



网络营销与直播电商专业
人才培养方案
(适用年级:2025 级)

贵州铜仁数据职业学院

二〇二五年七月

修订说明

本方案根据《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）、《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）、《高等职业学校专业教学标准》（2021版）、《职业教育专业教学标准-2025年修（制）订》（2025年）、《贵州省教育厅办公室关于2025年全省职业院校专业人才培养方案修订工作的通知》等文件要求，结合时代发展新形势、行业企业新需求和职业教育发展新要求，结合2024级人才培养方案在实施过程中的问题和我院网络营销与直播电商专业的实际情况进行修订。

本方案在修订过程中，开展了电子商务行业企业调研，通过分析，明确了网络营销与直播电商职业岗位所需的素质、知识与能力。本专业以立德树人为根本任务，确定了本专业人才培养目标与培养规格，并根据人才培养目标明确课程设置及要求、教学进程总体安排、实施保障、毕业要求等内容。

目录

一、概述	- 1 -
二、专业名称及代码	- 1 -
(一) 专业名称	- 2 -
(二) 专业代码	- 2 -
三、入学基本要求	- 2 -
四、基本修业年限	- 2 -
五、职业面向	- 2 -
六、培养目标	- 2 -
七、培养规格	- 3 -
八、课程设置及学时安排	- 4 -
(一) 课程设置	- 4 -
(二) 教学时间与学时安排	- 25 -
(三) 学时学分安排	- 31 -
九、师资队伍	- 32 -
十、教学条件	- 33 -
十一、质量保障及毕业要求	- 34 -
十二、附件	- 35 -
附件 1: 贵州铜仁数据职业学院任选课开课清单	- 35 -
附件 2: 第二课堂成绩单学分认定与管理细则	- 35 -

贵州铜仁数据职业学院

网络营销与直播电商专业人才培养方案

（本方案适用于 2025 年入学班级）

一、概述

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应批发业、零售业、互联网和相关服务、商务服务业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下渠道销售主管、直播销售员、商品选品主管、直播运营主管、新媒体运营主管、内容策划主管、客户主管、渠道推广主管、网络广告专员、市场策划主管等岗位（群）的新要求，不断满足网络营销与直播电商领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，同时结合区域/行业实际和我校自身办学定位制订本方案。

本培养方案旨在培养德技兼修、知行合一的高技能人才，紧密对接国家发展战略和区域经济社会发展需求。通过深入分析网络营销与直播电商发展领域新趋势，以及渠道销售主管、直播销售员、商品选品主管、直播运营主管、新媒体运营主管、内容策划主管、客户主管、渠道推广主管、网络广告专员、市场策划主管等岗位（群）的新要求，明确了本专业的人才培养目标和规格。

本专业注重培养学生德智体美劳全面发展，注重培养学生爱岗敬业的职业精神、精益求精的工匠精神和社会责任感。通过系统学习电子商务基础、选品与采购、直播营销、网络推广、新媒体运营等知识，学生将掌握扎实的专业知识和技能，具备从事直播销售员、新媒体运营专员、内容策划专员等岗位的能力和较强的就业创业能力及可持续发展的能力。

二、专业名称及代码

（一）专业名称

网络营销与直播电商

（二）专业代码

530704

三、入学基本要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具有同等学历。

四、基本修业年限

三年

五、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 网络营销与直播电商专业职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	批发业（51）、零售业（52）、互联网和相关服务（64）、商务服务业（72）
主要职业类别（代码）	互联网营销师 S（4-01-06-02）、全媒体运营师 S（4-13-01-05）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、品牌专业人员（2-06-07-04）
主要岗位（群）或技术领域	渠道销售主管、直播销售员、商品选品主管、直播运营主管、新媒体运营主管、内容策划主管、客户主管、渠道推广主管、网络广告专员、市场策划主管等
职业类证书	电子商务师、互联网营销师等

六、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、互联网和相关服务、商务服务业的互联网营销师、全媒体运营师、市场营销专业人员、品牌专业人员职业，能够从事渠道拓展运营维护、市场策划、产品策划、广告投放、直播策划执行、粉丝引导转化、内容策划推广、新媒体运营、数据分析、客户开发与管理等工作的

高技能人才。

七、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

（5）掌握市场营销学、零售学、商品基础、电子商务基础、素材拍摄与编辑、商务数据分析与应用、财税基础等方面的专业基础理论知识；

（6）具有渠道开拓与运维的能力，能够完成销售渠道拓展、渠道运营策划、渠道绩效管理、销售渠道维护、渠道评估与改进等工作；

（7）具有直播营销的能力，能够完成选品分析、直播策划、产品讲解、直播脚本设计、主播人设搭建、粉丝引导转化、直播复盘等工作；

（8）具有内容策划与编辑和市场策划的能力，能够完成市场调研、内容编辑制作推广、效果监测与评估等工作；能够完成行业定位分析、产品、渠道、销售策略、营销活动等的策划与评估分析等工作；

（9）具有直播和新媒体运营的能力，能够完成直播间运营策划、引流、成本控制、过程监测与调整、直播风险把控等工作；能够进行新媒体市场调研、运营策划、推广平台、社群运营、活动策划、运营效果监测等工作；

（10）具有客户服务与管理能力，能够完成客户服务标准制定、客户调研

与数据获取、客户关系维护与管理、突发危机事件处理、客户服务绩效管理、客户开发与转化、服务机构合作等工作；

(11) 具有网络推广能力，能够完成广告投放、人群画像分析、渠道选择、结果分析、数据跟踪、推广预算等工作；

(12) 掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

(13) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，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；

(14) 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

(15) 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

(16) 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

八、课程设置及学时安排

(一) 课程设置

1. 公共基础课程

(1) 公共基础必修课程

开设思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、党史、中华优秀传统文化概论、生态文明教育、形势与政策、心理健康教育、体育与健康、职业发展与就业指导、军事理论与军训、劳动教育、数字素养、国家安全教育、人工智能应用基础、创新创业教育等课程，共 532 学时、32 学分。各课程的教学目标、教学内容与要求如表 2 所示。

表 2 专业公共基础必修课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程目标	课程主要内容	教学要求
1	思想道德与法治	素质目标： 树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观；能主动把个人的发展和国家和社会	本课程主要内容绪论和六个章节组成，即担当复兴大任成就	课程性质： 公共基础必修课 课程学分： 3 学分

		<p>的发展紧密结合起来。</p> <p>知识目标：掌握马克思主义的基本原理、观点和方法；掌握丰富的思想道德知识和法律知识。</p> <p>能力目标：能运用马克思主义的基本原理、观点和方法，思考、分析和解决生活和学习中的现实问题；在学习和生活中积极主动培育和践行社会主义核心价值观。</p>	<p>时代新人；领悟人生真谛，把握人生方向；追求远大理想，坚定崇高信念；继承优良传统 弘扬中国精神；明确价值要求，践行价值标准；遵守道德规范，锤炼道德品格；学习法治思想，提升法治素养。</p>	<p>开课学期：第1学期</p> <p>授课学时：48学时</p> <p>课程形式：线下</p> <p>考核形式：考试</p>
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p>素质目标：具备思想政治理论素养，坚定共产主义理想信念，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，自觉拥护中国共产党的领导，自觉维护祖国统一和民族团结，承担社会责任和历史使命。</p> <p>知识目标：了解马克思主义在中国化进程中形成的理论成果；熟悉中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就；掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系。</p> <p>能力目标：具有运用中国特色社会主义理论的基础理论知识和“四史”基本理论观点，分析社会热点问题的综合能力，明确自身的人生定位和奋斗目标。</p>	<p>本课程主要内容有绪论和八个章节组成。即马克思主义中国化的历史进程与理论成果；毛泽东思想及其历史地位；新民主主义革命理论；社会主义改造理论；社会主义建设道路初步探索的理论成果；邓小平理论；“三个代表”重要思想；科学发展观。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课</p> <p>课程学分：2学分</p> <p>开课学期：第2学期</p> <p>课程学时：36学时</p> <p>授课形式：线上线下混合式</p> <p>考核形式：考试</p>
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	<p>素质目标：全面准确理解习近平新时代中国特色社会主义思想形成的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵、重大意义、历史地位和实践要求，树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，不断提高运用科学理论武装头脑、指导实践、推动学习工作的能力和水平。</p> <p>知识目标：了解中国特色社会主义新时代是我国发展新的历史方位；熟悉习近平新时代中国特色社会主义思想理论形成与发展；掌握习近平新时代中国特色社会主义思想主要内容。</p> <p>能力目标：能深刻把握习近平新时代中国特色社会主义思想，不断提高马克思主义理论水平；理论联系实际，用这一思想指导解决实际问题。</p>	<p>本课程主要内容有绪论和十七个章节组成。即新时代坚持和发展中国特色社会主义；以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴；坚持党的全面领导；坚持以人民为中心；全面深化改革；推动高质量发展；社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略；发展全过程人民民主；全面依法治国；建设社会主义文化强国；以保障和改善民生为重点加强社会建设；建设社会主义生态文明；维护和塑造国家安全；建设巩固国防和强大人民军队；坚持“一国两制”和推进祖国完全统一；中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体；全面从严治党。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课</p> <p>课程学分：3学分</p> <p>开课学期：第3学期</p> <p>课程学时：54学时</p> <p>授课形式：线上线下混合式</p> <p>考核形式：考试</p>
4	党史	<p>素质目标：帮助青年学生树立正确的历史观、民族观、国家观、文化观。坚信中国共产党是中国特色社会主义各项事业的领导核心，进一</p>	<p>本课程主要内容分四个模块讲授：开天辟地——中国共产党在民主主义革命时期完</p>	<p>课程性质：公共基础必修课</p> <p>课程学分：1学分</p> <p>开课学期：第4学</p>

		<p>步树牢“四个意识”坚定“四个自信”做到“两个维护”。</p> <p>知识目标：了解中国共产党的发展历程，建构系统的党史知识体系，为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。深刻理解中国共产党诞生的历史必然性及对近代中国的重要意义。</p> <p>能力目标：具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国共产党在领导中国人民进行革命和建设中的重要作用。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。</p>	<p>成救国大业；改天换地——中国共产党在社会主义革命和建设时期完成兴国大业；翻天覆地——中国共产党在改革开放和社会主义现代化建设新时期推进富国大业；惊天动地——中国共产党在中国特色社会主义新时代推进并将在本世纪中叶实现强国大业。</p>	<p>期</p> <p>课程学时：18 学时</p> <p>授课形式：线下</p> <p>考核方式：考查</p>
5	中华优秀传统文化	<p>素质目标：引领学生深度领悟中华优秀传统文化的精神内核，塑造高尚的道德品格与健全的人格素养。培育文化自信与民族自豪感，以从容应对多元文化思潮的冲击，树立正确的文化价值观。同时增强学生对传统文化的传承意识与社会担当，激发其弘扬中华文化的使命感，助力学生成为有文化底蕴、有道德情操、有社会责任感的新时代青年，实现全面发展。</p> <p>知识目标：明晰中华优秀传统文化的基本范畴、发展脉络与重要价值。洞悉传统文化在哲学思想、文学艺术、伦理道德、科学技术等领域的核心内容与独特成就。了解传统文化在现代社会的传承与发展状况，以及不同文化之间的交流与融合。熟悉与传统文化相关的学术研究方法与资源获取途径。掌握传统文化中经典著作、重要人物、重大事件等相关知识。</p> <p>能力目标：提升学生的传统文化解读与分析能力，能够深入理解经典文本与文化现象背后的深层含义。强化文化创新与应用能力，鼓励学生将传统文化元素融入现代生活与创作中。培养跨文化交流与比较能力，使学生在全球视野下准确阐释中华优秀传统文化的特色与优势。增强文化传承与实践能力，促使学生积极参与传统文化传播活动，以实际行动推动传统文化的创造性转化与创新性发展，形成自主探索与传承中华文化的综合能力。</p>	<p>中华优秀传统文化概论课程由导论与十部分内容构成，主要包括传统文学、传统哲学、传统技艺、传统建筑、传统演艺、传统书画、传统饮食、传统医药、的传统风俗和传统道德等内容。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课</p> <p>课程学分：2 学分</p> <p>开课学期：第 1 学期</p> <p>课程学时：32 学时</p> <p>授课形式：线上线下混合式</p> <p>考核形式：考查</p>
6	生态文明教育	<p>素质目标：了解祖国的大好河山和地理地貌，开展节粮、节水、节电教育活动，推动实行垃圾分类，倡导绿色消费，在全社会树立尊重自然、顺应自然、保护自然的发展理念，养成勤俭节约、低碳环保、自觉劳动的生活习惯，形成健康文明的生活方式。</p> <p>知识目标：培养环保意识和责任</p>	<p>本课程主要内容包括生态文明概述、生态恶化与生态危机、生态文明建设的思想基础、中国特色社会主义生态文明建设，实践篇包括普及生态文明教育、守护绿水青山、倡导低碳文明、</p>	<p>课程性质：公共基础必修课</p> <p>课程学分：1 学分</p> <p>开课学期：第 4 学期</p> <p>课程学时：18 学时</p> <p>授课形式：线上线下混合式</p> <p>考核形式：考查</p>

