

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及专业代码

专业名称：电子商务

专业代码：730701

二、入学要求

入学要求：初级中等学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

基本学制：三年

办学层次：中职

四、职业面向

专业大类 (代码)	专业代码 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业技能等级证书 举例
财经商贸 大类(73)	电子商务 类(7307)	4-01 (GBM40100) 批发与零售 服务人员	4-01-02 (GBM40102) 销售人员 4-01-06 (GBM40106) 电子商务服务 人员	网店运营助理	专项能力认证 (网店运营推广)
				网店客服	专项能力认证 (客服)
				网店美工	专项能力认证 (美工)
				新媒体营销运营	互联网营销师
				直播销售员	专项能力认证 (电商直播主播)
				直播运营助理	专项能力认证 (电商直播运营)

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业面向各类中小企业电子商务应用领域，培养具有网络客户服务与管理、网络营销、网店运营、网店美工、新媒体、直播运营等专业能力，具有良好的职业道德，具有综合管理技能，有一定的自主创业能力，并能够从事相关操作技能的专门人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应具有以下职业素养（职业道德和产业文化素养）、专业知识和技能：

1. 职业素养

(1) 具有健康的身体，能适应职业岗位对体质的要求；

(2) 具有健康的心理、积极的心态、良好的耐受力 and 耐挫力，能适应社会和职业岗位竞争需要。

(3) 具备良好的道德品质，较强的进取精神、责任意识、质量意识、安全意识和环保意识；

(4) 具有良好的人文素养，较强的人际交流能力、团结协作精神；

(5) 具备一定的继续学习能力、信息收集和处理能力、语言表达能力。

2. 专业知识和技能

(1) 行业通用能力：

①具备通过互联网开展网上采购、网上洽谈、物流管理、网上销售、电子支付等工作的能力；

②具备在线客服服务能力；

③具备商品图片拍摄与图形图像处理能力；

④具备店铺装修的能力；

⑤具备网店运营及电子商务活动的操作和实践的基本能力；

⑥具备利用互联网进行网络营销推广（含社会化媒体营销、视觉营销、基于大数据的精准营销）、移动营销推广的能力；

⑦具备订单处理，利用 ERP 软件整合多店铺订单以及电子商务仓储与物流的相关能力。

⑧具备直播运营基础能力与技巧，如选品、组品、场景搭建、直播预热、直播脚本、直播话术、直播投流、直播复盘、直播售后等核心技能。

(2) 职业特定能力：

①能够根据不同的海外市场，开设相应的店铺开展产品销售任务，具备跨境电商所有要求的语言、营销推广能力。

②具备一定的数据采集、分析与编辑能力，能够依托于数据做出运营推广方案。

(3) 跨行业职业能力：

①具有适应岗位变化的能力。

②具有财务核算及企业管理的基础能力。

③具有创新和创业的基础能力。

六、课程设置及要求

包括公共基础课程、专业基础课程、专业核心课程、专业选修课，总计 3114 学时，共 167 学分。其中公共基础课程共 1098 学时，共 59 学分，占总学时 35.3 %；专业基础课程共 468 学时，共计 26 学分，占总学时 15%；专业核心课程共 1188 学时，共计 62 学分，占总学

时 38.1%；公共选修课和专业选修课共 360 学时，共计 20 学分，占总学时 11.6%。

（一）公共基础课

公共基础课程包括必修课程、限定选修课程。其中必修课程包括：思想政治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术；

公共基础课程描述如下：

课程名称		思想政治	课程编号	730701GW01
参考学时		160	开设学期	第 1、2、3、4 学期
课程 目 标	素质 目 标	1. 具备坚定政治方向		
		1. 具备坚定政治方向、坚定“四个自信”的使命感，培育和践行社会主义核心价值观，树立远大的志向；		
		2. 具备正确的职业理想、科学的职业理念、良好的职业道德和职业行为，具备理性、批判质疑、勇于探究的科学精神；		
课程 目 标	知识 目 标	3. 具备自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，培养责任感和创新精神；		
		4. 具备人民当家作主的主人翁意识，遵守社会规则和公共道德，有序参与公共事务；树立乐于为人民服务，勇于担当社会责任意识；		
		5. 具备社会主义法治观念、正确的权利义务观念。		
课程 目 标	能力 目 标	1. 了解与日常生活和职业活动密切相关的法律知识，理解法治是党领导人民治理国家的基本方式，明确建设社会主义法治国家的战略目标；		
		2. 认识劳动在人类社会中的作用，理解正确的职业理想对国家以及人生发展的作用，明确职业生涯规划对实现职业理想的重要性；		
		3. 认识我国发展新的历史方位和社会主要矛盾的变化，理解是党和国家必须长期坚持的指导思想；		
课程 目 标	能力 目 标	4. 理解广泛的公共参与，是公民行使知情权、参与权、表达权、监督权的表现。		
		1. 具备初步运用立场、观点和方法，观察分析经济、政治、文化、社会、生态文明等现象，对社会现实和人生问题进行正确价值判断和行为选择的能力；		
		2. 具备根据社会发展需要和自身特点进行职业生涯规划，正确处理人生发展过程中遇到的问题的能力，养成良好职业道德行为习惯；		
课程 目 标	能力 目 标	3. 具备从法的角度认识和理解社会的能力，养成依法行使权利、履行法定义务的思维方式 and 行为习惯；		

		4. 具备自我调节和管理情绪的能力，做到自立自强、坚韧乐观，提高心理健康水平和职业心理素质； 5. 具备正确认识自我，处理个人与他人、个人与社会的关系，确立符合社会需要和自身实际的积极生活目标，选择正确的人生发展道路的能力；		
教学内容		1. 中国特色社会主义的创立、发展和完善，经济、政治、文化、社会、生态文明建设； 2. 时代导航、生涯筑梦，认识自我、健康成长，立足专业、谋划发展，和谐交往、快乐生活，学会学习、终身受益，规划生涯、放飞理想； 3. 立足客观实际、树立人生理想，辩证看问题、走好人生路，实践出真知、创新增才干，坚持唯物史观，在奉献中实现人生价值； 4. 感悟道德力量、践行职业道德基本规范，提升职业道德境界、坚持全面依法治国，维护宪法尊严、遵循法律规范。		
教学要求		1. 强化社会主义核心价值观体系的价值引领，提高参与社会生活的政治认同感，提高法治意识，从而培养健全的人格； 2. 运用情境教学、辩论会、实地考察等方法，通过开展志愿服务、社会调查、专题访谈、实习实训以及各种职业体验等实践活动，培养学生的实践能力和创新精神；借助信息技术优化整合课堂教学，引导学生体验开放式学习； 3. 采取形成性考核与终结性考核相结合进行评价，从课堂表现、作业完成度、实践能力以及多方面进行自评、互评、师评，从期中与期末考试进行终结性考核，形成性考核占 40%，终结性考核占 60%。		
课程名称	语文	课程编号	730701GW02	
参考学时	240	开设学期	第 1、2、3、4 学期	
课程目标	素质目标	1. 具备思维的深刻性、敏捷性、灵活性、批判性和创造性等品质； 2. 具备良好的思想品德修养和审美情趣，形成良好的个性、健全的人格，促进职业生涯发展； 3. 具备正确的价值判断和审美取向，崇尚真善美，摒弃假恶丑，抵制庸俗、低俗、媚俗的语言文化； 4. 具备理解文化的意愿和学习汉字汉语与中华优秀传统文化的兴趣，增强文化自信； 5. 具备传承中华优秀传统文化、继承革命文化、弘扬社会主义先进文化的品质，从人类文化知识的积累和创新中培育劳动精神，弘扬劳模精神、工匠精神。		

	知 识 目 标	1. 掌握必需的语文基础知识：3500 常用字的读音、字形，词语（成语、熟语），标点符号，常见病句类型，修辞手法，语言表达简明、连贯、得体等； 2. 掌握基本的语文学习方法：听、说、读、写； 3. 掌握重要作家作品及文学文体常识； 4. 掌握阅读与欣赏文学作品、口语交际、各类文体写作的方法和技巧； 5. 掌握浅易的文言基础知识及文言文阅读方法。		
	能 力 目 标	1. 具备准确辨识各种场合和文本中的汉语拼音及意义，熟练运用汉语拼音，正确、流利、有感情地诵读和表达的能力； 2. 具备使用常用汉语工具书，利用图书馆、网络等进行语文学习的能力； 3. 具备梳理文化常识、文化现象的能力，背诵、默写课本中的名句、名段、名篇，感受和理解文本中蕴含的不同时代和地域的文化，并写出自己的阅读感受的能力； 4. 具备日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力以及初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力； 5. 具备根据学习、生活和职业工作需要表达与交流的能力；能进行介绍、交谈、即席发言，能写作条据、书信、总结等应用文，语言表达清晰通顺；能在真实的语言运用情境中，开展积极的言语实践活动； 6. 具备在言语实践中运用多种思维方式和恰当的思维方法，探究语言现象，理清事物之间的内在关系的能力。		
教学 内容		1. 语感与语言习得、整本书与跨媒介阅读与交流、职场应用写作、微写作、思辨性阅读与表达、实用性阅读与交流； 2. 中外文学作品、古诗文作品、中国革命传统作品、社会主义先进文化作品、劳模精神工匠精神作品、科普作品、古代科技著述选读； 3. 口语交际、写作、语文综合实践活动的相关训练。		
教学 要求		1. 借助语文课程这个载体，结合中职生思想政治教育现状将思政教育理念渗透到教学中； 2. 开展以学生自主体验、合作学习、主动探究为主要方式的言语实践活动，引导学生通过读写听说活动，提高语言文字运用能力和思维能力。通过课前、课中、课后相结合的方式，积极引导引导学生参与课程学习，培养学生的学习兴趣和习惯；利用超星教学平台开展信息化教学，实现线上线下相结合，不断增强教学的实效性针对性； 3. 采取形成性考核方式进行课程考核与评价。其中过程性评价占 40%，终结性评价占 60%。		
课程名称		数学	课程编号	730701GW03
参考学时		240	开设学期	第 1、2、3、4 学期
课	素质 目标	1. 初步形成运用图形和空间想象分析问题与解决问题的思维品质； 2. 养成理性思维、敢于质疑、善于思考的科学精神和精益求精的工匠精神； 3. 养成在日常学习和工作中抽象思维的意识 and 习惯；		

