

网络营销与直播电商专业
2021 版人才培养方案
(新道班)

山东水利职业学院

二〇二一年八月

目 录

一、专业名称	4
二、专业代码	4
三、入学要求	4
四、修业年限	4
五、职业面向	4
六、培养目标	4
七、培养规格	5
八、职业资格证书	6
九、职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析	7
十、课程设置及要求	8
十一、教学时间安排及课时建议	77
十二、教学实施建议	86
十三、毕业要求	88
十四、继续专业学习深造建议	89
附表：专业人才培养方案开发团队名单	91

网络营销与直播电商专业（新道班） 人才培养方案

（专业代码：530704）

0. 引言

专业简介

基本学制：3年

培养目标：培养能够践行社会主义核心价值观，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握扎实的营销推广、运营管理以及现代商务等专业知识和技术技能，面向互联网、文化传媒、直播电商等行业的文案策划、新媒体营销、跨境电商营销、全网营销、直播营销、新零售运营、电商平台运营、电商物流和电子商务客户服务等技术领域，能够从事电商主播、网络营销与直播内容策划和直播推广工作的高素质技术技能人才。

就业方向：互联网、文化传媒、直播电商等行业，文案策划、新媒体营销、跨境电商营销、全网营销、直播营销、新零售运营、电商平台运营、电商物流和电子商务客户服务等技术领域。

主要教学内容：

电商视觉设计与营销、商务数据分析、新媒体文案策划与写作、短视频与直播、新零售门店运营、新媒体营销、商品数字化管理、消费者数字化营销、解决方案营销、互联网应用技术、公共关系与商务礼仪等。

数字营销实训、社会化媒体营销实训、全网营销实训、数字化渠道运营实训综合电商平台运营实训、跨境电商平台运营实训、第三方物流实训、国际物流实训、物流案例分析与实践实训、数字化客户管理实训、客户管理综合实务实训、客户服务部精细化管理实训等。

建设历史

专业创办于2019年，至今已有3余年的办学历史和经验积累，现有专业教师12人，企业兼职教师20人，累计为社会培养合格毕业生70余人。

一、专业名称

网络营销与直播电商

二、专业代码

530704

三、入学要求

中等职业学校（或普通高中学校）毕业生或同等学力者。

四、修业年限

一般为三年，以修满规定学分为准，实行弹性学制，最长不超过6年，本方案按照三年编制。

五、职业面向

本专业毕业生职业面向主要为互联网、文化传媒、直播电商等领域的行业企业，从事电商主播、网络营销与直播内容策划和直播推广等工作，见表1。

表1 网络营销与直播电商专业主要职业面向

所属专业大类（代码）A	财经商贸 53
所属专业类（代码）B	电子商务 5307
对应行业（代码）C	互联网和相关服务（64）
主要职业类别（代码）D	商务专业人员（20607）
主要岗位（群）或技术领域举例 E	营销推广、运营管理、客户服务、互联网营销、全媒体运营
职业类证书举例 F	☆直播电商 1+X 职业技能等级证书（中级）、 *互联网营销师

注：*表示职业资格证书；☆表示职业技能等级证书。

六、培养目标

培养能够践行社会主义核心价值观，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精

神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握扎实的营销推广、运营管理以及现代商务等专业知识和技术技能，面向文案策划、新媒体营销、跨境电商营销、全网营销、直播营销、新零售运营、电商平台运营、电商物流和电子商务客户服务等技术领域，能够从事电商主播、网络营销与直播内容策划和直播推广工作的高素质技术技能人才。

七、培养规格

（一）素质

1. 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；

2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

3. 德技并修、全面发展，具有直播电商行业所具备的质量意识、诚信意识、服务意识等基本素质；

4. 有较强的集体意识和团队合作精神；

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身和卫生习惯，良好的行为习惯；

6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

2. 熟悉与网络营销专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

3. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，网络营销的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。

4. 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。

5. 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法。

6. 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法。

7. 掌握商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识。

8. 掌握主流网络营销平台的运营规则和推广方式，新媒体运营与管理的方法。

法。

9. 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。

10. 掌握新媒体文案策划与写作、电商视觉设计与营销、直播运营、短视频与直播、移动商务运营等知识。

（三）能力

1. 具有探究学习、终身学习能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

3. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握网络营销与直播电商领域数字化技能；

4. 具有一定的哲学、美学、伦理、计算、数据、交互、互联网思维能力。

5. 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等。

6. 能够根据摄影色彩、构图策略进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片；能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度。

7. 具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作。

8. 具备网店设计与装修的能力，能够根据产品页面需求，进行页面设计、布局、美化和制作。

9. 能够根据网店推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估和优化。

10. 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理。

11. 能够根据运营目标采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户等各类数据，对其进行分析与预测。

12. 能够正确进行网络营销，应对客户咨询、异议，处理客户投诉，进行客户个性化服务等。

13. 能够运用直播电商平台进行活动策划、营销推广、店铺的运营与管理。

八、职业证书

本专业学生通过学习可获得的职业类证书见表 2。

表 2 网络营销与直播电商职业类证书

序号	职业类证书	等级	认证单位
1	直播电商 1+X 职业技能等级证书☆	中级	南京奥派信息产业股份有限公司
2	互联网营销师*	国家职业资格三级	人社部

九、职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析

网络营销与直播电商专业职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析见表 3。

表 3 网络营销与直播电商专业职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析

就业岗位	典型工作任务	职业能力	职业资格
网络营销与直播内容策划专员	1. 商品选品 2. 内容策划 3. 脚本策划	1. 具备较强的商品敏感度,能够进行数据化选品; 2. 能根据直播策划、品类结构和促销节点,确定直播商品排期和主题; 3. 能根据商品特征和目标用户定位,匹配合适的主播,确定主播服饰与妆容; 4. 能根据主播特点和商品特征,设计抽奖、秒杀、投票、话题等互动玩法; 5. 能根据直播目标和活动预算,通过直播间专享价、优惠券、返现等方式设计促销利益点,引导用户下单; 6. 能根据直播主题,结合直播时长、嘉宾特点、直播商品,策划整场直播执行脚本; 7. 能根据商品详细信息提炼商品买点和卖点,从品牌介绍、利益点强调、引导转化等层面设计单品脚本;	互联网营销师

电商主播	<ol style="list-style-type: none"> 商品讲解与展示 直播控场 粉丝互动转化 直播数据分析 	<ol style="list-style-type: none"> 能根据商品信息和单品脚本,通过富有感染力的话术营造氛围,推介商品; 能根据直播整体脚本,在规划时间内完成直播各环节,把控直播节奏; 能根据直播主题和相关热点,制造话题或提问,活跃直播间气氛; 具备良好的数据分析思维和较强的复盘能力; 	互联网营销师
直播推广专员	<ol style="list-style-type: none"> 宣传物料把控 直播引流 直播二次传播 推广效果分析 	<ol style="list-style-type: none"> 能掌握长图、海报、软文、短视频等内容形式的特点和设计要点,提升宣传物料的专业性、合规性; 能根据直播平台规则,策划有吸引力的直播封面和标题,引导更多用户观看直播; 能够根据直播热点和亮点进行内容识别; 具备良好的数据统计和分析能力。 	互联网营销师

十、课程设置及要求

本专业课程“主要教学内容和要求”应融入思想政治教育和“三全育人”改革等要求,把立德树人贯穿到思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育等各个环节。

1. 公共基础课程

A1 思想道德与法律基础

①课程定位:本课程是高校思想政治理论课系列课程之一,是一门各专业学生公共必修课。主要面向大学生开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育的必修课程,引导大学生提高思想道德素质和法治素养,成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。

②学分、学时:3 学分,48 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
------	------	------

<p>通过对重要的理论问题做深入探究，提高学生理论素养；帮助同学们树立正确的世界观、人生观、价值观，加强自我修养，引导同学们培育和践行社会主义核心价值观，提高思想道德素质和法治素养。</p>	<p>贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，帮助学生正确认识自己、正确认识他人、正确认识社会，树立正确的人生观、价值观、道德观、法治观，引导学生立大志、明大德、成大才、担大任，努力做担当民族复兴大任的时代新人。</p>	<p>培养学生关切现实意识，加深学生在新时代对个人人生境遇和中国特色社会主义道路的理解与认同，强化学生自主学习和合作学习能力，锻炼学生批判性思维，提升学生解决问题的能力，使其成为社会主义核心价值观的积极践行者。</p>
---	---	---

④主要内容：课程教学内容共分7个专题，每个专题由本章的重难点中涉及的基本知识点构成，以帮助学生掌握本门课程的基础知识。主要讲授马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和宪法法律权威，提升思想道德素质和法治素养。高等职业学校结合自身特点，注重加强对学生的职业道德教育。

A2 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

①课程定位：本课程是高校思想政治理论课程中的一门公共必修课程。着重讲授中国共产党将马克思主义与中国实际相结合的历史进程，充分反映马克思主义中国化的最新理论成果，帮助学生系统掌握毛泽东思想中国特色社会主义理论的基本原理，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。

②学分、学时：4 学分，64 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>培养大学生不断增进对中国共产党和中国特色社会主义的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，增强做中国人的志气、骨气、底气，让爱党、爱国、爱社会主义的深厚情感，融于新时代中国特色社会主义伟大实践，统一于全面建设社会主义现代化强国建设，统一于中华民族伟大复兴的历史进程。</p>	<p>系统把握马克思主义中国化的两大理论成果：毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系，尤其是深刻把握和理解马克思主义中国化的最新理论成果、当代中国的马克思主义、21世纪马克思主义——习近平新时代中国特色社会主义思想。</p>	<p>培养学生理论思考的习惯，提高理论联系实际分析问题、解决问题的能力。引导学生坚定“四个自信”，增强“四个意识”，自觉做到两个维护。</p>

④主要内容：主要讲授马克思主义基本原理同中国具体实际相结合产生的马

克思主义中国化的两大理论成果,帮助学生了解马克思主义中国化理论的主要内容、精神实质和重大意义,理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系,深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好,坚定“四个自信”,从而为实现伟大民族复兴贡献力量。

A3 形势与政策

①课程定位:本课程作为一门高校思想政治理论公共必修课,是对大学生进行国内国际形势教育,以及党和国家重要方针政策教育的主渠道、主阵地。在大学生思想政治工作中担负着重要使命,具有不可替代的重要作用。

②学分、学时: 1 学分, 40 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
引导学生运用马克思主义的立场、观点和方法,把握时代脉搏,正确认识世界和中国发展大势,正确认识时代责任和历史使命,正确认识远大抱负和脚踏实地,勇做担当民族复兴大任的时代新人。	帮助学生正确认识新时代国内外形势,深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战。引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略。	引导学生正确认识中国特色和国际比较,全面客观认识当代中国、看待外部世界。引导学生正确认识时代责任和历史使命,用中国梦激扬青春梦,为学生点亮理想的灯、照亮前行的路,激励学生自觉把个人的理想追求融入国家和民族的事业中,勇做走在时代前列的奋进者、开拓者。

④主要内容:本课程主要讲授党的理论创新最新成果,新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践,马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题,帮助学生准确理解当代中国马克思主义,深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战,引导大学生正确认识世界和中国发展大势,正确认识中国特色和国际比较,正确认识时代责任和历史使命,正确认识远大抱负和脚踏实地。

A4-A7 《体育与健康》(I-IV)

①课程定位:本课程贯彻“立德树人、健康第一”的指导思想,是以“健康知识+基本运动技能+专项运动技能”为主要教学模式,融入体育文化,结合职业实用性特点,培养身心健康的高素质职业技能人才为主要目标的公共必修课程。

②学分、学时: 6 学分、84 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生的爱国情怀、社会责任感和良好的个人品质； 2. 培养学生不畏困难、不怕吃苦、不惧失败的意志品质； 3. 全面贯彻“健康第一”的指导思想，实现“三维”的体育目标，即增强体质、改善心理、健全人格。	1. 使学生掌握运动项目基本知识、技术和技能； 2. 培养学生的体育健身观念，使学生能够根据自身体质健康状况编制可行的个人锻炼计划。 3. 使学生掌握体育康复保健相关理论知识。	1. 全面发展学生速度、力量、耐力、柔韧、灵敏、协调、平衡等身体素质，增强学生体质； 2. 培养学生终身体育意识和锻炼身体的手段和方法； 3. 学生能运用所学知识、技能，独立地进行锻炼、比赛，增强体质。

④主要内容:

《体育与健康》课程通过普修课、体育选项课等方式开展，主要开设项目如下：田径、足球、篮球、排球、气排球、乒乓球、羽毛球、网球、健美操、形体训练、瑜伽、武术套路、团队合作及八段锦等。各项目根据各专业人才培养方案及教学计划进行教学内容安排。教学内容融理论知识、运动技能、体育康复保健等于一体，通过知识技能传授、课程思政融入使学生在“知识、能力、行为、健康”诸方面得到全面提升，达到培养高素质人才的目的。

A8 大学生心理健康教育

①课程定位：大学生心理健康教育课程是集知识传授、心理体验与行为训练为一体的公共必修课程。课程旨在使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。

②学分、学时：2 学分、36 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
通过本课程的教学，使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自	通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，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	通过本课程的教学，使学生掌握自我探索技能，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、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等

已并适应社会的生活状态。		
--------------	--	--

④主要内容：大学生心理健康导论、大学生心理咨询、大学生心理困惑及异常心理、心理健康、大学生的自我意识与培养、大学生人格发展与心理健康的基础知识、大学期间生涯规划及能力发展、大学生学习心理、大学生情绪管理、大学生人际交往、大学生性心理及恋爱心理、大学生压力管理与挫折应对、大学生生命教育与心理危机应对等内容。

A9 军事理论

①课程定位：军事课是普通高等学校学生的公共必修课。以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人和强军目标，提升学生国防意识和军事素养，为军民融合发展和建设国防后备力量服务。

②学分、学时：2 学分、36 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过教学使大学生掌握基本军事理论与军事技能，达到增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念；培养高素质的社会主义事业的建设和保卫者，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官，打下坚实基础。	1. 了解我国的国防历史和现代国防建设的现状，增强依法建设国防的观念； 2. 了解世界军事及我国周边安全环境，增强国家安全意识； 3. 掌握外国代表军事思想，熟悉我国军事思想，理解习近平强军思想； 4. 了解战争的内涵、特点、发展和演变。 5. 了解信息化装备的内涵、分类、发展及对作战的影响。	1. 能进行公民国防权利和义务、国防政策、国防教育的宣传。 2. 能进行战略环境、发展趋势、国家安全政策的宣传。 3. 能进行军事思想形成与发展、体系与内容、历史地位和现实意义的宣传。 4. 能理解新军事革命对现代作战的影响；能进行信息化战争与国防建设的宣传。

④主要内容：中国国防

学习项目：中国国防概述、法规、建设、武装力量、动员，国家安全形势、国际战略形势、中国古代军事思想 当代中国军事思想、新军事革命、信息化战争、信息化作战平台等项目。

A10 职业规划与就业指导 I

① 课程定位：职业规划与就业指导 I 是普通高等院校学生的综合素质课。通过对大学生进行职业生涯和职业理想教育，引导学生树立正确的职业观念和理想，提高专业认同感，学会进行职业生涯规划，为顺利就业、创业创造条件。

② 学分、学时： 1 学分、15 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 养成职业规划意识，树立正确的职业观念和职业理想； 2. 树立家国情怀，将个人理想与社会发展紧密联系起来； 3. 坚定成才信念，合理规划大学生活。	1. 理解职业生涯规划的特点及其与职业理想的关系； 2. 掌握职业生涯管理的基本理论，了解社会需要、所学专业及个人特点； 3. 明确在校学习与终身学习、职业生涯发展的关系； 4. 掌握心理学的理论和方法，进行科学自我认知，了解个人性格类型和职业发展倾向； 5. 掌握职业生涯规划的方法和基本要素。	1. 综合分析本人发展条件，挖掘自己与职业要求的匹配性； 2. 根据变化，对职业生涯规划进行科学管理与适时调整； 3. 培养职业能力，沟通能力、创新能力和逻辑思维能力； 4. 制作规范的职业生涯规划书。

④主要内容：本课程主要涵盖了大学生职业生涯规划的意义和价值、职业生涯管理的基本理论、自我认知探索的维度与方法、新时代职场概况及职业能力要求、职业生涯规划的阶段和 6 大主题、大学生职业生涯规划的制定与实施等六个模块内容。

A11 职业规划与就业指导 II

① 课程定位：职业规划与就业指导 II 是普通高等院校的综合素质课程。具有较强的针对性和实践性，采取角色扮演、模拟面试、简历写作等各种实践教学方法，使学生在实践中提高认知能力和就业能力，促进大学生理性规划自身发展，培养大学生职业生涯发展的自主意识。

② 学分、学时： 1 学分、9 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
------	------	------

<p>1. 深刻认识职业精神和职业规范，培养遵纪守法、爱岗敬业、开拓创新的职业品格；</p> <p>2. 明确生涯规划意识、职业意识和创业意识，树立正确的人生观、价值观、道德观、就业观和行为规范；</p> <p>3. 坚定学生理想信念，具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神；</p> <p>4. 具有合作精神和协调管理能力，具备优良的职业道德修养，能遵守职业道德规范，具有良好的心理素质。</p>	<p>1. 掌握职业生涯规划的基础知识与职业发展的阶段特点；</p> <p>2. 学会运用人力资源市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识；</p> <p>3. 了解就业形势与政策法规；掌握撰写简历的方法和要点。</p> <p>4. 掌握今后职业发展中应掌握的专业知识、拓展知识、个人素质和修养。</p>	<p>1. 掌握依据社会发展、职业需求和个人特点进行职业生涯设计；</p> <p>2. 培养大学生职业探索、生涯决策、自我管理、自主创业等能力。提高大学生职业素养和求职技能；在亲身参与中增强创新精神、创造意识和创业能力。</p> <p>3. 提高学生的沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能。</p>
---	---	--

④主要内容：认识职业生涯规划、职业生涯与探索自我、职业适应与职业发展、毕业前的知识及能力准备、就业自荐材料的编写、求职面试技巧、就业应具备的法律知识等内容。

A12 大学生创新创业训练教程

①课程定位：本课程是创新创业教育的核心课程之一，是创新创业教育理念、教育原则转化为具体的创新创业实践的中介，是培养学生核心素养的关键性课程之一，贯穿于人才培养全过程，也是大学创新创业型人才培养目标得以实现的桥梁。

②学分、学时：2 学分，30 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 养成勤于思考的良好习惯；</p> <p>2. 培养善于观察和分析解决问题的能力；</p> <p>3. 提高思维能力，提升思考的深度与广度；</p> <p>4. 具备协作、持之以恒、应变等创新精神；</p> <p>5. 培养学生积极进取的意识和精神；</p>	<p>1. 熟悉创新创业政策；</p> <p>2. 了解创新创业理论的发展与实践；</p> <p>3. 掌握典型的创新思维方法；</p> <p>4. 了解创新训练方法及工具；</p> <p>5. 熟悉创业常见模式；</p> <p>6. 掌握创业计划书的基本框架及撰写要求。</p>	<p>1. 能进行创新创业能力的自我分析；</p> <p>2. 能应用创新技法分析问题；</p> <p>3. 具备知识检索和查新能力；</p> <p>4. 具备创新创业典型案例的分析能力；</p> <p>5. 具备适应产业升级、专业更新的能力；</p>

