



直播电商服务 人才培养方案

一、专业名称及专业代码

专业名称：直播电商服务

专业代码：730705

二、入学要求

入学要求：初中毕业或具有同等学力。

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) 互联网营销师	直播推广专员	专项能力认证 (电脑上直播主 播)
				直播销售人员	专项能力认证 (电商直播运营)
				视频创推元	专项能力认证 (短视频创推)
				商品选品员	互联网营销师

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和互联网直播活动、网络交易安全等知识，具备短视频文案创作、拍摄、剪辑与运营；直播策划、脚本撰写、直播销售、直播运营、直播推广、直播数据分析、直播客户服务；商城搭建、产品管理、订单管理、售后服务、运营数据分析等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事短视频内容制作、短视



频运营、直播销售、直播运营、网店搭建、网店运营等工作的技术技能人才。

（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. 了解基本的商务礼仪常识。
2. 了解新媒体营销基础知识。
3. 掌握计算机基础知识，能使用计算机常用工具软件（包括网络工具软件）处理日常工作文档，满足工作需要。
4. 掌握直播电商基础知识，能熟练使用互联网直播平台进行直播销售、数据分析、直播引流、直播推广等商务活动。
5. 掌握电子商务、各直播平台相关知识，能根据需求，完成直播脚本策划、直播营销、直播活动策划等处理工作。
6. 掌握电子商务、各直播平台信息采集与信息加工的相关知识，能完成信息搜集、原创、编辑、发布等信息处理工作。
7. 掌握直播产品选品选款能力，能完成企业直播销售的商品选品。
8. 掌握直播平台运营相关知识，能完成各直播平台日常运营工作。
9. 掌握直播电商日常工作中客户服务相关专业知 识，能按照服务规范与流程，服务客户，提出顾客接受的解决方案。

专业（技能）方向——直播策划

1. 能够熟练进行直播活动的规划与定位，根据不同的直播产品进行直播间搭建。
2. 能够掌握直播脚本策划技巧，完成整场直播活动的策划与商品的发布和设置。
3. 能够掌握直播产品的选品选款技巧，做好商品品控。

专业（技能）方向——直播营销



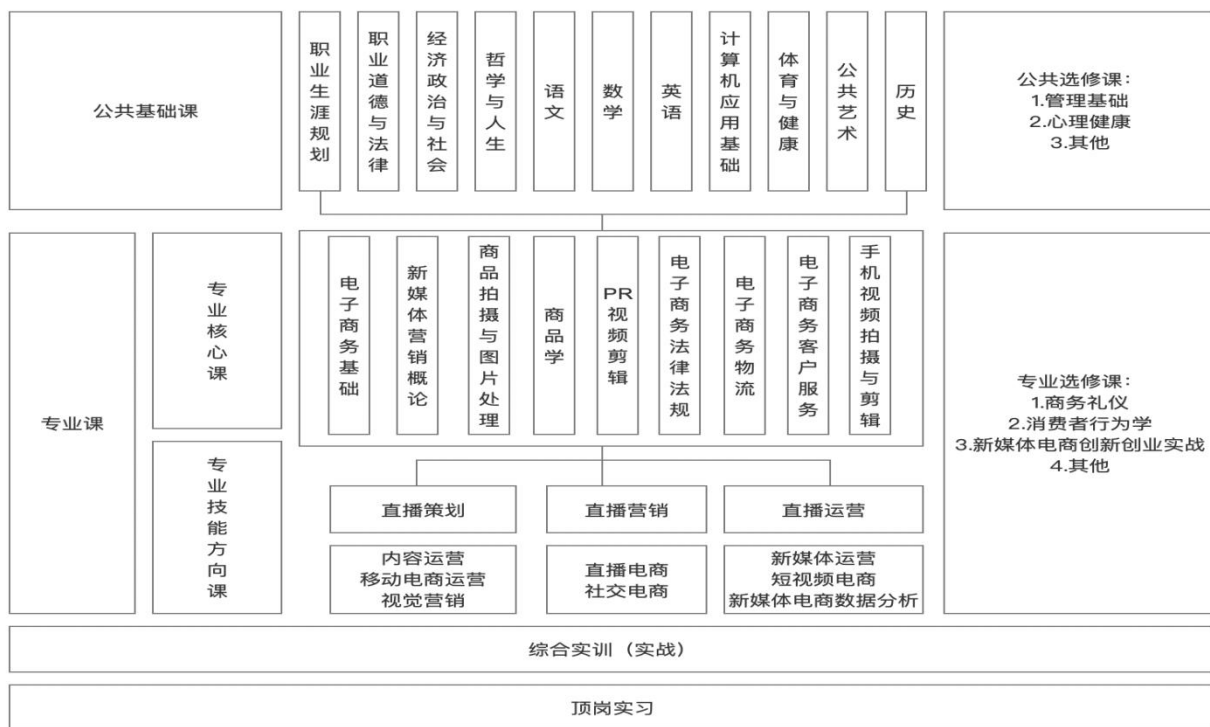
1. 能够掌握各个直播平台直播间的系统操作，顺利完成直播活动。
2. 能够通过直播活动熟练的进行商品讲解与展示，并完成粉丝的互动转化，对直播产品进行营销推广。
3. 能够掌握直播控场能力，能根据实际直播情况，进行粉丝客户维护与订单处理，保证直播活动的顺利进行。

专业（技能）方向——直播运营

1. 熟悉并掌握开展直播前的预热活动技巧，能够为直播活动进行直播引流。
2. 能根据直播活动目标，执行完整的直播推广计划，满足营销需求。
3. 直播结束后能够熟练进行直播数据的采集与初步分析，进而对直播效果进行分析，根据结果进行复盘与优化，保证直播质量。

六、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课程和专业（技能）课程。



（一）公共基础课程

公共基础课包括职业生涯规划、文化课、体育与健康、公共艺术、历史，以及其他自然科学和人文科学类基础课。

公共基础课程描述如下：

课程名称	职业生涯规划	课程编号	730705GW01
------	--------	------	------------



参考学时		32	开设学期	第 1 学期
课程目标	素质目标	1. 培育职业道德素养，了解诚实守信、廉洁奉公、保守机密、团队合作、服务意识等职业道德规范的重要性； 2. 树立积极的职业态度，培养学生对职业的尊重、热爱和敬业精神，在日常学习和未来职业活动中自觉遵守，树立良好的职业形象； 3. 引导树立正确的职业理想，将个人职业发展与国家社会需求相结合，认识到职业不仅是获取经济收入的途径； 4. 实现个人价值和社会贡献的平台，激发学生为实现职业理想而努力奋斗的内在动力。		
	知识目标	1. 理解职业生涯规划的基本概念，包括职业生涯的内涵、发展阶段、规划的意义和作用，知晓职业生涯规划是对个人职业发展的系统思考和安排，贯穿职业发展全过程； 2. 系统掌握职业生涯规划步骤和常用方法，如自我评估方法（性格测试、兴趣测评、能力盘点等）、职业环境分析方法（行业调研、企业分析、岗位研究等）、目标设定方法（SMART 原则）以及实施计划制定方法等； 3. 了解与职业相关的政策法规，如就业促进法、劳动合同法等内容，知晓就业过程中的权益保护和应尽义务，熟悉劳动纠纷处理途径； 4. 掌握劳动力市场的基本信息，如常见职业分类、各行业人才需求趋势、薪资待遇水平等情况。		
	能力目标	1. 培养自我认知能力，能够运用科学方法全面、深入分析兴趣爱好，判断对不同事物的喜好程度和持久度； 2. 准确剖析性格特点，明确优势性格特质和可能存在的性格短板； 3. 客观评估能力水平，了解在学习、实践、社交等方面的能力状况，挖掘潜在能力； 4. 提升职业探索能力，学会利用多种渠道（网络资源、实地调研、人物访谈等）收集职业信息，对不同职业的工作内容、职业发展路径、任职要求、工作环境、发展前景等进行详细探究； 5. 锻炼学生制定职业生涯规划的能力，能够依据自我认知和职业探索结果，结合社会需求和个人发展愿景，合理确定职业目标。		
教学内容		1. 职业与职业生涯：介绍职业的定义、分类及社会功能，职业生涯的概念、发展阶段及特点； 2. 职业生涯规划的重要性：分析职业生涯规划对个人职业发展的积极作用； 3. 中职生职业生涯规划的特点：对比中职生和其他人群职业生涯规划差异，分析中职生在职业选择、职业发展路径等方面的独特性；		



	4. 职业理想的作用：探讨职业理想对个人人生发展的引领作用，分析职业理想对社会发展的贡献，如推动行业进步、促进社会经济发展等； 5. 发展要从所学专业起步：详细介绍学生所学直播电商服务专业的课程设置、培养目标、就业方向，分析该专业对应的职业群和相关行业； 6. 发展要立足本人实际：开展自我评估活动，引导学生从兴趣、性格、能力、价值观等方面进行全面自我分析； 7. 发展要善于把握机遇：分析家庭状况对个人职业生涯发展的影响，如家庭经济条件、家庭职业背景等可能提供的资源和限制。		
教学要求	1. 理论知识讲授（30%）：以系统、全面的方式讲解职业生涯规划的理论知识，涵盖职业发展的各阶段特点、规划的关键步骤、职业探索的方法等内容，保证知识的准确性与前沿性； 2. 实践操作指导（40%）：安排丰富的实践活动，包括职业体验、企业参观、模拟项目等； 3. 个性化辅导与答疑（15%）：关注学生个体差异，针对不同性格、兴趣、能力特点的学生提供个性化的职业发展建议； 4. 考核评价与反馈（15%）：建立多元化考核评价体系，全面评估学生学习成果。		
课程名称	语文	课程编号	730705GW02
参考学时	216	开设学期	第 1、2、3 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 and 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与针对性； 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	730705GW03
参考学时		144	开设学期	第 1、2 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习惯； 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；		



