

网络营销与
直播电商专业

人才培养方案

TALENT TRAINING PROGRAM

(2024年) 专科



兴安职业技术学院

育德 育能 育美 育新

XING AN VOCATIONAL AND TECHNICAL COLLEGE

兴安职业技术学院

网络营销与直播电商专业人才培养方案

专业名称： 网络营销与直播电商

专业代码： 530704

适用年级： 2024级

教学系： 管理服务系

专业负责人： 金紫钰

教学系负责人： 永恒

制(修)订时间： 2024年1月

编写说明

人才培养方案是组织专业教学及进行专业教学质量评估的纲领性文件，是构建专业课程体系、组织课程教学和开展专业建设的基本依据。

本方案以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十八大、十九大、二十大及历次全会精神 and 《中华人民共和国职业教育法》，落实立德树人根本任务，突出职业教育的类型特点，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，融合“课程思政”，深化“产教融合”，推进教师、教材、教法改革，面向实践、强化能力，面向人人、因材施教，规范人才培养，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，培养高素质技术技能人才。

本方案体现专业课程标准规定的各要素和人才培养的主要环节要求，主要由专业名称及代码、入学要求、修业年限、职业面向、培养目标与培养规格、课程设置及要求、教学进程总体安排、实施保障、毕业要求、附录组成。

本方案由本专业所在教学系组织专业带头人、骨干教师和行业企业专家，通过对市场需求、职业能力和就业岗位等方面的调研、分析和论证，根据职业能力和职业素养养成规律制订，符合高素质技术技能人才培养要求，具有“对接岗位、产教融合、校企合作”的鲜明特

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	7
(一) 培养目标	7
(二) 培养规格	8
六、课程设置及要求	9
(一) 课程体系结构	9
(二) 公共基础课程	12
(三) 专业(技能)课程	30
(四) 实习实训	76
七、教学进程总体安排	77
(一) 教学进程安排表	77
(二) 学时安排	77
(三) 学时、学分统计	78
(四) 教学周数安排	79
八、实施保障	79
(一) 师资队伍	79

(二) 教学设施	89
(三) 教学资源	92
(四) 教学方法	95
(五) 学习评价	97
(六) 质量管理	101
九、毕业要求	102
(一) 日常行为规范和操行	102
(二) 毕业学分要求	102
(三) 职业资格证书	104
(四) 职业技能等级证书	104
十、附录	105
附录 1: 专业人才培养方案主要编制依据	105
附录 2: 人才培养方案主要编制人	105
附录 3: 校企合作联合培养计划	107
附录 4: 继续学习和深造建议	108
附录 5: 教学进程安排表	109
附录 6: 变更审批表	112

网络营销与直播电商专业人才培养方案

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

所属专业群：旅游管理专业群

二、入学要求

招生对象：普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力人员

三、修业年限

学制：3年

基本修业年限3年，学生可以分阶段完成学业，除应征入伍外，原则上应在5年内完成学业。

四、职业面向

表 4-1 网络营销与直播电商专业职业面向表

所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应行业(代码)	主要职业类别(代码)	主要岗位(群)类别(或技术领域)	职业技能等级证书(1+X)	职业资格证书或技能等级证书
财经商贸大类(53)	电子商务类(5307)	互联网和相关服务(164)	电子商务师(4-01-06-01)	网商 直播销售员 商务选品员 视频创推员	网店运营推广职业技能等级证书(中、高级) 直播电商职业技能等级证书(中、高级) 跨境电子商务多平台运营职	电子商务师(2.3.4级) 网络营销师(2.3.4级) 全媒体运营师(2.3.4级)
			互联网营销师(4-01-06-02)			
			互联网营销师(4-01-06-02)			
			互联网营销师			

所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应行业(代码)	主要职业类别(代码)	主要岗位(群)类别(或技术领域)	职业技能等级证书(1+X)	职业资格证书或技能等级证书
			(4-01-06-02)		职业技能等级证书 (中、高级)电子商务客户服务职业技能等级证书 (中、高级)媒体融合运营职业技能等级证书 (中、高级)自媒体运营职业技能等级证书 (中、高级)	

表 4-2 网络营销与直播电商专业岗位能力分析表

岗位类别	岗位名称	岗位级别	岗位描述
网商	店铺运营	初级岗位	<ol style="list-style-type: none"> 负责店铺整体运营和规划管理了,指定营销策略,提高点击率、转化率、店铺成交量; 维护店铺基本运作,产品上下架管理、产品编辑、活动策划; 负责店铺账号效果优化,包含商品名称、标签、预览图等内容的编辑、优化与发布; 店铺上新工作安排、对接美工调整页面视觉、直播背景视觉; 熟悉后台操作和平台规则,熟练使用各种推广工具,争取与合理运用各种网络推广资源,提升推广效果。
直播销售员	主播、助播	初级岗位	<ol style="list-style-type: none"> 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; 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; 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; 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; 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

岗位类别	岗位名称	岗位级别	岗位描述
			好。
商务选品员	直播运营选品专员	发展岗位	<ol style="list-style-type: none"> 负责平台的选品：根据公司的需求，选定能够满足市场需求的商品，并进行有效的管理和更新。 预测未来流行趋势：利用敏锐的市场洞察力，前瞻性地选择具有潜力的产品，打造爆款。 分析商品：对选定的商品进行详细的分析，评估其市场前景和销售潜力。 寻找优质供应链：与供应商沟通合作事宜，包括价格、质量保证、配送方式等，确保获得有竞争力的货源。 上传产品并制定推广方案：将选好的商品上传至电商平台，并提供选品依据和推广建议，促进产品的销售。 用户反馈响应：根据用户的反馈，对产品进行优化，并策划相应的营销活动，提高用户满意度。 管理库存：监控商品的库存情况，及时补充缺货的商品，并控制合理的库存量。 其他日常工作：完成上级安排的其他日常工作任务，如订单处理、售后服务等。
视频创推员	短视频制作与运营	发展岗位	<ol style="list-style-type: none"> 掌握各新媒体平台运营规则； 能够对热点事件和新闻进行追踪； 能够对图文信息、视频进行处理、编辑； 掌握产品在新媒体平台上的销售规则； 掌握运用图文编辑、视频编辑、直播等方式进行商品营销的方法； 掌握通过多渠道进行流量投放、引入和管理的方法； 掌握新媒体平台后台数据汇总和分析方法。

表 4-3 典型工作任务及其工作过程与专业课程的映射关系

典型工作任务	岗位	工作过程	能力	专业核心课
<ol style="list-style-type: none"> 维护店铺基本运作，产品上下架管理、产品编辑、活动策划； 负责店铺账号效果优化，包含商品名称、标签、预览图等内容的编辑、优化与发布； 店铺上新工作安排、对接美工调整页面视觉、直播背景视觉； 熟悉后台操作和平台规则，熟练使用各种推广工具，争取与合理运用各种网络推广资源，提升推 	网商	<ol style="list-style-type: none"> 维护店铺基本运作，产品上下架管理、产品编辑、活动策划； 负责店铺账号效果优化，包含商品名称、标签、预览图等内容的编辑、优化与发布； 店铺上新工作安排、对接美工调整页面视觉、直播背景视觉； 	<ol style="list-style-type: none"> 具备快速学习、更新产品知识和行业动态的能力； 店铺开设、商品发布、订单管理、店铺运营的能力； 店铺营销活动策划、运营数据统计和分析的能力； 	内容策划与编辑 【2403151309】 新媒体运营 【2403151313】 客户服务与管理 【2403151314】

典型工作任务	岗位	工作过程	能力	专业核心课
广效果。		4. 熟悉后台操作和平台规则，熟练使用各种推广工具，争取与合理运用各种网络推广资源，提升推广效果。	4. 能够进行市场营销的策划，初步制订市场营销的策略，并使用常见的市场营销方法进行品牌和产品的推广。	
<p>1. 直播活动策划：参与直播活动的策划，制定直播销售计划和策略。协调与团队成员的配合，确保直播活动的顺利进行。</p> <p>2. 销售目标达成：提高产品的销售额。制定合理的销售目标，并采取有效的销售策略和技巧，吸引观众的关注和购买意愿。</p> <p>3. 互动沟通：需要与粉丝进行积极的互动和沟通。关注观众的反馈和需求，与粉丝建立信任关系。</p>	直播销售员	<p>1. 负责在直播中展示、介绍和推销产品，提高产品的知名度和销售量；</p> <p>2. 制定直播销售计划，与团队成员协作完成销售目标；</p> <p>3. 深入了解产品，根据市场需求和消费者反馈优化直播内容；</p> <p>4. 与观众互动，回答问题，处理投诉，维护良好的客户关系；</p> <p>5. 参与产品的拍摄和视频制作，提高直播效果。</p>	<p>1. 有良好的口才和说服力能够准确地表达产品的信息和优势，吸引用户关注和购买；</p> <p>2. 需要能够与观众建立良好的互动关系，增强用户粘性，提高产品销售转化率；</p> <p>3. 掌握直播技巧，包括节目策划、主持技巧、互动技巧、临场应变能力等，以吸引和留住观众；</p> <p>4. 能够熟练掌握带货产品的性能、功能、使用方法等，能够为观众解答疑问和提供专业的建议和经验；</p> <p>5. 了解市场和竞品的情</p>	<p>直播销售</p> <p>【2403151315】 内容策划与编辑</p> <p>【2403151309】 短视频与直播运营</p> <p>【2403151312】 客户服务与管理</p> <p>【2403151314】</p>

典型工作任务	岗位	工作过程	能力	专业核心课
			况,制定适合带货的营销策略,提供可行的推广方案,提高产品销售额。	
<p>1. 市场调研与分析:了解行业趋势、市场需求和竞争情况。制定正确的采购策略提供依据。</p> <p>2. 产品筛选与评估:确保所选产品符合公司的采购要求和标准。了解产品的性能、质量、价格等方面的信息,并评估产品的市场潜力和盈利能力。</p> <p>3. 供应商谈判与合作:争取更有利的采购条件和合作机会。</p> <p>4. 订单处理与跟进:确保订单的及时交付和货款的回收。需要与内部团队和外部供应商密切合作,协调物流和配送等方面的信息,确保订单的顺利执行。</p> <p>5. 数据分析与优化:具备数据分析能力,对销售数据、库存数据和市场数据进行深入分析,发现问题和机会,优化产品和采购策略。</p>	商务选品员	<p>1. 根据品牌需求,选定能够满足市场需求的商品,并进行有效的管理和更新;</p> <p>2. 利用敏锐的市场洞察力,前瞻性地选择具有潜力的产品,打造爆款;</p> <p>3. 分析商品:对选定的商品进行详细的分析,评估其市场前景和销售潜力;</p> <p>4. 上传产品并制定推广方案:将选好的商品上传至电商平台,并提供选品依据和推广建议,促进产品的销售;</p> <p>5. 用户反馈响应:根据用户的反馈,对产品进行优化,并策划相应的营销活动,提高用户满意度;</p> <p>6. 其他日常工作:完成上级安排的其他日常工作任务,如订单处理、售后服务等。</p>	<p>1. 产品评估能力:具备对产品的深入了解和分析能力,以便评估产品的质量、性能和价值。</p> <p>2. 市场分析能力:具备对市场趋势和需求的了解,确定产品可能具有潜在的销售机会。收集和分析市场数据,并能够预测未来的市场变化;</p> <p>3. 谈判能力:具备出色的谈判技巧,以便与供应商进行有效的沟通并达成有利的协议;</p> <p>4. 数据分析能力:能够处理和分析大量数据,了解销售趋势、消费者行为和其他相关的业务信息。使用数据分析</p>	<p>内容策划与编辑 【2403151309】 商务数据分析与应用 【2403151310】 选品与采购 【2403151311】 客户服务与管理 【2403151314】</p>

典型工作任务	岗位	工作过程	能力	专业核心课
			工具和技术来提取有价值的信息； 5. 沟通能力：需要具备出色的沟通能力，以便与内部团队和供应商进行有效的交流。能够清晰地传达需求和期望，并能够倾听他人的意见和建议。	
1. 内容策划：根据目标受众和品牌定位，策划和创作短视频内容。需要深入了解受众需求，了解行业热点和发展趋势，以制定合适的短视频内容策略； 2. 视频拍摄和制作：负责短视频的拍摄、剪辑和后期制作； 3. 视频发布和推广：选择合适的短视频平台或社交媒体，进行视频的发布和推广。同时，需要关注粉丝增长、取关、点赞、消费等数据，进行整合分析，以调整推广策略； 4. 数据分析和优化：定期对视频的运营数据进行分析，包括观看数量、喜欢数量、分享数据等指标。根据分析结果，进行优化和调整，改进视频的内容和推广策略。	视频 创推 员	1. 确定视频的主题、剧情和情节，提出创意和故事线索； 2. 选择合适的拍摄设备和角度，进行剪辑和特效处理，确保视频的质量和效果。在拍摄过程中，需要与主播、摄像、剪辑等团队成员沟通风格，确保视频符合预期的视觉效果； 3. 编写吸引人的标题和描述，选择合适的标签和关键词，进行付费推广和社交分享等方式增加视频的曝光度； 4. 定期对视频的运营数据进行分析，包括观看量、喜欢数、分享数等指标。根据分	1. 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； 2. 拍摄产品图片和处理图片的能力； 3. 拍摄产品相关视频和视频剪辑的能力； 4. 直播脚本编辑和直播活动策划的能力； 5. 产品营销图文编辑的能力； 6. 平台数据统计和分析的能力。	商务数据分析与应用 【2403151310】 内容策划与编辑 【2403151309】 短视频与直播运营 【2403151312】

典型工作任务	岗位	工作过程	能力	专业核心课
		析结果，进行优化和调整，改进视频的内容和推广策略。		

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

坚持以“立德树人，德技并修”为根本任务，适应网络电商行业的不断发展，围绕“网络安全”、“诚信”和“国际视野”“社会责任感”等提炼“思政元素”，全面开展思政教育，培养德、智、体、美、劳全面发展的人才。

本专业培养掌握扎实的科学文化基础和网络推广、直播销售、新媒体运营及相关法律法规等知识，具备直播运营、内容策划与编辑、渠道开拓与运维等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事渠道拓展运营维护、市场策划、产品策划、广告投放、直播策划执行、粉丝引导转化、内容策划推广、新媒体运营、数据分析、客户开发与管理等工作的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

表 5-1 网络营销与直播电商专业素质、知识、能力要求一览表

培养规格	代码	目标
素质目标	A1	坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度,在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下,践行社会主义核心价值观,具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感;
	A2	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;电商企业应该承担起社会责任,关注环保、公益等方面;
	A3	具有诚信意识、敬业精神、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;电商行业需要高度的诚信意识,引导学生树立正确的价值观和道德观,自觉遵守商业道德和法律法规;引导学生了解国际市场和跨国电商平台的运营模式,提高国际视野和跨文化沟通能力;
	A4	具有创新创业精神,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;电商行业变化迅速,需要不断创新适应市场变化;
	A5	具有健康的体魄、心理和健全的人格,养成良好的健身与卫生习惯,良好的行为习惯;
	A6	具有良好的服务态度、服务意识和职业素养;
	A7	具有一定的语言表达能力、组织管理与合作协调能力;
	A8	有较强的集体意识和团队合作精神。
知识目标	B1	掌握直播销售必备知识;
	B2	熟悉与本专业相关的法律法规以及网络安全、支付安全和交易安全等相关知识;
	B3	掌握电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新方法、新模式、创新创业相关知识;
	B4	掌握互联网资料查询、市场分析、调研及撰写调研报告、营销策划方案的方法;
	B5	掌握电子商务数据采集、筛选、统计、分析和报告撰写;
	B6	掌握商品拍摄、图形图像处理、摄影、视频编辑和推广文案写作的方法;
	B7	掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识。

培养规格	代码	目标
	B8	掌握商务谈判技巧和客户服务与管理的相关知识；
能力目标	C1	具有网络营销与直播策划、网络销售、数字化运营、新媒体推广等专业基础知识的整合和综合运用能力；
	C2	具有渠道运营策划、销售渠道拓展维护、渠道绩效管理、产品策划与评估分析、行业定位分析、销售策略制订的能力；
	C3	具有市场调研与运营方案策划推广、用户社群运营、运营推广效果监测的能力；
	C4	具有直播策划与运营、流量引入、直播数据分析与优化的能力；
	C5	具有制订客户服务标准、客户开发转化、客户关系维护、突发危机事件处理、客服绩效管理的能力；
	C6	具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，遵守与电子商务相关的法律法规；
	C7	具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术能力；
	C8	具有良好的学习能力、表达沟通能力和团队合作精神，具有批判性思维、创新能力和创业能力；
	C9	具有探究学习、终身学习和可持续发展能力。

六、课程设置及要求

（一）课程体系结构

基于网络营销与直播电商专业市场调查报告，组织行业、企业专家、职教专家及专业教师共同研讨与分析，明确网络营销与直播电商专业的培养目标及人才培养规格，确定职业岗位及典型工作任务，准确分析所需职业能力，对接网络营销与直播电商专业行业标准，校企共同构建课程体系。网络营销与直播电商专业课程结构紧密围绕培养目标，旨在培养学生具备扎实的网络营销与直播策划、网络销售、数字化运营、新媒体推广等专业能力。

本专业有公共基础课程和专业（技能）课程两大类。

1. 公共基础课程

按照国家有关规定开齐开足公共基础课程，包括公共基础必修课程和公共基础选修课程。

2. 专业（技能）课程

包括分专业基础课程、专业核心课程、专业选修课程并涵盖有关实践性教学环节。

表 6-1 专业课程体系一览表

课程模块		门数	主要课程或教学环节
公共基础课	公共基础课 必修课	25	思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、职业规划与就业指导、创新创业基础（理论）、体育 I、体育 II、体育选项 I、体育选项 II、信息技术 I、信息技术 II、大学英语/日语 I、大学英语/日语 II、大学英语/日语（选项）I、大学英语/日语（选项）II、大学生心理健康教育、军事理论、军事训练（入学教育）、国家安全教育、劳动教育、中华民族共同体概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、大学语文、高等数学 I、高等数学 II、大学生综合素质教育
	公共基础课 选修课	3	选修模块 1（附表） 选修模块 2（附表） 选修模块 3（附表）
专业（技能） 课	专业基础课	8	市场营销、电子商务基础、财税基础、零售基础、商品拍摄与素材编辑、商务数据分析与应用、电子商务法律法规、选品与采购
	专业核心课	8	网店运营与推广、短视频与直播运营、内容策划与编辑、直播销售、新媒体运营、客户服务与管理、主播素养、农村电商项目实战
	专业选修课	8	品牌策划与推广、短视频采集与制作、经济学原理、社交电商、社群运营、搜索引擎营销、虚拟主播运营、跨境电子商务基础
	专业实践课	3	电商岗位综合实训、企业经营沙盘模拟实训、岗位实习



图 1 课程体系结构图

(二) 公共基础课程

严格按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。

1. 公共必修课程

思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、职业规划与就业指导、创新创业基础（理论）、体育 I、体育 II、体育选项 I、体育选项 II、信息技术 I、信息技术 II、大学英语/日语 I、大学英语/日语 II、大学英语/日语（选项）I、大学英语/日语（选项）II、大学生心理健康教育、军事理论、军事训练（入学教育）、国家安全教育、劳动教育、中华民族共同体概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、大学语文、高等数学 I、高等数学 II。

表 6-2 网络营销与直播电商专业公共基础课程一览表

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
1	思想道德与法治	<p>素质目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 培养大学生坚定的思想政治素质； 2. 培养大学生良好的道德素质； 3. 培养大学生具备完善的法律知识和法治观念； 4. 培养大学生健全和完美的人格。 <p>知识目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 理解和掌握当前大学生所处的时代状况和新时代对大学生提出的要求； 2. 理解人生目的和人生态度、人生价值的内涵及评价标准，树立正 	<p>主要内容：</p> <p>绪论 担当复兴大任，成就时代新人</p> <p>第一章 领悟人生真谛，把握人生方向</p> <p>第二章 追求远大理想，坚定崇高信念</p> <p>第三章 继承优良传统，弘扬中国精神</p> <p>第四章 明确价值要求，践行价值准则</p> <p>教学要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 课程概述： 本课程 54 学时（理论 32 学时，实践 22 学时），第一学期开设，3 学分。 2. 课程性质： 公共必修课 3. 教学条件： (1) 思政课专任教师承担本门课程； (2) 成立专门教研室，进行集中集体备课。 4. 教学方法： 课堂讲授为主，在教学中主要采用理

