

# 2025级全媒体电商运营专业 人才培养方案

2025年8月

教务处

## 目录

一、专业名称(专业代码)	2
二、入学基本要求	2
三、基本修业年限	2
四、职业面向	2
五、培养目标	2
六、培养规格	3
七、主要课程	5
八、毕业要求	5
(一) 学分要求	5
(二) 职业资格证书	5
九、课程结构	6
十、课程设置与教学进度	6
十一、实施保障	10
(一) 师资队伍	10
(二) 教学设施	11
(三) 教学资源	12
(四) 教学方法	13
(五) 学习评价	13
(六) 质量管理	15
十二、主要课程及实践教学环节简介	16
(一) 专业基础课程	16
(二) 专业核心课程	18
(三) 专业选修课程	20
(四) 实践教学环节	22

# 全媒体电商运营专业人才培养方案

## 一、专业名称(专业代码)

专业名称：全媒体电商运营

专业代码：330703

## 二、入学基本要求

**中等职业学校毕业**、普通高级中学毕业或具备同等学历

## 三、基本修业年限

四年

## 四、职业面向

表1职业面向

所属专业大类(代码)	财经商贸大类(33)
所属专业类(代码)	电子商务类(3307)
对应行业(代码)	互联网和相关服务(64)、零售业(52)、商务服务业(72)、制造业(34)
主要职业类别(代码)	互联网营销师(4-01-06-02)、全媒体运营师(4-13-01-05)、电子商务师(4-01-06-01)、客户服务管理员(4-07-02-03)
主要岗位(群)或技术领域	全渠道营销经理、市场策划经理、品牌策划经理、直播短视频运营经理、客户经理、视觉营销设计师
职业类证书	电子商务师、电子商务数据分析、数字营销技术应用、新媒体营销、互联网营销师职业资格证、全媒体运营师职业资格等

## 五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承与创新技能文明，德智体美劳全面发展，具有较高的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，一定的国际视野，掌握较为系统的基础理论知识和技术技能，具备一定的技术研发与改造、工艺设计、实验成果转化，能够生产加工中高端产品、提供中高端服务、解决较复杂问题、进行较复杂操作，具有一定的创新能力，具有较强的就业创业能力和可持续

发展能力，具备职业综合素质和行动能力，面向互联网和相关服务、零售业、商务服务业和制造业等行业的全渠道营销经理、市场策划经理、品牌策划经理、直播短视频运营经理、客户经理、视觉营销设计师等岗位（群）或技术领域，能够从事市场策划、品牌开发、产品开发、全媒体渠道推广、直播与短视频运营、内容规划与运营、商务数据分析、客户开发与管理和视觉创意与设计等工作的**高层次技术技能人才**。

## 六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. **坚持以马克思主义为指导，系统掌握辩证唯物主义与历史唯物主义基本原理**，树立科学世界观、人生观、价值观；坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，自觉增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，厚植家国情怀、法治意识、劳动观念与责任感；运用唯物辩证法、矛盾分析法、普遍联系观分析数字经济、平台经济与全媒体运营规律，坚持人民立场、劳动价值论与正确义利观，恪守商业伦理、数据伦理与诚信经营准则。

2. 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握网络安全、质量管理等相关知识与技能，具有质量意识、环保意识、安全意识和创新思维；了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有扎实的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识；学习1门外语并结合本专业加以运用；具有一定的国际视野和跨文化交流能力；

5. 掌握管理学、经济学、营销学、统计学、供应链、心理学等方面的专业基础理论知识，具有较强的整合知识和综合运用知识的能力；

6. 掌握财税方面的专业基础知识,具有财务分析与财务管理方面的基本能力;  
;
7. 掌握商务数据分析、数据可视化等方面的专业基础知识,具有数据分析与处理方面的综合能力;
8. 掌握平台运营、渠道运营、新媒体运营等知识和技能,具有电子商务运营的能力;
9. 掌握品牌建设、营销推广、销售管理、零售门店管理等知识和技能,具有全渠道营销策划与推广的能力;
10. 掌握新媒体视觉设计的知识和技能,具有创意视觉表达、全链路设计、用户体验洞察和品牌视觉体系构建等方面的能力;
11. 掌握互联网销售管理、全媒体渠道开发与管理等知识和技能,具备全渠道运营、数据驱动决策、跨平台资源整合和用户增长与裂变等方面的能力;
12. 具有提供电子商务领域中高端服务的能力,具有参与解决企业运营规划和经营战略决策等较复杂问题的能力;
13. 具有参与制定技术规程与技术方案的能力,能够从事技术研发、科技成果或实验成果转化;
14. 掌握信息技术基础知识,具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能;
15. 具有提供电子商务领域中高端服务的能力,具有完成全渠道营销经理、品牌策划经理、直播短视频运营经理等岗位工作任务的能力,具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力,具有批判性思维、创新思维、创业意识,具有较强的分析问题和解决问题的能力;
16. 掌握体育运动的基本知识和至少1项运动技能,达到国家大学生体质健康测试合格标准,养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯;具备一定的心理调适能力;
17. 掌握必备的美育知识,具有一定的文化修养、审美能力,形成至少1项艺术特长或爱好;

18. 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

## 七、主要课程

专业基础课：营销学基础、经济学基础、市场调查与分析、电子商务基础、管理学基础、商业法律法规、统计与数据可视化、采购与供应链管理、财务管理、管理沟通与礼仪。

专业核心课：消费者心理与行为、短视频创作与运营、直播运营管理、品牌策划与管理、商务数据分析与应用、内容规划与管理、全媒体渠道开发与管理、客户开发与管理、视觉创意设计、AI电商智能体开发与应用。

专业拓展课：汽车文化、智能网联汽车概论、汽车市场营销、互联网+国际贸易、跨境电商运营、跨境电商通关管理、低空空域管理与法规、无人机操作基础与实战、无人机电商应用。

专业综合实践课：市场营销综合技能实训、市场调查与预测实训、短视频创作实训、数智电商行为实训、直播运营实训、品牌策划设计实训、商务数据分析实训、移动商务文案创作实训、全媒体渠道开发与管理实训、商务谈判与推销技巧实训、专业选修课综合实训、岗位实习、毕业设计。

