵活表现方式。

①企业指导教师对实习学生的考核包括实习过程评价和实习业绩评价两部分。实习过程评价主要考核学生在岗位实习时的工作表现，实习业绩评价主要考核学生岗位实习任务完成情况。建议二者的比例为 1：1，考核结果填写在顶岗实习企业鉴定表中。

②学校指导教师对实习学生的考核是总结材料评价。总结材料评价主要看学生的实习笔记、顶岗实习报告（或实习期间形成的调研报告、分析报告、工作方案或顶岗实习日志或实习期间完成的实物作品的图文说明或音视频说明材料），考核结果填写在顶岗实习学校鉴定表中。

顶岗实习结束后两周内，实习工作总结、学生顶岗实习日志等资料交院系存档。

八、主要课程内容

课程名称	【1900001303】形势与政策				
总学时	8	理论学时	8	实践学时	
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	1

课程目标	本课程主要是帮助学生全面正确地认识党和国家面临的形势和任务，拥护党的路线、方针和政策，增强实现改革开放和社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感。同时使学生基本掌握该课程的基础理论知识、基本理论观点、分析问题的基本方法，并能够运用这些知识和方法去分析现实生活中的一些问题，把理论渗透到实践中，指导自己的行为。
教学内容	专题一 走好中国式现代化之路 专题二 开创高质量发展新局面 专题三 聚天下英才 筑强国之基 专题四 正确认识全球能源安全形势
教学要求	授课教师具有思政专业背景、教学能力强的专兼职思政课教师若干名。

课程名称	【1900001304】职业规划与就业指导				
总学时	18	理论学时	9	实践学时	9
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	1
课程目标	1. 了解自我、了解职业，形成初步的职业发展规划 2. 掌握人生不同阶段的职业目标及其应对的生活目标 3. 能够了解当今就业政策 4. 能够掌握应聘礼仪及技巧 5. 培养良好的职业素质，引导学生明确职业理想，做好职业准备				
教学内容	1. 职业生涯规划概述 2. 认识自我，明确职业选择； 3. 掌握方法，科学进行职业决策 4. 转变理念，顺利实现角色转变 5. 就业指导概论 6. 明确目标，把握就业方向； 7. 积极筹备，做好就业准备； 8. 自我提升，掌握技巧礼仪 9. 依法办事，维护自身权益				
教学要求	1. 指导大学生树立正确的择业观、价值观，明确职业生涯规划目标，掌握正确的择业方法与技巧，帮助大学生顺利就业。				

课程名称	【1900001305】创新创业基础（理论）				
总学时	18	理论学时	18	实践学时	
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	1
课程目标	1. 培养学生的创新意识和创业精神，使学生掌握创业所需要的基础知识和基本理论。 2. 熟悉创业的基本流程和方法。了解创业的法律法规和相关政策。 3. 激发学生的创新、创业意识，培养学生的创新思维，提高学生的社会责任感，创新精神和创业能力。 4. 促进学生创业、就业和全面发展。				
教学内容	1. 创业、创业精神与人生发展；创业者与创业团队；创业机会发现、评价与商业模式。 2. 创业资源的开发利用与创业融资。 3. 创业计划的撰写与路演。 4. 新创企业的开办与管理。				
教学要求	1. 以课程标准为依据，落实立德树人根本任务。 2. 遵循教育教学规律、思想政治教育规律和学生身心发展规律，激发学习兴趣，提高教学质量。				

课程名称	【1900001306】体育 I				
总学时	38	理论学时		实践学时	38
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 增强体能，掌握和应用基本的体育与健康知识和运动技能。 2. 培养运动的兴趣和爱好，形成坚持锻炼的习惯。 3. 具有良好的心理品质，表现出人际交往的能力与合作精神。 4. 提高对个人健康和群体健康的责任感，形成健康的生活方式。 5. 发扬体育精神，形成积极进取，乐观开朗的生活态度。 6. 提高与专业特点相适应的体育素养。				
教学内容	1. 培养学生跑、跳、投等基础田径的协调性练习，学生体能测试项目。				
教学要求	1. 以增强体质为主，促进学生身体正常生长发育，培养健美的体格。结合体育教学特点向学生进行共产主义思想教育				

课程名称	【1900001307】体育 II				
总学时	36	理论学时		实践学时	36
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 课程坚持以培养职业技术人才终身体育为目标，采用以体育课堂教学为主体，课外体育活动和体育训练队为辅体的 2. 为全体学生创造和提供每天锻炼一小时的体育活动，至少掌握 1 项终身受益的体育技能，每年进行 1 次体质健康测 3. 通过体育课程的学习，激发学生的学习兴趣提升学生思维品质，培养学生体育品德，注重爱国主义教育和传统文化 4. 使学生积极主动地参与到体育锻炼中去，为养成终身体育锻炼打下良好基础。				
教学内容	二十四太极拳及身体素质体能练习 一、起势 ①两脚开立，②两臂前举，③屈膝按掌。 二、野马分鬃 ①收脚抱球，②左转出步，③弓步分手。 三、白鹤亮翅 ①跟半步胸前抱球，②后坐举臂，③虚步分手。 四、搂膝拗步 ①左转落手，②右转收脚举臂，③出步屈肘，④弓步搂推。 五、手挥琵琶 ①跟步展手，②后坐挑掌，③虚步合臂。 六、倒卷肱 ①两手展开，②提膝屈肘，③撤步错手，④后坐推掌。 七、左揽雀尾 ①右转收脚抱球，②左转出步，③弓步棚臂，④左转随臂展掌，⑤后坐右转下捋 八、右揽雀尾 ①后坐扣脚、右转分手，②回体重收脚抱球，③右转出步，④弓步棚臂，⑤右转随臂展掌 九、单鞭 ①左转扣脚，②右转收脚展臂，③出步勾手，④弓步推掌。 十、云手 ①右转落手，②左转云手，③并步按掌，④右转云手、⑤出步按掌。 十一、单鞭 ①斜落步右转举臂，②出步勾手，③弓步推掌。 十二、高探马 ①跟步后坐展手，②虚步推掌。 十三、右蹬脚 ①收脚收手，②左转出步，③弓步划弧，④合抱提膝，⑤分手蹬脚。 十四、双峰贯耳 ①收脚落手，②出步收手，③弓步贯拳。 十五、转身左蹬脚 ①后坐扣脚，②左转展手，③回体重合抱提膝，④分手蹬脚。 十六、左下势独立 ①收脚勾手，②蹲身仆步，③穿掌下势，④撤脚弓腿，⑤扣脚转身，⑥提膝挑掌。				

	十七、右下势独立 ①落脚左转勾手，②蹲身仆步，③穿掌下势，④撇脚弓腿，⑤扣脚转身，⑥提膝挑掌。 十八、左右穿梭 ①落步落手，②跟步抱球，③右转出步，④弓步推架。⑤后坐落手，⑥跟步抱球，⑦左转出步 十九、海底针 ①跟步落手，②后坐提手，③虚步插掌 二十、闪通臂 ①收脚举臂，②出步翻掌，③弓步推架。 二十一、转身搬拦捶 ①后坐扣脚右转摆掌，②收脚握拳，③垫步搬捶，④跟步旋臂，⑤出步裹拳拦掌，⑥弓步打 二十二、如封似闭 ①穿臂翻掌，②后坐收掌，③弓步推掌。 二十三、十字手 ①后坐扣脚，②右转撇脚分手，③移重心扣脚划弧。 二十四、收势 ①收脚合抱，②旋臂分手，③下落收势。
教学要求	1. 以增强体质为主，促进学生身体正常生长发育，培养健美的体格。结合体育教学特点向学生进行共产主义思想教育 2. “心静体松”是对太极拳练习的基本要求。而是否做到“圆活连贯”才是衡量一个人功夫深浅的主要依据。太极拳 3. 对下肢，是以腰带跨，以跨带膝，以膝带足；对上肢，是以腰带背，以背带肩，以肩带肘，再以肘带手。 4. “势势相连”——前一动作的结束就是下一个动作的开始，势势之间没有间断和停顿。而“圆活”是在连贯基

课程名称	【1900001308】体育选项 I				
总学时	38	理论学时		实践学时	38
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 增强体能，掌握和应用基本的体育与健康知识和运动技能。 2. 培养运动的兴趣和爱好，形成坚持锻炼的习惯 3. 具有良好的心理品质，表现出人际交往的能力与合作精神。 4. 提高对个人健康和群体健康的责任感，形成健康的生活方式。 5. 发扬体育精神，形成积极进取，乐观开朗的生活态度。 6. 提高与专业特点相适应的体育素养。				
教学内容	1. 篮球、足球、排球、羽毛球、乒乓球、网球、瑜伽、健美操、太极拳、毽球、国际象棋、射箭、花式跳绳				
教学要求	1. 以增强体质为主，促进学生身体正常生长发育，培养健美的体格。结合体育教学特点向学生进行共产主义思想教育				

课程名称	【1900001309】体育选项 II				
总学时	38	理论学时		实践学时	38
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	2

课程目标	1. 增强体能，掌握和应用基本的体育与健康知识和运动技能。 2. 培养运动的兴趣和爱好，形成坚持锻炼的习惯。 3. 具有良好的心理品质，表现出人际交往的能力与合作精神。 4. 提高对个人健康和群体健康的责任感，形成健康的生活方式。 5. 发扬体育精神，形成积极进取，乐观开朗的生活态度。 6. 提高与专业特点相适应的体育素养。
教学内容	1. 篮球、足球、排球、羽毛球、乒乓球、网球、瑜伽、健美操、太极拳、毽球、国际象棋、射箭、花式跳绳
教学要求	1. 以增强体质为主，促进学生身体正常生长发育，培养健美的体格。结合体育教学特点向学生进行共产主义思想教育

课程名称	【1900001311】大学英语/日语 I				
总学时	32	理论学时	32	实践学时	
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 培养学生具有英语学科核心素养。 2. 帮助学生逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。 3. 使学生具有中国情怀、国际视野。 4. 能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通。				
教学内容	1. Unit 1 Hello! Hi! 2. Unit 2 Sorry and Thank you! 3. Unit 3 How Can I Get There ? 4. Unit 4 Be on Time and in Time.				
教学要求	1. 授课教师应有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心； 2. 有扎实的学科专业知识和学科教学知识；有较强的实践能力、反思能力、信息化教学能力； 3. 能够有效实施英语教学，开展教学研究； 4. 教师应主动适应高等职业教育专科发展的新形势，不断更新教育理念，主动研究高等职业教育专科英语教学规律；				

课程名称	【1900001312】大学英语/日语 II				
总学时	36	理论学时	36	实践学时	
考核方式	考试	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 培养学生具有英语学科核心素养。帮助学生逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。使学生具有中国情怀、 2. 帮助学生逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。 3. 使学生具有中国情怀、国际视野。 4. 能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通。				

教学内容	1.Unit 5 What a Fine Day? 2.Unit 6 Come on! Go! Go! Go! 3.Unit 7 Let's Throw a Party! 4.Unit 8 Keep Fit, Not Fat!
教学要求	1. 有扎实的学科专业知识和学科教学知识；有较强的实践能力、反思能力、信息化教学能力；能够有效实施英语教学 2. 有较强的实践能力、反思能力、信息化教学能力； 3. 能够有效实施英语教学,开展教学研究； 4. 教师应主动适应高等职业教育专科发展的新形势，不断更新教育理念，主动研究高等职业教育专科英语教学规律。

课程名称	【1900001313】大学生心理健康教育				
总学时	32	理论学时	16	实践学时	16
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 培养大学生心理健康素养、自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展				
教学内容	1. 团队建设、心理健康导论、适应、人际沟通理、情绪管理、自我悦纳、个性塑造、学习管理、恋爱指导、职业规划				
教学要求	1. 明确心理健康标准及意义，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。				

课程名称	【1900001314】军事理论				
总学时	36	理论学时	36	实践学时	
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 目标一：通过对军事理论课的学习，使学生既能学到大量现代军事理论和军事技术知识。 2. 目标二：对军事 思想、军事科技、高技术战争、国际战略环境和我国国防建设等方面有一个基本了解。 3. 目标三：能认清国防与国家安危存亡、民族荣辱兴衰的密切关系，提高对国防的地位、作用的认识。 4. 目标四：既能加深对中华民族源远流长的爱国主义传统的理解，激发爱党、爱国 和爱军的热情。 5. 目标五： 激发大学生关注国防，热爱祖国，为中华民族的振兴奋斗信念。 6. 目标六：为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。				

教学内容	1. 中国国防 要让学生掌握国防的基本知识如国防的内涵、类型与特征，让学生了解我国国防的历史，掌握国防历史 2. 国家安全 主要让学生知道什么是国家安全，让学生正确理解和把握总体国家安全观，增强学生的国家安全意识。 3. 军事思想 要让学生了解什么是军事思想，知道军事思想有着怎样的发展历程，军事思想的重要性。 4. 现代战争 要让学生掌握战争的内涵，学习影响和制约战争的主要因素，了解战争的发展历程，使学生树立现代化 5. 信息化武器装备主要让学生认识信息化装备，让学生理解信息化装备的内涵，了解信息化装备的分类，把握信息化
教学要求	1. 严肃 认真 规范

课程名称	【1900001317】劳动教育				
总学时	16	理论学时	16	实践学时	
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	1
课程目标	1. 本课程以高职大学生作为教育对象，以普及劳动科学理论、基本知识作为教育的主要内容。 2. 讲清劳动道理为教育的着力点，旨在通过劳动教育弘扬劳动精神 3. 促使学生养成良好的劳动习惯和积极的劳动态度，树立高职学生正确的劳动观和价值观 4. 切实体会到“生活靠劳动创造，人生也靠劳动创造”的道理 5. 人生也靠劳动创造”的道理，培养他们的社会责任感，成为德智体美劳全面发展的社会主义事业建设者和接班人。				
教学内容	1. 明确劳动创造了人类，自觉抵制“神创造人”等的各种错误观念和迷信思想； 2. 培养新时代大学生的法治思维和法制意识，提高合法劳动能力 3. 掌握专业实习实训（含实验）劳动知识和技能，具备完成劳动实践所需的设计、操作和团队合作能力，养成认真负责 4. 理解劳模故事，传承劳模精神，营造“劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽”的校园劳动氛围 5. 充分认识到创新劳动的个体价值，感受创新劳动对劳模人物成就精彩人生的价值引领。				
教学要求	1. 理解劳动在人类进化和人类社会产生过程中的推动作用； 2. 掌握合法劳动的具体要求，理解合法劳动的重要意义； 3. 理解劳模精神的时代内涵和实践指向； 4. 掌握创新劳动的概念，感受创新劳动对推动人类社会进步的重要作用。				

课程名称	【1900001320】铸牢中华民族共同体意识				
总学时	16	理论学时	16	实践学时	
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	1

课程目标	1. 完整准确全面把握习近平总书记关于加强和改进民族工作重要思想的核心要义、精神实质、丰富内涵和实践要求。 2. 把握新时代民族工作的历史方位和重要使命,认识铸牢中华民族共同体意识的历史必然性极端重要性和现实针对性 3. 掌握中国共产党创造性地把马克思主义民族理论同中国民族实际相结合所确立的党的民族理论和民族政策。 4. 教育学生树立正确的国家观、历史观、民族观、文化观、宗教观。 5. 不断增进对伟大祖国、中华民族、中华文化、中国共产党、中国特色社会主义的认同。 6. 坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。 7. 推动中华民族共同体建设,为“中华民族一家亲,同心共筑中国梦”贡献正能量。
教学内容	1. 习近平总书记关于加强和改进民族工作的重要思想 2. 铸牢中华民族共同体意识是新时代党的民族工作的主线 3. 坚定不移走中国特色解决民族问题的正确道路 4. 加强中华民族大团结 5. 坚持和完善民族区域自治制度 6. 推进中华民族共有精神家园建设 7. 促进各民族交往交流交融 8. 推动各民族共同走向社会主义现代化 9. 依法治理民族事务 10. 加强和完善党对新时代民族工作的全面领导 11. 建设亮丽内蒙古 共圆伟大中国梦
教学要求	1. 课程教学形式:专题理论教学与项目化实践教学相结合。 2. 学分设置:本科教育2学分,高等职业教育1学分。

课程名称	【1900001321】大学英语/日语(选项) I				
总学时	36	理论学时	36	实践学时	
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 培养学生具有英语学科核心素养。帮助学生逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。 2. 帮助学生逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。 3. 使学生具有中国情怀、国际视野。 4. 能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通。 5. 从学生的不同需求出发,满足学生的兴趣爱好和提升学生学习素养,助力专升本。				
教学内容	1. 英语基础语法知识、阅读技能、写作技能 2. 英语三级考试内容 3. 英语专项口语练习 4. 个性化线上学习				

教学要求	1. 有扎实的学科专业知识和学科教学知识； 2. 有较强的实践能力、反思能力、信息化教学能力； 3. 能够有效实施英语教学，开展教学研究； 4. 教师应主动适应高等职业教育专科发展的新形势，不断更新教育理念，主动研究高等职业教育专科英语教学规律； 5. 积极探索新的教学模式。				
------	--	--	--	--	--

课程名称	【1900001322】大学英语/日语(选项) II				
总学时	36	理论学时	36	实践学时	
考核方式	考试	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 培养学生具有英语学科核心素养 2. 帮助学生逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。 3. 使学生具有中国情怀、 国际视野。 4. 能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通。 5. 从学生的不同需求出发，满足学生的兴趣爱好和提升学生学习素养，助力专升本。				
教学内容	1. 英语基础语法知识、阅读技能、写作技能 2. 英语三级考试内容 3. 英语专项口语练习 4. 个性化线上学习				
教学要求	1. 有扎实的学科专业知识和学科教学知识； 2. 有较强的实践能力、反思能力、信息化教学能力； 3. 能够有效实施英语教学，开展教学研究； 4. 教师应主动适应高等职业教育专科发展的新形势，不断更新教育理念，主动研究高等职业教育专科英语教学规律， 5. 积极探索新的教学模式				

