

北京培黎职业学院

人才培养方案

(高等职业教育)

国际商务 系

全媒体数字营销 专业群

电子商务 专业

系主任 谢秀娥

教学院长 李伟丽

2022 年 9 月 1 日

电子商务专业人才培养方案

一、专业代码及名称：

530701 电子商务

二、所属专业群名称：全媒体数字营销

三、入学要求：

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力者

四、修业年限

修业年限：标准学制 3 年，实行弹性修业年限，可在 3-5 年内完成。

五、毕业要求：

（一）学分要求和学分免修条件

电子商务专业总学分 147.5 学分，其中公共基础课程模块应修满 41.5 学分，专业群平台课程模块应修满 13 学分，专业课程模块应修满 60 学分，个性化课程模块修读学分应不低于 30 学分。

（二）获取的职业证书

1+X 证书：1+X 数据分析技能证书

其他职业证书：互联网营销师（三级、四级）

六、职业面向

专业群名称	专业名称	所属专业大类	所属专业类	对应行业	主要职业类别	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书
全媒体数字营销	电子商务	财经商贸大类	电子商务类	互联网和 相关服务 批发业 零售业	销售人员 商务咨 询服 务人员	营销推广 运营管理 客户服务	1+X 数据分析技能证书 互联网营销师 (三级、四级)

七、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业坚持立德树人的根本任务，培养理想信念坚定，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，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业的销售人员、商务咨询服务人员等职业群，能够从事网络营销推广、运营管理、直播和短视频运营、客户服务工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 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）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力；

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

（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目运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项目艺术特长或爱好。

2. 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）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识；

（3）掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务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）掌握电子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）掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法；

(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。

3. 能力

(1) 具有探究学习、终身学习、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) 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力；

(4) 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；

(5) 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；

(6) 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；

(7) 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；

(8) 能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化；

(9) 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理；

(10) 能够根据运营目标，采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测；

(11) 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；

(12) 能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理。

八、课程设置

将立德树人融入课程目标和主要内容，贯彻到思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育等环节。实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。

课程设置及教学内容应基于国家相关文件规定，强化对培养目标与人才规格的支撑，融入有关国家教学标准要求，融入行业企业最新技术技能，注重与职业面向、职业能力要求以及岗位工作任务的对接。

（一）课程要求

1. 公共基础课课程简介（见附件）

2. 专业群平台课程简介

（1）1611012 专业群概论 1 学分 16 学时

《专业群概论》是一门专业群平台课、必修课。通过介绍本专业群的建群逻辑、岗位设置、各专业前沿、就业状况、必修知识和掌握的技能，让学生充分了解未来 3 年所学的知识 and 努力的方向，为学生未来的学习和在校生活打下基础。

先修课程：无

（2）1911010 大数据导论 2 学分 32 学时

大数据导论主要培养学生理解大数据技术的产生，了解大数据平台运维、大数据分析和数据可视化基本思想，培养建立大数据思维，掌握基本的大数据操作技能，为后续课程的学习打下坚实的理论和实践基础。

先修课程：无

（3）1622102 文案策划与撰写 2 学分 32 学时

本课程将在大量案例分析的基础上，设计实践性较强的写作练习，帮助学生熟悉并逐渐掌握以文案写作为主的常见的几种生产类创意写作的类型。在这个过程中，学生将获得新闻以及品牌写作需求的基本能力。掌握常见的文案类型的写作能力。以及与文案写作相关的实践能力，如调研、访谈、活动策划的能力。本课程培养的是学生撰写生产类文本的能力，培养学生具备创意策划能力、写作能力，提高学生的专业素质。学生将主要掌握文案写作的表达方法和技巧。

先修课程：无

（4）1122014 数字营销传播导论 4 学分 64 学时

《数字营销传播导论》以数字时代的内容营销为着眼点，认为内容生产与内容传播是内容营销的两大重要组成部分，而吸引力策略、连接力策略和共情力是三个重要策略。并从社群与社群营销传播、场景与场景营销传播、网络直播与网络直播营销、原生广告、数字时代的品牌传播、智能营销传播几个角度，阐释了数字营销传播的内涵及意义，对于社会实践具有较好的指导意义。同时，本课程深入探讨了数字时代不同的营销方式及其发展情况，涉及新媒体营销、内容营销、社群传播、场景搭建等，培养学生数字营销的思维，为后续学生进入专业课程学习提供了坚实的理论基础。

先修课程：无

(5) 1622103 商品拍摄与图片处理 4 学分 64 学时

本课程使学生掌握初、中级摄影者的技术水准，拥有静物和人物的拍摄技巧，以及后期数码图片处理等技能的职业技能，具备从事网站美工设计师以及商业广告摄影从业人员等相关职业能力。该课程从零基础开始，系统专业的学习摄影的知识，对构图和光线运用达到更高的层面，特别研究在商业摄影中的注意事项，配备及人像摄影中的方法。学完本课程，在拥有大量理论基础的同时，注重创作性和独立思考能力的培养。

先修课程：无

3. 电子商务专业基础课

(1) 1250006 电子商务基础 3 学分 48 学时

本课程是电子商务专业的一门专业基础课，通过本门课程的学习，使学生全面地初步认识、了解和掌握电子商务的概念、电子商务的功能与交易流程、电子商务的技术实现与安全保障体系、电子商务网络营销策略等基本知识；掌握电子商务交易的操作过程和后台处理流程等主要技能；对电子商务的新发展有初步的了解，为后续课程的学习打下必要的基础。

先修课程：无

(2) 1141018 营销实务实训 1 学分 30 学时

该实训课程属于模拟实训课程。主要通过让学生通过模拟企业运营实训，理解营销过程，理解 STP、SWOT、市场调研等内容，使学生获得对营销工作的深入认识以及理论联系实际的机会，为后续学生进入实际工作岗位打下基础。

