

网络营销与直播电商专业人才培养方案

(三年制高职 2025 年版)

洛阳文化旅游职业学院
奥雅文旅创新产业学院
2025 年 9 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专业（直播服务与管理方向），由洛阳文化旅游职业学院奥雅文旅创新产业学院专业建设指导委员会组织专业教师，与深圳洛嘉文化投资管理有限公司、河南飞天电子商务有限公司等合作企业的专家及 2026 届毕业生共同制定。从 2025 级网络营销与直播电商专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓 名	所 在 单 位	职称/职务	签 名
1	刘军	山东财经大学工商管理学院	教授/博导	
2	陈伟	洛阳文化旅游职业学院	课程中心主任	
3	赵方	深圳洛嘉投资管理有限公司	社群运营负责人	
4	路丹	河南飞天电子商务有限公司	总经理	
5	王依婷	深圳奥雅教育科技有限公司	电商主管	
....				

复核人：姚恒

专业负责人（签字）：

2025 级三年制网络营销与直播电商专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

网络营销与直播电商（530704）

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力

三、基本修业年限

学制：三年

四、职业面向

表 1：网络营销与直播电商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）、旅游服务业（79）
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，面向文旅行业、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

本专业学生在系统学习专业知识并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、直播运营、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、文旅项目产品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，能够完成互联网营销、文旅产品运营策划、全媒体渠道管理、私域客群拓展、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，合计学分 43。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、旅游英语、大学生心理健康教育等。

表 1：公共基础课程目标及主要教学内容

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容
1	思想道德与法治	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	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，

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容
		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。	从而提高自身的思想道德素质和法律素养。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	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。。	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。
3	形势与政策	高职院校《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。	《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。
4	大学生心理健康教育	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，	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

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容
		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。	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。
5	大学英语	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。	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。
6	信息技术	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。	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。
7	公共美育	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。	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。
8	大学体育	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形成积极的体育态度。课程注重理论与实践相结合，通过多样化的体育活动	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

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容
		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。	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。

(二) 专业课程

共 18 门，主要有专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程三个部分。开展项目式、情境式教学，结合人工智能等技术实施课程教学的数字化转型。

1. 专业基础课程

主要内容涉及方向包括：市场营销、电子商务基础、财税基础、零售基础、商品拍摄与素材编辑、商务数据分析与应用、电子商务法律法规、选品与采购等领域的内容。专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程。

2. 专业核心课程

根据文创专业群建设定位，作为专业群专业构成之一，相关核心专业课程涉及内容按国标专业领域及能力要求开设，服务现代服务产业定位，结合文旅行业特点开设相关课程。主要涉及的领域包括：市场策划、网络推广、营销渠道运维、直播销售、内容策划与编辑、直播运营、新媒体运营、客户服务与管理等领域的内容，专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程，与专业实践结合。

表 2：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	文旅产品直播策划	典型工作任务为市场策划，工作内容包括文旅产品认知、具体产品行业定位分析、销售渠道策划、客户群体策划、销售策略制定、营销活动策划、策划评估分析，使用第三方数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作任务	① 掌握市场策划的流程和方法。 ② 能够分析行业定位，选择目标市场。 ③ 设计分销渠道和营销活动。 ④ 制定产品策略、品牌策略、价格策略、广告策略。 ⑤ 跟踪市场策划的实施，评估效果。

2	网络推广	典型工作任务为网络推广，工作内容包括人群画像分析、推广预算、广告投放、渠道选择、结果分析、数据跟踪，使用网络推广工具、第三方数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作任务	① 掌握网络推广平台投放特点、流量算法、竞价方法和收费模式等。 ② 能够绘制目标人群画像，选择推广渠道。 ③ 制定推广预算及推广策略。 ④ 实施网络推广。 ⑤ 监测与评估网络推广数据。
3	营销渠道维护	典型工作任务为营销渠道运维，工作内容包括销售渠道拓展、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，使用营销推广工具、办公软件、第三方数据分析工具、计算机等完成工作任务	① 掌握营销渠道开发、运营与维护的方法和技巧；能够挖掘市场需求，确定目标客户。 ② 制定渠道运营策略；搜集渠道信息，拓展新渠道。 ③ 渠道沟通和维护。 ④ 采集分析销售渠道数据，优化渠道策略。
4	直播销售	典型工作任务为直播销售，工作内容包括直播策划、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，使用直播相关设备、直播数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作	掌握直播销售、产品讲解、脚本设计、粉丝转化的方法和技巧。 ② 能够搭建主播人设；精准选品，设计产品组合；撰写直播脚本。 ③ 提升销售转化率。 ④ 数据分析及优化直播。
5	内容策划与编辑	典型工作任务为内容策划与编辑，工作内容包括市场调研、内容方案策划、发布平台选择、内容编辑制作、内容投放推广、内容效果监测与评估，使用图文编辑软件、图形图像处理软件、办公软件、第三方数据分析工具、计算机等完成工作任务	① 掌握新媒体平台内容推荐规则以及内容策划与编辑的方法和技巧等。 ② 能够策划图文/短视频内容创意。 ③ 编辑内容，进行视觉优化。 ④ 审核内容合规性。 ⑤ 选择平台发布并推广内容。 ⑥ 评估内容投放效果并持续优化内容。
6	直播运营	典型工作任务为直播运营，工作内容包括直播间运营策划、直播间流量引入、直播成本控制、直播过程监测与调整、直播风险把控、供应链协调、人员分配、直播全程数据分析与优化，使用直播相关设备、直播数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作	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。 ⑤ 分析直播数据并优化总结。