课程名称	【1900001323】思想道德与法治				
总学时	54	理论学时	46	实践学时	8
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	3
课程目标	1. 帮助大学生形成崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国主义精神，确立正确的人生观和价值观。 2. 牢固树立社会主义核心价值观，进一步提高分辨是非、善恶、美丑和加强自我修养的能力。 3. 为成为全面发展的中国特色社会主义伟大事业的合格建设者和可靠接班人，打下扎实的思想道德和法律基础。				

教学内容	1. 绪论 担当复兴大任 成就时代新人 2. 第一章 领悟人生真谛 把握人生方向 3. 第二章 追求远大理想 坚定崇高信念 4. 第三章 继承优良传统 弘扬中国精神 5. 第四章 明确价值要求 践行价值准则 6. 第五章 遵守道德规范 锤炼道德品格 7. 第六章 学习法治思想 提升法治素养
教学要求	1. 以课程标准为依据，落实立德树人根本任务，将培育学生的学科核心素养贯穿于教学活动全过程。 2. 遵循教育教学规律、思想政治教育规律和学生身心发展规律，激发学习兴趣，提高教学吸引力，提高教学质量。

课程名称	【1900001324】毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论				
总学时	36	理论学时	36	实践学时	
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 使大学生对马克思主义中国化进程中形成的理论成果有更加准确的把握。 2. 对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加深刻的认识。 3. 对中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻的理解。 4. 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能力的提升有更加切实的帮助。				
教学内容	1. 导论 马克思主义中国化的历史进程与理论成果 2. 第一章 毛泽东思想及历史地位 3. 第二章 新民主主义革命理论 4. 第三章 社会主义改造理论 5. 第四章 社会主义建设道路初步探索的理论成果 6. 第五章 中国特色社会主义理论体系的形成发展 7. 第六章 邓小平理论 8. 第七章 “三个代表”重要思想 9. 第八章 科学发展观				
教学要求	1. 认真备课，精心写好教案，认真学习和贯彻教学大纲。 2. 明确本课的教学任务，明确为完成任务而采取的教学原则、教学方法，组织措施等。 3. 在教学中，根据高校思政课教学指导委员会发布的党的十九届六中全会精神融入课程。 4. 用党中央精神加强与重视学生的思想政治教育。				

课程名称	【1900001325】信息技术 I				
总学时	32	理论学时	16	实践学时	16

考核方式	考查	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 使学生了解计算机和信息技术的基本知识 2. 培养学生熟练掌握计算机的基本处理文档技能，具有使用文档添加信息、加工信息和应用信息的能力 3. 通过学习人工智能、大数据等技术，让学生了解科技的前沿技术 4. 充分认识信息技术对经济发展、科技进步以及社会环境的深刻影响，积极提高自身素质 5. 使学生熟悉信息化社会中的网络环境，为他们的自主学习、终生学习、以及适应未来工作环境奠定良好基础				
教学内容	1. 文档处理 2. 大数据技术 3. 人工智能 4. 信息技术				
教学要求	1. 考虑到信息技术课程内容的应用特性，以保证学习的有效性和连续性。每周安排 2 课时，按模块讲授。 2. 信息技术课程是实践性和操作性较强的课程，所以其全部教学过程应在机房进行，保证学生每人一机。 3. 学生机要求能通过局域网与教师机相联 4. 每个机房安装有多媒体教学软件，通过多媒体教学软件可进行广播教学、学生演示、文件传送等教学活动。				

课程名称	【1900001326】信息技术 II				
总学时	40	理论学时	20	实践学时	20
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 1、培养学生熟练掌握演示文稿制作的技能，并能熟练使用。 2. 2、培养学生熟练掌握电子表格的制作技能，并能熟练使用。 3. 3、使学生了解数字媒体技术的相关基本概念和应用实践，了解数字媒体技术的前沿研究进展和发展方向。 4. 4、了解云计算技术相关概念、技术和应用领域。 5. 5、使学生了解并掌握虚拟现实的基本概念和术语、系统组成及应用领域，				
教学内容	1. 演示文稿 2. 电子表格 3. 数字媒体 4. 云计算 5. 虚拟现实				

教学要求	1. 考虑到信息技术课程内容的应用特性，以保证学习的有效性和连续性。每周安排 2 课时，按模块讲授。 2. 信息技术课程是实践性和操作性较强的课程，所以其全部教学过程应在机房进行，保证学生每人一机。 3. 学生机要求能通过局域网与教师机相联 4. 每个机房安装有多媒体教学软件，通过多媒体教学软件可进行广播教学、学生演示、文件传送等教学活动。
------	--

课程名称	【1900001327】安全教育				
总学时	18	理论学时	18	实践学时	
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	1
课程目标	1. 《大学生安全教育》课程是贯彻落实科学发展观的具体措施，是培养大学生树立国民意识、提高国民素质 2. 态度层面：通过安全教育，大学生应当树立起安全第一的意识，树立积极正确的安全观，把安全问题 3. 通过安全教育，大学生应当了解安全基本知识，掌握与安全问题相关的法律法规和校纪校规，安全问题 4. 了解安全信息、相关的安全问题分类知识以及安全保障的基本知识。 5. 通过安全教育，大学生应当掌握安全防范技能、安全信息搜索与安全管理技能				
教学内容	1. (一) 法律法规、校纪校规教育法律法规、校纪校规教育是增强大学生法律观念和纪律观念的重要途径。 2. (二) 国家安全教育国家安全既包括国土安全、主权安全、政治安全、经济安全、国防安全、国民安全等传统内容 3. (三) 治安防范教育学会如何在社会这个大环境中保护自己。 4. (四) 消防安全教育能够保持冷静，审时度势，选择最有效的逃生方式，保护自己及他人的`生命安全。 5. (六) 心理健康教育大量的研究统计表明，相当一部分大学生心理上存在不良反应和适应障碍心理障碍的发生率。 6. (六) 网络安全教育使大学生懂得如何在网络中保护自己，不要轻信他人，更不要随意的接受他人的邀请。				
教学要求	1. 1、充分认识大学生安全教育的重要性。 2. 2、加强对安全教育活动的组织领导和协调保障。 3. 3、利用此次教育活动，总结经验，形成长效教育机制。				

课程名称	【1900001328】军事训练（入学教育）				
总学时	168	理论学时		实践学时	168
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	3

课程目标	1. 1、军训的意义就是，严格的军事训练，能够培养大学生艰苦奋斗、吃苦耐劳的坚强毅力和集体主义精神。 2. 2、军训的目的就是，严格的军事训练，能够提高大学生的政治觉悟，激发爱国情怀。 3. 3、军训能够增强大学生的国防观念，培养学生的纪律性和良好的生活习惯。
教学内容	1. (1)稍息 2. (2)立正 3. (3)跨立 4. (4)停止间转法 5. (5)三大步伐的行进与立定 6. (6)步法变换 7. (7)坐下、蹲下、起立 8. (8)脱帽、戴帽。敬礼 9. (9)整理着装、整齐报数 10. (10)分列式训练 11. (11)阅兵式训练 12. (12)唱军歌
教学要求	1. 1、服装整齐：着统一军训服。 2. 2、强化时间观念，做到“四要”“四不”。 3. 3、严格组织纪律性，一切行动听指挥，不带零食、书刊等杂物。 4. 4、讲文明，懂礼貌；不说脏话、粗话，不打架、骂人。尊重教官、老师和同学。 5. 5、保持训练场地卫生，注意自身安全。 6. 6、做到“四严”：严肃态度、严格要求、严密组织、严格训练。

课程名称	【1900001329】习近平新时代中国特色社会主义思想概论				
总学时	54	理论学时	46	实践学时	8
考核方式	考试	课程性质	必修	学分	3
课程目标	1. 理解习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、核心要义、精神实质、科学内涵、历史地位和实践要求 2. 牢牢把握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本立场观点方法，引导学生提高学习理论的自觉性。 3. 增强责任感、使命感，将个人追求融入国家富强、民族振兴、人民幸福的伟大梦想之中。				

教学内容	1. 马克思主义中国化新的飞跃 2. 坚持和发展中国特色社会主义的总任务 3. 坚持党的全面领导 4. 坚持以人民为中心的发展思想 5. 以新发展理念引领高质量发展 6. 全面深化改革 7. 发展全过程人民民主 8. 全面依法治国 9. 推动社会主义文化繁荣兴盛 10. 加强以民生为重点的社会建设 11. 建设社会主义生态文明 12. 建设世界一流军队和强大国防 13. 全面贯彻落实总体国家安全观 14. 坚持“一国两制”和推进祖国统一 15. 推动构建人类命运共同体 16. 全面从严治党 17. 在新征程中勇当开路先锋、争当事业闯将
教学要求	1. 认真备课，精心写好教案，认真学习和贯彻教学大纲。 2. 明确本课的教学任务，明确为完成任务而采取的教学原则、教学方法，组织措施等。 3. 根据高校思政课教学指导委员会发布的党的十九届六中全会精神融入课程。 4. 用党中央精神加强与重视学生的思想政治教育。

课程名称	【1900001330】大学语文				
总学时	36	理论学时	36	实践学时	
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	2
课程目标	1. 通过学习帮助学生习得知识、发展能力、陶冶性情、塑造人格； 2. 引导学生在丰富感情世界和精神生活的同时，学会学习、学会做人、学会生活，提高思想修养和审美情趣； 3. 为学好其他专业课程和未来的职业生涯奠定坚定地基础。 4. 养成实事求是、崇尚真知、谦让、诚信、刚毅的品格，形成豁达、乐观、积极地人生态度。 5. 积累一定的文学知识，具有良好的阅读习惯和语言文字表达交流能力。				
教学内容	1. 中国古代优秀文学作品 2. 现当代文学作品 3. 外国文学作品 4. 应用文写作及文学写作				
教学要求	1. 注重人的发展和职业准备； 2. 注重价值引导和人文熏陶； 3. 注重语文实践和专业衔接； 4. 注重体验性学习和自主学习； 5. 注重资源建设与课程创新。				

课程名称	【1900001331】公选（艺术）				
总学时	36	理论学时	18	实践学时	18
考核方式	考查	课程性质	任选	学分	2
课程目标	1. 提高学生的艺术教养与审美素质 2. 引导学生追求更有意义、更有价值、更有情趣的人生 3. 引导学生拥有高远的精神追求 4. 引导学生追求高尚的精神生活				
教学内容	1. 审美素质、审美心理、美学范畴、形式美与审美鉴赏 2. 自然美与审美鉴赏 3. 科技美与审美鉴赏 4. 社会美与审美鉴赏 5. 艺术美与审美鉴赏 6. 生活方式与审美鉴赏				
教学要求	1. 采用理论修养与鉴赏能力双重并进、相辅相成的教学方法和教学体系 2. 通过对教学，帮助学生树立科学的审美观念，培养正确的审美理想和审美情趣，掌握良好的审美方法 3. 提高对艺术的应用能力鉴赏				

课程名称	【1900001332】公选(素养)				
总学时	36	理论学时	18	实践学时	18
考核方式	考查	课程性质	任选	学分	2
课程目标	1. 通过课程学习，使学生去认识、了解和掌握不同学科的研究思路、方法、模式，开拓视野、建立共识、发展学识 2. 掌握知道如何去获取、传播、发现和创造知识，具备思辩和批判的能力 3. 为大学生提供今后长远学习和发所必需的方法和眼界				
教学内容	1. 哲学、历史与心理学 2. 文化、语言与文学 3. 经济、管理与法律 4. 自然、环境与科学 5. 信息、技术与工程 6. 艺术、体育与健康 7. 就业、创新与创业 8. 社会、交往与礼仪 9. 人生规划、品德与修养				

教学要求	1. 教学方法注重学习方法传授与启迪思考，形式先进多样、灵活有效 2. 重视与学生的对话与交流，给学生思考的空间和余地，以引导学生进行研究性和探讨性学习为主 3. 课程的考核应重在过程性评价上，检测学生自主学习情况，注重学生对所学知识综合运用和解决问题能力的考核
------	---

课程名称	【1900001333】公选（四史）				
总学时	36	理论学时	36	实践学时	
考核方式	考查	课程性质	任选	学分	2
课程目标	1. 希望广大高校青年党员认真学习马克思主义理论，结合学习党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史，在学思践悟中坚定理想信念，在奋发有为中践行初心使命，努力为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献智慧和力量。在中国特色社会主义进入新时代的历史方位下，加强高校“四史”教育，增强思想政治工作能力、做好立德树人工作。				
教学内容	1. 党史一：不忘初心 牢记使命 2. 党史二：中国共产党一百年辉煌史 3. 新中国史一：全面建设社会主义现代化国家 4. 新中国史二：新中国 70 年多年辉煌史 5. 改革开放史一：全面深化改革 6. 改革开放史二：将改革开放进行到底 7. 社会主义发展史一：世界社会主义发展历史与我国社会主义探索与实践 8. 社会主义发展史二：中国特色社会主义的开创				
教学要求	1. 1. 扎实、准确掌握“四史”教学内容，依据课程要求和学情进行教学设计。 2. 胸怀“两个大局”，教师要提升知识视野、国际视野、历史视野，善于利用国内外的事实、案例、素材，通过生动、深入、具体的纵横比较，以透彻的学理分析回应学生，以彻底的思想理论说服学生，引导学生全面客观认识当代中国、看待外部世界。 3. 师德高尚，讲课有耐心，理论有高度与职业学生相结合。				

（一）专业基础课

课程名称	【2103151301】电子商务概论				
总学时	64	理论学时	32	实践学时	32
考核方式	考试	课程性质	必修	学分	4
课程目标	素质目标： 1. 全球化视野：培养学生对全球市场的敏感度和洞察力，能够理解并尊重不同国家和地区的文化差异和商业习惯。 2. 团队合作精神：强化学生的团队合作精神，学会在跨境电子商务项目中与团队成员、合作伙伴协同工作，共同实现目标。 3. 职业道德与责任心：培养学生具备高度的职业道德和责任心，尊重商业规则，不进行欺诈行为，对客户和合作伙伴负责。 3. 持续学习与自我提升：跨境电子商务是一个不断变化的领域，要求学生具备持续学习和自我提升的能力，以适应市场的变化和发展。				

	知识目标： 1. 跨境电子商务基础知识：了解跨境电子商务的基本概念、发展历程、主要平台和运营模式，为后续学习奠定基础。 2. 国际贸易知识：掌握国际贸易的基本原理、规则和惯例，了解不同国家和地区的贸易政策和法规。 3. 电子商务技术与应用：了解电子商务的基本技术和应用，如电子商务平台、支付系统、物流管理等。 4. 市场营销与数据分析：学习市场营销的基本原理和数据分析方法，能够运用数据来指导跨境电子商务的运营和决策。 能力目标： 1. 跨境电子商务平台操作能力：能够熟练使用跨境电子商务平台，进行商品上架、订单处理、客户服务等操作。 2. 国际贸易操作能力：具备进行国际贸易的基本能力，如进出口报关、结算等。 3. 市场分析与策划能力：能够进行市场分析，制定跨境电子商务营销策略和推广计划。 4. 数据分析与决策能力：能够运用数据分析工具对跨境电子商务运营效果进行评估和优化，提高运营效果和ROI。				
教学内容	1. 跨境电子商务概述：介绍跨境电子商务的基本概念、发展历程、主要特点和趋势，帮助学生全面了解跨境电子商务的背景和重要性。 2. 跨境电子商务模式与平台：探讨不同的跨境电子商务模式和平台类型，如 B2B、B2C、C2C 等，以及各种跨境电子商务平台的运营特点和优势。 3. 国际贸易基础知识：介绍国际贸易的基本原理、规则和惯例，包括贸易术语、贸易壁垒、贸易协定等，以便学生更好地理解跨境电子商务的国际贸易背景。 4. 跨境电子商务法律法规：讲解跨境电子商务涉及的法律法规和政策，如进出口法规、税收政策、支付结算规则等，帮助学生了解合规经营的重要性。 5. 跨境物流与供应链管理：介绍跨境物流的基本原理和供应链管理方法，包括国际运输方式、物流成本控制、仓储管理等，以便学生能够更好地管理跨境电子商务的物流和供应链。 6. 跨境电子商务营销与推广：探讨跨境电子商务的营销和推广策略，包括市场分析、目标客户定位、产品定价、广告推广等，以帮助学生提高产品和服务的市场竞争力。 7. 跨境电子商务支付与结算：介绍跨境电子商务支付和结算的基本原理和方式，包括国际支付方式、汇率风险管理、资金清算等，以确保跨境交易的顺利进行。 8. 跨境电子商务风险管理与防范：分析跨境电子商务面临的风险和挑战，如信用风险、汇率风险、物流风险等，并提供相应的风险管理和防范措施。				
教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。				

课程名称	【2103151302】摄影与构图技巧				
总学时	48	理论学时	24	实践学时	24
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	3

