

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 级三年制高职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

四、职业面向

网络营销与直播电商专业就业面向互联网及相关服务、商务服务业、批发业、零售业等行业，数字营销、新媒体营销、直播电商等技术领域。专业职业面向见表1。

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

本专业以培养高技能人才为核心，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。未来，他们能精准对接批发零售、互联网及相关服务、商务服务等热门领域，胜任互联网营销师、全媒体运营师、市场营销专员、品牌管理专员等核心岗位，在渠道拓展与运维、市场、产品、直播、内容全案策划、精准广告投放、粉丝深度运营与转化、专业数据分析、客户开发与精细化管理等关键工作中独当一面，成为行业发展的中坚力量，培养出国家所需要的高技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，实现德智体美劳全面发展：

1. 素质要求

(1) 树立正确的世界观、人生观、价值观：坚决拥护中国共产党领导，践行中国特色社会主义共同理想，弘扬社会主义核心价值观；具有深厚的爱国情感、国家认同感与中华民族自豪感；自觉尊崇宪法、遵守法律法规及规章制度；具备强烈的社会责任感与主动参与意识；

(2) 具有自学能力和创新精神；具有直播电商团队合作意识；具有吃苦耐劳和敬业精神；具有精益求精、刻苦钻研的工匠精神；具有互联网创业意识；具有诚信品质、遵纪守法；具有良好的互联网沟通协调能力；

(3) 具备社会、科技、人文等基础知识素养，重视专业以外其他知识的自我积累和拓展；具备互联网经济思维，能够深刻认识理解网络营销活动所必须的专业理论知识与实践操作要求；

(4) 具备网络营销职业意识、网络安全防范意识与项目创新精神；拥有强烈的集体意识与团队合作精神，可开展高效人际沟通与协作；具备清晰的职业生涯规划意识。

2. 能力要求

- (1) 能进行互联网和移动互联网营销活动的组织和管理工作；
- (2) 能使用互联网完成企业的商业交易与运营推广工作；

- (3) 能熟练的使用计算机及办公软件和设备完成企事业单位日常文字和信息收集处理工作;
- (4) 具备直播营销全流程执行能力, 可完成选品分析、直播策划、产品讲解、脚本设计、主播人设搭建、粉丝引导转化及复盘优化等工作
- (5) 能进行企业互联网或移动互联网营销活动的策划、组织和管理工作;
- (6) 能通过抖音、快手、淘直播等直播平台完成直播电商策划、运营、推广、复盘等工作;
- (7) 具备直播与新媒体运营能力: 可完成直播间运营策划、流量引入、成本控制、过程监测调整及风险把控; 可独立开展新媒体市场调研、运营策划、平台推广、社群运营、活动策划及效果监测;
- (8) 具备内容策划编辑与市场策划能力: 可完成市场调研、内容编辑制作推广及效果监测评估; 可开展行业定位分析, 以及产品、渠道、销售策略、营销活动的策划与评估分析;
- (9) 具备客户服务与管理能力: 可制定客户服务标准、开展客户调研与数据获取、维护客户关系、处理突发危机事件、管理客户服务绩效、开发与转化客户及对接服务机构合作;
- (10) 具备网络推广能力: 可完成广告投放、人群画像分析、渠道筛选、结果分析、数据跟踪及推广预算管理等工作。

3. 知识要求

- (1) 熟悉市场调研与统计、市场环境分析、消费者行为分析、营销渠道管理、营销策略、销售管理等市场营销管理知识;
- (2) 掌握抖音、快手等直播平台的电商策划、运营、推广、复盘等知识和技巧
- (3) 熟悉网络营销与直播电商相关法律法规、商务谈判等专业知识;
- (4) 掌握图片处理、产品分析、产品详情设计等专业技能相关理论知识;
- (5) 掌握电子商务业务处理规则与流程、移动电商业务处理规则与流程等互联网商务应用知识;
- (6) 掌握各类网络运营推广手段, 精通微博、微信等新媒体传播规律, 熟悉内容策划、文案编辑制作等相关知识;
- (7) 掌握直播营销排期规划、脚本撰写、前期筹备等相关知识;
- (8) 掌握直播营销执行、内容二次传播、复盘总结等全流程相关知识;

(9) 掌握互联网及移动互联网营销策划流程知识，熟悉相关策划方案的撰写。

七、课程设置

本专业主要包括公共基础课程和专业课程。其中公共课占总课时 28.48%，选修课占总课时 10.60%。

(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：形势与政策、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概论、国家安全教育、四史）、中华传统文化、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
教学目标：

通过形势与政策教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，正确认识世情、国情、党情、省情、校情，正确理解党的路线、方针和政策，使大学生在新时代改革开放的环境下具有坚定的立场，学会用正确的观点和方法观察分析形势，把握时代脉搏，珍惜和维护国家稳定的大局，激发爱国主义热情，增强民族自信心和社会责任感，具有坚定走有中国特色社会主义道路的信心。

教学内容：

《形势与政策》是高校思想政治理论课的重要组成部分，是对大学生进行形势与政策教育的主渠道、主阵地，是大学生的必修课。该课程的主要内容包括形势与政策的基本知识；国内政治、经济、社会发展等新的动态，特别是党和国家近期的重大方针政策；国际重大事件和热点问题以及发展趋势等。

教学要求：

本课程的主讲教师必须具有思想政治理论相关专业知识或背景，思想上要与国家方针政策保持高度一致。要求教师在授课时注意处理好理论与实践、课堂教学与学生自主学习等方面的关系；注意教学方法与教学手段的创新；注意引导学生关注与本课程学习有关的社会热点问题；注意学生创新能力的培养。立足国内和国际时政热点，结合大学生思想实际，全面准确理解党的路线、方针和政策，准确阐释习

近平新时代中国特色社会主义思想，培养和提高学生的综合素质和能力。课程考核采取过程性评价与终结性评价相结合的综合评价方式。

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

教学目标：

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。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程教学分为理论性教学和实践性教学两个方面。理论性教学主要是以课堂授课为主，充分发挥学生在课堂上的积极性和主动性，提高学生对课堂教学的参与度。通过结合具体的时政内容、鲜活的案例来提高课堂的抬头率。实践性教学具体分为校内实践和校外实践。引导学生按时参加课程的理论学习与实践活动，认真完成经典文献阅读、主题研讨报告等作业，积极参与课堂互动和小组合作项目。在实践环节中，需主动投入校内实践和校外实践。

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

教学目标：

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。

教学内容：

包括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、社会主义建设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。

教学要求：

系统掌握《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》教材中马克思主义中国化理论成果的科学内涵、理论体系、思想精髓、精神实质，深刻认识中国化马克思主义既一脉相承又与时俱进的理论品质，系统把握马克思主义中国化理论成果所蕴含的马克思主义立场、观点和方法。

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

教学目标：

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。

教学内容：

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。

教学要求：

系统讲解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义和丰富内涵，指引学生阅读原著原文，原汁原味学习，系统掌握“十个明确”、“十四个坚持”、“十三个方面成就”等主要内容框架及其内在逻辑关系。组织学生积极参与课堂讨论、主题发言以及社会调查、参观考察等实践教学内容，引导学生感悟理论魅力，把学习成果转化为实际行动，增强运用理论解决实际问题的能力，提高社会责任感和使命感。课程考核采用过程性考核和终结性考核相结合的综合评价方式，注重考察学生的理论运用能力和思想实际。

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

教学目标：

《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。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程教学须以总体国家安全观为统领，将习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿始终，以达成知识、能力与素养目标为核心。课程实施应坚持理论讲授与实践教学相结合，采用案例研讨、情景模拟等教学方法，着力提升学生维护国家安全的责任意识与实践能力。课程考核采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，重点考查学生对国家安全相关知识的运用能力及日常学习表现，引导学生注重知行合一，成为国家安全的积极守护者。

6. 大学体育☆

公共必修课，开设三个学期，共 108 学时，其中理论 36 学时，实践 72 学时。

教学目标：

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。

教学内容：

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。

教学要求：

将思政教育融入体育教学各环节。在团队运动项目中，强调集体荣誉感与团结协作精神，培养学生为集体拼搏的责任感；通过讲述体育界拼搏奋进、为国争光的故事，激发学生的爱国情怀与坚韧不拔的意志，引导学生树立正确的价值观和拼搏精神，以积极态度面对挑战。采用多样化教学方法。实践教学中，对于运动技能学习，运用示范法与练习法结合，教师先规范示范，学生再反复练习；理论教学采用讲授与案例分析结合，讲解运动安全与健康知识时，结合实际运动伤害案例。同时，利用多媒体展示精彩赛事，激发学生学习兴趣。建立多元化考核体系。过程性评价占 40%，关注课堂出勤、运动参与度、团队协作表现等；终结性评价占 60%，实践考核包括运动技能测试、体能测试，理论考核涵盖运动安全与健康知识笔试，全面、客观评价学生的体育素养与综合能力。

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。

教学目标：

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。

教学内容：

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。

教学要求：

将军事理论与思政教育深度融合，在讲解军事思想、国防政策时，深入挖掘其中蕴含的爱国主义、集体主义精神，通过讲述英雄事迹、国防建设成就，激发学生的爱国热情与民族自豪感，增强他们的国家安全意识与责任感，引导学生树立为国家安全与繁荣奉献的信念。理论教学采用讲授与案例分析结合，清晰阐述军事基础知识、国防政策，运用经典战例加深理解；实践教学通过模拟演练、军事技能训练等活动，让学生亲身体验军事行动，掌握基本军事技能。同时，利用多媒体资源展示军事装备、战争场景，增强教学的直观性与吸引力。构建多元化考核体系，过程性评价占 40%，关注课堂表现、讨论参与度、实践训练态度等；终结性评价占 60%，包括理论笔试（考查军事基础知识、国防政策理解）和实践考核（检验军事技能掌握情况），全面、客观地评价学生的军事理论素养与国防能力。