6. 培养学生为社会主义国家经济建设服务的观念和树立高尚正确的职业理想。		6. 具备解决问题、抓住机会、规避风险等的的能力。
--------------------------------------	--	---------------------------

④主要内容：创新思维的认识、创新技法与应用训练、认识创业、创业素养的提升、创业机会的识别、全面认识“互联网+”、如何设计商业模式及整合资源、设立你的企业。

A13 创新创业实践实战课

①课程定位：本课程是一门融理论性、实践性、创造性于一体的创新创业公共必修课，是通识类课程的发展和延伸，融入学生的全面素质教育中，基于“四力融合型、理论与实践相结合、线上线下相结合”的创新创业教育课程体系构建下，培育学生的就业竞争力。

②学分、学时：1 学分、15 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 端正学生的价值观，找到创业与自我人生价值实现的关系，激发学生创业激情； 2. 了解创业者，与管理者有什么区别，学会寻找创业伙伴、组建团队的方法，增强团队合作意识； 3. 能运用所学知识解决实际问题；具有决策、规划能力，具备整体与创新思维； 4. 能灵活处理工作出现的各种特殊情况，增强应变能力； 5. 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神。	1. 熟悉掌握创新思维提升的基本方法，运用创新方法解决问题； 2. 进行创业机会、创业资源的甄别和分析，熟悉相关创业支持政策，培养创业能力； 3. 掌握商业模式的设计，在训练过程中体验到创业项目准备的完整过程； 4. 在老师的指导下完成双创项目的构建，掌握商业计划书的撰写技巧，并会制作路演 PPT； 5. 熟悉各类双创赛事竞赛规则，能够主动积极参与，并能模拟微型路演。	1. 感知和认知创业基础知识与基本理论，激发创业意识与创新思维； 2. 能够掌握创业基本流程、方法与工具，全面提升创业能力； 3. 树立科学的创新创业观，主动适应国家经济社会发展和人才的全面发展需求，提高学生的社会责任感和创业精神； 4. 培养“企业家精神”，即使不创业，企业界创新创业精神也会引导其在就业工作岗位上拥有自身优势和核心竞争力，实现高质量就业。

④主要内容：该课程内容包括开发创新思维、认识双创大赛、双创项目挖掘、

编写项目计划书、制作路演 PPT，引导学生将个人创意转变为创业项目，以参加各类双创大赛的成绩作为学习成果，让学生了解创业活动过程的内在规律，了解创业过程经常遇到的问题和初创企业的特点。

A14 经济数学 I

①课程定位：《经济数学》是财经商贸类专业的一门公共限定选修课程，为学生学习相关专业课程提供必需的数学概念、理论、方法和运算技能。培养学生用数学知识去分析问题和解决问题的能力，提高学生的数学素养和创新思维。

②学分、学时： 2 学分、30 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 树立辩证唯物主义世界观； 2. 培养学生良好的学习习惯、坚强的意志品格、严谨的思维、求实的作风和良好的团队合作精神； 3. 引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养。	1. 理解函数、极限、连续的概念，掌握极限的运算方法； 2. 理解一元函数微积分的概念，掌握用微分知识和积分知识解决实际问题的方法； 3. 掌握用矩阵与行列式以及概率统计的相关知识解决实际问题的方法； 4. 了解数学软件的知识。	1. 会分析事物的数量方面及其变化规律的能力； 2. 会用数学建模的思想方法解决实际问题的能力； 3. 会用数学软件处理数据的能力。

④主要内容：

1. 基础模块：主要包括一元函数微积分的内容。重点掌握极限的思想方法，极限的运算；导数和微分的概念，导数的几何、物理意义及其应用，微分运算；函数极值的求法，最值的简单应用；不定积分(定积分)概念；微元法，定积分的应用；数学实验 matlab 的使用。

2. 提高模块：根据各专业的培养目标从以下内容中重点选讲。矩阵及其应用；概率与数理统计。

A15 经济数学 II

①课程定位：《经济数学》是会电、金融、投资理财、物流管理等文科管理专业的一门公共基础课，也是高职院校的素质教育中培养学生成为合格的自然人和职业人发展需求的通识课程。

② 学分、学时： 2 学分、30 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 引导学生“低碳生活、健康生活、绿色出行”，倡导学生低碳生活，爱护地球，保护地球；</p> <p>2. 引导学生建立正确的择友观；</p> <p>3. 引导学生要遵守规则，遵守法律，做一个懂法、守法的好公民；</p> <p>4. 让学生认识到必然与偶然的联系，学习要注意从一点一滴积累。</p>	<p>1. 能够熟练计算矩阵与行列式，应用矩阵知识解决实际问题；</p> <p>2. 能够深刻理解概率，应用概率知识解决实际问题。</p>	<p>1. 使学生认真分析事物的数量方面及其变化规律；</p> <p>2. 提高学生运用数学知识处理现实世界中各种复杂问题的意识、信念和能力；</p> <p>3. 提高学生的逻辑思维能力；</p> <p>4. 提高学生的抽象思维能力；</p> <p>5. 调动学生的探索精神和创造力。</p>

④ 主要内容：矩阵及其应用、概率论与数理统计。

A16 大学英语 I

① 课程定位：本课程为网络营销与直播电商专业公共必修课，以服务专业英语和商务英语核心职业能力为导向，培养学生听说读写译的扎实基本功为目标，帮助学生端正英语学习的态度，为学生提供英语学习的诊断服务和方法论指导。

② 学分、学时：3 学分、60 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 培养学生跨文化交际的文化自信。</p> <p>2. 培养学习英语学习中的方法论意识。</p> <p>3. 培养学生竞争与合作意识。</p> <p>4. 培养学生对英语文化批判意</p>	<p>1. 熟悉认读英语音标、掌握发音与拼写之间的关系；</p> <p>2. 熟悉英语框架结构，正确理解词性、句法功能之间的关系；</p> <p>3. 正确认读、回忆和复述重</p>	<p>1. 能够听懂基本日常交际对话和通讯话题；</p> <p>2. 能够进行较为流畅地进行口语交流，掌握与个人信息相关的演讲表达；</p> <p>3. 能够运用基本的阅读技</p>

识和明辨是非。	用 2000 核心词汇的词性和音、形、意；	巧,比如主题句、段落扩展,总结句等的识别;
5. 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神。	4. 熟记常用的阅读理解策略、阅读技巧;	4. 能够掌握段落、篇章写作技巧,做到语法基本正确、用词基本得当、体裁符合标准。
6. 具有合作精神和协调管理能力,具备优良的职业道德修养,能遵守职业道德规范。	4. 熟悉常见的不同文体的写作特点和方法。	

④ 主要内容:

语音(基础阶段) 掌握 48 个因素的标准发音,能以正确语音语调进行常速朗读、词汇(基础阶段)掌握词汇学习的方法、补习构架语法框架图谱、掌握速度阅读技巧、掌握记叙、议论文和说明文文体、能进行通识话题的英汉互译。

A17 大学英语 II

① 课程定位: 本课程为网络营销与直播电商专业公共必修课,以服务专业英语和本专业核心职业能力为导向,培养学生听说读写译的扎实基本功为目标,帮助学生端正英语学习的态度,培养英语学习的成就感和自主学习能力。

② 学分、学时: 3 学分、60 学时

③ 教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 通过综合英语的学习,能够不断提高学生的跨文化沟通能力和文化自信。 2. 培养学生面对英语文化时的判断力和是非立场。 3. 培养学生在英语学习中的合作精神和职业道德修养,以及良好的心理素质。	1. 正确理解从句、非谓语动词和虚拟语气的内涵和用法 2. 了解段落拓展,段落结构 3. 正确认读、回忆和复述重用 3000 核心词汇的词性和音、形、意; 4. 熟记常用的阅读理解策略、阅读技巧;	1. 能够能听中等难度通识话题; 2. 能够进行较为流畅地进行口语交流,并进行主题演讲; 3. 能够掌握深度阅读技巧,比如识别态度、逻辑推断等; 4. 能够运用篇章写作技巧,

	4. 熟悉常见的不同文体的写作特点和方法。	撰写文字不少于 200 字的文章，做到语法基本正确、用词基本得当、体裁符合标准。
--	-----------------------	--

④主要内容:

词汇（中级阶段）词汇联想记忆、应用巩固，语法（中级阶段）完善语法框架图谱，正确使用与不同情境，阅读（中级阶段）掌握深度阅读技巧，写作（中级阶段）掌握记叙、议论文和说明文、应用文体写作，翻译（中级阶段）能进行文化热点类，商务类话题的英汉互译。

A18-A19 大学语文

① 课程定位：大学语文是各专业开设的一门公共基础课。是一门将人文教育与科学教育结合在一起的课程，是各专业学生学好其它各门课程的先行课，是实现我校办学理念的重要途径。同时也是对大学生进行素质教育的主要课程之一。

② 学分、学时：4 学分、60 学时

③ 教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培育人文精神； 2. 继承民族优秀的文化传统； 3. 培养通才； 4. 培养创新意识。	1. 了解诗歌、散文、小说、戏剧的特点，学会各类文学作品的鉴赏。 突出并利用应用写作的实践性特点； 2. 了解应用写作的自身特点、基础知识、基本要求，逻辑思维能力和语言表达能力，学会如何获取信息、处理信息，使学生能根据公务或私务的需要，能够写出既合法又规范实用的应用文章、既提高学习生活工作中应用水平，同时让学生养成求真务实、严谨认真的良好习惯。	1. 提高鉴赏能力和写作水平，优秀文学作品提供美感、愉悦和享受。通过作品赏析，提高文学鉴赏能力和写作水平； 2. 能够写作常用的应用文。

④主要内容: 要求学生系统地了解中国古代文学发展的一般流程以及各个时

期主要的文学收获，了解中国传统文化思想作用于中国古代作家作品，了解现当代的重要作家，对作品选的个体篇章有更深刻的认识，从而培养学生在语言、文字方面的能力，进而提高其文学鉴赏与文学审美水平，提高其人文学养。

A20 信息技术与人工智能

①课程定位：本课程是一门各专业学生公共限定选修课程。学生通过学习本课程，能够增强信息意识、提升计算思维、促进数字化创新与发展能力、树立正确的信息社会价值观和责任感，为其职业发展、终身学习和服务社会奠定基础。

②学分、学时： 2 学分、 30 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神；具有管理协调能力，具备优良的职业道德修养，能遵守职业道德规范，具有良好的心理素质；具备正确价值观、必备品格和关键能力；具备信息意识、计算思维、数字化创新与发展、信息社会责任等基本素质。	掌握计算机基础知识和常用办公软件应用；了解新一代信息技术的发展状况与研究内容；了解信息安全相关知识；掌握信息检索基础知识、搜索引擎使用技巧、专用平台信息检索等内容；熟悉新一代信息技术的基本内容和在水利、建筑、装备制造等行业的典型应用。	具备应用计算机常用办公软件处理学习、工作、生活中问题的能力；具备对信息的价值及其可能的影响进行判断的能力；具备使用信息技术工具，结合所学专业知，运用计算思维形成生产、生活情境中的融合应用解决方案的能力；能创造性地运用数字化资源和工具解决实际问题；能清晰描述信息技术在本专业领域的典型应用案例；具备信息安全意识和相关防护能力。

④主要内容：

基础模块：计算机基本知识，常用 Windows 操作系统 win10（或 win7）的安装和应用技巧；常用办公软件 Office（或 WPS）组件 word、excel、PowerPoint 等使用方法，掌握文档、电子表格和幻灯片等办公处理能力；信息检索基础知识、搜索引擎使用技巧、专用平台信息检索等内容；信息安全意识、信息安全技术、信息安全应用、信息素养与社会责任等内容。

拓展模块：新一代信息技术的基本概念、技术特点、典型应用、技术融合等内容；大数据、人工智能、云计算、物联网等新技术在水利、装备制造、建筑、交通灯行业的典型应用等。

A21 安全教育

①课程定位：该课程是普通高等学校学生的限定选修课程。课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以人为本，落实立德树人根本任务，把安全教育贯穿于学校教育的各个环节，使广大学生牢固树立“珍爱生命，安全第一，遵纪守法，和谐共处”的意识，具备自救自护的素养和能力。

② 学分、学时： 1 学分、16 学时

③ 教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
通过课程的学习,使学生养成守法意识,强化责任意识和防范意识,能够维护学校教育和社会公共秩序,保护自身和学校的合法权益,坚守安全底线,不碰安全红线。	通过本课程的学习,使学生了解有关的安全法律法规,掌握基本的安全知识和防护应变常识。	通过课程的学习,使学生养成良好的安全意识,树立总体国家安全观,提高学生面临突发安全事件自救自护的应变处置能力。

④ 主要内容:

预防和应对社会安全、公共卫生、意外伤害、网络、信息安全、自然灾害事故或事件,以及影响学生安全的其他事件。

A22 大学美育

①课程定位:本课程是高等职业院校的公共限定选修课。课程具有实践性、应用性强的特点,培养学生的审美意识、审美观点,了解必要的美术技法和音乐鉴赏能力,提高学生的审美能力和艺术素养,塑造审美的人生境界,培养和谐完美的人格,对学生就业岗位等职业能力培养起到一定支撑作用。

②学分、学时:2 学分、36 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1.具有良好的职业道德; 2.具有科学严谨的工作作风、环境保护意识; 3.具有勤奋学习、吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神; 4.具有较强的身体素质和良好的心理素质。 5.塑造审美的人生境界,培养和谐完美的人格。	1.理解并掌握中外美术鉴赏、音乐鉴赏基本理论知识; 2.了解具象艺术、意象艺术和抽象艺术的理论知识。	1.具有对形式美的敏锐觉察能力、感受能力、认知能力和创造能力; 2.能够用美术点、线面、色、体去观察创造形象。

④主要内容:课程内容主要包括了解美术、音乐鉴赏的性质和特点,了解艺术的主要语言形式及作用。了解中国原始美术概况,能够结合美术造型、装饰、政治、宗教等因素对中国美术进行多元化的分析与鉴赏,能够用描述、评价、鉴赏美术音乐作品,体验并评述世界文明古国、东西方美术音乐名作等,完善审美心理结构,促进身心健康,从而造就一代丰富个性、人格完美的社会主义新人。

D-1 水文化

① 课程定位：通过本课程教学，就是要“弘扬中华优秀传统文化和革命文化、社会主义先进文化，实施中华文化遗产工程，推动中华优秀传统文化融入教育教学。”培育一代又一代践行“忠诚、干净、担当，科学、求实、创新”水利行业精神的水利人。

② 学分、学时：1 学分、20 学时。

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生水利行业思想； 2. 培养学生水利行业职责； 3. 培养学生水利职业道德； 4. 培养学生新时代水利精神。	1. 掌握水与历史发展方面的知识； 2. 掌握水与经济社会方面的知识； 3. 掌握水与思想精神方面的知识； 4. 掌握水与文学方面的知识。	1. 具有保护传承弘扬黄河文化、大运河文化等优秀中华水文化的能力； 2. 具有多角度、宽领域、全方位地研究水与历史发展、社会经济、中华文化、人类文明、思想精神、科学技术、文学艺术等诸多方面的关系，构建完整的水文化理论体系的能力； 3. 具有开展以水文化育人为特色的实践活动的能力。

④ 主要内容：（1）水与历史发展（2）水与经济社会（3）水与思想精神。（4）水与文学艺术。

D-2 中国水利史

① 课程定位：通过本课程教学，就是要总结中国水利发展的经验教训和科学技术成就，探索水利发展的一般规律和特殊规律，对我国水利现代化建设提供指导和借鉴，同时培养学生唯物史观、时空观念和家国情怀。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生唯物史观; 2. 培养学生时空观念; 3. 培养学生家国情怀。	1. 掌握中国防洪治河史方面的知识; 2. 掌握中国农田水利史方面的知识; 3. 掌握中国航运工程史方面的知识; 4. 掌握水利史人物、科研、教育方面的知识。	1. 具有史料实证的能力; 2. 具有历史解释的能力。

④ 主要内容：（1）中国水利史概要：黄、淮流域水利发展期，长江流域及其以南水利发展期。（2）流域水利史：长江、黄河、淮河、海河水利史，珠江、松花江、辽河、太湖水利史。（3）水利科学技术史：古代水文学、水利测量、治水方略，古代治沙方略、排水技术、水工建筑物。（4）水利建筑史：防洪史、农田水利史，水利机械史、城市水利史。（5）水利史人物、科研、教育：中国水利史人物，中国近代水利科学研究、水利教育。

D-3 美术鉴赏

① 课程定位：通过美术鉴赏课程教学，有效地提升学生的美学基础理论知识和学生审美素养，培养审美的眼睛，掌握美术鉴赏的一般方法，认识美术鉴赏对于个人未来人生发展的重要价值和意义。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 树立审美观念，培养高雅的审美品位；陶冶情操，发展个性； 2. 了解、吸纳中外优秀成果，提高文化艺术素养，增强爱国	1. 了解美术一般概念、本质以及美术鉴赏的基础知识、理论； 2. 把握不同的艺术风格与流派的美术创作特点。	通过鉴赏艺术作品、学习艺术理论、参加艺术实践，发展形象思维，培养创新精神和实践能力，提高感受美、表现美、鉴赏

主义精神。		美、创造美的能力。
-------	--	-----------

④ 主要内容：中国画：1、中国画的艺术特色；中国画的代表作品赏析；中国画的观摩与学习。2、中国雕塑：中国古代陵墓雕塑、宗教雕塑的艺术特点；中国雕塑的发展；近代和现代中国雕塑优秀作品赏析。3、西方绘画：美术鉴赏基本方法；优秀西方绘画作品赏析；油画的观摩与学习。4、西方雕塑艺术：西方雕塑的基本方法；西方古代与现代雕塑优秀作品赏析。5、中外建筑、园林艺术：中外历代建筑与园林艺术特点；中外建筑与园林优秀作品赏析。6、现代设计艺术：现代设计艺术的内容、分类、特点；优秀现代设计艺术作品赏析；小组徽章设计。

D-4 环境学概论

① 课程定位：《环境学概论》是为学生开设的公共选修课程，作为对大学生进行环境素质教育的重要环节，本课程将通过较为全面的环境科学基础知识、环境法律法规知识、可持续发展知识等教授，使大学生树立正确的环境伦理道德观，成为具有保护和改善环境，参与可持续发展实践能力的新一代大学生。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
------	------	------

<p>1. 帮助学生树立保护地球环境，预防环境问题产生的责任感；</p> <p>2. 树立正确的环境伦理道德观，同时帮助大学生提升自身的环境保护素质。</p>	<p>1. 使学生正确理解与掌握有关环境问题，环境污染，生态保护及可持续发展战略的基本概念，基本知识及基本原理；</p> <p>2. 帮助学生提高环境意识，掌握保护和改善环境和参与可持续发展的实践能力；</p> <p>3. 使学生树立新的环境伦理观，促进学生的环境保护行动。</p>	<p>1. 能够认识环境问题，对人类生存与发展的危害；</p> <p>2. 了解环境污染产生的根源及控制措施，构建必要的环境科学基础知识与技能。</p>
---	---	--