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>确的人生观；</p> <p>3. 明确理想信念对大学生成长成才的意义作用。</p> <p>能力目标：</p> <p>1. 能提高独立生活能力和自主学习能力；</p> <p>2. 能提高处理理想与现实矛盾的能力；</p> <p>3. 能提高分析判断能力；</p> <p>4. 能够提高正确处理身心健康、个人与他人、个人与社会、个人与自然关系的能力；</p> <p>5. 能用正确的是非观和良好的道德标准，判断约束自己和他人的言行。</p>	<p>论讲授、案例分析、课堂互动等形式，充分利用多媒体教学手段，采用线上线下混合式教学模式。</p> <p>5. 师资要求： 具有高校教师资格证，还要具备：增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”；用好国家统编教材；加强教学研究；深化教学改革创新。</p> <p>6. 考核方式： 学生期末课程总成绩=平时成绩（占总成绩的60%）+期末考试成绩（占总成绩的40%）。</p> <p>7. 资源库网址： （1）学习强国 https://www.xuexi.cn/ （2）中国知网 https://www.cnki.net/</p>
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p>素质目标：</p> <p>1. 培养学生对于国家建设发展背景、取得成就和社会现状的合理认知，学会用正确态度面对社会问题，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”；</p> <p>2. 培养学生热爱国家和人民的情感，激发学生的责任、使命、担当意识，提升劳动观念。</p> <p>知识目标：</p> <p>1. 了解马克思主义中国化的历史进程和理论成果，对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程有更加深刻的认识；</p> <p>2. 掌握马克思主义中国化各阶段的理论成果的主要内容、历史地位；</p>	<p>主要内容：</p> <p>导论马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果</p> <p>第一章 毛泽东思想及其历史地位</p> <p>第二章 新民主主义革命理论</p> <p>第三章 社会主义改造理论</p> <p>第四章 社会主义建设道路初步探索的理论成果</p> <p>第五章 中国特色社会主义理论体系的形成发展</p> <p>第六章 邓小平理论</p> <p>教学要求：</p> <p>1. 课程概述： 本课程 38 学时（理论 38 学时，实践 0 学时），第二学期开设，2 学分。</p> <p>2. 课程性质： 公共必修课</p> <p>3. 教学条件： （1）思政课专任教师承担本门课程； （2）成立专门教研室，进行集中集体备课； （3）思政课虚拟仿真基地助力思政课教学。</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>3. 熟悉习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容、现实意义和历史地位。</p> <p>能力目标：</p> <p>1. 能够运用马克思主义立场、观点和方法，认识、分析复杂环境下的各种现象；具有较好地分析、判断能力和解决问题的能力；</p> <p>2. 通过实践教学，促使大学生把学习科学理论与专业知识结合起来，培养独立思考、学以致用、服务社会的能力。</p>	<p>4. 教学方法： 专题教学、活动教学、案例教学、系统讲授、情境教学、实践教学。</p> <p>5. 师资要求： 中共党员，了解中国历史，有高校教师资格证，掌握信息化教学能力等。</p> <p>6. 考核方式： 学生期末课程总成绩=平时成绩（占总成绩的70%）+期末考试成绩（占总成绩的30%）。</p> <p>7. 资源库网址： （1）学习强国 https://www.xuexi.cn/ （2）中国知网 https://www.cnki.net/</p>
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	<p>素质目标：</p> <p>1. 增进大学生的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同；</p> <p>2. 切实做到学思用贯通、知信行统一；</p> <p>3. 学习习近平新时代中国特色社会主义思想，就是要深刻领会这一思想的真理力量和实践伟力，坚定对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对实现中华民族伟大复兴中国梦的信心，牢固树立与时代主题同心同向的理想信念。</p> <p>知识目标：</p> <p>1. 帮助大学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，把握这一思想的世界观、方法和贯穿其中的立场观点方法；</p>	<p>主要内容：</p> <p>第一讲 新时代坚持和发展中国特色社会主义 第二讲 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴 第三讲 坚持党的全面领导 第四讲 坚持以人民为中心 第五讲 全面深化改革开放 第六讲 推动高质量发展 第七讲 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略</p> <p>教学要求：</p> <p>1. 课程概述： 本课程54学时(理论36学时,实践18学时),第三学期开设,3学分</p> <p>2. 课程性质： 公共必修课</p> <p>3. 教学条件： （1）思政课专任教师承担本门课程； （2）成立专门教研室，进行集中集体备课。</p> <p>4. 教学方法： 课堂讲授为主，在教学中主要采用理论讲授、案例分析、课堂互动等形式，充分利用多媒体教学手段，采用线上</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>2. 通过学习本课程, 领悟蕴含其中的道理学理哲理, 培养理论思维、增进思想智慧。</p> <p>能力目标:</p> <p>1. 善于用习近平新时代中国特色社会主义思想观察社会、思考人生, 从中汲取前进的智慧和力量, 切实把学习成效转化为走好青春之路的力量源泉;</p> <p>2. 学习习近平新时代中国特色社会主义思想, 要密切联系思想实际和学习实际, 做到学以致用、学用结合、有的放矢。</p>	<p>线下混合式教学模式; 同时将课堂教学与社会实践相结合, 将思政小课堂与社会大课堂有机融合。</p> <p>5. 师资要求: 具备高校教师资格证并从事马克思主义理论相关学科教育教学; 且具备马克思主义理论相关专业研究生学历, 副教授职称及以上无研究生学历要求。</p> <p>6. 考核方式: 学生期末课程总成绩=平时成绩(占总成绩的 60%)+期末考试成绩(占总成绩的 40%)。</p> <p>7. 资源库网址: 学习强国 https://www.xuexi.cn/</p>
4	中华民族共同体概论	<p>素质目标:</p> <p>1. 引导学生树立正确的国家观、历史观、民族观、文化观、宗教观, 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;</p> <p>2. 坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、文化自信、制度自信、文化自信, 铸牢中华民族共同体意识, 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。</p> <p>知识目标:</p> <p>1. 从历史角度深刻认识中华民族共同体经过交往交流交融, 发展、团聚、统一的历史必然性;</p> <p>2. 深入认识、理解铸牢</p>	<p>主要内容:</p> <p>第一讲 中华民族共同体基础理论 第二讲 树立正确的中华民族历史观 第三讲 文明初现与中华民族起源 第四讲 天下秩序与华夏共同体演进 第五讲 大一统与中华民族初步形成 第六讲 “五胡”入华与中华民族大交融 第七讲 华夷一体与中华民族空前繁盛 第八讲 共奉中国与中华民族内聚发展 第九讲 混一南北与中华民族大统合</p> <p>教学要求:</p> <p>1. 课程概述: 本课程 32 学时(理论 32 学时, 实践 0 学时), 第 4 学期开设, 2 学分。</p> <p>2. 课程性质: 公共必修课</p> <p>3. 教学条件: (1) 思政课专任教师承担本门课程; (2) 成立专门教研室, 进行集中集体备课。</p> <p>4. 教学方法: 课堂讲授为主, 在教学中主要采用理论讲授、案例分析、课堂互动等形式, 充分利</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>中华民族共同体意识，加强中华民族共同体建设，具有鲜明的时代特征。</p> <p>能力目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 通过铸牢中华民族共同体意识增强各族学生的国家意识、公民意识、法治意识； 2. 引导学生为推进中华民族现代文明建设，使中华民族不断走向认同度更高、凝聚力更强的命运共同体贡献个人力量。 	<p>用多媒体教学手段，采用线上线下混合式教学模式。</p> <p>5. 师资要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 坚定维护国家统一和民族团结，具有强烈的中华民族共同体意识和爱国情怀； (2) 对中华民族共同体意识的内涵、意义、发展历程等有深入系统的理解和研究，熟悉相关的理论体系和学术观点； (3) 关注民族领域的最新动态和研究成果，不断更新知识和教学内容，提高教学质量。 <p>6. 考核方式：</p> <p>学生期末课程总成绩=平时成绩（占总成绩的60%）+期末考试成绩（占总成绩的40%）。</p> <p>7. 资源库网址：</p> <p>学习强国 https://www.xuexi.cn/</p>
5	形势与政策	<p>素质目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 引导学生树立科学的社会政治理想、道德理想、职业理想和生活理想； 2. 增强学生振兴中华和实现中华民族伟大复兴的信心信念和历史责任感以及国家大局观念； 3. 全面拓展能力，提高综合素质，塑造“诚、勤、信、行”和“有理想、有道德、有文化、有纪律”融于一体的当代合格大学生。 <p>知识目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉和了解马克思主义的立场、观点和方法。 2. 掌握政治、经济、文化、历史以及社会等多领域 	<p>主要内容：</p> <p>由于《形势与政策》课程本身时效性强的特点，相较于内容体系相对固定的其他传统课程教学，本课程教学内容不固定。</p> <p>教学要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 课程概述： 本课程32学时(理论32学时,实践0学时),第一至四学期开设,每学期8学时,1学分。 2. 课程性质： 公共必修课 3. 教学条件： (1) 思政课专任教师承担本门课程； (2) 成立专门教研室，进行集中集体备课。 4. 教学方法： 课堂讲授为主，在教学中主要采用理论讲授、案例分析等形式，充分利用多媒体教学手段，采用线上线下混合式教学模式；同时将课堂教学与社会实践相结合，将思

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>的知识和信息,从而开拓视野、构建科学合理的知识结构。</p> <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 大学生能够厘清社会形势和正确领会党的路线方针政策精神; 2. 培养学生逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力,以及对职业角色和社会角色的把握能力。 	<p>政小课堂与社会大课堂有机融合。</p> <p>5. 师资要求: 中共党员,具有思想政治理论专业知识,具有高校教师资格。</p> <p>6. 考核方式: 学生期末课程总成绩=平时成绩(占总成绩的70%)+期末考试成绩(占总成绩的30%)。</p> <p>7. 资源库网址: 学习强国 https://www.xuexi.cn/</p>
6	体育	<p>素质目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 培养个人的身体素质和运动能力,提高身体的适应性和免疫力,增强身体的协调性、灵敏性和耐力,同时还可以提高个人的意志品质和社交能力。以下是一些常见的提高体育素质的措施; 2. 培养学生的爱国主义精神和集体主义观念,使其能够积极履行国家和社会赋予的责任和义务。 <p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 体育概念的演变。掌握体育锻炼的方法; 2. 最基本动作技术的掌握。蹲踞式起跑、加速跑、途中跑、终点跑。接力跑动作技术。跳跃动作技术的完整配合; 3. 收集有关学生体质健康测试情况的数据。分析整理学生体质测试数据。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 如何进行科学的体育 	<p>主要内容:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 体育技能训练:这是体育选修课的核心内容,包括各种运动项目的技能训练,如篮球、足球、排球、乒乓球、羽毛球、网球、瑜伽、健美操、射箭、轮滑、武术、毽球、跳绳、滑板、橄榄球、搏击等项目相关知识和技能; 2. 身体素质提升:课程通常会注重学生身体素质的提升,包括力量、速度、耐力、柔韧性等方面的训练。这些训练不仅有助于提高学生的运动表现,也有益于学生的身体健康。 <p>教学要求:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 课程概述: 本课程 108 学时,第一至四学期开设,共计 7 学分 2. 课程性质: 公共必修课 3. 教学条件: 具备足够的体育场地和设施设备,以满足学生进行体育活动的需求。 4. 教学方法: 讲解法、问答法、讨论法、示范法、演示法、完整练习法、限制练习法、领会教学法。 5. 师资要求: 政治思想觉悟高,有较为扎实的体育教学能力和教学基本功,教学经验较为丰富;遵循教学规律,认真按照备

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>锻炼。如何理解体育的本质意义；</p> <p>2. 学生对动作的某一技术要领难以理解和掌握。如何将体育锻炼习惯坚持下去；</p> <p>3. 培养学生的创新能力和解决问题的能力，使其能够在面对挑战时具备创造性和应对能力。</p>	<p>课要求，选择有效手段并合理安排运动负荷；体育专业的研究生及以上学历，有高级教师资格证；掌握当前体育教育方法和体育的最新发展动态。</p> <p>6. 考核方式： 平时成绩：40%，宿马运动 20%，运动技能 40%。</p> <p>7. 资源库网址： 统一身份认证平台 (nmxy. cn)</p>
7	大学英语/日语	<p>素质目标： 具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感 and 参与意识。</p> <p>知识目标： 掌握必要的英语/日语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，具备必要的英语/日语听、说、读、写、译技能，能够识别、运用恰当的体态语言和多媒体手段，根据语境运用合适的策略，理解和表达口头和书面话语的意义，有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务。在沟通中善于倾听与协商，尊重他人，具有同理心与同情心；践行爱国、敬业、诚信、友善等价值观。</p> <p>能力目标：</p>	<p>主要内容： 《大学英语/日语》为流行文化、社会问题、科技创新、时代发展等多个“场景意识”话题入手、融合思政内容，是各专业学生必修或限定选修的基础性内容。旨在“场景意识”中提高学生的英语/日语应用能力。</p> <p>教学要求： 1. 课程概述： 本课程 140 学时(理论 140 学时)，大一第一学期《大学英语/日语 I》、第二学期《大学英语/日语 II》；大二第一学期《大学英语/日语(选项) I》、第二学期《大学英语/日语(选项) II》开设, 共计 8 学分。</p> <p>2. 课程性质： 公共必修课</p> <p>3. 教学条件： 各种线上线下文本资源（纸质教材电子化，配备 PC 端和移动端的教学管理工具，帮助教师开展智慧教学。</p> <p>4. 教学方法： 遵循“学习中心、学用一体、全人教育”的教学理念，以“输出驱动、输入促成和选择性学习”为教学假设，按照“驱动-促成-评价”三个阶段的教学流程，综合运用翻转课堂教学法、任务驱动教学法及情景教学法。</p> <p>5. 师资要求： 大学英语/日语授课教师应有理想信</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>能够认识英语/日语学习的意义,树立正确的英语/日语学习观,具有明确的英语/日语学习目标,能够有效规划学习时间和学习任务,运用恰当的英语/日语学习策略,制订学习计划、选择学习资源、监控学习过程、评价学习效果。能根据升学、就业等需要,采取恰当的方式方法,运用英语/日语进行终身学习。</p>	<p>念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心;有高校教师资格,有英语/日语类相关专业本科及以上学历。</p> <p>6.考核方式: 《大学英语/日语》通过在线课程平台,实现全过程考核评价。任课教师可根据学情在教学平台上设置作业、互动、测验、考试、系统会自动计分并统计。</p> <p>7.资源库网址: (1) https://www.ismart.hep.com.cn/ (2) https://zk.nmxzy.cn/</p>
8	信息技术	<p>素质目标: 1.培养学生沟通交流、自我学习的能力; 2.提高学生实践动手能力、观察与创新思维能力、解决问题能力及书面与口头表达能力; 3.培养学生形成规范的操作习惯、养成良好的职业行为习惯。</p> <p>知识目标: 1.掌握文字处理软件的基本编辑、图片的插入和编辑、表格的插入和编辑、样式与模板的创建和使用、多人协同编辑文档等内容; 2.掌握表格的工作表和工作簿操作、公式和函数的使用、图表分析展示数据、数据处理等内容; 3.掌握演示文稿制作、动画设计、母版制作和使用、演示文稿放映和导出等内容。</p> <p>能力目标:</p>	<p>主要内容: 本课程主要包括:Word文档处理、Excel电子表格处理、PowerPoint演示文稿制作、信息安全、大数据、人工智能、云计算、数字媒体、虚拟现实。通过本课程的学习,使计算机成为学生获取知识,提高素质的有力工具,培养学生基础理论与实际应用相结合的能力,为后续课程学习作前期准备。</p> <p>教学要求: 1.课程概述: 本课程分为两学期,第一学期32课时(线上(16课时)+线下(16课时)) 第二学期36课时(线上(18课时)+线下(18课时)) 共68课时,4个学分</p> <p>2.课程性质: 公共必修课</p> <p>3.教学条件: 多媒体教室、智慧课堂。</p> <p>4.教学方法: 利用课程的课件、案例、习题、视频、等各种形式资源上传教学平台智慧课堂,方便学生自主阅读、学习和讨论。</p> <p>5.师资要求:</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>1. 能根据要求,综合运用文字处理、电子表格、演示文稿处理软件,进行文档排版、数据处理、幻灯片制作等;</p> <p>2. 能列举云计算、大数据、人工智能、数字媒体、虚拟现实等新一代信息技术在日常生活和工作中的应用。</p>	<p>(1) 具有高校教师资格证书;</p> <p>(2) 具备熟练操作办公软件高级应用的能力;</p> <p>(3) 对新一代信息技术有较为深入的学习;</p> <p>(4) 具备丰富的教学经验,先进的教学理念。</p> <p>6. 考核方式: 本门课程为考查课,总成绩由平时成绩(课堂出勤、资源浏览和活动参与)和期末成绩(试卷或实操技能考核)组成,占比分别为40%和60%; 课程总成绩=平时成绩(40%)+期末成绩(60%)。</p>
9	军事理论	<p>素质目标: 培养学生的国防意识和国家安全意识,增强其对国家安全和国防建设的关注和责任感。</p> <p>知识目标: 使学生掌握基本的军事理论知识,包括国防、国家安全、军事思想、战略战术、战争史等方面的内容。</p> <p>能力目标: 通过军事理论课程,提高学生的分析判断能力、战略思维能力、解决问题能力等,为其在未来的生活和工作中提供有益的思维方法和策略。</p>	<p>主要内容: 军事思想概述、战争史与军事战略、现代武器与装备、国防建设与国家安全、中国国防、国家安全。</p> <p>教学要求: 1. 课程概述: 本课程为一学期,共36课时,2个学分。 2. 课程性质: 公共必修课 3. 教学条件: 多媒体教室、田径场。 4. 教学方法: 项目教学与任务驱动结合,引入案例教学,发挥教师的专业性、创造性。 5. 师资要求: 必须具有很强的政治觉悟、良好的职业道德和学术修养,爱国守法、爱岗敬业;拥有良好的军事知识储备,熟悉国防政策法规和军事思想,了解现代军事建设发展。 6. 考核方式: 本门课程为考查课,总成绩由平时成绩(课堂出勤、资源浏览和活动参与)和期末成绩(试卷或实操技能考核)组成,占比分别为40%和60%; 课程总成绩=平时成绩(40%)+期末成绩(60%)。</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
10	军事训练 (入学教育)	<p>素质目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 培养学生爱国热情和国防意识: 通过军训, 让学生了解国家安全和国防知识, 培养他们的爱国热情和国防意识, 增强国家意识和民族自豪感; 提高学生综合素质: 军训通过严格的军事训练, 培养学生良好的组织纪律性、团队协作精神、自我管理能力、集体主义精神等, 提高其综合素质。 <p>知识目标:</p> <p>学生了解军事训练内容; 了解战备形势, 学习应急避险、战场救护等战备知识。</p> <p>能力目标:</p> <p>通过体能训练和锻炼, 提高学生的身体素质, 增强其体质和抵抗力, 为未来的学习和工作打下坚实的基础。</p>	<p>主要内容:</p> <ol style="list-style-type: none"> 军事理论: 介绍军事基本知识, 包括军队组织结构、武器装备、战争史等。 军事技能: 学习队列、步枪射击、战术动作等基本军事技能。 战备教育: 了解战备形势, 学习应急避险、战场救护等战备知识。 <p>教学要求:</p> <ol style="list-style-type: none"> 课程概述: 本课程为新生第一次课程, 共计168课时, 该课程为全部为实践课程。连续三周完成此课程。 课程性质: 公共必修课 教学条件: 田径场、礼堂 教学方法: 基础训练基础训练是军训的基础, 主要包括基本姿势、步法和简单的战术动作。在教学过程中, 应注重动作的规范性和标准性, 强化学生的基本功训练。同时, 通过模拟实战场景, 提高学生的适应能力和应对能力。 师资要求: 统一分配的现役军人或持有浇灌证的退役军人 考核方式: 军训考核方式包括纪律遵守、队列动作、步枪射击、体能测试、战术演练、战场救护和集体协同等方面。
11	大学生心理健康教育	<p>素质目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 使学生树立心理健康发展的自主意识; 能够客观评价自己的身体条件、心理状况和行为习惯; 能够正确认识自己、悦纳自己。 <p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 通过本课程的教学, 使学生了解心理学的 	<p>主要内容:</p> <ol style="list-style-type: none"> 心理健康导论篇 大学生活适应篇 人际沟通理解篇 情绪压力管理篇 自我悦纳完善篇 个性塑造平衡篇 学习管理提升篇 恋爱指导幸福篇 <p>教学要求:</p> <ol style="list-style-type: none"> 课程概述:

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>有关理论和基本概念；</p> <p>2. 明确心理健康的标准及意义；</p> <p>3. 了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。</p> <p>能力目标：</p> <p>1. 掌握基本的自我探索技能；</p> <p>2. 心理调适技能及心理发展技能（如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、人际交往技能、生涯规划技能等）。</p>	<p>本课程 32 学时(理论 16 学时,实践 16 学时),大一全年开设,2 学分,教学时数可根据学院教学工作整体安排进行适当调整。</p> <p>2. 课程性质： 公共必修课</p> <p>3. 教学条件： 微课、课件、智慧职教、风速平台、智能黑板等；心理测评系统、心理教育软件、音像教学资料等，配备合适的教学场所。</p> <p>4. 教学方法： 课程要采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，如课堂讲授、案例分析等。</p> <p>5. 师资要求： 授课教师具有优良的师德师风，爱岗敬业，为人师表；掌握从事心理健康教育的专业知识和方法，具备较强的心理健康教育工作能力、教学能力和科研能力。</p> <p>6. 考核方式： 过程评价占 50%。其中，出勤 10%、学习态度 10%、课堂参与 20%、作业 10%。</p> <p>7. 资源库网址： https://www.icourses.cn/web/sword/portalsearch/homeSearch</p>
12	职业规划与就业指导	<p>素质目标： 学生树立起职业发展的自觉意识，树立积极正确职业态度和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为实现个人的生涯发展和社会发展主动做出努力的积极态度。</p> <p>知识目标： 使学生了解职业发展的阶段特点；清晰地了解自身角色特性、未来职业的特性以及社会</p>	<p>主要内容：</p> <p>模块一 职业认识 模块二 职业规划 模块三 就业准备 模块四 求职指导 模块五 职业发展与创业教育</p> <p>教学要求：</p> <p>1. 课程概述： 本课程 16 学时(理论 14 学时,实践 2 学时),大一第二学期开设,1 学分,教学时数可根据学院教学工作整体安排进行适当调整。</p> <p>2. 课程性质： 公共必修课</p> <p>3. 教学条件： 多媒体教室、智慧课堂、微课、课件、</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>环境；了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场相关信息、相关的职业分类知识以及就业创业的基本知识。</p> <p>能力目标： 大学生具备自我认识与分析技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，提高学生的各种通用技能，比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等。</p>	<p>智慧职教、风速平台等。</p> <p>4. 教学方法： 案例分析法、讨论教学法、任务驱动教学法、情境教学法等多种教学方法。</p> <p>5. 师资要求： 具备扎实的职业生涯规划理论知识，有教育学、心理学、人力资源管理教育背景；了解实际工作环境和职业发展路径，可以有效地引导学生进行自我探索、目标设定和行动计划制定。</p> <p>6. 考核方式： 本课程为考查课，采用过程考核、项目考核与结业测试相结合的形式；达到总学时1/3学时缺课，取消考试资格。</p> <p>7. 资源库网址： 国家高等教育智慧教育平台 https://zjy2.icve.com.cn/</p>
13	创新创业基础	<p>素质目标： 1. 培养学生团队协作和团队互助能力； 2. 培养学生独立学习能力及解决问题能力。</p> <p>知识目标： 掌握基本的创新方法、能够应用创新方法开展创意思考、创意设计或创造发明等活动、应用创新原理指导创新创业实践。</p> <p>能力目标： 学习创业基础知识、创业团队的组建、创业计划书的撰写等，具备基本的创业实践能力。</p>	<p>主要内容： 走进创业教育、认识创业、培养创业意识、发扬创业精神、提升创业能力、熟悉创业环境、学会创业决策、了解创业方式、发现创业机会、防范创业风险、掌握创业相关法律知识。</p> <p>教学要求： 1. 课程概述： 本课程18学时(理论18学时,实践0学时),大一第二学期开设,1学分。</p> <p>2. 课程性质： 公共必修课</p> <p>3. 教学条件： 多媒体教室、微课、课件、智慧职教、风速平台等。</p> <p>4. 教学方法： 讲授法、案例分析法等多种教学方法。</p> <p>5. 师资要求： 专职教师：有高校教师资格证，且有创新创业相关经历的在岗在编的教师；兼职教师：企业的创始人或者管理者。</p> <p>6. 考核方式： 本课程为考查课，采用过程考核与结业</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
			<p>测试相结合的形式。课程考核采过程评价与终结评价相结合，过程评价占总成绩 40%（含出勤+课堂练习+作业），结业测试（创业计划书）占总成绩 60%，促进自主性与协作式学习。</p> <p>7. 资源库网址： 国家高等教育智慧教育平台 https://zjy2.icve.com.cn/</p>
14	大学语文	<p>素质目标： 1. 养成实事求是、崇尚真知的科学态度和谦让、诚信、刚毅的品格，形成豁达、乐观、积极的人生态度； 2. 汲取仁人志士的智慧、襟怀和品质，具有仁爱、孝悌的人文情怀。</p> <p>知识目标： 1. 学习古今中外的名家名作，了解文化的多样性、丰富性，尤其是了解并继承中华民族的优秀文化传统； 2. 了解一些基本的文学常识，特别是诗歌、散文、小说、戏剧四种主要文体特点及发展简况。</p> <p>能力目标： 积累一定汉语知识，具有良好的阅读习惯和较强的母语驾驭能力，能够理解和运用祖国语言文字进行表达和交流。</p>	<p>主要内容： 1. 诗歌 2. 散文 3. 小说 4. 戏剧 5. 口语表达 6. 写作技能</p> <p>教学要求： 1. 课程概述： 本课程 36 学时（理论 36 学时，实践 0 学时），大二第三学期开设，2 学分。 2. 课程性质： 公共必修课 3. 教学条件： 智多媒体教室、智慧教学平台 4. 教学方法： 讲授法、任务驱动教学法、情境教学法等多种教学方法。 5. 师资要求： 大学语文教师应针对职业教育的特点研究高职语文的教育教学规律，注重学习国内外先进的教育理论和经验，要具有终身学习的能力。 6. 考核方式： 学生期末课程总成绩=平时成绩（占总成绩的 60%）+期末考试成绩（占总成绩的 40%）。</p>
15	劳动教育	<p>知识目标： 理解劳动的基本概念、劳动的意义和价值，掌握劳动的基本知识和技能，了解劳动法律法规和劳动安全等方面</p>	<p>主要内容： 日常生活劳动、生产劳动、劳动技能教育、劳动精神教育、劳动文化教育、生活妙招。</p> <p>教学要求： 1. 课程概述：</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>的知识。</p> <p>能力目标： 培养学生劳动实践能力，包括劳动技能、创新能力和解决实际问题的能力，提高学生的劳动素质和综合素质。</p> <p>素质目标： 培养学生热爱劳动、尊重劳动的意识和习惯，增强劳动观念 and 责任感，树立正确的劳动观和价值观。</p>	<p>本课程分为一学期，共 16 课时，1 个学分。</p> <p>2. 课程性质： 公共必修课</p> <p>3. 教学条件： 多媒体教室、劳动教育实践基地。</p> <p>4. 教学方法： 项目教学与任务驱动结合，引入案例教学，发挥教师的专业性、创造性。</p> <p>5. 师资要求： (1) 具有积极向上的劳动态度和正确的劳动价值观，熟悉劳动教育的理论、方法和实践，掌握一定的劳动技能； (2) 能够运用恰当的教学策略和方法开展教学，具备良好的课堂组织和管理能力。</p> <p>6. 考核方式： 本门课程为考查课，总成绩由平时成绩（课堂出勤、资源浏览和活动参与）和期末成绩（试卷或实操技能考核）组成，占比分别为 40% 和 60%； 课程总成绩 = 平时成绩（40%）+ 期末成绩（60%）。</p>
16	国家安全教育	<p>素质目标： 树立国家安全底线思维； 将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当； 增强自觉维护国家安全意识；</p> <p>知识目标： 理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观； 系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系；</p> <p>能力目标： 能够深入理解和精准</p>	<p>主要内容： 包括国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形式与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规。主要学习： 习近平关于总体国家安全观重要论述牢固树立总体国家安全观，坚持统筹发展和安全，坚持人民安全，政治安全，国家利益至上，有机统一。坚持维护和塑造国家安全，坚持科学统筹，以人民安全为宗旨，以政治安全为根本，以经济安全为基础，以军事，科技，文化，社会安全为保障，健全国家安全体系，增强国家安全能力。完善集中统一、高效权威的国家安全领导体制，健全国家安全法律制度体系。</p> <p>教学要求： 1. 课程概述：</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>把握总体国家安全观； 牢固树立国家利益至上的观念； 具备维护国家安全的能力；</p>	<p>本课程为一学期，共 18 课时，1 个学分。</p> <p>2. 课程性质：公共必修课</p> <p>3. 教学条件：多媒体教室</p> <p>4. 教学方法： 讲授法，教师通过简明、生动的口头语言向学生传授知识。既重视内容的科学性和思想性，又具有启发性，适应学生的心理节奏。 讨论法，在教师的指导下，学生围绕中心问题，各抒己见，通过讨论或辩论活动，获得知识或巩固知识。激发学生的学习兴趣，提高学生学习的独立性。教师进行小结，概括讨论的情况，使学生获得正确的观点和系统的知识。</p> <p>5. 师资要求： 热爱祖国，思想积极正向，热爱并认可安全教育相关工作； 具备基本的大学生安全教育专业知识或从业经验，有志于从事大学生安全教育工作； 能够参与教研室相关理论学习、教学会议或集体备课等活动，能够按照教学计划保质保量完成教学工作； 较宽的知识面，较强的文化素养和语言文字表达能力；良好的组织管理、协调沟通能力；较强的调查研究和分析问题能力等。 具有高校教师资格证书</p> <p>6. 考核方式： 本门课程为考试课，总成绩由平时成绩（课堂出勤、资源浏览和活动参与）和期末卷面成绩（试卷或实操技能考核）组成，占比分别为 40%和 60%；课程总成绩=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）。</p>
17	高等数学	<p>素质目标： 1. 树立实事求是的科学精神； 2. 使学生领悟到数学源于实践又作用于实</p>	<p>主要内容与教学要求： 第一章函数 第二章极限与连续 第三章一元函数微分学 第四章一元函数积分学</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		<p>践；</p> <p>3. 培养学生的奋斗精神；</p> <p>4. 坚定学生理想信念，厚植爱国主义情怀；</p> <p>5. 培养其创新精神；</p> <p>6 提升学生审美素养。</p> <p>知识目标：</p> <p>1. 理解函数、极限与连续、导数与微分、原函数与不定积分、定积分、微分方程等基本概念和模型；</p> <p>2. 熟练掌握极限计算公式与方法、导数（偏导数）计算公式和求法、极值与最值求法、凹凸性与拐点求法、不定积分公式、牛顿—莱布尼兹公式用、换元积分法、分部积分法、微元法、一阶微分方程求解方法等；</p> <p>3. 掌握常用数学思想，包括：函数思想、数形结合思想、极限思想、变化率思想、最优化思想、建模思想等思想。</p> <p>能力目标</p> <p>1. 能熟练计算一般函数的极限；</p> <p>2. 会判断一般函数的连续性与间断点；</p> <p>3. 能熟练计算一般函数的导数与微分；</p> <p>4. 能熟练计算一般函数的积分；</p> <p>5. 会求解简单的一阶微分方程；</p> <p>6. 能熟练应用函数、极限、导数、积分、微分</p>	<p>第五章 微分方程</p> <p>教学要求：</p> <p>1. 课程概述： 本课程 68 学时,4 学分</p> <p>2. 课程性质： 本课程一门公共课程，是在学习了中学数学课程、具备了数学基本概念理解与基本计算能力的基础上开设的一门理实一体课程，其功能是对接专业人才培养目标，捷过对高等数学的基础理论和基本技能等内容的学习，着重培养学生的抽象思维能力、逻辑推理能力、空间想象能力、实验及观察能力以及综合运用所学知识分析问题解决问题的能力，也是开展数学素质教育、培养学习者创新精神和创新能力的重要课程。</p> <p>3. 教学条件： 本课程积极采用多种现代化的教学手段，提高教学的质量和效率，构建师生互动的教学平台。建议主要教学条件有：</p> <p>(1) 多媒体教学 多媒体教室</p> <p>(2) 网络教学 在线教学平台、社交平台等</p> <p>(3) 数学软件 MATLAB 等数学软件</p> <p>4. 教学方法： 根据教学内容，结合学情分析及教学重点、难点突破等，课程采用混合式教学模式，综合运用讲授法、案例教学法、启发式教学法、练习法教学方法。 在本课程的教学过程中，营造信息化教学环境，根据教学需要，采用在线微视频、图形图片、在线答疑讨论等多种信息化教学方法和手段，提高学生的学习兴趣与参与度；</p> <p>5. 师资要求： (1) 具备高校教师资格证并从事高等</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求
		方程等求解相关应用问题； 7. 会把数学思想迁移并应用到相关课程的学习中。	数学相关学科教育教学。 (2) 且具备数学专业研究生学历，副教授职称及以上无研究生学历要求。 6. 考核方式： 学生期末课程总成绩=平时成绩(占总成绩的60%)+期末考试成绩(占总成绩的40%) 平时成绩实行百分制，占该课程总成绩的60%，包括线上线下学习参与、出勤、作业和课内实践四部分。 卷面成绩实行百分制，占该课程总成绩的40% 7. 资源库网址： (1) 学习强 https://www.xuexi.cn/ (2) 中国知 https://www.cnki.net/

2. 公共选修课程

公共选修课课包括公共（素养）、公共（五史）、公共（艺术），采用线上与线下教学方式。开设学期在第2~4学期，由学生在公共任选课开课目录中每学期选一门。

表 6-3 网络营销与直播电商公共选修课开课目录

序号	开课学期	课程归属	课程名称	课程代码	开课部门(平台)
1	2-4	人文素养	茶艺	1900002322	管理服务系
2	2-4		马场马术	1900002355	现代畜牧业工程与技术系
3	2-4		马文化传播	1900002364	现代畜牧业工程与技术系
4	2-4		营养与健康	1900002399	现代畜牧业工程与技术系
5	2-4		中华国学	1900002656	智慧树
6	2-4		组织行为与领导力	1900002658	智慧树
7	2-4		多彩兴安-兴安盟文化旅游资源概论	1900002672	管理服务系
8	2-4	职业素养	演讲与口才	1900002303	智慧树
9	2-4		法律大讲堂	1900002348	师范教育系

序号	开课学期	课程归属	课程名称	课程代码	开课部门(平台)	
10	2-4		日语	1900002350	公共教学部	
11	2-4		个人理财	1900002391	管理服务系	
12	2-4		平地骑乘	1900002363	现代畜牧业工程与技术系	
13	2-4		网络直播运营	1900002369	培训中心	
14	2-4		网络安全法	1900002372	信息工程系	
15	2-4		短视频拍摄制作	1900002380	培训中心	
16	2-4		驾驶技术	1900002381	教务处	
17	2-4		园林艺术赏析	1900002666	公共教学部	
18	2-4		职业礼仪	1900002670	管理服务系	
19	2-4		主播素养	1900002392	管理服务系	
20	2-4		休闲农业与乡村旅游	1900002673	现代畜牧业工程与技术系	
21	2-4		园林插花艺术	1900002674	现代畜牧业工程与技术系	
22	2-4		五史	五史	1900002390	马克思主义教学部
23	2-4			改革开放史	1900002669	智慧树
24	2-4		艺术鉴赏与艺术评论类	音乐鉴赏	1900002307	公共教学部
25	2-4			美术鉴赏	1900002308	公共教学部
26	2-4			影视鉴赏	1900002309	公共教学部
27	2-4			音乐家传记选读	2400002301	公共教学部
28	2-4			油画中的故事	2400002302	公共教学部
29	2-4			国画中的故事	2400002202	公共教学部
30	2-4			世界建筑大师	2400002303	公共教学部
31	2-4	园林、建筑赏析		2400002304	公共教学部	
32	2-4	中国古代建筑赏析		2400002305	公共教学部	
33	2-4	国学品鉴		1900002367	公共教学部	
34	2-4	美的必修课		1900002353	公共教学部	
35	2-4	大学美育		1900002347	国学中心	
36	2-4	近代音乐艺术鉴赏		2400002306	公共教学部	
37	2-4	摄影作品鉴赏		2400002307	公共教学部	
38	2-4	美学和艺术史论类		美学与人生	1900002660	智慧树
39	2-4			艺术审美	1900002671	智慧树
40	2-4			音乐通识讲座	1900002312	公共教学部
41	2-4			美术史	2400002308	公共教学部
42	2-4	艺术		小提琴音乐欣赏	1900002315	公共教学部

序号	开课学期	课程归属	课程名称	课程代码	开课部门(平台)
43	2-4	体验和实践类	钢琴音乐欣赏	1900002316	公共教学部
44	2-4		蒙古族原生态音乐欣赏与实践	1900002311	公共教学部
45	2-4		流行歌曲欣赏与演唱	1900002314	公共教学部
46	2-4		形体训练与舞蹈鉴赏	1900002310	公共教学部
47	2-4		马头琴演奏	2400002309	公共教学部
48	2-4		法式刺绣	2400002310	公共教学部
49	2-4		羊毛毡DIY	2400002311	公共教学部
50	2-4		超轻黏土DIY	2400002312	公共教学部
51	2-4		玩转版画	2400002313	公共教学部
52	2-4		DIY皮艺手工制作	1900002691	公共教学部
53	2-4		DIY绳艺编织	1900002389	公共教学部
54	2-4		陶瓷彩绘	2400002314	公共教学部
55	2-4		水彩插画	2400002315	公共教学部
56	2-4		实用手绘海报	1900002318	公共教学部
57	2-4		硬笔书法	1900002362	公共教学部
58	2-4		掐丝珐琅	2400002316	公共教学部
59	2-4		软笔书法	2400002317	公共教学部
60	2-4		声乐演唱	2400002318	公共教学部
61	2-4		贴纸画	2400002319	公共教学部
62	2-4		简笔画	2400002320	公共教学部
63	2-4		国画花鸟	2400002321	公共教学部

(三) 专业(技能)课程

1. 专业基础课程

表6-4 网络营销与直播电商专业基础课程一览表

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		素质目标: 1. 电子商务职业精神: 热爱电子商务职业, 遵守职业道德和行业规范, 具备高度的责任心和敬业精神。	主要内容: 1. 电子商务概述: 介绍电子商务的基本概念、发展历程和重要性, 帮助学生建立对电子商务的整体认识。 2. 电子商务网络技术: 涵盖网络技	A1 A2 B1 C1

