

电子商务专业
人才培养方案
(2024级)

专业代码：530701

专业负责人：XXX

制订人：XXX

学 校：XXX

企 业：XXX

制定时间：2024年4月

修订时间：2025年3月

前言

本《电子商务专业人才培养方案（2024级）》以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大精神及全国教育大会和全省职业教育大会要求，严格落实教育部《职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成司函〔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）、《职业教育专业目录（2021年）》等最新政策文件，紧密结合数字经济发展及电子商务产业“数智化、绿色化、全域化、平台化”趋势，面向区域乡村振兴和中小企业数字化转型，构建德技并修、产教融合、岗课赛证融通的高素质技术技能人才培养体系一、严标贯标：筑牢规范根基，夯实育人底座。

一、严标贯标：全面落实国家专业标准

方案全面对标教育部《高等职业教育专科电子商务专业教学标准（2022年修订）》及《职业教育专业实训条件建设标准》《职业学校学生实习管理规定》，涵盖典型岗位群（运营主管、全渠道营销主管、商务数据分析师等）能力要求，课程体系、教学内容与考核标准精准匹配。公共基础课程开齐开足，包括思想道德与法治、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、形势与政策、大学英语、信息技术、职业生涯规划、劳动教育、体育、军事技能、国家安全教育等9门必修课程，并开设思政选修课（中华优秀传统文化、公共艺术、党史国史等），保障思政教育主渠道作用，实现课程思政与专业教学深度融合。

二、产教融合：紧贴生产劳动实际与专业思政

本方案坚持“从产业中来、到产业中去”，核心课程引入企业真实项目、数据和工具（生意参谋、SCRM系统、ERP系统等），实现“课堂即工场、作业即项目”。专业思政贯穿人才培养全过程，构建显性主线（思政课程）与隐性主线（专业课程思政），在《网店运营》《视觉营销设计》《数据化运营》《劳动教育》等课程中融入诚信经营、人民至上服务理念、工匠精神与劳模精神。通过“三阶递进、四维融通”模式（基础能力→核心能力→综合能力，岗课赛证、校企融通、专创实践），实现专业特色人才培养闭环。

三、动态适配：对接“四新”与岗位变化

课程体系紧密植入新技术（AI数字人、AIGC、Python编程）、新标准（区块链产品溯源、绿色供应链管理）、新规范（网络交易管理办法、直播电商合规指南）、新职业（智能客服主管、数据化运营师），并根据企业调研结果，针对AI训练师、全域营销策划师等新兴岗位能力缺口，动态增设《人工智能导论》《智慧商业》模块，确保人才培养与产业发展同步迭代，适应数字化转型与绿色化改造趋势。

四、多元共治：汇聚行业与社会力量

方案制订过程中，行业企业、第三方评价机构、教研单位及校内教师深度参与，成立电子商务专业建设委员会，覆盖岗位调研、课程论证、方案发布全流程，实现“企业提需求、学校建方案、协会验标准、社会评成效”闭环。企业全程参与课程开发与实训指导，提供真实数据、项目场景与岗位实习机会；第三方机构提供行业标准和评价反馈，共同保障方案科学性与实用性。

本方案是职业教育政策落地的施工图、产教融合的路线图，也是教学能力大赛中展示教学设计水平、课程思政融合和实践育人成果的重要依据，为培养具备家国情怀、数字素养、创新能力和工匠精神的新时代电子商务高技能人才提供了科学、规范、可执行的行动纲领。

主要编制人：

姓名	单位	职务	职称
付某某	XXX学院	副院长、专业带头人	教授
陈某某	XXX学院	专业负责人、骨干教师	副教授
林某某	XXX学院	骨干教师	副教授
甘某某	XXX学院	骨干教师	副教授
马某某	XXX学院	骨干教师	副教授
张某某	XXX电子商务XXX公司	运营主管	高级电子商务师

审定人：（院内1人、兄弟院校1人、企业专家1人）

姓名	单位	职务	职称
XXX	XXX学院	学院院长、专业群负责人	教授
XXX	XXX学院	学院院长	教授
XXX	XXX电子商务有限公司	副总经理、运营总监	高级电子商务师

目录

前言 1

一、专业名称及代码 4

二、入学要求 4

三、修业年限 4

四、职业面向 4

五、培养目标与培养规格 7

 （一）培养目标 7

 （二）培养规格 7

 1. 素质 8

 2. 知识 8

 3. 能力 8

六、课程设置及要求 8

 1. 实训 9

 2. 实习 9

七、教学进程总体安排 27

 （一）教学进程 27

 （二）学时安排 27

八、实施保障 28

 （一）师资队伍 28

 1. 队伍结构 28

 2. 专业带头人 28

 3. 专任教师 28

 4. 兼职教师 28

 （二）教学设施 28

 1. 专业教室基本要求 28

 2. 校内外实验、实训场所基本要求 28

 3. 实习场所基本要求 29

 （三）教学资源 29

 1. 教材选用基本要求 29

 2. 图书文献配备基本要求 29

 3. 数字教学资源配置基本要求 29

 （四）教学方法 29

 （五）教学评价 29

 （六）质量管理 29

九、毕业要求 30

十、附录 30

2024级电子商务专业人才培养方案

(2025年3月最新修订)

一、专业名称及代码

电子商务（530701）

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学历者

三、修业年限

基本修业年限3年（实行弹性学制，三到五年）

五、职业面向

表1 职业面向

所属专业大类代码 (代码)	所属专业 类 (代码)	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位群举 例	职业类证 书
财经商贸大类（53）	电子商务类 (5307)	互联网平台（643） 批发业（51） 零售业（52）	电子商务师S（4-01-06-01） 互 联 网 营 销 师 S （ 4-01-06-02 ） 批发与零售服务人员（4-01） 客户服务管理员（4-07-02-03 ） 商务专业人员（2-06-07）	运营主管 全渠道营销主管 商务数据分析师 数据化运营师 智能客服主管 视觉营销设计师 互联网产品开发主管	职业资格证书： 网店运营推广 农产品电商运营 1+X证书： 电子商务数据分析 直播电商

表2 典型工作任务

序号	职业岗位	典型工作任务	任务描述	职业能力分析	主要对应课程
1	运营主管	店铺整体规划与目标管理； 团队管理与流程优化； 运营数据分析与策略调整； 店铺活动策划与执行督导	制定店铺月度、季度及年度运营计划和销售目标；合理分配工作任务，指导并考核团队成员；监控核心运营数据（流量、转化率、客单价等），运用数据分析工具诊断问题并调整运营策略；策划并督导执行店铺大促及日常营销活动，复盘活动效果并形成报告。	具备优秀的逻辑分析能力和数据敏感度，能通过数据驱动运营决策； 具有较强的目标管理能力和团队领导力，能带领团队达成业绩指标； 熟悉电商平台规则与玩法，具备系统化的运营思维和风险预判能力； 具备出色的沟通协调和项目管理能力，能高效推动活动策划与执行。	电子商务基础、网店运营、电子商务法律法规、客户服务与管理、电商文案、数据化运营、社群运营、直播电商、电子商务运营综合实训、电子商务运营项目实战
2	全渠道营销主管	整合营销策略制定与执行； 多渠道（线上+线下）营销活动策划与协同； 营销预算分配与ROI分析； 客户全生命周期营销管理	根据品牌定位和市场趋势，制定全域营销策略；协调电商平台、社交媒体、内容平台、线下门店等渠道资源，策划并执行联动营销活动；制定营销预算，监控各渠道投放效果，并根据ROI动态优化预算分配；设计用户拉新、促活、留存、转化、裂变的全链路营销方案。	具备前瞻性的市场营销视野和全域营销思维，能整合内外部资源制定整体策略； 精通各主流营销渠道的玩法与特性，具备较强的跨渠道协同管理能力； 具有极强的数据分析和成本管控意识，能精确计算并提升营销投入产出比； 深刻理解用户分层和生命周期价值，能设计精细化的用户运营方案。	电子商务基础、网络营销、新媒体营销、社群运营、直播电商、电商文案、短视频创作、电子商务法律法规、客户服务与管理、数据化运营、电子商务运营综合实训、直播项目实战
3	商务数据分析师	多维度数据采集与清洗； 经营诊断与专题分析； 数据可视化看板搭建； 基于数据的商业预测与策略建议	从生意参谋、数据银行、CRM系统等多个平台采集业务数据，并进行清洗、处理；针对流量下滑、转化异常等问题进行深入的专题分析，定位根本原因；搭建日常运营及管理的数据可视化看板，实现核心指标实时监控；运用数据模型对销售趋势进行预测，为产品开发、库存备货和营销策略提供数据支持。	具备严密的逻辑思维和敏锐的数据洞察力，能从海量数据中发现业务问题和机会； 熟练掌握SQL、Excel、Python等数据分析工具，具备高效的数据处理和分析能力； 精通主流数据可视化工具，能将复杂数据	电子商务基础、数据化运营、网店运营、电子商务法律法规、 电子商务数据分析实训 、电子商务运营综合实训

序号	职业岗位	典型工作任务	任务描述	职业能力分析	主要对应课程
				转化为清晰、直观的商业洞察报告； 理解电商业务逻辑，能将数据分析结果转化为可落地的业务策略建议。	
4	数据化运营师	构建运营指标体系； 实施精细化数据运营； A/B测试实验设计与分析； 运营自动化与智能推荐策略配置	建立覆盖流量、用户、商品、内容等维度的精细化运营指标体系；基于用户画像和行为，设计并执行千人千面的商品推荐、优惠券发放和内容推送策略；针对页面布局、文案、优惠力度等关键要素设计A/B测试，评估效果并推广应用；配置并优化营销自动化流程和智能客服应答逻辑。	具备“数据+业务”的复合型思维，能将业务痛点转化为可量化的数据解决方案； 精通用户分群、漏斗分析、留存分析等精细化运营分析方法； 掌握A/B测试原理与统计学基础，能用科学的实验方法驱动产品与策略的迭代优化； 了解推荐系统和营销自动化工具的底层逻辑，具备策略配置与优化能力。	电子商务基础、 数据化运营 、网店运营、客户服务与管理、 社群运营 、电子商务法律法规、电子商务数据分析实训、电子商务运营综合实训、电子商务运营项目实战
5	智能客服主管	智能客服知识库搭建与训练； 客服机器人话术设计与优化； 客服团队管理与培训； 客户服务全流程监控与质量提升	梳理业务知识，搭建和维护智能客服的知识库；设计并持续优化机器人的欢迎语、引导话术和应答逻辑，提升机器人解决率； 组建和管理客服团队，制定排班、绩效考核及培训计划；监控售前、售中、售后全链路服务数据（如响应时长、满意度），分析服务质量痛点并推动改善。	具备良好的客户服务意识和共情能力，能洞察客户的深层需求与情绪； 精通主流电商平台的客服工具和智能AI训练逻辑，具备人机协同管理思维； 具有较强的逻辑梳理和文案撰写能力，能搭建结构清晰、应答精准的知识库； 具备较强的数据分析和团队管理能力，能从数据中发现问题，持续提升团队服务效率与质量。	电子商务基础、客户服务与管理、电子商务法律法规、 数据化运营 、电商文案、电子商务运营综合实训
6	视觉营销设计师	品牌视觉调性把控； 商品详情页与	根据品牌定位，确定店铺整体视觉风格，并制定视觉规范（VI）；深入挖掘产品核心卖点，进行高转化率的商品主图、详情	具备扎实的美术功底和优秀的审美能力，能熟练运用设计软件	图形图像处理、摄影基础、色彩构成、 视觉营销设计 、短视频创作、电商文案、电子商务