先修课程：市场营销

(3) 1250030 经济学基础 4 学分 64 学时

本课程是财经商贸类专业必修的专业群平台课。包括微观经济学和宏观经济学两部分。总体介绍了经济学的基本原理、分析工具和方法、理论运用和政策分析。主要内容包括：市场理论，消费者行为理论，厂商理论，市场理论，国民收入核算与决定理论，经济增长和经济周期，宏观经济政策等。通过本课程学习，使学生掌握现代经济学的基本理论和基本方法，为进一步学习专业课程及将来从事经济工作奠定基础。

先修课程：无

(4) 1220026 管理学基础 4 学分 64 学时

通过本课程的学习，使学生了解管理学基本概念知识；理解计划、组织、领导及控制等

模块的基本内容；掌握决策的制定、计划的制定、组织结构的设计、激励措施的制定及控制措施制定的基本方法；学会如何依据员工心理与行为规律进行组织激励，如何识别领导者风格与组织情境相匹配，从而提高管理技能及管理水平。培养学生理性地看待经济管理活动中的各种矛盾，从换位思考到多角度地看待问题的转变中形成全局观；通过启发式教学和案例导入，开启学生思维并使之主动追求管理智慧，积极投身于各种管理实践活动中去。

先修课程：无

(5) 1250031 市场营销 2 学分 32 学时

《市场营销》是一门建立在经济科学、行为科学、管理理论和现代科技基础之上的综合性应用科学，是从生产实践中发展起来，又直接为生产服务的职业基础课，具有很强的实践性。本课程从顾客需求理论出发，以此为基础，研究企业营销渠道、营销策略等方面的理论与实践。这是一门研究现代市场营销活动的基本原理和基本知识以及如何运用原理与知识为市场经济服务的一门专业基础应用型的学科。本课程立足于理论与实务的系统讲授，并结合案例的讲解，教会学生分析消费者的消费行为，进而在产品、价格、促销和分销等方面制定企业的营销策略，为企业的发展提供依据。

先修课程：经济学基础、管理学基础

(6) 1250002 沟通心理学 2 学分 32 学时

沟通心理学是一门与人际沟通相关的社会心理学，重点介绍人际沟通(interpersonal communication)是指一种有意义的互动历程，它含有三个重要的概念：人际沟通是一种历程(process)，在一段时间之内，是采有目的式地进行一系列的行为；其重点在于它是一种有意义(meaning)的沟通历程；双方在沟通历程中表现的是一种互动，在沟通的过程当时以及沟通之后所产生的意义都要负有责任存在。人际沟通具有心理、社会和决策等功能，和我们生活的层面息息相关。总之，该门课程从心理学的角度研究如何让人们的沟通更顺畅、更有效、更愉快。

先修课程：市场营销

(7) 1250003 商务礼仪 2 学分 32 学时

礼仪素养是一个现代职业人必备的素质。一个人知礼、懂礼、用礼的人，能够建立和谐的人际关系，营造一个积极向上、和谐共进的团队氛围，从而让企业形成一种核心竞争力。所以，现代职业人有责任，也有必要让自己加强礼仪的修炼。本课程首先从商务礼仪的心态基础开始，意在让学生领悟礼仪其实是从内在进行修炼的，只有内在的素养提升了，外在的

礼仪才更有灵魂，才更真切动人。其次，课程从礼仪的行为层面的操作细节去讲授，让学生有了具体可执行的标准。

先修课程：无

4、电子商务专业核心课

(1) 1230046 移动商务运营 4 学分 64 学时

通过本课程的学习，学生了解移动电子商务运营管理的演变历程、服务内容和技術支撑；掌握移动电子商务的组织架构和 KPI 绩效考核；移动电子商务的运营体系建设；移动电子商务产品策划，以及策划流程；如何对用户行为进行数据监测；内容营销；移动电子商务活动策划的全过程等知识。培养学生的移动营销意识及动手实践的能力。

先修课程：电子商务基础

(2) 1121091 网络营销 4 学分 64 学时

网络营销是一门应用性很强的学科，是电子商务实现电子化交易的基础。课程重点讲述电子商务在交易前阶段的宣传和推广，解决企业网络营销实践过程中遇到的各类技术性问题，系统地掌握网络营销的技能，有效控制整个网络营销过程。通过该课程要培养学生实际开展企业网络营销活动的的能力。

先修课程：电子商务基础、市场营销

(3) 1240054 网店运营实训 2 学分 60 学时

本课程为实训类课程，采用分散实训的形式。课程以淘宝网店的建设和运营为主线，训练和培养学生利用淘宝或其他平台从事网店建设与运营的实践能力，为学生今后走向社会，从事网店经营相关工作打下坚实基础。课程主要内容包含网店平台的分析与确定、店招设计、网店商品图片美化、网店推广与营销、网店商品的仓储管理等等。课程以工作任务为中心进行课程内容的组织教学，让学生在完成具体任务的过程中构建相关理论与实践知识，锻炼技能，发展职业能力。

(4) 1121084 网页设计与制作 4 学分 64 学时

通过该课程的学习，主要使学生掌握用网页制作工具进行电子商务网站的规划、设计、制作、管理、发布的相关技术及网页制作的操作技能；掌握网页中图片的处理、绘制、创作网页效果图的技能；掌握网页中动画的创作、应用，并能制作动态广告条、导航条的技能；能熟练运用 HTML 中的文字、链接、列表、表格、表单、图像、多媒体、框架标记及属性设计出框架网页、表单网页、多媒体动态网页；具备网站的建立、规划、管理、发布的相关技术

及网页制作的操作技能，能独立设计 WEB 站点。本课程对培养学生的思维能力、创新能力、科学精神以及用网络技术知识解决实际问题的的问题，还有后续课程的学习都十分重要。