④ 主要内容:

(1) 了解环境科学的研究对象，掌握环境的概念和特点，理解人类与环境之间的辩证关系；

(2) 掌握大气污染物的分类、危害；掌握大气污染类型及形成原因；了解大气污染综合防治方法及大气环境标准；

(3) 理解水体、水体污染的概念；掌握水体污染物质的来源和水体污染的主要污染物；了解水环境质量标准、水污染防治对策、废水处理方法。

(4) 理解固体废物与固体废物资源化的概念；理解固体废物的综合利用及其资源化系统；了解固体废物的来源、分类、污染途径及其危害。

(5) 了解目前全球环境主要问题及成因，掌握目前能源的利用类型及特点。

D-5 无人机操控技术

① 课程定位：本课程主要培养学生对无人机的操控能力。通过本课程的学习，使学生了解遥控器的基本机构和工作原理，同时初步学会遥控器的设定和调试；熟练掌握各种机型的飞行技术。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 能灵活处理工作中出现的各种特殊情况; 2. 能够从工作岗位获取新的知识, 胜任工作岗位; 3. 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神; 4. 具有合作精神和协调管理能力, 具备优良的职业道德修养, 能遵守职业道德规范。	1. 掌握遥控器机构及工作原理; 2. 了解遥控器的初步设定和调试; 3. 掌握无人机多种机型的各种飞行技术; 4. 了解无人机失控应急处理方法。	1. 能够在模拟器上熟练控制多旋翼无人机; 2. 能够在模拟器上熟练控制单旋翼无人机; 3. 能够在模拟器上熟练控制固定翼无人机; 4. 能应急处理无人机常见的失控故障。

④ 主要内容: 遥控器结构及工作原理, 遥控设备的初步设定和调试, 模拟器中无人机多种机型的各种飞行技术, 包括多旋翼无人机操控、单旋翼无人机操控、固定翼无人机操控及无人机失控应急处理方法等。

D-6 计算机组装与维护

① 课程定位: 通过本课程的学习, 使学生掌握计算机软硬件基础知识, 具有熟练的计算机组装、维护能力, 学会常见系统维护软件的使用方法, 解决常见计算机故障修复等内容。让学生成为与计算机相关的生产、组装、维护、经营、管理和服务等第一线需要的高等技术应用型人才。本课程的学习, 培养学生的综合职业能力、创新精神和良好的职业道德。计算机组装与维护的基本技能, 也是学生就业所需的一门重要的专业技能课程。

② 学分、学时: 1 学分、20 学时

③ 教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养良好的沟通能力与团队合作精神; 2. 吃苦耐劳、认真负责的工作态度;	1. 掌握计算机各种硬件的基础知识; 2. 掌握硬件的基本结构与功能;	1. 熟悉计算机硬件的选购和硬件组装的过程; 2. 熟悉 BIOS 设置方法和硬盘分区方法;

3. 遵纪守法、良好的职业道德；	3. 掌握硬件的主要性能参数与选购方法；	3. 操作系统和多操作系统的安装方法；
4. 较强的学习能力和创新能力。	4. 熟悉硬件组装时的接口识别和注意事项；	4. 掌握各种驱动程序的安装方法；
	5. 掌握有关软件的基础知识以及设置安装方法。	5. 熟悉各种常用维护应用软件的使用方法。

④ 主要内容：计算机硬件系统组成及选购方法；计算机硬件的组装和测试、计算机 BIOS 设置以及硬盘分区；操作系统和多操作系统的安装方法；各种驱动程序的安装方法；计算机的日常维护与保养；计算机常见故障的处理；各种常用维护应用软件的使用方法。

D-7 摄影技术

① 课程定位：通过本课程的学习，使学生初步掌握摄影的基础知识和常用画面构图方式，通过学习摄影基本理论、研究方法、相关技术及实际应用等内容；了解影圈最新进展和发展方向；开阔学生知识视野、提高解决问题的能力，为将来自己独立完成摄影任务，提供相关方法及理论；为进一步的实操学习打下坚实的基础，指引方向。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神；	1. 掌握摄影基础知识和常用操作如：滤镜、曝光、景深、白平衡、电子闪光灯、摄影构图、摄影技巧等；	1. 能运用摄影的基础专业知识与拍摄技能，进行静态摄影、天体摄影、旅游摄影、体育摄影、新闻摄影、广告摄影；
2. 具有管理协调能力，具备良好的职业道德修养，能遵守职业道德规范，具有良好的心理素质；	2. 掌握学习常见的摄影类型：静态摄影、天体摄影、旅游摄影、体育摄影、新闻摄影、广告摄影等常见摄影领域的基本概念、基本拍摄思路；	2. 能进行画面构图；
3. 培养安全规范操作意识，严谨细致、一丝不苟的工匠精神；		3. 能进行画面审美及艺术性表达；
4. 培养学生企业精神，民族产业自豪感，规范行业服务意识		4. 能将知识点融会贯通，并具备独立自主完成摄影任务的能力。

识，提升职业认同感； 5. 培养自力更生、自强自立、 奋发图强的爱国情怀。	3. 掌握黑白胶卷冲洗和 印放技术。	
---	-----------------------	--

④ 主要内容：背景基础知识介绍：照相机与镜头——摄影的诞生及表现特性、照相机的基本类型（135 照相机、120 照相机、即影照相机、110 照相机、圆盘式照相机、磁录照相机）

专业基础知识介绍：镜头（加膜、口径、镜头的选择）、照相机主要装置及其自动化（光圈、快门、聚焦装置、取景装置、输片装置）、电子照相机的自动化（自动曝光、自动闪光、自动聚焦、自动显示拍摄情况）、彩色胶卷与滤镜（彩色胶卷的选择、滤镜的类型及作用）、摄影曝光与景深（曝光的概念、影响曝光量的因素、曝光与影像的清晰度）、电子闪光灯的使用（电子闪光灯的选择、同步与闪光指数、闪光灯使用方法、自动电子闪光灯）、景深与超焦距（景深与超焦距的概念、模糊圈）、摄影构图（构图的概念、基本要求）、摄影技巧（多次曝光、追随拍摄、翻拍）综合知识运用：静态摄影、天体摄影、旅游摄影、舞台摄影、体育摄影、新闻摄影、广告摄影等。相机基础操作：数码相机的种类、主要技术指标、数码相机的选择、数码相机基本常识（识别部件、模式拨盘、存储卡的使用、设置静止影像尺寸、影像尺寸和质量、影像输出、常见故障的处理）。拓展知识介绍：黑白胶卷冲洗技术（显影技术、停显和定影、水洗与干燥）、印放技术（照片边缘虚化法、双底叠放法、浮雕法、中途曝光法）、相片的扫描及处理（扫描仪的安装、扫描仪的基本操作、扫描仪的设置）

D-8 书法教程

① 课程定位：通过本课程的学习，使学生初步掌握书法的基础知识和艺术特征，懂得如何从书法的艺术表现手段入手，对书法作品进行审美鉴赏。通过鉴赏书法艺术作品、学习书法艺术理论，发展形象思维，培养创新精神和实践能力，提高感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力。树立正确的审美观念，培养高雅的审美品位；提高书法文化艺术素养，增强爱国主义精神和民族自豪感。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
------	------	------

<p>1. 培养学生的艺术观察力、艺术表现力、艺术分析力及艺术想象力，提高学生的审美鉴赏能力及评价能力；</p> <p>2. 培养学生中华文化传统的涵养。</p>	<p>1. 了解书法发展简史，以及对书法常识；熟悉各种字体的特点，书法艺术的构成要素；</p> <p>2. 掌握书法艺术的形与质；书法的工具、材料与美学特征；</p> <p>3. 掌握书法鉴赏的心理机制；</p> <p>4. 掌握书法史略；</p> <p>5. 掌握篆书与篆法；</p> <p>6. 掌握隶书与隶法；</p> <p>7. 掌握楷书与楷法；</p> <p>8. 掌握行草书与行草法等知识。</p>	<p>1. 能运用掌握的书法基础专业知识与书法技能，进行楷书、草书、隶书等书法创作；</p> <p>2. 能进行书法艺术审美及艺术性表达；</p> <p>3. 能独立自主完成书法赏析。</p>
---	---	--

④ 主要内容：背景基础知识介绍：书法鉴赏的意义；影响书法鉴赏的几个因素；如何鉴赏书法。

专业基础知识介绍：点划的形成——甲骨文与钟鼎文探密、毛笔的构造及其性能中国文字的特殊性、点划的形成及其基本笔法、甲骨文鉴赏、书写与刻石、隶书的基本特征、《礼器碑》鉴赏、《张迁碑》鉴赏、《曹全碑》鉴赏、金农隶书鉴赏、书法线条的内在特征、秦代篆书作品鉴赏、清代篆书作品鉴赏。

综合知识运用：书法的偏旁极其字形——颜真卿、柳公权、赵孟頫楷书鉴赏、字内空间与字外空间——魏碑书法作品鉴赏、书法的实用性——小楷书法作品鉴赏。

书法基础操作：楷书偏旁部首的写法、行书的基本笔画与偏旁的写法、草书的基本笔画与偏旁的写法。

拓展知识介绍：集古字，一日临摹、一日创作——探寻从米芾到王铎的书风、地域书风——吴门书派书风解析、朝代的书法首领——领略赵孟頫与董其昌的书风、行足巨、字距章法的历史演变——窥探从杨凝式到黄道周的书风、书法理论

与书法实践——孙过庭《书谱》小草的巨作。

D-9 网页制作

① 课程定位：通过本课程的教学，使学生掌握常用的网页设计工具 Dreamweaver 的使用，掌握页面的结构、文本元素的定义、图像元素的设置、列表的定义、超链接和导航的设置、表单的设计、音频和视频等多媒体元素的显示，掌握用 CSS3 定义和控制页面元素样式的技术和布局技术，为学生今后从事 WEB 前端开发打下良好的基础。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具有自主学习新知识的能力、具有运用所学知识解决实际问题的能力； 2. 具有通过各种媒体资源查找并有效利用所需信息的能力；具有吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神； 3. 具有良好的职业道德修养、具有良好的心理素质。	1. 掌握 Dreamweaver 网页编辑工具；掌握页面的结构、文本元素的定义、图像元素的设置、列表的定义、超链接和导航的设置、表单的设计、音频和视频等多媒体元素的显示； 2. 掌握 CSS3 的定义和使用；控制页面元素样式定义的网页布局技术。	1. 具有用 Dreamweaver 设计网页的能力； 2. 具有使用页面元素的设计网页的能力； 3. 具有设计超链接和导航的能力； 4. 具有应用表单设计登录、注册等页面的能力； 5. 具有使用 CSS3 进行页面布局的能力； 6. 具有能在网页上添加音频、视频等多媒体元素的能力。

④ 主要内容： Dreamweaver 网页设计软件的操作，网页文档的基本结构和建立方法、网页基本元素、CSS 样式定义规则及优先级、应用 CSS 修饰页面元素、属性选择器的知识及应用、CSS3 盒子模型的大小和边框设置、盒子的内外边距设置、网页布局技术、网页上的横向导航菜单和纵向导航菜单的设计、页面交互元素表单、登录注册页面的设计，页面音频和视频嵌入技术、网站开发流程等知识。

D-10 影视鉴赏

① 课程定位：《影视鉴赏》属于公共艺术性选修课程，重点对优秀电影电视作品进行创作解读和艺术手法欣赏，挖掘其中的人文因素，引导学生正确欣赏影视名作。本门课程对于提高学生审美素养，拓宽其知识结构，培养创新精神和实践能力，具有重要意义；同时，特别是对红色经典影视作品的赏析，更可以帮助学生树立正确人生观、价值观，弘扬中国特色社会主义精神。《影视鉴赏》是公共艺术课程的重要课程，是学校实施美育的主要途径之一，是人文学科的一个重要领域，也是高等学校艺术教育工作的中心环节。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具备团结协作、勇于创新的实践精神；提升审美能力，拥有良好的心理审美素质； 2. 具备优秀的感受力、鉴赏力、创造力； 3. 培养学生爱国主义，民族主义自豪感，弘扬社会主义核心价值观； 4. 自力更生、自强不息、奋发图强的爱国情怀；提升职业认同感。	1. 熟悉影视文化，了解电影的发展过程； 2. 学会对影视作品的鉴赏与评价方法； 3. 掌握影视视听的基本概念、基本影视叙事手法和镜头表现技巧，学会对影视导演作品意图进行主题思想解读和艺术手法赏析； 4. 了解国内外重要电影节。	1. 熟悉四大国际电影节，掌握影视作品的大体制作流程，区分影片导演风格的能力，能够熟练判断出影视视听类型； 2. 掌握影视批评鉴赏的写作能力； 3. 开拓学生的科技视野；能够合理表述影视作品的表达意图； 4. 培养学生的抽象思维能力和形象思维能力，培养高雅的审美品位； 5. 提高文化艺术素养。

④ 主要内容：学习了解影视概论（世界电影发展史、影视发展现状、电影电视分类），影视艺术的特性，影视鉴赏的策略；认识影史著名导演，了解东西方导演的经典作品，理解其作品风格；学习具体区分故事类影视片、包括家庭伦

理片、喜剧电影、爱情电影、科幻、魔幻电影、恐怖电影、自然、人文、社科类纪录片；简单了解影视广告的起源与发展，赏析经典电视广告；学习动画作品影视风格，特别是美国动画、日本动画、中国动画特点；学习中国电视剧、韩国电视剧、日本电视剧、美国电视剧的主要类型和艺术特色。

D-11 公共关系学

① 课程定位：《公共关系学》是全校公共选修课程，主要阐述现代组织内强素质、外求发展的经营理念，揭示塑造团队良好形象、争取公众全力支持的制胜规律，帮助大学生确立公关意识，掌握公关思想与基本方法，为将来从事管理、公关、营销、企划工作打下坚实基础，并为驾驭国际经贸、巩固企业文化、提高企业核心竞争力提供有效指导。

② 学分、学时： 1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 广泛的兴趣爱好和丰富的学科知识； 2. 较高的思想觉悟和政策领悟水平； 3. 合理的能力结构； 4. 较强的心理承受能力，坚强的意志和成熟的思维方式。	1. 了解国内外公共关系的历史起源及其发展； 2. 掌握与公共关系课程相关的专业术语的内涵、分类、特征等； 3. 认识各类组织公共关系的特点、任务； 4. 把握公共关系在各类活动中的作用； 5. 掌握与公共关系课程相关的技巧与能力； 6. 培养与公共关系课程相关的素养。	1. 学会团队协作，加强组织协调的能力； 2. 提高人际交往的素质、社会适应能力，培养理性判断与灵活应变能力； 3. 培养较强的全局统筹能力和抗压能力，培养自主学习、独立思考能力。

④ 主要内容：公共关系学的概念、范畴及其本质（说明“什么是公共关系”）；公共关系的起源和发展的历史（说明“公共关系的来龙去脉”）；公共关系的行行为主体及其功能（说明“谁在搞公关？搞什么？”）；公众对象分析（说明“与

谁开展公关活动”)；公共关系的管理过程（说明“公共关系怎样做”）；公共关系的媒介及其应用方法（说明“公共关系用什么手段和方法来进行”）；公共关系实务活动（说明“公共关系工作主要做些什么”）；公共关系的职业道德和法律制约；公共关系在中国应用和研究的国情和特色。

D-12 投资与理财

① 课程定位：《投资与理财》是全校公共选修课程，面向非金融类学生普及个人、家庭理财知识和技能，了解理财策划的基本原理和实务知识，熟悉各种理财产品和工具。

② 学分、学时： 1 学分、20 学时（课内实训：10 学时）

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具有正确的世界观、人生观、价值观，培养学生正确的消费观、投资观； 2. 良好的市场意识、金钱意识、诚信意识和风险意识以及宏观视野； 3. 具有法律意识和社会责任感； 4. 具有信息意识，能自觉、有效地获取、评估、鉴别、使用信息；具有数字化生存能力，主动适应“互联网+”等社会信息化发展趋势； 5. 具有网络伦理道德与信息安全意识等。	1. 了解理财基本概念； 2. 掌握个人理财基本原理和流程； 3. 熟知个人理财相关法律法规； 4. 熟悉各种理财产品和工具； 5. 了解金融诈骗和网贷陷阱； 6. 掌握投资资金管理和风险控制方法。	1. 能够合理运用理财工具和技巧，在科学的流程下，做出有效的理财决策； 2. 能够辨别金融诈骗，规避理财误区； 3. 能够分析自身经济状况，合理规划财富； 4. 能利用宏观经济形式和宏观经济政策与理财规划的关系，做出符合实际的个人理财分析； 5. 能掌握基本的金融知识，了解金融体制，制定合理的个人投资理财方案。

④ 主要内容：理解个人理财的本质与动机、个人理财规划工作流程；掌握货币时间价值、年金以及收益率的计算方；掌握各种储蓄技巧及融资工具；掌握住房规划内容与购房筹资规划技巧；掌握教育规划的流程与步骤，理解教育目标

总费用的构成；掌握不同的人身保险与财产保险产品功能与特点；掌握各种投资产品（股票、债券、投资基金、金融衍生产品）的投资分析方法；分析自身的经济状况，进行个人金融管理；辨别庞氏骗局与金融诈骗。

D-13 管理学

① 课程定位：《管理学》是一门公共选修课，通过本课程的学习，旨在使学生对管理学的基本问题和基本观点有比较全面的认识，一方面使学生掌握管理学的相关概念，管理学的发展历史、管理的四大职能和现代管理的发展，对管理学相关知识有比较全面的了解；另一方面着重培养学生运用所学的管理学基础理论知识，进行分析和解决实际社经济问题的应用能力，并能够运用于自己的实际生活和工作中。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生德、智、体、美、勤等全面发展，熟悉国家政策 2. 具有热爱科学，实事求是学风和创新意识和创新精神。 3. 帮助企业根据国家方针政策调整自身经营策略，并最终实现利润最大化的目标 4. 具有较好人文素质、诚实品质、富有责任心和创造能力。 5. 具有自主、探究学习能力；具有较强的交流和沟通能力；具有不断学习新知识、接受新事物的进取精神。 6. 具有辩证思维和认真仔细的工作作风。	1. 掌握管理和管理学的相关概念。 2. 掌握管理理论的形成和发展。 3. 掌握管理的计划职能。 4. 掌握管理的组织职能。 5. 掌握管理的领导职能。 6. 掌握管理的控制职能。 7. 掌握现代管理发展的新方向。 8. 掌握管理道德和社会责任。	1. 通过实践，使学生了解管理的重要性，准确把握管理者的职责与素质。 2. 通过练习，使学生掌握确定型决策和风险型决策方法。 3. 通过练习，使学生掌握滚动计划法和网络技术技术的基本原理和使用方法。 4. 通过实践，使学生掌握现代企业的组织结构情况以及优缺点，领会组织文化在管理中所发挥的作用。 5. 通过实训，能够与各类人员顺利沟通，面对不同情况灵活应变。

