

《数字营销》专业群人才培养方案

【专业群名称】 数字营销

【包含专业】 市场营销、电子商务、跨境电子商务

【入学要求】 高中阶段教育毕业生或具有同等学力者，文理兼招。

【学制学历】 基本学习年限以3年为主，弹性学制范围3-6年；学历为大学专科。

一、职业面向

序号	专业大类 (代码)	专业类 (代码)	专业 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业 类别(代码)	主要岗位类别 (或技术领 域)	职业资格 (技能等 级)证书	社会认可 度高的行 业企业标 准和证书 举例
1	财经商贸 大类 (53)	工商管理 类 (5306)	市场营销 (530605)	批发业 (51) 零售业 (52) 商务服 务业(72)	营销员 (4-01-02-01) 商品营业员 (4-01-02-03) 直播销售员 (4-01-02-07) 全媒体运营师 (4-13-05-04) 市场营 销专 业人 员 (2-06-07-02) 营销策 划专 业人 员 (2-06-07-03)	1. 市场调查 2. 产品推广 3. 品牌策划 4. 销售管理 5. 客户关系 6. 全媒体推广	1. 数字营 销技 术应 用职 业技 能等 级证 书 2. 直播电 商职 业技 能等 级证 书 3. 网店运 营推 广职 业技 能等 级证 书	1. 互联 网营 销师 2. 全 媒体 运营 师 3. 电 子商 务师 4. 跨 境电 子商 务师
		电子商务 类(5307)	跨境电 子商 务 (530702)	互联网和 相关服 务(6305)		1. 跨境电 商平 台运 营专 员 2. 跨境 电 商外 贸客 服 3. 跨 境电 商美 工 4. 跨 境电 商产 品经 理	5. 阿里巴 巴跨 境电 商 B2C 数据 运 营	

二、培养目标

本专业群对接数字经济时代吉林省高质量发展产业转型升级要求，旨在培养适应企业数字化转型、服务区域经济和社会发展需求的兼顾数字营销技术能力和创新能力的综合人才。具体而言，培养思想政治坚定、德智体美劳全面发展，具备生产运营、研发设计等行业知识，掌握大数据等商业信息应用技术，能够从事需求分析与挖掘、产品规划、视觉沟通、品牌建设、客户服务与关怀等商务服务工作，数据素养突出、跨界应用能力出色、国际视野宽广的复合型、创新型高技能数字营销人才。

三、培养规格

（一）素质

1. 思想政治素质

- （1）具有正确的世界观、人生观、价值观；
- （2）坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；
- （3）崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；
- （4）具有社会责任感和参与意识。

2. 职业素质

- （1）具有良好的职业道德和职业素养；
- （2）崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；
- （3）尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；
- （4）具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；
- （5）具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；
- （6）具有职业生涯规划意识。

3. 身心人文素质

- （1）具有良好的身心素质和人文素养；
- （2）具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；
- （3）具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；
- （4）掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

（二）知识

1. 公共基础知识

- (1) 掌握思想政治、大学语文、高等数学、公共外语、大学生心理与健康、科学文化等相关知识；
- (2) 掌握与本专业相关的法律法规及现代市场规则；
- (3) 掌握计算机应用、网络技术的基本理论；

2. 专业知识

- (1) 熟悉数字营销的新知识、新技术；
- (2) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；
- (3) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；
- (4) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；
- (5) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；
- (6) 掌握数字营销活动策划与组织的基本内容和方法；
- (7) 掌握电商视觉设计的技巧和方法、常用图片处理软件的基础操作、视频文案设计、拍摄及后期制作知识和网络软文的写作方法；
- (8) 掌握网店运营的规范与流程
- (9) 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写方法；
- (10) 掌握跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法；

(三) 能力

1. 通用能力

- (1) 口语和书面表达能力；
- (2) 解决实际问题的能力；
- (3) 终身学习能力；
- (4) 信息技术应用能力；
- (5) 独立思考、逻辑推理、信息加工能力等。

2. 专业技术技能

- (1) 具有使用数字营销工具的能力；
- (2) 能够对客群和竞争者进行分析；
- (3) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析；
- (4) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；
- (5) 能够组织实施推销和商业谈判；

- (6) 能够对客户关系和销售进行日常管理;
- (7) 具有网店设计、店铺装修、数据分析与运营能力;
- (8) 能开展跨境电商 B2C 平台的店铺装修、数据分析和运营操作;
- (9) 具备数据意识和商务数据分析应用能力;
- (10) 能开展市场开发、采购与选品、供应商谈判、定价、品牌运营与维护、客户关系管理、财务分析和绩效评价等国际市场采购管理;

四、人才培养模式

学校坚持以培养高素质技能型人才为主线,依托校内外实训基地和课证融通的课程体系,构建“双主体、三段式、六步骤、六递进”的“2366”工学结合人才培养模式(如图1)。以素质教育为主线,系统设计、贯穿渗透,建立全面培养、全员参与,全程实施的“三全”素质体系,培养服务第一线的高素质技术技能人才。

“双主体”即以学校和企业为两个实施主体。“三段式”即将整个人才培养期划分为“以验带学”、“以训促学”和“以习强学”三个阶段,达到“练与教、做与学、导与做”的三合一。

