長沙商貿旅游職業技術學院
CHANG SHA COMMERCE & TOURISM COLLEGE

湘菜学院 2025 级

电子商务专业人才培养方案

长沙商贸旅游职业技术学院

二〇二五年六月

目　录

一、专业名称及代码 1

二、入学要求 1

三、修业年限 1

四、职业面向 1

五、培养目标与培养规格 1

六、课程设置及要求 1

七、教学进程总体安排 28

八、实施保障 37

九、毕业要求 47

十、附录 47

长沙商贸旅游职业技术学院
湘菜学院2025级电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务 / 530701 / 烹饪工艺与营养专业群

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

基本修业年限为三年。可以根据学生灵活学习需求，合理、弹性安排学习时间，原则上为2—6年。

四、职业面向

（一）职业面向

电子商务专业毕业生主要是面向现代商贸流通业中的智能客服、网店运营、数据运营、视觉营销设计师、社群运营、全渠道营销、互联网及电商产品开发等岗位（群），具体内容（见表1）。

表1 职业面向一览表

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举例	主要职业技能等级证书、职业资格证书或社会认可度高的行业企业标准举例
财经商贸大类（53）	电子商务类（5307）	**（1）互联网和相关服务**（64）；**(2)批发业**（51）；**(3)零售业**（52）。	**(1)电子商务师**（4-01-02-02）；**（2）互联网营销师**（4-01-02-07）；**（3）客户服务管理员**（4-07-02-03）；**（4）市场营销专业人员**（2-06-07-02）；**（5）营销员**（4-01-02-01）。	**（1）就业岗位：**客户服务专员、网店运营专员、社群运营专员、网络营销推广员； **（2）发展岗位：**智能客服主管、互联网产品开发主管、网店运营主管、数据运营主管、全渠道营销主管、社群运营主管； **（3）迁移岗位：**视觉营销设计师、跨境电商运营专员。	（1）电子商务师； （2）互联网营销师。

（二）职业岗位及职业能力分析

电子商务专业毕业生从事的岗位群有智能客服主管、网店运营主管、数据运营主管、视觉营销设计师、社群运营主管、全渠道营销主管、互联网及电商产品开发主管等，具体岗位对应的职业能力分析，见表2所示。

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	数据化运营 主管	数据运营	1.确定运营目标； 2.搭建指标体系； 3.数据采集； 4.数据分析； 5.运营优化； 6.持续跟踪； 7.赋能评估； 8.用户运营。	1.1.能根据运营方案，与市场、客服、物流等部门进行沟通，明确各部门的数字化运营诉求； 1.2.能根据各部门需求，结合数据运营场景，通过数据思维、结构思维，明确数字化运营的目标； 2.1.能根据数字化运营目标，确定数据指标维度、指标影响因素、关键数据指标，搭建数据分析指标体系； 2.2.能通过模型测试，验证数据指标体系的完整性、准确性和合理性； 3.1 能根据数据分析目标及数据分析指标体系，确定数据采集渠道、采集工具、采集方法等，制定数据采集方案； 3.2 能运用数据采集工具以及数据分析辅助工具，运用数据采集的方法与技巧，采集市场、运营、产品等数据； 3.3 能运用表处理工具对市场、运营、产品等数据进行清洗、转换、排序、分类汇总等数据处理； 4.1 能对市场容量、目标客户群、行业发展走势、竞争对手和竞品市场和竞争相关数据进行分析，对企业市场定位及运营策略进行优化； 4.2 能对浏览量、收藏量等客户行为数据，性别、年龄等客户画像数据以及其他相关客户数据进行分析，发现客户运营存在的问题并提出解决办法； 4.3 能对各推广渠道的展现、点击、转化以及其他相关推广数据进行分析，评估营销推广效果，发现营销推广方案存在的问题，提出改进建议； 4.4 能对响应时长、询单转化率等服务数据进行分析，发现客户服务过程中存在的问题，提出改进建议； 4.5 能从产品、渠道、时间等不同维度对销售额、订单量等销售数据进行分析，并与同期数据进行对比分析，发现电子商务销售存在的问题并提出合理的改进建议； 4.6 能对采购数量、采购单价等采购数据，物流时效、物流用量等物流数据，库存周转率、残次库存比等仓储数据以及其他相关供应链数据进行分析，发现异常数据存在的问题，并提出解决办法； 4.7 能对产品销售指数、产品交易指数等相关产品行业数据进行分析，新客点击量、重复购买率等产品获客能力数据，客单件、毛利率等产品盈利能力数据以及其他相关产品能力数据进行分析，并提出产品优化改进建议； 5.1 能熟悉电子商务运营常见问题，依据电子商务数据分析结果，从数据角度及时发现电子商务各阶段运营中存在的问题； 5.2 能熟悉电子商务运营常见问题解决办法，依据运营阶段发现问题，初步形成运营优化思路，提出电子商务运营中客户、推广、销售、供应链等方面的运营优化办法； 5.3 能结合企业电子商务运营现状，依据提出的电子商务运营优化办法，合理配置企业资源，完成电子商务运营中客户、推广、销售、供应链等方面的运营优化； 5.4 能依据数据分析部门分析结论，结合企业当前电子商务运营战略，发现电子商务运营过程中存在的战略性问题，并针对电子商务运营战略性问题提出建议思路； 6.1 能依据电子商务运营常用数据指标及其含义，运用电子商务数据监控方法，依据数据化运营数据监控的要求，监控电子商务运营过程中的客户、推广、销售、供应链等数据； 6.2 能依据数据分析部门工作要求，结合跨部门建议情况，持续追踪电子商务相关部门对优化建议的采纳及执行情况，并进行跨部门工作沟通；	1.商务数据分析； 2.数据化运营； 3.网店运营。

				6.3 能按照电子商务数字化运营数据监控的要求，运用数据报表制作技巧，熟练使用表格处理工具，制作数据监控报表，及时发现异常数据，并定期上报。	
2	网店运营主管	网店运营	1.运营规划； 2.商品选品与定价； 3.供应链管理； 4.流量获取与转化； 5.数据分析与决策； 6.用户运营 ； 7.运营效果评估。	1.1 能够使用自我竞争力分析方法和市场定位方法，对企业自身、细分市场、目标人群、消费诉求、行业竞争等信息进行分析，确定企业网店的市场定位； 1.2 能够根据网店市场定位，结合传统电商、社交电商、内容电商、短视频、直播等不同渠道的特点，确定网店入驻的平台； 1.3 能够根据企业战略发展与目标，制定网店在各个平台的店铺策略、视觉策略、产品策略、促销策略、价格策略、推广策略和客服策略等运营计划和目标； 1.4 能够根据运营目标，结合网店所在平台的特点，制定网店运营的人员力量、广告投放和对外合作等内容的预算； 1.5 能针对不同电子商务平台的不同网店，制定适宜不同网店的运营策略，实现不同网店的经营目标； 2.1 能根据商品的需求程度、毛利额、淡旺季、生命周期和竞争等因素，对市场、目标商品和竞品数据分析； 2.2 能根据商品市场分析结果，结合企业已有的产品销售策略，确定商品商品清单； 2.3 能根据商品的品牌、动销率和利润等因素，制定单品商品定价策略，对店铺商品进行上新或调减； 2.4 能根据网店定位、企业品牌、市场价格动态和企业财务目标等信息，综合分析并对单品或组合商品进行定价； 2.5 能根据运营计划，结合销售目标和用户反馈，在商品生命周期的不同阶段对商品的价格进行调整和优化； 3.1 能根据运营需求，结合企业视觉风格，寻找开发合格商品供应商、物流供应商或其他供应商，并与其建立合作关系； 3.2 能根据采购、商品质量、物流配送、沟通谈判、售后服务等多指标，建立供应商管理方法和体系，定期对供应商进行评估考核，维护和更新供应商信息； 3.3 能根据供应商管理方法，与供应商进行询价、议价、采购和跟进订单等； 3.4 能根据企业采购制度，定期实施库存计划、库存盘点和动态库存管理； 3.5 能根据 ERP 或其他信息化工具，对采购计划、数量和报销等数据进行分析，优化采购过程； 3.6 能根据用户需求、购买历史和反馈等维度，不断探索适合的采购策略进行优化，以此提出合理的采购建议； 3.7 能根据物流模式、运输成本、物流时效等信息，提出优化的物流仓库地址、物流方式选择方案； 4.1 能根据运营计划和目标，制定网店在各渠道的流量和推广策略、实施方案； 4.2 能根据推广计划，通过网店平台内部关键词优化、平台活动提报和付费广告等方式获得站内流量； 4.3 能根据推广计划，通过网店平台外部社交媒体、视频直播和其他竞赛广告等方式获得站外流量； 4.4 能根据转化率模型，对访客量、点击率、咨询和订单等维度进行优化调整，提高销售转化率； 5.1 能使用搜索工具、生意参谋、魔镜等平台和第三方工具收集和整理行业、竞争对手、店铺流量、交易、访客和推广等数据； 5.2 能够使用用户模型，漏斗模型等数据看板模型进行数据分析； 5.3 能够使用图表、PPT 等工具将分析结果可视化呈现，制作运营数据分析报告； 5.4 能根据分析报告，为下一周的运营策略提供决策依据，并为相关部门/领导提供参考建议； 6.1 能根据网店定位、产品特点和平台属性，完成各渠道会员拉新； 6.2 能根据运营数据分析，对店铺访问、交易、消费人群等信息进行人群画像分析，提出运营优化和改进建议； 6.3 能根据商品策略、促销策略和会员策略，对用户进行激励、关怀和维护，提高用户活跃度和留存率； 6.4 能根据用户画像，优化用户体验和策略，提高用户满意度和转化效果； 7.1 能根据网店运营目标，确定销售数据分析、关键数据指标、指标的驱动因素，搭建销售数据分析指标体系；	1.网店运营； 2.商务数据分析。

				7.2 能够根据分析指标体系，对交易额、商品动销、销售占比，各渠道销售占比等数据进行分析； 7.3 能够用分析工具对网店的运营状况，对网店的商品成本、人员薪资、销售费用等进行分析，提出优化网店运营成本建议； 7.4 能够根据运营目标，对资产负债表、利润表等财务报表进行分析，评价网店的经营成果，据此对网店运营策略提出优化建议。	
3	社群运营主管	社群运营	1.社群定位及建群； 2.社群引流； 3.社群持续性打造； 4.社群活动策划与执行； 5.社群管理工具使用； 6.社群活跃； 7.社群粉丝管理； 8.社群数据分析。	1.1 能根据企业画像、用户需求、产品与服务和自身优势，确定社群定位； 1.2 能根据社群定位，结合企业运营规划，制定社群建群方案； 1.3 能根据目标人群、运营目标，制定社群规模目标； 2.1 能根据各软件特点（如微信、企业微信、QQ、钉钉等），按照其使用规则，创建社群； 2.2 能使用社交媒体工具（如抖音、微信朋友圈、微博、头条号、知乎等），编写并发布营销内容，对社群进行宣传与推广； 2.3 能使用搜索引擎平台（如百度、360 等）、短视频平台（如抖音、快手等）的付费广告渠道，对目标用户进行投放与引流； 2.4 能使用社群裂变工具，创作并发布短视频内容，对社群进行宣传、吸粉； 3.1 能根据用户消费行为，结合运营数据，挖掘用户需求； 3.2 能根据社群用户需求、提炼产品卖点、竞争优势和价格等信息，制定营销体系； 3.3 能根据营销体系，优化社群产品标题、价格、详细介绍和卖点，提高社群产品销售转化； 4.1 能根据社群运营方案，策划社群产品促销活动、品牌宣传活动和其他相关活动； 4.2 能使用社群分组、游戏、奖励、打卡和分享等方式，引导用户互动实现提高用户粘性的目的； 4.3 能根据社群活动方案，制作活动海报、活动文案，推动跟踪社群活动执行； 5.1 能使用社群裂变、自动回复和聊天机器人管理等方式，对社群用户进行分层管理和识别； 5.2 能使用社群识别和标签等功能，对社群用户进行分层管理和识别； 5.3 能使用关键词骚扰、群成员点名和群敏感词拦截等功能，对社群用户进行安全管理； 6.1 能根据当下社会热点话题或制定互动话题，引导用户参与交流，促进社群气氛活跃； 6.2 能根据自身优势和产品特点，提升社群核心价值，为用户提供更加有价值的资讯和资源； 6.3 能根据社群运营方案，制定社群激励机制、社群游戏规则、社群反馈机制和社群活跃机制，促进社群活跃； 7.1 能根据社群运营方案，制定社群加入门槛和退出规则，对社群粉丝进行管理； 7.2 能根据社交平台（如企业微信、微信群和 QQ 群等）的管理功能，对社群粉丝进行管理； 7.3 能通过社群客服，使用在线状态提醒、活动通知和问题解答等方式，对社群粉丝进行管理； 8.1 能根据社群运营方案，制定社群基础指标（如新增人数、退群人数和社群总人数等）、内容指标（如消息总量、人均消息量、话题频次和观点倾向分布等）、业务指标（如转化率、留存率、客单价和销售额等）等指标分析体系； 8.2 能根据指标分析体系，对社群数据进行收集、整理和分析； 8.3 能使用图表、办公软件等工具对数据进行分析并可视化呈现，制作分析报告； 8.4 能根据分析结果，撰写社群运营报告，为其他部门提供运营和决策支持。	1.社群运营； 2.商务数据分析； 3.网络营销； 4.电商视觉营销设计； 5.人工智能 AI 技术与应用。
4	智能客服主管	客户服务管理	1.客服方案制定和优化； 2.客户纠纷处理； 3.客服培训；	1.1 能够根据项目商品品类、平台规则、客户需求分析制定标准化的客户服务方案（包括客户服务内容、服务执行标准、服务流程以及绩效考核目标）； 1.2 能够售前、售中、售后不同服务阶段的多个场景分析客户需求，并根据客户反馈，从客户满意度、客户服务成本、企业发展战略契合度等多个维度优化客户服务方案，提高客户满意度；	1.企业实训； 2.人工智能 AI 技术与应用。

