

网络营销与直播电商（数智化营销方向）

专业人才培养方案

（三年制高职 2025 年版）

洛阳文化旅游职业学院

数字与智能技术应用学院

2025 年 8 月

编制说明

本专业人才培养方案适用于三年全日制高职网络营销与直播电商（数智化营销方向），由洛阳文化旅游职业学院数字与智能技术应用学院专业建设指导委员会组织专业教师，与河南省文化影视集团、河南电影电视制作集团、河南省数字经济产业协议产教融合委员会等合作企业的专家共同制订。从2025级网络营销与直播电商（数智化营销方向）专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓名	所在单位	职称/职务	签名
1	张飞刚	洛阳文化旅游职业学院	数字与智能技术应用学院院长	张飞刚
2	杜伟克	洛阳文化旅游职业学院	数字与智能技术应用学院院长	杜伟克
3	徐艳艳	洛阳文化旅游职业学院	数字与智能技术应用学院教学办主任	徐艳艳
4	王广坡	洛阳文化旅游职业学院	专业负责人/高级讲师	王广坡
5	张亚芬	河南省文化影视集团	副总经理 / 正高（高级记者）	张亚芬
6	马全	河南省网络文化协会	副会长	马全
7	杨晖	河南广播电视台制作部	转播项目组&VR虚拟影视技术组主管 / 正高级工程师	杨晖
8	张晓彬	元生（河南）数字科技集团有限公司	董事长 / 河南大学兼职教授 河南省数产协 / 副会长兼产教融合专委会会长 河南省人工智能产业创新研究院 / 常务副院长	张晓彬
9	李涛	元生（河南）数字科技集团有限公司	总经理、河南省数字经济产业协会产教融合专业委员会 / 秘书长	李涛

复核人：苏俊豪

专业负责人（签字）：王广坡

2025 级三年制网络营销与直播电商（数智化营销方向） 专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

网络营销与直播电商(数智化营销方向)（530704）

二、入学基本要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

学制：三年

学历：大专

四、职业面向

表 1：网络营销与直播电商(数智化营销方向)专业职业面向一览表

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	批发业（51） 零售业（52） 互联网和相关服务（64） 商务服务业（72）
主要职业类别（代码）	互联网营销师 S（4-01-06-02） 全媒体运营师 S（4-13-01-05） 市场营销专业人员（2-06-07-02） 品牌专业人员（2-06-07-04）
主要岗位（群）或技术领域	渠道销售主管、直播销售员、商品选品主管、直播运营主管、新媒体运营主管、内容策划主管、客户主管、渠道推广主管、网络广告专员、市场策划主管
职业类证书	直播电商、网络直播运营、新媒体营销

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、互联网和相关服务、商务服务业的互联网营销师、全媒体运营师、市场营销专业人员、品牌专业人员职业，能够从事渠道拓展运营维护、市场

策划、产品策划、广告投放、直播策划执行、粉丝引导转化、内容策划推广、新媒体运营、数据分析、客户开发与管理等工作的高技能人才。

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）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，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，具有良好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。

（5）掌握市场营销学、零售学、商品基础、电子商务基础、素材拍摄与编辑、商务数据分析与应用、财税基础等方面的专业基础理论知识。

（6）具有渠道开拓与运维的能力，能够完成销售渠道拓展、渠道运营策划、渠道绩效管理、销售渠道维护、渠道评估与改进等工作。

（7）具有直播营销的能力，能够完成选品分析、直播策划、产品讲解、直播脚本设计、主播人设搭建、粉丝引导转化、直播复盘等工作。

（8）具有内容策划与编辑和市场策划的能力，能够完成市场调研、内容编辑制作推广、效果监测与评估等工作；能够完成行业定位分析、产品、渠道、销售策略、营销活动等的策划与评估分析等工作。

（9）具有直播和新媒体运营的能力，能够完成直播间运营策划、引流、成本控制、过程监测与调整、直播风险把控等工作；能够进行新媒体市场调研、运营策划、推广平台、社群运营、活动策划、运营效果监测等工作。

(10) 具有客户服务与管理能力，能够完成客户服务标准制定、客户调研与数据获取、客户关系维护与管理、突发危机事件处理、客户服务绩效管理、客户开发与转化、服务机构合作等工作。

(11) 具有网络推广能力，能够完成广告投放、人群画像分析、渠道选择、结果分析、数据跟踪、推广预算等工作。

(12) 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。

(13) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力。

(14) 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，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。

(15) 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。

(16) 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、课程设置

本专业主要包括公共基础课程和专业课程。

(一) 公共基础课程

公共基础课程，共 17 门。主要课程有：思想政治理论课（包括：思想道德与法治、毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、形式与政策、习近平新时代中国特色社会主义思想概论）、中华优秀传统文化、大学英语、大学体育、军事理论（国防教育）、大学生心理健康教育等。

主要公共基础课程简介如下：

1. 形势与政策

第一、二、三、四学期开设，共 18 学时，其中理论 12 学时，实践 6 学时

课程目标：《形势与政策》课教学立足于思政课的政治性属性，主要讲授党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题，帮助

学生准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地的辩证关系。

内容简介：《形势与政策》课是高等学校思想政治理论必修课，是一门公共基础课。它是理论武装时效性、释疑解惑针对性、教育引导综合性都很强的一门高校思想政治理论课，是帮助大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战的核心课程，是第一时间推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑，引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略的重要渠道。它要求及时、准确、深入地推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂进学生头脑，宣传党中央大政方针，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，培养担当民族复兴大任的时代新人。

2. 思想道德与法治

第二学期开设，共 54 学时，其中理论 36 学时，实践 18 学时

课程目标：本课程通过理论学习和实践体验，帮助大学生投身社会主义建设，形成崇高的理想信念，弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，其目的在于培养高等院校学生树立正确的世界观、人生观、价值观，加强思想品德修养，增强学法守法的自觉性，了解我国社会主义宪法和有关法律的基本精神和主要规定，真正做到学法、懂法、用法，依法办事，依法维护国家和公民个人的合法权益，从而全面提高大学生的思想道德素质和法律素质。

内容简介：本课程是系统地对大学生进行马克思主义理论教育和品德、法律教育的主渠道和基本环节，是我国高等学校课程体系中的必修课程，是一门融思想性、政治性、科学性、理论性和实践性于一体的课程。课程以社会主义核心价值观为主线，针对大学生成长过程中面临的思想道德和法律问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观教育，引导学生在学习和思索中探求真理，在体验和行动中感悟人生，从而提高自身的思想道德素质和法律素养。

3. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

第一学期开设，共 36 学时，其中理论 24 学时，实践 12 学时

课程目标：本课程是中共中央宣传部和国家教育部规定的高职院校思想政治理论教育课程中的骨干和核心课程，本课程承担着对大学生进行系统的马克思主义理论教育的任务，目的在于使当代大学生了解马克思主义中国化时代化的过程，了解马克思主义与时俱进的理论品质，树立建设中国特色社会主义的坚定信心，提高学生运用马克思主义的立场、观点、方法分析和解决问题的能力，增强执行党的基本路线和基本纲领的自觉性和坚定性。

内容简介：全面讲述马克思主义中国化时代化的历史进程和理论成果及其精髓、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、社会主义改造理论、社会主义道路初步探索的理论成果、中国特色社会主义理论体系的形成和发展、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观理论等，共 9 个专题内容。

4. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论

第三学期开设，共 54 学时，其中理论 45 学时，实践 9 学时

课程目标：本课程是中共中央宣传部和国家教育部规定的高职院校思想政治理论教育课程中的骨干和核心课程。课程全面反映了马克思主义中国化时代化最新理论成果，为青年学生深刻理解掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的科学内涵、核心要义、实践要求提供了全面指引，目的在于更好用党的创新理论铸魂育人，引导青年学生更加坚定地沿着科学理论指引的正确方向前进，努力成为担当民族复兴大任的时代新人。