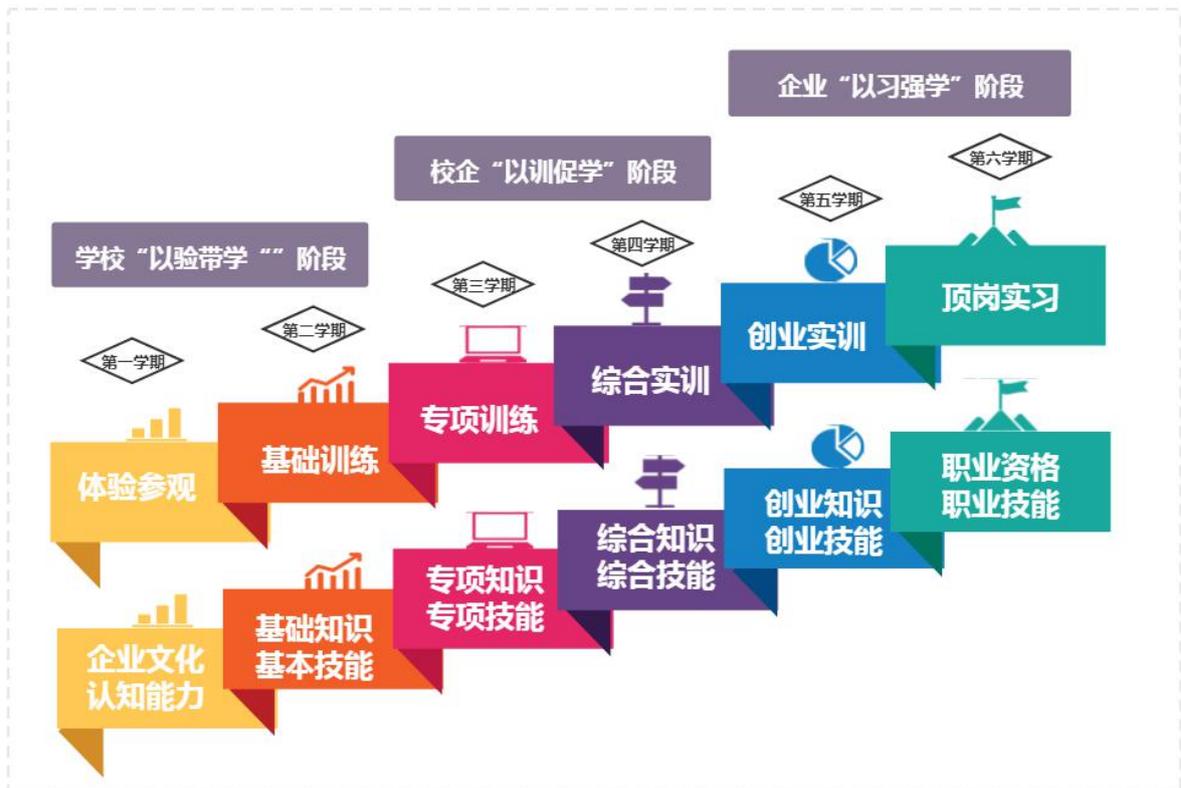


图1 专业“双主体、三段式、六步骤、六递进”人才培养模式图

“以验带学”阶段，主要在学校进行实施，辅以新生入学后的企业参观学习，对专业基础和公共基础课程采用验证性、应用性实验方式，以校内专任教师为主，在实验中来熟练基本技能，掌握基础性知识，实现“练中教、教中练”合一。

“以训促学”阶段，主要在学校和合作企业双重环境进行实施，专业必修或选修课程采用实用性、综合性项目载体，以专兼教师为主，在教学模拟生产性实训中，促进专业知识和技能提高，实现“做中学，学中教”合一。

“以习强学”阶段，主要在学校进行实施，以生产性任务为载体，以企业兼职教师为主导，在企业的轮岗实习、顶岗实习中，强化岗位胜任能力和职业就业能力培养，实现“做中导、导中做”合一。

“六步骤”即依据三年学制中的六个学期为实施节点，以实践教学组织实施为主线，细分为参观体验、基础训练、专项实训、综合实训、创业实训、顶岗实习六个步骤环节。

“六递进”即按照学生认知规律，对应“六步骤”实践操作过程，将职业能力培养设计成由低到高的递进层次，形成集认知能力、基本技能、专项技能、综合技能、国家职业资格初级或中级技能、1+X 职业技能于一体的目标培养体系。

五、课程体系与课程简介

（一）课程体系的架构与说明

根据数字营销岗位群要求，综合考虑学生基本素质、职业能力与可持续发展能力的培养，体现数字经济与社会发展对人才需求的变化，构建如下课程体系（如图 2 所示）。

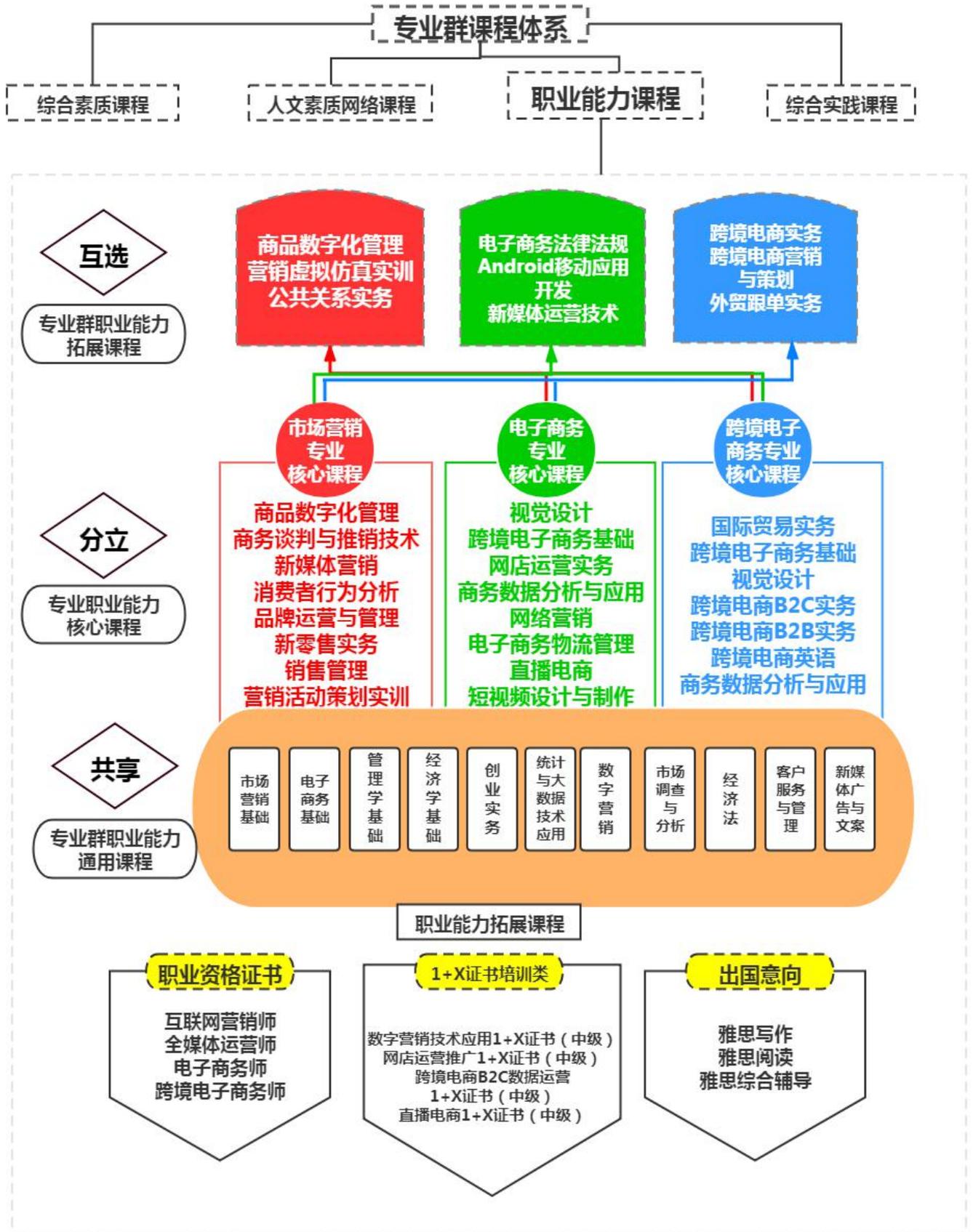


图2 专业群课程体系架构

（二）公共基础课程简介（见学校综合素质课程简介）

（三）职业能力课程简介

1. 市场营销基础

《市场营销基础》课程是数字营销专业群的职业能力通用课程。设课目的是通过本课程的学习，使学生牢固树立以顾客为中心，满足消费者需求的营销理念，熟悉营销活动的过程，掌握营销各环节的基本操作方法，制定营销计划。

教学内容主要有：营销的核心概念、营销环境分析、消费者购买行为分析、市场调查与预测、营销战略、营销组合策略等内容。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 42 学时，在第一学期安排。

2. 电子商务基础

《电子商务基础》课程是数字营销专业群的职业能力通用课程。设课目的是通过本课程的学习，使学生对电子商务的基本体系及各个组成部门有一个基本的认识，为后续课程奠定必要的基础，掌握电子商务基本业务处理流程和操作技能，具有良好的电子商务行为规范。