		感,提高观察能力和环境保护的实践能力。 能力目标: 培养对大自然的尊重和热爱,形成良好的生态伦理观念。	推进绿色教育。	
7	形势与政策	素质目标: 具备较强的民族自信心和社会责任感,坚定中国特色社会主义道路的信心,为建设中国特色社会主义和实现中华民族伟大复兴发奋学习。 知识目标: 了解党和国家当前所面临的政治、经济形势和国家改革发展所处的国际环境、时代背景,自觉拥护党的基本路线、重大方针和政策,认清形势,掌握时代脉搏。 能力目标: 掌握正确分析形势和理解政策的能力,具备分析国际形势发展客观规律的能力,养成开阔的全球视野。	本课程主要内容包括党的建设、经济社会发展、港台事务、国际形势政策;国内国际重大热点事件;二十大精神;习近平新时代中国特色社会主义思想等。	课程性质: 公共基础必修课 课程学分: 1学分 开课学期: 第1-4学期 课程学时: 每学期4学时,共16学时 授课形式: 线下 考核形式: 考查
8	大学生心理健康教育	素质目标: 引导学生形成积极的自我认知和健康的人格特质,培养心理韧性以应对生活中的挑战,建立正确的心理健康观念,同时增强共情能力和社会责任感,从而促进其全面成长。 知识目标: 了解心理健康的基本概念和标准,认识大学生心理发展的特点与规律,掌握常见心理问题的表现、成因及应对方法,学习情绪调节、压力管理等实用心理技术,并熟悉可用的心理援助资源。 能力目标: 提升学生的自我觉察与情绪管理能力,强化有效沟通与人际交往技巧,发展压力应对与危机处理技能,增强理性决策与问题解决能力,最终形成自主维护心理健康和持续心理成长的实践能力。	本课程主要内容包括心理健康、适应心理、学习心理、人格塑造、情绪管理、自我意识、人际交往与沟通、职业生涯规划、恋爱与性心理等13个主题内容。	课程性质: 公共基础必修课 课程学分: 2学分 开课学期: 第1学期 课程学时: 32学时 授课形式: 线上线下混合式 考核形式: 考查
9	体育与健康	素质目标: 培养学生通过体育运动塑造健全人格,包括顽强拼搏的意志品质、遵守规则的诚信意识、团队协作的集体精神,以及尊重对手的公平竞争观念。引导学生在运动中学会自我挑战、正确面对成败,并将体育精神迁移到日常生活,形成积极乐观的生活态度和良好的社会行为规范。 知识目标: 使学生掌握科学锻炼的基本原理与方法,了解运动对身心健康的影响;学习健康生活方式相关的营养、卫生、安全防护及常见运动损伤处理知识;认识不同环境下体育锻炼的注意事项,提高运动安全意识;理解体育竞赛规则和体育文化内涵,拓宽体育认知视野。 能力目标: 帮助学生提升基础体能,达到《国家学生体质健康标准》要求;掌握终身受益的运动技能,具备自主锻炼能力;学会分析体育现象,运用所学知识指导实践;培养运动兴趣,形成终身体育	本课程主要内容包括理论和实践教学。 理论部分教学内容 主要包括运动项目的发展史、文化内涵、健身价值,技术、战术的形成及应用理论相关知识;运动健身的基本原理与锻炼方法;运动损伤的预防与处理;体育养生及保健知识;运动处方;健康的基本概念及相关知识等方面。 实践部分教学内容 以运动项目技术与战术的应用为主,突出运动技能的学习和锻炼过程。学生在第3至第4学期自主选择篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、田径、健美操等专项运	课程性质: 公共基础必修课 课程学分: 8学分 开课学期: 1-4学期 课程学时: 132学时 授课形式: 线下 考核形式: 考查

		习惯，并能在团队中有效沟通协作，提升解决问题和适应社会的能力。	动进行学习。	
10	职业发展与就业指导	<p>素质目标：提升学生的自我认知能力，培养积极的职业态度和价值观。增强学生的沟通协作、问题解决和适应能力等综合素质。树立正确的就业观念和职业道德意识。</p> <p>知识目标：使学生了解职业发展的基本理论和趋势。掌握职业规划、求职技巧、职场礼仪等相关知识。熟悉就业政策、法律法规和劳动市场信息</p> <p>能力目标：具备自我评估和职业探索能力，能制定合理的职业规划；提高学生的求职技能，如简历制作、面试应对等能力；拥有职业发展和终身学习的能力，能适应职场变化。</p>	本课程主要内容包括职业生涯规划的基本理论与应用；自我认知；职业认知；生涯决策；目标制定与个人定位；职业生涯规划的管理；职业能力培养；就业形势；就业政策；求职材料准备；就业信息搜集；面试准备；就业流程；职场适应等。	<p>课程性质：公共基础必修课</p> <p>课程学分：2学分</p> <p>开课学期：第1学期</p> <p>课程学时：32学时</p> <p>授课形式：线下</p> <p>考核形式：考查</p>
11	军事理论与军训	<p>素质目标：增强学生的国防观念和国家安全意识，培养爱国主义、集体主义和革命英雄主义精神。提高学生的思想政治素质、组织纪律性和艰苦奋斗作风。提升学生的综合素质，包括身体素质、心理素质和团队协作能力。</p> <p>知识目标：使学生了解我国国防历史、国防政策、国防法规和国防建设现状；熟悉军队编制、武器装备、军事训练和军事指挥等基本知识；掌握军事思想、战略环境、军事高技术和信息化战争等军事理论知识。</p> <p>能力目标：培养学生的军事观察、分析和判断能力；提高学生的军事技能和应对突发事件的能力；增强学生的组织管理和沟通协调能力。</p>	<p>本课程的主要内容包括军事理论和军事训练。军事理论：中国国防、中国古代军事思想、中国近代军事思想、国际战略环境、我国周边环境、军事高技术、信息化战争等内容。</p> <p>军事训练：包括共同条令教育与训练、战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练，国防教育等方面的相应训练。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课</p> <p>课程学分：2学分</p> <p>开课学期：第1学期</p> <p>课程学时：32学时</p> <p>授课形式：线上学习和训练2周</p> <p>考核形式：考查</p>
12	劳动教育	<p>素质目标：树立崇尚劳动、珍惜劳动成果的劳动价值观；养成踏实肯干、忠于职守、敬业奉献的劳动精神。</p> <p>知识目标：了解劳动基本常识以及劳动安全注意事项；掌握生活中劳动工具的使用方法及基本技能要求；掌握在实践中获得从事生活劳动和生产劳动的策略和方法。</p> <p>能力目标：能进行基本的调查分析和进行劳动技术设计活动，提出设计方案的能力；具备从事生活劳动和生产劳动的能力。</p>	本课程主要内容包括劳动精神、劳模精神、工匠精神等专题教育；劳动纪律、劳动安全、劳动法规等常识教育；日常生活劳动、美化校园、寝室劳动等；校内外公益服务性劳动，校园环境秩序维护；专业实习、实训中的生产劳动和服务性劳动等。	<p>课程性质：公共基础必修课</p> <p>课程学分：1学分</p> <p>开课学期：第1-4学期</p> <p>课程学时：16学时</p> <p>授课形式：线下</p> <p>考核方式：考查</p>
13	数字素养	<p>素质目标：学生应具备数字素养意识，深刻认识到数字技术在现代社会中的广泛应用及其对个人生活、职业发展的深远影响，树立数字技术赋能社会进步的责任感和使命感。</p> <p>知识目标：了解数字技术的核心概念、发展历程及未来趋势；理解数</p>	本课程主要内容包括数字素养概述，介绍数字素养的基本概念等；数据收集与处理，详细讲解数据收集的常用方法与工具等；数字伦理与责任；讨论数字时代的	<p>课程性质：公共基础必修课</p> <p>课程学分：1学分</p> <p>开课学期：第1学期</p> <p>课程学时：16学时</p> <p>授课形式：线上</p> <p>考核形式：考查</p>

		<p>据在现代社会中的重要性及其带来的变革；掌握数字技术在各个领域（如教育、医疗、金融、制造等）的实际应用。</p> <p>能力目标：具备基本的数字操作与分析能力，能够有效完成数据的收集、整理、分析和可视化展示。熟练使用常见的数字工具和平台，并能够结合数字思维解决实际问题，展现创新思维和批判性思维的能力，提升综合解决问题的能力。</p>	<p>伦理问题，如隐私保护、数据安全与权益等；实践项目与实验：设计与课程内容相关的实验项目等。</p>	
14	国家安全教育	<p>素质目标：具有较强安全防范意识，坚定的理想信念，严格的管理意识，牢固树立安全第一的思想；具备爱党爱国、爱人爱己、爱校如家的情怀和素养。</p> <p>知识目标：了解校园安全、网络安全、交通安全、消防安全等常识及电信诈骗相关知识；了解大学生基本行为规范、校情校史、学校相关制度。</p> <p>能力目标：具备防范危险的能力；能正确理解大学生生活，快速转变身份，适应新的校园环境。</p>	<p>本课程主要内容有绪论和十个章节组成。即完整准确领会总体国家安全观；在党的领导下走好中国特色国家安全道路；更好统筹发展和安全；坚持以人民安全为宗旨；坚持以政治安全为根本；坚持以经济安全为基础；坚持以军事、科技、文化、社会安全为保障；坚持以促进国际安全为依托；筑牢其他各领域国家安全屏障；争做总体国家安全观坚定践行者。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课 课程学分：1 学分 开课学期：第 1 学期 授课学时：16 课程形式：线下 考核形式：考查</p>
15	人工智能应用基础	<p>素质目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 强化学生人工智能伦理意识，使其深刻理解数据隐私保护、算法公平等伦理规范； 2. 培养学生的创新精神与团队协作能力，引导学生树立正确的人工智能发展价值观，以负责任的态度参与人工智能技术的应用与创新 <p>知识目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解人工智能历史发展，了解智能机器人的基本结构和关键技术； 2. 熟悉贵州省重点发展领域中人工智能的应用场景与发展趋势，构建全面的知识体系； 3. 掌握自然语言处理、计算机视觉、智能语音处理等。 <p>能力目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 通过理论与实践结合，提升学生利用人工智能技术解决实际问题的能力； 2. 结合学校专业特色，培养学生在大数据技术、网络营销与直播电商等领域的实践创新能力，增强学生就业竞争力与行业适应性。 	<p>本课程涵盖人工智能的基本概念、核心算法和关键技术，深入探讨了人工智能在各个领域的应用。本课程难度适中，适合高职类所有专业学生学校，本课程包含 6 章，分别是人工智能概述、人工智能的技术基础、人工智能的研究领域、人工智能工具的应用、人工智能的应用场景，以及人工智能课程实践与设计。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课 课程学分：1 学分 开课学期：第 1 学期 授课学时：16 课程形式：线下 考核形式：考查</p>
16	创新创业教育	<p>素质目标：具备一定的创新精神和科学创业观；具备一定的创新意识；自觉遵循创业规律，积极投身创业实践，使学生具有一定的创新意识。</p> <p>知识目标：掌握开展创新、创业活</p>	<p>本课程主要内容包括创新思维开发；创新方法运用；创新成果保护与转化；创意发掘与筛选；创业机会与创业项目；创业团</p>	<p>课程性质：公共基础必修课 课程学分：1 学分 开课学期：第 4 学期</p>

		<p>动所需要的基本知识；了解主动适应国家经济社会发展需求，正确理解创业与职业生涯发展的关系；了解和分析创业团队、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目的基本知识；了解创业资源整合与创业计划撰写的方法，熟悉新企业的开办流程与管理。</p> <p>能力目标：具有在创新基础上的创业能力；具有一定的创办和管理企业的综合能力。</p>	<p>队组建；创业计划书；新企业创办与可持续发展。</p>	<p>授课学时：18学时 授课形式：线上 考核方式：考查</p>
--	--	---	-------------------------------	---

(2) 公共基础选修课程

①公共基础限选课程。主要开设信息技术、高等数学、大学语文、大学英语课程，共186学时、11学分。公共基础限选课程的教学目标、教学内容与要求如表3所示。

表3 公共基础限选课主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程目标	主要课程内容	教学要求
1	信息技术	<p>素质目标：增强信息意识，具有团队协作精神，善于与他人合作、共享信息，实现信息的更大价值；提升计算思维，具备独立思考 and 主动探究能力；养成数字化学习与实践创新的习惯，开展自主学习、协同工作、知识分享与创新创业实践，形成可持续发展能力；具备信息社会责任，信守信息社会的道德与伦理准则，践行社会主义核心价值观，成为信息社会的合格公民。</p> <p>知识目标：了解现代社会信息技术发展趋势，了解大数据、人工智能、物联网等新兴信息技术；理解信息社会特征并遵循信息社会规范；掌握文档的基本编辑、图片的插入和编辑、表格的插入和编辑、样式与模板的创建和使用、多人协同编辑文档等操作；熟悉工作表和工作簿操作、公式和函数的使用、图表分析展示数据、数据处理等操作；掌握演示文稿制作、动画设计、母版制作和使用、演示文稿放映和导出等内容。</p> <p>能力目标：能定制计算机系统环境，完成图文混排文档、表格、样式与模板、多人协同编辑文档等操作；能使用Excel电子表格公式和函数进行计算、数据管理、图表分析展示等；能制作图文并茂、富有感染力的演示文稿，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题；会使用搜索引擎、专用平台快速</p>	<p>操作系统应用；Word文档的格式设置与编排；Word图文混排文档制作；Word表格制作；Word样式与模板的创建和使用；多人协同编辑文档；Excel工作表的格式化；Excel公式和函数；Excel数据管理；Excel图表制作；PowerPoint演示文稿制作；新一代信息技术；信息检索；信息素养与社会责任。</p>	<p>课程性质：公共基础选修课 课程学分：3学分 开课学期：第2学期 授课学时：54学时 授课形式：线下 考核方式：考查</p>