程 目 标		4. 初步具备一丝不苟、勤于反思、勇于探索、实事求是的品格；		
	知识 目标	1. 了解集合的含义以及充分条件、必要条件的概念； 2. 了解一元二次不等式与相应函数、方程的联系； 3. 了解平面向量的线性运算性质及其几何意义； 4. 理解函数概念，指数函数和对数函数以及三角函数的图像和性质； 5. 理解空间点、直线、平面的位置关系； 6. 掌握等差数列和等比数列的知识解决有关实际问题； 7. 掌握直线与方程、圆与方程、圆锥曲线与方程的关系； 8. 掌握统计中数据获取、整理、分析的方法，思路和概率的计算方法。		
	能力 目标	1. 具备根据概念、法则、公式进行数、式、方程的运算和变形的能力； 2. 具备使用一般的函数型计算器进行运算的能力； 3. 具备依据文字描述想象出相应的空间图形，并运用图形语言进行交流与推理论证、运用图形和空间想象分析与解决问题； 4. 具备在基本图形中找出基本元素及其位置关系的能力； 5. 具备依据所学的数学知识对工作和生活中的简单数学问题作出分析与评价的能力； 6. 具备建立简单的数学模型并求解的能力；		
教学 内容		1. 集合的概念与表示、集合的基本关系、集合的基本运算、充要条件； 2. 一元二次不等式与含有绝对值的不等式； 3. 函数概念与性质，幂函数、指数函数、对数函数、三角函数，函数的应用； 4. 数列的概念、等差数列、等比数列； 5. 平面向量及其应用、复数、立体几何； 6. 直线与方程、圆与方程、圆锥曲线与方程； 7. 计数原理、概率与统计。		
教学 要求		1. 将社会主义核心价值观贯穿于发展学生数学学科核心素养的过程中，培养学生树立为人民幸福、民族振兴和社会进步作贡献的远大志向； 2. 根据数学学科特点、学生认知规律和专业特点，采用启发式、探究式、合作式参与式及社会实践等多种教学方式，采用低起点、重衔接、小梯度的教学策略，增强学生数学学习的自信心； 3 将信息技术与数学课程深度融合，有效实施信息化教学，充分利用微课，依托教学平台，实施线上线下混合式教学模式，提高教学效果； 4. 实施教师评价、学生评价、社会评价相结合的多元主体评价，坚持按形成性考核 40%和终结性考核 60%的权重进行评价，坚持定性与定量相结合的方式进行考核。		
课程名称		英语	课程编号	730701GW04

参考学时		240	开设学期	第 1、2、3、4 学期
课程目标	素质目标	1. 具有正确的世界观、人生观和价值观，自觉践行社会主义核心价值观； 2. 具有国际视野和跨文化交际意识，正确认识和对待外国文化，吸收中外文化精华；坚定文化自信，增进文化认同，自觉传播和弘扬中国特色社会主义文化； 3. 具有正确的英语学习观，具有持久的语言学习积极性和良好的语言惯，坚定学好英语的自信心。		
	知识目标	1. 了解不同文化背景下思维方式的多样性，理解中西思维方式的差异； 2. 了解世界文化的多样性，了解中外文化及中外企业文化知识，理解中外文化内涵，比较中外文化异同； 3. 了解“元认知策略、认知策略、交际策略、情感策略”等语言学习策略以及“理解、表达、交互”三种语言技能发展策略； 4. 熟悉国际音标和英语拼读规则； 5. 掌握义务教育基础上更高层次的词汇、语法、语篇和语用等语言基础知识； 6. 掌握情境活动中英语交际的听、说、读、写、译等各项基本技能。		
	能力目标	1. 具备用正确表达方式进行英语语言交际，用英语学习思维进行价值判断的能力； 2. 具备正确认识和对待文化差异的能力； 3. 具备合理使用语言学习策略和语言技能发展策略规划和发展自主学习的能力； 4. 具备根据拼读规则正确拼读生词的能力； 5. 具备灵活运用所学语言基础知识并在真实情境中开展语言实践活动的能力； 6. 具备围绕主题任务进行基本的沟通和交流的能力，阅读并理解与经济、社会和文化相关的英语语篇，翻译与专业相关的英语文献，根据提示完成应用文写作任务。		
教学内容		1. 国际音标及其拼读规则，重音、意群的读音； 2. 2490 个常用词汇以及由这些词构成的常用词组在英语交际中的正确运用； 3. 词汇、构词法以及句法等语法知识的理解与运用； 4. 人物传记、校园生活、社区生活等语篇的阅读和理解； 5. 常见标识的识别和点餐、购物、致谢、致歉等情景下的语言交际； 6. 公告、海报、简讯、信函、电子邮件等应用文的写作； 7. 基于语篇的文化知识的理解； 8. 职业情境下英语文本的理解和翻译。		
教学要求		1. 注重课程内容的价值取向，将理想信念、家国情怀、职业道德等融入教学过程，充分发挥英语课程育人功能，落实立德树人根本任务； 2. 将信息技术与英语课程深度融合，依托超星教学平台，实施线上线下混合式教学模式，促进教学和学习方式的转变；		

3. 坚持活动导向教学，注重探索英语教育与专业实践相结合的教学模式，学以致用；				
4. 加强学习方法和学习策略的指导，尊重差异，使所有学生体验学习乐趣；				
5. 实施教师评价、学生评价、社会评价相结合的多元主体评价，坚持按形成性评价 40%和终结性评价 60%的权重进行评价，坚持定性与定量相结合的方式进行评价。				
课程名称		信息技术	课程编号	730701GW05
参考学时		160	开设学期	第 1、2 学期
课程目标	素质目标	1. 具备正确的世界观、人生观和社会主义核心价值观； 2. 具备规范操作、主动探索、创新发展的意识和一丝不苟、精益求精的工匠精神； 3. 具备在信息社会数字化生存、发展的本领。		
	知识目标	1. 了解计算机的基本工作原理、计算机网络、人工智能的基础知识； 2. 熟悉信息安全的基本知识； 3. 熟悉计算机硬件与软件系统的组成及作用； 4. 掌握数据与信息概念及数据在计算机中的表示和处理过程； 5. 掌握计算机的基本维护方法及操作系统，办公应用软件、硬件的基本知识。		
	能力目标	1. 具备一定的文稿录入能力，对常用的文稿进行规范排版； 2. 具备常见软、硬件故障诊断及排除的基本技能； 3. 具备 Office（Word、Excel、PowerPoint）软件的基本操作及综合应用技能； 4. 具备小型网络的搭建、设置及维护能力； 5. 具备常用音视频处理软件的基本操作能力。		
教学内容		1. 网络应用（基础）；2. 图文编辑（基础）；3. 数据处理（基础）；4. 数字媒体技术应用（基础）；5. 人工智能初步（基础）；6. 计算机与移动终端维护（拓展）；7. 小型网络系统搭建（拓展）；8. 数据报表编制（拓展）；9. 演示文稿制作（拓展）。		
教学要求		1. 挖掘信息技术课程中蕴含的“思政元素”，如爱国精神、钻研精神、责任担当、技术操守、理想情怀等，即“育人元素”；充分利用备课上课、下班辅导、线上线下辅导解惑等途径，借助微课和短视频制作、教学资源平台等，让学生在学习专业知识、掌握专业技能的同时，潜移默化接受思政教育，设计如下教学内容安排：上机实训开展 10 分钟的与经典诵读、时事新闻相关的文字内容录入速度练习，图文编辑排版、演示文稿制作、数字媒体等理实一体教学内容融入思政元素； 2. 依托超星学习通等平台，建立课程教学资源库，充分采用情境教学法、项目驱动教学法、角色扮演法、头脑风暴法、思维导图法等教学方法，因材施教、按需施教，利用线上线下、课内课外、理实一体等混合式教学，在学中做，在做中学，将信息技术与行业应用有机结合，助推学生专业成长； 3. 采用“过程考核+终结考核”的方式对课程进行评价，其中过程考核占 40%（平时表现 10 分，		

	相关知识的综合应用 10 分，平时测试 20 分），终结考核占 60%（基础模块 60%，职业模块 40%）。
--	---

课程名称		历史	课程编号	730701GW06
参考学时		72	开设学期	第 1、2、3、4 学期
课程 目 标	素质 目标	1. 具备运用科学的立场、观点和方法，全面、客观、正确认识世界的唯物主义历史观； 2. 具备在特定的时空框架中对史事进行准确判断和理解的时空观念； 3. 具备对伟大祖国、中华民族、中华文化、中国共产党与中国特色社会主义认同的家国情怀； 4. 具备理解和尊重世界各国、各民族的文化传统的正确文化观； 5. 具备爱岗敬业、诚信公道、精益求精、协作创新的正确劳动观； 6. 具备判断民族立场、国际关系、人生抉择的正确是非观。		
	知识 目标	1. 了解唯物史观的基本观点和方法； 2. 了解中华民族多元一体的历史发展进程，认识中华文明的历史价值和现实意义，了解并认同中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化； 3. 了解世界历史发展的基本进程，理解和尊重世界各国、各民族的文化传统； 4. 了解特定的史实是与特定的时间和空间相联系的； 5. 掌握划分历史时间与空间的多种方式，懂得史料的类型及作用。		
	能力 目标	1. 具备运用唯物史观学习和探究历史，将唯物史观作为认识 and 解决现实问题的指导思想的能力；在认识现实社会或职业问题时，能将认识的对象置于具体的时空条件下进行考察； 2. 具备尝试搜集、整理、运用可信的史料作为历史论述的证据的能力； 3. 具备以实证精神对待现实问题，依据史实与史料对史事表达自己的看法的能力； 4. 具备对同一史事的不同解释加以评析，客观地评价历史人物，实事求是地认识和评判现实社会与职业发展中的问题的能力。		
教学 内容		1. 中国古代史、中国近代史和中国现代史； 2. 世界古代史、世界近代史和世界现代史； 3. 职业教育与社会发展； 4. 历史上的著名工匠。		

