



烟台汽车工程职业学院
YANTAI AUTOMOBILE ENGINEERING PROFESSIONAL COLLEGE

网络营销与直播电商专业 人才培养方案

专业名称： 网络营销与直播电商
专业代码： 530704
适用年级： 2025 级
专业负责人： 迟修邦
制订时间： 2025 年 6 月

编 制 说 明

本方案根据教育部《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）、教育部职成司《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）、山东省教育厅《关于办好新时代职业教育的十条意见》等有关文件精神，对接教育部《高等职业教育网络营销与直播电商专业教学标准》（2025修订版），按照《烟台汽车工程职业学院2025级专业人才培养方案修订指导意见》要求编制。本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由烟台汽车工程职业学院经济管理系网络营销与直播电商专业教研室与烟台中北软件技术服务有限公司等企业共同制订，并经专业建设委员会审定、学院批准实施。

主要编制人员

王丽红	烟台汽车工程职业学院经济管理系教师/教授
于卉馨	烟台汽车工程职业学院经济管理系教师/讲师
李 镇	烟台汽车工程职业学院经济管理系教师/助教
王雨颖	烟台汽车工程职业学院经济管理系教师/助教
林红华	烟台汽车工程职业学院经济管理系教师/副教授
邹晓琴	烟台汽车工程职业学院经济管理系教师/助教
时文博	烟台中北软件技术服务有限公司/经理
李博达	烟台中北软件技术服务有限公司/经理
马占峰	指尖电子商务公司/总经理
李晓龙	青岛光谷科技教育有限公司/经理

目 录

一、专业名称及代码	- 1 -
二、入学要求	- 1 -
三、修业年限	- 1 -
四、职业面向	- 1 -
(一) 人才培养面向岗位	- 1 -
(二) 岗位能力分析	- 1 -
五、培养目标与培养规格	- 2 -
(一) 培养目标	- 2 -
(二) 培养规格	- 2 -
六、课程设置及要求	- 3 -
(一) 课程体系构建思路	- 4 -
(二) 课程设置与要求	- 5 -
七、教学进程总体安排	- 44 -
(一) 教学进度计划	- 45 -
(二) 各类课程学时学分比例	- 45 -
(三) 实践环节教学进程表	- 45 -
(四) 网络营销与直播电商专业教学进程安排表	- 47 -
八、实施保障	- 51 -
(一) 师资队伍	- 51 -
(二) 教学设施	- 52 -
(三) 教学资源	- 54 -
(四) 教学方法	- 54 -
(五) 学习评价	- 55 -
(六) 质量管理	- 56 -
九、毕业要求	- 56 -
十、附录	- 58 -

2025 级网络营销与直播电商专业人才培养方案

一、专业名称及代码

网络营销与直播电商（530704）

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力者。

三、修业年限

三年

四、职业面向

（一）人才培养面向岗位

表 1 人才培养面向岗位

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）商务服务业（72） 批发业（51）零售业（52）
主要职业类别（代码）	互联网营销师（4-01-02-07）、全媒体运营师（4-13-05-03）
主要岗位类别（或技术领域）	直播销售员、直播运营主管、新媒体运营主管、内容策划主管、客户主管、渠道销售主管、渠道推广主管、网络广告专员、市场策划主管等
职业资格证书或技能等级证书举例	互联网营销师职业技能等级证书、电子商务师职业资格证书、网络营销师证书、数据分析师证书、初级经济师（电子商务方向）证书

（二）岗位能力分析

表 2 岗位能力分析

序号	岗位名称	岗位细化	岗位描述	岗位能力要求	典型工作任务
1	直播销售员	电商直播主播	负责在各大直播平台进行产品直播销售，与观众互动，解答疑问，促进产品销售。	1. 具备良好的语言表达能力和沟通能力。 2. 熟悉直播平台的操作和推广技巧。 3. 对产品有深入的了解，能够准确传达产品特点和优势。 4. 具备良好的应变能力和抗压能力。	1. 准备直播内容，包括产品介绍、互动环节等。 2. 进行直播销售，解答观众疑问，促进交易。 3. 直播结束后，整理销售数据，分析销售效果。
2	网络	网络营销	负责制定	1. 熟悉网络营销的各种策	1. 分析市场和竞争对手，

序号	岗位名称	岗位细化	岗位描述	岗位能力要求	典型工作任务
	营销策划	策划专员	和执行网络营销策略，包括社交媒体推广、搜索引擎优化、内容营销等。	略和方法。 2. 具备创新思维和策划能力。 3. 对市场趋势和消费者行为有敏锐的洞察力。 4. 具备良好的团队协作和沟通能力。	制定网络营销策略。 2. 策划并执行各种网络营销活动，如社交媒体推广、内容营销等。 3. 监测和分析营销效果，调整策略以提高效果。
3	电商运营	电商运营专员	负责电商平台的日常运营和维护，包括商品管理、订单处理、客户服务等。	1. 熟悉电商平台的运营规则和流程。 2. 具备商品管理、订单处理和客户服务的能力。 3. 对数据敏感，能够分析销售数据并做出相应调整。 4. 具备良好的团队协作和沟通能力。	1. 管理和更新平台上的商品信息。 2. 处理订单，确保订单及时准确地送达。 3. 提供优质的客户服务，解答客户疑问和处理售后问题。
4	数据分析师	电商数据分析师	负责收集、整理和分析电商平台的销售数据，为运营和决策提供数据支持。	1. 熟悉数据分析和数据挖掘的方法。 2. 对数据敏感，能够从中发现规律和趋势。 3. 熟练使用数据分析工具，如 Excel、SPSS 等。 4. 具备良好的沟通能力和报告编写能力。	1. 收集、整理和分析销售数据。 2. 制作数据分析报告，为运营和决策提供数据支持。 3. 监控数据变化，及时发现问题并提出解决方案。

五、培养目标与培养规格

(一) 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。

（二）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，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。

六、课程设置及要求

（一）课程体系构建

网络营销与直播电商专业构建了“平台+模块”的课程体系。其中，平台课程包括“通识课程平台和专业课程平台”，其中通识课程平台提供学校统一安排的公共基础课程，培养学生通用文化素养和学习能力；专业课程平台提供专业基础课程、专业核心课程和专业实践课程，培养学生基本专业技能和核心专业能力。模块包括“专业拓展模块、素质拓展模块和创新创业模块”，聚焦服务就业和学生未来发展需要，提升学生岗位迁移能

力、职业核心素养和人文素质。



图 1 课程体系构建思路

（二）课程设置与要求

本专业课程主要有必修课程和选修课程，其中，必修课程包括通识课程、专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程；选修课程包括素质拓展课程、专业拓展课程和创新创业课程等。

本专业课程“教学要求”中体现课程思政的融入，体现思想政治教育和“三全育人”改革等要求，把立德树人贯穿到思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育等各个环节。

1. 通识课程设置与要求

通识课程根据国家要求由学校统一开设，主要包含军事理论、思想政治理论课、高等数学、大学英语、信息技术、大学语文、体育与健康、心理健康教育、大学生就业指导、劳动教育等规定课程。

表 3 通识课程设置与要求

序号	课程	项目	相关要求
1	大学语文	课程目标	<p>素质目标: 培育人文精神与价值判断力；强化文化自信与家国情怀；陶冶审美情操与健全人格；以文学审美涵养情感，提升艺术鉴赏力与生活品味，实现人格全面发展；培育职业道德与社会责任。</p> <p>知识目标: 掌握语言文学核心知识体系；理解多元文化经典的思想内涵；认知汉语特质及修辞艺术；了解中外文明互鉴脉络。</p> <p>能力目标: 提升文本鉴赏与批判思维能力；强化语言表达与沟通协作能力；应用语文工具解决实际问题；融合跨学科视野创新实践。</p>
		主要教学内容	经典作品选读，涵盖诗歌、散文、小说、戏剧，古今中外经典等篇章；语言能力训练，涵盖现代文读写、应用文写作、口语交际等；国学经典研读；跨文化主题拓展。
		教学要求	<p>课程思政: 通过名篇阅读模块弘扬三种文化（中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化），渗透劳动精神、工匠精神，引导学生树立文化自信与家国情怀。</p> <p>教学环境: 拓展课堂边界，整合生活化资源创设真实语言实践场景，强化文本与现实关联。</p> <p>教学方法和手段: 以任务驱动为核心，结合跨学科知识及辩论、生态实践等活动，培养应用能力与批判思维。</p> <p>教学团队: 教师需融合思政素养与专业能力，通过身教实现价值引领。</p> <p>教学评价: 采用过程性评价（如读书笔记、辩论表现），结合自评/互评反思学习成效，关注能力提升与素养内化。</p>
		支撑培养规格	1、3、4
2	高等数学	课程目标	<p>素质目标: 培养学生的辩证主义思想，帮助学生建立正确的世界观、人生观、价值观；培养学生勇于探索、严格精确分析的科学精神；增强学生的民族自豪感，培养学生的家国情怀。</p> <p>知识目标: 理解函数、极限、连续、导数、微分、不定积分、定积分等一元函数微积分相关概念；理解并掌握求函数极限、导数、积分的典型方法；掌握函数单调性、极值、最值、凹凸性的判定方法、定积分求面积和体积的方法；掌握 MATLAB 软件求微积分相关运算的命令；了解数学建模的一般流程。</p> <p>能力目标: 能够利用函数及微积分的观点分析实际问题，并能建立一定的模型；能够利用常见的方法求出函数的极限、导数、微分、积分；能够利用导数及积分的观点判定函数的各种性质、求不规则图形的面积及体积；能够利用 MATLAB 软件计算微积分的相关运算；并能建立一些简单问题的模型。</p>
		主要教学内容	函数的极限与连续；一元函数微分学；一元函数积分学；数学软件 MATLAB 及数学建模简介。
		教学要求	课程思政：哲学思想、科学精神、美学思想、价值理念、文化自信、

		<p>道德修养、家国情怀。</p> <p>教学环境: 多媒体教室。</p> <p>教学方法和手段: 构建“小组教学+案例驱动+信息化融合”的教学模式, 利用学习通平台和 MATLAB 等数学工具开展线上线下混合教学, 聚焦数专融合与数形结合, 强化实践应用, 着力培养学生的数学思维与解决问题的能力。</p> <p>教学团队: 团队教师需熟练掌握常用数学软件操作, 具备利用教学平台开展混合式教学的能力, 同时需具备借助人工智能工具开展教学设计与实践的数字化素养和能力。</p> <p>教学评价: 构建“三维多元”的评价体系, 知识目标通过课堂测试、软件操作、作业检验函数、导数、积分等知识的掌握度; 能力目标依托小组项目和学习通互动数据评估问题分析与工具应用能力; 素养目标融入课程思政, 通过案例讨论、软件实践考察辩证思维与科学精神, 教学评价覆盖课前、课中、课后全过程, 注重过程性反馈与终结性考核结合。</p>
		<p>支撑培养规格</p> <p>1、3</p>
3	大学英语	<p>课程目标</p> <p>素质目标: 厚植学生的爱国情怀, 增强学生的文化自信; 培养学生的批判性思维能力; 帮助学生掌握正确的语言学习方法, 培养良好的学习习惯; 培养学生语言表达及人际沟通能力, 提升学生理智分析中西方文化的素养。</p> <p>知识目标: 掌握十二个话题的实用单词的简单用法、讨论的表达句型 60 句 (每单元 5 句); 理解代词、形容词、副词、基本句子成分、时态等基本的语法内容; 掌握常用应用文的格式、词汇和句子。</p> <p>能力目标: 能够利用课本词汇理解单元文章话题; 能够利用句型进行单元话题的讨论, 并能够进行简单的交流输出; 能够利用段落的中心主旨句及关键词进行课文的脉络复述; 能够利用语法知识解决问题; 能够利用应用文的固定格式及句子仿写应用文; 能够利用词汇和句型改编与现实场景相关的小对话并进行输出。</p>
		<p>主要教学内容</p> <p>Freshman, English, Sports, Health, Internet, Love and Friendship, Holidays, Part-time Jobs, Travel, Delicacy, Environment, Gratitude, Idol, Dream, Job, Business Trip.</p>
		<p>教学要求</p> <p>课程思政: 道德修养、人文素养、工匠精神、国际视野、文化自信、政治认同、民族情怀。</p> <p>教学环境: 多媒体教室。</p> <p>教学方法和手段: 采用“任务驱动+分层教学+信息化融合”的模式。以职业场景为导向设计任务, 结合学生基础分层布置听说读写任务。依托超星学习通发布微课、开展线上测试, 利用情景模拟、小组协作强化语言应用。融入课程思政, 通过中西文化对比培养思辨能力, 实现“做中学、学中用”的教学目标。</p> <p>教学团队: 教学团队需具备扎实语言功底与跨文化教学能力, 熟练运用学习通等信息化工具开展混合教学。团队结构应老中青结合, 定期开展教研活动, 强化课程思政意识, 融入专业需求, 提升“课程思政”</p>

			+语言应用”双能力，确保教学与学生发展对接。 教学评价： 教学评价实施形成性评价与终结性评价双轨并行机制。形成性评价全程记录考勤、作业、课堂表现及学习活动等过程性数据；终结性评价通过笔试聚焦综合应用能力考核，实现过程反馈与终结考核的有机统一。
		支撑培养规格	1、3
4 体育与健康		课程目标	素质目标： 提高学生参加体育锻炼的社会责任感，养成终身参加体育运动的习惯；培养学生竞争意识、合作能力，顽强拼搏及开拓进取的精神；激发学生的民族自豪感，增强文化自信，厚植爱国情怀。 知识目标： 了解体育的含义，健康的重要性，理解体育锻炼的社会价值；了解个人生活方面有关健康和安全的知识；熟悉常见运动性病症的预防与处理；了解篮球、足球、排球运动的发展概况及锻炼价值，掌握基本的技巧。 能力目标： 能积极参与课外体育活动，学会制定自我锻炼运动的处方；能通过多种练习手段提高自身心肺功能、有氧耐力、位移速度、发展肌肉力量及柔韧性；能在三大球类运动中完成投、传、垫等技术动作；能根据专业特点制订健身计划，掌握发展身体素质的体育锻炼方法；
		主要教学内容	基础体育课（基本队列队形，田径奔跑、跳跃，篮球基本站立姿势、移动技术、传球技术、原地投篮，足球移动技术、原地踢球技术，排球基本站立姿势、移动技术、发球技术，游戏，体育理论“体质健康标准简介”、“体育锻炼卫生常识”）体育选项课（田径，篮、排、足、羽毛球）
		教学要求	课程思政： “科学锻炼、吃苦耐劳、顽强拼搏、团结协作、崇礼尚武、使命担当。 教学环境： 标准化体育场 教学方法和手段： 教学方法采用“任务驱动+分层教学+线上线下融合”模式。以职业体能需求设计任务，结合学生体质分层开展田径、球类等项目教学。利用学习通发布动作视频、开展线上打卡，课堂中通过小组协作、情景模拟强化技能，融入课程思政，实现“做中学、学中练、练中悟”。 教学团队： 教学团队需具备扎实体育技能与课程思政能力，熟练运用学习通等信息化工具。结构上老中青结合，含思政教师与多专业背景成员，定期开展教研与资源开发，强化“健康第一”理念，落实“立德树人”根本任务，保障教学与育人双目标达成。 教学评价： 教学评价实行过程性考核与终结性考核结合。过程性考核记录出勤、团队协作、运动参与等学习表现，依托学习通跟踪课堂数据；终结性考核包含《国家学生体质健康标准》测试与技能考核，融入规则意识、拼搏精神等思政要素，实现“知识、技能、素养”多维度综合评价。
		支撑培养规格	1、3、14
5	中华	课程目标	素质目标： 树立文化自信与民族认同感；涵养家国情怀与集体主义精