8. 大学生心理健康教育

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

教学目标：

大学生心理健康教育课程旨在增强学生的心心理健康意识，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。

教学内容：

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。

教学要求：

将思政教育贯穿心理健康教育始终，在讲解心理调适方法时，融入坚韧不拔、乐观进取等优秀品质的培养，引导学生树立正确的人生观和价值观。借助案例分析，让学生感悟积极心态对个人成长和社会发展的重要性，增强社会责任感与使命感，激励学生在面对困难时保持积极向上的态度。采用多样化教学方法，理论教学运用讲授法，系统传授心理健康知识；案例分析通过小组讨论，激发学生思维，加深对心理问题的理解；实践活动采用角色扮演、心理拓展训练等形式，让学生在体验中掌握心理调适技能。充分利用多媒体资源，展示相关视频、图片，增强教学的直观性和趣味性。构建多元化考核评价体系，过程性评价占 40%，包括课堂表现、参与讨论的积极性、实践活动的完成情况等；终结性评价占 60%，采用撰写心理感悟报告或进行心理案例分析报告展示的形式，全面考查学生对心理健康知识的掌握和运用能力，以及自我认知和心理调适水平。

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

教学目标：

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。

教学内容：

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。

教学要求：

将思政教育融入劳动教育全程。在劳动活动开展前，讲述劳动模范事迹，激发学生崇尚劳动、热爱劳动的情怀；劳动过程中，引导学生体会劳动创造价值，培养艰苦奋斗、吃苦耐劳精神；结束后，组织学生分享感悟，强化社会责任感与奉献意识，树立正确劳动价值观。理论教学采用讲授与案例分析结合，简明讲解劳动道德伦理知识，通过实际案例加深理解；实践教学运用项目驱动法，分组安排园艺、手工艺制作等项目，让学生在实践中掌握劳动技能、学会协作与创新。同时，鼓励学生分享劳动心得，促进相互学习。构建多元化考核体系。过程性评价占 40%，关注劳动态度、团队协作表现、问题解决能力；终结性评价占 60%，结合劳动成果质量、个人总结报告进行评定，全面、客观地评价学生的劳动素养与实践能力。

10. 中华优秀传统文化（文学）☆

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

教学目标：

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。

教学内容：

本课程将全面介绍中华优秀传统文化的主要内容和特点，涵盖洛阳文化，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。

教学要求：

深度挖掘课程中的思政元素，将传统文化中的家国情怀、道德观念、仁爱精神等融入教学。通过讲述历史典故、分析哲学思想，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，培养学生的社会责任感和民族自豪感，激发学生传承和弘扬中华优

秀传统文化的使命感。采用多元教学方法，理论教学以讲授法为主，结合多媒体展示，生动呈现传统文化内容；实践活动运用体验法，如经典诵读、艺术作品临摹创作等，让学生亲身体验传统文化魅力；组织小组讨论，分析历史典故和哲学思想，加深学生理解。鼓励学生自主探究，培养其独立思考能力。建立综合性考核评价体系，过程性评价关注学生课堂参与度、实践表现、作业完成情况等，占比 40%；终结性评价以撰写传统文化研究小论文或进行传统文化主题展示为主，考查学生对知识的综合运用和传承创新能力，占比 60%，全面评估学生的学习成效。

11. 大学英语☆

公共必修课，第一、二、三、四学期开设，共 144 学时，其中理论 108 学时，实践 36 学时。

教学目标：

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。

教学内容：

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。

教学要求：

将思政元素融入英语教学，在介绍英语国家文化时，引导学生对比中外文化差异，增强文化自信与民族认同感；通过选取具有积极价值观的英语文本，如励志故事、环保主题文章等，培养学生正确的世界观、人生观和价值观，激发他们的社会责任感与使命感。采用多样化教学方法，词汇语法教学结合讲授与练习巩固；阅读理解运用精读与泛读结合法，提升阅读技巧；听力口语教学借助多媒体资源，开展情景对话、角色扮演等活动；写作教学通过范文分析、小组互评等方式，提高写作

水平。鼓励学生自主学习，利用网络资源拓展学习。构建多元化考核体系，过程性评价占 40%，包括课堂表现、作业完成情况、小组活动参与度等；终结性评价占 60%，涵盖期末笔试（考查词汇、语法、阅读、写作）和口试（考查听力理解和口语表达），全面、客观地评价学生的英语综合应用能力。

12. 信息技术

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

教学目标：

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。

教学内容：

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。

教学要求：

在信息技术教学中融入思政元素，在讲解网络知识时，引导学生正确认识网络舆论环境，培养其网络道德与法律意识，做到文明上网、依法用网；通过介绍我国信息技术发展成就，如国产操作系统、5G 技术等，激发学生的民族自豪感和爱国情怀，鼓励学生为推动我国信息技术发展贡献力量。理论教学采用讲授与演示结合，清晰讲解计算机基础、网络原理等知识，并现场演示操作步骤；实践教学运用项目驱动法，布置如制作精美文档、数据统计分析等项目，让学生在完成任务中掌握办公软件高级技巧与网络应用。同时，利用在线学习平台提供拓展资源，鼓励学生自主学习。建立多元化考核体系，过程性评价占 40%，涵盖课堂表现、项目完成情况、作业质量等；终结性评价占 60%，包括理论笔试（考查计算机基础、网络知识）和实操考核（检验办公软件操作与网络应用能力），全面、客观地评价学生的信息技术素养与应用能力。

13. 大学生职业生涯规划和就业指导

公共必修课，第一、二学期开设，共 18 学时，其中理论 6 学时，实践 12 学时
教学目标：

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，同时培养学生在求职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。

教学内容：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。

教学要求：

将思政教育贯穿课程始终。在职业兴趣探索环节，引导学生把个人职业理想与国家发展需求相结合，树立服务社会的远大志向；在讲解职场素养时，融入职业道德、敬业精神等内容，培养学生诚实守信、爱岗敬业的品质，增强学生的社会责任感与使命感。理论教学采用讲授与案例分析结合，清晰阐述职业规划方法、求职技巧等知识，借助成功与失败的求职案例加深理解；实践教学运用模拟面试、小组讨论等活动，让学生在实践中掌握简历撰写、面试应对等技能。同时，邀请企业人士分享职场经验，拓宽学生视野。构建多元化考核体系。过程性评价占 40%，关注课堂参与度、小组讨论表现、实践任务完成情况；终结性评价占 60%，要求学生提交详细的职业规划书，并进行现场展示与答辩，全面、客观地评价学生的职业规划能力和就业素养。

14. 大学生创新创业基础

公共必修课，第三、四学期开设，共 18 学时，其中理论 12 学时，实践 6 学时
教学目标：

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。

教学内容：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。

教学要求：

在讲解创新创业案例时，融入爱国情怀与责任担当教育，引导学生将个人创新创业与国家发展需求相结合，鼓励学生在关键领域突破创新，服务社会；强调诚信经营、合法创业，培养学生良好的职业道德与社会责任感，树立正确创新创业价值观。理论教学采用讲授与案例研讨结合，清晰阐述创新创业概念、方法，借助成功与失败案例引导学生思考；实践教学运用项目式学习，分组开展商业模式设计、市场调研等项目，教师提供针对性指导。同时，邀请创业成功人士分享经验，拓宽学生视野。构建多元化考核体系。过程性评价占 40%，关注课堂参与度、小组讨论表现、项目推进情况；终结性评价占 60%，要求学生提交创新创业计划书并进行现场答辩，全面、客观地评价学生的创新创业知识掌握与实际应用能力。

15. 四史

第四学期开设，共 18 学时，其中理论 12 学时，实践 6 学时

教学目标：

本课程以马克思主义为指导，以中国共产党历史为主线，融合新中国史、改革开放史、社会主义发展史教育。旨在引导学生深刻理解“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”，“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”，把握历史发展规律，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，坚定“四个自信”，传承红色基因，成长为担当民族复兴大任的时代新人。

教学内容：

课程围绕中国共产党百年奋斗历程展开，贯通新中国史、改革开放史、社会主义发展史，涵盖 10 个教学专题：中国共产党的创建和投身大革命的洪流、掀起土地革命的风暴、全民族抗日战争的中流砥柱、夺取新民主主义革命的全国性胜利、中

华人民共和国的成立和社会主义制度的建立、社会主义建设的探索和曲折发展、伟大历史转折和中国特色社会主义的开创、把中国特色社会主义全面推向 21 世纪、在新的形势下坚持和发展中国特色社会主义、中国特色社会主义进入新时代。

教学要求：

本课程教学须坚持正确历史观，紧扣 10 个教学专题，结合大学生思想实际展开教学。教学中应坚持理论性与实践性相统一，结合各种红色资源，综合运用案例分析、问题研讨、实践体验等多种方法，引导学生做到学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行。课程考核采用学生平时学习和期末作业相结合方式：过程性评价根据学生出勤、课堂表现、作业完成质量等综合评分，终结性评价以课程论文或者期末作业形式进行，旨在综合检验学生对“四史”知识的理解程度以及结合专业特色的实践应用能力。

16. 数学文化与智慧游戏☆

公共限选课，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。

教学目标：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。

教学内容：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。

教学要求：

将思政教育融入数学文化与智慧游戏课程。通过介绍数学发展历程中数学家克服困难、追求真理的事迹，培养学生坚韧不拔、勇于探索的精神；借助数学在科技、经济等领域的应用案例，引导学生树立科技报国、服务社会的意识。采用多样化教学方法。理论教学中，运用案例分析法，通过数学趣题和数学家故事，增强教学趣味性；实践环节，以项目驱动法为主，组织解谜、拼图等游戏项目，让学生分组完成，激发其主动探索和团队协作能力。同时，借助多媒体资源，展示数学文化相关

视频资料，丰富教学形式。构建多元化考核评价体系。理论部分，通过课堂提问、小测验考查学生对数学史和基本概念的理解；实践环节，依据小组项目完成情况、个人在团队中的表现等评分。综合平时成绩（占 40%，包括出勤、课堂表现）、实践成绩（占 30%）和期末考核（占 30%，形式为撰写数学文化相关小论文）给出最终成绩。