教学要求	1. 运用课堂教学与专业实训相融合的教学模式，创设出与行业、专业相近的教学情境，设计出体检未来职场的教学活动，激发出学生的学习兴趣，提升学生对我国历史发展、传统文化的认知水平，帮助学生深入领悟工匠精神，增强民族自豪感； 2. 运用线上线下结合的教学方式，创设历史情境，拓展历史信息源，指导学生充分利用各种信息源，鼓励学生开展自主学习、探究学习和合作学习，在做中教，做中学，调动和发挥学生的积极性、主动性和创造性； 3. 采取形成性考核方式进行课程考核与评价。其中过程性考核占 40%，终结性考核占 60%。
------	--

课程名称		体育与健康	课程编号	730701GW07
参考学时		200	开设学期	第 1、2、3、4、5 学期
课程目标	素质目标	1. 树立健康观念，养成良好的锻炼习惯，形成健康文明的生活方式； 2. 具备勇敢顽强、坚韧不拔、超越自我、严谨细致、健康向上的精神风貌； 3. 具有责任意识、规则意识和团队意识，发扬体育精神，塑造良好的体育品格； 4. 具有公平公正的竞争意识、正确对待成功与失败的良好心态； 5. 具有平等融合、宽容对待、善于沟通、珍惜友谊的意识和良好人际关系。		
	知识目标	1. 了解个人健康的基本知识和职业性疾病的知识，学会处理常见运动损伤的方法，掌握预防常见职业性疾病的知识； 2. 了解球类运动、田径类运动、体操类运动、水上类运动、冰雪类运动、武术与民族民间传统体育类运动、新兴体育类运动 7 个运动技能系列的基础知识； 3. 掌握 1-2 项体育运动技能，并熟知所学运动项目的裁判理论知识和比赛规则； 4. 掌握提高体能的基本手段和主要方法。		
	能力目标	1. 具备独立或合作制订和实施体能锻炼计划的能力，能准确确定锻炼方式、频率、强度和持续时间，有效提高与未来职业相关的体能； 2. 具备按照运动规范和比赛规则参与体育活动和比赛的能力； 3. 具备分析重大体育赛事和重大体育事件及欣赏体育运动的能力。		
教学内容		1. 体育的功能及认识，一般体能、专项体能和职业体能知识； 2. 健康基本知识与技能，食品安全和合理营养，常见传染性和慢性非传染性疾病的预防，安全运动与应急避险，常见运动损伤的预防与处理，常见职业性疾病的预防与康复，环境、健康与体育锻炼的关系，性与生殖健康知识，心理健康和社会适应能力、反兴奋剂教育等； 3. 球类运动、田径类运动、体操类运动、水上类运动、冰雪类运动、武术与民族民间传统体育类运动、新兴体育类运动 7 个运动技能系列；		

教学要求		1. 在教学过程中注重思政教育融入，培养学生吃苦耐劳的品质，增强学生的竞争意识； 2. 通过课外与课内相结合的方式，积极引导学生参加身体锻炼，培养学生运动兴趣，养成良好的锻炼习惯；组织各式各样课外体育竞赛活动及体育社团活动，提高学生的实践与理论水平；在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志；利用教学软件教学平台开展信息化教学，实现线上与线下相结合，不断增强教学的实效性与针对性； 3. 采取形成性考核和终结性考核相结合的方式进行考核。形成性考核包括出勤、运动参与、练习态度及团队协作情况，占 40%；终结性考核，技能测试占 60%。	
课程名称		艺术	课程编号 730701GW08
参考学时		40	开设学期 第 1、2 学期
课程目标	素质目标	1. 具备正确的审美观念，高尚的道德情操，深厚的民族情感，丰富的想象力和创新意识； 2. 具备传承和弘扬中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化的思想观念，坚定文化自信； 3. 具备批判性思维，形成正确的价值观、文化观，从多元文化的角度审视和认识艺术，理解艺术与多元文化的关系，具有国际视野，尊重欣赏世界多元文化； 4. 具备提高生活品质的意识。	
	知识目标	1. 了解音乐表现的丰富性和多样性，认识音乐要素，把握音乐形象，感受音乐魅力； 2. 理解音乐要素等在音乐表现中的作用，理解中国音乐与中华优秀传统文化革命文化和社会主义先进文化的密切关系； 3. 了解不同的美术门类、中国书画基础知识和技法，理解美术创作的基本方法和造型语言，熟悉中国书画的大致分类； 4. 了解中外重要的美术家及其代表作品，理解美术创作的基本方法和造型语言，感受中、外美术独特的表现形式、艺术风格、审美特点和文化特征； 5. 掌握音乐、美术鉴赏的基本方法。	
	能力目标	1. 具备感知不同艺术门类的艺术语言、艺术形象的能力； 2. 具备对艺术作品和现实中的审美对象的审美特征进行评价和判断的能力； 3. 具备创造性表现艺术活动的的能力，在各种艺术实践中发挥想象力、表现力、创造力； 4. 具备从文化的角度审视艺术作品、艺术现象和艺术观念的能力； 5. 具备运用有关的基本知识、技能与原理，初步比较、分析与描述不同时代、不同地区、不同文化艺术作品的艺术特点与审美特征的能力。	

教学 内容	1. 音乐鉴赏与实践和美术鉴赏与实践； 2. 声乐、器乐、舞蹈、戏剧相关理论知识及基本技能； 3. 中国书画基础知识与技法。		
教学 要求	1. 坚持立德树人，充分发挥艺术课程特色优势，以美育人、以情动人、以文化人，引领学生树立正确的审美观念，陶冶高尚的道德情操，培养深厚的民族情感，激发想象力和创新意识，培养艺术课程核心素养，提高学生审美和人文素养，促进学生的全面发展和健康成长； 2. 充分利用现代信息技术手段、依托超星教学平台，实施线上线下混合式教学模式，以活动为载体，采用案例教学、情境模拟、自主探究、合作学习、展示交流等形式，创设艺术学习氛围，尊重学生艺术见解和创意表达，鼓励学生结合艺术学习主动参与校内外丰富多彩的艺术实践活动，创新实践体验，提高艺术核心素养； 3. 实施教师评价、学生评价、社会评价相结合的多元整体评价，采用“过程考核+终结考核”的方式对课程进行考核，其中过程考核占 40%（平时表现 10 分，相关知识的综合应用 10 分，平时测试 20 分），终结考核占 60%（基础模块 60%，拓展模块 40%）。		
课程名称	劳动教育	课程编号	730701GW09
参考学时	18	开设学期	第 1 学期
课 程 目 标	素质 目标	1. 形成劳动观，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念； 2. 体会劳动创造美好生活、劳动不分贵贱，热爱劳动，尊重普通劳动者； 3. 具备勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神，形成良好的劳动习惯； 4. 具有职业荣誉感，提高职业技能水平，具备精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。	
	知识 目标	1. 了解劳动思想、十八大以来对劳动和劳动教育的重要论述； 2. 领会劳动精神、工匠精神、劳模精神的内涵； 3. 掌握基本的生产知识，知道技术的一些基本要素，认识技术与科学、社会的关系； 4. 掌握日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动的基本技能。	
	能力 目标	1. 具备满足生存发展需要的基本劳动能力，训练创造性的劳动思维； 2. 具备依据技术图样、选择工艺，完成具有一定技术含量的作品制作的能力，积极参与动手操作实践； 3. 具备进行技术设计活动的的能力，提出设计方案，用图样和文字正确表达设计意图。	

教学 内容	1. 劳动的意义； 2. 正确的劳动态度； 3. 劳动能力； 4. 劳动成果。
教学 要求	1. 理解劳动精神和劳动价值观；加强劳动教育与思想政治教育的协同融通； 2. 以学生为本，注重知行合一、教学相长，通过理论讲授+实操训练的方法，开展理实一体化教学；邀请劳动模范、技能大师进课堂，讲授劳动故事，传递劳动精神；建立以校内劳动教育实践和校外实习实训的全方位劳动教育实践基地； 3. 采用过程性考核和终结性考核相结合的方式进行考核，过程性考核包括参与意识、完成任务情况、团队协作情况，占 60%；终结性考核占 40%。

（二）专业技能课

电子商务概论、电商运营、智能供应链与物流管理、图像图像处理、短视频制作、智能营销、智能客服、电商大数据分析、模拟实训、企业实战等。

专业（技能）课程描述如下：

课程名称	电子商务概论基础	课程编号	730701ZZ01
参考学时	160	开设学期	第 1. 2. 3. 4 学期
课 程 目 标	素质 目标	1. 培养职业道德、团队协作及沟通能力。 2. 电商法律法规认知及信息安全素养。 3. 提升创新思维和自主学习能力。 4. 助力学生形成适应行业发展的综合职业素质。	
	知识 目标	1. 培养诚信守法、团队合作意识，强化客户服务理念。 2. 信息安全素养及创新思维，提升抗压能力与职业责任感。 3. 形成适应电商行业发展的综合职业素质。	
	能力 目标	1. 培养学生熟练操作电商平台。 2. 掌握网店运营、营销推广及客户服务技能。 3. 具备数据分析能力和创新创业意识，适应行业岗位需求。	

教学内容	1. 融合人工智能基础应用，涵盖智能客服、AI 营销工具操作。 2. 数据分析及电商平台智能化运营，结合网店管理与信息安全。 3. 培养 AI 赋能的电商实践能力。
教学要求	1. 利用多媒体资源辅助教学，理论讲解与融入案例分析与项目实践，采用小组讨论形式 2. 考核方式 平时表现（30%）：课堂参与、作业完成 理论知识（30%）：笔试考核 实操考核（40%）：案例分析与项目实践