先修课程：信息技术

(5) 1240037 移动商务物流管理 4 学分 64 学时

本课程从物流和电子商务关系入手，以电商平台的物流运作为核心，系统介绍电商平台物流活动的各个关键环节的基本理论和方法，帮助学生从整体上了解电子商务物流管理涉及的信息技术、管理和战略基础。本课程的内容主要包括：电子商务物流概述、电子商务物流系统、条形码、RFID 物联网等物流信息技术、电子商务下的物流运作模式、电子商务供应链管理、电子采购与与订货系统等。通过学习，使学生掌握电子商务环境下物流管理的基础理论和管理方法，及物流信息技术的应用等有关知识，理解电子供应链的管理思想。结合理论知识，应用物流仿真模拟实训教学，使学生具备物流管理软件的操作能力，以及应用物流管理软件管理电子商务物流流程的能力。

先修课程：电子商务基础

(6) 1121119 短视频运营与策划 4 学分 64 学时

本课程紧跟时代发展潮流，涵盖了短视频运营和策划的各个方面，重点让学生了解传媒机构、电子商务企业及传统企业的短视频的需求，掌握玩转短视频的方法与技巧，培养实际运营的能力，适应短视频相关的岗位工作需求。

先修课程：网络营销

(7) 1121118 客户服务与管理 3 学分 48 学时

本课程是电子商务的专业核心课，主要介绍客户服务的基本技巧和客户关系管理的基本方法；客户咨询、异议、客户投诉应对；客户满意度管理和客户忠诚度管理；进行客户的个性化服务，拓展客户渠道，培养学生维护客户关系和扩展客户渠道的能力。适应客户服务相关岗位工作。

(8) 1141038 电子商务综合实训 2 学分 60 学时

利用目前流行的 C2C 电子商务模式让学生尝试网上商店的经营与运作，将三年所学的相关专业知识联系起来融会贯通，同时培养学生综合运用所学知识分析和解决实际问题的能力，为今后从事电子商务事业打下初步的基础。

(9) 1241016 毕业综合实践 16 学分 480 学时

通过在企业毕业顶岗实习并在此基础上撰写毕业实习总结，锻炼学生的知识综合运用能

力、理论联系实际的能力、与人沟通的能力、团队合作的能力，发现问题、分析问题、解决问题的能力，并帮助学生获得对社会、职业和自身一定的认识，更快的实现角色的转换。

专业核心课程主要教学内容与要求

序号	专业核心课程	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	移动商务运营	<p>制定移动电商运营策略，完成内容运营、用户运营、活动运营和产品运营四个模块内容；</p> <p>运用移动电商运营思维落实内容运营与文案策划、活动设计与用户裂变；</p> <p>落实移动电商运营活动相关的工作目标和计划、活动策划及活动执行与跟踪、数据分析及方案评估与改进，负责客户及内容维护和更新、收集相关行业参与者和竞争对手的数据、收集客户资料及客户关系管理、与横向部门合作推广业务产品。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉移动电商发展现状和发展趋势；理解移动电商运营的基本概念与原理；掌握移动电商运营的主要方法。 2. 掌握移动电商运营的内容运营、用户运营、活动运营和产品运营等主要移动电商运营方法。 3. 掌握移动电商运营思维，包括运用互联网思维策划、组织移动电商运营活动。 4. 具备主流的移动电商调研、分析及各类数据处理能力，熟知主流调研、分析及处理平台及机制。 5. 熟知移动电商运营实际流程，能够制定并落实移动电商运营活动的组织、策划、执行活动，并能不同移动电商平台的运营特点，进而完成活调研、实施、跟踪、分析与评估活动效果，优化移动电商运营方案。 6. 熟悉移动支付流程及原理，了解主流移动支付平台及特点，能运用恰当的移动支付平台及方式进行移动运营活动。 7. 熟悉主流移动电商营销模式，并能使用正确平台及模式开展移动电商运营活动，并熟知各模式盈利模式及优劣势。 8. 注重用户思维，不断提升用户体验，做好移动电商运营的用户消费行为及用户忠诚度管理及客户管理。 9. 熟悉移动广告模式及移动电商产业链结构，从而优化移动电商活动的策划及推广，提升品牌知名度及粉丝基数，提升社群构建与完成精细管理。
2	网络营销	<p>制定网络营销策略和网络宣传及活动发展目标；</p> <p>制定并落实网络宣传及活动相关的工作目标和计划、活动策划及活动执行与跟踪、数据分析及方案评估与改进、负责网络营销的客户及内容维护和更新；</p> <p>收集相关行业参与者和竞争对手的数据、收集客户资料及客户关系管理、与横向部门合作推广业务产品；</p> <p>综合运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、计算机及移动设备等软硬件工具完成工作任务。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉网络营销的现状和发展趋势；理解网络营销的基本概念与原理；掌握网络营销的主要方法。 2. 掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则。 3. 能够制定并落实网络营销宣传及活动相关的工作目标和计划、掌握网络营销不同平台营销特点，完成活动策划及活动执行与跟踪、分析与评估活动效果，优化活动方案。 4. 熟悉新媒体平台的营销盈利模式，熟悉各类营销模式及广告投放模式。 5. 熟悉网络营销用户消费行为及用户忠诚度管理与分析。 6. 熟悉网络营销产品策略、网络营销价格