程 目 标		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	730705GW04
参考学时		180	开设学期	第 1、2、3 学期
课	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；		



程 目 标		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		计算机应用基础	课程编号 730705GW05
参考学时		72	开设学期 第 1 学期
课程 目标	素质 目标	1. 培养对计算机技术的浓厚兴趣和积极探索精神，激发学习热情和创新思维； 2. 提升信息素养，使其具备敏锐的信息意识，能够准确判断、筛选、处理和利用信息； 3. 强化团队协作意识，通过小组项目等方式，学会在团队中交流合作、共同完成任务，提高团队协作和沟通能力； 4. 树立正确的信息道德观念，自觉遵守信息道德规范和相关法律法规，合法、合规、合理地使用计算机和网络资源，杜绝不良信息传播和侵权行为。	
	知识 目标	1. 全面掌握计算机基础概念； 2. 了解操作系统的功能和常见类型，熟练掌握 Windows 操作系统的基本操作、文件与文件夹管理； 3. 熟悉文字处理软件（如 Word）、电子表格处理软件（如 Excel）、演示文稿软件（如 PowerPoint）的基础功能与使用场景； 4. 了解计算机网络的基础概念，像网络拓扑结构、IP 地址、网络协议等，知晓因特网的常用服务和应用。	
	能力 目标	1. 熟练进行计算机基本操作，包括开关机、系统设置、文件管理等； 2. 运用 Word 软件高效完成各类文档的创建、编辑、排版与打印，如撰写报告、策划方案等； 3. 利用 Excel 软件进行数据处理，涵盖数据录入、公式与函数运用、数据排序、筛选、分类汇总以及图表制作，以分析处理成绩统计、财务数据等； 4. 借助 PowerPoint 软件制作具有专业水准的演示文稿，包含模板选择、内容设计、动画效果设置和放映，用于产品展示、项目汇报等场景； 5. 熟练使用网络浏览器检索信息，运用电子邮件进行有效沟通交流，掌握常用网络工具软件的操作。	
教学 内容		1. 计算机基础知识：发展历程、系统组成、数制与编码和基本操作； 2. 操作系统应用： Windows 操作系统基础、文件与文件夹管理和系统设置与维护； 3. 办公软件应用： 文字处理软件 Word、电子表格处理软件 Excel 和演示文稿制作软件 PowerPoint； 4. 计算机网络基础：网络基本概念、 IP 地址与域名系统和因特网应用； 5. 多媒体软件应用（选学拓展）：多媒体技术基础、 图像处理基础、和音频与视频处理基础。	



教学要求		1. 理论讲授与实践操作结合（40%）：理论讲解要逻辑清晰、重点突出，借助多媒体、实物展示等方式，把计算机原理、操作系统概念等抽象知识直观化； 2. 案例教学与项目驱动（30%）：引入丰富案例，如企业财务报表制作、校园活动宣传策划等，让学生在案例分析和解决问题中掌握知识技能； 3. 自主学习与小组协作引导（20%）：引导学生利用网络课程、在线学习平台、图书馆资源等自主学习，布置拓展学习任务，如探究计算机新技术应用、办公软件高级功能等，培养自主学习和信息获取能力； 4. 分层教学与个别辅导（10%）：关注学生个体差异，根据学生基础、学习能力和兴趣进行分层教学，设置不同难度的任务和目标。	
课程名称		历史	课程编号 730705GW06
参考学时		36	开设学期 第 2 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	730705GW07
参考学时	180	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	公共艺术	课程编号	730705GW08
参考学时	36	开设学期	第 3 学期
课程目标	素质目标	1. 培养学生对艺术的兴趣和热爱，提高艺术审美素养，塑造健康审美观念； 2. 增强文化自信，通过学习中国传统艺术，深入理解和传承中华优秀传统文化； 3. 激发创新精神和创业意识，借助艺术思维培养创新能力，为直播电商工作注入创新活力； 4. 提升团队协作与沟通能力，通过艺术实践活动中的合作，学会团队协作与有效沟通。	
	知识目标	1. 能够了解音乐、美术、舞蹈、戏剧等主要艺术门类基础知识，包含艺术风格、表现形式、发展脉络； 2. 掌握艺术鉴赏基本方法，如作品背景分析、艺术语言解读、审美价值判断； 3. 熟悉直播电商场景中艺术元素运用知识，像直播界面视觉设计原则、直播氛围音乐选择技巧；	
	能力目标	1. 具备艺术作品欣赏能力，能从美学、文化、历史角度赏析作品，准确理解作品内涵与价值； 2. 提升艺术实践能力，可参与绘画、音乐表演、舞蹈编排等活动，锻炼创意表达与艺术表现能力； 3. 拥有将艺术知识运用到直播电商实际工作的能力，如设计美观直播场景、制作吸睛宣传海报、策划有创意直播活动。	
教学内容	1. 基础模块：音乐鉴赏与实践，介绍音乐基本要素，如旋律、节奏、和声、音色，帮助学生建立对音乐基本感知。赏析不同风格音乐作品，涵盖古典音乐、流行音乐、民族音乐等，引导学生理解音乐情感表达和 文化内涵 ；美术鉴赏与实践，讲解美术基本类型，像绘画、雕塑、书法、摄影等，阐述各类美术形式特点和表现手法。		



	2. 拓展模块：舞蹈基础与创编，介绍舞蹈基本动作、姿态、韵律，教授民族舞、现代舞等常见舞蹈类型基础技巧；戏剧表演与实践：讲解戏剧表演基本理论，包括剧本分析、角色塑造、舞台表演技巧等；新媒体艺术与直播应用：介绍新媒体艺术概念、特点和发展趋势，涵盖数字艺术、交互艺术、新媒体装置艺术等形式。		
教学要求	1. 多元化理论讲授（25%）：在讲授艺术基础知识时，需做到条理清晰、逻辑严谨。运用多媒体课件展示丰富的艺术作品图片、音频、视频资料； 2. 实践操作强化（35%）：安排充足的实践课程，确保学生有足够时间将理论知识转化为实际技能； 3. 案例与讨论结合（20%）：引入大量艺术与直播电商融合的成功案例，如知名电商品牌直播的艺术化场景布置、创意宣传短视频的艺术表现等，组织学生深入分析案例，引导学生从艺术审美、创意构思、观众心理等角度探讨案例成功的原因； 4. 自主学习引导（20%）：指导学生利用线上艺术学习平台、艺术博物馆官网、数字图书馆等资源进行自主学习，布置拓展学习任务。		
课程名称	职业道德与法律	课程编号	730705GW09
参考学时	32	开设学期	第 2 学期
课程目标	素质目标	1. 培养对直播电商行业的职业认同感和敬业精神，树立正确的职业价值观，将职业道德内化为自身职业行为准则； 2. 增强法治意识，自觉遵守法律法规，维护法律尊严，积极运用法律武器维护自身合法权益和行业秩序； 3. 提升社会责任感，认识到直播电商从业者对消费者、社会应承担的责任，促进直播电商行业健康发展。	
	知识目标	1. 清晰阐述职业道德内涵、特点和作用，熟知直播电商服务行业职业道德规范，如主播诚实守信、运营保护客户隐私等； 2. 准确理解法律基本概念、特征和作用，掌握直播电商领域常用法律法规，包括《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》中关于直播电商的条款； 3. 明确职业道德与法律的关系，知晓二者在维护社会秩序、规范职业行为上相互补充、相互促进。	
	能力目标	1. 依据职业道德规范，对直播电商工作场景中的行为进行准确道德判断和评价，如判断虚假宣传、数据造假等行为的不当性； 2. 运用所学法律知识，分析和解决直播电商业务中的法律问题，如处理消费者投诉、	



		应对合同纠纷； 3. 以法律思维和职业道德理念为指导，在直播电商实践活动中，作出合法合规、符合道德的职业行为选择，如在直播选品时严格把控产品质量，避免推广“三无”产品。		
教学内容	1. 职业道德基础：职业道德认知、直播电商职业道德规范和职业道德养成； 2. 法律基础与直播电商相关法律：法律基础理论、直播电商相关法律法规和依法维护权益与防范法律风险； 3. 职业道德与法律的融合：职业道德与法律的关系、直播电商中的道德与法律冲突及解决和职业素养提升与社会责任。			
教学要求	1. 精准呈现知识体系，系统梳理直播电商领域职业道德与法律知识，确保基础理论、规范条款、典型案例等内容讲解准确无误； 2. 突出专业融合性，紧密围绕直播电商服务专业需求，深度挖掘课程内容与行业的关联性； 3. 注重时效性与前沿性：实时关注直播电商行业动态及法律法规修订，及时更新教学内容； 4. 强化案例驱动教学，广泛收集行业真实案例，构建案例库，涵盖正面合规运营典范与负面违法违规案例； 5. 深化情境体验教学，利用角色扮演、模拟法庭、虚拟直播场景等形式，创设贴近直播电商实际工作的教学情境； 6. 推进互动探究教学，设置具有思辨性的议题； 7. 优质教材与拓展资料，选用权威、专业且贴合中职学生认知水平的教材，教材内容应涵盖直播电商职业道德规范与法律知识要点； 8. 数字化教学资源建设，开发丰富的多媒体教学资源，包括法律条款解读微课视频、职业道德动画短片、虚拟仿真教学场景、互动式法律知识题库等； 9. 多元化评价体系构建，过程性评价占比 60%，关注学生课堂参与度、案例分析表现、小组协作成果、线上学习情况等，终结性评价占比 40%，通过理论考试、实践考核。			
课程名称		经济政治与社会	课程编号	730705GW10
参考学时		32	开设学期	第 3 学期
	素质目标	1. 培养学生的经济思维和创新意识，在直播电商活动中注重经济效益与社会效益的统一，树立正确的财富观和消费观； 2. 增强学生的政治素养和法治观念，自觉遵守国家法律法规，维护国家利益和民族团结，在直播电商工作中传播正能量，树立良好的政治形象； 3. 提升学生的社会责任感和团队合作精神，关注社会热点问题，积极参与社会服务，		