## 八、毕业要求

学生通过规定年限的学习，修满专业人才培养方案所规定的学分，达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。鼓励运用大数据等信息化手段记录、分析学生成长记录档案、职业素养达标等方面的内容，纳入综合素质考核，并将考核情况作为是否准予毕业的重要依据。

### （一）学分要求

必修课程的成绩全部合格，总学分应修满教学进程表中规定的最低学分。

### （二）职业资格证书

获得与专业相关的职业技能等级证书，鼓励获得互联网营销师、全媒体运营师等与本专业方向一致的职业资格等级证书。

## 九、课程结构

表2课程结构

课程性质	课程模块	课程门数	学分	学时	学时分配			
					理论学时	比例(%)	实践学时	比例(%)
必修	公共基础课程	33	64	1080	720	66.67%	360	33.33%
	专业基础课程	10	32	512	240	46.88%	272	53.13%
	专业核心课程	10	37	592	160	27.03%	432	72.97%
	专业综合实践课程	15	47	846	0	0.00%	846	100.00%
小计		68	180	3030	1120	36.96%	1910	63.04%
选修	公共选修课程	11	17	272	200	73.53%	72	26.47%
	专业拓展选修课程	9	8	128	48	37.50%	80	62.50%
小计		20	25	400	248	62.00%	152	38.00%
总计		88	205	3430	1368	39.88%	2062	60.12%

## 十、课程设置与教学进度

表3通识课程平台

课程类型	序号	课程名称	课程性质	学分	总学时	课内教学		考核类型	各学期周学时分配									
						理论学时	实践学时		第一学年		第二学年		第三学年		第四学年			
									1	2	3	4	5	6	7	8		
通识课程平台	通识必修课程	1	思想道德与法治	A类	3	48	32	16	综合性考核	3								
		2	中国近现代史纲要	A类	3	48	32	16	综合性考核				4					
		3	马克思主义基本原理	B类	3	48	32	16	综合性考核			4						
		4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A类	3	48	32	16	综合性考核	4								
		5	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A类	3	48	32	16	综合性考核		3							
		6	形势与政策I	B类	0.5	8	4	4	过程性考核	0.5								
		7	形势与政策II	B类	0.5	8	4	4	过程性考核		0.5							
		8	形势与政策III	A类	0.5	8	4	4	过程性考核			0.5						
		9	形势与政策IV	A类	0.5	8	4	4	过程性考核				0.5					
		10	形势与政策V	B类	0.5	8	4	4	过程性考核					0.5				
		11	形势与政策VI	A类	0.5	8	4	4	过程性考核						0.5			
		12	国防与军事理论教育(含入学教育)	A类	3	84	28	56	过程性考核	3w								
		13	大学生国家安全教育	B类	1	16	16	0	过程性考核				1					
			14	大学生心理健康教育	B类	2	32	16	16	综合性考核	2							

	15	职业认知与体验	A类	1	16	8	8	过程性考核		2							
	16	职业生涯规划	A类	1	16	8	8	过程性考核			2						
	17	创新设计思维	B类	1	16	8	8	综合性考核				2					
	18	就业与创业指导	A类	1	16	8	8	过程性考核							2		
	19	体育I	A类	2	36	4	32	过程性考核	2								
	20	体育II	B类	2	36	4	32	过程性考核		2							
	21	体育III	B类	2	36	4	32	过程性考核			2						
	22	体育IV	A类	2	36	4	32	过程性考核				2					
	23	高等数学I	A类	4	64	64	0	综合性考核	4								
	24	高等数学I	B类	4	64	64	0	综合性考核		4							
	25	大学英语I	A类	4	64	64	0	综合性考核	4								
	26	大学英语II	A类	4	64	64	0	综合性考核		4							
	27	大学英语III	B类	2	32	32	0	综合性考核			2						
	28	大学英语IV	B类	2	32	32	0	综合性考核				2					
	29	信息技术	A类	2	32	12	20	综合性考核	2								
	30	线性代数	A类	2	32	32	0	综合性考核			2						
	31	概率论与数理统计	B类	2	32	32	0	综合性考核				2					
	32	劳动实践与素质拓展I	A类	1	18	16	2	过程性考核	2								
	33	劳动实践与素质拓展II	A类	1	18	16	2	过程性考核		2							
				64	1080	720	360		23.5	17.5	12.5	13.5	0.5	2.5			
通识 选修 课程	1	安徽文化概论	B类	1	16	8	8	过程性考核	2								
	2	博弈论	B类	2	32	16	16	综合性考核				2					
	3	人工智能及语言技术	B类	2	32	16	16	过程性考核					2				
	4	创业领导力与团队管理	B类	2	32	16	16	过程性考核						2			
	5	运筹学	B类	2	32	16	16	综合性考核						2			
	6	四史教育课程	A类	0	0	0	0	过程性考核									
	7	艺术美育	A类	2	32	32	0	过程性考核									
	8	中华优秀传统文化	A类	2	32	32	0	过程性考核									
	9	科学素养与探索	A类	1	16	16	0	过程性考核									
	10	人文素养与全球视野	A类	1	16	16	0	过程性考核									
	11	职业发展与职业素养	A类	2	32	32	0	过程性考核									
			小计		17	272	200	72		2			2	2	4		

表4专业基础课程

课程类型	序号	课程名称	课程性质	学分	总学时	课内教学		考核类型	各学期周学时分配								
						理论学时	实践学时		第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		
									1	2	3	4	5	6	7	8	
专业基础课	1	营销学基础	B类	3	48	24	24	综合性考核	3								
	2	经济学基础	B类	3	48	24	24	综合性考核	3								
	3	市场调查与分析	B类	3	48	16	32	综合性考核		3							
	4	电子商务基础	B类	3	48	24	24	综合性考核		3							
	5	管理学基础	B类	3	48	24	24	综合性考核			3						
	6	商业法律法规	B类	3	48	24	24	综合性考核			3						
	7	统计与数据可视化	B类	4	64	32	32	综合性考核				4					
	8	采购与供应链管理	B类	3	48	16	32	综合性考核					3				
	9	财务管理	B类	4	64	32	32	综合性考核						4			
	10	管理沟通与礼仪	B类	3	48	24	24	综合性考核						3			
小计				32	512	240	272		6	6	6	4	3	7			