			策略、网络营销渠道策略及网络营销促销策略等知识。
3	网店运营实训	<p>网店建设； 运营规划； 商品选品与定价； 供应链管理； 流量获取与转化； 数据分析与决策； 用户运营； 运营绩效分析。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握开店、网店装修及日常管理 2. 掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。 3. 能运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。 4. 能进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。 5. 能进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。
4	移动商务物流管理	<p>物流规划方案设计及实施； 配送管理； 仓储管理； 库存分析与控制； 现场作业管理； 物流信息系统优化； 物流企业成本分析。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握移动商务和物流管理的基本理论，包括电子商务与现代物流的基本概念、电子商务物流的特点、电子商务与现代物流的关系、电子商务物流的发展概况等。 2. 掌握移动商务和物流管理的基本技能，包括物流运输管理理论和实践能力、仓储管理与库存控制、配送管理等。 3. 能够运用移动商务和物流管理的基本知识，分析、解决移动商务物流管理中的实际问题。
5	视觉营销设计	<p>店铺页面设计； 品牌视觉设计； 产品包装设计； 短视频剪辑与包装； 新媒体视觉设计。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。 2. 能够根据店铺定位进行 PC 端、移动端页面装修；设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料。 3. 能够结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。 4. 熟悉新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时分析新媒体发展，提出视觉提升方案。 5. 掌握策划、拍摄与剪辑短视频等技巧。
6	短视频运营与策划	<p>制定短视频策划方案，完成短视频创意策划、脚本撰写与设计、拍摄与剪辑、短视频推广与传播； 实现短视频运营的方案设计与实施，推广与优化； 完成短视频运营的内容运营、用户运营、用户互动管理、数据分析与运用策略、广告投放及商业合作策略制定等； 运用互联网创新思维落实活动方案、跟踪、优化短视频活动内容、通过数据分析完成方案评估与改进，提升企业用户质量和品牌曝光度； 负责短视频账号的建立、运营、客户及内容维护和更新、收集相关竞争对手用户及短视频的数据、收集客户资料及客户关系管理、与横向部门合作推广短视频</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉短视频平台的发展、现状和未来商业趋势；理解短视频运营与策划的基本概念与原理。 2. 掌握掌握短视频策划的主要流程及各环节方法，理解并运用完成完成短视频创意策划、脚本撰写与设计、拍摄与剪辑、短视频推广与传播。 3. 熟知短视频账号建立、运营及维护相关技巧，落实短视频账号的运营内容。 4. 掌握短视频运营的内容运营、用户运营、用户互动管理、数据分析与运用策略、广告投放及商业合作策略制定等知识及方法。 5. 熟悉主流的短视频平台的调研、分析及各类数据处理能力，熟知主流调研、分析及处理平台及机制。 6. 熟悉短视频运营的实际流程，能够制定并落实短视频运营活动的组织、策划、执行活动，并能不同平台的运营特点，进而完成

		业务产品。	<p>活调研、实施、跟踪、分析与评估活动效果，优化短视频运营方案。</p> <p>7. 熟悉主流短视频平台的运营模式，并运用平台优势及特点展开短视频运营活动，并熟知各模式盈利模式及优劣势。</p> <p>8. 熟悉短视频主题选取、创新、短视频发布、推广、广告变现、直播变现、知识付费变现及 IP 变现方法。提升并优化短视频运营及策划活动，提升知名度及流量，提升用户运营及推广，完成标准化运营。</p>
7	客户服务与管理	<p>客户的购买行为；</p> <p>选择目标客户；</p> <p>开发目标客户；</p> <p>客户信息管理；</p> <p>客户分级管理；</p> <p>客户沟通管理；</p> <p>客户满意管理；</p> <p>客户忠诚管理；</p> <p>客户流失管理。</p>	<p>1. 了解客户关系管理的重要性；掌握关系营销、客户细分、客户生命周期等理论基础；了解客户关系管理的思路，主动地、有选择地建立客户关系，积极维护客户关系和及时挽救客户关系。</p> <p>2. 了解和掌握客户的购买行为特点及购买过程。了解组织客户与个人客户在购买动机、购买特点、购买方式和购买过程上的差异点。</p> <p>3. 了解并掌握企业对服务对象的选择：为什么要选择客户？什么样的客户是“好客户”？选择目标客户的指导思想有哪些？</p> <p>4. 熟练掌握产品策略、价格策略、分销策略以及促销策略。了解营销导向的客户开发与推销导向的客户开发有何异同。掌握推销导向客户开发的具体流程。</p> <p>5. 了解客户信息的重要性及客户信息的具体内容；掌握收集客户信息的渠道有哪些；了解数据库在客户关系管理中的价值体现以及数据挖掘和大数据在客户关系管理中的实际应用。</p> <p>6. 掌握客户的不同价值，将客户区分不同等级的原因。了解并掌握客户分级的具体方法和分级管理客户的不同策略。</p> <p>7. 了解客户沟通的作用和内容；掌握客户沟通的七大渠道；了解并掌握客户投诉的原因以及如何处理客户投诉的四部曲。</p> <p>8. 了解客户满意的判断标准；掌握客户满意的重要因素；学会把握客户预期、引导客户预期、让客户感知价值超越客户预期的具体方法。</p> <p>9. 了解客户忠诚的含义和判断标准；掌握影响客户忠诚的九大因素；了解并掌握实现客户忠诚的具体方法。</p> <p>10. 了解客户流失的企业原因和自身原因；掌握不同类型流失客户的挽回策略。</p>
8	电子商务综合实训	<p>项目准备；</p> <p>市场调研；</p> <p>选品与供应链管理；</p> <p>开展网店运营；</p> <p>开展直播运营。</p>	<p>1. 了解电商实战项目。</p> <p>2. 熟练搭建网店，作为产品销售平台。</p> <p>3. 能利用直播的方式完成店铺和产品的推广。</p> <p>4. 掌握直播电商的运营策略和技巧，能够制定合理的直播计划。</p> <p>5. 熟悉直播电商的推广方法，能够有效地提高直播间曝光率和点击率。</p>

			6. 掌握直播电商的选品和供应链管理技巧,能够合理地选择和采购商品。 7. 了解直播电商的客户服务与维护,能够提供优质的服务和售后支持。
9	毕业综合实践	进入企业实际工作岗位进行实习;撰写毕业实习总结。	1. 了解所在实习企业,包含企业文化、组织架构、产品、业务情况等等。 2. 熟悉实习岗位工作内容和流程,将理论与实践结合,提高工作效率和效果。 3. 学会与人相处,良好沟通,紧密合作。 4. 完成实习后,对实习情况进行总结,撰写毕业综合实践总结报告。

九、教学进程总体安排

1. 教学进程表 (详见附表 1)