序号	职业岗位	典型工作任务	任务描述	职业能力分析	主要对应课程
		广告素材设计； 店铺首页与活动页视觉规划与设计； 视频内容拍摄与剪辑	页策划与设计；策划并设计店铺首页、大促活动页的整体页面架构和视觉呈现；负责短视频、直播切片的脚本策划、拍摄及后期剪辑工作。	进行高品质视觉创作； 深刻理解电商视觉营销逻辑，能通过视觉设计有效传递产品价值、提升点击与转化率； 具备一定的用户心理洞察能力，能将营销思维融入视觉设计，输出“叫好又叫座”的作品； 掌握短视频的策划、拍摄与剪辑全流程技能，能适应内容型电商的视觉需求。	基础、直播电商、视觉营销项目实战、短视频创作项目实战
7	互联网产品开发主管	市场调研与竞品分析； 产品定义与需求文档； 项目管理与开发周期管控； 产品上线运营与迭代优化	通过数据分析、用户访谈等手段，洞察细分市场机会，形成市场与竞品分析报告；定义产品功能、特性和用户体验，撰写详细的产品需求文档（PRD）；协同设计师、开发、测试等部门，制定项目排期并全程管控开发进度与质量；负责产品上线后的数据监控、用户反馈收集，制定产品迭代与优化计划。	具备敏锐的市场洞察力和用户需求挖掘能力，能准确定义产品方向和市场机会； 具有较强的逻辑思维和系统规划能力，能将商业需求转化为清晰、可执行的产品方案； 具备出色的项目管理与跨部门沟通协调能力，能高效推动产品从创意到落地； 具备数据驱动的产品迭代思维，能基于上线表现和市场反馈，持续优化产品竞争力。	电子商务基础、 互联网产品开发 、电子商务网站建设与管理、 视觉营销设计 、图形图像处理、 数据化运营 、电子商务法律法规、色彩构成、电子商务运营综合实训

五、培养目标与培养规格

（一）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，面向互联网和相关服务、批发业、零售业的运营主管、全渠道营销主管、客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发工作的高技能人才。

（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，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，具有社会责任感 and 担当精神；

(3) 具有良好的人文素养与科学素养，具有较强的集体意识和团队合作意识，养成良好的运动、卫生和行为习惯；

(4) 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。

2. 知识

(1) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、英语、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；掌握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。

(2) 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(3) 掌握身体运动基本知识，掌握必备的美育知识，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识。

(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) 具有行业产品分析、市场细分的能力，能够根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成运营目标；

(2) 具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能够根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析，通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；

(3) 具有市场调查与分析、活动策划的能力，能够使用各类平台营销推广方法与营销工具，完成活动文案设计、资源整合、营销活动、广告投放、效果评估和媒体公关；

(4) 具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的能力，能够撰写和优化销售方案，跟进订单确认、供应链管理、账单管理等业务流程，完成销售分析并提出优化客户体验建议；

(5) 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，能够进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控，完成客服中心运营数据报表的制作及数据分析报告；

(6) 具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能够进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；

(7) 具有用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，能够建立产品模型及应用场景，设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动；

(8) 能够结合本专业运用英语，具有良好的语言和文字表达能力、沟通合作能力，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的技能；

(9) 掌握至少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；

(10) 具备一定的心理调适能力；

(11) 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；

(12) 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，具备职业生涯规划能力。

六、课程设置及要求

(一) 课程设置

本专业有公共基础必修课、公共基础选修课程、专业核心课程、专业基础选修课程、专业拓展课程、综合实训课程等6类课程，总共63门课。

其中实践性教学环节的实践教学应贯穿于人才培养全过程，主要包括实验、实习实训、入学教育、社会实践、志愿服务、毕业教育等，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

1. 实训

在校内外进行行业运营、网店运营、社群运营、数据化运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、智能客服、视觉营销设计、互联网及电商产品开发、全渠道营销推广等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

2. 实习

对接真实职业场景或工作情境，在生产制造、商贸流通及现代服务业的电子商务应用企业进行运营主管、全渠道营销主管、销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等实习，包括认识实习和岗位实习。

建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核，注重理论与实践一体化教学。根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

表3 课程体系设置框架表

课程性质	课程类型	主要课程名称	备注
必修课程	公共基础必修课程（10门）	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、形势与政策教育、军事理论和军事技能、体育、大学生心理健康教育、就业指导、大学英语、职业生涯规划	课程描述如表4所示
	专业核心课（6门）	互联网产品开发、视觉营销设计、网络营销、数据化运营、网店运营、社群运营	课程描述如表7所示
	专业拓展课程（3门）	电子商务网站建设与管理、新媒体营销、直播运营	课程描述如表8所示
	综合实训课程（7门）	模块化实战、电子商务运营综合实训、电子商务数据分析实训、视觉营销项目实战、电子商务运营项目实战、毕业设计、实习	课程描述如表9所示
选修课程	公共基础选修课程（9门）	信息技术、创业基础、劳动教育、国家安全教育、应用文写作、管理学基础、公共艺术（音乐鉴赏、影视鉴赏）、演讲与口才、社会实践	课程描述如表5所示
	专业基础选修课程（8门）	图形图像处理、电子商务基础、摄影基础、短视频创作、电商客服与管理、电商文案、电子商务法律法规、网络安全	课程描述如表6所示
	专业拓展课程（1门）	色彩构成	课程描述如表8所示

表4 公共基础必修课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	思想道德与法治	素质目标：增强对马克思主义、共产主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对实现中华民族伟大复兴的信心；养成积极进取的人生态度；培育爱国主义情怀和改革创新精神；培育社会主义核心价值观；提升思想道德素质和法治素养，立大志、明大德、成大才、担大任，努力成为堪当民族复兴重任的时代新人。 知识目标：掌握新时代的内涵和要求；树立科学世界观、人生观和价值观；把握中国精神的内涵和新时代爱国主义的要求；掌握道德的起源和功能，道德的传承和发展等思想道德理论知识；掌握法律的含义、法律的运行、习近平法治思想、宪法的权威与实施、中国特色社会主义法治体系、法治中国、法律权利和义务、法治思维的含义和特征等法律基础知识。 能力目标：能正确掌握人生航向；能正确处理理想与现实的关系；具有正确的道德认知、判断和践行能力；践行社会主义核心价值观；能用法治思维分析和处理问题；全面提高分析问题与解决问题的能力以及自主学习能力。	由世界观、人生观、价值观、道德观、职业观、法治观等内容构成；主要包括人生价值、理想信念、民族精神、时代精神、社会公德、职业道德、家庭美德、网络安全、国防安全观以及法律概念、法律程序、习近平法治思想、宪法、法律制度等。	课程性质：公共基础必修课。 教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所。 教学方法：采用专题化教学法、案例教学法、任务驱动法、情景模拟法等教学方法。 考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中，过程考核为 60%，终结性考核为 40%。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	素质目标：提升思想政治理论素养，坚定共产主义理想信念，坚定中国特色社会主义道路、理论、制度、文化自信；自觉拥护中国共产党的领导，增强民族自豪感和自信心，明辨是非，自觉维护祖国统一和民族团结，承担社会责任和历史使命。 知识目标：掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的主要内容。 能力目标：能运用马克思主义基本立场、观点和方法，全面、客观地认识和分析社会现象；能运用线上线下平台开展自主研究学习、小组团队协作；能结合本专业提供解决问题的方案。	包括毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论形成、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索理论、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观等内容。	课程性质：公共基础必修课。 教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所、校内实训基地、校外实习实训基地。 教学方法：用专题教学法、案例教学法、任务驱动法、情景模拟法等教学方法。 考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中，过程考核为 60%，终结性考核为 40%。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	素质目标：坚持习近平新时代中国特色社会主义思想的指导地位，增强对新时代中国特色社会主义的政治认同、思想认同、情感认同，理性地认识中国特色社会主义所处的历史阶段和历史方位，坚定走中国特色社会主义道路的決心和信心。 知识目标：全面、准确地掌握并理解习近平新时代中国特色社会主义思想的形成发展过程和主要内容；理解习近平新时代中国特色社会主义思想	包括习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、实现中华民族伟大复兴的重要保障、中国特色大国外交、坚持和加强党的领导等内容。	课程性质：公共基础必修课。 教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所、校内实训基地、校外实习实训基地。 教学方法：采用专题教学法、案例教学法、任务驱动法、情景模拟法等教学方法。 考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中，过程