			4.客户风控管理； 5.客户服务质量监控。	1.3 能够制定部门日常工作计划、周计划，分析客服每日数据（如回复率、首次响应时间、平均响应时长、销售额等），并通过通过 KPI 关联性分析对小组工作效率和效能实施监控和管理； 1.4 能够与运营部门充分沟通，根据促销活动的时间和内容，制定本部门的工作计划和相应物料的准备； 1.5 能够完成客户服务中心运营报表的制作及数据分析报告； 2.1 能够带领团队按标准工作流程受理客户投诉，并能够结合法律知识、产品知识、业务权限及时妥善的处理客户提出的有关商品、物流或其他企业服务相关的问题，形成处理文案； 2.2 能够有效识别客户投诉等级，定时查看各个平台客户评价并进行回复，重视对中差评的处理，能通过安抚客户情绪、调整业务绩效等方法降低不良影响； 2.3 能够建立科学的客户投诉管理体系，包含建立投诉处理组织体系、投诉处理流程的管理，做好投诉处理专家团队建设； 3.1 能根据项目、平台规则、客户需求制定完整智能客服知识库，对话术的设计与优化； 3.2 能够完成智能客服 GA 设计，并通过对数据分析对智能客服生产资料进行完善和优化； 3.3 能够跟踪和反馈机器人对的使用情况，并输出相关数据分析报告，提出机器人功能改进需求，协助厂商和相关人员进行产品迭代和优化； 4.1 能够对各项风险进行精准预判，并协同运营部、公关部、商务部等对风险突发事件及时作出响应； 4.2 能够对影响人员工作上的客户动态状况和潜在风险，及时疏导客服人员进行纠错处理； 4.3 能够针对已经发生的客户风险，预判定损、止损，制定损失和影响最小化的处置方案； 5.1 能够建立客户服务质检监控的制度、流程、标准和操作方法； 5.2 能够结合产品品类、行业法规、顾客定位制定客服质检流程和标准，并完成录音质检、录音校准工作； 5.3 能够组织质检案例分析会，通过案例分析和数据梳理开展对客服人员的专业培训和经验交流活动，提升服务质量。	
5	视觉营销设计主管	视觉设计	1.店铺页面设计； 2.品牌视觉设计； 3.产品包装设计； 4.短视频剪辑与包装； 5.新媒体视觉设计。	1.1 能熟练运用平面设计软件（如 PS、AI 等），进行图像的绘制、修复、合成及产品精修； 1.2 能够对品类目标商品的卖点、产品、价格等进行调研和归纳，明确设计思路； 1.3 能够从消费者的角度对 PC 端、移动端店铺页面进行结构布局； 1.4 能够根据店铺定位收集素材，确定配色方案，撰写文案； 1.5 能够基于视觉营销思维制作出页面并完成 PC 端、移动端店铺页面，激发顾客购买欲提高转化； 1.6 能够根据不同平台要求进行安装及发布 PC 端、移动端店铺页面； 2.1 能够结合品牌定位、统一企业图形元素、标志等对外形象设计； 2.2 能够对企业的所有品牌素材、产品素材收集进行分类整理，建立素材库并管理； 2.3 能够根据制定的 VI 规范，进行封面画册、内刊、名片、招商手册等各种企业资料的设计和制作； 2.4 能够根据需求进行线下活动的主 KV、海报、易拉宝、DM 宣传单等配套物料的设计和制作； 3.1 能够了解国内外、外产品包装设计的发展趋势，形成创意提案； 3.2 能结合企业定位、产品品类、包装材质，使用设计类软件（如 PS、C4D 等）进行产品内外包装设计； 3.3 能够根据客户需求，进行定制化产品包装的加工工作； 4.1 能根据目标受众、产品特性和传播主要求撰写具有可行性的视频脚本； 4.2 能根据脚本要求收集和分析所需要的视频素材，并对素材进行导出、格式转换； 4.3 能熟练使用视频软件（如 Audition、剪映等），完成成视频剪辑制作； 5.1 能及时分析新媒体发展及趋势，出具可行的视觉提升方案；	1.商品拍摄； 2.短视频制作 3.图形图形处理； 4.电商视觉营销设计； 5.市场营销； 6.网络营销； 7.人工智能 AI 技术与应用。

				5.2 能结合企业文化推广主题，完成企业官方及新媒体平台的宣传素材制作； 5.3 能根据新媒体平台的内容的需求及文案风格，完成配图制作、主题设计。	
6	全渠道营销主管	全渠道营销活动策划与执行	1.市场分析； 2.活动主题与目标确定； 3.活动方案设计与任务分解； 4.活动执行； 5.活动过程跟踪与数据分析； 6.活动复盘与总结。	1.1 能合理利用网络工具及平台搜集、过滤、整理、分析市场信息； 1.2 能运用MA等自动筛选工具，搭建客户标签体系，建立客户标签； 1.3 能掌握市场调研方法并完成市场调研方案的编写； 1.4 能使用EXCEL、SPSS等统计分析工具建立分析模型并完成市场数据分析，并使用PPT等工具制作数据分析报告； 2.1 能根据市场分析结果评估和确定活动主题； 2.2 能应用市场营销理论和相关知识确定营销活动目标； 2.3 能获取与外部活动的资源，完成资源的整合； 2.4 具备方案可行性的自我评估能力，完成市场评估与目标确认； 3.1 能掌握各类平台、媒体、社群的营销推广方法与营销工具，用营销策划相关知识完成涉及产品、内容、渠道等的活动方案设计； 3.2 能使用XMind思维导图对活动方案进行梳理及规划； 3.3 了解各部门及岗位职能，能运用甘特图等计划工具对活动任务进行合理拆解、分配； 3.4 能分析不同类型的电商模式及典型行业应用实例，结合不同商品的突出属性选择适合的营销手段； 3.5 能熟知各平台的营销特点，制定合适的整合营销方案及手段； 4.1 能进行不同新媒体特点进行文案撰写及设计完成文案撰写； 4.2 能协调各岗位或部门之间的执行问题，实现资源的有效整合； 4.3 能合理运用各类平台规则，选择不同的媒体、渠道与平台，根据分解任务正确实施营销活动； 4.4 熟悉主流平台，如抖音、小红书、哔哩哔哩等，掌握平台自媒体内容运营基础知识，能完成企业自媒体账号运营及平台合作； 4.5 了解主流网络营销广告媒体平台的技术发展，掌握各平台投放工具，完成广告投放素材制作、投放及后续监测跟踪分析，达到设定的广告投放目标（曝光、引流、获客、下载等目的）； 4.6 能持续开展搜索引警优化； 4.7 能根据营销活动的不同时间阶段开展媒体公关； 5.1 能实时收集和反馈活动数据，掌控活动进程； 5.2 能掌握数据分析方法，对活动数据进行剖析以取得营销活动效果评估与检测，并对活动计划进行优化； 5.3 能够利用各类数据分析工具监控线下活动状态，协调岗位或各部门工作过程； 6.1 能综合运用策划相关知识、对活动进行复盘，提出有效的改进方案； 6.2 能利用文案写作和相关技能对活动全过程进行书面分析和总结。	1.市场营销； 2.网络营销； 3.社群运营； 4.人工智能AI技术与应用。
7	互联网及电商产品开发主管	互联网及电商产品开发	1.产品机会判断； 2.产品需求挖掘与数据分析； 3.聚焦体验进行原型设计； 4.产品测试； 5.商业化路径； 6.寻求产品用户从	1.1 能运用PEST及SWOT分析方法对产品机会进行判断； 1.2 能运用常用办公软件编写产品方案； 2.1 能运用大数据工具进行消费者人群的需求挖掘，建立产品需求模型及用户产品应用场景； 2.2 能运用数据分析软件对竞品和行业进行分析，完成产品市场差异化竞争定位； 3.1 熟练掌握多种设计软件，如Sketch、Adobe XD、Figma等，能够高效地完成界面设计和原型制作任务； 3.2 具备强烈的用户体验意识，能够从用户的角度出发进行设计，确保产品易用性和用户满意度； 3.3 能够设计产品信息架构图、交互逻辑流程图等； 4.1 能够使用常见的原型测试软件 POP、 Mockup等对原型进行测试；	1.市场营销； 2.商务数据分析； 3.数据化运营； 4.电商视觉营销设计； 5.互联网产品开发；

			1 到 100 的增长； 7.评估数据与延续周期。	4.2 能掌握常见的低成本验证假设的常用方法，理解 MVP 思维模式； 5.1 能根据自身 APP 特点选择可行的商业化路径； 6.1 能够使用用户增长 AARRR 模型，实现产品用户从 1 到 100 的增长； 7.1 能够确定产品的核心指标，能够根据产品上线后的数据，判断产品选择坚持、转型或下线。	6.人工智能 AI 技术与应用。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业围绕电子商务产业发展的重大需求，培养理想信念坚定、德智体美劳全面发展的社会主义现代化事业的建设者和接班人。面向现代服务业、商贸流通业相关企业的**运营类（网店运营、数据运营、社群运营）、营销类（全渠道营销）、客服类（智能客服）、设计类（视觉营销设计师）、产品类（互联网产品开发）**等中高端技术技能岗位，培养掌握扎实的**电子商务理论知识**；能运用**电子商务平台进行餐饮类产品上架及运营管理；能利用互联网推广餐饮类企业的产品或服务；能应对网络客户咨询与异议，为客户提供个性化服务；能根据餐饮类产品调性和营销目的设计图文、短视频等营销内容；能把握市场机会和用户需求，对互联网产品进行创新等**；能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、营销活动策划与执行、客户服务管理、视觉设计、互联网产品开发等管理工作，具有科学素养、数智素养、卓越技能、创新创业能力、工匠精神和国际视野的高技能人才，服务“三高四新”美好蓝图。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1.素质

（1）思想政治素质：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）职业素养：崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信；客户至上，强化服务意识；团队协作，沟通协调顺畅；精益求精，注重质量效率；学习创新，拥抱行业和技术变化；数据敏感，具备分析思维；成本意识与效益观念；数智素养与人工智能技术应用能力；具有质量意识、绿色环保意识、绿色低碳烹饪意识、食品安全意识、安全意识、信息素养、工匠精神和创新思维；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；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）身心素质：具有健康的体魄、心理和健全的人格；精力充沛、专注力强；抗压耐挫，情绪稳定；意志坚韧，积极主动；适应性强，灵活应变；养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯；掌握基本运动知识和一两项运动技能。

（4）人文素质：文化底蕴与审美情趣、语言表达与沟通艺术、社会责任与公民意识、信息素养与媒介素养、跨文化理解、人文关怀与同理心；能够形成一两项艺术特长或爱好。

2.知识

（1）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。

（2）理解与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等相关知识。

（3）掌握饮食文化、餐饮美学、绿色餐饮、餐饮安全等方面的专业基础理论知识。

（4）掌握计算机应用、网络技术的基本理论，AI 对话基本技巧、检索基本技巧，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。

（5）掌握利用 AI 技术在提升电商各环节效率中的技术原理和方法。

（6）掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法。

（7）掌握餐饮类商品、短视频拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法。

（8）掌握基于运营目标，搭建数据指标体系，对数据进行采集、分析和评估的方法，掌握数据分析报告撰写的方法。

（9）掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，掌握运营规划、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、运营效果评估的方法。

（10）掌握社群建群、引流、活动策划与执行、活跃、粉丝管理、数据分析的方法，掌握社群管理工具使用方法。

（11）掌握店铺页面设计、品牌视觉设计、短视频包装、新媒体视觉设计的方法。

（12）掌握市场分析、活动主题与目标确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、活动过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结的方法。

（13）掌握客服方案制定和优化、客户纠纷处理、客服培训、客户风控管理、客户服务质量监控的方法。

（14）掌握互联网产品机会判断、产品需求挖掘与数据分析、聚焦体验进行原型设计、产品测试、商业化路径、寻求产品用户从 1 到 100 的增长、评估数据与延续周期的方法

（15）掌握餐饮行业全渠道营销和跨境电商平台运营的方法。

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）具备一定的哲学思维、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）具备独立思考、团队合作、逻辑推理、信息加工的能力，具备对新知识、新技能的学习能力和创新创业能力。

（5）能够熟练应用办公软件进行文档排版、方案演示、数据分析等，能熟练使用一系列常用的工具软件、多媒体软件等。

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

（7）能根据具体的电子商务运营目标，搭建清晰、可衡量的数据指标体系；能运用合适的工具和方法，采集与运营目标相关的核心数据；能分析采集的数据，识别关键趋势、异常点和潜在问题，评估运营策略的实际效果；

能撰写结构清晰、数据支撑充分、结论明确、建议可行的数据分析报告，用于指导运营决策。

（8）能理解并遵循主流电商平台的运营规则与推广政策；能策划并执行符合平台特性的推广活动；能制定店铺/产品的整体运营规划；能进行有效的商品选品与市场竞争力分析，并制定合理的定价策略；能理解供应链管理的基本流程，并在运营中考虑供应链因素；能运用多种策略获取目标流量，并优化页面/流程提升流量转化率；能结合数据分析结果，做出运营优化决策；能设计并执行用户运营策略，提升用户忠诚度和复购率；能建立运营效果评估标准，监控关键指标，评估运营活动的整体成效。

（9）能策划社群定位与价值主张，并成功搭建目标用户社群；能运用多种渠道和方法吸引目标用户加入社群；能策划契合社群定位和目标的活动方案，并有效组织执行；能运用互动策略、内容输出、激励机制等手段，提升社群的活跃度和用户参与感；能实施有效的粉丝/会员管理；能分析社群运营数据，评估社群运营效果并优化策略；能熟练操作主流社群管理工具，进行用户管理、内容发布、活动管理和数据分析。

（10）能设计符合餐饮类品牌调性、用户体验良好且能促进转化的店铺页面；能设计统一的品牌视觉识别元素并应用于电商场景；能完成餐饮类商品短视频的策划、拍摄（或素材选择）及后期包装，符合平台调性和营销目标；能设计适用于新媒体平台的视觉内容。

（11）能进行市场调研与竞品分析，明确活动背景与机会点；能制定清晰、可衡量的活动主题与具体目标；能设计完整的活动方案，并合理分解任务，明确责任人与时间节点；能有效协调资源，推动活动方案的落地执行，确保各环节顺利进行；能监控活动执行过程，跟踪关键数据，进行实时分析，并根据数据反馈调整策略；能在活动结束后进行全面复盘，总结活动成效、经验教训，并产出可落地的优化建议报告。

（12）能根据餐饮类业务需求和客户画像，制定或优化客户服务流程、标准话术和响应机制；能有效处理各种类型的客户咨询、投诉和纠纷，遵循

相关法规和平台规则，寻求合理解决方案，维护客户满意度和品牌形象；能设计客服培训内容，并组织或实施客服培训，提升团队服务水平；能识别潜在的客户风险，并执行相应的风控管理措施；能建立客户服务质量监控体系，分析服务数据，评估服务质量，提出并推动服务优化方案。

（13）能通过市场分析、用户研究和数据洞察，初步判断互联网产品的市场机会和可行性；能运用用户访谈、问卷调查、行为数据分析等方法，深入挖掘用户真实需求和使用痛点；能聚焦用户体验，设计产品功能原型，清晰表达产品逻辑和交互设计；能设计和执行产品测试方案，收集反馈并评估效果；能规划产品的商业化路径和盈利模式；能策划并执行用户增长策略；能监控关键产品数据指标，评估产品健康度和增长效果，并决定后续运营策略和迭代方向。

（14）能够掌握新媒体平台、跨境电商平台的基本规则、流程，并进行基本操作。

（15）具备智能工具的实操能力、场景化应用能力，发展综合应用与优化能力，形成岗位迁移能力，确保技能与岗位实际工作任务的无缝衔接，快速适应职业角色。

六、课程设置及要求

（一）课程体系

结合学校“立足长沙、服务‘三湘’（湘菜、湘商、湘旅）”办学特色与定位，依据电子商务专业人才岗位任务要求调研结果。以立德树人、课程思政为引领，电子商务专业课程体系构建以面向餐饮行业的岗位需求为导向，通过电子商务师、互联网营销师等证书促进书证融通，结合世界职业院校电子商务技能大赛实现以赛促教，并推动电子商务创新创业的长足发展，充分挖掘了“岗·课·赛·证·创”间的内涵关联，达到电商专业教学产教融合、协同育人的效果。基于公共课程和专业课程两个课程平台，构建电子商务专业“岗·课·赛·证·创”融通培养的专业教学课程体系（见图 1）。