内容简介：本课程全面系统反映了习近平新时代中国特色社会主义思想创立发展的基本脉络及其主要内容，包含新时代坚持和发展中国特色社会主义、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴、坚持党的全面领导、坚持以人民为中心、全面深化改革开放、推动高质量发展、社会主义现代化建设的教育科技人才战略、发展全过程人民民主、全面依法治国、建设社会主义文化强国、以保障和改善民生为重点加强社会建设、建设社会主义生态文明、维护和塑造国家安全、建设巩固国防和强大人民军队、坚持“一国两制”和推进祖国完全统一、中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体、全面从严治党等十七个专题，集中彰显了习近平新时代中国特色社会主义思想回答时代课题、引领实践发展、推动伟大变革的真理力量和实践伟力。

5. 国家安全教育

第四学期开设，共 18 学时，其中理论 8 学时，实践 10 学时

课程目标：《国家安全教育》是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以总体国家安全观为统领的一门思政必修课。通过本课程的教学，旨在全面加强学生国家安全意识，丰富国家安全知识，引导学生主动运用所学知识分析国家安全问题，强化学生的政治认同，坚定道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，提升学生维护国家安全的能力，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础。

内容简介：根据教育部《大中小学国家安全教育指导纲要》相关要求以及《国家安全教育大学生读本》教材内容，本课程主要教学内容包括总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，我国新时代国家安全的形势与特点，国家安全重点领域（主要包括政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全）的基本内容、重要性、面临的机遇与挑战、维护的途径与方法，总体国家安全观实践教育等。

6. 大学体育

公共必修课，第一、二、三学期开设，共 108 学时，其中理论 36 学时，实践 72 学时

课程目标：本课程旨在通过系统的体育教学，提升学生的身体素质和运动技能，培养健康的生活方式和积极的体育态度。课程注重理论与实践相结合，通过多样化的体育活动和训练，帮助学生增强体质，提高团队协作能力，培养竞技精神和运动中的道德规范。

内容简介：大学体育课程涵盖了田径、球类、游泳、武术等多个运动项目，旨在通过专业的教学和训练，让学生掌握基本的运动技能和规则。同时，课程还强调运动中的安全与健康知识，教导学生如何在运动中预防伤害，维护身体健康。通过本课程的学习，学生不仅能够提升个人体能，还能在团队运动中锻炼领导力和合作精神，为未来的生活和工作打下坚实的身体与心理基础。

7. 军事理论（国防教育）

公共必修课，第一学期军训期间完成，共 36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：军事理论课程是旨在系统地向大学生传授军事基础知识和国防观念的重要课程。本课程结合我国高等学校的实际情况，通过介绍军事基础知识、国防

政策以及军事战略等内容，帮助学生建立起全面的国防意识，了解并掌握基本的军事技能。课程着重培养学生的爱国主义精神，提高他们的国防素养，使他们能够在未来的工作和生活中更好地履行国防义务，为国家的安全与繁荣贡献力量。

内容简介：本课程将全面介绍军事理论的基础知识，包括军事思想、军事制度、军事技术等方面的内容。同时，课程还将深入解读我国的国防政策，让学生明确国家在军事方面的立场和策略。此外，通过对军事战略的学习，学生将能够了解战争的本质和规律，提高战略思维能力。通过学习本课程，学生不仅能够增强自身的国防意识，还能够掌握一定的军事技能，为国家的安全与发展贡献自己的力量。

8. 大学生心理健康教育

公共必修课，第二学期开设，共 36 学时，其中理论 24 学时，实践 12 学时。

课程目标：大学生心理健康教育课程旨在增强学生的心理健康意识，提高自我认知与自我调适能力，培养学生积极向上的心态和健全的人格。本课程将通过系统的心理健康教育，帮助学生了解心理健康的基本知识，掌握心理调适的技能和方法，提升应对压力和解决问题的能力，为未来的学习、工作和生活奠定良好的心理素质基础。

内容简介：本课程将全面介绍心理健康的基本概念、标准和意义，深入探讨大学生常见的心理问题及应对策略。课程内容涵盖情绪管理、压力应对、人际交往、自我认知等多个方面，旨在帮助学生建立积极、健康的心态，提升心理素质和抗压能力。通过丰富的案例分析和实践活动，学生将学会如何识别和处理自身的心理问题，增强心理适应能力，培养乐观向上的生活态度，为未来的全面发展奠定坚实基础。

9. 劳动教育

公共必修课，第一、二、三、四学期开设，共 36 学时，其中理论 6 学时，实践 30 学时

课程目标：本课程致力于通过劳动教育，培养学生的勤劳、创新、合作的品质，以及实践能力和社会责任感。课程将结合理论与实践，让学生在参与劳动的过程中，体验劳动的价值和意义，从而树立正确的劳动观念，培养勤劳精神和团队合作意识。

内容简介：本课程将通过组织学生参与各种形式的劳动活动，如园艺、手工艺制作、社区服务等，让学生亲身体验劳动的乐趣和挑战。在劳动过程中，学生将学

习如何与他人协作，如何解决问题，以及如何创新思考。同时，课程还将强调劳动的道德和伦理意义，使学生明白劳动不仅是生存的手段，更是实现个人价值和社会贡献的重要途径。通过学习本课程，学生将全面提升自身的劳动素养和社会责任感。

10. 中华优秀传统文化

公共限定必修课，第一、二学期开设，共 72 学时，其中理论 44 学时，实践 28 学时。

课程目标：本课程旨在让学生深入了解中华优秀传统文化，包括其历史渊源、核心价值观、艺术形式及社会习俗等。通过学习，学生能够领悟中华文化的博大精深，增强文化自信，培养对传统文化的热爱与传承意识，同时提高人文素养和审美能力。

内容简介：本课程将全面介绍中华优秀传统文化的主要内容和特点，涵盖古代文学、历史典故、哲学思想、传统艺术等多个领域。学生将通过经典诵读、历史故事分析、艺术作品欣赏等实践活动，深入感受中华文化的独特魅力。课程还将涉及传统节日、民俗风情等内容，让学生在亲身体验中了解并珍视中华民族的文化遗产。

11. 大学英语

公共限定必修课，第一、二、三、四学期均开设，共 144 学时，其中理论 108 学时，实践 36 学时。

课程目标：大学英语课程旨在系统提升学生的英语语言能力，培养他们在国际交流中的跨文化沟通能力。作为高等教育的重要组成部分，本课程着重于听、说、读、写、译各项技能的均衡发展，强调语言的实际应用和交际功能的培养。通过学习，学生不仅能够掌握扎实的英语基础知识，还能够了解英语国家的文化、历史和社会习俗，为未来的学术研究、国际交流以及职业生涯发展奠定坚实的语言基础。

内容简介：本课程通过丰富的语言材料和多样的教学活动，帮助学生巩固和拓展英语词汇、语法等基础知识，同时提高他们的阅读理解、听力理解和口头表达能力。课程内容涵盖生活、文化、科技、教育等多个领域，旨在拓宽学生的国际视野，增强他们的跨文化意识。此外，课程还注重培养学生的自主学习能力和批判性思维，使他们能够在不断变化的语言环境中持续学习和进步。通过学习本课程，学

生将能够更自信、准确地使用英语进行交流，更好地适应全球化时代的挑战和需求。

12. 信息技术

公共限定必修课，第一、二学期开设，共 72 学时，其中理论 18 学时，实践 54 学时。

课程目标：信息技术课程致力于培养学生的信息素养和技术应用能力。本课程将介绍计算机基础操作、办公软件的使用技巧以及网络基础知识，旨在让学生掌握现代信息技术的基本理论和实操技能。通过学习，学生将能够熟练运用信息技术工具，提高在信息社会中的竞争力和适应能力，为将来的工作和生活奠定坚实的技术基础。