课程 目标		如参与助农直播助力乡村振兴，促进直播电商行业与社会的和谐发展。
	知识 目标	1. 理解经济生活的基本原理，如商品与货币的本质、价格机制、消费与生产的关系，掌握市场经济的运行规律，了解我国的基本经济制度和经济政策； 2. 解政治生活的基本内容，包括国家的性质、职能，公民的政治权利与义务，我国的政治制度（如人民代表大会制度、政党制度等）； 3. 熟悉国际政治的基本格局和我国的外交政策； 4. 认识社会生活的主要领域和社会发展的基本规律，如社会结构、社会保障体系、社会公平与正义，理解社会建设的重要性和主要内容。
	能力 目标	1. 能够运用经济知识分析直播电商行业的经济现象和问题，如直播带货中的价格策略、成本收益分析、市场竞争态势等，具备初步的经济决策能力，如直播选品的成本效益评估； 2. 运用政治知识理解直播电商行业的政策法规环境，如网络直播监管政策、知识产权保护法规等，能够依法参与直播电商相关的政治活动，维护自身合法权益，如举报直播侵权行为； 3. 运用社会知识分析直播电商对社会结构、社会文化和社会发展的影响，如直播电商对就业结构的改变、对消费文化的塑造，具备参与社会公益直播活动的的能力，提升社会责任感。
教学 内容	1. 经济生活：生活与消费、生产、劳动与经营和个人收入的分配与财政税收； 2. 政治生活：公民的政治生活、为人民服务的政府和发展社会主义民主政治与当代国际社会； 3. 社会生活：社会结构与社会建设、社会文化与社会发展和社会热点与社会实践。	
教学 要求	1. 了解商品交换、社会主义市场经济等知识，理解价值规律、基本经济制度优越性等，树立正确金钱观、劳动观，认同经济制度，崇尚市场道德等，辨析经济现象，设计家庭理财方案，践行市场规则和道德等。 2. 了解我国政治制度内容，理解民主政治发展道路等，认同政治制度，坚定走中国特色政治发展道路信念，拥护党的领导等，进行正确政治价值判断和行为选择，有序参与政治生活，维护国家利益等； 3. 了解社会建设、和谐文化建设知识，理解科学发展观内涵等，增强贯彻科学发展观自觉性，认同和谐社会建设要求，树立和谐文化共建共享观念等，参与和谐社会建设活动，抵御腐朽文化侵蚀等；	



		4. 课程考核有相应的比例要求，平时成绩占 20% - 30%，课程实训练习或期中成绩占 10% - 20%，期末考试成绩占 60%左右。		
课程名称		哲学与人生	课程编号	730705GW11
参考学时		32	开设学期	第 4 学期
课 程 目 标	素质 目标	1. 正视现实，自强不息，尊重规律，脚踏实地，树立积极向上的人生态度； 2. 尊重他人，乐观进取，正视矛盾，不怕挫折，培养健康向上的人生态度； 3. 注重实践、勇于探索，科学思维、善于总结，努力学习、开拓创新； 4. 顺应潮流，志存高远，坚定信念，勇担责任，树立正确的世界观、人生观和价值观。		
	知识 目标	1. 了解马克思主义哲学中与人生发展关系密切的基础知识，如辩证唯物论、唯物辩证法、辩证唯物主义认识论等方面的基本观点； 2. 理解客观实际是人生选择的前提和基础，事物是普遍联系和发展的，矛盾是事物发展的动力，实践和认识、现象和本质的辩证关系等原理；		
	能力 目标	1. 提高用马克思主义哲学的基本观点、方法分析和解决人生发展重要问题的能力，如正确进行人生选择、处理人际关系、对待人生矛盾等； 2. 学会透过现象把握本质，明辨是非，培养科学思维能力和创新能力，在知行统一的过程中提高人生发展的能力。		
教学 内容		3. 坚持从客观实际出发，了解一切从实际出发的观点，明确客观实际是人生选择的前提和基础，理解物质世界的多样性与统一性，学会根据客观实际选择人生道路； 4. 用辩证的观点看问题，掌握事物普遍联系和发展的观点，认识到世界是一个相互联系、变化发展的整体，理解矛盾是事物发展的动力，学会用矛盾分析法看待和处理人生中的各种问题； 5. 坚持实践与认识的统一，认识实践是认识的基础，实践出真知，通过实践不断提高认识能力，把握认识的辩证过程，学会在实践中不断深化认识、发展认识，做到知行统一； 6. 顺应历史潮流，树立崇高的人生理想，了解社会发展规律，认识个人与社会的关系，明确人生目标和理想的重要性，树立崇高的人生理想，将个人理想与社会理想相结合，为实现理想而努力奋斗； 7. 在社会中发展自我，创造人生价值，理解人的本质和价值，认识到人生价值是自我价值和社会价值的统一，学会在个人与社会的统一中实现人生价值，通过劳动和奉献创造有意义的人生； 8. 弘扬民族精神，共同构建精神家园，了解中华民族精神的内涵和作用，增强民族自豪感和文化自信，积极弘扬民族精神，培育和践行社会主义核心价值观，为构建和谐社会贡献力量。		
教学		在教学过程中，要坚持正确的价值导向，坚持知、信、用相统一，贴近学生、贴近职业、		



要求	贴近社会，采用启发式教学、合作探究、讨论、案例教学等多种教学方法，将知识传授与思想教育紧密结合，强化哲学基本观点在人生成长问题中的运用。
----	--

（二）专业（技能）课程

专业（技能）课包括专业基础课、专业（技能）方向课和专业选修课，实习实训是专业（技能）课教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

专业基础课程描述如下：

课程名称		电子商务基础	课程编号	730705ZZ01
参考学时		72	开设学期	第 1 学期
课程目标	素质目标	1. 培养学生对电子商务行业的兴趣和热情； 2. 树立创新意识和创业精神，提升学生的团队协作能力和沟通能力； 3. 具备良好的职业道德和职业素养，适应电子商务行业快速发展的需求。		
	知识目标	1. 全面了解电子商务的基本概念、发展历程、主要模式（B2B、B2C、C2C 等）； 2. 熟悉电子商务交易流程、涉及的主要技术（如网络技术、安全技术、支付技术等）； 3. 掌握电子商务相关法律法规和职业道德规范。		
	能力目标	1. 培养学生具备运用电子商务知识分析和解决实际问题的能力，例如能够分析不同电子商务模式的优劣并进行案例解读； 2. 能操作常见电子商务平台完成基本交易流程； 3. 具备一定的电子商务项目策划与运营的初步思路。		
教学内容		1. 电子商务概述：电子商务的定义与内涵，电子商务的发展历程，电子商务的作用与影响； 2. 电子商务的主要模式：B2B 电子商务模式，B2C 电子商务模式，C2C 电子商务模式； 3. 电子商务交易流程： 电子商务交易前的准备，电子商务交易的磋商与合同签订，电子商务交易的履行与售后服务； 4. 电子商务技术基础：计算机网络基础，网站建设与网页设计基础，数据库技术基础； 5. 电子商务安全与支付：电子商务安全概述，电子支付与网上银行 电子商务法律法规与职业道德； 6. 电子商务案例分析：成功电子商务案例分析，失败电子商务案例分析。		
教学要求		1. 课堂表现（20%）：包括出勤情况、课堂参与度。要求学生按时出勤，积极参与课堂互动，主动回答问题、参与小组讨论，提出有价值的观点和想法； 2. 作业（20%）：按时完成教师布置的课后作业，作业内容涵盖课程知识点，包括书面作业、		



案例分析、资料收集整理等，需保证作业质量，答案准确、条理清晰，能体现对知识的理解与运用； 3. 实践操作（30%）：在实践课程中，学生要熟练掌握电子商务平台的操作流程，如商品上架、店铺装修、交易处理等；能够运用所学技术，完成简单的网页设计、数据分析等任务；在团队实践项目里，与小组成员密切配合，共同完成项目目标，展示出良好的团队协作能力和问题解决能力； 4. 考试（30%）：考试形式为闭卷，全面考查学生对电子商务基础课程知识的掌握程度，包括电子商务概念、模式、流程、技术、安全、法律法规等内容。考试题型有选择题、填空题、简答题、论述题、案例分析题，要求学生能够准确记忆知识点，灵活运用所学知识分析和解决问题。				
课程名称		商品学基础	课程编号	730705ZZ02
参考学时		72	开设学期	第 2 学期
课程目标	素质目标	1. 提升对商品品质的敏感度和追求卓越的意识； 2. 培养严谨、细致的工作态度和科学的思维方式； 3. 增强学生的环保意识和社会责任意识，使其在商品相关工作中注重可持续发展； 4. 提高学生的团队协作和沟通能力，适应商品管理和运营中的各种工作场景。		
	知识目标	1. 掌握商品的基本概念、商品分类体系，熟悉商品的成分、结构、性质等基本特征； 2. 了解商品质量的评价标准、影响因素以及商品质量管理的方法，掌握商品包装、储运、养护等方面的基础知识； 3. 知晓商品标准化和商品认证的相关内容。		
	能力目标	1. 培养学生能够运用商品学知识对商品进行分类、鉴别和质量分析的能力； 2. 具备根据商品特性合理选择包装材料、设计包装方案的能力； 3. 能够针对不同商品制定科学的储存和运输方案，处理商品在储运过程中的常见问题，能结合市场需求，为商品的开发和改进提供合理建议。		
教学内容		1. 商品学概论：商品学的研究对象与任务，商品学的产生与发展，商品学与其他学科的关系； 2. 商品分类：商品分类的原则与方法，商品分类体系与商品目录，常见商品分类实例； 3. 商品的基本特征：商品的成分与结构，商品的性质（物理性质、化学性质和生物学性质）； 4. 商品质量：商品质量的概念与意义，影响商品质量的因素，商品质量的评价与管理； 5. 商品包装：商品包装的功能与分类，商品包装材料与包装技术，商品包装设计； 6. 商品储运与养护：商品储存，商品运输，商品养护技术； 7. 商品标准化与商品认证：商品标准化，商品认证；		