		获取有效信息。具有信息加工处理能力，具有自主、开放的学习能力，具备较强的信息安全意识与防护能力。		
2	高等数学	通过学习，使学生了解函数、极限基本概念，理解微分与积分之间的关系，理解微积分的基本性质和定理，掌握简单的积分方法，具备相关运算（极限运算、微分运算和积分运算）能力和解决实际问题能力，具有刻苦钻研、认真细致、勇于攻坚的工作作风，分工协作的团队精神，吃苦耐劳的品质，具有一定的科学素养和数学素养。	本课程主要内容包括基本初等函数的概念性质；一元函数的极限与连续；一元函数微分学及其应用；一元函数积分初步知识；数学软件的应用。	课程性质： 公共基础选修课 课程学分： 2 学分 开课学期： 第 1 学期 授课学时： 32 学时 授课形式： 线下 考核方式： 考试
3	大学英语	职场涉外沟通目标： 掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能，能够识别、运用恰当的体态语言和多媒体手段，根据语境运用合适的策略，理解和表达口头和书面话语的意义，有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务。在沟通中善于倾听与协商，尊重他人，具有同理心与同情心；践行爱国、敬业、诚信、友善等价值观。 多元文化交流目标： 能够通过英语学习获得多元文化知识，理解文化内涵，汲取文化精华，树立中华民族共同体意识和人类命运共同体意识，形成正确的世界观、人生观、价值观；通过文化比较加深对中华文化的理解，继承中华优秀传统文化，增强文化自信；坚持中国立场，具有国际视野，能用英语讲述中国故事、传播中华文化；掌握必要的跨文化知识，具备跨文化技能，秉持平等、包容、开放的态度，能够有效完成跨文化沟通任务。 语言思维提升目标： 通过分析英语口头和书面话语，能够辨析语言和文化中的具体现象，了解抽象与概括、分析与综合、比较与分类等思维方法，辨别中英两种语言思维方式的异同，具有一定的逻辑、思辨和创新思维水平。锤炼尊重事实、谨慎判断、公正评价、善于探究的思维品格。 自主学习完善目标： 认识英语学习的意义，树立正确的英语学习观，具有	本课程专业内容包括情景交际主题：日常交际：涵盖问候与介绍、致谢与致歉、旅游、问路、预约、天气与气候、健康与安全职场交际：涵盖住宿服务、饮食文化、旅游日程、网络与交际、邀请礼仪、工作申请。 语言知识： 词汇：3000 个英语 A 级基本词汇；语法：词性、时态、语态、句子结构等；语篇：体裁特点、篇章结构、修辞手段、阅读技巧；语用知识：正式和非正式用语、礼貌委婉的表达方式 情景交际训练： 对话，图表描述，主题演讲，主题辩论 应用文写作训练： 信件，邮件，广告，通知，海报。	课程性质： 公共基础选修课 课程学分： 4 学分 开课学期： 第 1-2 学期 授课学时： 68 学时 授课形式： 线下 考核方式： 考试

		明确的英语学习目标，能够有效规划学习时间和学习任务，运用恰当的英语学习策略，制订学习计划、选择学习资源、监控学习过程、评价学习效果。能根据升学、就业等需要，采取恰当的方式方法，运用英语进行终身学习。		
4	大学语文	<p>素养目标：养成实事求是、崇尚真知的科学态度和谦让、诚信、刚毅的品格，形成豁达、乐观、积极的人生态度；汲取仁人志士的智慧、襟怀和品质，具有仁爱、孝悌、向善、进取的人文情怀；培育学生的职业素养、创新批判性思维和工匠精神；弘扬爱国主义为核心的民族精神和自主创新为核心的时代精神，树立正确的世界观、人生观、价值观。</p> <p>知识目标：学习古今中外的名家名作，了解文化的多样性、丰富性，尤其是了解并继承中华民族的优秀文化传统；了解一些基本的文学常识，特别是诗歌、散文、小说、戏剧四种主要文体特点及发展简况；了解中外文学发展基本概况，尤其是课文所涉及的重要作家作品；建立宏观的文学史体系，对中华优秀传统文化有一个全面立体的了解。</p> <p>能力目标：积累一定汉语知识，具有良好的阅读习惯和较强的母语驾驭能力，能够正确地理解和运用祖国语言文字进行表达和交流；具有较高的审美鉴赏能力，能够运用文学知识阅读、欣赏文章与作品，能够正确描述、评价文学现象，准确抒发对自然、社会、人生的感受；具有时代必须的信息素养，能够应用现代信息技术和传播媒介收集、处理相关信息；具有较强的观察能力，思辨能力，解决问题能力和创新思维能力，能够运用语文知识和专业知识，结合专业学习要求策划、组织和实施语文实践活动。</p>	诗歌；散文；小说；戏剧；口语表达；应用写作。	<p>课程性质：公共基础选修课</p> <p>课程学分：2 学分</p> <p>开课学期：第 1 学期</p> <p>授课学时：32 学时</p> <p>授课形式：线下</p> <p>考核方式：考查</p>

②公共基础任选课程。公共基础任选课由线上任选课程和线下任选课程构成。线上任选课程学生可从智慧树等线上学习平台选择学习，课程目录见校院两级线上课程开设清单；线下任选课程由校团委牵头，各职能部门、二级学院协助，学生须达到 60 分，才能获得 4 学分。认定标准详见附件 2。各专业学生在 1-4 学期必须修满 8 学分，其中线上、线下任选课程学分分别不少于 4 学分。

2. 专业课程

(1) 专业基础课程

主要开设电子商务基础、市场营销、零售基础、电子商务法律法规、财税基础、商务数据分析与应用、选品与采购、图像采集与处理课程，共 334 学时、19 学分。专业基础课程的教学目标、教学内容与要求如表 4 所示。

表 4 专业基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程目标	主要课程内容	教学要求
1	电子商务基础	<p>素养目标：具备快速跟上电商发展思维的能力，具备基本的互联网思维的能力，具有国际化视野和基本的创新精神及创业意识；树立职业责任感，培养劳动精神、奋斗精神、奉献精神、创造精神、勤俭节约精神；通过学习电子商务相关法律和技术，使学生树立起法律意识，主动学习法律知识，掌握在网络信息时代增强网络安全、预防网络诈骗的能力。培养学生增强环保意识，倡导网购商品包装的分类处理，践行绿色生活。</p> <p>知识目标：明晰电子商务基本概念与主要分类；掌握 B2B 电子商务、B2C 电子商务、C2C 电子商务、O2O 电子商务等电子商务主要商业模式及其电商代表平台，了解快速发展的电子商务新兴产业动态；知晓电子商务的标准、电子商务相关法律法规、电子商务支付、电子商务物流等基础知识，理解电子商务的技术安全及风险。掌握电子商务理论与方法，能够理论与实践紧密结合，解决实际问题。</p> <p>能力目标：能够从招聘网站了解电子商务相关岗位，明确就业方向；具备独立自主地获取电子商务相关知识的学习能力，学会运用电子邮箱 App 发送营销信息；能够在第三方电子商务平台开设店铺；能够利用网络工具或网站制作网络市场调研问卷，以及利用直播平台开展网络营销活动。</p>	走进电子商务；电子商务技术基础；网络零售；新零售；B2B 电子商务；跨境电商；网络营销；电子商务安全；电子支付；电子商务物流及配送；客户关系管理；移动电商等。	<p>课程性质：专业基础必修课</p> <p>课程学分：2 学分</p> <p>开课学期：第 1 学期</p> <p>课程学时：32 学时</p> <p>授课形式：线上线下混合式</p> <p>考核形式：考试</p>
2	市场营销	<p>素养目标：具备良好的职业道德与职业素养，在市场营销活动中遵循诚实守信、公平竞争等原则；塑造团队协作精神，使其能够与不同性格、背景的团队有效沟通；提升学生的创新思维能力，敢于突破传统营销模式，在面对多变的市场环境时，能提出新颖的营销创意与解决方案；增强学生的抗压能力与挫折应对</p>	认知市场营销；战略规划与市场营销管理；市场营销环境分析与评价；市场营销调研；市场购买行为分析；目标市场营销战略决策；市场竞争战略决策；产品策略决策；价格策略决策；分销渠道策略决	<p>课程性质：专业基础必修课</p> <p>课程学分：2 学分</p> <p>开课学期：第 1 学期</p> <p>课程学时：32 学时</p> <p>授课形式：线下</p> <p>考核形式：考试</p>

		<p>能力，市场营销工作面临诸多挑战，如客户拒绝、业绩压力等。</p> <p>知识目标：理解市场营销的基本概念、核心理论，包括4P、4C等理论框架，理解各要素内涵及相互关系；熟知各类产品的营销策略，如实体产品、服务产品在产品生命周期不同阶段的推广、改进策略，以及品牌建设、维护与拓展的知识要点；学习促销策略组合，熟悉广告、销售促进、公共关系、人员推销等促销方式的特点、适用场景，能灵活运用促销手段提升产品销量与知名度；掌握营销渠道的类型、选择与管理知识，清楚直接渠道、间接渠道的优缺点。</p> <p>能力目标：能够独立设计调研问卷，组织实施市场调研活动，运用统计软件或工具对调研数据进行整理、分析，撰写规范且具有参考价值的市场调研报告；依据市场调研结果、企业资源与目标，策划完整的营销方案，涵盖产品定位、价格策略、渠道拓展、促销活动设计等，确保方案具有可行性、创新性与实效性；熟练运用沟通技巧与客户建立良好联系，挖掘客户需求，提供个性化解决方案，妥善处理客户投诉与异议，通过优质服务维系长期稳定的客户关系等。</p>	<p>策；促销策略决策；市场营销计划、组织、执行与控制等。</p>	
3	零售基础	<p>素养目标：培养创新思维，勇于尝试新方法新技术，以适应快速变化的零售市场环境；树立终身学习的观念，关注行业动态，不断学习新知识、新技能，提升个人竞争力；强调职业道德的重要性，培养学生的责任感，确保在工作中遵守法律法规，维护消费者权益；关注零售市场的发展趋势，培养跨文化交流能力，为未来升学或就业打好基础。</p> <p>知识目标：理解零售的基本概念、历史演变过程及不同零售业态的特点与区别；知晓国家标准（GB/T18106—2021）中零售的分类；掌握零售轮转理论、手风琴理论等业态演变规律，熟悉消费者需求分析（马斯洛需求层次）与市场细分方法；理解商圈分析、商品结构优化（主力商品/滞销品管理）、供应链类型（制造链与零售链差异）及新零售技术应用场景；理解零售渠道的类型、特点及其选择依据，掌握供应链管理的基本概念；掌握市场营销组合理论，知晓零售行业的伦理规范与社会责任。</p>	<p>零售概论；零售业态；零售企业经营环境；零售企业经营战略；商圈分析与选址分析；零售组织；商店布局与商品陈列；零售企业商品规划；零售定价；零售促销；零售服务等。</p>	<p>课程性质：专业基础必修课 课程学分：2学分 开课学期：第2学期 课程学时：36学时 授课形式：线下 考核形式：考试</p>