④ 主要内容：管理、管理者与管理学。管理理论的形成与发展，包括早期

管理思想、古典管理思想、行为科学理论和现代管理理论。社会道德和责任，包括管理道德和社会责任。管理的四大职能，包括计划、组织、领导和控制。现代管理发展的新方向新趋势。

D-14 市场营销

① 课程定位：该课程在数字商务群课程体系中是专业技术基础课程。该课程的基本任务就是向学生完整地介绍市场营销的知识体系与应用方法，使学生牢固树立以消费者为中心的营销观念，在实践中能以市场为导向，进行产品开发、定价分销、促销等营销活动，提高企业经营管理水平，从而实现把开发新技术、新产品同开发新市场结合起来，使社会生产适应市场需求的变化。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具有热爱市场营销专业，爱岗敬业的精神和强烈的法律意识； 2. 具有很好的市场营销职业道德素质和身心素质； 3. 具有与人合作共事和团队精神； 4. 具有市场营销方面的竞争意识，分析判断能力，开拓创新能力和科学决策能力。	1. 认识市场营销环境，掌握市场营销环境分析的基本策略； 2. 理解顾客价值理论，掌握研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法； 3. 掌握市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略； 4. 掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容； 5. 了解市场营销战略和营销控制的相关内容。	1. 能够分析市场营销环境，结合自己比较熟悉或了解的某个特定企业进行市场营销； 2. 能够运用市场细分的若干种方法进行市场细分，选择目标市场，推出相应的目标市场策略和市场定位策略； 3. 能够比较准确地分析消费者的购买动机、购买行为和购买过程，并能采取相应的营销策略； 4. 能够针对具体的企业选择与设计产品策略与价格策略； 5. 能结合相关案例对某企业实施的分销策略进行利弊分析，基本上能够设计和践行相关的营销活动。

④ 主要内容：市场营销的内涵、市场调研、市场细分方法、目标市场选择

影响因素、市场定位方法、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、市场营销新发展

⑤ 课程内单列的实训项目：市场调研方法选择、市场调查问卷制定、为产品制定 STP 战略；为企业策划营销活动。

D-15 传统文化与吟诵

① 课程定位：《传统文化与吟诵》是学院根据高职人才培养和专业发展需要，开设的一门实用性公共选修课程。本课程的中心任务是以马克思主义理论为指导，以国家的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》为依据，贯彻理论联系实际的原则，从高等职业教育的人才培养目标为切入点，以学生人文知识拓展和人文素养培养为目标，内容上重点以科学性、知识性、趣味性相统一贴近学生生活。为了体现职业教育特色和操作性教学特点，十分注意培训学生的高尚的审美情趣、传统的人文精神、浓厚的伦理观念等，采用课堂实际练习、教师示范演练、观赏优秀作品、学后感分享等训练方法，精心设计，力求体现学习的针对性和可操作性。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过本课程的教学，培养学生对中国传统文化的热爱敬畏之情，让学生具有强烈的民族精神、人文精神、科学精神，具有较好的审美情趣和审美能力。掌握吟诵学习方法，培养当代大学生对中华优秀传统文化热爱，增加大学生的爱国主义意识。	通过本课程教学，激发学生学习中国传统文化的兴趣，增加学生在传统文化方面的积累和精神积淀。让学生掌握吟诵方法，通过吟诵传承中国传统文化的基本精神，充分利用经典诗文、优秀诗文的特质，润化学生的心灵，培养关爱情怀，全面提升学生的人文素养。	通过本课程教学，使学生了解中华优秀传统文化发展历史，让学生能把内在的文化素养在言行举止中体现出来。诗词吟诵学习让学生掌握中国古代读书法吟诵的基本方法，具有基本度曲能力，通过经典诗词的再度曲创作传承中华传统文化。

④ 主要内容：1. 中国传统文化概述，了解中国传统文化相关的概念知识，

其形成和发展过程，了解孕育中国传统文化的自然、经济、社会环境，明确其意义。中国传统文化三大主体精神之一——中国儒家文化，了解儒家思想文化对于中国传统文化的影响、现实意义。2. 了解吟诵的概述，声调的在吟诵表达的意义；掌握入声字的辨认与读法；学会依字行腔，依义行调；了解近体诗平仄与对仗；掌握现代诗歌的吟诵、近体诗吟诵、古体诗吟诵、词曲的吟诵；了解涵咏度曲。

D-16 合同法规

① 课程定位：《合同法规》是学院根据高职人才培养和专业发展需要开设的一门实用性公共选修课程。高校作为社会主义法律人才的“第一阵地”，应该从新时代中国特色社会主义发展的全局出发，在提高学生的法学知识水平的同时，培养学生的思想道德素养。该课程以讲授合同法的基本理论和基本制度为核心内容，讲求理论性和应用性的结合，既注重理论知识的系统性、全面性，又注重合同法具体制度及其实际应用的讲解，使学生系统地、准确地理解和掌握合同法的基本原理、具体法律制度及其相应的规范，并能够在实践中灵活地运用，能够较为准确地分析和处理各种合同实务问题。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
引导学生树立意思自治、诚实信用、公平正义的理念，以推进我国社会主义法治建设的步伐。使学生真正建立起社会主义法律信仰，正确看待依法治国进程中面临的各种问题和困难，自觉肩负起社会主义法治建设的重要使命。	通过对合同法理论及其实际应用的学习，使学生系统掌握合同法的基本概念、基本制度、基本原则，合同的订立，重要合同的相关规定等基本知识。	培养学生运用合同法理论和知识以及有关法律、法规分析和解决经济生活中的实际问题的能力；使学生系统地、准确地理解和掌握合同法的基本原理、具体法律制度及其相应的规范，并能够在实践中灵活地运用，分析和处理各种合同实务问题。

④ 主要内容：准确地理解和掌握合同的订立，合同法的基本原理、具体法

律制度及其相应的规范。学会合同成立、债权债务、履行合同、转移财产等具体的法律制度,并能够在学习和生活中拥有尊崇法治的精神,具备良好的法治素养,做到尊法、守法、用法。能够在实践中灵活地运用,能够较为准确地分析和处理各种合同实务问题,培养学生公正、公平解决合同纠纷的职业道德和素养。

D-17 科学健身

① 课程定位:《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》指出:"健康体魄是青少年为祖国和人民服务的基本前提,是中华民族旺盛生命力的体现。学校教育要树立健康第一的指导思想,切实加强体育工作。课程紧紧围绕坚定学生理想信念,以爱党、爱国、爱社会主义、爱人民、爱集体为主线,围绕文化素养、宪法法治意识、道德修养等重点弘扬体育精神和爱国情怀,对学生进行中国特色社会主义和中国梦教育、社会主义核心价值观教育、法治教育、劳动教育、心理健康教育、中华优秀传统文化教育。正是在这一思想的指导下《标准》突出强调要尊重教师和学生对教学内容的选择性,注重教学评价的多样性,使课程有利于激发学生的运动兴趣,养成坚持体育锻炼的习惯,形成勇敢顽强和坚韧不拔的意志品质,促进学生在身体、心理和社会适应能力等方面健康、和谐地发展,从而提高国民的整体健康水平发挥重要作用。"

② 学分、学时: 1 学分、20 学时

③ 教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
<p>增强体能，掌握和应用基本的体育与健康知识和运动技能，培养运动的兴趣和爱好，形成坚持锻炼的习惯，具有良好的心理品质，表现出人际交往的能力与合作精神，提高对个人健康和群体健康的责任感，形成健康的生活方式，发扬体育精神，形成积极进取、乐观开朗的生活态度。通过科学健身教学，使学生具备良好的身体素质，有效提高体质健康水平、合理选择人体需要的健康营养食品，培养健康的生活方式和良好的行为习惯。</p>	<p>基本形成终身体育的意识和习惯，编制可行的个人锻炼计划，具有一定的体育文化欣赏能力。在体育教学中，将我国体育运动发展崛起的过程融入体育理论教学，激发学生的爱国主义精神；将“相互理解、友谊、团结和公平竞争”的奥运精神融入体育知识之中，培养学生的公平公正与责任担当意识；让学生通过学习，掌握体育运动规律，通晓天下道理，丰富学识，增长见识，塑造品格，努力成为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。</p>	<p>通过科学健身学习，增强体能，掌握科学健身知识和运动技能，培养运动的兴趣和爱好，具有良好的心理品质，提高对个人健康和群体健康的责任感，全面发展与健康有关的各种体能，提高运动能力；熟练掌握至少两种体育运动技能及其锻炼方法，为终身从事体育锻炼奠定良好的基础。养成积极乐观的生活态度，培养良好的体育道德和合作精神，形成遵纪守法、爱岗敬业、无私奉献、开拓创新的职业品格和行为习惯。</p>

④ 主要内容：田径、篮球、排球、足球、羽毛球、乒乓球、网球、体操、武术、健美操等项目。

D-18 普通话基础

① 课程定位：《普通话基础》是学院根据高职人才培养和专业发展需要，开设的一门实用性公共选修课程。本课程的中心任务是以马克思主义理论为指导，以国家的语言文字政策为依据，贯彻理论联系实际的原则，讲授普通话的基础理论和基本知识，训练和提高学生的普通话口语表达能力。本课程是训练普通话口语表达的实践性课程，着重结合国家普通话水平测试的要求和方法，针对学生的具体情况，纠正方音，进行普通话语音训练。使学生养成正确发音习惯，培养其坚定自信的心理素质。为学生将来走上工作岗位，塑造良好的自身形象，从事相关职业打好基础。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过本课程教学，教育学生热爱祖国语言。增强语言规范意识，树立使用标准语言的信念，勇于表达，善于表达。积极主动地宣传贯彻国家语言文字工作的方针政策，明确大学生对推广国家共同语所承担的义务，使学习与训练成为内心的需求和自觉的行为。	通过本课程教学，使学生掌握普通话语音基本知识；重点掌握声母、韵母、声调、音变、朗读技巧、说话技巧。掌握读单音节字词、读多音节词语、短文朗读、话题说话的方法。了解普通话测试的方法要求。	通过本课程教学，使学生掌握普通话的声、韵、调的规范发音，掌握普通话语流音变的基本规律，具备一定的方言辨正能力。了解普通话水平测试的方法，把握应试要领，能用标准和比较标准的普通话进行口语交际和测试，并力争达到国家规定的普通话等级标准。

④ 主要内容：普通话语音知识概述及发音技能训练；普通话的声母、韵母及发音辨正；普通话的声调及音变；普通话单音节字词、多音节词发音辅导；短文朗读辅导；命题说话训练。了解普通话等级标准和测试内容及评分标准，了解普通话等级测试系统程序。

D-19 数学建模

① 课程定位：该课程的目的是使学生掌握数学建模的基本思想和方法。从实际问题出发，建立数学模型，借助计算机通过学生亲自设计和动手，体验解决问题的全过程，从数学建模中去探索、学习和发现数学规律，充分调动学生学习的主动性。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标

素质目标	知识目标	能力目标
1. 让学生体会生活中的数学美，提升学生的审美观和审美能力； 2. 引导学生通过数学知识分析	1. 能够建立实际问题的数学模型并能用相应的数学知识加以解决； 2. 能够深刻理解优化模型的	1. 使学生做到“胸中有数”，能够分析事物的数量方面及其变化规律； 2. 使学生了解数学概念、数

<p>解读国家的大政方针政策，引导学生更好地理解，感受我国社会主义制度的优越性，培养学生的家国情怀；</p> <p>3. 培养学生良好的学习习惯和人生态度，帮助学生塑造正确的世界观、人生观和价值观；</p> <p>4. 培养学生坚强的意志品格，严谨的思维、实事求是的作风；</p> <p>5. 培养学生勇于探索、敢于创新的思想意识和不惧失败的品质；</p> <p>6. 培养学生独立思考能力、勇于担当以及团体协作精神。</p>	<p>建立方法和基本步骤，并能应用优化模型解决实际问题；</p> <p>3. 理解和掌握数学规划模型原理和建模技巧，并能借助计算机软件的帮助解决实际生产中遇到的问题；</p> <p>4. 通过微分方程模型的学习让学生能更加充分理解微分方程的内涵以及实际应用领域；</p> <p>5. 能够数量掌握离散模型、概率模型、统计模型等几个模型的建立和求解的技巧，同时要使学生能掌握利用这些模型解决实际问题的能力。</p>	<p>学思想以及数学方法产生和发展的渊源，提高他们运用数学知识处理专业与实际生活中各种问题的意识、信念和能力；</p> <p>3. 提高学生的逻辑思维能力，使他们思路清晰，条理分明，能有条不紊地处理头绪纷繁的各项工作；</p> <p>4. 提高学生的抽象思维能力，面对错综复杂的现象，能抓住主要矛盾，突出事物的本质，有效地解决问题；</p> <p>5. 培养学生的创新精神，使他们自觉应用所学知识，创造性地解决实际问题，从而激发创造热情与创造兴趣。</p>
---	--	--

④ 主要内容：

1. 绪论

1) 基本要求使学生正确地了解数学描写和数学建模的不同于数学理论的思维特征，了解数学模型的意义及分类，理解建立数学模型的方法及步骤。

2) 课程内容建模概论、数学模型概念、建立数学模型方法、步骤和模型分类、数学模型实例：(1) 稳定的椅子问题 (2) 商人过河问题 (3) 人口增长问题 (4) 公平的席位问题

2. 初等模型

1) 基本要求 掌握比例方法、类比方法、图解法、定性分析方法及量纲分析方法建模的基本特点。能运用所学知识建立数学模型，并对模型进行综合分析。

2) 课程内容 (1) 双层玻璃窗的功效问题 (2) 划艇比赛的成绩 (3) 动物身长和体重 (4) 核军备竞赛 (5) 量纲分析与无量纲化

3. 简单优化模型

1) 基本要求了解优化模型的建模建立思想, 理解优化模型的一般意义, 掌握优化模型求解方法。

2) 课程内容 (1) 存贮模型 (2) 森林救火 (3) 血管分支 (4) 冰山运输

4.线性规划模型

1) 基本要求熟练掌握单纯形方法, 深刻理解线性规划模型的基本特点, 理解优化模型的一般意义, 能结合计算机软件解决线性规划模型。

2) 课程内容 (1) 线性规划预备知识 (2) 奶制品的生产与销售 (3) 自来水输送与货机装运。(4) 汽车生产与原油采购 (5) 接力队的选拔与选课策略

5.离散模型

1) 基本要求了解层次分析法, 深刻理解层次分析法建模的基本特点, 熟练掌握层次分析法建模方法。

2) 课程内容 (1) 层次分析法模 (2) 循环比赛的名次 (3) 效益的合理分配

6.微分方程模型

1) 基本要求了解微分方程定性与稳定性基本理论及变分法的基本理论,

深刻理解微分方程, 微分方程定性与稳定性及变分法建模的基本特点。熟练掌握微分方程, 微分方程定性与稳定性理论及变分法建模方法。

2) 课程内容 (1) 传染病模型 (2) 经济增长模型 (3) 正规战与游击战 (4) 药物在体内的分布与排除 (5) 微分方程稳定性理论简介 (6) 捕鱼业的持续收获 (7) 食饵-捕食者模型

7.概率统计模型

1) 基本要求了解概率分布方法, 多元统计方法及马氏链的基本理论, 深刻理解概率分布方法, 马氏链基本特点。熟练掌握概率分布方法, 马氏链建模方法。

2) 课程内容 (1) 传送系统的效率 (2) 报童的诀窍 (3) 随机存贮策略 (4) 轧钢中的浪费 (5) 随机人口模型 (6) 航空公司的预订票策略 (7) 广告学中的学问 (6) 牙膏的销售量 (7) 软件开发人员的薪金 (8) 酶促反应 (9) 投资额与生产总值和物价指数 (10) 马氏链知识简介 (11) 健康与疾病 (12) 钢琴销售的

存贮策

D-20 数学文化

① 课程定位：《数学文化》是全校各专业的一门选修课。数学是关于数量和空间形式的一门科学，还是自然科学和社会科学的工具和语言。作为大学生，学习数学，除了形成“理性思维”的能力之外，更重要的是理解数学的价值，欣赏数学的美丽，知道数学应用的门径。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 让学生体会生活中的数学美，提升学生的审美观和审美能力； 2. 培养学生良好的学习习惯、数学素养； 3. 培养学生良好的学习习惯和人生态度，帮助学生塑造正确的世界观、人生观和价值观； 4. 培养学生坚强的意志品格，严谨的思维、实事求是的作风； 5. 培养学生勇于探索、敢于创新的思想意识和不惧失败的品质。	1. 能够深刻认识和理解数学的文化价值； 2. 能够应用数学思想解决实际问题。	1. 培养学生对数学本质的理解和抽象思维能力； 2. 培养学生的审美能力，提高数学美学修养； 3. 培养学生的探索精神和坚韧不拔的毅力，陶冶情操； 4. 调动学生的探索精神和创造力，使他们自觉应用所学知识，创造性的解决实际问题，从而激发创造热情与兴趣； 5. 培养学生分析和解决问题的能力，学会把数学的思想方法运用在其它学科中。

④ 主要内容：主要学习数学的本质、数学美学、对无理数的品味、无限世界的奥妙、数学方法的优美、数学美的不同类型、数学史上的几大奇观、数学与人的发展、数学与工程学科的关系。

D-21 工程数学

① 课程定位：《工程数学》是山东水利职业学院全校各专业的一门选修课，是为培养适应社会主义现代化经济发展和科学进步需要的专科工程技术和工程管理应用型人才服务的，也是学习专业理论课程知识不可缺少的基础课程。

通过该课程的学习使学生在高等数学学习的基础上，进一步扩充在后续课程的学习和今后实际工作中必须具备的数学学科的基本知识、基本理论和基本方法，以提高学生应用专业知识解决实际问题的能力。

工程数学课既保证大学数学的学科体系，又满足不同专业对数学知识的需求，要充分体现适用够用原则。力求做到适应多岗位，便于转岗需要，在知识应用方面尽可能使学生既懂工程应用又懂经济应用。对掌握的内容，既要求学生会用所学知识解决实际问题又要从例题的学习中获得素质的提升。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生良好的学习习惯、数学素养、优良的道德品质； 2. 培养学生独立思考能力和团体协作精神； 3. 培养学生自觉使用数学解决实际问题的意识。	1. 能够全面理解无穷级数，应用级数知识解决实际问题； 2. 能够深刻理解概率，应用概率知识解决实际问题。	1. 使学生知道数学概念、理论、方法的产生和发展的渊源及过程，提高他们运用数学知识处理现实世界中各种复杂问题的意识、信念和能力； 2. 提高学生的逻辑思维能力，使他们思路清晰，条理分明，能有条不紊地处理头绪纷繁的各项工作； 3. 调动学生的探索精神和创造力，使他们自觉应用所学知识，创造性地解决实际问题，从而激发创造热情与创造兴趣。

④ 主要内容：主要学习常数项级数的概念与性质、数项级数的敛散性判别法、幂级数、随机事件及概率、古典概率与条件概率、随机变量及其分布、随机变量函数及其分布、随机变量的数字特征。