	8. 商品认证：商品质量检测实践，商品包装设计实践。		
教学要求	1. 课堂表现（20%）：涵盖出勤状况与课堂参与度。学生全勤参与课程，迟到、早退、旷课将相应扣分。课堂上应踊跃发言，积极参与提问、小组讨论，主动提出独特见解与观点，根据参与活跃度和贡献度进行评分； 2. 作业完成（20%）：按时、高质量完成教师布置的课后作业。书面作业要书写工整、逻辑清晰、答案准确；案例分析作业应结合理论知识，深入剖析案例，提出合理解决方案；资料收集整理作业要求全面、准确，体现学生自主学习与信息筛选能力。根据作业的完成质量、创新性与完成的及时性进行综合打分； 3. 实践操作（30%）：在实践课程中，要求学生熟练掌握商品质量检测方法，根据实践任务完成的准确性、完整性、创新性以及团队协作表现进行综合评定； 4. 考试（30%）：采用闭卷考试形式，考试内容全面覆盖商品学基础课程知识，根据学生在考试中的答题准确性、完整性、逻辑性以及知识的运用能力进行评分。		
课程名称	新媒体营销概论	课程编号	730705ZZ03
参考学时	36	开设学期	第 1 学期
课程目标	素质目标	1. 培养创新思维与互联网营销意识，提升学生的市场敏感度与洞察力； 2. 增强团队协作能力与沟通表达能力，使其具备适应新媒体行业快速发展节奏的职业素养； 3. 树立合法合规运营、注重用户体验的职业操守。	
	知识目标	1. 系统掌握新媒体营销的基础概念、核心理论与发展趋势； 2. 熟悉主流新媒体平台（如微信、微博、抖音、小红书等）的特点与运营机制； 3. 了解新媒体营销的内容策划、传播策略、用户运营、数据分析等关键环节的知识体系。	
	能力目标	1. 具备运用新媒体工具进行内容创作与推广的能力，能够独立策划并执行新媒体营销活动； 2. 掌握新媒体用户行为分析与数据处理技能，可根据数据优化营销方案； 3. 能够灵活运用新媒体营销理论，解决企业在品牌推广、产品销售等环节中的实际问题。	



教学 内容	1. 新媒体营销基础认知：新媒体营销的概念与内涵，新媒体营销的发展趋势，新媒体营销的理论基础； 2. 主流新媒体平台解析：社交媒体平台，短视频与直播平台，内容社区平台； 3. 新媒体营销内容策划与创作：内容策划与选题，文案撰写技巧，视觉设计与多媒体制作； 4. 新媒体营销传播策略：用户增长与运营，数据驱动的精准营销，跨平台整合营销； 5. 新媒体营销实战项目：项目策划与执行，项目复盘与优化； 6. 新媒体营销法规与伦理：新媒体营销相关法律法规，新媒体营销伦理规范。		
教学 要求	1. 课堂表现（20%）：包括出勤、课堂参与。要求全勤，迟到、早退、旷课累计达一定次数会影响成绩；课堂上积极回答问题、参与小组讨论，主动分享见解和案例，老师根据活跃度和贡献度评分； 2. 作业完成（20%）：按时完成课后作业，书面作业做到观点明确、逻辑清晰、语言通顺；案例分析作业要结合课程知识，深入剖析并提出可行策略；调研作业要求广泛收集资料、分析总结。依据完成质量、创新性、及时性打分； 3. 实践操作（30%）：能熟练运用新媒体工具和平台，如抖音、微博等，完成内容创作、发布、推广等任务，包含文案撰写、图片视频制作、活动策划执行；能对新媒体营销数据进行分析，根据数据调整优化策略；在小组实践项目中，与成员协作，共同达成营销目标，根据操作熟练度、项目成果和团队协作能力综合评定； 4. 考试（30%）：采用闭卷考试，考查新媒体营销基础知识，像新媒体概念、类型、营销模式等；考查综合运用能力，以论述题、案例分析题呈现，要求结合理论分析实际案例，提出解决方案，根据答题准确性、逻辑性、完整性以及知识运用能力评分。		
课程名称	电子商务物流	课程编号	730705ZZ04
参考学时	36	开设学期	第 2 学期
课 程	素质 目标	1. 培养严谨、细致、高效的职业素养，注重物流服务质量与效率； 2. 增强团队协作精神和沟通能力，适应电商物流多环节协同作业需求； 3. 树立创新意识和可持续发展观念，关注电商物流领域的新技术、新模式，以及绿色物流理念。	



目 标	知识 目标	1. 学生全面掌握电子商务物流的基本概念、功能要素、运作模式及相关理论知识； 2. 熟悉物流各环节（采购、仓储、运输、配送等）在电子商务环境下的特点和操作流程； 3. 了解电子商务物流信息技术、成本管理、供应链协同等方面的知识要点。		
	能力 目标	1. 具备在电子商务情境中，进行物流方案策划与设计的能力，如根据不同电商业务类型制定仓储与配送方案； 2. 熟练运用物流信息技术进行数据处理与分析，辅助物流决策； 3. 能够管理和优化电商物流运营过程，包括库存控制、运输调度等； 4. 拥有一定的物流项目组织与管理能力，可协调团队完成电商物流任务。		
教学 内容	1. 电子商务与物流基础：电子商务与物流的关系，电子商务物流的特点与发展趋势，物流基本功能要素； 2. 电子商务采购管理：电商采购流程与模式，供应商管理，采购成本控制； 3. 电子商务仓储管理：仓储设施与设备，仓储作业管理，库存管理策略； 4. 电子商务运输与配送管理：电子商务运输与配送管理，运输管理实务，配送模式与流程； 5. 电子商务物流信息技术：物流信息系统，物流信息技术应用，大数据与人工智能在物流中的应用； 6. 电子商务物流成本管理：物流成本构成与核算，物流成本控制策略，物流成本绩效评价； 7. 电子商务供应链管理：供应链与供应链管理基础，电商供应链协同，供应链风险管理。			
教学 要求	1. 出勤情况（5%）：严格要求全勤，累计扣分一定程度将影响该部分成绩，学期全勤可得满分； 2. 课堂互动（20%）：积极参与课堂提问、案例讨论等活动，提出创新性观点或引发深入讨论； 3. 书面作业（20%）：按时提交作业，作业内容完整、逻辑清晰、知识点覆盖全面，存在少量错误或表述不完整，根据情况扣分，作业未按时提交或质量过低扣。 4. 案例分析与方案设计（20%）：案例分析能结合课程理论，深入剖析问题并提出合理解决方案，方案设计具有创新性、可行性，分析不深入、方案存在明显缺陷扣分，未完成作业得 0 分； 5. 期中考试（15%）：考查课程前半部分知识掌握情况，包括电子商务与物流基础、采购管理、仓储管理等内容； 6. 期末考试（20%）：全面考核课程知识综合运用能力，涵盖所有教学内容。			
课程名称		电子商务客户服务	课程编号	730705ZZ05
参考学时		36	开设学期	第 2 学期



课程目标	素质目标	1. 树立以客户为中心的服务理念，培养耐心、细心、责任心的职业素养； 2. 强化抗压能力，能妥善处理客户负面情绪和紧急情况； 3. 增强团队合作精神，促进部门间信息流通与协作； 4. 培养创新意识，不断探索提升客户服务质量的新方法。
	知识目标	1. 学生全面掌握电子商务客户服务基础概念、岗位工作内容和职责； 2. 熟知各类客服沟通工具的使用方法；深入了解客户心理，掌握不同类型客户分析技巧； 3. 清晰售前、售中、售后各环节服务流程与要点；学会解读客服关键数据指标，掌握客户关系管理理论和方法。
	能力目标	1. 能够运用恰当沟通技巧和工具，与客户友好、高效沟通，准确解答疑问； 2. 熟练处理各类客户咨询、投诉、退换货等问题，提供优质服务； 3. 依据客户数据和反馈，优化服务策略； 4. 独立完成客户信息管理，精准开展客户维护与营销活动；具备一定团队协作和沟通能力，能与各部门协同工作。
教学内容	5. 电子商务客户服务基础：客户服务在电商中的角色与价值，客服岗位认知，电商客户服务发展趋势； 6. 客服沟通工具与技巧：常见沟通工具使用，沟通技巧训练，客户心理分析与应对策略； 7. 售前客户服务：售前准备工作，客户接待流程与话术，客户引导与需求挖掘； 8. 售中客户服务：订单处理流程，催付技巧与策略，活动期间售中服务； 9. 售后客户服务：售后问题处理，评价管理，客户投诉处理与危机公关； 10. 客服数据分析与应用：关键数据指标解读，数据收集与整理，基于数据的服务优化； 11. 客户关系管理：客户关系管理基础，客户信息管理，客户维护与营销；	
教学要求	1. 出勤情况（8%）：严格要求全勤； 2. 课堂互动（12%）：积极参与课堂提问、案例讨论及小组活动，主动发言且观点清晰、有价值，能带动课堂讨论氛围或提出创新性见解； 3. 书面作业（10%）：按时提交作业，内容完整、逻辑清晰、准确运用专业知识回答问题； 4. 实践类作业（10%）：如客服话术设计、案例分析报告等，要求贴合实际场景，具有创新性和可操作性； 5. 模拟场景实践（15%）：在模拟客服工作场景中，熟练使用沟通工具，准确把握客户需求，妥善处理各类问题，服务流程规范、话术专业； 6. 企业实战/项目实践（15%）：参与真实项目或企业实践，积极完成工作任务，能独立解决实际问题，获得客户好评； 7. 期中考试（10%）：考查客户服务基础理论、流程和技巧等知识；	