图 1 电子商务专业课程体系

（二）课程设置

本专业有公共基础必修课、公共限定选修课、公共任选课、专业必修课（专业基础课/专业群平台课、专业核心课、专业实践课）、专业限定选修课（专业拓展课）、专业任选课等6类课程，总共47门课。

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		主要有思想道德与法治、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体系概论、形势与政策教育、大学生心理健康教育、体育、大学英语、信息技术、职业规划与就业指导、创业基础、军事技能、军事理论、国家安全教育、劳动教育、入学教育等15门课程。	课程描述如表4所示
	专业必修课程	专业基础课程	主要有电子商务基础、市场营销、商务数据分析、湘菜文化与实操素养、烹饪美学应用、国际接待业服务业概论、人工智能AI技术与应用等7门课程。	课程描述如表5所示
		专业核心课程	主要有网店运营、网络营销、互联网产品开发、数据化运营、电商视觉营销设计等6门课程。	课程描述如表6所示
		专业实践课程	第二课堂社会实践活动、企业实训，电子商务职业技能训练、网店数智运营实训、数智客服实训、视觉营销设计实训、岗位实习、毕业设计等8门课程。	课程描述如表7所示
选修课程	公共限定选修课程		主要包含廉洁文化教育、中华优秀传统文化与语文、党史国史教育等3门课程。	课程描述如表8所示
	公共任选课程		线上+线下通识课程。	课程描述如表8所示
	专业限定选修课程（专业拓展课）		主要有财税基础、毕业设计写作指导、商品拍摄、图形图像处理等4门课程。	课程描述如表9所示
	专业任选课程		跨境多平台运营、AI智能体应用技术、商务礼仪、商务沟通等4门课程。（四选二）	课程描述如表9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，培养家国情怀和国际视野，努力成为担当民族复兴大任的时代新人。 **知识目标：**掌握马克思主义中国化的历史进程、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：**具有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的能力；运用辩证唯物主义和历史唯物主义的方法剖析问题，结合所学专业提供解决问题的方案的能力。	包括马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果、毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观等内容。	**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%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
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决心和信心。 **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。	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。	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

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		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。		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。 **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3周，168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、学以致用的能力，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。	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
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技术在各个场景的应用，掌握信息检索检索的途径、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、WPS Office 文字处理、WPS Office 表格处理、 WPS Office 文稿处理、AI开发语言Python编程、AI大模型技术应用、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《大中小学国家安全教育指导纲要》；了解安全基本知识，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。	包括：落实教育部印发的《大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，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。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
				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。遵法守纪、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	职业规划与就业指导	**素质目标：**通过理论教学与案例引导，帮助学生树立科学职业观，培育奋斗精神与责任意识，形成主动选择、积极进取的职业心态，为终身职业发展奠定思想基础。 **知识目标：**系统传授生涯规划理论、职业趋势分析方法，深度解析就业政策、市场形势及企业用人需求，强化就业权益保护与本地就业路径认知，提升学生职业决策的科学性与前瞻性。 **能力目标：**运用专业测评工具与生涯访谈技术，助力学生精准自我认知与职业定位，训练简历制作、面试沟通等核心求职技能，最终实现从职业规划到岗位获取的全链条能力突破，助力高质量充分就业。	课程聚焦自我认知与就业实战，通过专业测评解析个人兴趣、性格、技能，结合行业调研明确职业方向；系统传授简历优化、面试应对等技巧，并强化就业权益保护意识，助力学生实现高质量就业。	**课程性质：**公共基础必修课。 **课程思政：**让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，培养学生主动心、责任心、诚信、团队精神，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、生涯规划实训室、招聘实训室、智慧职教MOOC学院平台。 **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%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
13	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、奋力拼搏、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，以大学生创新创业“七个一”为核心，即政策、基金、孵化、导师、课程、典型、宣传，全方位为大学生创新创业保驾护航，培养“树情怀、勇担当、奋力拼搏、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：**课程考核采用终结性考核和过程考核等相结合的方法，其中，过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。

表 5 专业基础课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	电子商务基础	**素质目标：**遵守电商法律法规，恪守诚信经营、保护消费者权益和隐私的职业伦理；理解数据价值与风险，具备基础的数据安全和隐私保护意识；认识 AI 等技术的潜力与局限性，具备初步的算法思维和批判性看待技术应用的能力； 关注电商行业新业态、新技术（如直播电商、社交电商、AIGC 应用），具备主动学习和适应行业快速变化的意愿与基础能力；理解团队合作的重要性，并初步建立合理利用技术工具（人机协同）提升工作效率的意识。 **知识目标：**理解电子商务的本质、主要模式（B2B, B2C, C2C, O2O 等）、产业链构成及关键支撑技术（网络、支付、物流）；熟悉网络营销推广、在线交易、电子支付、客户服务、物流配送等核心业务流程； 知晓大数据、人工智能（AI）、物联网等数智技术在电商选品、营销、客服、供应链管理等环节的应用场景与价值（如智能推荐、AI 客服、数据分析预测）。 **能力目标：**能熟练操作主流电商平台（如淘宝、京东、抖店后台）进行商品上架、订单处理、基础营销设置；能运用 AI 工具辅助完成基础任务（如使用 AI 生成营销文案/基础图片、利用数据分析工具解读简单报表）； 具备	课程主要内容有电子商务发展历程、电商模式、电子商务技术、网络营销与推广、电子物流、电子商务法律法规、电子商务数据化运营、电子商务新业态等。	**课程性质：**专业基础课。 **课程思政：**具有家国情怀与责任担当、法治意识与职业道德、科技伦理与数据素养、文化自信与网络文明、创新精神与工匠精神等思政元素。 **教学场地：**理实一体化教室。 **教学方法：**情景模拟法、任务驱动法、项目教学法、小组讨论法等。 **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%。

		初步的数据敏感度，能基于基础数据发现运营问题，并运用所学知识和工具尝试提出改进方案；能策划并执行简单的网络营销活动，进行有效的在线客户沟通与服务。		
2	**市场营销**	**素质目标：**具有吃苦耐劳的精神、团队协作意识，诚实守信，良好的服务与法律法规意识。 **知识目标：**了解市场营销的基本知识与概念、影响市场营销的环境因素，熟悉消费购买行为过程，掌握STP战略的内容以及4PS营销组合策略的内容。 **能力目标：**较强的语言文字表达能力，沟通协调能力，能够结合实际进行市场营销环境分析，能够进行市场细分、目标市场选择及市场定位，能够运用4Ps营销组合策略解决实际问题。	课程主要内容有市场营销基本知识与概念，市场营销经营观念的演变过程，市场营销宏观、微观环境因素分析及SWOT分析，消费者购买行为分析，市场细分、目标市场选择、市场定位，产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略，市场营销组合策略的运用。	**课程性质：**专业群平台课、专业基础课。 **课程思政：**基于学生发展需要和课程性质任务，结合课程性质要求，找准切入点，将诚信、务实、精益求精、吃苦耐劳、文化自信等思政教育元素有机融入课程教学中。 **教学场地：**理实一体化教室 教学方法：案例教学、小组探究、情景教学等。 **考核评价：**采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程考核占40%，终结性考核占60%。
3	**商务数据分析**	**素质目标：**养成爱岗敬业、诚信、务实、豁达、勤奋、谦虚好学的品质；具有学生团队合作和与人交流、沟通的能力；提高学生运用所学专业知识进行独立思考和综合分析、解决实际问题的能力。 **知识目标：**理解商务数据分析的意义、作用及一般流程；掌握商务数据分析的常用分析模型与常用分析方法；了解常用数据存储查询、数据分析与数据可视化工具；掌握行业数据分析的内容、方法、工具与流程；掌握客户数据分析的内容、方法、工具与流程；掌握产品数据分析内容、方法、工具与流程；掌握运营数据分析的内容、方法、工具与流程；理解商务数据分析报告的概念、类型、构成与撰写方法。 **能力目标：**能够实施基本的商务数据分析，支持企业数据化运营；能够运用多种信息渠道和工具，有针对性地收集、存储、管理各类数据；能够计划和实施行业数据采集与分析，支持企业战略目标制定与改进；能够根据现有客户数据进行客户画像、客户细分和价值分析，开展精准营销；能够根据现有运营数据进行销售、推广、员工绩效分析，支持企业数据化运营；能够根据企业需求，编写数据分析报告，并进行可视化展示。	本课程讲授商务数据分析的基本概念、数据分析的思路与流程、数据分析工具的运用方法与技巧等基础知识，及数据可视化技术、用户画像技巧、网店运营数据分析、网店推广数据分析商务分析报告的撰写等，培养学生数据分析、数据营销能力，同时将理论知识、专业技能、职业能力和职业素养贯穿在一起，重视学生综合能力的培养。	**课程性质：**专业基础课程 **课程思政：**通过典型事例，培养学生良好的法治意识、和创新意识，诚实守信，精益求精，尊重客观事实，尊重科学，利用合法的手段，正确使用网络资源，将美学、文化等融入课程。 **教学场地：**理实一体化教室、电商实训室以及企业现场实施教学。 **教学方法：**讲授法，案例教学法、演示法、项目法、小组讨论法等，实现“做中学， 学中做”的教学思想。 **考核评价：**考核评价以结果考核和过程考核等相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力。平时考核分数占40%，终结性考核分数占60%。
4	**湘菜文化与实操素养**	**素质目标：**通过沉浸式场景教学，培养学生对湘菜文化的认同感与传承责任感，树立文化自信；强化“精益求精、守正创新”的工匠精神，提升团队协作意识与交际沟通能力；引导学生关注湘菜产业可持续发展，形成尊重传统、敢于突破的职业价值观。 **知识目标：**掌握湘菜文化的基础知识，包括湘菜历史脉络、地域流派、核心味型的形成原理；熟悉湘菜非遗技艺的基本操作规范；理解展示馆空间布局、展项技术原理及讲解词叙事逻辑；认知餐饮空间设计、数字化技术对湘菜传播的影响，以及饮食健康化等趋势对湘菜创新的影响。 **能力目标：**能独立完成湘菜文化展示馆的讲解，熟练运用互动装置（如 AR 食材溯源、智能机器人）增强观众体验；具备基础菜品创新设计能力（如将传统湘菜改良为减油减盐版）；能协作完成湘菜文化推广活	文化溯源：湘菜的历史与人文基因；技艺解析：湘菜的核心烹饪体系；实操素养：湘菜从业者的职业能力；产业展望：湘菜的现代发展与未来	**课程性质：**专业群平台课 **课程思政：**以“文化根脉·职业担当·时代使命”为思政主线：通过湘菜历史溯源与流派解析，厚植湘菜文化是中华文明重要组成部分的认同感；在技艺实践中融入“一生择一事”的匠人故事，强化“精益求精、追求极致”的职业态度；结合现代餐饮趋势调研，培养学生社会责任感与可持续发展意识。 **教学场地：**采用“1+N”立体化教学空间：以湘菜文化展示馆为核心场景，联动校内实训厨房、智慧教室及校企合作基地；利用展示馆 AR 互动区、智能机器人等科技场景，实现“文化感知-技艺实操-产业应

		动。		用”的有效衔接。 **教学方法：**采用“任务驱动+场景浸润+角色赋能”混合式教学法。 **考核评价：**采用“三维动态评价体系”，包括过程评价（40%），综合实操成果展示评价（40%），第三方评价（20%）。
5	**烹饪美学运用**	**素质目标：**能运用美学原理知识分析和鉴赏餐饮空间、色彩搭配和其他餐饮领域的审美现象，自觉运用美学原理从事餐饮美的创造活动，树立正确、健康、进步的审美观。 **知识目标：**从美学基本原理出发，理解和掌握美学的基本理论知识，理解并掌握美的规律，了解在餐饮环境、建筑、装饰、形象、食品造型以及色彩、音响、灯光等在餐饮美学中的运用。 **能力目标：**能对餐饮美学现象和审美实践进行分析，能运用美的规律赏析餐饮空间、行为形象、菜品餐桌、背景音乐等。	课程包括美学基本原理教学、色彩基础与餐饮色彩美、餐饮空间美、形象行为美、餐桌上的美 5 大模块，从餐饮美的来源与本质入手提升学生审美能力。	**课程性质：**专业群平台课 **课程思政：**对中餐美学有清楚地认识，树立民族自信和自豪。 **教学场地：**多媒体教室。 **教学方法：**采用项目教学法、分组讨论法、实践教学法等教学方法。 **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%。
6	**国际接待服务业概论**	**素质目标:**激发学生接待服务业热情，植职业情怀与行业大爱。强化职业素养，提升服务意识，优化服务态度。树立接待管理大局意识，增强责任担当，凝匠心笃匠行，助力职教中国梦。 **知识目标:**熟悉接待服务业的行业现状、新时代背景下接待服务业新业态，对接待服务业具有总体认知。掌握接待服务业的经营内容、运作机理、行业管理理等系统知识。 **能力目标:**能承担接待服务业的相关岗位工作，能分析和解决接待服务业常见问题和突发事件。能很好地与他人进行协调和沟通，完成国际友人的接待工作，具备国际接待服务能力。	本课程包括餐饮、旅游、会展、酒店、高铁客运服务行儿等接待服务业的多元业态、经营内容、运作机理和国际接待服务业发展的新趋势和理念。	**课程性质:**专业基础课。 **教学场地:**校内多媒体教室和线上教学平台。 **教学方法:**问题教学法、情景教学法、探究教学法、案例教学法、旁教学法等。 **考核评价:**课程考核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%。
7	**人工智能AI技术与应用**	**素质目标：**具备人工智能 AI 技术、数字化创新、人工智能等方面的素质。 **知识目标：**了解人工智能 AI 技术基本概念，掌握 AI 技术在餐饮烹饪场景的应用，掌握人工智能 AI 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，具备支撑本专业学习的基础知识。 **能力目标：**通过掌握的常用人工智能技术，能在日常学习和工作中综合运用新一代信息技术解决实际问题，具备独立思考和主动探究能力，为职业能力的持续发展奠定基础。	AI 大模型技术应用、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：**专业任选课程 **课程思政：**融入社会主义核心价值观、知法懂法、开拓学生的以信息素养和人工智能伦理培养为目标，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 50%，终结性考核占 50%。