表5专业核心课程

课程类型	序号	课程名称	课程性质	学分	总学时	课内教学		考核类型	各学期周学时分配								
						理论学时	实践学时		第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		
									1	2	3	4	5	6	7	8	
210 专业核心课	1	短视频创作与运营	B类	3	48	16	32	综合性考核		3							
	2	消费者心理与行为	B类	4	64	16	48	综合性考核			4						
	3	直播运营管理	B类	3	48	16	32	综合性考核			3						
	4	品牌策划与管理	B类	3	48	16	32	综合性考核				3					
	5	商务数据分析与应用	B类	4	64	16	48	综合性考核					4				
	6	内容规划与管理	B类	4	64	16	48	综合性考核					4				
	7	全媒体渠道开发与管理	B类	4	64	16	48	综合性考核					4				
	8	视觉创意设计	B类	4	64	16	48	综合性考核					4				
	6	客户开发与管理	B类	4	64	16	48	综合性考核						4			
	10	AI电商智能体开发与应用	B类	4	64	16	48	综合性考核						4			
小计				37	592	160	432		0	3	7	3	16	8			

表6专业选修课程

专业方向	序号	课程名称	课程性质	学分	总学时	课内教学		考核类型	各学期周学时分配									
						理论学时	实践学时		第一学年		第二学年		第三学年		第四学年			
									1	2	3	4	5	6	7	8		
专业选修课 (模块三选一)	1	汽车文化	B类	2	32	16	16	综合性考核				2						
	2	智能网联汽车概论	B类	3	48	16	32	综合性考核					3					
	3	汽车市场营销	B类	3	48	16	32	综合性考核						3				
	跨境电商模块(模块三选一)	4	互联网+国际贸易	B类	2	32	16	16	综合性考核				2					
		5	跨境电商运营	B类	3	48	16	32	综合性考核					3				
		6	跨境电商通关管理	B类	3	48	16	32	综合性考核						3			
	低空经济模块(模块三选一)	7	低空空域管理与法规	B类	2	32	16	16	综合性考核				2					
		8	无人机操作基础与实战	B类	3	48	16	32	综合性考核					3				
		9	无人机电商应用	B类	3	48	16	32	综合性考核						3			
小计					8	128	48	80				2	3	3				

表7综合实践课程

序号	课程名称	课程性质	学分	总学时	课内教学		考核类型	各学期周学时分配									
					理论学时	实践学时		第一学年		第二学年		第三学年		第四学年			
								1	2	3	4	5	6	7	8		
1	市场营销综合技能实训	C类	2	36	0	36	过程性考核		2w								
2	市场调查与预测实训	C类	1	18	0	18	过程性考核		1w								
3	短视频创作实训	C类	1	18	0	18	过程性考核		1W								
4	数智电商行为实训	C类	1	18	0	18	过程性考核			1W							
5	直播运营实训	C类	2	36	0	36	过程性考核			2w							
6	品牌策划设计实训	C类	1	18	0	18	过程性考核				1w						
7	商务数据分析实训	C类	1	18	0	18	过程性考核					1W					
8	移动商务文案创作实训	C类	1	18	0	18	过程性考核					1W					
9	全媒体渠道开发与管理实训	C类	2	36	0	36	过程性考核					2W					
10	商务谈判与推销技巧实训	C类	1	18	0	18	过程性考核						1W				
11	专业选修课综合实训	C类	2	36	0	36	过程性考核						2W				
12	互联网营销岗位实践	C类	6	108	0	108	过程性考核								6W		
13	新媒体运营岗位实践	C类	6	108	0	108	过程性考核								6W		
14	岗位实习	C类	12	216	0	216	过程性考核										12W
15	毕业论文(论文)	C类	8	144	0	144	过程性考核										8W
合计			47	846	0	846											

备注：

- 1、课程代码：以教学管理系统中的代码为准。
- 2、课程类型：A类(纯理论)、B类(理论+实践)、C类(实践),教学做一体为B类课程。
- 3、学分：A、B类课程16学时/学分，课程学时数以16学时的整数倍或0.5倍数确定；C类18学时/学分；实训周学时18学时/周；
- 4、主要教学场所：指多媒体教室、普通教室、实训室名称、一体化教室名称、语音教室、校外实训基地等。

## 十一、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、课程思政等方面。

### (一)师资队伍

#### 1. 队伍结构

专业学生数与本专业专任教师数比例不高于20:1,高级职称专任教师比例不低于30%,具有研究生学位专任教师比例不低于50%,具有博士研究生学位专任教师比例不低于15%,双师素质教师占专业教师比一般不低于60%,教师队伍考虑职称、年龄、专兼职结合,形成合理的梯队结构。

#### 2. 专业带头人

具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力；原则上应是省级及以上教育行政部门等认定的高水平教师教学(科研)创新团队带头人、省级及以上教学名师、高技能人才、技术技能大师，或主持获省级及以上教学领域有关奖励两项以上，能够较好地把握国内外互联网和相关服务、批发业、零售业等行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、教学改革，教科研工作和社会服务能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

#### 3. 专任教师

具有高校教师资格；具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、国际商务、计算机科学技术等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

#### 4. 兼职教师

兼职教师从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、专业道德和工匠精神，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，具有工程师以上职业技术水平，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

### (二) 教学设施

#### 1. 专业教室基本条件

配备多媒体计算机、投影设备、白板、互联网接口或无线局域网覆盖，安装应急照明装置，并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