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		主义思想是当代中国马克思主义、21 世纪马克思主义。 能力目标：能运用习近平新时代中国特色社会主义思想基本立场、观点和方法，全面、客观地认识和分析社会现象；能够正确认识到坚持和发展中国特色社会主义，是改革开放以来我们党全部理论和实践的鲜明主题，也是习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义；能认识到只有社会主义才能救中国，只有坚持和发展中国特色社会主义才能实现中华民族伟大复兴。		考核为 60%，终结性考核为 40%。
4	大学生心理 健康教育	素质目标：立德树人，育心育德，提高学生心理素质；健全完整人格，开发个体潜能，减少心理困惑，培养乐观积极的心理品质，促进全面、健康发展，适应未来社会对人才素质的要求。 知识目标：熟知心理健康的要点，了解自身心理发展与人格等特点，正确认识自我，学会情绪调节的方式，熟悉正确认识挫折失败、生命教育，学会正确的交往观、恋爱观等。 能力目标：提升学生能独立思考、管理情绪、有效处理人际关系，能适应社会、提升自我成就等；能自省、自尊、自信、自律、自强，促进身心全面发展。有针对性地讲授心理科学与心理健康的基本知识和维护心理健康的基本技能和技巧，树立高职学生的心理健康意识，认识与识别心理异常现象，学会调整自己的心理状态与情绪问题。	包括入校环境改变与心理适应、心理健康要点、自我意识、心理健康普查；自我人格特征、学习中出现的问题与创造力、直面情绪调控、压力处理和应对、挫折教育专题、面对挫折与失败的应对实操训练、抗压训练、大学生常见心理障碍与防治、生命教育, 人际交往内涵，沟通技巧；大学生人际交往实例培训、恋爱观念与成人教育培养、心理问题求助方式、沟通技巧实操培训等内容、职业教育的心理特点、服务意识心理学等专题。	课程性质：公共基础必修课。 课程思政：全面推进健康中国建设，培育学生理性平和的健康心态，加强人文关怀和心理疏导，坚持育心与育德相结合，坚持培养学生自尊自信，积极向上的健康心态，促进学生心理健康素质的提升。注重心理健康知识教育的全覆盖，全程关注学生心理健康，聚焦关键时期，全方位渗透，满足学生不同阶段的心理成长需求，加强本课程的心理育人功能，助力学生心理成长。 教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所。 教学方法：采用讲授法、情景模拟法、任务驱动法、项目教学法、小组讨论法等教学方法。 考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中，过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
5	大学英语	素质目标：培养学生具备职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升和自主学习完善能力，培养具有中国情怀与国际视野，在日常生活和职场中能用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。 知识目标：掌握 2300—2600 个常用英语单词、300 个与行业相关的英语词汇以及基本的英语语法。 能力目标：能听懂、交流、读懂和翻译日常生活用语以及用英语处理与未来职业相关的业务能力，提升跨文化交际能力，坚定文化自信。	主题类别、语篇类型、语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略。	课程性质：公共基础必修课 课程思政：以落实“立德树人”为根本任务，以突出“民族文化自信”为宗旨，将思政教学融入英语语言学习之中，助力学生感受中华古典文化情怀与新时代奉献精神，引导学生不忘本来、吸收外来、面向未来，更好构筑中国精神、中国价值、中国力量，向世界介绍中国，弘扬中华文化。 教学场地：多媒体教室。 教学方法：情景模拟法、任务驱动法、项目教学法、小组讨论法。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
				考核评价： 以过程考核为主，形成性评价与终结性评价相结合，注重考核学生的能力、素质等内容。其中过程性考核占 50 %，其他考核占 50%。
6	军事理论和军事技能	素质目标： 弘扬爱国主义精神、增强国防观念、培养国家安全隐患意识和忧患危机意识，传承红色基因、提高学生综合国防素质。 知识目标： 了解中国国防、国家安全、国际战略格局的现状和发展趋势、军事高科技对军事变革和军队建设的影响等相关军事基础理论知识。 能力目标： 能自觉履行国防义务，能进一步认清极端主义、分裂主义和恐怖主义等三股恶势力的性质及其危害，能认清我国的维稳、反恐、安边形势的严峻和任务的艰巨性，自觉维护社会稳定和民族团结。	包括军事理论和军事技能两部分。 军事理论： 中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。 军事技能： 共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练。	课程性质： 公共基础必修课。 课程思政： 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，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和国防后备力量建设服务。 教学场地： 多媒体教室、田径场。 教学方法： 采用讲授法、混合式教学法、仿真训练法、模拟教学法等教学方法。 考核评价： 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，注重考核学生的能力、素质等内容，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。 《军事理论》教学时数 36 学时，记 2 学分；《军事技能》训练时间 2 周，112 学时，记 2 学分。
7	形势与政策教育	素质目标： 1. 牢固树立“四个意识”，增强“四个自信”，增强学生对实现中华民族伟大复兴的信心信念和历史责任感；2. 培养学生知行合一、协同配合、学以致用能力，塑造“诚、勤、信、行”和“有理想、有道德、有文化、有纪律”融于一体的新时代大学生。 知识目标： 1. 掌握形势与政策问题的基本理论和基础知识，科学分析形势发展变化规律等；2. 掌握并正确理解党的路线方针政策的基本内容，正确理解党的基本路线，重大方针和政策；3. 增强对国内外政治、经济、文化、科技等各个领域的动态了解。 能力目标： 1. 把对形势与政策的认识统一到党和国家的科学判断和正确决策上，把握正确的世界观、人生观和价值观，提高分析问题和解决问题的能力；2. 推动党的理论创新成果进教材进	围绕加强党的建设、经济形势、涉港澳台事务、国际形势四部分每学期更新教学内容。	课程性质： 公共基础必修课 教学场地： 多媒体教室和课外实践教学场所、校内实训基地、校外实习实训基地； 教学方法： 采用专题化教学法、案例教学法、任务驱动法、情景模拟法等教学方法； 考核评价： 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中，过程考核为 60%，终结性考核为 40%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		课堂进学生头脑，提高学生的逻辑思维能力与自主学习能力；3. 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，提高对错误思潮的鉴别和抵御能力。		
8	体育	素质目标：通过体育活动改善心理状态、克服心理障碍，养成积极乐观的生活态度。 知识目标：熟练掌握 2 项以上健身运动的基本方法和技能；掌握常见运动创伤的处置方法。 能力目标：能有良好的行为习惯，形成健康的生活方式，具有健康的体魄。	包括基础模块与拓展模块。 分别为：篮球、足球、排球、健美操、武术、跆拳道、网球、羽毛球、乒乓球、散打、飞盘、八段锦、舞龙、舞狮、体育舞蹈等。 理论课分为：裁判法、救急与急救、心肺复苏术、创伤急救基本技术等。	课程性质：公共基础必修课。 课程思政：为完成“立德树人”根本任务，充分发挥体育课程教学的德育功能与价值引领，把培育和践行社会主义核心价值观渗透于体育课程教学中。 教学场地：田径场、篮球场、室内场地。 教学方法：采用任务驱动法、项目教学法、小组讨论法等教学方法。 考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
9	信息技术	素质目标：具备信创意识、计算思维、数字化创新与发展、人工智能等四个方面的素质。 知识目标：了解人工智能基本概念，掌握AI技术各个场景的应用，掌握信息检索的途径、方法和步骤、搜索引擎的工作原理和类型，掌握常用的工具软件和信息化办公技术，具备支撑专业学习的基础知识。 能力目标：通过掌握的常用工具软件以及新一代信息技术代表人工智能技术，能在日常生活、学习和工作中综合运用新一代信息技术，人工智能解决实际问题，具备独立思考和主动探究能力，拥有团队意识和职业精神，为学生职业能力的持续发展奠定基础。	Windows操作系统使用、信息资源检索、WPSOffice文字处理、WPSOffice表格处理、WPSOffice文稿处理、AI开发语言Python编程、AI大型技术应用、AI机器学习、计算机视觉、AI自然语言处理、AI智能文档处理。	课程性质：公共基础必修课。 课程思政：以信息素养和人工智能伦理培养为目标，以人工智能典型生活应用场景为载体，通过“教师示范-学生模仿-独立实践”三阶段的教学做一体，持续训练学生从学会，会做到做精的过程中让学生沉浸过程，享受成果，不断培养学生爱岗敬业、精益求精、专注执着、科技创新的数智工匠精神。 教学场地：多媒体机房。 教学方法：通过信息技术和人工智能典型案例为驱动，采用任务驱动法、教学做一体化等教学方法。 考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，注重考核学生的能力、素质等内容，其中，过程性考核占60%，终结性考核占40%。
10	国家安全教育	素质目标：具备安全第一的意识；具备积极正确的安全观；理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当；树立健康的饮食观和食品安全意识。 知识目标：牢固树立和全面践行总体国家安全观，落实 2020 年 10 月教育部印发的《中小学国家安全教育指导纲要》；了解安全基本知	包括：落实教育部印发的《中小学国家安全教育指导纲要》，将国家安全意识转化为自觉行动。人身、财产、突发公共安全与灾害教育。分辨垃圾食品或者“三无”食品等内容	课程性质：公共基础必修课。 课程思政：国家安全教育纲要要求全面增强大中小学生的国家安全意识，提升维护国家安全能力，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础，这就是“课程思政”的理论依据和行为指南，课程将思政教育贯穿于全过程。通过国家安全教育