表 6 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	**网店运营**	**素质目标：**具备数据思维与决策素养、平台规则意识与合规素养、用户中心与服务素养、成本效益与经营素养、科技伦理与安全素养、创新思维与学习素养、团队协作与沟通素养、抗压能力与问题解决素养。 **知识目标：**掌握市场定位理论及消费者行为分析方法；理解主流电商平台的定位、规则、流量机制与入驻要求；掌握网店运营核心策略体系的制定原则与方法；熟悉商品选品、定价、生命周期管理及库存控制的关键知识；掌握供应商开发、评估、管理流程及采购谈判、库存管理要点；理解站内与站外流量获取与推广的核心逻辑；了解会员体系搭建、用户画像分析、用户维护与体验优化的核心策略；认知 AI 工具在网店运营各环节的应用价值与局限。 **能力目标：**能进行市场定位与平台选择、策略制定与计划、商品管理、供应链管理、用户运营、销售与成本分析、智能工具应用等。	本课程主要内容包括网店战略定位与平台选择、商品策略与供应链管理、智能推广与流量运营、数据驱动运营与决策、用户运营与体验优化、网店运营综合实践与优化	**课程性质：**专业核心课程 **课程思政：**将诚信经营与法治意识、用户至上与责任担当、数据安全与科技伦理、工匠精神与精益求精、成本意识与可持续发展、创新精神与适应变革、公平竞争与网络文明等融入课程。 **教学场地：**理实一体化实训室以及企业现场实施教学。 **教学方法：**讲授法，案例教学法、演示法、项目法等、情景模拟法、任务驱动法。 **考核评价：**实现“做中学， 学中做”的教学思想。考核评价以结果考核和过程考核等相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力。
2	**网络营销**	**素质目标：**培养学生用户中心思维、数据驱动意识、合规与诚信意识、创意与创新精神、科技伦理素养、跨平台适应力、成本效益观念、沟通协作能力。 **知识目标：**掌握目标市场分析、消费者行为分析（线上）、用户画像构建的核心理论与方法；理解网络营销目标设定、整合营销策略、品牌定位与传播基础；掌握不同类型营销内容的创作逻辑、平台适配性与传播规律；理解内容矩阵规划与 IP 打造基础；深度理解主流网络营销渠道特性、规则与算法逻辑；掌握站内引流、站外引流的核心方法与工具；理解流量获取成本与效果评估；掌握会员体系设计、用户拉新、激活、留存、转化、传播（AARRR 模型）的策略与方法；理解用户分层运营、精准营销、社群运营、客户关系管理基础；掌握核心网络营销指标定义与计算；了解 AI 在智能选品、用户洞察、内容生成、广告投放优化等环节的应用价值、主流工具及伦理边界。 **能力目标：**能进行市场分析与定位、营销策略指导、内容创作与策划、渠道推广与执行、数据监测与分析、用户运营实践、AI 工具应用、效果评估与优化等。	本课程讲授网络营销基石与用户洞察、内容为王——策略与创作、渠道为翼——平台生态与流量获取、用户为核——增长与精细化运营、数据为眼——效果评估与智能决策等方面的内容。	**课程性质：**专业核心课程 **课程思政：**将诚信守法，坚守底线；科技向善，伦理先行；用户至上，尊重权益；文化自信，传播正能量；创新求实，精益求精等融入课程。 **教学场地：**理实一体化实训室以及企业现场实施教学。 **教学方法：**讲授法，案例教学法、演示法、项目法等、情景模拟法、任务驱动法。 **考核评价：**实现“做中学， 学中做”的教学思想。考核评价以结果考核和过程考核等相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力。
3	**电商视觉营销设计**	**素质目标：**培养学生营销思维导向、用户中心意识、审美与创意能力、版权意识与合规、工匠精神、沟通协作素养、数据敏感度、科技应用素养、抗压与效率等素养。 **知识目标：**掌握色彩理论、版式设计、字体设计、构图法则、视觉层次、品牌识别（VI）基础；理解电商平台（PC/移动端）页	本课程讲授电商视觉设计基石、设计利器——软件精通与实践、转化引擎——页面设计与装修、品牌塑造——VI 与营销物料等。	**课程性质：**专业核心课程 **课程思政：**将诚信守法，尊重原创；工匠精神，精益求精；文化自信，国潮当道；科技向善，合理应用；用户为本，真诚沟通；绿色环保，可持续设计等融入课程。

		面结构、用户浏览习惯、视觉传达要点；掌握视觉营销核心概念（FAB 法则、注意力引导、情感共鸣、信任建立），理解视觉设计如何影响用户决策与转化率； 熟悉主流设计软件核心功能；理解从需求分析、素材收集、创意构思、设计执行、跨端适配到发布上线的完整工作流程与规范；掌握不同视觉物料的设计规范与要求（商品主图/详情页、PC/移动店铺首页/专题页、品牌 VI 应用、活动海报、新媒体配图）；理解版权法、广告法对视觉设计（字体、图片、素材）的使用要求。 **能力目标：**能进行设计软件的熟练使用、需求分析与策划、页面视觉设计、品牌视觉应用、新媒体视觉适配、跨端适配与发布、素材管理与协作、AIGC 工具应用等。		**教学场地：**理实一体化教室、电商实训室以及企业现场实施教学。 **教学方法：**讲授法，案例教学法、演示法、项目法、小组讨论法等，实现“做中学， 学中做”的教学思想。 **考核评价：**考核评价以结果考核和过程考核等相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力。平时考核分数占 40%，终结性考核分数占 60%。
4	**数据化运营**	**素质目标：**通过本课程的教学，树立大数据发展理念,培养数据化运营思维模式；培养尊重数据、实事求是、科学严谨的精神和态度；提升数据化运营行业的认可度；激发数据化运营的兴趣。 **知识目标：**了解和掌握数据化运营基础知识；掌握市场与行业数据收集和分析的方法；了解竞争对手分析、商品规划与定价的依据、步骤和方法；掌握库存管理、销售数据管理、DSR 与客服数据化管理、客户画像与标签管理、会员数据管理的原理、步骤和方法，具有撰写数据化运营分析报告的能力。 **能力目标：**通过本课程的教学，学生能依据目标进行运营数据的采集；能归纳分析市场与行业数据；能依据数据进行竞争对手、商品、库存、销售、DSR 与客服、客户的管理与运营；能依据分析结果有效支撑运营的相关活动。	课程主要内容有数据化运营基础、市场与行业数据分析、竞争对手分析、商品规划与定价、库存管理、销售数据管理、DSR 与客服数据化管理、客户画像与标签管理、会员数据管理。	**课程性质：**专业核心课 **课程思政：**具有诚信意识、竞争意识、协同意识、法律意识、安全意识；具备吃苦耐劳、求真务实、精益求精、的精神；具有实践创新的专业技能精神；树立大国自信、工匠精神。 **教学场地：**理实一体化教室 **教学方法：**情景模拟法、任务驱动法、项目教学法、小组讨论法等。 **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 40％，终结性考核占 60％。
5	**社群运营**	**素质目标：**培养学生用户中心思维、价值驱动意识、诚信合规运营、沟通与共情能力、数据驱动决策、创新与应变能力、责任与边界感、科技向善素养、团队协作精神等素养。 **知识目标：**掌握社群本质与定位、社群平台生态、引流获课策略、内容营销体系、用户运营与转化、社群活跃与氛围、社群管理工具、数据分析与优化、AIGC 赋能社群等基本内容。 **能力目标：**通过进行社群战略规划、引流获客执行、内容策划与创作、用户洞察与转化、活动策划与执行、社群分层与精细运营、社群氛围营造、社群日常管理、社群安全管理、数据分析与决策、AIGC 工具应用。	课程主要内容社群认知与战略定位、建群引流与用户获取、价值供给——内容营销与 AIGC、用户深耕——洞察、转化与活动、氛围营造与精细管理、数据驱动与优化迭代等。	**课程性质：**专业核心课 **课程思政：**将诚信为本，合规经营；用户至上，尊重权益；价值引领，传播正能量；科技向善，伦理应用；契约精神与规则意识；精益求精，持续创新等融入课程内容。 **教学场地：**理实一体化教室 **教学方法：**情景模拟法、任务驱动法、项目教学法、小组讨论法等。 **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%。

6	**互联网产品开发**	**素质目标：**具有用户中心思维、数据驱动意识、敏捷迭代精神、问题解决导向、创新与批判性思维、商业敏感度、沟通与协作能力、科技伦理与责任、终身学习能力等素养。 **知识目标：**掌握市场环境分析、用户需求洞察、竞品与行业分析、产品定位与策略、产品设计基础、原型设计与工具、产品验证方法论、产品增长策略、产品数据分析、产品生命周期管理、AI赋能产品开发等基本内容。 **能力目标：**能进行市场机会判断、用户需求挖掘、竞品与定位分析、产品方案策划、产品原型设计、产品验证与迭代、商业化路径思考、用户增长实践、产品数据分析与决策、AI工具应用等。	课程主要内容有产品认知与市场洞察、洞察用户——需求挖掘与定义、从概念到蓝图——产品策划与设计、验证假设——MVP与产品测试、产品落地与增长、产品开发综合实战与前沿。	**课程性质：**专业核心课 **课程思政：**将科技向善，责任为先；诚信经营，用户为本；创新驱动，产业报国；精益求精，工匠精神；契约精神与合规意识；全球视野与开放合作等融入课程内容。 **教学场地：**多媒体教室、校外实训基地 **教学方法：**案例法、分组讨论法、任务驱动等。 **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%，终结性占50%。

表 7 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	**企业实训**	**素质目标：**培养学生良好的心理素质、社交沟通逻辑思维培养学生良好的心理素质、社交沟通逻辑思维培养学生良好的心理素质、社交沟通逻辑思维及危机处理能力，促进大学生职业素养、道德心态的养成。 **知识目标：**了解企业真实运营平台购物流程、CRM&ERP 操作，掌握在线 IM 系统使用、价格保护政策、催单处理流程、售后退换货流程，熟悉在线质检标准、投诉判定标准、在线沟通技巧、各品类商品知识考核等。 **能力目标：**能进行 CRM&ERP 操作，能使用在线 IM 系统使用，能顺利完成催单处理、售后退换货等流程，能与客户进行在线沟通技巧。	企业真实运营平台购物流程、CRM&ERP 操作、在线 IM 系统使用、价格保护政策、催单处理流程、售后退换货流程、在线质检标准、投诉判定标准、在线沟通技巧、各品类商品知识考核、打字练习等。	**课程性质：**综合实训课程，实践京东.湘商学院现代学徒制。 **课程思政：**培养学生具备良好的心理素质、团队合作意识、服务意识，诚实守信，纪律性，保守企业秘密等。 **教学场地：**要求使用京东.湘商学院理实一体机房实施教学。 **教学方法：**采用真实任务驱动法、情景模拟法、项目教学法、小组讨论法等，实现“做中学， 学中做”的教学思想。 **考核评价：**以结果考核和过程考核等相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力。过程性考核占50%，终结性考核占 50%。
2	**电子商务职业技能训练**	**素质目标：**培养学生数据决策素养、用户共情能力、合规风控意识、成本管控思维、抗压迭代能力等素养。 **知识目标：**掌握企业真实项目载体所属行业的基础知识、产品特点、市场分析工具应用、用户需求挖掘方法论、平台运营规则体系、站内推广底层逻辑、站外推广方法等基本内容。 **能力目标：**掌握用生意参谋/百度指数等工具分析市场趋势，筛选高潜力产品；能通过评论挖掘、爆款内容反推等方式建立精准用户画像，并匹配产品卖点；能完成天猫 SEO 优化（标题/主图/详情页）；能根据产品、平台特点和运营阶段制定推广策略，深刻理解推广背后的逻辑；能根据平台调性制作卖点突出的内容；能根据平台规则发布视频（合理撰写标题、标签、文案等）。	课程内容主要有行业与产品认知、数据化选品、产品站内推广、产品站外推广等。	**课程性质：**综合实训课程，实践京东.湘商学院现代学徒制。 **课程思政：**培养学生具备良好的心理素质、团队合作意识、服务意识、创新意识、数智素养、数据决策素养，诚实守信，纪律性，保守企业秘密等。 **教学场地：**要求使用京东.湘商学院理实一体机房实施教学。 **教学方法：**采用真实任务驱动法、情景模拟法、项目教学法、小组讨论法等，实现“做中学， 学中做”的教学思想。 **考核评价：**以结果考核和过程考核等相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力。过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。

3	**网店数智运营实训**	**素质目标：**培养学生数据决策意识、成本管控能力、合规风控敏感度、团队合作精神等。 **知识目标：**掌握市场分析工具应用、平台规则体系、推广策略逻辑、数据分析方法等基本内容。 **能力目标：**能进行市场定位与选品、互联网产品开发、推广策略制定、数智工具实操能力、数据驱动优化等。	课程内容主要有店铺规划与商品运营、互联网产品开发、流量获取与推广策略、数据分析与优化调整、运营复盘与报告撰写等。	**课程性质：**综合实训课程 **课程思政：**将诚信经营、工匠精神、数据安全合规等融入课程内容。 **教学场地：**理实一体化教室、电商实训室。 **教学方法：**真实任务驱动法、情景模拟法、项目教学法、小组讨论法等 **考核评价：**多样化、过程性考核评价方式，平时考核分数占 40%，终结性考核分数占 60%。
4	**数智客服实训**	**素质目标：**培养学生数据思维、成本敏感度、合规底线、协同意识等素养。 **知识目标：**掌握售前客户服务与管理、售后客户服务与管理、数据指标体系构建、数据采集技术、多维分析模型、数据驱动决策等基本内容。 **能力目标：**能将客服需求转化为数据指标；能进行数据治理；能基于数据进行诊断分析与决策。	课程内容主要有售前客户服务与管理、售后客户服务与管理、数据体系构建、多源数据采集、多维分析诊断、优化方案实施等。	**课程性质：**综合实训课程 **课程思政：**将数据安全合规、工匠精神、诚信经营等融入课程内容。 **教学场地：**理实一体化教室、电商实训室。 **教学方法：**真实任务驱动法、情景模拟法、项目教学法、小组讨论法等 **考核评价：**多样化、过程性考核评价方式，平时考核分数占 40%，终结性考核分数占 60%。

5	**视觉营销设计综合实训**	**素质目标：**培养学生具有商业思维、版权意识、成本敏感、合规底线等素养。 **知识目标：**掌握平台生态规则、内容创作方法论、数据运营体系、常用大数据工具使用方法等基本内容。 **能力目标：**能进行账号定位策划、爆款内容生产、精准流量获取、数据诊断转化等。	课程内容主要有视觉策略定位、高转化视觉内容制作、跨平台适配输出等。	**课程性质：**综合实训课程 **课程思政：**将文化自信、诚信经营、科技向善、绿色环保等融入课程内容。 图片、数据、文案描述，诚信交易。具备基本的法律意识。 **教学场地：**理实一体化教室、电商实训室。 **教学方法：**真实任务驱动法、情景模拟法、项目教学法、小组讨论法等 **考核评价：**多样化、过程性考核评价方式，平时考核分数占 40%，终结性考核分数占 60%。
6	**岗位实习**	**素质目标：**养成爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神；养成爱岗敬业、诚信、务实、豁达、勤奋、谦虚好学的品质；具有学生团队合作和与人交流、沟通的能力。 **知识目标：**学生通过跨境电子商务及相关岗位的岗位实习，了解跨境电子商企业及相关企业的与跨境电子商相关部门的运作、组织架构、规章制度和企业文化。 **能力目标：**掌握跨境电子商务相关岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能，增强学生的就业能力。	了解与电子商务行业相关的岗位实习单位的基本情况；全面熟悉电子商务相关工作岗位的职责和基本操作流程；主要包括核心岗位的网店运营管理、网络营销推广、UI 设计、网络客户服务管理员及负责人；参与电子商务运营推广相关环节的生产经营服务活动；根据岗位实习单位安排完成相关工作；完成电子商务专业岗位实习调查、实习日志、实习鉴定表等。	**课程性质：**综合实训课程 **课程思政：**具备良好的法律法规意识，严明的纪律性和安全防范意识，诚实守信，吃苦耐劳，团队合作、爱岗敬业 **教学场地：**岗位实习企业 **教学方法：**采用直观演示法、操作法、分组讨论法、成果导向教学法等教学方法。 **考核评价：**在真实的工作环境下，由校内指导老师和企业指导老师共同完成该专业学生应具备的各项综合能力与素质的训练。在岗位实习结束时，由企业指导老师和校内指导老师根据学生实习的实际表现来进行考核。