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
1	电子商务基础	<p>2. 团队协作与沟通能力: 能够与他人有效合作, 共同完成电子商务项目, 同时具备良好的沟通能力, 能够清晰表达自己的想法和观点。</p> <p>3. 创新意识和探索精神: 具备敏锐的市场洞察力和创新意识, 勇于尝试新的电子商务模式和技术, 推动电子商务行业的持续发展。</p> <p>知识目标:</p> <p>1. 了解电子商务的基本概念、发展历程和基本原理, 为后续的学习和实践打下基础。</p> <p>2. 掌握电子商务涉及的关键技术, 如网络技术、支付技术、信息安全技术等, 了解这些技术在电子商务中的应用。</p> <p>3. 熟知了解电子商务相关的法律法规和政策, 确保在电子商务活动中合法合规。</p> <p>能力目标:</p> <p>1. 能够熟练运用电子商务平台进行商品展示、交易管理和客户服务等工作, 提升电子商务平台的运营效果。</p> <p>2. 能够进行有效的市场推广和营销活动, 提高电子商务销售额。</p> <p>3. 能够对电子商务数据进行挖掘和分析, 为决策提供数据支持。</p>	<p>术基础、互联网技术、网络通信技术, 为学生打下电子商务技术基础。</p> <p>电子商务的机理与模式: 深入剖析电子商务的运作机理和常见模式, 如 B2B、B2C、C2C 等, 帮助学生理解电子商务的运营方式。</p> <p>3. 电子商务安全: 强调电子商务交易过程中的安全问题, 包括信息安全、支付安全、交易安全等, 培养学生的安全意识。</p> <p>4. 互联网支付: 介绍互联网支付的方式、技术和流程, 如支付宝、微信支付等, 让学生了解并掌握互联网支付的基本知识。</p> <p>5. 电子商务中的广告及营销活动: 涵盖网络广告、搜索引擎营销、社交媒体营销等内容, 帮助学生掌握电子商务营销的策略和技巧。</p> <p>6. 电子商务物流与供应链管理: 介绍电子商务物流的概念、流程和技术, 以及供应链管理的基本原理和方法, 让学生了解电子商务的物流和供应链管理知识。</p> <p>教学要求:</p> <p>1. 课程概述: 本课程 48 学时 (理论 40 学时, 实践 8 学时), 大一第一学期开设, 3 学分。</p> <p>2. 课程性质: 专业必修课考试课</p> <p>3. 教学条件: 现代化技术的教室和实验室, 包括高性能计算机、稳定的网络连接、电子商务模拟软件。</p> <p>4. 教学方法:</p> <p>(1) 讲授法</p> <p>(2) 案例分析法</p> <p>(3) 项目式教学</p> <p>(4) 启发式教学</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			<p>5. 师资要求: 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;具备扎实的理论功底,熟悉电子商务职业的综合处理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。</p> <p>6. 考核方式: 学生期末课程总成绩=平时成绩(占总成绩的70%)+期末考试成绩(占总成绩的30%)。 平时成绩实行百分制,占该课程总成绩的70%,包括线上线下学习参与、出勤、作业和课内实践四部分。卷面成绩实行百分制,占该课程总成绩的30%。</p> <p>7. 资源库网址: (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com (3) http://www.icourse163.org</p>	
2	商品拍摄与素材编辑	<p>素质目标: 审美与创意:培养学生的审美观念,激发创新思维,使其能够创作出具有吸引力和独特性的商品图片和素材。 职业素养:强化学生的职业道德和责任感,确保在拍摄和编辑过程中遵守行业规范,保持专业水准。 团队协作与沟通:培养学生的团队协作精神,提高沟通能力,使其能够在团队中有效合作,共同完成拍摄和编辑任务。</p> <p>知识目标:</p>	<p>主要内容:</p> <p>1. 商品摄影基础知识:学生将学习摄影的基本原理,包括光线、构图、色彩等要素,以及如何运用这些原理来拍摄出高质量的商品图片。</p> <p>2. 商品拍摄技巧:学生将学习如何根据商品的特点和拍摄需求,选择合适的拍摄角度、光线和背景,以展现商品的最佳效果。</p> <p>摄影器材与设备:学生将了解并掌握各种摄影器材和设备的使用方法,包括相机、灯光、三脚架等,以确保拍摄过程中的稳定性和准确性。</p> <p>3. 商品图片后期处理:学生将学习使用图像处理软件(如Photoshop等)对拍摄的商品图片进行后期处理,包括裁剪、调色、修饰等,以</p>	A3 B6 C4

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>摄影基础知识：了解摄影的基本原理、构图技巧、光线运用等，为商品拍摄打下坚实基础。</p> <p>图像处理技术：掌握图像处理软件的基本操作，了解图像调整、修饰、合成等技巧，提高图片质量。</p> <p>素材编辑原理：理解素材编辑的基本流程，学习素材分类、筛选、整合等方法，提高编辑效率。</p> <p>能力目标：</p> <p>商品拍摄能力：能够运用摄影技术，独立完成商品拍摄任务，拍摄出清晰、美观、具有吸引力的商品图片。</p> <p>素材编辑能力：熟练使用图像处理软件，对拍摄的商品图片进行后期处理，如调色、修饰、合成等，提高图片质量。</p> <p>创意设计能力：具备创意设计能力，能够根据商品特点和市场需求，设计出独特、富有吸引力的素材。</p>	<p>提高图片的质量和吸引力。</p> <p>4. 素材编辑与整理：学生将学习如何对拍摄的商品图片进行分类、筛选和整合，以形成一套完整的商品素材库，方便后续的设计和使用。</p> <p>5. 版权与法律法规：学生将了解与商品拍摄和素材编辑相关的版权和法律法规，以确保在创作和使用过程中的合法性和规范性。</p> <p>教学要求：</p> <p>1. 课程概述： 本课程 64 学时（理论 40 学时，实践 24 学时），大一第一学期开设，4 学分。</p> <p>2. 课程性质： 专业基础课考查课</p> <p>3. 教学条件： (1) 配备有现代化技术的教室和实验室，包括高性能计算机、稳定的网络连接、photoshop 软件等。 (2) 商品拍摄与素材编辑相关的教学软件、课件和多媒体资源。</p> <p>4. 教学方法： (1) 讲授法 (2) 案例分析法 (3) 项目式教学 (4) 启发式教学</p> <p>5. 师资要求： 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；具备扎实的理论功底，熟悉电子商务职业的综合处理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。</p> <p>6. 考核方式： 学生期末课程总成绩=平时成绩（占总成绩的 70%）+期末考试成绩（占总成绩的 30%）。</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			<p>平时成绩实行百分制，占该课程总成绩的 70%，包括线上线下学习参与、出勤、作业和课内实践四部分。卷面成绩实行百分制，占该课程总成绩的 30%。</p> <p>7. 资源库网址：</p> <p>(1) https://zk.nmxzy.cn</p> <p>(2) http://www.chinaacc.com</p> <p>(3) http://www.icourse163.org</p>	
3	财税基础	<p>素质目标：</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>知识目标：</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>能力目标：</p> <p>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。</p> <p>财务分析能力：具备财务报表分析的能力，能</p>	<p>主要内容：</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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</p>	A1 B2 C5

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>够运用财务分析工具和方法对企业财务状况进行评估。</p> <p>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。</p>	<p>能力。</p> <p>教学要求：</p> <p>1. 课程概述 本课程 32 学时（理论 28 学时，实践 4 学时），大一第一学期开设，2 学分。</p> <p>2. 课程性质： 专业基础课考试课</p> <p>3. 教学条件： (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台</p> <p>4. 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，方便学生自主学习、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。</p> <p>5. 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，熟悉会计职业的综合处理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。</p> <p>6. 考核方式： 本门课程为考试课，总成绩由平时成绩和期末成绩组成，占比分别为 40% 和 60%。平时成绩由学习平台任务点学习及测试题成绩、课堂签到成绩和实务组成；期末成绩为试卷成绩。课程总成绩=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）。</p> <p>7. 资源库网址： (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			(3) http://www.icourse163.org	
4	零售基础	<p>素质目标:</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>知识目标:</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>能力目标:</p> <p>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。</p> <p>2. 提升学生的商品采购和销售能力,使其能</p>	<p>主要内容:</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>教学要求:</p> <p>1. 课程概述</p> <p>本课程 48 学时(理论 30 学时,实践 18 学时),大一第一学期开设,3 学分。</p>	A2 A3 B1 C3

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>够合理规划商品结构，制定销售策略，实现销售目标。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>2. 课程性质： 专业基础课考试课</p> <p>3. 教学条件： (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台</p> <p>4. 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，方便学生自主学习、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。</p> <p>5. 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；具备扎实的理论功底，熟悉电子商务职业的综合处理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。</p> <p>6. 考核方式： 本门课程为考试课，总成绩由平时成绩和期末成绩组成，占比分别为40%和60%。平时成绩由学习平台任务点学习及测试题成绩、课堂签到成绩和实务组成；期末成绩为试卷成绩。课程总成绩=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）。</p> <p>7. 资源库网址： (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com (3) http://www.icourse163.org</p>	
5	商务数据分析与应用	<p>素质目标：</p> <p>1. 数据驱动决策意识：培养学生形成基于数据驱动的决策思维，明白数据在商务决策中</p>	<p>主要内容：</p> <p>1. 数据基础知识：介绍数据的基本类型、结构、来源和存储方式，包括文本数据、数值数据、图像数据等。学生将学习如何合理组织和管</p>	A1 A2 B5 C5

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>的重要性。</p> <p>2. 批判性思维：培养学生具备对数据和信息进行批判性分析的能力，不盲目接受数据，而是能够独立思考和判断。</p> <p>3. 团队合作精神：在数据分析过程中，培养学生的团队合作精神，学会与他人有效沟通和协作。</p> <p>4. 伦理与责任：让学生认识到在使用和分析数据时应承担的伦理和责任，确保数据的合法性和准确性。</p> <p>知识目标：</p> <p>1. 数据基础知识：了解数据的基本类型、结构、来源和存储方式，为后续的数据分析打下基础。</p> <p>2. 统计分析原理：掌握描述性统计和推断性统计的基本原理和方法，能够运用统计工具对数据进行分析。</p> <p>3. 商务知识：了解商务运作的基本流程和规则，以便将数据分析与实际商务场景相结合。</p> <p>5. 数据可视化技术：学习如何运用数据可视化工具将数据以直观、易懂的方式呈现给非专业人士。</p> <p>能力目标：</p> <p>1. 数据收集与处理能力：能够独立完成数据</p>	<p>理数据，为后续的数据分析打下基础。</p> <p>2. 统计分析原理：涵盖描述性统计和推断性统计的基本原理和方法。学生将学习如何运用统计工具对数据进行描述、比较、推断和预测，发现数据中的规律和趋势。</p> <p>3. 数据处理技术：教授学生如何进行数据清洗、转换和预处理，确保数据的质量和可用性。学生将学习使用数据处理工具（如 Excel、PowerBI 等）对数据进行筛选、排序、去重、填充缺失值等操作。</p> <p>4. 数据可视化技术：介绍如何运用数据可视化工具将数据以直观、易懂的方式呈现给非专业人士。学生将学习使用图表、图形、地图等可视化元素来展示数据分析结果，提高数据的可读性和理解性。</p> <p>5. 商务智能与决策支持：将数据分析与商务决策相结合，探讨如何运用数据分析结果支持商务决策的制定和实施。学生将学习如何根据数据分析结果提出针对性的建议和解决方案，为企业创造实际价值。</p> <p>6. 数据驱动的营销策略：介绍如何运用数据分析来制定营销策略，包括目标客户分析、市场趋势预测、产品推荐等。学生将学习如何运用数据分析工具来评估和优化营销策略，提高营销效果。</p> <p>7. 数据安全性与隐私保护：讨论在数据分析过程中如何保护数据安全和个人隐私。学生将学习相关法律法规和伦理规范，确保在数据分析过程中遵守相关要求，保护用户隐私和数据安全。</p> <p>教学要求：</p> <p>1. 课程概述</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>的收集、清洗、整理和预处理工作，确保数据的质量和可用性。</p> <p>2. 数据分析能力：运用统计分析方法和数据可视化技术，对数据进行深入的分析和挖掘，发现数据背后的规律和趋势。</p> <p>3. 报告撰写与汇报能力：能够基于数据分析结果撰写报告，并以清晰、逻辑的方式向团队或管理层进行汇报。</p> <p>4. 决策支持能力：能够根据数据分析结果提供决策建议，支持商务决策的制定和实施。</p>	<p>本课程 54 学时（理论 54 学时，实践 0 学时），大一第二学期开设，3 学分。</p> <p>2. 课程性质： 专业基础课考查课</p> <p>3. 教学条件： (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台</p> <p>4. 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。</p> <p>5. 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；具备扎实理论功底，熟悉电子商务职业的综合处理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。</p> <p>6. 考核方式： 本门课程为考试课，总成绩由平时成绩和期末成绩组成，占比分别为 40% 和 60%。平时成绩由学习平台任务点学习及测试题成绩、课堂签到成绩和实务组成；期末成绩为试卷成绩。课程总成绩=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）。</p> <p>5. 资源库网址： (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com (3) http://www.icourse163.org</p>	
		<p>素质目标：</p> <p>1. 法律意识和职业道</p>	<p>主要内容：</p> <p>电子商务法概述：介绍电子商务法</p>	<p>A2</p> <p>B2</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
6	电子商务法律法规	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>知识目标：</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>教学要求：</p> <p>1. 课程概述</p>	C7

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>商务中侵犯知识产权的法律责任和风险防范措施。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>能力目标</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>本课程 54 学时（理论 54 学时，实践 0 学时），大一第二学期开设，3 学分。</p> <p>2. 课程性质： 专业基础课考试课</p> <p>3. 教学条件： (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台</p> <p>4. 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。</p> <p>5. 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；具备扎实的理论功底，熟悉电子商务职业的综合处理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。</p> <p>6. 考核方式： 本门课程为考试课，总成绩由平时成绩和期末成绩组成，占比分别为 40% 和 60%。平时成绩由学习平台任务点学习及测试题成绩、课堂签到成绩和实务组成；期末成绩为试卷成绩。课程总成绩=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）。</p> <p>7. 资源库网址： (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com (3) http://www.icourse163.org</p>	
		<p>知识目标： 要求学生熟悉营销策</p>	<p>主要内容： 一、市场分析</p>	<p>A3 B7</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
7	市场营销	<p>划的基本要素、原理和基本流程步骤。 掌握营销策划的基本技能和方法技巧。 搜集并能准确运用与营销策划设计任务相关的宏观环境知识、行业背景知识、企业知识。 掌握各类营销策划书的基本内容与书写格式。 理解并能熟练运用现代市场营销观念与营销策略相关知识。</p> <p>能力目标： 搜集市场信息，进行营销环境分析，找出营销策划的主要障碍和问题。 针对具体的某种产品或服务做出营销策划书，并能够评价。 运用现场观察法、访谈法、问卷法以及网络查询法等方法搜集并处理影响企业营销活动的各种信息。 对影响企业营销活动的各因素进行市场分析。 进行营销策划方案设计，包括对企业产品进行目标市场选择与市场定位策划，产品定价能力、营销渠道策划能力、促销策划能力，以及进行年度营销规划和营销活动成本分析、收入与盈利分析。</p>	<p>市场环境分析：了解市场的宏观和微观环境，包括政治、经济、社会、技术等方面的变化对市场的影响。 市场需求分析：研究目标市场的消费者需求、购买行为和购买心理，以及市场需求的趋势和变化。</p> <p>二、竞争分析 竞争对手分析：识别并分析主要竞争对手的优势、劣势、市场份额、市场策略等。 竞争环境评估：评估市场竞争的激烈程度、市场进入壁垒、市场机会和威胁等。</p> <p>三、目标市场的选择 市场细分：将市场细分为具有相似需求的消费者群体，以便更好地满足他们的需求。 目标市场确定：根据企业的资源和能力，选择最具有吸引力的目标市场。</p> <p>四、销售预测 销售趋势分析：分析历史销售数据，预测未来的销售趋势和变化。 销售预测制定：基于市场需求、竞争情况和企业资源，制定具体的销售预测和目标。</p> <p>五、产品定价 成本分析：了解产品的生产成本、研发成本、营销成本等。 定价策略：根据市场竞争、消费者心理、产品定位等因素，制定合适的定价策略。</p> <p>六、促销策略 促销方式选择：根据目标市场的特点和需求，选择合适的促销方式，如广告、销售促进、人员推销等。 促销效果评估：评估促销活动的效果，及时调整促销策略以提高促销效果。</p> <p>七、分销渠道设计</p>	C4

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>素质目标： 具有良好的道德素质，如诚信、遵纪守法、合作共赢等。 过硬的职业素质，包括自学能力（阅读与分析能力、搜集与分析信息的能力）、团队协作能力、创新能力、口头表达与沟通能力、认真踏实的工作态度和按时完成的工作习惯。 高尚的人文素质，如坚韧不拔、勇于面对挑战的精神。</p>	<p>分销渠道选择：根据产品的特性、目标市场的需求和企业的资源，选择合适的分销渠道。 分销渠道管理：对分销渠道进行有效的管理和控制，确保产品能够顺利到达目标市场。 教学要求： 1. 课程概述 本课程 54 学时（理论 40 学时，实践 14 学时），大一第二学期开设，3 学分。 2. 课程性质： 专业基础课 3. 教学条件： （1）多媒体教室 （2）信息化教学平台 4. 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，方便学生自主学习、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。 5. 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；具备扎实的理论功底，熟悉电子商务职业的综合处理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。 6. 考核方式： 本门课程为考试课，总成绩由平时成绩和期末成绩组成，占比分别为 40%和 60%。平时成绩由学习平台任务点学习及测试题成绩、课堂签到成绩和实务组成；期末成绩为试</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			<p>卷成绩。课程总成绩=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）。</p> <p>6. 资源库网址：</p> <p>(1) https://zk.nmxzy.cn</p> <p>(2) http://www.chinaacc.com</p> <p>(3) http://www.icourse163.org</p>	
8	选品与采购	<p>素质目标：</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>知识目标：</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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</p>	<p>主要内容：</p> <p>1. 选品与采购的基本概念：介绍选品与采购的定义、目的和重要性，帮助学生理解其在商业运作中的作用和地位。</p> <p>2. 选品与采购的基本原则：阐述选品与采购应遵循的基本原则，如市场需求导向、质量和性价比优先、供应链合作等，以确保选品与采购活动的合理性和有效性。</p> <p>3. 选品与采购的流程：详细介绍选品与采购的流程，包括需求分析、市场调研、供应商选择、产品评估、采购谈判、合同签订等环节，使学生全面了解选品与采购的完整过程。</p> <p>4. 市场调研与供应商选择：教授如何进行市场调研，了解消费者需求和市场趋势；同时介绍如何评估和选择合适的供应商，确保采购的产品质量和成本效益。</p> <p>5. 产品评估与采购谈判：介绍如何对选定的产品进行评估，包括产品质量、性能、价格等方面；并教授采购谈判的技巧和策略，以争取更有利的采购条件。</p> <p>6. 合同管理与风险控制：介绍采购合同的签订、履行和管理过程，以及如何在选品与采购过程中识别、评估和应对各种风险，确保采购活动的顺利进行。</p> <p>7. 采购绩效管理与持续改进：探讨如何评估和提升采购绩效，包括采购成本、质量、交货期等方面的管</p>	A1 A8 B4 C2 C3 C9

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>活动的合规性和效率。</p> <p>能力目标：</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>理和优化；同时强调持续改进的理念和方法在选品与采购中的应用。</p> <p>教学要求：</p> <p>1. 本课程 54 学时（理论 30 学时，实践 24 学时），大一第三学期开设，3 学分。</p> <p>2. 课程性质： 专业基础课考查课</p> <p>3. 教学条件： (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台</p> <p>4. 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，方便学生自主学习、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。</p> <p>5. 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。</p> <p>6. 考核方式： 本门课程为考试课，总成绩由平时成绩和期末成绩组成，占比分别为 40%和 60%。平时成绩由学习平台任务点学习及测试题成绩、课堂签到成绩和实务组成；期末成绩为试卷成绩。课程总成绩=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）。</p> <p>7. 资源库网址： (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			(3) http://www.icourse163.org	

2. 专业核心课

表 6-5 网络营销与直播电商专业核心课程一览表

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
1	主播素养	<p>素质目标:</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>知识目标:</p> <p>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。</p> <p>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</p>	<p>主要内容:</p> <p>职业道德与操守: 介绍主播行业的职业道德标准和职业操守要求, 强调诚信、敬业、责任等核心价值观念, 帮助主播树立正确的职业观念和行为规范。</p> <p>2. 心理素质与情绪管理: 讲解主播在面对工作压力、观众反馈等情况下如何保持冷静、自信和专业, 培养主播良好的心理素质和情绪管理能力, 以应对各种挑战和压力。</p> <p>3. 直播技巧与互动能力: 介绍如何吸引观众、如何调动观众情绪、如何处理观众反馈等直播技巧, 以及如何与观众建立良好的互动和沟通, 提高直播的吸引力和观众黏性。</p> <p>4. 法律法规与版权意识: 普及与主播职业相关的法律法规和版权知识, 包括网络直播的法律规定、知识产权保护等, 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。</p> <p>节目策划与创新能力: 讲解如何设计独具特色的直播内容, 包括选题、内容创作、呈现方式等, 激发主播的节目策划和创新能力, 提高直播的趣味性和观赏性。</p> <p>团队协作与沟通能力: 强调主播与团队成员之间的协作和沟通重要性, 介绍如何与团队有效合作, 共同打造高质量的直播内容, 提高整</p>	A1 A6 B8 C8