8. 期末考试（20%）：全面考核课程知识综合运用能力，涵盖所有教学内容。				
课程名称		手机视频拍摄与剪辑	课程编号	730705ZZ06
参考学时		72	开设学期	第 4 学期
课程 目 标	素质 目标	1. 培养学生的审美能力和艺术素养，提高对视频画面、色彩、节奏的感知与把控； 2. 激发学生的创新思维和创作热情，鼓励在视频创作中展现个性与创意； 3. 增强学生的团队协作能力和沟通能力，使其能够在视频创作项目中与团队成员有效配合。		
	知识 目标	1. 学生系统掌握手机视频拍摄的基础理论，包括画面构图、光线运用、景别选择、镜头运动等知识； 2. 熟悉各类手机视频拍摄与剪辑软件的功能及操作原理； 3. 了解视频创作流程，从前期策划、拍摄执行到后期剪辑、特效添加、成片输出的完整环节。		
	能力 目标	1. 能够熟练使用手机完成不同场景（如产品展示、人物采访、Vlog 记录等）的视频拍摄，合理运用拍摄技巧提升画面质量； 2. 掌握至少两款主流手机视频剪辑软件（如剪映、快影等），独立完成视频剪辑、音频处理、字幕添加、特效制作等工作； 3. 具备根据不同主题和需求，策划并制作完整视频作品的能力。		
教学 内容		1. 手机视频拍摄基础理论：视频拍摄基本概念，画面构图原理，光线运用技巧，景别与镜头语言； 2. 手机拍摄设备与功能：手机拍摄硬件介绍，手机拍摄软件功能详解； 3. 手机视频拍摄实战：不同场景拍摄技巧（人物拍摄、风景拍摄和产品拍摄），分镜头脚本设计与拍摄； 4. 手机视频剪辑基础：剪辑软件入门，音频处理，字幕制作； 5. 进阶剪辑与特效制作：转场特效应用，滤镜与调色，动画与贴纸运用； 6. 视频创作综合实践：主题视频创作，作品展示与点评； 7. 行业案例分析与拓展：优秀手机视频案例赏析，手机视频行业发展趋势。		



教学 要求	1. 出勤情况（8%）：要求全勤参与课程； 2. 课堂互动（12%）：积极参与课堂提问、案例讨论，主动分享拍摄剪辑经验或见解； 3. 拍摄作业（10%）：按时提交课后拍摄任务，画面构图合理、光线运用恰当、镜头运动流畅； 4. 剪辑作业（10%）：剪辑作品需逻辑清晰、转场自然、特效运用得当，完成质量高； 5. 中期实操考核（15%）：在规定时间内完成指定主题的拍摄与基础剪辑，熟练运用拍摄技巧，剪辑符合要求； 6. 期末综合项目（15%）：独立或小组完成完整视频创作项目，从选题创意、拍摄质量、剪辑水平、成片效果等维度评分； 7. 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，积极主动、进步显著可加分； 8. 理论考核（20%）：通过闭卷或线上测试，考查拍摄剪辑基础理论知识。			
	课程名称	商品拍摄与图片处理	课程编号	730705ZZ07
	参考学时	36	开设学期	第 3 学期
	课程目标	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。 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； 8. 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	Premiere 视频剪辑	课程编号	730705ZZ08
参考学时	72	开设学期	第 3 学期
课 程 目 标	素质 目标	1. 培养学生的审美能力和艺术素养，提升对视频画面构图、色彩搭配、节奏韵律的感知与把控能力； 2. 激发学生的创新思维和创意思维，鼓励在视频剪辑过程中勇于尝试新的表现手法和创意表达，培养独特的艺术风格； 3. 强化学生的耐心、细心和专注力，以及在视频剪辑工作中精益求精、追求卓越的职业态度； 4. 增强学生的团队协作能力和沟通能力，使其能够在团队项目中与其他成员密切配合，共同完成视频制作任务。	



	知识目标	1. 深入理解 Premiere 软件的核心概念，全面掌握其工作界面、项目管理、素材管理等基础理论知识； 2. 系统学习视频剪辑的基本原理，包括剪辑节奏、镜头组接规律、蒙太奇理论等专业知识； 3. 熟练掌握音频处理、特效制作、字幕设计等相关知识，以及不同功能模块的协同工作原理。
	能力目标	1. 能够熟练运用 Premiere 软件，高效完成各类视频素材的导入、整理、剪辑与合成，精准把控剪辑节奏和画面流畅度； 2. 熟练掌握多种视频特效和转场效果的应用技巧，能够根据视频风格和主题需求，灵活运用特效提升视频的视觉表现力； 3. 具备独立完成音频采集、编辑、混音的能力，使音频与视频画面完美匹配，营造出良好的视听效果； 4. 掌握动态字幕、3D 字幕等复杂字幕的设计与制作方法，能够通过字幕增强视频的信息传达效果和艺术感染力； 5. 学会根据不同的播放平台和应用场景，合理设置视频输出参数，输出高质量的视频作品。
教学内容		1. Premiere 基础入门：软件界面与项目设置，素材导入与管理，基础剪辑操作； 2. 视频剪辑进阶技巧：剪辑节奏与蒙太奇手法，多机位剪辑，嵌套与序列管理； 3. 视频特效与转场应用：视频特效基础，高级特效制作，转场效果应用； 4. 音频处理与混音：音频基础编辑，音频特效与降噪，音频混音与输出； 5. 字幕设计与制作：静态字幕创建，动态字幕制作，复杂字幕设计； 6. 综合项目实践：项目策划与素材准备，项目剪辑与制作，作品展示与点评。
教学要求		1. 出勤情况（5%）：严格考勤； 2. 课堂互动（10%）：主动参与课堂提问、案例讨论与实操演示，积极回答问题且答案质量高，能提出创新性见解或协助同学解决问题； 3. 基础操作作业（10%）：按时提交课后练习作业，如素材导入整理、基础剪辑任务等，操作规范、完成质量高； 4. 进阶技能作业（10%）：包括特效制作、音频处理、字幕设计等作业，要求创意与技术结合，特效运用合理、音频混音自然、字幕设计美观； 5. 阶段性实操考核（15%）：在课程中期进行实操测试，如规定时间内完成指定素材的剪辑与特效添加，操作熟练、符合要求； 6. 综合项目实践（20%）：以小组或个人形式完成完整视频项目，从剪辑流畅度、特效创新性、音频适配度、字幕准确性等维度评分； 7. 理论考核（20%）：通过闭卷或线上考试，考查 Premiere 基础理论、剪辑原理、特效原理



		等知识；		
		8. 团队协作与学习态度（10%）：在小组项目中积极承担任务、有效沟通协作。		
课程名称		电子商务法律法规	课程编号	730705ZZ09
参考学时		72	开设学期	第 3 学期
课程目标	素质目标	1. 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； 2. 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； 3. 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. 出勤情况（8%）：严格考勤； 2. 课堂互动（12%）：积极参与课堂提问、案例讨论，主动分享见解，能提出有价值的法律观点或解答同学疑问； 3. 书面作业（10%）：按时完成课后法律条文分析、简答题等作业，内容完整、逻辑清晰、法律依据准确； 4. 案例分析作业（10%）：要求结合所学法律知识，对指定电商法律案例进行深入剖析，提出合法合理的解决方案，分析透彻、条理分明、法律适用准确； 5. 模拟法庭与情景模拟（15%）：在模拟法庭、电商交易情景模拟等实践活动中，准确运用法律知识进行辩论或纠纷处理，角色代入感强、法律逻辑严谨； 6. 合规方案设计（15%）：以小组或个人形式完成电商合规方案设计，方案具有可行性、创新性，能全面识别并防范法律风险； 7. 期中考试（10%）：考查课程前半部分法律知识掌握情况； 8. 期末考试（20%）：全面考核课程知识，题型包括选择题、案例分析题等。
------	---

（二）专业（技能）方向课

1. 直播策划方向

课程名称	内容运营	课程编号	730705ZZ10
参考学时	72	开设学期	第2学期
课程目标	素质目标	1. 培养创新思维与内容敏感度，提升对直播内容的审美与创意能力； 2. 强化用户导向意识，注重直播内容的实用性与价值传递； 3. 增强团队协作与沟通能力，适应直播内容运营多环节协同工作需求； 4. 树立合规意识与职业操守，确保直播内容合法、积极、健康。	
	知识目标	1. 学生系统掌握直播内容运营的基础理论与核心知识，熟悉直播内容策划、生产、传播、优化全流程； 2. 了解直播平台算法机制、用户需求特点及行业内容趋势； 3. 掌握直播脚本撰写、内容创意构思、流量转化策略等专业知识。	
	能力目标	1. 能够独立完成直播内容策划方案，包括主题确定、流程设计、脚本撰写； 2. 熟练运用内容创意技巧打造高吸引力直播内容； 3. 具备数据分析能力，通过数据反馈优化直播内容，提升观看量、互动率与转化率； 4. 可根据不同产品、品牌及目标用户，制定差异化的直播内容运营策略。	