7	毕业设计	**素质目标：**形成理论联系实际的专业态度。树立认真严谨、实事求是的学术作风。养成吃苦耐劳、踏实细致的工作作风。 **知识目标：**能有效将现代管理理论、系统科学方法和信息技术有机结合、融会贯通，掌握本专业理论知识的灵活运用。 **能力目标：**能有效将跨境电子商务专业知识、系统科学方法和信息技术有机结合、融会贯通，掌握本专业理论知识的灵活运用。能从跨境电子商务专业管理实践出发，联系实际，从产学研结合项目、典型工作流程实习中，选取并最终完成一个具有企业实际应用价值的设计方案。锻炼具备独立分析及解决专业实际问题的能力、组织管理和社交能力。	资料阅读、对实际问题的调查分析、用户调查与分析、数学模型或逻辑模型的建立或分析；问题的解决方案或实现方法与技术的研究、拟定并实施设计方案、设计制作、设计报告书撰写、总结以及对求解与实现结果的分析评价等工作环节；最终完成一篇不少于5000字完整的毕业设计成果报告书，包括题目、摘要、目录、正文、结论、参考文献、附录和谢辞。	**课程性质：**综合实训课程 **课程思政：**具有吃苦耐劳、创新思维，诚实守信、版权意识（拒绝抄袭） **教学场地：**岗位实习企业 **教学方法：**校内实习基地教学方法：采用讲授法、技能训练法、小组讨论法和情境教学法等教学方法。 **考核评价：**通过多位导师参与的答辩环节，由指导老师进行毕业设计成果评价，其中答辩成绩占 40%，毕业设计成果评价占 60%。

表 8 公共选修课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	艺术类课程	**素质目标：**具有审美能力和艺术鉴赏力；培养对艺术的热爱和尊重；坚定对中国传统文化的认同感和自豪感；欣赏和理解不同艺术的风格特点和魅力。 **知识目标：**掌握艺术基本概念和艺术作品赏析的基本方法；掌握艺术表达的基本方法与技巧；掌握艺术的主要表演形式，理解多元文化艺术。 **能力目标：**能够独立鉴赏和评价作品的艺术价值；能够掌握基本的艺术技能；能够结合所学专业运用所学知识进行表演或创作，展示个人才华和创意；	本课程为艺术课程群，根据不同专业需求开设相关艺术类课程。主要课程方向有音乐、舞蹈、书法、美术、戏剧、曲艺等。以中华优秀传统文化传承发展和艺术经典教育为主要内容，强化艺术实践，注重与专业课程的有机结合。内容设计遵循美育特点，发挥艺术学科特有的育人功能，以美育人、以美化人、以美培元。	**课程性质：**公共必修或限定选修课程。 **课程思政：**艺术类课程中蕴含着独特的思政教育价值，其真善美的价值追求与思政教育目标具有内在统一性。突出培育高尚的艺术素养、健康的审美情趣、乐观的生活态度，以及对不同文化的理解与尊重。注重把爱国主义、民族情怀贯穿渗透到课程教学中，帮助学生树立起文化自觉和文化自信。 **教学场地：**多媒体教室、形体房、书法室。 **教学方法：**案例教学法、体验式教学法、任务驱动教学法。 **考核评价：**过程性考核占比 60%+结果性考核占比 40%。
2	中华优秀传统文化与语文	**素质目标：**具备对中国传统文化的热爱崇敬之情，具备民族自信心、自尊心、自豪感，具备人文素养，具备健全的人格、社会责任感，引领学生树立正确的历史观、民族观、国家观、文化观，陶冶高尚情操，增强文化自信。	本课程包含文学作品鉴赏、常用应用 文书写作、中华优秀传统文化三个方面。 文学作品精选名家名篇，主要包括怀古咏物、哲理人生、山水田园、亲情友情爱情等内容，还	**课程性质：**公共选修课 **课程思政：**以立德树人为根本任务，从优秀的作品出发，用社会主义核心价值观铸魂育人，以润物细无声的课程思政优势促进学生增强文化自信、助力培养有理想、有本领、有担当的新时代大学生，树立为中华民族

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		知识目标：熟知并传承中国传统的基本精神，了解文化的多样性、丰富性，掌握一定的文学基本知识，掌握常用应用文书的基本要素、写作特点和写作方法。 **能力目标：**能诵读传统文化中的名篇佳句；能吸收传统文化的智慧，能感悟传统文化的精神内涵，能掌握学习传统文化的科学方法；掌握一定的文学基础知识，常用应用文书写作方法；具有分析、评价文学作品的初步能力，提升阅读能力、文字运用和语言表达能力，能将语文知识与本专业课程相结合进行创作性的学习。	包括部分外国文学作品和实践训练。应用文书写作包含常用应用文书的写作特点和写作方法。 中国传统文化包含中华传统美德、中国传统社会生活、饮食文化、中国传统艺术、中国传统节日等知识。	复兴而奋斗的远大理想。 **教学场地：**多媒体教室。 **教学方法：**采用项目教学法、情境教学法、探究教学法、案例教学法、实践教学法等教学方法。 **考核评价：**本课程为考查科目。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％。
3	**党史国史教育**	**素质目标：**深刻感悟中国共产党人的初心和使命，引导大学生知史爱国，知史爱党，明确作为时代新人所担负的责任和担当，提高思想政治素养。 **知识目标：**了解中国共产党的光辉历程、光荣传统、宝贵经验和伟大成就，了解我们党和国家历史上的重要人物、重大事件、重要会议、关键节点，引导树立正确的党史观、大历史观。 **能力目标：**能用以党史为重点的“四史”知识提升自身意识形态能力，用党的创新理论指导学习和工作。	主要了解中国共产党和国家事业发展的来龙去脉，汲取党和国家的历史经验，深入了解党和国家历史上的重大事件和重要人物，树立正确的党史观、大历史观，提高大学生的政治素养和理论素养。	**课程性质：**公共限定选修课程。 **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、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，过程性考核占 50％，终结性考核占 50％。
5	**廉洁文化教育**	**素质目标：**完善自我意识，培育强烈的使命感和社会责任感；塑造健全人格，树立正确的理想信念，形成“廉洁光荣、腐败可耻”的行为价值取向；强化廉洁意志，不断提高道德自律意识，培育廉洁认知，构筑起拒腐防变的良好心理品质。 **知识目标：**了解和掌握廉洁文化教育、中国传统廉洁文化、中国特色社会主义廉洁文化、高校廉洁文化教育、大学生廉洁修身和廉洁行为、大学生廉洁从业等相关理论。 **能力目标：**能正确认识廉洁是政治的一种应然状态，人们的社会生活应该提高廉洁自律意识；能够明确廉洁文化教育中的责任和义务；具有正确的廉洁行为的认知、判断和践行能力；能用辩证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。	包括廉洁文化教育概述、中国传统廉洁文化、中国特色社会主义廉洁文化、高校廉洁文化教育、大学生廉洁修身和廉洁行为、大学生廉洁从业等内容。	**课程性质：**公共限定选修课 **课程思政：**教育大学生涵养廉洁理念，提升大学生廉洁素养，引导大学生扣好“廉洁自律”第一粒扣子。 **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%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
6	**通识教育课程（涵盖线上和线下）**	**素质目标：**提高语言、文化、历史、科学等综合素养，具备独立思考的习惯、可持续发展的能力。 **知识目标：**掌握基础性的语言、文化、历史、科学等知识，训练个性品质、陶冶公民意识。 **能力目标：**具有不同专业方向的研究思路、方法、模式，开拓视野、建立共识、发展学识；能获取、传播、发现和创造知识，具备思辨和批判的能力，为今后长远学习和发展所必需的方法和眼界。	节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养、健康教育、职业素养、信息素养等线上和线下开设的通识教育课程。	**课程性质：**公共任意选修课。 **课程思政：**文化、历史、科学等综合通识类课程蕴含着丰富的思政元素，课程深度发掘家国情怀、个人品格、科学思维、专业技能等方面的思政教育元素。 将家国情怀、人生价值观、学科素养教育等渗透到教学的各个环节，有效实现知识传授、能力培养和价值引领有机统一。 **教学场地：**教学场地主要是校内多媒体教室和线上教学平台。 **教学方法：**注重学习方法的传授与启迪思考，教学方法采用讲授、案例分析、任务驱动、问题探究、情景体验、角色扮演等形式多样、灵活有效的方法。重视与学生的对话与交流，给学生思考的空间和余地，以引导学生进行研究性和探讨性学习为主。 **考核评价：**学生根据自身需求通过线上和线下选择相应课程，课程的考核应重在过程性评价上，检测学生自主学习情况，注重学生对所学知识综合运用和解决问题能力的考核，考核形式为考查。考核占比以各课程具体分配为准。 通识教育课程不得与专业课程在课程名称、课程内容上重复。

表 9 专业选修课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	**财 税 基 础**	**素质目标：**使学生树立正确的理财观;培养学生的团队合作意识，使学生能够展现自我，善于协作，发挥团队力量；能指导企业、个人正确履行纳税义务，具备做合格的纳税人的素质。 **知识目标：**了解会计及税收基础概念及原理，熟悉相关税种:掌握税制及税种的计算;掌握流转税制、所得税制、资源税制等相关税种税制。 **能力目标：**理论联系实际的应用能力和创新能力；资料检索能力;培养熟练税务筹划的分析能力和相关技巧，能对企业的实际业务做出合理的税务筹划方案。具有正确理解税务筹划的专业素质，进行税务筹划的能力以及国际避税与反避税的能力。	主要介绍了会计的基本知识、会计要素、企业日常业务的核算、会计凭证的填制与审核、账簿的登记、财务会计报告的编制等知识和技能。财务分析基础，主要介绍了财务分析的基础知识，以及企业偿债能力、营运能力、盈利能力、发展能力和企业财务综合分析等知识和技能。	**课程性质：**专业基础课程 **课程思政：**通过典型事例，培养学生良好的法治意识，诚实守信，精益求精，尊重客观事实，做合格纳税人。 **教学场地：多媒体教室** **教学方法：**讲授法，案例教学法、演示法、项目法、小组讨论法等，实现“做中学， 学中做”的教学思想。 **考核评价：**考核评价以结果考核和过程考核等相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力。平时考核分数占 40%，终结性考核分数占 60%。

2	**毕业设计写作指导**	**素质目标：**培养严谨细致、刻苦钻研的精神；培养勇于探索和创新的意识；培养独立思考、善于总结的工作作风。 **知识目标：**掌握毕业设计的写作流程；掌握毕业设计方案的结构；掌握毕业设计的文本格式；掌握方案中需要的分析方法。 **能力目标：**能对文献材料进行一定的分析；能合理的设置方案目的，围绕目的设置合理的实现方法；能用自己的语言表达个人观点和意见；能正确地引用他人的观点；能独立完成答辩汇报 PPT。	毕业设计的写作流程；毕业设计方案结构与撰写；规范使用毕业设计的文本格式；电商毕业设计方案中涉及的相关数据分析；答辩汇报 PPT 制作等。	**课程性质：**专业限选课程 **课程思政：**通过对历届毕业设计标准以及毕业设计作品的分析，培养学生的具有良好法律法规意识、诚信、精益求精、不断探索与创新的学术精神。 **教学场地：**理实一体，本课程在学校机房进行。 **教学方法：**采用项目教学法、任务驱动教学法、小组讨论教学法等教学方法。 **考核评价：**课程考核方式为考查，平时 50%+期末 50%。
3	**商品拍摄**	**素质目标：**培养学生对餐饮领域商品摄影的职业道德和责任感，包括保护知识产权、尊重客户隐私和遵守行业规范；通过小组项目和协作任务，培养学生的团队合作精神，学会在团队中发挥个人专长，共同完成拍摄任务；鼓励学生在拍摄过程中尝试新的技术和创意，培养创新思维和解决问题的能力。 **知识目标：**理解光线、构图、色彩等摄影基础理论，以及它们在餐饮类商品摄影中的应用；掌握常见摄影器材（如相机、灯光、三脚架等）的使用方法和日常维护技巧；学习如何通过构图和光影来突出商品特点，增强视觉冲击力。 **能力目标：**能够独立完成餐饮类商品摄影的全过程，包括策划、布光、拍摄和后期处理；学会如何规划和管理摄影项目，包括时间管理、资源分配和团队协调；在实际拍摄中运用所学知识，进行创新实践，提升作品的商业价值和艺术性。	课程主要讲解餐饮类商品摄影的基础知识和实用技巧。课程内容包括摄影器材选择、数码相机操作、商品特征分析、背景与道具运用、光线控制、构图技巧，以及不同类型商品的拍摄案例。	**课程性质：**专业限定选修课 **课程思政：**培养学生具备良好的电商行业职业道德素质，遵守行业法律法规；养成认真踏实、细心耐心、注重合作、精益求精、客观科学、积极上进的工作作风和良好的服务意识。 **教学场地：**多媒体教室、校内实训室、校内实训基础、校外实训基地等校内外教学实训场所。 **教学方法：**采用讲授法、演示法、案例教学法、任务驱动法、项目教学法、小组讨论法等。 **考核评价：**考核评价以结果考核和过程考核等相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力，其中过程性考核（课堂考勤、平时表现、实训及作业）占 50%，终结性考核占 50%。
4	**图形图像处理**	**素质目标：**培养高职学生养成严谨、客观、规范的工作作风，养成爱岗敬业、诚信、务实、勤奋、谦虚好学的品质；具有学生团队合作和与人交流、沟通的能力；提高学生运用所学专业知识进行独立思考和综合分析、解决实际问题的能力。 **知识目标：**了解进行图形图像处理的一般思路和过程，掌握并利用图形图像处理（Photoshop）软件进行图形图像处理的基本方法和手段。通过整体教学过程，学生能够理解图形像的基础知识，熟悉图形图像处理的基本方法。 **能力目标：**能独立的对图片进行简单的加工处理，能够进行一定的创意设计，使学生具备从事网店美工相关岗位所必需的方法能力、社会能力以及专业能力。	认识 Photoshop、图像的选取、图像的编辑及修饰、图像的色彩调整、图形绘制及绘画、背景及特效制作、文字特效、Photoshop 的其他功能，能利用图层蒙版、图层样式、图层模式、调整图层以及滤镜、通道等进行图片合成和设计。	**课程性质：**专业限定选修课 **课程思政：**以“大国工匠精神”为主题的课程思政，结合课程实际，对应岗位素养要求，培养学生严谨、客观、规范、爱岗敬业、创新精神，将美学、艺术、文化自信融入课堂，自觉守法、并将爱国、爱党、爱中国文化融入教学。将静心、细心、用心、尽心以及独立思考融人图片处理中。细节决定成败，精益求精的同时，遵守规则。 **教学场地：**理实一体化机房、电商实训室。 **教学方法：**真实任务驱动法、情景模拟法、项目教学法、小组讨论法等。 **考核评价：**考核评价以结果考核和过程考核等相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力。