内容简介：本课程将系统讲授计算机基础操作，包括操作系统的使用、文件管理、文字处理等；同时，还将深入学习办公软件如 Word、Excel、PowerPoint 等的使用方法和高级技巧。此外，课程还将涉及网络基础知识，包括互联网的基本原理、常见网络应用以及网络安全等方面的内容。通过学习本课程，学生将能够全面提升自身的信息技术素养，更好地适应信息化社会的发展需求。

13. 大学生职业生涯规划 and 就业指导

公共限定必修课，第一、二学期开设，共 18 学时，其中理论 6 学时，实践 12 学时

课程目标：本课程旨在帮助学生进行全面的职业生涯规划，并提供实用的就业指导，以增强学生的就业竞争力，为未来职业发展奠定坚实基础。课程将引导学生探索自身兴趣与职业方向的契合点，掌握职业规划的方法与技巧，同时培养学生在学习过程中的自我营销能力和职场适应能力，助力学生顺利步入职场，实现个人职业价值。

内容简介：本课程将涵盖职业兴趣探索、职业规划方法、求职技巧以及职场适应等多个方面。首先，通过专业的职业兴趣测试和案例分析，帮助学生认清自己的优势与兴趣所在，为职业规划提供科学依据。其次，课程将系统介绍职业规划的步骤和策略，包括目标设定、路径选择、能力提升等关键环节，使学生能够制定出切实可行的职业规划。此外，课程还将涉及简历撰写、面试技巧、薪资谈判等求职实战技能，以及职场礼仪、团队协作、沟通技巧等职场必备素养，从而全面提升学生的就业能力和职业素养。

14. 大学生创新创业基础

公共限定必修课，第三、四学期开设，共 18 学时，其中理论 12 学时，实践 6 学时

课程目标：本课程旨在培养学生的创新创业意识和能力，通过系统的理论教学与实践活动，激发学生对创新创业的兴趣和热情。课程将介绍创新创业的基本概念、方法和策略，帮助学生了解市场动态，掌握创业流程，为未来的职业发展和创业道路奠定坚实的基础。

内容简介：大学生创新创业基础课程将涵盖创新思维训练、商业模式设计、市场分析与调研、融资与风险管理等多个方面。通过案例分析、团队讨论、实践操作等多种教学方法，帮助学生建立系统的创新创业知识体系，提升解决实际问题的能力。本课程旨在培养具有创新精神、创业意识和创造能力的高素质人才，为学生未来的创新创业之路提供有力的支持和指导。

15. 四史

公共选修课，第四学期开设，共 18 学时，其中理论 12 学时，实践 6 学时

课程目标：本课程依据《高等学校思想政治理论课建设标准（2023）》《关于在全社会开展党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史宣传教育的通知》开设，是各专业学生的选择性必修课。本课程是以马克思主义为指导，以中国共产党历史为主线，有机融合新中国史、改革开放史、社会主义发展史开展的教育学习。课程旨在通过系统讲授和实践活动，引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好；深刻认识红色政权来之不易、新中国来之不易、中国特色社会主义来之不易；深刻把握历史发展规律和大势，增强对中国共产党和中国特色社会主义的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同。最终目标是教育引导学生坚定“四个自信”，传承红色基因，赓续红色血脉，努力成长为担当民族复兴大任的时代新人。

内容简介：课程内容围绕中国共产党百年奋斗的光辉历程、伟大成就和宝贵经验展开，贯通新中国史、改革开放史、社会主义发展史的内容，重点包括：历史和人民选择了中国共产党、中国人民站起来了、中国人民富起来了、中国特色社会主义新时代进入新时代 4 个专题。通过理论与实践相结合的教学方式，帮助学生建立完整的历史认知体系，汲取历史智慧，传承红色基因。

16. 数学文化与智慧游戏

公共选修课，第一学期开设，共 18 学时，其中理论 10 学时，实践 8 学时，早期教育、学前教育必选，其他专业限选。

课程目标：本课程旨在通过介绍数学文化和智慧游戏，激发学生对数学的兴趣和好奇心，培养其逻辑思维能力、创新意识和团队协作精神。学生将通过参与各种数学游戏和挑战，发现数学的趣味性和实用性，从而更加热爱数学并乐于探索其奥秘。

内容简介：本课程将融合数学史、数学趣题以及经典的智慧游戏等元素，让学生在轻松愉快的氛围中学习数学。课程将介绍数学的发展历程、数学家的传奇故事以及数学在科技、经济等领域的应用。同时，通过解谜、拼图、逻辑推理等游戏形式，锻炼学生的数学思维和解决问题的能力。此外，课程还将鼓励学生进行团队合作，共同解决复杂的数学问题，培养团队协作精神。

17. 公共美育

公共选修课，第一、二学期开设，共 18 学时，其中理论 10 学时，实践 8 学时

课程目标：本课程旨在培养学生的审美情趣和艺术鉴赏能力，通过系统的艺术教育，使学生能够理解和欣赏各类艺术形式，提升其人文素养和审美水平。课程将介绍绘画、音乐、舞蹈等多种艺术形式，通过理论与实践的结合，让学生在欣赏美的同时，也能够创造美，从而促进其全面发展。

内容简介：本课程将涵盖艺术的基础知识，包括艺术史、艺术评论以及艺术创作等方面的内容。通过学习，学生将能够识别不同艺术流派的特点，分析艺术作品中的美学元素，同时提升个人的艺术修养和审美能力。此外，课程还将鼓励学生参与艺术创作，通过实践操作来加深对艺术的理解和感悟，最终达到提高公共美育水平的目的。

（二）专业课程

专业课程共 20 门：主要有专业基础课程、专业核心课程和专业拓展（选修）课程。

总体设计是：遵循“三对接”的原则，即专业设置与区域产业需求对接，课程内容与职业标准对接，教学过程与生产过程对接。同时考虑到与应用型本科、中等职业教育课程体系的衔接。

课程体系设计思路是：专业人才需求调研与就业岗位确定→岗位的工作任务及职业能力分析→归纳任务领域→转化学习领域→分析学习领域的知识要求及技能要求→编写课程标准。

实践性教学环节主要包括实习、实训、产业工坊实践、毕业设计（论文）等。网络营销与直播电商应依据国家发布的有关专业岗位实习标准，严格执行《职业学校学生实习管理规定》有关要求，组织好认识实习、产业工坊实践和岗位实习，将本专业的新技术、网络营销与直播电商新方法、新工艺融入到实习实训中。

主要专业课程简介如下：

1. 电子商务概论

专业基础课，第一、二学期开设，72 学时，其中理论 36 学时，实践 36 学时。

课程目标：

①讲解电子商务定义、发展历程及模式分类，要求学生。掌握电商核心概念，明晰行业发展脉络。

②介绍 SEO、SEM、社交媒体营销等手段，要求学生能制定简单营销方案，学会运用工具提升商品曝光。

③剖析商品上架、订单处理、库存管理等环节，要求学生熟悉电商运营全流程，具备基础实操能力。

④阐述电子支付原理、第三方支付模式及安全保障技术，要求学生掌握安全交易规范与风险防范要点。

⑤探讨跨境电商、直播电商等新业态，结合大数据、人工智能应用案例，要求学生分析行业创新方向。

⑥了解跨境电商政策、物流模式及国际贸易规则，分析跨境电商平台运营，要求能解读跨境电商发展趋势。

⑦学习数据采集、分析工具，掌握流量、转化等关键指标，要求能通过数据优化电商运营决策。

内容简介：课程内容以“概念-模式-技术-运营-环境”为逻辑主线，涵盖电子商务的定义、分类及发展历程，B2B、B2C、社交电商等主流商业模式与典型案例，支撑电商运作的网站建设、大数据、支付安全等核心技术，以及网络营销、物流供应链管理运营环节，同时涉及电商相关的法律法规与行业伦理，帮助学生快速建立对电商行业的系统性认知，理解其商业逻辑与实际应用场景。