教学内容	1. 直播内容运营基础认知：直播内容运营的概念与价值，直播内容运营的工作流程，直播平台与用户分析； 2. 直播内容策划与创意：直播主题与定位，直播脚本撰写，内容创意与创新； 3. 直播内容生产与制作：直播场景搭建与设备使用，主播话术与表现力提升，多媒体素材制作与应用； 4. 直播内容传播与推广：直播预热策略，平台算法与流量获取，跨平台联动与粉丝运营； 5. 直播内容数据分析与优化：关键数据指标解读，数据收集与分析工具，基于数据的内容优化； 6. 直播内容合规与伦理：直播内容相关法律法规，直播内容伦理与社会责任； 7. 综合项目实践：直播内容运营全案策划与执行，项目复盘与成果展示。		
教学要求	1. 出勤情况（8%）：严格考勤； 2. 课堂互动（12%）：主动参与案例讨论、提问答疑，积极分享见解，能提出创新性内容运营思路或解决同学疑问； 3. 书面作业（10%）：按时提交课后理论作业，内容完整、逻辑清晰、知识点运用准确； 4. 实践作业（10%）：包含直播脚本撰写、内容创意方案设计等，要求贴合实际、创意新颖、可操作性强，完成质量高； 5. 课堂实践（15%）：在直播场景搭建、设备操作、模拟直播等课堂实践中，熟练完成任务且效果良好； 6. 综合项目实践（15%）：在全流程直播内容运营项目中，从策划到执行表现优秀，直播数据达标、成果显著； 7. 期中考试（10%）：以案例分析或方案设计考核； 8. 期末考试（20%）：通过闭卷考试或综合项目考核，全面考查知识运用能力。		
课程名称	移动电商运营	课程编号	730705ZZ11
参考学时	72	开设学期	第 3 学期
课程目标	素质目标	1. 培养学生的创新意识和互联网思维，提升对移动电商市场变化的敏感度； 2. 强化团队协作与沟通能力，适应移动电商多岗位协同作业需求； 3. 树立诚信经营和客户至上的服务理念，增强职业责任感； 4. 培养持续学习和自我提升的能力，适应移动电商行业快速发展的要求。	
	知识目标	1. 学生系统掌握移动电商的基础理论、运营模式及行业发展趋势； 2. 熟悉主流移动电商平台（如淘宝、京东、拼多多、抖音小店等）的规则与特点； 3. 了解移动电商用户行为分析、商品运营、营销推广、客户服务等核心环节的知识体系； 4. 掌握移动电商数据分析、移动支付、物流管理等相关知识。	



	能力目标	1. 能够独立完成移动电商店铺的开设与基础设置，制定商品上架与优化方案； 2. 熟练运用移动电商平台的营销工具和推广策略，提升店铺流量与销量； 3. 具备移动电商用户运营能力，通过数据分析优化运营策略； 4. 能够处理移动电商交易中的常见问题，提供优质客户服务； 5. 掌握移动电商活动策划与执行的全流程操作。		
教学内容		1. 移动电商基础认知：移动电商概述，移动电商运营模式，主流移动电商平台分析； 2. 移动电商店铺运营：店铺开设与基础设置，商品运营管理， 店铺日常运营维护； 3. 移动电商营销推广：移动电商营销基础，平台营销工具应用，社交与内容营销，活动策划与运营； 4. 移动电商用户运营：用户画像与需求分析，用户获取与留存，用户数据分析与运营优化； 5. 移动电商客户服务：客户服务基础，沟通技巧与问题处理，客户关系管理； 6. 移动电商数据分析与优化：数据分析基础，关键数据指标分析，数据驱动的运营优化； 7. 移动电商综合实践：模拟项目实践，企业项目实战（可选）； 8. 行业前沿与案例分析：移动电商行业前沿动态，优秀案例分析。		
教学要求		1. 出勤情况（8%）：实行严格考勤制度，全勤获满分； 2. 课堂互动（12%）：积极参与课堂提问、案例讨论、小组发言等活动，主动分享见解，能提出创新性运营思路或有效解答同学疑问； 3. 书面作业（10%）：按时提交课后理论作业，内容完整、逻辑清晰、专业术语运用准确； 4. 实践作业（10%）：涵盖店铺运营方案设计、营销活动策划案、数据分析报告等。要求方案具有可行性和创新性，报告数据准确、分析深入； 5. 课堂实践（15%）：在课堂模拟平台操作、小组演练等实践环节中，熟练完成店铺开设、商品上架、营销工具使用等任务，操作规范、效果良好； 6. 综合项目实践（15%）：在模拟项目或企业实战中，从店铺运营全流程到项目成果汇报，团队协作良好、运营数据达标、成果显著； 7. 期中考试（10%）：以案例分析或理论测试考核； 8. 期末考试（20%）：通过闭卷考试或综合项目考核，全面考查知识运用能力。		
课程名称		视觉营销	课程编号	730705ZZ12
参考学时		72	开设学期	第 4 学期
课程	素质目标	1. 培养敏锐的审美感知力与艺术鉴赏力，提升对视觉元素的审美判断能力，能够在营销设计中融入美学价值，创造兼具商业价值与艺术感染力的视觉作品； 2. 激发创新思维与设计灵感，鼓励在视觉营销中突破传统思维定式，勇于尝试新颖的设计理念与表现手法，形成独特的设计风格与创意优势；		



目 标		3. 强化团队协作精神与沟通能力，在视觉营销项目实践中，能够与营销、设计、运营等多部门团队成员高效协作，准确理解各方需求并有效传达设计意图； 4. 树立严谨负责的职业态度与商业伦理意识，在视觉营销工作中注重版权保护、信息真实性与合规性，确保设计内容符合行业规范与社会价值观。
	知识 目标	1. 理解视觉营销的核心概念，清晰掌握其起源、发展历程与行业演变规律； 2. 精准辨析视觉营销与传统营销、数字营销等其他营销方式的异同，构建完整的理论认知框架； 3. 全面学习色彩、图形、版式、字体等视觉元素的基础理论知识，熟练掌握各元素在营销场景中的功能与作用机制； 4. 了解品牌视觉形象设计、店铺空间视觉规划、广告促销视觉创作以及新媒体视觉传播等不同营销场景下的视觉营销知识体系； 5. 熟悉各场景的特定设计规范与操作要点。
	能力 目标	1. 视觉设计能力：能够熟练运用专业设计软件（如 Photoshop、Illustrator、C4D 等），独立完成各类视觉营销素材的设计制作； 2. 创意策划能力：基于市场调研与目标受众分析，制定具有创新性与针对性的视觉营销策划方案，精准提炼营销主题与视觉表现概念，将创意构思有效转化为视觉设计语言； 3. 场景应用能力：针对线上线下不同营销场景，灵活运用视觉营销技巧进行空间布局、商品陈列、氛围营造与视觉引导，提升店铺转化率与品牌吸引力；在新媒体平台，能够结合平台特性设计适配的视觉内容，增强传播效果； 4. 效果评估能力：掌握视觉营销效果的评估指标与方法，通过数据分析（如点击率、转化率、用户停留时长等）与用户反馈，科学评估视觉营销方案的实施效果，提出优化改进策略。
教 学 内 容		1. 视觉营销基础理论：视觉营销概念与价值，视觉营销发展历程，视觉营销与营销体系的关系； 2. 视觉元素基础：色彩理论与应用，图形与图像设计，字体与排版设计； 3. 品牌视觉形象设计：品牌标志设计，品牌色彩体系构建，品牌视觉识别系统（VIS）设计； 4. 店铺视觉营销：线下店铺视觉营销，线上店铺视觉营销； 5. 广告与促销视觉设计：广告视觉设计原理，促销活动视觉设计； 6. 新媒体视觉营销：社交媒体视觉营销，电商直播视觉营销； 7. 视觉营销实践与项目：综合项目实践，作品点评与优化； 8. 行业前沿与案例分析：视觉营销行业前沿动态，经典案例深度剖析。



教学要求	1. 理解视觉营销基础概念、发展及理论，掌握视觉元素与原理知识熟悉不同场景视觉营销特点与策略； 2. 熟练运用设计软件进行素材设计，能制定视觉营销策略与方案，会用数据分析评估优化效果； 3. 培养审美与创新思维，强化团队协作与沟通能力，树立职业道德与价值观； 4. 理论考核：在线课过程性考核（出勤、课堂活动参与）16%，终结性考核（闭卷考试）24%； 5. 技能考核：日常项目过程性考核 30%，终结性考核（期末大作业）30%。
------	---

2. 直播营销方向

课程名称		直播电商	课程编号	730705ZZ13
参考学时		72	开设学期	第 3 学期
课程目标	素质目标	1. 培养创新思维与营销敏感度，提升直播内容创意能力； 2. 强化用户服务意识与职业素养，树立诚信直播、合规运营的理念； 3. 增强团队协作与沟通能力，适应直播电商多岗位协同作业需求。		
	知识目标	1. 系统掌握直播电商的基础理论、行业生态与商业模式； 2. 深入理解直播营销策划、内容创作、流量运营、用户互动及数据分析等核心环节的知识体系； 3. 熟悉直播电商平台规则、行业规范及相关法律法规。		
	能力目标	1. 能够独立完成直播电商账号定位、直播策划与脚本撰写； 2. 熟练操作主流直播设备与软件，完成直播场景搭建与现场控场； 3. 掌握直播营销推广技巧，有效提升直播间流量与粉丝粘性； 4. 具备通过数据分析优化直播策略，实现商品高效转化的能力。		
教学内容		1. 直播电商基础认知：直播电商行业概述，直播电商商业模式，主流直播电商平台解析； 2. 直播策划与脚本撰写：账号定位与人设打造，直播主题与内容策划，直播脚本撰写； 3. 直播设备与场景搭建：直播设备选择与使用，直播场景设计与布置，直播软件操作与流程； 4. 直播营销与推广：直播流量获取策略，粉丝互动与留存技巧，直播促销活动策划； 5. 主播技能与表现力提升：主播语言表达与控场能力，镜头表现力与肢体语言，团队协作与多角色配合； 6. 直播数据分析与优化：关键数据指标解读，数据分析工具与方法，数据驱动的策略优化； 7. 直播电商综合项目实践：项目策划与执行，项目复盘与优化；		



