

2026 级网络营销与直播电商专业 (直播运营方向)



2026 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专业（直播运营方向），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，与深圳奥雅设计股份有限公司、上海携程国际旅行社有限公司等合作企业的专家及 2023 届毕业生共同制订。从 2026 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	
6	陶翀	上海携程国际旅行社有限公司	直播运营总监	
7	李千一	信阳农林学院	23 级毕业生	
8	于康乐	河南培康文化传媒有限公司	23 级毕业生	

复核人：

专业负责人（签字）：

目录

一、专业名称（专业代码）	- 4 -
二、入学基本要求	- 4 -
三、基本修业年限	- 4 -
四、职业面向	- 4 -
五、培养目标	- 7 -
六、培养规格	- 7 -
七、课程设置	- 8 -
八、教学进程及学时安排	- 19 -
九、基本教学条件	- 19 -
十、质量管理	- 23 -
十一、毕业要求	- 24 -

2026 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

本专业面向批发业、零售业、互联网和相关服务、商务服务业等行业领域，培养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。结合洛阳文旅产业特色，重点服务洛阳历史文化名城和国际文化旅游名城建设，为洛阳文旅产品直播电商、牡丹文化节推广、龙门石窟及洛邑古城等景区数字营销、“洛阳礼物”电商平台运营等领域培养网络营销与直播电商专业人才。

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）	互联网和相关服务（64）；批发业（51）；零售业（52）；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	直播销售、商品选品、直播运营、新媒体运营、内容策划、客户服务与管理、渠道推广、网络广告、市场策划	
职业类证书	直播电商、网络直播运营、新媒体营销等职业技能等级证书	

（一） 岗位能力与支撑课程分析表

序号	主要岗位	典型工作任务	典型岗位能力	支撑课程	合作企业
1	直播销售与主播	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	直播销售表达能力、直播脚本撰写能力、产品讲解与展示能力、粉丝互动与转化能力、直播复盘分析能力	直播电商运营实务*、商品拍摄与 AI 素材制作*、文旅产品直播*、新媒体文案写作	上海携程国际旅行社有限公司、河南飞天电子商务
2	直播运营	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、直播数据分析	直播运营策划能力、流量引入与投放能力、直播成本控制能力、数据分析与优化能力、风险把控能力	直播电商运营实务*、全媒体营销与运营*、电商营销渠道运营*、采购与数据分析	抖音/快手合作 MCN 机构
3	文旅市场策划	文旅产品认知、行业定位分析、目标市场选择、销售渠道策划、客户群体策划、营销活动策划与评估	市场调研与分析能力、产品定位能力、营销方案策划能力、渠道策略设计能力、活动效果评估能力	文旅市场营销*、文旅产品直播*、新媒体文案写作、消费者行为与心理	一朵牡丹、隋唐洛阳城景区
4	网络推广	人群画像分析、推广预算制定、广告投放、渠道选择、推广结果分析、数据跟踪	人群画像分析能力、广告投放与优化能力、推广渠道选择能力、数据分析能力、预算管理能力和	全媒体营销与运营*、电商营销渠道运营*、电子商务基础、消费者行为与心理	上海携程国际旅行社有限公司
5	营销渠道运维	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	渠道开拓能力、渠道运营管理能力、绩效分析能力、渠道维护与优化能力	电商营销渠道运营*、文旅市场营销*、电子商务基础、项目管理及工具实践	深圳洛嘉文化科技有限公司
6	内容策划与新媒体运营	市场调研、内容方案策划、发布平台选择、内容编辑制作、内容投放与推广、新媒体运营策划、社群运营	内容创意策划能力、图文/短视频编辑制作能力、新媒体平台运营能力、社群运营能力、推广效果监测能力	文旅产品直播*、新媒体文案写作、商品拍摄与 AI 素材制作*、电子商务法律法规与职业道德	洛邑古城、洛阳文旅集团
7	客户服务与管理	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	客户服务标准制定能力、客户数据分析能力、客户关系维护能力、危机处理能力、客户开发与转化能力	电商客户服务与管理*、商务礼仪与职业化、社群与私域运营、消费者行为与心理	河南飞天电子商务

（二）专业能力图谱

网络营销与直播电商专业（直播运营方向）能力递进培养图谱

三年制高职·校企双主体·分学年能力递进·岗位能力对接

专业基础能力 专业核心能力 综合实践能力 典型岗位 项目教学化改造



五、培养目标

本专业以河南省“文旅文创融合”战略定位和重大需求为依托，围绕洛阳市“历史文化名城和国际文化旅游名城”、十五五文旅规划重点旅游城市的城市定位，发挥地处洛阳的区域优势，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，面向互联网和相关服务、批发业、零售业、商务服务业等行业的互联网营销师、全媒体运营师、市场营销专业人员、品牌专业人员等职业，能够从事直播运营、网络推广、营销渠道运维、内容策划与新媒体运营、客户服务与管理、视觉素材创作与编辑等工作的高技能人才。

六、培养规格

（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，掌握绿色生产、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 and 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）、数字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）掌握电子商务基础、直播电商工具实践与应用等方面的专业基础理论知识，具有电商平台认知、直播工具操作与应用的能力；

（6）掌握商品拍摄与 AI 素材制作、全媒体营销与运营、文旅市场营销等方面的专业知识，具有视觉素材策划与创作、市场调研分析、营销策略制定、全媒体内容策划与投放的能力；

