

电子商务专科专业人才培养方案

一、专业代码与名称

1. 专业代码：530701
2. 专业名称：电子商务

二、教育类型及学历层次

1. 教育类型：高等职业教育
2. 学历层次：专科

三、招生对象、学制及学习形式

1. 招收对象：高中阶段教育毕业生或具有同等学力者
2. 学制：基本学制 3 年，弹性学制 3-5 年
3. 学习形式：全日制

四、职业面向及发展路径

（一）毕业生职业面向

表 1 毕业生职业面向表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或技术 领域	职业资格证书和 职业技能等级证 书举例
财经商贸大类 (53)	电子商务类 (5307)	互联网和相关服务 (64) 批发业 (51) 零售业 (52)	销售人员 (4-01-02) 电子商务服务人员 (4-01-06) 商务咨询服务人员 (4-07-02)	电商运营管理、 新媒体运营、 客户服务、 网络美工	互联网营销师三 级、 电子商务师三 级、 自媒体运营 “1+X”职业技 能中级

（二）毕业生职业发展路径

表 2 毕业生职业发展路径表

岗位类型	岗位名称	岗位要求
目标岗位	运营助理	1. 了解电子商务运营基本流程，包括商品上架、订单处理等； 2. 熟练使用办公软件，如 Excel 进行数据整理分析； 3. 具备良好的沟通能力，能够与团队成员协作； 4. 有较强的学习能力，能快速掌握新的运营知识和工具。
	新媒体推广助理	1. 熟悉各类新媒体平台（微信、微博、抖音等）的操作规则； 2. 掌握基本的图文编辑技能，如使用 Photoshop 等工具制作简单图文； 3. 具备一定的文案撰写能力，能够编写吸引人的推广文案； 4. 对网络热点敏感，能及时捕捉并结合热点进行推广策划。
发展岗位	运营主管	1. 熟悉网络营销常用方法，具有电子商务全程运营管理的经验； 2. 能够制定网站短、中、长期发展计划、执行与监督； 3. 能够完成整体网站及频道的运营、市场推广、广告与增值产品的经营与销售； 4. 能够完成网站运营团队的建设和管理，实现网站的战略目标、流量

		提升与盈利。
	新媒体推广专员	1. 有丰富的新媒体运营经验，能够独立制定新媒体推广策略； 2. 熟悉各种新媒体推广渠道和工具，如抖音 DOU+、微博粉丝通等； 3. 具备数据分析能力，能根据推广数据优化推广方案； 4. 擅长策划和组织线上活动，提高品牌知名度和用户参与度。
迁移岗位	电子商务项目经理	1. 具有丰富的电子商务项目管理经验，能够带领团队完成项目目标； 2. 熟悉项目管理流程，包括项目启动、规划、执行、监控和收尾； 3. 具备市场分析和商业策划能力，能制定项目的商业计划和营销策略； 4. 具备良好的协调能力，能与各部门沟通协作，解决项目中的问题。

（三）职业能力和课程对应分析

表 3 职业能力和课程对应分析表

序号	工作岗位	岗位工作任务	职业能力	核心课程
1	网络营销	1. 网站建设现状调研； 2. 营销型网站建设规划和创建； 3. 第三方电子商务平台的选择和利用； 4. 掌握企业网络推广方案的实施。	1. 能进行网站建设现状调研法； 2. 能对营销型网站进行规划和创建； 3. 能利用第三方电子商务平台进行业务运作； 4. 能制定企业网络推广方案； 5. 能实施企业网络推广方案； 6. 懂经济法律知识，能利用合同条款保护公司的利益； 7. 具有良好的语言表达能力。	网络营销学、市场营销学、新媒体营销与运营
2	电子交易	1. 电子合同内容拟定与电子合同格式制作； 2. 电子合同签订与电子合同管理； 3. 电子合同的交易数据； 4. 网上支付数据； 5. 客户数据。	1. 了解企业电子合同； 2. 掌握企业电子合同所包含的主要内容及注意事项； 3. 掌握电子合同的签订和管理； 4. 掌握企业管理各数据的方法和种类； 5. 掌握电子合同交易及客户数据的管理及维护。	电子商务文案写作、网络银行与电子支付
3	网页编辑与美化	1. 用户需求分析； 2. 收集资料与素材； 3. 规划站点； 4. 布局网页； 5. 文本编辑； 6. 图像、动画美化网页； 7. 站点发布与测试； 8. 更新和维护站点。	1. 熟练运用 HTML、CSS 搭建网页结构并调整样式； 2. 精通 Photoshop、Premiere 等工具，能高效处理图像、编辑网页； 3. 具备色彩搭配、排版布局和视觉层次设计功底，能根据网站主题和受众需求，打造美观且易读的网页界面； 4. 熟悉响应式设计原理，确保网页在电脑、手机等不同设备上都有良好显示效果，保障用户体验的一致性； 5. 能优化网页内容使其符合用户阅读习惯，同时结合 SEO 原理考虑关键词布局等因素，提升网页的搜索可见性；	平面设计、Photoshop 图像处理实训、Premiere 视频剪辑
4	网络客服人员	1. 异议类型分析； 2. 顾客异议受理； 3. 顾客异议原因分析；	1. 了解顾客常见的异议类型； 2. 掌握顾客异议受理的技巧； 3. 掌握电话、Email、QQ 等交流语言的技巧；	客户服务与管理、商务沟通与

序号	工作岗位	岗位工作任务	职业能力	核心课程
		4. 顾客异议处理 5. 顾客信息管理。	4. 了解顾客常见的异议的原因; 5. 掌握顾客异议处理的方案的制定; 6. 掌握顾客异议处理的方法与技巧。	礼仪、商品学
5	网络直播运营	1. 负责直播平台账号的日常运营管理; 2. 深入了解直播平台规则; 3. 分析直播数据; 4. 协调主播、摄像、后期等团队成员, 确保直播工作顺利开展。	1. 熟悉网络直播行业; 2. 具备较强的数据分析能力, 能熟练运用数据分析工具; 3. 拥有出色的沟通协调能力和团队合作精神, 能高效对接各方人员; 4. 有创新思维, 能不断挖掘新的直播玩法与内容亮点。	直播电商、短视频运营、网店运营

五、培养目标及培养规格

（一）培养目标

专业培养社会主义现代化建设和地方社会经济发展需要, 理想信念坚定, 德智体美劳全面发展, 具有电子商务、网络营销、新媒体运营等方面的基本理论、基本知识和基本技能, 具备网络营销、商务数据分析、网店运营管理、新媒体运营专业能力, 面向企业和行政、事业单位, 在电商运营管理、新媒体运营、客户服务、网络美工等职业群, 能够从事数据化运营、网络营销推广、电子商务运营、新媒体营销、营销活动策划与执行、网络客服、视觉设计等方面的工作, 具有良好职业道德, 扎实理论基础, 较强实践能力、创新创业意识和职业岗位能力的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在知识、能力和素质方面达到以下要求:

1. 知识要求

- (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、安全消防等知识;
- (3) 掌握经济、财政、税务、金融、企业管理、市场营销等基础知识;
- (4) 掌握网络营销、商务数据分析、网店运营管理、新媒体运营的理论知识;
- (5) 掌握网络客服的相关知识;
- (6) 掌握电子商务法的相关知识。

2. 能力要求

- (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) 具有文字、表格、图像的计算机处理能力, 本专业必需的信息技术应用能力;
- (4) 具备网店运营、社群运营的运营规划、渠道引流、活动策划、供应链整合的能力;
- (5) 具有整合营销和销售方案制订与实施、营销活动的数据分析与评估, 细化销售目标、构建销售漏斗的能力;

- (6) 具有客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控的能力;
- (7) 具有结合企业的市场定位和产品营销推广目标,完成企业线上线下视觉设计与展示的能力;
- (8) 具有互联网产品战略规划和开发方案的制订能力,具备根据市场和客户数据分析结果进行电商产品设计与开发的能力。

3. 素质要求

- (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、电子商务安全意识、信息素养、工匠精神、新思维;
- (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、心健全的人格,掌握基本运动知识和 12 项运动技能,养成良好的健身与卫生习惯,以及良好的行为习惯;
- (6) 具有一定的审美和人文素养,能够形成 1-2 项艺术特长爱好。

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业课程,其中,专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程和专业集中实践(技能)课程。

(一) 公共基础课程

包括《思想道德与法治》《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》《军事理论》《军事技能》《形势与政策》《劳动教育》《大学体育》《大学生职业生涯规划》《就业指导》《创业基础》《大学生心理健康》《大学英语》《信息技术与人工智能基础》《大学语文》《国家安全教育》等 21 门课程,41.5 学分。

1. 思想道德与法治

课程目标:

(1) 知识目标:掌握马克思主义人生观、价值观、道德观和法治观理论,把新中国成立至党的十八大前夕中国交通发展的情况、地位及发挥的作用融入至不同模块的理论知识的讲解中,使学生对正确的人生观、崇高的理想信念、中国精神、社会主义核心价值观、社会主义道德核心与原则、中华传统美德和中国革命道德、人类优秀道德成果、公民道德准则、交通精神谱系及习近平法治思想的核心要义、我国社会主义宪法和有关法律的基本精神和主要规定、社会主义法律的本质特征和运行机制等有一个整体把握。

(2) 能力目标:通过学习,使学生能够运用马克思主义人生观、价值观、道德观和法治观理论正确分析人生历程中的各种矛盾,对人生矛盾有的正确的态度和科学的处理办法;具有较

高的自觉践行社会主义核心价值观的能力，并能自觉将远大理想与对祖国的高度责任感、使命感结合起来，具备“逢山开路、遇水架桥”的交通精神，坚定信仰信念信心；能主动探究现实生活中的道德问题，具备明辨是非善恶的能力，自觉砥砺前行；有较高的培养法治思维的能力，尊重和维护法律权威，依法行使权利与履行义务，努力做尊法学法守法用法的模范，最终学生能够独立完成实践活动的设计、组织、管理和参与，具有较高的组织各种活动的一般能力（观察力、记忆力、思维力、创新力、想象力等）和特殊能力（组织能力、管理能力、专业能力等）。

（3）素质目标：通过学习学生具备科学的人文素养、勇敢的批判精神和与时俱进的创新精神，对形形色色的价值观具有独立的思考能力和判断能力，使社会主义核心价值观内化于心、外化于行；具有认真、严谨、求实、敬业的工作态度和学习态度，具有换位思考的宽容精神、互利共赢的合作精神，廉洁自律、爱岗敬业的职业操守，明大德、守公德、严私德；具备交通人解放思想、实事求是、开拓创新、锐意进取、求真务实的精神品质；具有较高的法治素养，尊重法律权威、养成守法习惯、提高用法能力、守住法律底线，成为尊法学法守法用法的先锋。

主要内容：

《思想道德与法治》是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课，是高校思想政治理论课的必修课程，理论学时 40，实践学时 8。本课程由绪论和六个章节组成，共分为三个教学模块，分别是思想教育模块、道德教育模块和法治教育模块。（1）担当复兴大任，成就时代新人；（2）领悟人生真谛，把握人生方向；（3）追求远大理想，坚定崇高信念；（4）继承优良传统，弘扬中国精神；（5）明确价值要求，践行价值准则；（6）遵守道德规范，锤炼道德品格；（7）学习法治思想，提升法治素养。

教学要求：

（1）教师要求：教师要具备较高的专业理论素养，熟知教材理论内容，具备实践教学能力，符合“六要”要求。有较精湛的教学技能，能因材施教，根据不同专业学生进行有针对性的教学设计。教学设计一要根据教育教学大纲和学校教学计划进行，确保教学目标的达成；二要结合学生的实际情况和特点，确保教学内容和方法的有效性；三要具有科学性、系统性和规范性，确保教学流程的合理性和教学效果的显著性。能够将理论与专业实际相结合，教学效果良好。

（2）教学条件：多媒体辅助课件，混合式教学，课内实践、马克思主义学院 VR 实验室等，提供与教学内容和教学方法相适应的学习条件和学习资源，以促进学生的参与和合作。

（3）教学方法：理论讲授法、逻辑推演法、问题链式教学法、案例分析法、课堂讨论法、视频教学法、任务驱动法、情景式教学法等。

（4）考核评价：过程考核 50%+期末考核 50%。过程考核主要由以下三部分组成：①出勤情况、课堂纪律（20%）；②原著阅读（20%）；③实践作业（60%）。三部分成绩按比例折算为总成绩的 50%。

2. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程目标：

（1）知识目标：深刻领会马克思主义中国化两次历史性飞跃的丰富内涵和精神实质，完整把握基本原理、基本观点和基本知识。把新中国成立至党的十八大前夕中国交通发展的情况、地位及发挥的作用融入至不同时期理论的讲解中，探寻其中蕴含的哲学思维。进而把马克思主义中国化的理论成果及其具体做法，作为一个一脉相承而又与时俱进的统一整体来把握，真正掌握马克思主义的立场、观点和方法，不断提高自身政治理论素养，增强走中国特色社会主义道路的坚定信念。

（2）能力目标：通过本课程的学习，能够运用马克思主义、毛泽东思想、中国特色社会主义理论体系的基本原理、观点、方法来正确分析、发现和解决社会现实问题，形成正确的思维方式。培养大学生综合运用哲学、社会学、所学专业等多学科知识的能力，了解国家历来对于交通方面建设的重视和发展，引导其明确专业发展趋势，自觉思考如何为国家的发展提升自己的专业能力。