	优秀传统文化	<p>神；内化“仁爱中和、自强不息”的价值观；培育审美情趣与人文关怀意识；践行诚信守礼、勤俭孝亲的传统美德。</p> <p>知识目标：掌握中华文化核心思想理念；理解传统美德内涵；识记重要文化符号；了解文化演进脉络与历史贡献；认知文化多样性及当代价值。</p> <p>能力目标：辩证分析传统文化精髓与局限；运用经典智慧解决现实问题；传承创新传统技艺或文化形式；跨文化比较与文明对话能力；</p>
	主要教学内容	传统文学：辉煌灿烂的经典诗文、小说戏曲等文学作品。传统哲学：儒家、道家等思想流派的核心理念。传统技艺：陶瓷、刺绣、雕刻等工艺技术。传统建筑：园林、民居等“天人合一”的建筑哲学与空间美学。传统演艺：戏曲、音乐、舞蹈等舞台艺术的百花齐放。传统书画：书法、绘画的技法与审美体系。传统饮食：饮食文化中的礼仪、节气养生与地域特色。传统医药：中医理论、诊疗技法与“妙手回春”的实践智慧。传统风俗：节庆、婚丧、礼仪等民俗的源流与社会功能。传统道德：“修齐治平”的伦理体系。
	教学要求	<p>课程思政：以爱国主义、“团结统一、勤劳勇敢、自强不息”的民族精神、文化自信、家国情怀。</p> <p>教学环境：多媒体教室</p> <p>教学方法和手段：体验式活动：设计“代言历史人物”“史料研读”等任务，通过角色扮演、情境还原深化理解。大单元整合：以“核心思想理念”“传统美德”等主题统整内容，跨单元设计“改革推动发展”等大概念，贯通古今。技术融合：利用“互联网+”资源，支持自主探究与合作学习。</p> <p>教学团队：具有一定的文化专业素养与跨界融合能力，通过协作提升教研水平，鼓励“读书教书、著书立说”的成长路径，打造“双师型”团队。</p> <p>教学评价：采用多元实践导向评价：过程性，关注课堂活动参与度、文化项目实践表现；成果性：以文化传承创新成果为衡量标准；融合性：结合自评、互评及社会反馈，强化“明理-力行”的转化实效。</p>
	支撑培养规格	1、2、3
6	思想道德与法治	<p>课程目标</p> <p>知识目标：掌握马克思主义世界观、人生观、价值观的基本内容；社会主义核心价值观的主要内容；社会公德、家庭美德、职业道德、个人品德的内容及要求；了解相关实体法及程序法知识。</p> <p>能力目标：具备道德实践能力，提升道德判断与行动力，能够分辨是非善恶，抵制不良风气，主动参与志愿服务、公益事业等社会活动，在专业领域践行职业道德。提升尊法、学法、守法、用法的自觉性，在职业和生活中遵守法律法规及社会规范。传承中华传统美德，在全球化背景下坚守中国立场，讲好中国故事，主动服务和融入国家发展战略。</p> <p>素质目标：塑造正确的政治方向和价值追求，提升国家认同感与文化自信。拥护党的领导，认同中国特色社会主义道路，形成服务社会、奉献国家的使命感，培养诚信、友善、公正等基本道德品质。</p>

		<p>主要教学内容</p> <p>依据教材内容逻辑、课程标准、专业人才培养方案，从学生学习实际与未来职业生涯、成长成才需求出发，以提升新时代大学生思想道德素养为主线，进行了模块化处理，包含绪论和三个模块共二十个专题，即模块一：树立远大理想，成就出彩人生（第一章、第二章），模块二：弘扬中国精神，践行价值准则（第三章、第四章），模块三：遵守道德规范，提升法治素养（第五章、第六章）。</p>
		<p>教学要求</p> <p>教学环境：多媒体教室、智慧教室授课，中班、小班授课 教学团队：由马克思主义理论、思想政治教育等相关专业背景的教师组成。团队成员职称、年龄结构多样，老中青结合，以发挥不同年龄段教师的优势。 教学评价：课程考核包括终结性考核（50%）和过程性考核（50%），终结性考核就是在学期末设置期末考试，对课程的重要知识和能力进行综合性的考核，重在考察运用知识解决实际问题的能力。过程性考核就是平日学习表现，包括平日项目训练、课堂表现、考勤等。坚持过程性评价和终结性评价相结合，注重学生的发展性评价，实现评价方式多元化。</p>
		<p>支撑培养规格</p> <p>1、2</p>
7	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p>课程目标</p> <p>知识目标：理解和掌握马克思主义中国化的理论成果及其理论精髓；了解其产生的社会历史条件、形成发展的过程；掌握其主要内容和历史地位。 能力目标：能够运用马克思主义的立场、观点和方法分析和解决职业生活和社会生活中实际问题。 素质目标：增强贯彻落实党的理论、路线方针政策的自觉性和坚定性，关注社会现实，坚定理想信念，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，培养担当民族复兴大任的时代新人。</p>
		<p>主要教学内容</p> <p>包含绪论和八个章节。绪论总体介绍马克思主义中国化时代化的历史进程和理论成果；毛泽东思想主要包括1-4章，主要介绍革命（新民主主义革命、社会主义革命）和建设（社会主义建设道路初步探索）理论；第5章承上启下，介绍中国特色社会主义理论体系的形成发展；6-8章分别介绍邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的核心观点、主要内容、历史地位。</p>
		<p>教学要求</p> <p>教学环境：课堂学生容量不得超过100人，多媒体授课。 教学方法和手段：采用线上线下混合式教学模式；在课堂教学中多样化教学方法，主要采用案例教学、小组合作学习、任务驱动法等。 教学评价：课程考核评价包括终结性考核（50%）和过程性考核（50%），终结性考核就是在学期末设置期末考试，对课程的重要知识和能力进行综合性的考核，重在考察运用知识解决实际问题的能力。过程性考核就是平日学习表现，包括作业、测试、课堂表现、考勤等。</p>
		<p>支撑培养规格</p> <p>1、2</p>
8	习近平新时代中国特色社会主义思想	<p>课程目标</p> <p>素质目标：坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，增进政治认同、思想认同、情感认同，树立中华民族伟大</p>

	时代中国特色社会主义思想概论	<p>复兴的信心，增强建设社会主义现代化强国的使命感。</p> <p>知识目标：理解习近平新时代中国特色社会主义思想创立的时代背景、主要内容和历史地位，掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系、内在逻辑、精神实质和重大意义。</p> <p>能力目标：系统把握习近平新时代中国特色社会主义思想所蕴含的马克思主义立场、观点和方法，能够理论联系实际，提高思想理论水平，提高分析问题、解决问题的能力。</p>
	主要教学内容	<p>《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》由导论、结语和 17 章内容组成。围绕党的二十大报告明确指出的“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”等内容体系，科学揭示了习近平新时代中国特色社会主义思想的主要思想和基本精神，科学揭示了新时代我们党治国理政重大原则方针，科学揭示了新时代党的创新指引下党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革，体现了理论逻辑、历史逻辑、实践逻辑的有机统一。</p>
	教学要求	<p>教学环境：开足开好本门课程，学生人数不得超过 100 人。</p> <p>教学方法和手段：可采用讲授法、案例分析法、专题教学法、线上线下结合法、讨论式教学、学生分组式教学等。</p> <p>教学团队：选优配强教师队伍，教师熟悉掌握马克思主义的相关理论；能够熟悉时事政治做好理论与时政相结合；年龄结构要合理搭配，老中青三结合。还需要在理论体系向教材体系转化的基础上，实现教材体系向教学体系转化、知识体系向价值体系的转化，实现学思用贯通、知信行统一，以提升本门课教学的实效性。</p> <p>教学评价：教师主导地位发挥得当、以学生为中心激发学生兴趣、教学思路清晰、教学内容丰富。</p>
	支撑培养规格	1、2
9	形势与政策	<p>课程目标</p> <p>知识目标：掌握党和国家在经济、文化、社会、生态等领域的发展现状、成就和趋势；了解全球政治经济格局、大国关系、区域热点问题；理解中国外交政策和全球治理角色。</p> <p>能力目标：运用马克思主义的立场、观点和方法，分析和判断形势及国内外重大事件、热点问题的能力。</p> <p>素质目标：增强“四个意识”，坚定“四个自信”；培养家国情怀，强化责任担当。</p> <p>主要教学内容</p> <p>教学内容包括抗战胜利的伟大意义，中国经济的热点问题，农业强国建设，更高水平平安中国建设途径，多边主义外交新理念、全球治理新格局、周边外交工作新局面等</p> <p>教学要求</p> <p>教学环境：多媒体教室，以实现线上线下教学。</p> <p>教学方法：多采用专题教学法，讲授法和案例教学</p> <p>教学评价：过程性考核和终结性考核相结合。终结性考核是指理论专题教学完成后，各教学班级需要提交 1 份专题学习心得体会，手写，800 字左右。过程性考核：以考核学生学习形势与政策课程的全过程，包括签到、平时表现和网课情况等。</p>

			教学团队：以专业思政教师为主，兼课教师为辅，协同学生辅导员，充实教学队伍，以实现教学内容的全覆盖。
		支撑培养规格	1、2
10	信息技术	课程目标	<p>知识目标：理解信息素养和社会责任；掌握计算机的基础知识和操作系统基本操作；熟练掌握常用办公软件的使用技术；掌握数字媒体软件的基本使用技术，信息检索与信息安全知识，新一代信息技术基本知识。</p> <p>能力目标：能综合运用信息素养、数字思维解决问题；能够使用办公软件、信息检索、数字媒体等信息技术支撑专业学习，利用计算机基础、安全、新技术等相关知识辅助独立思考和探究新知，为学生职业能力的持续发展奠定基础。</p> <p>素质目标：具有较强集体和团队合作意识、有效沟通交流、书面与口头表达能力；具有良好的自主学习和信息检索能力；具有创新意识、审美意识、辩证思维能力；具有良好的职业道德和职业素养；具有较强的文化自信、爱国情怀。</p>
		主要教学内容	信息素养与社会责任；初识计算机；文档处理与应用；电子表格数据处理与分析；演示文稿设计与制作；数字媒体技术应用；信息检索与信息安全；新一代信息技术。
		教学要求	<p>课程思政：以教学任务、教学活动、教学案例、教学素材为载体融入信息素养、科学精神、家国情怀、审美意识等思政元素，增强育人效果。</p> <p>教学环境：需配备多媒体教室，利用网络资源展示丰富教学素材；可依托爱国主义教育基地、民族文化场馆开展实践教学。</p> <p>教学方法和手段：以工作任务为导向，采取线上线下混合教学，使用教学平台、新技术新理念，灵活运用头脑风暴、探究学习等教学方法，增加学生自主式学习的兴趣，提高学生学习的热情，培养学生动手能力和自学能力。</p> <p>教学团队：信息技术教学团队有扎实的专业知识和丰富的教学经验，以立德树人为根本任务，积极参与教学研究和改革。</p> <p>教学评价：采取全过程评价、全员评价、增值评价相结合的多元化评价体系。</p>
		支撑培养规格	1、2、12
11	中华优秀传统文化	课程目标	<p>素质目标：树立文化自信与民族认同感；涵养家国情怀与集体主义精神；内化“仁爱中和、自强不息”的价值观；培育审美情趣与人文关怀意识；践行诚信守礼、勤俭孝亲的传统美德。</p> <p>知识目标：掌握中华文化核心思想理念；理解传统美德内涵；识记重要文化符号；了解文化演进脉络与历史贡献；认知文化多样性及当代价值。</p> <p>能力目标：辩证分析传统文化精髓与局限；运用经典智慧解决现实问题；传承创新传统技艺或文化形式；跨文化比较与文明对话能力；</p>
		主要教学	传统文学：辉煌灿烂的经典诗文、小说戏曲等文学作品。传统哲学：

	<p>内容</p> <p>儒家、道家等思想流派的核心理念。传统技艺：陶瓷、刺绣、雕刻等工艺技术。传统建筑：园林、民居等“天人合一”的建筑哲学与空间美学。传统演艺：戏曲、音乐、舞蹈等舞台艺术的百花齐放。传统书画：书法、绘画的技法与审美体系。传统饮食：饮食文化中的礼仪、节气养生与地域特色。传统医药：中医理论、诊疗技法与“妙手回春”的实践智慧。传统风俗：节庆、婚丧、礼仪等民俗的源流与社会功能。传统道德：“修齐治平”的伦理体系。</p>
	<p>教学要求</p> <p>课程思政：以爱国主义、“团结统一、勤劳勇敢、自强不息”的民族精神、文化自信、家国情怀。</p> <p>教学环境：多媒体教室</p> <p>教学方法和手段：体验式活动：设计“代言历史人物”“史料研读”等任务，通过角色扮演、情境还原深化理解。大单元整合：以“核心思想理念”“传统美德”等主题统整内容，跨单元设计“改革推动发展”等大概念，贯通古今。技术融合：利用“互联网+”资源，支持自主探究与合作学习。</p> <p>教学团队：具有一定的文化专业素养与跨界融合能力，通过协作提升教研水平，鼓励“读书教书、著书立说”的成长路径，打造“双师型”团队。</p> <p>教学评价：采用多元实践导向评价：过程性，关注课堂活动参与度、文化项目实践表现；成果性：以文化传承创新成果为衡量标准；融合性：结合自评、互评及社会反馈，强化“明理-力行”的转化实效。</p>
	<p>支撑培养规格</p> <p>1、2</p>
人工智能	<p>课程目标</p> <p>素质目标：素质目标以“符合 AI 行业一线岗位要求”为核心，培养学生的职业素养、伦理意识和协作能力，确保其快速融入职场。职业伦理与合规素养：树立“技术合规、数据安全”的职业意识，工匠精神与实操素养：秉持“严谨细致、精益求精”的工匠精神，持续学习与适应素养：</p> <p>知识目标：掌握 AI 的基本定义、发展历程（如从传统机器学习到深度学习的核心变化），明确“弱 AI”在行业中的实际应用边界；熟悉 AI 产业链一线岗位的职责、技能要求及工作流程。掌握数据安全基础、AI 设备操作安全、项目文档规范。</p> <p>能力目标：能使用 Python 完成简单数据处理，能使用 Matplotlib 绘制折线图、柱状图等，直观展示数据结果。能熟练使用 LabelImg、VGG Image Annotator 等工具完成图像标注，能根据标注规范检查标注质量，处理标注错误；</p>
	<p>主要教学内容</p> <p>高职专科学生应理解人工智能在专业领域的典型应用，能够在工作场景下独立设计人工智能辅助解决方案。高职专科通识课程内容应侧重提升学生的人工智能技术技能、行业应用能力、伦理意识与行为方式，课程体系包括人工智能通识素养、专业技能、行业应用能力等模块，具体内容涵盖人工智能的基本概念、算法逻辑、专业领域数据分析方法、机器学习方法、智能设备操作方法以及行业应用的知识与技能等。</p>
	<p>教学要求</p> <p>课程思政：以爱国主义、“团结统一、勤劳勇敢、自强不息”的民族</p>