17. 公共美育☆

公共必修课，第一、二学期开设，共 18 学时，其中理论 10 学时，实践 8 学时。

教学目标：

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。

教学内容：

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。

教学要求：

在艺术史讲解中，融入中华优秀传统文化艺术成果，如传统绘画、古典音乐里的家国情怀元素，增强学生文化自信与民族自豪感；在艺术评论环节，引导学生树立正确价值观，以积极态度评价艺术作品，培养高尚审美情趣，自觉抵制不良艺术思潮。理论教学采用讲授与多媒体展示结合，清晰阐述艺术基础知识，借助图片、视频等直观呈现艺术流派与作品；实践教学运用项目式学习，让学生分组进行艺术创作，如绘画创作、音乐编排等，教师巡回指导。同时，组织学生参观艺术展览、观看演出，拓宽艺术视野。构建多元化考核体系。过程性评价占 40%，关注课堂参与度、艺术创作过程中的表现、小组协作情况；终结性评价占 60%，包括艺术知识笔试和艺术创作成果展示，全面、客观地评价学生的审美鉴赏与艺术创造能力。

（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。

专业基础课程：专业基础课程共9门，主要包括：社群运营、电子商务概论、市场营销、短视频策划与制作、现代物流基础、商品拍摄与素材编辑、商务数据分析与应用、选品与采购、管理学基础。

主要专业基础课程简介如下：

1. 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。

教学目标：

本课程旨在学习掌握社群运营核心理论与实操，具备全流程运营能力，适配多行业需求。树立用户中心理念与合规意识，有用户思维、创新应变力、团队协作及数据驱动意识。掌握社群定义、生命周期、核心指标、用户分层、内容活动运营、数据工具及行业趋势。能搭建社群、绘用户画像、策划内容活动、维护用户关系、分析数据优化运营，熟练用工具并协同跨部门。

教学内容：

教学内容围绕“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、日常运营、活动策划及商业变现等关键环节，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。

教学要求：

本课程以实操落地为核心，要求学生掌握社群从搭建到变现的全流程逻辑。需熟悉社群定位、用户引流、活跃维护、转化变现等核心模块，能独立设计基础运营方案。

学生需具备基础互联网思维，愿意主动参与社群实操演练，按时完成案例分析、方案设计等课后任务。课程中需积极参与小组讨论，分享实操经验与问题。

教学重点培养用户洞察、活动策划、危机处理能力，要求学生熟练使用社群运营常用工具（如活码工具、数据统计工具），能通过数据优化运营策略。最终需产出1份完整社群运营方案及1次实操案例复盘。

2. 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。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者建立电商行业系统认知，掌握基础理论与实操逻辑，具备适配电商基础岗位的素养与能力，为后续深耕电商领域奠定基础。树立电商合规意识与诚信经营理念，培养用户思维、数字化思维及创新意识，具备团队协作与应对行业变化的适应力。掌握电商定义、模式（如 B2B、B2C、C2C）、产业链结构，了解电商平台运营、支付安全、物流配送及相关法律法规基础。能辨别主流电商模式差异，初步分析电商案例，运用基础工具查询电商数据，具备简单电商活动策划与沟通协作能力。

教学内容：

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、物流供应链管理等运营环节，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。

教学要求：

本课程为电商入门课，要求学生建立完整电商知识体系，掌握核心概念、主流模式及基础运营逻辑。需熟悉 B2B、B2C、C2C、直播电商等核心模式，理解电商交易流程、技术支撑与合规要求。

学生需具备基础计算机操作能力，主动参与课堂案例分析与小组讨论，按时完成课后作业及行业报告。教学重点培养行业认知、趋势判断与基础问题分析能力，引导学生关注电商前沿动态。

要求学生能辨析不同电商模式的优劣，掌握电商平台基础操作，最终能独立完成 1 份行业趋势分析报告或简单电商创业构想。

3. 市场营销

专业基础课，第一、二学期开设，72 学时，其中理论 54 学时，实践 18 学时。

教学目标：

本课程旨在助力学习者建立系统营销思维，掌握市场运作基础逻辑与实操方法，具备适配市场推广、策划等基础岗位的素养与能力，为参与市场实践奠定基础。树立以消费者为中心的营销理念，培养市场敏感度、创新思维及诚信职业操守，具备团队协作与应对市场变化的灵活适应力。掌握市场营销定义、4P/4C 理论、市场调研方法、目标市场定位、品牌建设及数字营销（如社交媒体营销）基础，了解营销

伦理与相关法规。能开展简单市场调研与数据分析，辨别目标客户需求，初步设计营销方案，具备营销文案撰写与跨部门沟通协作能力。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程聚焦市场营销核心逻辑与实操方法，要求学生构建完整营销知识体系，掌握 STP 战略、4P/4C 理论、数字营销等核心内容。需理解市场调研、目标客群定位、营销策略制定、效果复盘的全流程逻辑。

学生需具备基础逻辑思维与数据分析意识，主动参与案例拆解、小组营销策划等课堂活动，按时完成课后作业与实战模拟任务。教学重点培养市场洞察、策略设计、跨场景应用能力，引导关注行业前沿动态。

要求学生能结合实际案例制定基础营销方案，熟练运用常用营销工具，最终需产出 1 份完整营销策划案或 1 次案例分析报告。

4. 短视频策划与制作

专业基础课，第二学期开设，72 学时，其中实践 72 学时。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握短视频全流程创作逻辑，具备从策划到制作的基础能力，适配短视频运营、内容创作等岗位需求，为产出优质短视频内容奠基。树立正向内容价值观与版权意识，培养热点敏感度、创意审美及用户思维，具备团队协作与快速迭代优化的适应力。掌握短视频平台规则（如抖音、快手算法）、内容策划框架、镜头语言、剪辑基础及短视频变现模式，了解视听美学与合规要求。能挖掘用户需求策划选题，运用工具完成拍摄、基础剪辑，制作符合平台调性的短视频，具备内容效果初步分析能力。

教学内容：

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、AE 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。

教学要求：

本课程以“策划+制作+优化”为核心，要求学生掌握短视频全流程实操技能，构建从选题到落地的完整逻辑。需熟悉短视频定位、脚本撰写、拍摄技巧、剪辑合成、发布优化等核心环节，理解不同平台（抖音、视频号等）的内容调性。

学生需具备基础电子设备操作能力，主动参与课堂实操演练、小组创作，按时完成脚本设计、成片拍摄等课后任务。教学重点培养创意构思、镜头表达、后期处理能力，熟练使用剪映等常用工具。

要求学生能独立完成 1 条优质短视频成片，配套产出完整策划脚本，具备根据数据反馈优化内容的基础能力。

5. 现代物流基础

专业基础课，第二学期开设，36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者建立现代物流系统认知，掌握物流运作核心逻辑与基础方法，具备适配物流基层岗位的素养与能力，为深耕物流领域奠定基础。树立物流时效意识与服务理念，培养成本控制思维、细节把控力及合规意识，具备团队协作与应对物流突发状况的适应力。掌握现代物流定义、核心环节（如仓储、运输、配送）、物流模式（如冷链、电商物流），了解物流信息系统、供应链基础及物流相关法规。能辨别不同物流环节的运作逻辑，初步分析物流案例，运用基础工具记录物流数据，具备简单物流方案规划与跨岗位沟通能力。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程聚焦物流行业核心逻辑与实操，要求学生构建完整物流知识体系，掌握物流系统构成、运输仓储、配送分拣、供应链管理等基础内容，理解物流各环节运作流程与协同逻辑。

学生需具备基础逻辑思维，主动参与案例分析、流程模拟等课堂活动，按时完成物流方案设计、行业调研等任务。教学重点培养物流系统思维、环节优化意识与基础实操能力，引导关注物流行业前沿技术与合规要求。

最终需产出1份基础物流运作方案，具备理解和适配常见物流场景的基础能力。

6. 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。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握商品视觉呈现核心逻辑，具备从拍摄到素材优化的基础能力，适配电商、新媒体等领域商品视觉岗位需求，为打造高吸引力商品素材奠基。树立商品视觉真实性与审美意识，培养细节把控力、色彩敏感度及用户视角思维，具备精益求精的工匠精神与团队协作力。掌握商品拍摄设备操作、光影运用、构图技巧、背景搭配，了解图片编辑工具（如PS、醒图）功能及商品素材合规要求。能根据商品特性规划拍摄方案，完成清晰美观的商品拍摄，运用工具优化素材色彩、细节，制作符合平台展示需求的商品视觉素材。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程聚焦商业视觉内容实操，要求学生构建“拍摄技巧+后期编辑+商业适配”的核心能力体系，掌握商品拍摄光影控制、构图技巧、场景搭建方法，熟练运用图片/视频编辑软件完成调色、修图、剪辑等操作。

学生需具备基础设备操作能力，主动参与实景拍摄、素材编辑等实操训练，按时完成商品成片创作任务。教学重点培养视觉表达能力、商业审美素养与素材优化能力，强化画面与商品卖点的适配性意识。

最终需产出一组商品拍摄成片及配套编辑素材，具备满足电商、营销等场景需求的视觉内容创作能力。

7. 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。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握商务数据核心分析逻辑，具备从数据获取到应用的基础能力，适配电商、企业运营等领域数据相关岗位需求，为数据驱动决策奠基。树立数据真实性与合规意识，培养数据敏感度、逻辑思维及结果导向思维，具备严谨细致的工作态度与跨部门协作力。知识：掌握商务数据类型（如销售、用户数据）、获取渠道、分析方法（如对比、漏斗分析），了解数据工具（如 Excel、Tableau）功能及数据安全规范。能力：能按需收集整理商务数据，运用工具开展基础分析，识别数据异常，撰写简易分析报告，为业务优化提供数据支撑。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程聚焦商务数据全流程实操，要求学生构建“数据获取-处理-分析-应用”的完整逻辑，掌握 Excel、SQL 等核心分析工具操作，熟悉数据清洗、可视化、建模等基础方法，理解数据在营销、运营、决策等商务场景的应用逻辑。

学生需具备基础数学思维与数据敏感度，主动参与案例拆解、数据建模等实操训练，按时完成数据分析报告与场景应用任务。教学重点培养数据解读、洞察提炼与策略转化能力，强化数据驱动决策意识。