（3）素质目标：学生的思想道德素质获得极大提高，充分理解马克思主义中国化时代化的重大意义，理解本课程理论的现实意义。了解从中国共产党成立到新时代中国的发展历程，从而自觉地继承和发扬中国人民的爱国主义传统和革命传统，进一步增强民族自尊心、自信心和自豪感，坚定对马克思主义的信仰、对中国共产党的信任、对社会主义的信心。更重要的是培养学生提升自身担当感和责任感，增强对国家和学校的认同感，增强自身团结意识，自觉将个人发展与国家发展联系起来。

主要内容：

（1）马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果；（2）毛泽东思想及其历史地位；（3）新民主主义革命理论；（4）社会主义改造理论；（5）社会主义建设道路初步探索的理论成果；（6）中国特色社会主义理论体系的形成发展；（7）邓小平理论；（8）“三个代表”重要思想；（9）科学发展观。

教学要求：

（1）教师要求：具备较高的政治站位，随时了解时政新闻并具备基本的分析能力。熟知教材理论内容，既能讲出基本理论，还能分析理论提出的背景、原因及意义。能够将理论与专业实际相结合，做到因材施教。

（2）教学条件：多媒体辅助课件，马克思主义学院 VR 实验室，超星学习通。

（3）教学方法：问题链式教学法，根据章节重难点内容，设计问题链，通过对问题链的讲解和探讨串联章节内容；案例教学法，注重授课内容相关度与学生关注度相结合，案例中应结合专业加入与国家交通发展相关的内容；讨论教学法，提出问题，学生组成小组发表观点；视频教学法，在官方媒体上下载一些纪录片，通过人工智能生成一些符合课程要求又能够提升课程趣味性的视频；任务驱动法，每节课都会给学生留思考题和阅读书目，让学生养成用马克思主义哲学思维探究问题的思维方法和实践方式。

(4) 考核评价：过程考核占 50%+期末考核占 50%。过程考核主要由以下三部分组成：
①出勤情况、课堂纪律；②原著阅读；③实践作业。三部分的综合成绩折算为总成绩的 50%。

3. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论

课程目标：

(1) 知识目标：引导学生系统学习习近平新时代中国特色社会主义思想，全面领会马克思主义中国化时代化新飞跃的科学涵义、形成发展过程、科学体系、历史地位、指导意义、基本观点及新时代中国特色社会主义现代化建设的路线、方针、政策，使大学生在学习过程中能够准确把握马克思主义中国化时代化的最新理论成果，对新时代中国特色社会主义建设过程中党的重大理论和实践创新有更加准确的认识，全面认识和把握新时代我国交通事业建设新成就，更加坚定对习近平新时代中国特色社会主义思想这一新时代党和国家事业发展的根本遵循和当代中国马克思主义、二十一世纪马克思主义有着更加透彻的理解和更加科学的运用。

(2) 能力目标：通过本课程的学习，能够运用习近平新时代中国特色社会主义思想的基本原理、观点、方法来正确分析和解决社会现实问题，把握目前的社会热点、最新政策动态、国际关系等，帮助学生形成正确的思维方式。掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本精神、基本内容、基本要求，坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导社会主义现代化强国尤其是交通强国建设的实践。同时，能够善于从新思想的视角看待、(3) 素质目标：通过对习近平新时代中国特色社会主义思想概论的学习，增强大学生对“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”“六个必须坚持”等主要内容的高度认同。以马克思主义中国化时代化最新理论成果为主线，依据大学生自身成长的特点和规律，教育和引导大学生，提高他们的政治理论素养，通过交通强国建设成效这一微视角，增强走中国特色社会主义道路的信念，坚定对以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴中国梦的信心。

主要内容：

(1) 习近平新时代中国特色社会主义思想，从理论和实践的結合上科学回答了新时代坚持和发展什么样的中国特色社会主义、怎样坚持和发展中国特色社会主义，建设什么样的社会主义现代化强国、怎样建设社会主义现代化强国，建设什么样的长期执政的马克思主义政党、怎样建设长期执政的马克思主义政党等重大时代课题，以崭新的思想内容丰富发展了马克思主义，形成了完整的科学体系。习近平新时代中国特色社会主义思想内涵十分丰富，党的十九大、十九届六中全会提出的“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”概括了习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容。党的二十大提出的“六个必须坚持”，是习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法的重要体现。

(2) 在具体章节设计方面，本教学课程由导论、结语和 17 章内容组成。其中，第一章

至第五章，分别阐述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、全面深化改革开放；第六章至第十二章，分别阐述推动高质量发展、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；第十三章至第十七章，分别阐述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。

教学要求：

（1）教师要求：思政课教师肩负着立德树人的重要使命，要严格落实自觉履行习近平总书记对思政课提出的“六要”的要求，即政治要强、情怀要深、思维要新、自律要严、人格要正。

（2）教学条件：必须使用马工程统编教材，同时配备教材辅助材料，如《习近平新时代中国特色社会主义思想概论教学要点及参考资料》；配备高清投影、音响系统的多媒体基础教室与智慧教室，拥有黑板或电子黑板满足板书与课件展示需求；校内实践教学基地，如黄河文化馆等。

（3）教学方法：翻转课堂法，通过学习通发布教学资源、精品课视频、课前预习任务、主题讨论、思考题等，培养学生自主学习能力；理论讲授法，将教材中涉及到的理论知识有重点、有取舍地进行讲授；案例讲授法，把重要讲话、典型案例等融入理论讲授过程中；探究式教学法，通过提问、讨论让学生发现怎样将理论与自身学习、生活、工作结合起来；任务驱动法，通过课后布置任务让学生对本次课程进行深入思考。

（4）教学考核：本课程为考试课程，分为理论教学和实践教学两个环节，学期结束安排考试。以百分制计分，其中平时成绩占 50%，期末成绩占 50%。

平时成绩的评定依据学生学习本课程的一学期综合表现，主要由以下三部分组成：①出勤情况、课堂纪律；②原著阅读；③实践作业。三部分的综合成绩折算为总成绩的 50%。

期末考试由学院统一组织进行，期末考试成绩折算为总成绩的 50%。

4. 军事理论

课程目标：

（1）知识目标：本课程旨在系统介绍军事理论的基本概念、发展历程及其在现代战争中的应用，特别融入交通运输领域的特色，帮助学生理解现代交通保障在军事行动中的关键作用。通过学习交通运输与军事战略的结合，提升学生对军事实践中交通重要性的认知。

（2）能力目标：培养学生分析和解决军事交通保障问题的能力，增强组织协调和应急处理能力，能够将军事理论知识与交通运输实际相结合，提出切实可行的方案，具备现代军事行动中交通保障的综合运用能力。

（3）素质目标：加强学生的爱国主义精神和服务国防建设的责任感，体现思政教育目标，树立正确的国防观和使命感，培养严谨的军事纪律意识和团队合作精神，促进学生全面发展。

主要内容：

（1）中国国防：系统讲解国防建设的基本目标与战略方针，强调捍卫国家主权、领土完整及安全发展的重要性。（2）国家安全：通过分析中国复杂的地缘环境与国际战略形势，阐释国家安全与民族复兴的紧密关联。（3）军事思想：深入探讨中国军事思想的演进，从《孙子兵法》等传统兵学智慧到现代信息化战争理论，揭示军事思想对战略决策的深远影响。（4）现代战争：结合现代战争形态的演变，重点解析信息化战争的特征与趋势，剖析精确制导武器、人工智能、网络攻防等关键技术装备的应用。（5）信息化装备：聚焦信息化装备的发展现状，介绍 C4ISR 系统、智能化作战平台等前沿技术，探讨其如何赋能军队实现“能打仗、打胜仗”的目标，培养国防意识和科技强军理念。

教学要求：

（1）教师要求：教师应具备扎实的军事理论基础与交通专业知识，具备军事教学与实践经验，能够结合实际案例进行教学，注重思政教育的贯穿，具有较强的组织与表达能力。

（2）教学条件：多配备现代化多媒体教学设备，具备丰富的军事案例资料与典型视频资源，保障教学环节的开展，如模拟指挥训练平台。

（3）教学方法：采用理论教学与案例分析相结合的方法，强调互动式教学和问题导向学习，组织专题讨论和模拟演练，促进学生主动思考与实践能力的提升。结合线上线下混合教学模式，提高教学灵活性和效果。

（4）考核评价：过程考核占 40%+综合考核占 60%。。

5. 军事技能

根据《关于进一步提高学生军事技能训练教育管理的通知》（军动〔2024〕33 号）文件要求，军事技能训练重点围绕“规范施训、提升质量”核心目标展开。训练内容涵盖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等核心科目，强化队列养成、分队战术协同及野外生存适应能力。训练过程须严格落实教学规范与安全制度，科学组训、按纲施考，确保通过系统化、实战化的训练，切实增强学生的国防观念、组织纪律性和基本军事素养，全面提升训练实效。

课程目标：

（1）知识目标：掌握《三大条令》中的条令条例、纪律规范和行为准则；理解掌握射击原理、战术布局及分队协同作战知识；熟悉防护技巧及战时自救互救方法；了解战备状态、物资管理及实战应用理论，确保学生系统构建军事知识体系，为国防观念和组织纪律性的提升奠定基础。

（2）能力目标：能够规范执行队列动作，提升组织纪律性；具备基本射击技能和分队

战术协同能力；掌握防卫技巧、战时防护；熟悉战备物资管理、野外生存应用及实战应变能力，确保全面提升实战操作、协同配合及环境适应能力。

（3）素质目标：培养深厚的爱国主义情感和国家安全意识；树立坚定的组织纪律观念和服从命令品质；增强团队协作精神和集体荣誉感；提升心理抗压能力、应变韧性和意志品质；养成吃苦耐劳、勇于担当、无私奉献的优良作风，确保学生在思想品德、心理素质、价值观念等方面全面升华，为国防建设提供坚实的人才支撑。

主要内容：

学校军事技能训练时间不少于 3 周，计 2 学分。训练时间安排在新生入学后前 3 周，由学校武装部统筹组织。

（1）军事技能理论知识学习：习近平强军思想，三大条令的学习，轻武器性能、构造与保养，简易射击原理，战场医疗救护基本知识，战备规定的内容与要求，地形图基本知识。

（2）个人军事技能学习与掌握：队列动作，轻武器射击，军事格斗技能，战术运动，战场救护实操，战场防护实操，地图使用方法。

教学要求：

（1）教师要求：具备相关军事训练资质和实弹经验；熟练掌握《内务条令》《纪律条令》《队列条令》等条令内容，并能清晰讲解和示范；注重安全教育，确保训练过程符合操作规程，预防意外伤害；采用理论结合实践的教学方法，如现场演示、分组练习和互动问答；定期参加专业培训，更新知识技能；具备良好的组织能力，有效管理课堂纪律和训练进度；关注学生个体差异，提供针对性指导；在现地教学、实弹射击等高风险环节，严格执行安全预案，全程监督。

（2）教学条件：包括标准化的训练场地，如操场、野外训练区和模拟实战环境；配备必要的教学设备，如地图、投影仪、模型及行军装备；落实安全保障措施，包括配备急救箱、头盔、护具等物资，以及制定严格的安全预案；提供后勤支持，如交通车辆、宿营设施和维护工具；确保教材资源齐全，包括《内务条令》《纪律条令》《队列条令》等条令手册，以及相关技术资料；在现地教学、实弹射击等高危环节，配备专职安全员和监督设备，全程监控训练过程，保障师生安全。

（3）教学方法：采用理论结合实践的方式，核心包括现场演示、分组练习和互动问答等多种形式。现场演示中，教官亲自示范标准军事动作，学生通过观察模仿掌握要领；分组练习时，将学生划分为小团队，协作完成实战任务；互动问答环节则通过提问与解答，强化条令知识的理解与应用。此外，教官注重个体差异，针对不同学生提供个性化指导，配备专职安全员全程监督，确保操作规范。同时，定期评估学生表现，结合反馈优化教学方法，提升训练实效性。

（4）考核评价：成绩由军训教官根据学生训练考核情况、参训表现及日常行为综合评定。成绩分为优秀、良好、及格、不及格四个等级。若违反军训纪律或相关规章，将按规定

予以扣分、降级或直接评定为不及格；成绩不合格者须参加补训与补考。学生需全程参与训练，严守纪律规范，积极协作互动。教官将记录日常考核积分，作为最终成绩评定的补充依据。实行三级成绩审核制度：军训教官评定《军事技能》成绩后，经教官及辅导员、学院军训办公室、学校军训办公室逐级审核、签字确认，确保成绩评定公平公正、准确无误。

6. 形势与政策

课程目标：

（1）知识目标：通过本课程学习，学生将系统了解国内改革开放进程以及社会发展动态，尤其关注交通领域在改革发展中的先锋作用与显著成就；深入掌握党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施；清晰把握当前国际形势与国际关系状况、发展趋势，以及我国在交通外交、国际交通合作等方面的对外政策与原则立场，构建起全面而深入的形势认知框架。