（7）掌握直播电商运营操作、文旅产品直播等方面的专业知识，具有直播策划、直播执行、直播复盘与数据分析的能力；

（8）掌握电商选品理论与实践、电商产品策划与推广等方面的专业知识，具有产品选品、产品定位、推广方案制定与执行的能力；

（9）掌握电商营销渠道运营、社群与私域运营等方面的专业知识，具有渠道开拓、渠道运营、社群管理与私域转化的能力；

（10）掌握电商客户服务与管理、消费者行为与心理等方面的专业知识，具有客户服务体系搭建、客户关系维护、客户数据分析的能力；

（11）掌握新媒体文案写作、电子商务法律法规与职业道德等技术技能，具有新媒体内容创作、合规运营与风险防范的能力；

（12）具有创新创业意识，具备电商项目策划、直播创业等创新创业能力，以及分析解决问题能力和团队合作能力；

（13）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；

（14）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；

（15）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；

（16）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；

（17）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

按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。

将思想政治理论课、大学体育、大学英语、军事理论、大学生心理健康教育、劳动教育等列为公共基础必修课程。

表 3: 网络营销与直播电商专业公共基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程属性	课程目标	主要教学内容	教学要求
1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（2 学分，36 学时）	公共必修	引导学生拥护党的领导，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，铸牢理想信念与爱国情怀；系统掌握马克思主义中国化时代化理论成果；涵养劳模精神、劳动精神、工匠精神，契合文旅行业服务规范；提升网络信息辨别能力，筑牢意识形态安全防线；能用理论分析现实问题与职业场景。	包含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、科学发展观等专题在内的理论和实践教学内容。	教学场地采用智慧教室与课外实践场所相结合。教学中融合 AI 智慧教学、案例情境、问题链驱动、实践体验等教学方法，融入洛阳红色资源与文旅案例，依托智能平台导学，开展研学实践，落实“人工智能+教育”与职业素养培育。考核实行过程性、终结性与 AI 数据评价结合，聚焦理论应用、政治认同、职业素养与实践表现。
2	思想道德与法治（3 学分，54 学时）	公共必修	坚持立德树人根本任务，强化思想引领，旨在帮助大学生树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法律观，提高大学生思想、政治、道德、法律素质，引导青年学生做有理想有本领有担当的时代新人。	本课程以新时代大学生理想信念教育为核心，以爱国主义教育为重点，以思想道德建设为基础，坚持以大学生全面发展为目标，以社会主义核心价值观为主线，针对学生自我成长和专业发展过程中面临的问题，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，引导学生在专业学习和实践中感悟人生，提高自身的思想道德素质和法律素养。	通过理论和实践教学，帮助学生熟悉和了解专业、行业和社会，形成崇高的理想信念，树立正确的世界观、人生观、价值观，加强自我职业领域和社会生活领域中的思想品德修养，增强职业生活和社会生活中学法守法的自觉性，全面提高学生的思想道德素质和法律素质。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（3 学分，54 学时）	公共必修	引导学生全面掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系、实践逻辑与重大意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，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。	围绕“十个明确”“十四个坚持”的核心内容以及“两个结合”的方法论，系统阐释习近平总书记对经济、政治、文化、社会、生态文明、科教、国家安全、国防和军队、“一国两制”和祖国统一、大国外交、党的建设等方面作出的理论概括和战略指引。	通过理论教学引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心。结合专业特色开展实践教学，精心选取红色文旅、非遗传承、乡村振兴等行业案例，引导学生树立职业目标，锤炼专业技能，担当文旅使命。
4	形势与政策（1 学分，18 学时）	公共必修	通过形势与政策教育，帮助学生全面正确地认识党和国家面临的形势和任务、复杂的世界局势，自觉拥护党的路线、方针和政策，坚定现代化建设信心和社会责任感；学会运用理论理性剖析	以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想为主线，把坚定“四个自信”贯穿教学全过程，重点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，引导学生	教学坚守正确政治立场，同党中央保持高度一致，严格落实教育部课程设置要求，分课堂教学与实践教学两大板块。课堂采用专题教学，聚焦社会热点答疑解惑；引导学生课外自主研讨热点，

			现实问题，以理论指导自身实践行动。	正确认识世界和中国发展大势，正确认识时代责任和历史使命。	锤炼独立分析、解决现实问题的思维能力。
5	国家安全教育（1 学分，18 学时）	公共必修	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。	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，以及包括政治安全、国土安全等在内的国家安全重点领域的基本内容、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学等。	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与实践相结合，综合采用案例研讨、情景模拟等教学方法。课程考核采用过程性评价与终结性评价相结合的方式。
6	中华优秀传统文化（文学）（4 学分，72 学时）	必修/限选	让学生深入了解中华优秀传统文化的历史渊源、核心价值观、艺术形式及社会习俗；领悟博大精深，增强文化自信，培养热爱与传承意识，提高人文素养和审美能力。	全面介绍中华优秀传统文化主要内容和特点，涵盖洛阳文化、古代文学、历史典故、哲学思想、传统艺术等领域；通过经典诵读、历史故事分析、艺术作品欣赏等活动感受文化魅力；涉及传统节日、民俗风情等。	将中华优秀传统文化里的家国情怀、道德理念与仁爱精神有机融入课堂教学，依托历史典故阐释与哲学思想解析，引领学生树立正确三观。采用讲授配合多媒体、体验教学、小组研讨与自主研学相结合的多元方式，建立综合评价体系。
7	大学英语（8 学分，144 学时）	必修	系统提升英语语言能力，培养跨文化沟通能力；着重听、说、读、写、译均衡发展，强调实际应用；掌握英语基础知识，了解英语国家文化、历史和社会习俗，为学术、国际交流和职业发展奠定基础。	通过丰富语言材料和多样教学活动，巩固拓展英语词汇、语法等基础；提高阅读理解、听力理解和口头表达能力；内容涵盖生活、文化、科技、教育等领域，拓宽国际视野，增强跨文化意识；培养自主学习能力和批判性思维。	引导学生对比中外文化差异，增强文化自信与民族认同；选取具有积极价值观的文本培养正确三观。词汇语法采用讲授与练习结合，阅读运用精读泛读结合，听说借助多媒体开展情景对话，写作通过范文分析与小组互评提升。鼓励网络自主学习，多元化考核。
8	大学生心理健康教育（2 学分，36 学时）	必修	增强心理健康意识，提高自我认知与自我调适能力，培养积极向上心态和健全人格；掌握心理健康基本知识和心理调适技能，提升应对压力和解决问题的能力。	介绍心理健康基本概念、标准和意义；探讨大学生常见心理问题及应对策略；涵盖情绪管理、压力应对、人际交往、自我认知等方面；通过案例分析和实践活动，学会识别和处理心理问题，增强心理适应能力。	将优秀心理品质培养融入心理调适方法讲解，引导学生树立正确人生观和价值观。理论教学与案例分析（小组讨论）结合，实践活动运用角色扮演等形式，多媒体资源增强直观性。考核突出知识掌握与运用、自我认知和心理调适水平。