课程名称		电商运营	课程编号	730701ZZ02
参考学时		360	开设学期	第 1、2 学期
课程目标	素质目标	1. 培养市场敏感度与数据分析能力。 2. 强化团队协作、客户沟通及危机应对意识。 3. 提升创新策划与供应链协调素养，塑造诚信合规。		
	知识目标	1. 掌握电商基础理论与模式分类。 2. 熟悉平台操作、网络营销策略及数据分析工具。 3. 熟悉机器学习及自然语言处理原理。		
	能力目标	1. 掌握 AI 基础技术应用，包括智能客服、精准营销算法。 2. 掌握数据分析与智能选品。 3. 理解数据安全与伦理规范具备 AI 驱动的电商运营决策能力。		
教学内容		1. 涵盖 AI 选品、智能客服系统搭建、精准营销算法应用。 2. 消费数据分析及机器学习工具实践。 3. 结合电商平台智能化运营案例强化数据伦理与法律规范认知。		
教学要求		1. 利用多媒体资源辅助教学，理论讲解与融入案例分析与项目实践，采用小组讨论形式 2. 考核方式 平时表现（30%）：课堂参与、作业完成 理论知识（30%）：笔试考核 实操考核（40%）：案例分析与项目实践		

课程名称	智能营销	课程编号	730701ZZ03
------	------	------	------------

参考学时		120	开设学期	第 3、4 学期
课程目标	素质目标	1. 培养市场敏感度与数据分析能力。 2. 强化团队协作、客户沟通及危机应对意识。 3. 提升创新策划与供应链协调素养，塑造诚信合规。		
	知识目标	1. 掌握电商基础理论与模式分类。 2. 熟悉平台操作、网络营销策略及数据分析工具。 3. 熟悉机器学习及自然语言处理原理。		
	能力目标	1. 掌握 AI 基础技术应用，包括智能客服、精准营销算法。 2. 掌握数据分析与智能选品。 3. 理解数据安全与伦理规范具备 AI 驱动的电商业运营决策能力。		
教学内容		1. 涵盖 AI 选品、智能客服系统搭建、精准营销算法应用。 2. 消费数据分析及机器学习工具实践。 3. 结合电商平台智能化运营案例强化数据伦理与法律规范认知。		
教学要求		1. 利用多媒体资源辅助教学，理论讲解与融入案例分析与项目实践，采用小组讨论形式。 2. 考核方式 平时表现（30%）：课堂参与、作业完成 理论知识（30%）：笔试考核 实操考核（40%）：案例分析与项目实践		

课程名称		智能供应链与物流管理	课程编号	730701ZZ04
参考学时		120	开设学期	第 3、4 学期
课程目标	素质目标	1. 注重培养职业道德与责任意识。 2. 掌握智能技术工具应用，强化数据分析、团队协作与安全规范。 3. 具备绿色物流理念及创新思维，适应行业智能化转型需求。		
	知识目标	1. 掌握物联网、大数据与 AI 基础，熟悉智能仓储操作。 2. 路径优化算法及自动化设备应用，理解物流法规、数据安全与绿色供应链管理知识。		
	能力目标	1. 掌握智能仓储系统操作、物流路径优化算法应用。 2. 熟练运用物联网设备及数据分析工具，遵守安全规范与绿色物流实践标准。 3. 具备供应链协同决策与自动化技术实施能力。		
教学内容		1. 融合物联网、大数据与 AI 技术。 2. 涵盖智能仓储操作、路径优化算法及自动化设备应用。 3. 强化数据分析和绿色供应链实践。		

教学要求	1. 利用多媒体资源辅助教学，理论讲解与融入案例分析与项目实践，采用小组讨论形式。 2. 考核方式 平时表现（30%）：课堂参与、作业完成 理论知识（30%）：笔试考核 实操考核（40%）：案例分析与项目实践
------	--

课程名称		智能图像处理	课程编号	730701ZZ05
参考学时		120	开设学期	第 3、4 学期
课程 目 标	素质 目标	1. 培养职业道德与法律意识。 2. 掌握智能视觉技术应用，强化数据分析与创新思维。 3. 适应行业智能化发展。		
	知识 目标	1. 掌握图像处理基础与卷积神经网络原理。 2. 熟练使用 Python、OpenCV 及深度学习框架，完成图像分类、目标检测等任务。 3. 理解数据隐私与 AI 伦理规范。		
	能力 目标	1. 掌握智能仓储系统操作、物流路径优化算法应用。 2. 熟练运用物联网设备及数据分析工具，遵守安全规范与绿色物流实践标准。 3. 具备供应链协同决策与自动化技术实施能力。		
教学 内容		1. 掌握图像处理基础。 2. 熟练使用 Python、OpenCV 及深度学习框架。 3. 完成图像分类、目标检测等任务，理解数据隐私与 AI 伦理规范。		
教学 要求		1. 利用多媒体资源辅助教学，理论讲解与融入案例分析与项目实践，独立或团队完成 AI 图像应用项目（如人脸识别、图像分割），注重数据标注质量与模型优化。 2. 考核方式 平时表现（30%）：课堂参与、作业完成 理论知识（30%）：笔试考核 实操考核（40%）：案例分析与项目实践		

课程名称	短视频制作	课程编号	730701ZZ06
参考学时	80	开设学期	第 3、4 学期
课	素质目标	1. 注重培养版权意识与法律规范，强化创意策划、拍摄剪辑及特效制作能力。 2. 培养团队协作与创新思维。 3. 提升流量分析与 IP 孵化素养，形成敬业守信、适应行业动态的职业品格。	

程 目 标	知识 目标	1. 掌握策划、拍摄与剪辑技术，熟悉平台运营及数据分析。 2. 理解版权法规与内容审核规范。		
	能力 目标	1. 熟练运用拍摄剪辑工具，独立完成创意脚本制作与特效处理。 2. 具备数据分析及内容优化能力，适应平台运营需求。		
教学 内容	1. AI 选题分析、智能剪辑工具应用。 2. 数据驱动内容优化。 3. AI 版权审核及跨平台分发策略。			
教学 要求	1. 利用多媒体资源辅助教学，强化脚本策划、拍摄剪辑及 AI 工具操作能力，融入版权法规、内容审核与平台运营规范，通过案例分析与项目实战培养创新思维与团队协作素养。 2. 考核方式 平时表现（30%）：课堂参与、作业完成 理论知识（30%）：笔试考核 实操考核（40%）：案例分析与项目实战			
课程名称		智能客服	课程编号	730701ZZ07
参考学时		80	开设学期	第 3、4 学期
课 程 目 标	素质 目标	1. 掌握系统操作、服务规范、沟通技巧。 2. 培养职业道德及应变能力。 3. 能高效处理客户需求并持续学习的技术技能人才。		
	知识 目标	1. 掌握智能客服系统基本原理、技术应用及工具操作。 2. 熟悉行业规范与客户心理分析知识。		
	能力 目标	1. 具备智能客服系统操作、客户需求分析与应答。 2. 能问题高效处理、数据记录分析及团队协作能力，提升服务质效。		
教学 内容	1. 智能客服系统原理、工具操作、客户心理分析、服务流程规范。 2. 自然语言处理技术应用、模拟对话训练及数据分析方法。 3. 结合案例教学与职业伦理。			
教学 要求	1. 注重理论与实践结合，强化智能系统操作、自然语言处理技术及客户需求分析能力。 2. 通过案例教学、模拟对话训练培养服务规范与应变技巧；融入职业道德教育，提升沟通效率与数据记录分析能力。 3. 结合行业动态更新教学内容，强化团队协作与自主学习意识，确保学生胜任智能客服岗位需求。 4. 考核方式 平时表现（30%）：课堂参与、作业完成 实操考核（40%）：模拟对话训练			

课程名称		电商大数据分析	课程编号	730701ZZ08
参考学时		160	开设学期	第 3、4 学期
课程目标	素质目标	1. 具备数据敏感度与伦理意识，遵守隐私规范。 2. 培养逻辑思维、团队协作精神及持续学习能力，适应行业动态发展。		
	知识目标	1. 掌握电商大数据基础概念。 2. 采集工具使用、分析方法（如统计分析、预测模型）及可视化技术（如 Tableau、Power BI）。		
	能力目标	1. 能独立完成数据清洗、建模与分析，撰写可视化报告。 2. 运用工具解决业务问题，辅助决策，并具备跨部门沟通协作能力。		
教学内容		1. 电商大数据采集清洗、Python/Excel 工具操作。 2. 了解统计与预测分析、Tableau/Power BI 可视化、行业案例实战、数据伦理法规解析。		
教学要求		1. 课程需理论与实践结合，强化 Python、Excel 等工具操作及统计分析技能。 2. 通过行业案例实战培养数据清洗、建模与可视化能力。 3. 融入数据伦理与法规教育，提升职业责任感；结合电商动态更新内容，注重团队协作与自主探究，确保学生胜任数据采集、分析及决策支持岗位需求。 4. 考核方式 过程性考核（40%）：课堂表现（10%）、作业完成（15%）、实践任务（15%）、终结性考核（60%）； 理论考试（30%） 实操考核（30%）		
课程名称		消费者心理学	课程编号	730701ZZ09
参考学时		72	开设学期	第 1、2 学期
课	素质目标	1. 强化自我认知：剖析消费行为，提升自我觉察，形成理性消费思维。 2. 提升文化包容：理解群体消费差异，增强跨文化沟通与社会责任感。 3. 培育职业素养：培养市场敏锐度，运用专业知识解决消费实际问题。		
	知识目标	1. 掌握消费心理基础理论：系统学习消费者需求层次理论、动机理论、态度形成与改变理论等核心知识体系。 2. 熟悉消费行为研究方法：了解问卷调查、焦点小组访谈、眼动实验等研究手段，掌握数据收集与分析的基础方法。 3. 了解影响消费的因素：理解文化、社会阶层、群体压力等外部因素，以及个性、认知、情绪等内部因素对消费决策的影响机制。		