最终需产出 1 份商务数据分析报告，具备运用数据解决实际商业问题的基础能力。

8. 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。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握选品与采购的核心逻辑和实操方法，具备适配电商、零售等领域选品采购基础岗位的素养与能力，为保障供应链高效运转奠基。树立市场导向与成本意识，培养产品敏感度、风险预判力及诚信合规理念，具备团队协作与应对供需波动的适应力。掌握选品维度（如市场需求、竞品分析）、采购流程（如供应商筛选、议价谈判），了解供应链基础、库存管理及采购相关法规。能结合市场数据筛选潜力产品，初步评估供应商资质，开展基础采购谈判，运用工具记录采购数据，具备简单采购方案制定能力。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程聚焦选品与采购全流程实操，要求学生构建“市场洞察-选品决策-采购执行-风险管理” 的核心逻辑，掌握选品标准、供应商评估、采购谈判、库存管控等关键技能，理解供应链协同与成本优化逻辑。

学生需具备基础市场敏感度，主动参与选品分析、供应商对接等实操训练，按时完成选品方案与采购计划制定任务。教学重点培养选品判断力、谈判能力与供应链风险规避意识，强化合规采购与成本控制思维。

最终需产出1份完整选品方案及配套采购计划，具备适配电商、零售等场景的选品采购实操能力。

9. 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。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者建立系统管理思维，掌握管理学核心理论与基础方法，具备适配基层管理或协作岗位的素养与能力，为参与企业管理实践奠基。树立责任意识与全局观念，培养沟通协调能力、问题解决思维及团队领导意识，具备理性决策素养与应对管理变化的适应力。掌握管理学定义、四大职能（计划、组织、领导、控制）、经典理论（如科学管理理论、权变理论），了解组织架构、激励机制及管理伦理规范。能运用管理理论分析简单组织问题，制定基础工作计划，开展团队沟通协作，初步进行工作进度与质量控制，具备管理案例分析能力。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程聚焦管理核心逻辑与实操应用，要求学生构建完整管理学知识体系，掌握计划、组织、领导、控制四大核心职能，理解经典管理理论与现代管理方法的应用场景。

学生需具备基础逻辑思维，主动参与案例分析、团队管理模拟等课堂活动，按时完成管理方案设计、案例复盘等任务。教学重点培养管理思维、决策能力与团队协作素养，引导关注管理伦理与高效执行逻辑。

最终需产出1份基础管理方案，具备运用管理理论解决实际团队或组织问题的基础能力。

专业核心课程：专业核心课程共7门，主要包括：直播销售、市场策划、客户服务与管理、网络推广、直播运营、新媒体运营、内容策划与编辑。

主要专业核心课程简介如下：

1. 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。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握直播销售全流程逻辑与实操技巧，具备独立开展直播带货的基础素养与能力，适配电商直播、品牌直播等岗位需求，为提升直播转化奠基。树立客户至上与诚信销售理念，培养镜头表现力、临场应变力及控场意识，具备亲和力、情绪感染力与应对直播突发状况的适应力。掌握直播平台规则（如流量推荐机制）、选品策略、脚本设计、互动技巧、转化方法，了解直播合规要求、用户心理及售后处理要点。能策划直播流程与脚本，熟练进行产品讲解与互动引导，把控直播节奏，处理用户咨询与异议，初步分析直播数据以优化销售策略。

教学内容：

本课程聚焦直播销售全流程实操，核心涵盖七大模块：一是直播平台规则与流量算法解析，明确合规要求与流量获取逻辑；二是主播人设搭建与目标人群画像匹配技巧；三是选品策略与产品组合设计，掌握精准选品方法；四是直播脚本撰写，包含开场、产品讲解、互动、转化等环节设计；五是产品讲解与互动引导技巧，提升粉丝参与度；六是粉丝引流与转化方法，优化下单引导流程；七是直播数据分析与复盘，运用工具监测数据并迭代优化。全程结合实操演练，强化理论落地能力。

教学要求：

本课程以直播变现为核心，要求学生掌握直播策划、产品讲解、脚本设计与粉丝转化的技巧。需能搭建主播人设、精准选品组合，独立撰写直播脚本，提升销售转化率。学生需熟悉直播设备与数据分析工具，主动参与直播实操与复盘，按时完成脚本设计与成片拍摄。教学重点培养直播现场把控与数据优化能力，最终需产出 1 份直播脚本及完整直播成片与复盘报告。

2. 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。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握市场策划全流程逻辑与实操方法，具备独立设计基础营销方案的素养与能力，适配快消、电商、服务等行业市场策划岗位需求，为驱动业务增长奠基。树立市场导向与创新思维，培养用户洞察力、策略思考力及项目

执行力，具备成本意识、团队协作力与应对市场变化的灵活适应力。掌握市场策划定义、调研方法、目标受众定位、策略设计（如4P组合）、活动策划流程，了解品牌传播、营销渠道特性及策划合规要求。能开展基础市场调研与数据分析，制定针对性营销策划方案，设计活动流程与传播内容，协调资源推进方案落地，初步评估策划效果并优化。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程聚焦市场策划全流程实操，要求学生掌握策划方法与流程，能独立完成行业定位分析、目标市场选择及分销渠道设计。需熟练制定产品、品牌、价格、广告等策略，运用数据分析工具跟踪实施效果并评估优化。学生需具备基础数据分析能力，主动参与案例拆解与策划实践，按时完成策划方案。最终需产出1份完整市场策划案，具备策划落地与效果复盘能力。

3. 客户服务与管理*

专业核心课，第三、四学期开设，72学时，其中理论54学时，实践18学时。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握客户服务与管理的核心逻辑和实操方法，具备适配零售、电商等行业的客户服务与基础管理能力，为提升客户满意度与忠诚度奠基。树立客户至上的服务理念，培养耐心同理心、沟通亲和力及问题解决意识，具备抗压能力、责任意识与维护客户关系的主动意识。掌握客户服务流程、沟通技巧、投诉处理方法、客户分层管理策略，了解客户关系管理（CRM）基础、服务标准及相关权益保障法规。能高效响应客户咨询与需求，妥善处理客户投诉异议，运用工具记录客户信息，开展基础客户分层维护，初步分析客户服务数据以优化服务。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程以客户全生命周期管理为核心，要求学生掌握客户调研、开发转化、关系维护与危机处理技巧。需能进行精准客户调研，提升客户转化率，收集分析客户信息并维护关系，处理突发危机事件。学生需具备良好沟通能力，熟练使用 CRM 系统，主动参与客户服务实操。教学重点培养客户满意度与忠诚度提升能力，最终需产出 1 份客户管理方案及危机处理预案。

4. 网络推广*

专业核心课，第三学期开设，72 学时，其中理论 54 学时，实践 18 学时。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握网络推广的核心逻辑与实操方法，具备适配电商、新媒体等领域的推广执行与优化能力，为提升品牌曝光、引流转化奠基。树立数据驱动与效果导向思维，培养市场敏感度、创新推广意识及合规意识，具备抗压能力、团队协作力与应对推广平台规则变化的适应力。掌握主流推广渠道（如搜索引擎、社交媒体、信息流广告）特性、推广策略设计、人群画像分析、数据监测指标，了解推广合规要求与成本控制逻辑。能选择适配渠道制定基础推广方案，操作推广工具完成投放，分析推广数据识别问题，优化投放策略以提升曝光、点击与转化效果。

教学内容：

本课程聚焦网络推广全流程实操，核心覆盖五大核心模块：一是主流推广平台（竞价、信息流、社交广告等）解析，明确各平台流量算法、投放特点与收费模式；二是目标人群画像绘制技巧，结合数据拆解用户需求与行为特征；三是渠道筛选与预算制定，掌握高适配渠道选择逻辑与成本控制方法；四是推广策略设计与实操投放，涵盖广告创意制作、投放设置与合规要点；五是数据监测与优化，运用工具跟踪核心指标，复盘并迭代推广方案。全程搭配案例分析与模拟投放，强化理论落地能力。

教学要求:

本课程以网络推广实操为核心，要求学生掌握主流推广平台特点、流量算法及收费模式。需具备目标人群画像绘制能力，能合理选择推广渠道、制定预算与策略，熟练运用推广工具实施投放。教学重点培养数据监测与评估能力，引导学生跟踪推广数据并优化策略。学生需主动参与实操演练，按时完成推广方案设计与数据复盘。最终需产出 1 份网络推广方案及数据评估报告。

5. 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。

教学目标:

本课程旨在帮助学习者掌握直播全流程运营逻辑与实操方法，具备独立开展直播筹备、执行与复盘的能力，适配电商、品牌等领域直播运营岗位需求，为提升直播流量与转化奠基。树立用户思维与数据意识，培养流程把控力、临场应变力及创新策划意识，具备团队协作力、抗压能力与应对平台规则变化的适应力。掌握直播平台规则（流量推荐、合规要求）、直播策划（选品、脚本、流程）、流量运营（引流、互动）、数据复盘（GMV、转化率）及团队协作要点。能制定直播运营方案，统筹筹备工作（选品、脚本），把控直播流程与互动节奏，分析直播数据优化策略，协调主播、技术等团队高效协作。

教学内容:

课程涵盖抖音、淘宝等平台规则与流量机制，讲解直播选品、脚本设计、流程搭建，传授现场控场、互动引流技巧。还会教学 GMV、转化率等数据复盘方法，解读合规要点，助力掌握直播全流程运营技能。

教学要求:

本课程围绕直播运营全流程，要求学生掌握直播平台规则、运营流程与数据分析技巧。需能策划直播主题、搭建直播间，制定完整运营方案并动态调整内容，建立直播风险预案。学生需具备统筹协调能力，熟练运用数据分析工具，主动参与运营实操与供应链协调。教学重点培养流量引入、成本控制与风险把控能力，最终需产出 1 份直播运营方案及数据优化报告。

6. 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。

教学目标:

本课程旨在帮助学习者掌握新媒体全平台运营逻辑与实操方法，具备独立开展内容创作、用户运营与数据优化的能力，适配短视频、公众号、社群等新媒体岗位需求，为提升账号影响力与转化奠基。树立用户思维与内容创新意识，培养热点敏感度、审美能力及合规素养，具备抗压能力、跨团队协作力与应对平台规则变化的适应力。掌握主流平台（抖音、微信、小红书）规则、内容策划、用户分层运营、数据监测（阅读量、互动率）及新媒体变现模式，了解内容合规与品牌传播要点。能策划平台适配的内容方案，创作优质图文 / 短视频，开展用户互动与留存运营，分析数据优化策略，协调资源推进新媒体活动落地。

教学内容：

课程包含抖音、微信、小红书等主流平台规则解析，讲解内容策划与图文、短视频创作，传授用户分层运营、互动留存技巧。还会教学数据监测（阅读量、转化率）与优化方法，解读合规要点，助力掌握新媒体全流程运营技能。

教学要求：

本课程聚焦新媒体综合运营，要求学生掌握市场调研、渠道选择、社群运营与商务合作的方法。需能制定新媒体运营方案与推广计划，策划运营活动并实施，运营用户社群且跟踪商务合作。学生需具备综合运营意识，主动参与活动策划与社群维护，按时完成运营复盘。教学重点培养运营效果监测与方案优化能力，最终需产出 1 份新媒体运营方案及效果报告。

7. 内容策划与编辑*

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。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握内容全流程策划与编辑逻辑，具备独立产出优质内容的能力，适配新媒体、电商、品牌等领域内容岗位需求，为提升内容传播力与价值奠基。树立用户导向与内容敬畏意识，培养文字敏感度、创意发散力及审美能力，具备细节把控力、抗压能力与适配不同平台风格的适应力。掌握内容策划框架、用户需求分析方法、不同体裁（图文/文案/脚本）创作要点、内容优化技巧，了解内容合规规范、传播规律及效果评估标准。能分析用户需求策划内容主题，撰写优质多体裁内容，优化内容结构与表达，校对修正内容误差，初步评估内容效果并迭代优化。

教学内容：

课程涵盖内容策划框架搭建、用户需求分析实操，讲解图文、文案、脚本等多体裁创作要点。同时教授内容优化、校对技巧，解读合规规范与传播规律，还会指导内容效果评估方法，助力学习者掌握全流程内容创作技能。

教学要求：

本课程聚焦新媒体内容全流程运营，要求学生掌握主流平台推荐规则与内容策划编辑技巧。需能结合市场调研策划图文/短视频创意，完成内容编辑、视觉优化与合规审核，选择合适平台投放并评估效果。学生需具备创意构思与软件操作能力，主动参与内容创作实践，按时完成内容作品。教学重点培养内容优化与效果复盘能力，最终需产出 1 份内容策划方案及对应内容作品。

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	直播销售*	<p>①直播销售全流程逻辑与实操技巧。</p> <p>②独立开展直播带货的基础素养与能力。</p> <p>③树立客户至上与诚信销售理念，培养镜头表现力、临场应变力及控场意识，具备亲和力、情绪感染力与应对直播突发状况的适应力。</p> <p>④直播平台规则（如流量推荐机制）、选品策略、脚本设计、互动技巧、转化方法，了解直播合规要求、用户心理及售后处理要点。</p>	<p>①掌握直播平台规则与流量算法解析，明确合规要求与流量获取逻辑。</p> <p>②具备主播人设搭建与目标人群画像匹配技巧。</p> <p>③学会选品策略与产品组合设计，掌握精准选品方法。</p> <p>④学会直播脚本撰写，包含开场、产品讲解、互动、转化等环节设计。</p> <p>⑤掌握产品讲解与互动引导技巧，提升粉丝参与度。</p> <p>⑥具备粉丝引流与转化方法，优化下单引导流程。</p>

		<p>⑤能策划直播流程与脚本，熟练进行产品讲解与互动引导，把控直播节奏，处理用户咨询与异议，初步分析直播数据以优化销售策略。</p>	<p>⑦具备直播数据分析与复盘能力，运用工具监测数据并迭代优化。</p>
2	市场策划*	<p>①市场策划全流程逻辑与实操方法。</p> <p>②具备成本意识、团队协作力与应对市场变化的灵活适应力。</p> <p>③市场策划定义、调研方法、目标受众定位、策略设计（如 4P 组合）、活动策划流程，了解品牌传播、营销渠道特性及策划合规要求。</p> <p>④能开展基础市场调研与数据分析，制定针对性营销策划方案，设计活动流程与传播内容，协调资源推进方案落地，初步评估策划效果并优化。</p>	<p>①掌握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、营销活动的创意构思与方案撰写。</p> <p>②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。</p> <p>③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。</p> <p>④掌握策划方法与流程，能独立完成行业定位分析、目标市场选择及分销渠道设计。</p> <p>⑤学会制定产品、品牌、价格、广告等策略，运用数据分析工具跟踪实施效果并评估优化。</p>

			<p>⑥具备基础数据分析能力，主动参与案例拆解与策划实践。</p>
3	客户服务与管理*	<p>①客户服务与管理的核心逻辑和实操方法。</p> <p>②树立客户至上的服务理念，培养耐心同理心、沟通亲和力及问题解决意识，具备抗压能力、责任意识与维护客户关系的主动意识。</p> <p>③客户服务流程、沟通技巧、投诉处理方法、客户分层管理策略，了解客户关系管理（CRM）基础、服务标准及相关权益保障法规。</p> <p>④能高效响应客户咨询与需求，妥善处理客户投诉异议，运用工具记录客户信息，开展基础客户分层维护，初步分析客户服务数据以优化服务。</p>	<p>①掌握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。</p> <p>②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。</p> <p>③掌握客户调研、开发转化、关系维护与危机处理技巧。</p> <p>④能进行精准客户调研，提升客户转化率，收集分析客户信息并维护关系，处理突发危机事件。</p> <p>⑤具备良好沟通能力，熟练使用 CRM 系统，主动参与客户服务实操。</p>

4	网络推广*	<p>①网络推广的核心逻辑与实操方法。</p> <p>②树立数据驱动与效果导向思维，培养市场敏感度、创新推广意识及合规意识。</p> <p>③具备抗压能力、团队协作力与应对推广平台规则变化的适应力。</p> <p>④主流推广渠道（如搜索引擎、社交媒体、信息流广告）特性、推广策略设计、人群画像分析、数据监测指标，了解推广合规要求与成本控制逻辑。</p> <p>⑤能选择适配渠道制定基础推广方案，操作推广工具完成投放，分析推广数据识别问题，优化投放策略以提升曝光、点击与转化效果。</p>	<p>①掌握主流推广平台（竞价、信息流、社交广告等）解析，明确各平台流量算法、投放特点与收费模式。</p> <p>②掌握目标人群画像绘制技巧，结合数据拆解用户需求与行为特征。</p> <p>③掌握高适配渠道选择逻辑与成本控制方法。</p> <p>④学会推广策略设计与实操投放，涵盖广告创意制作、投放设置与合规要点；掌握数据监测与优化，运用工具跟踪核心指标，复盘并迭代推广方案。</p>
5	直播运营*	<p>①直播全流程运营逻辑与实操方法，具备独立开展直播筹备、执行与复盘的能力。</p>	<p>①掌握直播平台规则、运营流程与数据分析技巧。</p> <p>②能够讲解直播选品、脚本设计、流程搭建，传</p>

		<p>②树立用户思维与数据意识，培养流程把控力、临场应变力及创新策划意识。</p> <p>③具备团队协作力、抗压能力与应对平台规则变化的适应力。</p> <p>④直播平台规则（流量推荐、合规要求）、直播策划（选品、脚本、流程）。</p> <p>⑤流量运营（引流、互动）、数据复盘（GMV、转化率）及团队协作要点。</p> <p>⑥能制定直播运营方案，统筹筹备工作（选品、脚本），把控直播流程与互动节奏，分析直播数据优化策略，协调主播、技术等团队高效协作。</p>	<p>授现场控场、互动引流技巧。掌握直播全流程运营技能。</p> <p>③能策划直播主题、搭建直播间，制定完整运营方案并动态调整内容，建立直播风险预案。</p> <p>④具备统筹协调能力，熟练运用数据分析工具。</p>
6	新媒体运营*	<p>①新媒体全平台运营逻辑与实操方法。</p> <p>②具备独立开展内容创作、用户运营与数据优化的能力。</p>	<p>①掌握抖音、微信、小红书等主流平台规则解析。</p> <p>②掌握内容策划与图文、短视频创作，传授用</p>

		<p>③树立用户思维与内容创新意识，培养热点敏感度、审美能力及合规素养。</p> <p>④具备抗压能力、跨团队协作力与应对平台规则变化的适应力。</p> <p>⑤主流平台（抖音、微信、小红书）规则、内容策划、用户分层运营、数据监测（阅读量、互动率）及新媒体变现模式，了解内容合规与品牌传播要点。</p> <p>⑥能策划平台适配的内容方案，创作优质图文 / 短视频，开展用户互动与留存运营，分析数据优化策略，协调资源推进新媒体活动落地。</p>	<p>户分层运营、互动留存技巧。</p> <p>③掌握数据监测（阅读量、转化率）与优化方法，解读合规要点，</p> <p>④掌握新媒体全流程运营技能。</p> <p>⑤掌握市场调研、渠道选择、社群运营与商务合作的方法。</p> <p>⑥学会制定新媒体运营方案与推广计划，策划运营活动并实施。</p> <p>⑦具备综合运营意识，主动参与活动策划与社群维护。</p>
7	内容策划与编辑*	<p>①具备独立产出优质内容的能力。</p> <p>②树立用户导向与内容敬畏意识。</p> <p>③内容策划框架、用户需求分析方法、不</p>	<p>①掌握内容策划框架搭建、用户需求分析实操，讲解图文、文案、脚本等多体裁创作要点。</p>

		<p>同体裁（图文/文案/脚本）创作要点、内容优化技巧，了解内容合规规范、传播规律及效果评估标准。</p> <p>④能分析用户需求策划内容主题，撰写优质多体裁内容，优化内容结构与表达，校对修正内容误差，初步评估内容效果并迭代优化。</p>	<p>②掌握内容优化、校对技巧，解读合规规范与传播规律。</p> <p>③掌握全流程内容创作技能。</p> <p>④掌握主流平台推荐规则与内容策划编辑技巧。</p> <p>⑤具备创意构思与软件操作能力，主动参与内容创作实践，按时完成内容作品。</p> <p>⑥重点培养内容优化与效果复盘能力。</p>
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