#### 2. 校内实训室(基地)基本要求

(1)直播实训室：配备声卡+麦克风、LED补光灯、直播支架、产品展示柜、背景墙、直播桌椅、直播提词器设备、计算机和直播模拟软件等，要求每3~5人一套设备。

(2)综合实训室：配备计算机的数量要保证上课学生每1人/台，投影仪、多媒体教学系统、新媒体营销、数字营销、新媒体视觉设计等课程教学软件与计算机匹配。

(3)短视频制作实训室：音箱、声卡、音频采样卡、LED补光灯、三脚架、计算机和视频剪辑软件、背景墙等设备，要求每3~5人一套设备。

(4)商务数据分析实训室：配备计算机的数量要保证上课学生每1人/台，投影仪、多媒体教学系统、商务数据分析软件要与计算机匹配。

(5)商务礼仪实训室：配备投影仪、多媒体教学系统、配备高清镜子等，会议桌，以及职业套装、领带、桌签、文件夹、签字笔、工牌、名片等实物教具，要求每2~5人一套设备。

(6)ERP实训室：配备计算机的数量要保证上课学生每1人/台，投影仪、多媒体教学系统、沙盘模拟软件要与计算机匹配。

### 3. 校外实训基地基本要求

选择能够提供开展全媒体电商运营环境的企业作为校外实训基地，电子商务与新媒体营销设施齐备，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，与专业建立紧密联系的校外实训基地达7个以上。

### 4. 学生实习基地基本要求

岗位实习基地要求能涵盖当前全媒体电商运营的主流技术，可接纳一定规模的学生进行岗位实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；能够承担对“双师型”教师的培训。实习基地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。

## (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

优先从国家和省两级规划教材目录中选用教材，禁止不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业企业专家和教研人员等参与的教材选用机制，完善教材选用的规章制度，按照规范程序遴选评议，择优选用教材。教材充分反映本专业职业活动特点，考虑职业技能证书考证的需要，增加实践实操内容，强调理论在实践过程中的应用。教材内容体现先进性、通用性、实用性，将本专业新职业标准、新工作规范、新知识技能及时纳入教材，使教材更贴近本专业的发展和实际需要。

### 2. 图书、文献配备基本要求

图书、文献配备满足学生全面培养、教科研工作、专业建设等需要，方便师生查询、借阅。包括：直播运营手册、短视频运营手册、短视频设计与制作手册、自媒体内容策划与写作手册、选品手册、新媒体营销平台手册等互联网营销师必备手册资料，以及多种电商类专业学术期刊和有关全媒体电商运营的实务案例类图书。满足教师教学设计、课程设计、资料查询等教学需要和学生的学习、阅读需要。配备必须订阅供教师在教学科研活动中查阅。学校图书馆须配有同样的手册和资料，供学生随时查阅。

### 3. 数字资源配备基本要求

配置与本专业有关的文献、音视频资料、电子教材、教辅材料、教学课件、案例库、实训软件、行业政策法规资料、就业创业信息等，形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。整合教学素材和竞赛、创业项目，引导学生利用数字资源进行技能训练，积累运营经验，提升学生专业能力。

#### (四) 教学方法

提出实施教学应该采取的方法指导建议，挖掘各类教学方式中蕴含的思想政治教育资源，发挥思政育人的功能。

##### 1. 教学方法

根据全媒体电商运营专业的核心能力和职业素养，设计一系列与企业真实项目相对应的任务，如搭建电商平台、制定营销策略、分析数据、优化流程等，将任务分解为若干个子任务，并给出相应的评价标准和时间要求。教师在任务发布前，对学生进行必要的理论讲解和示范操作，引导学生明确任务目标和要求，激发学生的学习兴趣和动机。教师在任务执行过程中，采用辅导、监督、反馈等方式，帮助学生解决遇到的问题，促进学生的自主学习和协作学习。教师在任务完成后，组织学生进行成果展示和交流，评价学生的任务完成情况和能力表现，总结提炼学习经验和知识技能。

##### 2. 教学模式

以校企合作企业真实项目为载体，以能力为目标，以进阶为路径，将全媒体电商运营专业的知识技能分为若干个层次和阶段，设计出一系列由易到难、由浅入深、由简单到复杂的项目任务，形成一个完整的能力培养体系。在这种教学模式下，教师根据不同层次和阶段的项目任务，制定相应的教学计划和评价标准，指导学生进行项目策划、项目实施、项目评估等活动，促进学生的能力逐步提升和完善。学生根据自己的基础和兴趣，选择合适的项目任务，参与到项目团队中，通过协作和竞争，实现自我挑战和超越。

#### (五) 学习评价

全媒体电商运营专业的教学评价体系是一个综合性、多元化、开放式的评价体系，旨在全面、客观、公正地评价学生在专业知识、技能和素养等方面的

掌握程度和职业能力水平，激励学生主动参与学习，提高学习效果和数量。该评价体系采用多种形式和方法进行评价，如笔试、实践技能考核、专项实训考核、岗位绩效考核、职业资格鉴定、技能竞赛等，充分考察学生在不同方面和层次的表现和水平，避免单一化和片面化的评价。该评价体系包括五个方面：

### 1. 思想政治考核

**思想政治考核是将马克思主义立场、观点、方法的掌握与运用纳入学生综合素质评价，重点考核学生辩证思维、系统思维、法治思维、劳动观念、职业操守与社会责任意识，占综合素质评价权重10%，作为毕业与评优的重要依据。**

### 2. 课程考核

课程考核是对学生在理论和实践课程中的知识和技能掌握情况的评价，包括笔试、实践技能考核、专项实训考核等形式。课程考核成绩占总成绩的50%，其中笔试占10%，实践技能考核占30%，专项实训考核占10%。课程考核由专业教师根据教学大纲和教学计划组织实施，按照统一的评分标准和规范进行评分。

### 3. 岗位绩效

岗位绩效是对学生在企业中进行岗位实习或工作的表现和能力的评价，包括企业评价和学校评价。岗位绩效成绩占总成绩的20%，其中企业评价占15%，学校评价占5%。企业评价由企业指导老师或主管根据企业的工作要求和标准进行绩效考核，按照企业的考核表格和流程进行打分。学校评价由学校指导老师或专家根据学生的实习报告和答辩情况进行评价，按照学校的评价表格和流程进行打分。

### 4. 职业资格鉴定

职业资格鉴定是对学生是否具备相应职业资格的认证，包括国家职业资格证书和行业职业资格证书。职业资格鉴定成绩占总成绩的10%，其中国家职业资格证书占5%，行业职业资格证书占5%。职业资格鉴定由国家或行业相关部门组织实施，按照统一的鉴定标准和规范进行考核。