D-22 体育文化与欣赏

① 课程定位：《体育文化与欣赏》是面向全学院各专业的一门选修课。课程紧紧围绕坚定学生理想信念，以爱党、爱国、爱社会主义、爱人民、爱集体为主线，围绕文化素养、法治意识、道德修养等重点弘扬体育精神和爱国情怀，对学生进行中国特色社会主义和中国梦教育、社会主义核心价值观教育、法治教育、劳动教育、心理健康教育、中华优秀传统文化教育。通过对体育文化功能的分析，进一步加深对体育文化的认识。更重要的是认识体育文化的价值，欣赏体育健、力、美的魅力。体育文化与欣赏是在增加健康、提高人们生活质量的过程中创造和形成的一切物质和精神的财富，包括体育活动的各种思想、制度、伦理道德，其中体育文化的心理要素，就是精神、观念层面，即体育精神文化、体育物质文化。

② 学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生良好的学习习惯、体育文化素养。培养学生坚强的意志品格，严谨的思维； 2. 培养学生自觉使用体育精神解决实际问题的意识。通过体育项目欣赏，弘扬中华民族优秀传统文化，培养学生的文化自信； 3. 培养学生顽强拼搏、超越自我不轻言放弃的体育精神和团结协作的团队意识等，在体育课程中增强学生的政治认同、家国情怀、文化素养。	1. 基本形成终身体育的意识和习惯，编制可行的个人锻炼与学习计划，并具有一定的体育文化欣赏能力； 2. 了解体育物质、制度与精神文化的关系，能够深刻认识和理解体育文化的精神价值，它涵盖了人类的体育认识、体育情感、体育道德、体育制度、和体育物质条件。	培养学生对体育本质的理解和思维能力，培养学生对体育审美的能力，提高体育文化修养，培养学生的探索精神和坚韧不拔的毅力，陶冶情操，调动学生的探索精神和创造力，使他们自觉应用所学知识，创造性的解决实际问题，从而激发创造热情与兴趣。

④ 主要内容：本着“以能力为本位”的培养目标，使体育文化成为学生陶冶文化情操，了解体育发展历史和体育文化与欣赏的文化生活，使学生具有使用体育思维方式去解决生活中的实际问题的能力。在学习中融入课程思政理念，增

强体育意识和品德教育，紧紧围绕社会主义核心价值观塑造学生的积极参与体育运动的习惯、培养爱国主义情怀和优良的社会公德、发展学生个性，养成以习惯为中心的教育体系，不断改进教学方法与手段体系。

D-23 文学鉴赏

① 课程定位：文学鉴赏我院各专业开设的一门公共选修课，是文化素质教育课。大学生的基本素质，包括思想道德素质、文化素质、专业素质和心理素质四个方面，其中思想道德教育素质是灵魂，文化素质是基础，专业素质是骨干，心理素质是保障。我们所进行的文化素质教育工作，重点指人文素质，主要是通过加强大学生文学、历史、哲学、艺术等人文社会科学方面的教育，提高全体大学生的文化品位、审美情趣、人文素养和科学素养。加强高校学生的文化素质教育，是时代发展的要求，是我国高等教育改革的需要，也是大学生全面发展的需要。本课程即致力于培养并巩固学生对于文艺作品的审美能力，通过对文学作品深层次的解构分析，提高学生对文学活动、文学审美的敏感度。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 培育人文精神。通过教学,使大学生懂得关注人的尊严和使命,人的权利和人的理想和品格,人际关系的和谐与协调,人类共同发展的需要与追求等社会生活中的问题,将这些思考同自己所学专业联系起来,确定正确的人生观与价值观;</p> <p>2. 继承民族优秀的文化传统。弘扬爱国主义、集体主义、社会主义精神,培养高尚的道德情操,弘扬反身修己的精神,注重人格美的培养。</p>	<p>1. 了解基本的文学活动,包括文学的诸多要素及其形成过程,从而完成对中外经典文学得以延绵发展的初步认识;</p> <p>2. 应使学生理解关于文学鉴赏的基本原理,包括文学鉴赏这一活动的性质及其心理过程。</p>	<p>使学生通过本课程的学习,欣赏古今中外文学名著,了解和继承不同国家、不同民族、不同时代的人类文化遗产,提高文学思辨能力,培养正确的审美情趣和健全的人格,造就新世纪具有较高文化科技素质的复合型人才。</p>

④ 主要内容：通过诗歌鉴赏基本知识的概述，方法的介绍，部分范例的解读，完成对诗歌鉴赏的认识与把握。

通过散文、散文鉴赏基本知识的概述，散文鉴赏的基本方法，部分范例的解读，完成对散文鉴赏的了解与掌握。

通过小说基本知识的概述，小说鉴赏的方法介绍，部分范例的解读，完成对小说鉴赏的理解与掌握。

通过戏剧基本知识的概述，戏剧鉴赏的方法介绍，部分戏剧的解读，完成对戏剧鉴赏的了解与理解。

D-24 心理学与生活

① 课程定位：心理学与生活课程既有心理知识的传授，心理活动的体验，还有心理调适技能的训练等，是集知识、体验和训练为一体的综合课程。课程旨在使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过本课程的学习，使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。	通过本课程的学习，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，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。	通过本课程的学习，使学生掌握自我探索技能，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、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等。

④ 主要内容：漫步阳光心灵、大学成长从心开始、解读人格密码、我的情

绪我做主、自我意识我做主、享受友情不孤独、设计人生定方略、为爱导航、绿色网络——阳光心理、穿越人生河流的激流险滩、团队合作——共享成功的人生等。

D-25 音乐欣赏

① 课程定位：音乐欣赏是高等学校公共艺术类课程中的一门选修课。主要是面向全体学生进行音乐有关知识的普及教育。通过学习音乐的基本知识、了解音乐家、赏析音乐作品，增强学生对音乐的兴趣与爱好，提高感受、理解、鉴赏音乐的能力，培养欣赏音乐的高尚情操，引导学生树立高雅的审美情趣，提高大学生的文化艺术修养，启迪智慧，以达到促进学生身心和谐发展、提高综合素养的目的。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：通过对中外不同时期、不同流派、不同风格、不同体裁具有代表性的优秀音乐作品的介绍与鉴赏，使学生对中外音乐文化发展的基本脉络有一个宏观的了解。通过欣赏教学，提高学生的艺术文化素质；引导学生确立正确的人生观、世界观和审美观，陶冶高尚情操，激发热爱音乐艺术的情趣。

素质目标	知识目标	能力目标
吸收中外优秀音乐成果；发展形象思维，培养创新精神和审美意识，培养高雅的审美品位，提高人文素养；提高感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力。	通过对各类音乐形式的鉴赏，了解音乐的一些基本类型、类别、性能、特点以及表演技巧等。	培养学生的音乐艺术观察力、音乐艺术表现力、音乐艺术分析及音乐艺术想象力，提高学生的审美鉴赏能力及评价能力。

④ 主要内容：音乐艺术与音乐欣赏、中国音乐概况、西方音乐概述、声乐经典作品鉴赏、器乐经典作品鉴赏、综合音乐艺术经典作品鉴赏等。

D-26 中外音乐史

① 课程定位：中外音乐史是高等学校公共艺术类课程中的一门选修课。它是一门概要的学习、了解中国外国音乐文化历史发展传统和遗产的音乐史论课

程。其目的是丰富学生的音乐史论知识，提高音乐修养，开阔艺术视野，使之对中外音乐文化具有较为系统的认识，提高自身综合素养。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：本课程是大学非音乐专业的学科基础课（选修课）。通过对各个历史时期所遗留下来的文献、文物及音响等史料的学习，丰富学生的音乐史论知识，提高音乐修养及鉴赏能力，开阔艺术视野，使之对中外音乐文化传统具有较为系统的认识，为专业学习、艺术实践打下牢固的基础。

素质目标	知识目标	能力目标
通过对音乐史的学习，使学生产生强烈的民族自豪感，为继承和弘扬我国民族文化的优秀传统，发展和创新民族音乐文化做出积极地贡献。	理解和认识中外音乐的风格、流派，熟悉中外音乐史上著名音乐家和经典的音乐作品，学会赏析中外音乐作品的基本方法。	使学生概要了解中外音乐文化发展的脉络。 让学生基本理解中外音乐文化的生成土壤，能对重大的音乐事件作简要的解释。

④主要内容：中国音乐史部分、外国音乐史部分。

D-27 演讲与口才

① 课程定位：《演讲与口才》是学院根据高职人才培养和专业发展需要开设的一门实用性公共选修课程。是在相关理论指导下，综合运用诸多学科培养学生在从事工作过程中口语运用能力的实践性很强的课程。是对演讲、口才、交际等基本理论的概述，理论教学为基础，重点加强实践教学，以学生听、说、读、评、练为核心，提高学生的演讲与口才水平，培养学生的心理素质，锻炼学生的口才，更好的进行现代社会生活、工作中的交际、求职面试与自我推销，塑造大学生自身的良好形象。也是对大学生进行素质教育的课程之一。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生能利用演讲这一有力工具传递信息、交流思想、表达情感；提高口头	1. 明确演讲与口才的概念、特点、分类；有声语	1. 提高演讲水平和口语表达能

<p>表达能力，能正面阐述自己的观点以及说服对方，参加演讲和竞聘等活动，出色完成工作任务，成为社会所需要的实用型人才；</p> <p>2. 掌握各行业的实用口才技巧，从而提高专业能力水平，提升自身综合素质；</p> <p>3. 注重人格美的培养， 树立正确的人生观、价值观。具有文明、优雅、谦虚、礼貌的交谈方式；具有良好的心理素质和人际交往能力。培养必要的管理、交际、应变、表达、分析、解决问题的能力；</p> <p>4. 培养创新意识。演讲口才交际中的想象和联想等形象思维活动对各行各业的工作具有启发作用，通过形象思维训练，培养创新思维能力。大家思想的碰撞，相互启发，相互提升。</p>	<p>言、无声语言的基本特点、作用、技巧；</p> <p>2. 掌握演讲者与听众的关系；</p> <p>3. 掌握演讲稿的撰写方法；</p> <p>4. 掌握实用口才技巧。</p>	<p>力；</p> <p>2. 能顺畅表达自己观点进行工作和交际活动；</p> <p>3. 能够写作常用的演讲稿、竞聘演讲稿。</p>
--	--	---

④ 主要内容：要求学生了解演讲与口才的涵义，中外演讲与口才的历史状况，学会演讲稿的写作，演讲语言技巧，演讲的态势与技巧。掌握社交口才技巧，掌握演讲者应具备的素质。尤其是演讲者心理素质的培养。加强演讲的训练和综合口才训练。提高大学生沟通能力和交际能力。

D-28 应用文写作

① 课程定位：《应用文写作》是我院各专业开设的公共选修课，是一门应用范围广、实践性强的基础性课程，是对大学生进行素质教育的主要课程之一，为各专业实现人才培养目标起着重要的促进作用。本课程从职业教育的培养目标出发，重在培养学生的书面表达及应用写作能力。通过学习本课程，使学生掌握应用文书写作的基本理论和一般规律，养成良好的应用写作思维，能够写出主题明确、格式规范、表达顺畅的常用应用文书，为将来在实际工作中完成相关的应用写作任务奠定基础。

基于我院各专业人才培养现状与定位，将课程教学与思政教育相结合，通过写作素材与案例的分析，在思想上积极正确引导学生，帮助他们树立正确的世界

观、人生观和价值观，认同并践行社会主义核心价值观，培养具有“家国情怀，国际视野”的应用型人才，推动中华优秀传统文化创造性转化，创新性发展。

② 学分、学时：1 学分、20 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生独立开拓的写作思维和意识； 2. 引导学生不断探索、创新，提高分析问题、解决问题的能力； 3. 培养学生科学严谨的工作态度，踏实认真的工作作风。培养学生诚实守信的职业道德和团队合作精神，提升综合人文素质，增强学生的职业能力和就业竞争力。	1. 理解与礼仪应用、事业单位、行政公文、个人求职等实际情况密切相关的常用应用文种类； 2. 了解应用文写作的材料搜集方法和写作规律； 3. 掌握各类常用应用文体写作的基本格式、写作要求和技巧。	1. 能有效地搜集、处理信息，加工素材； 2. 能对具体的应用文书就观点、材料、结构、格式、语言等方面准确地加以分析评鉴； 3. 能熟练地写出观点正确、内容充实、结构合理、层次分明、表达清晰、语言得体、标点正确的各类常用应用文书。

④ 主要内容：《应用文写作》课程属于通识课程，主要选择工作和生活中较为常见实用的礼仪类、事务类、公文类、调研类、策划类、求职类、学术论文等应用文体，对学生进行写作训练，提高学生应用文书的修改和写作能力，在项目化、案例化课程教学中提高学生的语言表达能力、职业素养、思想水平和文化修养，形成良好的学习习惯、团队意识和创新能力。

2. 专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。包括以下主要教学内容：

(1) 专业基础课程。

专业基础课程设置 8 门。包括：商学基础、市场营销、公共关系与商务礼仪、法律实务、互联网应用技术、茶艺与茶文化、新媒体文案策划与写作、分岗平台课程 1。

2. 专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实

践性教学环节。包括以下主要教学内容：

(1) 专业基础课程。

专业基础课程设置 8 门。包括：公共关系与商务礼仪、商学基础、新媒体文案策划与写作、互联网应用技术、视觉设计与营销、法律实务、分岗平台课程 1。

(1) 专业基础课程

B1 公共关系与商务礼仪

①课程定位：该课是数字商务群课程体系中的专业技术基础课。培养学生在全方面了解现代商务礼仪的基本概念、特征、原则的基础上，掌握商务人员形象礼仪、商务人员日常交际礼仪、商务人员常用公务礼仪及商务活动中相关的礼仪技巧。

②学分、学时： 2 学分，36 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1、引导学生传承中华传统美德、弘扬社会主义核心价值观的时代要求，坚定文化自信，构建和谐的新型社会关系 2、提升自身礼仪素养、职业素养，培养较高的职业道德与敬业精神，并在各项社会活动中做到知行统一	1、掌握商务礼仪原则与重要性；掌握商务人员的仪容、仪表、仪态等形象礼仪规范 2、掌握商务会面礼仪规范，如见面礼仪、餐饮礼仪、接访礼仪、电话礼仪、位次礼仪、签约礼仪、谈判礼仪、会议礼仪等知识 3、掌握涉外商务礼仪规范，树立大国形象	1、能够打造良好的商务人员形象，正确地运用体态及表情传达对他人的礼貌和尊敬 2、能按照商务礼仪标准组织、策划各类商务活动 3、能够灵活的运用各种商务谈判技巧，熟练运用涉外商务礼仪规范，促成合作共赢、互惠互利的国际商务合作

④主要内容：本课程主要讲授商务礼仪原则；商务个人形象礼仪；商务社交礼仪；商务接待与拜访礼仪；商务会议礼仪；商务谈判礼仪；商务仪式礼仪；商务旅行礼仪；涉外商务礼仪等内容，不仅要让学生了解个体在社会交往中举止、谈吐、着装、仪容等方面的规范，更要培养学生真诚尊重、公平对待、宽容大度、

遵时守约的修养，掌握得体的待人接物、处理个人与他人关系的技能，养成维护社会公德、职业道德和家庭美德的自律。

⑤课程内单列的实训项目：商务人员仪容礼仪；商务人员仪表礼仪；商务人员仪态礼仪；商务日常会面礼仪；商务通讯礼仪；商务拜访与接待；会务礼仪；商务仪式礼仪；商务宴会礼仪。

B2 商学基础

①课程定位：本课程为专业基础课程。通过本课程使学生了解商业活动中各种现象和规律，能运用经济管理思想分析解决问题，树立正确价值观，激发学生社会责任感，培养学生诚实守信、爱岗敬业职业道德，具有环保、成本、创新意识。

① 学分、学时：2.5 学分，48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生守法、诚信商业道德与社会责任意识； 2. 培养环保意识、成本意识、创新意识； 3. 培养爱岗敬业、团队协作能力； 4. 具有不断学习新知识、接受新事物的进取精神； 5. 具有组织和团队协作能力。	1. 掌握经济学的基本概念； 2. 掌握宏观货币与财政政策运用； 3. 掌握商业道德和企业社会职业责任内容； 4. 掌握现代管理思想； 5. 掌握员工激励的基本理论与方法； 6. 理解数字化、新媒体营销基本知识。	1. 能够运用经济学原理和方法分析经济学现象； 2. 能够分析国家宏观货币政策与财政政策的使用； 3. 能够分析国外、中国商务环境，并提供相应的建议或对策； 4. 能够列举并分析数字化、新媒体营销成功案例； 5. 能够运用现代管理思维分析问题。

④主要内容：理解经济学含义、经济类型与指标；掌握全球、中国商务环境分析；理解企业所有制形式与基本活动；掌握商业规划含义、类别及功能等知识；掌握员工激励的基本理论与方法；理解数字化、新媒体营销基本知识。

⑤课程内单列的实训项目：分析经济学现象；编制商业规划；为企业制作招聘或高素质员工培养方案；分析数字化、新媒体营销成功案例。

B3 新媒体文案策划与写作

① 课程定位：该课程是专业技术基础课程，具有实践性、时代性等特点，是内容营销的核心工作。通过本课程的学习，培养学生的新媒体文案策划与写作能力。本课程的前导课程为市场营销、电商视觉设计与营销。

② 学分、学时： 2.5 学分、48 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生新商业环境下“经世济民”的家国情怀； 2. 增强学生爱国敬业、传播正能量的职业责任感； 3. 增强守国家法律、合平台规则、享合作共赢的职业道德和操守； 4. 培养学生的数据思维、探究意识、创新意识。	1. 掌握新媒体文案的概念； 2. 了解新媒体文案岗位职责和要求； 3. 熟悉新媒体文案的结构； 4. 掌握销售文案、品牌文案、软文、电商文案的创作方法和技巧； 5. 掌握用平台数据分析优化文案的方法。	1. 能打造有吸引力的标题，创作有内涵的内容； 2. 能创作销售文案、品牌文案、软文、电商文案； 3. 能依据平台数据分析进行文案策划与传播。

④ 主要内容：新媒体文案的概念、内容、构成及写作方法，文案的市场调研，文案标题的撰写方法和技巧，销售文案写作，品牌文案写作，软文写作，电商文案写作。

⑤ 课程内单列的实训项目：文案标题创作、销售文案写作、品牌文案写作、软文写作、电商文案撰写。

B4 短视频与直播运营

①课程定位：本课程基于真实企业案例素材，讲解商品摄影与短视频策划、制作与运营中必须掌握的理论知识、实操技能、案例和方法，涵盖了商品摄影中诸多类目的拍摄技巧，培养和提升学生的短视频拍摄与制作能力。