教学内容主要有：电子商务的网络技术基础、网络营销、在线零售、电子商务结算系统、电子商务环境下的物流和供应链管理、电子商务系统的安全、电子商务与企业信息化、电子商务发展环境分析及其他应用等。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 42 学时，在第一学期安排。

3. 商务礼仪

《商务礼仪》课程是数字营销专业群的职业能力通用课程。设课目的是通过本课程的学习，帮助学生掌握常见商务活动的组织策划技巧、熟悉各类商务活动的礼仪规范和着装要求，使学生能够胜任未来就业岗位的要求。

教学内容主要有：商务礼仪基本知识、商务会议礼仪、客户接待与拜访礼仪、商务宴请礼仪、职业形象礼仪等知识。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、分组讨论法等多种教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 28 学时，在第一学期安排。

4. 管理学基础

《管理学基础》课程是数字营销专业群的职业能力通用课程。设课目的是通过本课程

的学习，学生基本能够熟悉管理的基本理论和方法，具备一定的管理意识和创新意识，初步具有分析和解决经营管理中实际问题的能力，为将来从事基层管理工作打下良好的基础。

教学内容主要有：该课程以管理的四大职能为主线，从认识管理的概念和管理学发展的历史开始，依据管理工作的逻辑顺序完成计划、组织、领导和控制四项工作。

本课程采用项目导向教学法，任务驱动教学法，案例分析教学法，角色扮演教学法等模式，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 42 学时，在第一学期安排。

5. 经济学基础

《经济学基础》课程是数字营销专业群的职业能力通用课程。设课目的是通过讲授经济学的基本理论和基本方法，为进一步学习职业能力课程和职业拓展课程及将来从事市场营销工作奠定基础。

教学内容主要有：通过讲授经济学基本理论和规律，使学生掌握经济学的基本概念，理解常用的经济规律，建立经济学的基本思维框架，学会运用经济理论及规律对实际问题进行分析，为进一步学习专业课程奠定基础。

本课程采用混合式教学、案例教学、讨论式教学等教学模式，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第二学期安排。

6. 经济法

《经济法》课程是数字营销专业群的职业能力通用课程，是理论性、实用性、操作性很强的法律学科，是学生今后取得相关职业、职称资格的必考课程之一。设课目的是通过学习，使学生能够掌握有关经济法律制度的基本理论和具体法律规定；熟悉有关经济争议解决的程序；具有一定的处理经济纠纷的能力和职业素质。

教学内容主要有：公司法、合伙企业法律制度、外商投资企业法律制度、票据法、工业产权法、合同法、担保法、经济仲裁与诉讼制度等内容。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第四学期安排。

7. 统计与大数据技术应用

《统计与大数据技术应用》课程是数字营销专业群的职业能力通用课程。设课目的是通过本课程的学习，提高学生搜集和整理数据的能力；提高应用统计理论建模、分析、预测等解决实际问题和综合管理的能力。建立统计理论知识框架和统计方法，形成数据分析逻辑思维，学会数据处理方法，同时为其他专业课程的学习打下良好的基础。

教学内容主要有统计学知识的基本原理，统计数据的搜集与整理，形成数据分析逻辑思

维，注重统计分析、应用和预测。

本课程采用理论讲授，案例分析，课堂讨论，上机实践操作授课模式，在实训室授课。

本课程建议学时为 32 课时，在第三学期安排。

8. 市场调查与分析

《市场调查与分析》是数字营销专业群的职业能力通用课程。设课目的是通过本课程的学习，使学生明确市场调查与分析在经营管理和组织工作中的地位和作用，熟悉市场调查与分析的基本程序，掌握运用市场调查的主要方法，培养学生注重深入实际调查研究问题、分析问题和解决问题的能力。

教学内容主要有：市场调查与分析的基本理论、方法和技术等内容；掌握调查方案的设计方法、市场信息的搜集和获取，训练收集、信整、分析理息，设计调查问卷、撰写调研报告等技能。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

9. 客户服务与管理

《客户服务与管理》是数字营销专业群的职业能力通用课程。设课目的是通过本门课程的学习，能够培养学生良好的网络客户服务和管理意识、握扎实的网络客户服务技能，能够进行客户信息管理、满意度管理、忠诚度管理等综合技能业务，能够满足网络客服专员等岗位的要求。

教学内容主要有：客户关系开发，客户关系价值分析，客户满意与忠诚管理，客户互动与保持，客户投诉与流失管理，客户数据与信息管理等。

本课程采用小组项目教学法，工作过程导向教学法、翻转课堂教学法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 32 学时，在第四学期安排。

10. 新媒体广告与文案

《新媒体广告与文案》课程是数字营销专业群的职业能力通用课程。设课目的是使学生通过学习新媒体环境下广告与文案的策划与创意技术，培养学生对广告的鉴赏能力、甄别能力、创造能力，具备运用多种文案制作工具开展文案撰写的技能，同时为后继《新媒体营销实训》等课程的学习打下坚实的基础。

教学内容主要有：新媒体广告策划流程、新媒体文案基础知识、新媒体文案的具体写作、营销软文写作、电商文案写作、其他类型的新媒体文案写作。

本课程采用理实一体化教学模式，在多媒体教室授课。通过灵活运用案例分析、课堂讨

论、社会实践等教学方法等，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。

本课程建议学时为 48 学时，在第四学期安排。

11. 商务谈判与推销技术（专业核心课）

《商务谈判与推销技术》课程是市场营销专业职业能力核心课程，设课目的是通过本门课程的学习，使学生能够树立正确的沟通理念和掌握基本的沟通方法、技巧及其沟通艺术，运用推销中常用的方法、策略与技巧，结合具体情况进行推销的实践活动，使学生达到理论联系实际、活学活用的基本目标，并使学生养成善于观察、独立思考的习惯，强化学生的职业道德意识和职业素质养成意识。

教学内容主要有：商务谈判的基本原理和实务，商务谈判的程序、内容、伦理、过程及礼仪，推销与谈判的基本工作流程等内容；掌握寻找与接近潜在顾客、推销洽谈、顾客异议处理技巧、推销售后服务与顾客维系技巧等主要知识；训练学生寻找客户、接近客户、异议处理、成交技巧等推销技能。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 64 学时，在第三学期安排。

12. 新零售实务（专业核心课）

《新零售实务》课程是市场营销专业职业能力核心课程。设课目的是通过本门课程的学习，学生能够在进入实际工作岗位时胜任一般性的新零售管理工作，对学生营销综合职业能力培养起主要支撑作用。

教学内容主要有：理解新零售时代，零售企业管理的基本思想，掌握新零售时代下，零售企业的商圈分析及选址、商品规划与管理、卖场规划与运营管理、门店经营业绩评价与分析及零售企业如何玩转零售 O2O 及新零售相关理论与实务等方面的知识与技能。

本课程采用项目导向教学法，任务驱动教学法，案例分析教学法，角色扮演教学法等，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 32 学时，在第四学期安排。

13. 消费者行为分析（专业核心课）

《消费者行为分析》课程是市场营销专业职业能力核心课程。设课目的是通过本门课程的学习，使学生熟练掌握消费者行为学的基本理论和实践操作的技能，可以提高学生的职业技能和素质，为适应经营管理类职业岗位和继续学习打下坚实的基础。培养适应我国市场经济发展需要的应用型专业人才服务。