		<p>能力目标：能够运用零售市场调研工具和方法，收集并分析消费者数据，为零售策略制定提供依据；掌握零售商店选址原则、分析零售商圈特点、设计零售店铺商品布局方案、掌握商品陈列方法且制定促销方案等。</p>		
4	电子商务法律法规	<p>素养目标：培养严谨的法律思维与职业道德素养，使其在电子商务领域工作时，能坚守法律底线，秉持公正、诚信原则处理各类事务；提升其自主学习与自我管理能力，以应对不断更新变化的电商法律法规环境，养成持续学习新知识的习惯；增强团队协作精神与沟通能力，在涉及电商法律纠纷案例研讨、项目实践等活动中，学会与他人有效交流、分工合作，共同解决复杂问题。</p> <p>知识目标：知晓电商平台运营相关法律知识，涵盖平台的责任与义务、信息保护、产权保护、不正当竞争规制等多方面内容；熟悉各类电子商务交易模式涉及的法律法规，如 B2B、B2C、C2C 下的合同订立、履行、变更与解除规则，电子签名、电子认证的法律规定等；掌握电子商务法的基础理论知识，包括立法背景、目的、基本原则等，明晰电商法在法律体系中的地位与作用。</p> <p>能力目标：拥有法律分析与应用能力，能够针对电商实际业务场景，识别其中存在的法律问题，运用所学法规知识进行深入分析，提出合理合法的解决方案；熟练掌握电商法律检索与研究能力，学会利用专业数据库、法规库快速查找所需法律法规及案例资料，为解决实际法律问题提供有力支撑，并能对检索结果进行整理、归纳与总结。</p>	<p>电子商务法律法规认知；电子商务交易的法律法规；数据电文和电子签名及电子认证的法律法规；电子合同的法律法规；网络支付结算的法律法规；互联网广告的法律法规；跨境电子商务的法律法规；电子商务知识产权的法律法规；电子商务消费者权益保护的法律法规等。</p>	<p>课程性质：专业基础必修课 课程学分：2 学分 开课学期：第 2 学期 课程学时：36 学时 授课形式：线上线下混合式 考核形式：考试</p>
5	财税基础	<p>素质目标：树立电商会计职业道德观念，遵守电商会计职业道德规范，如客观公正、诚实守信、保守秘密等；认识到电商会计工作的社会责任，理解电商会计信息对企业经营、投资者决策以及社会经济秩序的重要性；通过电商会计分录的编制和财务报表的编制过程，培养严密的逻辑思维能力；电商会计领域的知识和技能不断更新换代，培养学生持续学习的习惯，关注电商会计领域的最新动态和前沿技术。</p> <p>知识目标：掌握电商会计的基本概念、原理和准则，包括电商会计要素、电商会计等式等；掌握电商会计核算方法，包括电商企</p>	<p>电子商务企业财税工作认知；电商企业会计对象认知；电商企业借贷记账法认知；电商企业财税业务处理；电商企业账务处理程序；电商企业财务报表编制分析；电商企业税务报表编制与分析等。</p>	<p>课程性质：专业基础必修课 课程学分：3 学分 开课学期：第 3 学期 课程学时：54 学时 授课形式：线下 考核形式：考试</p>

		<p>业会计科目、电商企业会计账户设置，借贷记账法的规则，电商会计凭证、电商会计账簿的登记等；理解电商企业财税报表（如资产负债表、利润表、现金流量表）的编制原理和作用。</p> <p>能力目标：具备基本的电商会计分录编制能力，能够准确记录企业经济业务；面对日常经济业务时，能够运用电商会计知识进行分析、判断和决策的能力；培养解决电商会计实务中问题的能力，包括识别电商会计差错、调整账目等。</p>		
6	商务数据分析与应用	<p>素养目标：恪守电子商务法及数据安全法等法律法规的底线意识，建立对敏感商业数据的保密自觉性与职业道德责任感；形成科学严谨的数据价值观，在数据采集、处理、应用全流程中坚守真实性与客观性原则；具备对异常数据、误导性信息的批判性判断能力，强化数据安全防护意识，并能在跨部门协作中践行合规化数据共享准则。</p> <p>知识目标：掌握商务数据化运营的核心概念与业务逻辑，包括数据驱动决策的价值链模型；熟练认知主流数据采集工具（如生意参谋、Google Analytics、爬虫工具）的适用场景与功能边界；深度理解市场数据分析（行业趋势/竞争格局）、运营数据分析（流量转化/用户行为）、产品数据分析（爆款特征/生命周期）的方法论框架；掌握数据清洗、可视化（图表类型选择）及基础统计模型（如RFM用户分层）的应用原理；熟知电商平台数据合规要求（如用户隐私脱敏规范）。</p> <p>能力目标：能够完成多维度商务数据分析全流程，包括数据采集能力（根据业务需求配置采集工具参数，合法获取平台数据及外部市场数据）；分析诊断能力（运用对比分析、漏斗分析等方法定位运营问题（如流量转化瓶颈），产出可视化诊断报告）；决策支持能力（基于数据结论制定营销策略（如精准促销方案）、优化产品结构（SKU汰换建议））。</p>	商务数据分析的基础；商务数据分析工作流程；数据分析方法与工具；商务运营分析；商品销售分析；营销活动分析；经营环境分析；客户分析等。	<p>课程性质：专业基础必修课</p> <p>课程学分：3学分</p> <p>开课学期：第3学期</p> <p>课程学时：54学时</p> <p>授课形式：线上线下混合式</p> <p>考核形式：考查</p>
7	选品与采购	<p>素养目标：具备高度的责任心、职业道德和团队协作精神，能够在选品与采购工作中保持诚信、公正和专业的态度；培养学生敏锐的市场洞察力，能够准确把握市场需求和消费者喜好，为企业产品选择提供有力支持。</p> <p>知识目标：理解选品与采购的定</p>	分解商品构成；分析商品品质；移动端商品发展趋势；品类划分认知；品类划分方法；品类划分标志；移动端商品编码；商品质量基本要求；影响商品质量的因素；	<p>课程性质：专业基础必修课</p> <p>课程学分：2学分</p> <p>开课学期：第2学期</p> <p>课程学时：36学时</p> <p>授课形式：线下</p>

		义、原则及其在商业运作中的重要性；知晓当前市场的产品趋势、消费者喜好以及竞争对手的情况，为企业的产品选择提供参考；理解与选品与采购相关的法律法规，如合同法、产品质量法等，确保在采购过程中合法合规；掌握选品与采购的基本流程，包括市场调研、供应商选择、合同签订、订单管理、质量检验等环节。 能力目标： 能够根据市场需求、消费者喜好以及企业定位，准确选择适合的产品；掌握与供应商沟通、谈判的技巧；能够以合理的价格获取高质量的产品；具备对市场趋势、消费者需求进行准确分析的能力，为企业的产品选择和采购策略提供数据支持。	商品质量检验方法；质量品级评定与质量监督；包装材料与包装容器；产品包装设计与包装技术；包装标识；控制商品储运期间的质量变化；商品养护等。	考核形式： 考查
8	图像采集与处理	素养目标： 具备商品视觉呈现的职业敏感度与审美判断力，遵守商业摄影的职业道德与版权规范，理解真实、诚信的图像表达对电商消费者决策的重要性，形成严谨细致的工作态度与团队协作意识，能够在拍摄与后期环节中贯彻品牌调性统一性。 知识目标： 掌握相机及辅助设备的核心参数与商品拍摄的关联逻辑；理解自然光与人造光在材质表现中的布光原理；认知常见电商平台对主图、详情页图像的尺寸、比例、画质等规范性要求；熟悉色彩管理基础与构图法则在商品突出中的应用；知晓图像后期处理软件的核心功能。 能力目标： 能够独立操作相机完成不同材质商品的精准曝光与清晰对焦；能设计基础布光方案以突出商品质感并避免反光瑕疵；能运用构图技巧拍摄符合电商场景的主图、细节图及场景图；能熟练运用后期软件进行商品图像校色、瑕疵修复、背景净化，实现主体突出且风格统一的视觉效果；能根据不同电商平台要求输出合规且高质量图像文件。	商品摄影基础（光圈/快门/ISO 协同控制曝光、白平衡与色彩还原、镜头焦距与景深对商品表现的影响、单反/微单相机操作训练、基础布光设备搭建）；电商视觉构图与拍摄（电商平台图像规范、构图法则、场景化拍摄逻辑）；图像后期精修；数据化图像优化等。	课程性质： 专业基础必修课 课程学分： 3 学分 开课学期： 第 2 学期 课程学时： 54 学时 授课形式： 线上线下混合式 考核形式： 考查

（2）专业核心课程

专业核心课程主要开设营销渠道运维、市场策划、内容策划与编辑、新媒体运营、直播营销、网络推广、客户服务与管理、视频拍摄与剪辑课程，共 540 学时、30 学分。专业核心课程的教学目标、教学内容与要求如表 5 所示。

表 5 专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求	教学要求
----	------	------	-----------	------

1	营销渠道运 维	<p>素养目标：具备诚实守信、敬业爱岗、团队合作、吃苦耐劳的职业道德品质，在营销渠道运维工作中坚守职业操守，不从事不正当竞争行为，维护企业和客户的合法权益；树立正确的价值观，注重客户需求和满意度，以服务意识为导向，致力于为企业创造长期稳定的价值，同时具备社会责任感，关注行业发展与社会经济的相互影响。</p> <p>知识目标：理解营销渠道的概念、功能、类型和结构，掌握营销渠道在企业营销战略中的地位和作用，理解营销渠道与其他营销要素之间的相互关系，能够运用营销渠道理论分析企业的营销渠道现状和问题；熟悉营销渠道成员构成和特点，包括供应商、制造商、批发商、零售商、物流商、消费者等，掌握各渠道成员的角色和职责，了解渠道成员之间的合作与冲突关系及其产生的原因，学会运用渠道管理策略协调渠道成员之间的利益关系，实现渠道的整体目标。</p> <p>能力目标：能够运用市场调研方法收集和分析目标市场的信息，包括消费者需求、竞争对手渠道策略、市场潜力等，为营销渠道的设计提供依据；具备寻找和筛选潜在渠道合作伙伴的能力，能够通过多种渠道资源获取潜在渠道成员的信息，运用渠道成员评估标准对其进行综合评估，选择与企业发展相匹配的合作伙伴。</p>	渠道认知、渠道设计、渠道开发与管 理、终端认知、终端 选址、终端促销、终 端销售团队建设等。	<p>课程性质：专业基础必修课 课程学分：4学分 开课学期：第4学期 课程学时：72学时 授课形式：线上线 下混合式 考核形式：考试</p>
2	市场策划	<p>素养目标：具备创新思维与问题解决能力，使其在市场策划中敢于创新并解决复杂问题；强化团队协作与沟通能力，能在团队及内外合作中有效交流；树立职业道德与责任感，确保策划合法公正且具社会效益；提升自主学习与信息素养，养成关注行业动态及分析信息的习惯；锻炼抗压与应变能力，从容应对策划工作中的挑战与变化。</p> <p>知识目标：掌握市场策划基础理论、流程及规范；学会市场环境（宏微观）分析方法，识别机会威胁；了解消费者行为，用于市场细分与定位；熟悉产品与品牌策划，提升产品竞争力和品牌价值；掌握价格与渠道策划知识，制定合理价格体系与渠道方案；明晰促销与整合营销传播手段，制定有效传播策略并评估优化。</p> <p>能力目标：具备市场调研与数据分析能力，设计方案收集分析数</p>	市场策划基础、营业 推广策划、节日活动 策划、产品广告策 划、新品上市活动策 划、公共关系主题活 动策划、企业形象策 划等。	<p>课程性质：专业基础必修课 课程学分：4学分 开课学期：第2学期 课程学时：72学时 授课形式：线上线 下混合式 考核形式：考试</p>

		据；能撰写完整规范、创新可行的策划方案并展示汇报；拥有营销创意与策略制定能力，提出新颖策略组合；可执行并监控策划方案，解决问题并依效果调整优化。		
3	内容策划与编辑	<p>素养目标：具备敏锐的信息感知与筛选能力，树立正确价值观，确保内容积极健康、符合社会主流；提升审美素养，能够设计出具有吸引力的内容排版与视觉效果；强化团队协作精神，在内容策划与编辑项目中与文案、设计、技术等人员高效配合；增强责任心与时间管理能力，严格遵守内容发布的时间节点和质量要求，面对复杂多变的内容创作环境，保持学习热情与创新意识。</p> <p>知识目标：掌握内容策划的基础理论，包括目标受众定位、传播目标设定、主题选择与创意构思等；熟悉各类内容的写作风格与规范，了解不同平台的内容特点与要求；掌握内容编辑的技巧，如文字润色、逻辑结构优化、信息整合等；学习多媒体元素在内容创作中的运用及版权知识；掌握数据分析方法，能够通过数据评估内容效果，如阅读量、点赞数、转化率等，知晓前沿的内容创作理念与技术应用。</p> <p>能力目标：能够完成内容策划方案，精准定位受众需求，设计独特新颖的主题与创意，根据不同平台特性撰写并编辑适配的内容；熟练运用多媒体工具进行内容的多样化呈现，对内容进行有效的审核与校对；具备数据分析能力，根据数据反馈优化内容策略，提升内容质量与传播效果，能够灵活调整内容方向与形式，以适应市场变化与受众喜好的。</p>	初识内容编辑、内容策划、文案写作、图片编辑与制、视频拍摄与制作、直播内容写作、内容传播与数据分析和优化、综合实训等。	<p>课程性质：专业基础必修课</p> <p>课程学分：4学分</p> <p>开课学期：第3学期</p> <p>课程学时：72学时</p> <p>授课形式：线上线下一混合式</p> <p>考核形式：考试</p>
4	新媒体运营	<p>素质目标：具备敏锐捕捉新媒体热点与趋势能力，树立正确价值观，确保传播内容积极健康，富有社会责任感；强化团队协作精神，在新媒体项目中与文案、设计、技术等人员紧密配合；培养自主学习能力和良好的时间管理、抗压能力，适应新媒体行业快节奏与高强度工作。</p> <p>知识目标：掌握新媒体平台的类型、特点与规则，熟悉微信、微博、抖音等主流平台的运营机制。了解新媒体受众的特征、行为与需求分析方法；掌握新媒体内容策划、创作与编辑的技巧，包括文案撰写、视频制作、图文设计等；学会新媒体营销推广的</p>	新媒体行业发展认知；新媒体营销策划；新媒体工具与内容采编；新媒体文案创作与内容运营；AIGC创作的核心技巧与核心工具；新媒体平台日常运营和管理；新媒体信息流广告营销；构建新媒体运营矩阵等。	<p>课程性质：专业基础必修课</p> <p>课程学分：4学分</p> <p>开课学期：第4学期</p> <p>课程学时：72学时</p> <p>授课形式：线上线下一混合式</p> <p>考核形式：考试</p>