程 目 标	能力 目标	4. 消费行为分析能力：能够运用心理学理论，独立分析消费者购买决策过程、品牌偏好形成原因，输出专业分析报告。 5. 营销方案设计能力：结合消费者心理特征，设计针对性的产品定位、广告文案、促销活动等营销方案，提升方案吸引力。 6. 消费趋势预测能力：通过数据分析与心理模型应用，预判消费者需求变化趋势，为企业战略调整提供参考建议。
教学内 容		7. 消费心理理论体系：讲解动机理论、感知觉原理、学习与记忆机制等基础理论，结合案例阐释理论应用场景。 8. 消费行为研究方法实训：开展问卷设计、访谈技巧、数据分析工具（如 SPSS 基础操作）等实践教学，培养研究实操能力。 9. 消费心理影响因素剖析：从文化差异、社交媒体影响、个人心理账户等角度，分析不同因素对消费决策的作用机理。 10. 理论应用与前沿探索：剖析直播营销、绿色消费、粉丝经济等热点领域的心理应用案例，探讨 AI 消费预测等前沿技术与趋势。
教学要 求		11. 案例贯穿教学全程：每单元引入 2 - 3 个典型案例（如品牌营销翻车事件、爆品走红现象），采用“案例导入 - 理论解析 - 复盘总结”模式深化理解。 12. 强化实践研究训练：安排不少于 30% 课时进行实践教学，包括设计完整调研项目、模拟营销方案策划等，提交实践成果报告。 13. 多元化教学互动：组织小组辩论（如理性消费 vs 冲动消费）、角色扮演（模拟销售场景），邀请市场调研专家开展讲座，提升课堂参与度。 14. 综合考核评估：采用“课堂表现（20%）+ 实践项目（40%）+ 理论考试（30%）+ 案例分析报告（10%）”的考核方式，全面评价学习成效。

课程名称		电子商务法律法规	课程编号	730701ZZ10
参考学时		72	开设学期	第 3、4 学期
课 程 目 标	素质 目标	15. 培养学生的法治思维和合规经营意识，强化电子商务从业者的法律责任感； 16. 提升学生严谨、细致的职业态度，在电商活动中自觉遵守法律法规； 17. 增强学生对法律问题的敏感度和风险防范意识，树立诚实守信、依法经营的商业道德观念。		
	知识 目标	1. 学生系统掌握电子商务领域的基础法律概念、主要法律法规体系架构； 2. 熟悉电子合同、电子支付、网络营销、数据安全、知识产权保护等核心业务环节的法律规范； 3. 了解跨境电子商务、消费者权益保护、市场监管等方面的法律规定及行业标准。		

	能力目标	1. 能够运用电子商务法律法规知识分析和解决实际问题，如识别电商交易中的法律风险、审核电子合同条款合法性、处理知识产权纠纷； 2. 具备在电商运营各环节（如店铺开设、商品宣传、客户服务）中规避法律风险的能力； 3. 掌握通过法律途径维护自身及企业合法权益的方法。
教学内容		1. 电子商务法律基础理论：电子商务法概述，电子商务法律关系，电子商务法律原则； 2. 电子合同与电子签名法律规范：电子合同的订立与效力，电子签名与认证，电子合同的履行与争议解决； 3. 网络营销与广告法律规定：网络广告法律规范，不正当竞争行为规制，消费者权益保护； 4. 数据安全与个人信息保护：数据安全法律制度，个人信息保护法律规范，网络安全与隐私保护； 5. 知识产权保护：商标与域名保护，著作权保护，专利保护； 6. 跨境电子商务法律制度：跨境电商基本法律框架，跨境电商交易规则，跨境电商争议解决； 7. 课程综合实践：案例分析与模拟法庭，电商合规方案设计； 8. 行业前沿与政策解读：电子商务法律新动态，行业合规实践分享。
教学要求		1.案例驱动与情境教学：每单元引入 2-3 个真实法律案例（如“双十一”价格欺诈案、跨境电商商标侵权案），采用“案例分析 - 法条解读 - 方案研讨”模式深理解。 2.强化实务操作训练：安排不少于 30% 课时进行实践教学，包括合同条款拟定、法律意见书撰写、模拟法庭辩论等实训项目。 3.动态更新教学资源：定期梳理最新法规政策（如《网络直播营销管理办法》），邀请法律从业者开展讲座，确保教学内容时效性。 4.多元考核评价体系：采用“课堂表现（20%）+ 法律文书撰写（30%）+ 案例分析报告（30%）+ 理论考试（20%）”综合评分，全面评估学习成果。

课程名称	拍摄基础	课程编号	730701ZZ11
参考学时	72	开设学期	第 1、2、3、4 学期
课程	素质目标	1. 培养学生的审美能力和艺术素养，提升对光影、色彩、构图的敏感度；激发创新思维，鼓励在商品拍摄与图片处理中展现独特创意； 2. 强化耐心、细致的职业态度，以及在商业拍摄与图像处理工作中的严谨性和责任心； 3. 增强团队协作能力，使其能够在项目实践中与团队成员高效配合。	

目 标	知识 目标	1. 学生需掌握商品拍摄的基础理论，包括光线原理、构图法则、拍摄设备与器材使用知识； 2. 熟悉各类商品（如服装、食品、电子产品等）的拍摄特点与技巧； 3. 系统学习图片处理软件（如 Photoshop）的功能模块、操作原理及图像编辑、合成、特效制作等基础知识。
	能力 目标	1. 能够根据不同商品属性和营销需求，熟练运用拍摄设备与光线布置，独立完成高质量商品照片拍摄； 2. 熟练使用图片处理软件，完成商品图片的裁剪、调色、修图、合成、特效添加等操作； 3. 具备将拍摄与处理后的图片应用于电商详情页、广告海报等营销场景的能力，提升商品视觉吸引力与营销效果。
教 学 内 容		1. 商品拍摄基础理论：摄影基础概念，构图与美学原理，光线运用基础； 2. 拍摄设备与器材：相机与镜头，辅助器材，手机拍摄设备与应用； 3. 商品拍摄实战：不同类型商品拍摄技巧（服装类商品、食品类商品和电子产品），商业拍摄流程与策划； 4. 图片处理基础：Photoshop 软件入门，图像基础编辑，色彩调整与校正； 5. 图片处理进阶：图像合成与特效，电商图片优化； 6. 综合项目实践：项目策划与执行，作品展示与互评； 7. 行业案例分析与拓展：优秀商业案例赏析，行业趋势与新技术。
教 学 要 求		1. 出勤情况（8%）：严格考勤，全勤得满分； 2. 课堂互动（12%）：积极参与提问、案例讨论，主动分享见解，能提出创新性思路或解决同学疑问； 3. 拍摄作业（10%）：按时提交课后拍摄任务，画面构图合理、光线运用得当、商品主体突出； 4. 图片处理作业（10%）：处理后的图片色彩自然、修图真实、符合商业用途标准，完成质量高； 5. 中期实操考核（15%）：在规定时间内完成指定商品的拍摄及基础图片处理，熟练运用设备和软件完成任务； 6. 期末综合项目（15%）：独立或小组完成完整商品拍摄与图片处理项目，从拍摄创意、画面质量、图片处理精细度、商业适配性等维度评分； 7. 理论考核（20%）：通过闭卷或线上测试，考查拍摄与图片处理基础理论知识； 学习态度与进步（10%）：考察学习积极性、作业完成态度及学习过程中的进步幅度。

课程名称		网店美工	课程编号	730701ZZ12
参考学时		144	开设学期	第 3、4、5 学期
课	素质 目标	1. 强化用户导向与审美意识：通过用户画像分析训练，培养以消费者视觉偏好为核心的设计思维，提升色彩搭配、版式布局的审美敏感度。 2. 树立职业规范与责任意识：结合电商平台设计规范与版权纠纷案例，引导学生遵守设		

程 目 标		计标准，重视素材合规使用与作品质量。 3. 培养创新思维与应变能力：鼓励关注电商设计潮流趋势，在主图、详情页设计中主动尝试新风格，快速响应节日营销、品牌升级等设计需求。
	知识 目标	1. 掌握视觉设计基础理论：系统学习色彩理论、版式设计、平面构成、视觉心理学等基础知识，理解不同设计元素对消费者视觉感知与购买决策的影响机制。 2. 熟悉专业设计工具与技术：熟练掌握 Photoshop 等主流设计软件的功能与操作技巧，了解 HTML、CSS 等网页设计基础代码知识，以及图片压缩、格式转换等优化技术。 3. 了解电商视觉设计规范与标准：掌握淘宝、京东等主流电商平台的页面布局规则、商品图片尺寸要求、广告图设计规范，熟悉品牌视觉识别系统（VI）在网店设计中的应用要点。
	能力 目标	1. 独立完成网店视觉设计：能够根据品牌调性与营销需求，独立设计首页、专题页、商品主图等网店视觉作品，输出符合平台规范的设计稿。 2. 实现创意构思与落地：通过手绘草图、设计提案表达创意，运用设计软件将构思转化为高质量作品，确保视觉效果与商业目标一致。 3. 优化迭代设计方案：基于点击率、转化率等数据反馈，分析设计效果，快速优化页面布局、色彩搭配等元素，提升用户浏览体验。
教学内 容		1. 网店美工设计基础理论：深入讲解色彩心理学、版式设计原理、平面构成法则，剖析电商视觉设计中色彩搭配、字体选择、元素布局对用户心理与购买行为的影响，为设计实践奠定理论基础。 2. 专业设计软件实操训练：系统学习 Photoshop（商品精修、海报合成），掌握图层、蒙版、特效等核心功能，提升设计工具应用能力。 3. 网店全流程视觉设计实践：以项目制教学开展网店首页、商品详情页、活动专题页、主图及广告图的设计实战，涵盖需求分析、草图绘制、方案优化到成品输出全流程，强化设计创意与落地能力。 4. 电商设计规范与行业趋势：解析淘宝、天猫、京东等主流电商平台的视觉设计规范与尺寸标准，分析直播电商、短视频营销等新兴场景下的视觉设计要点；追踪电商设计流行趋势，如极简风、国潮风、动态交互设计等，拓宽学生设计视野。
教学要 求		1. 项目化教学实施：每学期设置 3-4 个真实或模拟设计项目，采用 “需求分析 - 方案设计 - 评审优化” 流程，确保学生掌握全流程设计能力。 2. 强化软件实操考核：安排不少于 40% 课时进行软件实操训练，通过阶段性技能测试（如限时修图、建模任务）检验学习效果。 3. 引入行业资源协作：邀请电商设计师开展讲座，对接企业真实设计需求，组织学生参与设计竞赛，增强行业适应性。 4. 多元评价体系构建：采用 “平时作业（30%）+ 项目作品（40%）+ 软件实操（20%）+ 规范应用（10%）” 综合评分，全面评估学习成果。