5	**跨境电商多平台运营（四选二）**	**素质目标：**养成诚信、务实、爱岗敬业、豁达、勤奋、谦虚好学的品质；培养高职学生养成严谨、客观、规范的工作作风；具有学生团队合作和与人交流、沟通的能力；提高学生运用所学专业知识进行独立思考和综合分析、解决实际问题的能力。 **知识目标：**了解“速卖通”、“亚马逊”“Wish”、“DHgate”、“eBay”等跨境电子商务平台的网店运营岗位技能需求，熟悉这些平台上网店商品信息维护、网店订单管理与物流渠道的建立、网店客户服务、网店运营工具、网店的推广与宣传。了解跨境平台上最常用的店铺推广手段直通车和钻石展位进行理论知识 **能力目标：**能初步胜任速卖通”、“亚马逊”“Wish”、“DHgate”、“eBay”等跨境电子商务平台网店运营专员岗位。	以目前最热门的跨境电子商务平台“速卖通”、“亚马逊”“Wish”、“DHgate”、“eBay”等作为授课的主要平台，以网店运营岗位技能需求为导向，从网店开设与定位讲起，对网店商品信息维护、网店订单管理与物流渠道的建立、网店客户服务、网店运营工具、网店的推广与宣传以及跨境平台上最常用的店铺推广手段直通车和钻石展位进行理论知识的讲解，并利用跨境电商平台和教学模拟软件平台进行技能训练，实现“做中学，学中做”的教学思想。	**课程性质：**专业任选课程 **课程思政：**融入社会主义核心价值观、知法懂法、开拓学生的国际视野、培养家国情怀，养成严谨的工作态度，树立数据思维，具备团队协作、爱岗敬业的工作作风。诚信经营，友善服务。 **教学场地：**理实一体化机房、电商实训室。 **教学方法：**讲授法，案例教学法、演示法、项目法、小组讨论法等。 **考核评价：**多样化、过程性考核评价方式，平时考核分数占40%，终结性考核分数占60%。
6	**AI智能体应用技术（四选二）**	**素质目标：**树立严谨的技术伦理观，强化数据安全与隐私保护意识，严格遵守电商行业数据规范，养成对技术应用后果负责的职业态度。培养高效协作的职业素养，形成“目标一致、流程协同”的团队协作习惯；激发场景化创新思维，强化服务与效率导向的职业意识，形成“以服务促效益、以效率提质量”的职业认知。 **知识目标：**掌握飞书多维表格的核心知识：包括表格的字段类型（如文本、数字、日期、关联等）、数据视图（如看板、画廊、表单等）的切换逻辑，以及在电商库存管理、客户画像分析等场景中的适配原理；理解扣子搭建工作流的基础概念，知晓智能工具与电商业务流程的结合点；熟悉智能工具在电商场景中的应用知识；了解电商行业基础理论与智能技术的关联：掌握电商运营的基本流程（如流量获取、转化变现、用户留存），理解智能工具在提升各环节效率中的技术原理。 **能力目标：**具备智能工具的实操能力，能独立使用飞书多维表格完成电商数据的录入、筛选、汇总与可视化呈现，提升场景化应用能力；发展综合应用与优化能力，形成岗位迁移能力，所学技能能对接电商运营、客服管理、新媒体运营等岗位需求，确保技能与岗位实际工作任务的无缝衔接，快速适应职业角色。	课程主要讲解分为三个模块。模块一（智能工具基础认知与电商场景适配）旨在帮助学生建立对课程核心工具的基础认知，明确其与电商业务的关联逻辑。模块二（飞书多维表格在电商场景中的深度应用）聚焦飞书多维表格在电商核心业务中的具体用法，分场景强化数据处理能力。模块三（扣子工作流在电商场景中的搭建与优化）围绕电商业务流程的自动化需求，教学工作流的设计、调试与优化方法。 模块四（智能工具组合应用与岗位实战）通过综合项目训练，提升学生结合业务需求选择工具、组合应用的能力，强化岗位适配性。 课程性质：专业限定选修课	**课程性质：**专业任选课程 **课程思政：**树立严谨的技术伦理观，强化数据安全与隐私保护意识，严格遵守电商行业数据规范，养成对技术应用后果负责的职业态度。培养高效协作的职业素养，形成“目标一致、流程协同”的团队协作习惯；激发场景化创新思维，强化服务与效率导向的职业意识，形成“以服务促效益、以效率提质量”的职业认知。 **教学场地：**理实一体化机房、电商实训室。 **教学方法：**真实任务驱动法、情景模拟法、项目教学法、小组讨论法等。 **考核评价：**考核评价以结果考核和过程考核等相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力。

7	**商务礼仪（四选二）**	**素质目标：**培养学生理解、宽容、谦逊、诚恳的态度；培养学生与人为善、助人为乐的品行；培养学生庄重大方、热情友好、谈吐文雅、讲究礼貌的举止。 **知识目标：**了解礼仪的基本知识，礼仪的概念、礼仪的发展、礼仪的特性、了解世界主要国家的礼俗风情及礼仪规范；理解和掌握商务活动中礼仪的基本原则和规范，并能正确运用所学的礼仪知识，分析实际商务活动中的社交问题，并提出解决的办法。 **能力目标：**提高学生商务活动安排、社会交往、实际操作能力和表达、控制、应变能力，能正确组织和从事各种商务活动。	礼仪概述；商务礼仪的基本概念；尊位与位次；公司会议礼仪、商务谈判礼仪、签字仪式礼仪；日常交往礼仪、办公室礼仪、接待礼仪、拜访礼仪、我国主要贸易伙伴国的拜访礼仪；中餐礼仪、西餐礼仪、自助餐礼仪、工作餐礼仪；仪容礼仪、举止礼仪、职场着装原则、男士着装礼仪；国际商务礼仪。	**课程性质：**专业任选修课程 **课程思政：**在教学中融入理想信念层面的精神要素，贯彻全面育人的宗旨，培养学生社会主义核心价值观和集体主义精神；提升学生的个人鉴赏力和审美素质，引导学生关注生态文明；培养学生礼仪意识、敬业精神以及社会责任感。 **教学场地：**多媒体教室、校内实训室、校内实训基础、校外实训基地等校内外教学实训场所。 **教学方法：**综合运用理论讲授法、情景模拟法、任务驱动法、小组讨论法等多种教学方法。 **考核评价：**采用形成性考核与终结性考核相结合的课程考核方式，形成性考核包括课堂考勤、平时表现、实训及作业，占 60%；终结性考核分理论考核和技能考核，分别占 10%和 30%。
8	**商务沟通（四选二）**	**素质目标：**具备良好礼仪修养、职业形象；养成爱岗敬业、诚信、务实、豁达、勤奋、谦虚好学的品质；具有学生团队合作和与人交流、沟通的能力。 **知识目标：**了解商务沟通的定义、特点、动因；熟悉沟通的要素、沟通的类型；熟悉商务沟通的基本原则；掌握商务沟通中的价格策略、应对策略、商务沟通地位应对策略。 **能力目标：**会商务沟通的要素程序和成败标准；会进行商务沟通背景调查的内容，地点的选择和场景布置；能够运用商务沟通的基本原则；能够运用商务沟通中的价格策略、应对策略；能运用沟通中各种技巧；能够进行商务合同的书写与签约。	商务沟通的定义、特点、动因，沟通的要素、沟通的类型；商务沟通的基本原则；商务沟通中的价格策略、应对策略、商务沟通地位应对策略。	**课程性质：**专业任选修课程 **课程思政：**以“诚信、友善”，树立正确的人生观、价值观，培养团队合作、责任担当精神。 **教学场地：**多媒体教室 **教学方法：**采用理论讲授、模拟教学、项目教学等多种教学方法 **考核评价：**多样化、过程性考核评价方式，平时考核分数占 40%，终结性考核分数占 60%。

（三）“岗课赛证”融通

将职业技能等级证书、职业资格证书等有关内容、标准有机融入专业课程教学，实行课证融通制度。鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干职业技能等级证书，我校鼓励学生取得职业资格证书、行业企业认可度高的证书。各类职业资格证书等可计算学分，也可置换相关课程，具体如表 10 所示。

表 10 课证融通表

证书类型	证书名称及级别		合作企业	证书相关课程	可置换的学分及课程名称		备注
	证书名称	等级			可置换的学分	可置换的课程名称	
职业资格证书	电子商务师	三级	中教畅享（北京）科技有限公司	电子商务实务、网店运营推广、网络营销、商务数据分析	6	电子商务实务、网络营销	
	互联网营销师	三级	中联集团教育科技有限公司	电子商务实务、新媒体营销、网店运营推广、网络营销、商务数据分析	6	电子商务实务、新媒体营销	

七、教学进程总体安排

（一）教学进程安排

表 11 教学进程安排表

专业名称：电子商务（2025 级）

学年	学期	教学进程周次																				课堂教学（周）	开学准备（周）	实践教学（周）						机动（周）	考试（周）	学期教学周数合计	寒暑期（周）
		预备周	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	考试周			军训	入学教育、国家安全教育	劳动实践	认识实习	岗位实习	毕业设计				
第一学年	一	○	↑	#	#	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※⊙	14	1	3	1						1	20	6
	二	○	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	⊙	18	1				▲1 周（暑假）				1	21	5
第二学年	三	○	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	⊙	18	1								1	20	6
	四	○	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	⊙	18	1			1 周（暑假）					1	21	5
第三学年	五	○	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	⊙■	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	10	1					8+2 周（寒假）	0.5		0.5	22	4
	六	○	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	⊙■	◇	◇	◇	◇	&	&			0	1					14	0.5	2	0.5	18	8
总计																						78	6	3	1	1	1	24	1	2	5	122	34

说明

1、三年 6 学期总周数共 122 周。
2、专业课理论教学与实践教学总学时数比例控制为 1:1 左右；**认识实习**原则上在专业课开始时安排，假期执行；**岗位实习**一般为 6 个月。
3、○开学准备　↑入学教育、国家安全教育　#军训　※课堂教学　⊙考试　**▲认识实习**　**◇岗位实习**　■毕业设计　&机动　…放假。
4、第一学期，因动态安排一周劳动教育实践周，理论教学周顺延一周。

（二）课程计划与进度总表

表 12 课程计划与进度总表

课程性质	课程类型	课程编号	课程名称	学时分配				考核		学年/大学期分配//小学期分配/周课时数						备注
										第一学年		第二学年		第三学年		
										一	二	三	四	五	六	
				总学时	学分	理论	实践	考试	考查	20 周	21 周（含 1 周暑假认识实习）	20 周	21 周（含 1 周暑假劳动实践）	22 周（含 2 周寒假岗位实习）	18 周	
必修课程	公共基础必修课程	S0101004	思想道德与法治	48	3	32	16		√	2（5-15）	2(2-14)					第二学期至少含 3 周课外实践课
		S0101002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	2	24	8		√			4（2-9）				
		S0101009	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	3	30	18		√			4（12-15）	2（1-16）			
		S0101001	形势与政策教育	48	1	48	0		√	2（5-12）	2（1-10）	2（13-18）				四五六学期网络授课
		T0101003	大学生心理健康教育	32	2	20	12		√	2（5-14） 4（15-17）						
		T0203006	体育	108	6	10	98		√	4（5-8） 2（9-18）	2（1-18）	2（1-18）				
		T0101004	大学英语	128	8	88	40	√		4（5-18）	4(1-9) 4（10-18）					第二学期（1-9）模块二（10-18）模块三
		R0203210	信息技术	48	3	24	24		√		4（1-12)					
		C0201010	职业规划与就业指导	32	2	14	18		√	2（13-18）			2（1-9）			2 课时网络授课
		C0201001	创业基础	32	2	16	16		√		2（11-18）	2（2-9）				
		T0401001	军事技能	168	2	0	168		√	3 周						

课程性质	课程类型	课程编号	课程名称	学时分配				考核		学年/大学期分配//小学期分配/周课时数						备注
										第一学年		第二学年		第三学年		
										一	二	三	四	五	六	
				总学时	学分	理论	实践	考试	考查	20 周	21 周（含 1 周暑假认识实习）	20 周	21 周（含 1 周暑假劳动实践）	22 周（含 2 周寒假岗位实习）	18 周	
		T0101002	军事理论	36	2	36	0	√			2(1-9)（动态安排）2(10-18)（动态安					18 个课时的线下理论课，4 个课时的实践课，14 个课时的线上理论课
		B0201001	国家安全教育	16	1	10	6		√	2(9-13)						军训期间 2 个课时消防演练，入学教育 4 个课时
		B0201002	劳动教育	16	1	6	10		√		动态安排一周					
		T0102001	入学教育	8	0.5	8	0			8（1）						由各专业组织，向学生介绍校史校情、专业发展情况、本行业发展现状和未来趋势等。
		小计		800	38.5	366	434			16	16	8	4	0		
	专业基础课程/专业群平台课	X0203900	电子商务基础	56	3.5	28	28	√		4（5-18）						设置 8 门左右
		X0203901	市场营销	28	1.5	14	14	√			2（5-18）					
		X0203902	商务数据分析	48	3	18	30		√			4(1-12)				
		X0203700	湘菜文化与实操素养	28	1.5	18	10		√				2(1-14)			
		X0203589	烹饪美学应用	28	1.5	14	14		√			2（1-14）				

课程性质	课程类型	课程编号	课程名称	学时分配				考核		学年/大学期分配//小学期分配/周课时数						备注
										第一学年		第二学年		第三学年		
										一	二	三	四	五	六	
				总学时	学分	理论	实践	考试	考查	20 周	21 周（含 1 周暑假认识实习）	20 周	21 周（含 1 周暑假劳动实践）	22 周（含 2 周寒假岗位实习）	18 周	
		X0203413	国际接待业服务业概论	28	1.5	14	14		√					4(4-10)		
		X0203149	人工智能 AI 技术与应用	32	1.5	6	26		√				2(1-16)			
		K0203500	习近平经济思想概论	32	2	16	16		√				2（1-16）			
		小计		**280**	**16**	**128**	**152**			**4**	**2**	**6**	**6**	**4**		
	专业核心课程	X0203903	网店运营	48	3	24	24	√			2（1-12） 4（13-18）					设置 6-8 门
		X0203904	网络营销	40	2.5	10	30	√				2(1-4) 4(5-12)				
		X0203905	互联网产品开发	40	2.5	10	30		√				2(1-12) 4(13-16)			
		X0203906	数据化运营	48	3	18	30	√					4(1-8) 2(9-16)			
		X0203907	电商视觉营销设计	56	3.5	20	36	√			4（1-10） 2（11-18）					
		X0203908	社群运营	32	2	12	20	√					2(1-16)			
		小计		**264**	**16.5**	**94**	**170**			0	**6**	**4**	**10**	0		
	专业实践课程	第二课堂社会实践活动			2	包括寒暑假社会实践、劳动实践、创新创业实践、校园文化活动、各类竞赛活动、志愿者服务及其他社会公益等，不占用总课时，记 2 学分，由学校团委负责认证。										
		X0203909	企业实训	144	9	24	120		√			6W（24）				设置 6 门