教学内容主要有：消费行为中商品名称、品牌、包装、开发与消费心理；商品价格与消费者心理；商业广告与消费者心理；营销沟通与消费者心理。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第四学期安排。

14. 销售管理（专业核心课）

《销售管理》课程是市场营销专业职业能力核心课程。设课目的是通过本门课程的学习，使学生正确理解销售管理的内容，掌握销售管理的基本思路、方法，并能综合运用于对实际问题的一般操作，初步具有解决一些销售管理方面问题的能力，培养学生的综合管理素质。通过学习与作业训练，使学生初步具备销售经理的基本素养与条件。

教学内容主要有：销售管理的概念、销售程序过程中的活动及其影响因素、销售计划制定、销售区域与销售组织设计、销售人员招聘和培训、报酬和激励方案设计以及销售评价与控制等方面的内容。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第五学期安排。

15. 营销活动策划实训（专业核心课）

《营销活动策划实训》课程是市场营销专业职业能力核心课程。设课目的是通过课堂理论学习、模拟、仿真及营销策划技能训练和社会实习实践活动，使学生熟练掌握岗位技能和市场营销策划的基本内容、方法、工具，树立营销观念、服务意识和团队协作精神，培养良好的职业道德和职业理想，具备各行业高技能人才可持续发展的基本潜质。

教学内容主要有：营销策划的基本原理等内容；掌握策划的基本程序及常用的策划方法等主要知识，训练学生创造性的思维和创新技能；达到撰写规范的营销策划书的能力。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第五学期安排。

16. 新媒体营销（专业核心课）

《新媒体营销》课程是市场营销专业职业能力核心课程。设课目的是通过本门课程的学习，使学生具备创建并运营管理各自媒体平台的能力，通过反复的实战练习，提高学生的技能，培养学生探索知识的乐趣、良好的思维习惯和实践能力，最终提高学生运用电商与新媒体知识解决实际问题的能力。

教学内容主要有：新媒体运营的基本知识、文案策划、自媒体运营、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自媒体运营、用户运营、运营人的通用方法等。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，

充分利用新媒体营销软件，将理论教学与实践教学相结合。在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

17. 视觉设计（专业核心课）

《视觉设计》课程是电子商务及跨境电子商务专业职业能力核心课程。设课目的是使学生掌握商品拍摄的基本理论与技巧，对不同商品设计拍摄计划，并能熟练地完成商品拍摄，能够灵活操作图像处理技术的各种工具与命令，使用高级技巧对图像进行综合平面设计，进一步培养学生审美与自由设计的能力，想象与创新的能力，同时为后继《网店运营》等课程的学习打下坚实的基础。

教学内容主要有：商品信息采集的概述、色彩与构图、单反相机的使用、不同商品的拍摄、PHOTOSHOP 图层、抠图、色彩处理、文字处理等操作。

本课程采用案例教学、项目驱动等多位一体的教学方法，程采用实训教学模式，在实验室授课。

本课程建议学时为 64 学时，在第二学期安排。

18. 电子商务物流管理（专业核心课）

《电子商务物流管理》课程是电子商务专业职业能力核心课程。设课目的是通过本课程的学习，使学生了解现代物流的基本概念和发展状况，掌握现代物流的管理方法。并为将来参与企业物流运作和管理做准备。

教学内容主要有：电子商务与物流管理、电子商务仓储管理、电子商务运输与配送管理、电子商务物流信息管理、电子商务与第三方物流管理、电子商务物流成本管理以及电子商务国际物流管理。

本课程采用混合式教学、案例教学、讨论式教学等教学模式，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

19. 网店运营实务（专业核心课）

《网店运营实务》课程是电子商务专业职业能力核心课程，是“网店运营推广 1+X 证书（中级）”课证融通课，设课目的是通过本门课程的学习，使学生掌握网店运营等基本理论，具备网店初始化、网店推广等的实际运用和操作能力。

教学内容主要有：网络市场调研、商家规划，店铺申请与初始化，网店推广，网店促销活动，网店客服与物流，网店效果分析，微店运营，外贸网店运营等。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用项目教学法，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。同时，充分利用中教畅想软件，将理论教学与实践教学相结合，在国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

20. 商务数据分析与应用（专业核心课）

《商务数据分析与应用》课程是电子商务及跨境电子商务专业职业能力核心课程，是数字营销专业群的职业能力通用课程。设课目的是通过本课程学习，学生可以学会利用数据分析工具和分析方法，掌握商务数据分析能力，能够通过数据分析，挖掘数据内在的商业价值，从而进行数据营销。

教学内容主要有：涵盖电商运营各个环节的数据分析方法，包括店铺运营数据分析、流量数据分析、转化数据分析、客单价数据分析、客户数据分析、商品数据分析、市场行情数据分析、竞争对手数据分析等。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室和实验室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

21. 网络营销（专业核心课）

《网络营销》课程是电子商务专业职业能力核心课程，是“网店运营推广 1+X 证书（中级）”课证融通课，专升本考试科目。设课目的是通过本门课程的学习，使学生能够掌握在网络虚拟市场开展营销活动的特点、方法、工具和手段，熟悉网络营销操作思路和相应的运作技巧。

教学内容主要有：SEO、SEM、网络调研、Email 营销、网络广告、新媒体营销、网站推广、网络营销策划等。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。同时，充分利用网络营销软件，将理论教学与实践教学相结合。在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

22. 网页特效设计（专业核心课程）

《网页特效设计》课程是电子商务专业职业能力核心课程，是《Web 前端开发基础》的后续课程，《Web 网站开发》和《Web 前端开发进阶》的前导课程。设课目的是培养学生使用 JavaScript 开发交互效果页面及实现数据交互的能力，运用 HTML5 新增语义化元素、页面增强元素与属性及多媒体元素等功能进行移动端页面开发的能力，为获取《Web 前端开发》职业技能等级证书（初级）奠定基础。

教学内容主要有 HTML5 简介、常用元素和属性、HTML5 表单相关元素和属性、JavaScript 语法基础、函数，使用 JavaScript 操作 BOM、DOM 对象，JavaScript 事件处理，表单校验，JSON、AJAX 数据请求以及 ES6 等。

采用项目教学、任务驱动、案例教学、角色扮演、小组工作等教学方法。

本课程为理实一体课程，在多媒体教室和实训室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第二学期安排。

23. 跨境电商 B2C 实务（专业核心课）

《跨境电商 B2C 实务》课程是跨境电子商务专业职业能力核心课程。设课目的是培养学生运用 B2C 平台实务的能力，能够完成跨境电子商务 B2C 平台和站点选择、平台店铺开通、选品和定价、商品上架、引流转化、商品发货、订单处理、店铺优化等任务。

教学内容主要有跨境电子商务 B2C 平台和站点选择、平台店铺开通、选品和定价、商品上架、引流转化、商品发货、订单处理、店铺优化。

本课程采用理实一体化教学模式，在实训室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

24. 跨境电商 B2B 实务（专业核心课）

《跨境电商 B2B 实务》课程是跨境电子商务专业职业能力核心课程。设课目的是培养学生运用 B2B 平台开发国际客户，进行业务实战的能力，使学生熟悉主要的跨境电子商务 B2B 平台、跨境电商 B2B 平台店铺的开通、商品上架与定价、能根据设定的目标或载体运营跨境电商 B2B 平台。