（2）能力目标：一方面，着力提升学生观察社会形势问题敏锐的洞察力，尤其在交通领域，能够迅速捕捉行业动态、政策变化及其背后的深层次原因；另一方面，强化学生处理、应对复杂社会问题的能力，使学生能够在面对交通领域的突发状况、行业变革等复杂情境时，冷静分析、妥善应对。

（3）素质目标：通过对国内、国际形势的深入分析，以及对党和国家大政方针的详细解读，本课程致力于帮助学生正确认识和把握当前的国内形势与国际环境，引导学生深刻理解交通事业对于国家发展、民族复兴的重要意义，增强贯彻、执行党和国家各项路线、方针、政策的自觉性。同时，激发学生的交通情怀，让学生明确自己作为新时代青年在交通强国建设中所肩负的历史使命与社会责任，激励学生将个人成长与国家交通事业发展紧密相连，为实现交通强国目标贡献青春力量。

主要内容：

形势与政策课程分专题来讲授，要求担任本课程的教师根据教育部每学期印发的“高校形势与政策教育教学要点”，结合上级有关部门提供的教学辅导资料，进行集体备课，统一安排教学内容。

教学要求：

（1）教师要求：具备扎实的马克思主义理论基础，熟练掌握党的路线、方针、政策，以及国内外重大时事动态。精通形势与政策课程的核心内容，熟悉高等教育教学规律，能够将时政热点与学科前沿结合，设计出符合学生认知特点的教学内容。同时具备课程设计能力、互动教学能力、信息化教学能力与课程思政能力。

（2）教学条件：配备多媒体教室、智慧教室、互动显示屏，支持高清视频播放、实时投票、弹幕互动等功能，拥有黑板或电子黑板满足板书与课件展示需求，利用MOOC、钉钉、学习通等平台辅助教学，并有杨靖宇革命纪念馆、竹沟革命纪念馆、西滑封精神实践教学基地、寨卜昌实践教学基地、嘉应观实践教学基地、黄河文化馆等校内外实践教学基地。

（3）教学方法：理论教学法、翻转课堂法、分组讨论法、直观演示法、案例教学法和任务驱动法。

（4）考核评价：形势与政策课程为考查课，以百分制计分，其中平时成绩占 50%，期末成绩占 50%。平时成绩的评定以百分制计分，依据学生学习本课程的综合表现，主要由以下三部分组成：①考勤和课堂表现；②原著阅读；③心得体会。考勤和课堂表现占平时成绩的 20%，原著阅读和心得体会分别占平时成绩的 40%，三部分的综合成绩折算为总成绩的 50%。期末成绩评定由学院统一安排，以百分制计分，各任课教师具体组织实施，期末卷面成绩折算为总成绩的 50%。

7.劳动教育

课程目标：

（1）知识目标

知识目标一：通过劳动教育课程，培养学生正确的劳动观念、劳动习惯和劳动精神，增强学生社会责任感与实践能力。

知识目标二：落实国家关于加强新时代大中小学劳动教育的要求，使学生理解劳动创造价值、劳动最光荣的内涵，掌握基本劳动技能，形成尊重劳动、热爱劳动的品质，促进学生全面发展。

（2）能力目标

通过劳动教育课程，使学生掌握基础劳动技能与工具使用方法，具备独立完成校园清洁、绿化维护、手工制作等实践任务的能力。能够结合专业特色设计劳动方案，解决简单劳动问题，并在团队协作中提升沟通协调与任务执行效率，形成持续改进的劳动实践能力。

（3）素质目标

培养学生尊重劳动、崇尚技能的价值观，强化责任意识与吃苦精神。通过劳动实践塑造严谨细致、精益求精的工匠态度，增强集体荣誉感与社会服务意识。引导学生树立“劳动创造价值”的人生观，形成勤俭节约、绿色环保的生活理念，最终成长为德技并修的新时代应用型人才。

主要内容：

（1）劳动理论与价值观教育：包括马克思主义劳动观、劳动法律法规、劳动安全与权益保护等知识，引导学生树立正确的劳动价值观；（2）日常生活劳动实践：开展校园环境维护、宿舍内务整理、食堂帮厨等实践活动，培养学生生活自理能力与卫生习惯；（3）生产劳动技能训练：结合电子商务专业特点，组织物流包装、商品分拣、电商运营模拟等实训，提升学生动手能力和职业素养；（4）公益服务劳动体验：参与社区志愿服务、校园公益活动，增强学生社会责任感与奉献精神。

教学要求：

（1）教师要求：理论教学要通过课堂讲授、案例分析、小组讨论等形式，确保学生掌

握劳动教育基本理论。

(2) 教学条件：严格遵守劳动安全规范，配备必要防护用品，确保实践活动安全有序开展。进行资源整合，联合校企合作单位、社区组织共建劳动实践基地，丰富劳动教育形式与内容。

(3) 教学方法：在线理论教学+线下劳动实践。

(4) 考核评价：以实践考核为主，劳动实践时长不少于 16 学时，采用过程性评价与成果展示相结合的方式，考核学生劳动态度、技能掌握情况。

8.大学体育

课程目标：

(1) 知识目标：按照《全国普通高等学校体育课程教学指导纲要》《高等学校体育工作基本标准》等文件要求，通过体育课程教学使学生基本掌握两项以上体育运动技能和相应竞赛规则，同时，提高学生遵守竞赛规则、交通法规的意识，提高学生体育运动水平和体质健康水平，并学会常见运动损伤的预防和处置方法。

(2) 能力目标：具备自我开展体育健康卫生知识的学习利用能力；能基本掌握课堂学习到的体育运动技能并运用到课余体育锻炼中；能准确、客观了解、评价自己的身体状况，不断增强自身体质；能够自我编制合理、可行的锻炼计划，科学开展体育锻炼，树立终身体育意识和自觉遵守交通法规的思想。

(3) 素质目标：增强学生的爱国主义、集体主义精神，培养学生团结、互助、拼搏意识，具备应对困难、挫折的能力。具备正确的体育价值观和健康观，具备较强的身体素质和强健体魄，树立“健康第一”思想。

主要内容：

(1) 第一学期的学生体育运动技能学习内容均为二十六式陈式太极拳，并辅以健康体育理论知识、身体素质练习及校园跑活动；(2) 第二、三、四学期的学生根据自己的身体条件、运动基础和兴趣、爱好选择专项上课。教学内容以学生所选运动项目为主，目前为学生提供的运动项目包括：篮球、足球、排球、气排球、田径、羽毛球、乒乓球、网球、武术、跆拳道、太极扇、太极剑、健美操、轮滑、体育舞蹈、排舞、毽球等。

教学要求：

(1) 教师要求：熟练掌握二十六式陈式太极拳相关理论与技能，熟悉所教体育运动技能课程的技术知识和运动技能，熟练掌握科学、合理的体育课堂教学方式、方法，掌握扎实的体育运动理论知识和健康卫生知识，具备较高职业素养和教育教学能力。

(2) 教学条件：室内理论课拥有多媒体等辅助课件，实践课在体育馆或室外相应体育运动场地，体育馆内拥有教学所需的灯光设备、运动器材和运动场地，室外体育场地及运动器材能满足体育课堂教学需要。

(3) 教学方法：语言法、示范法、完整教学法、分解教学法、预防和纠正错误动作法、

游戏练习法、比赛练习法、综合练习法、循环练习法、重复练习法、变换练习法等。

（4）考核评价：体育课程考核采取过程性考核与终结性考核相结合，课内、课外（校园跑）相结合的方式，过程考核成绩占比 20%，综合考核成绩占比 80%，总分为 100 分。过程考核包括：课堂测验、课堂学习态度、课堂练习及进步情况等。终结性考核包括一般身体素质、专项能力发展所需的专项素质、专项运动技能。

9.大学生职业生涯规划

课程目标：

（1）知识目标：了解职业发展的特点，较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境，交通强国战略背景下职业环境的变化趋势等；了解人生发展与职业生涯规划的重要关系；熟悉职业生涯规划的相关理论；掌握大学生职业生涯规划步骤。

（2）能力目标：掌握基于交通等行业特质的自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能等，掌握团队协作中的沟通技能，提升解决复杂问题的能力，具备交通类院校毕业生特有的职业竞争力。

（3）素质目标：树立职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观、世界观和就业观，把个人发展与国家需要、社会发展相结合，确立职业概念和意识，为个人生涯发展和社会发展积极努力。

主要内容：

（1）认识职业生涯规划；（2）自我认知；（3）职业认知；（4）生涯决策；（5）提升职业素养。

教学要求：

（1）教师要求：熟悉行业职业发展特征及人才需求趋势，具备职业生涯规划理论知识和交通行业职业咨询能力；掌握职业测评工具使用技能，能结合车辆工程、交通工程、物流管理等专业特点开展个性化生涯规划指导。

（2）教学条件：多媒体辅助课件，线上教学平台，职业生涯与发展规划工具包等教具，实践课在多媒体教室、生涯咨询室、创业园区、校内外实践教学基地等多平台进行，利用社会资源、外聘专家、成功校友、职场人物开展专题讲座、座谈等。

（3）教学方法：本课程采用理论与实践相结合、讲授与训练相结合的方式进行。教学可采用课堂讲授、交通领域典型案例分析、轨道交通运营管理等情景模拟训练、小组讨论、社会调查、实习见习等方法。

（4）考核评价：过程考核占 40%+综合考核占 60%。

10.就业指导

课程目标：

（1）知识目标：了解国家稳就业政策核心内容，理解产业结构升级对人才需求的变化趋势，掌握就业材料的收集与整理、面试技巧等。

（2）能力目标：具备职业规划、简历制作、面试技巧、职场沟通等求职技能；强化 AI 工具应用（如大模型辅助简历优化）、数据分析等数字化就业能力。

（3）素养目标：厚植家国情怀，主动将自身的就业目标同国家战略及区域经济发展相结合，树立理性的就业观，增强职业责任感，培养适应社会变革的终身学习能力与职业韧性。

主要内容：

（1）求职目标确定与就业能力提升；（2）就业信息收集与调整；（3）求职技巧；（4）就业心理调适；（5）就业权益保护；（6）职业适应与发展。

教学要求：

（1）教师要求：熟悉车辆工程、交通工程、物流管理等专业及未来发展方向、就业政策、求职技巧、工具使用等。

（2）教学条件：多媒体辅助课件，线上教学平台等，实践课在云招聘室、网络视频面试室、信息查询室、职业发展与就业指导室、校内外实践教学基地等多平台进行。

（3）教学方法：本课程采用理论与实践相结合、讲授与训练相结合的方式进行。采用讲授法、案例分析法、小组讨论、翻转课堂、简历大赛、模拟面试等多种教学方法。

（4）考核评价：过程考核占 40%+综合考核占 60%。

11.创业基础

课程目标：

（1）知识目标：了解创新创业的基本概念、流程和方法，掌握机会识别、商业模式设计、团队管理、融资策略等创新创业核心知识。

（2）能力目标：掌握创新方法、机会识别、资源整合和风险应对能力，制定创业计划并进行可行性分析，熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质与能力。

（3）素质目标：增强学生的社会责任感和团队协作精神，树立正确的创业价值观，培养吃苦耐劳、诚信守法的职业素养。将个人创业梦想与“工匠精神”“交通强国”等国家发展战略相结合，培养服务社会、奉献交通的使命担当，在创业过程中践行社会主义核心价值观。

主要内容：

（1）创新与创业精神；（2）创新思维与机会识别；（3）风险管理；（4）团队组建与领导力；（5）商业模式设计；（6）创业计划与路演技巧；（7）新企业的开办。

教学要求：

（1）教师要求：具备扎实的创新创业理论知识和丰富的实践经验，能够结合学科前沿动态更新教学内容。同时，教师应具备较强的课堂组织能力，灵活运用多元化教学方法，激发学生的创新思维和创业热情。在能力素养方面，教师应保持开放的学习态度，积极关注创新创业领域的新趋势，并善于利用信息化教学工具提升课堂效果，指导学生完成创业计划并解决实际问题。

(2) 教学条件：多媒体辅助课件，线上教学平台等，实践课在路演教室、创业园区、校内外实践教学基地等多平台进行，利用社会资源、创业导师、成功校友、职场人物开展创业讲座、座谈等。

(3) 教学方法：本课程采用理论与实践相结合、讲授与训练相结合的方式进行。采用现场教学法、分组讨论法、案例教学法、情景模拟法和任务驱动法等。

(4) 考核评价：过程考核占 40%+综合考核占 60%。

12.大学生心理健康教育

课程目标：

(1) 知识目标：掌握心理健康标准及意义，明确其对个人成长与职业发展的作用。了解不同职业场景下常见的心理特点，明晰团队协作中的心理规律，知晓特殊事件对心理的影响，建立适配交通职业的认知体系。

(2) 能力目标：提升自我认知与情绪识别能力，能察觉学习实践中的心理变化。增强团队协作中的沟通能力，学会应对各类心理挑战，提高在交通职业环境中解决心理问题的实践能力。

(3) 素质目标：将课程所学与强国建设使命结合，培养爱岗敬业、责任担当精神，增强社会责任感。形成坚韧意志与正确价值观，实现心理素质与思想道德素质协同发展，为行业发展和社会进步贡献力量。

主要内容：

(1) 大学生心理健康导论 (2) 认识自我 (3) 学习心理 (4) 人际交往 (5) 恋爱心理 (6) 性心理 (7) 家庭关系 (8) 情绪管理 (9) 网络心理 (10) 压力与应对 (11) 生命意义与危机干预 (12) 职业生涯规划