2. 专业应获取的证书列表

序号	证书名称	颁证单位	等级	相关课程名称	备注	考证学期
1	全国计算机等级考试	教育部	一级或以上	信息技术	必考	第 2-5 学期
2	高等学校英语应用能力	教育部	B 级或 A 级	实用英语	必考	第 2-5 学期
3	普通话水平测试	国家语言文字工作委员会	二级乙等或以上	文案策划与撰写	必考	第 1-5 学期
4	1+X 数据分析技能证书	博导前程	初级/中级	商务数据分析与应用	选考其一	第 4-5 学期
5	1+X 网店运营技能证书	中教畅享	初级/中级	网络营销		第 4-5 学期
6	互联网营销师	中华人民共和国人力资源和社会保障部	国家职业资格三级、四级	信息技术、网络营销、短视频运营与策划、互联网营销师实训		第 4-5 学期

3. 技能竞赛的相关情况

序号	技能竞赛名称	级别			颁奖单位	相关课程名称	竞赛学期
		国家级	省市级	校级			
1	全国高职高专英语写作大赛	√	√	√	教育部职业院校外语类专业教学指导委员会	实用英语	第 2、4 学期

2022 级专业人才培养方案

2	全国职业院校技能大赛英语口语比赛	√	√	√	教育部高职高专教育英语课程教学指导委员会、高等学校英语应用能力考试委员会	实用英语	第 2、4 学期
3	奥派杯移动电子商务技能竞赛	√	√		全国移动电子商务协会	电子商务基础、商品拍摄与图片处理、会计学基础、网络营销、移动电商运营等	第 2-5 学期
4	直播电商技能大赛	√	√		北京市教委\全国移动电子商务协会	电子商务基础、移动电商运营、网络营销、短视频运营与策划、直播运营、直播策划	第 2-5 学期
5	一带一路暨金砖国家技能发展与技术创新大赛之跨境电子商务技能及数据分析赛项		√		暨金砖国家技能发展与技术创新大赛组委会	网络营销、商务数据分析与应用、跨境电子商务	第 3 学期
6	北京市职业院校技能大赛电子商务赛项	√	√		北京市教育委员会	网络营销、短视频运营与策划、直播运营	第 2、4 学期
7	中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛	√	√	√	北京市教育委员会	市场营销、管理学基础、营销策划等	第 2、4 学期
8	北京市职业院校技能大赛商务数据分析赛项	√	√	√	北京市教育委员会	商务数据分析与应用	第 2、4 学期
9	全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛	√	√	√	全国大学生电子商务“创新、创意及创业”竞赛委员会	商务数据分析与应用、营销策划、市场营销、商务礼仪	第 2-4 学期

4. 本培养方案的特色主要体现在以下几点:

- (1) 构建专业群知识体系，打破专业壁垒，拓宽专业口径，扩大学生职业发展基础。
- (2) 融合“1+X”证书课程，促进书证融通。
- (3) 强化实践教学环节，加大实用性、创新性课程比例。
- (4) 设置个性化课程，融合竞赛、证书、企业订制课程。

5. 其他说明

(1) 根据《教育部关于加强新时代“形势与政策”课建设的若干意见》（教社科〔2018〕1号）文件，《形势与政策》48学时，3学分，采用讲座、视频直播、社会调查等形式进行，第一到六学期开设，每学期8学时，其中教师面授不少于2个学期，1学分，16课时。

(2) 根据教育部、中央军委国防动员部关于印发《普通高等学校军事课教学大纲》的通知（教体艺〔2019〕1号）文件，军事课由《军事理论》《军事技能（含入学教育）》两部分组成。《军事理论》36学时，记2学分；《军事技能（含入学教育）》112学时，记2学分，训练时间2周。第一学期开设。

(3) 为了和证书和竞赛更好的融合，增加《短视频运营与策划》课程，将《photoshop图形图像技术》调整为《商品拍摄与图片处理》专业平台课。

十、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专职教师数比例不高于 18: 1。双师素质教师占专任教师比例不低于为 80%。目前电子商务专业专职老师10名，除1名新入职教师外，全部双师型教师，双师率为90%。

专任教师队伍在建设时充分考虑职称、年龄等，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书：有理想信合、有道德情操、有扎实学识，有仁爱之心，具有电子商务及相关专业本科及以上学历，扎实的电子商务专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能密切联系行业企业，了解行业企业对电子商务专业人才的实际需求，教学设计、专业研究能力强，组织

开展教科研工作能力强, 在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

主要从行业企业聘任, 具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神, 具有丰富实践经验, 具有较高的专业素养和职业能力, 具有中级及以上相关专业职称, 能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。

(二) 教学设施

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

1. 专业教室基本条件

一般配备黑(白)板, 多媒体计算机、投影设备、音响设备, 互联网接入或WiFi环境, 并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态, 符合紧急疏散要求, 标志明显, 保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

(1) 电子商务基础实训室

实训室配备计算机50台, 可以高速上网, 完成电子商务的基础实训。

(2) 网络营销实训室

实训室配备计算机 50台, 可以高速上网, 安装相关网络营销相关软件, 完成网络营销的相关实训任务。

(3) 商务数据处理实训室

实训室配备计算机 50台, 可以高速上网, 安装相关商务数据处理软件, 可以完成商务数据处理实训任务。

(4) 直播实训室

每个直播实训室配备计算机 1台, 高清摄像机1架, 绿布1块, 提词器1台, 大屏1块, 可以高速上网, 能够完成分组直播实训。

(5) 商品拍摄与处理实训室

实训室配备相关的拍摄场景, 相机、可更换背景布、灯光等, 图像处理电脑12台, 完成商品的拍摄和处理实训。

3. 校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展网络销售、市场调研与预测实训、直播观摩等实训活动, 实训设施齐备, 实训岗位、实训指导老师确定, 实训管理级实施规章制度齐全。

4. 学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地，能够提供营销推广、运营管理、客户服务、直播等相关实习岗位，能够涵盖当前产业发展的主流技术。可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导老师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规则制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

具有数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，提升教学效果。

（三）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

按照国家国定选用优质教材，禁止不合格教材进入课堂。所有教材严格按照学院教材管理办法和流程，任课教师提交使用申请——教材专家委员会针对教材的情况进行讨论论证并签字——公示——无异议后选购教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关电子商务理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。上述图书需要及时更新换代，紧跟时代变化。