2.社群运营

专业基础课，第一学期开设，36学时，其中理论18学时，实践18学时。

课程目标：

- ①掌握社群定位与目标设定，依据用户属性（职业、技能需求等）搭建社群框架，明确运营方向。
- ②学习社群拉新策略（如裂变海报、线下引流）与成员分层管理，制定入群规则及身份标签体系。
- ③策划社群内容（行业资讯、直播课等）与互动活动（打卡、问答），维持活跃度，提升成员黏性。
- ④实训社群数据监测（活跃率、转化率），分析运营效果，优化内容与服务策略。
- ⑤了解社群变现路径（课程销售、资源对接等），设计商业化方案，同时遵守行业规范与用户隐私保护原则。

内容简介：课程内容围绕“用户-内容-活动-变现”四大核心维度展开，涵盖社群的定位与搭建（如用户画像、入群门槛设计）、日常运营（如内容策划、用户互动与关系维护、社群氛围营造）、活动策划（如裂变活动、福利活动设计）及商业变现（如社群电商、知识付费、会员体系搭建）等关键环节，同时结合典型案例分析，帮助学生掌握提升社群活跃度、留存率与商业价值的核心技能，理解社群在现代营销体系中的作用。

3.商务数据分析与应用

专业基础课，第三学期开设，36学时，其中理论18学时，实践18学时。

课程目标：

- ①学习数据库查询、网络爬虫等数据采集方法，掌握数据清洗、转换与整合技巧，要求能规范处理原始数据，保障数据质量。
- ②讲解描述性分析、回归分析等统计方法，熟悉 Excel、Python、Tableau 等工具操作，要求熟练运用工具完成数据可视化与深度分析。
- ③针对营销、运营、供应链等场景，剖析用户画像构建、销售预测等案例，要求能结合业务需求设计分析方案。
- ④学习数据报告撰写与可视化呈现，要求根据分析结果提炼商业洞察，为企业决策提供有效建议。

⑤了解数据隐私保护、合规使用等原则，要求树立数据安全意识，确保分析过程合法合规。

内容简介：课程内容围绕“数据获取-处理-分析-应用”全流程展开，涵盖商务数据的来源（如电商平台、CRM 系统、市场调研数据）与采集方法，数据清洗、整合等预处理技巧，描述性统计、回归分析、用户画像、漏斗分析等核心分析模型与工具（如 Excel、SQL、Python 基础）的应用，以及如何将分析结果转化为市场决策、运营优化、风险预测等具体商务解决方案，帮助学生建立数据思维，掌握用数据驱动商业决策的基础能力。

4.市场营销

专业基础课，第一、三学期开设，72 学时，其中理论 54 学时，实践 18 学时。

课程目标：

①讲解市场营销概念、核心观念及发展历程，要求学生掌握营销本质，理解以顾客为中心的理念。

②学习市场调研方法，包括问卷设计、数据分析，掌握 SWOT、PEST 等分析模型，要求能独立完成市场调研报告。

③解析产品、价格、渠道、促销（4P）策略，要求学生根据企业目标制定差异化营销策略，提升产品竞争力。

④研究消费者购买动机、决策过程及影响因素，要求能洞察消费者需求，精准定位目标市场。

⑤介绍社交媒体营销、内容营销、短视频营销等新兴方式，要求掌握线上营销工具与运营技巧，制定创新营销方案。

内容简介：课程内容围绕“需求洞察-策略制定-执行落地”的逻辑展开，涵盖市场营销的核心概念与发展历程、市场调研与消费者行为分析、STP 战略（市场细分、目标市场选择、市场定位）、4P/4C 等经典营销组合策略（产品、价格、渠道、促销等），以及数字时代下的新媒体营销、内容营销、品牌管理等前沿实践，通过理论结合案例分析，帮助学生建立以市场和消费者为中心的营销思维，掌握制定和实施营销方案的基础能力。

5.管理学基础

专业基础课，第四学期开设，72 学时，其中理论 54 学时，实践 18 学时。

课程目标：

①介绍管理的概念、职能、性质及发展历程，要求学生掌握古典管理理论、行为科学理论等核心思想。

②学习计划制定方法、目标管理及决策类型，掌握 SWOT、头脑风暴等分析工具，要求能制定简单计划方案并科学决策。

③讲解组织结构设计、部门划分原则，了解人员招聘、培训与绩效评估，要求掌握组织架构搭建与人员配置方法。

④分析领导风格、沟通技巧，学习激励理论，要求能运用激励手段提升团队积极性，有效开展领导工作。

⑤掌握控制标准制定、偏差分析及纠正措施，理解协调方法，要求能监控工作进程，解决管理冲突与问题。

内容简介：课程内容围绕“需求洞察-策略制定-执行落地”的逻辑展开，涵盖市场营销的核心概念与发展历程、市场调研与消费者行为分析、STP 战略（市场细分、目标市场选择、市场定位）、4P/4C 等经典营销组合策略（产品、价格、渠道、促销等），以及数字时代下的新媒体营销、内容营销、品牌管理等前沿实践，通过理论结合案例分析，帮助学生建立以市场和消费者为中心的营销思维，掌握制定和实施营销方案的基础能力。

6. 网络营销

专业核心课，第三学期开设，36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：

- ①学习 SEO、SEM 基础，掌握关键词分析与广告投放，能制定推广方案。
- ②实训社交媒体营销，理解平台算法，策划内容与活动，完成单平台运营计划。
- ③开展电商平台营销实训，优化商品推广与流量，输出数据分析报告。

内容介绍：了解元宇宙营销等趋势，分析跨平台整合逻辑，设计多渠道联动方案。

7. 新媒体运营

专业核心课，第四学期开设，72 学时，其中理论 36 学时，实践 36 学时。

课程目标：

- ①掌握新媒体调研、渠道选择、运营推广、社群运营等方法和技巧。
- ②能够制订新媒体运营方案及推广计划。
- ③选择推广平台，策划运营活动并实施。

④运营用户社群。

⑤对接、跟进商务合作项目。

内容介绍：运营效果监测及方案优化。

8. 品牌策划与推广

专业核心课，第四学期开设，72 学时，其中理论 36 学时，实践 36 学时。

课程目标：

①掌握品牌基本概念、构成元素与价值分析，能界定品牌。

②学会市场容量测量、宏观环境分析，熟知市场细分标准与目标市场选择因素。

③运用 SWOT、PEST 等分析法剖析企业竞争力。

④精准进行品牌定位，提炼品牌文化，塑造品牌个性与形象。

⑤掌握品牌广告、公关等传播策略，学会提炼核心信息与创意设计。

内容介绍：了解品牌推广方式，如公关、终端、人际传播，能策划品牌活动。

9. 短视频策划与制作

专业基础课，第二学期开设，54 学时，其中实践 54 学时。

课程目标：

①学习短视频策划流程，结合用户画像与平台调性制定选题，撰写包含场景、台词、镜头的脚本，设计分镜表。

②实训拍摄技巧，掌握设备（手机/摄像机）使用、构图法则（三分法/中心构图）与光线运用，完成固定镜头与运镜（推拉摇移）拍摄。

③开展后期编辑训练，使用剪映等软件进行剪辑，添加转场、特效、字幕与配音，优化视频节奏与视觉风格。

④分析爆款短视频数据（播放量、完播率），结合案例总结传播规律，要求独立完成从策划到成片的完整短视频项目。

内容简介：课程内容围绕“策划-拍摄-剪辑-运营”主线展开，涵盖短视频的类型与平台特性分析（如抖音、快手、B 站等）、选题策划与脚本撰写、拍摄构图、运镜、灯光等基础技巧，以及使用剪映、Premiere 等工具进行剪辑、调色、字幕添加、音效处理等后期制作，同时涉及短视频的封面设计、标题优化等基础运营知识，通过理论讲解与实操训练结合，帮助学生掌握符合平台传播规律的短视频创作能力，能独立完成从创意构思到成品输出的完整流程。