		<p>策略与方法，如社交媒体广告投放、粉丝运营与互动等。</p> <p>能力目标：能够独立搭建并运营新媒体账号，制定合理的运营规划与目标，精准定位目标受众，创作优质、有吸引力的内容；熟练运用新媒体工具进行内容编辑与发布；具备开展新媒体营销活动的的能力，能运用多种推广手段提升账号的知名度、影响力与粉丝量，通过数据分析评估运营效果，精准优化运营策略，实现粉丝增长、用户留存与转化的目的，维护品牌形象与用户关系。</p>		
5	直播营销	<p>素养目标：树立正确的价值观，增强社会责任感，培养严谨的工作作风；具备良好的沟通能力、团队协作能力、抗压能力和自我调节能力；具有勇于创新、吃苦耐劳、乐于奉献、爱岗敬业的精神和健康的身心素质；通过小组项目和讨论，增强学生的团队协作能力和沟通技巧，同时强调平等、尊重和包容的价值观。</p> <p>知识目标：掌握直播营销的基本概念、原理和技术，了解直播平台的选择标准、账号定位设计、团队构建、主播打造、策划与筹备、商品规划、引流预告、营销管理等内容；理解当前直播营销的产业链结构、面临的挑战和发展趋势。</p> <p>能力目标：能够完成完整的直播营销活动，包括直播前的策划筹备、直播中的主持控场和直播后的数据分析与总结；掌握直播营销的核心技能，如流量获取与管理、话术设计、用户管理、数据分析等；掌握直播互动技巧，与观众进行实时、有效的沟通和互动，提高粉丝的粘性和活跃度。</p>	认识直播和直播营销；直播营销的平台选择；直播营销团队构建；直播营销的主播打造；直播营销的策划与筹备；直播营销的商品规划；直播前的引流预告；直播间的营销管理；直播营销的经典案例分析等。	<p>课程性质：专业基础必修课</p> <p>课程学分：4学分</p> <p>开课学期：第3学期</p> <p>课程学时：72学时</p> <p>授课形式：线上线下混合式</p> <p>考核形式：考试</p>
6	网络推广	<p>素质目标：具备良好的职业道德与素养，在网络推广中遵循法律法规和道德准则，确保推广内容真实可靠；强化团队协作精神，能与技术、设计、文案等人员协同完成推广任务，提升沟通交流能力；并且在面对复杂多变的网络推广场景时的抗压能力和应变能力，保持积极乐观的心态应对各种挑战和困难。</p> <p>知识目标：掌握网络推广的基础理论；了解常见的网络推广模式及其优势和适用范围；熟悉网络营销环境的构成要素，掌握网络市场调研方法和数据分析技巧，以便精准定位目标客户群体和市场机会；熟知各类网络推广工具的操作方法和应用规则，以及网</p>	认识网络营销；制定网络营销战略；感悟网络营销策略；搜索引擎营销；社会化媒体营销；视频营销及直播营销；网络广告营销；网络营销策划认知；网络推广策划；产品营销策划；品牌营销策划；全媒体时代的舆情管理和危机公关等。	<p>课程性质：专业基础必修课</p> <p>课程学分：4学分</p> <p>开课学期：第4学期</p> <p>课程学时：72学时</p> <p>授课形式：线上线下混合式</p> <p>考核形式：考试</p>

		<p>络广告的设计、投放策略和效果评估方法；掌握网络推广策略制定的原则和流程，确保网络推广活动的科学性和有效性。</p> <p>能力目标：能够独立策划网络推广方案，根据企业需求和市场情况，精准选择推广模式和工具，合理安排推广流程和时间节点，撰写具有吸引力的推广文案和创意内容；具备熟练操作各种网络推广工具的能力，精准投放广告，高效运营社媒账号，实现电邮精准营销等；能对网络推广效果进行监测和评估，通过数据分析准确判断推广活动的成效，及时发现问题并优化推广策略，提高推广活动的投资回报率。</p>		
7	客户服务与管理	<p>素质目标：树立良好的服务意识与职业操守，具备耐心、细心、责任心和亲和力；强化团队协作精神，学会与各部门协同处理客户问题，提升沟通表达与应变能力，以应对各类客户诉求和突发状况；具备自主学习意识，持续更新客户服务知识与技能，适应行业发展需求。</p> <p>知识目标：掌握客户服务的基本理论，包括客户关系管理概念、客户生命周期、客户价值等，熟悉常见的客户服务渠道及特点，如电话、在线客服、社交媒体客服等；了解客户心理与行为分析方法，掌握沟通技巧与话术设计原则，熟知客户投诉处理流程与技巧，以及客户满意度调查与评估方法，学习客户数据管理与分析知识，通过数据洞察客户需求和效果，掌握客户忠诚度培养策略和方法，了解电商平台规则与政策对客户服务的的影响。</p> <p>能力目标：能够处理客户咨询、投诉与售后问题，运用恰当的沟通技巧和话术化解客户不满，提升客户满意度；熟练操作客户服务工具与系统，精准分析客户数据，为营销决策提供支持；能够根据客户反馈优化服务流程和产品质量；具备团队协作与协调能力，提升整体服务水平。</p>	<p>客户价值识别、客户数据标签体系构建（消费频次/客单价/忠诚度）、全渠道沟通策略（智能客服/社群运营）；结合会员等级设计与精准营销（优惠券定向投放），植入服务场景话术设计（投诉处理/复购引导）及客户生命周期管理（引流-留存-裂变）；同步强化数据隐私合规意识与SCRM系统工具实操，通过满意度分析与流失预警优化服务流程等。</p>	<p>课程性质：专业基础必修课 课程学分：2学分 开课学期：第2学期 课程学时：36学时 授课形式：线上线下混合式 考核形式：考试</p>
8	视频拍摄与剪辑	<p>素质目标：培养学生的创新思维与审美能力，使其能够在短视频创作中展现独特的视角和艺术风格，提升作品的吸引力与感染力；塑造学生的团队协作精神，通过小组项目实践，让学生学会与不同性格、专业背景的人有效沟通、分工合作，共同完成高质量的短视频作品；提升学生的自主学习与问题解决能力，面对不</p>	<p>主要学习短视频入门基础；短视频拍摄基础；剪映剪辑基础；剪映剪辑的进阶操作；Premiere剪辑基础；图文类短视频实战；主题类短视频实战；Vlog类短视频实战；AIGC视频创作；综合实战等。</p>	<p>课程性质：专业基础必修课 课程学分：4学分 开课学期：第3学期 课程学时：72学时 授课形式：线上线下混合式 考核形式：考试</p>

		<p>断更新的短视频技术和潮流，鼓励学生主动探索新知识、新技巧。</p> <p>知识目标：知晓短视频平台的规则与算法，掌握视频标题、标签、封面设计的优化方法，懂得如何利用数据分析提升视频的曝光度与传播效果；学会短视频剪辑的理论知识，熟悉主流剪辑软件的界面布局、功能模块，掌握剪辑的基本流程、剪辑技巧、蒙太奇手法的运用、镜头组接原则；掌握短视频拍摄的基础知识，包括摄影器材的选型、参数设置与基本操作，了解不同拍摄场景下的光线运用原理；掌握短视频脚本撰写的知识要点，明确脚本的结构、类型，学会根据不同的主题和受众需求创作创意十足、逻辑清晰的脚本。</p> <p>能力目标：具备熟练操作短视频拍摄设备的能力，能够根据拍摄需求灵活调整相机或手机的参数，熟练运用稳定器、三脚架等辅助器材实现稳定、流畅的拍摄效果；熟练掌握短视频剪辑技能，运用所学剪辑软件，高效完成素材剪辑、音频处理、字幕制作、特效添加等工作，制作出节奏合理、画面精美的短视频成品；能够运用所学运营推广知识，制定适合短视频作品的发布策略，根据不同短视频平台的特点，优化作品发布细节，分析作品数据反馈。</p>		
--	--	---	--	--

(3) 专业拓展课程

专业拓展课程主要开设主播素养、智慧商业、商务礼仪与沟通、消费者行为分析课程，共 144 学时、8 学分。专业拓展课程的教学目标、教学内容与要求如表 6 所示。

表 6 专业拓展课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程目标	主要课程内容	教学要求
1	主播素养	<p>素养目标：培养学生具备高度的主播职业道德认知，树立诚信、守法、责任意识；自觉塑造积极、专业、健康的职业形象，传递正能量；主动修炼广博的文化底蕴与审美素养，提升内容价值；具备强烈的团队协作精神和服务意识，尊重多元文化，能在直播电商实践中展现良好的职业风范与综合素养。</p> <p>知识目标：掌握主播职业道德规范、法律法规及行业准则的核心内容；理解主播职业形象的构成</p>	<p>主播职业道德认知；塑造主播职业形象；修炼主播文化底蕴；培养主播沟通技能；提升主播营销素养；培养主播团队意识等。</p>	<p>课程性质：专业基础选修课</p> <p>课程学分：2 学分</p> <p>开课学期：第 4 学期</p> <p>课程学时：36 学时</p> <p>授课形式：线上线下混合式</p> <p>考核形式：考查</p>

		<p>要素及其塑造原理与方法；了解提升文化底蕴所需的基础知识及其在直播中的应用价值；掌握有效沟通的理论模型与技巧要点；理解直播营销的本质、消费者心理、产品知识、营销策略及数据分析基础。</p> <p>能力目标：能够根据直播场景与产品特性，熟练塑造并展现符合要求的专业职业形象；能够运用清晰、流畅、富有感染力的语言及非语言沟通技巧，有效进行信息传递、观众互动、氛围营造与突发状况应对。</p>		
2	智慧商业	<p>素养目标：培养学生对智慧商业伦理的认知，恪守数据安全与用户隐私保护底线；树立技术赋能商业的创新意识，主动探索物联网、AI 等技术与营销场景的融合路径；理解智慧商业生态中“人-货-场-数”的协同逻辑；培育数字化服务精神，以用户为中心优化购物全流程体验；形成对智慧商业技术发展的敏感度，关注新技术对零售业态的重塑趋势。</p> <p>知识目标：掌握智慧商业的核心技术框架（物联网、RFID、传感器网络、视频分析、定位技术）及其在零售场景中的作用原理；理解智慧商城五大应用模块（商品数字化管理、沉浸式购物体验、环境智能监控、无人结算系统、智能配送网络）运作机制；知晓主流智慧商业平台的功能架构与数据流逻辑；认知智慧商业在乡村振兴、老字号转型等场景中的创新模式。</p> <p>能力目标：通过对本课程知识的学习，进一步理解智慧商业在实体零售及其网络零售中的推广和运用，并将其迁移到相关课程的学习中，以拓展技术在零售行业运用的视野。</p>	智慧商业技术基础（技术认知、智慧商业中台数据看板解读）；智慧商城应用（商品全链路、场景化购物、智能运维与决策）；行业创新项目等。	<p>课程性质：专业基础选修课</p> <p>课程学分：2 学分</p> <p>开课学期：第 4 学期</p> <p>课程学时：36 学时</p> <p>授课形式：线上线下混合式</p> <p>考核形式：考查</p>
3	商务礼仪与沟通	<p>素养目标：具备强烈的尊重意识、自律精神与职业责任感，恪守诚信、守时、得体的商务交往原则；自觉塑造专业、自信、符合场合要求的个人形象，展现良好的职业风范；树立平等、包容、理解的服务心态，尊重多元文化与个体差异，在商务沟通中展现真诚、友善与同理心，建立积极的职业关系。</p> <p>知识目标：理解商务礼仪的核心价值、基本原则及其在塑造职业形象、促进商业成功中的作用；掌握个人形象礼仪规范在不同商务场景下的具体要求与禁忌；熟悉商务交往各环节的标准化礼仪</p>	商务礼仪与沟通概述；个人形象礼仪；商务交往礼仪；言谈礼仪、通信礼仪；求职面试中的沟通和礼仪；职场沟通和礼仪；演讲技巧等。	<p>课程性质：专业基础选修课</p> <p>课程学分：2 学分</p> <p>开课学期：第 4 学期</p> <p>课程学时：36 学时</p> <p>授课形式：线上线下混合式</p> <p>考核形式：考查</p>