### 5. 技能竞赛

技能竞赛是对学生在专业技能方面的水平和潜力的展示和比较,包括国家级、省级、市级、校级等各级别的竞赛。技能竞赛成绩占总成绩的10%,其中国家级竞赛占5%,省级竞赛占3%,市级竞赛占1.5%,校级竞赛占0.5%。技能竞赛由各级别的主办方组织实施,按照统一的竞赛标准和规范进行评选。

## (六) 质量管理

建立学校与二级学院两级质量管理委员会,由学校领导、教务处、教学督导、教学评价、教学研究、教师发展等部门和机构的代表组成,负责制定和实施全院的质量管理政策和计划,监督和评估各专业的质量管理工作,协调和处理质量管理相关的问题和建议。各专业设立专业质量管理小组,由专业负责人、教研室主任、课程负责人、教师代表、学生代表等组成,负责制定和实施专业的质量管理目标和措施,收集和分析专业的质量数据和信息,开展专业的质量诊断和改进,参与专业的内部和外部评价。

## (七) 课程思政

全面落实立德树人根本任务,以马克思主义基本原理为引领,将**辩证唯物主义与历史唯物主义贯穿人才培养全过程,构建“思政课程 + 课程思政”一体化育人体系。**

1. 理论引领:以唯物论、辩证法、认识论、历史观、劳动价值论统领专业教学,引导学生用**马克思主义立场、观点、方法认识数字经济、平台经济、全媒体运营的本质与规律,树立正确世界观、价值观、职业观。**

2. 思维融入:在市场调查、流量运营、数据决策、品牌策划、直播管理、渠道拓展等教学环节,强化矛盾分析、普遍联系、系统思维、创新思维训练,提升学生分析行业趋势、破解运营难题、优化业务策略的能力。

3. 价值塑造:弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚,强化劳动观念、工匠精神、诚信意识、法治意识与社会责任,引导学生恪守商业伦理、数据伦理、行业规范,坚决抵制虚假宣传、流量造假、不正当竞争等行为。

4. 案例教学:结合平台经济治理、直播电商合规、反垄断、数据安全、乡村振兴电商、跨境贸易伦理等典型案例,运用**马克思主义原理分析行业现象、研判发展趋势、树立正确义利观,提升学生明辨是非、理性决策、合规经营的综合素养。**

## 十二、主要课程及实践教学环节简介

### (一) 专业基础课程

1. 《营销学基础》课程旨在帮助学生了解市场营销的基本概念、理论和框架，以及市场营销在企业经营中的作用和意义。课程内容包括市场营销环境分析、市场细分与定位、市场营销组合(4P)策略制定、市场营销计划编制、市场营销执行与控制等。课程还将结合国内外典型案例，展示市场营销的实践效果和价值。

2. 《经济学基础》本课程以**马克思主义政治经济学为理论基础**，帮助学生理解商品、价值、资本、市场运行规律与分配关系，奠定分析数字经济、平台经济与电商产业发展的理论基础。主要内容是现代西方经济学的基本原理，由微观经济学和宏观经济学两大部分组成。微观经济学包括供求理论(消费者行为理论、生产者行为理论)、市场结构理论、生产要素市场理论、福利经济学理论和市场失灵和微观经济政策。宏观经济学包括国民经济核算、国民经济决定理论、失业与通货膨胀、宏观经济政策、经济周期与经济增长理论。

3. 《市场调查与分析》课程旨在培养学生市场调查与预测能力，课程内容涵盖市场信息收集、整理及分析的全流程，**运用唯物辩证法、矛盾分析法与普遍联系观，分析消费者心理、行为动机与决策逻辑**，引导学生坚持人民立场，尊重用户需求，树立以消费者为中心的运营理念，为学生后续课程学习奠定基础。课程聚焦于培养学生市场调查方案设计、数据采集、数据分析及报告撰写能力，通过理论结合实践的教学方式，帮助学生掌握市场研究方法论和工具应用。

4. 《电子商务基础》课程以**马克思主义认识论与方法论为指导，坚持实事求是、一切从实际出发**，培养学生数据采集、清洗、分析、可视化能力，基于客观数据洞察市场、优化策略、支撑科学决策旨在让学生了解电子商务的内涵、产生与发展、作用与影响，以及电子商务的一般框架。课程内容涉及了电子商务网站建设、互联网技术、EDI技术及数据库技术，以及电子商务的主要模式(重点剖析B2B、B2C模式)，网络营销及其相关技术简介，电子商务的在线支付与物流配送简介，电子商务的安全问题，电子商务的法律问题等。

5. 《管理学基础》课程旨在帮助学生了解管理、管理学、管理过程、管理目标、管理原则和方法等一系列重要范畴和概念，为进一步地学习管理学的其它课程打下良好的基础。课程运用马克思主义的辩证唯物论和历史唯物论观点阐释管理活动这一社会现象的本质特性，探讨和研究管理活动的基本规律及特点，以便更好地协调人们的活动。课程的主要内容有管理引论、中外管理史略、管理目标、管理职能、管理原理、管理原则、管理方法和评价等。

6. 《商业法律法规》是一门深入探讨商业领域法律规范的课程，旨在帮助学生全面理解商业活动中的法律要求和风险，提升他们在商业环境中的法律意识和应对能力。本课程将系统介绍商业活动中涉及的主要法律法规，包括公司法、合同法、知识产权法、竞争法、劳动法等。通过本课程的学习，学生将能够在商业活动中更加合规、高效地运作，为企业的稳健发展贡献力量。

7. 《统计与数据可视化》课程旨在培养学生数据思维与统计分析的应用型能力，同时用可视化的核心理论、方法与工具，理解其在数据分析、决策支持和信息传达中的关键作用。课程还将通过商业分析、科学研究、社会管理等领域的经典案例，运用数据可视化的基本原理、设计规范、技术实现及实际应用，揭示数据规律、驱动业务增长和提升决策效率中的实践价值，包括数据特征分析、视觉编码理论、可视化图表类型选择、交互式可视化设计、主流工具（如 Tableau、Power BI、Python 可视化库等）的操作与实践。课程内容强调理论与实践结合，注重职业场景下的统计应用能力培养。