课程性质	课程类型	课程编号	课程名称	学时分配				考核		学年/大学期分配//小学期分配/周课时数						备注
										第一学年		第二学年		第三学年		
										一	二	三	四	五	六	
				总学时	学分	理论	实践	考试	考查	20周	21周（含1周暑假认识实习）	20周	21周（含1周暑假劳动实践）	22周（含2周寒假岗位实习）	18周	
		X0203910	电子商务职业能力训练	48	3	8	40		√				2W			
		X0203911	网店数智运营实训	36	1	6	30		√					4（2-10）		
		X0203912	数智客服实训	36	1	6	30		√					4（2-10）		
		X0203913	视觉营销设计实训	36	1	6	30		√					4（2-10）		
		T0203010	**岗位实习**	576	24	0	576							8+2（寒假）W	14W	
		T0203001	毕业设计	24	1	0	24							0.5W	0.5W	
		小计		**900**	**40**	**50**	**850**					**6W**	**2W**	**12/10.5W**	**14.5W**	
选修课程	公共限定选修课程	S01010011	廉洁文化教育	8	0.5	4	4		√		2（1-4）					
		W0202001	艺术类课程	32	2	16	16		√			2(1-16)				
		G0202003	中华优秀传统文化与语文	32	2	20	12		√		2（5-18）					

课程性质	课程类型	课程编号	课程名称	学时分配				考核		学年/大学期分配//小学期分配/周课时数						备注
										第一学年		第二学年		第三学年		
										一	二	三	四	五	六	
				总学时	学分	理论	实践	考试	考查	20 周	21 周（含 1 周暑假认识实习）	20 周	21 周（含 1 周暑假劳动实践）	22 周（含 2 周寒假岗位实习）	18 周	
		S01010010	党史国史教育	8	0.5	7	1		√	2(9-12)						
	公共任选课程	以所选课程为准	通识教育课程（涵盖线上和线下）	32	2	16	16		√							修满 2 学分方可毕业
		小计		112	7	63	49			2	2	2	0	0	0	
	专业限定选修课	J0203175	财税基础	28	1.5	14	14		√				2(1-14)			根据专业需求开设 4 门左右专业拓展课
		X0203914	毕业设计写作指导	24	1.5	12	12		√					24（1）		
		X0203915	商品拍摄	32	2	6	26		√			2（1-8） 4（9-12）				
		X0203916	图形图像处理	56	3.5	16	40		√	4(5-18)						
	专业任选课	X0203917	跨境多平台运营	28	1.5	8	20		√				4(2-8)			四选二
		J0203217	AI 智能体应用技术	28	1.5	8	20		√				4(2-8)			

课程性质	课程类型	课程编号	课程名称	学时分配				考核		学年/大学期分配//小学期分配/周课时数						备注
				总学时	学分	理论	实践	考试	考查	第一学年		第二学年		第三学年		
										一	二	三	四	五	六	
										20 周	21 周（含 1 周暑假认识实习）	20 周	21 周（含 1 周暑假劳动实践）	22 周（含 2 周寒假岗位实习）	18 周	
		X0203918	商务礼仪	28	1.5	14	14		√					4(4-10)		
		X0203919	商务沟通	28	1.5	14	14		√					4(4-10)		
		小计		**196**	**11.5**	**70**	**126**			**4**	**0**	**4**	**6**	**4**		
				2520	**127.5**	**755**	**1765**			**26**	**26**	**26**	**22**	**20**		

表 13 集中实践（专业实践）教学计划安排表

序号	主要实践环节	职业技能测试	各学期安排（周数）						备注
			一	二	三	四	五	六	
1	军训		3						
2	国家安全教育		1						
3	劳动实践		1						暑假
4	认识实习			1					暑假
5	第二课堂社会实践活动								
6	企业岗位实训（现代学徒制）				6				
7	电子商务职业技能训练					2			
8	毕业设计写作指导						1		
9	毕业设计						0.5	0.5	
10	岗位实习						8+2（寒假）	14	
合　计（周数）			4	1	6	2	11.5	14.5	
总　计（周数）		39							

表 14　教学总学时分配表

序号	课程性质	课程类型		课程门数	教学课时				实践学时比例（%）	占总学时比例（%）	备注
					总学分	理论课	实践课	总学时			
1	必修课程	公共基础必修课程		15	38.5	366	434	800	54.25	31.74	占总学时比例要求≥25%
2		专业必修课程	专业基础（平台）课程	7	14	112	136	248	54.84	9.84	
3			专业核心课程	6	16.5	94	170	264	64.39	10.48	
4			专业实践课程	7	40	50	850	900	94.44	35.71	
5	选修课程	公共限定选修课程		5	5	47	33	80	41.25	12.22	占总学时比例要求≥10%
6		公共任选课程		1	2	16	16	32	50.00		
7		专业限定选修课/专业拓展课程		4	8.5	40	100	140	71.43		
8		专业任选课程		2	3	22	34	56	60.71		
总计				47	**127.5**	747	1773	2520	**70.36**	100	

备注：集中实践教学环节以整周为单位进行安排（一周折算为 24 课时）。

八、实施保障

紧密对接职业岗位任务需求，以“立德树人”为根本，以课堂教学为载体，深化“三教”改革，实施“三全”育人，确保高质量完成专业人才培养目标，打造一支职称、学历、年龄结构合理且数量稳定的高水平双师型专业教学团队，建设能满足电子商务专业课程教学及实训实习需要的教学场地与设施设备，开发丰富多样的专业教学资源，建立科学合理的考核评价体系和质量管理机制。

（一）师资队伍

1.队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 18:1，双师素质教师占专业教师比不低于 60%，专任教师队伍考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

表 15 师资队伍结构一览表

在校学生数	专任教师数	兼职教师数	双师教师比例	年龄结构	学历结构	职称结构	专业带头人	中青年骨干教师
251	20	6	100%	30-45 岁，占 89%，46-53 岁占 11%。	博士 2 人，硕士以上 15 人占比 90%。	教授 1 人，副教授以上 40%。	1 人	4 人

2.专业带头人

本专业带头人具有高校教师系列高级以上专业技术职称，能够较好地把握国内外行业、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，主持省级及以上专业建设、课程建设、资源库建设、实践教学改革项目。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。近5年，承担本专业课程教学任务，每学年至少为学生讲授一门课程，且教学测评至少 2 次优秀。

3.专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德

情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务、管理科学与工程、计算机应用、企业管理、国际贸易等相关专业本科及以上学历；担任校级及以上骨干教师、专业带头人，或校级及以上教学团队、名师（大师）工作室、技能技艺传承创新平台核心成员，具有从事本专业相关职业（工种）的中级及以上国家职业技能等级证书或职业资格证书；或持有从事本专业相关职业（工种）国家职业技能鉴定中级及以上考评员资格证书。参加实践时长大于 2 周的国家、省、市、校级培训项目，考核合格。个人参与或指导学生参加省级及以上专业技能类、科技发明类、创新创业类竞赛并获奖。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。

4.兼职教师

主要从本专业相关行业企业聘任，要求具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具备具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担《网店运营推广》《图形图像处理》、《数据化运营》、《互联网产品开发》等专业课程教学，电商平台运营管理、电商平台营销推广、电商平台客服等岗位实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

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、校内实训室和校外实训基地。

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 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施。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.校内实训实训基地（室）配置

表 16 校内实习实训基地（室）配置

序号	实验实训 基地（室）名称	功能 （实训实习项目）	面积、设备名称及台套数	容量（一次性容纳人数	承担的课程
1	京东.湘商学院创新创业孵化基地	京东客户服务、电子商务创业实践	面积：2000 平方；设备：服务器 2 台、京东专用网络设备设施一套、60 工位等网络客服设备，其他创新创业设备。	200 人	客户服务与管理
2	长沙市现代服务业人才公共实训基地电子商务中心 国家级现代服务业协同创新中心 中国（长沙）跨境电商综试区人才孵化基地	电子商务运营、网络营销推广、网络美工、商务数据分析实训	面积：1700 平方；电子商务运营、网络营销推广、网络美工、商务数据分析实训设备软硬件各一套。	520 人	商务数据分析、电子商务、新媒体营销、互联网产品开发
3	餐饮数字化营销实训室	餐饮类商品拍摄、短视频拍摄与制作、直播	150 平米，交互智能双屏及双屏教学系统、OPS 电脑模块、AI 智能笔、传屏器、多媒体教学设备、系统集成调试设备、交互智能平板、研讨型智慧教室系统、录直播系统、小组学习型	50 人	互联网餐饮营销餐饮新媒体运营

3.校外实习实训基地基本情况

具有稳定的校外实训、实习基地。能够提供开展电子商务运营管理、数据营销推广、网店美工、网络客户服务等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。能提供电子商务运营管理、数据营销推广、网店美工、网络客户服务等相关实习岗位，能涵盖当前电子商务专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数指导教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、生活的规章制度，有安全、保险保障。学院设立专门管理部门，明确专人负责具体工作，建立“学校—二级学院—教研室”的管理体制，实行统一归口管理和分级组织实施。

表 17 校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训 基地（室） 名称	功能 （实训实习项目）	面积、设备名称及台套数	容量（一次性容纳人数	承担的课程

1	湖南志铭品牌管理公司实训基地	跨境电子商务运营、数据营销、新媒体营销	120 平米，配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入/WiFi 环境；配备计算机 30 台。	30	电商运营推广、网络营销、数字营销、新媒体营销、跨境电子商务创业实践
2	湖南数魔网络实训基地	商务数据分析实训、电子商务运营、数据营销	120 平米，配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入/WiFi 环境；配备计算机 30 台。	30	商务数据分析、跨境电商运营推广、数字营销、跨境电子商务创业实践
3	湖南慧采集团有限公司实训基地	电子商务运营、网络营销推广、网络美工、商务数据分析实训、跨境电子商务运营、数据营销、新媒体营销	120 平米，配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入/WiFi 环境；配备计算机 30 台。	30	电子商务运营推广、网络营销、网络美工、商务数据分析、跨境电商运营推广、新媒体营销
4	京东集团实训基地	京东客户服务、电子商务创业实践	2000 平米，配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入/WiFi 环境；配备计算机 60 台。	200	数字化客户服务与管理、电子商务创业实践
5	湖南金磨坊有限公司实训基地	网络营销推广、新媒体营销	120 平米，配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入/WiFi 环境；配备计算机 30 台。	30	网络营销、新媒体营销
6	湖南冰火楼酒店管理有限公司	电子商务运营、网络营销推广、网络美工、商务数据分析实训、跨境电子商务运营、数据营销、新媒体营销	120 平米，配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入/WiFi 环境；配备计算机 20 台。	60	电子商务运营推广、网络营销、网络美工、商务数据分析、跨境电商运营推广、新媒体营销
7	湖南王小余食品科技有限公司	电子商务运营、网络营销推广、网络美工、商务数据分析实训、跨境电子商务运营、数据营销、新媒体营销	120 平米，配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入/WiFi 环境；配备计算机 20 台。	30	电子商务运营推广、网络营销、网络美工、商务数据分析、跨境电商运营推广、新媒体营销
	湖南徐记酒店管理有限公司	电子商务运营、网络营销推广、网络美工、商务数据分析实训、跨境电子商务运营、数据营销、新媒体营销	120 平米，配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入/WiFi 环境；配备计算机 20 台。	30	电子商务运营推广、网络营销、网络美工、商务数据分析、跨境电商运营推广、新媒体营销
	新长福餐饮管理有限公司	电子商务运营、网络营销推广、网络美工、商务数据分析实训、跨境电子商务运营、数据营销、新媒体营销	120 平米，配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入/WiFi 环境；配备计算机 20 台。	30	电子商务运营推广、网络营销、网络美工、商务数据分析、跨境电商运营推广、新媒体营销

（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、图书及数字资源等。

1.教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，选用教育部 “十三五”/“十四五”规划教材或一级出版社教材，严格审核教材内容，禁止有意识形态问题、颠覆中华优秀传统文化等不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用委员会，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。课时数 20 节以下及实训课程，鼓励教师自编讲义，不订购教材。与合作企业整合新技术、新方法开发《电子商务基础》《新媒体营销》《直播电商》等新型活页教材、工作手册。

2.图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足电子商务人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：有关市场调查与分析、新媒体营销、智能客服服务实务、品牌策划与推广、AI 技术等专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和文献，图书数量不低于 50000 册。

3.数字资源配备基本要求

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。

表 18 电子商务专业数字化资源选用建议表

序号	课程或平台名称	资源网址	备注
1	电子商务基础	https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=pjksagwuxibbgqilym50ia	自行开发
2	图形图像处理	https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=86f2dc105b82ef04cd394e6a8570	自行开发
3	商品拍摄	https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=68c038a3cc924bc5b5aa9e17c5ec1a86	自行开发
4	短视频设计与制作	https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=0o5hatiqw4ldm1eeo5tx0w	自行开发

5	数据化运营	https://icvemooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=e161aa179aa7b432c0763907cc53b226	引用参考
6	网店运营	https://user.icve.com.cn/learning/u/teacher/teaching/indexCourse.action?courseId=db31373c88fd496aadd0168289a490dd&archive=0	自行开发
7	互联网产品开发	https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=ho5nazmttrlabdt0nywp4w	自行开发
8	商务数据分析与应用	https://icvemooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=9a0aee354bb533c17a46905f0b939998	自行开发
9	网络营销	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/homePage/homePage.html	自行开发
10	数字营销技术	http://dm.itmc.cn/	企业开发
11	电子商务电子沙盘训练	http://10.2.88.40/mk	企业开发
12	民族文化传承与创新子库——烹饪工艺与营养传承与创新	https://www.icve.com.cn/portalproject/themes/default/8ahavekirjkhdlcgckfig/sta_page/index.html?projectId=-8ahavekirjkhdlcgckfig	国家级教学资源库
13	智慧职教平台	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/homePage/homePage.html	引用参考
14	微知库平台	http://smzyk.36ve.com/home/project-home-page?projectId=889	
15	超星平台	http://passport2.chaoxing.com/login	

（四）教学方法

依据课程性质与任务和学情分析结果，分别采用讲授、案例、情景模拟、任务驱动、实训演练、自主学习、小组探究等教学方法，以达成课程教学的素质、知识、技能目标。针对学生学习的差异性，充分利用信息平台，突破时间限制，线上线下相结合，进行分类指导，满足个性化学习的需要，有针对性地提高学习效果。主要教学方法特点及使用情况见表 19。