		<p>流程与规范；掌握商务言谈礼仪的核心要素及沟通技巧；了解现代通信礼仪的规范、禁忌与专业表达方式；掌握求职面试全流程的礼仪规范与沟通策略；掌握商务演讲的基本结构、内容组织、视觉辅助工具运用及克服紧张、增强感染力的技巧要点。</p> <p>能力目标：能够根据商务场合、对象及目的，恰当地进行个人形象设计与塑造；能够在各类商务交往场景中熟练、规范地运用礼仪规则，展现专业素养；能够运用清晰、准确、得体、有说服力的语言进行有效商务沟通，并展现出良好的倾听与反馈技巧。</p>		
4	消费者行为分析	<p>素质目标：能够主动发现问题，解决问题；具备良好的沟通能力；具备团队意识，能够与他人合作，共同完成学习任务和项目；具备自主学习的能力，能够主动获取知识、更新知识，不断提高自己的综合素质；能够提出新的想法和观点，具备创新思维 and 创新能力。</p> <p>知识目标：了解消费者行为概念、特点及其研究意义；掌握消费者行为学的相关理论；了解消费者从需求产生到购买决策的全过程；掌握影响消费者行为的因素；了解消费者心理活动的规律和行为模式，以及这些模式如何影响市场策略的制定。</p> <p>能力目标：能够运用所学知识分析消费者的购买行为、消费习惯和心理需求，揭示消费者行为的规律；能够根据消费者行为的特点和需求，制定针对性的营销策略，提高市场营销的效果；能够设计有效的市场调研方案，收集和分析消费者数据，为市场决策提供科学依据。</p>	消费者个性心理特征；消费者的群体心理特征、购买心理及行为特点；营销策略对消费者心理的影响等。	<p>课程性质：专业基础选修课</p> <p>课程学分：2 学分</p> <p>开课学期：第 4 学期</p> <p>课程学时：36 学时</p> <p>授课形式：线上线下混合式</p> <p>考核形式：考查</p>

(4) 综合实践课程

综合实践课程主要包括综合实训、跟岗实习、顶岗实习和毕业论文（设计）等，共 720 学时、36 学分。综合实践课程教学目标、教学内容与要求如表 7 所示。

表 7 综合实践课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程目标	主要课程内容	教学要求
1	综合实训与技能等级考核	见《网络营销与直播电商专业综合实训与技能等级考核工作方案》	见《网络营销与直播电商专业综合实训与技能等级考核工作方案》	<p>课程性质：综合实践课</p> <p>课程学分：4 学分</p> <p>开课学期：5 学期</p>

				授课学时: 4周 80学时 授课形式: 教师 指导(企业) 考核方式: 考查
2	跟岗实习	通过学习,使学生了解本专业基础知识和技能训练的前提下,在真实的工作环境和企业指导教师的帮助下,完成该专业从业人员应具备的各项综合能力与素质的训练,同时有针对性地收集与毕业设计有关的资料,达到人才培养的总体目标。	跟岗实习企业概况、组织机构、规章制度;跟岗实习企业的主要业务、熟悉各项工作流程;企业有关工作规范要求,基本具备相应岗位工作能力与职业素质。	课程性质: 综合实践课 课程学分: 3学分 开课学期: 5学期 授课学时: 3周60学时 授课形式: 教师指导(企业) 考核方式: 考查
3	毕业设计(创作)	通过学习,培养学生综合运用所学基础理论、专业知识与技能分析、解决工作实际问题的能力,培养学生刻苦钻研、勇于攻坚的精神和认真负责、实事求是的科学态度,严谨务实的工作作风。	运用所学理论知识和实践知识,独立分析和解决工作技术问题;学会查阅科技文献资料、使用各种标准手册;自主完成一项实际工作任务或项目。	课程性质: 综合实践课 课程学分: 4学分 开课学期: 第5-6学期 授课学时: 4周80学时 授课形式: 教师指导 考核方式: 考查
4	顶岗实习	通过学生到实际生产企业进行顶岗学习与工作,学习企业文化,融入企业环境,养成诚信、敬业、科学、严谨的工作态度和较强的安全、质量、效率及环保意识,培养岗位实际工作能力和团队协作能力,实现从学生到职业人的转变。	了解企业各种规范与制度,了解企业文化,熟悉企业环境;掌握企业有关工作规范要求,基本具备相应岗位工作能力与职业素质;熟悉企业各项制度,并对实习单位的规章制度进行深度分析,借鉴相关资料,对自己制定合理的学习计划。	课程性质: 综合实践课 课程学分: 25学分 开课学期: 第5-6学期 授课学时: 25周500学时 授课形式: 教师指导(企业) 考核方式: 考查

(二) 教学时间与学时安排

1. 教学时间安排

专业教学时间分配如表8所示(见下页)。

表 8 专业教学时间分配

周次	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
第一学期	△	□	□	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	=	※
第二学期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※	=	◇
第三学期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※	=	◇
第四学期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※	=	◇
第五学期	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
第六学期	×	×	×	×	×	×	×	×	☆	☆	◎	◎	◎	◎	☆	☆	△	※	※	※	※
课堂教学（周）					70					毕业设计/创作（周）					4						
综合实训与实习（周）					32					入学教育、毕业教育与军训（周）					4						
考试（周）					4					社会实践、公益劳动及机动					12						

注：在每学期的周次对应的方框内填写下列图标。“×”跟岗实习与顶岗实习；“☆”毕业设计/创作；“○”课堂教学；“※”公益劳动与机动；“◎”综合实训与技能等级考核；“◇”社会实践；“△”入学教育与毕业教育；“=”考试；“□”军训。各专业第 2-4 学年的第 19 周为机动，第 5 学年的第 21 周为机动，第 6 学年的第 18-21 周为机动。

2. 教学进程总体安排

专业教学进程如表 9 所示。

表9 网络营销与直播电商专业教学进程表

课程性质	修读性质	序号	课程编码	课程名称	学分	考核学期	考核方式	学时分配			各学期周数及周学时						责任单位	备注
								总学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六		
											16周	18周	18周	18周	18周	18周		
公共课程	基础必修课程	1	0023001	思想道德与法治	3	1	考试	48	40	8	3						马克思主义学院	
		2	0023002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2	考试	36	30	6		2					马克思主义学院	
		3	0023003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	3	考试	54	40	14			3				马克思主义学院	
		4	0023012	党史	1	4	考查	18	12	6				1				
		5	0025007	中华优秀传统文化概论	2	1	考查	32	30	2	2						马克思主义学院	线上学习+讲座+场馆参观
		6	0023004	生态文明教育	1	4	考查	18	13	5				1			马克思主义学院	
		7	0023005	形势与政策	1	1-4	考查	16	16	0	每学期4学时，1-4学期开课						马克思主义学院	讲座
		8	0023007	大学生心理健康教育	2	1	考查	32	22	10	2						马克思主义学院	
		9	0025003	体育与健康	8	1-4	考查	132	12	120	2	2	2	2			体育教学部	
		10	0023009	职业发展与就业指导	2	1	考查	32	10	22	2						学工部、招就处	
		11	0023010	军事理论与训练	2	1	考查	32	18	14	(2)						学工部	线上线下结合
		12	0023011	劳动教育	1	1-4	考查	16	2	14	每学期4学时，1-4学期开课						学工部、团委	
		13	0024001	数字素养	1	1	考试	16	12	4	1						数字技术学院	线上
		14	0024002	国家安全教育	1	1	考查	16	13	3	1						马克思主义学院	
		15	0025001	人工智能应用基础	1	1	考查	16	6	10	1						人工智能学院	

	16	0025002	创新创业教育	1	4	考查	18	18	0				1			学工部、团委	线上	
		小计		32			532	294	238	14	4	5	5					
基础选修课程		限选课																
	1	0025004	高等数学	2	1	考试	32	30	2	2						马克思主义学院		
	2	0025005	信息技术	3	2	考查	54	25	29		3					数字技术学院		
	3	0025006	大学英语	4	1-2	考试	68	60	8	2	2					公共基础教学部		
	4	0023018	大学语文	2	1	考查	32	26	6	2						公共基础教学部		
		小计		11			186	141	45	6	5							
		任选课																
	1		线上自主学习模块	4	至少修4学分，开课清单见附件1											教务处、数字经济与管理学院	任选课程8学分随机在1-4学期完成	
	2		线下实践活动模块	4	至少修4学分，认定标准见附件2											团委、学工部、数字经济与管理学院		
		小计		8			144	72	72									
	公共基础课合计		51			862	507	355	20	11	7	5						
专业课程	专业基础课程	1	WS00125001	电子商务基础	2	1	考试	32	26	6	2						数字经济与管理学院	
		2	WS00125002	市场营销	2	1	考试	32	26	6	2						数字经济与管理学院	
		3	WS00125003	零售基础	2	2	考试	36	30	6		2					数字经济与管理学院	
		4	WS00125004	电子商务法律法规	2	2	考试	36	30	6		2					数字经济与管理学院	
		5	WS00125005	财税基础	3	3	考查	54	38	16			3				数字经济与管理学院	

专业 核心 课程	6	WS00125006	商务数据与应用分析	3	3	考查	54	30	24			3				数字经济与管理学院
	7	WS00125007	选品与采购	2	2	考查	36	30	6		2					
	8	WS00125008	图像采集与处理基础	3	2	考查	54	30	24		3					数字经济与管理学院
		小计			19	16		334	240	94	4	9	6	0		
	1	WS00225001	营销渠道运维	4	4	考试	72	36	36				4			数字经济与管理学院
	2	WS00225002	市场策划	4	2	考试	72	36	36		4					数字经济与管理学院
	3	WS00225003	内容策划与编辑	4	3	考试	72	36	36				4			数字经济与管理学院
	4	WS00225004	新媒体运营	4	4	考试	72	36	36					4		数字经济与管理学院
	5	WS00225005	直播营销	4	3	考试	72	36	36				4			数字经济与管理学院
	6	WS00225006	网络推广	4	4	考试	72	36	36					4		数字经济与管理学院
	7	WS00225007	客户服务与管理	2	2	考试	36	20	16		2					数字经济与管理学院
8	WS00225008	视频拍摄与剪辑	4	3	考试	72	36	36				4			数字经济与管理学院	
	小计			30			540	272	268		6	12	12			
专业 拓展 课程	1	WS00325001	主播素养	2	3	考查	36	18	18				2			数字经济与管理学院
	2	WS00325002	智慧商业	2	4	考查	36	30	6				2			数字经济与管理学院
	3	WS00325003	商务礼仪与沟通	2	4	考查	36	18	18				2			数字经济与管理学院
	4	WS00325004	消费者行为分析	2	4	考查	36	26	10				2			数字经济与管理学院
		小计			8			144	92	52		0	0	8		

综合 实践 课程	1	WS00424001	综合实训与技能等级考核	4	5		80	20	60					(4)		数字经济与管理学院
	2	WS00424002	毕业论文(设计)	4	5-6		80	20	60					(2)	(2)	数字经济与管理学院
	3	WS00424003	跟岗实习	3	5		60		60					(3)		数字经济与管理学院
	4	WS00424004	顶岗实习	25	5-6		500		500					(11)	(14)	数字经济与管理学院
				小计	36			720	40	680						
			专业课合计	93			1738	644	1094	4	15	18	20			
			总计	144			2600	1151	1449	24	26	25	25			
说明	<p>①整周进行的课程，用“（）”表示，括号内填写实践周数；</p> <p>②分学期开设的课程，用“[]”表示，括号内填写学期开设的学时数和周学时数，前面数字为学时数，后面数字为周学时数；</p> <p>③毕业论文(设计)(含毕业答辩)4周，综合实训4周，跟岗实习3周，顶岗实习25周，每周按20学时计算；</p> <p>④每学期考试课一般不超过3门(不包含思想政治理论课)，专业核心课原则上为考试课；</p> <p>⑤一般课程每16-18学时计1学分；</p> <p>⑥军训、入学教育、社会实践、毕业教育、劳动教育等非课堂教学活动按1周为1学分。</p>															

(三) 学时学分安排

表 10 课程结构与学时分布表

课程体系	课程类型		总学时	理论学时	实践学时	占总学时的比例%
公共基础课程	必修课程		532	294	238	20.46%
	选修课程	限选课程	186	141	45	7.15%
		任选课程	144	72	72	5.54%
小计			862	507	355	33.15%
专业课程	专业基础课程		334	240	94	12.85%
	专业核心课程		540	272	268	20.77%
	专业拓展课程		144	92	52	5.54%
小计			1018	604	414	39.15%
综合实践课程	综合实训		80	20	60	3.08%
	跟岗实习		80	20	60	3.08%
	顶岗实习		60		60	2.31%
	毕业设计/创作		500		500	19.23%
小计			720	40	680	27.69%
合计			2600	1151	1449	100%

表 11 课程体系构成及学分分配

课程类别		总学分	必修	限选	任选
公共基础课程		51	32	11	8
专业课程	基础课程	19	19	0	0
	核心课程	30	30	0	0
	拓展课程	8	0	8	0
综合实践课程	综合实训	4	4	0	0
	跟岗实习	3	3	0	0
	顶岗实习	25	25	0	0
	毕业设计（创作）	4	4	0	0
合计		144	117	19	8

九、师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

（一）队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不低于 20:1，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

（二）专业带头人

具有副高及以上职称；能够较好地把握国内外产业、专业发展趋势，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的实际需求，在本区域或本领域具有一定的专业影响力；能够带领课程团队完成课程体系开发，制订本专业核心课程课程标准；能够主讲本专业 2 门以上的核心课程；有较强的教学科研工作能力和社会服务能力，具备指导青年教师的能力。