课程名称		客户关系管理	课程编号	730701ZZ13
参考学时		72	开设学期	第 3、4 学期
课程目标	素质目标	1. 强化服务意识与同理心：通过真实服务场景模拟，培养以客户需求为核心的服务理念，提升对客户情感需求的感知与共情能力。 2. 树立职业规范与责任意识：结合客户数据泄露、服务纠纷等案例，引导学生遵守行业规范，重视客户隐私保护与服务质量。 3. 培养持续学习与应变能力：鼓励关注客户关系管理新技术、新理念，在复杂多变的客户需求中主动调整服务策略。		
	知识目标	1. 掌握客户关系管理基础理论：系统学习 CRM 系统架构、客户生命周期管理、客户价值分析等核心理论。 2. 熟悉客户沟通与服务技巧：了解客户需求挖掘、投诉处理、满意度提升等实用沟通技巧与策略。 3. 了解数据分析与应用知识：掌握客户数据分类、RFM 模型、数据分析工具基础操作，理解数据驱动决策逻辑。		
	能力目标	1. 客户沟通与关系维护能力：能够独立完成客户需求沟通、服务方案推荐，通过有效沟通提升客户满意度与忠诚度。 2. CRM 系统操作与数据分析能力：熟练使用主流 CRM 系统进行客户信息管理、数据录入分析，输出可视化分析报告。 3. 客户问题解决与策略制定能力：针对客户投诉、流失预警等问题，制定个性化解决方案，优化客户关系管理策略。		
教学内容		1. 客户沟通与关系维护能力：能够独立完成客户需求沟通、服务方案推荐，通过有效沟通提升客户满意度与忠诚度。 2. CRM 系统操作与数据分析能力：熟练使用主流 CRM 系统进行客户信息管理、数据录入分析，输出可视化分析报告。 3. 客户问题解决与策略制定能力：针对客户投诉、流失预警等问题，制定个性化解决方案，优化客户关系管理策略。		
教学要求		1. 理实结合教学：每章结合 2-3 个行业真实案例，采用 “理论讲解 + 案例分析 + 实操演练” 模式，促进知识内化。 2. 强化系统操作训练：设置不少于总课时 30% 的 CRM 系统实操课，通过阶段性考核确保学生熟练掌握系统功能。 3. 多样化教学活动：组织小组项目研讨、模拟客户服务竞赛，邀请企业 CRM 专家开展讲座，提升学生实践能力。		

	4. 多元考核评价：采用 “课堂表现（20%）+CRM 实操（30%）+ 案例分析报告（30%）+ 期末理论考试（20%）” 综合评估学习成果。
--	--

课程名称		电子商务案例分析	课程编号	730701ZZ14
参考学时		72	开设学期	第 3、4 学期
课程目标	素质目标	1. 培养商业洞察力：通过高频次的电商行业动态追踪与案例对比分析，培养学生敏锐捕捉市场趋势、用户需求变化的能力，例如能精准识别直播电商、社区团购等新兴模式的崛起契机。 2. 强化创新意识：鼓励学生突破传统电商框架，在案例研讨中提出差异化竞争、跨界融合等新思路，如借鉴海外电商模式本土化创新方案。 3. 树立诚信与社会责任意识：结合电商数据造假、虚假宣传等典型反面案例，引导学生重视消费者权益保护、数据合规使用，建立正确的商业价值观。		
	知识目标	1. 掌握电商基础理论：系统学习 B2B、B2C、C2C 等商业模式，深入理解电商供应链管理、用户增长模型等核心运营逻辑，夯实理论基础。 2. 精通案例分析工具：熟练运用 SWOT 分析电商企业竞争优势劣势、PEST 剖析行业宏观环境变化，同时掌握波特五力模型、商业模式画布等工具的应用场景。 3. 熟悉行业案例与趋势：剖析淘宝、亚马逊等平台电商的生态搭建，拆解拼多多、小红书等社交电商的崛起路径；了解元宇宙购物、绿色电商等新兴形态的发展现状与未来趋势。		
	能力目标	1. 深度案例分析能力：能够独立拆解电商案例，从商业模式、营销策略、技术应用等多维度提炼关键策略，总结成功经验或失败教训，输出专业分析报告。 2. 方案设计与优化能力：基于案例学习成果，结合目标市场特点，设计包含产品定位、流量获取、转化提升等环节的电商运营或营销优化方案，并通过模拟演练完善细节。 3. 动态策略调整能力：依据市场数据、竞品动态，及时调整电商策略，运用 GMV、转化率等指标评估方案效果，持续优化迭代。		
教学内容		1. 理论与工具教学：详解电子商务核心理论，配合实际案例演示 SWOT、PEST 等分析工具的使用方法；教授数据收集技巧，如行业报告解读、用户画像分析等。 2. 多元案例深度剖析：分模块拆解平台电商（如京东的物流体系）、社交电商（如抖音电商的兴趣推荐）、跨境电商（如 SHEIN 的快时尚出海）等典型案例，对比不同模式的运营差异。 3. 实战方案设计训练：以模拟项目为载体，让学生完成从市场调研、竞品分析到策略制定、预算规划的全流程电商方案设计，提升实践能力。 4. 前沿趋势与创新研讨：引入 AI 客服、区块链溯源等技术应用案例，探讨直播电商合规化、私域流量精细化运营等行业前沿话题，拓宽学生视野。		

教学要求	1. 案例融合教学：每单元精选 2－3 个近 1－2 年内的真实案例，通过案例导入、理论讲解、复盘总结的模式，实现理论与实践深度结合。 2. 强化实操与反馈：每学期安排至少 2 次案例分析实操任务，要求学生提交完整分析报告，并进行一对一作业批改与反馈，帮助学生改进提升。 3. 多样化教学活动：组织小组案例研讨、角色扮演、方案路演等活动，培养学生的团队协作能力、表达能力和批判性思维；邀请行业专家开展案例分享与经验交流。 4. 全面考核评估：采用“案例分析（40%）+ 方案设计（30%）+ 课堂表现（30%）”的考核模式，其中案例分析侧重逻辑深度，方案设计注重可行性，课堂表现关注参与度与创新性。
------	---

课程名称		营销策划及实施	课程编号	730701ZZ15
参考学时		108	开设学期	第 5、6 学期
课程目标	素质目标	1 强化市场与服务意识：以用户需求为核心，培养主动调研、解决痛点的能力，树立服务客户的责任感。 2. 提升创新应变能力：鼓励突破传统，尝试新营销方法；面对变化能快速调整策略。 3. 树立职业与社会责任感：遵循商业伦理，杜绝违规营销；关注可持续发展议题，平衡商业与社会价值。		
	知识目标	1. 掌握营销基础理论：熟悉 STP 理论、4P/4C 营销组合等核心理论，理解市场细分、目标市场选择与定位逻辑。 明确策划流程与方法：了解营销策划从市场调研、方案制定到预算规划的全流程，掌握 SWOT 分析、竞品分析等实用工具。 3. 了解实施与评估要点：掌握营销方案落地执行的关键环节，学习营销效果评估指标与数据分析方法。		
	能力目标	1. 独立完成营销方案设计：运用市场调研与分析工具，结合营销理论，独立撰写包含目标定位、策略规划、预算分配的完整营销策划方案。 2. 高效执行营销方案：协调资源推动营销活动落地，把控执行进度与质量，妥善处理实施过程中的突发问题。 3. 分析优化营销效果：通过关键指标评估营销成果，解读数据反馈，针对性提出优化策略，提升营销活动转化率与效益。		

教学内容	1. 营销理论与市场分析：讲解 STP、4P 等核心理论，学习市场调研、消费者行为分析方法。 2. 营销策划方案撰写：掌握策划书框架结构，包括目标设定、营销策略制定、预算编制等内容。 3. 营销活动执行实务：学习资源协调、进度管理技巧，以及应对执行中突发问题的处理方法。 4. 营销效果评估与优化：了解 ROI、转化率等关键指标，学习数据分析与策略优化方法。
教学要求	1. 案例驱动教学：每章节融入 3-5 个典型营销案例，结合理论讲解，引导学生分析策略优劣，提升实践认知。 2. 强化方案实操：设置不少于 2 次完整策划案撰写任务，要求学生独立完成市场分析到预算规划的全流程设计。 3. 模拟实战训练：组织营销活动执行模拟，通过分组分工、限时推进，培养学生资源协调与突发问题处理能力。 4. 数据化考核：采用 “策划案质量（40%）+ 模拟执行表现（30%）+ 效果分析报告（30%）” 的量化评分，确保教学效果可衡量。

课程名称		新媒体营销	课程编号	730701ZZ16
参考学时		144	开设学期	第 4、5 学期
课程目标	素质目标	5. 培养创新思维与互联网营销意识，提升对新媒体热点和用户需求的敏感度，增强内容创作的创意能力； 6. 强化团队协作与沟通能力，适应新媒体运营与直播团队的多岗位协同作业需求； 7. 树立合规运营与职业道德意识，在新媒体运营中遵守法律法规，注重用户隐私保护与信息真实性。		
	知识目标	1. 系统掌握新媒体运营的基础理论、核心概念及行业发展趋势，熟知主流新媒体平台（抖音、快手、微信、小红书等）的运营规则与生态特点； 2. 深入理解新媒体内容创作、用户运营、营销推广、数据分析等模块的知识体系，明确各环节在直播电商中的作用机制； 3. 熟悉新媒体运营相关的政策法规与行业规范，了解直播电商新媒体运营的前沿技术与创新模式。		
	能力目标	4. 能够独立完成新媒体账号定位、内容策划与运营，熟练创作图文、短视频等新媒体内容，适配直播电商场景需求； 5. 掌握新媒体平台的流量获取与转化策略，运用 SEO、SEM、社交媒体广告投放、KOL 合作等手段，为直播间引流并提升粉丝粘性； 6. 具备新媒体用户运营能力，通过社群管理、粉丝互动、活动策划实现用户增长与留存，促进直播电商的销售转化； 7. 学会运用数据分析工具（如蝉妈妈、飞瓜数据、平台后台），对新媒体运营数据		