教学要求：

(1) 教师要求：需具备扎实的心理学理论基础，掌握心理健康教育核心知识，熟悉大学生心理发展规律及职业心理特点，了解思政教育与心理健康教育融合的方法，能精准对接课程十二大模块内容。同时，具备教学设计与实践组织能力，能结合课程目标设计案例分析、情景模拟等教学活动；拥有良好的沟通与引导能力，可有效开展心理互动与团队协作指导；具备心理辅导与危机识别基础能力，能融入思政元素培养学生责任担当意识。

(2) 教学条件：需配备多媒体教室（含投影仪、音响等设备），提供配套教材、教学PPT、心理案例库（涵盖学习、人际、职业等场景）及相关文献资源。

(3) 教学方法：现场教学法、分组讨论法、直观演示法、案例分析法、启发教学法和角色扮演。

(4) 考核评价：过程考核占 40%+期末考核占 60%。

13.大学英语

课程目标：

(1) 知识目标：掌握日常交际、交通出行、餐厅就医、银行服务等场景的核心词汇、短语及实用句型，涵盖问路、购票、点餐、预约等交通服务相关表达；系统学习形容词与副词、代词、情态动词、时态、被动语态等基础语法，以及限制性/非限制性定语从句、不定式与动名词、分词、虚拟语气等进阶语法规则；熟练运用多义词翻译、增译法、省略句翻译、被动语态翻译、定语从句翻译、状语从句翻译等技巧；掌握个人资料、名片、通知、海报、邀请函、欠条等应用文的写作规范；通过阅读材料接触交通站点标识、出行安全提示、交通领域人物故事等内容。

(2) 能力目标：能够在日常交际、旅行、职场等场景中运用英语进行有效沟通，包括模拟购票对话、撰写交通意外险投保预约函等交通服务场景实践；读懂交通站点就医指引、购物信息等实用英文材料，准确理解公共交通设施名称、安全提示等标识内容；运用所学语法和翻译技巧完成复杂句子翻译，独立撰写邀请函、请假条等应用文；借助在线教学平台（如学习通）开展自主学习，解决语言问题并优化学习策略。

(3) 素质目标：在跨文化交际中增强文化自信，主动传播中国传统文化（如春节习俗、太极拳），同时尊重不同文化差异；通过小组合作完成情景对话、应用文互评等任务，提升团队协作与沟通能力；结合交通场景学习强化规则意识与安全观念，树立社会责任感；培养严谨的学习态度和自主探究精神，形成终身学习能力。

主要内容：

(1) 日常交际与基础语法：问候、兴趣爱好、体育运动、自我介绍、校园生活等主题交流，旅行场景对话（如购票、问路），融入交通站点标识英文表达，掌握形容词与副词、代词的用法；学习情态动词、基本句型及对话翻译技巧。

(2) 实用写作与文化遗产：个人资料、名片、通知、海报写作规范，结合校园活动设计实践任务；邀请函、感谢信、贺卡写作，融入春节习俗等传统文化元素，强化文化传播能力；欠条、收据、请假条写作，结合银行服务、职场场景开展案例分析。

(3) 健康生活与交通服务：餐厅就餐、就医场景英语表达，学习限制性定语从句、被动语态翻译；车站餐厅点餐模拟，掌握交通服务场景核心词汇与句型；心理健康、个人理财主题阅读，渗透健康生活、理性消费理念。

(4) 职场应用与高阶语法：银行服务、预约场景英语沟通，学习虚拟语气、状语从句翻译技巧；商务信函、简历写作规范，结合职场需求设计模拟任务；分析不定式与动名词、分词的语法功能。

教学要求：

(1) 教师要求：具备扎实的英语语言知识体系，熟练掌握任务驱动法、情景教学法等教学策略；能够将交通服务场景元素自然融入教学内容，深度挖掘思政教育点（如规则意识、文化自信）；精通多媒体课件制作、在线教学平台（如SPOC）应用等信息技术，优化教学过程。

(2) 教学条件：理论教学需配备多媒体教室，实践教学依托语音实验室，配备听力训练软件、口语互动设备；搭建在线教学平台，支持师生线上互动、作业批改及学习行为跟踪。

(3) 教学方法：任务驱动法：设计“模拟地铁站务员服务”“撰写交通通知”等实践任务，强化语言应用能力；情景教学法：通过角色扮演再现购票、点餐等场景，增强学习体验感；案例分析法：选取车站标识等实用文案案例，解析写作逻辑；线上线下混合教学：利用在线平台布置预习任务（如观看交通场景微课），课堂聚焦重点讲解与互动。

(4) 考核评价：过程考核占 40%，综合考核占 60%（期末综合测试）。综合涵盖阅读、语法、词汇、翻译、写作等多维度能力评测，考查实际语言运用能力。

14. 信息技术与人工智能基础

课程目标：信息技术与人工智能基础是面向全校各专科专业学生开设的通识必修课程。本课程主要介绍计算机基础知识、Office 应用、人工智能基础、关键技术及应用。通过本课程的理论学习，使学生具备如下知识和能力：

(1) 知识目标：了解基本的计算机知识和人工智能发展历史、关键技术，深刻认识我国在信息科技领域取得的巨大成就与面临的机遇挑战；系统掌握信息技术与人工智能（概念、原理、技术流派）的核心基础知识，并深刻理解其在交通领域（如自动驾驶、智慧物流、车联网、北斗导航）的关键应用、国家战略布局以及伴随的伦理挑战与社会责任。

(2) 能力目标：培养学生熟练运用信息技术工具（办公软件、信息检索）、掌握基础编程与数据处理技能、初步应用与评估人工智能解决方案的能力，并着重提升其在交通场景下分析问题、批判性评估技术方案、融合跨学科知识以及强化信息安全与数据安全意识的实践能力。

(3) 素质目标：培养学生在学习和运用信息技术、人工智能解决交通问题时所需的严谨求实、精益求精的态度，强调系统可靠性、数据准确性在交通应用中的极端重要性。树立诚信意识，尊重知识产权，遵守学术规范和职业道德。

主要内容：

(1) 了解信息技术的发展历史、掌握数制转换等内容；(2) Office 应用：使学生熟练掌握 word、Excel、PPT 使用方法和实际应用；(3) 了解人工智能的基本概念、发展历史，理解人工智能伦理问题；了解人工智能知识图谱、自然语言处理、智能语音、计算机视觉等关键技术；了解大模型的基本概念、分类和应用案例；了解新一代人工智能的生态和应用领域；(4) 人工智能关键技术及其应用：使学生了解知识图谱的基本概念、构建方法和应用领域；理解机器学习的分类，常用机器学习算法，神经网络和深度学习；理解自然语言处理的基本概念、语言模型和应用案例；掌握智能语音的基本概念、语音识别技术、语音合成技术、智能语音应用案例；理解计算机视觉的基本概念、核心方法和应用案例；(5) 大模型及其应用：使学生了解大模型的定义和分类；理解大模型的工作原理；理解重要的大模型架构；掌握大模型的实践应用。了解提示词工程，会使用提示词完成的设计和优化。

教学要求:

(1) 教师要求: 熟悉人工智能发展史, 熟练掌握常用的人工智能体, 具备较强的 office 办公软件操作水平。

(2) 教学条件: 多媒体辅助课件, 实践课在机房完成 (包括理论教学及实践所需的所有需求, 包含软硬件)

(3) 教学方法: “理论讲授+演示操作+任务驱动+项目实践+案例研讨”相结合的方式, 充分利用在线教学平台 (如 Moodle、超星、智慧树等) 提供学习资源、布置作业、进行测验和讨论, 鼓励小组合作完成综合性实践任务 (如制作一份包含数据分析的交通调研报告 PPT), 培养团队协作能力; 认真组织课堂讨论, 围绕 AI 伦理、交通领域的数字化应用等话题进行交流。

(4) 考核评价: 平时成绩 40%+ 期末考核 60%。其中平时成绩包括平时考勤与课堂参与 (20%)、上机操作作业 (Office 为主) (40%)、AI 工具应用实践报告/作品 (40%)。

15. 大学语文

课程目标:

(1) 知识目标: 掌握口语表达的基本技巧与礼仪规范, 了解不同场景的语言特点; 熟知中外经典文学作品的思想内涵与艺术手法; 掌握各类应用文的格式规范与写作要求。

(2) 能力目标: 理解与运用祖国语言文字的能力 (包括写作能力、语言表达能力、交际能力等); 掌握鉴赏评价文学作品的能力。

(3) 素质目标: 了解中华民族优秀传统文化, 培养学生高尚的思想品质和良好的道德情操, 接受爱国主义的熏陶和教育, 增强民族感和自信心。

主要内容:

(1) 口语表达: 涵盖普通话口语训练、日常交谈、求职等场景的表达技巧训练, 以及语言逻辑、肢体语言与倾听能力的综合培养; (2) 文学鉴赏: 包含诗歌、散文、小说等文学作品的文本解读、艺术手法分析、思想内涵探究, 以及审美能力与人文素养的提升; (3) 应用写作: 涉及行政公文、日常文书、事务性文书等实用文体的格式规范、写作方法及实际场景应用练习。

教学要求:

(1) 教师要求: 需掌握中国文学史上重要作家的代表作及风格, 同时了解中外经典文学作品的核心思想与文化内涵。要强化阅读理解能力, 能准确分析文本结构、把握主旨及艺术手法; 提升写作水平, 可撰写规范的议论文、应用文, 做到逻辑清晰、语言流畅; 还要具备口头表达能力, 通过课堂讨论、演讲等形式清晰阐述观点。注重引导学生通过文学作品感悟人文精神, 培养审美情趣与批判性思维, 使其能将语文素养融入专业学习与生活实践, 形成良好的文化品格。

(2) 教学条件: 多媒体辅助课件

(3) 教学方法：现场教学法、小组讨论法、案例教学法、情景模拟法

(4) 考核评价：过程考核占 40%+期末综合考核占 60%。

16. 国家安全教育

课程目标：

(1) 知识目标：掌握国家安全的基本理论、政策法规及交通安全相关的国家安全风险及防范措施，理解交通安全与国家安全的紧密联系。

(2) 能力目标：培养学生分析和识别交通领域国家安全隐患的能力，提升应对复杂安全问题的实际操作技能，增强风险预警和应急处置能力。

(3) 素质目标：强化思想政治教育，树立正确的国家观念和职业道德，激发爱国主义精神，培养高度的社会责任感和守法意识，推动学生在未来工作中践行国家安全职责。

主要内容：

(1) 总体国家安全观总论；(2) 政治安全；(3) 国土安全；(4) 军事安全；(5) 经济安全；(6) 文化安全；(7) 社会安全；(8) 科技安全；(9) 网络安全；(10) 生态安全；(11) 资源安全；(12) 核安全；(13) 海外利益安全；(14) 新型领域安全。

教学要求：

(1) 教师要求：具有较高的政治素养和责任感，能够有效开展思政教育，激发学生的国家安全意识。能够将国家安全理论与交通行业实务结合，具备较强的教学与案例分析能力。

(2) 教学条件：配备多媒体教学设施和交通安全模拟实验设备，支持实践教学与案例研究。提供丰富的教学资源，包括国家安全相关政策文本、案例库及专业书籍。

(3) 教学方法：采用理论讲授与案例分析相结合的方法，注重互动讨论。利用情景模拟、角色扮演等方式提高学生的实际应对能力。融入思政教育内容，结合时政热点开展专题讲座，增强课程的思想性和现实针对性。

(4) 考核评价：过程考核占 40%+综合考核占 60%。

(二) 专业基础课程

专业基础课程有《管理学原理》《市场营销学》《电子商务概论》《经济学基础》《新媒体营销与运营》《会计学基础》《消费者行为分析》7 门课程，20 学分。

1. 管理学原理

教学目标：本课程旨在培养学生掌握管理学四大核心职能（计划、组织、领导、控制）的系统方法论，重点掌握数字化时代下的敏捷管理工具（如 OKR 目标管理法、虚拟团队协作技术）。通过华为、字节跳动等标杆企业案例解析，学生应能运用 SWOT 分析、PDCA 循环等工具解决实际管理问题，并具备跨文化团队协调能力，为中层管理岗位奠定理论基础。

主要内容：课程涵盖管理思想演进（从泰勒制到元宇宙组织形态）、职能模块（战略制定、流程优化）及前沿领域（AI 决策辅助、区块链溯源管理）三大板块，重点解析 Z 世代员工激励策略、平台型组织架构设计，并融入 2025 年新兴的量子管理理念。结合沙盘模拟

与商业游戏，同步讲解 VUCA 环境下的风险管理框架。

教学要求：学生需完成 1 个企业诊断报告+1 个管理方案设计，考核采用“理论测试+方案路演”形式。要求 90%以上分析需运用至少 3 种管理工具（如波特五力模型），并能在小组案例研讨中提出可落地的创新性管理策略。

2. 市场营销学

教学目标：本课程旨在培养学生掌握数字营销时代的核心竞争力，重点掌握消费者行为分析、营销技术栈及全渠道策略。通过宝洁、完美日记等品牌实战案例解析，学生应能运用 4P 理论框架设计整合营销方案，并具备短视频营销、AI 客服等新兴场景的落地能力，为市场营销岗位提供体系化知识储备。