		<p>精神、文化自信、家国情怀。</p> <p>教学环境: 多媒体教室</p> <p>教学方法和手段: 体验式活动：设计“代言历史人物”“史料研读”等任务，通过角色扮演、情境还原深化理解。大单元整合：以“核心思想理念”“传统美德”等主题统整内容，跨单元设计“改革推动发展”等大概念，贯通古今。技术融合：利用“互联网+”资源，支持自主探究与合作学习。</p> <p>教学团队: 具有一定的文化专业素养与跨界融合能力，通过协作提升教研水平，鼓励“读书教书、著书立说”的成长路径，打造“双师型”团队。</p> <p>教学评价: 采用多元实践导向评价：过程性，关注课堂活动参与度、文化项目实践表现；成果性：以文化传承创新成果为衡量标准；融合性：结合自评、互评及社会反馈，强化“明理-力行”的转化实效。</p>
	支撑培养规格	1、2

2. 专业课程设置与描述

(1) 专业基础课程

该专业的专业基础课程有《市场营销》《零售基础》《电子商务法律法规》《视频编辑与制作》《商务数据分析与应用》《电子商务基础》、《财务会计基础》7门课程，这些课程重在培养学生的专业基础技能，职业认知及职业素养，为后期专业核心课的学习打下必要的专业基础。

表4 专业基础课程设置与要求

序号	课程	项目	相关要求
1	市场营销	课程目标	<p>素质目标: 通过以学生为主体的学习，培养学生正确分析和解决市场营销管理问题的能力，能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要，使学生能自觉树立培养良好的职业道德及职业习惯的意识。</p> <p>知识目标: 通过本课程教学，要求学生了解市场营销的基本概念和相关概念，熟悉营销环境研究方法、市场定位、4Ps 理论体系等，掌握分析营销环境的方法，并运用营销理论制定营销方案。</p> <p>能力目标: 运用市场营销理论分析市场营销中的一些问题；熟练运用市场营销理论和一般方法进行市场营销策划。</p>
		课程设计的主要领域	<p>市场营销基础理论与框架 消费者洞察与市场调研 品牌战略与定位设计 产品策略与生命周期管理 定价策略与收益管理 渠道策略与供应链协同 整合营销传播（促销策略） 数字营销与新媒体运营 客户关系管理（CRM）与忠诚度提升</p>

序号	课程	项目	相关要求
			营销数据分析与效果优化 国际市场营销与跨文化策略 社会责任营销与可持续发展 行业专属营销实践（如 B2B 营销、服务营销、奢侈品营销等） 营销战略规划与落地执行
	典型工作任务描述		开展市场调研：设计问卷、组织焦点小组 / 深度访谈，收集用户需求与竞品动态，整理分析数据并输出含落地建议的调研报告 制定品牌策略：梳理品牌核心价值与定位，设计品牌视觉 VI(Logo、色彩体系) 及 Slogan，规划品牌形象传播路径与阶段性推广方案 规划产品策略：基于市场需求设计产品矩阵，制定产品生命周期各阶段（导入 / 成长 / 成熟 / 衰退期）的迭代、渠道、退市策略，参与新产品开发的概念测试与试销落地 制定定价方案：结合成本、竞品价格与用户支付意愿，选择定价逻辑（成本 / 需求 / 竞争导向），设计折扣、捆绑等定价策略，平衡利润与市场份额目标 搭建销售渠道：筛选线上（电商平台、私域）与线下（经销商、门店）渠道合作伙伴，制定渠道合作政策与激励机制，协调供应链保障渠道库存与配送效率 策划整合营销传播活动：制定年度 / 季度促销计划，统筹广告投放（线下广告、线上信息流）、公关活动、内容营销（软文、短视频）等传播形式，确保信息口径一致 运营数字营销账号：负责新媒体平台（微信、抖音、小红书等）日常内容发布与互动，策划直播、话题挑战等线上活动，监测账号数据并优化运营策略 管理客户关系：搭建 CRM 系统，整理客户分层数据，设计会员体系（积分、等级权益）与忠诚度提升方案，处理高价值客户投诉与需求响应 分析营销数据：跟踪营销活动关键指标（曝光量、转化率、ROI），用 Excel/SPSS/ 数据分析工具拆解数据背后问题，输出效果优化报告并调整策略 推进国际营销项目：调研目标国市场文化与政策，适配产品功能与营销内容（如语言本地化、合规调整），协调跨境渠道与物流资源落地 社会责任营销：策划环保、公益类营销活动（如公益捐赠、绿色产品推广），撰写 ESG 营销报告，传递品牌社会价值 制定行业专属营销方案：针对 B2B 场景设计客户拜访与方案提案流程，或为服务 / 奢侈品行业设计专属体验式营销活动 统筹营销战略执行：分解年度营销目标为季度 / 月度任务，协调跨部门（产品、销售、财务）资源推进落地，定期复盘进度并调整执行计划。

序号	课程	项目	相关要求
		主要教学内容与要求	<p>主要内容: 掌握目标市场的选择与分析；掌握竞争对手的分析；掌握消费行为分析；掌握 4P 理论的运用等知识；了解企业战略\战术的制定；熟悉市场策略的实施；培养爱岗敬业、工匠精神和创新能力。</p> <p>课程思政: 社会责任与道德观念，环保意识与可持续发展，创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段: 讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队: 教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价: 教学评价：日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业与报告，期末考核包括闭卷笔试和项目展示。</p>
		支撑培养规格	5、6、8、13
2	零售基础	课程目标	<p>素质目标: 树立质量观念、服务意识和团队协作精神，培养良好的职业道德和职业理想；引导学生关注社会责任，理解零售业在推动社会经济发展中的重要作用，培养学生的可持续发展意识；遵守零售业相关的法律法规，增强法治意识。</p> <p>知识目标: 掌握零售、零售商、零售业等基本概念，了解零售业的发展历史和现状；理解不同零售业态的特征和发展趋势；掌握最新的零售理论、商场管理基本知识，以及零售环境分析、购买行为分析、商圈与店铺选址等关键知识点；掌握网络零售与零售信息化知识。</p> <p>能力目标: 增强学生的分析问题和解决问题的能力；培养学生的实际操作能力和管理能力；培养学生的团队协作精神和沟通能力。</p>
		课程设计的主要领域	零售空间规划设计 商品陈列设计 零售视觉识别（VI）系统设计 零售设备选型与布局设计 零售灯光与氛围设计 顾客体验场景设计 零售动线与导视设计 零售数字化基础设计 零售安全与合规设计 零售品牌场景化设计
		典型工作任务描述	规划门店空间布局：结合业态（超市 / 便利店 / 专卖店）与客流数据，设计主要动线、功能分区（陈列区 / 收银区 / 仓储区），绘制平面布局图，优化空间利用率与顾客通行效率 设计商品陈列方案：依据商品特性（尺寸 / 毛利 / 销量）规划陈列位置（黄金位 / 常规位），确定陈列形式（堆头 / 货架 / 挂钩）,

序号	课程	项目	相关要求
			<p>搭配陈列道具，制定关联商品组合陈列规则，输出陈列执行手册</p> <p>搭建零售 VI 系统：设计门店招牌（字体 / 色彩 / 灯光效果）、店内导视标识（区域牌 / 价签）、墙面地面视觉元素，规范员工着装与物料设计风格，确保品牌视觉统一</p> <p>选型与布局零售设备：调研收银设备（POS 机 / 扫码枪）、仓储设备（货架 / 冷链柜）、服务设备（试衣间 / 自助购物机），结合空间尺寸确定设备摆放位置，协调安装调试</p> <p>打造门店灯光与氛围：区分基础照明（整体亮度）、重点照明（商品突出）、氛围照明（节日 / 季节主题），搭配香氛 / 音乐，制定不同时段（日间 / 晚间）的氛围调控方案</p> <p>优化顾客体验场景：设计入口迎宾流程、试穿试用区布局，增设休息座椅 / 充电设施，规划自助收银通道，制定售后咨询区服务标准，梳理全购物旅程体验触点</p> <p>设计动线与导视系统：绘制顾客行走动线图，设置清晰的区域指示牌、商品分类标识、促销信息牌，减少购物盲区，确保顾客快速定位目标商品</p> <p>落地零售数字化基础：规划店内电子价签 / 互动屏 / 监控系统的安装点位，设计 WiFi 覆盖方案，确定线上线下融合入口（自提柜 / 扫码购物区）的位置与操作流程</p> <p>推进安全与合规设计：根据行业规范布局消防设施（灭火器 / 喷淋），规划应急通道，设置防滑防碰撞防护措施，加装无障碍设施（坡道 / 盲道），确保符合安全合规标准</p> <p>打造品牌场景化空间：结合品牌定位（如母婴店 / 运动品牌）设计主题场景（亲子互动区 / 运动体验区），搭配装饰元素（海报 / 绿植 / 摆件），制定场景维护与更新方案</p>
		主要教学内容与要求	<p>主要教学内容：涵盖了零售及零售业的基本概念、零售组织与业态、零售管理理论以及新零售概念与趋势等多个方面。首先，介绍零售、零售商、零售业等基础知识。其次，学习国内外各类零售组织和零售变革历史，理解不同零售业态的特征和发展趋势。此外，零售管理理论包括商场管理基本知识、零售环境分析、购买行为分析、商圈与店铺选址等。最后介绍新零售的概念、特点及其发展趋势，以及网络零售与零售信息化等相关知识。</p> <p>课程思政：社会责任与质量观念，环保意识与可持续发展，创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队：教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价：日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业与报告，期末考核包括闭卷笔试和项目展示。</p>

序号	课程	项目	相关要求
3	电子商务法律法规	支撑培养规格	5、8、13
		课程目标	<p>素质目标: 具有诚实守信的职业道德和敬业精神，具有一定的创新能力和勇于实践的能力，具有组织协调能力，具有沟通与交流能力，具有团队意识和妥善处理人际关系的能力，具有良好的心理承受能力，具有适应环境变化的能力。</p> <p>知识目标: 能掌握电子商务法的基本原理，能了解电子商务立法概况，具有运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中相关法律问题的能力，数据电文法律问题的解决，电子签名法律问题的解决，电子认证法律问题的解决，电子合同的签订及法律问题的解决，电子信息交易法律问题的解决，电子商务安全问题的解决，电子商务纠纷的解决。</p> <p>能力目标: 具有分辨法律问题归属的能力，具有依据法律问题的性质寻找相关工具书及案例的能力，具有独立分析和解决电子商务法律问题的能力，具有自主学习和终身学习的能力。</p>
		课程涉及的主要领域	电子商务市场主体登记与准入 电子商务商品与服务质量监管 电子商务平台经营者责任与义务 电子商务消费者权益保护 电子商务电子支付规范 电子商务知识产权保护 电子商务数据安全与个人信息保护 跨境电子商务监管 电子商务争议解决 电子商务行业促进与监管
		典型工作任务描述	办理电商主体登记：为电商经营者（企业 / 个体）梳理市场主体登记要求，区分无需登记的例外情形（如个人销售自产农副产品），协助准备登记材料（营业执照申请文件、经营场所证明），完成工商登记与税务备案流程 核查商品服务合规性：对照电商商品质量监管法规，审查平台内商品 / 服务资质（如食品经营许可证、3C 认证），排查禁售商品（危险品、侵权商品），建立商品合规审核清单并定期更新 落实平台经营者义务：为电商平台制定商家身份核验流程，建立商家信息登记与报送机制；设计消费者投诉举报处理流程（响应时限、维权路径），定期核查平台公平竞争规则（杜绝二选一、虚假排名） 保障消费者权益：协助电商企业制定商品信息披露规范（明确参数、售后政策），审核营销文案避免虚假宣传；设计搭售商品明示流程（禁用默认勾选），制定商品退换货与运输风险承担方案 规范电子支付流程：为支付服务机构梳理电子支付合规要求，设计未经授权支付的损失赔付机制；制定支付指令验证流程（身份验证、交易确认），确保支付数据留存与安全管理符合法规 处理电商知识产权纠纷：接收平台内商标 / 专利 / 著作权侵权投诉，核查侵权证据（商品图片、销售记录），按法规要求通知涉事

序号	课程	项目	相关要求
4	视频编辑与制作		<p>商家并采取下架、断开链接等措施；协助商家应对知识产权投诉，准备抗辩材料</p> <p>维护数据与信息安全：为电商企业制定用户个人信息收集规范（明确收集范围、告知义务），设计信息查询、更正、删除及账号注销流程；搭建数据安全防护机制（数据加密、访问权限控制），定期开展数据合规自查</p> <p>推进跨境电商合规：为跨境电商企业梳理目标国监管要求（海关备案、关税申报、检验检疫标准），协助办理跨境电商进出口资质；审核商品标签与文案的本地化合规性（语言、成分标注），协调支付结算与物流合规对接</p> <p>处理电商争议：协助电商企业建立争议解决机制（协商、调解、仲裁对接流程），整理争议处理所需的原始合同、交易记录；代表企业参与消费者协会或监管部门组织的争议调解，起草争议处理报告</p> <p>配合电商行业监管：协助电商企业对接监管部门（市场监管、税务）的统计数据报送要求，整理经营台账与合规证明材料；参与行业促进项目（如电商基础设施建设申报），落实监管部门的合规整改要求</p>
		主要教学内容 教学要求	<p>主要内容：学习电子商务法、电子商务主体及其认定、相关法律法规数据电文、电子签名、电子认证、电子支付、电子合同等电子商务中的消费者权益保护，电子商务中的个人信息保护，电子商务平台的义务和责任、电子商务纠纷、电子商务税收、电子商务监管。</p> <p>课程思政：社会责任与诚信，创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队：教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价：日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业与报告，期末考核主要是闭卷笔试。</p>
		支撑培养规格	2、5、
		课程目标	<p>素质目标：具备短视频行业的基本职业道德，热爱工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规；培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维；养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的工作作风，具有良好服务意识。</p> <p>知识目标：掌握短视频的策划方法；掌握短视频的构图要素、基本原则；掌握拍摄抖音短视频的方法，抖音短视频后期处理的方法，以及制作短视频封面图的方法；掌握编辑视频、修剪视频、多层编辑视频、制作文字视频与自动识别字幕、制作照片音乐卡点视频、美化与修饰视频的方法；掌握使用 Premiere 制作短视频片头、修剪短视频、制作影视片尾短视频、制作滚动字幕的方法；掌握制作影视轮播广告和企业宣传片。</p>