教学内容主要有跨境电商 B2B 平台阿里巴巴国际站、中国制造网、环球资源网的的店铺建设、订单处理、运营模式等。

本课程采用理实一体化教学模式，在实训室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

25. 移动商务（专业核心课）

《移动商务》课程是电子商务和跨境电子商务专业职业能力核心课程，设课目的是通过本门课程的学习，培养学生成为移动电子商务营销型人才，适应当今电子商务专业人才培养新目标，可提高电子商务专业学生的综合能力，为将来从事工作打下良好基础。

教学内容主要有：移动电子商务营销，微博营销，微信营销，无线淘宝营销等主流营销方式方法。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。同时，充分利用移动商务软件，将理论教学与实践教学相结合，在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第五学期安排。

26. 供应链管理基础

《供应链管理基础》课程是数字营销专业群的职业能力拓展课程。设课目的是通过本门

课程的学习，使学生掌握供应链管理理论在采购、生产、物流和库存控制等领域的运用，为学生搭建供应链管理体系框架。

教学内容主要有：供应链管理模式的产生及其基本思想、供应链战略模式、供应链采购模式的选择等内容。

本课程采用任务驱动法、案例法、“教”、“学”、“做”一体教学法、直观教学法、讨论交流法、激励教学法，在多媒体教室、实训实验室及物流实训基地授课。

本课程建议学时为 32 学时，在第四学期安排。

27. 跨境电商法律法规

《跨境电商法律法规》课程是数字营销专业群的职业能力拓展课程。设课目的是使学生了解跨境电子商务法律法规相关知识，为以后从事跨境电子商务活动提供法律保障。

教学内容主要有数据电文法律制度、电子签名法律制度、电子认证法律制度、跨境电子合同法律制度、跨境电子商务纠纷等必备知识，培养学生运用跨境电子商务法律分析并解决跨境电子商务实践中遇到的相关法律问题的能力，促进学生职业素养的养成。

本课程采用理实一体化教学模式，在多媒体教室授课。通过灵活运用案例教学法、习题教学法和实践教学法，在每个模块的教学过程中都给学生进行案例分析和现实问题课堂讨论。

本课程建议学时为 36 学时，在第五学期安排。

28. Android 移动应用开发

《Android 移动应用开发》课程是数字营销专业群的职业能力拓展课程。。设课目的是培养学生在 Android 系统环境下进行程序设计的能力，Android 编程能力，独立进行移动应用开发的能力，为进行项目开发打下坚实的基础。教学内容主要有 Android 系统的特点和架构，Android 开发环境搭建，Android 基本知识和关键技术，包括四大组件、界面布局、UI 控件与事件响应、组件通信、广播机制、线程与 UI 通信、服务、数据存储、网络开发、传感器以及地图的使用等。

本课程采用任务驱动、案例教学等教学模式，在多媒体教室和实训室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第五学期安排。

（四）实践教学环节设计与说明

本专业实践教学环节以职业岗位为主线、以业务环节处理内容为核心来组织与实际业务相关的知识点、能力点。根据任务功能进行情景设计和任务排序，重视由浅入深递进式教学，同时将职业资格证书及 1+X 职业技能等级证书的内容融入教学，实现课证融通。课程形成了“以赛促学”、“社会技术服务”的课程特色，实践教学设计总体理念是根据各岗位实际工作任务将课程内容整合，并实施以项目任务为导向的课程教学，全面实施由学校与企业对学生成绩进行多元评价考核，并把课堂搬进企业进行真实环境下的工作任务驱动教学，最终获得

顶岗实习工作经历证书，完成“过程性评价”课程考核。在教学过程中以模拟情境为载体、多个相关专业实验（实训）室共同支撑、校内外实训基地补充结合的方式，以真实企业项目为载体，工作过程为主线，在为企业提供技术服务的同时“做中学”，在为企业提供增值服务的同时“学中做”。通过课内外实训（实习）并举、项目导向、任务驱动、课堂与社会实践一体化等行动导向的教学模式，实现课程教学过程与实际工作活动的一致性。

综合实践	能力要求	学期	实践场所及形式
数字营销认知	具有学习专业课的基础知识与能力，熟悉数字营销行业发展环境，了解客户心理与行为，掌握数字营销领域基本现状，模拟企业市场营销活动。	一	合作企业、参观
市场营销沙盘实训	引导学生建立企业经营的大局观，锻炼学生分析问题、解决问题的能力，加深学生对企业“进、销、存”的理解，培养学生的市场预测与决策能力。	二	营销实验室 学生竞赛
电子商务沙盘模拟实训	掌握网站开发基础知识和基本业务操作程序，掌握图形图像处理 and 网页编辑软件技能，熟悉电子商务的整个操作流程；掌握网站运营的基本技能；掌握网络营销能力；掌握客户服务能力、掌握采购基本规划能力、掌握物流配送基本规划的能力；掌握能根据客户需求提供电子商务解决方案。	二	电子商务实验室
跨境电商综合认知实训	具有学习专业课的基础知识与能力，熟悉跨境电商电子商务行业发展环境，了解客户的心理与行为，掌握跨境电商基本现状，熟悉主流跨境电商平台规则，具备跨境网络消费的能力。	二	跨境电商企业、 实验室
ERP沙盘实训	了解ERP沙盘的基本业务流程，结合具体的ERP软件，能够在ERP系统上实施各个子系统的业务流程，以培养企业规划能力为主。	三	营销实验室 学生竞赛
C2C网店建设与运营实训	掌握电子商务基本知识，具有一定的网店开设、商品图片拍摄、图形图像处理、店铺装修、上传商品、客户服务的基本能力。	三	电子商务实验室
跨境电商物流供应链实训	掌握跨境电商的订单管理、仓库管理、配送管理，输了运营跨境电商运费计费原则，了解国际运输的方式，货物的多仓管理、多客户管理，具备跨境电商供应链管理的能力。	三	跨境电商实验室
数字营销沙盘实训	掌握市场营销、市场调查与分析、销售管理、品牌推广、消费者行为分析、网络营销等；具备市场调查与分析、客群与竞争者分析、客户关系管理、销售日常管理、品牌和产品的线上线下推广、营销活动策划、财务数据分析、商品分类和管理等营销类专业学生应具备的核心技能。	四	营销实验室 学生竞赛
电子商	结合电子商务师（四级）职业资格证书考试范围	四	电子商务实验室

综合实践	能力要求	学期	实践场所及形式
务师职业技能实训	所包括的网络基础、电子交易基础、网络营销基础、物流基础、商业基础、网络客户服务基础、网上支付基础、电子商务法律法规基本知识八门基本知识开展电子商务网页制作、商务网站内容维护、商务网站安全维护、网络营销、网上交易五项专业技能上机实训，达到考试合格标准		
跨境电商客户服务实训	能够根据销售策略进行报价或修改价格，熟悉产品知识，能够回复询盘、解答客户疑问，熟悉平台即时信息的处理技巧和方法，能对信息及时回复；能够帮助客户查询物流状态，及时反馈信息，会撰写货物在途、丢件等不同状态的回复模板，掌握客户情绪安抚的技巧；掌握沟通技巧，会及时处理纠纷，会处理客户投诉，能制定客户投诉服务管控机制。具备售前、售中、售后服务能力。	四	跨境电商实验室
跨专业综合实训	通过模拟公司运营、团队合作、企业战略规划、工作流程管理等一系列活动，使学生增加社会责任感和服务意识，培养实际工作能力和专业技能	五	创业实训室 模拟实训
顶岗实习	使学生了解市场营销及相关岗位的环境、流程、要求，增加社会责任感和服务意识，培养实际工作能力和专业技能	六	校外实训基地 顶岗
毕业论文/设计	具备通过实践学习所得知识与技能发现问题、分析问题、解决问题的创新创业能力	六	实践基地 论文/设计