		8. 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%）：全勤得满分； 2. 课堂互动（10%）：主动参与案例讨论、提问答疑、小组任务，积极分享见解，能提出创新性直播运营思路或解决同学疑问； 3. 书面作业（10%）：包括直播策划案、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%）：如直播脚本撰写、场景设计图制作等，要求贴合实际、创意新颖、可操作性强，完成质量高； 5. 课堂实操（15%）：在设备操作、模拟直播等课堂实践中，熟练完成直播场景搭建、设备调试、软件操作等任务，操作规范、效果良好； 6. 综合项目实践（20%）：在全流程直播项目中，从策划到执行表现优秀，直播间流量、转化率等数据达标，团队协作良好； 7. 期中考试（10%）：以模拟直播或方案设计考核； 8. 期末考试（20%）：通过全流程直播项目成果（含策划方案、直播数据、复盘报告）及答辩考核。	
课程名称	社交电商	课程编号	730705ZZ14
参考学时	72	开设学期	第4学期
课程目标	素质目标	1. 培养创新思维与互联网营销意识，提升对社交电商行业动态的敏感度； 2. 强化团队协作与沟通能力，适应社交电商多岗位协同作业需求； 3. 树立诚信经营与合规运营理念，增强社会责任意识。	
	知识目标	1. 系统掌握社交电商的基础理论、核心概念与发展历程； 2. 深入理解社交电商平台运营模式、用户增长机制、营销传播策略及供应链管理等专业知识； 3. 熟悉社交电商行业规范、政策法规及行业发展趋势。	
	能力目标	1. 能够独立完成社交电商平台（如微信、抖音、小红书等）的账号定位与运营； 2. 熟练运用社交营销工具与方法开展用户拉新、留存及转化； 3. 具备策划和执行社交电商活动的的能力，包括内容创作、社群运营、直播带货等； 4. 掌握社交电商数据分析技巧，能通过数据优化运营策略。	



教学 内容	1. 社交电商基础认知：社交电商概述， 社交电商发展历程与趋势，社交电商商业模式； 2. 社交电商平台分析：主流社交平台解析，平台规则与运营策略，新兴社交电商平台探索； 3. 社交电商用户运营：用户画像与需求分析，用户拉新与裂变，用户留存与转化，用户社群运营； 4. 社交电商内容营销：内容创作基础，种草内容与带货文案，内容传播与推广，直播与短视频营销； 5. 社交电商营销活动策划：活动策划基础，促销活动设计，跨界合作与联合营销，活动效果评估与复盘； 6. 社交电商数据分析与优化：数据分析基础，关键数据指标解读，数据驱动的运营优化； 7. 社交电商综合实践：模拟项目实践，企业项目实战（可选），项目展示与答辩； 8. 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. 要求学生全面理解社交电商的基本概念、发展历程、商业模式等基础知识，深入掌握社交电商平台的特点、规则及运营策略，熟悉社交电商相关的政策法规、行业趋势； 2. 具备社交电商平台的账号运营能力，包括用户拉新、留存、转化等,掌握社交电商内容创作与营销能力，如文案撰写、短视频制作、直播带货等，能够策划和执行社交电商营销活动，包括活动方案设计、效果评估等，学会运用数据分析工具对社交电商数据进行分析，并依据数据优化运营策略； 3. 培养学生的创新思维和互联网营销意识，强化学生的团队协作精神和沟通能力，以及树立诚信合规的经营理念。

3. 直播运营方向

课程名称	新媒体运营	课程编号	730705ZZ15
参考学时	72	开设学期	第 4 学期
	素质 目标	1. 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； 2. 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； 3. 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。	



课程 目标	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	1. 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； 2. 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； 3. 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； 4. 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，数据驱动的运营优化； 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。	
课程名称		短视频电商	课程编号 730705ZZ16
参考学时		72	开设学期 第 4 学期
课程 目 标	素质 目标	1. 培养创新思维与内容敏感度，提升对短视频热点和用户需求的捕捉能力，增强内容创作的创意性和吸引力； 2. 强化团队协作与沟通能力，适应短视频创作、直播运营团队的多岗位协同作业需求； 3. 树立合规运营与版权保护意识，在短视频电商运营中遵守法律法规，注重用户体验与商业伦理。	
	知识 目标	1. 系统掌握短视频电商的基础理论、商业模式及行业发展趋势，熟知主流短视频平台（抖音、快手、视频号等）的运营规则与生态特点； 2. 深入理解短视频内容策划、拍摄剪辑、营销推广、电商转化等核心环节的知识体系，明确短视频在直播电商全流程中的作用机制； 3. 熟悉短视频电商相关政策法规、版权规范及行业前沿技术应用。	
	能力 目标	1. 能够独立完成短视频账号定位、内容策划、拍摄剪辑及发布，制作符合直播电商需求的优质短视频内容； 2. 掌握短视频平台的流量获取与转化策略，通过 SEO 优化、广告投放、达人合作等手段为直播间引流，并提升粉丝粘性； 3. 具备短视频电商运营能力，包括商品选品、店铺关联、直播预热短视频策划、短视频带货等实操技能； 4. 学会运用数据分析工具（如蝉妈妈、飞瓜数据、平台后台），对短视频数据及电商转化效果进行分析，优化运营策略。	
教学 内容		1. 短视频电商基础认知：短视频电商行业概述，主流平台规则与生态； 2. 短视频内容创作：账号定位与内容策划，脚本撰写与分镜设计，拍摄与剪辑实操； 3. 短视频电商运营：短视频电商营销推广，短视频电商转化技巧，直播预热短视频策划； 4. 数据分析与优化：关键数据指标解读，数据分析工具与方法，数据驱动运营优化； 5. 综合项目实践：短视频电商全案策划与执行，项目展示与复盘； 6. 行业前沿与案例分析：政策法规与行业规范，前沿趋势与创新案例。	



教学要求	1. 出勤情况（5%）：全勤得满分； 2. 课堂互动（10%）：主动参与案例分析、小组讨论、提问答疑，积极分享见解； 3. 书面作业（10%）：包括短视频策划案、数据分析报告等，要求内容完整、逻辑清晰、数据准确； 4. 实践作业（10%）：如短视频脚本撰写、视频拍摄剪辑等，要求创意新颖、符合平台规范、具备电商转化价值，完成质量高； 5. 课堂实操（15%）：在拍摄设备操作、剪辑软件使用、平台账号运营等课堂实践中，熟练完成任务且操作规范、效果良好； 6. 综合项目实践（20%）：在短视频电商全流程项目中，从账号定位到电商转化，团队协作良好、运营数据达标（如播放量、转化率等）； 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。		
课程名称	新媒体电商数据分析	课程编号	730705ZZ17
参考学时	72	开设学期	第 3 学期
课程目标	素质目标	1. 培养严谨的数据思维与逻辑分析能力，提升对数据的敏感度和洞察力； 2. 强化团队协作与沟通能力，能够将数据分析结果准确传达给运营、策划等团队成员； 3. 树立数据安全与合规意识，在数据分析过程中遵守平台规则与隐私保护法规。	
	知识目标	1. 系统掌握新媒体电商数据分析的基础理论、核心概念及分析框架，理解数据在直播电商运营中的重要价值； 2. 熟悉主流新媒体电商平台（抖音、快手、淘宝直播等）的数据指标体系、数据采集规则及数据存储方式； 3. 了解数据分析相关的统计学原理、算法逻辑及行业前沿技术（如 AI 分析、大数据建模）在直播电商中的应用场景。	
	能力目标	1. 能够熟练使用 Excel、Python、SQL 等工具，完成新媒体电商数据的采集、清洗、整理与可视化呈现； 2. 掌握直播电商关键数据指标（流量、转化、用户行为等）的分析方法，精准诊断运营问题并提出优化建议； 3. 具备通过数据分析制定直播策划方案、优化商品选品策略、提升用户运营效果及营销投放 ROI 的能力； 4. 学会运用第三方数据分析工具（蝉妈妈、飞瓜数据等），挖掘行业趋势与竞品动	



	态，为直播运营决策提供数据支持。
教学内容	1. 数据分析基础理论：新媒体电商数据分析概述，数据指标体系构建； 2. 数据采集与处理：数据采集方法与工具，数据清洗与预处理； 3. 数据分析方法与工具应用：Excel 数据分析实战，Python 数据分析进阶，第三方工具深度应用； 4. 直播电商数据分析实战：流量分析与优化，转化与销售分析，用户行为与留存分析； 5. 数据驱动决策与报告撰写：数据分析报告撰写规范，数据驱动的运营决策； 6. 综合项目实践：全流程数据分析项目，项目展示； 7. 行业前沿与案例分析：数据分析新技术与趋势，经典案例深度剖析。
教学要求	1. 出勤情况（5%）：全勤得满分； 2. 课堂互动（10%）：主动参与案例分析、工具操作演示、小组讨论等活动，积极提出问题或分享见解； 3. 书面作业（10%）：包括数据分析报告、理论题解答等，要求逻辑清晰、数据准确、专业术语运用规范； 4. 实践作业（10%）：如使用 Excel/Python 完成数据处理与可视化、第三方工具分析报告等，要求操作步骤正确、结果呈现清晰、具备实际应用价值； 5. 课堂实操（15%）：在数据采集、清洗、分析及可视化的课堂实操中，熟练使用相关工具（Excel、Python、第三方平台）完成任务，操作规范、效率达标； 6. 综合项目实践（20%）：在全流程数据分析项目中，从数据收集到报告撰写、方案优化，团队协作良好、数据处理准确、分析结论可靠、优化建议可行； 7. 期中考试（10%）：以数据案例分析、工具操作题考核； 8. 期末考试（20%）：通过综合项目答辩、闭卷笔试等方式，全面考查知识运用能力。