9	人工智能通识课（4 学分，72 学时）	公共必修课程	本课程聚焦新一代信息技术与人工智能应用，融合系统操作、AI 智能办公、数据处理、多媒体创作、智能识别、AIGC 创作及 AI 智能体搭建等核心内容，通过理实结合的教学模式，使学生掌握人工智能基础理论与主流 AI 工具实操技能，具备智能化办公、数据处理、新媒体内容创作、基础 AI 应用开发能力，树立合规安全的 AI 应用素养，适配各行业数字化、智能化岗位基础工作要求。	本课程主要讲授新一代信息技术与人工智能基础理论、Windows 操作系统实操，重点开展 AI 辅助 WPS 文档排版、Excel 智能数据处理、PPT 智能化设计优化等办公实操教学，同时涵盖图像与人脸识别、自然语言与智能语音技术、AIGC 图文视频及数字人创作、AI 智能体搭建与应用等实操内容，全程以项目化任务驱动，实现 AI 技术与实操应用深度融合。	教学需坚持理实一体化、项目化实操教学，弱化复杂理论、侧重技能落地，结合主流 AI 工具最新功能开展教学；贴合岗位实际需求设计实训任务，融入 AI 伦理、数据安全与课程思政内容；同时要求学生熟练掌握各项实操技能，养成规范严谨的操作习惯，具备自主学习 AI 新技术、独立解决实际工作问题的能力。
10	军事理论教育（2 学分，36 学时）	必修	系统传授军事基础知识和国防观念；介绍军事基础知识、国防政策、军事战略，建立全面国防意识，掌握基本军事技能；培养爱国主义精神，提高国防素养。	涵盖军事思想、军事制度、军事技术等内容；深入解读我国国防政策；学习军事战略，了解战争本质和规律，提高战略思维能力。	理论讲授与案例分析结合，讲解军事思想、国防政策时通过英雄事迹和国防建设成就激发爱国热情与国家安全责任感。实践教学通过模拟演练、军事技能训练掌握基本技能，多媒体资源增强直观性。构建多元化考核体系。
11	大学体育（6 学分，108 学时）	必修	提升身体素质和运动技能，培养健康生活方式和积极体育态度；增强体质，提高团队协作能力，培养竞技精神和运动道德规范。	涵盖田径、球类、游泳、武术等项目，通过专业教学和训练，掌握基本运动技能和规则；强调运动安全与健康知识，预防伤害，维护身体健康。	实践教学采用示范法与练习法结合，理论教学讲授运动安全与健康知识。在团队项目中强调集体荣誉感与团结协作精神，通过体育界拼搏奋进的故事激发坚韧意志。利用多媒体展示精彩赛事，考核突出技能、体能和参与态度。
12	劳动教育（2 学分，36 学时）	必修	培养勤劳、创新、合作的品质，实践能力和责任感；树立正确劳动观念，体验劳动价值，培养勤劳精神和团队合作意识。	组织参与多种劳动活动，如园艺、手工艺制作、社区服务等；学习协作、解决问题和创新思考；强调劳动道德和伦理意义，认识劳动是实现个人价值和社会贡献的途径。	理论讲授与案例分析结合，实践教学运用项目驱动法分组开展园艺、手工艺制作等劳动项目。通过讲述劳动模范事迹激发崇尚劳动的情怀，引导体会劳动创造价值，培养艰苦奋斗精神。活动后组织分享感悟，考核突出过程表现与成果质量。
13	大学生职业生涯规划与就业指导（1 学分，18 学时）	必修	帮助学生进行职业生涯规划，提供实用就业指导，增强就业竞争力；探索自身兴趣与职业方向契合点，掌握规划方法与求职技巧，培养自我营销能力和职场适应能力。	涵盖职业兴趣探索、职业规划方法、求职技巧、职场适应等；通过职业兴趣测试和案例分析，明确优势与兴趣；系统介绍规划步骤（目标设定、路径选择、能力提升）；涉及简历撰写、面试技巧、薪资谈判、职场礼仪。	理论讲授与案例分析结合，实践教学运用模拟面试、小组讨论等方式。在职业兴趣探索中引导个人发展融入国家需求，在职场素养讲解中突出职业道德与敬业精神。邀请企业人士分享经验，拓宽视野。考核采用规划方案与面试模拟相结合。