课程目标	基础知识与技能的掌握： 学生应掌握摄像与构图的基本原理、基本技术和方法，了解摄像设备的操作技巧，熟悉摄像与构图的术语和概念。 构图技巧与方法的运用： 学生应理解并学会应用不同的构图方法，如对称、三分法、黄金分割等，以提高摄影作品的视觉效果和美感。 学生应掌握如何通过调整拍摄角度、光线、色彩等元素来优化构图，使画面更具吸引力和感染力。 实践能力的培养： 学生应通过实践操作，提高摄像与构图的技能水平，包括拍摄技巧、画面构图、后期处理等方面的能力。 学生应能在实际拍摄中灵活运用所学知识，解决遇到的问题，提高独立拍摄和创作的能力。 审美素养的提升： 学生应培养对美的感知能力和审美能力，了解不同艺术风格的特点和表现形式，提高对摄影作品的鉴赏能力。 学生应能够欣赏和借鉴优秀的摄影作品，拓宽视野，提升个人的艺术修养和创作水平。 团队协作与沟通能力的培养： 学生应了解团队协作的重要性，学会与他人合作，共同完成拍摄任务。 学生应培养良好的沟通能力，能够与他人有效交流，表达自己的想法和意见，同时也能倾听他人的建议和反馈。 职业道德与法规意识的培养： 学生应了解摄影行业的职业道德规范和相关法律法规，遵守行业规范，尊重他人的知识产权和隐私权。 学生应培养对社会的责任感和使命感，关注社会热点和民生问题，用镜头记录和传播正能量。
教学内容	一、摄像基础 摄像设备介绍：包括摄像机、镜头、三脚架等的基本结构、性能和使用方法。 摄像技术基础：讲解摄像机的操作技巧，如对焦、曝光、白平衡调整等，以及摄像机的拍摄模式、存储方式等。 摄像原理：介绍摄像机的成像原理、光线与色彩的关系等基础知识。 二、构图技巧 构图原则：讲解构图的基本原则，如平衡、对比、节奏、韵律等，以及如何通过构图来突出主题、表达情感。 构图方法：介绍常见的构图方法，如三分法、黄金分割法、对称构图、对角线构图等，并通过实例分析如何运用这些方法。 画面元素：分析画面中的各个元素，如主体、陪体、前景、背景等，以及它们之间的关系和相互作用。 三、光线与色彩 光线的作用：讲解光线在摄像中的重要性，如如何影响画面的明暗、质感、色彩等。 光线的运用：介绍如何利用自然光和人工光来创造不同的画面效果，如顺光、侧光、逆光等。 色彩的运用：讲解色彩在摄像中的运用，如如何运用色彩对比、色彩和谐等原理来增强画面的表现力和感染力。 四、拍摄实践 拍摄场景选择：指导学生选择适合的拍摄场景，并教授如何在不同场景下进行拍摄。 拍摄技巧实践：让学生通过实践操作，掌握摄像机的操作技巧、构图技巧以及光线与色彩的运用等。 后期处理：介绍基本的后期处理软件和方法，如如何调整画面的亮度、对比度、色彩等，以及如何裁剪、拼接画面等。 五、案例分析 通过分析优秀的摄影作品，让学生了解不同风格、不同主题的摄影作品在构图、光线、色彩等方面的运用和表现，从而提高学生的审美能力和创作水平。 六、职业道德与法规 介绍摄影行业的职业道德规范和相关法律法规，让学生了解在摄影过程中需要遵守的规范和法律，以及如何保护自己的权益。

教学要求	教学条件： (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。
------	---

课程名称	【2103151303】图形图像处理				
总学时	48	理论学时	24	实践学时	24
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	3
课程目标	1. 掌握图形图像处理的基本知识和技能： 学生将学习图形图像处理的基本概念、原理和技术，了解不同图像处理软件和工具的使用方法。学生将能够熟练掌握基本的图像处理操作，如裁剪、缩放、旋转、调整色彩和亮度等。 2. 提升图像创意和设计能力： 学生将学习如何通过图像处理技术来增强图像的视觉效果和创意表达，包括图像合成、滤镜效果应用、文字添加和排版等。 学生将培养对图像美学的敏感度，能够根据设计需求创作出具有吸引力的图像作品。 3. 学习数字图像处理的高级技术： 学生将接触更高级的图像处理技术，如图像修复、图像增强、图像分割、图像识别等，并学习相关算法和原理。 学生将了解数字图像处理在医学、工业、安全监控等领域的应用，以及相关的行业标准和法规。 4. 培养解决实际问题的能力： 学生将通过案例分析、项目实践等方式，学习如何运用图形图像处理技术解决实际问题，如图像去噪、图像增强、图像识别等。 学生将学习如何分析和评估图像处理效果，并根据实际需求进行优化和改进。 5. 提升团队协作和沟通能力： 学生将了解图形图像处理团队在项目中的协作方式和流程，学习如何与团队成员有效沟通和协作。 学生将学习如何与不同领域的专业人士（如设计师、摄影师、工程师等）合作，以确保图像处理工作的顺利进行。 6. 关注行业趋势和技术发展： 学生将关注图形图像处理领域的最新趋势和技术发展，了解新的图像处理软件和工具、新的算法和原理等。 学生将培养持续学习和自我提升的能力，以适应不断变化的市场需求和技术发展。 7. 培养职业道德和责任感： 学生将了解图形图像处理行业的职业道德和法规要求，学习如何在工作中遵守相关规定和保护知识产权。 学生将培养对工作的责任感和敬业精神，确保图像处理工作的准确性和可靠性。				

教学内容	图形图像处理基础： 图形图像处理的基本概念，如像素、分辨率、色彩模式等。 图形图像文件的格式和存储方式。 图形图像处理软件的基本操作界面和工具介绍。 图像编辑与修饰： 图像的裁剪、缩放、旋转等基本编辑操作。 图像的亮度、对比度、色彩平衡等调整方法。 图像的锐化、模糊、滤镜效果等修饰技巧。 图像选区与抠图： 介绍选框工具、套索工具、魔棒工具等选区工具的使用方法。 讲解选区的羽化、扩展、收缩等编辑技巧。 教授利用通道、蒙版等高级技术进行精确抠图的方法。 图层与合成： 图层的基本概念、创建、编辑和管理方法。 图层混合模式、图层样式等高级编辑技巧。 图像合成的基本流程和技巧，如多图层叠加、蒙版合成等。 文字与形状设计： 文字输入、编辑和排版的基本操作。 形状绘制、编辑和填充的基本方法。 自定义形状和图案的设计方法。 图像特效制作： 教授制作动态图像、GIF 动画等特效的方法。 介绍 3D 图像处理和渲染技术。 教授利用脚本和插件进行高级图像处理的方法。 图像分析与处理： 图像的直方图分析、色彩分析等分析方法。 图像的降噪、去模糊等处理技术。 图像的增强、复原等高级处理技术。 图像识别与分类： 教授利用机器学习、深度学习等技术进行图像识别和分类的方法。 介绍人脸识别、物体检测等应用场景。 项目实践与案例分析： 结合实际项目，进行图像处理的综合应用实践。 分析行业内的经典案例，学习行业标准和最佳实践。 职业道德与法律法规： 强调图形图像处理行业的职业道德和职业操守。 介绍与图形图像处理相关的法律法规和知识产权知识。				
教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。				

课程名称	【2103151305】市场策划				
总学时	76	理论学时	38	实践学时	38

考核方式	考试	课程性质	必修	学分	4
课程目标	素质目标： 1. 创新与创造力：培养学生的创新思维和创造力，鼓励他们在市场策划中提出新颖、独特的想法和解决方案。 2. 团队合作与沟通：强化学生的团队合作意识和沟通能力，使他们能够在市场策划过程中与团队成员有效协作，达成共识。 3. 责任感与职业道德：培养学生的责任感和职业道德，确保他们在市场策划中遵循行业规范和法律法规，为企业和消费者负责。 知识目标： 1. 市场策划基本概念：掌握市场策划的基本概念、原理和方法，了解市场策划在市场营销中的作用和地位。 2. 市场调研与分析：熟悉市场调研的方法和工具，能够收集、整理和分析市场数据，为市场策划提供决策依据。 消费者行为学：了解消费者行为学的基本原理和方法，掌握消费者需求、偏好和行为模式，为市场策划提供消费者洞察。 品牌形象与传播：熟悉品牌形象塑造和传播的原理和方法，了解品牌策划和推广的策略和技巧。 能力目标： 1. 市场策划方案设计能力：能够根据市场调研和分析结果，设计具有创新性和可行性的市场策划方案。 2. 市场策划执行能力：能够有效地执行市场策划方案，包括资源整合、活动组织、实施监控等环节。 - 市场策划效果评估能力：能够运用合适的评估工具和方法，对市场策划活动的效果进行客观、全面的评估，为后续策划活动提供改进依据。 3. 跨部门协作与沟通能力：能够与市场部、销售部、产品部等其他部门进行有效沟通和协作，确保市场策划方案的顺利实施。				
教学内容	1. 市场策划概述：介绍市场策划的基本概念、作用、原则和流程，帮助学生了解市场策划在市场营销中的重要性和地位。 2. 市场调研与分析：教授如何进行市场调研，包括调研的目的、方法、工具和步骤等，以及如何收集、整理和分析市场数据，为市场策划提供决策依据。 市场定位与目标市场策略：讲解市场定位的概念、方法和步骤，帮助学生了解如何确定企业在市场中的位置和竞争优势；同时介绍目标市场策略的制定和实施，包括市场细分、目标市场选择和市场定位等。 3. 产品策划：介绍产品策划的原理和方法，包括产品组合、产品生命周期、新产品开发等，以及如何根据市场需求和竞争态势进行产品策划。 4. 价格策划：讲解价格策划的基本原理和方法，包括成本导向定价、需求导向定价和竞争导向定价等，以及如何根据市场情况和产品特点制定合理的价格策略。 5. 渠道策划：介绍渠道策划的原理和方法，包括渠道类型选择、渠道成员管理、渠道冲突解决等，以及如何根据产品特点和市场需求设计有效的销售渠道。 6. 促销策划：讲解促销策划的基本原理和方法，包括广告、销售促进、人员推销和公共关系等促销手段的选择和运用，以及如何制定有效的促销策略。 市场策划书的撰写与执行：介绍市场策划书的结构和内容要求，以及如何根据市场策划方案撰写市场策划书；同时讲解市场策划方案的执行和监控方法，确保市场策划方案的顺利实施。				
教学要求	教学条件： (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务				

	实践和对学生学习结果准确评价的能力。
--	--------------------

课程名称	【2103151308】直播法律法规				
总学时	57	理论学时	28	实践学时	29
考核方式	考试	课程性质	必修	学分	3
课程目标	素质目标： 1. 法律意识和职业道德：培养学生的法律意识和职业道德，使其了解电子商务活动中的法律责任和道德要求，自觉遵守法律法规，维护电子商务交易的公平、公正和诚信。 2. 尊重知识产权：强化学生对知识产权的尊重和保护意识，使其在电子商务活动中避免侵犯他人知识产权，同时保护自己的合法权益。 3. 全球视野和跨文化交流能力：培养学生具备全球视野和跨文化交流能力，了解不同国家和地区的电子商务法律法规差异，提高在国际电子商务环境中的适应能力和竞争力。 知识目标： 1. 电子商务法律法规概述：掌握电子商务法律法规的基本概念、发展历程和主要框架，了解电子商务法律环境的基本情况。 2. 电子商务合同法律制度：熟悉电子商务合同的法律特征和签订、履行过程中的法律要求，掌握电子商务合同纠纷的解决途径和方法。 3. 电子商务知识产权保护：了解电子商务中知识产权的类型、特点和保护方式，掌握电子商务中侵犯知识产权的法律责任和风险防范措施。 4. 电子商务交易法律制度：熟悉电子商务交易的法律规则和监管要求，了解电子商务交易纠纷的处理机制和法律救济途径。 跨境电子商务法律环境：了解跨境电子商务的法律环境和政策要求，掌握跨境电子商务中的法律风险和防范措施。 能力目标 法律分析和解决问题的能力：培养学生具备运用电子商务法律法规分析和解决实际问题的能力，能够独立思考和判断，提出合理的解决方案。 法律实务操作能力：提高学生的法律实务操作能力，包括电子商务合同的起草、审查、修改和履行过程中的法律事务处理等。 法律咨询和服务能力：培养学生具备提供电子商务法律咨询和服务的能力，能够为企业和个人提供合法合规的电子商务法律支持和建议。				
教学内容	电子商务法概述：介绍电子商务法的基本概念、调整对象和基本原则，阐述电子商务法的重要性和必要性。 电子商务主体法律制度：涉及电子商务经营者的法律地位、权利义务、准入条件和监管要求等，确保学生在电子商务活动中能够明确各方责任和法律关系。 电子商务行为法律制度：涵盖电子商务合同的订立、履行、变更和终止等法律要求，以及电子商务交易过程中的消费者权益保护、广告规范、不正当竞争等问题，使学生了解电子商务行为的法律边界和规范。 电子商务知识产权法律制度：介绍电子商务中知识产权的类型、特点和保护方式，包括专利权、商标权、著作权等，强调知识产权在电子商务活动中的重要性，并教授如何防范和处理知识产权纠纷。 电子商务争议解决法律制度：涉及电子商务纠纷的解决途径和方法，包括协商、调解、仲裁和诉讼等，让学生了解如何高效、公正地解决电子商务纠纷。 跨境电子商务法律制度：介绍跨境电子商务的法律环境和政策要求，包括跨境电商平台的法律责任、跨境电商交易的监管和税收等问题，使学生了解跨境电子商务的法律风险和防范措施。 电子商务安全法律制度：涵盖电子商务交易过程中的安全保障措施和法律责任，如数据保护、网络安全、交易安全等，确保学生在电子商务活动中能够保护自身权益和信息安全。				

教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。
------	---

课程名称	【2103151315】财税基础				
总学时	57	理论学时	28	实践学时	29
考核方式	考试	课程性质	必修	学分	3
课程目标	素质目标： 财税职业道德：培养学生的财税职业道德观念，使其在工作中遵守行业规范，保持诚信和公正。 社会责任感：强化学生的社会责任感，使其理解财税工作对社会和经济发展的重要性，并积极参与相关活动。 知识目标： 财税基本概念：了解财税的基本概念、原理和术语，为后续学习打下基础。 财税法规与政策：掌握国家财税法规和政策，了解税务管理和税收征管的基本要求。 财务报表与财务分析：理解财务报表的编制和分析方法，掌握财务分析的基本技能。 能力目标： 税务处理能力：能够熟练处理税务事务，包括纳税申报、税款缴纳、税务筹划等。 财务分析能力：具备财务报表分析的能力，能够运用财务分析工具和方法对企业财务状况进行评估。 税务咨询与服务能力：能够为客户提供税务咨询和服务，解决税务问题，提供合理的税务建议。				
教学内容	1. 财税基本概念与理论：介绍财政与税收的基本概念、性质、职能以及它们在经济社会发展中的作用。此外，还会涉及财税体系的构成、原则、政策等基本理论。 2. 财政学基础：详细阐述财政支出、财政收入、财政赤字与盈余等财政活动的内涵与外延。同时，介绍政府预算管理、财政转移支付等财政实践中的重要制度。 3. 税收学原理：深入解析税收的原则、分类、效应以及税收制度的设计原理。此外，还会探讨税收与经济发展、社会公平之间的关系。 4. 中国税制：系统介绍中国现行的税收体系，包括流转税、所得税、财产税、资源税等各类税种。同时，解析税收征管制度、税收优惠政策等实际操作中的问题。 5. 国际税收：探讨跨国经济活动中的税收问题，如国际税收协定、国际避税与反避税、国际税收竞争与合作等。 6. 财税法规与政策：详细解读财税相关法规与政策，帮助学生掌握财税实务中的法律要点，提高合规意识。 7. 财税实务与案例分析：结合具体案例，分析财税实务中的常见问题与处理方法，培养学生的实际操作能力。				
教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。				

课程名称	【2103151322】零售基础				
总学时	48	理论学时	24	实践学时	24
考核方式	考试	课程性质	必修	学分	3
课程目标	素质目标： 1. 培养学生的职业道德和敬业精神，使其具备诚信、细致、耐心等品质，能够胜任零售工作。 2. 提升学生的服务意识和沟通能力，使其能够善于与客户沟通，提供优质的客户服务。 培养学生的团队协作精神和创新意识，使其能够适应零售行业的发展变化，具备持续学习和自我提升的能力。 知识目标： 让学生掌握零售行业的基本概念、发展历程和趋势，了解零售市场的运作机制和竞争态势。 使学生熟悉零售商品的分类、陈列、促销等基本原理和方法，了解零售店铺的布局、设计和运营管理。 让学生了解零售行业的法律法规和政策环境，掌握消费者权益保护、商品质量管理等相关知识。 能力目标： 1. 培养学生的市场调研和分析能力，使其能够准确把握市场需求和消费者行为，为零售经营提供科学依据。 2. 提升学生的商品采购和销售能力，使其能够合理规划商品结构，制定销售策略，实现销售目标。 3. 培养学生的库存管理和物流配送能力，使其能够优化库存结构，降低库存成本，提高物流配送效率。 4. 增强学生的客户服务和客户关系管理能力，使其能够建立并维护客户关系，提升客户满意度和忠诚度。				
教学内容	1. 零售业概述：介绍零售业的基本概念、特点、发展历程和趋势，帮助学生了解零售行业的整体框架和运作机制。 零售业态与模式：分析不同零售业态（如百货店、超市、便利店等）的特点和优势，探讨新型零售模式（如电子商务、无人零售等）的发展趋势和影响。 消费者行为学：研究消费者的购买决策过程、需求、动机和行为模式，以便更好地满足消费者需求，提升销售业绩。 2. 商品管理：涉及商品分类、采购、定价、陈列和促销等方面，教授学生如何根据市场需求和消费者偏好进行商品组合和管理。 3. 店铺运营管理：涵盖店铺选址、布局设计、人员管理、财务管理等方面，帮助学生掌握店铺日常运营的关键要素和管理技巧。 4. 供应链与物流管理：介绍供应链的构成、运作原理和优化方法，以及物流配送的流程和策略，以提升零售企业的效率和竞争力。 5. 零售法律法规：涉及消费者权益保护、商品质量管理、市场竞争等方面的法律法规，帮助学生了解合规经营的重要性。 6. 零售技术与创新：探讨信息技术、大数据、人工智能等技术在零售领域的应用和创新，以及这些技术如何推动零售业的变革和发展。				
教学要求	教学条件： (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品				