专业拓展（选修）课程：专业拓展（选修）课程共4门，主要包括：人工智能商业应用、主播素养、商务礼仪与沟通、消费者行为分析。

主要专业拓展（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。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握AI在商业领域的核心应用逻辑与实操方法，具备运用AI工具解决商业问题的能力，适配电商、金融、零售等行业AI应用岗位需求，为驱动业务智能化升级奠基。树立AI伦理与数据安全意识，培养数字化思维、跨领域融合意识及创新应用能力，具备分析复杂商业场景、应对技术迭代的适应力。掌握AI核心技术（机器学习、自然语言处理）基础、商业应用场景（用户画像、智能推荐）、AI工具（数据分析、自动化平台）特性，了解AI商业落地流程与合规要求。能识别商业场景中的AI应用机会，运用AI工具开展数据分析与决策支持，初步设计AI商业应用方案，评估应用效果与风险。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程聚焦 AI 技术的商业落地，要求学生建立“技术 + 场景”的应用思维，掌握 AI 在营销、运营、客服等核心商业场景的应用逻辑。需熟悉主流 AI 工具（数据分析、智能营销、自动化运营类）的操作，理解 AI 技术边界与商业价值转化路径。

学生需具备基础数字化思维，主动参与案例拆解、场景模拟等课堂活动，按时完成商业应用方案设计。教学重点培养场景洞察、AI 工具实操与数据驱动优化能力，引导关注行业合规与伦理要求。

2. 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。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握主播岗位核心素养与实操技巧，具备优质内容传递与高效互动引导能力，适配电商、娱乐、知识等领域主播岗位需求，为打造高吸引力主播形象奠基。树立正向价值观与职业操守，培养镜头表现力、情绪感染力及临场应变力，具备亲和力、同理心与持续学习提升的主动意识。掌握主播形象塑造、语言表达、互动技巧、内容节奏把控要点，了解直播平台规则、用户心理及合规传播要求。能设计适配自身风格的主播形象，流畅传递内容并引导用户互动，妥善应对直播突发状况，优化表达与互动方式提升用户粘性。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程聚焦主播综合能力提升，要求学生构建“职业素养+专业技能+互动转化”的核心能力体系，掌握形象塑造、语言表达、场控互动、合规把控等关键素养。需熟悉主播职业规范，具备良好沟通与情绪管理能力。

学生需主动参与模拟直播、场景演练等实操活动，按时完成话术优化、人设打磨等任务。教学重点培养镜头表现力、粉丝共情力、突发情况应对能力，强化合规与伦理意识。

3. 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。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握商务场景下的礼仪规范与沟通逻辑，具备专业得体的商务交往能力，适配职场协作、客户洽谈等场景需求，为建立良好商务关系奠基。树立职业素养与尊重意识，培养同理心、情绪管控力及细节把控力，具备专业形象管理意识与高效协作的主动意识。掌握商务形象礼仪（着装、仪态）、会面礼仪（接待、洽谈）、沟通技巧（倾听、表达、谈判），了解跨文化商务礼仪差异及沟通伦理规范。能在商务场景中展现得体礼仪，运用沟通技巧清晰传递信息、化解分歧，高效开展职场协作与客户对接，提升商务交往的专业性与成功率。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程聚焦商务场景实操应用，要求学生构建“礼仪规范+高效沟通”的核心能力体系，掌握职场会面、会议、宴请、商务谈判等场景的礼仪标准，熟练运用倾听、表达、共情、冲突化解等沟通技巧。

学生需具备基础社交意识，主动参与场景模拟、角色扮演等实操训练，按时完成礼仪规范实操、沟通方案设计等任务。教学重点培养场景适配能力、言行举止规范性与沟通效率，强化职业素养与商务形象意识。

最终需通过多场景商务模拟考核，具备得体应对各类商务场景的礼仪素养与高效沟通能力。

4. 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。

教学目标：

本课程旨在帮助学习者掌握消费者行为背后的逻辑与分析方法，具备洞察需求、预判行为的能力，适配营销、运营、产品等岗位需求，为商业决策提供科学支撑。树立用户导向与数据思维，培养市场敏感度、逻辑分析力及同理心，具备从消费者视角思考问题与应对市场变化的适应力。掌握消费者决策流程、影响因素（心理、社会、文化）、行为分析模型，了解市场调研方法、数据收集技巧及消费者权益相关规范。能设计调研方案收集消费者数据，运用分析模型解读行为动机，预判消费趋势，为产品设计、营销策略制定提供依据。

教学内容：

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。

教学要求：

本课程聚焦消费者决策全流程，要求学生构建“理论+数据+场景”的分析逻辑，掌握消费者需求、动机、认知、决策等核心理论，熟练运用调研工具、数据分析方法解读消费行为规律。

学生需具备基础逻辑思维与数据敏感度，主动参与案例拆解、市场调研等实操活动，按时完成行为分析报告。教学重点培养消费洞察、数据解读与策略转化能力，引导结合行业场景落地分析。

（三）综合实践性教学

实践性教学是网络营销与直播电商专业教学的核心组成部分，通过“多场景、多形式”的实践活动，帮助学生将理论知识转化为职业能力，具体包含四大模块：1、校内实训：依托校内专业实训室开展实操训练；2、认识实习：组织学生走进企业参观学习，了解行业运作模式与岗位工作场景；3、产业工坊实践：对接真实产业项目（如品牌直播代运营、短视频营销策划），在工坊中完成实战任务；4、岗位实习：安排学生进入企业对应岗位（如直播助理、选品专员、电商运营岗），进行全流程岗位历练。

通过以上实习实训活动，重点培养学生两大核心能力，为未来就业夯实基础：1、职业核心能力（通用适配能力）。沟通与执行能力：能清晰对接需求、协调资源，准确理解并落地任务；团队协作能力：适应直播电商团队工作模式（如主播、运营、场控的协同），高效配合完成集体目标；抗挫与适应能力：面对直播数据波动、项目突发问题时，能积极调整心态，快速适应工作节奏与环境变化；自主学习能力：主动跟进直播电商行业新趋势，持续提升专业认知。2、专业核心能力（岗位适配能力）。熟练使用直播推流设备、灯光音响系统、电商运营工具；掌握本专业典型工作任务的全流程（如直播选品→脚本策划→直播执行→数据复盘），并严格遵循行业工作规范；理解并遵守直播电商岗位规章制度（如平台合规要求、企业工作纪律），树立“用户导向、合规经营”的职业态度，认同行业与企业的文化理念；在工作中能结合行业趋势提出新思路（如设计差异化直播选品策略、创新短视频营销玩法），具备初步的创新落地能力。

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：

深度调研实习单位概况：系统了解企业的核心业务模式、行业定位、市场规模及发展战略，明晰企业在网络营销与直播电商领域的业务布局；梳理企业组织架构中与电商相关的核心部门（如电商运营部、直播事业部、新媒体推广部、客服部等）的职能划分与协作机制；熟悉企业的考勤制度、保密规范、业务操作流程、安全生产要求等规章制度；沉浸式感受企业的核心价值观、团队协作氛围、创新理念等企业文化，快速融入实习环境。

全面认知岗位设置与职责：深入调研企业在网络营销与直播电商板块的核心岗位配置，包括但不限于直播运营专员、短视频策划专员、电商推广专员、主播/主播助理、粉丝运营专员、数据分析专员、电商客服专员等；详细了解各岗位的岗位职

责、工作权限、考核标准及岗位间的协作逻辑，明确不同岗位在电商业务闭环中的角色定位与价值贡献。

熟练掌握岗位工作流程与核心技能：聚焦选定的实习岗位，全程参与典型工作任务的全流程（如直播前的选品、脚本撰写、场景搭建、预热推广；直播中的流程把控、粉丝互动、应急处理；直播后的数据分析、复盘优化、订单跟进等）；精准掌握岗位核心工作内容，包括短视频拍摄剪辑、文案策划、平台规则运用、流量推广技巧、粉丝维护、数据监测与解读等；针对性提升岗位所需的核心技能，如数据分析能力、沟通表达能力、新媒体工具操作能力（如剪映、千川、巨量算数等）、问题解决能力及团队协作能力，确保能独立完成岗位基础工作任务。

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。

（四）综合实践模块课程

具体内容为“主要包括：军事技能课、认识实习（实训）、专业调研、安全教育、社会实践、毕业设计、岗位实习，共7门。

课程目标：通过实践性学习，使学生形成对自然、社会和自我的整体认识，发展价值体认、责任担当、问题解决、创意物化等核心能力。通过社会实践（如团队活动、职业体验）增强国家认同感、集体意识与家国情怀，形成积极的价值体验，培养自我管理能力和社会责任感。

主要课程介绍如下：

1. 军事技能训练

该课程旨在培养学生自主学习的能力与习惯，形成与大学相适应的思维方式和生活习惯，顺利完成从高中生向大学生转变，为学生在学校健康成长打下良好的基础。培养学生良好的军事素质和军训作风，强化学生的集体主义观念，组织纪律性等；增强学生的国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念。包括军事技能训练和军事理论教学两个部分组成。

2. 认知实习（实训）

本课程是网络营销与直播电商专业的认知实习（实训），为期 4 周，是专业启蒙环节。学生将在老师带领下，集中参观洛阳本地的直播基地、MCN 机构、品牌电商运营中心、新媒体营销公司、电商产业园等行业相关场景，通过实地参观、现场学习、行业大咖经验分享、基础实操练习等形式，系统了解直播电商全流程运营、网络营销方案策划与落地、短视频内容创作、电商用户增长、直播间搭建与场控等核心内容，最终需提交一份行业认知调研报告并进行成果汇报，为后续专业课程学习奠定坚实基础。