				仪、团队协作、沟通技巧等。	
14	大学生创新创业基础 (1 学分, 18 学时)	必修/限选	培养创新创业意识和能力, 激发兴趣和热情; 掌握创新创业基本概念、方法和策略, 了解市场动态, 掌握创业流程, 为职业发展和创业奠定基础。	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; 通过案例分析、团队讨论、实践操作, 建立系统知识体系, 提升解决问题能力。	理论讲授与案例研讨结合, 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。通过案例引导个人创新创业与国家发展需求相结合, 强调诚信经营、合法创业, 培养职业道德与责任感。邀请创业成功人士分享, 考核突出创新方案质量。
15	四史 (1 学分, 18 学时)	选择性必修	引导学生掌握党的百年奋斗历程与精神谱系, 理解“四史”内在逻辑; 能以唯物史观分析历史事件、抵制历史虚无主义; 可运用数字工具梳理党史脉络、创作红色作品, 甄别虚假历史信息; 坚定“四个自信”, 传承红色基因, 树立技能报国理想, 涵养技术伦理与数智职业素养。	以“中国共产党简史”为主线, 贯通“四史”教育, 设置 10 个专题模块: 建党与大革命时期、土地革命时期、全民族抗战时期、解放战争时期、新中国成立与社会主义改造、社会主义建设探索时期、改革开放新时期、中国特色社会主义推向 21 世纪、科学发展时期、中国特色社会主义进入新时代。	采用专题讲授、影视赏析、AI 互动、数字红色研学等教学方式, 每章融入专业实践任务。过程性评价占总成绩 50%, 涵盖出勤、课堂参与、线上学习及实践成果; 终结性考核占 50%, 提交具有专业特色的实践成果。引导学生树立正确历史观, 抵制历史虚无主义。
16	艺术审美 (鉴赏) (2 学分, 36 学时)	公共选修课程	本课程面向全校各专业学生开展通识美育教学, 旨在普及基础艺术与审美知识, 传授通用艺术鉴赏方法。课程聚焦学生审美能力培养, 引导学生学会赏析各类艺术作品、思辨审美现象, 帮助学生树立健康正向的审美观念, 涵养人文情怀与文化自信, 完善个人综合素质与健康人格。	课程内容贴合通识教学需求, 由理论到实践循序渐进开展教学。主要涵盖艺术审美基础理论知识, 绘画、书法、建筑等视觉艺术鉴赏, 音乐、戏曲、影视等综合艺术赏析, 同时结合生活美学、红色美育开展实践拓展, 兼顾中外、传统与现代艺术, 全面夯实学生审美基础。	课程坚持通识美育、学以致用原则, 教师需简化专业理论, 采用互动案例式教学, 融入文化与思政元素。学生需积极参与课堂学习与实践, 主动积累审美经验、独立完成学习任务。教学兼顾理论与实践, 实行过程性为主的考核模式, 聚焦学生审美素养与综合能力提升。

(二) 专业课程

共 19 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。

表 4: 专业课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (增加学时学分)	课程属性	课程目标	主要教学内容	对接岗位能力	教学要求
1	电子商务基础 (4 学分, 72 学时)	专业基础课	使学生掌握电子商务的基本概念、商业模式和运营框架, 理解电商行业发展历程与趋势, 具备电商平台的认知与基本操作能	电子商务概述、电商商业模式 (B2B/B2C/C2C/O2O 等)、电商平台认知与比较、电商法律法规基础、网络支付与安全、电商物流与供应链、新媒体与直播电商	电商行业认知能力、电商平台基础操作能力	理论讲授与案例研讨结合, 融入文旅电商案例开展情境教学。组织学生赴电商企业实地考察, 加深行业认知。过程性评价与期末考查相结合。课

			力，为后续专业核心课程学习奠定基础。	概述、文旅电商案例分析、电商行业发展趋势。		程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
2	直播电商工具实践与应用（3 学分，54 学时）	专业基础课	掌握直播电商常用工具的操作方法，具备直播间搭建、设备调试、直播软件使用与直播素材制作能力。	直播电商平台认知（抖音、快手、淘宝直播等）、直播设备操作（摄像机、灯光、声卡、绿幕等）、直播软件使用（OBS、各平台直播工具）、直播素材制作（贴片、轮播图、商品卡片等）、AI 数字人直播工具、直播数据分析工具。	直播间搭建与设备操作能力、直播工具应用能力	理实一体化教学，在校内直播实训室开展实操训练。学生需独立完成直播间搭建与工具操作。考核以实操表现与工具操作考核为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
3	社群与私域运营（2 学分，36 学时）	专业拓展课	掌握社群运营与私域流量管理的基本方法，具备社群搭建、用户运营、内容策划与私域转化能力。	社群运营概述、社群定位与搭建、社群内容策划与日常运营、用户分层与精准运营、私域流量池构建、微信生态私域运营（公众号、视频号、企业微信、小程序）、社群活动策划、私域转化与复购策略、文旅社群运营案例。	社群运营管理能力、私域流量运营能力	理实一体化教学，以项目驱动方式开展社群运营实训。学生需完成社群搭建与运营方案。考核以运营方案与实操表现为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
4	商品拍摄与 AI 素材制作（2 学分，36 学时）	专业核心课	掌握商品拍摄的基本技法与 AI 素材生成工具的使用，具备产品图片拍摄、短视频素材制作与 AI 辅助内容创作能力。	摄影基础（构图、用光、色彩）、商品拍摄实操（平铺、模特、场景拍摄）、手机摄影与修图技巧、短视频素材拍摄与剪辑、AI 图片生成工具（Midjourney、通义万相等）、AI 视频生成与编辑、AI 文案与脚本生成、文旅产品拍摄案例。	商品拍摄与图片处理能力、AI 素材创作能力	理实一体化教学，在校内拍摄实训室开展实操训练。学生需完成商品拍摄作品与 AI 素材创作作品。考核以作品质量与创作过程表现为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
5	电商选品理论与实践（4 学分，72 学时）	专业基础课	掌握电商选品的理论框架与实操方法，具备市场分析、产品评估、选品决策与供应链对接能力。	电商选品概述与理论框架、市场趋势分析与需求洞察、竞品分析方法、产品评估维度与选品模型、选品数据工具使用、供应商开发与与管理、选品成本与利润测算、文旅产品选品策略、选品方案撰写与汇报、AI 辅助选品分析。	市场分析能力、选品能力、供应链管理力	理实一体化教学，线上与线下结合。以项目驱动方式开展选品实训，学生需完成完整的选品方案。引入企业真实产品进行选品分析。考核以选品方案质量与汇报表现为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
6	电子商务法律法规与职业道德	专业基础课	掌握电子商务相关法律法规的基本框架，	电子商务法概述、电子商务经营者义务、网络营销法律	电商法律风险防范	理论讲授与案例教学相结合，选取电商行