②学分、学时：2.5 学分、48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 引导学生树立健康、积极的生活观和数字素养，培养换位思考的同理心、共赢的价值观； 2. 培养团队意识，善于合作共赢，有责任感； 3. 具有创新意识，将创新践行在日常素材收集，保持对热点的敏锐性。	1. 了解短视频的特点、类型； 2. 认识短视频团队组建与策划的重要性与必要性； 3. 了解创意短视频拍摄与制作的表演手法； 4. 掌握短视频营销的前期准备，短视频的引流推广，短视频的用户运营编辑技巧； 5. 掌握短视频用户付费模式，短视频电商变现思路。	1. 具备短视频的选题策划并打造高质量内容的能力； 2. 能熟练使用掌握剪映、Premiere 等影像软件，及常用辅助器材； 3. 具备在短视频团队中协作合作的能力； 4. 具备独立运营短视频用户维护、营销推广的能力。

④主要内容：短视频拍摄技巧、短视频内容策划、短视频制作、短视频营销、短视频商业变现、短视频运营。

⑤课程内单列的实训项目：完善抖音账号信息、使用专业的拍摄设备、拍摄角度的选择、制作高水准的抖音短视频、孵化经典抖音短视频 IP。

B5 互联网应用技术

①课程定位：本课程为专业基础课程。该课程以“互联网”为主线，学习互联网、物联网、云计算、大数据等技术，旨在培养学生的互联网思维与新技术应用能力、“互联网”改善民生服务意识、诚信、创新、爱岗敬业的职业道德及团队精神。

②学分、学时：2.5 学分，45 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标

<ol style="list-style-type: none"> 1. 培养学生的互联网思维; 2. 培养学生互联网+改善民生服务意识; 3. 培养学生诚信、创新、爱岗敬业的职业道德; 4. 培养学生理解数字中国的国家战略; 5. 培养学生的文化自信; 6. 培养与人沟通合作的职业能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握互联网的内涵; 2. 掌握基本的互联网思维方法和路径; 3. 了解我国互联网发展的政策环境; 4. 掌握支撑互联网发展的核心技术; 5. 掌握“互联网”协同制造的概念与应用; 6. 掌握“互联网”现代农业、便捷交通、智能医疗、绿色生态、金融的概念及应用; 7. 掌握“互联网”电子商务与现代物流的概念及商业模式。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够具备跨界融合、创新创业的互联网思维; 2. 能够分析互联网; 3. 能结分析互联网在行业的应用及商业模式; 4. 能应用互联网思维提升企业运营及管理效率。
--	---	---

④主要内容：互联网的内涵、互联网思维、我国发展“互联网”的政策环境、支撑“互联网”发展的计算机及软件技术、大数据技术、人工智能技术、云计算技术、“互联网”协同制造、“互联网”现代农业、“互联网”便捷交通、“互联网”智能医疗、“互联网”绿色生态、“互联网”电子商务与现代物流、“互联网”普惠金融。

⑤课程内单列的实训项目：大数据技术应用、人工智能技术应用、云计算智能应用、互联网电子商务与现代物流、互联网金融。

B6 电商视觉设计与营销

①课程定位：本课程为专业技术核心课程，通过本课程的学习，掌握网店视觉营销的理念及设计制作技巧，学会运用 photoshop 进行网店页面设计，以互联网经济和科技发展为背景，使网店视觉设计与营销目的相结合，实用与审美相结合。

②学分、学时： 3.5 学分，60 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<ol style="list-style-type: none"> 1. 注重美育教育，培养学生发现美、欣赏美、传递美的能力; 2. 培养人文主义精神，站在 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握网店视觉营销与美工设计的基础知识及技巧; 2. 掌握 photoshop 软件的 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练操作 photoshop 软件; 2. 能够进行图像的处理、修

消费者角度来设计； 3. 培养创新能力，依据时代发展而创新； 4. 培养规范、严谨细致的职业精神，遵守商业规范习惯； 5. 培养时代需要的高素质电商视觉设计专业人才；	具体操作方法； 3. 掌握高点击率推广图、店铺首页、商品主图、商品详情页各模块的视觉营销设计要点； 4. 掌握 pc 端和移动端店铺各模块页面结构及店铺装修方法；	复与合成； 3. 能够进行店铺推广图、店铺首页、主图、商品详情页的设计制作； 4. 能够对 pc 端和移动端店铺各模块进行装修设计。
--	---	--

④主要内容：视觉营销基础知识、网店视觉营销与美工设计师、视觉美工 Photoshop 基础（Photoshop 软件基本操作、修图、调色等）、视觉美工 Photoshop 进阶（通道、蒙版、图片多样制作等）、高点击率推广图视觉营销设计、店铺首页各模块视觉营销设计、商品主图视觉营销设计、商品详情页视觉营销设计、店铺视觉营销装修设计（店铺装修后台及装修方法）。

⑤课程内单列的实训项目：字体设计和 logo 设计、图片修整与美化、店铺首页设计、首焦轮播图设计、商品主图设计、商品详情页设计、移动端店铺装修设计。

B7 法律实务

①课程定位：该课程在数字商务专业群课程体系中是专业基础课程。该课程主要内容物流法律法规，以合同法为主线，培养学生“重承诺、守信用、不欺不诈”的高尚品德，引导学生树立“君子爱财取之有道”的义利观。

②学分、学时：2.5 学分，48 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生积极的义利观和诚实守信的生活品格； 2. 增强学生的社会主义市场经济的法制观念，做到知法、守法，物流活动中依法办事； 3. 培养学生的法律意识；	1. 了解民法典中物流合同法的主要内容； 2. 掌握物流主体法基本法律规定； 3. 了解物流法的基本法律原理，掌握物流法律法规中常用基本法律； 4. 结合所学专业，掌握与本专业相关的法律基本知识。	1. 初步具有运用自己掌握的法律知识观察、分析、处理有关物流问题的能力； 2. 能够知道运用各种法律途径解决物流企业实际问题，维护物流企业的权益； 3. 培养学生良好的法律

4. 让学生学会法的思维思考和管理自己。		素养和较强的开拓创新能力。
----------------------	--	---------------

④主要内容：《法律实务》包括物流法律法规概论、合同法、仓储合同保管合同、运输合同、配送合同、承揽合同、装卸搬运合同、保险合同等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：案例分析、民法典解读。

B8 分岗平台课程 1

(1) 数字营销

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程。该课程通过对大数据、人工智能、VR、AR 等新技术的广泛应用分析。让学生能够面对技术创新，应用最新的营销模式，面对新的营销环境，保持在数字时代获得持续的营销竞争力，把学生培养成为专业的数字营销人才。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
培养学生积极的人生观和诚实守信的生活品格；	掌握各种网络营销工具,包括搜索引擎、第三方网络平台、微博、微信及公众平台、博客、网络视频剪辑软件、网络监控及统计软件等；	具有利用网络推广方式,提升品牌网络曝光度、知名度和美誉度,并对推广效果进行分析和总结的能力；
增强学生数字营销素质,解决实际问题的素质；	了解各种网络营销方法、手段、流程；	具有对网络文化、网络特性、网民心理具有深刻洞察和敏锐感知的能力；
培养学生的团队协作能力。	掌握网络营销过程的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识。	具有优秀的文案写作能力,能撰写各种不同的方案、文案。

④主要内容：数字营销概述、社会化媒体营销、移动营销、微电影营销、虚拟游戏营销、搜索引擎营销、电子商务营销等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：社会化媒体营销实训、移动营销实训、微电影营销实训、虚拟游戏营销实训、搜索引擎营销实训、电子商务营销实训。

(2) 数字化渠道运营

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程。也是该专业实战操作技能类课程。通过理实一体化课程，使学生了解营销的方法。因此，对于将来从事商务设计与管理或者营销方面的从业者而言，掌握渠道管理知识尤为重要。

②学分、学时： 3 学分、54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>提高学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德，坚定积极乐观的心态、良好的人际关系；</p> <p>健全的人格品质等优良素质，为培养一名高素质的从业者奠定基础；</p> <p>培养深度的业务逻辑，再结合数据智能技术，实现数据智能为业务的赋能。</p>	<p>培养学生掌握渠道开发与设计的方法与技巧，识别与评估渠道关系的方法与技巧，化解渠道冲突的技巧；</p> <p>学会如何激励渠道成员的方法，学会如何在终端渠道铺货、理货以及如何建立一支高效的终端销售队伍的方法与技巧等。</p>	<p>掌握营销渠道管理相关理论知识，熟练使用渠道管理技巧和方法，达到在各类企业从事商务助理、销售经理或市场策划等业多岗位或者在商业企业从事商场管理、连锁经营管理等岗位的岗位专业能力要求；</p> <p>能够承担商品渠道开发渠道管理与维护、渠道终端管理与维护等工作任务。</p>

④主要内容：《数字化渠道运营》包括数字化渠道运营概论、渠道成员与模式、渠道战略、设计渠道结构、选择渠道成员、激励与控制渠道成员、评估渠道

绩效、渠道整合、销售代理与经销、连锁与特许经营、网络分销等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：设计渠道结构、选择渠道成员、评估渠道绩效、网络分销。

（3）第三方物流

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程。该课程帮助学生掌握第三方物流经营管理的基本理论、熟悉第三方物流的运作规律及其运作方法、能针对第三方物流经营管理中的相关问题给出解决方案。培养学生诚爱岗敬业的职业道德以及善于沟通、倾听、表达以及团队合作与协调等社会能力。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
引导学生认识发展的基本规律； 引导学生将中国特色和国际比较，树立制度自信； 培养学生的爱岗敬业的职业道德； 引导学生感受我国在全球经济发展的重要地位，增强国家自豪感； 培养学生职业自豪感和职业自信。	掌握第三方物流的基本概念、特点、价值； 掌握第三方物流服务项目洽谈、招投标、供应商的选择与评估方法； 掌握第三方物流业务运作模式以及基本流程； 掌握第三方物流信息技术的应用； 掌握第三方物流与电子商务的关系。	能进行第三方物流服务项目的洽谈； 能订立、履行第三方物流合同；能解决第三方物流服务合同纠纷； 能分析企业实际开展第三方物流发展策略； 能开展第三方物流公司的发展和定位。

④主要内容：第三方物流概述、第三方物流市场、第三方物流项目招投标、第三方物流系统、第三方物流业务管理、第三方物流合同管理、第三方物流信息系统、第三方物流与电子商务。

⑤课程内单列的实训项目：第三方物流企业调研、第三方物流客户服务模拟操作、第三方物流市场营销案例分析、第三方物流管理信息系统操作、第三方物流业务合同拟定、谈判与签订。

(4) 数字化客户管理

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程，对接企业的数字化转型，通过理实一体化课程，使学生了解从以产品和渠道为中心转向以客户为中心的经营。在企业构建连接、交互、服务、营销和经营客户的能力方面发挥重要作用。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>提高学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德，坚定积极乐观的心态、良好的人际关系；</p> <p>健全的人格品质等优良素质，为培养一名高素质的从业者奠定基础；</p> <p>培养深度的业务逻辑，再结合数据智能技术，实现数据智能为业务的赋能。</p>	<p>如何建立数字连接；</p> <p>如何促成用户转化；</p> <p>如何传递卓越体验；</p> <p>如何赢得客户忠诚；</p> <p>如何经营客户价值；</p>	<p>掌握数字化客户管理的基础、细分客户的画像；掌握客户画像数据收集的原则和渠道；</p> <p>了解典型的数字化用户转化模式、移动改变用户行为的方式和特点；</p> <p>认识数字化环境的体验特征和 5S 原则，学会秒回客户的体验旅程；</p> <p>掌握可持续客户经营的方式方法、基于客户关系的价值经营、</p> <p>如何建立客户的指标；</p> <p>能够胜任电商客服主管、旅游服务客户经理、门店客户经理、物流客户经理等岗位需求。</p>

④主要内容：《数字化客户管理》包括数字化时代的三个技术驱动力、数字化客户管理基础、金融投资者的画像、移动用户画像应用、社交用户画像应用、客户画像数据收集、客户洞察分析的 SMART 方法、管理客户的组合、以客户为中心的数字化连接、典型的数字化用户转化模式、数字化环境的体验特征和 5S 原则、描绘客户的体验旅程、客户忠诚度维护、可持续客户经营等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目： 细分客户画像、客户画像数据收集与分析、客户体验旅程描绘、数字化客户忠诚计划运营设计。

(2) 专业核心课程

专业核心课程设置 8 门。包括：新零售门店运营、商务数据分析、解决方案营销、商品数字化管理、新媒体营销、消费者数字化营销、分岗平台课程 2、分岗平台课程 3。

C1 新零售门店运营

①课程定位：本课程针对企业互联网背景下、新零售商业环境中对新零售门店应用型人才核心能力需求，以新零售门店运营为基础，围绕开店准备、门店运营、店存管理等方面，通过实操训练，让学生掌握新零售门店运营的技能 and 运营技巧。

②学分、学时： 3.5 学分，60 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 业务素质：让学生具有较强的社会责任感，养成良好的职业素养。</p> <p>2. 道德素质：学生要具备良好的职业道德情操和素养。</p> <p>3. 身心素质：培养学生在诚实正直、专业信心等方面的基本品性素质。</p>	<p>1. 掌握新零售门店开店之前门店布局、门店资质等知识；</p> <p>2. 掌握门店运营中的门店交易、客户沟通、新零售门店退货、客诉处理等知识；</p> <p>3. 掌握新零售门店绩效和员工绩效的制定和执行标准的相关知识。</p>	<p>1. 具备新零售门店线上线下一体运营的技能；</p> <p>2. 具备基于新零售软件平台运作社区团购的能力；</p> <p>3. 掌握管理门店进销存和临期商品处理的能力；</p> <p>4. 具备制定门店和员工绩效考核的技能。</p>

④主要内容：《新零售门店运营》包括课程启动、开店准备（开店评估、020

门店布局、资质准备、门店订货、员工基础培训)、门店运营(门店交易、客户沟通、新零售退货、客诉处理、社区团购、门店应急处理)、店存管理、绩效总结等几个主要部分。

C2 商务数据分析

①课程定位:该课程在数字商务群课程体系中是专业技术基础课程。目标是让学生在理解商务数据分析的理论基础,构建商务数据分析的整体知识框架,为进一步学习网络营销等实战类课程奠定基础。

②学分、学时: 2.5 学分、48 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养严谨细致的学习态度。 2. 具备良好的沟通能力与团队意识; 3. 具备较强的逻辑思维能力和数据思维能力。 4. 具备较强的自主学习能力。	1. 掌握数据分析的常用方法、基本流程及分析工具; 2. 掌握数据分析的主要指标体系; 3. 掌握行业数据分析、产品数据分析、运营数据分析等内容、方法、工具与流程; 4. 理解商务数据分析报告的概念、类型、构成与撰写方法。	1. 会进行数据的收集与分析; 2. 能运用 excel 工具对数据进行预处理操作,并能选择合适的图表进行数据的展示; 3. 能运用 Excel 开发工具进行简单的数据分析; 4. 能通过数据分析网店进行初步诊断,发现可能存在的问题并提出适当建议。

④主要内容:商务数据的含义、商务数据的来源与采集、商务数据分析方法、Excel 的数据统计、商务数据可视化、用户画像、产品类目数据分析、品牌数据分析、竞争店铺数据分析、竞品数据分析、关键词数据分析、店铺实时数据分析、店铺交易结构数据分析、店铺售后服务数据分析、店铺物流服务数据分析、店铺视觉设计数据分析、直通车数据分析、智钻数据分析、淘宝客数据分析。

⑤课程内单列的实训项目:商务数据分析工具、方法及应用、消费者行为分析——用户画像、市场数据分析、店铺运营数据分析、产品数据分析、数据分析报告的撰写。

C3 解决方案营销

①课程定位：该课程将企业培训员工多年打磨并被认证为有效的课程提炼，打造具备市场营销及相关经济、法律等基础知识能力，具备职业化素养、胜任企业对企业营销任务的职业操作技能、以及相关企业文化相结合的专业化营销人才。

②学分、学时：3.5 学分，60 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 业务素质：让学生具有较强的社会责任感，养成良好的职业素养。</p> <p>2. 道德素质：学生要具备良好的职业道德情操和素养。</p> <p>3. 身心素质：培养学生在诚实正直、专业信心等方面的基本品性素质。</p>	<p>1. 掌握营销综合实训基本实质；</p> <p>2. 了解营销管理体系的营销环境、基本流程等知识；</p> <p>3. 掌握市场调研的内容与主要方法；</p> <p>4. 具有方案撰写的表述、层次结构、模板以及工具运用，有驾驭能力。</p>	<p>1. 识别商机与销售机会；</p> <p>2. 潜在客户的业务问题与需求，了解客户概念与需求、呈现优势、解决客户顾虑，达成共识，获得行动承诺，协助客户自己找到真正的解决方案。</p>

④主要内容：本课程基于职业任务，面向岗位，用企业真实案例，综合集成完整解决方案销售流程（含对应的甲方企业采购流程）、典型任务，融流程、实战演练案例、销售策略分析与计划制定工具、销售沟通与谈判成交技巧、公司知识、产品知识及行业知识。

⑤课程内单列的实训项目：商机挖掘与分析、客户潜在需求分析、客户拜访、制定销售策略与计划、撰写解决方案、招投标、销售商务谈判。

C4 商品数字化管理

①课程定位：该课程针对企业互联网背景下、新零售商业环境中对数字营销应用型人才核心能力需求，以树立新零售商品数字化管理理念、掌握品类开发、

商品定价、品类运营与品类库存监控的理论和实操方法。

②学分、学时：2.5 学分，48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 业务素质，学生应具备从事企业会员数字化营销相关的营销专业知识和职业锻炼，具有较强的责任意识 and 团队精神。</p> <p>2. 道德素质，学生要具备良好的职业道德情操和素养。</p> <p>3. 身心素质，学生应具有健康的体魄和健全的心理素质。</p>	<p>1. 树立并掌握企业数字化转型背景下的商品运营与管理的理念与方法；</p> <p>2. 掌握基于数据分析结果开展商品品类开发的知识；</p> <p>3. 掌握基于商品生命周期与供需关系下商品定价的知识；</p> <p>4. 掌握基于线上线下一体化经营理念的商品推广方法。</p>	<p>1. 具备商品分类与组合、商品品类规划的设计技能；</p> <p>2. 具备根据公司品牌定位开展选品的业务技能；</p> <p>3. 具备制定商品运营价格的业务技能；</p> <p>4. 具备策划新品试销推广的业务技能；</p> <p>5. 具备制定订货决策的业务技能。</p>

④主要内容：本课程以 711 便利店为学习导入案例，帮助学生建立商品数字化管理的应用感知。发布总体课程任务，引导学生确定自身品牌定位，逐步开展并完成商品选品、定价、运营与库存监控的实训任务。让学生从商品属性分析到商品规划设计，从商品运营数据到存储数据都能有效进行分析和管理的。

⑤课程内单列的实训项目：品类开发、商品定价、品类运营、品类库存监控。

C5 新媒体营销

① 课程定位：该课程是网络营销与直播专业的核心课程之一。本课程的任务是使学生以现代营销理论作为理论基础，通过高科技的技术及功能，通过数字化的营销方式最大限度地满足客户要求，进而实现开拓市场和增加盈利的目的。