3. 专业调研

本课程是网络营销与直播电商专业的一门重要实践性教学环节。通过组织学生深入直播基地、品牌电商直播间、MCN 机构、电商平台运营中心、新媒体营销工作室等行业一线场景，旨在引导学生将课堂所学的网络营销理论、直播电商运营逻辑、内容策划技巧应用于实践观察。核心目标是培养学生敏锐的行业趋势洞察力、直播电商流量转化路径认知与分析能力，以及初步的电商市场调研、用户需求挖掘与运营问题探究能力，为后续专业课程学习及未来从事直播电商运营、网络营销策划、新媒体推广等工作奠定坚实的实践基础。

4. 安全教育

安全教育是全员必修的基础性安全保障课程，覆盖通用安全与专业安全两大场景。课程内容既包含消防知识、应急避险、网络安全等通用安全模块，也涵盖专业实训操作安全、岗位风险防控等专项安全模块，通过理论讲解、典型安全案例分析及实操演练（如灭火器使用、应急疏散模拟），帮助学生树立“安全第一”的核心意识，掌握实用的安全防护技能与突发安全事件的应急处置方法，从根本上规避实践与未来工作中的安全风险。

5. 社会实践

本课程是网络营销与直播电商专业人才培养方案中的关键实践环节，旨在引导学生走出校园，深入真实的直播电商与网络营销行业场景（如 MCN 机构、品牌电商运营部门、直播基地、新媒体营销公司等）。核心目标是让学生将已掌握的网络营销理论、直播电商运营方法、内容策划技巧、数据分析能力及平台实操技能，全面应用于直播带货运营、品牌网络推广、短视频营销、用户增长运营等实际工作项目中，在“做中学、学中做”。通过实践，着重培养学生的直播电商岗位适应能力、营销项目执行能力、团队协作精神和跨部门沟通协调技巧，同时帮助学生树立正确的职业观、劳动观和价值观，明确在直播电商运营、网络营销策划、新媒体推广等领域的个人职业发展方向，实现从“学生”到“准电商人”“准营销人”的平稳过渡。

6. 毕业设计

本课程是网络营销与直播电商专业教学计划中的最后一个、也是最重要的综合性实践教学环节。旨在引导学生系统整合在校期间所学的网络营销理论、直播电商运营逻辑、内容策划技巧、数据分析工具、直播技术应用及项目执行管理知识，独立完成一项具有完整性、创新性和实践性的网络营销与直播电商实战项目（如直播带货全案策划、品牌网络推广方案、短视频营销矩阵搭建、电商用户增长项目等）。通过本课程，全面检验和提升学生的网络营销与直播电商专业综合实操能力、独立解决运营难题能力、营销创新思维能力和行业职业素养，为其顺利毕业、在直播电商、网络营销、品牌电商运营等领域高质量就业或自主创业奠定决定性的基础。

7. 岗位实习

岗位实习是衔接校园学习与直播电商职场工作的沉浸式实践课程，网络营销与直播电商专业的岗位实习为期 6 个月，核心目标是培养学生的直播电商与网络营销岗位胜任力。课程安排学生进入 MCN 机构、直播电商企业、品牌电商运营部门等岗位，在企业导师指导下参与直播选品、直播场控、短视频策划、电商运营、用户增长等实际项目，熟悉网络营销与直播电商全流程工作规范，实习后提交实习报告，最终帮助学生掌握直播电商平台操作、营销方案落地、用户运营等职场技能，形成职业合规意识与团队协作素养，提升网络营销与直播电商领域的就业竞争力。

八、教学进程及学时安排

本专业方向共包含 6 个学期，共包含 2718 个课时，其中公共课占比 28.48%，实践课时占比 57.06%，教学进程及课程安排详见附表一、附表二。

附表一：2025 级网络营销与直播电商（数智化营销方向）专业教学进程及课程

设置表

附表二：2025 级网络营销与直播电商（数智化营销方向）专业教学周数分配表

九、基本教学条件

（一）师资队伍

1. 队伍结构

网络营销与直播电商（数智化营销方向）专业按照“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。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。网络营销与直播电商（数智化营销方向）专业学生数与本专业专任教师数比例不高于 20: 1，目前现有专任教师 25 人，其中“双师型”教师 18 人，占专业课教师比例达 72%，教授 2 人，副教授 6 人、讲师 12 人，教师梯队结构合理。

2. 专任教师

专任教师具有高校教师资格；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，掌握网络营销与直播电商领域一线工作流程和相关核心技能；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。马全、王兰、郭碧琦、刘喜字等企业导师具备 5 年以上行业实践经历，深入了解行业内幕及实践要求，具备网络营销与直播电商（数智化营销方向）专业的实践教学与技术指导能力。

专任教师多次参加教育部培训基地组织的课程开发培训，参与专业课程的开发工作，主持或参与专业方向模块课程建设。每年按要求积极参加企业实践学习或各种专题培训，全年累计学习和培训时间不少 1 个月，提高技能操作水平。积极参加各类教师讲课比赛，提高教学水平。协助专业带头人参与专业建设与课程建设，编制教学文件，参与课程体系改革。

通过培养与引进相结合、业务进修与企业实践锻炼相结合等方式，促进师资队伍的结构优化，全面提高专业教师能力与素质。

3. 专业带头人

本专业带头人由张晓彬教授担任，其行业与学术背景深厚，社会任职多元，具体如下：张晓彬教授同时兼任河南大学兼职教授、河南省数字产业协会副会长（兼产教融合专业委员会会长）、河南省人工智能产业创新研究院常务副院长，在区域数字经济、产教融合及人工智能应用领域具备广泛影响力与资源整合能力。

在专业建设与实践能力方面，张晓彬教授优势突出：不仅能精准把握国内外新一代信息技术背景下，现代服务业、商贸流通业、生产制造业及农产品产业的发展趋势；还能深度链接行业企业，精准洞察企业对网络营销与直播电商专业人才的实际需求。

工作中，张晓彬教授主导专业建设规划、牵头推进教育教学改革，同时在教科研项目研发与社会服务（如企业培训、行业标准制定）等领域成果显著，凭借扎实的专业能力与前瞻视野，为专业改革发展提供核心引领，助力培养契合产业需求的高素质技术技能人才。

4. 兼职教师

兼职教师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，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。根据教学工作需要聘请技能大师、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）教学条件

1. 教学设施

教学设施是保障专业教学与实习实训顺利开展的核心支撑，主要涵盖智慧教室、校内实训室、校外实训基地三大类，具体配置与功能如下：

（1）基础教学场地：满足多元教学需求

智慧教室：硬件上配备网络设备、视听设备、计算机及智能控制系统，能满足基础教学的设备需求；功能上可实现“内容清晰呈现、环境智能调控、教学资源快速调取、师生即时互动、教学情境感知”。

（2）校内实训室：还原真实职业场景，聚焦专业技能实训

校内直播实训室：配备计算机、服务器、网络设备、直播运营实训软件及多媒体中控台，主要用于开展市场策划、直播运营（如选品、脚本设计）、社群运营、营销渠道维护等实训教学，帮助学生掌握直播全流程操作。

实训室均配备专业指导教师，且制定了完善的管理制度，确保实训活动有序开展，帮助学生熟练掌握岗位核心技能。

（3）校外实训基地：链接产业一线，实现“岗位实战”

河南数字人才实训基地是响应《河南省数字经济领域技术技能人才培育项目实施方案》号召建设。基地总占地面积约 3000 平方米，已经完成建设有（招募中心、AIGC 实训室、虚拟仿真、数据标注、数字影视后期、元宇宙）等功能空间。专注于培养数字化时代的创新型复合型人才。在教育培训业务方面，结合人工智能、大数据、VR/AR/MR 等前沿技术，公司精心打造了 AIGC、虚拟现实、数字影视、大模型等多元化的课程体系。河南数字人才实训基地为学生提供丰富的实习实训商业项目、就业和创业支持。

2. 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《职业教育教材管理办法》，优先选用高职高专国家级、省级规划教材、新形态教材等和近三年出版的教材；适应网络营销与直播电商专业教学需求，鼓励专业教师与行业专家、技术骨干联合开发实训教材，融入行业标准、创意新技术、策划新方法等内容，以增强教学内容的多样性和适用性。”

为全面落实国家及省级关于职业教育教材建设的相关政策要求，进一步规范教材选用程序、强化教材编写与选用的全流程管理，确保教材质量与教学实效高度契合，特明确以下要求：

严格规范教材选用程序：严格遵循国家和省级层面教材选用的各项规章制度，建立“集体审议、公开公示、全程追溯”的教材选用机制。成立由专业带头人、骨干教师、行业企业专家及教学管理干部组成的教材选用委员会，对教材的思想性、科学性、适用性、先进性进行全面审核；选用过程需严格履行申报、评审、公示、备案等流程，杜绝违规选用、随意更换教材等现象，确保教材选用工作规范有序、公开透明。

明确教材选用优先原则：教材选用应坚持“优质优先、适配教学”的导向，优先选用经国家审定的国家规划教材、荣获国家级奖项的全国优秀教材及省级规划教材，此类教材具有权威性、科学性和普适性，能为教学质量提供坚实保障。对于

专业课程教材，必须以本专业教学指导方案的核心要求为根本遵循，严格依据课程标准界定教材内容框架与知识体系，确保教材内容全面覆盖课程目标，精准对接岗位能力需求，实现“教、学、做”一体化。

深化教材编写改革创新：紧扣职业教育“教师、教材、教法”三教改革精神，大力鼓励教师联合行业企业专家共同编写、选用新型教材。重点推广工作手册式、活页式教材，此类教材具有灵活性强、更新速度快的优势，可根据行业技术发展、岗位需求变化及时调整内容模块，实现“内容跟着产业变、教材跟着需求改”。教材编写需充分体现改革探索成果，聚焦工作过程系统化设计，融入项目教学、任务驱动、模块化教学等先进理念，突出“做中学、学中做”的职业教育特色，增强教材的实践性与可操作性。