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		识，了解突发公共安全与灾害的自我保护知识、相关的食品安全问题分类知识。 能力目标：通过国家安全教育课程，使学生在日常的学习生活中，自觉养成维护国家安全的良好习惯。掌握必要的安全行为和知识技能，能够有效保护自我。能分辨垃圾食品与有毒食品。		育，使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力，通过以点带面的方式形成全课程育人、全员育人的新格局。达到价值塑造、思想引领、知识促进、能力培养、行为动员的教学效果，激发了同学们的爱国主义热情和使命担当精神并以实际行动捍卫国家安全。 教学场地：多媒体大教室、音乐报告厅、实训室、宿舍、食堂。 教学方法：采用专题讲座的形式，运用讲授法、演示法、案例教学法等教学方法。 考核评价：以过程性考核为主，采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
11	劳动教育	素质目标：具备诚实守信、勤奋踏实、爱岗敬业、吃苦耐劳、精益求精的职业素质。遵纪守法、崇德向善、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。具备劳动精神、劳模精神、工匠精神和创新思维；具备节能节水、爱护环境、维护无烟校园等绿色环保意识。 知识目标：了解党和国家一系列方针政策和政治理论；熟悉跟自身相关的法律法规常识和公民基本道德规范；掌握劳动精神、劳模精神和工匠精神的内涵；无烟校园建设以及绿色生态校园建设的基本知识。 能力目标：能养成良好的劳动行为习惯、能通过劳动教育弘扬劳动精神、形成良好的劳动习惯和积极的劳动态度，切实体会到“生活靠劳动创造，人生也靠劳动创造”的道理。具有社会责任感，促进全方面发展。能为无烟校园和绿色生态校园建设做出自己的贡献。	包括劳动价值观，劳动光荣，好逸恶劳可耻；社会制度正义，反对和逐步消除劳动异化，鼓励受教育者追求“按劳分配”的社会主义分配原则与社会制度正义；现代教育观，教育与生产劳动相结合，培育具有自由个性的全面发展的人；树立大学生健康的劳动观，开展生态文明、节能节水节粮、垃圾分类、无烟校园爱护环境等绿色教育。	课程性质：公共基础必修课。 课程思政：培养学生正确的劳动价值观；提升学生的责任感、荣誉感；继承中华民族勤俭节约、敬业奉献的优良传统。 教学场地：多媒体大教室、音乐报告厅、实训室。 实践场地：校园、教室、宿舍、食堂等。 教学方法：采用理论讲授和实践操作的形式，运用讲授法、演示法、实践操作法等教学方法。 考核评价：采用过程性考核，占比 100%，主要聚焦学生劳动生活的全过程，通过导师讲座与学生校园劳动、寝室劳动、社会实践、专业服务、实习实训等方式开展劳动理论与实践教育，将劳动精神、劳模精神、工匠精神与专业有机融合。
12	职业生涯规划	素质目标：树立正确的职业观念，学会一种精神（奋斗精神），形成两种意识（主动选择意识和个人生涯发展的责任意识）。 知识目标：了解职业生涯规划基本理论知识，熟悉未来的职业发展趋势，掌握职业规划与	本门课程主要包括自我兴趣、性格、价值和技能探索，工作世界探索，生涯人物访谈与撰写职业生涯规划书，参加职业生涯规划海报	课程性质：公共基础必修课。 课程思政：学生树立把个人发展与国家需要、经济社会发展趋势相结合，增强为个人职业发展和为做国家贡献而积极努力的意愿和动力。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		调整的技能。 能力目标：能够对自我兴趣、性格和价值观有准确的认识和定位，能够掌握职业生涯访谈技巧，根据社会需要和自身特点进行职业生涯规划，完成职业规划生涯书。	设计大赛等内容。	教学场地：多媒体教室、生涯规划实训室、校企合作就业基地。 教学方法：采用小组教学、游戏教学、案例教学、课程平台等教学方法。 考核评价：采用结果考核和过程考核、理论考核与作品考核等相结合的方法。注重考核学生的能力、素质等内容，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
13	就业指导	素质目标：树立正确的职业观、幸福观与择业观，具备基本职业素质和基本职业规范。 知识目标：了解我国就业政策、社会就业形势、企业招聘需求，掌握求职方法和技巧，理解就业权益保护，掌握高质量本地就业的途径。 能力目标：能明确求职方向、能制作专属简历、能模拟求职实践、能获得面试机会、能获得本地高质量就业的岗位。	就业形势与政策、就业信息收集与利用、简历制作、面试技巧、就业权益保护、学校招聘会现场实践、获得真实面试邀约、课程平台基础知识学习（劳动合同、五险一金、就业欺诈防范、职场问题应对等）。	课程性质：公共基础必修课。 课程思政：培养学生主动心、责任心、诚信、团队精神，提升主动意识和规划意识；提升做人、做事、学习的良好习惯和素养。 教学场地：多媒体教室、招聘实训室、智慧职教 MOOC 学院平台。 教学方法：采用情景教学法、探究教学法、案例教学法、小组教学法、现场教学法等教学方法。 考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，注重考核学生的能力、素质等内容，其中，过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
14	创业基础	素质目标：主动适应区域经济社会发展需要的责任意识、引领行业发展所需要的“敢闯”的精神。具体培养学生“树情怀、勇担当、善合作”的品质和“敢为先、奋拼搏、乐奉献”的精神。 知识目标：掌握开展创新创业活动所需要的“会创”的知识。具体是掌握创新的基本方法，理解创业者成长、创业团队组建、创业机会识别、创业项目选择、创业资源管理、商业模式设计、创业计划撰写和创业项目运营等内容的基本特点和内涵。 能力目标：形成“创优”的潜质。具体是能运用创新的方法，能组建创业团队，能选择创业项目选择和资源，能分析并创新商业模式，能撰写商业计划书，能参加商业路演，能实现一段创业实践经历。	创新创业基本方法训练、创业者与创业团队、创业机会与创业项目选择、创业资源管理、商业模式设计、创业计划书撰写、商业路演、新企业创办、新开办企业管理与运营。	课程性质：公共基础必修课。 课程思政：以“在创新创业中增长智慧才干，在艰苦奋斗中锤炼意志品质”为主线，围绕“敢闯会创，爱国敬业”为内核，培养“树情怀、勇担当、奋拼搏、敢为先、善合作、乐奉献”六大素养，激活创业基因、锤炼创业品质、点燃创业梦想。 教学场地：多媒体教室、智慧职教 MOOC 学院平台、创新实训中心、创业孵化基地、企业经营现场 教学方法：案例教学、小组讨论教学、实地调研、创新创业比赛实战教学、专家讲座、理论教授、角色扮演、游戏教学法、商业路演实训室 考核评价：课程考核采用作品考核和过程考核等相结合的方法，其中，过程性考核占 60%，终结性考核占 40%。

表5 公共基础选修课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	应用文写作	素质目标：具备严谨规范的职业文书素养；坚守诚信表达、合规传播的职业道德；养成数据敏感性与逻辑缜密性。 知识目标：掌握商务函件、运营方案、数据分析报告等 8 类电商文书的格式规范。 理解《广告法》《电商法》对文案的合规性要求。熟悉 AIGC 工具辅助写作的伦理边界。。 能力目标：能独立撰写高转化率的商品详情页文案；能设计符合平台规则的直播话术脚本；能用数据可视化工具制作运营分析报告。	包括电商推广文案创作、商业协议撰写、数据报告设计、活动策划案四个项目，覆盖“赣品出圈”助农直播、非遗文创产品运营等真实场景。	课程性质：公共基础选修课。 课程思政：以“诚信立言、责任传声”为主线，在合同中强调契约精神，在推广文案中杜绝虚假宣传，培养“严谨、守责、求真”的职业文风。 教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所、校内实训基地、校外实习实训基地。 教学方法：企业文书模板仿写（AI 辅助写作与人工润色对比助农直播脚本限时创作赛。 考核评价：过程性考核 60%：4 次企业项目文书终结性考核 40%：2 小时撰写“景德镇陶瓷直播全案”。
2	管理学基础	素质目标：培养公平公正的管理伦理观；强化风险预判与危机担当意识；树立“以人为本”的团队协作精神。 知识目标：掌握计划、组织、领导、控制四大职能核心理论；理解电商 KPI 设计、供应链协同、客诉响应的管理逻辑；熟悉《劳动法》对用工管理的合规要求。 能力目标：能制定网店月度运营计划书；能设计客服团队绩效考核表；能协调处理“物流延迟”类危机事。	包括目标分解与计划制定、岗位职责设计、团队激励策略、流程监控优化四个项目，以校园直播基地、企业订单班为实战载体。	课程性质：公共基础选修课。 课程思政：贯穿“以义制利、以和聚力”理念，在 KPI 设计中拒绝“996”压榨，在危机处理中坚守客户至上，培育“责任、包容、共情”的领导力。 教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所、校内实训基地、校外实习实训基地。 教学方法：京东客服团队管理案例分析。角色扮演（店长/运营/客服主管冲突处理），供应链断链应急沙盘推演。 考核评价：过程性考核 60%：团队管理方案（30%）+ 危机处理报告（30%）；终结性考核 40%：企业沙盘经营模拟。
3	公共艺术	素质目标：涵养文化自信与审美判断力；激发非遗传承的创新责任感；培育绿色低碳的设计伦理观。 知识目标：掌握色彩、构图、文化符号的美学原理；理解农产品包装、电商详情页、短视频的视觉传达规则；熟悉江西青花瓷、井冈山红色元素等地域文化符号。 能力目标：能设计融合青花瓷纹样的脐橙包装；能制作 Z 世代喜爱的“非遗+电商”短视频分镜；能批判性分析“土味营销”的审美偏差。	包括视觉传达基础、赣鄱文化符号应用、数字媒体创作、商业美学批判四个项目，衔接“绿色农产品B2C”视觉模块。	课程性质：公共基础选修课。 课程思政：以“以美铸魂、以艺传薪”为主线，在包装中活化非遗，在短视频中传播红色基因，培养“尚美、创美、传美”的品位担当。 教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所、校内实训基地、校外实习实训基地。 考核评价：过程性考核 60%：包装设计迭代作品集（含 3 版方案+用户反

				馈）；终结性考核 40%：“红色文旅+非遗电商”主题艺术策展方案。
4	演讲与口才	素质目标：养成自信得体的表达风范；坚守诚信沟通的传播伦理；培养跨文化语境适应力。 知识目标：掌握商务谈判、直播话术、路演答辩的表达模型；理解方言差异、群体心理对沟通的影响；熟悉《消费者权益保护法》对话术的合规边界。 能力目标：能完成农产品直播的沉浸式讲解；能在商业路演中精准传递项目价值；能进行地域化营销。	包括商务表达逻辑构建、直播话术设计、路演答辩技巧、方言营销实战四个项目，聚焦“赣品出圈”场景。	课程性质：公共基础选修课。 课程思政：贯穿“言必诚信、行必忠正”准则，在直播中杜绝虚假宣传，在路演中坚守数据真实，锤炼“自信、真诚、包容”的表达品格。 教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所、校内实训基地、校外实习实训基地。 教学方法：脐橙直播话术 A/B 测试；“互联网+”大赛路演模拟；方言营销情景剧（客家话推广陶瓷）。 考核评价：过程性考核 60%：3 次直播话术优化报告（20%×3）；终结性考核 40%：10 分钟“乡村振兴电商项目”路演答辩。
5	社会实践	素质目标：锻造“敢闯会创”的企业家精神；厚植“乡村振兴”的家国情怀；培育“合规经营”的法治素养。 知识目标：掌握 TRIZ 创新方法、商业模式画布、创业融资规则；理解《公司法》《税法》对初创企业的合规要求；熟悉江西“赣品云贷”“文旅专项”等政策资源。 能力目标：能组建团队运营校园助农直播间；能撰写“陶瓷非遗电商”商业计划书；能申报省级大学生创业基金。	覆盖创新工具训练→团队组建→助农项目孵化→商业模式设计→计划书撰写→路演融资→企业注册全链条。	课程性质：公共基础选修课 课程思政：以“青春筑梦、科创报国”为内核，在助农中践行共富使命，在经营中严守税法底线，激活“树情怀、勇担当、善合作”六大素养。 教学场地：创业孵化基地 江西省“互联网+”大赛现场 教学方法：创新创业比赛实战（以赛代练）；企业导师 1v1 辅导（月度经营复盘）；商业计划书路演（真实投资人评审）。 考核评价：过程性考核 60%：商业计划书+月度运营报告；终结性考核 40%：路演。

表6 专业基础选修课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	图形图像处理	素质目标：具备审美素养和创新思维；培养耐心细致的工作态度和团队协作精神；树立诚信、专业的职业形象，尊重知识产权。 知识目标：掌握图像处理软件（如 Photoshop）的基本操作原理；理解色彩理论、构图规则及图像格式差异；熟悉数字图像优化技巧和版权规范。 能力目标：能够独立完成商品图片的编辑、	包括界面与基础操作、图像编辑与修饰、图层与蒙版、滤镜与特效、图像合成与创意设计等专题知识。	课程性质：专业基础课。 课程思政：强调诚信使用原创素材，反对盗版；培养创新精神和审美责任感，服务社会需求。 教学场地：计算机图形设计实训室（配备高性能电脑和专业软件）。 教学方法：采用案例教学法（分析电商成功案例）、项目驱动法（实操设计任