7	新媒体运营	典型工作任务为新媒体运营，工作内容包括新媒体市场调研、运营方案策划、推广平台选择与实施、用户社群运营、新媒体平台活动策划、新媒体平台商务合作、运营效果监测，使用第三方数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作任务	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。 ⑥ 运营效果监测及方案优化。
8	客户服务与管理	典型工作任务为客户服务与管理，工作内容包括客户服务标准制定、客户调研与数据获取、客户开发与转化、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、服务机构合作，使用呼出呼入设备、CRM系统、办公软件、计算机等完成工作任务	① 掌握客户调研、客户开发与转化、客户投诉、客户关系管理、危机事件处理的方法和技巧。 ② 能够进行精准客户调研。 ③ 提升客户转化率。 ④ 客户信息收集与分析。 ⑤ 客户关系维护，提升客户满意度和忠诚度

3. 专业拓展课程

主要包括人工智能导论、项目管理、数据化运营、社群运营、消费者行为分析、摄影与摄像、职业思维训练、商务礼仪与沟通等领域的内容，专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程。

4. 实践性教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括专业课程实践（校内/校外）、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式，与专业核心课深度融合。

（1）实训

在校内外进行直播销售与运营、客户服务与管理、新媒体运营、文旅项目产品直播等实训，与相关专业核心课程结合，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

（2）实习

在网络营销与直播电商行业的互联网和相关服务、批发业、文旅行业、零售业、商务服务业企业进行实习，包括认识实习和岗位实习。学校应建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生的指导、管理和考核。实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。学校可根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，

优化学期安排，灵活开展实践性教学。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

八、教学进程及学时安排

附表 1：教学周数分配表

附表 2：教学进程安排表

九、基本教学条件

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

9.1.1 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25：1，“双师型”教师占专业课教师数比例不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

9.1.2 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，能够较好地把握国内外批发业、零售业、互联网和相关服务业、商务服务业行业、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、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。学院作为产业学院，专业带头人可聘任行业高级管理人员并行担任。

9.1.3 专任教师

具有高校教师资格；原则上具有电子商务类、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。目前专业专任教师双师型比例达 80%。

9.1.4 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，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级或行业 8-10 年一线从业经历担任产业讲师，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，根据国家有关要求及学校兼职教师聘任与管理的具体实施办法进行聘任。

（二）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、实训室和实习实训基地。

9.2.1 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、安防标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

9.2.2 校内外实训场所基本要求

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，实训指导教师配备合理，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）商品采编与设计实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、多媒体中控台、投影设备、摄影台、背景架、柔光箱、虚拟背景布、单反套机，以及图像、视频、音频处理软件，图像、音视频播放器等设备设施，用于素材拍摄与编辑、内容策划与编辑、短视频策划与制作等实训教学。

（2）网络营销与直播运营实训室

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，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、直播销售、直播运营、社群运营、营销渠道运维等实训教学。

（3）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，用于消费者行为分析、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。

（4）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。

9.2.3 实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》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。根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供渠道销售主管、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、市场策划主管等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，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，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

（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、图书及数字化资源等。

9.3.1 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

9.3.2 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：有关网络营销、直播电商、新闻传媒、互联网、数据分析、供应链、零售、视觉设计技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等，以及与网络营销与直播电商、新媒体营销相关的学术期刊和有关平台、工具使用的操作类图书。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。

9.3.3 数字教学资源配置基本要求

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。

(四) 教学方法

9.4.1 理论教学方法

教学方法主要是将任务驱动法，分段制教学法及案例教学、STUDIO 课程、翻转课堂、项目教学等有机结合，注重理论知识教学与实际相结合；围绕教学目标，使用案例教学；通过对事件或事务发生与发展的环境、过程的模拟或者是真实再现进行情景教学。

9.4.2 实践教学方法

实践教学依托“双师型”教师队伍，坚持以项目为导向、学生为主体的原则，到实际场景中进行学习实操，在真实项目场景中采用“行动学习”的方式进行教学：学生进入真实项目场景，结合在校所学知识，进行实际操作，企业导师根据学生对过程中出现的问题进行点评总结和指导，学生再进行应用。循环往复，涉及专业知识部分，在项目上进行专业教学工作，实践教学通过实施一对一的操作、手把手的指导来完善学生的技能训练，保障了实践教学效果。同时鼓励学生大胆参与社会实践、项目考察等，使学生能在实践中丰富自己的经验，不断进步。