主要内容：课程涵盖市场分析（大数据画像构建）、策略制定（增长黑客模型）及效果评估（归因分析技术）三大模块，重点解析直播电商的流量转化漏斗、DTC 品牌的社交裂变机制，并融入 2025 年新兴的神经营销学应用。结合沙盘模拟与 MATLAB 消费者建模工具，同步讲解元宇宙营销场景的搭建逻辑。

教学要求：学生需完成 1 个品牌全案策划+1 个 Campaign 执行报告，考核采用“方案答辩+ROI 模拟测算”形式。要求 90%以上提案需包含至少 2 种数字营销工具（如 SEO 优化、程序化投放），并能在小组路演中呈现可量化的 KPI 指标体系。

3. 电子商务概论

教学目标：本课程旨在培养学生掌握电子商务全流程运营能力，重点掌握跨境电商合规、社交电商裂变及 AI 客服系统三大核心技能。通过 Shein、Temu 等标杆企业案例拆解，学生应能独立完成从选品策略到跨境物流的数字化解决方案，并具备应对欧盟《数字服务法》等政策风险的能力，为电商行业输送复合型人才。

主要内容：课程涵盖商业模式创新、技术架构及风险管控三大模块，重点解析直播电商的 GMV 提升模型、DTC 品牌的独立站运营策略，并融入 2025 年新兴的 Web3.0 去中心化电商实践。结合 Odoo ERP 模拟实训，同步讲解元宇宙购物场景的交互设计逻辑。

教学要求：学生需完成 1 个跨境电商运营方案+1 个数字化店铺诊断报告，考核采用“沙盘推演+ROI 数据分析”形式。要求 90%以上方案需包含至少 2 种电商工具（如 Google Analytics 4.0、Shopify 插件开发），并能在小组路演中演示完整的用户旅程优化路径。

4. 经济学基础

教学目标：本课程旨在培养学生掌握数字经济时代的经济分析能力，重点掌握行为经济学、平台经济及绿色 GDP 核算三大前沿领域。通过特斯拉碳交易、拼多多 C2M 模式等案例解析，学生应能运用边际分析、博弈论等工具评估政策效果，并具备解读美联储数字货币政策等实务能力，为经济决策岗位奠定方法论基础。

主要内容：课程涵盖微观机制、宏观政策及国际规则（CPTPP 数字条款）三大板块，重点解析 NFT 资产定价模型、碳中和补贴机制，并融入 2025 年新兴的量子计算在供需预测

中的应用。结合 Python 经济仿真实验，同步讲解全球供应链韧性评估框架。

教学要求：学生需完成 1 份政策影响评估报告+1 个经济模型构建，考核采用“数据可视化答辩+政策建议听证会”形式。要求 90%以上分析需包含至少 2 种量化工具（如 DSGE 模型、社会网络分析），并能在小组研讨中提出符合帕累托改进的可行性方案。

5. 新媒体营销与运营

教学目标：本课程旨在培养学生掌握 Web3.0 时代的新媒体运营能力，重点掌握 AIGC 内容生产、元宇宙营销场景构建及私域流量裂变三大核心技能。通过蜜雪冰城、东方甄选等爆款案例拆解，学生应能独立完成从 KOL 矩阵搭建到舆情监测的数字化营销闭环，并具备应对《生成式 AI 服务管理暂行办法》等政策风险的能力，为新媒体行业输送战略型人才。

主要内容：课程涵盖内容生态、技术赋能及数据驱动三大模块，重点解析短视频平台的 FACT 经营模型、虚拟偶像的 IP 孵化策略，并融入 2025 年新兴的脑机接口广告交互实践。结合 Hootsuite 全渠道管理平台实训，同步讲解 NFT 数字藏品营销的合规框架。

教学要求：学生需完成 1 个品牌新媒体矩阵运营方案+1 次舆情危机模拟处置，考核采用“数据看板解读+ROI 路演”形式。要求 90%以上方案需包含至少 2 种智能工具，并能在小组答辩中呈现完整的用户画像建模过程。

6. 会计学基础

教学目标：本课程旨在培养学生掌握智能财务时代的会计核心能力，重点掌握区块链账本技术、ESG 报告编制及 RPA 财务自动化三大前沿技能。通过宁德时代、比亚迪等上市公司财报案例拆解，学生应能独立完成从智能核算到财务风险预警的全流程数字化管理，并具备应对《数据安全法》下的财务信息合规要求，为业财融合岗位奠定实践基础。

主要内容：课程涵盖核算体系、分析工具（Python 财务建模）及治理框架（SOX 内控优化）三大模块，重点解析合并报表的 AI 辅助生成、碳会计计量方法，并融入 2025 年新兴的量子加密在财务审计中的应用。结合用友 BIP 平台实训，同步讲解元宇宙虚拟资产会计处理准则。

教学要求：学生需完成 1 套上市公司财报分析报告+1 个智能财务系统实施方案，考核采用“数据穿透验证+管理层汇报”形式。要求 90%以上作业需包含至少 2 种数字化工具（如 Power BI 可视化、OCR 票据识别），并能在小组答辩中演示完整的业财数据治理链路。

7. 消费者行为分析

教学目标：本课程旨在培养学生掌握神经科学驱动的消费者洞察能力，重点掌握脑电波情绪识别、元宇宙消费行为模拟及 AI 驱动的需求预测三大前沿技术。通过蜜雪冰城、泡泡玛特等新消费品牌案例拆解，学生应能独立完成从神经营销实验到行为数据建模的全链路分析，并具备应对《个人信息保护法》下的合规研究能力，为数字化营销岗位提供决策支持。

主要内容：课程涵盖认知机制、场景重构及算法应用三大模块，重点解析 Z 世代的符号消费逻辑、直播间的冲动购买模型，并融入 2025 年新兴的脑机接口消费反馈系统。结合

Python 消费者画像实训，同步讲解生成式 AI 在行为预测中的伦理边界。

教学要求：学生需完成 1 份神经营销实验报告+1 个消费场景重构方案，考核采用眼动热力图解读+行为预测模型路演形式。要求 90%以上分析需包含至少 2 种神经科学工具（如 fMRI 脑区激活分析、皮肤电反应监测），并能在小组答辩中呈现完整的消费决策树优化过程。

（三）专业核心课程

包括《电子商务文案写作》《平面设计》《短视频运营》《直播电商》《客户服务与管理》《网店运营》等 6 门课程，16 学分。

1. 电子商务文案写作

教学目标：旨在让学生掌握电商文案的核心特点与写作逻辑，能够根据不同电商平台和产品类型，撰写具有吸引力、说服力的文案；培养学生精准把握目标受众需求的能力，提升文案的转化率和传播力；同时引导学生树立合规意识，确保文案符合广告法等相关法律法规，为从事电商运营、营销策划等工作奠定扎实的文案创作基础。

主要内容：课程涵盖电商文案的基础理论，包括其定义、分类、特点及与传统文案的区别；不同场景的文案写作技巧，如产品详情页文案、短视频脚本、直播话术、社交媒体推广文案等；还涉及文案的排版设计原则、关键词优化技巧、数据分析在文案迭代中的应用，以及广告法等相关法律法规对电商文案的规范要求。

教学要求：注重理论与实战结合，通过案例拆解、模拟创作、平台实践等方式，提升学生的实操能力；引导学生关注电商行业动态和消费者偏好变化，培养市场敏感度；强调文案的原创性和合规性，杜绝抄袭和虚假宣传；考核采用过程性评价与终结性评价相结合，综合考量学生的文案作品质量、课堂参与、案例分析报告及实战效果等，全面评估其文案创作与应用能力。

2. 平面设计

教学目标：旨在让学生掌握平面设计的基本原理与视觉传达规律，具备运用图形、文字、色彩等元素进行创意设计的能力，能够独立完成海报、标志、包装、宣传册等常见平面设计项目；培养学生的审美能力和创新思维，使其能准确把握设计需求并呈现具有吸引力的视觉作品；同时引导学生熟悉设计行业规范与流程，为从事平面设计相关工作奠定坚实基础。

主要内容：课程涵盖平面设计基础理论，包括构成原理（平面构成、色彩构成、立体构成）、版式设计法则、视觉传达原理等；设计软件操作，如 Photoshop、Illustrator、CorelDRAW 等主流软件的工具使用与技巧应用；不同类型设计项目实践，如海报设计、标志设计、包装设计、书籍装帧设计等；还涉及设计史、品牌视觉形象设计基础、印刷工艺常识等内容。

教学要求：理论讲授与软件实操紧密结合，通过案例赏析、项目驱动、小组协作等方式，提升学生的实践能力；鼓励学生关注设计行业前沿趋势与多元风格，培养个性化设计语言；强调设计的原创性与版权意识，杜绝抄袭行为；考核采用过程性评价与终结性评价相结合，

综合考量学生的课堂练习、设计作品质量、项目完成度及创意表现等，全面评估其平面设计综合素养与应用能力。

3. 短视频运营

教学目标：旨在让学生掌握短视频运营的完整流程与核心逻辑，具备从账号定位、内容策划到拍摄剪辑、推广变现的全链条操作能力，能够根据不同平台的规则和用户特点制定运营策略；培养学生的内容敏感度和数据分析能力，提升短视频的播放量、互动率和转化率；同时引导学生了解短视频行业的法律法规和伦理规范，为从事短视频运营、新媒体营销等工作奠定专业基础。

主要内容：课程涵盖短视频平台生态与规则，包括各平台算法机制、推荐逻辑、内容红线等；账号搭建与定位，涉及目标受众分析、账号人设打造、赛道选择等；内容创作全流程，如选题策划、脚本撰写、拍摄技巧、剪辑工具操作、配音配乐与字幕设计；推广与运营策略，包括流量获取、用户互动维护、数据分析及优化方法；还涉及商业化变现模式和行业合规知识。

教学要求：突出实战性，通过案例拆解、项目实操、模拟演练等方式，提升学生的实际操作能力；引导学生关注行业动态和平台规则变化，培养快速适应能力；强调内容原创性和价值观导向，杜绝低俗、违规内容；考核采用过程性评价与终结性评价相结合，综合考量学生的账号运营数据、策划方案质量、实操表现及合规意识等，全面评估其短视频运营综合能力。

4. 直播电商

教学目标：旨在让学生掌握直播电商的完整运营逻辑与实操技能，具备从选品策划、场景搭建到直播互动、订单转化、售后跟进的全流程能力，能够根据不同平台特性和产品类型制定针对性直播策略；培养学生的控场能力、用户洞察能力和销售转化能力，提升直播间的流量、停留时长和成交率；同时引导学生熟悉直播电商的法律法规和行业规范，为从事直播运营、主播、场控等相关工作奠定专业基础。

主要内容：课程涵盖直播电商平台规则与生态，包括各平台流量分发机制、直播权限与违规红线、数据分析工具使用等；直播前期筹备，涉及选品策略、脚本策划、场景搭建、人员分工等；直播中期运营，如互动技巧、产品讲解、节奏把控等；直播后期优化，包括数据复盘、用户维护、售后处理及二次营销；还涉及合规知识和直播团队管理基础。

教学要求：以实战为核心，通过案例解析、模拟直播、真实账号实操等方式，强化学生的动手能力；引导学生关注行业趋势和消费者偏好变化，培养市场敏感度；强调合规经营和诚信原则，杜绝虚假宣传、刷单等违规行为；考核采用过程性评价与终结性评价相结合，综合考量学生的直播策划方案、模拟直播表现、数据复盘报告及合规意识等，全面评估其直播电商综合运营能力。

5. 客户服务与管理

教学目标：旨在让学生掌握客户服务的核心理念、流程和管理方法，具备高效处理客户咨询、投诉及需求的能力，能够制定并执行针对性的客户服务策略；培养学生的沟通协调能力、问题解决能力和客户关系维护能力，提升客户满意度和忠诚度；同时引导学生树立以客户为中心的服务意识和职业道德，为从事客户服务、客户关系管理等相关工作奠定专业基础。

主要内容：课程涵盖客户服务基础理论，包括服务的定义、特点、重要性及客户期望管理等；客户沟通技巧，涉及有效倾听、表达艺术、情绪管理及不同场景的沟通策略；客户投诉处理，讲解投诉原因分析、处理流程、解决方案制定及投诉预防机制；客户关系管理，包括客户细分、客户画像构建、客户生命周期管理及忠诚度提升策略；还涉及客户服务团队的建设与管理、服务质量评估与改进方法，以及相关法律法规在客户服务中的应用。

教学要求：注重理论与实践结合，通过案例分析、情景模拟、实战项目等方式，提升学生的实操能力；强调培养学生的同理心和服务意识，引导其站在客户角度思考问题；关注行业发展动态，引入新兴服务模式的相关内容；考核采用过程性评价与终结性评价相结合，综合考量学生的沟通表现、问题处理方案、客户满意度模拟数据及服务意识等，全面评估其客户服务与管理的综合素养。

6. 网店运营

教学目标：旨在让学生掌握网店运营的整体框架与核心技能，具备从店铺搭建、产品上架到流量获取、订单转化、客户维护的全流程操作能力，能够根据不同电商平台的规则 and 市场需求制定运营策略；培养学生的市场洞察力、数据分析能力和问题解决能力，提升店铺的访问量、转化率和复购率；同时引导学生熟悉网店运营的法律法规和平台规则，为从事网店运营、电商推广等工作奠定专业基础。