		修饰和美化；能够根据电商平台要求优化图像尺寸和质量；能够设计简单的宣传海报或Banner图。		务）、小组协作法。 考核评价：采用自评、团队互评、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占40%（含课堂练习、项目作业），终结性考核占60%（综合设计作品）。
2	电子商务基础	素质目标：培养互联网思维和数字化素养；具备诚信、守法的商业道德；增强团队合作和问题解决能力，适应快速变化的电商环境。 知识目标：理解电子商务基本概念、发展历程及商业模式（如B2B、B2C）；掌握电商平台（如淘宝、京东）的运作机制；熟悉电商法律法规和网络安全知识。 能力目标：能够分析电商市场趋势并制定简单策略；能够操作主流电商平台进行店铺开设和管理；能够评估电商风险并提出应对方案。	描述：包括电商导论、平台实操、法律法规、案例分析四个项目，聚焦电商系统全貌。	课程性质：专业基础课。 课程思政：融入诚信经营、合规操作的理念；强调国家数字化战略，培养服务区域经济的责任感。 教学场地：电子商务模拟实训室（配备电商平台模拟软件）。 教学方法：采用理论讲授法、模拟实操法、案例研讨法（结合真实电商事件）。 考核评价：采用自评、团队互评、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占40%（含平台操作任务、案例分析报告），终结性考核占60%（综合笔试或项目方案）。
3	摄影基础	素质目标：具备艺术感知力和创造性思维；培养细致耐心、精益求精的工作态度；树立健康、安全的拍摄理念，尊重他人隐私。 知识目标：掌握摄影器材（如单反相机、手机）的基本使用和保养；理解光线、构图、色彩等摄影原理；熟悉电商产品拍摄流程和标准。 能力目标：能够独立完成商品静物和场景的拍摄；能够根据电商需求调整拍摄参数和风格；能够处理基础光影问题并输出高质量素材。	包括器材认知、构图技巧、光线控制、实景拍摄四个项目，强化电商产品摄影应用。	课程性质：专业基础课。 课程思政：倡导诚信展示产品真实信息，杜绝虚假宣传；培养审美责任感，弘扬中华美育传统。 教学场地：摄影实训室（配备专业灯光、背景布和静物台）。 教学方法：采用演示教学法（教师示范）、项目实训法（分组拍摄任务）、反馈修正法。 考核评价：采用自评、团队互评、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占40%（含日常拍摄练习、作品迭代），终结性考核占60%（最终摄影作品集）。
4	短视频创作	素质目标：具备创意表达能力和数字传播素养；培养抗压韧性和团队协作精神；遵守网络道德，抵制低俗内容。 知识目标：掌握短视频策划、拍摄、剪辑的完整流程；理解平台算法（如抖音、快手）和用户心理；熟悉短视频工具（如剪映、Premiere）的使用方法。 能力目标：能够独立策划并制作电商推广短视频；能够优化视频内容以提升转化率；能够分析数据反馈并迭代创作方案。	包括脚本撰写、拍摄技术、后期剪辑、数据分析四个项目，覆盖电商短视频全链条。	课程性质：专业基础课。 课程思政：强调正能量传播，融入社会主义核心价值观；培养创新意识，助力乡村振兴（如推广农产品）。 教学场地：多媒体创作实训室（配备摄像设备、剪辑软件和绿幕）。 教学方法：采用项目教学法（真实案例实操）、角色扮演法（模拟电商场景）、迭代优化法。 考核评价：采用自评、团队互评、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占40%（含脚本草案、中期剪辑），终结性

				考核占60%（完整视频作品及报告）。
5	电商客服与管理	素质目标：具备良好的沟通能力和同理心；培养耐心、负责的服务态度；树立诚信、专业的职业操守，维护企业声誉。 知识目标：掌握客服流程（如咨询响应、纠纷处理）和 CRM 系统操作；理解消费者心理和售后服务规范；熟悉电商平台客服政策及数据管理工具。 能力目标：能够高效处理客户咨询和投诉；能够运用数据分析优化客服策略；能够管理客服团队并提升绩效。	包括客服沟通技巧、纠纷处理流程、团队管理、数据分析四个项目，聚焦电商客服实战。	课程性质：专业基础课。 课程思政：融入诚信服务、顾客至上的理念；强调社会责任，如公平交易和隐私保护。 教学场地：电商客服模拟实训室（配备客服软件和角色扮演设备）。教学方法：采用案例教学法（真实客服场景）、模拟实训法、小组辩论法。 考核评价：采用自评、团队互评、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占 40%（含模拟对话、案例分析），终结性考核占 60%（综合情景测试或管理方案）。
6	电商文案	素质目标：具备文化素养和创意思维；培养严谨、细致的写作习惯；树立诚信传播意识，避免夸大宣传。 知识目标：掌握文案写作技巧（如标题优化、情感营销）；理解不同电商平台（如微信、微博）的文案风格；熟悉 SEO 优化和用户行为分析。 能力目标：能够撰写吸引人的产品描述和推广文案；能够根据数据反馈优化文案效果；能够策划多平台文案矩阵策略。	包括文案基础、创意写作、数据驱动优化、多平台适配四个项目，强调转化率提升。	课程性质：专业基础课。 课程思政：倡导真实、诚信的营销内容；融入中华优秀传统文化元素，如成语或故事应用。 教学场地：计算机文案实训室（配备写作软件和数据分析工具）。 教学方法：采用写作工作坊法（同伴互评）、案例分析法（爆款文案拆解）、任务驱动法。 考核评价：采用自评、团队互评、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占 40%（含日常文案练习、优化迭代），终结性考核占 60%（综合文案集及效果报告）。
7	电子商务法律法规	素质目标：树立“诚信经营、合规为本”的电商职业伦理；培养风险预判与法律底线意识；强化契约精神与社会责任感。 知识目标：掌握《电子商务法》《网络安全法》《广告法》《消费者权益保护法》核心条款；理解平台规则；熟悉网络交易纠纷处理流程与电子合同法律效力。 能力目标：能识别商品页面的违规宣传；能撰写符合《电商法》的店铺服务协议；能处理“七日无理由退货”等典型消费纠纷。	包括电商主体登记与责任、电子合同合规、消费者权益保护、知识产权风险防控、平台规则解析、纠纷处理实务六大模块，覆盖农产品直播话术合规、非遗文创版权保护等场景。	课程性质：专业基础选修课。 课程思政：以“法治护航、诚信兴商”为主线，在电子合同中强调契约精神，在纠纷处理中坚守公平原则，培养“知法、守法、用法”的数字公民素养。 教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所、校内实训基地、校外实习实训基地。 教学方法：刷单逃税案庭审模拟（角色扮演：商家/平台/税务）；AIGC 生成合同条款的合规性审查；“助农直播话术雷区”排查竞赛。 考核评价：过程性考核 60%：合规

				诊断报告（30%）+纠纷处理方案（30%）；终结性考核 40%：2 小时限时完成“脐橙促销活动全案法律风控设计。
8	网络安全	素质目标：筑牢“没有网络安全就没有国家安全”的底线思维；培养数据隐私保护与伦理责任意识；养成严谨的系统防护操作习惯。 知识目标：掌握《数据安全法》《个人信息保护法》核心要求；理解 SQL 注入、XSS 攻击等常见网络威胁原理；熟悉 HTTPS 加密、防火墙配置、数据脱敏技术。 能力目标：能配置店铺后台的访问权限与日志审计；能识别并防御钓鱼邮件与恶意爬虫；能制定客户隐私数据脱敏方案。	包括数据安全法规解读、网络攻击防御、系统安全加固、隐私保护实务、安全事件应急五大模块，聚焦农产品订单数据防护、支付接口安全等实战需求。	课程性质：专业基础选修课 课程思政： 贯穿“科技向善、安全为民”理念，在数据采集中严守知情同意原则，在系统防护中践行总体国家安全观，培育“重隐私、守机密、抗风险”的网安卫士。 教学场地：多媒体教室。 教学方法：农产品订单数据库攻防演练；直播用户隐私泄露事件应急沙盘；区块链存证技术实操（司法链平台）。 考核评价：过程性考核 60%：系统安全加固报告（30%）+隐私保护方案（30%）；终结性考核 40%：3 小时完成“校园助农平台全链路安全防护方案”。

表专 7 专业核心课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	互联网产品开发	素质目标：具备用户思维和产品创新意识；培养严谨的逻辑分析能力和跨团队协作精神；遵守职业道德，坚守数据安全与隐私保护原则。 知识目标：掌握互联网产品开发全流程（需求分析→原型设计→开发测试）；理解敏捷开发、MVP（最小可行产品）等核心方法论；熟悉主流开发工具（如 Axure、墨刀）。 能力目标：能够独立完成用户需求调研与产品原型设计；能够协调技术、设计团队推进产品迭代；能够制定产品上线及优化策略。	按照“消费端产品—产业端产品—平台型产品”三大场景逻辑，重构为 3 大模块、12 项任务。 模块一：消费端产品开发（需求分析、竞品调研、PRD 撰写） 模块二：产业端产品开发（B 端业务流程设计、权限体系、数据看板） 模块三：平台型产品开发（多边市场设计、支付与评价体系、迭代策略）	课程性质：专业核心课。 课程思政：强调科技创新服务社会，反对抄袭侵权；融入“数字中国”战略，培养家国情怀。 教学场地：互联网产品开发实训室（配备原型设计工具及协作平台）。 教学方法：采用项目驱动法（真实产品案例）、沙盘模拟法（团队角色扮演）、迭代评审法。 考核评价：多元考评（自评 20%+团队互评 20%+教师评 60%），过程性考核占 40%（需求文档、原型评审），终结性考核占 60%（完整产品方案及路演）。