	采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。
--	--

(二) 专业核心课

课程名称	【2103151312】	课程名称	商务选品		
课程类别	专业核心课	课程性质	必修	课程类型	理论+实践
总学时	57	理论学时	0	实践学时	57
学分	3	考核方式	考查	是否核心课程	是
典型工作任务	1. 1.1 运营专员岗位分析 1.2 运营经理岗位分析 2. 1.1 主播助理岗位分析 1.2 主播岗位分析 3. 3.直播策划岗位分析 4. 4.1 新媒体专员岗位分析 4.2 新媒体经理岗位分析 5. 直播助理岗位分析				
工作任务能力	1. 1. 能利用直播数据分析手段,根据数据分析结果,制作策划直播活动方案; 2. 会使用直播现场灯光、道具、网络及设备,负责现场管理; 3. 能完成主播安排的活动;管理直播过程中的产品链接; 4. 能营造直播现场氛围;负责主滞后台场景的搭建。 5. 能根据每次的活动主题,创作直播剧本,策划活动场景; 6. 能制定具体的实施计划。 2. 1. 能根据团队成员特性,做好团队管理; 2. 能提前了解产品特点,负责产品介绍与现场互动话术; 3. 能掌握直播流程,负责策划,熟悉粉丝管理技巧,负责维护粉丝关系。 3. 1. 能结合主播特征与粉丝偏好,完成原创话题及素材整理; 2. 能提炼销售产品卖点,撰写产品使用场景、功能及价格的介绍文案; 3. 能在脚本设计中,制定直播暖场话题、促单及常见问题解答的话术; 4. 能在直播环节设计中,合理进行抽奖、福利赠送、限时限量、锚定价格、秒杀等直播活动玩法的策划; 5. 能快速熟悉代播品牌,编写代播策划文案。 4. 1. 了解国内主要新媒体平台的规律; 2. 会制作文案、图片和短视频; 3. 能在国内主要新媒体上开展营销推广活动。 5. 1. 熟练直播脚本内容,对直播现场所需道具、物料及商品进行准备及跟进; 2. 熟悉带货促单话术技巧,能配合主播借助道具或模特,现场展示商品使用方法及效果,引导顾客下单; 3. 根据直播间评论区的反馈,合理挑选直播弹幕进行互动,进行直播弹幕的管理与秩序维护,对负面信息及时处理,避免产生不良影响。				

毕业要求指标点	1.1. 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、全球视野和市场洞察力。 1.2. 坚定拥护中国共产党领导和我国制度，在指引下，践行核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。 1.3. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。 2.1. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识。 2.2. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，网络营销和直播电商的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。 2.3. 掌握文字写作、礼仪与沟通、信息技术应用以及商业文化素养等知识；掌握直播营销方案策划、品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施的相关知识；掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识。 2.4. 掌握商品、短视频拍摄与制作、图形图像处理、主流直播平台的运营规则与推广方式、直播营销与运营、新媒体推广、互联网产品分类、选品、销售和网店运营的相关知识。 2.5. 掌握网络营销与直播电商数据处理与分析、报告撰写、客户服务、客户关系维护的相关知识。 3.1. 具有探究学习、终身学习、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；具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。 3.2. 具备计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析的能力；能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施；具备文案创意与撰写的能力，能够挖掘客户需求，制定文案创意方案并撰写发布。 3.3. 能够进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品图片、视频，能够运用相关软件对企业及产品图片、视频进行处理，并进行短视频运营与推广；具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施；具备在主流直播电商平台进行策划、选品、引流、销售、以及数据分析等能力。 3.4. 具备线上线下活动策划与执行能力，能够策划活动方案，整合资源，进行活动实施与监控；具备基本网店运营推广技能，掌握搜索引擎优化、网络推广、营销转化技能，能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化。 3.5. 具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力，掌握良好的沟通技能，应对客户咨询、异议、处理投诉，进行客户个性化服务等，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度。
课程目标	素质目标： 1. 市场敏感度：培养学生对市场趋势和消费者需求的敏感度，使其能够迅速捕捉商机。 2. 团队协作与沟通：强化学生的团队协作精神和沟通能力，使其在选品与采购过程中能够与团队成员有效合作。 3. 诚信与责任：培养学生的诚信意识和责任感，使其在选品与采购活动中能够遵循道德规范，对企业和消费者负责。 知识目标： 产品知识：掌握各类产品的基本知识，包括产品特点、性能、价格等，以便更好地进行选品和采购。 市场分析：了解市场分析方法和工具，能够分析市场趋势、消费者需求以及竞争对手情况。 供应链管理：熟悉供应链管理的基本原理和方法，了解供应商的选择、评估和管理过程。 采购流程与规范：掌握采购流程的基本环节和规范要求，确保采购活动的合规性和效率。 能力目标： 1. 选品能力：能够根据市场需求和消费者偏好进行产品选择，确保所选产品符合市场需求和企业战略。 2. 供应商管理能力：能够与供应商建立良好的合作关系，有效管理供应商资源，确保采购活动的顺利进行。 3. 采购谈判能力：具备采购谈判的基本技巧和策略，能够在谈判中争取到更有利的条件和合作机会。 4. 风险管理与应对：能够识别并应对选品与采购过程中的各种风险，确保采购活动的稳定性和安全性。

教学内容	1. 了解自媒体文案的写作特点与风格； 2. 掌握电商主要平台文案写作的特点和对商品文案的相应要求； 3. 掌握不同平台、不同产品类别撰写符合要求的文案 4. 掌握全面的直播电商文案写作、策划、写作能力,为更高层次的发展奠定基础
教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。

课程名称	【2103151316】	课程名称	客户服务与管理		
课程类别	专业核心课	课程性质	必修	课程类型	理论+实践
总学时	57	理论学时	6	实践学时	51
学分	3	考核方式	考查	是否核心课程	是
典型工作任务	4. 4.1 新媒体专员岗位分析 4.2 新媒体经理岗位分析				
工作任务能力	1. 1. 了解国内主要新媒体平台的规律；2. 会制作文案、图片和短视频；3. 能在国内主要新媒体上开展营销推广活动。				
毕业要求指标点	1. 1. 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、全球视野和市场洞察力。 1. 2. 坚定拥护中国共产党领导和我国制度，在指引下，践行核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。 1. 3. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。 2. 1. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识。 2. 2. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，网络营销和直播电商的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。 2. 3. 掌握文字写作、礼仪与沟通、信息技术应用以及商业文化素养等知识；掌握直播营销方案策划、品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施的相关知识；掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识。 2. 4. 掌握商品、短视频拍摄与制作、图形图像处理、主流直播平台的运营规则与推广方式、直播营销与运营、新媒体推广、互联网产品分类、选品、销售和网店运营的相关知识。 2. 5. 掌握网络营销与直播电商数据处理与分析、报告撰写、客户服务、客户关系维护的相关知识。 3. 1. 具有探究学习、终身学习、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；具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思				

	维能力。 3.2. 具备计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析的能力；能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施；具备文案创意与撰写的能力，能够挖掘客户需求，制定文案创意方案并撰写发布。 3.3. 能够进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品图片、视频，能够运用相关软件对企业及产品图片、视频进行处理，并进行短视频运营与推广；具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施；具备在主流直播电商平台进行策划、选品、引流、销售、以及数据分析等能力。 3.4. 具备线上线下活动策划与执行能力，能够策划活动方案，整合资源，进行活动实施与监控；具备基本网店运营推广技能，掌握搜索引擎优化、网络推广、营销转化技能，能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化。 3.5. 具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力，掌握良好的沟通技能，应对客户咨询、异议、处理投诉，进行客户个性化服务等，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度。
课程目标	素质目标： 1. 具有社会责任感，培养较强的社会参与意识； 2. 遵纪守法，崇德向善； 3. 培养风险精神与创新思维； 4. 具有自我管理能力和行动力强； 5. 培养较强的应变能力、抗压能力和职业亲和力并具有正确的义利观； 6. 诚实守信、履行道德准则和行为规范； 7. 具有创新思维和批判精神； 8. 培养质量意识和安全意识； 9. 培养信息素养和学习能力，具备数据安全意识； 知识目标： 1. 了解呼叫中心分类； 2. 掌握服务和客户服务概念； 3. 理解服务特点和服务意识的作用； 4. 掌握言语沟通技巧和网络沟通技巧； 5. 理解并掌握呼入业务和呼出业务的概念、类型和步骤、语言交流方法、处理技巧等； 6. 理解话术撰写、脚本设计的定义、技巧和注意事项； 7. 掌握现场管理的内容； 8. 了解客户服务部门组织架构和绩效考核体系； 9. 理解并掌握客户满意模型； 10. 掌握客户信息收集、分析、建档的步骤，并会客户画像； 能力目标： 1. 能够使用微博和微信客服工具； 2. 能够运用提问、复述技巧和适当的网络语言和表情与客户进行有效沟通； 3. 具备在沟通中提取关键信息和运用非语言沟通技巧的能力； 4. 能够运用 3F 法则处理客户问题，进行沟通中的匹配； 5. 能够运用话术及脚本撰写技巧撰写相应话术； 6. 能够对客服部门的组织架构提出合理化建议并能设计客服部门的绩效考核方案； 7. 能够运用一定的方法提高客户忠诚度； 8. 能够剑客客户档案信息并借助互联网大数据进行客户画像，对客户信息进行分类分析；
教学内容	1. 了解自媒体文案的写作特点与风格； 2. 掌握电商主要平台文案写作的特点和对商品文案的相应要求； 3. 掌握不同平台、不同产品类别撰写符合要求的文案 4. 掌握全面的直播电商文案写作、策划、写作能力,为更高层次的发展奠定基础

教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。
------	---

课程名称	【2103151317】	课程名称	直播电商策划与运营		
课程类别	专业核心课	课程性质	必修	课程类型	实践课
总学时	57	理论学时	0	实践学时	57
学分	3	考核方式	考查	是否核心课程	是
典型工作任务	1. 运营专员岗位分析 2. 运营经理岗位分析 3. 主播助理岗位分析 4. 主播岗位分析 5. 直播策划岗位分析 6. 新媒体专员岗位分析 7. 新媒体经理岗位分析 8. 直播助理岗位分析				
工作任务能力	1. 能利用直播数据分析手段,根据数据分析结果,制作策划直播活动方案; 2. 会使用直播现场灯光、道具、网络及设备,负责现场管理; 3. 能完成主播安排的活动;管理直播过程中的产品链接; 4. 能营造直播现场氛围;负责主滞后台场景的搭建。 5. 能根据每次的活动主题,创作直播剧本,策划活动场景; 6. 能制定具体的实施计划。 7. 能根据团队成员特性,做好团队管理; 8. 能提前了解产品特点,负责产品介绍与现场互动话术; 9. 能掌握直播流程,负责策划,熟悉粉丝管理技巧,负责维护粉丝关系。 10. 能结合主播特征与粉丝偏好,完成原创话题及素材整理; 11. 能提炼销售产品卖点,撰写产品使用场景、功能及价格的介绍文案; 12. 能在脚本设计中,制定直播暖场话题、促单及常见问题解答的话术; 13. 能在直播环节设计中,合理进行抽奖、福利赠送、限时限量、锚定价格、秒杀等直播活动玩法的策划; 14. 能快速熟悉代播品牌,编写代播策划文案。 15. 了解国内主要新媒体平台的规律; 16. 能在国内主要新媒体上开展营销推广活动。 17. 熟练直播脚本内容,对直播现场所需道具、物料及商品进行准备及跟进; 18. 熟悉带货促单话术技巧,能配合主播借助道具或模特,现场展示商品使用方法及效果,引导顾客下单; 19. 根据直播间评论区的反馈,合理挑选直播弹幕进行互动,进行直播弹幕的管理与秩序维护,对负面信息及时处理,避免产生不良影响。				

毕业要求指标点	1. 坚定拥护中国共产党领导和我国制度，在指引下，践行核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。 2. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。 3. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识。 4. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，网络营销和直播电商的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。 5. 掌握文字写作、礼仪与沟通、信息技术应用以及商业文化素养等知识；掌握直播营销方案策划、品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施的相关知识；掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识。 6. 掌握商品、短视频拍摄与制作、图形图像处理、主流直播平台的运营规则与推广方式、直播营销与运营、新媒体推广、互联网产品分类、选品、销售和网店运营的相关知识。 7. 掌握网络营销与直播电商数据处理与分析、报告撰写、客户服务、客户关系维护的相关知识。 8. 具有探究学习、终身学习、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；具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。 9. 具备计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析的能力；能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施；具备文案创意与撰写的能力，能够挖掘客户需求，制定文案创意方案并撰写发布。 10. 能够进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品图片、视频，能够运用相关软件对企业及产品图片、视频进行处理，并进行短视频运营与推广；具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施；具备在主流直播电商平台进行策划、选品、引流、销售、以及数据分析等能力。 11. 具备线上线下活动策划与执行能力，能够策划活动方案，整合资源，进行活动实施与监控；具备基本网店运营推广技能，掌握搜索引擎优化、网络推广、营销转化技能，能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化。 12. 具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力，掌握良好的沟通技能，应对客户咨询、异议、处理投诉，进行客户个性化服务等，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度。
课程目标	知识目标 1. 掌握直播销售的基本概念、原理及其在电商行业中的应用价值。 2. 理解直播销售平台的运营模式、用户特点及其与消费者行为的关系。 3. 熟悉直播销售的内容策划、流程设计以及互动技巧。 4. 学习并掌握直播销售的数据分析与优化方法。 技能目标 1. 能够独立进行直播销售的前期准备，包括产品选择、平台选择、内容策划等。 2. 熟练掌握直播销售的技巧，如互动沟通、产品展示、促销策略等，以吸引和留住观众。 3. 能够利用数据分析工具评估直播销售效果，并根据分析结果优化直播内容和策略。 4. 具备良好的团队协作能力，能够在直播团队中承担相应角色，如主播、助理、运营等。 素质目标 1. 培养学生的创新思维和创意思维能力，鼓励在直播销售中尝试新颖的内容形式和互动方式。 2. 增强学生的服务意识和客户导向思维，提升直播销售中的用户体验和满意度。 3. 培养学生的责任感和职业道德，遵守直播销售行业的规范和标准，维护行业形象。 4. 提升学生的自主学习能力和终身学习的意识，以适应不断变化的直播销售环境和平台规则。
教学内容	1. 了解自媒体文案的写作特点与风格； 2. 掌握电商主要平台文案写作的特点和对商品文案的相应要求； 3. 掌握不同平台、不同产品类别撰写符合要求的文案； 4. 掌握全面的直播电商文案写作、策划、写作能力,为更高层次的发展奠定基础

教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。
------	---

课程名称	【2103151311】	课程名称	内容策划与编辑		
课程类别	专业核心课	课程性质	必修	课程类型	理论+实践
总学时	57	理论学时	15	实践学时	42
学分	3	考核方式	考试	是否核心课程	是
典型工作任务	- 直播策划岗位分析 - 新媒体专员岗位分析 - 新媒体经理岗位分析				
工作任务能力	- 能结合主播特征与粉丝偏好，完成原创话题及素材整理； - 能提炼销售产品卖点，撰写产品使用场景、功能及价格的介绍文案； - 能在脚本设计中，制定直播暖场话题、促单及常见问题解答的话术； - 能在直播环节设计中，合理进行抽奖、福利赠送、限时限量、锚定价格、秒杀等直播活动玩法的策划； - 能快速熟悉代播品牌，编写代播策划文案。 - 了解国内主要新媒体平台的规律； - 会制作文案、图片和短视频； - 能在国内主要新媒体上开展营销推广活动。				

毕业要求指标点	1. 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、全球视野和市场洞察力。 2. 坚定拥护中国共产党领导和我国制度，在指引下，践行核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。 3. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。 4. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识。 5. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，网络营销和直播电商的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。 6. 掌握文字写作、礼仪与沟通、信息技术应用以及商业文化素养等知识；掌握直播营销方案策划、品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施的相关知识；掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识。 7. 掌握商品、短视频拍摄与制作、图形图像处理、主流直播平台的运营规则与推广方式、直播营销与运营、新媒体推广、互联网产品分类、选品、销售和网店运营的相关知识。 8. 掌握网络营销与直播电商数据处理与分析、报告撰写、客户服务、客户关系维护的相关知识。 9. 具有探究学习、终身学习、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；具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。 10. 具备计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析的能力；能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施；具备文案创意与撰写的能力，能够挖掘客户需求，制定文案创意方案并撰写发布。 11. 能够进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品图片、视频，能够运用相关软件对企业及产品图片、视频进行处理，并进行短视频运营与推广；具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施；具备在主流直播电商平台进行策划、选品、引流、销售、以及数据分析等能力。 12. 具备线上线下活动策划与执行能力，能够策划活动方案，整合资源，进行活动实施与监控；具备基本网店运营推广技能，掌握搜索引擎优化、网络推广、营销转化技能，能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化。 13. 具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力，掌握良好的沟通技能，应对客户咨询、异议、处理投诉，进行客户个性化服务等，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度。
课程目标	知识目标 1. 掌握内容营销的基本原理和策略，了解其在网络营销与直播电商领域的应用价值。 2. 熟悉不同类型内容（如文字、图像、视频、音频等）的策划、创作与编辑技巧。 3. 理解内容策划与编辑过程中的目标受众分析、内容定位、内容形式选择等关键环节。 4. 学习并掌握内容策划与编辑中的 SEO 优化技巧，提高内容的可见性和传播效果。 技能目标 1. 能够独立进行内容策划，包括确定内容主题、制定内容计划、安排内容发布节奏等。 2. 熟练掌握各种内容形式的编辑技巧，如文案撰写、图片处理、视频剪辑等。 3. 能够运用数据分析工具评估内容效果，根据分析结果优化内容策划与编辑策略。 4. 具备良好的团队协作能力，能够与其他创意、营销、技术等部门紧密合作，共同推进内容项目的成功。 素质目标 1. 培养学生的创新思维和创意思维能力，鼓励在内容策划与编辑中尝试新颖、有趣的内容形式和表达方式。 2. 增强学生的用户导向思维，以目标受众的需求和喜好为导向，提升内容的吸引力和传播效果。 3. 培养学生的责任感和职业道德，遵守内容策划与编辑的规范和标准，维护内容的真实性与可信度。 4. 提升学生的自主学习能力和终身学习的意识，以适应不断变化的内容策划与编辑环境和平台规则。