8. 《采购与供应链管理》课程旨在帮助学生系统掌握采购与供应链管理的核心理论、方法及实践技能，理解供应链在现代企业运营中的战略地位，培养学生在采购计划制定、供应商管理、物流协调及供应链优化等方面的综合能力。课程内容注重理论与实践结合，结合企业案例剖析供应链全流程管理的关键环节与创新模式。

9. 《财务管理》是一门旨在帮助学生掌握财务管理基本知识和技能的课程。课程的主要内容包括财务管理课程主要包括基础理论、财务分析、会计学、投资学等核心模块，涵盖筹资、投资、营运资金管理和利润分配等企业财务活动的全过程。学生还将学习到财务管理的基本原则，如风险与收益的权衡、时间价值的考虑等，为未来的职业发展和实际工作打下坚实的基础。

10. 《管理沟通与礼仪》课程旨在培养学生的管理沟通和商务礼仪能力，提高学生在商业环境中的专业形象和沟通效果。课程内容包括商务礼仪的定义、原则和价值，个人形象的重要性和塑造方法，各种商务场合(如会议、谈判、宴请等)的礼仪规范和注意事项，以及商务沟通的基本技巧(如口头表达、书面表达、非语言交流等)。

## (二) 专业核心课程

1. 《短视频与直播运营》课程旨在让学生了解短视频与直播行业的发展现状和趋势，掌握短视频与直播平台的运营规律和方法，培养学生的短视频与直播内容策划与制作能力。课程内容包括短视频与直播平台的类型、特点和选择，短视频与直播内容的策划、编写和编辑，短视频与直播账号的定位、增粉和活跃度提升，短视频与直播效果的分析 and 优化等。

2. 《消费者行为分析》课程主要聚焦于深入研究消费者的决策过程、购买动机、心理特征以及市场营销与消费者行为之间的关系。课程内容涵盖消费者决策过程中的各个阶段，如认知、关注、评估、选择和后续行为等，并深入探讨影响消费者决策的因素，如文化、社会和个人因素等。同时，课程还将解析购买动机对消费者购买行为的影响，包括理性动机和情感动机两种类型，以及它们如何影响对不同产品或服务的选择。通过这门课程的学习，学生将能够更好地理解消费者，为企业制定更有效的营销策略提供有力支持。

3. 《直播运营管理》课程旨在帮助学生掌握数字营销时代的直播全流程运营能力，培养具备实战操盘、创新思维和合规意识的复合型人才。课程内容主要涵盖直播账号定位与 人设打造、选品策略与供应链对接、脚本策划与场景搭建、流量投放与互动控场、数据复盘与迭代优化等全链条内容通过“学理论—练实操—解难题”的闭环训练，学生能够独立运营直播项目，真正掌握直播运营管理。课程还深度融合“岗课赛证”四大要素，对标直播运营师、场控、选品专员等岗位核心任务，聚焦“流量引流、转化成交、用户留存”三大关键能力。

4. 《品牌策划与管理》课程是一门深入探索品牌构建、传播与管理的综合性课程。本课程旨在帮助学生全面了解品牌策划与管理的基本原理和方法，培

养学生在品牌建设和管理方面的专业能力和创新思维。课程内容包括品牌策划的基础理论、品牌定位与形象塑造、品牌传播与推广、品牌管理与维护等方面。通过本课程的学习，学生将具备品牌策划与管理方面的专业素养和实践能力，为他们在品牌领域取得成功奠定坚实基础。

5. 《商务数据分析与应用》课程旨在帮助学生掌握数据分析的基本知识、工具、方法，具备在互联网环境下的数据分析、数据可视化展现、及评估优化的能力，通过对流量来源、商品销量、用户画像、流量、销售转化率、客户价值、库存分析、动销率分析等常用的分析指标进行数据分析，以此指导店铺品类结构及营销策略，加强店铺的竞争力。

6. 《内容规划与管理》课程要求**运用辩证思维、系统思维与创新思维，把握内容生产、传播、运营规律，坚持正确价值导向，弘扬主旋律、传播正能量，提升内容质量、社会价值与商业价值**，旨在帮助学生掌握内容生产、传播与运营的全流程管理能力，培养具备内容策划、数据分析及平台运营能力的复合型人才。课程内容主要涵盖内容战略制定、用户画像分析、选题策划与创意生产、多平台内容分发策略、数据监测与效果评估等核心模块，通过“理论讲解+案例拆解+实战演练”的教学模式，使学生能够独立完成从内容定位到商业变现的完整闭环。课程深度融合“内容+技术+运营”三大维度，重点训练学生运用A/B测试、热点追踪、SEO优化等工具进行内容精细化运营的能力，同时涉及版权管理、合规审查等法律实务内容。课程还特别强调跨学科知识整合，包括传播学理论、消费者行为分析、新媒体技术应用等交叉领域，通过项目制学习培养学生解决复杂内容管理问题的能力。

7. 《全媒体渠道开发与管理》课程是一门旨在培养学生掌握全媒体渠道开发与管理的核心知识和技能的专业课程。本课程将深入剖析全媒体时代的渠道特点和发展趋势，帮助学生理解并掌握全媒体渠道的开发策略与管理方法。课程内容将涵盖全媒体渠道的基本概念、渠道策略制定、渠道开发与运营、渠道效果评估与优化等方面。通过本课程的学习，学生将具备全媒体渠道开发与管理的专业素养和实践能力，能够在实际工作中独立进行全媒体渠道的开发和管理，为企业创造更大的商业价值。

8. 《视觉创意设计》课程旨在让学生了解新媒体视觉设计的基本原理和规范,掌握新媒体视觉设计的常用软件和技巧,培养学生的新媒体视觉设计能力和审美素养。课程内容包括新媒体视觉设计的要素(如色彩、字体、图形等)、原则(如对比、重复、对齐等)和风格(如扁平化、极简化等),以及新媒体视觉设计的应用场景(如LOGO、海报、H5、短视频等)和实践操作。