		及直播效果数据进行分析，优化运营策略。
教学内容		1. 新媒体运营基础：新媒体运营概述，主流新媒体平台解析； 2. 新媒体内容创作与策划：内容创作基础，内容策划与选题，新媒体内容与直播电商的融合； 3. 新媒体营销与推广：新媒体营销基础，流量获取与推广手段，新媒体活动策划与执行； 4. 新媒体用户运营：用户画像与需求分析，用户增长与留存策略，用户互动与粉丝管理； 5. 新媒体数据分析与优化：数据分析基础，关键数据指标解读，数据驱动运营优化； 6. 综合项目实践：新媒体运营全案策划与执行，项目展示与复盘； 7. 行业前沿与案例分析：行业政策与法规解读，前沿趋势与创新案例。
教学要求		1. 出勤情况（5%）：严格落实考勤制度； 2. 课堂互动（10%）：主动参与案例讨论、小组汇报、提问答疑，积极分享见解，能提出创新性运营思路或解决同学疑问； 3. 书面作业（10%）：包括新媒体运营方案、数据分析报告等，内容完整、逻辑清晰、数据准确； 4. 实践作业（10%）：如新媒体内容创作（图文、短视频）、广告投放模拟等，要求创意新颖、符合平台规范、达到预期效果，完成质量高； 5. 课堂实操（15%）：在平台账号操作、软件工具使用（如 PS、剪映）、数据模拟分析等课堂实践中，熟练完成任务且操作规范、效果良好； 6. 综合项目实践（20%）：在全流程新媒体运营项目中，从账号搭建、内容运营到营销推广、数据优化，团队协作良好、运营数据达标； 7. 期中考试（10%）：以案例分析或方案设计考核； 8. 期末考试（20%）：通过综合项目答辩、笔试等方式，全面考查知识运用能力。

（三）教学实习

本专业教学实习包括认知实习、顶岗实习等。

序号	实习名称	实习内容和要求	参考学时
1	认识实习	新生入校专业认知实习	一年级一学期一次
2	跟岗实习	双十一、双十二等电商促销跟岗实习	一年两次
3	顶岗实习	2.5 学期结束后开始顶岗实习	半学期

七、教学进程总体安排

（一）学时分配表

课程类别	课程模块	理论学时	实践学时	总学时	比例（%）
公共基础课程	文化课程	718	308	1026	35.3%
	素养课程	2	70	72	
专业（技能）	专业基础课程	204	264	468	53.2%

	专业核心课程	360	828	1188	
公共选修课程		32	4	36	11.6%
专业选修课程		108	216	324	
合 计		1424	1690	3114	实践学时/ 总学时： 54.3%

(二) 教学进程安排表

课程类别		序号	课程名称	学分	个学期周学时分配								考核方式									
					学时分配			学期课时安排					考试	考查								
					学时	理论教学	实践教学	一	二	三	四	五			六							
															20	20	20	20	20	20		
公共基础课程	公共必修课程	1	思想政治	8	144	128	16	2	2	2	2		顶岗实习	<								
		2	语文	11	198	178	20	3	3	2	2	1		√								
		3	数学	8	144	128	16	2	2	2	2			√								
		4	英语	8	144	128	16	2	2	2	2			√								
		5	信息技术	6	108	54	54	2	4					√								
		6	艺术	2	36	18	18	2						√								
		7	历史	4	72	64	8	1	1	1	1			√								
		8	体育与健康	10	180	20	160	2	2	2	2	2			√							
		9	劳动教育（素养课）	1	18	2	16	1							√							
		10	军训及国防教育（素养课）	1	54	0	54	3							√							
		公共必修小计			59	1098	720	378														
专业（技能）课	专业基础课（必修）	1	电子商务概论	4	72	36	36	2	2				√									
		2	电商大数据分析	4	72	36	36				4		√									
		3	智能图像处理（PS）	6	108	36	72		2	2	2		√									
		4	消费者心理学	4	72	36	36	2	2				√									
		5	客户关系管理	4	72	24	48			2	2		√									
		6	电子商务案例分析	4	72	36	36			2	2		√									

		专业基础小计		26	468	204	264								
	专业核心课 (必修)	1	智能供应链与物流管理	4	72	36	36			2	2			√	
		2	智能营销	6	108	36	72			2	4			√	√
		3	电商运营	8	144	36	108				4	4		√	√
		4	智能客服	6	108	36	72	4	2					√	
		5	网店美工	8	144	36	108			2	2	4		√	√
		6	拍摄基础	8	144	36	108	2	2	2	2			√	√
		7	短视频制作	8	144	36	108				4	4		√	√
		8	新媒体营销	8	144	36	108				4	4		√	
		9	营销策划及实施	6	108	36	72				4	2		√	
		10	电子商务法律法规	4	72	36	36			2	2			√	
	专业核心小计		62	1188	360	828									
	专业选修课	1	财务基础	4	72	24	48			2	2			√	
		2	商务软文写作	4	72	24	48				2	2		√	
		3	商务礼仪与商务谈判	4	72	24	48				2	2		√	
		4	商务网页设计与制作	6	108	36	72					4		√	
		专业选修小计		18	324	108	216								
	顶岗实习				20	360	0	360							
	公共选修课	1	中华优秀传统文化	1	18	16	2					1			√
2		习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本	1	18	16	2				1				√	
	公共选修课小计			2	36	32	4								
顶岗实习				20	360	0	360					20			
合计				167	3114	1424	1690								

说明：

1. 综合实训根据实际考核时间安排，未取得证书不得学分。

2. 顶岗实习由企业鉴定，企业鉴定不合格不得分。实践企业可由学校指定，也可由学生自行选择，学生自选企业必须有教务处确认。

3. 其他学科根据学科考核定学分。

八、实施保障

（一）师资队伍

本专业要求教师具有较强的电商实践经历，能较好的为学生示范电商操作，并要求教师每五年需要有六个月下企业实践经历。本专业共有专任教师 19 人，其中本校专任教师 17 人，兼职教师 2 人；高级职称 2 人、中级职称 6 人，具有“电子商务师”等资格证书的“双师型”教师 12 人。

序号	姓名	年龄	最后学历	职称	职业资格等级证书名称	是否双师（初/中/高级）	省市区校级专业带头人或骨干教师	专任/兼职教师
1	骆志忠	55	本科	高级讲师			福建省计算机骨干教师/福建省教学名师	专任
2	陈淑全	50	本科	高级讲师		是		专任
3	杜永明	45	本科	讲师	高级网络工程师	高级双师		专任
4	陈航	35	本科	讲师	电子商务师二级	高级双师	区级学科带头人培养对象	专任
5	薛超	34	本科	讲师	电子商务师二级	高级双师	区级骨干教师	专任
6	林碧兰	35	本科	讲师	电子商务师二级	高级双师		专任
7	吴薇	41	本科	讲师	中职国际经济与贸易	中级双师		专任
8	黄晓玲	44	本科	讲师				专任
9	陈小芳	39	本科	助理讲师	电子商务师二级	初级双师		专任
10	卓宝珍	34	本科	助理讲师	电子商务师二级	初级双师		专任
11	郑诗宁	30	本科	助理讲师	初级会计师、电子商务师三级	初级双师		专任
12	丘英	31	本科	助理讲师	电子商务师三级	高级双师		专任
13	陈燕钰	31	本科	助理讲师	电子商务师二级	中级双师		专任
14	连碧芬		本科	助理讲师	电子商务师二级	初级双师		专任
15	黄辛辛	26	本科	校聘教师	电子商务师三级	初级双师		专任
16	骆晓月	26	本科	校聘教师				专任
17	涂志炫	25	本科	校聘教师				专任
18	刘建雄	36	本科	企业经理	互联网营销师三级，人工智能训练师三级			兼职
19	陈铭铭	35	大专	企业经理	电子商务师，人工智能训练师，互联网营销师			兼职

专业教师结构一览表

队伍结构	阶段	比例	备注
职称结构	高级	10.5%	
	中级	31.6%	
	初级	31.6%	
学历结构	本科	94.7%	
年龄结构	50 以上	10.5%	
	40-50	15.8%	
	25-40	73.7%	
双师型教师	63.2%		
学生数与专任教师比例	16:1		

2. 专任教师

具有教师资格证书；具有电子商务等相关专业学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能广泛联系行业企业，了解国内外电商行业发展新趋势，准确把握行业企业用人需求，具有组织开展专业建设、教科研工作和企业服务的能力，在本专业改革发展中起引领作用。

4. 兼职教师

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

（二）教学设施

根据电商专业技能课程教学与综合实训项目提出的职业能力训练要求，本专业配备实训

室进行基础教学和实训，实训开出率达 100%。

1. 校内实训工作室

本专业应配备校内实训实习室和校外实训基地，校内实训实习建议具备“互联网+”O2O 综合体验馆、“互联网+”美工工作室、“互联网+”摄影工作室、“互联网+”运营工作室、“互联网+”网络客服工作室、“互联网+”网络营销工作室。