	德（2 学分，36 学时）		熟悉网络营销与直播电商的合规要求，树立职业道德意识与法律风险防范能力。	法规（广告法、反不正当竞争法等）、直播电商合规要求、消费者权益保护、数据安全与个人信息保护、知识产权保护、电商职业道德与行业自律、典型法律案例分析。	能力、合规运营能力	业典型法律纠纷案例进行研讨。引导学生关注最新电商政策法规动态。考核采用案例分析报告与期末考试相结合。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
7	全媒体营销与运营（2 学分，36 学时）	专业核心课	掌握全媒体营销的策略体系与运营方法，具备多平台内容策划、投放策略制定与营销数据分析能力。	全媒体营销概述、主流营销平台特征与运营逻辑（抖音、小红书、微信、微博、B 站等）、全媒体内容策略与创意策划、多平台投放与预算分配、营销数据分析与效果评估、用户增长与转化策略、AI 辅助营销内容生成、文旅全媒体营销案例。	全媒体营销策划能力、多平台运营与数据分析能力	理实一体化教学，以项目驱动方式开展全媒体营销实训。学生需完成全媒体营销策划方案。引入企业真实营销案例进行研讨。考核以营销方案质量与实操表现为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
8	文旅市场营销（2 学分，36 学时）	专业核心课	掌握文旅市场营销的基本理论与方法，具备文旅市场调研、目标客群分析、营销策略制定与方案执行能力。	文旅市场营销概述、文旅消费者行为分析、文旅市场调研与细分、文旅产品定位与品牌策略、文旅营销组合策略（产品、价格、渠道、促销）、数字营销与社交媒体营销在文旅中的应用、文旅营销案例分析、AI 辅助营销数据分析。	文旅市场分析能力、营销策划与执行能力	理实一体化教学，以项目驱动方式开展营销策划实训。学生需完成一份文旅产品营销策划方案。引入企业真实营销案例进行研讨。考核以营销方案质量与课堂表现为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
9	电商客户服务与管理（4 学分，72 学时）	专业核心课	掌握电商客户服务与管理的理论框架与实操技能，具备客户服务体系搭建、客户关系维护、客户数据分析与服务质量提升能力。	客户服务与管理概述、电商客服体系搭建与流程设计、售前售中售后服务标准、客户沟通技巧与话术、客户投诉处理与危机管理、CRM 系统操作与客户数据分析、客户分层与精准运营、客户满意度与忠诚度管理、AI 客服工具应用、服务质量评价与改进。	客户服务与管理能力、客户关系维护能力	理实一体化教学，在校内实训室开展 CRM 系统操作与服务场景模拟训练。采用案例分析、角色扮演等教学方式。考核包括客户运营方案设计、服务实操考核与期末考试。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
10	直播电商运营实务（4 学分，72 学时）	专业核心课	掌握直播电商运营的全流程方法，具备直播策划、直播执行、	直播电商行业概述与发展趋势、直播电商运营模式（店铺直播、达人直播、品牌直	直播运营策划能力、直播	理实一体化教学，在校内直播实训室开展模拟直播训练。以小

			直播复盘与数据分析能力，能够独立完成一场直播电商活动。	播等）、直播选品与排品策略、直播脚本策划与话术设计、直播间流量获取与投放（千川、DOU+等）、直播场控与节奏把控、直播数据分析与复盘、直播团队组建与管理、文旅直播电商案例。	执行与数据分析能力	组为单位完成直播策划、执行与复盘全流程。引入企业真实产品开展实战直播。考核以直播策划方案与实战表现为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
11	文旅产品直播+（3学分，54学时）	专业核心课	掌握文旅产品直播的特色与运营方法，具备文旅产品直播选品、场景策划、内容创作与直播带货能力。	文旅产品直播概述、文旅产品类型与直播适配分析（景区门票、酒店民宿、文创产品、旅游线路等）、文旅直播场景策划与搭建、文旅直播内容创意与脚本设计、文旅产品讲解与互动技巧、文旅直播供应链管理、文旅直播合规要求、典型文旅直播案例分析。	文旅产品直播策划能力、文旅直播执行能力	理实一体化教学，在校内直播实训室及合作景区开展直播实训。学生需完成文旅产品直播策划方案并开展实战直播。考核以直播策划方案与实战表现为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
12	电商产品策划与推广+（4学分，72学时）	专业核心课	掌握电商产品策划与推广的方法体系，具备产品定位、卖点提炼、推广方案制定与执行能力。	电商产品策划概述、产品定位与卖点提炼、产品包装与视觉呈现策略、产品推广渠道选择与组合、推广内容策划（图文、短视频、直播等）、推广预算与ROI分析、促销活动策划、产品生命周期管理、AI辅助产品策划与推广。	产品策划能力、推广方案制定与执行能力	理实一体化教学，以项目驱动方式开展产品策划实训。学生需完成一份完整的产品策划与推广方案。引入企业真实产品进行策划分析。考核以方案质量与汇报表现为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
13	电商营销渠道运营+（2学分，36学时）	专业核心课	掌握电商营销渠道的运营方法与管理策略，具备渠道开拓、渠道运营、渠道绩效分析与优化能力。	电商营销渠道概述、主流电商渠道特征分析（综合电商、内容电商、社交电商、跨境电商等）、渠道开拓与合作策略、渠道运营与日常管理、渠道绩效分析与优化、多渠道协同与冲突管理、渠道供应链管理、渠道数据分析工具、文旅电商渠道案例。	渠道开拓与运营能力、渠道绩效分析能力	理实一体化教学，以项目驱动方式开展渠道运营实训。学生需完成渠道运营方案。引入企业真实渠道数据进行分析。考核以运营方案与实操考核为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
14	新媒体文案写作（2学分，36学时）	专业拓展课	掌握新媒体文案写作的方法与技巧，具备各类新媒体平台内容	新媒体文案概述、文案写作思维与创意方法、各平台文案写作规范（抖音、小红书、微信、微博等）、短视	新媒体内容创作能力、文案策划能力	理实一体化教学，以项目驱动方式开展文案创作实训。学生需完成多类新媒体文案