10. 直播销售

专业核心课，第一学期开设，72 学时，其中理论 54 学时，实践 18 学时。

课程目标：

①掌握直播平台规则以及运营、选品、脚本策划、引流、数据分析的流程和技巧。

②能够策划直播主题并搭建直播间。

③制定直播方案，动态调整直播内容。

④建立直播风险预案。

内容介绍：分析直播数据并优化总结

11. 客户服务与管理

专业核心课，第二、三、四学期开设，108 学时，其中理论 90 学时，实践 18 学时。

课程目标：

①网络营销与直播电商掌握客户调研、客户开发与转化、客网络营销与直播电商商户投诉、客户关系管理、危机事件处理的方网络营销与直播电商法和技巧。

②网络营销与直播电商能够进行精准客户调研。

③网络营销与直播电商提升客户转化率。

④网络营销与直播电商客户信息收集与分析。

⑤网络营销与直播电商客户关系维护，提升客户满意度。

内容简介：课程内容围绕“客户需求-服务提供-关系管理”逻辑展开，涵盖客户服务的核心概念与行业标准、客户需求分析与画像构建、服务沟通技巧（语言表达、投诉处理、情绪管理）、多渠道服务模式（电话、在线客服、社交媒体客服等）的运营，以及客户关系管理（CRM）系统应用、客户忠诚度培养、服务质量评估与优化、客户生命周期管理等关键环节，结合不同行业案例，帮助学生建立以客户为中心的服务思维，掌握提升客户满意度与企业品牌价值的客户服务及管理核心能力。

12. 商品拍摄与素材编辑

专业基础课，第三学期开设，72 学时，其中实践 72 学时。

课程目标：

①使学生掌握所需的商品拍摄与素材制作核心技能，具备独立产出符合平台要求的主图、详情页及短视频素材的能力。

②通过高强度实践，让学生掌握商品布光构图、场景搭建、拍摄设备操作等拍摄技巧。

③提升软件运用：使学生能熟练运用主流图片及视频编辑软件，进行素材精修、合成、调色及剪辑，以满足电商平台商品展示与推广需求。

④以实践为核心，系统训练电商商品静态摄影技能，涵盖不同材质商品布光方案、构图法则、场景氛围营造及拍摄设备操作要点。

⑤引导学生深入实践图片精修技术，包括瑕疵处理、颜色校准、背景替换、合成排版，制作高点击率主图及信息清晰的商品详情页。

⑥让学生重点掌握电商短视频素材制作，学习分镜头脚本构思、实景拍摄技巧、素材筛选与剪辑节奏把控。

⑦使学生熟练掌握 Photoshop、Premiere/CapCut 等主流软件，进行素材编辑、特效添加、字幕音效整合，产出符合平台规范的视觉营销素材包。

内容简介：课程内容围绕“商品拍摄-素材编辑”两大核心模块展开，涵盖商品拍摄的器材选择（相机、镜头、灯光等）、构图技巧、光影运用、不同类型商品（服饰、食品、电子产品等）的拍摄风格与布光方案，以及使用 Photoshop 等工具进行图片修图、色彩调整、背景处理、商品细节优化等后期编辑技能，结合电商平台对商品视觉的要求，帮助学生掌握能突出商品卖点、符合商业传播需求的拍摄与素材处理能力，满足电商运营、视觉设计等场景的实际应用。

13. 现代物流基础

专业基础课，第三学期开设，36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：

①培养学生建立电商物流全链路认知，掌握仓配运营、成本控制及体验优化核心知识，为跨境电商物流、供应链管理等岗位奠定基础。

②学生需理解快递、快运、云仓等物流模式特点，熟悉订单处理、仓储管理、运输配送及逆向物流流程。

③具备物流方案比选、时效预测及异常处理能力。

④课程系统解析电商物流核心环节，涵盖订单分拣与包装规范、智能仓储作业流程及库存管理要点。

⑤对比分析快递直发、前置仓配送、统仓共配等主流配送模式的成本时效差异。

⑥深入探讨物流体验优化策略，包括路由规划、时效承诺设计及签收服务标准。

⑦结合跨境场景延伸海外仓、直邮等国际物流方式特点。

⑧学习物流延迟、破损等异常的预防与客诉处理流程，强化供应链协同思维。

内容简介：课程内容围绕“物流活动全流程”展开，涵盖现代物流的定义、发展历程及行业趋势，仓储管理（如库存控制、智能仓储）、运输管理（如运输方式选择、路线优化）、装卸搬运、包装、流通加工、物流信息管理（如物流信息技术、供应链管理系统）等核心环节，以及第三方物流、绿色物流、跨境物流等新兴模式，结合企业物流实践案例，帮助学生建立对现代物流体系的系统性认知，理解物流在供应链中的作用，掌握物流各环节的基本运作逻辑与管理思路。

14. 选品与采购

专业基础课，第三学期开设，36学时，其中理论18学时，实践18学时。

课程目标：

①旨在培养学生掌握电商环境下的商品甄选逻辑与采购执行能力，具备数据驱动的选品决策与供应商管理基础，为胜任直播选品、电商采购助理等岗位奠定实操基础。

②学生将学习市场趋势分析、目标客群需求洞察、竞品研究方法，掌握核心选品维度（如商品潜力、利润空间、供应链适配性），并实践询价议价、合同签订、订单跟进等采购流程。

③课程聚焦电商选品核心逻辑，学习基于销售数据、平台热词、社媒趋势进行市场机会挖掘。

④消费者与竞品研究：深入研究目标消费者画像构建与需求痛点分析方法，掌握竞品优劣势拆解与差异化定位策略。

⑤系统训练核心选品评估能力，涵盖商品市场潜力分析、盈利能力测算、合规性审查及供应链稳定性评估。

⑥实践采购流程关键环节，包括供应商寻找与资质审核、样品评估、询价议价技巧、基础合同条款理解与订单管理跟进，强化选品与采购的闭环执行能力。

内容简介：课程内容围绕“选品策略-采购执行”两大核心模块展开，涵盖选品的市场调研（如需求分析、竞品研究）、选品方法（如数据化选品、供应链选品）、商品评估（如利润空间、市场潜力、合规性判断），以及采购计划制定、供应商开发与

管理（如资质审核、谈判议价）、采购合同签订、库存与成本控制、采购风险防范等关键环节，结合电商平台及零售企业的实际案例，帮助学生掌握符合市场需求的选品思维和高效合规的采购管理能力，理解选品与采购在企业运营及供应链中的核心作用。

15. 直播运营

专业核心课，第三、四学期开设，126 学时，其中理论 90 学时，实践 36 学时。

课程目标：

- ①课程设计全链路直播 SOP，构建标准化运营框架。
- ②实践流量获取策略，涵盖预热视频制作、Feed 流投放及私域引流，提升直播间曝光精准度。
- ③深度演练场景化直播执行，包括道具脚本配合、后台数据监控及即时策略调整，强化现场控场能力。

内容介绍：通过 GMV 归因分析，实现投放与话术持续迭代。

16. 市场策划

专业核心课，第一学期开设，36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：

- ①课程解析市场环境扫描方法，帮助学生建立系统性策划思维。
- ②训练用户画像构建与需求洞察技术，助力精准定位目标客群。
- ③实践营销组合策略设计，涵盖产品卖点包装、价格体系搭建及推广渠道匹配，形成完整方案输出能力。
- ④通过模拟提案答辩，提升策略表达与逻辑说服力。

内容简介：课程内容围绕“策略制定-方案落地-效果评估”主线展开，涵盖市场策划的核心概念与流程、市场调研与消费者洞察、目标市场定位与品牌策略、营销活动（如促销活动、品牌推广、新媒体营销）的创意构思与方案撰写（含预算、执行流程、风险控制），以及策划方案的落地执行、数据监测与效果复盘优化等关键环节，结合快消、零售、互联网等不同行业的经典策划案例，帮助学生建立以市场需求为导向的策划思维，掌握制定可落地、能实现商业目标的市场策划方案的核心能力。