六、教学安排

(一) 教学周数分配表

环节 周数 学期	军训教育	入学教育	课堂教学	认知实习	专业实习	综合实习	顶岗实习	毕业论文(或实习报告)	考试	机动	合计
一	2	1	14	1					2	0	20
二			16		1				2	1	20
三			16		1				2	1	20
四			16		1				2	1	20
五			12			6			2	0	20
六			0				13	4	2	1	20
合计	2	1	74	1	3	6	13	4	12	4	120

(二) 教学进度计划表 (见子表 1、2、3、4、5、6)

(三) 各课程模块学时学分分配表

类别	项目	课程性质	课内理论学时	百分比(%)	课内实践学时	百分比(%)	学分	百分比(%)	
课内教学	综合素质课程	必修	496	63%	284	37%	49		
	人文素质网络课程	线上选修	56	50%	56	50%	7		
	职业能力通用课程	必修	264	48%	286	52%	36	25%	
	职业能力核心课程	市场营销	必修	160	43%	208	57%	23	12%
		电子商务	必修	132	40%	236	60%	23	13%
		跨境电子商务	必修	124	34%	236	66%	23	14%
	职业能力拓展课程	选修	90	44%	122	56%	15	15%	
小计									
综合实践	认知实习	课内实践	0	0%	30	100%	1	1%	
	专业实习	课内实践	0	0%	90	100%	3	2%	
	综合实习	课内实践	0	0%	180	100%	6	4%	
	顶岗实习	课外实践	0	0%	390	100%	4	3%	
	创新拓展	课外实践	—	—	—	—	4	3%	
	毕业论文(或实习报告)	课外实践	0	0%	120	100%	3	2%	
	小计			0	0%	810	100%	21	15%
总计			1082	37%	1814	63%	140	100%	
实践学时占总学时比例			63%						

(四) 创新创业与素质拓展计划表

项目	考核内容	考核标准	学分	负责单位	备注
学生 竞赛	获得各级各类技能竞赛奖	全国性质	4	教务处	院部负责 报送
		省域性质	3	教务处	
		市域性质	2	教务处	
		校域性质	1	教务处	
文体 活动	文艺演出	院部 1 分、校级 2 分、省市级 3 分	1-3	团委	学工负责 报送
	体育竞赛	院部 1 分、校级 2 分、省市级 3 分	1-3	团委	体育部负责 报送
	社会实践活动	实践报告	1	团委	学工负责 报送
	专业协会	协会成员且参加活动	1	团委	
	集体活动	参加活动不少于 3 次（校级）	1	团委	
	美育活动 （书画等）		1	团委	
	其他有关活动		1	团委	
技能 训练	专业技能（等级） 证书	高级 3 分、中级 2 分、其他 1 分	1	各院部	以证代考 同类相关 一门课程
	英语等级证书	高校能力 B 级及以上	1	教务处	
	计算机等级证书	国家一级、二级及以上	1	教务处	
创新 创业	获得各级各类创 业大赛奖	国家级/国家行业级	4	教务处	创业教育 学院负责 报送
		省部级/省部行业级 一、二、三等奖	3		
		校级创业大赛 一、二、三等奖	2		
	创业实践模拟	提交商业计划书 1 份（附：市场 调查报告 3000 字以上）	1		

注：毕业生合格标准规定创新创业与素质拓展模块学分应达到 4 学分及以上，要求至少在 2 个项目获得学分。
(请各学院根据本院实际情况确定各模块学分的具体要求)

七、毕业标准

要求学生操行合格，且必须同时达到以下条件，方可获取相关专业毕业证书。

1. 取得的总学分达到 149 学分及以上，其中，综合素质课程学分达到 49 学分；职业能力课程达到 70 学分及以上；专业综合实践课程学分不得少于 21 学分；人文素质网络课程达到 7 学分及以上；创新创业与素质模块学分应达到 4 学分及以上。

2. 建议学生毕业前获得一种职业资格证书或职业技能等级证书，推荐学生选择数字营销 1+X 证书（中级）、网店运营推广 1+X 证书（中级）、跨境电商 B2C 数据运营 1+X 证书（中级）以及直播电商 1+X 证书（中级）等相关证书。

八、实施保障

（一）师资队伍

数字营销专业群师资结构不断优化，现有专任教师 29 人，平均年龄 39 岁，其中具有高级职称教师 16 人，占 55%；博士、在读博士 6 人，占 20%；具有会计师、注册税务师、法律职业资格、经济师、营销师等职业资格证书的“双师型”教师 28 人，占 97%。为更好的培养实践型人才，聘请来自企业的高层岗位、一线技师等特聘讲师 12 人，提升了整个教学团队的专业领域横向拓展能力。兼职教师 50 人，专兼比例达 1:1.7。专业教学团队学历结构合理、年龄结构合理、职称结构合理。市场营销专业教学团队 2012 年被评为省级优秀教学团队，市场营销专业被教育部评定为高等职业教育创新发展行动计划（2015-2018）骨干专业。数字营销专业群被评为省级高水平专业群。

（二）教学设施

专业群现有 2 个软硬件设施先进、省内领先的校内综合实验室；近三年累计获批中央专项资金 900 余万元，完成了“市场营销综合实验室”“电子商务实验室”“创新创业综合实训基地”等项目，购买了因纳特连锁加盟创业训练、商务谈判训练、市场调查教学模拟、市场调查与客户管理、市场营销模拟平台、市场营销沙盘演练、营销竞争策略物流沙盘、用友 ERP 沙盘、奥派电子商务立体化实训平台等 18 套实训教学软件，实训条件优越；先后与沃尔玛公司、西门子家用电器公司、上海德邦物流股份有限公司、吉林邮政速递物流有限公司、东北亚医药物流集团、广东优速物流公司建立了稳定的校企合作关系，形成了集工学交替、订单培养、双证书教育三位一体，产学结合的人才培养模式。

（三）教学资源

1. 教材图书

专业课在教材选用上力求做到实用性和可操作性、贴近工作实际、符合高职教育的特点。教材的组织形式和内容选取旨在推动高职市场营销课程改革，根据工作任务确定教学任务，注重学生校内学习与实际工作的一致性，实现教、学、做一体化，突出学生职业素质和能力的培养。

2. 数字化（网络）资料

各课程组利用多媒体教学系统，制作图片丰富、形象生动的多媒体课件。

本专业共建成 14 门网络辅助教学课程，5 门在线开放课程，20 个微课，教师制作了丰富且优质的网络教学资源，注重内容的更新迭代，将最新研究成果以教学资源的形式在课程网站上予以发布，师生间可以进行网上教学交流，实现教学资源的有效共享。