9. 《客户开发与管理》是一门专注于提升学生客户开发技巧与客户关系管理能力的课程。本课程旨在帮助学生掌握客户开发的策略与技巧,理解客户心理和需求,提升客户满意度与忠诚度,从而实现企业长期稳定发展。课程内容涵盖客户开发的基本原理、客户识别与定位、客户需求分析、客户沟通技巧、客户关系维护等多个方面。通过本课程的学习,学生将能够独立完成客户开发任务,建立并维护良好的客户关系,为企业赢得更多客户资源,推动企业持续发展。

10. 《AI电商智能体开发与应用》课程旨在帮助学生掌握AI技术在电商领域的应用开发能力,包括智能客服、个性化推荐、自动化设计等核心技能课程内容涉及智能体开发平台与工具(如Coze、Dify等)、用户行为数据分析、个性化推荐系统构建、多模态交互技术以及商业变现模式设计同时涵盖大模型(如Deepseek)在电商运营中的实战应用,包括商品搜索优化、AIGC内容生成及智能供应链管理等场景。

### (三) 专业选修课程

1. 《汽车文化》课程旨在帮助学生理解汽车发展历史、社会影响及产业演变,培养对汽车美学的鉴赏能力和行业文化认知。课程内容涉及汽车工业发展史、经典车型与品牌文化、汽车设计艺术与潮流演变、赛车运动文化、汽车影视与文学、汽车与社会生活方式的关系、环保与未来出行趋势,以及不同国家汽车文化特色比较等内容,通过理论讲解与案例研讨,增强学生对汽车作为文化符号的深层理解。

2. 《智能网联汽车概论》是一门专业选修课,通过该课程的教学,使学生对目前的智能网联汽车结构有初步的了解,了解世界各国为什么要开发智能网联的真实理由及智能网联在汽车上的应用前景。从现代汽车发展的角度出发,综合分析了当前能源危机、环保危机形势下现代汽车工业的转型升级,对智能

网联在汽车上的运用进行剖析,及通过对智能网联汽车原理的论述,帮助学生掌握智能网联汽车结构,掌握智能网联汽车的工作原理,进一步达到掌握智能网联汽车的相关知识。

3.《汽车市场营销》课程旨在培养学生掌握汽车行业营销策划、销售管理及市场分析的核心能力,包括消费者行为研究、品牌推广策略制定、数字化营销工具应用等实务技能。课程内容涵盖汽车构造与性能基础、市场调研与数据分析、4P营销组合(产品、价格、渠道、促销)策略、客户关系管理、二手车评估与金融保险知识,以及新能源汽车市场趋势、社交媒体营销、直播电商等新兴领域。通过理论教学与4S店实训、销售模拟等实践环节结合,学生将学习如何制定差异化营销方案、优化销售流程并应对汽车行业数字化转型挑战。

4.《互联网+国际贸易》课程旨在帮助学生掌握数字化时代下的国际贸易核心技能,包括跨境电商平台运营、国际支付结算、数字营销及供应链管理等能力。课程内容涉及国际贸易理论与实务、跨境电商B2B/B2C平台操作、海外市场调研与分析、跨境物流与仓储管理、国际商法及贸易风险防控等模块,同时涵盖商务数据分析、短视频营销、直播电商等新兴领域。通过理论与实践结合,学生将学习如何利用互联网工具优化国际贸易流程,提升全球市场竞争力。

5.《跨境电商运营》课程旨在帮助学生掌握跨境电商全流程操作能力,包括平台运营、数字营销、物流管理及合规风控等核心技能,培养具备国际化视野的复合型人才。课程内容涉及跨境电商平台操作(如亚马逊、速卖通等规则与店铺管理)、国际物流模式(海外仓、FBA 头程等)、数字营销策略(SEO、Google/Facebook 广告投放)、支付结算(PayPal、外汇风险管理)及国际贸易实务(HS 编码、报关单填制)。同时涵盖政策法规(如欧盟 CE认证、美国FDA 标准)和跨文化沟通(商务英语/小语种应用),并通过沙盘演练、职业技能等级证书对接等实践环节强化实战能力。

6.《跨境电商通关管理》课程旨在帮助学生掌握跨境电商通关流程、政策法规及实务操作能力,培养合规意识与风险防控能力,为从事跨境电商物流、关务管理等工作奠定基础。课程内容涉及跨境电商通关政策与法规解读、进出口申报流程、商品归类与HS 编码应用、关税计算与税收优惠、检验检疫要

求、跨境物流与通关协同、电子口岸系统操作、AEO认证标准、风险防控与纠纷处理，以及RCEP等国际协定下的通关规则。通过理论结合模拟实训，学生可熟练完成报关单填制、通关异常处理等核心业务。

7.《低空空域管理与法规》课程旨在帮助学生掌握低空空域的规划、管理及航空法规知识，确保合规操作。课程内容涉及低空空域划分、飞行许可申请流程、飞行安全保障措施以及航空法规的具体条款，同时涵盖空域动态重构、数字化飞行服务等前沿管理技术。此外，课程还结合军民协同管理实践，探讨空域权属法理及国际空域管理经验。

8.《无人机操作基础与实战》课程旨在帮助学生掌握无人机系统的核心知识、操作技能及行业应用能力，具体目标包括：理解无人机工作原理与结构组成，熟练操作多旋翼/固定翼机型完成基础飞行动作(如起降、悬停、航线飞行)，掌握航拍测绘、巡检监测等实战技能，同时强化飞行安全意识和法规合规性。课程内容涵盖五大模块：①理论基础(空气动力学、电池与动力系统、飞控原理)；②硬件认知(机架、云台、传感器、图传设备)；③操作训练(手动/自动模式切换、应急处理、障碍规避)；④行业应用(精准农业 建模、电力巡检数据采集、影视运镜技巧)；⑤合规管理(空域申请流程、隐私伦理规范、设备维护标准)。通过模拟器练习与真机实操结合，使学生具备民用无人机驾驶员(CAAC/AOPA)认证要求的专业素养。