主要专业选修课程简介如下：

1. 人工智能商业应用

专业选修课，第一、二学期开设，72 学时，其中理论 54 学时，实践 18 学时。

课程目标：通过本课程的学习，培养学生理解人工智能在电商领域的核心价值。学生将掌握机器学习基础原理，熟悉智能推荐、客服机器人等应用场景，具备运用 AI 工具优化商品推荐、用户服务及营销决策的能力，拓展数字化时代职业竞争力。

内容简介：课程解析机器学习与深度学习技术基础，建立智能化商业转型认知框架。重点实践电商 AI 工具操作，涵盖智能选品系统配置、客服机器人训练流程及用户画像聚类分析技术，显著提升运营决策精准度与效率。深入探讨人工智能伦理规范与数据隐私保护要求，强化技术应用合规意识。结合行业典型案例分析智能客服应答优化、动态定价策略等场景，培养前沿技术适配思维。通过模拟项目训练 AI 工具解决选品偏差、客服响应延迟等业务痛点，实现人工智能与电商业务的初步融合应用能力。

2. 消费者行为分析

专业选修课，第三、四学期开设，72 学时，其中理论 54 学时，实践 18 学时。

课程目标：通过本课程的学习，深化消费者决策机制研究能力。学生将掌握消费心理分析模型，运用眼动追踪、购物路径分析等工具解读网购行为规律，具备基于用户洞察优化产品呈现、页面设计及营销策略的专业能力，赋能精准营销决策。

内容简介：课程解构消费者决策五阶段模型，掌握需求触发关键要素与痛点挖掘技术。实践行为数据分析方法论，完成购物车放弃率归因分析、页面热力图解读及 A/B 测试方案设计，精准定位转化路径瓶颈。强化社交消费场景应对策略训练，剖析 KOL 种草心理机制、直播间冲动消费诱导因素及社群拼单传播逻辑，提升场景化营销设计精准度。通过用户旅程地图构建练习，整合触点多渠道行为数据，建立全景式消费行为洞察框架。结合眼动实验设备实操，验证页面布局、促销信息呈现等视觉要素对决策的影响规律，形成数据化用户体验优化能力。

3. 主播素养

专业选修课，第二学期开设，54 学时，其中理论 36 学时，实践 18 学时。

课程目标：本课程聚焦主播职业化人格塑造与软实力培养。学生将提升镜头表现力、情绪感染力及职业道德修养，掌握直播突发状况应对策略与公关技巧，构建个人 IP 化形象识别系统，为直播岗位发展提供核心素养支撑。

内容简介：课程解构主播职业形象定位要素，建立差异化人设打造认知框架。强化专业表达技能训练，涵盖胸腔共鸣发声控制、镜头前肢体语言设计及即兴演讲

逻辑搭建，提升观众信任感与黏性。系统学习直播伦理规范，包括违禁词实时规避技巧、知识产权保护要点及危机公关话术设计，有效降低职业合规风险。通过高压场景模拟演练，如产品质量事故回应、恶意言论应对等突发状况，培养情绪管理与应急控场能力。结合个人形象诊断报告，定制化训练微表情管理、场景化服装搭配等细节素养，实现主播职业魅力的全方位提升。

4. 商务礼仪与沟通

专业选修课，第二学期开设，36学时，其中理论18学时，实践18学时。

课程目标：通过本课程的学习，培养符合电商行业的职业化沟通素养。学生将掌握商务场景形象管理规范，精通跨文化沟通礼仪及谈判技巧，具备客户接待、商务宴请、跨境直播等场景的得体应对能力，塑造专业可信的职业形象。

内容简介：课程建立商务形象管理系统认知，规范职业着装准则与仪态管理要点。训练高情商沟通技能，包括需求精准表达、异议处理话术及谈判让步策略，提升商务场景沟通效能。重点强化跨文化交际能力，掌握主要贸易国商务禁忌、宗教礼仪及在线会议规范，避免文化冲突。实践商务场景应对模块：客户接待流程执行、中西式宴请位次安排及礼品馈赠原则应用，展现专业素养。通过跨境直播模拟实训，演练多时区会议主持、文化敏感话题规避等场景，培养全球化商业环境适应力。结合礼仪情境考核，实现职业形象与沟通能力的协同提升。

（三）综合实践性教学

实践性教学环节是专业教学的主要内容，含校内外实训、认知实习、产业工坊实践、岗位实习等多种内容。

通过实习实训主要培养学生良好的沟通协调能力、理解和执行任务的能力、较好的团队合作精神和协作能力、积极应对困难和挫折的能力、环境适应力、较强的自主学习能力等职业核心能力。培养同学们运用本专业主要设备的操作能力，熟悉本专业典型工作任务的工作流程和工作规范，理解和熟悉本专业工作岗位的各种规章制度，培养良好的从事本专业工作的基本职业态度和职业素养，认同企业和行业的相关文化，在工作中具有一定的创新意识和创新能力等专业能力。网络营销与直播电商

1. 认识实习（实训）

认识实习（实训）是本专业人才培养方案的重要组成部分，指学生由职业学校组织到实习单位参观、观摩和体验，形成对实习单位和相关岗位的初步认识的活动；

通过校企合作、产业学院等方式，学生进行的电商客服综合实训、直播销售与运营实训、新媒体运营实训、网络营销推广实训等综合实训等。

①电商客服综合实训

通过校企共建方式开展 618/双 11 真实大促场景的电商客服实战训练，帮助学生深度掌握咨询响应、纠纷处理、精准营销及客户关系维护等全流程操作技能，强化多平台服务工具应用、高压场景情绪管理、数据化服务优化等职业核心素养，实现从标准服务流程执行到客户体验价值创造的实践能力跃升。

②直播销售与运营实训

该课程通过拍摄设备、道具、剪辑软件等工具网络营销与直播电商的使用，完成直播选品、直播策划、直播间布网络营销与直播电商置、短视频制作、粉丝互动的直播变现工作，网络营销与直播电商掌握直播的基础操作流程、直播内容的策划方网络营销与直播电商法、直播带货的营销策略技巧、直播带货的总网络营销与直播电商结与数据复盘方法。

③新媒体运营实训

该课程在新媒体运营理念和规则的基础上，以任务驱动学生完成新媒体营销方案的制定、微信营销、微博营销、社群营销、短视频营销、H5 营销的实训。

④网络营销推广实训等综合实训

依据“电子商务师”考证中对网络营销方面的技能要求设置有完备的实训操作项目,包括电子邮箱的注册与使用,搜索引擎的使用与登录,网上购物操作,网上开店操作,网站域名的注册操作,网络即时通信工具的使用,博客营销操作,邮件列表的订阅与创建,网络论坛信息的发布,网络广告的发布与交换等。

2. 岗位实习

实习内容：了解实习单位概况（企业运作、网络营销与直播电商组织架构、规章制度和企业文化等）；网络营销与直播电商了解企业工作岗位设置及工作职责；熟悉具体岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能。

实习要求：严格执行学院岗位实习管理制度；在校企双方协商的基础上由学校制订实习计划；学校、实习企业和学生本人或家长应当签订书面协议；学校和实习企业应当加强对实习生的劳动安全教育，学校应为实习学生购买意外伤害保险等相关保险；实习企业要为学生实习提供必要的实习条件和安全健康的实习环境；学校和实习企业应当建立严格的实习生考勤制度，由实习企业按照员工管理要求记录到

岗情况；学校要充分运用现代信息技术手段，适时做好实习过程记录。岗位实习信息平台应记录实习生每日考勤、工作岗位、工作内容、教师指导等事项；岗位实习结束时，学生应提交岗位实习总结，企业指导教师和实习企业应出具顶岗实习网络营销与直播电商鉴定表，对学生实习情况进行综合评定。实习管理部门应及时收集、整理和评阅学生实习记录、企业实习鉴定表和学生实习总结。