（四）教学方法

教学方法和手段灵活多样。根据职业教育特点和规律，结合课程内容特点和教学目标，

以学生为中心，根据学生特点，灵活采用基于工作过程的现场教学、案例教学、项目导向教学、探究式教学、任务驱动教学等教学方法；教学方法和手段符合“教、学、做合一”的原则，提倡“理实一体化”教学。同时，建成数字化校园，搭建了信息服务平台 BB 系统，为专业教学提供网络服务。网络教学、线上自学、网上答疑等实现共享。

教学组织形式灵活多样。根据教学内容、特点、要求和目的，采取集中与分组相结合、校内与校外相结合、多媒体教室与一体化教室相结合、教学场所与实训场所相结合的等灵活多样的教学组织形式。

（五）教学评价

1. 教学督导评价机构健全，从组织上保证教学督导、评价、考核等教学管理工作。全方位开展教学评价。既要评价教师的教学环节、学生的学习过程，又要评价教学条件、教学管理、专业建设。多渠道进行教学评价。要通过督导检查、随机检查、听评课、教学竞赛、教学考试、师生问卷、师生座谈、家长邮箱、网上调查、回访企业等多渠道进行全方位教学评价。

2. 考核形式多样化。推广“知识+技能”的考查考试方式，根据考试科目和内容不同，科学确定考核形式，理论性知识和部分能力采用笔试形式考核。

（六）质量管理

建立健全校院（系）两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。包括质量标准、条件保障、过程管理、自我评估、反馈调节改进等。

九、继续专业学习深造建议

（一）继续专业学习的渠道

本专业毕业生继续学习、深造的渠道很多，不仅可以自学提升能力，同时可以考本科、考研究生，进一步提升学历层次，主要有以下 3 种主要渠道：

1. 报考普通本科高校成人教育学院的自考或函授形式继续学习深造；
2. 通过“专升本”考试，直接进入本科高校继续学习深造；
3. 毕业参加工作两年可以直接参加全国硕士研究生考试。

（二）更高层次教育的专业面向

本专业毕业生接受更高层次教育的专业面向主要有市场营销专业、营销与策划专业、工商管理专业、电子商务专业、网络营销专业等。

十、专业群指导委员会名单

序号	姓名	职称	职务	工作单位
1	张辛雨	副教授	经济管理学院院长 兼创业教育学院院长	长春金融高等专科学校
2	赵旭	讲师	经济管理学院 市场营销教研室主任	长春金融高等专科学校
3	李楠	副教授	经济管理学院 电子商务教研室主任	长春金融高等专科学校
4	李中梅	讲师	跨境电子商务专业教研室 主任	长春金融高等专科学校
5	肖旭	副教授	国际商学院副院长	浙江金融职业学院
6	薛冬婷	经济师	人力资源部经理	深圳沃尔玛百货零售有限公司 长春前进广场店
7	郑名扬	讲师	董事长	长春四海兴唐科技有限公司
8	魏欣	讲师	董事长	阿里巴巴国际站吉林本地化服 务中心负责人、吉林省满天欣 科技有限公司 CEO

执笔人：赵旭

审稿人：张辛雨

表 1: 综合素质课程模块及学分

序号	课程子模块	课程代码	课程名称	课程学分	考核方式(考试△)	课内教学			按学年分配										
						总学时	讲授	实践	第一学年		第二学年		第三学年						
									14周		16周		16周		12周				
									周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度			
1	060100033020	思想道德修养与法律基础	3	△	48	42	6	3*	—										
2	060100044010	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	△	64	54	10			4	—								
3	060100010031	形势与政策	1		32	32	0	2	7-10	2	9-12	2	11-14	2	13-16				
	060100010041																		
	060100010051																		
	060100010061																		
4	060100011090	党史教育专题	1		16	16	0				2	+							
5	060100022100	大学生心理健康教育	2		32	16	16			2*	+								
6	060100000111	大学生心理健康教育实践	0.5		8	0	8	0.5*	—										
7	060100000121	德育教育实践	0.5		8	0	8			0.5*	—								
8	080100044070	大学英语(一)	4	△	56	56	0	4	—										
9	080100044080	大学英语(二)	4	△	64	64	0			4	—								
10	080100044030	经济应用数学	4	△	56	56	0	4	—										
11	080100033010	应用文写作与大学语文	3		48	48	0			4	1-12								
12	090100011020	体育(一)	1		14	4	10	2	+										
13	090100022030	体育(二)	2		32	4	28			2	—								
14	090100011040	体育(三)	1		14	4	10					2	+						
15	090100022050	体育(四)	2		32	4	28							2	—				
16	090100011010	军事理论	1		16	6	10	2	1-3										
17	110100020011	军训	2		14天	0	14天	14天	+										
18	110100000021	大学生安全教育实践	0.5		8	0	8	0.5*	—										
19	110100000031	大学生美育教育实践	0.5		8	0	8					0.5*	—						
20	110100011040	大学生劳育教育实践	0.5		1周	0	1周					1周*	—						
21	110100000051	大学生劳动教育	1		16	16	0					1	—						

序号	课程子模块	课程代码	课程名称	课程学分	考核方式 (考试△)	课内教学			按学年分配									
						总学时	讲授	实践	第一学年		第二学年				第三学年			
									14周		16周		16周		16周		12周	
									周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度
22	就业创业素质	100100011010	大学生职业生涯规划与就业指导	1		16	6	10							2	—		
23		070100011010	创业基础	1		16	8	8	2	—								
24		070100000021	创业教育实践	0.5		8	0	8						0.5	—			
25	专业融合素质	040100044010	计算机应用基础	4	△	64	28	36	4*	—								
26		040100044020	互联网技术与大数据应用	4	△	64	32	32			4	—						
总计				49	—	780	496	284	21		20		4		4			

备注：周跨度记号：前半程 — 后半程 — 贯穿 — * 实践课单独排课

子表 2：人文素质网络课程模块及学分

序号	课程子模块	必选课程（类型）	备选课程编号	选课要求	学分要求	推荐选修学期（1-4）
1	文明起源与历史演变		ZA01-ZA55	学生自选		
2	人类思想与自我认知		ZB01-ZB40	学生自选		
3	文学修养与艺术鉴赏	美育类	ZC01-ZC88	学生自选 至少 1 门	≥2	
4	科学发现与技术革新		ZD01-ZD97	学生自选		
5	经济活动与社会管理		ZE01-ZE70	学生自选		
6	国学经典与文化遗产		ZF01- ZF47	学生自选		
7	通用能力		TA01-TF06	学生自选		
8	创新创业	创新创业类	E01-E25	学生自选 至少 1 门	≥1	
9	成长基础	大学生心理健康教育	C01	必选	1	1
		大学生职业生涯规划（入学版）	C11	学生自选	1	1
			C02-C24 其余课程	学生自选		
10	公共必修	军事理论类	G22、G24、G26	学生自选 至少 1 门	1	1
		大学生安全教育	G38	必选	1	1
		大学体育	G10	必选	1	1
			G01-G40 其余课程	学生自选		
合计					≥7	