			创作与文案策划能力。	脚本写作、直播话术撰写、品牌故事与产品文案、活动文案与促销文案、AI 辅助文案创作、文旅新媒体文案案例。		作品。考核以作品质量为创作过程表现为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
15	项目管理及工具实践（3 学分，54 学时）	专业拓展课	掌握项目管理的基本方法与工具使用，具备电商项目规划、执行监控与团队协作能力。	项目管理概述、项目生命周期与阶段管理、项目管理工具使用（甘特图、看板、协作平台等）、项目计划制定与任务分解、项目进度与质量控制、项目风险管理、团队协作与沟通管理、电商项目管理案例、AI 辅助项目管理工具。	项目规划与执行能力、团队协作能力	理实一体化教学，以项目驱动方式开展项目管理实训。学生需完成一份项目管理方案。考核以方案质量与实操表现为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
16	采购与数据分析（2 学分，36 学时）	专业拓展课	掌握电商采购管理的基本方法与数据分析技能，具备采购计划制定、供应商管理、数据分析与决策支持能力。	电商采购概述、采购计划与预算管理、供应商开发与评估、采购谈判与合同管理、采购成本控制、电商数据指标体系、数据采集与清洗、数据分析方法与工具（Excel、BI 工具等）、数据可视化与报告、AI 辅助数据分析。	采购管理能力、数据分析与决策能力	理实一体化教学，在校内实训室开展数据分析实操训练。学生需完成数据分析报告。考核以分析报告质量与实操考核为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
17	商务礼仪与职业化（2 学分，36 学时）	专业拓展课	掌握商务礼仪规范与职业化素养要求，具备职场沟通、商务接待、职业形象管理与团队协作能力。	商务礼仪概述、职业形象管理（着装、仪容、仪态）、商务社交礼仪（介绍、握手、名片、座次等）、商务沟通技巧、商务接待与拜访规范、会议与活动礼仪、职场素养与职业道德、团队协作与冲突管理、职业发展规划。	职业素养与商务沟通能力、商务接待能力	理实一体化教学，采用情景模拟、角色扮演等教学方式开展实训。学生需完成商务场景模拟考核。考核以实操表现与礼仪展示为主要依据。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
18	零售行业电商基础（2 学分，36 学时）	专业拓展课	掌握零售行业电商化的基本模式与运营方法，具备零售电商认知、线上线下融合运营与零售数据分析能力。	零售行业概述与发展趋势、零售电商化模式（O2O、社区团购、即时零售等）、零售电商运营实务、线上线下融合策略、零售供应链管理、零售数据分析与应用、新零售案例（盒马、京东超市等）、文旅零售电商案例。	零售电商运营能力、线上线下融合运营能力	理论讲授与案例分析相结合，组织学生赴零售电商企业实地考察。考核采用案例分析报告与期末考查相结合。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
19	消费者行为与心理（2 学分，36 学时）	专业拓展课	掌握消费者行为与心理的基本理论与规律。	消费者行为学概述、消费者需求与动机、消费者感知与	消费者行为分析能力	理论讲授与案例分析相结合，选取电商与

分, 36 学时)		律, 具备分析消费者需求、决策过程与行为特征的能力, 能够运用心理学知识优化营销策略。	态度、消费者决策过程、消费者个性与生活方式、群体影响与消费行为、消费体验与满意度、消费者行为与营销策略、数字时代消费者行为新趋势、文旅消费者行为分析。	力、营销策略优化能力	文旅消费典型场景进行心理分析研讨。鼓励学生开展消费者行为调研。考核以分析报告与期末考试相结合。课程教学注重将诚信经营、合规意识、工匠精神等思政元素融入教学全过程。
-----------	--	---	---	------------	---