序号	课程	项目	相关要求
			<p>能力目标: 能够拍摄短视频，剪辑、包装与发布短视频；能够对短视频进行合理构图；能够拍摄抖音短视频，对抖音短视频进行后期处理，制作短视频封面图；能够使用“爱剪辑”“剪映”“会声会影”、Camtasia Studio、Video Editor 在 PC 端对短视频进行后期制作；能够使用 Premiere 制作短视频片头、修剪短视频。</p>
		<p>课程涉及的主要领域</p>	<p>视频素材采集与管理 视频剪辑与时间轴编辑 视频画面调色与视觉优化 音频处理与音效设计 字幕制作与文字特效设计 转场与动态特效设计 视频合成与多层轨道处理 片头片尾与包装设计 视频格式适配与输出设置 视频内容创意与脚本策划</p>
		<p>典型工作任务描述</p>	<p>素材采集与整理：根据视频主题收集素材（拍摄原生素材、授权素材库下载、用户提供素材），按场景 / 时长 / 内容标签分类归档，筛选优质素材并剔除冗余片段，建立素材管理库方便后续调用 时间轴剪辑：导入素材至剪辑软件（Pr、剪映等），依据脚本调整片段顺序与时长，裁剪冗余画面、拼接关键镜头，控制视频整体节奏（如短视频快节奏剪辑、纪录片平缓过渡），确保叙事逻辑连贯 画面调色优化：分析视频原片色彩问题（偏色、对比度不足等），使用调色工具（Lumetri Color、达芬奇）统一画面色调风格（如电影感冷色调、vlog 暖色调），修复曝光异常镜头，提升画面质感与一致性 音频处理：提取或导入背景音、旁白、音效素材，用音频软件（Au）降噪、调整音量平衡（避免旁白与背景音乐冲突），为画面匹配对应音效（如转场音效、动作音效），确保音频清晰无杂音 字幕与文字设计：根据视频内容制作字幕（台词字幕、说明性字幕），调整字体、字号、颜色以适配画面背景，添加文字特效（滚动字幕、渐显渐隐），确保字幕与音频同步且不遮挡关键画面 转场与特效制作：为镜头衔接选择合适转场效果（淡入淡出、滑动、闪白等），避免过度使用影响观感；根据需求添加动态特效（粒子效果、画面缩放旋转、蒙版遮罩），增强视频视觉冲击力 多层轨道合成：在剪辑软件中搭建多层轨道（视频层、音频层、文字层、特效层），调整各层叠加顺序与透明度，实现画面叠加（如画中画、LOGO 水印）、特效与画面融合等复合效果 片头片尾包装：设计符合视频风格的片头（含标题、LOGO、片头动画）与片尾（含片尾字幕、联系方式、版权信息），添加动态过渡效果，确保片头片尾与正片风格统一，提升视频专业度 格式输出与适配：根据发布平台（抖音、B 站、电视端）要求，设</p>

序号	课程	项目	相关要求
5	商务数据分析与应用		置视频分辨率(1080P、4K)、帧率(24fps、30fps)、编码格式(H.264、H.265)，导出适配不同场景的视频文件，测试播放兼容性 创意脚本落地：参与视频创意策划，将文字脚本转化为分镜脚本(标注镜头角度、时长、画面内容)，根据脚本需求协调拍摄补拍，确保最终成片符合创意主题与传播目标
		主要教学内容与要求	主要内容： 掌握拍摄前的准备工作、拍摄技巧、剪辑处理、应用特效添加与制作、添加字幕、音频处理技巧等相关知识和技能，具备短视频拍摄、处理、制作的能力，培养学生耐心细致、严谨的工作作风和一丝不苟的工作态度。 课程思政： 社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。 教学方法和手段： 讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。 教学团队： 教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。 教学评价： 日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业与报告，期末考核包括闭卷笔试、项目展示。
		支撑培养规格	5、9、12、13
5	商务数据分析与应用	课程目标	素质目标： 具备强烈的社会责任感与职业道德，具备创新思维与自主学习能力，提升团队合作与沟通能力。 知识目标： 掌握商务数据分析的基本概念和流程；熟悉数据收集、整理和分析的技术；了解商务数据分析的应用领域。 能力目标： 培养数据采集与处理能力，数据分析与解读能力，数据可视化与报告撰写能力，商务决策支持能力。
		课程涉及的主要领域	商务数据采集与清洗 商务数据存储与管理 描述性数据分析（业务现状诊断） 预测性数据分析（业务趋势预判） 规范性数据分析（决策优化建议） 客户数据分析（用户画像与行为洞察） 销售与营销数据分析（转化、ROI评估） 供应链与运营数据分析（库存、效率优化） 财务数据分析（成本、利润与风险管理） 商务数据可视化与报告输出 数据驱动的业务决策支持 商务数据分析工具应用（Excel、SQL、Python、BI工具等）
		典型工作任务描述	商务数据采集与清洗：通过SQL查询从业务数据库提取数据，或用爬虫工具获取外部公开数据（行业报告、竞品数据）；使用Excel/Python(Pandas库)处理缺失值、异常值，统一数据格式（日期、单位标准化），输出干净的分析数据集

序号	课程	项目	相关要求
			<p>客户数据分析与画像构建：基于客户消费记录（购买频次、客单价、偏好品类）、行为数据（浏览路径、停留时长），用聚类分析划分客户分层（高价值客户、流失风险客户）；整合数据生成用户画像报告，标注核心特征，支撑精准营销决策</p> <p>销售数据分析与复盘：汇总区域 / 产品 / 时段销售数据，计算核心指标；用 Excel 数据透视表或 BI 工具拆解销售差异原因，输出销售复盘报告并提出优化方向</p> <p>营销活动数据评估：跟踪营销活动全链路数据，对比不同渠道的效果差异；通过漏斗分析定位转化瓶颈，输出活动效果评估报告，为后续营销预算分配提供依据</p> <p>供应链运营数据分析：采集库存数据、物流数据，分析库存与销售的匹配度；识别供应链低效环节，提出优化方案</p> <p>财务数据分析与风险管理：整理成本数据（采购成本、运营成本、营销成本）与利润数据，计算成本利润率、各业务线盈利贡献占比；通过趋势分析预判财务风险（如某业务线连续 3 个月亏损），输出财务分析报告并建议成本管控措施（如削减低效营销支出）</p> <p>业务趋势预测与建模：基于历史销售 / 用户增长数据，用 Python (Scikit-learn 库) 或 SPSS 构建预测模型（如线性回归、时间序列模型），预判未来 3-6 个月的业务趋势（如节假日销量峰值、用户增长拐点）；验证模型准确率，输出预测报告支撑业务规划</p> <p>数据可视化与报告输出：用 BI 工具（Power BI、FineBI）设计可视化仪表盘，呈现核心业务指标（如实时销售额、客户留存率）；按业务需求(日报 / 周报 / 月报)撰写数据分析报告，用图表 + 文字解读数据结论，提出可落地的决策建议（如“建议加大 A 产品促销，其 ROI 达 1:5，高于其他产品”）</p> <p>运营决策数据支持：针对业务问题，收集目标区域市场规模、竞品布局、新品成本收益等数据；开展规范性分析，对比不同决策方案的预期效果（如拓展 A 区域预计年增销售额 200 万，成本增加 80 万），输出决策支持报告</p> <p>数据分析工具应用与优化：根据业务需求选择适配工具（如 Excel 做基础统计、SQL 查海量数据、Python 做复杂建模），搭建自动化数据处理流程（如用 Python 脚本自动抓取每日销售数据并生成初步报表）；定期优化分析模型与工具使用方法，提升数据分析效率</p>

序号	课程	项目	相关要求
	电子商务基础	主要教学内容与要求	<p>主要内容: 掌握统计学的基本原理和常用统计分析方法，学习Excel、R语言、Python等数据处理和分析工具的基本操作，掌握数据清洗、预处理、数据转换等数据处理技术；学习商务数据分析的常用指标和评估方法，数据采集与整理、数据分析与解读、数据可视化，将数据分析结果应用于商务决策中。</p> <p>课程思政: 社会责任、爱岗敬业、创新精神，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段: 讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队: 教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价: 日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业与报告，期末考核包括闭卷笔试、项目展示。</p>
		支撑培养规格	5、9、10、12
6	电子商务基础	课程目标	<p>素质目标: 具有较高的信息技术素质，能够敏锐地体察网络环境，了解并适应电子商务领域的技术发展趋势；尊重他人，激励自己，具有良好的职业道德和敬业精神；乐于团队合作，善于整合资源，能与团队成员有效沟通；具备持续学习的能力，能够及时适应环境变化，不断开拓创新。</p> <p>知识目标: 掌握电子商务的基本概念、特点、类型以及发展历程和趋势；理解电子商务系统框架、平台运营、在线支付、供应链等基本原理；掌握电子商务法律法规的基本内容，了解电子商务活动中的法律责任和风险；掌握电子商务安全管理方法，了解电子商务中的安全风险及其防范措施；掌握网络营销的基本概念、方法和技巧。</p> <p>能力目标: 熟练使用各种电子商务平台进行网上开店、产品展示、订单处理等操作；掌握网店管理运营的基本方法和技巧，能够进行有效的网店运营和管理；熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具进行支付和结算；掌握博客、论坛、即时聊天工具等网络营销工具的使用方法和技巧；能够制定有效的网络营销策略和推广计划。</p>
		课程涉及的主要领域	电子商务模式分类与特点 电子商务平台类型与运营逻辑 电子商务交易流程与环节 电子商务支付体系 电子商务物流与供应链管理 电子商务网络营销基础 电子商务客户服务 电子商务技术基础 电子商务法律法规基础 跨境电子商务基础
		典型工作	梳理不同电子商务模式的运营逻辑、交易主体及盈利方式，输出模

序号	课程	项目	相关要求
		任务描述	式差异分析文档 调研各类电子商务平台的规则体系、流量分配机制与核心功能，撰写平台运营逻辑拆解报告 梳理电子商务全交易流程，识别流程卡顿环节并提出优化方案 对接适配电子支付工具，测试支付流程完整性，制定支付异常处理与退款机制 对接物流资源，制定库存管理与补货规则，跟踪订单物流状态并处理物流异常 策划基础电商促销活动，撰写商品推广内容，投放基础广告以获取流量与转化 响应用户咨询需求，处理订单修改与售后问题，记录客户反馈并完善常见问题手册 配合技术团队测试电商平台（网站 / APP）功能与页面适配性，反馈问题并协助优化 协助完成电商主体登记、税务备案，审核宣传内容合规性，落实消费者权益保护要求 调研跨境电商平台规则与目标国合规标准，协助对接跨境物流，整理报关所需材料
		主要教学内容	本课程涵盖电子商务概述、技术基础、运营管理、网络营销、法律法规与伦理以及实践应用，主要学习电子商务的基本概念、技术工具、营销策略、法律要求，并通过案例分析了解实际应用。
		教学要求	课程思政： 社会责任、诚信、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。 教学方法和手段： 讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。 教学团队： 教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。 教学评价： 日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业与报告，期末考核包括闭卷笔试、项目展示。
		支撑培养规格	5、8、9、12、13

(2) 专业核心课程

该专业的核心课程有《直播电商运营》《网络推广》《客户服务与管理》《数据化运营》《内容策划与编辑》《新媒体运营》《市场策划》7门课程，从专业基础课程到培养学生职业能力的专业技能课程，贯穿了网络营销与直播电商专业高职学生从一年级到三年级的整个专业理实一体化学习。

表 5 专业核心课程设置与要求

序号	课程	项目	相关要求
		课程目标	<p>知识目标：能熟练搭建直播团队，并进行人员岗位职责的划分；优质主播人设搭建及心理素质、技能提升培养；熟悉直播间爆款选品与产品卖点整理的多种方法；掌握高效直播的关键；直播脚本的写作；掌握平台直播系统算法揭秘与流量分发机制；直播间快速吸粉的运营方案。</p> <p>能力目标：具有主流视频直播平台推广及运营能力；具有网络直播内容运营能力及活动策划推广能力；具有直播创意文案写作能力；直播负面舆情监控能力。</p> <p>素质目标：具有勇于创新、吃苦耐劳、爱岗敬业的精神和严谨的工作作风；具有诚信品质、责任意识、公平竞争意识和健康的身心素质、团队协作精神、沟通交流与自我学习的能力。</p>
1	直播电商运营	课程涉及的主要领域	<p>直播电商行业认知与商业模式 直播电商平台规则与运营逻辑 直播账号定位与人设打造 直播选品策略与供应链对接 直播脚本策划与内容设计 直播场景搭建与视觉呈现 直播流量获取与推广运营 直播互动技巧与用户留存 直播转化促单策略与执行 直播数据监测与复盘优化 直播团队组建与分工管理 直播电商合规与风险管控</p>
		典型工作任务描述	<p>梳理直播电商行业发展脉络与主流商业模式，分析不同模式的盈利逻辑与核心优势，输出行业认知报告，为运营方向提供基础参考 研究各直播电商平台的入驻规则、流量分配机制及违规处罚标准，整理平台运营关键要点，确保直播运营符合平台规范 结合目标受众特征与市场需求，确定直播账号定位方向，设计账号人设，制定人设一致性维护方案 依据账号定位与用户需求筛选适配商品，建立选品标准，对接供应链资源，确认商品库存与发货时效 围绕直播主题与选品规划，撰写直播脚本，设计内容节奏与亮点，确保直播流程顺畅 规划直播场景布局，调试直播设备，优化视觉呈现效果，提升观众观看体验 制定直播流量获取方案，组合运用平台推荐流量、付费推广、私域导流等方式，提升直播间曝光与进入率 设计直播互动玩法，培训主播互动技巧，及时响应观众评论与需求，增强用户参与感，降低直播间观众流失率 制定直播促单策略，把控促单节奏，引导观众下单，跟踪订单转化数据，优化促单环节 确定直播核心数据指标，直播后收集数据并进行多维度分析，总结运营问题与优势，输出复盘报告并调整后续直播方案 根据直播运营需求组建团队，明确各岗位职责与工作流程，制定团队协作机制，提升运营效率 审核直播宣传内容，排查合规风险，制定风险应对预案，确保直播运营合法合规</p>

序号	课程	项目	相关要求
2	网络推广	主要教学内容与要求	<p>主要内容: 直播策划、主播孵化、直播带货和推广、直播电商运营数据分析等工作的理论知识和技能基础，商品选品、内容与活动策划、主播人设打造、策划和执行直播全流程工作事项、直播运营数据分析等，具备直播创意策划、直播讲解与控场、引流推广和数据分析的能力。</p> <p>课程思政: 社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，团队合作精神。教学方法和手段：讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队: 教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价: 日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业与报告，期末考核包括闭卷笔试、项目展示。</p>
		支撑培养规格	8、9、10、11
2	网络推广	课程目标	<p>素质目标：培养学生良好的职业道德，树立正确的职业观念，自觉遵守相关法律法规、标准和管理规定；培养吃苦耐劳、爱岗敬业精神，团队合作意识，积极向上的态度和创新精神，及服务意识和艰苦创业意识；提升文学、艺术修养和人文科学素养，培养审美和社交能力。</p> <p>知识目标：熟悉网络推广的基本概念、原理和方法，了解网络推广的发展历程和趋势；掌握各种网络推广平台的特点和使用方法，了解各种网络推广工具；了解网络营销的基本策略，及网络诊断的基本方法和搜索引擎竞价广告的规则。</p> <p>能力目标：能利用各种方案进行网络推广；熟悉网络推广方案的内容，能根据企业实际需求合理选择推广工具，制订网络推广方案；掌握各种网络推广工具的使用方法和技巧。</p>
		课程涉及的主要领域	网络推广渠道体系 搜索引擎营销社交媒体推广 内容营销与推广 付费广告投放 电商平台推广 邮件营销与 EDM 推广 口碑营销与舆情管理 网络推广数据监测 网络推广策略规划与效果优化
		典型工作任务描述	<p>梳理各网络推广渠道特性与适用场景，整合渠道资源并建立矩阵清单，明确不同渠道的推广优势与适配目标</p> <p>制定搜索引擎营销方案，优化竞价账户设置与创意内容，执行搜索引擎优化操作，监测关键词排名，提升搜索渠道流量与转化</p> <p>规划社交媒体推广内容，定期发布平台适配内容，运营社群互动，投放社交广告，提升品牌曝光与用户粘性</p> <p>策划内容营销主题，创作推广内容并制定多平台分发计划，跟踪内容传播数据，优化内容形式与分发节奏</p> <p>筛选付费广告渠道，设计广告素材，设定投放预算与定向参数，监控广告投放效果并调整优化</p>