(五) 教学评价

课程考核采用过程考核和结果性考核相结合。理论课过程管理及过程过程性考核占 50%，结果性考核占 50%。过程性考核针对各个学习环节进行考核，可包括但不限于课堂考勤、课堂表现、作业、单元测试。结果性考核一般是指期末考试。校内实训课程考试实操考核占 70%，平时考核占 30%，平时考核包括考勤（10%）、学习态度（10%）、实训报告（10%）。

十、质量管理

（一）成立专业建设指导委员会，为专业建设出谋划策，提供市场、政策及行业信息，提高专业建设的科学性和合理性。

（二）成立教学执行组织与教学督导组，对课程建设、教学方法的改革与推广、课堂教学质量管理等进行督导与评价。

（三）建立实践教学环节质量管理，制订各实践教学环节的课程标准、评价标准，制订和完善实践教学管理文件，加强校内外实训、顶岗实习的管理。

（四）成立专业调研组，负责本专业的社会需求、毕业生跟踪调查和新生素质调查等工作，为本专业的招生和就业提供支持。

十一、毕业要求

（一）学分要求：本专业必须修满 145 学分方可毕业。其中，公共课（含书院课程）43 学分；专业课 52 学分；集中实习实践课 50 学分。

（二）本专业必须获得的相关资格证书，包括但不限于互联网营销师、全媒体营销师、电子商务师等（其一）。

附表 1

2025 级三年制网络营销与直播电商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

附表 2

2025 年专业课程设置表														
二级学院：奥雅文旅创新产业学院			学历层次：高职专科			学制：3 年	填报人：				负责人：			
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 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六			
										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	
		数学文化与智慧游戏	18	10	8	1						1	考查	本专业必修
		大学生创新创业基础	18	12	6			0.5	0.5			1	考查	
		公共必修小计	738	407	331	14.25	14.25	8.25	4.25	0	0	41		
	书院课程（选修）	四史	18	12	6				1			1	考查	
		公共美育☆	18	10	8	0.5	0.5					1	考查	
		公共选修小计	36	22	14	0.5	0.5	0	1	0	0	2	考查	
	公共基础课程合计		774	429	345	14.75	14.75	8.25	5.25	0	0	43		
专业课程模块	专业必修课	电子商务基础	72	36	36	2						4	考试	
		直播电商工具应用与实践	72	36	36	2						4	考试	

		全媒体营销与运营*	36	18	18		2					2	考试	对应国标《新媒体运营》内容开设
		文旅市场营销策划与执行*	36	18	18			2				2	考试	结合专业群定位，对应国标《市场策划》内容
		直播运营与现场控场*	72	18	54				2			3	考试	对应国标《直播运营》内容开设
		电商客户服务与管理*	72	18	54		2					4	考试	对应国标《客户服务与管理》内容开设
		直播电商运营实务*	108	18	90		2	4				4	考试	对应国标《直播销售》内容开设
		文旅产品直播策划*	54	18	36			2				3	考试	结合专业群建设定位，对应国标《内容策划与编辑》内容开设
		商品拍摄与素材制作	36	18	18	2						2	考试	
		文旅 IP 打造与推广*	36	18	18				2			2	考试	结合文创专业群定位，对应国标《网络推广》内容
		电商营销渠道与供应链*	36	18	18				2			2	考试	对应国标《营销渠道运维》内容开设
		网络营销法律法规与职业道德	36	24	12				2			2	考试	
		新媒体文案写作	72	36	36			2				4	考试	

		专业必修课小计	738	294	444	6	6	10	8	0	0	38		
	专业选修课	社群与私域运营	36	18	18		2					2	考查	
		人工智能导论	72	18	54			2	2			4	考查	
		摄影与摄像	36	18	18	2						2	考查	
		项目管理及工具实践	36	18	18				2			2	考查	
		商务礼仪与职业化	36	18	18		2					2	考查	
		消费者行为与心理	36	18	18			2				2	考查	
		专业选修课小计	252	108	144	2	4	4	4	0	0	14		
	专业课程合计		990	402	588	8	10	14	12	0	0	52		
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）		270	90	180	18	18	18	18			16	考查	1-4 学期每学期至少安排 4 周（含部分课程项目部实践，学分替代）。
	安全教育		36	0	36	9	9	9	9			1	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	144	36	108						144	8	考查	含部分真题真做实践 时长
	岗位实习	360	0	360					270	90	20	考查	
	综合实践合计	900	126	774	81	36	45	36	270	234	50	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 合和实践学时占从学 时百分比。	
		2664	957	1707	490. 5	481. 5	445. 5	346. 5	270	234	145		
		百分 比	35. 9 2%	64. 08 %	18. 4 1%	18. 0 7%	16. 72 %	13. 0 1%	10. 1 4%	8. 78 %			
注：16-18 学时计 1 学分，专业核心课程后标注“*”，书院课程后标注“☆”；严格按照国家文件，学生需达到毕业标准。													