主要内容：课程涵盖网店基础搭建，包括平台入驻流程、店铺装修、产品定位与选品、商品上架等；流量获取与推广，涉及搜索优化、付费推广、内容营销、社交媒体引流等；订单转化与客户管理，如客服沟通技巧、购物体验优化、售后问题处理、会员体系搭建、复购促进策略等；还包括网店数据分析、运营策略调整及相关法律法规的应用。

教学要求：以实战操作为核心，通过案例拆解、模拟运营、真实店铺实操等方式，提升学生的实践能力；引导学生关注电商行业动态和平台规则变化，培养快速适应和策略调整能力；强调合规经营，杜绝虚假交易、侵权等违规行为；考核采用过程性评价与终结性评价相结合，综合考量学生的店铺运营数据、策划方案质量、实操表现及合规意识等，全面评估其网店运营综合能力。

（四）专业拓展课程

专业拓展课程包含专业限选课程和专业任选课程两类，其中专业选修课程有《电子商务物流管理》《网络营销学》《网络银行与电子支付》《跨境电商理论与实务》4门课程，共计8学分。专业任选课程有《微信营销》《Python数据分析与应用》《供应链管理》《电子商务法律法规》《商品学》《商务沟通与礼仪》《Premiere视频剪辑》《手机短视频拍摄与

制作》《微博营销》9门课程，学生需选够4学分，共计12学分。

1. 电子商务物流管理

教学目标：旨在帮助学生系统掌握电子商务物流管理的核心理论与实践方法，具备结合电子商务场景规划物流方案、优化物流流程的能力，能够熟练运用仓储管理、配送调度、供应链协同等关键技术解决实际问题，同时培养学生的物流成本控制意识、客户服务思维与供应链全局视野，使其成为适应电子商务行业发展需求、兼具理论素养与实操能力的复合型物流管理人才。

主要内容：涵盖电子商务物流的基础理论（包括电子商务与物流的关系、物流管理的核心要素与发展趋势）、核心运作环节（含订单处理流程、仓储管理与库存优化、智能分拣技术、配送网络规划与末端配送模式）、关键支撑体系（如物流信息系统建设、大数据与人工智能在物流中的应用、跨境电子商务物流的报关与国际运输规则），以及物流成本核算与控制、物流服务质量评估、供应链协同管理（含供应商选择与合作、物流企业与电商平台的对接模式）等实战模块，同时融入行业典型案例（如电商大促物流应对、生鲜电商冷链物流等）进行深度分析。

教学要求：要求学生扎实掌握电子商务物流管理的基本概念、原理与标准规范，能够准确区分不同电商模式（B2B、B2C、C2C、O2O）下的物流需求差异；在能力层面，需具备独立完成简单电商物流方案设计、运用物流管理软件（如仓储管理系统WMS、运输管理系统TMS）进行模拟操作的能力，能够对物流运作中的常见问题（如库存积压、配送延迟）进行原因分析并提出解决方案；在素养层面，要求学生树立高效、绿色、可持续的物流发展理念，具备团队协作精神与跨部门沟通能力，同时关注行业前沿动态（如无人机配送、无人仓技术），主动提升自身的专业适应性与创新思维。

2. 网络营销学

教学目标：旨在帮助学生系统掌握网络营销的核心理论、策略体系与实战方法，具备结合不同行业特性与企业需求制定网络营销方案的能力，能够熟练运用搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销、电商平台运营等关键工具与手段解决实际营销问题，同时培养学生的用户思维、数据驱动决策意识与跨平台整合营销视野，使其成为适应数字经济发展需求、兼具理论功底与实操能力的复合型网络营销人才。

主要内容：涵盖网络营销的基础理论（包括网络营销的概念、发展历程、核心逻辑与行业趋势，以及数字经济下消费者行为特征与需求分析）、核心策略体系（含搜索引擎营销SEO/SEM、社交媒体营销（微信、微博、抖音等平台运营）、内容营销（短视频、直播、图文创作）、电商平台营销（淘宝、京东、拼多多等运营逻辑）、电子邮件营销与私域流量运营）、关键支撑模块（如网络营销数据分析（流量、转化、复购等指标解读与工具运用）、营销文案撰写、品牌数字化传播、网络广告投放与效果优化），以及跨境网络营销规则、网络营销伦理与合规管理等内容，同时融入行业典型案例（如网红直播带货操盘、新消费品牌

数字营销破圈等）进行深度拆解。

教学要求：要求学生扎实掌握网络营销的基本概念、策略框架与行业规范，能够准确区分不同平台（搜索、社交、电商）的营销逻辑与适用场景；在能力层面，需具备独立完成小型网络营销方案设计、运用常用营销工具（如百度推广、抖音创作者服务中心、生意参谋）进行模拟实操的能力，能够对营销数据（如点击率、转化率、ROI）进行分析并优化策略，解决流量获取难、用户留存低等常见问题；在素养层面，要求学生树立以用户为中心的营销理念，具备敏锐的行业趋势洞察力（如 AI 营销、元宇宙营销等新方向）与创新思维，同时注重营销伦理与数据安全，具备团队协作与跨部门（市场、运营、技术）沟通能力，主动适应网络营销领域的快速迭代。

3. 网络营销与电子支付

教学目标：本课程旨在培养学生掌握网络营销与电子支付的核心知识与实践技能，包括网络营销策略制定、电子支付工具应用及风险防范能力。通过理论教学与案例实操，学生应能独立完成企业网站推广、第三方支付平台操作等任务，同时树立合规意识与信息安全观念，适应数字化商业环境需求。

主要内容：课程涵盖网络营销综合框架（含搜索引擎优化、社交媒体营销等）与电子支付全流程（如网上银行、移动支付、第三方平台运作）两大模块。重点解析电子支付系统构成、安全协议及法律法规，结合支付宝、微信支付等案例，强化支付工具的实际应用与市场分析能力。

教学要求：学生需通过课堂讨论、情景模拟完成支付操作实训，提交网络营销策划方案并参与小组答辩。考核采用“理论考试+实践报告”形式，要求熟练运用加密技术、支付流程设计等知识点，最终达到 90%以上的实操任务完成率。

4. 跨境电商理论与实务

教学目标：本课程旨在系统培养跨境电商全流程操作能力，使学生掌握平台运营、国际物流、跨境支付及合规管理等核心技能。通过理论教学与案例实操，学生应能独立完成选品分析、店铺优化、数字营销等任务，同时具备跨文化沟通与风险防控意识，适应数字经济时代贸易需求。

主要内容：课程涵盖“理论-运作-实务”三大模块：理论部分聚焦跨境电商概念、政策法规及生态体系；运作部分详解亚马逊/速卖通等平台规则、物流渠道选择及支付工具应用；实务部分强化选品策略、数据分析和企业案例研究，配套 Anker 等真实项目演练。

教学要求：学生需通过小组协作完成平台入驻、营销策划等实训任务，提交数据分析报告并参与答辩。考核采用“理论考试+实操评估”形式，要求熟练运用 SEO 优化、关税计算等知识点，最终达成 90%以上的任务完成率。

5. 微信营销

教学目标：帮助学生系统掌握微信生态下营销的核心逻辑、策略与实操方法，具备结合

企业产品特性与目标用户需求，在微信体系内设计并落地营销方案的能力，能够熟练运用公众号运营、视频号营销、朋友圈广告、私域社群运营等关键手段实现获客、转化与用户留存，同时培养学生的微信生态合规意识、用户精细化运营思维与营销效果优化能力，使其成为适应微信营销场景需求、兼具理论认知与实战能力的专业营销人才。

主要内容：涵盖微信营销的基础认知（包括微信生态的封闭性与社交属性、微信营销的核心优势与行业应用场景，以及微信平台营销规则与合规要求）、核心运营模块（含公众号内容策划与推送技巧、图文排版设计、粉丝增长与活跃度提升；视频号内容创作（短视频、直播）、流量获取（自然流量、付费推广）、直播带货流程与转化技巧；朋友圈广告投放（人群定向、素材设计、预算管控）与效果监测；私域社群搭建（用户分层、入群引流、群规制定）、社群活跃运营（话题策划、福利活动）与社群转化路径设计），以及微信营销数据分析（公众号阅读量、点赞率、转发率，视频号播放量、互动率，社群活跃度、转化率等指标解读）、不同行业（零售、服务、教育等）微信营销典型案例（如品牌私域社群裂变、视频号直播专场转化）拆解与实战模拟。

教学要求：教学过程中，要求学生扎实掌握微信营销的基本概念、微信各模块（公众号、视频号、朋友圈、社群）的营销逻辑与合规边界，能够准确判断不同企业在微信生态中的营销切入点；在能力层面，需具备独立完成公众号图文创作、视频号短视频剪辑与直播脚本设计、小型私域社群搭建与运营的能力，能够运用微信后台数据工具（公众号后台、视频号数据中心）分析营销效果，并针对数据反馈优化内容与策略，解决粉丝增长缓慢、社群活跃度低、转化效果差等常见问题；在素养层面，要求学生树立以用户体验为核心的微信营销理念，具备敏锐的微信生态功能更新洞察力（如微信新出营销工具、规则调整）与创新运营思维，严格遵守微信平台合规要求，避免违规营销行为，同时具备良好的沟通表达能力与用户服务意识，适应微信营销精细化、长期化的运营特性。

6. Python 数据分析与应用

教学目标：帮助学生系统掌握 Python 数据分析的核心理论、工具库与实战流程，具备运用 Python 处理结构化与非结构化数据的能力，能够熟练使用 NumPy、Pandas、Matplotlib、Seaborn 等工具完成数据清洗、探索性分析、可视化呈现与简单建模，同时培养学生的数据思维、问题拆解能力与结果解读素养，使其成为能适应企业数据分析需求、兼具技术实操与业务洞察的应用型数据人才。

主要内容：涵盖 Python 数据分析基础（包括 Python 核心语法与数据类型、Anaconda 与 Jupyter Notebook 开发环境搭建、数据分析的基本流程与思维框架）、核心工具库应用（含 NumPy 数组运算与数值计算、Pandas 数据结构（Series/DataFrame）操作、数据清洗（缺失值/异常值处理、重复值删除）与数据预处理（标准化/归一化、特征编码）；Matplotlib 与 Seaborn 数据可视化（折线图/柱状图/散点图/热力图绘制、图表美化与交互设计））、实战应用模块（如结构化数据（Excel/CSV）分析、简单业务场景分析（用户行为数据、销售数

据解读）、数据分析报告撰写），同时融入行业典型案例（电商用户消费特征分析、金融产品风险数据初探）进行实操演练。

教学要求：教学过程中，要求学生扎实掌握 Python 基础语法、核心数据分析库的功能与使用逻辑，能够理解数据分析各环节（清洗-分析-可视化）的内在关联与业务意义；在能力层面，需具备独立完成数据导入与清洗、运用 Pandas 进行多维度数据查询与统计分析、使用可视化工具呈现分析结论的能力，能够针对简单业务问题设计分析思路并输出有价值的分析结果，解决数据格式不统一、分析逻辑不清晰等常见问题；在素养层面，要求学生树立严谨的数据处理态度与客观的结果解读意识，具备数据质量把控能力与业务场景联想能力，关注数据分析工具的更新动态（如 Pandas 新版本功能、新兴可视化库应用），同时培养代码规范性与协作能力，适应数据分析工作中“技术+业务”的双重需求。

7. 供应链管理

教学目标：本课程旨在系统培养学生供应链管理的理论素养与实践能力，使学生掌握供应链战略规划、网络构建、协同运作等核心知识，具备采购管理、库存优化、物流协调等实务技能。通过案例分析与仿真实验，学生将能够运用数字化工具解决供应链问题，并具备跨企业协同思维，为从事物流管理或供应链优化工作奠定基础。

主要内容：课程涵盖供应链全流程管理，包括基础理论（概念、类型与战略）、运作模块（采购、库存、物流及生产计划）与前沿议题（风险管理、绩效评价）。重点解析全球供应链网络设计、供应商选择策略及 VMI 库存控制方法，结合企业案例与沙盘模拟强化实战能力，同步融入数字化协同与可持续发展等现代管理理念。

教学要求：学生需完成供应链仿真实验、企业案例分析及小组策划报告，考核采用“理论考试+实操评估”形式。要求熟练运用 SCOR 模型、契约优化等工具，达成 90% 以上的任务完成率，并具备团队协作与跨部门沟通能力。

8. 电子商务法律法规

教学目标：本课程旨在培养学生掌握电子商务法律法规的核心知识体系，重点理解电子合同、数据安全、消费者权益保护等领域的法律规范。通过案例分析与模拟训练，学生应能识别电商交易中的法律风险，运用《电子商务法》解决纠纷，并具备合规经营意识，为从事电商运营或法律实务奠定基础。

主要内容：课程涵盖电子商务法律框架（含《电子商务法》解读）、电子合同订立与效力、支付安全规范、知识产权保护及跨境法律冲突五大模块。结合刷单炒信、格式条款无效等典型案例，重点讲解经营者资质、用户隐私保护及平台责任，同步更新 2025 年最新执法动态与司法解释。