序号	课程	项目	相关要求
3	客户服务与管理	运营电商平台推广，报名平台活动，使用平台推广工具，优化商品搜索排名，提升店铺流量与转化 搭建邮件营销列表，设计 EDM 邮件内容，制定发送计划，跟踪邮件关键数据，优化邮件营销策略 引导用户生成正面评价，创作口碑内容，监测品牌舆情，响应负面信息并制定应对方案，维护品牌口碑 设定网络推广核心数据指标，使用监测工具收集数据，定期分析数据趋势，识别推广薄弱环节 结合业务目标制定网络推广整体策略，规划各渠道推广预算，跟踪策略落地效果并动态调整	
		主要内容： 该课程涵盖了网络推广的各个方面，包括网络推广的基本概念、原理和方法，各种网络推广平台（如搜索引擎、社交媒体等）的特点和使用技巧，以及网络营销策略的制定与实施；注重培养学生的实际操作能力，通过案例分析、实战演练等方式，让学生掌握网络推广工具的使用方法和技巧，提升他们的推广能力。 课程思政： 社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。 教学方法和手段： 讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。 教学团队： 教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。 教学评价： 日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业与报告，期末考核包括闭卷笔试、项目展示。	
		支撑培养规格	9、11、12、13
3	客户服务与管理	课程目标	素质目标：具备爱岗敬业与团队合作的精神；具备良好的职业道德；具备分析问题、解决问题的能力以及创新能力；人文素养和健康的身心。 知识目标：能建立客户信息来源并建档，以及分析客户资料；能了解客户的要求并能进行客户体验平台的设计，进行体验式营销；能掌握所学内容，并能够用客户满意度的测试与分析，产品和服务满意管理，正确认识和处理客户的不满与抱怨；能在理论与实践相结合的学习中，充分掌握培养忠诚客户的方法及挽回流失客户的技巧。 能力目标：能通过调查客户信息、电话联系、邮寄资料获得客户的需求信息；能跟进客户促成订单或寻找新的客户资源；能对已成为稳定的客户进行售后服务；能开发新客户和维护老客户，并能合理分配时间；能充分分析客户是否有意向，是否需要投入时间金钱继续维护客户；能在限量的客户资源库里快而准地寻找到目标客户。
		课程涉及的主要领域	客户服务体系搭建与流程设计 客户沟通技巧与服务标准制定 客户咨询与投诉处理 客户关系维护与忠诚度提升 客户分层管理与需求挖掘 客户服务团队组建与培训 客户服务质量和监测与评估

序号	课程	项目	相关要求
4 数 据 化 运 营			<p>客户服务工具与系统应用 客户反馈收集与业务优化联动 客户服务风险防控与纠纷解决</p>
		典型工作任务描述	
		主要教学内容 教学要求	<p>主要内容: 了解客户服务的重要性,客户服务人员的管理要求,及现代化管理工具在客户服务与管理中的应用,提高学生的服务意识、客户管理能力及电子信息系统应用能力等职业素养。</p> <p>课程思政: 社会责任、爱岗敬业、服务意识,责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段: 讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学,多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队: 教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价: 日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业与报告,期末考核包括闭卷笔试、项目展示。</p>
		支撑培养规格	10、11、12
		课程目标	<p>素质目标: 培养学生具备良好的职业道德,包括诚实守信、尊重数据、保护用户隐私等,同时强调对工作的责任感和敬业精神;具备持续学习的能力,紧跟行业动态,适应新技术和新方法的应用;培养学生的团队合作精神和良好的沟通能力。</p> <p>知识目标: 掌握数据分析的基本原理、方法和工具,包括统计学、概率论等基础知识,以及常用的数据分析软件的操作技能;了解数据收集的渠道和方法,掌握数据清洗、整理、转换等处理技术,确保数据的准确性和可靠性。</p> <p>能力目标: 能够运用所学的数据分析方法和工具,对收集到的数据进行深入分析,提取有价值的信息和洞察;根据数据分析结果,为企业的决策提供有力支持,提出科学合理的建议和优化方案。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>设计客户服务全流程,明确各环节服务标准与时限,搭建适配业务的客户服务体系,保障服务流程高效衔接</p> <p>制定客户沟通规范与不同场景的服务标准,整理沟通技巧培训材料,提升服务沟通的专业性与规范性</p> <p>接收客户咨询并提供准确解答,受理客户投诉,按流程记录问题详情,协调相关部门推进解决并反馈进度</p> <p>建立客户关系维护机制,设计客户忠诚度提升方案,通过差异化服务降低客户流失率</p> <p>依据客户核心特征完成分层,针对不同层级制定差异化服务策略,挖掘客户潜在需求并提供适配服务</p> <p>按服务需求组建客户服务团队,明确岗位职责分工,制定培训计划,定期开展团队能力提升培训</p> <p>设定客户服务质量和评估指标,通过多渠道收集评估数据,定期输出质量评估报告并提出优化方向</p> <p>选型部署客户服务工具与系统,搭建客户信息数据库,培训团队熟练使</p>

序号	课程	项目	相关要求
典型工作任务描述			<p>用工具完成服务相关操作 设计客户反馈收集渠道，整理分析反馈内容，输出反馈报告并联动业务部门优化产品或服务流程 识别客户服务潜在风险，制定风险防控预案，处理客户服务纠纷，降低风险对品牌的影响</p>
			<p>搭建数据化运营基础指标体系，明确各业务模块核心数据维度与统计逻辑，梳理数据驱动运营的落地流程，确保运营决策有数据支撑 对接多渠道数据来源，完成数据采集链路搭建，执行数据清洗与标准化处理，整合形成结构化运营数据库 拆解运营核心指标，分析指标波动趋势与影响因素，识别数据异常点，输出指标分析报告 基于用户行为数据与属性特征完成用户分层，绘制用户行为路径并分析关键节点转化情况，制定各生命周期阶段的运营策略 监测内容曝光、互动、转化等数据，分析不同内容形式与主题的表现差异，定位内容优化方向，提升内容运营效果 追踪活动全链路数据，评估活动目标达成情况，总结活动亮点与问题，输出活动效果复盘报告 收集产品功能使用数据与用户体验反馈数据，分析功能使用率与用户满意度，验证产品迭代效果，为后续迭代提供数据建议 选型并熟练应用数据分析工具、BI 可视化工具与运营自动化工具，搭建数据可视化报表，实现运营数据实时监控与高效分析 基于数据洞察设计数据化运营方案，明确方案目标、执行步骤与资源配置，推进方案落地，动态跟踪执行数据并调整策略 对运营效果进行归因分析，总结策略有效性，构建“数据监测 - 分析 - 策略调整 - 效果验证”的迭代闭环</p>
		主要教学内容 教学要求	<p>主要内容：主要涵盖数据分析基础、数据收集与处理、业务理解与行业知识、以及数据可视化等方面。学生将学习如何使用数据分析工具和技术，对运营数据进行深入挖掘，理解数据背后的业务逻辑和趋势。课程强调实践应用，通过案例分析、项目实训等方式，培养学生解决实际问题的能力。同时，学生还将学习如何运用数据分析结果来指导业务决策，优化运营策略，提升业务效率和竞争力。</p> <p>课程思政：社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学评价：日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业与报告，期末考核包括闭卷笔试、项目展示。</p>
		支撑培养规格	5、8、9、10
5	内容策划与编	课程目标	素质目标：培养学生的职业道德和责任感；提升学生的创新思维和解决问题的能力，鼓励学生在策划与编辑过程中发挥创意，不断寻找新的解决方案；加强学生的团队协作和沟通能力，使其能够与他人有效合作共

序号	课程	项目	相关要求
	编	<p>同完成工作任务。</p> <p>知识目标：掌握内容策划与编辑的基本理论、方法和技巧，了解行业标准和规范；了解不同媒介的内容特点和受众需求，能够针对不同媒介进行内容策划与编辑；培养信息素养，能够熟练运用各种信息工具，获取、分析和处理信息。</p> <p>能力目标：培养内容策划能力，包括市场分析、目标受众定位、内容主题确定等能力；提升编辑能力，包括文本编辑、内容优化、排版等技能，确保内容的准确性和可读性；培养学生的项目管理和团队协作能力。</p>	
	课程涉及的主要领域	<p>内容策略规划与定位 内容选题策划与需求挖掘 内容形式设计与创意开发 内容撰写与创作 内容审核与质量把控 内容分发与渠道适配 内容互动与用户反馈运营 内容数据监测与优化 品牌内容建设与 IP 打造 内容合规与风险管控</p>	
	典型工作任务描述	<p>分析目标受众特征与需求，结合品牌调性确定内容核心方向，制定阶段性内容策略规划，明确内容产出目标与落地路径 调研用户需求与行业热点，搭建选题库并定期更新，筛选适配内容方向的选题，规划选题产出优先级与周期 根据内容主题与传播场景，设计适配的内容形式(图文、短视频脚本等)，开发创意表现方式，确保内容形式与主题匹配 按内容形式要求完成文案撰写、图文排版或脚本创作，把控内容语言风格与表达逻辑，确保内容传递清晰、符合受众认知 核查内容信息真实性与准确性，校对语言规范性，校验内容与品牌调性的一致性，确保输出内容质量达标 分析各分发渠道特性，调整内容形式与表述以适配渠道要求，规划内容发布节奏，跟踪不同渠道的内容分发效果 管理内容评论区互动，设计用户互动话题，收集用户对内容的反馈意见，将反馈整合应用于后续内容优化 监测内容核心数据（阅读量、互动率、转化率等），分析数据趋势与影响因素，定位内容优化方向，调整内容策略 挖掘品牌核心价值与故事素材，设计 IP 人设相关内容，通过内容传递品牌价值观，推进品牌内容体系与 IP 建设 排查内容版权风险与敏感信息，确保内容符合相关法律法规与平台规则，规避内容合规问题</p>	

序号	课程	项目	相关要求
6 新媒体运营		主要教学内容 教学要求	<p>主要内容: 本课程主要涵盖内容策划的基础理论、编辑技能培养、实战演练与案例分析以及职业素养与法律法规等方面。首先介绍内容策划的基本原则、流程和创意方法，帮助学生掌握策划的核心技能。接着，通过教授文本编辑、内容优化与排版等技能，提升学生的编辑能力，确保内容的准确性和可读性。实战演练环节则通过具体项目，让学生将所学知识应用于实践，培养团队协作和项目管理能力。最后，课程强调职业素养和法律法规的重要性，培养学生的职业道德和法律意识，为其未来的职业发展奠定坚实基础。</p> <p>课程思政: 社会责任、爱岗敬业、创新精神，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段: 讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队: 教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价: 日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业与报告，期末考核包括闭卷笔试、项目展示。</p>
		支撑培养规格	8、9
	课程目标		<p>素质目标: 具备信息获取、搜集、分类、整合能力；具备良好文字功底，可以准确的描述产品或服务；具备良好的职业道德及法律意识，遵循互联网相关法律，发布的内容思想健康、积极向上；具备团队协作能力，能够与其他部门协调进度，共同完成推广目标。</p> <p>知识目标: 掌握新媒体推广平台的发布流程及规则；掌握新媒体推广的类型、新媒体推广资源获取的方法、市场信息分析与整理的方法；掌握新媒体推广内容构成及制作流程、新媒体内容发布策略；掌握新媒体营销目标分解方法，以及新媒体推广效果预测的方法；掌握新媒体推广效果检测方法及评价指标。</p> <p>能力目标: 能够运营百度、行业报告、调研问卷等在新媒体推广工作之前进行科学调研；能够根据企业特点或产品属性，使用主流搜索引擎、excel、关键词等分析工具，对互联网上的合法资源进行整理、下载、分类；能够针对特定主题、产品或服务进行新媒体内容的创意设计；能够熟练使用平面处理、图文编辑软件，按照推广目标及要求，对推广主题、产品或服务进行图片、图文、视频、动画的设计及制作；能够根据营销目标，对媒体资源投放的渠道、时间、方式进行选择并可预测投放效果；能够根据营销目标，以及投放渠道特点进行推广信息的发布并实时跟踪、监测、分析投放效果；能够根据推广效果进行推广方案的调整优化。</p>
			<p>新媒体平台运营 新媒体内容运营 新媒体用户运营 新媒体流量运营 新媒体活动运营 新媒体数据运营 新媒体品牌建设 新媒体直播与短视频运营</p>

序号	课程	项目	相关要求
	典型工作任务描述	新媒体电商运营 新媒体合规运营	<p>分析主流新媒体平台特性与用户画像，搭建适配业务的账号矩阵，制定账号日常维护规则（更新频率、内容方向），定期检查账号状态，确保账号健康运营</p> <p>结合平台调性与用户需求策划新媒体内容，完成内容创作（文案、图文、短视频脚本等）与排版设计，规划内容发布节奏，执行日常内容发布与更新</p> <p>对新媒体用户进行分层管理，设计用户互动形式（评论回复、话题互动、社群活动），运营用户社群并维护活跃度，制定用户忠诚度提升方案，降低用户流失率</p> <p>制定新媒体流量获取策略，通过优化内容标题、标签等获取自然流量，规划付费流量投放（平台广告、达人合作），分析流量转化路径，优化关键转化节点</p> <p>围绕业务目标策划新媒体活动（话题活动、福利活动、联动活动），制定活动执行方案（流程、资源配置、时间节点），推进活动落地，解决执行中的突发问题</p> <p>设定新媒体核心数据指标（曝光量、阅读量、互动率、转化率），使用数据工具监测数据变化，定期分析数据趋势与影响因素，输出数据分析报告并优化运营策略</p> <p>明确新媒体渠道的品牌调性传递标准，设计账号 IP 人设与内容风格，创作品牌相关内容（品牌故事、价值观传递），监测品牌口碑反馈，维护品牌正面形象</p> <p>策划新媒体直播主题与流程，撰写直播脚本，协调直播团队完成直播执行；创作短视频内容，优化短视频剪辑与封面设计，提升直播观看量与短视频播放量</p> <p>规划新媒体电商带货内容，对接商品资源并配置链接，设计转化促单策略（限时优惠、直播专属价），跟踪商品转化数据，优化带货内容与促单方式</p> <p>解读各新媒体平台规则与行业法规，建立内容审核机制（敏感信息排查、合规校验），监测账号运营风险与舆情动态，制定风险应对方案，确保运营合规</p>

序号	课程	项目	相关要求
		主要教学内容与要求	<p>主要内容: 掌握新媒体广告的发展的动态及趋势；新媒体广告与传统广告的差异；新媒体环境下广告形态的变化；受众特征的变化；营销方式的变化。</p> <p>课程思政: 社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段: 讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队: 教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价: 日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业与报告，期末考核包括闭卷笔试、项目展示。</p>
		支撑培养规格	8、9、10
7	市场策划	课程目标	<p>素质目标：理解并遵守市场策划行业的职业道德标准；鼓励学生挑战传统思维，提出新颖独特的策划方案，以满足不断变化的市场需求；加强学生的团队协作能力；培养学生持续学习、自我提升的习惯。</p> <p>知识目标：掌握市场策划理论基础；掌握市场分析方法，了解消费者需求、竞争对手情况和市场趋势，为策划提供数据支持；熟悉各种营销策略和技巧，帮助学生制定有效的市场策划方案；了解与市场策划相关的法规和政策，确保策划方案的合规性和有效性。</p> <p>能力目标：培养学生根据市场数据和信息进行准确分析和判断的能力；能够根据市场分析结果设计有效的策划方案，并具备将方案付诸实施的能力；提升学生的沟通与协调能力，使其能够与团队成员、客户和其他利益相关者进行有效沟通，确保策划方案的顺利实施；鼓励学生不断创新，提出新的策划思路和方法；培养应变能力，使其能够在市场变化中迅速调整策划方案。</p>
		课程涉及的主要领域	市场调研与分析 市场定位与策略规划 营销活动策划与执行 品牌营销与传播 产品推广策划 整合营销传播 市场预算规划与管控 市场效果监测与复盘 客户获取与转化策划 市场竞争策略
		典型工作任务描述	<p>开展市场调研，收集行业趋势、竞品动态及目标用户需求数据，整理分析调研结果，识别市场机会与潜在风险，输出市场调研分析报告</p> <p>结合业务核心优势与市场需求，明确品牌定位与目标市场范围，制定差异化市场策略，规划策略落地步骤与阶段性目标，确保定位与策略适配业务发展</p> <p>围绕业务目标设计营销活动主题，规划活动流程（参与方式、执行节点、</p>