② 学分、学时：2.5 学分、48 学时

③ 教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生“有接班人素养、有数字营销思维、有电子商务运营特长”的新媒体营销思维； 2. 增强学生爱岗敬业的职业责任感； 3. 提升学生关注社会、诚实守信、传播正能量的职业素养； 4. 培养学生勇于创新、团结协作的个人素养。	1. 掌握新媒体营销的基本概念和基本知识体系； 2. 掌握新媒体营销策划的方法和技巧； 3. 掌握微博、微信、头条、知乎、直播、抖音、B站等4. 主流新媒体营销工具的使用规则； 5. 掌握新媒体文案创作方法和技巧； 6. 掌握新媒体数据分析的工具和方法。	1. 能够根据企业需求选择恰当的新媒体营销平台； 2. 能够对主流新媒体营销平台进行账户注册和设置； 3. 能够根据平台用户特征和推广机制创作合适的内容； 4. 能够应用常见的新媒体营销方法推广内容； 5. 能够根据企业的发展阶段调整营销矩阵。

④ 主要内容：认识新媒体营销、策划新媒体营销、实施新媒体营销、新媒体营销文案、新媒体数据分析

⑤ 课程内单列的实训项目：微博营销、微信营销、抖音短视频、淘宝直播、哔哩哔哩营销、今日头条营销、知乎营销

C6 消费者数字化营销

①课程定位：该课程针对企业互联网背景下、企业转型对数字营销应用型人才核心能力的需求，以了解会员数字化营销的重要意义及模式、掌握会员营销全生命周期运营管理策略，学会使用数字化系统工具实现企业会员数字化营销为目标。

②学分、学时：2.5 学分，48 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 业务素质，学生应具备从事企业会员数字化营销	1. 树立并掌握企业数字化转型背景下的企业会员数	1. 具备会员数字化营销模式选择设计技能；

<p>相关的营销专业知识和职业锻炼,具有较强的责任意识 and 团队精神。</p> <p>2. 道德素质,学生要具备良好的职业道德情操和素养。</p> <p>3. 身心素质,学生应具有健康的体魄和健全的心理素质。</p>	<p>数字化营销理念与知识;</p> <p>2. 树立并掌握企业会员数字化营销全生命周期重要阶段运营策略理念与知识;</p> <p>3. 掌握企业多平台粉丝吸引及拉新、转化的知识方法;</p> <p>4. 掌握企业会员运营数据分析维度及方法的知识。</p>	<p>2. 具备会员生命周期阶段目标规划设计技能;</p> <p>3. 具备基于会员画像标签体系设计精准营销活动技能;</p> <p>4. 具备创新的会员拉新方法技能以及实操技能。</p>
--	--	--

④主要内容:本课程以 UFS 服装公司为学习案例同时补充其他行业丰富案例,帮助学生建立企业会员数字化营销的应用感知。按照学习模块,分别发布课程任务,引导学生逐步完成会员数字化营销的重要阶段:从多平台粉丝吸引拉新到会员运营管理再到基于会员画像、标签体系的会员精准营销活动策划执行,结合案例启发和剖析、总结知识点,同时结合营销云帮助学生实践和体验真实的竞争环境和平台操作。

⑤课程内单列的实训项目:社群运营、裂变拉新、短视频直播、会员运营、精准营销、会员运营数据分析。

C7 分岗平台课程 2

(1) 社会化媒体营销

①课程定位:该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。该课程通过丰富的最新案例说明了社会化媒体如何以及为什么会在企业的市场营销活动中发挥巨大作用。对于学生来说,本课程可以帮助他们更好地理解社会化媒体营销的基础知识,适应社会经济发展的需要,它承担着培养学生运用社会化思维分析营销问题和解决营销问题能力的一门重要的应用课程。

②学分、学时:3 学分,54 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
<p>培养学生积极的人生观和诚实守信的生活品格；</p> <p>培养学生良好的职业道德、诚实守信、爱岗敬业；</p> <p>培养学生的团队协作能力</p> <p>培养学生较强的责任心和吃苦耐劳的职业精神。</p>	<p>了解社会化媒体主要内容，掌握与社会化媒体必备的基础概念；</p> <p>掌握社会化媒体基本营销原理；</p> <p>了解社会化媒体的基本营销手段，掌握营销手段运用方法；</p> <p>结合课程基本知识去分析营销策略。</p>	<p>具有探究学习、终身学习、职业判断、分析问题和解决问题的能力；</p> <p>具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；</p> <p>具备在社会、健康、安全、法律、文化、环境等实际约束下，编制可行营销策划方案的能力。</p>

④主要内容：《社会化媒体营销》包括水平式变革、社会化媒体战略计划、社会化消费者、数字社区、社会化社区、社会化发布、社会化娱乐、社会化商务、利用社会化媒体研究消费者行为、社会化媒体测量指标等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：社会化消费者、数字社区、社会化社区、社会化发布、社会化娱乐、社会化商务、利用社会化媒体研究消费者行为、社会化媒体测量指标

(2) 综合电商平台运营

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程，以企业网站运营管理岗位为模板设计课程模块，课程教学任务的安排是建立在专业调研和实践专家工作分析会的结论的基础上，根据我系的现状和特点设置的职业岗位专门训练课程，课程包含了电商运营和营销的基础知识、店铺规划、直通车引流、钻展推广、活动营销、内容营销、渠道营销、数据分析、店铺优化、移动电商和跨境电商等时下常用与流行的运营与营销知识，以帮助电商从业人员更好地管理和发展店铺，获得更多的竞争优势，成为电商市场中的常青树。

②学分、学时： 3 学分、54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标

<p>除了对常规运营类岗位需要的沟通协调能力、组织策划能力、推广营销能力、办公操作能力、团队管理能力等有要求之外，对文字表达能力、热点跟进能力、用户洞察能力、资源整合能力、数据分析能力的要求相对更高；</p> <p>学生应能独立完成电商的运营与营销。</p>	<p>掌握网店页面规划、网店促销规划；</p> <p>掌握聚划算、淘金币活动营销；</p> <p>掌握直播、微博、微信营销的操作方法；</p> <p>掌握淘宝 SEO 优化的方法；</p> <p>掌握标题优化、宝贝主图优化、宝贝详情页优化的方法。</p>	<p>学生应能独立完成电商的运营与营销；</p> <p>掌握电商运营的核心思路和方法，及时了解运营类岗位的职责要求和能力清单，以便有针对性地学习和提高，不断提升电商运营能力。</p>
---	---	---

④主要内容：电商运营与营销基础、做好店铺规划提高转化率、直通车引流打造店铺爆款、钻展推广定位精准人群、活动营销引爆店铺流量、内容营销直击买家痛点、渠道营销提高店铺知名度、数据分析诊断运营情况、店铺优化提高转化率与销量、移动电商全方位覆盖人群、跨境电商走向国际化等。

⑤课程内单列的实训项目：淘宝店铺运营、跨境店铺运营、新媒体运营、微店运营。

(3) 国际物流

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。该课程旨在培养学生掌握国际物流流程知识，并能够根据国际分工的原则，依照国际惯例，利用国际化的物流网络、物流设施和物流技术，选择最佳的方式与路径，以最低的费用和最小的风险，保质、保量、适时地完成国际物流任务。课程旨在培养学生求德向善、求真务实、遵纪守法的公民素质；培养学生的制度自信、文化自信；培养学生的团队合作与协调、应变、承压、创新以及自我约束、自我管理、自我规划等基本的职业素质。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
<p>培养学生求德向善、求真务实的职业道德，遵纪守法的法律意识；</p> <p>培养学生制度自信，文化自信与民族自豪感，以及自尊、自立、自强的个人品格；</p> <p>培养学生团队合作、认真细致的职业素养；</p> <p>培养学生分析问题，解决问题以及应变，承压，创新等综合素质。</p>	<p>认知国际物流系统与国 际物流网络；</p> <p>了解国际运输涉及到的 方方面面的法律、标准、规 定等知识；</p> <p>掌握班轮运输和租船运 输相关知识；</p> <p>掌握国际空运物流相关 知识；</p> <p>了解国际铁路物流相关 知识；</p> <p>了解集装箱与国际多式 联运物流相关知识。</p>	<p>能够选择合理的国际物流运 输方式；</p> <p>能够缮制各种国际物流相关 单据；</p> <p>具备租船订舱、处理海运货 运事故的能力；</p> <p>具备计算国际航空运输运 费，合理选择国际空运方式，处 理国际空运物流中的货运事故的 能力；</p> <p>具备国际铁路货物联运费用 的计算和核收的能力；</p> <p>能够计算或估算集装箱海运 运费。</p>

④主要内容：认知国际物流与国际贸易、国际物流系统与国际物流网络、国际货物的包装与仓储业务、国际货物运输的组织与代理、国际货物的代理报检与代理报关、国际海运物流、国际空运物流、国际铁路物流、集装箱与国际多式联运物流、国际物流服务与管理。

⑤课程内单列的实训项目：国际物流多式联运运费计算、国际物流单据填报、国际物流保险理赔分析。

(4) 客户管理综合实务

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。本课程以企业客户经理综合业务岗位为模板设计课程模块，课程教学任务的安排是建立在专业调研和实践专家工作分析会的结论的基础上，根据我系的现状和特点设置的职业岗位专门业务运营课程，课程包含了客户信息管理、客户分级管理、客户关系卫

华挂你了、客户信用管理、客户渠道管理、客户贷款管理、客户开发等客户管理岗位最实用的制度制定和表格范本,以帮助客户服务主管及经理人更好地管理和发展企业客户关系,获得更多的竞争优势,创造更大的效益。

②学分、学时: 3 学分, 54 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
<p>提高学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德,坚定积极乐观的心态、良好的人际关系;健全的人格品质等优良素质,为培养一名高素质的从业者奠定基础;</p> <p>培养深度的业务逻辑,再结合数据智能技术,实现数据智能为业务的赋能。</p>	<p>通过课程学习,使学生学会制定客户开发战略;</p> <p>制定和维护提升客户价值的策略和行动方案;</p> <p>手机、分析、保存和传播有关的信息;</p> <p>撰写建议书、促进合同谈判的顺利进行。</p>	<p>能够最大限度地挖掘企业与客户做生意的潜力;</p> <p>能够逐步与客户权力层建立联系;</p> <p>能够协调团队之间的工作,确保在客户事务上达成一致;</p> <p>能够对客户的问题、投诉和快速业务作出迅速的反应。</p>

④主要内容: 客户信用管理、客户渠道管理、客户促销管理、客户贷款管理、客服团队管理、项目工程跟进管理、代理商及相关加盟店沟通、新客户开发及客户维护、客户资料数据库建设管理等方面。

⑤课程内单列的实训项目: 客户信息管理必备制度与表格、客户分级管理必备制度与表格、客户开发管理必备制度与表格、客户服务管理必备制度与表格。

C8 分岗平台课程 3

(1) 全网营销

①课程定位: 该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。通过课程的学习,使学生能够根据企业的实际情况制定出相应的网络营销解决办法,并最终帮助企业解决网络营销中的实际问题,让企业在激烈的市场竞争上求得生存和发展。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
培养学生积极的人生观和诚实守信的生活品格； 增强学生全网营销素质，解决实际问题的素质； 培养学生的团队协作能力。	了解有关网络营销环境、熟悉网络营销流程，掌握网络营销基本实质； 掌握网络市场调研的内容与主要方法，以及商情分析等方面的知识； 掌握网络营销过程的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识。	具有利用网络工具开展市场调研、收集处理商务信息、撰写商情报告的能力； 具有运用网络工具开展公关活动、进行公关策划的能力，如站点宣传策划、网络广告策划等； 具有网络营销策略综合运用的能力。

④主要内容：认知网络营销、搜索引擎营销、社会化媒体营销、网络视频营销、网络广告营销、软文营销、事件营销、病毒营销、全网营销策划、网站推广策划、品牌营销策划、产品营销策划等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：搜索引擎营销策划、社会化媒体营销策划、网络视频营销策划、网络广告营销策划、软文营销策划、事件营销策划、病毒营销策划、全网营销策划、网站推广策划、品牌营销策划、产品营销策划。

（2）跨境电商平台运营

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程，也是该专业实战操作技能类课程。本课程开设的目的是使本专业学生在学习了跨境电商和国际贸易等基本知识的基础上，着重掌握运营第三方电子商务平台，来开发各类国际客户，提高业务实战能力。通过本课程的学习，学生应能达到根据设定目标或载体进行跨境电子操作的基本要求。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
<p>具有较强的自我学习能力，能在工作中不断提高自身跨境电子商务专业能力；</p> <p>具有一定的创新能力，能够运用新技术改进工作；</p> <p>具有良好的身心素质。</p>	<p>理解跨境电商的基本含义，掌握常见的跨境第三方平台的特点、店铺注册的规定和要求；</p> <p>掌握中国邮政小包、大包、EUB、四大国际商业快递等的特点、包装尺寸、价格、优劣势等；</p> <p>熟悉速卖通的选品规则，掌握产品信息化处理方法；</p> <p>掌握速卖通等平台规则，进行产品发布和推广；掌握产品标题优化、图片优化、详情优化的一般方法；</p> <p>熟悉订单处理、发货、收款、售后及客户维护等方法。</p>	<p>能完成跨境店铺注册并获得平台认可通过；</p> <p>能熟悉速卖通产品的品类、描述并运用后台数据形成某类产品的行业分析报告；</p> <p>能够从平台选择产品，并处理图片，能够发布产品，并能利用平台进行推广；</p> <p>能够对产品标题、产品详情进行优化，对产品和店铺进行营销和推广；</p> <p>能灵活处理订单业务、发货、出境报检报关，掌握收款、售后服务及争议处理。</p>

④主要内容：内容包括跨境电商概述、跨境电商第三方平台、选品与商品定价、商品发布与优化、跨境电商营销、跨境电商支付、跨境电商物流、跨境电商客户服务和进口跨境电商。

⑤课程内单列的实训项目：跨境店铺注册；跨境物流与海外仓操作；海外市场调研；跨境选品操作；产品信息化操作；产品定价；产品发布；跨境店铺优化及推广操作；订单处理；发货操作；出境报检报关操作；收款、售后服务及客户维护；纠纷处理。

(3) 物流案例分析与实践

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程，本课程具有实践性强、综合性强、案例教学主要特点。通过本课程学习，使学生了解、把握包括物流战略与规划、采购与生产物流、销售物流、配送与供应链管理、物流信息化以及客户服务与服务质量在内的物流活动的全貌，能运用所学的专业知识，在

一特定环境中，分析某一经济活动，从而体味到现代物流的真谛，提高学生实践能力和综合分析能力，为解决以后在实际工作中遇到的物流问题树立良好的基础。培养学生诚信、服务、拼搏、进取等优良品质，以及精益求精、严谨、专业工匠精神，提升学生团队合作、发现问题、分析问题及解决问题的能力；增强学生创新意识、竞争意识、战略意识。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>具有诚信、服务、拼搏、进取等优良品质；</p> <p>培养学生精益求精、严谨、专业工匠精神；</p> <p>提高学生主动发现问题、分析问题以及解决问题的能力；</p> <p>提高学生团队合作能力；</p> <p>增强学生创新意识、竞争意识、战略意识。</p>	<p>海尔、宝钢、兖矿、FedEx、百胜等国内外企业的物流战略与物流规划案例分析；</p> <p>一汽大众、丰田、米其林、朝日啤酒、Nike 等国内外企业的采购与生产物流案例分析；</p> <p>国美电器、7-11、家乐福、沃尔玛、华联超市、“宜家”、花王等国内外企业的销售物流案例分析；</p> <p>雅芳、中储、连邦等国内外企业的配送与供应链案例分析；</p> <p>宝供、松下、TNT、重庆嘉陵、北京邮政等国内外企业的物流信息化案例分析；</p> <p>UPS、沃格林、中外运、受默、JC Penney、大和运输、康柏等国内外企业的物流客户服务案例分析。</p>	<p>具有初步分析企业物流战略、物流规划的能力；</p> <p>具有从经营理念和作业方法来分析企业采购物流和生产物流的能力；</p> <p>具有分析企业不同销售模式、配送模式的能力；</p> <p>具有从供应链角度分析配送方案的能力；</p> <p>具有从信息技术的角度分析物流效率的能力；</p> <p>具有针对不同企业分析客户服务、质量管理、业务外包等能力。</p>

④主要内容：物流战略与规划；采购与生产物流；销售物流；配送与供应链管理；物流信息化；客户服务与服务质量。

⑤课程内单列的实训项目：海尔物流战略与物流规划案例分析、丰田生产物流案例分析、沃尔玛销售物流案例分析、宝供物流信息化案例分析、UPS 物流客户服务案例分析。

(4) 客户服务部精细化管理

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。本课程开设的目的是使学生能在实际工作岗位中解决客服管理工作的规范性问题。着重掌握为客户服务人员提供各种可以借鉴的执行流程、制度范例、工具表单和文书模板，能够有效避免企业客服管理工作浮于表面、流于形式。通过本课程的学习，学生应能达到高效开展客户调研、科学管理客户信息，帮助企业提高客服人员职业素养，优化完善客服管理流程。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>具有较强的自我学习能力，能在工作中不断提高自身跨境电子商务专业能力；具有一定的创新能力，能够运用新技术改进工作；具有良好的身心素质。</p>	<p>客户服务部职能管理分析与设计； 客户调研管理； 客户信息管理； 客户信用管理； 客户抱怨与投诉管理； 售后服务管理。</p>	<p>以部门和岗位为基础,提供分层化、工具化、实务化、精细化的解决方案； 列出客服管理的主要流程图，对流程图中的关键节点进行细化说明； 制作出细化、可执行的范本，实现“拿来即用”； 制作出规范化的各类文书、方案,客服人员可以直接套用或稍改即用。</p>

④主要内容：客户信息管理、客户信用管理、客户抱怨与投诉管理、售后服

务管理、大客户服务管理、电商客服管理等。

⑤课程内单列的实训项目：制定绩效考核量表、客户服务部工作业务管理工具设计、客户信息调研流程与客户调研管理表单、客户信用岗位考核量表、客户管理岗位考核量表、大客户服务岗位考核量表、电商客服岗位考核量表。

（3）专业拓展课程。

专业拓展课程包括人力资源管理、商品学、快递运营实战、国际贸易地理、跨文化交际、客源国概况、大学英语四级、跨境电商实务、企业文化、电子商务物流、ERP 企业管理、食品与营养、面试技巧、跨境电商营销、移动商务运营、现代职业素质培育、消费心理学、Office 高效办公、生活中的营销、职场沟通、中国传统文化、时尚流行文化、多媒体课件设计与制作、服饰搭配、看影视学财经、中华优秀商文化、广告策略与创意设计、EXCEL 进阶教程共 28 门，三年之内够 7 学分。

3. 综合实训

综合实训是本专业必修的综合性训练课程。通过综合实训，使学生了解网络营销、电子商务行业现状及发展趋势、企业文化、岗位设置及运作流程，掌握网络营销、电商等基础理论知识和专门知识，提高从事网络营销、电商等实际工作的基本能力，增强爱岗敬业、吃苦耐劳、团队合作、精益求精、诚实守信等素质，获得网络直播运营 1+X 证书（中级）、助理电子商务师职业资格证书等职业技能等级证书。