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>中能够遵守平台规定,避免违规行为导致的风险。</p> <p>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。</p> <p>能力目标:</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>个团队的效率和成果。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>教学要求:</p> <p>1. 课程概况 本课程 36 学时(理论 10 学时,实践 26 学时),大一第二学期开设,2 学分</p> <p>2. 课程性质: 专业基础课考查课</p> <p>3. 教学条件: (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台</p> <p>4. 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,方便学生自主学习、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。</p> <p>5. 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;具备扎实的主播素养功底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。</p> <p>6. 考核方式: 本门课程为考试课,总成绩由平时成绩和期末成绩组成,占比分别为 40%和 60%。平时成绩由学习平台</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			<p>任务点学习及测试题成绩、课堂签到成绩和实务组成；期末成绩为试卷成绩。课程总成绩=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）。</p> <p>7. 资源库网址： (1) https://www.xuexi.cn/ (2) https://www.cnki.net/</p>	
2	网络推广（网店推广与运营）	<p>素质目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 培养学生对网店推广与运营的兴趣和热情，增强职业认同感； 2. 提升学生的创新思维和创意思维能力，鼓励在网络推广实践中提出新颖的想法和解决方案； 3. 培养学生的责任感和职业道德，遵守网络推广行业的规范和标准。 4. 增强学生的自主学习能力和终身学习的意识，以适应不断变化的网络推广环境。 <p>能力目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够独立制定和执行网络推广计划，包括目标设定、受众分析、推广内容创作、渠道选择、预算规划等。 2. 熟练掌握至少一种网络推广工具或平台的使用方法，如搜索引擎、社交媒体、短视频平台等。 3. 能够运用所学知识分析网络推广案例，提出改进意见和建议。 4. 具备良好的团队协作和沟通能力，能够在团队中承担网络推广 	<p>主要内容：</p> <p>《网店推广与运营》是网络营销与直播电商专业的核心实操课程，旨在培养学生掌握网店推广与运营的基本理论和实践技能，以适应电子商务行业的快速发展。</p> <p>教学要求</p> <p>1. 课程概况： 本课程总学时为 72 学时，其中理论授课 20 学时，实践环节 52 学时。大一第二学期开设，4 学分。</p> <p>2. 课程性质： 专业核心课考查课</p> <p>3. 教学条件</p> <p>(1) 提供配备电子商务模拟软件或实际网店后台管理系统的教室，以便学生进行实际操作和模拟练习。</p> <p>(2) 接入互联网，确保学生能够实时了解网店推广与运营的最新动态和趋势。</p> <p>4. 教学方法</p> <p>(1) 案例分析法：通过分析成功的网店推广案例，让学生了解网店推广的策略和技巧。</p> <p>(2) 实战演练法：组织学生在模拟网店或实际网店中进行推广与运营操作，提升学生的实践能力。</p> <p>(3) 团队合作法：鼓励学生分组合作，共同策划和执行网店推广方案，培养学生的团队协作和沟通能力。</p> <p>5. 师资要求</p>	A2 B3 C2

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>的相关工作。</p> <p>知识目标</p> <p>1. 掌握网络推广的基本概念、原理及其在网络营销中的地位和作用；</p> <p>2. 理解网络推广的各种策略、技巧和方法，包括搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎营销（SEM）、社交媒体推广、内容营销、电子邮件营销等。</p> <p>熟悉网络推广的法律法规和道德规范，了解网络广告的相关政策。学习并掌握数据分析工具在网络推广中的应用，以评估推广效果和优化策略。</p>	<p>(1) 任课教师需具备电子商务、网络营销或相关领域的专业背景，熟悉网店推广与运营的最新理论和实践。</p> <p>(2) 任课教师应具备网店推广与运营的实战经验，能够为学生提供实用的指导和建议。</p> <p>6. 考核方式</p> <p>1. 理论考核：占总评的 60%，通过闭卷考试或在线测试等方式，考察学生对网店推广与运营理论知识的掌握程度。</p> <p>2. 实践考核：占总评的 40%，通过学生的网店推广实战演练、运营报告等形式，评估学生的实际操作能力和创新思维。</p> <p>7. 资源库网址</p> <p>(1) https://zk.nmxzy.cn</p> <p>(2) http://www.chinaacc.com</p> <p>(3) http://www.icourse163.org</p>	
3	内容策划与编辑	<p>素质目标</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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 and 可信度。</p> <p>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。</p>	<p>主要内容：</p> <p>《内容策划与编辑》是网络营销与直播电商专业的核心课程，旨在培养学生掌握内容策划与编辑的基本理论和实践技能，以适应当前数字化营销领域对优质内容的需求。</p> <p>教学要求：</p> <p>1. 课程概况：</p> <p>本课程总学时为 72 学时，其中理论授课 20 学时，实践环节 52 学时。课程计划在大二第一学期开设，4 个学分。</p> <p>2. 课程性质</p> <p>专业核心课考试课</p> <p>3. 教学条件</p> <p>(1) 配备专业的多媒体教室或实验室，以满足理论教学的需要。</p> <p>(2) 提供内容编辑软件、在线内容管理平台等实践工具，确保学生能够在实践中学习和掌握相关技能。</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 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。 <p>能力目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 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。 	<p>4. 教学方法</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 采用案例分析法,通过引入行业内的成功内容案例,让学生分析并学习其内容策划与编辑的策略和技巧。 (2) 结合项目驱动法,组织学生进行实际的内容策划与编辑项目,让学生在实践中深化理论知识和技能的应用。 <p>5. 师资要求</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 任课教师需具备网络营销、内容营销或相关领域的硕士学位及以上学历,并有相关行业的从业经验。 (2) 任课教师应具备良好的教学能力和实践经验,能够引导学生深入理解和掌握内容策划与编辑的核心知识和技能。 <p>6. 考核方式</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 理论考核:占总评的 60%,通过闭卷考试或在线测试等方式考察学生对内容策划与编辑理论知识的掌握程度。 (2) 实践考核:占总评的 40%,通过学生的实际操作项目、内容质量评估、团队协作表现等方式评估学生的实践能力和创新思维。 <p>七、资源库网址</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com (3) http://www.icourse163.org 	
4	直播运营(短视频与直播运	<p>素质目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 培养学生的创新思维和创意思维能力,鼓励在短视频与直播运营中尝试新颖的内容形式和互动方式。 	<p>主要内容:</p> <p>《短视频与直播运营》是网络营销与直播电商专业的核心实操课程,旨在培养学生掌握短视频与直播内容创作、平台运营、数据分析等关键技能,以适应当前电商行业对</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
	营)	<p>2. 增强学生的市场敏感度和用户导向思维,提升短视频与直播内容的吸引力和用户粘性。</p> <p>3. 培养学生的责任感和职业道德,遵守短视频与直播行业的规范和标准,维护行业形象。</p> <p>4. 提升学生的自主学习能力和终身学习的意识,以适应不断变化的短视频与直播运营环境和平台规则。</p> <p>知识目标</p> <p>1. 掌握短视频与直播的基本概念、发展历程及其在电商行业中的作用。</p> <p>2. 理解短视频与直播内容的创作原则、技巧及与观众互动的策略。</p> <p>3. 熟悉短视频平台与直播平台的运营规则、算法机制及推广策略。</p> <p>4. 学习并掌握短视频与直播的数据分析方法,以评估内容质量与运营效果。</p> <p>能力目标</p> <p>1. 能够独立策划、制作并发布高质量的短视频与直播内容,吸引并维护目标观众群体。</p> <p>2. 熟练掌握短视频与直播的编辑技巧、拍摄手法及声音处理,提升内容质量与观看体验。</p> <p>3. 能够运用数据分析工具,监控短视频与直</p>	<p>短视频与直播运营人才的需求。</p> <p>教学要求</p> <p>1. 课程概况: 本课程总学时为 72 学时,其中理论授课 20 学时,实践环节 52 学时。课程计划在大三第二学期开设,并赋予 4 个学分。</p> <p>2. 课程性质 专业核心课考试课</p> <p>3. 教学条件</p> <p>(1) 配备专业的教学场地,包括多媒体教室、直播实战室等,以满足理论教学和实践操作的需要。</p> <p>(2) 提供充足的教学资源,如短视频制作软件、直播工具、数据分析平台等,确保学生能够在实际操作中学习和掌握相关技能。</p> <p>4. 教学方法</p> <p>(1) 采用案例分析法,通过引入行业内的成功案例,让学生分析并学习短视频与直播运营的策略和技巧。</p> <p>(2) 结合项目驱动法,通过组织学生进行实际的短视频制作与直播运营项目,让学生在实践中深化理论知识和提升技能。</p> <p>5. 师资要求</p> <p>(1) 任课教师需具备网络营销、直播电商或相关领域的硕士学位及以上学历,并有相关行业的从业经验。</p> <p>(2) 任课教师应具备良好的教学能力和实践经验,能够引导学生深入理解和掌握短视频与直播运营的核心知识和技能。</p> <p>6. 考核方式</p> <p>(1) 理论考核: 占总评的 60%,主要考察学生对短视频与直播运营的理论知识的掌握程度。</p> <p>(2) 实践考核: 占总评的 40%,主要考察学生在实际项目中运用</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		播的表现,并根据数据调整内容策略与运营方式。 4. 具备良好的团队协作能力,与创意、营销、技术等部门紧密合作,共同推进短视频与直播项目的成功。	所学知识和技能的能力。 7. 资源库网址 (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com (3) http://www.icourse163.org	
5	新媒体运营	<p>素质目标</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>知识目标</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>主要内容</p> <p>新媒体平台概述:介绍当前主流的新媒体平台,如微信公众号、微博、抖音、快手等,让学员了解各个平台的特点、适用场景和用户群体。</p> <p>新媒体内容策划与创作:教授如何制定适合目标受众的内容策略,包括内容类型、主题、风格等。同时,介绍如何进行内容创作和营销,包括撰写文章、设计图片、制作视频等。</p> <p>新媒体社区管理与互动:讲解如何在新媒体平台上建立和管理社区,包括社群规划、用户互动、话题引导等。通过互动与粉丝进行有效沟通和交流,增强用户粘性和活跃度。</p> <p>新媒体数据分析与监测:教授如何使用各种工具进行数据分析和监测,包括用户画像、流量分析、转化率等。通过了解受众反馈和趋势,优化运营策略和提升效果。</p> <p>新媒体广告投放与运营:介绍新媒体广告投放和管理的基本知识和技巧,包括广告形式、定位受众、投放预算和监测效果等方面。帮助学员掌握如何制定有效的广告策略,提高广告效果。</p> <p>新媒体营销策略:讲解新媒体营销策略的制定和实施,包括品牌传播、用户增长、转化率提升等方面。同时,介绍如何利用新媒体进行口碑营销、事件营销等。</p>	A1 A4 B4 B7 C2 C3

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>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。</p> <p>能力目标</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>教学要求</p> <p>1. 课程概况: 本课程总学时为 54 学时,其中理论授课 20 学时,实践环节 34 学时。课程计划在大三第二学期开设,4 学分。</p> <p>2. 课程性质 专业核心课考查课</p> <p>3. 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。</p> <p>4. 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。</p> <p>5. 师资要求: 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。</p> <p>6. 考核方式: 本门课程为考查课,采取理论、实训相结合的评价方式,理论评价采取试卷方式,实训评价注重学习过程和成果考核。课程总成绩=期末试卷成绩(60%)+课程实训成绩(30%)+平时成绩(10%)。</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			7. 资源库网址: (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com (3) http://www.icourse163.org	
6	客户服务与管理	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. 了解呼叫中心的分类; 2. 掌握服务和客户服务概念; 3. 理解服务的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	主要内容: 《客户服务管理》主要有客户服务意识、客户服务基本技能、呼入型客服业务处理、呼出型客服业务处理、客户服务运营管理、客户服务质量管理、互联网下重塑卓越客户服务七个模块内容。 教学要求: 1. 课程概况 本课程 54 学时(理论 20 学时,实践 34 学时),大二第二学期开设,3 学分 2. 课程性质: 专业核心课程考查课 3. 教学条件: (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台 4. 教学方法: (1) 课堂讲授:以理论体系为基础,将需要讲授的内容进行具体的描述。使学生掌握基本的理论体系。 (2) 案例教学法:每章以开篇案例为引导,并以身边的案例作为扩展案例。引导学生了解信息系统在当今社会中的地位,从而提出该章节的学习目标。并且在各个章节的讲授中,多次进行多个案例的穿插描述。通过这些案例,让学生参与其中。 (3) 课堂讨论:通过对客户服务热点问题的讨论、辩论,充分调动学生学习积极性和参与性,提高学生获取知识能力、思维能力和分析解决问题的能力。 5. 师资要求: 具有高校教师资格证,还要具备扎	A6 A7 A8 B8 C7 C8

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>设计的定义、技巧和注意事项；</p> <p>7. 掌握现场管理的内容；</p> <p>8. 了解客户服务部门组织架构和绩效考核体系；</p> <p>9. 理解并掌握客户满意模型；</p> <p>10. 掌握客户信息收集、分析、建档的步骤，并会客户画像；</p> <p>能力目标：</p> <p>1. 能够使用微博和微信客服工具；</p> <p>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；</p> <p>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；</p> <p>4. 能够运用 3F 方法则处理客户问题，进行沟通中的匹配；</p> <p>5. 能够运用话术及脚本撰写技巧撰写相应话术；</p> <p>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；</p> <p>7. 能够运用一定的方法提高客户忠诚度；</p> <p>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；</p>	<p>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。</p> <p>6. 考核方式：</p> <p>本门课程为考查课，采取理论、实训相结合的评价方式，理论评价采取试卷方式，实训评价注重学习过程和成果考核。课程总成绩=期末试卷成绩（60%）+课程实训成绩（30%）+平时成绩（10%）。</p> <p>7. 资源库网址：</p> <p>(1) https://zk.nmxzy.cn</p> <p>(2) http://www.chinaacc.com</p> <p>(3) http://www.icourse163.org</p>	
7	直播销售	<p>素质目标</p> <p>1. 培养学生的创新思</p>	<p>主要内容：</p> <p>《直播销售》是网络营销与直播电</p>	A1 B2

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>知识目标</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>3. 熟悉直播销售的内容策划、流程设计以及互动技巧。</p> <p>4. 学习并掌握直播销售的数据分析与优化方法。</p> <p>能力目标</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>商专业的核心实操课程,主要培养学生掌握直播销售的基本原理、技巧以及实际操作能力,以适应现代电商行业的发展需求。</p> <p>教学要求</p> <p>1. 课程概况: 本课程总学时为 72 学时,其中理论授课 20 学时,实践环节 52 学时。课程计划在大二第一学期开设,4 学分。</p> <p>2. 课程性质 专业核心课考试课</p> <p>3. 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。</p> <p>4. 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。</p> <p>5. 师资要求 (1) 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。 (2) 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。</p> <p>6. 考核方式 (1) 理论考核:占总评的 60%,</p>	<p>C3</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>通过闭卷考试或在线测试等方式,考察学生对直播销售理论知识的掌握程度。</p> <p>(2) 实践考核: 占总评的 40%,通过学生的直播销售实战演练、案例分析报告等形式,评估学生的实际操作能力和创新思维。</p> <p>七、资源库网址</p> <p>(1) https://zk.nmxzy.cn</p> <p>(2) http://www.chinaacc.com</p> <p>(3) http://www.icourse163.org</p>	
8	农村电商项目实战	<p>素质目标</p> <p>1. 三农情怀: 培养对农业农村和农民的热爱和关注,将电商作为促进农村发展的重要途径。</p> <p>2. 问题解决能力: 在实战项目中,能够发现问题、分析问题并寻求解决方案。</p> <p>3. 持续学习能力: 鼓励持续学习和跟进电商领域的最新发展,提高适应新技术和新趋势的能力。</p> <p>4. 团队协作能力: 通过实战项目,培养学生的团队协作能力和团队共创能力。</p> <p>知识目标</p> <p>1. 掌握农村电商的基本概念。</p> <p>2. 了解农村电商的定义、特点以及主要模式如 B2B、B2C、C2C 等。</p> <p>3. 熟悉农产品电商化: 学习如何将传统农产品通过电子商务平台进行销售,包括产品选择、定价策略、营销策</p>	<p>主要内容:</p> <p>农产品营销策略: 探讨农产品在电商平台上的营销策略,如 SEO 优化、社交媒体营销、内容营销等。</p> <p>农村电商平台运营</p> <p>平台选择与入驻: 分析不同电商平台的特点和优势,指导学员选择合适的平台并成功入驻店铺建设与管理: 教授店铺的装修、一品上架、订单处理、客户服务等日常运营工作</p> <p>数据分析与优化: 利用数据分析工具,分析店铺数据,优化运营策略,提升销售业绩,四、社交化运营、短视频和直播运营</p> <p>社交化运营: 学习利用社交媒体进行产品推广和销售的方法和技巧,如微博、微信、抖音等短视频直播运营、</p> <p>营销推广: 学习如何利用营销和销售,吸引潜在客户。五、实战项目与案例分析</p> <p>实战项目: 组织学员参与农村电商项目实战,将所学知识应用于实际操作中,提升实战能力</p> <p>案例分析: 分析成功的农村电商案例,总结其成功经验和可借鉴之处为学员提供实战参考</p> <p>六农村电商问题与应对策略</p> <p>农村电商发展中的主要问题与挑战</p> <p>分析当前农村电商面临的问题和挑战,如物流、人才、资金等应对策略: 探讨如何针对这些问题和挑战制定相应的应对策略,促</p>	A1 B2. B4 C3. C5

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>略等。</p> <p>4. 掌握农产品品牌策划:了解农产品品牌的重要性,学习如何策划和推广农产品品牌,提升农产品的知名度和市场竞争力。</p> <p>5. 理解农村电商平台运营:学习农村电商平台的基本运作原理,包括平台选择、店铺建设、产品上架等。</p> <p>6. 了解社交化运营、短视频和直播运营:掌握利用社交媒体、短视频和直播等新兴渠道进行产品推广和销售的方法和技巧。</p> <p>能力目标</p> <p>1. 运营管理能力:能够熟练掌握农村电商平台的运营流程,包括店铺管理、产品管理、订单管理等。</p> <p>2. 营销能力:能够制定有效的营销策略,提升产品的曝光度和销售量,包括 SEO 优化、社交媒体营销、内容营销等。</p> <p>3. 数据分析能力:能够利用数据分析工具,分析平台数据,优化营销策略和运营策略。</p> <p>4. 团队协作能力:在实战项目中,能够与其他成员有效沟通,协同完成任务。</p>	<p>进农村申商的健康发展。</p> <p>教学要求:</p> <p>1. 课程概况 本课程 108 学时(理论 20 学时,实践 88 学时),大三第二学期开设,6 学分</p> <p>2. 课程性质: 专业核心课程 考查课</p> <p>3. 教学条件: (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台</p> <p>4. 教学方法: (1) 课堂讲授:以理论体系为基础将需要讲授的内容进行具体的描述。使学生掌握基本的理论体系。 (2) 案例教学法:每章以开篇案例为引导,并以身边的案例作为扩展案例。引导学生了解信息系统在当今社会中的价值,各而提出该童黄的学义次进行多个案例的穿插描述。通过这些案例,让学生参与其中。 (3) 课堂讨论:通过对客户服务热点问题的讨论、辩论,充分调动学生学习积极性和参与性,提高学生获取知识能力、思维能力和分析解决问题的能力</p> <p>5. 师资要求: 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,教授客也可以聘请服管理相关的实操技巧。行业专家作为课程的兼职教师,参与实训教学。</p> <p>6. 考核方式: 本门课程为考查课,采取理论、实训相结合的评价方式,理论评价采取试实训评价注重学习过程和成卷方式,果考核。课程总成绩=期末试卷成绩(60%)+课程实训成绩(30%)+平时成绩(10%)</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			7. 资源库网址: (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com (3) http://www.icourse163.org	

3. 专业选修课

表 6-6 网络营销与直播电商专业选修课程一览表

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
1	品牌策划与推广	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	主要内容 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	A1 B3 C5