3. 数字教学资源配备基本要求

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、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

1. 参与式教学法

作为一种合作、协作型的教学模式，重点强调了“以学生为本”的思想，真正将学生作为学习的中心，同时采用适当灵活性、直观性的教学活动，指导并鼓励学生积极参与整个教学过程，有效强化教师与学生之间、学生与学生之间的信息沟通与反馈，帮助学生深刻理解并掌握其学习的知识，并能够将学到的知识有效地应用到实践中。

2. 任务驱动教学法

是遵循现代化教学理念的新型教学方法，顾名思义，其是通过特定的任务活动来提升学生的专业能力。以任务为基本材料，提高学生的知识实践能力。把任务作为整体的教学内容，可以让任务始终贯穿于整个教学过程，教师把知识点融入任务中，不仅可以潜移默化地提升学生的知识理解能力，还能激发学生的学习积极性，增强其学习信心。教学方法更加“务实”。任务驱动教学法的主体是“任务”，是实实在在的教学实体，因此教师所选用的其他教学方法也必然是更加提升学生学习兴趣，一举多得。

3. 情景教学法

在教学过程中动具体的场景，教师有目的地引入或创设具有一定情景色彩的、以形象为主体的生动的具体的场景，以引起学生一定的态度体验，从而帮助学生理解教材，并使学生的心理机能得到发展的教学方法。其核心在于激发学生的情感。

4. 案例教学法

是一种以案例为基础的教学方法，鼓励学生独立思考，引导学生变注重知识为注重能力，教师选择来自企业或商业中的真实情境或事件并进行典型化处理，形成供养学生思考分析和决断的案例，引导学生进行独立的研究和积极的讨论，以培养和发展学生的自主学习能力和分析解决问题的能力，在互相交流的过程中，学生的沟通能力和团队合作能力也得以提升。

（五）学习评价

1. 理论必修考试课成绩评定

一般由平时成绩、期中成绩和期末成绩进行综合评定，平时成绩（30%）+考试成绩（70%），该比例可有具体科目负责老师根据课程进行微调，并经报系审批后执行。平时成绩主要包含平时作业成绩、课堂回答问题成绩、平时纪律成绩、阶段测验成绩等；考试成绩主要包括期中测试、期末考试成绩等。采用百分制。

2. 选修、考查课程成绩评定

主要包含平时作业成绩、课堂回答问题成绩，平时成绩（30%）+平时测验和期末测试成绩（70%）。采用五级制。

3. 实训课程成绩评定

平时实训操作技能（60%）+实训报告（20%）+出勤（20%），该比例可由具体科目负责教师根据课程进行调整。

4. 实习考核

认知实习的考核由任课教师根据实习表现和实习报告给与成绩；跟岗实习的考核由实习

企业和班主任老师共同完成：企业考核成绩（60%）+班主任考核成绩（40%）；岗位实习的考核由实习企业和毕业实习指导老师共同完成，分为岗位实习和毕业综合实践报告两方面的成绩给定。

（六）质量管理

1. 学院和系建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全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、毕业综合实践以及专业调研、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、系持续完善教学管理机制，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. 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。

2022 级专业人才培养方案

附表 1

全媒体数字营销 专业群 电子商务 专业课程教学进程表

课程类别	课程编码	课程名称	课程性质 (ABC类)	修读方式		考核方式		学时与学分				建议开课年级/学期/周学时						
				必修	选修	考试	考查	学分	学时	其中		一年级		二年级		三年级		
										理论	实践	一	二	三	四	五	六	
公共基础课课程模块	1711013	思想道德与法治	A	√		√		3	48	32	16	3/16						
	1711014	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	√		√		4	64	48	16		4/16					
	1711018	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	√		√		3	48	40	8		3/16					
	1711008	形势与政策 I	A	√			√	0.5	8		8	2/4						
	1711009	形势与政策 II	A	√			√	0.5	8	8			2/4					
	1711011	形势与政策 III	A	√			√	0.5	8		8			2/4				
	1711012	形势与政策 IV	A	√			√	0.5	8	8					2/4			
	1711015	形势与政策 V	A	√			√	0.5	8		8						2/4	
	1711016	形势与政策 VI	A	√			√	0.5	8		8							2/4
	1311012	信息技术	B	√		√		4	64	32	32	4/16						
	1411003	实用英语 I	B	√		√		4	64	32	32	4/16						
	1411004	实用英语 II	B	√		√		4	64	32	32		4/16					
	1911006	体育 I	B	√			√	2	32	4	28	2/16						
	1911007	体育 II	B	√			√	2	32	4	28		2/16					
	1611006	就业指导 I	B	√			√	1	20	10	10	2/10						
	1611007	就业指导 II	B	√			√	1	18	10	8						2/9	
	1611013	创新创业教育	B	√			√	4	64	48	16							4/16
	1611010	军事理论	A	√		√		2	36	36	0	2/18						
	1941002	军事技能 (含入学教育)	C	√			√	2	112	0	112	2周						
	1911003	安全生产技术知识	A	√			√	2	32	32	0		2/16					
1911004	大学生心理健康教育	A	√			√	0.5	8	8	0	2/4							
小计								41.5	754	384	370	15						