表 5: 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	全媒体营销与运营 (对接: 新媒体运营)	典型工作任务为新媒体运营与内容策划, 工作内容包括: ① 新媒体市场调研、运营方案策划与推广平台选择实施。 ② 图文/短视频内容创意策划、编辑制作与视觉优化。 ③ 多平台内容投放推广与效果监测评估。 ④ 用户社群运营与新媒体平台活动策划。 ⑤ 新媒体平台商务合作对接与运营效果优化。 ⑥ 使用图文编辑软件、视频编辑软件、第三方数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作任务。	① 掌握新媒体平台内容推荐规则、运营推广方法和技巧; 掌握内容策划与编辑的流程和方法。 ② 能够进行新媒体市场调研, 制订新媒体运营方案及推广计划。 ③ 能够策划图文/短视频内容创意, 编辑内容并进行视觉优化; 审核内容合规性。 ④ 能够选择发布平台并推广内容, 评估内容投放效果并持续优化。 ⑤ 能够运营用户社群, 策划运营活动并实施; 对接、跟进商务合作项目。 ⑥ 实训课课时不低于 50%, 以项目驱动方式开展全媒体营销实训, 学生需完成全媒体营销策划方案。
2	商品拍摄与 AI 素材制作 (对接: 内容策划与编辑)	典型工作任务为商品视觉素材创作与编辑, 工作内容包括: ① 商品拍摄方案制定与拍摄场景搭建。② 产品图片拍摄、后期处理与视觉优化。③ 短视频素材策划、拍摄与剪辑制作。④ AI 图片生成与视频生成工具应用, 辅助素材创作。⑤ 商品视觉素材分类管理与规范化归档。⑥ 商品主图、详情页视觉设计与制作。	① 掌握商品拍摄的基本技法(构图、用光、色彩), 能够根据不同类型产品制定拍摄方案。② 掌握图片后期处理技能; 能够策划并制作商品短视频素材。③ 熟练使用 AI 图片生成工具、AI 视频生成工具进行视觉素材创作。④ 能够进行商品主图、详情页视觉设计与制作。⑤ 掌握商品视觉素材的分类管理与规范化归档方法, 能够建立素材库并持续更新。⑥ 实训课课时不低于 50%。
3	文旅市场营销 (对接: 市场策划)	典型工作任务为市场策划, 工作内容包括: ① 文旅行业定位分析与目标市场选择。 ② 文旅产品策划、品牌策略与价格策略制定。 ③ 销售渠道策划与客户群体策划。 ④ 营销活动策划与广告策略制定。 ⑤ 策划评估分析与方案优化。 ⑥ 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; 能够分析文旅行业定位, 选择目标市场。 ② 掌握文旅消费者行为分析方法, 能够设计分销渠道和营销活动。 ③ 能够制定文旅产品策略、品牌策略、价格策略、广告策略。 ④ 能够跟踪市场策划的实施过程, 评估策划效果并优化方案。 ⑤ 了解数字营销与 AI 辅助数据分析在文旅营销中的应用。 ⑥ 实训课课时不低于 50%, 学生需完成一份完整的文旅产品营销策划方案并进行汇报。

4	电商客户服务与管理 (对接: 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: ① 客户服务标准制定与服务流程设计。 ② 客户调研、数据获取与客户画像分析。 ③ 售前售中售后客户服务执行。 ④ 客户开发与转化、客户关系维护与管理。 ⑤ 客户投诉处理与突发危机事件应对。 ⑥ 客户服务绩效管理与服务机构合作。 ⑦ 使用 CRM 系统、呼出呼入设备、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、客户投诉处理、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与客户画像分析, 制定客户服务标准。 ③ 能够运用 CRM 系统进行客户数据分析, 实施客户分层与精准运营。 ④ 能够提升客户转化率、满意度和忠诚度; 进行客户关系维护。 ⑤ 了解 AI 客服工具应用与服务评价改进方法。 ⑥ 实训课课时不低于 50%, 在校内实训室开展 CRM 系统操作与服务场景模拟训练, 采用角色扮演等教学方式。
5	直播电商运营实务 (对接: 直播运营)	典型工作任务为直播运营, 工作内容包括: ① 直播间运营策划与直播主题策划。 ② 直播间流量引入与成本控制。 ③ 直播过程监测与动态调整。 ④ 直播风险把控与应急预案建立。 ⑤ 供应链协调与人员分配。 ⑥ 直播全程数据分析与优化总结。 ⑦ 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直播运营、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; 掌握直播间流量获取与投放方法 (千川、DOO+等)。 ③ 能够制定直播方案并动态调整直播内容; 建立直播风险预案。 ④ 能够进行直播数据分析与复盘, 优化直播策略。 ⑤ 了解直播团队组建与管理的要点。 ⑥ 实训课课时不低于 50%, 学生需在校内直播间完成直播策划、执行与复盘全流程实战训练。
6	文旅产品直播 (对接: 直播销售)	典型工作任务为直播销售, 工作内容包括: ① 文旅产品直播策划与精准选品。 ② 文旅产品讲解与场景化展示。 ③ 直播脚本设计与主播人设搭建。 ④ 粉丝引导转化与销售转化率提升。 ⑤ 直播复盘与数据分析优化。 ⑥ 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 掌握直播销售、产品讲解、脚本设计、粉丝转化的方法和技巧。 ② 掌握文旅产品类型 (景区门票、酒店民宿、文创产品、旅游线路等) 与直播适配分析方法。 ③ 能够搭建主播人设; 精准选品, 设计产品组合; 撰写直播脚本。 ④ 能够策划文旅直播场景, 提升销售转化率; 进行数据分析及优化直播。 ⑤ 了解文旅直播合规要求与供应链管理要点。 ⑥ 实训课课时不低于 50%, 学生需在校内直播间及合作文旅场景完成文旅产品直播策划与实战。
7	电商产品策划与推广 (对接: 市场策划、网络推广)	典型工作任务为产品策划与网络推广, 工作内容包括: ① 产品定位分析、卖点提炼与品牌策略制定。 ② 产品包装与视觉呈现策略。 ③ 目标人群画像分析与推广渠道选择。 ④ 推广预算制定与推广策略实施。 ⑤ 推广数据跟踪、结果分析与效果评估。 ⑥ 产品生命周期管理与策划方案优化。 ⑦ 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 掌握产品策划的流程和方法, 能够进行产品定位与卖点提炼。 ② 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。 ③ 能够绘制目标人群画像, 选择推广渠道; 制定推广预算及推广策略。 ④ 能够实施网络推广, 监测与评估推广数据并优化方案。 ⑤ 了解 AI 辅助产品策划与推广工具的应用。 ⑥ 实训课课时不低于 50%, 学生需完成一份完整的产品策划与推广方案并进行汇报。