表 19 教学方法一览表

教法	特点	适用性
讲授法	传统的、通用的教学法；重点阐述分析知识理论、技能要点。	适用于所有课程教学，主要用于公共基础课程及专业基础课程教学。
案例教学法	通用的教学方法；引入相关案例，导出问题，组织学生对案例进行分析和讨论启发学生积极思考，深入理解掌握知识要点。	主要用于专业基础课及核心课程教学，同时也是课程思政教学，时政案例引入的主要方式。

情景教学法	创设真实或仿真实训环境，让学生在仿真实训系统中完成任务，从“理论学习”到“实践练习”“静态学习”向“动态学习”转变，提高学习效果。	主要用于《商务礼仪与沟通》《消费者行为分析》《智能客户服务实务》等核心技能课程教学。
任务驱动法	以真实项目为载体，以任务为导向，按照课程对应岗位工作任务要求及流程，在老师指导下，通过探究找到解决学习问题方法、措施，形成师生互动、生生合作的探究式学习氛围。	主要用于《市场调查与分析》《新媒体营销》《品牌策划与推广》《销售与管理》等专业核心课程的技能训练部分。
实训演示	对接岗位工作标准技能标准，教师展示或演示专业技能；对教师的实践技能提出了较高要求，也是教师实践教学水平与精益求精的工匠精神的体现。	主要适用专业核心课程及实践课程的技能训练，比如：调查问卷设计、新媒体营销图文创作、品牌 logo 设计、商务沟通话术展示、谈判技巧展示等
学法	**特点**	**适用性**
自主学习法	教师下达学习任务并提供参考建议，学生充分利用课程网络资源，自行探究学习，有利于养成良好的学习习惯，提高学习能力。	课前课后的主要学习方式，为课中学习赋能，提高学习效果和满足个性化学习需要。
实训操作（实践）法	利用校内实训室、实训基地或校外实训基地，在教师指导下进行技能训练和岗位实习操作；提高专业技能和实践能力；有效实施差异化指导。	主要用于专业核心课程技能训练和综合实训、岗位实习及毕业设计等实践课程的学习。
小组探究法	问题导向，通过小组讨论、协作，互助学习；调动学生学习的主动性和积极性。	适应所有课程学习；主要用专业课程课前探究、课中讨论及课后拓展提升学习。

（五）学习评价

对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感、态度等方面，体现评价标准的科学合理，对学生的素质、知识、能力进行全面评价评级结果客观真实、全面，有利于发挥学生潜能，提升自信心。为促进学生全面发展，激发学生积极参与教学活动，采取多元增值课内外融通评价的方式，评价内容多维化、评价主体多元化、评价方法多样化。依据不通过的课程采取如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

1.专业理实一体课程评价

专业理实一体的课程包括专业基础课程与专业核心课程，实施过程评价和成果评价相结合的多元、增值评价（对于学习基础较差的学生，每进步 1 名或考试考核分数每增加 5 分，给予一定分数的奖励），鼓励自主学习与小组协作学习。

课程考核内容包括职业素养、专业知识、技能、情感、态度以及成

果展示，过程考核与总结考核相结合各占 50%，具体考核评价见各专业课程标准，专项技能参考技能考核评分标准及评分细则，比如市场调查与分析，新媒体营销、品牌营销策划等。

2.实训课程评价

比如电子商务电子沙盘实训课与数字营销实训课，采取过程与平台得分结果相结合的评价方式，占比分别为 60%和 40%，过程评分主要是学习态度与训练过程任务完成情况，结果按照平台得分排名赋分。

3.实习课程评价

实习安排须遵照教育部岗位实习基本要求，严格按照学校、学院相关制度执行，建立岗位实习评价标准，由企业指导老师和校内指导老师进行共同评价，占比分别为 70%和 30%。考核结果分优秀、良好、合格和不合格。

4.毕业设计成绩评价

本专业要求学生以实习单位为背景，结合岗位实习工作任务，进行营销方案设计和营销活动策划，帮助企业解决营销实践问题。毕业设计的成绩评定，依据电子商务专业毕业设计作品标准评价标准要求及答辩要求进行评定，由毕业设计作品成绩和答辩成绩组成，分别占 60%和 40%。依据分数高低定为优秀、良好、合格和不合格四个等级，评测学生电子商务专业综合知识、技能以及营销策划能力、数字营销技术应用能力、分析能力、逻辑思维能力、文字表达能力。

（六）质量管理

1. 完善“学校、二级学院、教研室、课程团队”四个层次教学质量保障体系。坚持“以生为本、持续改进、强化实效”原则，构建目标决策、教学运行、质量监控、质量评价、条件保障和教学能力提升系统组成“六体系”质量保障体系，完善运行机制，加强运行管理，通过数据的比较分析进行全链接、多维度的教学质量分析评价，形成教学

过程管理、评价、反馈和改进的闭环系统，不断提高课堂教学质量（见图 2 所示）。

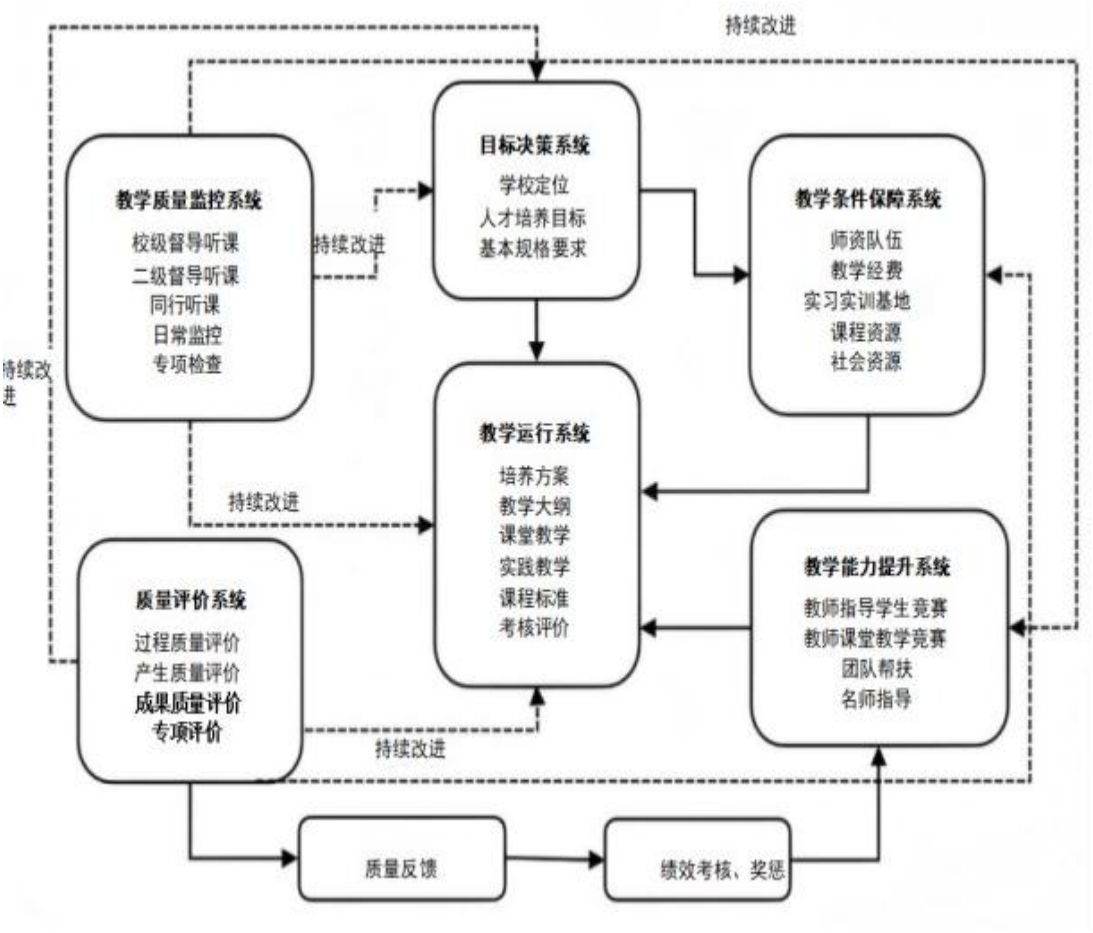

图 2 诊断与改进 8 字螺旋图

表 20 专业建设质量监控点（5 维 40 点）

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
1.专业设置（0.1）	（1）专业设置论证报告★	≥良好	良好
	（2）培养目标与规格	≥良好	良好
	（3）校企合作体制机制建设	≥良好	良好
	（4）年度专业人才市场需求调研报告★	≥良好	良好
2．专业建设与改革（0.25）	（5）专业建设规划★	≥良好	良好
	（6）课程建设规划★	≥良好	良好
	（7）专业标准体系建设（含专业教学标准，专业技能考核标准及题库、毕业设计标准，专业建设质量标准，人才培养质量标准等）★	≥良好	良好

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
	（8）专业课程体系★	≥良好	良好
	（9）教学组织设计★	≥良好	良好
	（10）教学方法和手段	≥良好	良好
	（11）实习实训项目开出率★	100%	100%
	（12）整体项目开出率★	≥85%	90%
	（13）专业制度体系建设（课程管理，教学管理，队伍管理，专业评估等）★	≥良好	≥良好
3.专业师资队伍（0.25）	（14）专业师资队伍建设规划	≥良好	≥良好
	（15）专任核心课教师（名）★	≥3	5
	（16）副高以上专业技术职务教师（名）★	≥1	5
	（17）“双师型”教师比例★	≥70%	90%
	（18）教师培养培训达标率	100%	100%
	（19）平均年度发表论文与出版著作（篇）	4	4
	（20）平均年度在研课题与项目	3	3
	（21）平均年度获得院级及以上成果与获奖	1	2
4.专业教学环境（0.25）	（22）实训室建设规划	≥良好	≥良好
	（23）生产性实训基地建设规划	≥良好	≥良好
	（24）实训室数量及设备台套数★	≥良好	≥良好
	（25）生产性实训基地数量	≥1	1
	（26）专业网络平台建设	≥良好	≥良好
	（27）专业图书资料（册）★	≥500	≥500
	（28）年度生均经费投入（元）★	≥7000	≥7000
5.专业人才培养质量（0.15）	（29）英语A级通过率	80%	80%
	（30）计算机技能考核合格率	90%	90%
	（31）专业技能抽查通过率★	100%	100%
	（32）毕业设计合格率★	100%	100%
	（33）双证书率★	≥90%	≥90%
	（34）招生计划（人）★	≥50	95
	（35）招生计划完成率★	≥90%	≥90%
	（36）新生报到率★	≥90%	≥90%
	（37）按时毕业率	≥95%	≥95%
	（38）初次就业率★	≥85%	≥85%
	（39）对口就业率★	≥65%	≥65%
	（40）专业年度办学水平评估★	≥良好	≥良好

注：标★号者为湘教发〔2018〕39号文件必审指标。

2.明确目标，强化过程管理。人才培养明确目标定位，注重社会需求与培养目标、培养目标与毕业要求、毕业要求与课程体系及教学内容之间的对应关系，优化课程体系，改革教学内容，构建与人才培养目标和毕业要求相契合的人才培养课程体系结构与实践教学体系，围绕学生学习过程，实施动态的形成性评价、反馈和改进。

3.改革人才培养评价方式，强调多方参与。定期吸收行业、政府、用人单位专家、学生与家长代表参与的专业考核，修改和完善专业课程标准、专业技能考核标准及题库。每年开展毕业生就业去向调查，分析毕业生一年后主要从事的行业、职业、反馈意见等。并对在校生生源情况、学业水平等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。专业课程团队队将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。

4.充分发挥教研室、课程团队作用，确保质量监控工作到位。专业教研室、课程团队充分利用评价分析结果有效改进专业教学，按需召开研讨会，就专业和课程改革的发展战略或同层次问题进行研讨和反馈，持续提高人才培养质量。专业课程团队队将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。

九、毕业要求

1.本专业学生修读完成人才培养方案规定的全部课程，考核全部合格。

2.至少修满127.5个学分（其中包括军事理论和军事技能4学分，国家安全教育1学分、劳动教育1学分，毕业设计1学分，岗位实习24学分）。

3.符合学校其他制度规定的毕业要求，并且无纪律处分或已解除。

4.鼓励获取普通话、英语三级等证书以及至少1个职业技能等级证书或职业资格证书。

十、附录

附件 1：2025 级专业人才培养方案论证书

附件 2：2025 级专业人才培养方案审批表

附件 3：2025 级专业人才培养方案变更审批表

附件 1：

2025 级_____电子商务____专业人才培养方案论证书

论证专家（专业建设指导委员会成员）				
序号	姓名	职称/职务	工作单位	签名
1	谷兴荣	教授	湖南师范大学商学院	谷兴荣
2	何健	区域经理/电子商务师	中教畅享北京科技有限公司	何健
3	李军	经理/高级经济师	湖南懋军宝工电子有限公司	李军
4	杜启平	教授/院长	长沙商贸旅游职业技术学院	[illegible]
5	龚芳芳	副教授/教研室主任	湖南现代物流职业技术学院	龚芳芳
6	甘玲俐	副教授/副院长	长沙商贸旅游职业技术学院	甘玲俐
7	廖敏	毕业生代表	湖南即速飞扬科技有限公司	廖敏

论证意见

人才培养方案编制准备充分，对电子商务专业人才供需状况进行了全面的调研。培养目标明确，课程内容合理,体现了专业特色。

专家论证组组长签字：谷兴荣

2025 年 7 月 16 日

说明：专业建设委员会由行业企业专家、教科研人员、一线教师和学生（毕业生）代表组成的专业建设指导委员会，需包含 2 名以上的校外专家，由专家论证组组长签署意见，此表填写好扫描后与人才培养方案一并装订。

附件 2：

2025 级 电子商务 专业人才培养方案审批表	
专业名称：电子商务　专业代码：530701　所属院（部）：湘菜学院	
专业制订团队	伍建华 [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] 王晨 [illegible]
二级学院意见	电子商务专业人才培养方案结合学校办学定位和办学特色，科学合理的确定专业培养目标，明确了学生的素质、知识和能力要求。 （二级学院公章）
学校教学工作委员会意见	（教学工作委员会公章）
校长办公会审定意见	（学校公章）
校党委会审定意见	（学校党委公章）

附件 3：

<table>
<tr><td colspan="4">2025 级电子商务专业人才培养方案变更审批表
20　-20　　学年　第　　学期</td></tr>
<tr><td>申请学院</td><td></td><td>适用年级/专业</td><td></td></tr>
<tr><td>申请时间</td><td></td><td>申请执行时间</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">人才培养方案调整内容</td><td colspan="3">原方案</td></tr>
<tr><td colspan="3">调整方案</td></tr>
<tr><td>调整原因</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>所在二级学院（部）意见</td><td colspan="3">二级学院（部）院长/主任（签字盖章）：
年　　月　　日</td></tr>
<tr><td>教务处意见</td><td colspan="3">负责人（签字盖章）：
年　　月　　日</td></tr>
<tr><td>分管副校长意见</td><td colspan="3">（签字盖章）：
年
月　　日</td></tr>
</table>

说明：变更人才培养方案必须填写此表，一式两份（教务处一份，提出变更的学院存一份）。