子表 3-1：专业群职业能力通用课程模块及学分

序号	课程代码	课程名称	课程学分	考核方式(考试△)	课内教学			按学年分配									
					总学时	理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年					
								14周	16周	16周	16周	12周					
								周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度		
1	030216133010	市场营销基础	3	△	42	20	22	3	—								
2	030216133020	电子商务基础	3		42	20	22	3	—								
3	030216133030	管理学基础	3	△	42	20	22	3	—								
4	030216122040	商务礼仪	2		28	14	14	2	—								
5	030216122050	金融学基础	2		28	14	14	2	—								
6	030216133060	经济学基础	3	△	48	24	24			3	—						
7	030216133070	创业实务	3		48	24	24			3	—						
8	030216122080	统计与大数据技术应用	2		32	16	16			4	┌						
9	030216122090	数字营销	2	△	32	16	16					4	┌				
10	030216133100	市场调查与分析	3		48	24	24					3	—				
11	030216122110	客户服务与管理	2	△	32	16	16							4	┌		
12	030216122120	供应链管理	2	△	32	16	16							4	┌		
13	030216133130	经济法	3	△	48	24	24							3	—		
14	030216133140	新媒体广告与文案	3		48	16	32							4	—		
总计			36		550	264	286	13		8		5		11			

备注：
1. 周跨度记号：前半程 ┌ 后半程 ┐ 贯穿 —

子表 3-2: 专业群职业能力核心课程模块及学分

序号	专业名称	课程代码	课程名称	课程学分	考核方式(考试△)	课内教学			按学年分配教学周/学时								
						总学时	理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年				
									14周	16周	16周	16周	12周				
									周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度			
1	市场营销专业	030316133150	消费者行为分析	3	△	48	24	24			3	—					
2		030316122160	企业数字化管理	2	△	32	16	16					4	┃			
3		030316144170	商务谈判与推销技术	4	△	64	32	32					3	—			
4		030316133180	新媒体营销	3	△	48	16	32					3	—			
5		030316133190	品牌运营与管理	3		48	16	32						6	┃		
6		030316122200	新零售实务	2	△	32	16	16						4	┃		
7		030316134210	营销活动策划实训	3		48	16	32								6	┃
8		030316134220	销售管理	3	△	48	24	24								4	—
总计				23		368	160	208			3		8	5	7		
1	电子商务专业	030316144230	视觉设计	4		64	24	40			4	—					
2		030316133240	网络营销	3		48	16	32			3	—					
3		030316133250	网店运营实务	3	△	48	8	40					6	┃			
4		030316122260	直播电商	2	△	32	10	22					4	┃			
5		030316133270	商务数据分析与应用	3	△	48	24	24					6	┃			
6		030316133280	移动商务	3	△	48	16	32						3	—		
7		030316122290	短视频设计与制作	2		32	10	22						4	┃		
8		030316133300	电子商务物流管理	3	△	48	24	24								4	—
总计				23		368	132	236			7		8	5	4		
1	跨境电子商务专业	030316144310	国际贸易实务	4	△	56	16	40	4	—							
2		030316133320	跨境电子商务基础	3	△	48	24	24			6	┃					
3		030316144230	视觉设计	4	△	64	24	40			4	—					
4		030316133330	跨境电商 B2C 实务	3	△	48	10	38					6	┃			
5		030316133270	商务数据分析与应用	3	△	48	24	24					6	┃			
6		030316133340	跨境电商 B2B 实务	3	△	48	10	38						3	—		
7		030316133350	跨境电商英语	3	△	48	16	32								3	—
总计				23		360	124	236	4		6		6	3	3		

子表 3-3: 专业群职业能力拓展课程模块及学分

序号	拓展方向	课程代码	课程名称	课程学分	考核方式(考试△)	课内教学			按学年分配教学周/学时									
						总学时	理论	实践	第一学年		第二学年				第三年			
									14周	16周	16周	16周	12周	周学时	跨度	周学时	跨度	
									周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度		
1	数字营销方向	030416122360	会计学	2		32	16	16			4	—						
2		030416133370	营销虚拟仿真实训	3		48	16	32			4	5-16						
3		030416133380	跨境电商实务	3	△	48	24	24			4	—						
4		030416122390	商品数字化管理	2	△	32	16	16			4	—						
5		030416133400	跨境电商营销与策划	3	△	48	24	24					6	—				
6		030416122410	新媒体运营技术	2		32	12	20						4	—			
7		030416133420	电子商务法律法规	3	△	48	32	16									4	—
8		030416122430	公共关系实务	2	△	36	18	18									3	—
9		030416134440	税法与税收筹划	3	△	48	24	24									4	—
10		030416134450	外贸跟单实务	2	△	36	18	18									3	—
11		030416134460	Android 移动应用开发	2		36	12	24									3	—
12		030416134470	网页动态设计	2		36	12	24									3	—
1	职业资格类	030516133480	互联网营销师	3		48	30	18						6	—			
2		030516133490	全媒体运营师	3		48	30	18						6	—			
3		030516133500	电子商务师	3		48	30	18						6	—			
4		030516133510	跨境电子商务师	3		48	30	18						6	—			
1	1+X证书培训类	030516133520	数字营销技术应用 1+X 证书(中级)	3		48	16	32					6	—				
2		030516133530	网店运营推广 1+X 证书(中级)	3		48	16	32					6	—				
3		030516133540	跨境电商 B2C 数据运营 1+X 证书(中级)	3		48	16	32					6	—				
4		030516133550	直播电商 1+X 证书(中级)	3		48	16	32					6	—				
1	出国意向	050700033010	雅思写作	3		48	28	32					3	—				
2		050700033020	雅思阅读	3		48	28	20						3	—			
3		050700034030	雅思综合辅导	3		48	28	20								4	—	
		总计		13		212	90	122			4		6		5		7	

备注:

1. 周跨度记号: 前半程 — 后半程 | 贯穿 —
2. 拓展能力模块为专业选修, 要求选修学分 ≥ 10 学分且 ≤ 15 学分, 其中证书模块(1+X 证书培训模块和职业资格证书模块)必选一门及以上课程。
3. 职业能力拓展模块中×××方向课程学生选修人数低于 40 人, 当前学期不开班。
4. 职业能力模块表 3-1、表 3-2、表 3-3 合计课时 ≤ 1130 学时, 学分合计 72 学分左右。
5. 职业能力拓展模块中的课程执行“动态调整”机制, 各教学单位可提前 1 个学期提交调整申请, 经教务处备案, 替换该模块的课程。

子表 4：综合实践课程模块及学分

序号	课程子模块	课程代码	项目名称	课程学分	考核方式	实践学时	周数	学期
1	认知实习	030616110560	数字营销认知	1	实训报告	30	1	一
2		030616110570	专业 1：市场营销职业技能实训	1	竞赛/ 实训报告	30	1	二
		030616110580	专业 2：电子商务沙盘模拟实训					
		030616110590	专业 3：跨境电商美工设计实训					
3	专业实习	030616110600	专业 1：ERP 企业沙盘模拟实训	1	竞赛/ 实训报告	30	1	三
		030616110610	专业 2：C2C 网店建设与运营实训					
		030616110620	专业 3：跨境电商物流供应链实训					
4		030616110630	专业 1：数字营销技能综合实训	1	竞赛/ 实训报告	30	1	四
		030616110640	专业 2：电子商务师职业技能实训					
		030616110650	专业 3：跨境电商客户服务实训					
5	综合实习	030616160660	跨专业综合实训	6	实训报告	180	6	五
6	顶岗实习	030616140670	顶岗实习	4	实习鉴定	390	13	六
7	毕业论文(或实习报告)	030616130680	毕业论文或实习报告	3	毕业论文	120	4	六
8	创新创业	030616140690	创新创业与素质拓展	4	/	/	/	/
总计				≥21	/	≥810	≥27	/