2	视觉营销设计	素质目标：具备美学素养与商业敏感度；培养细节把控能力和创意表达能力；坚守诚信宣传原则，抵制虚假视觉效果。 知识目标：掌握视觉传达原理（色彩心理学、版式布局）；理解电商平台视觉规范（主图、详情页、Banner）；熟悉设计工具（PS、AI、C4D）。 能力目标：能够设计高转化率的电商视觉素材；能够制定品牌视觉统一标准；能够通过 A/B 测试优化视觉方案。	按照“农产品—文创品—工业品”三大视觉场景逻辑，重构为 3 大模块、15 项任务。 模块一：农产品视觉设计（主图拍摄、详情页健康可视化、直播场景搭建） 模块二：文创品视觉设计（非遗元素提取、品牌故事海报、IP 衍生设计） 模块三：工业品视觉设计（参数规范展示、B2B 画册、工厂实拍视频）	课程性质：专业核心课。 课程思政：倡导原创设计，弘扬传统文化元素（如江西青花瓷纹样应用）；反对过度修饰误导消费者。 教学场地：数字媒体设计实训室（配备数位板、高清显示器）。 教学方法：案例临摹法（拆解爆款设计）、任务竞赛法（限时创作）、数据反馈法。 考核评价：多元考评（自评 20%+互评 20%+教师评 60%），过程性考核占 40%，终结性考核占 60%。
3	数据化运营	素质目标：培养数据敏感度和理性决策能力；具备合规使用数据的伦理意识；坚持实事求是，反对数据造假。 知识目标：掌握数据分析工具（Excel、PowerBI、GoogleAnalytics）；理解关键指标（GMV、ROI、复购率）；熟悉用户画像构建方法。 能力目标：能够通过数据诊断店铺健康度；能够制定数据驱动的营销策略；能够设计数据看板并指导团队行动。	按照“流量分析—转化诊断—风控预测”三大数据应用场景逻辑，重构为 3 大模块、14 项任务。 模块一：流量数据分析（来源归因、推广 ROI、实时监控体系） 模块二：转化数据分析（用户行为路径、商品分析、客服效率） 模块三：风控与预测分析（库存预警、信用评价、销量预测）	课程性质：专业核心课。 课程思政：强调数据诚信，遵守《网络安全法》；培养服务区域经济的责任感（如江西特产销售数据分析）。 教学场地：大数据运营实训室（配备数据分析软件及模拟数据集）。 教学方法：问题导向法（真实店铺数据诊断）、沙盘推演法（策略模拟）、企业导师点评法。 考核评价：多元考评（自评 20%+小组评 30%+教师评 50%），过程性考核占 40%（数据报告），终结性考核占 60%（运营优化方案及模拟实施）。
4	网店运营	素质目标：具备亲和力和舞台表现力；培养快速应变能力和团队协作精神；坚守真实宣传原则，杜绝夸大产品效果。 知识目标：掌握直播平台（如抖音直播、淘宝直播）操作规则和话术技巧；理解粉丝运营、互动机制及数据监控方法；熟悉直播设备使用和流程管理；了解非遗文创产品 C2C 数据营销和绿色农产品 B2C 数智营销相关知识，如市场调研、店铺搭建、数据化定价、内容营销推广、运营数据分析、客户画像、数智化选品等。 能力目标：能够独立策划并执行直播活动；能够管理直播间互动和粉丝裂变；能够分析数据优化直播转化率；能够完成网店运营的 8 个任务和 19 个子任务，包括非遗文创产品 C2C 数据营销和绿色农产品 B2C 数智营销的各项工作。	本课程深度融入 1+X 网店运营推广、农产品电商运营、电子商务数据分析证书标准及全国职业院校技能大赛“电子商务技能”“直播电商”赛项内容，融合四新要素（AI 数字人客户画像、区块链产品溯源、AIGC 内容生成、绿色供应链管理）。按照“文化传承—绿色兴农—工业智造”三大产业场景逻辑，重构为 3 大模块、19 项任务： ①非遗文创 C2C 模块（6 任务）：市场调研→IP 衍生开发； ②绿色农产品 B2C 模块（8 任务）：客户画像→碳足迹管理； ③铝型材 B2B 模块（5 任	课程性质：专业核心课。 课程思政：融入“乡村振兴”主题（如推广江西农产品），强调职业诚信；培养服务意识，反对“割韭菜”式销售。 教学场地：直播运营实训室（配备专业灯光、摄像头及绿幕）。 教学方法：采用角色扮演法（模拟主播和观众）、实操训练法（真实产品直播）、反馈修正法。 考核评价：采用自评、团队互评、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占 40%（含脚本练习、模拟直播），终结性考核占 60%（直播活动策划及数据分析报告）。

			务）：工业需求分析→质量信用交付。 实现岗课赛证融通、四新技术赋能。	
5	社群运营	素质目标：具备同理心和用户洞察力；培养内容创作与危机公关能力；遵守网络文明公约，抵制不当营销。 知识目标：掌握社群搭建模型（如 AARRR）；理解用户分层与标签化管理方法；熟悉工具（企业微信、SCRM 系统）使用。 能力目标：能够从 0 到 1 搭建高活跃社群；能够策划裂变活动并实现用户增长；能够处理社群冲突与负面舆情。	按照“兴趣社群—地域社群—品牌社群”三大社群类型逻辑，重构为 3 大模块、12 项任务。 模块一：兴趣社群运营（定位、引流、内容种草） 模块二：地域社群运营（本地化活动、线下裂变、O2O 转化） 模块三：品牌社群运营（会员体系、忠诚度计划、KOC 培养）	课程性质：专业核心课。 课程思政：倡导正能量社群文化，如红色文化传播；反对“割韭菜”式营销，强调长期价值。 教学场地：社群运营实训室（配备多账号管理工具及模拟环境）。 教学方法：角色扮演法（模拟用户与运营者）、热点借势法（实时案例演练）、SOP 设计法。 考核评价：多元考评（自评 20%+成员满意度 30%+教师评 50%），过程性考核占 40%（社群活动记录），终结性考核占 60%（社群运营 SOP 手册及增长报告）。
6	网络营销	素质目标：具备市场敏感度和跨平台整合能力；培养法律意识与广告合规思维；坚持真实宣传，反对虚假流量。 知识目标：掌握 SEO/SEM、信息流广告、KOL 合作等玩法；理解各平台（抖音、小红书、微信）算法机制；熟悉《广告法》合规要求。 能力目标：能够制定全域营销推广方案；能够优化投放 ROI；能够评估营销效果并迭代策略。	按照“搜索营销—社媒营销—整合营销”三大营销矩阵逻辑，重构为 3 大模块、15 项任务。 模块一：搜索营销（SEO 关键词优化、SEM 快车投放、效果评估） 模块二：社媒营销（内容种草、短视频引流、直播互动转化） 模块三：整合营销（市场调研、营销策划、多触点归因、ROI 优化）	课程性质：专业核心课。 课程思政：强调诚信营销，如“赣品出圈”的正当推广；反对“刷单炒信”，维护市场秩序。 教学场地：数字营销实训室（配备广告投放模拟系统）。 教学方法：实战模拟法（预算分配竞赛）、专家讲座法（企业营销总监分享）、工具认证法（如 GoogleAds 认证）。 考核评价：多元考评（自评 20%+团队评 30%+教师评 50%），过程性考核占 40%（投放计划书），终结性考核占 60%（全渠道营销方案及 ROI 分析）。

表8 专业拓展课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	电子商务网站建设与管理	素质目标：具备技术创新精神和系统管理能力；培养严谨的逻辑思维和团队协作精神；坚守数据安全与隐私保护的职业道德。 知识目标：掌握网站开发工具（如WordPress、Shopify）和电商平台管理方法；理解用户界面设计、数据库优化及网络安全机制；熟悉运维流程和故障排除技巧。 能力目标：能够独立搭建并管理电商网站；	包括需求分析、网站搭建、后台管理、安全维护四个项目，覆盖电商网站全生命周期。	课程性质：专业拓展课程。 课程思政：强调诚信经营和数据合规，反对网络欺诈；融入“数字中国”战略，培养服务区域经济（如江西特产电商平台建设）的责任感。 教学场地：网站开发实训室（配备服务器、开发软件及测试环境）。 教学方法：采用案例教学法（分析

		能够优化用户体验和网站性能；能够监控安全风险并实施应急预案。		知名电商站点）、项目驱动法（真实网站搭建任务）、小组协作法。 考核评价： 采用自评、团队互评、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占40%（含需求文档、期中演示），终结性考核占60%（完整网站及运维报告）。
2	新媒体营销	素质目标： 具备创意表达能力和多平台整合思维；培养合规营销意识和用户洞察力；遵守网络文明，抵制虚假宣传和低俗内容。 知识目标： 掌握新媒体平台（如微信、抖音、小红书）的算法机制和内容策略；理解SEO优化、用户增长模型及数据分析工具；熟悉合规要求（如《广告法》）。 能力目标： 能够策划并执行跨平台营销活动；能够创作高转化率内容并优化投放；能够评估营销效果并迭代策略。	包括平台选择、内容创作、投放管理、数据分析四个项目，聚焦“曝光-互动-销售”闭环。	课程性质： 专业拓展课程。 课程思政： 倡导正能量传播，弘扬中华优秀传统文化（如江西红色故事应用）；反对流量造假，培养诚信营销的价值观。 教学场地： 新媒体营销实训室（配备内容创作工具及数据分析软件）。 教学方法： 采用任务竞赛法（限时营销方案）、案例分析法（爆款拆解）、企业导师点评法。 考核评价： 采用自评、团队互评、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占40%（含日常内容作业、数据报告），终结性考核占60%（全渠道营销方案及ROI分析）。
3	色彩构成	素质目标： 涵养文化自信与审美责任感；培育精益求精的工匠精神；树立绿色低碳的设计伦理。 知识目标： 掌握色彩心理学、对比调和原理、地域文化色谱（如青花瓷钴蓝、井冈山赤红）；理解移动端/PC端色彩适配规范；熟悉Pantone年度流行色商业应用逻辑。 能力目标： 能提取赣南脐橙“橙绿”撞色组合提升点击率；能用AIGC工具生成景德镇青花瓷数字色板；能设计低碳印刷的农产品包装专色方案。	包括色彩理论、江西文化色谱提取、数字色彩工具应用、商业配色实战、可持续设计五大模块，贯穿“脐橙详情页”“陶瓷非遗包装”等真实项目。	课程性质： 专业拓展课。 课程思政： 以“以色载道、以美兴赣”为主线，在青花瓷色谱中感悟清廉品格（青白喻清白），在脐橙包装中践行低碳理念，培育“守匠心、传文脉、担责任”的设计观。 教学场地： 数字色彩实验室景德镇陶瓷VR色谱馆；赣南脐橙产地包装车间。 教学方法： 青花瓷釉色数字化复刻实训；“最美赣品”包装配色A/B测试（点击率对比）；可持续材料印染工作坊（秸秆纸实验）。 考核评价： 过程性考核60%：配色方案迭代集（含3版A/B测试数据）；终结性考核40%：“红色文旅+绿色农产”主题数字色库设计。
4	直播运营	素质目标： 具备亲和力和舞台表现力；培养快速应变能力和团队协作精神；坚守真实宣传原则，杜绝夸大产品效果。 知识目标： 掌握直播平台（如抖音直播、淘宝直播）操作规则和话术技巧；理解粉丝运营、	包括脚本设计、直播执行、互动控场、复盘优化四个项目，强化电商直播实战技能。	课程性质： 专业拓展课程。 课程思政： 融入“乡村振兴”主题（如推广江西农产品），强调职业诚信；培养服务意识，反对“割韭菜”式销售。

		互动机制及数据监控方法；熟悉直播设备使用和流程管理。 能力目标：能够独立策划并执行直播活动；能够管理直播间互动和粉丝裂变；能够分析数据优化直播转化率。		教学场地：直播运营实训室（配备专业灯光、摄像头及绿幕）。 教学方法：采用角色扮演法（模拟主播和观众）、实操训练法（真实产品直播）、反馈修正法。 考核评价：采用自评、团队互评、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占40%（含脚本练习、模拟直播），终结性考核占60%（直播活动策划及数据分析报告）。
--	--	--	--	---