序号	实训室名称	建筑面积 (平方米)	设备及工位	实训室功能
1	O2O 综合体验馆	40	50 台电脑+工位+实训系统	通过 OTO 体验馆可以让学生了解学习微信、微博电商新玩法，同时师生还可以借助于 OTO 体验馆对商品进行深入研究
2	美工工作室	40	50 台电脑+工位	美工工作室主要是用来培养学生平面设计、包装设计、装饰设计、排版编辑、网页制作、特效制作、商品图形图像处理等电子商务相关工作技能。为学生提供体验完整工作过程的学习机会，逐步实现从学习者到工作者的角色转换。
3	摄影工作室	80	22 台电脑+工位+10 组摄影器材	摄影是电子商务综合实训体系的重要环节，主要承担电子商务流程下的商品拍摄环节，作为商品摄影实训体系组织与实施的具体环境，着重培养我校电子商务专业学生对专业的综合实践能力，体系化掌握电子商务流程的重要环节——商品摄影及商品 E 化技能。
4	运营工作室	120	50 台电脑+工位+实训系统等	运营工作室主要是为了帮助电子商务专业学生掌握其网店开设及运营的综合技能，通过运营工作室的综合实践操作，提升客户关系管理的技巧和能力，为学生承接企业真实电子商务项目运营及创业孵化积累了丰富的经验。同时，可作为各种电子商务比赛、考试、考证区域，满足各种教学活动和活动需要。
5	网络客服工作室	70	50 台电脑+工位+网络客服实训系统	客户服务工作室，主要用于学生技能实训和承接真实工作任务。利用千牛软件，I 博导等平台模拟客户信息服务的运作流程和基本功能。通过承接十一或双十二等真实企业任务，提升学生客户信息服务的相关工作技能。
6	网络营销工作室	70	50 台电脑+工位+网络营销实训系统+《市场营销》精品课程	网络营销工作室，引进电子商务专业学生网络营销核心能力培养平台，全方位获取电子商务专业学生互联网营销核心技能，综合提升学生实践及就业能力。

2. 校外实训基地

选择优质企业开展校企合作，建立校外实训基地，保障短期实践项目教学、顶岗实习等教学活动实施，提供教师企业挂职锻炼岗位，实现教师轮岗实践，提升教师“双师素质”。我校校外实习单位有 8 家，如泉州市竹攸电子商务有限公司、泉州市舒猫时代商贸有限公司等。

（三）教学资源

1. 教材选用

按照教育部《职业院校教材管理办法》规定、选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。本专业课程教材主要选用以上规划教材或者全国专业教学指导委员会推荐使用教材，优先选用与专业实训条件相对应的项目化教材、活页式教材，并配套相应的数字化教学资源，在满足现场教学需要的同时为教师进行线上线下混合式教学提供资源。

课程	书名	ISBN	出版社
电子商务基础	《电子商务基础》	978-7-5770-0541-6	电子科技大学出版社
网店美工	《网店美工与视觉设计综合实训》	978-7-5742-0384-6	天津科学技术出版社
网络营销与策划	《网络营销与策划》	978-7-5608-9079-1	同济大学出版社
消费者行为学	《消费者行为学》	978-7-5608-7949-9	同济大学出版社
短视频制作	《短视频设计与制作》	978-7-5630-9229-1	河海大学出版社
电子商务法律法规	《电子商务法律法规》	978-7-5630-9228-4	河海大学出版社
新媒体运营	《新媒体运营》	978-7-5630-9219-2	河海大学出版社

2. 图书文献配备

专业图书资料不少于 1000 册，图书文献配备满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关数字媒体内容制作和软件开发的技术、标准、方法、操作规范以及实务案例类图书等。

3. 数字资源配备

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

（四）教学方法

1. 实施基于工作过程导向的教学方法

“教室建在仿真实训室，把企业引入学校”，形成“课堂与岗位”、“教学与实训”相互融合的培养平台，推行“项目导向、任务驱动”教学法，在教师指导下模拟企业工作项目，实现课堂与实训合一，教学与技术开发、服务合一，让学生切实体验工作流程，实现从学校向工作岗位的“零过渡”，从学生向企业员工的“零转变”。

2. 采用小组合作学习的方式

教师示范与学生分组讨论、训练互动、学生提问与教师解惑、指导相结合，体现“做中学”“做中教”的教学理念。

（五）学习评价

由学校、学生、用人单位共同实施评价，毕业时以百分制进行计分，三项评价按照 20%：60%：20%进行换算。基本素养和文化知识及技能主要由学校通过学生课程学习的作业、课堂提问、出勤、考试、技能考核等进行过程评价和结果评价；顶岗实习评价以实习单位为主，通过实习考勤、实习记录、实习报告、实习表现等方面，结合实习指导教师的评价对学生进行综合评价。

1. 基本素养评价（占 20%）

基本素养包括品德素养、团队合作、敬业精神、组织协调三个方面。具体要求：

品德素养：诚实守信、公平正直、吃苦耐劳、文明礼貌、勤俭自强、乐于助人。

团队合作：具有良好的团队精神和合作意识，能与人和谐相处，团结协作。

敬业精神：有很强事业心和主人翁责任感，追求崇高的职业理想，对学习和工作态度认真踏实，恪尽职守、精益求精、具有奉献精神。

组织协调：能积极参与组织各项社团活动、文体活动，有很强的组织管理和协调能力。

由学生科和学生所在班级根据《9S 评价细则》共同评价，评定等级。评价结果为合格及以上。由班主任、任课教师、学生科共同考核，受学校处分没撤消者不予毕业。

2. 文化知识和职业技能评价（占 60%）

专业素养包括文化知识、专业基础、专业技能三个方面。具体要求：

文化知识：文化基础好，知识面宽，开设的公共课学的扎实，信息处理能力强。

专业基础：开设的专业领域的基础课程的理论知识和技能常识掌握到位，专业知识面开阔。

专业技能：开设的专业领域的专业核心课程的理论知识学的扎实，能运用理论知识指导实际操作，动手能力强，与岗位要求实现对接。

文化知识和职业技能成绩构成：采取期中考试（30%）+期末考试成绩（30%）+平时成绩

（40%），其中平时成绩包括作业、出勤、学习态度等组成。

3. 顶岗实习评价（占 20%）

考核成绩参照实习单位鉴定以及学生个人的实习考勤、实习记录、实习报告、实习表现等进行综合评定，分为优秀、良好、一般、及格、不及格五个等级。成绩及格及以上者获得相应的顶岗实习学分。

（1）优秀

实习态度端正，遵守实习纪律，能很好的完成实习任务，达到实习课程标准中规定的全部要求，实习报告能对实习内容进行全面、系统的总结，并能运用学过的知识和技能解决工作中的实际问题，成绩优异。

（2）良好

实习态度端正，遵守实习纪律，能较好的完成实习任务，达到实习课程标准中规定的全部要求，实习报告能对实习内容进行比较全面、系统的总结，并能运用学过的知识和技能解决工作中的实际问题，成绩良好。

（3）一般

实习态度基本端正，能较好的遵守实习纪律，达到实习课程标准中规定的主要要求，实习报告能对实习内容进行比较全面的总结。

（4）及格

实习态度基本端正，能较好的遵守实习纪律，基本完成实习任务。达到实习课程标准中规定的基本要求，能完成实习报告。但不够完整、条理。

（5）不及格

凡具备下列条件之一者，均为不及格：未达到实习课程标准规定的基本要求，实习报告不认真，或内容有明显错误；未参加实习的时间超过全部时间三分之一者；实习中有违纪行为，造成恶劣影响者。

（六）质量管理

1. 建立完善的专业建设和教学质量诊断与改进机制。实行三级监控制，即监控委员会、质监办、专业组三级监控。成立教学质量监控委员会，校长兼任主任，全面负责学校专业建设和教学质量诊断与改进工作；主管副校长任副主任，领导教务科、学生科、人事科、督导室等配合做好质量监控工作。监控委员会下设质监办，设党政办，负责具体实施教学质量监控工作。专业组是教学质量管理的实体，具体负责专业和课程建设、教学环节、教学常规管理等各项监控指标的监控实施，落实各项监控措施。实行动态监控制，对各专业课程标准的制定与实施、授课计划的审查与执行、教材的选定、考核评价等实行多方位、多层次、多方式的动态监控，适时监测数据，对照标准，分析问题，督促改进。

2. 建立毕业生跟踪反馈及社会评价机制。开展三评工作，即评管、评教、评学。对学校教学管理、教师教学水平、学生学业水平采用社会评价、企业评价、家长评价、学生评价的多维评价方式，监测人才培养目标达成情况和培养质量。

3. 完善教学管理机制。制定《教学管理制度》和《教学岗位绩效考核办法》。依托智慧校园，每月进行一次数据分析和阶段性评价，及时安排，逐步提升。参照考核细则，每学期进行一次教学岗位考核，分为课堂管理、常规检查、教研教改、教学效果与学生测评等，量化评分，创先争优。

4. 积极推进学历证和职业资格证书“双证书”制度。制定《学生岗位实习管理制度》《专业实训室管理规定》等，加强实习监管，为本专业实习实训的教学质量和工学结合人才培养模式的实行提供有力的保障。

5. 落实企业导师入校兼职制度。开展校企联合招生、联合培养的现代学徒制试点，推进校企协同育人。本专业健全教学质量监控管理，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，健全综合评价。建设专业教研组织，建立线上线下相结合的集中备课制度和定期召开教学研讨会议制度。建立毕业生跟踪反馈和社会评价机制，定期分析人才培养目标的达成情况。

九、毕业要求

根据《中等职业学校学生学籍管理实施细则（试行）》第八章“毕业与结业”第三十五条规定，学生毕业必须达到以下要求：

- 1、全日制学历教育学生综合素质总评合格；
- 2、通过省学业水平测试合格性考试。
- 3、修满专业人才培养方案规定的全部课程且成绩合格，修满规定的学分；
- 4、实习考核合格。

十、办学特色

本专业能紧跟区域产业优势和行业需求，及时调整人才培养方案，培养目标、培养规格、课程体系、教学条件等要素能与时俱进，突出校本特色，专业辨识度高，打造具有区域特色的专业品牌。

十一、附录

专业人才培养方案变更审批表

专业		申请部门		申请日期	
----	--	------	--	------	--

变更情况说明 (含变更原因、内容等)	
科室审批	签章 年 月 日
分管领导审批	签章 年 月 日
校长审批	签章 年 月 日