2022 级专业人才培养方案

专业群平台课程模块		1611012	专业群概论	A	√		√	1	16	16	0	4/4							
		1911010	大数据导论	B	√		√	2	32	16	16	2/16							
		1622102	文案策划与撰写	B	√		√	2	32	16	16		2/16						
		1122014	数字营销传播导论	B	√		√	4	64	32	32		4/16						
		1622103	商品拍摄与图片处理	B	√		√	4	64	32	32		4/16						
		小计								13	208	112	96	3	10				
专业课程模块	专业基础课	1250006	电子商务基础	B	√		√	3	48	24	24		3/16						
		1141018	营销实务实训	C	√		√	1	30	0	30		1周						
		1250030	经济学基础	B	√		√	4	64	32	32	4/16							
		1220026	管理学基础	B	√		√	4	64	32	32		4/16						
		1250031	市场营销	B	√		√	2	32	16	16		2/16						
		1250002	沟通心理学	B	√		√	2	32	16	16			2/16					
		1250003	商务礼仪	B	√		√	2	32	16	16			2/16					
	专业核心课	1230046	移动商务运营●	B	√		√	4	64	32	32			4/16					
		1121091	网络营销■●	B	√		√	4	64	32	32				4/16				
		1240054	网店运营实训●	C	√		√	2	60	0	60					2周			
		1240037	移动商务物流管理	B	√		√	4	64	32	32			4/16					
		1121118	客户服务与管理	B	√		√	3	48	24	24					3/16			
		1121119	短视频运营与策划	B	√		√	4	64	32	32			4/16					
			视觉营销	B	√		√	4	64	32	32					4/16			
		1141038	电子商务综合实训	C	√		√	1	30	0	30						1周		
		1241016-1	毕业综合实践 (顶岗实习)	C	√		√	12	360	0	360						8周	4周	
		1241016-2	毕业综合实践 (毕业综合实践总结)	C	√		√	4	120	0	120							4周	
		小计								60	1240	320	920		10	20	9	1	
		个性化课程模块	素质教育课程	素质教育活动	1911016	劳动教育与实践 I	C	√		√	0.5	8	0	8	2/4				
1911017	劳动教育与实践 II				C	√		√	0.5	8	0	8		2/4					

2022 级专业人才培养方案

	专业限选课	1220101	跨境电子商务	B		√		√	2	32	16	16				2/16			
		1220039	人力资源管理	B		√		√	2	32	16	16				2/16			
		1250022	500 强企业应聘技巧	B		√		√	2	32	16	16					2/16		
		1250023	跨国企业文化	B		√		√	2	32	16	16					2/16		
		1321095	Python 基础应用	B		√		√	4	64	32	32					4/16		
		1132014	品牌策划与推广	B		√		√	3	48	24	24				3/16			
			网页设计与制作	B		√		√	4	64	32	32					4/16		
	小计									10	160	80	80	课程学分不少于 10, 不超过 14 学分					
	专业技能特长培养	1240068	校级比赛	C		√		√	0.5										
		1141051	中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛	C		√		√	1										
		1240063	移动商务技能大赛	C		√		√	1										
		1141048	直播电商技能大赛	C		√		√	1										
		1141064	电子商务技能大赛	C		√		√	1										
		1141065	全国电子商务“创新、创业、创业”大赛	C		√		√	1										
		1141057	一带一路暨金砖国家技能发展与技术创新大赛	C		√		√	1										
		1141049	商务礼仪实训	C		√		√	0.5	15	0	15				0.5周			
		1151041	市场调研与预测实训	C		√		√	0.5	15	0	15				0.5周			
		1141058	互联网营销师实训	C		√		√	1	30	0	30					1周		
		1121103	会计学基础	B		√		√	4	64	32	32				4/16			
		1250004	进出口业务	B		√		√	4	64	32	32				4/16			
1121039		营销策划	B		√		√	4	64	32	32				4/16				
1141061	商务数据分析与应用	B		√		√	4	64	32	32				4/16					
小计								12	192	96	96	课程学分不少于 12, 不超过 15 学分							

2022 级专业人才培养方案

	企业定制课程	1141059	直播策划	C		√		√	3	48	8	40				3/16			
		1141060	直播运营	C		√		√	3	48	8	40					3/16		
		1141063	选品与采购	C		√		√	3	48	8	40				3/16			
	小计							6		96	16	80	开设学期为第四或第五学期，结合企业项目而定						
选修课合计				学生修读学分≥30 学分；															
				个性化课程实践教学学时不低于该模块课程总学时的 50%。															
总计				150 学分≥学生修读学分≥120 学分，															
说明：1. 证书课程名称后用“■”标识，竞赛课程名称后用“●”标识。																			
2. 集中实践教学环节（含毕业实习或顶岗实习）学分以周计算，每周 30 学时计 1 学分；每个实践环节最少安排半周实训，即 15 学时 0.5 学分；该表中的实践环节学时数必须是 15 的倍数。																			
3. 按照高等职业院校人才培养工作状态数据采集平台的要求，全部课程分为 A、B、C 三类课程，A 类课程是指纯理论课程，B 类课程是指理论+实践课程（实践学时数要达到总学时数的 30% 及以上），C 类课程是指纯实践课程。																			

附件：公共基础课程简介**1711004 思想道德与法治：**

本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持全面落实习近平新时代中国特色社会主义思想进课程教材，引导广大大学生树立马克思主义信仰，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，立志听党话、跟党走，形成正确的世界观、人生观、价值观。

1711018 习近平新时代中国特色社会主义思想概论

本课程帮助大学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，把握这一思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一。本课程着力培养当代高职学生坚定对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对实现中华民族伟大复兴中国梦的信心，牢固树立与时代主题同心同向的理想信念。着力提高高职学生的理论水平。理论修养是综合素质的核心。着力培养高职学生的实践能力。学习的目的在于运用。引导学生通过理论知识的学习与实际运用结合起来，注重调查研究，脚踏实地，锐意进取。

1711007 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

本课程贯彻落实党的二十大和十九届二中、三中、四中、五中、六中全会精神，讲授马克思主义中国化的历史进程和理论成果、马克思主义中国化理论成果的精髓、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义的本质和根本任务、社会主义初级阶段理论等等。

1711008-1711009、1711011-1711014 形势与政策 I -形势与政策VI

本课程依据教育部"形势与政策"最新教学要点，结合高校"形势与政策"课教学实际，介绍当前国内外经济政治形势、国际关系以及国内外热点事件的基础上，阐明了我国政府的基本原则、基本立场与应对政策。

1311012 信息技术

本课程旨在培养学生的信息意识、计算思维、数字化创新与发展和信息社会责任等四个方面的核心素养，具体包含文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任等六部分内容。让学生掌握常用软件操作技术，具备支撑专业学习的能力，培养独立思考和主动探索能力，为职业持续发展奠定基础。