强化教材内容与时俱进：教材编写应紧密对接产业发展前沿，主动融入人工智能、大数据、AR/VR、云计算等现代信息技术的应用案例与实操内容，反映商贸流通领域相关法律法规、行业标准的最新变化。同时，严格落实“岗课赛证”融合要求，将职业技能等级证书的考核标准、职业技能大赛的竞赛内容与教学内容有机衔接，优化教材知识结构与技能训练体系。通过持续更新教材内容，确保教材既符合时代发展要求，又能切实提升学生的职业素养与岗位适应能力，全面保障教材的先进性、针对性与教学适用性。

（2）部分核心课程教材内容简介

《直播销售》微课版：由周永刚和卢海涛共同编写，人民邮电出版社出版。本书以项目的形式介绍了直播销售的有关内容，具体包括直播销售概述、选拔与培养主播、打造主播人设、策划直播商品、设计直播销售流程、开展直播销售、直播话术设计、直播间流量解析与粉丝运营、直播复盘与售后跟踪等9个方面的内容。本书通过项目任务讲解相关知识点，以在抖音开展直播销售为例，以任务带动直播销售活动的实施，化理论为实践、化抽象为具体，旨在培养学生的动手能力，帮助学生尽快掌握直播销售的操作技能。

《市场营销策划》第三版：张苗荧主编，北京师范大学出版社出版，市场营销策划是一门复合型学科，是由多门学科知识综合、交叉形成的新的应用知识体系。它秉承市场营销学的特点，是综合思维的科学与精湛的经营艺术的结合。

教材以“产教融合”为宗旨，以培训和训练学生的营销策划专业职业能力为目标，体现学校教育教学过程与企业生产过程的对接融合。党的二十大报告提出：“全

面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。”本教材中增加了“课程思政”栏目。

本教材主要包括九个项目：认识市场营销策划，市场营销环境分析与调研，营销战略策划，顾客满意与产品策划，品牌战略与 CIS 策划，消费者成本与产品定价策划，消费者便利与营销渠道策划，促销与沟通策划，营销策划创新与发展。

（3）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。

（4）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。

（三）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。网络营销与直播电商（数智化营销方向）专业的课程分为理论课和实训课两种教学形式，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。

（四）教学评价

本专业考核分理论课考核、专业实践知识考核、顶岗实习考核三部分。

1. 理论课考核

理论课程考核旨在全面评估学生对课程核心理论知识的识记、理解、掌握及应用能力，采用“过程性考核 + 结果性考核”相结合的方式，具体考核规则如下：

（1）考核权重分配：

过程性考核成绩占比 50%，重点关注学生日常学习表现与阶段性知识吸收效果；结果性考核成绩占比 50%，聚焦学生期末对理论知识的综合掌握与应用能力。

（2）过程性考核（占总成绩 50%）

过程性考核由“平时作业成绩”和“平时学习表现”两部分组成，均由任课教师结合学生日常表现综合评定：

平时作业成绩（占总成绩 30%）：根据学生课后作业的完成及时性、答案准确性、思路完整性等维度打分。

平时学习表现（占总成绩 20%）：结合“课堂互动情况”（如回答问题积极性、参与讨论的深度）、“到课率记录”（有无迟到、早退、缺勤）及“学习态度”（如是否主动记录笔记、跟进课程进度）综合评定。

（3）结果性考核（占总成绩 50%）

结果性考核以期末考试形式开展，采用“无纸化考试”或“纸质考试”（根据教学安排选择），重点考察学生对课程核心理论的系统掌握程度，由任课教师根据试卷作答情况统一评定成绩。

2. 专业实践知识考核

为客观评估学生学习本课程后的知识掌握程度、专项技能水平及职业核心能力，本课程考核与评价体系分为“平时过程性考核”和“期末终结性考核”两部分，具体考核方式如下：

（1）平时过程性考核（占总分 60%）

平时过程性考核聚焦学生学习过程中的实操表现，通过两方面综合评定成绩：

阶段性项目完成质量评价：以个人或小组为单位，根据课程进度完成阶段性实践项目后，采用“学生自评+组内互评+教师评价”的三方评分模式，综合评估学生在项目中的参与度、贡献度及任务完成效果；

（2）期末终结性考核（占总分 40%）

期末终结性考核兼顾理论基础与实践能力，分为“理论考试”和“实践考试”任选其中一种形式考核，均由教师统一评定成绩：

理论考试：采用问卷式闭卷/开卷考试（根据课程需求确定），重点考察学生对网络营销与直播电商专业核心理论的掌握程度；

实践考试：要求学生独立或小组完成期末综合性实践项目，教师根据“完成时效、主题契合度、成果质量、创新亮点”四项指标，评估学生的实践应用能力与问题解决能力。

3. 顶岗实习的考核

顶岗实习考核成绩由“企业指导教师”与“校内指导教师”共同评定，以企业方评价为核心依据，具体考核规则如下：

（1）考核主体与权重分配

顶岗实习总成绩采用百分制（60分及以上为合格），其中：

企业指导教师评定：占总成绩60%，重点评估学生在实际岗位中的表现；

校内指导教师评定：占总成绩40%，聚焦学生实习过程的记录与成长反馈。

（2）具体考核内容

校内指导教师评定（占40%）主要依据两类材料综合打分：一是学生提交的《顶岗实习记录》（含每日工作内容、问题反思、学习总结等），二是校内指导教师的《实习指导记录》（含线上/线下指导次数、学生问题解决情况、实习进度跟进反馈等），确保全面掌握学生实习的过程性表现。

企业指导教师评定（占60%）重点从两方面评估学生：一是“专业能力应用”，即学生运用网络营销与直播电商专业知识（如直播运营、选品分析、客户服务等）解决岗位实际问题的能力；二是“职业素质提升”，包括工作态度、团队协作、纪律遵守、适应能力等职业素养的表现，最终结合岗位实际需求给出评定成绩。

十. 质量管理

1. 学校和二级院系建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控制度，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议，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 151 学分方可毕业。其中，公共基础课 43 学分；专业课 69 学分；集中实习实践课 39 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：第三学年必须完成不少于 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. 证书要求：

通用证书：鼓励学生获得普通话证书、计算机等级等其他证书。

职业资格证书：毕业时必须至少获得与本专业相关的证书 1 项（如互联网营销师、网络直播运营、电子商务数据分析师等）。

5. 毕业设计与答辩

(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级网络营销与直播电商(数智化营销方向)专业教学进程及课程设置表

二级学院: 数字与智能技术应用学院				学时分配			学制: 三年 填报人: 张晓彬						负责人: 张飞刚									
课程模块	课程类型	课程编码	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								
思政课程	思政课程	160001-02	形势与政策	18	12	6	0.25	0.25	0.25	0.25				1	考查							
		160004	思想道德与法治	54	36	18		3						3	考试							
		160005	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							
		160007	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							
公共基础课程模块	公共必修课程	130055-130056	大学体育☆	108	36	72	2	2	2					6	考试							
		150003	军事理论(国防教育)	36	18	18	2							2	考查							
		120237	大学生心理健康教育	36	24	12		2						2	考查							
		150033-150036	劳动教育	36	6	30	0.5	0.5	0.5	0.5				2	考查							
公共限定必修课程模块	公共限定必修课程	150029-150030	中华优秀传统文化(文学)☆	72	44	28	2	2						4	考查							
		150007-150010	大学英语☆	144	108	36	2	2	2	2				8	考查							
		150001-150002	信息技术	72	18	54	2	2						4	考查							
		150051-150052	大学生职业生涯规划和就业指导	18	6	12	0.5	0.5						1	考查							
		150053-150054	大学生创新创业基础	18	12	6			0.5	0.5				1	考查							
公共选修课程模块	公共选修课程	公共必修小计				720	397	323	13.25	14.25	8.25	4.25	0	0	40							
		160006	四史	18	12	6				1				1	考查							
		150028	数学文化与智慧游戏☆	18	10	8	1							1	考查							
		150031-150032	公共美育☆	18	10	8	0.5	0.5						1	考查							
		公共选修小计				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	0	43								
专业课程模块	专业必修课	190058	社群运营	36	18	18	2							2	考查							
		190062-190153	电子商务概论	72	36	36	2	2						4	考试							
		190059-190152	市场营销	72	54	18	2	2						4	考试							
		190060	直播销售*	72	54	18	4							4	考查							
		190061	市场策划*	36	18	18	2							2	考查							
		190085	短视频策划与制作	54	0	54		3						3	考查							
		190138	现代物流基础	36	18	18		2						2	考查							
		190139	商品拍摄与素材编辑	72	0	72			4					4	考查							
		190140-190141	客户服务与管理*	72	54	18			2	2				4	考试							
		190142	商务数据分析与应用	36	18	18			2					2	考查							
		190143	选品与采购	36	18	18			2					2	考查							
		190144	网络推广*	72	54	18			4					4	考查							
		190145-190146	直播运营*	126	90	36			3	4				7	考查							
		190065	管理学基础	72	54	18				4				4	考试							
		190083	新媒体运营*	72	36	36				4				4	考查							
		190147	内容策划与编辑*	72	36	36				4				4	考查							
		专业必修课小计				1008	558	450	12	9	17	18	0	0	56							
专业课程模块	专业选修课	190148	人工智能商业应用	72	54	18	2	2						4	考查							
		190149	主播素养	54	36	18		3						3	考查							
		190150	商务礼仪与沟通	36	18	18		2						2	考查							
		190151	消费者行为分析	72	54	18			2	2				4	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	0	69								
综合实践模块	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, 1周1学分						
		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	9	18	9	18		3	考查	寒假一周, 夏季两周, 1周1学分						
		毕业设计				72	18	54						72	4	考查	含毕业设计, 1周1学分					
		岗位实习				432	0	432						270	162	24	考查					
		综合实践合计				702	18	684	72	45	36	45	270	234	39		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, 并计算理论学时和实践学时占从学时百分比。								
				2718	1167	1551	589.5	598.5	526.5	499.5	270	234	151									
				百分比	42.94%	57.06%	21.69%	22.02%	19.37%	18.38%	9.93%	8.61%										
				公共基础课占总学时百分比				28.48%														
选修课占总学时百分比				10.60%																		
实践教学占总学时百分比				57.06%																		
开设课程门数				43																		
考试课程门数				8																		

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。

附表二

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

学期 \ 周次	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