表9 综合实训课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	模块化实战	素质目标：具备模块化思维和灵活应用能力；培养创新精神和迭代优化意识；坚持实事求是，反对形式主义。 知识目标：掌握模块设计原理（如电商功能模块化拆分）；理解集成技术和敏捷开发方法；熟悉标准化流程和工具应用（如低代码平台）。 能力目标：能够设计和实施模块化电商解决方案；能够根据需求调整模块组合；能够评估模块效能并持续改进。	包括需求分析、模块设计、集成测试、效果验证四个项目，覆盖“问题-模块-解决”全链路。	课程性质：专业拓展课程。 课程思政：倡导创新服务社会，如数字化赋能乡村经济；培养工匠精神，强调模块化务实应用。 教学场地：模块化创新实训室（配备开发工具及模拟环境）。 教学方法：采用项目导向法（真实业务场景）、迭代优化法、小组协作法。 考核评价：采用自评、团队互评、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占40%（含模块设计草稿、中期评审），终结性考核占60%（完整模块方案及实施报告）。
2	电子商务运营综合实训	素质目标：具备全局运营思维和问题解决能力；培养抗压韧性和风险管控意识；遵守平台规则，倡导公平竞争。 知识目标：掌握电商全流程（选品-上架-推广-售后）整合方法；理解数据分析、供应链管理 & CRM系统应用；熟悉多平台（如天猫、拼多多）协同运营策略。 能力目标：能够统筹店铺整体运营优化；能够制定大促活动并处理危机；能够协调团队实现销售目标。	包括运营规划、执行监控、活动策划、风险评估四个项目，模拟真实电商环境综合训练。	课程性质：专业拓展课程。 课程思政：强调诚信经营和依法纳税；融入“数字赋能”理念，服务中小微企业（如江西本地企业案例）。 教学场地：电商综合实训中心（配备多平台模拟系统及ERP工具）。 教学方法：采用沙盘模拟法（团队竞赛）、企业项目导入法、复盘反思法。 考核评价：采用自评、团队互评、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占40%（含运营日志、策略迭代），终结性考核占60%（综合运营方案及绩效报告）。

3	电子商务数据分析实训	素质目标：筑牢“数据驱动决策”的理性思维；坚守数据真实性与隐私保护底线；培养从噪声中洞察本质的耐心。 知识目标：掌握流量转化漏斗、用户LTV模型、商品关联规则；理解Python/PowerBI数据清洗与可视化方法；熟悉《数据安全法》对分析过程的合规要求。 能力目标：能诊断脐橙店铺跳失率症结（如主图色彩失真）；能用关联规则挖掘“陶瓷茶具+井冈山红茶”套餐潜力；能制作符合GDPR标准的脱敏分析报告。	包括数据采集清洗、多维度诊断、关联规则挖掘、用户画像构建、数据看板开发五大模块，基于校园助农直播间真实订单数据。	课程性质：综合实训课 课程思政：贯穿“用数求真、以数辅善”准则，在分析中拒绝刷单造假，在报告中严守隐私边界，锤炼“严谨、求实、守密”的数据品格。 教学场地：大数据实训室（Python+PowerBI）；校企共建“赣品数据沙箱”（脱敏订单库）；江西省商务厅数据开放平台。 教学方法：脐橙店铺转化率归因分析竞赛；陶瓷用户画像聚类实战（RFM模型）；区块链数据存证演练（司法链平台）。 考核评价：过程性考核60%：数据分析报告（30%）+数据看板（30%）；终结性考核40%：48小时完成“助农直播间GMV提升策略方案”。
4	视觉营销项目实战	素质目标： 锻造“品效合一”的商业设计思维；激发非遗活化的创新使命感；培育跨团队协作的共赢意识。 知识目标：掌握FABE法则视觉化、首焦图设计规范、短视频分镜逻辑；理解Z世代审美偏好与地域文化符号融合技巧；熟悉AIGC工具生成营销素材的版权规则。 能力目标： 能设计青花瓷纹样×脐橙的国潮详情页；能用Midjourney生成“井冈山红色研学”推广海报；能策划“陶瓷开窑”主题短视频分镜脚本。	包括卖点视觉转化、地域文化IP设计、AIGC素材生产、短视频营销、数据反馈优化五大项目，直通“赣品出圈”企业工单。	课程性质：综合实训课。 课程思政：以“以视觉载道，以设计兴农”为内核，在国潮设计中活化非遗，在助农海报中传递共富理念，培养“敢创新、会审美、有担当”的视觉先锋。 教学场地：短视频拍摄棚（绿幕+动作捕捉）校园助农直播间（实时转化率看板） 教学方法：青花瓷元素数字文创设计马拉松；详情页A/B测试（点击率PK赛）；企业导师带教“赣品视觉升级”真实项目。 考核评价：过程性考核60%：视觉方案迭代（含3版数据反馈）；终结性考核40%：“江西非遗+农产”主题整合营销视觉包。
5	电子商务运营项目实战	素质目标： 树立“GMV与口碑并重”的运营价值观；培养全局统筹与风险预判能力；强化“科技向善”的技术伦理观。 知识目标：掌握SEO/SEM、直播推流、私域裂变、供应链协同全链路技能；理解《网络交易管理办法》对促销的合规边界；熟悉AI选品、智能客服、区块链溯源等新技术应用。 能力目标：能策划“脐橙丰收节”全域营销方案；能训练陶瓷客服AI知识库（解决率≥85%）	包括店铺规划、流量获取、转化提升、私域运营、新技术整合五大模块，以校园助农直播间为载体，考核真实GMV。	课程性质：综合实训课。 课程思政：贯穿“运营为民、科创报国”理念，在助农直播中践行共富使命，在技术应用中严守伦理底线，淬炼“懂经营、重诚信、怀家国”的运营将才。 教学场地：电商运营指挥中心（实时数据大屏）；多媒体实训室；县域供应链基地（实地轮岗）。 教学方法：脐橙季直播GMV攻防赛

		；能用区块链实现脐橙“种植-物流”全链溯源。		（小组PK）；陶瓷AI客服知识库训练实战；供应链断链应急沙盘推演。 考核评价： 过程性考核60%：月度运营报告（30%）+新技术应用方案（30%）；终结性考核40%：一学期助农直播间GMV总业绩（40%）。
6	毕业设计	素质目标： 具备独立研究能力和职业伦理素养；培养终身学习和批判性思维；坚守学术诚信，抵制抄袭行为。 知识目标： 掌握研究方法（如问卷调研、数据分析）；理解电商专业前沿趋势和实务应用；熟悉设计规范及答辩技巧。 能力目标： 能够完成高质量电商项目（如网店开发或营销策划）；能够撰写专业报告并进行答辩；能够根据反馈优化设计。	包括选题、研究、实施、答辩四个项目，涵盖电商核心领域实战应用。	课程性质： 专业拓展课程。 课程思政： 强调诚信学术和社会责任（如设计服务乡村振兴的项目）；培养家国情怀，融入“青春报国”主题。 教学场地： 毕业设计指导室（配备研究工具及答辩模拟设备）。 教学方法： 采用导师指导法、独立研究法、评审答辩法。 考核评价： 采用自评、团队互评（如小组项目）、教师评价相结合的多元考评。过程性考核占40%（含开题报告、中期检查），终结性考核占60%（最终设计作品及答辩表现）。

（二）要求

充分发挥思政课程政治引领和价值引领作用，在思政课程中有机融入中华优秀传统文化等相关内容；充分发挥各类课程的育人功能，结合实际落实课程思政，推进全员、全过程、全方位育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。

应当开设安全教育（含典型案例事故分析）、社会责任、绿色环保、新一代信息技术、数字经济、现代管理、创新创业教育等方面的拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入课程教学中。

七、教学进程总体安排

（一）教学进程

课程类型	课程序号	课程类型	课程代码	课程名称	课程性质	考核方式	课程学分	合计	理论	实践	各学期周课时安排					
											一	二	三	四	五	六
											20周	20周	20周	20周	20周	20周
公共基础课程	1	公共基础必修课程	11130003	思想道德与法治	必修	考查	3	48	48	0	3					
	2		11130004	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	考查	2	32	32	0		2				
	3		11130008	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	必修	考查	3	48	48	0			3			
	4		11130001	形势与政策教育	必修	考查	1	16	16	0	4*2	4*2				
	5		11130009	军事理论和军事技能	必修	考查	4	144	32	112	2周					
	6		11127001	体育	必修	考查	6	96	84	12	2	2	2			
	7		11130005	大学生心理健康教育	必修	考查	2	32	16	16	1	1				
	8		11130002	就业指导	必修	考查	2	32	16	16	2					
	9		11124001	大学英语	必修	考查	8	128	80	48	4	4				
	10		11129007	职业生涯规划	必修	考查	4	64	48	16	1	1	1	1		
	11	公共基础选修课程	11124002	信息技术	选修	考查	2	32	16	16	2					
	12		11129008	创业基础	选修	考查	2	32	24	8		2				
	13		11124003	劳动教育	选修	考查	1	16	8	8	2*8					
	14		11129009	国家安全教育	选修	考查	1	16	16	0		1				
	1		11129010	应用文写作	限选	考查	2	32	16	16	2					
	2		22122012	管理学基础	限选	考查	4	64	60	4				4		
	3		22122013	公共艺术（音乐鉴赏、影视鉴赏）	限选	考查	2	32	16	16				2		
	4		22122014	演讲与口才	限选	考查	2	32	16	16			2			
	5		22122015	社会实践	限选	考查	4	96	0	96	1周	1周	1周	1周		
	小计						55	992	592	400	24	15	9	8		
专业课程	1	专业核心课程	12122011	互联网产品开发★	必修	考试	3	48	24	24		6*8				
	2		12122019	视觉营销设计★	必修	考查	4	64	32	32			4			
	3		12122021	网络营销★	必修	考试	4	64	32	32			4			
	4		12122028	数据化运营★	必修	考查	4	64	32	32			4			
	5		12122014	网店运营★	必修	考试	4	64	24	40		8*8				
	6		12122018	社群运营★	必修	考查	4	64	32	32				4		
	1	专业基础选修课程	12122018	图形图像处理	选修	考试	4	64	16	48	4					
	2		12122010	电子商务基础	选修	考试	2	32	16	16	2					
	3		12122012	摄影基础	选修	考查	2	32	16	16			2			
	4		12122013	短视频创作	选修	考试	4	64	32	32			4			
	5		12122015	电商客服与管理	选修	考查	2	32	16	16		2				
	6		12122017	电商文案	选修	考查	2	32	16	16			2			
	7		12122025	电子商务法律法规	选修	考查	2	48	0	48		2				
	8		12122026	网络安全	选修	考查	2	48	0	48			2			
	1	专业拓展课程	12122020	电子商务网站建设与管理	必修	考试	4	64	32	32				4		
	2		12122016	新媒体营销	必修	考试	4	64	24	40				4		
	3		12122020	色彩构成	选修	考查	2	32	16	16		2				
	4		12122019	直播运营	必修	考试	4	64	32	32				4		
	1	综合实训课程	12122021	模块化实战	必修	考查	2	32	16	16					1周	
	2		12122022	电子商务运营综合实训	必修	考查	1	24	10	14		1周			1周	
	3		12122023	电子商务数据分析实训	必修	考查	1	24	10	14			1周		2周	
	4		12122024	视觉营销项目实战	必修	考查	2	48	0	48					2周	
	5		12122027	电子商务运营项目实战	必修	考查	2	48	0	48					2周	
	6		12322008	毕业设计	必修	考查	8	128	0	128					8周	
	7		12322009	实习	必修	考查	20	320	0	320						20周
	小计						93	1568	428	1140	6	13	22	16	16	20
合计						148	2560	1020	1540	30	28	31	24	16	20	