专业选修课

- (1) 商务沟通与礼仪。
- (2) 消费者行为学。
- (3) 新媒体电商创新创业实战。
- (4) 其他。

（四）综合实训（实战）

综合实训教学以提升学生综合职业能力为教学目标，与企业合作开发综合实训项目，采取集中实训的教学组织形式，校企教师共同管理和考核学生。

综合实训教学实践安排在第五学期，对应“综合实训”课程，可依据专业实际情况进行选择。

（五）顶岗实习



顶岗实习是本专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节，要认真落实教育部、财政部关于《中等职业学校学生实习管理办法》的有关要求，保证学生顶岗实习的岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致。在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要，通过校企合作，实行工学交替、多学期、分阶段安排学生实习。要加强顶岗实习过程管理，切实保障学生的安全与权益，构建校企共同指导、共同管理、合作育人的顶岗实习工作机制。

课程名称		顶岗实习	课程编号	
参考学时		540	开设学期	第 6 学期
实 习 目 标	素质 目标	培养学生职业素养，强化团队协作、沟通能力与问题解决能力，适应企业岗位要求。		
	知识 目标	通过理论知识结合企业实践，学生明确职业发展方向，增强就业竞争力。		
	能力 目标	深化学生对直播电商行业的认知，将理论知识与企业实际运营场景结合，提升直播策划、运营、营销等实战能力。		
实 习 内 容		实习岗位负责内容： - 直播运营岗：负责直播间策划、脚本撰写、流量投放、数据监测与分析； - 主播助理岗：协助主播完成产品讲解、互动引导、场控支持及直播后复盘； - 新媒体运营岗：负责短视频内容创作、账号运营、粉丝互动及营销推广； - 电商客服岗：处理用户咨询、订单跟进、售后问题及客户反馈收集。 阶段任务： - 第一阶段（1 - 2 周）：企业规章制度学习，了解企业文化、组织架构及安全规范。熟悉部门工作流程，掌握岗位基础操作（如直播设备调试、后台系统使用）； - 第二阶段（3 周 - 5 个月）：参与直播全流程工作，包括选品分析、活动策划、直播执行及效果优化。负责新媒体平台内容发布、粉丝运营及广告投放。学习客户服务技巧，处理用户投诉与需求； - 第三阶段（最后 2 周）：整理实习成果，撰写实习报告。完成企业与学校双向考核，进行实习总结报告撰写。		
实 习 指 导		- 企业导师：由企业选派资深员工担任，负责岗位技能培训、工作任务分配与过程指导； - 校内导师：定期与学生沟通，了解实习进展，提供理论指导与心理支持，协调解决实习问题。		



实习要求	1. 企业考核（60%）：由企业导师根据工作态度、任务完成质量、业绩数据（如直播间 GMV、粉丝增长数）等综合评分； 2. 学校考核（20%）：每日记录工作内容、收获与问题； 3. 实习报告（20%）：总结实习成果、不足及职业规划。
保障措施	1. 安全保障：签订实习安全协议，学生购买实习责任险，确保实习期间人身与财产安全； 2. 沟通机制：建立企业、学校、学生三方沟通群，定期召开实习协调会，及时解决问题； 3. 后勤支持：协助学生解决住宿、交通等生活问题，提供必要的实习物资支持。

4. 教学实习

本专业教学实习包括顶岗实习等。

1	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	710	280	990	33.0%
	素养课程	2	70	72	
专业（技能）课程	专业核心课程	108	396	504	54.7%
	专业（技能）方向课程	240	336	576	
	综合实训实战	24	660	684	
公共选修课程		32	4	36	12.3%
专业选修课程		120	240	360	
合 计		1236	1986	3222	实践学时/ 总学时： 61.6%



(二) 教学进程安排表

课程类别		课程性质	课程序号	课程名称	学分	各学期周学时分配										考核方式	
						学时分配			一	二	三	四	五	六	考试	考查	
						学时	理论	实践	20周 (18+2)	20周 (18+2)	20周 (18+2)	20周 (18+2)	20周 (18+2)	20周 (18+2)			
公共基础课	文化课	必修	1	经济政治与社会	8	144	128	16	2	2	2	2			√		
		必修	2	语文	11	198	178	20	3	3	2	2	1		√		
		必修	3	数学	8	144	128	16	2	2	2	2			√		
		必修	4	英语	8	144	128	16	2	2	2	2			√		
		必修	5	计算机应用基础	6	108	92	16	3	3					√		
		必修	6	历史	2	36	18	18	1	1					√		
		必修	7	体育与健康	10	180	20	160	2	2	2	2	2			√	
		必修	8	公共艺术	2	36	18	18	1	1						√	
	素养课	必修	9	劳动教育	1	18	2	16	1							√	
		必修	10	军训及国防教育	1	54	0	54	3							√	
	小计					57	1062	712	350								
专业(技能)课	专业核心课	必修	1	电子商务基础★	4	72	12	60			2	2			√		
		必修	2	新媒体营销概论★	2	36	30	6			2	2			√		
		必修	3	商品拍摄与图片处理★☆	4	72	12	60			2	2			√		
		必修	4	商品学★	4	72	12	60		2					√		
		必修	5	PR 视频剪辑★	4	72	12	60					4		√		



专业	必修														
	必修	6	电子商务法律法规★	4	72	12	60					2		√	
	必修	7	电子商务物流★	2	36	6	30					2		√	
	必修	8	电子商务客户服务★	2	36	6	30					2		√	
	必修	9	手机视频拍摄与剪辑★	2	36	6	30					2		√	
	小计			28	504	108	396								
	专业技能方向课	必修	1	内容运营	4	72	12	60				2	2		√
		必修	2	移动电商运营	4	72	36	36					4		√
		必修	3	视觉营销	4	72	36	36					2		√
		必修	4	直播电商☆	4	72	36	36			2	2			√
		必修	5	社交电商	4	72	48	24		4					√
		必修	6	新媒体运营	4	72	48	24			2	2			√
		必修	7	短视频电商	4	72	12	60	2	2					√
		必修	8	新媒体电商数据分析☆	4	72	12	60			4				√
	小计			32	576	240	336								
	综合实训实战	必修	1	直播电商实战★	4	72	12	60				2	2		√
		必修	2	淘宝实战	4	72	12	60	2	2					√
		必修	3	顶岗实习	30	540	0	540						30	√
	小计			38	684	24	660								
公共选修课	限选	1	管理基础	1	18	16	2					1			√
	限选	2	心理健康	1	18	16	2				1				√
	小计			2	36	32	4								
专业	限选	1	商务礼仪	4	72	36	36	2	2						√
	限选	2	消费者行为学	4	72	36	36	2	2	1					√



选修课	限选	3	新媒体电商创新创业实战	4	72	18	54				2	2			√
	限选	4	新媒体运营实战	4	72	18	54				2	2		√	
	限选	5	短视频电商实战	4	72	12	60		2	2				√	
	小计			20	360	120	240								
总计				177	3222	1236	1986								
备注：标注“★”为专业核心课程；标注“☆”为职业资格（技能等级）证书融通课程。															

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

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	副高		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	区级骨干教师培养对象	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

根据直播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综合教学体验馆、直播中心、短视频拍摄中心、美工剪辑中心、展示中心、校企工作室。

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	综合教学实训室	40	50 台电脑+工位+实训系统	通过综合教学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体验馆对商品进行深入研究
2	直播中心	80	10 组摄像设备+10 组音频设备+10 组灯光设备+实训系统等	直播中心主要分为直播间、准备区、选品区三个区域。每个直播间配备电脑、收音笔、麦克风、摄像头、灯光器材等设备，用于直播教学与实战，培养学生直播主题定位、直播内容策划等工作能力，让学生具备基础的直播电商运营能力，同时具备直播能力。
3	美工剪辑中心	40	50 台电脑+工位	美工工作室主要是用来培养学生平面广告设计、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。



4	短视频拍摄工作室	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。
5	展示中心	70	5 台 LED 屏+10 个陈列货架+10 个展示货柜+5 台互动触控屏+5 台 AR 互动设备	展示中心集产品展示和学生成果展示功能于一体。配备 LED 大屏、陈列货架、展示货柜、堆头等硬件设施。产品展示以当地特色产品为主，辅以电商网红产品；学生作品展示通过大屏幕体现，分为直播带货展示和短视频作品展示。该区域作为学生作品和产品的展示区域，即可作为学生实训的场所，又可作为供应链管理展示基地，与直播中心、新媒体运营中心联动使用。
6	校企工作室	120	50 台电脑+2 台投影仪、+1 组会议桌椅+3 个货架+2 个移动黑板+工位	校企工作室用于在校创业团队和参赛团队办公，同时也可作为产教融合合作企业提供办公产地，集开会、演示、仓库存储等功能。能够让创业学生有自己创业场地，让他们有足够的条件来进行学习、实践、创业，提升创新创业能力和专业水平。

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



PS 基础	《Photoshop 平面设计基础》	978-7-5770-0876-9	电子科技大学出版社
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：有很强的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