教学要求：学生需完成电子合同条款修订、侵权案例分析报告等实践任务，考核采用“笔试+实操答辩”形式。要求熟练运用电子签名认证、纠纷管辖判定等技能，80% 以上的案例分析需准确引用法条，并参与模拟法庭辩论。

9. 商品学

教学目标：本课程旨在培养学生掌握商品全生命周期管理的核心能力，包括质量特性分析、标准体系应用及流通环节管控。通过理论教学与实物实验，学生应能运用感官检验、成分检测等方法评估商品性能，并具备商品分类、包装设计及其养护方案制定的实务技能，为从事采购管理、品质控制或商品开发工作奠定基础。

主要内容：课程涵盖商品学基础理论（分类、标准与质量认证）、商品属性模块（物理/化学/生物特性）及实务应用（包装、储运与养护技术）。重点解析食品、纺织品等典型商品的品质指标，结合 GB/T 标准解读与实验室检测（如纤维燃烧实验、食品微生物检测），同步融入绿色包装、智能追溯等前沿技术案例。

教学要求：学生需完成商品检测报告、包装设计方案等实践任务，考核采用“理论考试+实操评估”形式。要求熟练运用感官鉴别法、货架期预测模型等工具，达成 85% 以上的实验数据准确率，并具备商品合规性审查能力。

10. 商务沟通与礼仪

教学目标：本课程旨在培养学生跨文化商务沟通的核心能力，重点掌握正式场合的礼仪规范（如会议主持、宴请安排）、非语言沟通技巧及冲突化解策略。通过角色扮演与情景模拟，学生应能运用结构化表达完成商务谈判、邮件撰写等任务，并具备适应不同文化场景的应变能力，为从事涉外商务或客户管理工作奠定基础。

主要内容：课程涵盖商务沟通理论（传播模型、文化差异分析）、实务模块（演讲技巧、会议组织、电话礼仪）及危机处理（投诉应对、跨文化冲突管理）。结合跨国企业案例，重点解析商务着装规范、礼物馈赠禁忌及数字化沟通（如 Zoom 会议礼仪），同步融入 ESG 理念下的可持续商务实践。

教学要求：学生需完成商务场景模拟（如新闻发布会主持）、礼仪实操报告等任务，考核采用“情景演练+案例分析”形式。要求 90% 以上的沟通任务需符合 3C 原则（Clear/Concise/Correct），并能在角色扮演中灵活运用文化适应策略。

11. Premiere 视频剪辑

教学目标：本课程旨在培养学生掌握 Premiere Pro 2025 的核心剪辑技能，重点掌握非线性编辑工作流程（素材管理、时间轴剪辑、多轨道合成）及 4K/8K 视频输出规范。通过案例实操与项目实训，学生应能独立完成短视频制作、动态字幕设计及基础调色任务，并具备适应新媒体平台（如抖音、TikTok）的竖版视频剪辑能力，为从事影视后期或内容创作奠定基础。

主要内容：课程涵盖 Premiere Pro 基础操作（界面认知、项目设置）、进阶模块（关键帧动画、Lumetri 调色、音频同步）及行业应用（宣传片剪辑、Vlog 节奏把控）。结合 2025 年新增的 AI 智能剪辑功能，重点解析多机位同步、动态图形模板（Mogrt）及 HDR 视频处理技术，同步融入 VR 全景视频剪辑案例。

教学要求：学生需完成 3 个实训项目（含 1 条商业级短视频），考核采用“软件操作+作品答辩”形式。要求 90%以上的剪辑任务需符合三剪原则（叙事连贯、节奏匹配、视觉平衡），并能在限时任务中高效运用代理剪辑 workflow。

12. 手机短视频拍摄与制作

教学目标：本课程旨在培养学生掌握手机短视频全流程制作能力，重点掌握竖屏构图（9:16 比例）、多平台适配（抖音/快手/TikTok）及 AI 辅助剪辑（如剪映智能抠像）等前沿技术。通过实拍+后期一体化训练，学生应能独立完成 Vlog、情景短剧等类型创作，并具备数据化运营思维（如完播率优化），为新媒体内容创业或品牌营销提供技能支撑。

主要内容：课程涵盖短视频策划（选题矩阵搭建）、拍摄（运镜技巧、光线控制）及后期（剪映/快影高阶应用）三大模块，重点解析美食类短视频的“黄金 3 秒法则”、知识类短视频的信息可视化设计，并融入 2025 年新兴的 AR 互动视频制作技术。结合实训案例，同步讲解平台算法逻辑与账号冷启动策略。

教学要求：学生需完成 4 个实战项目（含 1 条带货短视频），考核采用“过程性评价+作品流量数据”形式。要求 90%以上作品符合平台技术规范（如分辨率 1080P、码率 8Mbps），并能在小组协作中完成从脚本撰写到分发的全链路操作。

13. 微博营销

教学目标：本课程旨在培养学生掌握微博营销全链路运营能力，重点掌握热点追踪（如 2025 年 AI 生成内容趋势）、金句创作（对比法/排比法技巧）及数据化复盘（转发率/互动量分析）。通过真实账号运营实训，学生应能独立完成企业微博从冷启动到万粉增长的阶段性目标，并具备舆情危机应对能力，为新媒体营销岗位提供实战技能支撑。

主要内容：课程涵盖微博账号定位（垂直领域选择）、内容生产（九宫格图文设计）及增长策略（话题标签优化）三大模块，重点解析电商类微博的带货文案结构、知识类 IP 的悬念式创作技巧，并融入 2025 年新兴的 AIGC 辅助文案生成技术。结合杜蕾斯、RIO 等经典案例，同步讲解平台算法规则与粉丝分层运营方法。

教学要求：学生需完成 1 个企业微博的 30 天运营计划，考核采用“过程数据+结案报告”形式。要求 90%以上内容符合三有标准（有热点关联度、有情绪共鸣点、有行动引导性），并能在小组协作中完成从热点捕捉到效果监测的全流程操作。

（五）专业集中实践（技能）课程

表 4 专业集中实践（技能）课程设置表

序号	课程编码	课程名称	实践周数	学分	学时	开设学期	实施地点	对应课程
1	1523163014	电子商务沙盘实训 E-commerce sandbox training	1	1	30	2	电子商务综合实训室	对应电子商务概论课程
2	1524363025	Photoshop 图像处理实训 Photoshop image processing training	1	1	30	2	电子商务综合实训室	对应平面设计课程
3	1524363026	短视频拍摄实训 Short video shooting training	1	1	30	3	电子商务综合实训室	对应短视频运营课程

4	1524363027	直播电商实训 Live e-commerce training	2	2	60	3	电子商务综合实训室	对应直播电商课程
5	1524363029	电子商务网站建设实训 Practical Training on E-commerce Website Construction	2	2	60	4	电子商务综合实训室	对应电子商务概论课程
6	1524363028	网店运营实训 Online store operation training	2	2	60	5	电子商务综合实训室	对应网店运营课程
7	1524663003	顶岗实习及毕业实践 Job Internship and Graduation Practice	28	28	840	5-6	实习基地	
合计			37	37	1110			

（六）课证融通

本专业相关的通用及职业技能等级或职业资格证书如表 5 所示。

表 5 毕业生通用及职业技能等级或职业资格证书

证书名称	颁证单位	等级	融通课程
普通话水平测试等级证书	国家语委普通话与文字应用培训测试中心	二级乙等	诵读与写作 普通话语言艺术
全国计算机等级考试证书	教育部教育考试院	二级	信息技术
全国大学英语四六级考试等级证书	教育部教育考试院	425 分	大学英语
电子商务师职业技能等级证书	人力资源和社会保障部 技能鉴定指导中心	中级/高级 (可选)	电子商务概论 新媒体营销与运营
互联网营销师职业技能等级证书	人力资源和社会保障部 技能鉴定指导中心	中级/高级 (可选)	短视频运营 直播电商

（七）课赛融通

本专业相关的竞赛如表 6 所示。

表 6 课赛融通表

赛项名称	组织机构	主要内容	融通课程
全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛	教育部高校电子商务类专业教学指导委员会	1. 三农电子商务； 2. 工业电子商务； 3. 跨境电子商务； 4. 电子商务物流； 5. 互联网金融； 6. 移动电子商务。	电子商务概论、新媒体营销与运营、电子商务文案写作、平面设计、短视频运营、直播电商

七、教学进程总体安排

（一）课程平台及学时学分比例

表 7 课程平台及学时学分比例

课程平台	课程模块	课程性质	学时					学分		备注
			理论		实践		学时小计	学分数	占比	
			学时数	占比	学时数	占比				

课程平台	课程模块	课程性质	学时				学分		备注	
			理论		实践		学时小计	学分 数		占比
			学时数	占比	学时数	占比				
通识教育平台	通识必修课程模块	必修	552	19.81%	292	10.48%	844	41.5	32.05%	两个平台课程学分相加即为总学分。其中,专业拓展课程模块包含专业限选课和专业任选。
	公共选修课程模块	选修	48	1.72%	48	1.72%	96	3	2.32%	
	小计		600	21.54%	340	12.20%	940	44.5	34.36%	
专业教育平台	专业基础课程模块	必修	304	10.91%	46	1.65%	350	21	16.22%	
	专业核心课程模块	必修	256	9.19%	1080	38.77%	1336	52	40.15%	
	专业拓展课程模块	选修	144	5.17%	16	0.57%	160	12	9.27%	
	小计		704	25.27%	1142	40.99%	1846	85	65.64%	
合计			1304	46.81%	1482	53.19%	2786	129.5	100%	
集中实践教育平台	公共基础必修课程模块	必修	106	3.80%	8	0.29%	114	4	3.09%	
	专业必修课程模块	必修	8	0.29%	1208	43.36%	1216	37	28.57%	
	小计		114	4.09%	1216	43.65%	1330	41	31.66%	
素质拓展平台			8 学分							

注: 1. 实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式;

2. 素质拓展平台, 不列入教学进程计划表, 学生毕业前在总学分之外至少必修综合素质拓展教育 8 学分。

具体实施与认定按《黄河交通学院学生素质拓展学分认定及管理办法》。

(二) 课程设置表

表 8 电子商务专业课程设置表

平台模块	类别性质	课程代码	课程名称	学分	学时	其中		考核形式	开设学期	备注
						理论	实践			
通识教育平台	通识必修课程	3321271002	思想道德与法治 Ideology and Morality and Rule of Law	3	48	40	8	考试	1	
		3321271001	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 Introduction to Mao's Thoughts and Theoretical System of the Chinese Characteristics Socialism	2	48	40	8	考试	2	
		3321271003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论 Introduction of the Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristic for a New Era	3	48	40	8	考试	3	
		3321171001	形势与政策 Policy and Political Situation Analysis	1	48	48	0	考查	1-6	
		5321283001	军事技能 Military Training	3	90	0	90	考查	1	
		3221183001	军事理论 Military Course	2	36	36	0	考查	1	
		3221174001	大学英语(一) College English (I)	4	64	64	0	考试	1	
		3221174002	大学英语(二) College English (II)	4	64	64	0	考试	2	
		3221175001	大学语文 College Chinese	2	32	32	0	考查	1	
		3221111004	经济数学 B Economic Mathematics B	4	64	64	0	考试	1	
		3421289001	大学体育(一) University Sports (I)	1	36	4	32	考试	1	
		3421289002	大学体育(二) University Sports (II)	1	36	4	32	考试	2	