4. 顶岗实习

顶岗实习是专业重要的实践性教学环节。通过顶岗实习，使学生更好地将理论和实践结合，全面巩固和提高学生的职业技能和实际岗位工作能力，为就业奠定坚实基础。本专业顶岗实习主要使学生了解网络营销、电商行业现状及发展趋势、企业文化、岗位设置及运作流程，掌握网络营销、电商等基础理论知识和专门知识，应用网络营销、电子商务、客户关系管理等知识，增强学生爱岗敬业、吃苦耐劳、团队合作、精益求精、诚实守信等素质，提高从事网络营销、电商运营等实际工作的能力。顶岗实习安排，应认真落实教育部、财政部《高等职业学校学生实习管理办法》有关规定，并参照教育部《职业学校专业（类）顶岗实习

标准》的有关要求,保证学生顶岗实习岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致,内容符合标准要求。

十一、教学时间安排及课时建议

每学年为 52 周,其中教学时间 40 周(含复习考试),累计假期 12 周。总学时数不低于 2500 学时,课程开设顺序和周学时安排,学校可根据实际情况调整。

1. 教学时间安排建议表

学年	周数	内容	教学(含理实一体教学及专门化集中实训)	复习考试	机动	假期	全年周数
一			36	2	2	12	52
二			36	2	2	12	52
三			38(其中,顶岗实习 19 周)	1	1	5	45

2. 授课计划安排建议表

遵循职业教育规律,按照公共基础课程模块、专业课程模块和集中实践性模块依次开展,编制本专业人才培养教学计划。

根据培养目标,本专业共开设按照**公共基础课程模块**,**公共必修** 13 门,学分为 23 分,占总学分 16.43%;学时为 377 学时,其中理论教学 291 时,实践教学 86 学时;**公共限定选修**学分 19 分,占总学分 13.57%;学时为 316 学时,其中理论教学 294 时,实践教学 22 学时;**公共任意选修**学分 2 分,占总学分 1.43%;学时为 40 学时,其中理论教学 40 时,实践教学 0 学时。

专业基础课程 8 门,学分为 20.5 分,占总学分 14.6%;学时为 384 学时,其中理论教学 245 时,实践教学 139 学时。

专业核心课程 8 门,学分为 25.5 分,占总学分 18.2%;学时为 456 学时,其中理论教学 246 时,实践教学 210 学时。

专业拓展课程,选修学分 7 分,占总学分 5.00%;学时为 140 学时,其中理

论教学 140 时，实践教学 0 学时。

集中性实践课程模块 13 门，学分为 43 分，占总学分 30.7%；学时为 1032 学时。

三年内共计完成 140 学分，2745 学时，其中实践教学 1489 学时，占总学时的 54.24%。

学时、学分分配表见表 4，教学进程安排见表 5、6、7、9

表 4 网络营销与直播电商专业（新）课程体系学时、学分分配表

课程体系	课程类别	学分	学分占 (%)	总学时	理论学时	实践学时
公共基础课程模块	公共必修课程	23	16.43%	377	291	86
	公共限定选修课程	19	13.57%	316	294	22
	公共任意选修课程	2	1.43%	40	40	0
	小计	44	31.43%	733	625	108
专业课程模块	专业基础课程	20.5	14.64%	384	245	139
	专业核心课程	25.5	18.21%	456	246	210
	专业拓展课程	7	5.00%	140	180	0
	小计	53	37.86%	980	671	349
集中性实践课程模块	国防教育（军事技能训练与专业教育）	2	1.43%	48	0	48
	劳动教育	1	0.71%	24	0	24
	综合实训	24	17.14%	576	0	576
	顶岗实习	16	11.43%	384	0	384
	小计	43	30.71%	1032	0	1032
合计		140	100.00%	2745	1296	1489
总学时/最低修读学分				2745/140		

表5 网络营销与直播电商专业（新道班）教学进程表（公共基础课程模块）

	课程编号	课程名称	课程类别	总学分	总学时	学时安排		学年/周数/学时						
								第一年		第二学年		第三学年		
						理论	课内实验	1	2	3	4	5	6	
公共必修课	A-1	思想道德修养与法律基础	理+实	3	48	32	16	3						
	A-2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	理+实	4	64	48	16		4					
	A-3	形势与政策	理+实	1	40	40	0							
	A-4	体育与健康 I	理+实	2	30	30	0	2						
	A-5	体育与健康 II	理+实	2	30	30	0		2					
	A-6	体育与健康 III	理+实	1	12	12	0			1				
	A-7	体育与健康 IV	理+实	1	12	12	0				1			
	A-8	大学生心理健康教育	理+实	2	36	20	16	2						
	A-9	军事理论	理论	2	36	36	0		2					
	A-10	职业规划与就业指导 I	理+实	1	15	10	5	1						
	A-11	职业规划与就业指导 II	理+实	1	9	5	4					1		
	A-12	大学生创新创业训练教程	理+实	2	30	16	14		2					
	A-13	创新创业实践实战课	理+实	1	15	0	15		1					
公限	A-14	经济数学 I	理论	2	30	30	0	2						

共 选 修 课	定 选 修 课	A-15	经济数学 II	理论	2	30	30	0		2					
		A-16	大学英语 I	理论	3	60	60	0	4						
		A-17	大学英语 II	理论	3	60	60	0		4					
		A-18	大学语文 I	理论	2	30	30	0	2						
		A-19	大学语文 II	理论	2	30	30	0		2					
		A-20	信息技术与人工智能	理+实	2	30	16	14	2						
		A-21	安全教育	理+实	1	16	8	8							
	A-22	大学美育 I	理+实	1	15	15	0	1							
	A-23	大学美育 II	理+实	1	15	15	0		1						
	任 意 选 修 课	D-1 至 D-50	学院统一公选课	理论	1	20	20	0							
		D-51 至 D-100	平台课程	理论	1	20	20	0							
			合计			44	733	625	108	19	20	1	1	1	0

表6 网络营销与直播电商专业（新道班）教学进程表（专业基础课程和专业核心课程）

课程性质	课程编号	课程名称	课程类别	总学分	总学时	学时安排		学年/周数/学时						
								第一学年		第二学年		第三学年		
						理论	课内实验	1	2	3	4	5	6	
专业技术基础课程	B-1	公共关系与商务礼仪	理+实	2.5	45	25	20	3						
	B-2	商学基础	理+实	2.5	48	28	20			4				
	B-3	新媒体文案策划与写作	理+实	2.5	48	28	20				4			
	B-4	短视频与直播运营	理+实	2.5	48	40	8			4				
	B-5	互联网应用技术	理+实	2.5	45	30	15	3						
	B-6	电商视觉设计与营销	理+实	2.5	48	24	24				4			
	B-7	法律实务	理+实	2.5	48	40	8			4				
	B-8	分岗平台课程 1	理+实	3	54	30	24						6	
	小计				20.5	384	245	139	6	0	12	8	6	
专业核心课程	C-1	新零售门店运营	理+实	3.5	60	30	30		4					
	C-2	商务数据分析	理+实	3.5	60	30	30		4					
	C-3	解决方案营销	理+实	3.5	60	30	30			5				
	C-4	商品数字化管理	理+实	2.5	48	28	20			4				
	C-5	新媒体营销	理+实	4	72	40	32				6			
	C-6	消费者数字化营销	理+实	2.5	48	28	20				4			
	C-7	分岗平台课程 2	理+实	3	54	30	24						6	
	C-8	分岗平台课程 3	理+实	3	54	30	24						6	
	小计				25.5	456	246	210	0	8	9	10	12	

合计	46	840	491	349	6	8	21	18	18	
----	----	-----	-----	-----	---	---	----	----	----	--

表 7 网络营销与直播电商专业（新道班）教学进程表（专业拓展课程）

课程 性质	课程 编号	课程 名称	课程 类别	总 学分	总 学时	教学内容学时分配		学年/学期/学时						
								理论	课内实验	第一学年		第二学年		第三学年
						1	2			3	4	5	6	
						专 业 选 修 课	D-101	人力资源管理		1	20	20		
D-102	商品学		1	20	20				2					
D-103	快递运营实战		1	20	20				2					
D-104	国际贸易地理		1	20	20				2					
D-105	跨文化交际		1	20	20				2					
D-106	客源国概况		1	20	20				2					
D-107	大学英语四级		1	20	20				2					
D-108	跨境电商实务		1	20	20				2					
D-109	企业文化		1	20	20					2				
D-110	电子商务物流		1	20	20					2				
D-111	ERP 企业管理		1	20	20					2				
D-112	食品与营养		1	20	20					2				
D-113	面试技巧		1	20	20					2				
D-114	跨境电商营销		1	20	20					2				
D-115	移动商务运营		1	20	20					2				
D-116	现代职业素质 培育		1	20	20				2					
D-117	消费心理学		1	20	20				2					
D-118	office 高效办 公		1	20	20				2					
D-119	生活中的营销		1	20	20				2					
D-120	职场沟通		1	20	20				2					

D-121	中国传统文化		1	20	20				2			
D-122	时尚流行文化		1	20	20					2		
D-123	多媒体课件设计与制作		1	20	20					2		
D-124	服饰搭配		1	20	20					2		
D-125	看影视学财经		1	20	20						2	
D-126	中华优秀商文化		1	20	20						2	
D-127	广告策略与创意设计		1	20	20						2	
D-128	EXCEL 进阶教程		1	20	20						2	
合 计				9	180	180						

表 8 学院公共任意选修课一览表

编码	课程名称	开课系部	课程性质
D-1	水文化	水利工程系	公共任意选修课
D-2	中国水利史	水利工程系	公共任意选修课
D-3	美术鉴赏	建筑工程系	公共任意选修课
D-4	环境学概论	资源与环境系	公共任意选修课
D-5	无人机操控技术	机电工程系	公共任意选修课
D-6	计算机组装与维护	信息工程系	公共任意选修课
D-7	摄影技术	信息工程系	公共任意选修课
D-8	书法教程	信息工程系	公共任意选修课
D-9	网页制作	信息工程系	公共任意选修课
D-10	影视鉴赏	信息工程系	公共任意选修课
D-11	公共关系学	经济管理系	公共任意选修课
D-12	投资与理财	经济管理系	公共任意选修课
D-13	管理学	商务管理系	公共任意选修课
D-14	市场营销	商务管理系	公共任意选修课

D-15	传统文化与吟诵	基础教学部	公共任意选修课
D-16	合同法规	基础教学部	公共任意选修课
D-17	科学健身	基础教学部	公共任意选修课
D-18	普通话基础	基础教学部	公共任意选修课
D-19	数学建模	基础教学部	公共任意选修课
D-20	数学文化	基础教学部	公共任意选修课
D-21	工程数学	基础教学部	公共任意选修课
D-22	体育文化与欣赏	基础教学部	公共任意选修课
D-23	文学鉴赏	基础教学部	公共任意选修课
D-24	心理学与生活	学生工作处	公共任意选修课
D-25	音乐欣赏	学生工作处	公共任意选修课
D-26	中外音乐史	学生工作处	公共任意选修课
D-27	演讲与口才	基础教学部	公共任意选修课
D-28	应用文写作	基础教学部	公共任意选修课

表 9 网络营销与直播电商专业（新道班）教学进程表（集中性实践课程模块）

单位：周

编号	类别	实践教学内容	学分	实践教学时间安排					
				第一学年		第二学年		第三学年	
				1	2	3	4	5	6
E-1	国防教育、 劳动教育	国防教育(军事技能训练及入学教育)	2	2					
E-2		劳动教育	1	1					
		小 计	3	2	1				
E-3	综合 实训	企业认知实习	1	1					
E-4		职业技能训练 1	2	2					

E-5		短视频采集与制作实训	1			1			
E-6		直播运营实训	1			1			
E-7		职业技能训练 2	4			4			
E-8		电商视觉设计与营销实训	1				1		
E-9		移动商务运营实训	1				1		
E-10		职业技能训练 3	4				4		
E-10		分岗平台课程实训 1	3					3	
E-11		分岗平台课程实训 2	3					3	
E-12		分岗平台课程实训 3	3					3	
		小 计	24	1	2	6	6	9	
E-13		顶岗实习	16						19
		总 计 (周)	43	3	3	6	6	9	19

表 10 第五学期分岗平台课程

岗位	平台理论课程	平台实训课程
数字化营销岗	数字营销	数字营销实训
	社会化媒体营销	社会化媒体营销实训
	全网营销	全网营销实训
数字化平台运营岗	数字化渠道运营	数字化渠道运营实训
	综合电商平台运营	综合电商平台运营实训
	跨境电商平台运营	跨境电商平台运营实训
智慧物流岗	第三方物流	智慧物流设施与设备实训
	国际物流	国际物流实训
	物流案例分析与实践	物流案例分析与实践实训

客户服务与管理岗	数字化客户管理	数字化客户管理实训
	客户管理综合实务	客户管理综合实务实训
	客户服务部精细化管理	客户服务部精细化管理实训

十二、教学实施建议

1. 教学要求

公共基础课教学要符合教育部有关教育教学基本要求，并结合跨境电子商务专业人才培养模式以及课程性质确定教学模式，注重和专业课程的衔接，有针对性的采取任务驱动、项目导向等教学模式，以项目为载体，学生为主体，引导学生积极思考、乐于实践，调动学生学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。

专业课坚持“校企合作、工学结合”的方式，依托“新道科技有限公司”等校外实训基地，按照营销推广、运营管理、客户服务、互联网营销、全媒体运营等岗位群的能力要求将网络营销专业各课程的教学与企业的实际经营、生产做到有机结合，与合作企业共同实施“教学做一体化”的教学模式，做到课堂教学与企业实际操作的全面对接。对操作实践性强的教学项目，由专任教师协同企业兼职指导教师一同完成监督指导，学生在教师的指导下自主完成网络营销与直播营销策划与运营、电商平台运营管理和客服服务，达到良好的教学效果。运用国家职业教育资源库、蓝墨云班课等信息化手段，开展第二课程，将学生自主学习、合作学习同教师课上引导有机结合，发挥学生主体作用，提升教学效率。

2. 教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

(1) 教材选用要求

所选教材的内容能够反映新知识、新技术、新业态，选用了近三年出版的高职高专教材，优先选用了国家级、省部级获奖高职教材和能够反映先进技术发展

水平的国家级、省部级“十三五”规划教材，与行业企业合作开发的专业课程教材，与1+X 职业技术职业资格证书考核相结合教材。

（2）图书资料配备要求

本专业相关图书文献配备，应能满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要，方便师生查询、借阅，且定期更新。主要包括：外贸行业政策法规、行业标准、国际惯例等；国际贸易类、电商类图书和实务案例类图书；5 种以上跨境电商类专业学术期刊。

（3）数字资源配备要求

结合专业需要，开发和配备一批优质音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、网络课程等专业教学资源库，有效开展多种形式的信息化教学活动，激发学生学习兴趣，提高学习效果。本专业正在建设网络营销教学资源库，大多数课程可利用已经建完的资源库资源进行教学。线上种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能有效开展多种形式的信息化教学活动，激发学生学习兴趣，提高学习效果。

3. 学习评价

根据本专业培养目标和以人为本的发展理念，建立科学的评价标准。建立了以学校为主，学生家长、数字经济产教融合实训基地等营销企业为辅的多元评价主体。通过校内评价与校外评价相结合，职业技能鉴定与学业考核相结合、注重教师评价、学生互评与自我评价相结合，过程性评价与结果性评价结合，采用学习过程评价、作业完成情况评价、实际操作评价、期末综合考核评价等多种方式开展学习评价。其中基础课程主要采用笔试的方法，专业课程采用笔试、实操相结合的方法，专业拓展课程采用项目作业等方法，考核学生的专业知识、专业技能和工作规范等方面的学习水平。

学习评价不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更要关注在实践中运用知识与解决实际问题的能力水平，重视规范操作、安全生产等职业素质的形成。

4. 质量管理

(1) 学校和二级院系应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

(2) 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，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，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。

(3) 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、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

(4) 专业教研组织应充分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。

十三、毕业要求

1. 学业考核要求

学生通过规定年限的学习，须修满专业人才培养方案所规定的学时学分，还必须取得第二课堂学分不低于 5 个学分(具体量化考核按《山东水利职业学院第二课堂学分实施办法（试行）》执行)和平台项目学分不低于 2 个学分（(具体量化考核按《山东水利职业学院商务管理系平台项目学分实施办法（试行）》执行）)方能毕业。第二课堂学分和平台项目学分为附加学分，不计入正常教学活动学分。

学生需在校期间完成公共基础课程、专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程以及集中性实践课程，由专任教师和企业导师共同评价，成绩合格；完成规定的顶岗实习任务；在校在企业期间无重大违纪违法记录；并符合学院学籍规定的其他要求，方可毕业。

毕业规定学分

序号	内容	要求	备注
----	----	----	----

1	公共基础课程模块	44 学分	
2	专业基础课程模块	20.5 学分	
3	专业核心课程模块	25.5 学分	
4	专业拓展课程模块	7 学分	
5	集中性实践课程模块	43 学分	
6	第二课堂	≥5 学分	不计入正常教学活 动学分
7	平台项目	≥2 学分	不计入正常教学活 动学分
合计		140 学分	

2. 证书考取要求

依据《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》要求网络营销专业学生考取直播电商职业技能等级证书。这个证书是网络营销专业毕业生技能水平的凭证，真正培养出社会急需的高质量人才。证书培训内容涉及直播运营、内容运营、流量运营、账号（IP）运营四个维度，可通过专门补充培训、课上知识点融入等方法同专业知识进行融合。“X”证书培训和专业教学可以统筹安排教学内容、实践场所、组织形式、教学时间、安排师资，从而实现X证书培训与专业教学过程的一体化。

十四、继续专业学习深造建议

本专业毕业生可通过专升本、开放教育、成人高考、自学考试、海外进修、专项学习等途径继续专业学习。继续专业学习所面向的本科专业主要为经济管理

类、教育类等，如：电子商务、市场营销。

也可在以后的工作中通过技术培训、参与项目研究、产品开发等生产实践，提高自身专业素养和技术水平。

附表：

专业人才培养方案开发团队名单

序号	姓名	工作单位	职务/职责	职称
1	秦承敏	山东水利职业学院 商务管理系	商务管理系 主任	教授
2	马斌	山东水利职业学院 商务管理系	商务管理系 副主任	副教授
3	李小敬	山东水利职业学院 商务管理系	商务系电子商务 教研室主任	副教授
4	徐斌	山东水利职业学院 商务管理系	商务系电子商务 教研室教师	讲师
5	张文静	山东水利职业学院 商务管理系	商务系电子商务 教研室教师	讲师
6	刘凌霄	山东水利职业学院 商务管理系	商务系电子商务 教研室教师	助教
7	郑紫羽	山东水利职业学院 商务管理系	商务系电子商务 教研室教师	助教
8	杨程	江苏京东信息技术有限公司	校企总经理	高级
9	法宁	新道科技股份有限公司	总经理	高级
10	陈曦	新道科技股份有限公司	总监	高级