（二）学时安排

总学时为2560学时，总学分为148学分。公共基础课学时为992学时， 占总学时的39%；实践性教学学时为1526学时， 占总学时的61%；各类必修课总学时1824学时， 占总学时的71%;各类选修课程学时为736学时， 占总学时的29%。

具体统计如下表所示：

课程类型	学时	占比	课程类型	学时	占比	课程类型	学时	占比
公共基础课程	992	0.39	理论教学	1020	0.40	必修课	1824	0.71
专业(技能)课程	1568	0.61	实践教学	1540	0.60	选修课	736	0.29
合计	2560	1	合计	2560	1	合计	2560	1

八、实施保障

（一）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。

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于18:1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于60%，高级职称专任教师的比例不低于20%，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。

2. 专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能较好地把握国内外互联网和相关服务、批发业、零售业行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师

具有高校教师资格；原则上具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等相关专业硕士及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少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。

4. 兼职教师

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

（二）教学设施

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

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。一般配备黑（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. 校内外实验、实训场所基本要求

电子商务核心知识点学习和能力培养，不仅需要在课堂学习专业基础知识，更需要在校内生产性实训室、校企合作共建的校内学习基地以及校外实习基地进行学做合一训练，将教学点和实训室结合在一起，采取学中做，做中学，学做合一的现场教学模式，有效地培养和提高学生的岗位职业素养。

校内实验实训实习基地

序号	名称	容纳学生数	功能	地址
1	视觉设计实验室	60	图片处理、网店装修、办公自动化	综合实训中心201
2	网站建设实验室	60	网站建设、数据库开发、数据分析、语言类、办公自动化等	综合实训中心202
3	跨境电子商务实训室	60	跨境电子商务服务、外贸等	综合实训中心301
4	移动电子商务实验室	60	移动电子商务实战、微网站的制作开发、语言类、办公自动化等	综合实训中心204
5	“互联网+”实训室	60	网络营销实训、互联网+等软件制作、语言类、办公自动化等	综合实训中心203
6	电子商务运营实训室	60	电子商务B2B、B2C、C2C实训、电子商务公司整体化运作、商务谈判等	综合实训中心302、303
7	电商直播实训室	60	直播场景搭建、话术训练、直播综合实践	综合实训中心507

学生除了在课堂学习专业知识和接受单项基本技能训练外，要有时间和机会接触企业真实的工作环境，体验未来的职业氛围，并在实际工作环境中学习知识、训练技能、锻炼能力，提高专业意识。同时接受企业真实工作环境熏陶，增强专业技术的感性认识，训练良好的行为习惯，学会做人，学会做事，提高职业综合素质。建立一定数量的校外实习基地，部分校外实训基地表。

校外实习基地

序号	名称	容纳学生数	功能	备注
1	XXX科技有限公司	50	电子商务运营实践	北京市海淀区宝盛北里西区
2	XXX数智能科技有限公司	60	电子商务数据分析实践	江西省南昌市南昌高新技术产业开发区高新二路18号高
3	XXX电子商务有限公司	100	电子商务直播实践	湖北省武汉市洪山区张家湾街江盛路阜华市场
4	XXX信息科技有限公司	80	跨境电子商务实践	福建省自由贸易试验区厦门片区象屿路93号

3. 实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供运营主管、全渠道营销主管、数据分析主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

（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

按照国家规定，在学院教材选用机构的指导下，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

能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理和文化类文献等。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、课程思政资源等专业教学资源库，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

通过推进人才培养模式改革，打造适应社会人才需求的专业品牌，实现专业同行业企业岗位之间的对接。在教学过程中，强调以学生为中心，注重学生职业能力培养、“教”与“学”的互动、职业情景的设计等，倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略；采用理实一体化教学、案例教学、项目教学等方法，坚持学中做、做中学；积极推进“国家职业教育智慧教育平台”等在线资源在课程教学中的应用，实施课前自主学习、课中探讨学习和课后巩固学习的线上线下混合式教学模式。

（五）教学评价

对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化。评价主体包括教师评价、学生评价、单位评价等；评价方式包括观察、口试、笔试、操作、职业资格鉴定、大作业、项目报告、小论文等；评价过程包括过程评价和期末评价，注重过程评价，以学习态度、操作能力、方法运用、合作精神为考核要素，以学习阶段、学习项目或典型工作任务为单元组织考核。

（六）质量管理

1. 学院和系部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. 学院和系部完善教学管理机制，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，建立与行业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. 学院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。

九、毕业要求

1. 在规定年限内取得148学分。

2. 完成规定的实习实训。

3. 接受职业培训取得的职业技能等级证书、培训证书等学习成果，经学院认定，可以转化为相应的学历教育学分。

十、附录

按照《教育部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》（教职成司〔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）的相关要求，在由行业企业专家、教科研人员、一线教师和学生（毕业生）代表组成的专业建设委员会指导下，按照学院统一部署，前后开展了行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研等工作，分析电子商务发展趋势和行业企业人才需求，明确本专业面向的职业岗位（群）所需要的知识、能力、素质，形成了专业人才培养调研报告。

经过由行业企业、教研机构、校内外一线教师和学生代表等参加的论证会论证，进一步明确了专业人才培养目标与培养规格，重构课程体系、安排教学进程，更新完善了教学内容、教学方法、教学资源、教学条件保障等要求。

2024年4月，对照职业教育专业简介（2022年修订）制订了2024级专业人才培养方案（普高），经学院党委会议审定通过，报省教育厅职教处备案，通过学院网站向社会公开，按程序发布执行。

2025年3月，对照教育部最新修订印发的相关专业教学标准（高等职业教育专科）再次修订。

附件

1. 教学进程表

课程类型	课程序号	课程类型	课程代码	课程名称	课程性质	考核方式	学分	合计	理论	实践	各学期周课时安排						
											一	二	三	四	五	六	
											20周	20周	20周	20周	20周	20周	
公共基础课程	1	公共基础必修课程	11130003	思想道德与法治	必修	考查	3	48	48	0	3						
	2		11130004	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	考查	2	32	32	0		2					
	3		11130008	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	必修	考查	3	48	48	0			3				
	4		11130001	形势与政策教育	必修	考查	1	16	16	0	4*2	4*2					
	5		11130009	军事理论和军事技能	必修	考查	4	144	32	112	2周						
	6		11127001	体育	必修	考查	6	96	84	12	2	2	2				
	7		11130005	大学生心理健康教育	必修	考查	2	32	16	16	1	1					
	8		11130002	就业指导	必修	考查	2	32	16	16	2						
	9		11124001	大学英语	必修	考查	8	128	80	48	4	4					
	10		11129007	职业生涯规划	必修	考查	4	64	48	16	1	1	1	1			
	11	公共基础选修课程	11124002	信息技术	选修	考查	2	32	16	16	2						
	12		11129008	创业基础	选修	考查	2	32	24	8		2					
	13		11124003	劳动教育	选修	考查	1	16	8	8	2*8						
	14		11129009	国家安全教育	选修	考查	1	16	16	0		1					
	1		11129010	应用文写作	限选	考查	2	32	16	16	2						
2	22122012		管理学基础	限选	考查	4	64	60	4				4				
3	22122013		公共艺术（音乐鉴赏、影视鉴赏）	限选	考查	2	32	16	16				2				
4	22122014		演讲与口才	限选	考查	2	32	16	16				2				
5	22122015		社会实践	限选	考查	4	96	0	96	1周	1周	1周	1周				
小计								55	992	592	400	24	15	9	8		
专业课程	1	专业核心课程	12122011	互联网产品开发★	必修	考试	3	48	24	24		8*8					
	2		12122019	视觉营销设计★	必修	考查	4	64	32	32			4				
	3		12122021	网络营销★	必修	考试	4	64	32	32			4				
	4		12122028	数据化运营★	必修	考查	4	64	32	32			4				
	5		12122014	网店运营★	必修	考试	4	64	24	40		8*8					
	6		12122018	社群运营★	必修	考查	4	64	32	32				4			
	1	专业基础选修课程	12122018	图形图像处理	选修	考试	4	64	16	48	4						
	2		12122010	电子商务基础	选修	考试	2	32	16	16	2						
	3		12122012	摄影基础	选修	考查	2	32	16	16				2			
	4		12122013	短视频创作	选修	考试	4	64	32	32				4			
	5		12122015	电商客服与管理	选修	考查	2	32	16	16		2					
	6		12122017	电商文案	选修	考查	2	32	16	16				2			
	7		12122025	电子商务法律法规	选修	考查	2	48	0	48		2					
	8		12122026	网络安全	选修	考查	2	48	0	48				2			
	1	专业拓展课程	12122020	电子商务网站建设与管理	必修	考试	4	64	32	32					4		
	2		12122016	新媒体营销	必修	考试	4	64	24	40					4		
	3		12122020	色彩构成	选修	考查	2	32	16	16		2					
	4		12122019	直播运营	必修	考试	4	64	32	32					4		
	1	综合实训课程	12122021	模块化实训	必修	考查	2	32	16	16						1周	
	2		12122022	电子商务运营综合实训	必修	考查	1	24	10	14		1周				1周	
	3		12122023	电子商务数据分析实训	必修	考查	1	24	10	14			1周			2周	
	4		12122024	视觉营销项目实战	必修	考查	2	48	0	48						2周	
	5		12122027	电子商务运营项目实战	必修	考查	2	48	0	48						2周	
	6		12322008	毕业设计	必修	考查	8	128	0	128						8周	
	7		12322009	实习	必修	考查	20	320	0	320							20周
	小计								93	1568	428	1140	6	13	22	16	16
合计								198	2560	1020	1540	30	29	31	24	16	20

3. 专业人才培养方案论证签到会议表

人才培养方案专家论证会议签到表				
会议名称		经济管理学院 2024 级人才培养方案专家论证会		
组织单位		经济管理学院		
会议地点		经管实训楼党员活动室	会议时间	2024 年 4 月 25 日
序号	姓名	单位名称	职务/职称	签名
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				

2024级电子商务专业人才培养方案审核表

二级学院：

专业名称	电子商务		专业带头人		
执笔人			制订时间	2024年4月	
参与制订人员情况	姓名	职称	工作单位	承担的任务	备注
		教授		教研发	
		副教授		教研发	
		讲师	湖北经济学院	科技企业经	
专业建设指导委员会意见		同意 主任委员（签字）： 2024年4月21日			
二级学院审核意见		同意 二级学院院长（签字并盖章）： 2024年4月22日			
教务处审核意见		同意 处长（签字并盖章）： 2024年4月24日			
学院教学工作委员会意见		同意 主任委员（签字）： 2024年4月24日			
学院党委会或行政会议审批意见		同意 学院领导（签字）： 2024年4月25日			
备注					