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>和消费者需求,为品牌策划与推广提供市场依据。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>能力目标</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>践项目,让学生将理论知识应用到实际操作中。</p> <p>教学要求</p> <p>1. 课程概况: 本课程总学时为 36 学时,其中理论授课 24 学时,实践环节 12 学时。课程计划在大二第一学期开设,2 学分。</p> <p>2. 课程性质 专业选修课考查课</p> <p>3. 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。</p> <p>4. 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。</p> <p>5. 师资要求: 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。</p> <p>6. 考核方式: 本门课程为考查课,采取理论、实训相结合的评价方式,理论评价采取试卷方式,实训评价注重学习过程和成果考核。课程总成绩=期末</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			试卷成绩（60%）+课程实训成绩（30%）+平时成绩（10%）。 7. 资源库网址： (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com (3) http://www.icourse163.org	
2	短视频采集与制作	素质目标： 1. 创意与审美：培养学生具备独特的创意和审美能力，能够在短视频制作中展现个性和创意。 2. 耐心与细心：短视频制作需要耐心和细心，对每一个细节都要精益求精，确保最终作品的品质。 3. 团队合作精神：在短视频制作过程中，需要团队成员之间的紧密合作，共同完成任务。因此，培养学生的团队合作精神和沟通能力至关重要。 4. 责任心与职业道德：要求学生对待短视频制作工作负责任，遵守职业道德和行业规范，确保作品的质量和合法性。 知识目标： 1. 短视频基础知识：了解短视频的定义、特点、发展历程等基础知识，为后续的制作工作提供理论支持。 2. 摄影与摄像知识：掌握摄影和摄像的基本原理和技巧，包括光线运用、构图技巧、镜头语言等，以确保短视频	主要内容 1. 短视频基础：介绍短视频的概念、特点和发展趋势，让学生了解短视频的基本知识和市场需求。 2. 短视频策划：教授学生如何进行短视频的策划，包括选题、内容构思、情节设计、受众定位等，培养学生的创意和策划能力。 3. 短视频拍摄技巧：讲解短视频的拍摄技巧和方法，包括光线运用、构图技巧、镜头语言、运动摄影等，使学生掌握拍摄高质量短视频的基本技能。 4. 音视频编辑软件应用：教授学生使用常用的音视频编辑软件，如 Adobe Premiere Pro、Final Cut Pro 等，进行短视频的剪辑、调色、音效处理等操作。 5. 短视频特效与动画：介绍短视频特效和动画的制作技巧，如转场效果、字幕设计、动态图形等，使短视频更具创意和吸引力。 6. 短视频配音与音效：讲解如何为短视频配音和添加音效，提升短视频的听觉体验和观感。 7. 短视频发布与推广：介绍短视频的发布渠道和推广策略，包括社交媒体、短视频平台等，让学生了解如何将制作的短视频有效地推广给目标受众。 8. 行业案例与实践：通过分析成功的短视频案例，让学生理解短视频在实际应用中的价值和作用。同时，通过实践项目，让学生将理论知识应用到实际操作中，提升实际	A4 A8 B6 C4

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>画面的质量和表现力。</p> <p>3. 音视频编辑软件：熟悉常用的音视频编辑软件，如 Adobe Premiere Pro、Final Cut Pro 等，掌握其基本操作和高级功能。</p> <p>4. 传播学知识：了解短视频的传播规律和受众特点，为短视频的推广和传播提供理论支持。</p> <p>能力目标：</p> <p>1. 短视频策划能力：能够独立完成短视频的策划工作，包括主题确定、内容构思、创意设计等。</p> <p>2. 短视频拍摄能力：掌握短视频的拍摄技巧和方法，能够运用摄影和摄像知识拍摄出高质量的短视频画面。</p> <p>3. 音视频编辑能力：熟练运用音视频编辑软件，对短视频进行剪辑、调色、音效处理等操作，提升短视频的质量和观感。</p> <p>团队协作能力：能够与团队成员紧密合作，共同完成短视频的策划、拍摄和制作任务。</p> <p>创新与实践能力：不断探索新的短视频创作方式和玩法，勇于尝试和实践新的制作技术和手法。</p>	<p>操作能力。</p> <p>教学要求</p> <p>1. 课程概况： 本课程总学时为 36，其中理论授课 0 时，实践环节 36。课程计划在大一第二学期开设，2 学分。</p> <p>2. 课程性质 专业选修课考查课</p> <p>3. 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。</p> <p>3. 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。</p> <p>5. 师资要求： 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。</p> <p>6. 考核方式： 本门课程为考查课，采取理论、实训相结合的评价方式，理论评价采取试卷方式，实训评价注重学习过程和成果考核。课程总成绩=期末试卷成绩（60%）+课程实训成绩（30%）+平时成绩（10%）。</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			7. 资源库网址: (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com (3) http://www.icourse163.org	
3	经济学原理	素质目标: 1. 将中国经济现实与传统西方的经济理论充分融合起来,加深学生对国家的大政方针、政策的深入的理解,培养学生政治意识,树立正确的价值观; 2. 弘扬劳动精神、工匠精神,培养学生遵章守纪、执着专注、精益求精的工作态度,养成做事严谨认真、一丝不苟的良好职业精神; 3. 规范大学生的思想以及行为,让社会主义核心价值观真正渗透到学生的内心深处,用思想指导行为,用行为体现道德,用道德塑造形象,努力展示出现代青年人的精神风貌,为新时代国家建设增砖添瓦; 4. 具有探究学习、终身学习能力和可持续发展的能力,能够适应新技术、新岗位的要求;具有批判性思维、创新思维、创业意识,具有较强的分析问题和解决问题的能力。 知识目标: 1. 掌握经济学的研究对象、研究方法; 2. 掌握需求和供给以及市场价格作用原理;	主要内容: 《经济学原理》是网络营销与直播电商专业的专业基础课程,为培养复合型高层次技术技能人才奠定经济学理论基础。通过本课程的学习,能使学生在了解、认识和掌握西方经济学的基本理论和基本分析方法的基础上,提高抽象思维能力和逻辑思维能力,培养学生运用经济学的分析方法分析问题和解决问题的能力,并使学生了解某些西方经济理论对我国当前的经济改革和开放的借鉴作用,帮助学生理解当今经济生活中的各种现象,使学生全面系统地认识市场经济关系的规律性及其宏观调控的方法并能较为熟练地解决现实问题。并且,为学生步入经济学和管理学应聘岗位奠定理论基础。同时,课程注重渗透政治思想教育,逐步培养学生的辩证思维、逻辑思维能力和职业道德素养。 教学要求: 1. 课程概况: 本课程 36 学时(理论 20 学时,实践 16 学时),大一第二学期开设,2 学分。 2. 课程性质: 专业选修课考试课 3. 教学条件: (1) 多媒体教室 (2) 信息化教学平台 4. 教学方法: 本门课程按照项目教学法进行整体设计,重在讲授经济学的基本范畴、基本原理、基本方法。以培养学生对现代经济理论的兴趣和经	A1 B7 C7

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>3. 掌握效用理论的基本内容及其消费者均衡的分析方法及其均衡条件；</p> <p>4. 掌握短期生产要素合理投入区域以及长期生产要素的最适组合；</p> <p>5. 掌握完全竞争市场中企业的短期均衡和长期均衡；</p> <p>6. 掌握不完全竞争市场中典型企业的产量和价格的确定；</p> <p>7. 掌握生产要素的供给均衡及收入分配；</p> <p>8. 掌握帕累托标准概念以及竞争性均衡的条件；</p> <p>9. 掌握市场失灵原因和各种微观经济政策；</p> <p>10. 掌握宏观经济的基本指标及其衡量；</p> <p>11. 掌握国民收入决定理论；</p> <p>12. 掌握失业和通货膨胀的原因，相互之间的关系，经济周期理论；</p> <p>13. 掌握宏观经济政策的目标、手段，财政政策和货币政策的效应；</p> <p>14. 掌握经济增长的决定因素，经济增长的直接原因和间接原因，了解重要的增长理论。</p> <p>能力目标：</p> <p>1. 能运用需求、供给分析方法分析简单的经济现象；</p> <p>2. 能对消费者行为进行简单的均衡分析；</p>	<p>济学思维，并能掌握基本的经济学分析方法为目标。贯彻理论和实践相结合的原则，采用启发式、讨论式、案例分析等教学方法组织教学，充分利用多媒体等现代化教学手段，调动学生学习的积极性。教学过程中融入课程思政，运用马克思主义的立场、观点和方法，强化政治方向和思想引领，突出育人价值。</p> <p>5. 师资要求：</p> <p>经济学原理课程为培养和提升学生的专业基础理论和技能素养，教师应具高校教师资格证，有较强的理论基础，和一定的企业实践经验或实习经历，能够运用企业案例进行教学过程设计，能结合实际工作岗位的知识、能力要求，有效的指导学生将所学与所用有机结合起来。</p> <p>6. 考核方式：</p> <p>本门课程为考试课，采取过程考核+项目考核+期末测评的评价方式，过程考核参照出勤、笔记、案例讨论和作业等考核学生的学习态度。项目考核以项目报告考核学生的综合运用能力，提高学生专业分析、团队合作等工作能力。期末测评采取试卷方式，着重考核基本理论、基础知识的掌握。课程总成绩=过程考核（20%）+项目任务考核（20%）+期末测评（60%）。</p> <p>7. 资源库网址：</p> <p>(1) https://zk.nmxzy.cn</p> <p>(2) http://www.chinaacc.com</p> <p>(3) http://www.icourse163.org</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		3. 能对企业的生产行为进行简单分析； 4. 能运用基本经济变量对宏观经济进行刻画； 5. 能运用基本经济变量对宏观经济进行刻画； 6. 能对宏观经济复合市场运行进行简单分析 7. 能对宏观经济政策及其对经济运行结果的影响展开分析。		
4	社交电商	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	主要内容 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、	A3 B3 C1

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>模式和特点,为后续学习奠定基础。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>能力目标:</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>市场趋势分析等,以便制定更有效的运营和营销策略。</p> <p>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。</p> <p>二、教学要求</p> <p>1. 课程概况: 本课程总学时为 36,其中理论授课 0 时,实践环节 36。课程计划在大二第二学期开设,2 学分。</p> <p>2. 课程性质 专业选修课考查课</p> <p>3. 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。</p> <p>4. 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。</p> <p>5. 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、</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			<p>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。</p> <p>(3) 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。</p> <p>6. 考核方式</p> <p>本门课程为考查课,采取理论、实训相结合的评价方式,理论评价采取试卷方式,实训评价注重学习过程和成果考核。课程总成绩=期末试卷成绩(60%)+课程实训成绩(30%)+平时成绩(10%)。</p> <p>7. 资源库网址:</p> <p>(1) https://zk.nmxzy.cn</p> <p>(2) http://www.chinaacc.com</p> <p>(3) http://www.icourse163.org</p>	
5	社群运营	<p>素质目标:</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>知识目标:</p> <p>1. 社群运营基本概念:了解社群运营的定义、</p>	<p>主要内容</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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</p>	A4 A5 B7 C3

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>特点、价值及其在互联网行业中的地位。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>能力目标:</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>教学要求</p> <p>1. 课程概况: 本课程总学时为 36,其中理论授课 16 时,实践环节 20 学时。在大二第一学期开设,2 学分。</p> <p>2. 课程性质 专业选修课考试课</p> <p>3. 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。</p> <p>4. 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</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			<p>实场景，提升学生的实际操作能力。</p> <p>(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。</p> <p>5. 师资要求</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>6. 考核方式</p> <p>本课程为考查课，采取理论、实训相结合的评价方式，理论评价采取试卷方式，实训评价注重学习过程和成果考核。课程总成绩=期末试卷成绩（60%）+课程实训成绩（30%）+平时成绩（10%）。</p> <p>7. 资源库网址：</p> <p>(1) https://zk.nmxzy.cn</p> <p>(2) http://www.chinaacc.com</p> <p>(3) http://www.icourse163.org</p>	
6	搜索引擎营销	<p>素质目标：</p> <p>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。</p> <p>2. 团队合作精神和创新意识：强化学生的团队合作精神和创新意识，学会在搜索引擎营销项目中与</p>	<p>主要内容</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	A2 B3 C7

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>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。</p> <p>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。</p> <p>知识目标:</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>能力目标:</p> <p>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</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>教学要求</p> <p>1. 课程概况: 本课程总学时为36学时,其中理论授课16学时,实践环节20学时。课程计划在大二第一学期开设,2学分。</p> <p>2. 课程性质 专业选修课考查课</p> <p>3. 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</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>化、内容优化等，提高网站在搜索引擎中的排名和曝光度。</p> <p>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。</p> <p>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）。</p> <p>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。</p>	<p>的环境中进行实践操作。</p> <p>(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。</p> <p>4. 教学方法</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>5. 师资要求</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>6. 考核方式</p> <p>本门课程为考查课，采取理论、实训相结合的评价方式，理论评价采取试卷方式，实训评价注重学习过程和成果考核。课程总成绩=期末试卷成绩（60%）+课程实训成绩（30%）+平时成绩（10%）。</p> <p>7. 资源库网址：</p> <p>(1) https://zk.nmxzy.cn</p> <p>(2) http://www.chinaacc.com</p> <p>(3) http://www.icourse163.org</p>	
7	虚拟	素质目标：	主要内容	A3

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
	主播运营	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>知识目标:</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>4. 市场营销与数据分</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>教学要求</p> <p>1. 课程概况: 本课程总学时为 36,其中理论授课 16 学时,实践环节 20 时。课程</p>	A7 B1 B2 C5

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>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。</p> <p>能力目标：</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>计划在大二第二学期开设，2 学分。</p> <p>2. 课程性质 专业选修课考查课</p> <p>3. 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。</p> <p>4. 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。</p> <p>5. 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。</p> <p>6. 考核方式 本门课程为考查课，采取理论、实训相结合的评价方式，理论评价采取试卷方式，实训评价注重学习过程和成果考核。课程总成绩=期末</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			试卷成绩（60%）+课程实训成绩（30%）+平时成绩（10%）。 7. 资源库网址： (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com (3) http://www.icourse163.org	
8	跨境电子商务基础	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、	一、主要内容 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	A1 A2 A8 B3 B8 C4 C6 C7

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
		<p>规则和惯例,了解不同国家和地区贸易政策和法规。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>能力目标:</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>保跨境交易的顺利进行。</p> <p>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。</p> <p>教学要求</p> <p>1. 课程概况: 本课程总学时为 36 学时,其中理论授课 24 学时,实践环节 12 学时。课程计划在大二第一学期开设,并赋予 2 个学分。</p> <p>2. 课程性质 专业选修课考试课</p> <p>3. 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。</p> <p>4. 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。</p> <p>5. 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、</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要内容与教学要求	支撑培养规格
			<p>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。</p> <p>6. 考核方式 本门课程为考查课，采取理论、实训相结合的评价方式，理论评价采取试卷方式，实训评价注重学习过程和成果考核。课程总成绩=期末试卷成绩（60%）+课程实训成绩（30%）+平时成绩（10%）。</p> <p>7. 资源库网址： (1) https://zk.nmxzy.cn (2) http://www.chinaacc.com (3) http://www.icourse163.org</p>	

（四）实习实训

1. 实习实训目标

对接真实职业场景或工作情境，在校内外进行直播销售与运营、内容策划与编辑、新媒体运营、网络营销推广等实习实训。在互联网和相关服务、批发业、零售业、商务服务业企业等单位进行岗位实习。学生通过网络营销与直播电商专业岗位实习，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；养成创新创业、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。

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排表

(见附录 5)

(二) 学时安排

1. 教学学时安排

每学年安排 40 周教学活动。公共基础课 1044 学时(含公共基础必修课时,公共选修课时),占总学时的 38.38%;专业基础课 408 学时,占总学时的 15%;专业核心课 540 学时,占总学时的 19.85%,专业选修课 180 学时,占总学时的 6.61%;专业综合性实践课程 548 学时,占总学时的 20.14%。实践学时:课内实践学时+集中实践学时=1404 学时,占总学时比例 51.61%。选修课学时:限选学时+任选学时=288 学时,占总学时比例 10.55%。

2. 总学分和总课时

总学分:158 学分,总课时:2720 学时。

3. 各学期教学周任务安排

(1) 内容项计算:课程总学时=理论学时+实践学时=周学时*理

论教学周

(2) 公共任选课程开设学期为 2-4 学期，每学期选一门。

(3) 岗位见习在第 5 学期 1-18 周、第 6 学期 1-8 周开设，共 26 周，计 18 学时/周，共 468 学时。

(三) 学时、学分统计

表 7-1 网络营销与直播电商专业课时安排汇总表

1. 教学课时分配表									
课程类型		课时分配							
		理论/理实一体 教学周		集中 实践 教学周	合计	占总学 时比%	其中		
		理论	课内 实践				必修	选修	
限选	任选								
公共基础课		676	200	168	1044	38.16%	936		108
小计		676	200	168	1044	38.16%	936		108
专业 (技 能) 课	专业基础课	302	106		408	15%	408		
	专业核心课	210	330		540	19.85%	540		
	专业拓展课	116	64		180	6.61%		72	108
	专业综合课			548	548	20.14%	548		
合计		1304	700	716	2720	100%	2432	72	216
比例		1. 实践学时：课内实践学时+集中实践学时=1404 学时，占总学时比例 51.61%； 2. 选课学时：限选学时+任选学时=288 学时，占总学时比例 10.55%。							
2. 学分分配表									
项目		学分			占总学分比例 (%)				
		理论/理实一体教学周	集中实践教学周						
公共基础课		52			32.9%				
专业 (技	专业基础课	24			15.1%				
	专业核心课	31			19.6%				

能)课	专业拓展课	10		6.3%
	专业综合课	35	26	22.1%
学分总计		158		100%

备注：集中实训课程每周计1学分，军事技能训练168学时、3学分，其余集中实践课程每周计20学时。

(四) 教学周数安排

表 7-2 网络营销与直播电商专业教学周数安排

学期	军事技能	素质教育 (含入学教育)	理实一体	专业综合实训	社会实践	劳动实践	课程考核与教学测评	岗位实习	合计	备注
1	3	1	14	0	0	1	1	0	20	不开设专业集中实训
2	/	1	18	0	1	0	2	0	20	
3	/	1	14	3	0	1	1	0	20	
4	/	1	14	3	0	1	1	0	20	
5	/	1	/	/	0	0	1	18	20	
6	/	/	/	4	6	/	2	8	20	

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 基本要求

本专业构建由公共基础课程、公共选修课程、专业基础课程、专业核心课程、专业选修课程、专业综合课程组建的课程体系，为保证本专业人才培养目标的实现须拥有一支师德师风高尚，有崇高的职业道德、为人师表、爱岗敬业、无私奉献，有强健的身体素质和健康的心理素质，对学生关爱有加，具有先进的职教理念、扎实的理论功底、熟练的实践技能、缜密的逻辑思维能力的教师队伍，组成由专业带头人和专业教师、公共课教师、企业兼职教师的结构化创新教师团队。

(1) 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 20:1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，专业核心课程老师须持有护士或医师执业资格证书。高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

表 8-1 网络营销与直播电商专业教师结构表

教学团队	教师类别	专业结构	学历结构	职称结构	数量/要求	备注
公共课教师	思政课教师	相关专业	研究生以上学历	高级职称	创新思政教学模式，能与专业教学共同开展思政教研	学历结构、职称结构达到一种即可
	信息技术课教师	信息技术相关专业	研究生学历	——	了解与网络营销与直播电商相关的信息技术，能够熟练应用	
	公共基础课教师	相应专业	本科以上学历	——	能将基础课程与专业知识融合	
专业教师	专业带头人	网络直播相关专业	——	副高及以上职称	1 名	
	专任教师	网络直播相关专业	研究生及以上学历	——	能够挖掘专业课程中的思政教育元素和资源，使各类课程与思政课同向同行	
	双师型教师	网络直播相关专业	研究生及以上学历	——	占专业教师的 80%以上，每年至少参与 1 个月在企业实践	
	高级职称教师	——	——	高级职称	3 名以上，占教师的 20%以上	
兼职教师	同类学校兼职教师	相关专业	——	高级职称	——	
	对应行业学者专家	相关专业	——	高级职称	行业专家	职称结构、要求达到一种即可
	对口企业技术人员	相关专业	——	——	企业工作经历 5 年以上，并获得高级技能职业资格（或等级）证书、企业能工强将	
其他育人团队	辅导员	——	研究生以上学历	——	配置 1 名辅导员/班	
	教学创新团队	相关专业	——	——	组建教学创新团队 1 个	

教学团队	教师类别	专业结构	学历结构	职称结构	数量/要求	备注
	名师工作室	相关专业	——	——	创建名师工作室1个	
	双创导师	相关专业	——	——	1名以上,满足下列条件之一: 企业管理;3年以上、创办企业经营良好、入选全国万名优秀创新创业人才库	

（2）教师素养总体要求

按照有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心的“四有好教师”的要求建设专业教师队伍，坚持“四个相统一”，即教书和育人相统一、言传和身教相统一、潜心问道和关注社会相统一、学术自由和学术规范相统一，做“四个引路人”，即做学生锤炼品格的引路人、学习知识的引路人、创新思维的引路人和奉献祖国的引路人，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

（3）思政课教师要求

1) 思政课教师应当增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，始终在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，模范践行高等学校教师师德规范。

2) 思政课教师应当用好国家统编教材。以讲好用好教材为基础，认真参加教材使用培训和集体备课，深入研究教材内容吃准吃透。

3) 思政课教师应当加强教学研究。坚持以思政课教学为核心的科研导向，紧紧围绕马克思主义理论学科内涵开展科研，深入研究思政课教学方法和教学重点难点问题，深入研究坚持和发展中国特色社会主义的重大理论和实践问题。