8	电商营销渠道运营 (对接: 营销渠道运营)	典型工作任务为营销渠道运营, 工作内容包括: ① 市场需求挖掘与目标客户确定。 ② 销售渠道拓展与新渠道开发。 ③ 渠道运营策略制定与日常运营管理。 ④ 渠道沟通与关系维护。 ⑤ 渠道绩效管理评估改进。 ⑥ 渠道数据分析与策略优化。 ⑦ 使用营销推广工具、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 能够制定渠道运营策略; 搜集渠道信息, 拓展新渠道。 ③ 能够进行渠道沟通和关系维护。 ④ 能够采集分析销售渠道数据, 优化渠道策略。 ⑤ 了解多渠道协同与冲突管理、渠道供应链管理方法。 ⑥ 实训课课时不低于 50%, 引入企业真实渠道数据进行分析, 学生需完成渠道运营优化方案。
---	----------------------------------	---	---

八、教学进程及学时安排

附件 1: 课程设置表

附件 2: 教学周数分配表

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，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。

（五）建立专业教研组织线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会，统一教学进度、教学重点与考核标准，提升课堂教学质量。

（六）建立健全巡课、听课、评教、评学制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，加强对课堂教学和实践教学的监督检查与评价反馈。

（七）建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，对生源情况、毕业生职业道德、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，持续改进专业建设。

十一、毕业要求

（一）学分要求：本专业必须修满 144 学分方可毕业。其中，公共基础课 41 学分；专业课 51 学分；选修、拓展课 18 学分；集中实习实践课 52 学分。

（二）本专业必须获得的相关资格证书：直播电商、网络直播运营、新媒体营销等职业技能等级证书任选其一。

（三）学习成果转换：接受职业培训取得的职业技能等级证书、培训证书等学习成果，经学校认定后可转化为相应学历教育学分。

（四）修业期满要求：修满培养方案规定的学分，完成规定的实习实训，全部课程考核合格方可毕业；严格毕业出口关，细化课程修习、学业成绩、实践经历、职业素养等要求。

2026 级网络营销与直播电商专业课程设置及教学进度表															
二级学院：奥雅文旅创新产业学院							学制：三年		填报人：王依婷				负责人：姚恒		
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
		课程编码		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	160008-160011	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	
		160016	国家安全教育☆	18	8	10				1			1	考查	
	公共必修课程	130055-130056	大学体育☆	108	12	96	2	2	2				6	考试	
		150003	军事理论（国防教育）	36	16	20	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	150029-150030	中华优秀传统文化（文学）☆	72	44	28	2	2					4	考查		

必修课程	150007-150010	大学英语☆	144	72	72	2	2	2	2			8	考查	
	150001-150002	人工智能通识课	72	18	54	2	2					4	考查	
	170210-170211	大学生职业生涯规划 and 就业指导	18	6	12	0.5	0.5					1	考查	
	170212-170213	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		720	335	385	13.25	14.25	8.25	4.25	0	0	40		
	160006	四史	18	12	6				1			1	考查	
	120780	艺术审美（鉴赏）	36	24	12	0.5	0.5	0.5	0.5			2	考查	
	公共选修小计		54	36	18	0.5	0.5	0.5	1.5	0	0	3		
	公共基础课程合计		774	371	403	13.75	14.75	8.75	5.75	0	0	43		
专业课程模块	专业必修课	170116	电子商务基础	72	36	36	4					4	考试	
		170189	直播电商工具实践与应用	54	36	18	3					3	考试	
		170118	商品拍摄与 AI 素材制作*	36	18	18	2					2	考试	
		170191	全媒体营销与运营*	36	18	18		2				2	考试	
		170150	文旅市场营销*	36	18	18			2			2	考试	
		170151	电商选品理论与实践	72	18	54				4		4	考试	
		170192	电商客户服务与管理*	72	18	54			4			4	考试	

		170139	直播电商运营实务*	72	36	36			4				4	考试	
		170152	文旅产品直播*	54	18	36		3					3	考试	
		170153	电商产品策划与推广*	72	36	36				4			4	考试	
		170154	电商营销渠道运营*	36	18	18				2			2	考试	
		170155	电子商务法律法规与职业道德	36	24	12				2			2	考试	
		专业必修课小计		648	294	354	9	5	10	12	0	0	36		
	专业选修课	170156	新媒体文案写作	36	18	18	2						2	考查	
		170158	项目管理及工具实践	54	36	18			1	2			3	考查	
		170157	采购与数据分析	36	18	18				2			2	考查	
		170159	商务礼仪与职业化	36	18	18		2					2	考查	
		170160	零售行业电商基础	36	18	18	2						2	考查	
		170161	消费者行为与心理	36	18	18			2				2	考查	
		170162	社群与私域运营	36	18	18		2					2	考查	
			专业选修课小计	270	144	126	4	4	3	4	0	0	15		
	专业课程合计			918	438	480	13	9	13	16	0	0	51		
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）			218	0	218	18	146	18	36			13	考查	

	安全教育	36	0	36	9	9	9	9			1	考查	
	社会实践	54	0	54	9	18	9	18			3	考查	
	毕业设计	144	36	108						144	8	考查	
	岗位实习	432	0	432					270	162	24	考查	
	综合实践合计	920	36	884	72	173	36	63	270	306	51		
学时、学分总计		学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六	学分		
		2612	845	1767	553.5	600.5	427.5	454.5	270	306	145		
		百分比	32.35%	67.65%	21.19%	22.99%	16.37%	17.40%	10.34%	11.72%			
公共基础课占总学时百分比		29.63%											
选修课占总学时百分比		12.40%											
实践教学占总学时百分比		69.03%											
开设课程门数		34											
考试课程门数		16											
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。													

附件 2

2026 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