八、教学进程及学时安排

1.教学周数分配表（见附件一）

2.网络营销与直播电商（数智化营销方向）专业教学进程总表（见附件二）

九、基本教学条件

（一）师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例为 17: 1，本专业教学团队目前共有教师 9 人，其中博士 1 人，硕士 7 人，学士 1 人。专职教师中教授 1 人，副教授 1 人，讲师 7 人。高级专业技术职务人数占比 28.6%，中级专业技术职务人数占比 71.4%，“双师型”教师占比 100%。整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员 8 人担任产业导师，定期开展专业教研。整个教学团队学历、职称、年龄及专业特长等结构合理，具有丰富的理论教学和实践教学经验，能够胜任网络营销与直播电商专业课程教学任务。

2. 专任教师

专任教师本专业专任具有高校教师资格；具有电子商务类、工商管理类、计算机类、设计学类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。

3.专业带头人

专业带头人网络营销与直播电商专业带头人为山东省技术能手，具有较强的实践能力，能够较好地把握国内外新一代信息技术环境下的现代服务业、商贸流通业、生产制造业和农产品产业，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需

求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

4. 兼职教师

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

（二）教学设施

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等。

1. 目前专业平台可以满足线上、线下、混合教学需要的智慧教室与在线学习，智慧教室具备网络设备、视听设备、计算机、智能控制设备等基本条件。智慧教室具有内容呈现、环境管理、资源获取、及时互动、情境感知等基本特征。在线学习平台具有教学资源管理、在线课程管理、线上线下课堂教学管理、智能化学习工具等基本功能。

2. 校内实训室基本要求

校内外实验、实训场所基本要求实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展网络营销策划、新媒体运营推广、客户开发与管理、短视频制作、直播电商等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

①直播营销实训中心配备计算机、服务器、交换机、路由器、多媒体中控台、投影设备、网络设备，以及网络营销、直播运营实训软件等设备设施，用于市场策划、直播运营、社群运营、营销渠道运维等实训教学。

②新媒体推广实训室配备计算机、服务器、交换机、路由器、多媒体中控台、投影设备、网络设备、移动设备、商务数据分析软件等设备设施，用于新媒体运营、网络推广、商务数据分析与应用、社群运营、商务礼仪与沟通等实训教学。

③智慧零售虚拟仿真实训基地本实训室包含智慧新零售体验中心、智慧商务企业运营中心、移动现代化教学与云智能科研中心、移动商务视觉设计区四部分，承担专业群对新媒体营销、全渠道营销等技能训练的需求。

④商务数据分析实训中心配有商务数据分析与应用实训系统、商务数据可视化实训系统，学生可以通过软件完成商务数据搜集、管理、处理、分析等系列操作。本实训室承担商务数据分析相关专业课程的实践教学任务，以及职业技能培训、职业资格认证培训等任务。

⑤客户服务实训室配备计算机、服务器、交换机、路由器、多媒体中控台、投影设备、网络设备、移动设备、客户服务与管理实训软件等设备设施，用于客户服务与管理、商务礼仪与沟通等实训教学。

⑥校外实训基地依照优势互补、人才共育、方案共建、成果共享原则，积极寻求生产规模大，发展势头好，能和学校保持长期合作、互利共赢的企业，建设校外实训基地，满足学生的认识实习、岗位实习等需求。

网络营销与直播电商专业校内实训基地一览表

序号	实训基地名称	功能	实训项目	备注
1	企业电商 校企实训基地	熟悉并掌握企业 化店铺运营规则。	与 16 个知名品牌 (优时颜、老板电器 等) 合作运营店铺。	
2	客户服务 实训基地	能够利用客户服 务一套流程熟悉电 商操作方法。	耐克等品牌官方旗 舰店客户服务项目。	
3	移动电 商实训基地	能够利用移动设 备如平板电脑，掌 握移动平台广告文 案写作、发布、宣 传等方法。	微信公众号等移 动平台广告文案实 训项目。	

3. 校外实训基地基本要求

符合《教育部等八部门关于印发通知》（教职成〔2021〕4号）等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

（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所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1. 教材选用基本要求

按照国家和省有关规定，规范教材选用程序，加强教材编写和选用的管理，优先选用国家规划教材、全国优秀教材和省级规划教材。专业课程教材应以本指导方案的教学要求为依据进行编写，教材内容以课程标准为规范，达到课程目标要求。按照“三教”改革精神，鼓励教师编写和选用新型工作手册式、活页式教材。教材要编写反映改革与探索的成果，在工作过程系统化、项目教学、任务驱动、模块化教学方面，具有一定特色的教材。教材编写应体现“人工智能、大数据、AR/VR、云计算”等现代信息技术应用和商贸法规的最新变化，要与职业技能等级证书、职业技能大赛等衔接，做到教学内容与时俱进，以保证和增进教材的先进性与教学的适用性。

2. 图书、文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：电子商务概论、电子商务运营、视觉设计、营销推广、商务数据分析、电子商务客户服务与管理、供应链管理、市场营销、消费者心理、零售、经济、管理、信息技术等图书文献。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配置基本要求推进信息技术与教学有机融合，加快建设智慧教学环境，建设种类丰富、形式多样、使用便捷的数字资源。鼓励教师加强教材配套数字化资源建设。为激发学生学习相关课程的兴趣，为方便指导教师采用现代化教学手段，应配备制作教学光盘，包含视频、课件、可操作的电子版教学资料等。充

分开发和利用网络教学平台，积极利用网络教学优势，开发在线测试等内容，拓展学生的知识和能力。

（四）教学方法

教学方法按照学院探索出的“课堂教学——艺术创作——艺术实践——市场检验”的人才培养模式，形成本专业理论教学、专业技能及艺术实践紧密结合相互渗透的教学体系。虚拟现实专业的课程形式分为理论课和实训课教学形式，采用“理实一体化”为主的教学模式，“以项目为主线，教师为主导，学生为主体”开展教学活动。教学方法如下：

1. 因材施教，共性与个性相兼顾；
2. 采用讲练结合，以练为主，及时考核，互动提高；
3. 采取“启发-范例-创新-评价”相结合；
4. 信息化教学与项目教学相结合；
5. 以课堂讲授结合项目校内、外实训相结合。

（五）教学评价

本专业考核分理论课考核、专业教学技能考核、顶岗实习考核三部分。

1. 理论课考核

理论课程考核包括学生对课程中理论知识的识记、理解、掌握和运用的考核，采用形成性考核和终结性考核相结合的方式。形成性考核成绩占课程总成绩的 50%，网络营销与直播电商包括平时作业成绩（占 30%）网络营销与直播电商和学习表现成绩（占 20%）网络营销与直播电商，网络营销与直播电商由任课教师根据学生的平时作业完成情况、上课与老师互动情况、学习表现记录（包括到课率记录）进行综合评定。终结性考核成绩占课程总成绩的 50%。终结性考核采取期末无纸化（或纸质）考试。

2. 专业教学技能考核

为客观评价学生在学完本门课程后知识的掌握情况、专项技能的训练水平、职业核心能力的掌握情况，将本课程考核与评价分为两部分，分别为平时过程性考核和期末终结性考核，总分为 100 分。

其中平时过程性考核占 60%，考核主要分成 2 部分，一方面根据阶段性个人或小组项目完成情况，由学生自评、组内他人评价和教师评价相结合评定成绩；另一方

面，根据项目完成的时间、主题是否符合要求、质量是否达标、是否有创新，由组长和教师评价相结合的方式评定成绩。

期末终结性考核占 40%，主要分为理论考试以及实践考试。其中理论考试部分根据期末问卷式理论考试，由教师评定成绩。实践考试根据期末实践项目完成的时间、主题是否符合要求、质量是否达标、是否有创新，由教师评价评定成绩。