教学内容	1. 了解自媒体文案的写作特点与风格; 2. 掌握电商主要平台文案写作的特点和对商品文案的相应要求; 3. 掌握不同平台、不同产品类别撰写符合要求的文案 4. 掌握全面的直播电商文案写作、策划、写作能力,为更高层次的发展奠定基础
教学要求	教学条件: (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台 教学方法: 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台,方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合,引入案例教学、慕课教学,发挥教师的专业性、创造性,将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求: 具有高校教师资格证;有较强的语言表达能力和课堂组织能力;具备扎实的会计理论功底,熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师;具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。

课程名称	【2103151313】	课程名称	营销渠道运维		
课程类别	专业核心课	课程性质	必修	课程类型	理论+实践
总学时	76	理论学时	4	实践学时	72
学分	4	考核方式	考查	是否核心课程	是
典型工作任务	1. 运营专员岗位分析 2. 运营经理岗位分析				
工作任务能力	1. 能利用直播数据分析手段,根据数据分析结果,制作策划直播活动方案; 2. 会使用直播现场灯光、道具、网络及设备,负责现场管理; 3. 能完成主播安排的活动;管理直播过程中的产品链接; 4. 能营造直播现场氛围;负责主滞后台场景的搭建。 5. 能根据每次的活动主题,创作直播剧本,策划活动场景; 6. 能制定具体的实施计划。				

毕业要求指标点	1. 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、全球视野和市场洞察力。 2. 坚定拥护中国共产党领导和我国制度，在指引下，践行核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。 3. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。 4. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识。 5. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，网络营销和直播电商的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。 6. 掌握文字写作、礼仪与沟通、信息技术应用以及商业文化素养等知识；掌握直播营销方案策划、品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施的相关知识；掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识。 7. 掌握商品、短视频拍摄与制作、图形图像处理、主流直播平台的运营规则与推广方式、直播营销与运营、新媒体推广、互联网产品分类、选品、销售和网店运营的相关知识。 8. 掌握网络营销与直播电商数据处理与分析、报告撰写、客户服务、客户关系维护的相关知识。 9. 具有探究学习、终身学习、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；具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。 10. 具备计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析的能力；能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施；具备文案创意与撰写的能力，能够挖掘客户需求，制定文案创意方案并撰写发布。 11. 能够进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品图片、视频，能够运用相关软件对企业及产品图片、视频进行处理，并进行短视频运营与推广；具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施；具备在主流直播电商平台进行策划、选品、引流、销售、以及数据分析等能力。 12. 具备线上线下活动策划与执行能力，能够策划活动方案，整合资源，进行活动实施与监控；具备基本网店运营推广技能，掌握搜索引擎优化、网络推广、营销转化技能，能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化。 具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力，掌握良好的沟通技能，应对客户咨询、异议、处理投诉，进行客户个性化服务等，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度。
---------	---

课程目标	1. 深入理解营销渠道： 学生将能够清晰理解各种营销渠道（如线上渠道：搜索引擎、社交媒体、电子邮件、网站等；线下渠道：实体店、展会、户外广告等）的工作原理、特点和使用场景。 学生将了解不同渠道之间的协同效应和互补性，以及如何根据业务目标和目标受众选择合适的渠道组合。 2. 掌握渠道运维的基本技能： 学生将学习如何设置、监控和管理各种营销渠道，包括内容发布、数据分析、广告投放等。 学生将了解渠道性能评估的指标和方法，并学习如何根据数据分析调整和优化渠道策略。 3. 提升数字化营销能力： 学生将掌握数字化营销工具和技术，如搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎营销（SEM）、社交媒体营销（SMM）、内容营销等。 学生将学习如何运用这些工具和技术来提高品牌知名度、吸引潜在客户、促进销售等。 4. 培养数据驱动的决策能力： 学生将学习如何收集、整理和分析渠道数据，以了解用户行为、评估渠道效果、发现潜在问题等。 学生将培养基于数据的决策能力，能够根据数据分析结果制定和调整渠道策略。 5. 增强团队协作与沟通能力： 学生将了解跨部门协作在渠道运维中的重要性，并学习如何与不同部门（如销售、产品、客服等）有效沟通和协作。 学生将学习如何管理团队和外包合作伙伴，以确保渠道运维工作的顺利进行。 6. 关注行业趋势和法规变化： 学生将关注营销渠道领域的最新趋势和法规变化，以保持对行业的敏感度和适应性。 学生将学习如何应对行业变化和挑战，以及如何利用新兴渠道和技术来拓展业务。 7. 实践项目与案例分析： 学生将通过实践项目和案例分析来巩固所学知识，并学习如何将理论知识应用于实际业务场景。 学生将了解不同行业的渠道运维案例，并学习借鉴他人的成功经验和方法。
教学内容	1. 了解自媒体文案的写作特点与风格； 2. 掌握电商主要平台文案写作的特点和对商品文案的相应要求； 3. 掌握不同平台、不同产品类别撰写符合要求的文案 4. 掌握全面的直播电商文案写作、策划、写作能力,为更高层次的发展奠定基础
教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。

课程名称	【2103151309】	课程名称	直播电商		
课程类别	专业核心课	课程性质	必修	课程类型	理论+实践
总学时	76	理论学时	0	实践学时	76
学分	4	考核方式	考试	是否核心课程	是

典型工作任务	1. 运营专员岗位分析 2. 运营经理岗位分析 3. 主播助理岗位分析 4. 主播岗位分析 5. 直播策划岗位分析 6. 新媒体专员岗位分析 7. 新媒体经理岗位分析 8. 直播助理岗位分析
工作任务能力	1. 能利用直播数据分析手段,根据数据分析结果,制作策划直播活动方案; 2. 会使用直播现场灯光、道具、网络及设备,负责现场管理; 3. 能完成主播安排的活动;管理直播过程中的产品链接; 4. 能营造直播现场氛围;负责主滞后台场景的搭建。 5. 能根据每次的活动主题,创作直播剧本,策划活动场景; 6. 能制定具体的实施计划。 7. 能根据团队成员特性,做好团队管理; 8. 能提前了解产品特点,负责产品介绍与现场互动话术; 9. 能掌握直播流程,负责策划,熟悉粉丝管理技巧,负责维护粉丝关系。 10. 能结合主播特征与粉丝偏好,完成原创话题及素材整理; 11. 能提炼销售产品卖点,撰写产品使用场景、功能及价格的介绍文案; 12. 能在脚本设计中,制定直播暖场话题、促单及常见问题解答的话术; 13. 能在直播环节设计中,合理进行抽奖、福利赠送、限时限量、锚定价格、秒杀等直播活动玩法的策划; 14. 能快速熟悉代播品牌,编写代播策划文案。 15. 了解国内主要新媒体平台的规律; 16. 会制作文案、图片和短视频; 17. 能在国内主要新媒体上开展营销推广活动。 18. 熟练直播脚本内容,对直播现场所需道具、物料及商品进行准备及跟进; 19. 熟悉带货促单话术技巧,能配合主播借助道具或模特,现场展示商品使用方法及效果,引导顾客下单; 20. 根据直播间评论区的反馈,合理挑选直播弹幕进行互动,进行直播弹幕的管理与秩序维护,对负面信息及时处理,避免产生不良影响。
毕业要求指标点	1. 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、全球视野和市场洞察力。 2. 坚定拥护中国共产党领导和我国制度,在指引下,践行核心价值观,具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动,履行道德准则和行为规范,具有社会责任感和社会参与意识。 3. 勇于奋斗、乐观向上,具有自我管理能力、职业生涯规划的意识,有较强的集体意识和团队合作精神。 4. 熟悉本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识。 5. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论,网络营销和直播电商的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。 6. 掌握文字写作、礼仪与沟通、信息技术应用以及商业文化素养等知识;掌握直播营销方案策划、品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施的相关知识;掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识。 7. 掌握商品、短视频拍摄与制作、图形图像处理、主流直播平台的运营规则与推广方式、直播营销与运营、新媒体推广、互联网产品分类、选品、销售和网店运营的相关知识。 8. 掌握网络营销与直播电商数据处理与分析、报告撰写、客户服务、客户关系维护的相关知识。 9. 具有探究学习、终身学习、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;具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。 10. 具备计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析的能力;能够针对企业经营目标,开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施;具备文案创意与撰写的能力,能够挖掘客户需求,制定文案创意方案并撰写发布。 11. 能够进行创意拍摄,制作突出商品卖点的商品图片、视频,能够运用相关软件对企业及产品图片、

	视频进行处理, 并进行短视频运营与推广; 具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力, 能够根据公司战略, 确定推广方法和内容并实施; 具备在主流直播电商平台进行策划、选品、引流、销售、以及数据分析等能力。 12. 具备线上线下活动策划与执行能力, 能够策划活动方案, 整合资源, 进行活动实施与监控; 具备基本网店运营推广技能, 掌握搜索引擎优化、网络推广、营销转化技能, 能够根据网站(店)推广目标, 选择合理的推广方式, 进行策划、实施和效果评估与优化。 具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力, 掌握良好的沟通技能, 应对客户咨询、异议、处理投诉, 进行客户个性化服务等, 能够帮助企业开发新客户, 提升客户满意度。
课程目标	素质目标: 1. 商业伦理与道德: 培养学生在社交电商领域具备高度的商业伦理和道德观念, 尊重消费者权益, 诚信经营。 2. 团队合作精神: 强化学生的团队合作精神, 学会在社交电商项目中与他人协作, 共同实现目标。 3. 创新思维与敏锐洞察力: 激发学生的创新思维, 培养对市场趋势和消费者需求的敏锐洞察力, 以应对不断变化的社交电商环境。 4. 自我管理与抗压能力: 帮助学生提高自我管理能力, 学会在压力下保持冷静和高效, 适应社交电商行业的快节奏发展。 知识目标: 1. 社交电商基础知识: 了解社交电商的基本概念、发展历程、主要模式和特点, 为后续学习奠定基础。 2. 市场营销知识: 掌握市场营销的基本原理和方法, 了解如何在社交电商平台上进行品牌推广和营销活动。 3. 消费者行为学: 研究消费者的购买决策过程、需求和心理, 以便更好地满足消费者需求, 提高销售额。 4. 数据分析与运用: 学习数据分析的基本方法, 运用数据来指导社交电商的运营和决策。 能力目标: 1. 社交电商平台运营能力: 能够熟练运营社交电商平台, 包括商品上架、营销推广、客户服务等。 2. 内容创作与传播能力: 能够创作出高质量的社交电商内容, 如文案、图片、视频等, 并通过社交媒体进行有效传播。 3. 数据分析能力: 能够运用数据分析工具, 分析社交电商平台的运营数据, 为决策提供依据。 4. 沟通与协调能力: 能够与团队成员、合作伙伴和客户进行有效沟通, 协调各方资源, 实现共赢。
教学内容	1. 社交电商概述: 介绍社交电商的定义、特点、发展历程和趋势, 帮助学生全面了解社交电商行业的背景和前景。 2. 社交电商平台与模式: 分析不同类型的社交电商平台(如微信生态、抖音、快手等)及其运营模式, 探讨各种社交电商模式的优势和适用场景。 3. 社交电商营销策略: 研究社交电商的营销策略和技巧, 包括内容营销、社群营销、短视频营销、直播营销等, 以及如何运用社交媒体平台进行品牌推广和用户获取。 4. 社交电商运营策略: 探讨社交电商平台的运营策略和管理方法, 包括商品策划、供应链管理、客户服务、数据分析等, 以提高平台的用户满意度和销售额。 5. 社交电商用户行为分析: 分析社交电商用户的购买行为、需求和心理, 以便更好地满足用户需求, 提高转化率和用户黏性。 6. 社交电商数据分析: 介绍数据分析在社交电商中的应用和方法, 包括用户数据分析、销售数据分析、市场趋势分析等, 以便制定更有效的运营和营销策略。 7. 社交电商法律与伦理: 讨论社交电商涉及的法律法规和伦理问题, 如隐私保护、消费者权益保护、数据安全等, 培养学生的法律意识和道德观念。

教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。

课程名称	【2103151319】	课程名称	农村电商项目实战		
课程类别	专业核心课	课程性质	必修	课程类型	实践课
总学时	60	理论学时	0	实践学时	60
学分	4	考核方式	考查	是否核心课程	是
典型工作任务	9. 运营专员岗位分析 10. 运营经理岗位分析 11. 主播助理岗位分析 12. 主播岗位分析 13. 直播策划岗位分析 14. 新媒体专员岗位分析 15. 新媒体经理岗位分析 16. 直播助理岗位分析				
工作任务能力	21. 能利用直播数据分析手段,根据数据分析结果,制作策划直播活动方案; 22. 会使用直播现场灯光、道具、网络及设备,负责现场管理; 23. 能完成主播安排的活动;管理直播过程中的产品链接; 24. 能营造直播现场氛围;负责主滞后台场景的搭建。 25. 能根据每次的活动主题,创作直播剧本,策划活动场景; 26. 能制定具体的实施计划。 27. 能根据团队成员特性,做好团队管理; 28. 能提前了解产品特点,负责产品介绍与现场互动话术; 29. 能掌握直播流程,负责策划,熟悉粉丝管理技巧,负责维护粉丝关系。 30. 能结合主播特征与粉丝偏好,完成原创话题及素材整理; 31. 能提炼销售产品卖点,撰写产品使用场景、功能及价格的介绍文案; 32. 能在脚本设计中,制定直播暖场话题、促单及常见问题解答的话术; 33. 能在直播环节设计中,合理进行抽奖、福利赠送、限时限量、锚定价格、秒杀等直播活动玩法的策划; 34. 能快速熟悉代播品牌,编写代播策划文案。 35. 了解国内主要新媒体平台的规律; 36. 会制作文案、图片和短视频; 37. 能在国内主要新媒体上开展营销推广活动。 38. 熟练直播脚本内容,对直播现场所需道具、物料及商品进行准备及跟进; 39. 熟悉带货促单话术技巧,能配合主播借助道具或模特,现场展示商品使用方法及效果,引导顾客下单; 40. 根据直播间评论区的反馈,合理挑选直播弹幕进行互动,进行直播弹幕的管理与秩序维护,对负面信息及时处理,避免产生不良影响。				

毕业要求指标点	13. 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、全球视野和市场洞察力。 14. 坚定拥护中国共产党领导和我国制度，在指引下，践行核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。 15. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。 16. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识。 17. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，网络营销和直播电商的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。 18. 掌握文字写作、礼仪与沟通、信息技术应用以及商业文化素养等知识；掌握直播营销方案策划、品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施的相关知识；掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识。 19. 掌握商品、短视频拍摄与制作、图形图像处理、主流直播平台的运营规则与推广方式、直播营销与运营、新媒体推广、互联网产品分类、选品、销售和网店运营的相关知识。 20. 掌握网络营销与直播电商数据处理与分析、报告撰写、客户服务、客户关系维护的相关知识。 21. 具有探究学习、终身学习、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；具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。 22. 具备计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析的能力；能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施；具备文案创意与撰写的能力，能够挖掘客户需求，制定文案创意方案并撰写发布。 23. 能够进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品图片、视频，能够运用相关软件对企业及产品图片、视频进行处理，并进行短视频运营与推广；具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施；具备在主流直播电商平台进行策划、选品、引流、销售、以及数据分析等能力。 24. 具备线上线下活动策划与执行能力，能够策划活动方案，整合资源，进行活动实施与监控；具备基本网店运营推广技能，掌握搜索引擎优化、网络推广、营销转化技能，能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化。 具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力，掌握良好的沟通技能，应对客户咨询、异议、处理投诉，进行客户个性化服务等，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度。
课程目标	1. 掌握农村电商的基本概念、特点和模式：学生将深入了解农村电商的基本定义、发展历程以及主要特点，同时熟悉不同类型的农村电商模式，如农产品电商、农资电商等。 2. 理解农村电商的发展现状、趋势和存在问题：学生将了解当前农村电商的发展状况，包括市场规模、竞争格局等，同时分析农村电商的发展趋势，并探讨当前存在的问题和挑战。 3. 掌握农村电商运营的基本知识和技能：学生将学习农村电商运营的关键环节，如网店建设、产品推广、客户服务等，同时掌握相关的营销策略和推广技巧，以提高店铺的曝光度和销售量。 4. 培养解决农村电商实际问题的能力：学生将通过案例分析、项目实践等方式，培养解决农村电商实际问题的能力，如市场分析、产品策划、营销推广等。 5. 培养创新思维和创业精神：学生将接受创新思维训练，培养独立思考和创新能力，同时激发创业精神，鼓励学生在农村电商领域创新创业。 6. 提升综合素质和就业竞争力：通过本课程的学习，学生将提升综合素质和就业竞争力，为未来的职业发展打下坚实的基础。
教学内容	1. 了解自媒体文案的写作特点与风格； 2. 掌握电商主要平台文案写作的特点和对商品文案的相应要求； 3. 掌握不同平台、不同产品类别撰写符合要求的文 4. 掌握全面的直播电商文案写作、策划、写作能力,为更高层次的发展奠定基础