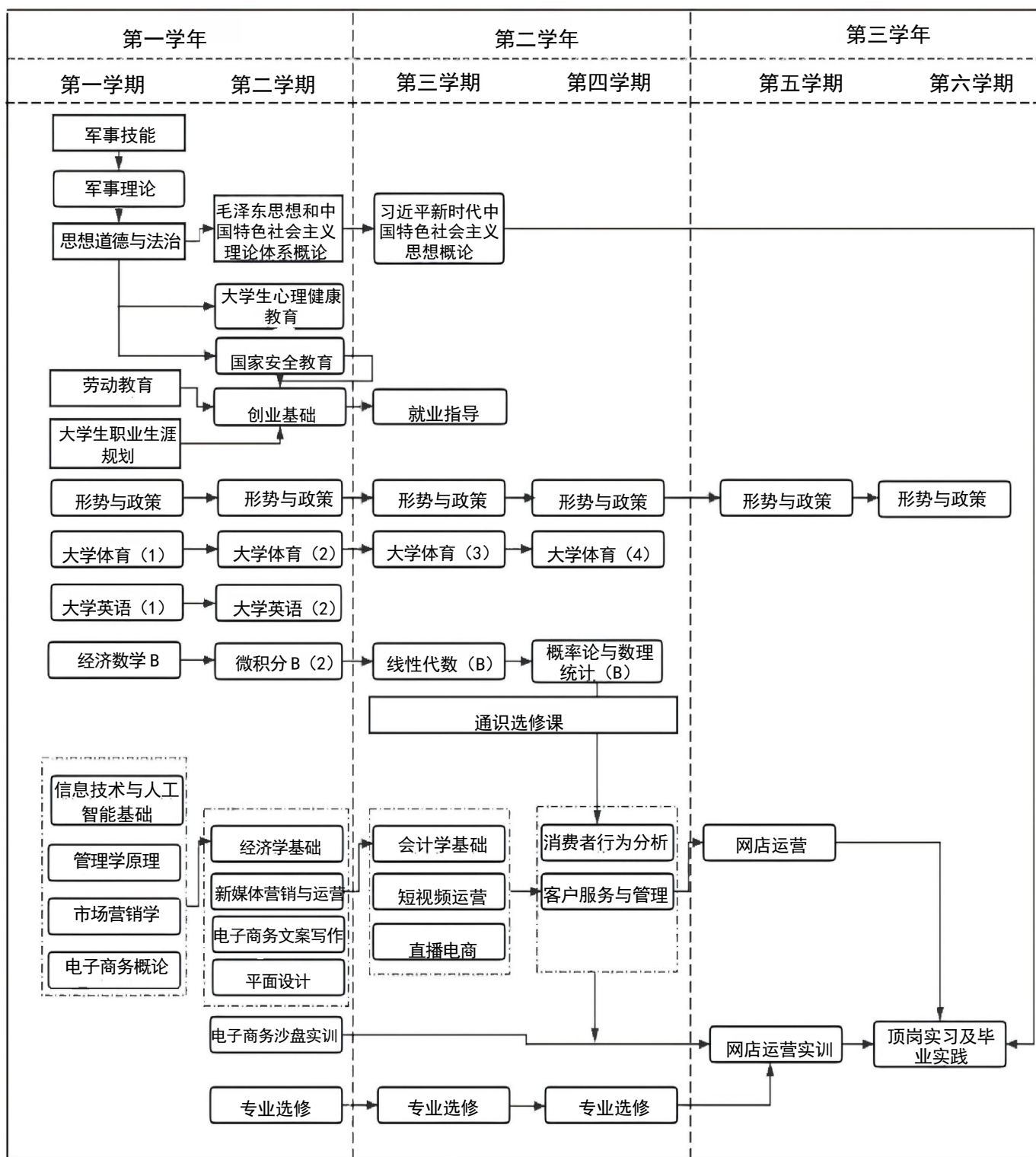
平台 模块	类别 性质	课程代码	课程名称	学分	学时	其中		考核 形式	开设 学期	备注
						理论	实践			
		3421289003	大学体育（三） University Sports（III）	1	36	4	32	考试	3	
		3421289004	大学体育（四） University Sports（IV）	1	36	4	32	考试	4	
		2021252002	信息技术与人工智能基础 Fundamentals of Information Technology and Artificial Intelligence	1.5	24	14	10	考查	1	
		5221288003	大学生职业生涯规划 Career Planning for College Students	1	18	10	8	考查	1	
		5221288002	创业基础 College Students' Entrepreneurial Foundation	2	32	16	16	考查	2	
		5221288004	就业指导 Employment Guidance	1	20	12	8	考查	3	
		3221162002	国家安全教育 National Security Education	1	16	16	0	考查	2	
		3221219001	大学生心理健康教育 Psychological Health Education of College Students	2	32	32	0	考查	2	
		3221484001	劳动教育 Labor Education	1	16	8	8	考查	1	
		合计		41.5	844	552	292			
	公共 选修 课程	要求学生至少 3 学分，课程详见附件 2		除了艺术类专业，其他专业必选公共艺术类课程 2 学分，其他类型 选修课选学 1 学分，一共选修 3 学分，列入最低毕业总学分；艺术 类专业选修其他类型选修课 3 学分。共 3 学分。						
		合计		3	48	48	0			
专业 教育 平台	专业 基础 课程	1523163001	管理学原理 Principles of Management	3	48	48	0	考试	1	
		1524163045	市场营销学 Marketing	3.5	56	56	0	考试	1	
		1524163094	电子商务概论 Introduction to E-commerce	3.5	56	56	0	考试	1	
		1524363049	经济学基础 Foundations of Economics	3	48	48	0	考试	2	
		1523163011	新媒体营销与运营 New media marketing and operation	2	32	32	0	考试	2	
		1523179012	会计学基础 Principles of Accounting	3	48	48	0	考试	3	
		1523163013	消费者行为分析 Consumer Behavior Analysis	2	32	16	16	考试	4	
		1523163014	电子商务沙盘实训 E-commerce sandbox training	1	30	0	30	考查	2	
		合计		21	350	304	46			
	专业 核心 课程	1524163019	电子商务文案写作 E-commerce copywriting	3.5	56	56	0	考试	2	
		1524163020	平面设计 Graphic Design	3	48	48	0	考试	2	
		1524163047	短视频运营 Short video operation	3.5	56	56	0	考试	3	
		1524163043	直播电商 Live streaming e-commerce	2	32	32	0	考试	3	
		1524163046	客户服务与管理 Customer service and management	2	32	32	0	考试	4	
		1524163044	网店运营 Online store operation	2	32	32	0	考试	5	

平台 模块	类别 性质	课程代码	课程名称	学分	学时	其中		考核 形式	开设 学期	备注
						理论	实践			
		1524363025	Photoshop 图像处理实训 Photoshop image processing training	1	30	0	30	考查	2	
		1524363026	短视频拍摄实训 Short video shooting training	1	30	0	30	考查	3	
		1524363027	直播电商实训 Live e-commerce training	2	60	0	60	考查	3	
		1524363028	网店运营实训 Online store operation training	2	60	0	60	考查	5	
		1524363029	电子商务网站建设实训 Practical Training on E-commerce Website Construction	2	60	0	60	考查	4	
		1524663003	顶岗实习及毕业实践 Job Internship and Graduation Practice	28	840	0	840	考查	5-6	
		合计			52	1336	256	1080		
	专业 拓展 课程	1525163030	电子商务物流管理 E-Commerce Logistic Management	2	32	32	0	考查	3	专业限选课程
		1525163031	网络营销学 Internet Marketing	2	32	32	0	考查	4	专业限选课程
		1525163032	网络银行与电子支付 Internet banking and electronic payment	2	32	32	0	考查	5	专业限选课程
		1525163033	跨境电商理论与实务 Theory and Practice of Cross-border E-commerce	2	32	32	0	考查	5	专业限选课程
		1525163034	微信营销 WeChat Marketing	2	32	32	0	考查	2	6 选 1
		1525163035	Python 数据分析与应用 Python Data Analysis and Application	2	32	32	0	考查	2	
		1525163036	供应链管理 Supply Chain Management	2	32	32	0	考查	3	
		1525163037	电子商务法律法规 E-commerce laws and regulations	2	32	32	0	考查	3	
		1525163038	商品学 Commodity Science	2	32	32	0	考查	3	
		1525163039	商务沟通与礼仪 Business communication and etiquette	2	32	32	0	考查	3	
		1525263040	Premiere 视频剪辑 Premiere video editing	2	32	16	16	考查	4	3 选 1
		1525263041	手机短视频拍摄与制作 Mobile short video shooting and production	2	32	16	16	考查	4	
		1525263042	微博营销 Microblog Marketing	2	32	16	16	考查	4	
		选修 12 学分								
实践 教育	公共 基础 必修	5321283001	军事技能 Military Training	3	90	0	90	考查	3	
		3221484001	劳动教育 Labor Education	1	16	8	8	考查	1/2	
	专业 必修	1523163014	电子商务沙盘实训 E-commerce sandbox training	1	30	0	30	考查	2	
		1524363025	Photoshop 图像处理实训 Photoshop image processing training	1	30	0	30	考查	2	
		1524363026	短视频拍摄实训 Short video shooting training	1	30	0	30	考查	3	

平台 模块	类别 性质	课程代码	课程名称	学分	学时	其中		考核 形式	开设 学期	备注
						理论	实践			
		1524363027	直播电商实训 Live e-commerce training	2	60	0	60	考查	3	
		1524363028	网店运营实训 Online store operation training	2	60	0	60	考查	5	
		1524363029	电子商务网站建设实训 Practical Training on E-commerce Website Construction	2	60	0	60	考查	4	
		1524663003	顶岗实习及毕业实践 Job Internship and Graduation Practice	28	840	0	840	考查	5-6	
		合计			41	1216	8	1208		
必修课总计				114.5	2530	1112	1418			
总学分/学时：129.5/2786 其中必修课学分/学时：114.5/2530 选修课学分/学时：15/256										

(三) 课程设置流程图

电子商务专业课程配置流程图



八、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

本专业自由专职教师 36 人，兼职教师 6 人。从数量上看，学生数与专任教师数比例不高于 15:1，以保障每位学生能得到充分指导。在结构方面，专任教师队伍涵盖教授、副教授、讲师、助教等不同职称层次，老中青教师搭配恰当。双师素质教师占专业教师为 60%，以强化实践教学能力。

（二）教学设施

电子商务专科专业的教学设施构建“教室+校内实训基地+校外实习基地”三位一体的支撑体系，以满足理论教学与实践能力培养的协同需求。教室方面，除配备常规多媒体教学设备外，应设置一定比例的智慧教室，支持线上线下混合式教学、小组研讨及虚拟仿真教学，座位布局可灵活调整以适应案例分析、项目推演等互动教学场景，确保教学活动的有序开展。校外实习实训基地与电子商务企业、跨境电商平台、物流企业等建立稳定合作关系，合作企业数量不少于 5 家，且具备承接批量学生实习的能力，单次可接纳实习学生不少于 20 人。同时，校企双方需共同制定实习计划和评价标准，确保实习时长不少于 3 个月，且实习内容与专业培养目标高度契合，有效提升学生的职业素养和实践能力。

（三）教学资源

电子商务专科专业的教学资源建设形成“教材+图书文献+数字资源”的立体化体系，为专业教学和学生自主学习提供全面支撑。教材选用应坚持“适用、先进、优质”原则，核心课程优先选用国家规划教材、省级优秀教材或行业公认的精品教材，其中近 3 年出版的新版教材占比不低于 60%，以反映电子商务领域的最新技术、模式和法规。

（四）教学方法

电子商务专科专业的教学方法需紧扣行业实践性强、知识更新快的特点，构建“理论与实践融合、线上与线下协同”的教学模式，以提升学生的专业技能和职业素养。在教学实施中，应突出项目式教学的核心地位，将课程内容拆解为若干真实电商项目，如“跨境电商店铺运营”“社交媒体营销推广”“电商直播带货策划”等，引导学生以小组为单位完成从需求分析、方案设计到执行落地的全流程操作，教师则以“导师”身份提供过程指导与问题点拨，培养学生的团队协作能力和解决实际问题的能力。

（五）学习评价

电子商务专科专业的学习评价需突破传统单一的成绩考核模式，构建“过程与结果并重、理论与实践结合、多元主体参与”的综合评价体系，全面反映学生的专业能力和职业素养。在评价内容上，应涵盖知识掌握、技能运用、职业素养三大维度：知识维度侧重考核电商基础理论、法律法规、行业规范等内容；技能维度重点评价店铺运营、营销推广、数据分析、客户服务等实操能力，可通过项目成果、实训报告、技能竞赛等方式衡量；职业素养维

度则关注团队协作、沟通表达、创新思维、责任意识等，结合小组互评、企业导师反馈等进行综合评定。

（六）质量管理

电子商务专科专业人才培养的质量管理建立了全流程、多维度的保障体系，以确保人才培养目标与行业需求的精准对接。为更好地进行人才培养，专业构建了系统化的质量标准体系，围绕专业定位、课程设置、教学实施、实训实习、毕业要求等关键环节制定明确标准，例如课程内容需每两年至少更新一次以适配电商行业技术迭代，实训实习岗位与专业的匹配度不低于 90%，毕业生就业率及专业对口率需分别达到 85%和 70%以上。同时，参照国家及行业相关标准，结合区域电商产业特色，细化各教学环节的质量指标，形成可量化、可追溯的质量规范。

九、毕业要求

1. 德育审核合格；
2. 《国家学生体质健康标准》达标；
3. 本专业必须修满规定的 129.5 学分；
4. 完成素质拓展最低学分要求（8 学分）。

十、附录

黄河交通学院人才培养方案调整申请表

学院：_____ 学年学期：_____ 编号：_____

课程名称：		课程编号：	
授课对象：		所在院部：	
课程性质： <input type="checkbox"/> 通识必修课程 <input type="checkbox"/> 专业基础课程 <input type="checkbox"/> 专业核心课程 <input type="checkbox"/> 专业拓展课程			
原计划	学分：	总学时：	理论学时：
	开课学期：	开课单位：	课程性质：必修/选修
调整后	学分：	总学时：	理论学时：
	开课学期：	开课单位：	课程性质：必修/选修
调整原因： <div style="text-align: right;">专业负责人签字：_____ 年 月 日</div>			
院领导意见： <div style="text-align: right;">主管院长签字（单位盖章）：_____ 年 月 日</div> <div style="text-align: right;">授课学院主管院长签字（单位盖章）：_____ 年 月 日</div>			
教务处审核意见： <div style="text-align: right;">签字（教务处盖章）：_____ 年 月 日</div>			
学校审批意见： <div style="text-align: right;">教学指导委员会主任签字：_____ 年 月 日</div>			

填表须知：

- 每学期期中，核对下学期应开课程时如需变更培养方案，应填写本表一式二份报教务审批；教学任务一旦下达，则不允许变更；
- 新开课程须附课程教学大纲；
- 编号规则：学年学期+学院序号+顺序号(001-999)，例如：（2018-2019-1）-01-001；
- 此表适用于学生所在单位和开课单位，涉及到跨学院开课的情况请部门之间商定，经学校认定后执行。