3. 顶岗实习的考核

顶岗实习考核成绩由企业方和校内指导教师共同评定，以企业方评价为主。校内指导教师主要根据学生的顶岗实习记录和对学生的指导记录进行评定，企业方指导教师主要根据学生在顶岗实习期间运用所学专业知识和解决实际问题能力以及职业素质提高情况进行评定。校内指导教师的评定成绩占总成绩的 40%，网络营销与直播电商校外指导教师的评定成绩占总成绩的 60%。本专业考核成绩一律采用百分制，60 分及以上为合格。

十、质量管理

1. 学校和二级院系应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4. 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

十一、毕业要求

1.学分要求：本专业必须修满 153 学分方可毕业。其中，公共基础课 43 学分；专业课 56 学分；专业拓展（选修）课 13 学分；集中实习实践课 41 学分。

2.课程考核：所有课程需达到合格标准（通常为 60 分以上），核心课程需达到优良水平（≥75 分），且须通过毕业设计答辩。

3.实践环节要求：

顶岗实习：第三学年需完成不少于 6 个月的校外企业顶岗实习，实习岗位须与网络营销与直播电商领域相关（如运营客服、直播销售、电子商务等）。实习期间需提交实习日志、实习报告，并通过企业导师与校内指导教师的双重考核。

项目实训：参与至少 2 个综合性项目实训（如直播销售、网络营销、新媒体营销策划等），要求独立完成从策划、执行到成果展示的全流程，并提交项目作品及分析报告。

4.本专业须获得的相关资格证书：

序号	学分置换项目	置换课程	考核评价要求	置换等级
1	商务数据分析（1+X）证书	Excel 商务数据处理与分析	获取证书	获取网店运营推广（1+X）中级证书，按照证书成绩等分置换
2	社交电商运营（1+X） 移动互联网运营（1+X） 农产品电商运营（1+X）	电子商务概论	获取证书	获取相应（1+X）证书级证书，按照证书成绩等分置换
3	新媒体营销（1+X） 媒体融合运营（1+X） 新媒体技术（1+X） 新媒体运营（1+X） 自媒体运营（1+X） 新媒体编辑（1+X） 移动流媒体技术（1+X）	新媒体运营	获取证书	获取相应（1+X）证书级证书，按照证书成绩等分置换
4	在校期间开展个人互联网创业活动	网络营销综合技能实训、直播电商综合技能实训、顶岗实习、	本人为法人代表的真实有效的营业执照或以本人为店主的，经淘宝、拼多多、微信、	提供真实有效营业执照或实名认证账号，成绩认定为 60 分；提供连续性纳税或营收证明材料。在及格的基础上加分 20-40 分。

			抖音等平台认证的实名经营实体账号；课程对应时间范围内本人连续性创业经营纳税证明材料、课程对应时间范围内本人连续性创业经营收入证明材料（二选一）	
--	--	--	---	--

5. 毕业设计答辩

①选题要求：毕业设计需结合行业真实需求，如策划新媒体营销方案、运营管理方案、数字营销等，体现技术应用与文化创意的融合。

②成果形式：提交设计报告（包含需求分析、创意过程、技术实现、效果评估等）。

③答辩考核：由校企专家组成的评审组对设计创新性、技术实现度、文化价值表达等进行综合评定，答辩成绩需达到合格标准。

附表一

2025 级三年制网络营销与直播电商（数智化营销方向）专业学期教学周数分配表

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
一			★	★	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	●
二	☆	■	■	■	■	■	■	■	■	■	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	●
三	☆	■	■	■	■	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	■	■	■	■	■	●
四	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	●
五	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
六	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	○	○	○	○									

说明：

1.教学单位依据上级文件，学校实际，专业内涵建设，科学安排每学期周教学。

2.符号：★--军训，☆—社会实践，■--理论教学，▲—实习，△--校内实训，○-毕业设计，●-考试

2025级网络营销与直播电商（数智化营销方向）专业课程设置表

二级学院：数字与智能技术应用学院				学制：3年		填报人：张晓彬				负责人：张飞刚				
课程 模块	课程 类型	课程名称	学时分配			学期及周学时数						学分	考核 方式	备注
			总学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六			
				学时	学时					实习	实习			
公共基础 课程模块	思政 课程	形势与政策	18	12	6	0.25	0.25	0.25	0.25			1	考查	
		思想道德与法治	54	36	18		3					3	考试	
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	24	12	2						2	考试	
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	54	45	9			3				3	考试	
		国家安全教育☆	18	8	10				1			1	考查	
	公共 必修 课程	大学体育☆	108	36	72	2	2	2				6	考试	
		军事理论（国防教育）	36	18	18	2						2	考查	
		大学生心理健康教育	36	24	12		2					2	考查	
		劳动教育	36	6	30	0.5	0.5	0.5	0.5			2	考查	
	公共 限定 必修 课程	中华优秀传统文化（文学）☆	72	44	28	2	2					4	考查	
		大学英语☆	144	108	36	2	2	2	2			8	考查	
		信息技术	72	18	54	2	2					4	考查	
		大学生职业生涯规划 and 就业指导	18	6	12	0.5	0.5					1	考查	
		大学生创新创业基础	18	12	6			0.5	0.5			1	考查	
	公共必修课小计		720	397	323	13.25	14.25	8.25	4.25	0	0	40		
	公共 选修 课程	四史	18	12	6				1			1	考查	
		数学文化与智慧游戏	18	10	8	1						1	考查	
		公共美育☆	18	10	8	0.5	0.5					1	考查	
		公共选修课小计	54	32	22	1.5	0.5	0	1	0	0	3		
	公共基础课程合计		774	429	345	14.75	14.75	8.25	5.25	0	0	43		
	电子商务概论	72	36	36	2	2					4	考试		
	社群运营	36	18	18	2						2	考查		
	商务数据分析与应用	36	18	18			2				2	考查		
	市场营销	72	54	18	2		2				4	考试		

专业课程模块	专业必修课程	管理学基础	72	54	18			4			4	考试		
		网络营销*	36	18	18			2			2	考查		
		新媒体运营*	72	36	36			4			4	考查		
		品牌策划与推广*	72	36	36			4			4	考查		
		短视频策划与制作	54	0	54		3				3	考查		
		直播营销*	72	54	18	4					4	考查		
		客户服务与管理*	108	90	18		2	2	2		6	考试		
		商品拍摄与素材编辑	72	0	72		2	2			4	考查		
		现代物流基础	36	18	18			2			2	考查		
		选品与采购	36	18	18			2			2	考查		
		直播运营*	126	90	36			3	4		7	考查		
		市场策划*	36	18	18	2					2	考查		
		专业必修课小计	1008	558	450	12	9	17	18	0	0	56		
		专业选修课程	人工智能商业应用	72	54	18	2	2				4	考查	
消费者行为分析	72		54	18			2	2		4	考查			
主播素养	54		36	18		3				3	考查			
商务礼仪与沟通	36		18	18		2				2	考查			
专业选修课小计	234		162	72	2	7	2	2	0	0	13			
专业课程合计		1242	720	522	14	16	19	20	0	0	69			
综合实践模块	军事技能	36	0	36	36					2	考查	军事技能训练21天		
	认识实习（实训）	72	0	72	18	18	18	18		4	考查	1-4学期均开设，累计至少8周		
	安全教育	36	0	36	9	9	9	9		2	考查	每月两次，利用班会时间		
	社会实践	54	0	54	18	9	18	9		3	考查	寒假一周，暑假两周		
	毕业设计	72	18	54						72	4	考查		
	岗位实习	468	0	468					324	144	26	考查		
	综合实践合计	738	18	720	81	36	45	36	324	216	41		课程按教学周计算，换算为学期总课时	
学时、学分总计		学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六	学分	总计为：公共基础课程合计，专业课程合计，综合实践合计三项之和，并计算理论和实践学时占总学时百分比。		
		2754	1167	1587	598.5	589.5	535.5	490.5	324	216	153			
		百分比	42.4%	57.6%	21.7%	21.4%	19.4%	17.8%	11.8%	7.8%				

注：16-18学时计1学分，严格按照国家文件，学生需达到毕业标准。