教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。
------	---

（三）专业综合课

课程名称	【2103151321】毕业设计				
总学时	120	理论学时	120	实践学时	
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	4
课程目标	理论应用与实践能力： 毕业设计的首要目标是使学生能够将所学的网络营销和直播电商理论知识应用到实际项目中，通过实践锻炼和提升学生的专业能力和解决问题的能力。 营销策略与方案创新： 鼓励学生提出创新性的网络营销和直播电商策略与方案，通过分析和研究市场趋势、用户需求和竞争对手，设计出具有竞争力的营销策略，培养学生的创新思维和策划能力。 数据分析与效果评估： 要求学生能够利用数据分析工具和技术，对网络营销和直播电商活动的效果进行评估和分析，通过数据驱动的方式优化营销策略，提高学生的数据分析和决策能力。 团队协作能力： 毕业设计通常要求学生组成团队进行合作，通过分工协作、沟通交流和共同解决问题，培养学生的团队协作能力和项目管理能力。 行业洞察与职业规划： 通过对网络营销和直播电商行业的深入研究和探索，使学生对行业有更深入的了解和认识，为未来的职业规划和未来发展打下坚实的基础。 学术研究与论文撰写： 毕业设计要求学生能够完成一篇学术论文或设计报告，通过查阅文献、实地调研和数据分析等方式，培养学生的学术素养和论文撰写能力。				
教学内容	网络营销策略制定与实施： 分析目标市场、竞争对手和用户群体，制定针对性的网络营销策略。 选择合适的网络营销工具和技术，如社交媒体营销、搜索引擎优化（SEO）、内容营销等，并实施这些策略。 监测和评估营销策略的效果，收集数据并进行分析，提出优化建议。 直播电商模式探索与优化： 研究直播电商的运营模式、用户行为和市场趋势。 设计并实施一场或多场直播电商活动，包括选品、定价、促销策略等。 分析直播电商活动的效果，包括观看量、转化率、用户反馈等，提出改进意见。 电子商务平台设计与开发： 根据业务需求，设计并开发一个电子商务平台，包括网站架构、数据库设计、前后端开发等。 整合支付、物流、客户服务等功能，提供完整的电商解决方案。 测试并优化平台性能，确保用户体验和安全性。 内容营销与品牌建设：				

	分析目标受众的兴趣和需求，制定内容营销策略。 创作有吸引力的内容，如文章、视频、图片等，并通过各种渠道进行分发和推广。 建立合作关系，提供专业知识，提高品牌的影响力和专业形象。 数据分析与营销策略优化： 收集和分析网站流量、用户行为、转化率等数据。 通过数据分析了解用户需求和行为模式，提出针对性的优化建议。 根据数据分析结果调整网络营销策略，提高营销效果。 移动营销与社交媒体应用： 研究移动营销的趋势和最佳实践。 利用社交媒体平台（如微信、微博、抖音等）进行品牌推广和用户互动。 设计并实施移动营销活动，提高品牌知名度和用户参与度。 跨境电商与国际化策略： 研究跨境电商市场的现状和发展趋势。 制定针对跨境电商市场的营销策略和国际化策略。 分析不同国家和地区的消费者行为和文化差异，提出针对性的解决方案。
教学要求	本专业每年成立毕业设计（论文）指导委员会和毕业设计（论文）答辩工作小组，指导委员会为每一位学生配备校内的指导教师，学生根据实习岗位内容确定毕业设计（论文）题目，并在指导教师指导下开展设计或实验，学校对整个过程中有一整套严格管理模式，学生毕业设计（论文）完成后，由答辩工作小组进行学生答辩资格的审核，通过审核的学生方能参加答辩。答辩小组安排具体答辩时间和顺序组织学生答辩，答辩过程有详实记录。学生毕业设计（论文）成绩由指导教师、评阅教师及答辩小组按40%、60%的比例给予评分和汇总。

课程名称	【2103151323】 岗位实习				
总学时	600	理论学时		实践学时	
考核方式	考查	课程性质	必修	学分	26
课程目标	实践技能提升： 通过实习，学生能够将所学的网络营销、直播电商等理论知识与实际操作相结合，提升实践技能。 实习期间，学生将参与到实际项目中，通过完成具体的任务，加深对专业知识的理解，并熟悉工作流程。 行业认知加深： 实习期间，学生将有机会接触和了解网络营销与直播电商行业的实际运作，了解行业趋势、市场需求以及竞争对手情况。 通过与业内专业人士的交流和学，习学生能够更深入地了解行业现状和发展前景，为未来的职业规划提供参考。 职业素养培养： 实习是学生从学校走向社会的桥梁，通过实习，学生将逐渐适应职场环境，培养职业素养。 学生将学习到如何与同事、上司和客户进行有效的沟通和协作，提升团队协作能力和解决问题的能力。 学生还将学习到如何管理时间、安排工作优先级，以及如何在压力下保持冷静和高效。 职业技能拓展： 实习期间，学生将有机会学习到新的职业技能和工具，如社交媒体营销、数据分析、搜索引擎优化等。 这些技能将有助于学生提升个人竞争力，为未来的职业发展增加更多可能性。 职业规划明确： 通过实习，学生将更清晰地了解自己的职业兴趣和发展方向，为未来的职业规划提供明确的目标。 学生可以根据实习经历，选择适合自己的职业方向，并制定相应的职业发展计划。				

	建立职业网络： 实习期间，学生将有机会与业内专业人士建立联系，扩大职业网络。这些联系将有助于学生在未来的职业发展中获得更多的机会和资源。
教学内容	1. 实习实训目标 学生通过电子商务专业顶岗实习，了解企业的运作、组织架构、规章制度和企业文化；掌握岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能；养成爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神，增强学生的就业能力。 2. 实习岗位 实习岗位包括运营推广、美工设计、客户服务(拓展)、技术开发等四大岗位群，具体岗位如下， (1) 运营推广岗位群: 包括网店运营推广、互联网运营推广、微运营等主要岗位。 (2) 美工设计岗位群: 包括商品信息采集、图片编辑、网页设计、前端 UI 设计等主要岗位。 (3) 客户服务(拓展)岗位群: 包括销售客服、售后客服、客户维护(拓展)等主要岗位。 (4) 技术开发岗位群: 包括前端开发、后台开发、网站安全与维护、移动端开发等主要岗位。
教学要求	学生应达到顶岗实习的学时，共计 600 岗位实习内容必须与网络营销与直播电商专业相关 顶岗实习期间遵循学校的实习管理办法，实习前按照要求完成报备，实习过程中完成打卡、周报、参与实习例行会议、实习后上交实习总结及实习成绩评定表。

(四) 专业拓展课

课程名称	【2103122303】经济数学 I				
总学时	64	理论学时	32	实践学时	32
考核方式	考查	课程性质	任选	学分	2
课程目标	知识目标：使学生深入理解和掌握经济数学的基本概念、基本理论和基本方法。这包括函数与常用经济函数、极限与连续、导数与微分、原函数与不定积分、定积分等经济数学中的核心概念，以及它们的经济模型。同时，学生还应熟练掌握极限计算公式与方法、导数计算公式和求法、极值与最值求法、边际与弹性求法、不定积分公式、换元积分法、分部积分法、微元法等重要的计算方法和技巧。 能力目标：通过经济数学的学习，培养学生应用数学方法研究实际问题的思想和解决实际问题的能力。这包括抽象概括问题的能力和一定的逻辑推理能力，以及探索精神和创新意识。同时，学生还应具备利用 MATLAB 等软件进行数值计算、符号运算、图形处理、最优化问题求解等计算机应用能力。 应用目标：经济数学的学习不仅仅是理论知识的掌握，更重要的是在实际问题中的应用。因此，课程目标还包括培养学生利用所学的数学知识解释经济现象、解决经济问题的能力，特别是在金融证券、投资、保险、统计等经济部门和政府部门从事经济分析、经济建模、系统设计等工作的能力。				

教学内容	微积分： 函数：包括函数的定义、性质、分类，以及复合函数、分段函数等。 极限与连续：讨论函数极限的概念、性质以及求极限的方法，同时理解函数在一点连续的概念和连续函数的性质。 导数与微分：学习导数的定义、几何意义、计算方法和应用，包括利用导数进行函数的单调性、极值、最值等问题的分析。 积分及其应用：介绍不定积分、定积分的概念和计算方法，以及定积分在几何、物理和经济等领域的应用。 线性代数： 向量：学习向量的基本概念、运算以及向量的线性关系。 矩阵：介绍矩阵的定义、运算性质以及矩阵的秩、逆矩阵等概念。 线性方程组：讨论线性方程组的求解方法，包括高斯消元法、矩阵法等。 特征值与特征向量：介绍矩阵的特征值和特征向量的概念以及它们的计算和应用。 概率论与数理统计： 概率论基础：学习概率的定义、性质、计算以及随机变量的概念、分布等。 数理统计基础：介绍统计量、抽样分布、参数估计、假设检验等基本概念和方法。 回归分析：学习一元线性回归和多元线性回归的分析方法，了解它们在预测和控制中的应用。 经济应用： 经济函数模型：学习需求、成本、收入、利润等经济函数模型，理解它们在经济分析中的应用。 经济预测与决策：利用所学的数学知识，结合经济模型进行经济预测和决策分析。 金融数学：学习金融数学的基本概念和方法，如金融衍生品定价、风险管理等。
教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。

课程名称	【2103122312】经济数学 II				
总学时	76	理论学时	38	实践学时	38
考核方式	考查	课程性质	任选	学分	2
课程目标	知识目标：使学生深入理解和掌握经济数学的基本概念、基本理论和基本方法。这包括函数与常用经济函数、极限与连续、导数与微分、原函数与不定积分、定积分等经济数学中的核心概念，以及它们的经济模型。同时，学生还应熟练掌握极限计算公式与方法、导数计算公式和求法、极值与最值求法、边际与弹性求法、不定积分公式、换元积分法、分部积分法、微元法等重要的计算方法和技巧。 能力目标：通过经济数学的学习，培养学生应用数学方法研究实际问题的思想和解决实际问题的能力。这包括抽象概括问题的能力和一定的逻辑推理能力，以及探索精神和创新意识。同时，学生还应具备利用 MATLAB 等软件进行数值计算、符号运算、图形处理、最优化问题求解等计算机应用能力。 应用目标：经济数学的学习不仅仅是理论知识的掌握，更重要的是在实际问题中的应用。因此，课程目标还包括培养学生利用所学的数学知识解释经济现象、解决经济问题的能力，特别是在金融证券、投资、保险、统计等经济部门和政府部门从事经济分析、经济建模、系统设计等工作的能力。				

教学内容	微积分： 函数：包括函数的定义、性质、分类，以及复合函数、分段函数等。 极限与连续：讨论函数极限的概念、性质以及求极限的方法，同时理解函数在一点连续的概念和连续函数的性质。 导数与微分：学习导数的定义、几何意义、计算方法和应用，包括利用导数进行函数的单调性、极值、最值等问题的分析。 积分及其应用：介绍不定积分、定积分的概念和计算方法，以及定积分在几何、物理和经济等领域的应用。 线性代数： 向量：学习向量的基本概念、运算以及向量的线性关系。 矩阵：介绍矩阵的定义、运算性质以及矩阵的秩、逆矩阵等概念。 线性方程组：讨论线性方程组的求解方法，包括高斯消元法、矩阵法等。 特征值与特征向量：介绍矩阵的特征值和特征向量的概念以及它们的计算和应用。 概率论与数理统计： 概率论基础：学习概率的定义、性质、计算以及随机变量的概念、分布等。 数理统计基础：介绍统计量、抽样分布、参数估计、假设检验等基本概念和方法。 回归分析：学习一元线性回归和多元线性回归的分析方法，了解它们在预测和控制中的应用。 经济应用： 经济函数模型：学习需求、成本、收入、利润等经济函数模型，理解它们在经济分析中的应用。 经济预测与决策：利用所学的数学知识，结合经济模型进行经济预测和决策分析。 金融数学：学习金融数学的基本概念和方法，如金融衍生品定价、风险管理等。
教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。

课程名称	【2103151314】直播销售				
总学时	76	理论学时	38	实践学时	38
考核方式	考试	课程性质	限选	学分	4
课程目标	知识目标 - 掌握直播销售的基本概念、原理及其在电商行业中的应用价值。 - 理解直播销售平台的运营模式、用户特点及其与消费者行为的关系。 - 熟悉直播销售的内容策划、流程设计以及互动技巧。 - 学习并掌握直播销售的数据分析与优化方法。 技能目标 - 能够独立进行直播销售的前期准备，包括产品选择、平台选择、内容策划等。 - 熟练掌握直播销售的技巧，如互动沟通、产品展示、促销策略等，以吸引和留住观众。 - 能够利用数据分析工具评估直播销售效果，并根据分析结果优化直播内容和策略。 - 具备良好的团队协作能力，能够在直播团队中承担相应角色，如主播、助理、运营等。 素质目标 - 培养学生的创新思维和创意思维能力，鼓励在直播销售中尝试新颖的内容形式和互动方式。				

	2. 增强学生的服务意识和客户导向思维，提升直播销售中的用户体验和满意度。 3. 培养学生的责任感和职业道德，遵守直播销售行业的规范和标准，维护行业形象。 4. 提升学生的自主学习能力和终身学习的意识，以适应不断变化的直播销售环境和平台规则。
教学内容	1. 了解自媒体文案的写作特点与风格； 2. 掌握电商主要平台文案写作的特点和对商品文案的相应要求； 3. 掌握不同平台、不同产品类别撰写符合要求的文案； 4. 掌握全面的直播电商文案写作、策划、写作能力,为更高层次的发展奠定基础
教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。

课程名称	【2103151318】新媒体运营				
总学时	57	理论学时		实践学时	57
考核方式	考查	课程性质	限选	学分	3
课程目标	素质目标 1. 专业素质：具备扎实的专业知识和理论基础，了解新媒体的发展趋势和前沿技术。 2. 道德素质：坚守职业道德，遵循法律法规，保持公正、客观、真实的报道和传播信息。 3. 团队协作：具有良好的团队合作精神和沟通能力，能够与其他团队成员协同工作，共同完成任务。 4. 创新思维：具备创新思维和敏锐的市场洞察力，能够不断探索新的媒体形式和传播方式。 知识目标 1. 新媒体基础知识：了解新媒体的定义、特点、发展历程等基础知识，掌握新媒体的基本概念和原理。 2. 传播学知识：了解传播学的基本理论和方法，掌握信息传播规律和传播效果评估方法。 3. 市场营销知识：了解市场营销的基本原理和策略，掌握新媒体营销的方法和技巧。 4. 数据分析知识：了解数据分析的基本原理和方法，掌握新媒体数据分析和用户行为分析技能。 能力目标 1. 内容创作能力：具备优秀的内容创作能力，能够撰写高质量的文章、视频、图片等新媒体内容。 2. 运营推广能力：具备新媒体运营和推广能力，能够制定有效的营销策略和推广计划，提高新媒体的曝光度和用户粘性。 3. 数据分析能力：具备数据分析能力，能够对新媒体数据进行深入分析，挖掘用户需求和行为特征，为运营决策提供数据支持。 4. 沟通协调能力：具备良好的沟通协调能力，能够与团队成员、合作伙伴等有效沟通，推动项目的顺利进行。				

教学内容	1. 了解自媒体文案的写作特点与风格； 2. 掌握电商主要平台文案写作的特点和对商品文案的相应要求； 3. 掌握不同平台、不同产品类别撰写符合要求的文案 4. 掌握全面的直播电商文案写作、策划、写作能力,为更高层次的发展奠定基础
教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。

课程名称	【2103152301】虚拟主播运营				
总学时	54	理论学时	27	实践学时	27
考核方式	考查	课程性质	任选	学分	3
课程目标	素质目标： 1. 创新思维与创意策划：培养学生具备创新思维和创意策划能力，能够提出新颖、有趣的虚拟主播内容和活动。 2. 职业操守与道德意识：强化学生的职业操守和道德意识，确保在虚拟主播运营过程中遵循行业规范和道德标准。 3. 团队合作与沟通能力：培养学生的团队合作和沟通能力，能够与团队成员、合作伙伴和观众有效沟通，共同推进虚拟主播项目的发展。 4. 抗压能力与心理调适：帮助学生提高抗压能力，学会在虚拟主播运营过程中应对挑战和困难，保持良好的心态和情绪。 知识目标： 1. 虚拟主播基础知识：了解虚拟主播的概念、发展历程、主要平台和技术支持，为后续学习奠定基础。 2. 虚拟主播运营策略：学习虚拟主播的运营策略和方法，包括内容策划、观众互动、品牌合作等。 3. 虚拟主播技术与应用：掌握虚拟主播制作和运营所需的技术工具和软件，如 3D 建模、动作捕捉、实时渲染等。 4. 市场营销与数据分析：了解市场营销的基本原理和数据分析方法，能够运用数据来指导虚拟主播的运营和决策。 能力目标： 1. 虚拟主播内容策划与生产能力：能够独立策划和生产高质量的虚拟主播内容，包括直播节目、短视频、互动活动等。 2. 虚拟主播运营管理能力：具备有效的虚拟主播运营管理能力，包括观众互动管理、合作伙伴关系维护、活动策划与执行等。 3. 技术应用与创新能力：能够熟练运用虚拟主播制作和运营所需的技术工具和软件，同时具备创新能力，不断探索新的技术应用和表现方式。 4. 团队协作与项目管理能力：能够与团队成员有效协作，共同推进虚拟主播运营项目的实施和管理，确保项目的顺利进行和达成预期目标。				