9.《无人机电商应用》课程旨在帮助学生掌握无人机在电商领域的应用技能，包括无人机航拍、物流配送、仓储管理及数据分析等核心能力。课程内容涉及无人机操控技术、航拍与后期处理、物流配送系统设计、仓储自动化管理、电商平台数据整合及行业法规等模块。通过理论与实践结合，学生将学习无人机在电商场景中的任务规划、安全操作及技术优化方法。

#### (四) 实践教学环节

1.《短视频实训》实训课旨在让学生通过实际操作，掌握短视频的制作和发布流程，提高短视频的内容质量和传播效果。实训内容包括短视频的选题、拍摄、剪辑、配音、特效、封面、标题、标签等，以及短视频的平台选择、上传、推广、分析等。实训过程中，学生将分组进行短视频的创意策划和制作，

每组需完成至少三个不同主题的短视频，并在指定的平台发布和推广，最后根据数据反馈和教师评价进行总结和改进。

2. 《直播实训》实训课旨在让学生通过实际操作，掌握直播的筹备和执行流程，提高直播的互动性和转化率，让学生恪守商业伦理、行业规范与诚信准则，坚持合规经营、用户至上、真实传播，杜绝流量造假、虚假营销等行为。实训内容包括直播的目标设定、内容规划、场景布置、设备准备、主播培训、话术设计等，以及直播的开播、互动、引导、促销、收尾等。实训过程中，学生将分组进行直播的策划和执行，每组需完成至少两次不同类型的直播(如展示类、教学类、娱乐类等)，并在指定的平台进行直播，最后根据数据反馈和教师评价进行总结和改进。

3. 《数智电商行为实训》课程旨在帮助学生掌握脑电技术与电商行为分析的融合应用能力，通过神经科学数据解读消费者真实决策过程，培养基于多模态数据的精准营销策略设计能力。课程内容涉及脑电信号采集与电商场景情绪识别(如直播购物兴奋度监测)、ERP技术分析用户决策路径(如页面停留与脑波关联)、多模态数据融合(结合眼动追踪与面部表情分析)、智能推荐算法优化及神经营销策略设计(如广告刺激强度与脑电响应匹配)，同时涵盖跨境电商直播、短视频营销等实战案例中的神经反馈应用。实训环节包括脑电设备操作(如EEG信号去噪处理)、虚拟直播间消费者行为模拟及数据驱动运营方案制定。

4. 《品牌策划设计实训》课程旨在帮助学生掌握品牌策划与设计核心理论与实务技能，培养品牌定位、视觉形象设计、市场传播策略及品牌管理能力，提升学生在商业环境中的创新思维与实战应用水平。课程内容涉及品牌基础理论(如品牌定义、资产与定位)、品牌识别系统设计(LOGO、色彩、字体等视觉元素)、品牌传播策略(线上线下推广)、品牌文化塑造、市场调研与竞争分析、品牌延伸策略及品牌管理方法，并通过案例分析与校企合作项目(如东风柳汽品牌优化)强化实践能力。

5. 《商务数据分析实训》课程旨在培养学生掌握数据采集、清洗、分析及可视化全流程操作能力，熟练运用Excel、Python、Power BI等工具解决实际商业问题，提升数据驱动的决策思维与业务优化能力。课程内容涉及商务数据

采集与清洗方法、描述性统计与预测模型构建、市场与竞品数据分析、客户行为洞察、供应链优化分析，以及数据可视化报告制作。通过案例实操与项目实训，学生可完成从数据挖掘到商业策略落地的全链条技能训练，为电商运营、市场营销等岗位提供数据分析支持。

6. 《全媒体渠道开发与管理实训》实训课旨在让学生通过案例分析和项目设计，掌握全渠道营销方案的设计方法和技巧，提高全渠道营销方案的创新性和有效性。实训内容包括全渠道营销方案的需求分析、目标设定、策略制定、资源分配、执行计划等，以及全渠道营销方案的评估方法和标准等。实训过程中，学生将分组进行全渠道营销方案的设计，每组需针对一个真实或虚构的产品或服务，设计一个全渠道营销方案，并在教师指导下进行修改和完善，最后进行方案展示和答辩。

7. 《商务谈判与推销技巧实训》课程旨在帮助学生掌握商务谈判与推销活动的核心理论与实务技能，培养谈判策略制定、跨文化沟通、推销流程管理及客户关系维护等综合能力，提升学生在商业场景中的实战应变与决策水平。课程内容涉及商务谈判的概念与原则、谈判策略与技巧(如开局、报价、磋商、僵局处理)、国际谈判风格比较、推销心理与模式(如AIDAS与DIPADA)、顾客开发与异议处理、谈判礼仪与沟通技巧，以及通过模拟谈判与案例分析的实践训练强化应用能力。

8. 《毕业设计》全媒体电商运营专业(本科)毕业设计强调实践性、创新性与行业适应性，旨在培养学生综合运用多媒介技术、数据分析及运营策略解决实际问题的能力。要求学生在完成顶岗实习后，根据实习单位的实际情况，设计并实施一套全媒体电商运营方案，解决企业面临的电商难题。学生需要运用所学的理论知识和技能，进行市场分析、目标设定、策略制定、内容创作、渠道选择、数据分析、效果评估等，需结合技术实现与运营策略，同时体现技术性与创新性。毕业设计旨在检验学生的专业水平和综合素质，培养学生的创新能力和实践能力，为学生进入全媒体电商行业打下坚实的基础。毕业设计是学生毕业的必要条件之一，也是评定毕业成绩的重要依据。学生需要在教师和企业导师的指导下，按照规定的时间和要求完成毕业设计，并通过答辩环节。

9. 《岗位实习》岗位实习是学生在毕业之前，即在学完全部课程之后到实习现场参与一定实际工作，**通过运用唯物辩证法、矛盾分析法分析行业痛点、企业问题与运营难点，坚持正确价值导向、职业操守与社会责任，提出科学可行、合规务实的解决方案**，由此获取独立工作能力，在思想上、业务上得到全面锻炼，并进一步掌握专业技术的实践教学形式。它往往是与毕业设计相联系的一个准备性教学环节。通过综合运用所学专业知**识**使学生获得独立工作的能力，并培养学生的综合职业能力。