序号	课程	项目	相关要求
			<p>资源需求），协调内外部资源推进活动落地，解决执行中的问题，保障活动按计划推进</p> <p>梳理品牌核心价值与特色，设计品牌传播内容与传播路径，选择适配传播渠道，推进品牌故事与形象传递，跟踪品牌声量变化，提升品牌市场认知度</p> <p>提炼产品核心卖点与目标用户痛点，设计新产品上市推广方案，筛选适配推广渠道，规划推广节奏，制定不同阶段的产品推广重点，助力产品市场渗透</p> <p>整合多营销渠道（线上线下、公域私域）资源，统一传播内容与品牌调性，规划各渠道传播节奏与协同方式，确保营销信息高效触达目标受众</p> <p>测算营销项目所需费用，制定市场预算分配方案(按渠道、按活动类型)，设定预算使用标准与监控节点，跟踪预算执行情况，评估营销投入 ROI</p> <p>设定市场营销核心效果指标（曝光量、获客量、转化率等），使用监测工具收集数据，分析指标达成情况，总结营销亮点与不足，输出效果复盘报告并优化策略</p> <p>筛选高潜力客户获取渠道，设计客户转化路径（触点布局、引导策略），制定针对性促转化方案（优惠政策、服务保障），提升客户获取效率与转化成功率</p> <p>持续监测竞品市场策略、产品动态与营销动作，分析竞品竞争优势与短板，制定竞品应对策略，强化自身市场竞争优势，推进市场份额提升</p>
		主要教学内容 教学要求	<p>主要内容：本课程主要围绕市场营销的核心理念与实战策略展开，首先介绍了市场策划的基本概念，包括其定义、目标及在市场竞争中的重要性。随后，深入讲解了市场分析技巧，包括消费者行为分析、竞争对手研究等，旨在帮助学生准确把握市场动态。</p> <p>继而详细讲解了市场定位与细分策略，指导学生如何根据市场特点与消费者需求制定有效的定位策略。同时，营销策略的制定与执行也是课程的核心内容，包括产品策略、价格策略、促销策略等，确保学生能够系统地掌握市场策划的全过程。此外，强调了团队协作与创新能力在市场策划中的重要性，并通过案例分析、模拟实战等方式，让学生在实践中提升策划能力与团队协作能力。</p> <p>课程思政：社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：讲授式教学、互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、案例分析、小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队：教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价：日常考核包括课堂参与、随堂测试、作业报告，期末考核包括闭卷笔试、项目展示。</p>
		支撑培养规格	5、8、9、10

(3) 专业实践课程

专业实践课程是大学生走向社会的一个很重要的锻炼环节，也是教育与实践相结合的具体体现。大学生参加实践活动，是德智体全面发展的必然要求。当今社会的竞争是人才的竞争，随着人才被推向市场，大学生的自我优越感将逐渐消失，而大学生专业实践活动拥有特殊的教育功能，可以使大学生在校期间就能学到踏入工作岗位后应该具备的能力，是对大学生进行素质教育的重要途径，对提高学生的独立能力、竞争能力、创新能力起着重要作用。本专业共开发设置了网络营销推广实训、直播销售与运营实训等8门实践课程。

表6 专业实践课程设置与要求

序号	课程名称	项目	相关要求
1	网络营销推广实训	课程目标	<p>素质目标：培养学生实训操作能力、理论联系实际以及分析问题和解决问题的能力。</p> <p>知识目标：通过上网实训，熟悉企业网站推广活动常用工具及方法；掌握电子商务专业课程所涉及的专业原理；掌握网络市场调研的技巧与方法；掌握制定网站推广策略的方法和实施网站推广的程序。</p> <p>能力目标：能够进行简单的企业网站推广策划和建设工作，具备从事网站推广的能力。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>网络营销推广基础认知</p> <p>主流推广渠道实操</p> <p>付费广告投放实训</p> <p>免费推广技能实训</p> <p>营销内容创作实训</p> <p>数据化推广分析实训</p> <p>推广活动策划与执行</p> <p>电商平台推广实训</p> <p>网络营销工具应用</p> <p>综合推广项目实战</p>
		典型工作任务描述	<p>系统学习网络营销推广行业框架与核心逻辑，解析主流岗位（推广专员、SEO优化师等）职能与工作流程，完成行业认知报告，建立对网络营销推广体系的整体理解</p> <p>针对搜索引擎、社交、内容、电商等主流推广渠道，模拟真实业务场景操作账号后台，练习渠道账号搭建、内容发布、基础推广设置，掌握不同渠道的操作规范与基础推广方法</p> <p>搭建SEM与信息流广告模拟账户，练习关键词筛选、出价设置、广告创意撰写与定向参数配置，跟踪广告投放数据，执行账户优化（调整出价、替换低效创意），完成广告投放实训报告</p> <p>实操SEO优化（分析网站结构、优化页面关键词布局、模拟外链</p>

		<p>建设），策划并创作内容营销素材（图文、短文），运营模拟社群（发起互动、解答疑问），掌握免费推广技能的落地方法根据推广场景需求，撰写产品推广文案、设计短视频脚本框架、完成基础图文排版设计，结合渠道特性调整内容形式，通过实训掌握适配不同推广目的的内容创作技巧</p> <p>学习并实操主流数据监测工具（如百度统计、推广平台数据后台），练习提取推广核心指标（流量、转化、ROI），分析数据波动原因，输出数据分析报告并制定优化策略</p> <p>围绕模拟业务目标（如品牌曝光、产品销量提升），设计推广活动方案（确定主题、流程、资源需求），推进方案落地执行，监控活动进度并处理突发问题，完成活动复盘</p> <p>操作电商平台模拟店铺后台，练习报名平台官方活动、配置店铺推广工具（如直通车），优化商品标题与详情页以提升搜索排名，跟踪店铺流量与转化数据，优化电商推广策略</p> <p>学习 CRM 系统、推广自动化工具的操作逻辑，实操客户信息录入、推广任务自动化设置（如定时发布），通过工具整合推广数据，提升推广工作效率</p> <p>接收模拟企业的网络营销推广需求，组建实训小组，完成全流程推广工作（市场分析、方案制定、渠道执行、数据监测、效果复盘），输出完整推广项目报告，达成实训目标</p>
	主要教学内容与要求	<p>主要内容：通过该课程的学习，重在培养学生网络营销推广的能力，通过具体项目实操训练市场分析、网络营销活动策划、引流和打造爆款、网络促销等技能，为学生将来从事网络推广工作打下必要基础。</p> <p>课程思政：社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：互动式教学、实践式教学、网络教学，小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学评价：考核包括日常表现、实训报告、项目展示。</p>
	支撑培养规格	8、9、10、11、12、13
2	直播销售与运营管理实训	<p>课程目标</p> <p>素质目标：培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力，培养学生的团队协作能力以及团队共创能力。课程以真实项目运营为背景，学生在参与真实项目过程中发现问题，与团队一起分析问题并解决问题，通过团队共创完成好项目。使学生在通过课程感受到将来在电商运营岗位应该具备的沟通能力、表达能力、协作能力、创新能力。</p> <p>知识目标：掌握电商运营的基本流程，掌握店铺开设、推广、客服、策划、活动报名等操作，了解电商平台运营技能，能够独立运营电商项目，从而掌握电商运营岗位的基础工作内容、工作技能和方法。</p> <p>能力目标：能够对行业整体需求进行一定数据分析，能够独立思考初步预测店铺运营的基本情况；能一定程度的掌握从货源管理到商品销售、推广、活动报名、客服、售后服务的各个环节，并针对问题进行相关优化；能够熟练使用店铺运营工具，能制定店</p>

		铺运营推广计划并实施；通过运营能够获得一定的销量。
	课程涉及的主要领域	直播销售基础认知 直播选品与供应链对接 直播脚本策划与流程设计 直播场景搭建与设备操作 直播带货话术实训 直播流量运营实训 直播互动与用户运营 直播数据监测与复盘 直播合规与风险管控 直播全流程实战
	典型工作任务描述	<p>学习直播销售行业规则与主流直播模式，解析核心岗位职能与协作流程，完成行业认知报告，建立对直播销售体系的整体认知 依据直播定位与目标用户需求制定产品筛选标准，模拟对接供应链资源，练习直播库存规划与备货管理，确保选品适配直播销售场景</p> <p>围绕直播主题搭建脚本框架，设计直播全流程，规划各环节时长与衔接方式，嵌入互动环节，完成完整直播脚本撰写</p> <p>根据直播产品特性与风格定位设计场景布置方案，实操直播设备连接与调试，练习灯光、音效优化操作，确保直播画面与声音质量达标</p> <p>针对不同类型产品练习带货话术，包括卖点提炼讲解、促单话术设计、用户疑问应答技巧，通过模拟演练提升话术流畅度与说服力</p> <p>学习直播平台流量规则，实操自然流量获取方法，模拟搭建付费流量投放账户，练习投放参数设置与预算分配，跟踪流量转化数据</p> <p>练习直播评论区实时管理（消息回复、秩序维护），设计用户互动策略，制定粉丝留存方案，实操社群引流方法，提升用户活跃度与粘性</p> <p>设定直播核心数据指标，学习数据监测工具操作，提取并分析直播数据，总结数据背后的运营问题，输出数据复盘报告并制定优化策略</p> <p>学习直播行业法律法规与平台合规要求，建立内容审核机制，练习敏感信息排查与合规话术设计，制定突发问题应对预案，规避直播风险</p> <p>模拟完成直播全流程操作，包括前期筹备（选品、脚本、设备）、中期执行（直播控场、互动、促单）、后期复盘（数据分析、策略调整），输出完整实战报告</p>

		<p>主要内容: 通过该课程的学习，依据电商企业网络直播实训课程要求，组织学生完成直播电商运营，培养学生电商企业网络直播运营实践能力，为学生将来从事企业直播电商运营工作打下必要基础。</p> <p>课程思政: 社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段: 互动式教学、实践式教学、网络教学，多媒体教学、小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队: 教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价: 考核包括日常表现、实训报告、项目展示。</p>
		<p>支撑培养规格 5、8、9、10、11、12、13、15</p>
3 新媒体运营实训	<p>课程目标</p> <p>素质目标：培养学生在新媒体运营中坚守职业道德，对用户负责，对社会负责，确保传播内容的真实性和正向性；鼓励学生在新媒体运营中保持创新思维，勇于尝试新的方法和策略，创造出独特且有吸引力的内容；强化学生的团队协作意识，提升其在团队中的沟通能力和协作能力，确保新媒体运营的顺利进行。</p> <p>知识目标：掌握各种新媒体平台的基本功能、特点和使用方法，为新媒体运营提供技术支持；了解内容创作的基本技巧和方法，掌握如何撰写具有吸引力的文案、图片和视频等内容；使用数据分析工具的基本方法，使其能够评估新媒体运营的效果，并根据数据调整策略。</p> <p>能力目标：培养学生在新媒体平台上进行内容创作、发布、推广和互动的能力，确保其能够独立完成新媒体运营任务；鼓励学生不断尝试新的方法和策略，以创造出独特且有吸引力的内容，提升新媒体运营的竞争力；提升学生面对新媒体运营中各种问题的解决能力。</p>	
		<p>课程涉及的主要领域</p> <ul style="list-style-type: none"> 新媒体平台认知与账号搭建 新媒体内容策划与创作 新媒体内容分发与渠道运营 新媒体用户互动与社群管理 新媒体付费流量投放实操 新媒体免费流量获取实训 新媒体数据监测与分析 新媒体活动策划与执行 新媒体直播与短视频运营 新媒体合规管理与舆情应对
	<p>典型工作任务描述</p> <p>学习主流新媒体平台规则与用户特性，掌握账号注册、信息设置、权限开通流程，完成模拟账号搭建，制定账号初期运营规划结合平台调性与目标受众需求，开展选题调研与需求分析，设计内容框架，完成不同形式内容的创作与排版，确保内容符合传播需求</p>	

		<p>分析各新媒体渠道的内容适配性，制定内容分发计划（发布时间、频次、形式调整），实操内容发布与渠道后台管理，跟踪不同渠道的内容传播数据</p> <p>练习新媒体账号评论区、私信的实时回复与互动管理，设计用户互动话题与活动，搭建并运营模拟用户社群，制定社群活跃与用户留存策略</p> <p>学习主流新媒体平台付费广告的投放逻辑，搭建模拟广告账户，完成定向设置、预算分配、创意上传，跟踪广告投放数据并优化实操免费流量获取方法，包括优化内容标题与标签、参与平台话题挑战、开展内容转载合作等，监测免费流量增长数据，总结高效获流技巧</p> <p>学习新媒体数据监测工具的使用方法，提取核心数据（曝光量、互动率、转化率等），分析数据趋势与影响因素，输出数据报告并制定优化方案</p> <p>围绕账号运营目标策划新媒体活动，制定活动方案（流程、资源、风险预案），推进活动落地执行，监控活动进度与效果，完成活动复盘</p> <p>实操新媒体直播筹备（主题设计、流程规划、设备调试）与执行，完成短视频拍摄、剪辑与发布，优化直播互动与短视频流量获取策略，提升内容传播效果</p> <p>学习新媒体行业法律法规与平台合规规则，建立内容审核清单，练习敏感信息排查与合规内容调整，制定舆情监测与应对方案，处理模拟舆情事件，确保账号合规运营</p>
	主要教学内容 教学要求	<p>主要内容： 1. 新媒体平台基础：首先介绍了各种社交媒体平台的特点和使用方法，如微信公众号、微博、抖音等，以及如何在这些平台上进行有效的内容推广。</p> <p>2. 内容创作与发布：重点讲解了如何撰写具有吸引力的内容，包括文案、图片、视频等，并教授了发布策略和管理社交媒体账户的技巧。</p> <p>3. 社交媒体运营技巧：包括如何与用户互动、增加关注和粉丝、处理负面评论等，以建立和维护良好的品牌形象。</p> <p>4. 数据分析与营销策略：课程教授了如何使用数据分析工具来评估运营效果，并根据数据调整营销策略，以实现更好的市场效果。</p> <p>5. 实战演练：课程通过实际案例和模拟项目，让学生将所学理论知识应用于实践中，提高实际操作能力。</p> <p>课程思政：社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：互动式教学、实践式教学、网络教学，小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队：教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价：考核包括课堂参与、实训报告、项目展示。</p>
	支撑培养	5、8、9、10、11、12、13、15