（4）公共基础课教师要求

创新思政教学模式，能与专业教学共同开展思政教研；了解与网络营销与直播电商相关的信息技术，能够熟练应用；能将基础课程与专业知识融合。

(5) 专业带头人要求

表 8-2 网络营销与直播电商专业带头人要求

序号	培养方式	具体要求
1	任职要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持有高校教师资格证书，受聘副高及以上专业技术原则上具有骨干教师资格。 2. 具有五年及以上高校教学科研工作经历，近五年内系统讲授过两门及以上专业主干课程。 3. 具有“双师型”教师资格，近五年内在企业、社会工作或实践锻炼累计达6个月及以上。
2	思政素养要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 热爱党的教育事业，自觉贯彻党和国家的教育方针，具有良好的思想政治素质和教师职业道德。 2. 专业基础扎实，学风教风严谨，积极进取，锐意创新。 3. 在完成教学工作量及本职工作的同时，能主动承担传帮带责任，卓有成效地帮助青年教师成长，具有良好的奉献精神和团队协作能力。
3	教学能力要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 获得区级“教学名师”或“教坛新秀” 2. 获得自治区级教学能力比赛奖项一项； 3. 获院级教学成果奖，或获得省级及以上教学成果奖 4. 院级优秀教学团队成员，或省级及以上教学团队成员 5. 参与提质培优及“双高”专业群建设。
4	专业素养要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有引领良好职业道德的素质 2. 具有诚实守信的良好职业道德 3. 重视培育学生的电商应用才能
5	信息化能力要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 信息化教学设计能力 2. 持续化和碎片话学习能力 3. 新技术应用能力

(6) 骨干教师要求

表 8-3 骨干教师要求

序号	培养方式	具体要求
1	任职要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持有高校教师资格证书，受聘中级及以上专业技术职务。 2. 具有三年及以上高校教学科研工作经历，近三年内系统讲授过两门及以上专业主干课程（公共基础部、马列教学教师不受此限制）。 3. 具有“双师型”教师资格，近三年内在企业、社会工作或实践锻炼累计达3个月及以上。 4. 具有较高的教育教学水平，近三年内取得如下成绩之
2	思政素养要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 热爱党的教育事业，自觉贯彻党和国家的教育方针，具有良好的思想政治素质和教师职业道德。 2. 专业基础扎实，学风教风严谨，积极进取，锐意创新。

序号	培养方式	具体要求
		3. 在完成教学工作量及本职工作的同时，能主动承担传帮带责任，卓有成效地帮助青年教师成长，具有良好的奉献精神和团队协作能力。
=3	教学能力要求	1. 获得院级“教学名师”或“教坛新秀”； 2. 获得院级教学能力比赛奖项一项； 3. 主持院级课程思政示范课一门并验收通过； 4. 主持院级一流核心课程、金课、在线开放课程等课程建设，或参与省级及以上课程建设； 5. 获院级教学成果奖，或获得省级及以上教学成果奖； 6. 院级优秀教学团队成员，或省级及以上教学团队成员。
4	专业素养要求	1. 具有引领良好职业道德的素质； 2. 具有诚实守信的良好职业道德； 3. 重视培育学生的电商应用才能。
5	信息化能力要求	1. 信息化教学设计能力； 2. 持续化和碎片话学习能力； 3. 新技术应用能力。

(7) “双师型”教师要求

表 8-4 “双师型”教师要求

序号	培养方式	具体要求
1	任职要求	1. 教育教学能力：能收集和了解本专业的新进展、新知识，能及时提出有关专业（学科）建设的意见和建议。能承担 1 门以上专业理实一体化课程或专业实践教学工作，教学目标明确、完整，教学效果良好。积极探索教学方法和手段，积极参加教研室各种学术、教研和其他活动； 2. 专业建设能力：具有一定的组织和开展教育教学研究能力，能收集和了解职教研究的新进展、新知识，积极主动参与专业建设、课程建设、专业研究和教学改革研究； 3. 专业实践能力：有 1 年以上与专业相关的企业工作经历或近两年累计不少于 2 个月的企业实践经历或近 5 年中有累计不少于 6 个月在企业或生产服务一线实践经历。
2	思政素养要求	1. 热爱党的教育事业，自觉贯彻党和国家的教育方针，具有良好的思想政治素质和教师职业道德； 2. 专业基础扎实，学风教风严谨，积极进取，锐意创新； 3. 在完成教学工作量及本职工作的同时，能主动承担传帮带责任，卓有成效地帮助青年教师成长，具有良好的奉献精神和团队协作能力。
3	教学能力要求	1. 在教育教学团队中发挥关键作用，担任盟市级以上专业带头人、教学名师、教坛新秀、名师工作室负责人、教学创新团队带头人、技艺技能传承创新平台负责人、教育部或省级部门专

序号	培养方式	具体要求
		业建设委员会成员等； 2. 主持完成盟市级以上重要教育教学改革项目、教学研究项目或科研项目 1 项以上； 3. 在教育思想、专业建设、课程改革、实践教学改革、教学方法等方面取得显著成果，能够发挥示范引领作用，培养和指导青年教师 3 名以上； 4. 发表、出版有重要影响的学术论文、教学研究成果、著作或教科书等代表性成果。
4	专业素养要求	1. 具有引领良好职业道德的素质； 2. 具有诚实守信的良好职业道德； 3. 重视培育学生的电商应用才能。
5	信息化能力要求	1. 信息化教学设计能力； 2. 持续化和碎片话学习能力； 3. 新技术应用能力。

(8) 专任教师要求

1) 拥护党的教育方针，具备良好的思想政治素质和职业道德，热爱教育事业，遵纪守法，有良好的身心素质和工作责任心；

2) 具有较高的专业素养或技术技能水平，能够胜任教学科研、专业建设或技术技能传承等教育教学工作；

3) 长期在经营管理岗位工作，具有丰富的经营管理经验；或长期在本专业（行业）技术领域、生产一线工作，原则上应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级；或在相关行业具有一定声誉和造诣的能工巧匠、劳动模范、非物质文化遗产国家和省市级传承人等。

(9) 兼职教师要求

表8-5 兼职教师要求

序号	培养方式	具体要求
1	任职要求	1. 拥护党的教育方针，具备良好的思想政治素质和职业道德，热爱教育事业，遵纪守法，有良好的身心素质和工作责任心；

序号	培养方式	具体要求
		<p>2. 具有较高的专业素养或技术技能水平，能够胜任教学科研、专业建设或技术技能传承等教育教学工作；</p> <p>3. 长期在经营管理岗位工作，具有丰富的经营管理经验；或长期在本专业（行业）技术领域、生产一线工作，原则上应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级；或在相关行业中具有一定声誉和造诣的能工巧匠、劳动模范、非物质文化遗产国家和省市级传承人等。</p>
2	思政素养要求	<p>1. 热爱党的教育事业，自觉贯彻党和国家的教育方针，具有良好的思想政治素质和教师职业道德。</p> <p>2. 专业基础扎实，学风教风严谨，积极进取，锐意创新</p> <p>3. 在完成教学工作量及本职工作的同时，能主动承担传帮带责任，卓有成效地帮助青年教师成长，具有良好的奉献精神和团队协作能力。</p>
3	教学能力要求	<p>1. 在教育教学团队中发挥关键作用，担任盟市级以上专业带头人、教学名师、教坛新秀、名师工作室负责人、教学创新团队带头人、技艺技能传承创新平台负责人、教育部或省级部门专业建设委员会成员等；</p> <p>2. 主持完成盟市级以上重要教育教学改革项目、教学研究项目或科研项目 1 项以上；</p> <p>3. 在教育思想、专业建设、课程改革、实践教学改革、教学方法等方面取得显著成果，能够发挥示范引领作用，培养和指导青年教师 3 名以上；</p> <p>4. 发表、出版有重要影响的学术论文、教学研究成果、著作或教科书等代表性成果。</p>
4	专业素养要求	<p>1. 具有引领良好职业道德的素质；</p> <p>2. 具有诚实守信的良好职业道德；</p> <p>3. 重视培育学生的电商应用才能。</p>
5	信息化能力要求	<p>1. 信息化教学设计能力；</p> <p>2. 持续化和碎片话学习能力；</p> <p>3. 新技术应用能力。</p>

2. 师资现状

(1) 师资结构

表8-6 网络营销与直播电商专业师资队伍结构分析

人员类型		人数	生师比
教师人数	校内专业教师	14	2.85: 1
	公共基础课教师	15	
	校外企业兼职教师	5	
合计		34	

人员类型		人数	生师比
在校学生人数	2022级在校学生人数	32	
	2023级在校学生人数	15	
	2024级预计入学新生人数	50	
合计		97	

本专业共有教师27人，其中校内专业教师22人，占81%；公共基础课教师0人，占0%；校外企业兼职教师5人，占19%。“双师素质”教师13人，占专业教师的比例为59%。

表8-7 网络营销与直播电商专业师资结构分析

序号	教师类型	人数	比例	备注
1	校内专业教师	22	81%	
2	公共基础课教师	0	0	
3	校外企业兼职教师	5	19%	
合计		27		

(2) 职称结构

本专业校内专业教师共22人，其中正高级职称5人，占23%；副高级职称8人，占36%；中级职称3人，占14%；初级职称6人，占27%；。

表8-8 网络营销与直播电商专业教师职称结构分析

序号	教师类型	人数	比例
1	正高级职称	5	23%
2	副高级职称	8	36%
3	中级职称	3	14%
4	初级职称	6	27%
合计		22	

(3) 学历结构

本专业校内专业教师共22人，其中博士0人，占0%；硕士/研究生12人，占55%；本科10人，占45%。

表8-9 网络营销与直播电商专业教师学历结构分析

序号	教师类型	人数	比例
1	博士	0	0%
2	硕士/研究生	12	55%
3	本科	10	45%
合计		22	

(二) 教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实验室、实训室和实习实训基地。

1. 专业教室基本条件

本专业应配备多媒体教室5个，双屏教室1个，智慧教室1个；并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

表 8-10 教室功能配置表

教室类型	环境描述	功能描述
多媒体教室	<p>环境整体描述</p> <p>1. 教室前端:86英寸交互一体机1台、推拉组合白板1块(尺寸:4000mm×1281mm),可加墨书写笔一套。 部署方式:交互一体机正面居中嵌入推拉组合白板内距地1.1m固定安装。</p> <p>2. 教室侧墙:大尺寸普通粉笔书写黑板1块(尺寸:4000mm×1000mm)。 部署方式:教室进门处侧墙居中距地1.1米固定壁挂安装。</p> <p>3. 教学区:普通单工位环保木质课桌40套。 部署方式:横排摆放。</p> <p>4. 巡课监控系统:红外半球摄像机1台,智能球形摄像机1台,拾音器1个。 部署方式:教室前端靠窗户距地2.5m</p>	<p>1. 支撑教师多媒体教学,混合式教学等教学模式的开展,转变以教师为中心的演讲式教学模式。</p> <p>2. 教室大尺寸普通黑板用于多个学生参与课堂教学板书。</p> <p>3. 教室巡课系统可实现校领导、同行远程教学观摩和评教。</p> <p>4. 实现网络教学资源班班通。</p>

教室类型	环境描述	功能描述
	<p>处壁挂安装红外半球摄像机采集学生区域图像，教室后端居中距地 2.5m 处壁挂安装智能球形摄像机采集教师讲课区域图像，拾音器讲台区域居中距地 2.5m 处壁挂安装，采集教师讲课声音。</p> <p>5. 班班通系统：教室前端部署网络信息点位 1 个，用于连接互联网。</p>	
<p>双屏教室</p>	<p>1. 教室前端：86 英寸交互一体机 2 台、可移动磁性白板 1 块（尺寸：900mm×1500mm），可加墨书写笔一套。 部署方式：交互一体机正面居中距地 1.1m 固定安装 2 台，可移动磁性白板放置在交互一体机右侧。</p> <p>2. 教室侧墙：大尺寸普通粉笔书写黑板 1 块（尺寸：4000mm×1000mm）。 部署方式：教室进门处侧墙居中距地 1.1 米固定壁挂安装。</p> <p>3. 教学区：普通单工位环保木质课桌 40 套。 部署方式：横排摆放。</p> <p>4. 巡课监控系统：红外半球摄像机 1 台，智能球形摄像机 1 台，拾音器 1 个。 部署方式：教室前端靠窗户距地 2.5m 处壁挂安装红外半球摄像机采集学生区域图像，教室后端居中距地 2.5m 处壁挂安装智能球形摄像机采集教师讲课区域图像，拾音器讲台区域居中距地 2.5m 处壁挂安装，采集教师讲课声音。</p> <p>5. 课堂录播系统：录播主机 1 台，教师、学生画面录制摄像机 2 台，全向声音采集设备 1 套，智能控制显示终端 1 台。 部署方式：录播主机安装于多媒体讲桌内，教师摄像机安装于教室后端，学生摄像机安装于教室前端，教学音频采集设备吊顶安装与讲台区域。</p> <p>6. 班班通系统：教室前端部署网络信息点位 2 个，用于连接互联网。</p>	<p>1. 满足普通教室多媒体教学功能。</p> <p>2. 双屏教学场景应用： 一屏用于电子白板书写，一屏用于多媒体课件内容显示，有效的避免了一台一体机频繁切换电子白板和多媒体课件的弊端。 方便教师多样化教学内容展示，一屏显示课堂教学内容，一屏可打开相关教学资源，检索和查阅课堂相关教学重点和难点知识配合讲解（包括图片、音视频、文档资料等）。 基于课堂管控和课堂教学为一体的新型教学模式应用，一屏用于课堂教学内容显示，一屏用于课堂教学管控平台应用。可有效管控课堂纪律，同时有利于促进教师利用信息技术手段提升专业教学技能和自身素质。</p> <p>3. 课堂录播系统可快速积累丰富的校本优质同步教学资源，形成校级优质教学资源库。</p>
<p>智慧教室</p>	<p>教室讲台区域：部署 86 英寸智慧黑板</p>	<p>(1) 实现课堂教学实况直</p>

教室类型	环境描述	功能描述
	<p>2台（固定安装），黑板部分用于教师课堂板书，双一体机设备一屏用于多媒体信息化教学；一屏用于师生课堂互动。</p> <p>学生区域：部署两台可移动86英寸交互触控一体机，一屏用于课堂教学评价、数据分析展示；另一屏用于学生个人作品展示等。</p> <p>基于学情分析的智慧教学系统：支撑开展多种模式的智慧教学；支撑教学评价（过程性评价、增值性评价等）；支撑智慧课堂数据分析；支撑教学管理，助推教育教学模式改革。</p>	<p>播、录制，支持本地化在线精品课程建设。</p> <p>（2）支撑教学能力大赛、班主任大赛等应用场景。</p> <p>（3）实现“线上+线下”混合教学模式应用。</p> <p>（4）支撑课堂革命教学案例打造。</p> <p>（5）支持基于互联网的学习，支持移动端学习和泛在学习。</p> <p>（6）配置多台学习终端，满足个性化学习、协作学习、翻转课堂等多种教学模式需求。</p> <p>（7）具备多媒体教学和扩音功能，并支持无线投屏，可实现基于双屏的教学模式开展。</p> <p>（8）灵活组合式学生桌椅，满足交流研讨和自由移动式学习需求，打造基于团队展示、自主学习和自由讨论等多样化空间分组。</p>

2. 校内实训室（基地）基本要求

表 8-11 网络营销与直播电商专业校内实验实训条件一览表

序号	实验实训室名称	主要实训项目 (主要功能)	主要设备	工位数
1	电子商务实训室	电子商务基础	计算机	30
2	普通机房	内容策划与编辑、图形图像处理	计算机	30
3	多功能实训室	直播销售、新媒体运营、农村电商项目实战	直播设备	50

3. 校外实习基地基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

表 8-12 专网络营销与直播电商业校外实训基地一览表

序号	基地名称	主要实习项目（主要功能）	接纳人数
1	内蒙古盐业集团	直播销售	40
2	兴安盟电商协会	电商	40
3	兴安盟心悦会	直播销售	30

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过活页式教材等多种方式进行动态更新。

（1）公共课教材选用

表 8-13 公共课教材选用表

课程	教材名称	备注
思想道德与法治	思想道德与法治（2023年版）	国家统编教材
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 2023版	国家统编教材
形势与政策	时事报告大学生版 2023-2024-2 学期	国家统编教材
职业规划与就业指导	职业生涯规划与就业指导	国家规划教材
创新创业基础（理论）	大学生创业教育教程	国家规划教材
信息技术 I	信息技术基础（第 2 版）	国家规划教材
信息技术 II	信息技术基础（第 2 版）	国家规划教材

课程	教材名称	备注
大学英语/日语 I	新编实用英语综合教程 1	国家规划教材
大学英语/日语 II	新编实用英语综合教程 1	国家规划教材
大学英语/日语 (选项) I	新编实用英语综合教程 2 (第五版) (修订版)	国家规划教材
大学英语/日语 (选项) II	新编实用英语综合教程 2 (第五版) (修订版)	国家规划教材
大学生心理健康教育	心理健康教育 (第三版) (含微课)	国家规划教材
军事理论	新编军事理论与技能训练教程	国家规划教材
国家安全教育	《国家安全教育大学生读本》	国家规划教材
劳动教育	劳动教育理论与实践教程	国家规划教材
中华民族共同体概论	中华民族共同体概论	国家统编教材
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	习近平新时代中国特色社会主义思想 概论	国家统编教材
大学语文	大学语文 (第三版)	国家规划教材
高等数学 I	高等数学	国家规划教材
高等数学 II	高等数学	国家规划教材
公共体育 I、II, 体育选项	《职业体育与健康立体化教程》	国家规划教材

(2) 专业 (技能) 课教材选用

表 8-14 专业 (技能) 课教材选用表

课程	教材名称	备注
电子商务基础	电子商务基础	国家规划教材
商品拍摄与素材编辑	商品拍摄与素材编辑	国家规划教材
财税基础	财税基础	国家规划教材
零售基础	零售基础	国家规划教材
市场营销策划	市场营销策划	国家规划教材
直播销售	主播素养	国家规划教材
网络推广	网店推广与运营	国家规划教材
电子商务法律法规	电子商务法律法规	国家规划教材
内容策划与编辑	内容策划与编辑	国家规划教材
商务数据分析与应用	商务数据分析与应用	国家规划教材
选品与采购	选品与采购	国家规划教材
短视频与直播运营	短视频与直播运营	国家规划教材
新媒体运营	新媒体运营	国家规划教材

课程	教材名称	备注
客户服务与管理	客户服务与管理	国家规划教材
直播销售	直播销售	国家规划教材
营销渠道运维	营销渠道运维	国家规划教材
经济学原理	经济学原理	国家规划教材
品牌策划与推广	品牌策划与推广	国家规划教材
短视频采集与制作	短视频采集与制作	国家规划教材
搜索引擎营销	搜索引擎营销	国家规划教材
社群运营	社群运营	国家规划教材
跨境电子商务基础	跨境电子商务基础	国家规划教材
社交电商	社交电商	国家规划教材
虚拟主播运营	虚拟主播运营	国家规划教材

2. 图书、文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：电子商务相关政策法规、行业标准、技术规范以及专业相关实训手册等；专业操作技术类图书和实务案例类图书等；5种以上专业学术期刊等。及时配置新技术、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。鼓励配备中外文数据库。

表 8-15 学习网站一览表

序号	网址	网站名称
1	https://zk.nmxzy.cn	兴安职业技术学院
2	https://higher.smartedu.cn/	国家高等教育课程教育资源平台
3	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/homePage/homePage.html	职教云
4	https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=vf3mameoeqldnglzy0gdxg	智慧职教云平台
5	https://zk.nmxzy.cn/workstation/index.html#/navigation	风速平台
6	http://www.icourse163.org	中国大学 MOOC
7	https://www.smartedu.cn/home/province?name=%E8%81%8C%E6%95%99	国家职业教育智慧教育平台

3. 数字教学资源配置的基本要求

表 8-16 网络营销与直播电商专业教学资源情况一览表

课程类别	资源类型	主要用途
公共基础课	微课	辅助进行线上线下结合的教学模式的开展，引导学生课前、课后进行自主学习。
	视频	为公共基础课教学提供客观、真实的案例，实现理论与实践的结合。
	文本	以模块化形式对知识点进行系统梳理，帮助教师教学，帮助学生理解。
	动画	以动画形式对微积分、图形变换等进行系统说明。
	题库	辅助进行线上测试；帮助学生进行自测；为教师布置作业提供帮助。
专业课	微课	专业课程知识点的讲解，1+X 证书、技能资格证书考取知识点讲解，辅助进行线上线下结合的教学模式的开展，引导学生课前、课后进行自主学习。
	视频	现场案例视频、实训操作视频，为实训课教学提供现场案例、实训指导、1+X 证书实操指导以及第二课堂线下指导。
	文本	以模块化形式对知识点进行系统梳理，帮助教师教学，帮助学生理解。
	动画	以动画形式对设备工作原理、动作过程等进行介绍、展示。
	题库	为学生考取 1+X 证书、技能资格证书进行线上测试；辅助进行线上测试；帮助学生进行自测；为教师布置作业提供帮助。
	仿真实训软件	为学生考取 1+X 证书、技能资格证书提供技能指导；学生进行实训。