（三）专任教师

具有高校教师资格和相关专业本科及以上学历；具备良好的道德情操和扎实的专业知识；具备较强的信息化教学能力与自学能力、教学组织与教学实施能力；能够开展课程教学改革和科学研究；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；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；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；每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

（四）兼职教师

具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神；具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，从事专业工作 2 年以上；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和学生职业发展规划指导等专业教学任务。

（五）实训指导教师

具有专科及以上学历，责任心强，熟悉本专业相关教学内容，能承担实习实训指导工作。

十、教学条件

（一）教学设施

1. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。配备有黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训基地基本要求

校内实训基地基本要求见表 12 所示。

表 12 专业校内实训基地基本要求

序号	实训室（基地）名称	功能	主要设备	工位数
1	多媒体制作实训室	PowerPoint 操作 图像基本操作 图像处理基础知识 文案撰写 滤镜效果 文字设计 海报设计 新媒体短视频制作 快闪短视频制作 广告类短视频制作 综艺类短视频制作 音乐类 MV 制作 网络营销推广方法 抖音直播带货技巧 微信营销制作	硬件资源： 学生用一体式计算机、投影仪器、业务柜台、资料柜 软件资源： 计算机应用软件系统、PR 软件、PS 软件等	50
2	直播实训室	直播间的打造 直播话术 直播间氛围的营造 直播预告 主播训练 主播面部表情控制实训 直播营销方式实训 直播间物品陈列实训 直播商品选品 网络推广实训 网络营销实训	硬件资源：摄像机、互动显示大屏、移动固定支架、高配主机、专业影棚摄影灯、摄影灯柔光箱、声卡、电容麦克风、背景抠像绿幕、直播台、电脑显示屏、产品展示台、产品陈列架、白板、学生桌椅 软件资源：直播软件	50

3. 校外实习与岗位实习基地基本要求

具有稳定的校外实训与岗位实习基地（表 13）；具有本专业相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

表 13 专业主要校外实习实训基地

序号	校外实训基地名称	实践实训内容	备注
1	贵州品骏电子商务有限公司	新零售人才培养孵化、岗位实习、人才培养、岗位实习	
2	贵州品信电子商务有限公司	新媒体运营、服务电商实习、认知实习、岗位实习	
3	贵州铜仁高新汇创电子商务有限公司	物流电商实训、认知实习、人才培养、生产实践	
4	贵州卡丝天语电子商务有限公司	新媒体运营、跟岗实习、人才培养、生产实践	

（二）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. 教材选用基本要求

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

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配置基本要求

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、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

十一、质量保障及毕业要求

（一）质量保障

1. 学校和二级院应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、

企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

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、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4. 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

5. 建立专业人才培养实施诊改机制。以三年为一个诊改周期，每学年对《专业人才培养方案》实施一轮诊改，每一个教学循环对《课程标准》（含实践性环节教学标准）实施一轮诊改。

（二）毕业要求

学生必须同时具备以下条件，方可毕业：

1. 学分要求：修满 144 学分
2. 学生综合素质评价：合格
3. 毕业设计/创作要求：合格
4. 岗位实习要求：合格
5. 获得一种及以上相关的职业资格证书或职业技能等级证书。

十二、附件

附件 1：贵州铜仁数据职业学院任选课开课清单

附件 2：第二课堂成绩单学分认定与管理细则

附件 1

贵州铜仁数据职业学院任选课开课清单

模块名称	课程名称	课程类型	课程标签二级分类	学科分类	课程类别	学分/学时	责任部门
艺术审美	艺术与审美	共享课	艺术体验与审美鉴赏	艺术学	通识课	2.0/46.0	教务处
	中国古建筑文化与鉴赏	共享课	艺术体验与审美鉴赏	工学	通识课	2.0/28.0	教务处
	服装色彩搭配	共享课	兴趣爱好与技能拓展	文化艺术大类	公共基础课	2.0/32.0	教务处
	电影鉴赏（山东联盟）	共享课	艺术体验与审美鉴赏	艺术学	通识课	2.0/28.0	教务处
	插花艺术	共享课	兴趣爱好与技能拓展	农学	通识课	2.0/29.0	教务处
	中华优秀传统文化赏析	共享课	艺术体验与审美鉴赏	艺术学	通识课	1.0/24.0	教务处
	文化创意产品设计	共享课	艺术体验与审美鉴赏	艺术学	通识课	1.0/14.0	数字技术学院
	笔墨时空——解读中国书法文化基因	智慧共享课（融合课）	艺术体验与审美鉴赏	艺术学	通识课	2.0/30.0	数字技术学院
	中外建筑艺术漫谈	共享课	艺术体验与审美鉴赏	工学	通识课	2.0/28.0	数字技术学院
	构美-空间形态设计	共享课	艺术体验与审美鉴赏	艺术学	通识课	2.0/31.0	数字技术学院
版面文化与设计鉴赏——教你学会版面设计	共享课	艺术体验与审美鉴赏	艺术学	通识课	2.0/32.0	数字技术学院	

	视觉素养导论	智慧共享课（融合课）	艺术体验与审美鉴赏	艺术学	通识课	2.0/38.0	数字技术学院
	礼仪文化修养	共享课	中国历史与文化传承	艺术学	通识课	2.0/32.0	数字经济与管理学院
	品饮中国茶	共享课	传统文化与人文艺术	文化艺术大类	公共基础课	2.0/33.0	数字经济与管理学院
	交通与建筑文化	智慧共享课（融合课）	社会科学与实践 能力	历史学, 工 学	通识课	2.0/40.0	数字经济与管理学院
	设计思维与创新	共享课	创新创业与职业 就业	艺术学	通识课	1.0/22.0	数字经济与管理学院
	酒店物品艺术赏析	共享课	传统文化与人文 艺术	旅游大类	公共基础课	2.0/28.0	数字经济与管理学院
	生活美学工坊	共享课	传统文化与人文 艺术	旅游大类	公共基础课	1.0/27.0	数字经济与管理学院
	摄影基础	共享课	兴趣爱好与技能 拓展	艺术学	通识课	2.0/29.0	数字经济与管理学院
国际 视野	中国与世界-文化理解 （山东联盟）	共享课	世界眼光与国际 视野	文学	通识课	2.0/32.0	教务处
	世界舞台上的中华文明	共享课	世界眼光与国际 视野	文学	通识课	2.0/30.0	教务处
	向世界讲述中国	共享课	世界眼光和国际 视野	教育与体育 大类	公共基础课	2.0/36.0	教务处
	文化差异与跨文化交际	共享课	世界眼光与国际 视野	文学	通识课	2.0/28.0	教务处
	全球化时代的商务礼仪与 沟通	共享课	社会科学与实践 能力	经济学	通识课	2.0/28.0	教务处

西方社会思想两千年	共享课	世界眼光与国际视野	哲学	通识课	2.0/33.0	教务处
华人与印度人：文化基因与行为模式	共享课	世界眼光与国际视野	法学	通识课	2.0/29.0	数字技术学院
Know Before You Go: 趣谈“一带一路”国家	共享课	世界眼光与国际视野	文学, 理学	通识课	2.0/28.0	数字技术学院
视界——看见不一样的世界	共享课	世界眼光与国际视野	历史学	通识课	2.0/33.0	数字技术学院
跨文化交流	共享课	世界眼光与国际视野	文化艺术大类	公共基础课	2.0/29.0	数字技术学院
世界近代国家兴衰的故事	共享课	世界眼光与国际视野	历史学	通识课	2.0/32.0	数字技术学院
世界经济概论	共享课	世界眼光与国际视野	经济学	公共必修课	2.0/30.0	数字技术学院
国际关系分析	共享课	世界眼光与国际视野	法学	通识课	2.0/36.0	数字经济与管理学院
西方经济学的奇妙世界	共享课	社会科学与实践 能力	经济学	通识课	2.0/37.0	数字经济与管理学院
“一带一路”：全球治理的中国智慧	共享课	世界眼光和国际视野	旅游大类	公共基础课	2.0/28.0	数字经济与管理学院
百年中东铁路	共享课	世界眼光和国际视野	文化艺术大类	公共基础课	2.0/32.0	数字经济与管理学院
游遍亚运参赛国（地区）	共享课	兴趣爱好与技能 拓展	旅游大类	公共基础课	2.0/34.0	数字经济与管理学院
丝路神话——“一带一路”沿线古今漫谈	共享课	世界眼光和国际视野	旅游大类	公共基础课	2.0/33.0	数字经济与管理学院
融媒体时代品牌传播	共享课	-	新闻传播大类	专业课	2.0/29.0	数字经济与管理学院

写作与沟通	轻松玩转职场——职场沟通与写作技巧	共享课	创新创业与职业就业	教育与体育大类	公共基础课	2.0/33.0	教务处
	公共关系与人际交往能力	共享课	创新创业与职业就业	管理学	通识课	2.0/35.0	教务处
	文学创作与欣赏	共享课	社会科学与实践 能力	文学	通识课	2.0/28.0	教务处
	职场菜鸟礼仪指南	共享课	社会科学与实践 能力	管理学	通识课	2.0/35.0	教务处
	英语口语与演讲	共享课	兴趣爱好与技能 拓展	文学	通识课	2.0/32.0	教务处
	小Q教你学沟通-聚焦小技巧，解决大问题	共享课	兴趣爱好与技能 拓展	公共管理与 服务大类	公共基础课	2.0/32.0	教务处
	大学与青年发展	共享课	社会科学与实践 能力	教育学	通识课	2.0/30.0	数字技术学院
	华人的心理行为与文化	共享课	社会科学与实践 能力	法学	通识课	2.0/28.0	数字技术学院
	财务自由的起点——个人理财基础知识	共享课	社会科学与实践 能力	经济学	通识课	1.0/17.0	数字技术学院
	职场心理学	共享课	社会科学与实践 能力	教育学	通识课	1.0/14.0	数字技术学院
	红色文创	共享课	社会科学与实践 能力	管理学	通识课	1.0/16.0	数字技术学院
	科技信息检索与论文写作	共享课	社会科学与实践 能力	创业教育	通识课	2.0/29.0	数字技术学院
	演讲学	共享课	兴趣爱好与技能 拓展	文学	通识课	2.0/30.0	数字经济与管理学院
Office 高效办公	智慧共享课（融合课）	兴趣爱好与技能 拓展	管理学	通识课	2.0/29.0	数字经济与管理学院	

	逻辑思维与写作	共享课	社会科学与实践 能力	文学	通识课	2.0/28.0	数字经济与管理学院
	服务营销	共享课	社会科学与实践 能力	管理学	通识课	2.0/32.0	数字经济与管理学院
	玩转酒店英语	共享课	-	旅游大类	专业课	2.0/32.0	数字经济与管理学院
	商务谈判	共享课	-	管理学	专业课	2.0/29.0	数字经济与管理学院
	中华商业文化	共享课	经管商贸与社会 科学	财经商贸大 类	专业课	2.0/33.0	数字经济与管理学院
科学 精神	海洋的前世今生	共享课	自然科学与技术 素养	理学	通识课	2.0/34.0	教务处
	地球历史及其生命的奥秘	共享课	自然科学与技术 素养	理学	通识课	2.0/37.0	教务处
	科学认识天气	共享课	自然科学与技术 素养	理学	通识课	2.0/29.0	教务处
	科学使命与人文精神（吉 林联盟）	共享课	自然科学与技术 素养	农学, 医学, 哲学, 工学, 教育学, 文 学, 法学, 理 学, 管理学, 经济学	通识课	4.0/64.0	教务处
	自然科学导论	共享课	自然科学与技术 素养	理学	通识课	2.0/29.0	教务处
	文史哲与艺术中的数学	智慧共享 课（融合 课）	自然科学与技术 素养	理学	通识课	2.0/30.0	教务处
	职场必备数字化办公技能	共享课	兴趣爱好与技能 拓展	电子与信息 大类	公共基础课	1.0/17.0	数字技术学院

专升本计算机	共享课	信息技术	电子与信息 大类	公共基础课	4.0/67.0	数字技术学院
国家计算机二级 Office 高级应用	共享课	兴趣爱好与技能 拓展	工学	通识课	2.0/32.0	数字技术学院
面向对象程序设计-玩游 戏学编程	共享课	兴趣爱好与技能 拓展	电子与信息 大类	公共基础课	1.0/17.0	数字技术学院
玩转数字媒体技术	共享课	-	工学	专业课	2.0/30.0	数字技术学院
人工智能应用基础	共享课	-	电子与信息 大类	公共基础课	2.0/28.0	数字技术学院
轻松学懂会计学	共享课	社会科学与实践 能力	管理学	通识课	2.0/32.0	数字经济与管理学院
大数据与人工智能营销	共享课	自然科学与技术 素养	管理学	通识课	2.0/34.0	数字经济与管理学院
乘中国高铁寻江西红色经 典	共享课	国家安全与思政 系列	教育学	通识课	1.0/16.0	数字经济与管理学院
算法大视界	共享课	自然科学与技术 素养	工学	通识课	2.0/31.0	数字经济与管理学院
卓有成效的管理	共享课	社会科学与实践 能力	管理学	通识课	1.0/21.0	数字经济与管理学院
数字经济时代的市场营销 (山东联盟)	智慧共享 课(融合 课)	社会科学与实践 能力	管理学	通识课	3.0/51.0	数字经济与管理学院
财商素养	共享课	-	财经商贸大 类	专业基础课	2.0/28.0	数字经济与管理学院