教学内容	1. 虚拟主播概述：介绍虚拟主播的概念、发展历程、特点和优势，帮助学生了解虚拟主播的基本概念和市场前景。 2. 虚拟主播平台与工具：介绍主流的虚拟主播平台和工具，包括直播平台、制作软件、动捕设备等，以便学生了解并掌握相关技术和资源。 3. 虚拟主播内容策划与制作：探讨虚拟主播的内容策划和制作方法，包括节目定位、选题策划、剧本编写、场景布置等，以帮助学生创作出高质量、有吸引力的虚拟主播内容。 4. 虚拟主播推广与营销：介绍虚拟主播的推广和营销策略，包括社交媒体营销、合作推广、品牌合作等，以帮助学生提高虚拟主播的知名度和影响力。 5. 虚拟主播数据分析与优化：讲解虚拟主播运营过程中的数据分析方法和优化策略，包括观众行为分析、流量分析、转化率分析等，以帮助学生更好地了解观众需求，优化运营策略。 6. 虚拟主播管理与团队合作：探讨虚拟主播团队的管理和合作方式，包括团队成员角色分配、工作流程管理、沟通协作等，以帮助学生建立高效、协作的虚拟主播运营团队。 7. 虚拟主播法律法规与伦理：介绍虚拟主播运营涉及的法律法规和伦理问题，如版权保护、隐私保护、内容审核等，以帮助学生遵守相关法规，保障运营活动的合规性。
教学要求	教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 教学方法： 利用课程的课件、案例、习题、视频、电子书、媒体报道等各种形式资源上传教学平台，方便学生自主阅读、学习和讨论。项目教学与任务驱动结合，引入案例教学、慕课教学，发挥教师的专业性、创造性，将更加多元化的方法、手段融入课堂教学和课后追踪。 师资要求： 具有高校教师资格证；有较强的语言表达能力和课堂组织能力；具备扎实的会计理论功底，熟悉选品采购流程和一定的实践经验的“双师型”教师；具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果准确评价的能力。

课程名称	【2103152303】短视频采集与制作				
总学时	72	理论学时	36	实践学时	36
考核方式	考查	课程性质	任选	学分	4
课程目标	1. 知识与技能掌握： 学生应能够全面理解短视频的基本概念、特点和重要性，以及短视频在不同平台和场景中的应用。 学生应掌握短视频采集与制作的基本流程，包括策划、拍摄、剪辑、特效添加、音频处理等各个环节。 学生应熟悉并掌握常用的短视频制作工具和技术，如手机拍摄技巧、专业摄影设备的使用、视频编辑软件（如 Adobe Premiere、Final Cut Pro 等）的操作等。 2. 创意与审美能力： 培养学生的创新思维和创意能力，使他们能够创作出有吸引力、有特色的短视频内容。 提升学生的审美能力，让他们能够准确把握目标受众的喜好和需求，制作出符合市场需求的短视频作品。 3. 团队协作与沟通能力： 短视频制作往往需要多人协作完成，因此学生应具备良好的团队协作能力，能够与他人有效沟通和配合。 学生应能够明确自己在团队中的角色和职责，积极参与团队讨论和决策，为团队的成功做出贡献。 4. 实践能力与创新精神： 鼓励学生通过实践来巩固和提升所学知识和技能，积极参与各种短视频制作项目和实践活动。 培养学生的创新精神，鼓励他们不断探索新的制作方法和技巧，提高短视频作品的质量和水平。 5. 职业素养与创业能力： 培养学生的职业素养，让他们了解短视频行业的规范和标准，具备良好的职业道德和职业操守。 提升学生的创业能力，使他们能够利用所学知识和技能进行短视频创作和创业，实现个人价值和社会价值的最大化。				

教学内容 1. 短视频概述：介绍短视频的概念、发展历程、特点以及在不同平台上的应用情况，让学生全面了解短视频的现状和趋势。 2. 短视频策划：教授如何根据目标受众、市场需求和平台特点，制定短视频的创意方案、内容框架和拍摄计划。 3. 短视频拍摄技巧：介绍短视频拍摄的基础知识和技巧，包括摄影设备的使用、光线运用、构图方法、镜头运用、拍摄角度和拍摄手法等。 4. 短视频后期制作：讲解短视频的剪辑、特效添加、音频处理、字幕制作等后期编辑技巧，让学生掌握专业的视频制作工具和技术。 5. 短视频发布与推广：介绍如何将制作好的短视频发布到各大平台，并进行有效的推广和运营，包括平台选择、发布策略、数据分析等。 6. 短视频案例分析：通过分析成功的短视频案例，让学生了解短视频的创意、制作和推广等方面的实践经验，激发学生的创作灵感。 7. 短视频营销与商业应用：介绍短视频在营销和商业领域的应用场景和策略，包括品牌宣传、产品推广、电商带货等，让学生了解短视频的商业价值。	
教学要求 1. 教学条件 （1）配备专业的直播销售教室或直播实战室，确保学生能够在仿真的环境中进行实践操作。 （2）提供直播销售所需的技术支持和平台资源，包括直播软件、网络设备等。 2. 教学方法 （1）案例分析法：通过分析成功的直播销售案例，让学生了解直播销售的策略和技巧。 （2）实战演练法：组织学生进行实际的直播销售演练，通过模拟真实场景，提升学生的实际操作能力。 （3）小组讨论法：鼓励学生分组讨论，共同探讨直播销售中的问题和解决方案，培养学生的团队协作能力。 3. 师资要求 （1）具有高校教师资格证，还要具备扎实的专业理论知识，和一定的实践经验，能够在传授知识的同时，教授客服管理相关的实操技巧。也可以聘请行业专家作为课程的兼职教师，参与实训教学。 （2）任课教师需具备网络营销、直播电商或相关领域的专业背景，熟悉直播销售行业的最新动态和发展趋势。任课教师应具备丰富的直播销售实践经验，能够为学生提供实用的指导和建议。	

课程名称	【2103152304】品牌策划与推广				
总学时	54	理论学时	27	实践学时	27
考核方式	考查	课程性质	限选	学分	3
课程目标	素质目标： 1. 品牌意识：培养学生具备深厚的品牌意识，理解品牌的价值和影响力，以及品牌在市场竞争中的重要性。 2. 创新思维：鼓励学生培养创新思维，勇于尝试新的品牌策划与推广方法，不断挑战传统观念。 3. 团队合作与沟通：强调团队合作的重要性，培养学生的沟通协作能力，以便在品牌策划与推广工作中能够高效合作。 4. 职业道德与责任心：要求学生具备高度的职业道德和责任心，对待品牌策划与推广工作认真负责，尊重消费者权益。 知识目标 1. 品牌基础知识：了解品牌的基本概念、特点、功能等基础知识，为后续的策划与推广工作奠定理论基础。				

	2. 市场营销知识：掌握市场营销的基本原理和方法，了解市场趋势和消费者需求，为品牌策划与推广提供市场依据。 3. 传播学知识：了解传播学的基本理论和方法，掌握品牌信息传播的规律和技巧，提高品牌知名度和美誉度。 4. 媒体与广告知识：了解各种媒体和广告形式的特点和优势，掌握如何选择合适的媒体和广告形式进行品牌推广。 能力目标 1. 品牌策划能力：能够独立完成品牌的策划工作，包括品牌定位、品牌形象设计、品牌传播策略等。 2. 品牌推广能力：能够运用各种媒体和广告形式进行品牌推广，提高品牌的知名度和美誉度。 3. 市场分析能力：能够分析市场趋势和消费者需求，为品牌策划与推广提供数据支持。 4. 团队合作与沟通能力：能够与团队成员和其他相关部门进行有效沟通，协同完成品牌策划与推广任务。				
教学内容	1. 品牌基础：介绍品牌的基本概念、品牌的重要性以及品牌与消费者之间的关系。这包括品牌的定义、品牌的价值、品牌资产等。 2. 品牌定位：讲解如何确定品牌在市场中的定位，以及如何与竞争对手区分开来。包括目标市场的分析、消费者行为的理解、品牌定位策略等。 3. 品牌形象设计：涉及品牌的视觉识别系统，如标志设计、色彩、字体等。如何通过这些元素来传达品牌的个性和价值观。 品牌传播策略：探讨如何通过广告、公关、社交媒体等渠道来传播品牌信息。包括传播策略的制定、传播效果的评估等。 4. 品牌体验与互动：强调品牌与消费者之间的互动体验，如何通过产品或服务的设计、交付和售后服务等来增强消费者的品牌体验。 5. 数字营销与社交媒体：介绍如何利用数字平台和社交媒体进行品牌推广。包括搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销、内容营销等。 6. 品牌管理与保护：讲解如何管理和保护品牌形象，包括品牌危机管理、品牌延伸、品牌保护等。 7. 案例分析与实践：通过分析成功的品牌案例，让学生理解品牌策划与推广的实际应用。同时，通过实践项目，让学生将理论知识应用到实际操作中。				
教学要求	1. 教学条件 （1）配备专业的直播销售教室或直播实战室，确保学生能够在仿真的环境中进行实践操作。 （2）提供直播销售所需的技术支持和平台资源，包括直播软件、网络设备等。 2. 教学方法 （1）案例分析法：通过分析成功的直播销售案例，让学生了解直播销售的策略和技巧。 （2）实战演练法：组织学生进行实际的直播销售演练，通过模拟真实场景，提升学生的实际操作能力。 （3）小组讨论法：鼓励学生分组讨论，共同探讨直播销售中的问题和解决方案，培养学生的团队协作能力。 3. 师资要求 （1）具有高校教师资格证，还要具备扎实的专业理论知识，和一定的实践经验，能够在传授知识的同时，教授客服管理相关的实操技巧。也可以聘请行业专家作为课程的兼职教师，参与实训教学。 （2）任课教师需具备网络营销、直播电商或相关领域的专业背景，熟悉直播销售行业的最新动态和发展趋势。任课教师应具备丰富的直播销售实践经验，能够为学生提供实用的指导和建议。				

课程名称	【2103152305】社交电商				
总学时	72	理论学时	36	实践学时	36
考核方式	考查	课程性质	限选	学分	4

课程目标	素质目标： 1. 商业伦理与道德：培养学生在社交电商领域具备高度的商业伦理和道德观念，尊重消费者权益，诚信经营。 2. 团队合作精神：强化学生的团队合作精神，学会在社交电商项目中与他人协作，共同实现目标。 3. 创新思维与敏锐洞察力：激发学生的创新思维，培养对市场趋势和消费者需求的敏锐洞察力，以应对不断变化的社交电商环境。 4. 自我管理与抗压能力：帮助学生提高自我管理能力，学会在压力下保持冷静和高效，适应社交电商行业的快节奏发展。 知识目标： 1. 社交电商基础知识：了解社交电商的基本概念、发展历程、主要模式和特点，为后续学习奠定基础。 2. 市场营销知识：掌握市场营销的基本原理和方法，了解如何在社交电商平台上进行品牌推广和营销活动。 3. 消费者行为学：研究消费者的购买决策过程、需求和心理，以便更好地满足消费者需求，提高销售额。 4. 数据分析与运用：学习数据分析的基本方法，运用数据来指导社交电商的运营和决策。 能力目标： 1. 社交电商平台运营能力：能够熟练运营社交电商平台，包括商品上架、营销推广、客户服务等。 2. 内容创作与传播能力：能够创作出高质量的社交电商内容，如文案、图片、视频等，并通过社交媒体进行有效传播。 3. 数据分析能力：能够运用数据分析工具，分析社交电商平台的运营数据，为决策提供依据。 4. 沟通与协调能力：能够与团队成员、合作伙伴和客户进行有效沟通，协调各方资源，实现共赢。
教学内容	1. 社交电商概述：介绍社交电商的定义、特点、发展历程和趋势，帮助学生全面了解社交电商行业的背景和前景。 2. 社交电商平台与模式：分析不同类型的社交电商平台（如微信生态、抖音、快手等）及其运营模式，探讨各种社交电商模式的优势和适用场景。 3. 社交电商营销策略：研究社交电商的营销策略和技巧，包括内容营销、社群营销、短视频营销、直播营销等，以及如何运用社交媒体平台进行品牌推广和用户获取。 4. 社交电商运营策略：探讨社交电商平台的运营策略和管理方法，包括商品策划、供应链管理、客户服务、数据分析等，以提高平台的用户满意度和销售额。 5. 社交电商用户行为分析：分析社交电商用户的购买行为、需求和心理，以便更好地满足用户需求，提高转化率和用户黏性。 6. 社交电商数据分析：介绍数据分析在社交电商中的应用和方法，包括用户数据分析、销售数据分析、市场趋势分析等，以便制定更有效的运营和营销策略。 7. 社交电商法律与伦理：讨论社交电商涉及的法律法规和伦理问题，如隐私保护、消费者权益保护、数据安全等，培养学生的法律意识和道德观念。
教学要求	1. 教学条件 （1）配备专业的直播销售教室或直播实战室，确保学生能够在仿真的环境中进行实践操作。 （2）提供直播销售所需的技术支持和平台资源，包括直播软件、网络设备等。 2. 教学方法 （1）案例分析法：通过分析成功的直播销售案例，让学生了解直播销售的策略和技巧。 （2）实战演练法：组织学生进行实际的直播销售演练，通过模拟真实场景，提升学生的实际操作能力。 （3）小组讨论法：鼓励学生分组讨论，共同探讨直播销售中的问题和解决方案，培养学生的团队协作能力。 3. 师资要求 （1）具有高校教师资格证，还要具备扎实的专业理论知识，和一定的实践经验，能够在传授知识的同时，教授客服管理相关的实操技巧。也可以聘请行业专家作为课程的兼职教师，参与实训教学。 （2）任课教师需具备网络营销、直播电商或相关领域的专业背景，熟悉直播销售行业的最新动态和发展趋势。任课教师应具备丰富的直播销售实践经验，能够为学生提供实用的指导和建议。
课程名称	【2103152306】社群运营

总学时	54	理论学时	27	实践学时	27
考核方式	考查	课程性质	限选	学分	3
课程目标	素质目标： 1. 用户导向思维：培养学员始终以用户为中心，关注用户需求，提供有价值的内容和服务。 2. 社群文化塑造：强调社群内的共同价值观和文化氛围的塑造，促进社群成员之间的认同感和归属感。 3. 持续学习与自我提升：鼓励学员不断学习新知识，提升自我能力，以适应不断变化的社群运营环境。 4. 团队合作与沟通能力：培养学员具备良好的团队合作和沟通能力，能够协同工作，共同推进社群的发展。 知识目标： 1. 社群运营基本概念：了解社群运营的定义、特点、价值及其在互联网行业中的地位。 2. 社群运营策略与技巧：掌握社群运营的基本策略、方法和技巧，如内容策划、用户互动、活动策划等。 3. 社群数据分析：学习如何运用数据分析工具对社群运营效果进行评估和优化。 4. 相关法律法规与伦理：了解社群运营涉及的法律法规和伦理规范，确保合规运营。 能力目标： 1. 社群内容策划与生产能力：能够独立策划和生产高质量的社群内容，吸引并留住用户。 2. 用户互动管理能力：具备有效的用户互动管理能力，促进社群内的活跃度和用户参与度。 3. 社群推广与增长能力：掌握社群推广和增长的方法，实现社群的持续扩张。 4. 团队协作与项目管理能力：能够与团队成员有效协作，共同推进社群运营项目的实施和管理。				
教学内容	1. 社群运营基础：介绍社群的概念、特点、价值及其在互联网行业中的地位。同时，讲解社群运营的基本原则和思路，为后续学习奠定基础。 2. 社群定位与目标用户分析：分析目标用户的需求、兴趣和行为特点，确定社群的定位和主题。学习如何打造有吸引力的社群，吸引并留住目标用户。 3. 社群内容策划与生产：探讨如何策划和生产高质量的社群内容，包括文本、图片、视频等多种形式。学习如何根据用户需求和兴趣点制定内容策略，提高用户参与度和活跃度。 4. 社群用户互动管理：介绍如何管理社群用户互动，促进用户之间的交流和互动。学习如何设置话题、引导讨论、回复用户提问等技巧，提高用户满意度和忠诚度。 5. 社群推广与增长：讲解如何推广和增长社群，包括线上和线下的推广方式。学习如何制定推广策略、选择合适的推广渠道、制定增长计划等，实现社群的持续扩张。 6. 社群数据分析与优化：介绍如何运用数据分析工具对社群运营效果进行评估和优化。学习如何收集和分析用户数据、制定优化策略、调整运营方向等，提高社群运营效果和用户满意度。 7. 社群运营案例分析：通过分析成功的社群运营案例，学习其运营策略和技巧。同时，结合自身的实际情况，进行案例分析和讨论，提高学员的实际操作能力和解决问题的能力。 8. 法律法规与伦理规范：介绍社群运营涉及的法律法规和伦理规范，强调合规运营的重要性。学习如何保护用户隐私、避免侵权纠纷、维护社群秩序等，确保社群运营的合法性和规范性。				
教学要求	1. 教学条件 （1）配备专业的直播销售教室或直播实战室，确保学生能够在仿真的环境中进行实践操作。 （2）提供直播销售所需的技术支持和平台资源，包括直播软件、网络设备等。 2. 教学方法 （1）案例分析法：通过分析成功的直播销售案例，让学生了解直播销售的策略和技巧。 （2）实战演练法：组织学生进行实际的直播销售演练，通过模拟真实场景，提升学生的实际操作能力。 （3）小组讨论法：鼓励学生分组讨论，共同探讨直播销售中的问题和解决方案，培养学生的团队协作能力。 3. 师资要求 （1）具有高校教师资格证，还要具备扎实的专业理论知识，和一定的实践经验，能够在传授知识的同时，教授客服管理相关的实操技巧。也可以聘请行业专家作为课程的兼职教师，参与实训教学。 （2）任课教师需具备网络营销、直播电商或相关领域的专业背景，熟悉直播销售行业的最新动态和发展趋势。任课教师应具备丰富的直播销售实践经验，能够为学生提供实用的指导和建议。				