		规格	
4 网络客户服务实训	课程目标		<p>素质目标：具有良好的与人交流能力、团队合作能力，强化电子商务各岗位工作人员的协调沟通与团队合作意识；具有良好严谨规范的职业素养，能认真遵守与执行电子商务工作规范要求；具备知识迁移能力、创新能力和综合运用能力。</p> <p>知识目标：理解网络客户服务的重要性、网络客户服务的基本要求；理解网络客户服务的流程；掌握网络客户服务的相关知识；掌握网络客户服务沟通技巧；掌握网络客户服务相关工作技巧；理解网络客户需求认知；分析网络客户类型；掌握买家购物心理。</p> <p>能力目标：具备应对网络客户讨价还价的能力；具备排除客户疑问的能力；具备做好网络售后服务的能力；具备处理中差评的能力；具备处理网络客户投诉的能力；具备减少客户流失的能力；能够建立、维护和利用客户数据库；具备评估客户服务效果的能力。</p>
			<p>网络客户服务基础认知 客户沟通技巧实训 常见客诉处理与问题解决 服务平台操作实训 产品 / 服务知识应用 客户需求挖掘与转化 服务质量把控与标准化 跨部门协同实训 客户信息管理与隐私保护 综合服务场景实战</p>
	典型工作任务描述		<p>学习网络客户服务行业规范、通用服务标准及核心岗位（客服专员、服务主管等）职能，梳理服务工作流程与关键节点，完成行业认知报告，建立对网络客户服务体系的整体理解</p> <p>练习文字、语音、视频等不同形式的客户沟通方式，掌握需求洞察技巧与情绪安抚方法，通过模拟沟通场景训练话术表达逻辑，提升与不同类型客户的沟通适配能力</p> <p>学习常见客户投诉的分类标准与处理原则，掌握客诉处理全流程（受理、核实、解决、反馈），针对典型投诉场景制定解决方案，通过模拟案例实操提升问题解决效率</p> <p>熟悉在线客服系统、工单系统、CRM 工具的操作逻辑，练习账号登录、会话接入、工单创建与分配、客户信息查询等基础操作，掌握工具核心功能的应用方法</p> <p>系统学习产品特性、功能细节及服务流程，熟练解读售后政策，通过模拟客户咨询场景，准确解答产品使用、服务申请等问题，确保信息传递的准确性与专业性</p> <p>在服务沟通中练习识别客户潜在需求，学习增值服务推荐技巧，制定客户留存策略，通过模拟场景实操需求挖掘与转化流程，提升客户价值挖掘能力</p> <p>学习服务话术标准化规范与响应时效管理要求，建立个人服务质量</p>

			<p>量自查清单，通过服务案例复盘分析服务评价短板，制定话术优化与时效提升方案</p> <p>模拟与技术、售后、销售等跨部门的协作场景，练习问题同步、需求对接、进度跟进的沟通方式，掌握跨部门协同的流程与技巧，确保客户问题高效推进解决</p> <p>学习客户信息管理规范与隐私保护法规，练习客户数据的规范录入、更新与存储操作，掌握信息安全防护要点，通过模拟场景实操隐私合规处理流程，规避信息安全风险</p> <p>对接模拟企业的多样化客户服务需求，覆盖咨询、投诉、售后、需求挖掘等综合场景，完成全流程服务操作（沟通接待、问题处理、跟进反馈、信息记录），输出服务总结报告，达成实训目标</p>
		主要教学内容	<p>从客户服务的工作岗位实际出发，围绕客服岗位认知、电话客服、网络客服、微客服、售前客服、售中客服、售后客服、客户管理、客服评价等具体的项目，以“学训一体、职场体验”为主要形式，通过企业真实项目实践操作的训练方式，提高学生客户服务的操作技能。</p>
		教学要求	<p>课程思政：社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：互动式教学、实践式教学、网络教学，小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队：教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价：考核包括实训表现、总结报告、项目展示。</p>
		支撑培养规格	10、11、12、13、15
5 认识实习		课程目标	<p>素质目标：加强对专业的了解，提高对专业的认识程度，增强对专业的学习热情。</p> <p>知识目标：使学生对未来工作情景有所了解，获得感性认识，增进理论与实际的联系，形成对实习单位和相关岗位的初步认识。</p> <p>能力目标：学生能够初步认识实习单位和相关岗位，并能够理解所学专业知识与实际工作的联系。</p>
		课程涉及的主要领域	网络营销与直播电商领域
		典型工作任务描述	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企业生产环境安全认知； 2. 典型岗位工作流程观摩； 3. 基础工具/软件操作体验； 4. 行业专家技术讲座； 5. 实习日志撰写与汇报。
		主要教学内容	通过本课程的学习，让学生对毕业就业有一个正确的认识，提前做好就业规划，为学生就业方向选择，工作发展给专业指导。
		教学要求	<p>课程思政：社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：互动式教学、实践式教学、网络教学，小组合</p>

			<p>作、实践基地教学。</p> <p>教学团队：教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价：考核包括作业与报告、项目展示。</p>
		支撑培养规格	12、13、15、15、16
6	岗位实习	课程目标	<p>素质目标：接触实际、了解社会，增强劳动意识和事业心、责任感。</p> <p>知识目标：学生在专业人员指导下，辅助或相对独立参与实际工作活动。</p> <p>能力目标：具备一定实践岗位工作能力，培养初步的实际工作能力和专业技能。</p>
		课程涉及的主要领域	网络营销与直播电商领域
		典型工作任务描述	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企业生产环境安全认知； 2. 典型岗位工作流程观摩； 3. 基础工具/软件操作体验； 4. 行业专家技术讲座； 5. 实习日志撰写与汇报。
		主要教学内容	通过该课程的学习，培养学生的岗位职业能力，基于校企合作、工学结合的教学实践平台，使学生完成网络营销专业基础知识和技能训练的前提下，在真实的网络营销工作环境和企业指导教师的帮助下，完成网络营销专业人员应该具备的各项综合能力与素质的训练，同时针对性的收集与毕业设计有关的资料，达到人才培养的总体目标。
		教学要求	<p>课程思政：社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：实践式教学、网络教学，实践基地教学。</p> <p>教学团队：教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价：考核包括日常表现与实习报告。</p>
		支撑培养规格	12、13、15、16
		课程目标	<p>素质目标：树立正确的价值观、道德观、社会主义荣辱观，正确认识目前的就业形势和党和国家的政策。</p> <p>知识目标：学习就业形势与政策、创业教育、诚信教育、心理健康教育、安全法纪教育、感恩教育、廉洁教育、入职适应教育、职业道德教育等。</p> <p>能力目标：引导学生树立“先就业，后择业，再创业”的现代择业观，使毕业生增强“诚信为本、诚信立业、诚信立命”意识。</p>
7	毕业教育	课程涉及的主要领域	<p>毕业政策与流程解读</p> <p>就业规划与职业发展指导</p> <p>求职技能培训与实操</p> <p>毕业手续办理与档案管理</p> <p>离校事务统筹与安排</p>

		职业素养与职场适应教育
	典型工作任务描述	<p>梳理毕业相关政策与流程，通过多形式向毕业生解读关键信息，解答政策疑问，确保毕业生清晰掌握毕业核心要求与步骤</p> <p>结合毕业生专业与职业倾向开展职业分析，指导制定就业规划，解读行业与岗位需求，帮助明确职业发展路径，规避规划误区</p> <p>开展求职技能培训（简历制作、面试技巧、网申操作等），通过实操形式提升毕业生求职能力，增强求职竞争力</p> <p>讲解毕业手续办理清单与档案管理要求，指导毕业生填写表格、提交材料，跟踪办理进度，协助解决手续办理中的问题</p> <p>统筹离校事务（毕业典礼、宿舍退宿、纪念活动等），协调校内资源，推进离校环节有序进行，保障毕业生顺利离校</p> <p>开展职业素养教育（职场沟通、协作、礼仪等），分析职场适应问题，通过案例与情景模拟帮助毕业生提前适应职场</p>
	主要教学内容	<p>本课旨在使学生通过理想信念、就业形势与政策、创业教育、诚信教育、心理健康教育、安全法纪教育、感恩教育、廉洁教育、入职适应教育、职业道德教育等活动，树立正确的价值观、道德观、社会主义荣辱观，正确认识目前的就业形势和党和国家的政策，引导学生树立“先就业，后择业，再创业”的现代择业观，使毕业生增强“诚信为本、诚信立业、诚信立命”意识。</p>
	教学要求	<p>课程思政：社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：互动式教学、实践式教学、网络教学，小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队：教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价：考核包括课日常表现、项目展示。</p>
	支撑培养规格	12、13、15、16
8 毕业设计	课程目标	<p>素质目标：培养学生综合运用已有知识独立解决问题的能力，逻辑思维能力和综合职业素养。</p> <p>知识目标：学生综合应用所学的各种理论知识和技能，进行全面、系统、严格的技术及基本能力的练习。</p> <p>能力目标：学生能够综合运用已有知识独立解决问题，提高学生专业综合实践能力。</p>
	课程涉及的主要领域	课程聚焦于学生从校园到职场的过渡阶段，涵盖职业发展领域，包括职业规划、行业趋势分析以及岗位能力要求；涉及职场适应领域，如职场文化、沟通技巧、团队协作模式；包含职业素养领域，涵盖职业道德、职业心态、时间管理与压力应对；还涉及权益保障领域，了解劳动法规、劳动合同签订及职场权益维护。
	典型工作任务描述	制定个人职业发展规划，结合自身优势与行业需求，明确职业目标与实现路径；参与职场模拟训练，通过角色扮演、案例分析等方式，提升职场沟通与团队协作能力；学习职场礼仪与职业素养知识，规范自身言行举止，塑造良好职业形象；了解劳动法律法规，熟悉劳动合同条款，学会运用法律武器维护自身合法权益。

	主要教学内容	本课程的学习是对本专业所有知识的综合理解和运用，是学生从理论培养到实践提高的一个过程，通过对某一课题的深入系统研究，巩固扩大加深现有知识，培养学生综合运用已有知识独立解决问题的能力，同时培养学生的逻辑思维能力和综合职业素养。
	教学要求	课程思政：社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。 教学方法和手段：互动式教学、实践式教学、网络教学。 教学团队：教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。 教学评价：考核包括毕业设计。
	支撑培养规格	12、13、15、16

3. 专业拓展模块

为拓展网络营销与直播电商专业学生所学专业知识，扩大就业面，提高学生的职业道德与职业素养，本专业还开设专业选修课，主要包括：互联网产品销售、社群营销等课程。专业选修课程需要达到 10 学分。

4. 素质拓展模块

素质拓展模块由课程+实践+活动构成。其中，课程包括素质养成课程，实践包括实践拓展，活动主要是第二课堂活动。

素质养成课程。包括限选课程、人文艺术素养类课程和职业核心素养类课程。人文艺术素养类课程以开设美育类、传统文化类、人文素养类等选修课形式开展，其中美育类课程不低于 1 学分，传统文化类课程不低于 1 学分。职业核心素养类课程以开设安全教育、普通话、演讲与口才、现代礼仪等选修课形式开展。

第二课堂。第二课堂活动从文艺活动、体育活动、社团活动、公益活动、科技活动、劳动教育、安全教育及社会实践活动等八个方面全面提升学生综合素质，有效学分 4 学分。

5. 创新创业模块

创新创业模块由创新创业教育课程和创新创业活动和创业实践构成，有效学分 6 学分。

七、教学进程总体安排

(一) 教学进度计划

表 7 教学进度计划表

环节 学期	课堂教 学	考核 与测 评	实践教学						学期 总周数	
			军事 技能 训练	劳动 实践	集中实训	认识 实习	岗位 实习	毕业 教育		
一	16 周	1 周	3 周						20 周	
二	17 周	1 周			2 周				20 周	
三	15 周	1 周		1 周	1 周	2 周			20 周	
四	16 周	1 周		1 周	2 周				20 周	
五							16 周 (含 1 周劳 动实 践)		16 周	
六							8 周 (含 1 周劳 动实 践)	4 周	8 周	20 周
合计	64 周	4 周	3 周	40 学 时	5 周	2 周	24 周 (含 2 周劳 动实 践)	4 周	8 周	

(二) 各类课程学时学分比例

表 8 各类课程学时学分比例

课程类别	学时分配			学分	备注
	小计 学时	理论 学时	实践 学时		
公共必修课程	656	412	244	36	选修 课课 时，占 总学 时 13.57 %
专业基础课程	256	112	144	20	
专业核心课程	432	160	272	27	
专业实践课程	1075	0	1075	43	
专业拓展课程	160	68	92	10	
素质养成课程	192	192		12	
实践拓展				4	
第二课堂活动				4	
创新创业课程	32	32		2	

创新创业活动				4	
创业实践					
总计	2803	976	1827		

总学时数为 2803。其中公共基础课包括公共必修课和素质养成限选课共计 848 学时，占总学时 29.98%；实践性教学总学时为 1955，占总学时 65.39%。

(三) 实践环节教学进程表

表 9 实践环节教学进程表

实践环节名称		学时	学分	开设学期	实践时间	实践场所	考核方式	课程性质
单项实训	军事技能训练	75	2	第一学期	3 周	校内	考查	限选
	劳动实践	40	2	前四学期	40 学时	校内外	考查	限选
	网络营销推广实训	50	2	第二学期	2 周		考查	必修
	直播销售与运营实训	25	1	第四学期	1 周		考查	必修
	网络客户服务实训	25	1	第三学期	1 周		考查	必修
	新媒体运营实训	25	1	第四学期	1 周		考查	必修
	认识实习	50	2	第三学期	2 周	校内外	考查	必修
	毕业教育	100	4	六	4 周	校外	考查	必修
岗位实习	毕业设计	200	8	六	8 周	校外	考查	必修
	岗位实习	600	24	五、六	24 周	校外	考查	必修
合计		1190	47					

(四) 网络营销与直播电商专业教学进程安排表

表 10 专业教学进程安排表

平台/ 模块课 程	课程 性质	序 号	课程名称	课程代码	学分	学时分配			各学期课内学时分配						备注	
						总学 时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六		
通识课 程平台	公共 必修 课程	1	军事理论	020140204	2	32	32		16	16						考查
		2	思想道德与法治	001103002	3	48	32	16	32							考试
		3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	0011002003	2	32	32			32						考试
		4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	0011002006	3	48	48				48					考试
		5	形势与政策 1	001102017	1	32	32		8							考查
			形势与政策 2	001102018						8						考查
			形势与政策 3	001102019							8					考查
			形势与政策 4	001102016								8				考查
		6	高等数学	001102008	4	64	64		32	32						考试
		7	大学英语	001102006	4	128	64	64	32	32						考试
		8	信息技术	002101032	4	64	32	32	32	32						考试
		9	体育与健康	001102012	8	128	12	116	32	32	32	32				考试
		10	心理健康教育	001102025	2	32	16	16	32							考查
		11	国家安全教育	001102402	1	16	16			16						考查
		12	人工智能		2	32	32		32							
		小计 (占总课时比例 23.40%)				36	656	412	244	16	13	6				
素质拓 展模块	素 质 教 育	1	安全教育	0002101027	2	32	32		16	16						考查
		2	美育	001102046	1	16	16			16						考查
		3	中华优秀传统文化	001101022	1	16	16			16						考查
		4	大学语文	0011002025	1	16	16				16					考查