（四）教学方法

按照“教、学、做合一”的总体原则，根据课程性质，采用班级授课、分组教学、现场教学、实践训练、讨论、讲座等形式组织教学；不断改革教学方法，采用任务驱动法、案例教学法、引导文教学法等方法；不断创新教学手段，利用网络、多媒体、空间等信息化手段，倡导学生利用信息化手段自主学习、自主探索，积极开展师生教学互动，达到共同学习、共同提高的目的。

1. 任务驱动法

教师给学生布置探究性的学习任务，学生查阅资料，对知识体系进行整理，再选出代表进行讲解，最后由教师进行总结。任务驱动教学法可以以小组为单位进行，也可以以个人为单位组织进行，它要求教师布置任务要具体，其他学生要积极提问，以达到共同学习的目的。任务驱动教学法可以让学生在完成“任务”的过程中，培养分析问题、解决问题的能力，培养学生独立探索及合作精神。

2. 案例教学法

案例来自于生产过程中的真实情境或事件，教师于教学中扮演着设计者和激励者的角色，鼓励学生积极参与讨论，有助于培养和发展学生主动参与课堂讨论，案例教学法是在学生掌握了有关基本知识和分析技术的基础上，在老师的精心策划和指导下，根据教学目的和教学内容的要求，将学生带入特定事件的案例进行分析，通过学生的独立思考或集体协作，进一步提高其识别、分析和解决某具体问题的能力，同时培养正确的学习理念、沟通能力和协作精神的教学方式。

3. 项目教学法

教师根据新能源汽车行业企业中工作岗位的需求和教学内容合理选择实训项目，将一个相对独立的项目交由学生自己处理信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价，学生通过该项目的进行了解并把握整个过程及每一个环节中的基本要求。其主张先练后讲，先学后教，强调学生的自主学习，主动参与，从尝试入手，从练习开始，

调动学生学习的主动性、创造性、积极性等，学生唱“主角”，而实训教师转为“配角”，有利于加强对学生自学能力、创新能力的培养。

4. 理实一体化教学

教师在汽车理实一体化教室中把实际教学过程中的理论和实践结合起来，教师充分发挥主导作用，通过设定教学任务和教学目标，让师生双方边教、边学、边做，全程构建素质和技能培养框架，丰富课堂教学和实践教学环节，提高教学质量。教师可根据人才培养方案、课程标准的要求，针对学生学情和教学条件对教学中的理论、实操、仿真软件比例、教学手法和教学形式灵活调整，突出学生动手能力和专业技能的培养，充分调动和激发学生学习兴趣，以收获最佳教学效果。

（五）学习评价

本专业构建了评价内容多元、评价主体多元、评价方式多元的多元化考核评价体系，并制定相应制度，运用信息化手段保障多元评价的实施。

1. 评价内容多元

以学生综合素质评价为核心，围绕五个维度：道德与公民素养、技能与学习素养、运动与身心健康、审美与艺术素养、劳动与职业素养，下设二级指标，对学生进行考核。

表 8-17 学生综合素质考核指标一览表

一级指标		二级指标
道德与公民素养	思想品德	热爱祖国关心时政
		遵纪守法遵守公德
		关心集体尊重他人学会合作乐于助人
		爱学习有专长
		诚实守信自尊自爱

一级指标		二级指标		
	行为养成	宿舍纪律		
		教室纪律		
		出勤		
		餐厅纪律		
		两操		
		集会		
		其他		
	日常礼仪	仪容仪表仪态		
		礼仪语使用		
		礼仪课堂表现		
		日常礼仪运用情况		
		礼仪比赛表现		
	礼仪学习和运用的整体情况和效果			
	技能与学习素养	公共基础课	出勤	
学习态度				
平时小测				
作业				
实验成绩				
期中期末考试				
专业课		出勤情况		
		课堂表现		
		项目测验		
		成果/设计演示		
		线上资源学习		
		期末考试		
实习实训		综合实训	实践动手能力	
			分析解决问题能力	
			沟通合作能力	
			创新能力	
		岗位实习	实训项目成果	
			期末作品设计	
			岗位实习鉴定表	
岗位实习报告				
纪律表现				
身体素质				
课外体育活动				
个人品质与行为				
心理健康				
意识与观念				
艺术活动与表演				
中华优秀传统文化艺术				

一级指标	二级指标
劳动与职业素养	意识与观念
	日常生活劳动
	劳动教育
	校外公益服务劳动

2. 评价主体多元

评价主体多元化，重视学生发展性评价，倡导多方参与互动，即教师评价、学校评价、家长和社会、学生自评与学生互评等相结合。

表 8-18 评价主体及内容对照表

评价主体		评价内容
教师	辅导员 班主任	1. 通过学生日常表现、参与学校活动情况、接人待物情况对学生的德育进行评价； 2. 通过学生作业完成情况、班级表现和课堂学习成绩对学生进行智育的评价； 3. 通过学生积极参加学校各项活动和体育运动对学生进行体、美、劳方面的评价。
	专业课 教师	1. 专业教师通过学生的课堂表现、学生的积极性、课堂出勤表、作业完成情况、学生成绩册对学生进行专业课程方面进行评价； 2. 专业教师通过学生职业资格证获取和对专业知识的了解对学生进行专业技能的评价。
	公共课 教师	1. 公共课教师通过对学生的课堂表现、课堂出勤表、学生学习积极性、作业完成情况对学生进行评价； 2. 通过学生参加艺术相关活动、活动作品展示对学生进行艺术评价。
家长	家长	1. 通过学生日常生活表现，解决问题方式对学生进行评价； 2. 通过学生和其他学生的沟通交流方式对学生评价。
学生 自评	学生 自评	1. 通过自己能够自觉预习、积极思考、能积极查找相关学习资源进行课前自我评价； 2. 通过自己能够专心听讲、上课大胆踊跃发言、能提出合理、可行的问题解决方案进行课中自我评价； 3. 通过自己能够独立完成作业，做到课后复习对自己做出课后自我评价。
互评	同学 评价	1. 通过同学上课认真听课，在小组活动中积极主动参与对同学进行课中评价； 2. 通过同学认真完成作业，主动帮助提示其他同学，在学习中想其他的解决方法对同学进行课后评价。

评价主体		评价内容
企业	技术人员	1. 通过学生在实践单位的日常表现、实习鉴定表、出勤表、对学生进行职业道德的评价； 2. 通过学生在日常工作中的仪容仪表对学生进行行为评价； 3. 通过学生的工作完成情况、职业技能证书和工作能力对学生进行职业技能的评价。
	专家	1. 通过学生的职业道德、行为表现对学生进行评价； 2. 通过学生的职业技能和职业技能证书对学生进行评价。

3. 评价方式多元

① 终结性评价（以试题库为主要内容）

终结性评价在每个学期的期末进行，也可在某一单元任务完成后进行。这种评价对公共课程和专业课程均有效。

教师根据课程目标，对知识性的问题，在课程题库中抽取相关的试题组成试卷，按照课程标准的要求在适当的时间由学生进行答卷；而对于技能型和专（职）业素养的考核，则根据课程标准要求学生在规定的时间内完成某一个作品的制作，安排相应的案例或场景由学生完成特定的任务，从而检验技能和素养是否达到课程目标的要求。

对课程的总结性评价以预先设定的教学目标为基准，主要为学生的学业成绩，考察学生掌握某门学科的整体程度，概括水平较高，测验内容范围较广，除了传统的纸笔测试外，根据课程的性质，还增加了口试、听力、上机操作、成果展示等方式。

② 形成性评价（以学习过程为主）

形成性考核以提升学生综合素质及能力为目的，一方面考核学生的课堂教学出勤、平时作业、项目任务完成、实验实习的实际操作水平、实验实习报告、实习日志、实验实习表现情况等。另外，根据网

网络营销与直播电商专业对学生知识、技能和素养的要求，针对公共基础领域课程、专业领域课程、实习实训、岗位实习等方面，设置了不同形式的综合性评价。过程性考核不仅评价学生基础知识和基本技能的掌握情况，更关注学生在学习过程中表现出来的情感、态度和合作精神等，其目的是帮助学生有效调控自己的学习，激励学习动机，培养学生良好的学习态度和团队合作精神等。

（六）质量管理

学校和二级院系应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

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

专业教研组织应建立集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、

技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

（一）日常行为规范和操行

1. 学生必须按时参加系部、学院统一安排、组织的一切活动，集中授课、实训等均要进行考勤。

2. 学生集中教学期间，上课不得迟到、早退，违者予以批评教育，屡教不改者要给予纪律处分。学生不请假或请假未批准而缺席者，按旷课处理。

3. 学生缺席时数达到某门课程集中授课学时数三分之一的，不得参加本课程考试，应予重新学习。

4. 各类课程考试一般不得请假。学生因特殊原因不能参加考试，必须于考试前提出请假和缓考申请，经系（院）主管领导同意后报教务处批准，方可缓考；未经批准擅自缺考，按旷考处理。旷考者不得参加补考，直接重新学习。

5. 学生必须按时参加本专业统一安排的教育见习，并认真完成各项见习任务，填写见习手册，方可毕业。

6. 学生必须按时参加本专业统一安排的九项技能考核，当次考核不合格者，下一学期统一组织补考，补考不合格必须随下一年级重新学习该项技能并考核通过。未经批准擅自缺考者，按旷考处理，旷考者不得参加补考，须重新学习。

（二）毕业学分要求

1. 学分要求：必须取得本专业规定的148学分。
2. 岗位实习：岗位实习开设于第五学期，必需取得不少于16学分，不少于480学时。
3. 素质教育分要求：综合素质训练活动必须取得5学分，具体参照《大学生综合素质教育分获取项目表》。
4. 技能考证考级：技能考证考级项目必须取得5学分。
5. 公共选修模块：限选6学分。

(三) 职业资格证书

表 9-1 职业资格证书

序号	证书名称	证书等级	颁证机构	学分
1	计算机等级考试一级	1	教育部考试中心	2.0
2	计算机等级考试二级	2	教育部考试中心	3.0
3	自治区高职英语应用能力考试	1	教育部	2.0
4	全国英语四级证书	4	国家教育部高教司	3.0
5	全国英语六级证书	6	国家教育部高教司	4.0
6	普通话合格证书		国家语言文字工作委员会	2.0
7	驾驶证		公安部门车辆管理所	2.0

(四) 职业技能等级证书

表 9-2 职业等级证书

序号	证书名称	证书等级	颁证机构	学分
1	网店运营与推广职业技能等级证书	1	中联集团教育科技有限公司	5.0
2	电子商务师	1	人力资源和社会保障局或者是职业技能鉴定中心	5.0

十、附录

附录 1：专业人才培养方案主要编制依据

[1] 国务院关于印发《国家职业教育改革实施方案》的通知（国发〔2019〕4号）

[2] 教育部和中央军委国防动员部关于印发《普通高等学校军事课教学大纲》的通知（教体艺〔2019〕1号）

[3] 教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见（教职成〔2019〕13号）

[4] 《教育部关于印发〈新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求〉的通知》（教社科【2018】2号）

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

[6] 中共中央国务院《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》（2020年3月20日）

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

[8] 《职业教育专业简介》

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

[10] 高等职业教育专科信息技术课程标准（2021版）

[11] 兴安职业技术学院 2024 年专业人才培养方案修订通知

附录 2：人才培养方案主要编制人

人才培养方案主要编制人

序号	姓名	单位	职务	职称
1	永恒	管理服务系	系主任	副教授
2	杨凌奕	管理服务系	副主任	教授
3	张小华	管理服务系	专任教师	副教授
4	金紫钰	管理服务系	教研室主任	助教
5	金昔	校企合作办	副主任	讲师
6	柳盈	兴安盟八章文化传媒有限公司	总经理	高级电子商务师
7	孙敏辉	兴安盟心悦汇	市场部总经理	

附录 3：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。

培养模式：

1. 人才培养定位

在网络营销与直播电商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网络安全职业理念，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，针对企业生产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。

附录 4：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。本科对口专业有电子商务和市场策划等。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

可转化为主播、电子商务运营师、商务选品员、视频创推员等。

附录 5：教学进程安排表

网络营销与直播电商专业各学期教学周任务安排（教学进程安排表）

课程类别	序号	课程代码	课程名称	课程性质		学分	教学课时			开设学期	教学进程（学期、教学活动周数、课堂教学周数、平均周学时）						课程考核	开课部门	备注						
				课程类型 (A/B/C)	是否理实一体		总计	理论	实践		1 学期	2 学期	3 学期	4 学期	5 学期	6 学期									
																				20	20	20	20	20	20
																				16	18	18	14	0	0
公共基础课	1	1900001323	思想道德与法治	A		3	54	32	22	1	2						考试	马克思主义教学部							
	2	1900001324	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A		2	38	38	0	2		2					考试	马克思主义教学部							
	3	1900001303	形势与政策	A		1	32	32	0	1-4	24W	24W	24W	24W			考查	马克思主义教学部	不计入周学时平均值						
	4	1900001304	职业规划与就业指导	B	是	1	18	16	2	2		2/1-9W					考试	招就处	周学时平均值 1						
	5	1900001305	创新创业基础（理论）	A		1	18	18	0	2		2/10-18W					考试	招就处	周学时平均值 1						
	6	1900001306	体育 I	C		1	18	0	18	1	1						考查	体育系							
	7	1900001307	体育 II	C		2	30	0	30	2		2					考试	体育系							
	8	1900001308	体育选项 I	C		2	30	0	30	3			2				考查	体育系	必选						
	9	1900001309	体育选项 II	C		2	30	0	30	4				2			考试	体育系	必选						
	10	1900001325	信息技术 I	B	是	2	32	16	16	1	2						考查	信息工程系	线上+线下						
	11	1900001326	信息技术 II	B	是	2	36	18	18	2		2					考试	信息工程系	线上+线下						
	12	1900001311	大学英语/日语 I	A		2	32	32	0	1	2						考查	公共教学部							
	13	1900001312	大学英语/日语 II	A		2	36	36	0	2		2					考试	公共教学部							
	14	1900001321	大学英语/日语(选项) I	A		2	36	36	0	3			2				考查	公共教学部	必选						

	15	1900001322	大学英语/日语(选项) II	A		2	36	36	0	4				2			考试	公共教学部	必选
	16	1900001313	大学生心理健康教育	B	是	2	32	16	16	1-2	2/7w	2/9w					考试	学生处	开设学期一年级1-2学期
	17	1900001314	军事理论	A		2	36	36	0	1	2						考试	学生处	
	18	1900001328	军事训练(入学教育)	C		3	168	0	168	1	3W						考查	学生处	不计入周学时平均值
	19	2400001327	国家安全教育	A		1	18	18	0	2		1					考试	公共教学部	周学时平均值1
	20	1900001317	劳动教育	A		1	16	16	0	2		1					考试	学生处	周学时平均值1
	21	2400001320	中华民族共同体概论	A		2	32	32	0	4				2			考试	马克思主义教学部	
	22	1900001329	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A		3	54	36	18	3			2				考试	马克思主义教学部	
	23	1900001330	大学语文	A		2	36	36	0	3			2				考试	师范教育系	
	24	1900001335	高等数学 I	A		2	32	32	0	1	2						考查	公共教学部	
	26	1900001336	高等数学 II	A		2	36	36	0	2		2					考试	公共教学部	
27	1900001319	大学生综合素质教育			5											考查	多部门	按照《兴安职业技术学院学生综合素质评价考核方案》执行	
公共选修课	小计					52	936	568	368										
	1	—	公选(艺术)	A		2	36	36	0	2-4			2			考查	公共教学部	具体名称见附表,选课方式见通知。	
	2	—	公选(五史)	A		2	36	36	0	2-4			2			考查	马克思主义教学部		
	3	—	公选(素养)	A		2	36	36	0	2-4			2			考查	多部门		
	小计					6	108	108	0		0	2	2	2	0	0			
公共基础课累积、占学时总比例					58	1044	676	368		12	17	10	8	0	0			38.38%	
专业(技能)课	专业基础课	1	2403151301	电子商务基础	B	是	3	48	40	8	1	3					考试		
		2	2403151302	商品拍摄与素材编辑	B	是	4	64	40	24	1	4					考试		
		3	2403151303	财税基础	B	是	2	32	28	4	1	2					考试		
		4	2403151304	零售基础	B	是	3	48	30	18	1	3					考试		
		5	2403151308	电子商务法律法规	B	是	3	54	54	0	2		3				考试		
		6	2403151305	市场营销	B	是	3	54	40	14	2		3				考试		
		7	2403151310	商务数据分析与应用	B	是	3	54	40	14	3			3			考试		
		8	2403151311	选品与采购	B	是	3	54	30	24	3			3			考试		

	9	2403151316	主播素养	C	是	2	36	10	26	2		2					考试		
	10	2403151307	网店运营与推广	B	是	4	72	20	52	2		4					考试		
	11	2403151306	直播销售	C	是	4	72	20	52	3			4				考试		
	12	2403151309	内容策划与编辑	B	是	4	72	20	52	3			4				考试		
	13	2403151314	客户服务与管理	B	是	3	54	30	24	4				3			考试		
	14	2403151312	短视频与直播运营	C	是	4	72	30	42	4				4			考试		
	15	2403151313	新媒体运营	B	是	4	54	30	24	6						4	考试		
	16	2403151315	农村电商项目实战	C	是	6	108	50	58	6						6	考试		
	小计					55	948	512	436			12	13	14	15	0	10		
专业 拓展 课	1	2403152301	经济学原理	B	是	2	36	20	16	1	2						考查	专业任选课	
	2	2403152302	品牌策划与推广	B	是	2	36	24	12	3			3				考查	专业限选课	
	3	2403152303	短视频采集与制作	C	是	2	36	0	36	2		3					考查	专业限选课	
	4	2403152304	搜索引擎营销	B	是	2	36	16	20	3			3				考查	专业任选课	
	5	2403152305	社群运营	B	是	2	36	16	20	3			3				考查	专业任选课	
	6	2403152306	跨境电子商务基础	B	是	2	36	24	12	3				2			考查	专业任选课	
	7	2403152307	社交电商	C	是	2	36	0	36	4				2			考查	专业任选课	
	8	2403152308	虚拟直播运营	B	是	2	36	16	20	4				2			考查	专业任选课	
	小计					10	180	116	64			5	9	6					
专业 综合 课	1	2403151317	毕业设计	C		4	80	0	80							4W	考查		
	2	2103151324	岗位实习	C		26	468	0	468						18W	8W	考查		
	3	2103151319	技能考证考级学习领域			5											考查	具体见附表	
	小计					35	548		548										
专业(技能)课累计、占总学时比例							1676				228	252	288	162	488	250	61.61%		
考试周数											1W	2W	2W	2W	2W				
毕业鉴定周数															2W				
平均周学时											34	36	29	21	18	21			
学期学分											30	36	30	21	26	14			
学分总计、学时总计						158	2720												
选修课程：学分总计、学时总计、占总学时比例						16	288			10.58%									
实践性教学：学时总计、占总学时比例							1404			51.61%									

附录 6：实践性教学安排表

实践性教学安排表

填表说明：实践教学阶段：按课内实践学时、集中实践教学逐条填写；实践地点写明校内（外）实习实训场所；							
学期/学年	实践教学阶段	实践内容	实践地点	起止日期	学时/周	总学时	预期成果
第二学期	直播销售课程基础实践	课内实践内容	电商实训室	3月1日 - 6月30日	2	26	完成基础实验报告
第三学期	短视频与直播运营	课内实践内容	电商实训室	9月1日 - 12月31日	4	32	完成基础实验报告
第四学期	农村电商项目实战	课内实践内容	电商实训室	3月1日 - 6月30日	6	48	完成基础实验报告
第六学期	营销渠道运维	课内实践内容	电商实训室	9月1日 - 12月31日	2	32	完成基础实验报告
第五学期	顶岗实习	校外顶岗实习	校外企业	7月-24日-次年1月24日		520	
第五学期	毕业设计	毕业设计	校内实验室	9月1日 - 次年4月30日		80	提交毕业设计论文
暑期实践	社会实践	社区服务/调研	社区/调研地点	7月15日 - 8月15日	4		社会实践报告
寒假实践	技能提升	技能培训	校内培训中心	1月15日 - 2月15日	3		技能培训证书