课程名称	【2103152307】搜索引擎营销				
总学时	54	理论学时	27	实践学时	27
考核方式	考查	课程性质	任选	学分	3
课程目标	素质目标： 1. 职业道德与责任心：培养学生具备高度的职业道德和责任心，尊重搜索引擎的规则，不进行恶意竞争和欺诈行为。 2. 团队合作精神与创新意识：强化学生的团队合作精神，学会在搜索引擎营销项目中与他人协作，共同实现目标。同时，鼓励学生培养创新意识，不断探索新的搜索引擎营销策略和方法。 3. 持续学习与自我提升：搜索引擎营销是一个不断变化的领域，要求学生具备持续学习和自我提升的能力，以适应市场的变化和发展。 知识目标： 1. 搜索引擎营销基础知识：了解搜索引擎营销的基本概念、原理和发展历程，掌握搜索引擎的工作原理和排名机制。 2. 搜索引擎优化（SEO）知识：学习如何进行网站结构优化、内容优化和技术优化，提高网站在搜索引擎中的排名和曝光度。 3. 搜索引擎广告（SEM）知识：了解搜索引擎广告的基本原理和投放方式，学习如何制定广告计划、设置关键词和优化广告效果。 4. 数据分析与运用：学习数据分析的基本方法，运用数据来指导搜索引擎营销的优化和决策。 能力目标： 1. 搜索引擎优化能力：能够独立完成网站的 SEO 优化工作，包括关键词研究、网站结构优化、内容优化等，提高网站在搜索引擎中的排名和曝光度。 2. 搜索引擎广告投放能力：能够制定并执行有效的搜索引擎广告计划，包括关键词选择、广告创意设计和投放效果分析等。 3. 数据分析能力：能够运用数据分析工具对搜索引擎营销的效果进行评估和优化，提高营销效果和 ROI（投入产出比）。 4. 项目管理与团队协作能力：能够管理搜索引擎营销项目，协调团队成员的工作，确保项目的顺利实施和达成预期目标。				
教学内容	1. 搜索引擎营销概述：介绍搜索引擎营销的基本概念、原理和发展历程，帮助学生全面了解搜索引擎营销的背景和重要性。 2. 搜索引擎工作原理：详细讲解搜索引擎的工作原理，包括爬虫程序、索引建立、排名算法等，以便学生更好地理解搜索引擎如何工作，并优化网站以适应搜索引擎的要求。 3. 关键词研究与选择：教授学生如何进行关键词研究和选择，以便为网站优化和广告投放提供有效的关键词。 4. 网站优化技巧：介绍网站优化的各种技巧和方法，包括网站结构调整、内容优化、代码优化、链接优化等，以提高网站在搜索引擎中的排名和曝光度。 5. 搜索引擎广告投放：讲解搜索引擎广告的基本原理和投放方式，包括广告计划制定、关键词选择、广告创意设计、投放效果分析等，以便学生能够独立进行搜索引擎广告的投放和管理。 6. 数据分析与优化：介绍数据分析在搜索引擎营销中的应用和方法，包括网站流量分析、用户行为分析、广告效果分析等，以便学生能够通过数据分析和优化来提高搜索引擎营销的效果和 ROI。 7. 搜索引擎营销策略与案例：探讨不同的搜索引擎营销策略和案例，帮助学生了解搜索引擎营销的最新趋势和实践，提高实际操作能力。 8. 法律法规与伦理：介绍搜索引擎营销涉及的法律法规和伦理问题，如隐私保护、版权问题等，培养学生的法律意识和道德观念。				

教学要求	1. 教学条件				
	(1) 配备专业的直播销售教室或直播实战室，确保学生能够在仿真的环境中进行实践操作。				
	(2) 提供直播销售所需的技术支持和平台资源，包括直播软件、网络设备等。				
	2. 教学方法				
	(1) 案例分析法：通过分析成功的直播销售案例，让学生了解直播销售的策略和技巧。				
	(2) 实战演练法：组织学生进行实际的直播销售演练，通过模拟真实场景，提升学生的实际操作能力。				
	(3) 小组讨论法：鼓励学生分组讨论，共同探讨直播销售中的问题和解决方案，培养学生的团队协作能力。				
	3. 师资要求				
	(1) 具有高校教师资格证，还要具备扎实的专业理论知识，和一定的实践经验，能够在传授知识的同时，教授客服管理相关的实操技巧。也可以聘请行业专家作为课程的兼职教师，参与实训教学。				
	(2) 任课教师需具备网络营销、直播电商或相关领域的专业背景，熟悉直播销售行业的最新动态和发展趋势。任课教师应具备丰富的直播销售实践经验，能够为学生提供实用的指导和建议。				

课程名称	【2103152308】主播素养				
总学时	36	理论学时	18	实践学时	18
考核方式	考查	课程性质	限选	学分	2
课程目标	素质目标： 1. 职业素养：培养主播良好的职业道德和职业操守，包括敬业精神、诚信意识、责任心等，确保主播在直播过程中能够遵循行业规范和职业道德标准。 2. 心理素质：提升主播的心理素质和抗压能力，使其在面对观众反馈、突发状况等时能够保持冷静、自信和专业，有效应对各种挑战和压力。 3. 自我管理 with 情绪调控：培养主播良好的自我管理和情绪调控能力，使其能够在忙碌的工作和生活中保持积极的心态和情绪，提高工作效率和生活质量。 知识目标： 1. 主播基础知识：了解主播行业的基本概念、发展历程、行业趋势等，为主播职业发展提供基础支撑。 2. 直播平台与规则：熟悉各大直播平台的运营规则、政策要求等，确保主播在直播过程中能够遵守平台规定，避免违规行为导致的风险。 3. 法律法规与版权意识：掌握与主播职业相关的法律法规和版权知识，提高主播的法律意识和版权保护意识，避免法律纠纷和版权问题。 能力目标： 1. 语言表达与沟通能力：提升主播的语言表达和沟通能力，使其能够清晰、准确地传达信息，与观众建立良好的互动和沟通。 直播技巧与互动能力：培养主播的直播技巧和互动能力，包括如何吸引观众、如何调动观众情绪、如何处理观众反馈等，提高直播的吸引力和观众黏性。 2. 节目策划与创新能力：激发主播的节目策划和创新能力，鼓励其设计独具特色的直播内容，提高直播的趣味性和观赏性。 3. 团队协作与沟通能力：强化主播的团队协作和沟通能力，使其能够与团队成员有效合作，共同打造高质量的直播内容。				
教学内容	1. 形象塑造与自我管理：指导主播如何进行形象塑造，包括仪表仪态、语言表达、服装搭配等，以及如何进行有效的自我管理，保持良好的工作状态和生活习惯。 2. 行业趋势与发展：介绍主播行业的发展趋势和未来展望，帮助主播了解行业动态和市场需求，为未来的职业发展做好规划和准备。				

教学要求	1. 教学条件 (1) 配备专业的直播销售教室或直播实战室，确保学生能够在仿真的环境中进行实践操作。 (2) 提供直播销售所需的技术支持和平台资源，包括直播软件、网络设备等。 2. 教学方法 (1) 案例分析法：通过分析成功的直播销售案例，让学生了解直播销售的策略和技巧。 (2) 实战演练法：组织学生进行实际的直播销售演练，通过模拟真实场景，提升学生的实际操作能力。 (3) 小组讨论法：鼓励学生分组讨论，共同探讨直播销售中的问题和解决方案，培养学生的团队协作能力。 3. 师资要求 (1) 具有高校教师资格证，还要具备扎实的专业理论知识，和一定的实践经验，能够在传授知识的同时，教授客服管理相关的实操技巧。也可以聘请行业专家作为课程的兼职教师，参与实训教学。 (2) 任课教师需具备网络营销、直播电商或相关领域的专业背景，熟悉直播销售行业的最新动态和发展趋势。任课教师应具备丰富的直播销售实践经验，能够为学生提供实用的指导和建议。
------	---

九、实施保障

(一) 师资队伍

1. 专任教师应具备本专业或相近专业大学本科及以上学历；刚入校的青年教师必须在老教师的指导下，在专业实训室中参加一定学时的实训指导工作；
2. 专业教学团队内，无论是高、中、初级职称结构还是老、中、青年龄结构应当合理。专任教师应当参加职业教育理论或方法培训，具备开发高职专业课程的能力。
3. 从事实践教学指导工作的教师必须具有本专业岗位的会计职业资格证书或具备累计 1 年以上的企业工作经历；专任教师每学期必须下企业参加为期 1 周的实践锻炼，了解工作岗位与技术发展变化情况，及时提升实践能力和教学能力。

(二) 教学设施

一、完善“产教整合，课证融通（1+X）”的人才培养模式

充分发挥专业建设指导委员会的作用，深入行业、企业进行调研，跟踪行业、企业对网络营销与直播电商人才的需求，完善“产教整合，课证融通（1+X）”的人才培养模式。以网络营销与直播电商相关岗位工作过程为基础，以真实的职业环境和业务为载体，以运营专员、主播助理、直播策划等工作岗位进行工作任务分析，开展项目教学；在授课过程中融入职业资格证书考试的内容，整体实现理论与实践教学一体化，在学生培养过程中融入模拟实训、顶岗实习，实现工学交替。

二、改革以岗位能力为导向的课程体系

与企业行业合作，修订人才培养计划和课程标准，保持专业教学内容与实际工作的高度吻合。加强校企合作，开发建设本专业重点课程基于工学结合的教材、教案、课件、技能训练等配套教学资源。

实训室名称	直播电商实训室			
面积	100 m²			
工位数	48 个			
实训功能	直播、短视频拍摄、商业产品拍摄			
服务课程	直播电商、图形图像处理、摄像与构图技巧、短视频策划与运营、社交电商			
实训项目	直播电商、图形图像处理、摄像与构图技巧、短视频策划与运营			
支撑的培养规格	1. 具有良好的职业道德和较高的职业规范素养； 2. 具备电子商务师或网络编辑师的基本素质和能力，电子电子商务或网络营销平台的设计实施、综合运营等工作； 3. 具备应用电子商务平台从事网络零售、B2B 国内贸易、B2B 跨境电子商务国际贸易的能力； 4. 具有一定的文字功底和信息采集、编辑、图片处理能力，能利用商务平台和网络营销工具完成产品和服务的在线推广工作； 5. 能够在相关运营管理活动中与团队良好沟通、有效交流并具有项目小组的管理能力； 6. 能够在电子商务相关领域取得良好的职业发展及终身学习能力。			
支撑的岗位能力	1. 负责完成整场直播主持，是直播间的主要角色，能够在直播中展示、介绍和推销产品，提高产品的知名度和销售量； 2. 熟练掌握直播相关话术，能在直播不同环节中进行话术的调整； 3. 具备消费心理学基础知识，能及时预判销售机会，能及时完成“转粉”和销售转化； 4. 熟悉直播整个流程策划，能与辅播及运营团队进行良好配合，了解直播不同环节的侧重点，能控制直播间节奏； 5. 参与运营团队选品策划，深入了解产品，根据市场需求和消费者反馈优化直播内容，熟悉平台规则，了解用户喜好。 6. 掌握各新媒体平台规则、店铺规则以及营销活动规则的能力； 7. 拍摄产品图片和处理图片的能力； 8. 拍摄产品相关视频和视频剪辑的能力； 9. 直播脚本编辑和直播活动策划的能力； 10. 产品营销图文编辑的能力； 11. 平台数据统计和分析的能力。			
设备名称	设备规格	设备数量	单位	备注

实训室基地名称	直播电商实训基地
合作企业	
合作类型	

用途	开展实训课、学生技能培训
岗位能力	1. 负责完成整场直播主持，是直播间的主要角色，能够在直播中展示、介绍和推销产品，提高产品的知名度和销售量； 2. 熟练掌握直播相关话术，能在直播不同环节中进行话术的调整； 3. 具备消费心理学基础知识，能及时预判销售机会，能及时完成“转粉”和销售转化； 4. 熟悉直播整个流程策划，能与辅播及运营团队进行良好配合，了解直播不同环节的侧重点，能控制直播间节奏； 5. 参与运营团队选品策划，深入了解产品，根据市场需求和消费者反馈优化直播内容，熟悉平台规则，了解用户喜好。 6. 掌握各新媒体平台规则、店铺规则以及营销活动规则的能力； 7. 拍摄产品图片和处理图片的能力； 8. 拍摄产品相关视频和视频剪辑的能力； 9. 直播脚本编辑和直播活动策划的能力； 10. 产品营销图文编辑的能力； 11. 平台数据统计和分析的能力。
培养规格	1. 具有良好的职业道德和较高的职业规范素养； 2. 具备电子商务师或网络编辑师的基本素质和能力，电子电子商务或网络营销平台的设计实施、综合运营等工作； 3. 具备应用电子商务平台从事网络零售、B2B 国内贸易、B2B 跨境电子商务国际贸易的能力； 4. 具有一定的文字功底和信息采集、编辑、图片处理能力，能利用商务平台和网络营销工具完成产品和服务的在线推广工作； 5. 能够在相关运营管理活动中与团队良好沟通、有效交流并具有项目小组的管理能力； 6. 能够在电子商务相关领域取得良好的职业发展及终身学习能力。

（三）教学资源

教材、图书和数字资源结合实际具体提出，应能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。严格执行国家和省关于教材选用的有关要求，健全教材选用制度。根据需要组织编写校本教材，开发教学资源。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、图书资料及数字资源等。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材图书。

2. 图书文献

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：直播电商、网页制作、新媒体推广、网络策划有关等操作类图书和文化类文献等。

3. 数字资源配备基本要求

建设、配备与网络营销与电商直播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。

（1）精品资源共享课

网站链接专业教学资源库—专业课程中心、通识课程中心等网络课程及其它教学、学习课程资源。专业核心课程按精品资源共享课程标准建立课程网站，包括课程标准、电子教案、多媒体课件、教学录像、习题库、试题库、实训项目、考试大纲、参考书目等。

（2）音像资料

系网站应链接网络营销与电商直播等音像资料。

（3）电子期刊

学院图书馆应有知网、万方、维普等电子期刊。

序号	资源名称	资源网址
1	国家高等教育智慧教育平台	https://zjy2.icve.com.cn/
2	智慧职教 MOOC 学院	http://mooc.icve.com.cn/cjump?c=HLYXA381835-2-PADh
3	终身教育平台	https://le.ouchn.cn/home#/home
4	国家高等教育课程教育资源平台	https://higher.smartedu.cn/

十、校企合作联合培养计划

校企合作是职业学校和企业通过共同育人、合作研究、共建机构、共享资源等方式实施的合作活动。校企合作实行校企主导、政府推动、行业指导、学校企业双主体实施的合作机制。根据就业市场需求，合作设置专业、研发专业标准，开发课程体系、教学标准以及教材、教学辅助产品，开展专业建设，共同制定人才培养或职工培训方案，实现人员互相兼职，相互为学生实习实训、教师实践、学生就业创业、员工培训、企业技术和产品研发、成果转移转化等提供支持，同时根据企业工作岗位需求，开展学徒制合作，联合招收学员，按照工学结合模式，实行校企双主体育人，以多种形式合作办学，合作共建实习实训基地、学生创新创业、员工培训、技能鉴定等机构。

一、培养模式

1. 人才培养定位

在网络营销与电商直播专业在校企合作人才培养方案的制定中,着力培养学生良好的会计职业理念,职业道德与工匠精神,适应企业发展需要的电商人才。

2. “2+1” 培养模式

采用校企联合培养模式,把人才培养分为校内学习和企业学习两个培养阶段。实施“2+1”培养模式。即学生2年在校学习,最后1年在企业实习实践和毕业设计。

3. 轮岗实习与项目设计相结合的企业培养方案

企业学习阶段主要采取“轮岗实习”和“项目设计”相结合的培养方式,针对企业电商环节对学生进行多岗轮训,同时以项目贯穿于一年的学习中。

4. 科学、严密的企业学习阶段管理办法

制定了企业学习阶段管理办法,按照企业员工考核方式对学生进行考核,实行双导师制,确保学习阶段质量。

十一、继续学习和深造建议

（一）本专业可对口本科专业

经过学习,学生在毕业时可以通过专升本等途径,升入本科院校继续学习和深造。本科对口专业有会计学、财务管理、税收学等。学生毕业时,可根据自身的发展状况,通过参加省教育厅组织的考试,升入本科院校继续学习。

（二）未来经过培训可转换的岗位

可转化为电子商务师、运营经理、主播等。