附件 2:

第二课堂成绩单学分认定与管理细则

一、思想成才		
序号	内容	分值
1	参加党校、团校培训成绩合格	1 分/次
	获评优秀学员	2 分/次
2	参加各类思想政治、意识形态、道德修养主题教育活动获得表彰	2 分/次
3	在读期间申请成为共青团员	3
	参加团组织生活	1 分/次
4	在读期间向党组织递交入党申请书，成为入党积极分子	1
	成为预备党员	3
	成为正式党员	5
5	个人获得党团相关表彰	院级 1 分/次，校级 2 分/次，市级 3 分/次，省级 5 分/次，国家级 8 分/次

6	个人获得校、三好学生、优秀学生干部(包括学生组织干部)的表彰	院级 3 分/次, 校级 5 分/次, 市级 8 分/次, 省级 10 分/次, 国家级 12 分/次
7	有见义勇为、拾金不昧的行为并受到相关企业、事业单位、党团组织等表彰	5 分/次
8	个人或团体获“文明寝室”荣誉称号表彰	1 分/次, 最高累计 4 分
9	个人或参与团体获“百年大计·身边榜样”表彰	10 分
10	学生素质养成教育	根据学校、学院的要求完成学生素质养成教育工程任务清单, 经学院认定, 每学期最高可加 5 分。
二、实践实习		
序号	内容	分值
1	参加校、院组织的“三下乡”社会实践活动 7 天以上, 并提交调研报告或心得体会 1 篇及以上	8 分/次
2	参加校、院组织的“返家乡”社会实践活动 7 天以上, 并提交调研报告或心得体会 1 篇及以上	5 分/次

3	组织或参加经二级学院认定的其他社会实践、调研活动，并提交相关调研报告、心得体会 1 篇及以上	3 分/次
4	参加学校组织市、省、港澳台及国际交流访学等经历，并提交研学报告或心得体会 1 篇及以上	3 分/次
三、志愿公益		
序号	内容	分值
1	参加校、院及各部门组织的各类青年志愿者服务活动	1 分/次
2	参加各种大型赛会的志愿活动，有相关活动证明者	市级 2 分/次、省级 3 分/次、国家级 5 分/次
3	个人参加无偿献血	3 分/次
4	成为造血干细胞捐献志愿者	5 分/次
5	成功捐献造血干细胞	10 分/次
6	参加以上活动荣获表彰	院级 1 分/次，校级 2 分/次，市级 3 分/次，省级 5 分/次，国家级 8 分/次
四、创新创业		

(一) 学术研究		
1. 学术竞赛活动		
序号	内容	分值
1	参与院级组织的学术研究活动并提交学术论文	1分/次
	成果作品获得奖励	一等奖4分/次，二等奖3分/次，三等奖2分/次
2	参与学校组织的学术研究活动并提交学术论文	2分/次
	成果作品获得奖励	一等奖5分/次，二等奖4分/次，三等奖3分/次
3	参与市级学术研究活动并提交学术论文	3分/次
	成果作品获得奖励	一等奖6分/次，二等奖5分/次，三等奖4分/次
4	参与省级学术研究活动并提交学术论文	4分/次
	成果作品获得奖励	一等奖7分/次，二等奖6分/次，三等奖5分/次
5	参与国家级学术研究活动并提交学术论文	5分/次

	作品获得奖励	一等奖 10 分/次，二等奖 8 分/次，三等奖 6 分/次
2. 发表学术论文/作品		
1	发表在国际知名刊物上的	第一作者 20 分/篇、第二作者 15 分/篇、第三作者 10 分/篇，其他 3 分/篇
2	发表在国内公开发行的核心期刊或国家级报纸的	第一作者 10 分/篇、第二作者 6 分/篇、第三作者 3 分/篇
3	发表在国内公开发行非核心期刊(含增刊)或省市级报纸的	第一作者 5 分/篇、第二作者 3 分/篇、第三作者 2 分/篇
4	公开出版著作(含论文集、教材、工具书、文艺作品等)的	独著或主编 15 分/部，参著或参与的 8 分/部
5	发表在合法内部刊物上的	独著或第一作者 3 分/篇
6	发表在国家级新媒体平台上的	独著或第一作者 10 分/篇，其他 2 分/篇

(二) 创新创业大赛及科技竞赛活动		
1	参与院级组织的比赛活动	1 分/次
	作品获得奖励	一等奖 4 分/次，二等奖 3 分/次，三等奖 2 分/次
2	参与学校组织的比赛活动	2 分/次
	作品获得奖励	一等奖 5 分/次，二等奖 4 分/次，三等奖 3 分/次
3	参与市级比赛活动	3 分/次
	作品获得奖励	一等奖 6 分/次，二等奖 5 分/次，三等奖 4 分/次
4	参与省级比赛活动	4 分/次
	作品获得奖励	一等奖 7 分/次，二等奖 6 分/次，三等奖 5 分/次
5	参与国家级比赛活动	5 分/次
	作品获得奖励	一等奖 10 分/次，二等奖 8 分/次，三等奖 6 分/次

6	实质性地参与国家级项目 10 分/项、省级项目 6 分/项、市级项目 4 分/项、校级项目 2 分/项	
7	申请专利	3 分
	并得到专利号	外观设计专利(8 分/项)、实用新型专利(10 分/项)、发明专利(15 分/项)。成果得到转化(20 分/项)；
8	在校期间创办企业公司，作为法定代表的 20 分/人，作为合伙人的 5 分/次。（需有纳税证明材料）	
(三)参加学术讲座、交流报告会等		
1	参加各类学术讲座或报告会，并手写 800 字以上的笔记或心得体会	1 分/次
2	参加省市级学术研讨会并在会议上作主题发言(需提供发言稿及相关证明)	市级 2 分/次，省级 3 分
五、文体活动		
(一)文化艺术活动（所有活动加分需提供参赛证明）		
1	参加院级组织的文化艺术活动	1 分/次
	获得奖励	一等奖分 4/次，二等奖分 3/次，三等奖 2 分/次

2	参加学校组织的文化艺术活动	2分/次
	获得奖励	一等奖5分/次，二等奖4分/次，三等奖3分/次
3	参加市级组织的文化艺术活动	3分/次
	获得奖励	一等奖6分/次，二等奖5分/次，三等奖4分/次
4	参加省级文化艺术活动	4分/次
	获得奖励	一等奖7分/次，二等奖6分/次，三等奖5分/次
5	参加国家级文化艺术活动	5分/次
	获得奖励	一等奖10分/次，二等奖8分/次，三等奖6分/次
(二) 体育活动		
1	参加院级组织的体育比赛	1分/次
	获得奖励	一等奖4分/次，二等奖3分/次，三等奖2分/次

2	参加学校组织的体育比赛	2分/次
	获得奖励	一等奖5分/次，二等奖4分/次，三等奖3分/次
3	参加市级组织的体育比赛	3分/次
	获得奖励	一等奖6分/次，二等奖5分/次，三等奖4分/次
4	参加省级体育比赛	4分/次
	获得奖励	一等奖7分/次，二等奖6分/次，三等奖5分/次
5	参加国家级体育比赛	5分/次
	获得奖励	一等奖10分/次，二等奖8分/次，三等奖6分/次
(三) 征文、辩论、演讲、文艺演出、艺术节及知识竞赛		
1	参加院级组织的	1分/次

	获得奖励	一等奖 4 分/次，二等奖 3 分/次，三等奖 2 分/次
2	参与校级组织的	2 分/次
	获得奖励	一等奖 5 分/次，二等奖 4 分/次，三等奖 3 分/次，三等奖以下 2 分/次
3	参加市级组织的	3 分 1 次
	获得奖励	一等奖 6 分 1 次，二等奖 5 分/次，三等奖 4 分/次
4	参与省级组织的	4 分 1 次
	获得奖励	一等奖 7 分/次，二等奖 6 分/次，三等奖 5 分/次
5	参与国家级组织的	5 分/次
	获得奖励	一等奖 10 分/次，二等奖 8 分/次，三等奖 6 分/次
(四) 图书阅读		

选读校(院)推荐的学科专业相关书目或者学校推荐的大学生成长必读书目 5 本以上, 手写完成 800 字及以上的读书笔记或心得体会, 2 分/本。一学期最高累计加 6 分。

六、工作经历


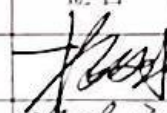
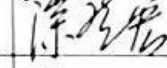
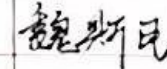
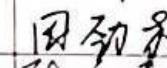

1	参加学校社团组织 1 年以上, 遵守社团章程, 并积极参与该社团活动, 经社团认可并报社联审核的	2 分/人
2	学生干部参与学校或二级学院的学生管理工作, 任期满 1 年并考核合格	校级学生组织干部 (主席团 5 分/人; 部长 4/人; 干事 3 分/人)
		院级学生组织干部 (主席 4 分/人; 部长 3 分/人; 干事 2 分/人)
		班团干部 (正、副班长、团支书、学习委员 3 分/人; 其他干部 2 分/人) (每任满一学年加一次);

3	所有任期满 1 年并考核合格的学生干部(学生组织干部等)获得表彰	院级 2 分/次，校级 3 分/次，省级 5 分/次，国家级 8 分/次
七、技能特长		
1	参加班级组织的技能比赛活动	1 分/次
	获得班级 1-2 名可增加 2 分/次，班级前 3-5 名可分别增加 1 分/次；（1 次/月）	
2	参加院级组织的技能比赛活动	1 分/次
	获得奖励	一等奖 4 分/次，二等奖 3 分/次，三等奖 2 分/次
3	参加学校组织的技能比赛活动	2 分/次
	获得奖励	一等奖 5 分/次，二等奖 4 分/次，三等奖 3 分/次
4	参加市级技能比赛活动	3 分/次
	获得奖励	一等奖 6 分/次，二等奖 5 分/次，三等奖 4 分/次

5	参加省级技能比赛活动	4分/次
	获得奖励	一等奖7分/次，二等奖6分/次，三等奖5分/次
6	参加国家级技能比赛活动	5分/次
	获得奖励	一等奖10分/次，二等奖8分/次，三等奖6分/次
(二)考取证书等级		
在读期间：		
1	取得教师资格证(或各专业人才培养方案中所列的资格证)	5分/个
2	通过普通话二级甲等	2分
3	通过普通话一级乙等	4分
4	通过普通话一级甲等	10分
5	通过英语四六级考试，非英语专业的学生过四级	4分
6	通过英语四六级考试，非英语专业的学生过六级	6分
7	通过雅思、托福等英语水平考试及其他语言等级证书，非英语专业的	8分/个(可累计)
8	通过计算机等级考试，过一级	2分

9	通过计算机等级考试，过二级	4分
10	通过计算机软件水平证书的，初级	4分/人
11	通过计算机软件水平证书的，中级	6分/人
12	通过计算机软件水平证书的，高级	10分/人
13	取得律师证、秘书证、育婴员证、营养师证、导游证、心理咨询师证等职业技能资格证书	5分/个（可累计）
14	参加学历提升，按自考课程计划参加学习，考试成绩合格	1分/科
15	参加学校组织的各类户外训练课程并获得结业证书	2分/门
16	其他对大学生成长成才起积极作用的重要经历或成绩	1分/次


贵州铜仁数据职业学院人才培养方案专家论证意见

专业名称	网络营销与直播电商	专业代码	530704	使用年级	2025 级
论 证 意 见	<p>该专业人才培养目标及规格明确，其课程体系构建完整，课程设置及学时安排科学合理，有效涵盖了网络营销与直播电商领域的核心知识与技能，课程内容能够紧密贴合岗位实际能力需求。</p> <p>建议：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 在实际教学过程中，应注重理论与实践的一体化融合，切实锻炼与增强学生的实际操作能力。 2. 鉴于网络营销与直播电商行业快速发展、市场环境瞬息万变的特性，专业课程设置需保持高度的灵活性与前瞻性。 3. 加强校企合作，拓宽实践平台，为学生提供更多参与真实项目、接触行业前沿的机会。 <p style="text-align: right;">专家组组长签字：</p> <p style="text-align: right;">2025年6月18日</p>				
论 证 专 家	姓名	单位	职务/职称	签名	
	杨政水	贵州铜仁数据职院	教授		
	涂登宏	贵州铜仁数据职院	教授		
	魏斯民	贵州铜仁数据职院	教授		
	田劲松	贵州铜仁数据职院	教授		
	张命春	贵州铜仁数据职院	教授		

贵州铜仁数据职业学院专业人才培养方案审批表

二级学院意见:

同意

签字盖章:  2025年8月20日

教务处意见:

同意

签字盖章:  2025年8月20日

主管教学工作副校长意见:

同意

签字:  2025年8月20日

校党组织意见:

同意

签字:  2025年8月20日