1411003 实用英语 I

本课程是一门公共英语基础课程。通过词汇、视听、阅读三个输环节，围绕家庭、时尚服饰、英式早餐、职场面试等主题让学生学会在真实语言环境中如何解决实际问题。课程的教学目标是培养学生运用英语的基本能力，具有一定的听、说、读、写、译的能力，在涉外交际的日常活动和业务活动中进行简单的口头和书面交流，从而为进一步提高英语的交际能力打下良好基础。

1411004 实用英语 II

本课程是一门公共英语提高课程。通过词汇、视听、阅读三个输环节，围绕人物描述、购物、健康、工作场所等主题帮助学生掌握地道表达。口语和写作两个输出环节帮助学生熟练掌握具有一定交际功能的语言表达方式以及学会生活及职场中常见的应用文写作。课程的教学目标是具有一定的听、说、读、写、译的能力从而能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料，提高学生的综合文化素养和跨文化交际意识，培养学生的学习兴趣 and 自主学习能力，使学生掌握有效的学习方法和学习策略，为提升学生的就业竞争力及未来的可持续发展打下必要的基础。

1911006 体育 I

本课程概述高职公共体育课程性质、任务和教学的内容、形式与锻炼培养目标，明确“健

康第一”的教学指导思想和“终生体育锻炼意识”；开设健康体能训练，使学生掌握科学运动健身方法，加强学生对未来职业岗位所需身体体能素质的储备，提升应聘应岗能力，同时符合《国家学生体质健康标准》测试达标要求；融入职业体适能、运动损伤和运动性疾病知识，使学生了解生活中身体异常状况的面对和应急处理方法；开展太极拳的学习，使学生感受传统哲学的渗透，领略国粹本身内涵和外在的美育特点，加强练拳者美的教育，增强其个性、品德、教养的精神美，达到修养身心，陶冶情操的目的。

1911007 体育 II

本课程根据学院体育师资和场地器材等硬软件条件，开设有篮球、足球、排球、羽毛球、瑜伽、健美操、花样跳绳、飞盘、拓展训练等多项目供学生选择性参与的公共体育课程，帮助学生根据自身兴趣爱好掌握 1~2 项运动技术技能，激发学生自觉参与体育锻炼的乐趣，加强学生体育专项运动能力，提高运动水平，培养学生终身体育锻炼意识和体育素养；结合高职不同专业与未来职业岗位特点，融入课程思政元素，针对性加强职业素养的培育；最终帮助学生通过体育教学享受兴趣、增强体质、健全人格、锤炼意志。

1611006 就业指导 I

通过本课程的学习，使大学生意识到确立自身发展目标的重要性，了解职业的特性，思考未来理想职业与所学专业关系；通过自我探索和职业环境探索，使学生了解自我、了解职业，学习决策方法，形成初步的职业发展规划，确定人生不同阶段的职业目标及其对应的生活模式。

1611007 就业指导 II

通过本课程的学习，使学生提高求职技能，增进心理调适能力，维护个人合法权益，进而有效地管理求职过程，为未来的就业做好各种准备。让学生了解学习与工作的不同、学校与职场的区别，引导学生顺利适应生涯角色的转换；使学生了解创业的基本知识，培养学生创业意识与创业精神，提高创业素质与能力。帮助学生了解目前的就业市场以及就业程序，掌握收集就业信息的方法和求职材料准备的基本要求，懂得自荐的方式和技巧，精通面试、笔试的形式和方法。学会掌握适合自己的心理调适方法，更好地应对求职挫折，纾解负面情绪，进而树立积极参与就业市场的意识，为今后的求职打下良好基础。

1911004 大学生心理健康教育：

本课程介绍心理健康知识，是大学生能够正确认识自我和环境，树立心理健康意识和心理保健意识，传授心理调适的方法，增强大学生的自我心理调节能力，有效消除心理困惑，提高受挫能力和适应能力，解析心理异常现象，使大学生了解常见心理问题产生的原因及主要表现，以科学的态度对待各种心理问题。

1611013 创新创业教育

本课程是面向各专业学生开设的一门必修课程，课程旨在激发大学生创新思维和创业意识，培养大学生创新创业精神。通过课程教学，使学生掌握创业的基础知识和基本理论，熟悉创业的基本流程和基本方法，激发学生的创业意识，提高学生的社会责任感、创新精神和创业能力，促进学生创业就业和全面发展。

1611010 军事理论

本课程以国防教育为主，以网络教学为支撑，以慕课为手段，以国防教育为主线，紧紧围绕国家人才培养的需要，使大学生认清国防与国家安危存亡、民族荣辱兴衰的密切关系，增强国防观念和国家安全意识；了解国际风云变幻及对我国安全构成的威胁与挑战，明确自己所担负的历史责任；加深对中国优秀传统文化的理解，激发爱国热情；树立正确的世界观、人生观。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，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高，为培养社会主义有用人才打下坚实的基础。

1941002 军事技能（含入学教育）

军事技能训练旨在使学生在军事生活环境中经受锻炼，掌握基本军事技能，培养良好的军人素质和作风。通过对学生的严格组织，严格训练，严格管理，帮助学生养成坚强的意志力和吃苦耐劳的品质，提升学生的抗挫折能力和团队合作的能力。

入学教育旨在引导新生尽快实现角色转换，适应大学生活，了解学院、系部各项规章制度，了解新的学习环境，了解所学专业的基本情况与学习方法，树立新的学习理念，培养自主学习的能力与习惯，形成与大学相适应的思维方式和生活习惯，顺利完成从高中生向大学生的转变，为学生在学校健康成长打下良好的基础。

1911003 安全生产技术知识

本课程是各专业学生必修的公共基础课，重点对学生进行安全生产技术基础理论知识、危险源辨识技术、应急救援技术等知识的安全教育，通过开展校园安全教育，促进安全教育关口前移，不断提高在校学生的安全生产综合素质。