平台/ 模块课 程	课程 性质	序 号	课程名称	课程代码	学分	学时分配			各学期课内学时分配						备注	
						总学 时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六		
素质拓展模块	必修课	5	大学生职业发展与就业指导	0021010171	2	32	32		16	16						考查
		6	劳动教育	0201402052	1	16	16		16							考查
		7	中华民族共同体概论	001102401	1	16	16					16				考查
		8	普通话	070100001	1	16	16		16							考查
	任选课程	1	职业核心素养类课程		1	16	16					16				考查
		2	人文艺术素养类课程		1	16	16					16				考查
	实践拓展	1	军事技能训练	0011020011	2				3周							考查
		2	劳动实践	102101017	2				2周							考查
	第二课堂活动	1	第二课堂活动	1002102021	4											考查
		小计 (占总课时比例 6.85%)				20	192	192		注: 素质拓展模块有效学分 19 学分。						
创新创业模块	创新创业课程	1	创新创业教育	1602021	2	32	32					32				考查
		2	创新创业活动	2601002	4											考查
	创新创业活动	3	创业实践	2602003	4											考查
		创新创业活动、创业实践有效学分 4 学分														
	小计					6	32	32		注: 创新创业模块有效学分 6 分。						
	小计 (占总课时比例 1.14%)															
专业课程平台	专业基础课程	1	电子商务基础	431202001	2	32	16	16	32							考试
		2	市场营销	431204002	4	32	16	16	32							考试
		3	零售基础	431204003	4	32	16	16	32							考试

平台/ 模块课 程	课程 性质	序 号	课程名称	课程代码	学分	学时分配			各学期课内学时分配						备注	
						总学 时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六		
专业核心课程		4	商务数据分析与应用	431204004	4	64	24	40		64						考试
		5	电子商务法律法规	431202005	2	32	20	12			32					考试
		6	视频编辑与制作	431202006	4	64	20	44				64				考试
		1	市场策划	431304001	4	64	24	40			64					考试
		2	网络推广	431304002	4	64	24	40		64						考试
		3	客户服务与管理	431302003	4	64	24	40			64					考试
		4	数据化运营	431303004	3	48	16	32				48				考试
		5	内容策划与编辑	431304005	4	64	24	40			64					考试
		6	直播电商运营	431304006	4	64	24	40				64				考试
		7	新媒体运营	431304007	4	64	24	40				64				考试
	专业实践课程	1	网络营销推广实训	431401001	2	50		50		2周						考查
		2	直播销售与运营实训	431401002	1	25		25				1周				考查
		3	新媒体运营实训	431402003	1	25		25				1周				考查
		4	网络客户服务实训	431404004	1	25		25			2周					考查
		5	认识实习	041402006	2	50		50			2周					考查
		6	岗位实习	1416024	24	600	0	600					16周	8周		考查
		7	毕业教育	1420025	4	100	0	100						4周		考查
		8	毕业设计	1403023	8	200	0	200						8周		
	小计(占总课时比例 62.90%)				90	1763	272	1491								
专业拓展模块	专业选修课程	1	营销渠道运维	432202001	2	32	16	16			32					考查
		2	国际贸易实务	432202002	2	32	16	16				32				考查
		3	互联网产品销售	432202003	2	32										考查
		4	市场调查	432202004	2	32										考查
		5	跨境电商	432202005	2	32										考查
		6	网络公共关系与舆情处理	432202006	2	32										考查
		7	商务礼仪	432202007	2	32	12	20		32						考查
		8	农产品电商运营	432202008	2	32	12	20				32				考查
		9	电商美工	432202009	2	32	12	20			32					考查

平台/ 模块课 程	课程 性质	序 号	课程名称	课程代码	学分	学时分配			各学期课内学时分配						备注	
						总学 时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六		
		10	视觉营销	432202010	2	32										考查
小计(占总课时比例 5.71%)				10	160	68	92	10 学分								
总计				162	2803	976	1827	25	27	27	27					

八、实施保障

(一) 师资队伍

对专兼职教师的数量、结构、素质等提出有关要求。

1. 队伍结构

网络营销与直播电商专业教学团队共 24 人，其中专任教师 12 名，专任教师在年龄上老中青梯队结构合理，均具备双师资格，均获得硕士学位，副教授两人，讲师 10 人，职称结构合理。通过校企合作、外聘企业兼职教师等方式，师资队伍中有 12 名具有丰富实践经验的企业兼职教师，他们具备丰富的企业实践经验，在教学中能够将理论与实践相结合，从而提升教学质量。

表 11 专兼职教学团队结构比例

教师情况	专任教师(6人)			兼职教师资源库(12人)	
职称结构	教授	副教授	讲师	市场营销师	网络营销师
	1人	1人	4人	6人	6人
学历结构	硕士：7人				本科：11人
双师素质	双师素质教师18人，比例100%				
技师	13人				
教师总人数	18人				

2. 专任教师

- (1) 具有硕士及硕士以上学位的专任教师；
- (2) 具有“双师”素质教师资格，具有扎实的专业理论基础及专业实践能力，能胜任本专业两门以上专业核心课程的一体化教学；
- (3) 熟悉本行业最新技术动态、较好的把握本专业的发展方向，积极参与专业建设、课程建设和教学改革研究等工作；
- (4) 对教学方法和教学手段以及教学改革方面有较深的研究，具有较强的课程开发能力，能够参与人才培养方案的制定；
- (5) 能开展社会服务工作。

3. 兼职教师

- (1) 具有丰富的实践经验，具有中级以上职称或技师及技师以上职业资格；
- (2) 具有专科及专科以上学历，在企业相应岗位工作累计5年以上；有较强的的语言表达能力和沟通能力；
- (3) 能承担专业核心课程的一体化教学，能承担辅导岗位实习任务，能承担协助指导毕业论文任务。

(二) 教学设施

网络营销与直播电商专业的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、校内实训室和校内外实训基地。

1. 专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

近几年来，我院院系两级积极建设实训室，增添实践操作、实训教学设备，尽可能地为各专业创造各种实践教学条件，以满足实践教学的需要，保证实践教学的质量。网络营销与直播电商专业校内实训基地包括网络营销实训室、电商美工实训室、网店运营实训室、电子商务综合实训室、直播运营实训室等组成，具体如下表所示。

表 12 网络营销与直播电商专业校内实训基地一览表

序号	实训室名称	主要设备及说明	实训项目
1	网络营销实训室	计算机、奥派新媒体营销实训平台、奥派微店设计与装修实训软件、多媒体教学系统	网络营销、微信营销
2	电商美工实训室	计算机、网络设备、多媒体教学系统、中教畅享电子商务软件	网店美工实训
3	网店运营实训室	计算机、网络设备、多媒体教学系统、中教畅享电子商务软件	网店运营实训
4	电子商务综合实训室	中教畅享电子商务软件、互联网+国际贸易技能实训平台、多媒体教学系统	电子商务综合流程实训

序号	实训室名称	主要设备及说明	实训项目
5	直播运营实训室	直播设备（电脑、摄像机、补光灯、直播支架、云台、背景板等）、京东平台直播账号	直播销售与运营实训

3. 校外实训基地基本要求

校外实习基地的建立，是网络营销与直播电商专业改变人才培养方式的重要方向，是保证实践教学质量的重要保证，有助于增加学生社会实践能力和就业机会。自开设以来我专业先后与烟台指尖电商、烟台商机互联电子商务有限公司、烟台中北软件技术服务有限公司、山东捷瑞电子商务有限公司、烟台华商网络科技有限公司等企业建立了校外实训基地的合作关系。这些校外实训基地的建立为专业进行实践教学提供了得天独厚的条件。学生在校外实训基地岗位实践，既熟悉了每个岗位的职业技能，又提高了动手实践能力。

表 13 网络营销与直播电商专业校外实训基地一览表

序号	实训基地名称	实习岗位	对应的学习领域
1	烟台中北软件技术服务有限公司	新媒体营销	营销策划
2	山东网商集团有限公司	网络美工	电商美工
3	山东捷瑞数字股份有限公司	网络客服	客户管理
4	烟台白马包装有限公司	网络运营	电子商务运营管理
5	烟台康乐达食品有限公司	网络美工	网页设计与制作
6	烟台朝阳果蔬菜有限公司	网络客服	市场营销
7	烟台商机互联电子商务有限公司	直播销售	直播销售
8	烟台明远家用纺织品有限公司	网络广告	跨境电商实务
9	烟台指尖电子商务有限公司	网络营销	网络营销实务
10	华录出版传媒有限公司	网络营销	新媒体运营

4. 学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地，能提供网络营销策划、新媒体编辑、网络渠道推广、客户服务、互联网产品销售等相关实习岗位，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，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，有保证实习日常生活、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为：具有可利用的数字化教学资

源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件，鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

（1）严格落实国家规定，按照《烟台汽车工程职业学院教材管理办法（修订）》（烟汽职院字〔2021〕27号）要求规范教材选用程序。

（2）优先选用国家级和省级规划教材、精品教材及获得省部级以上奖励的优秀教材；优先选用近三年出版新编（修订）高水平教材或优秀数字教材、活页式教材等新形态教材。

（3）所选用专业课教材应符合网络营销与直播电商专业人才培养目标和有关课程标准的要求，体现网络营销与直播电商行业新技术、新规范、新标准、新形态。

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，方便师生查询、借阅。专业类图书主要包括：网络营销与直播电商行业法律法规、行业标准、技术规范以及相关专业技术手册、操作规范等；网络营销与直播电商专业类图书和实务案例类图书；两种以上网络营销与直播电商专业学术期刊。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设数字化教学平台，建设精品资源共享课程，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、数字教材等专业教学资源库，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

教师充分开发并利用信息化教学资源、教学平台，灵活运用头脑

风暴教学法、案例教学法、项目教学法、角色扮演教学法、任务驱动法、现场教学法、讲授法等教学方法。

（五）学习评价

1. 通识课程考核评价建议

通识课程成绩按百分制计分，包括平时成绩和期末考试成绩两部分。平时成绩根据学生出勤情况、作业完成情况、课堂表现情况、小组学习活动情况、实训课表现情况等进行评定，占总成绩的 50%；期末考试可根据课程特点采用闭卷考试、开卷考试和撰写论文等多元考试方式，考试内容要注重考查学生知识运用能力和解决实际问题能力，闭卷考试要从考查学生的知识掌握情况和知识应用能力入手进行拟题，题量和难度要适中，避免偏、难题型，全面考察学生对本门课程的掌握情况，期末考试成绩占总成绩的 50%。

2. 专业课程考核评价建议

采取以职业能力考核为重点的工学结合考核方式，并尽量由行业企业人员参与或以行业企业评价为主，建立过程考评与期末考评相结合的考核评价体系。

（1）专业课程考评形式

过程考评：根据学生在每个学习情境或者每个学习任务的教、学、做的教学过程中，学生参加课堂学习、实践训练、小组协作学习、任务完成情况等所反映出的学生学习态度、学习能力和学习效果。即对教学过程进行实时监控，考评学生对学习任务的掌握情况，探究教学中所存在的问题或缺陷，适时调整教学方法与手段。

期末考核评价：在学期末进行综合知识和能力的考核，可以采用笔试，也可以采用实操考核和现场提问等多种形式，了解学生通过一学期的学习是否达到教学目标的要求。

（2）专业课程考评标准

专业课程考核标准参考如下表：

表 14 考评实施措施及考评标准

考评方式	过程考评（项目考评）			期末考评	
	平日表现	素质考评	实操考评	应知考评	应会考评
分值	10 分	10 分	30 分	25 分	25 分
考评实施	由主讲教师根据学生平日上课表现考评	由指导教师根据学生表现进行考评	每个学期由实训指导教师对学生进行三次以上的项目操作考评	按照教考分离原则，由学校教务处组织考评。	由实训指导教师对学生进行操作考评
考评标准	1. 出勤率 2 分； 2. 学习态度 2 分； 3. 学习纪律 2 分； 4. 课堂表现 2 分； 5. 平时作业 1 分； 6. 回答问题 1 分。	1. 着装 2 分； 2. 纪律 2 分； 3. 文明 2 分； 4. 团队合作 2 分； 5. 小组或团队评价 2 分。	1. 任务方案正确 5 分； 2. 软件设备使用正确 5 分； 3. 操作过程正确 5 分； 4. 任务完成质量 15 分。	建议题型： 1. 填空； 2. 选择； 3. 判断； 4. 名词解释； 5. 问答题； 6. 论述题。	1. 实训机软件使用； 2. 电脑设备使用； 3. 模拟流程操作； 4. 实训结果验收。

（3）专业课程考核成绩

专业课程的成绩由过程考核成绩和期末考核成绩两部分组成。过程考核总评达不到合格标准者，取消其参加期末考核的资格，达到合格标准者，其过程考核总评与期末考核按照一定的比例合成，作为学生课程最终考核成绩。

3. 第二课堂与创新创业课程考核评价建议

第二课堂与创新创业实践采用学分替换，学生发表论文、获得专利、竞赛成绩和自主创业等折算为学分，在第二课堂文艺活动、体育活动、公益活动、科技活动、社团活动以及劳动教育项目中，获得校级或校级以上荣誉可以获得 1 学分。

（六）质量管理

1. 学院建设专业管理质量平台，健全专业教学质量监控管理制度，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. 依据学院相关教学管理制度，加强日常教学组织运行与管理，开展督导评价、学生评教等工作。

3. 出台《专业负责人选拔及管理办法（试行）》，各专业实行专业负责人制度。作为本专业建设和发展的主要责任人，专业负责人带领专业团队做好本专业教育教学工作，做好专业建设规划。定期组织专业团队开展集体备课，召开教学研讨会，改革教学模式，创新教学环境、教学方式、教学手段，促进知识传授与生产实践的紧密衔接，增强教学的实践性、针对性和实效性，使人才培养对接用人需求、专业对接产业、课程对接岗位、教材对接技能，全面提高教育教学质量。

4. 继续加强与企业合作，引入企业评价，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。

5. 依据学院建立的毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，充分利用评价分析结果反馈改进专业建设。

九、毕业要求

1. 在学校规定年限内修满本专业人才培养方案规定的 162 学分；
2. 毕业时应达到的素质、知识和能力等要求详见培养目标与培养规格；
3. 鼓励获得与本专业紧密相关的职业资格证或行业上岗证 1 个；（主要包括互联网营销师职业技能等级证书、电子商务师职业资格证书、网络营销师证书、数据分析师证书等）；
4. 符合学校学生学籍管理规定的相关要求。
5. 根据《教育部关于推进高等学分认定和转换工作的意见》（教育部教改〔2016〕3 号），学生可依据附件 3：《烟台汽车工

程职业学院网络营销与直播电商专业学分认定和转换标准》进行学分认定和转换。

表 15 网络营销与直播电商专业毕业学分要求一览表

课程体系		学分要求				备注
		必修	限选	任选	小计	
通识课程平台	公共必修课程	36			36	
专业课程平台	专业基础课程	22			22	
	专业核心课程	27			27	
	专业实践课程	43			43	
专业拓展模块	专业选修课		8	2	10	
素质拓展模块	素质拓展课程		9	2	11	
	实践拓展		4		4	
	第二课堂活动			4	4	
创新创业模块	创新创业课程	2			2	有效学分 6 个学分，其中创新创业课程必修 2 个学分，
	创新创业活动	4				
	创业实践	4				
合计		135	21	8	162	

十、附录

1. 网络营销与直播电商专业人才培养方案变更审批表
2. 网络营销与直播电商专业教学计划变更审批
3. 烟台汽车工程职业学院经济管理系网络营销与直播电商专业学分认定和转换标准

附件 1：

烟台建筑工程职业学院专业人才培养方案变更审批表

专业代码		专业名称	
适用年级		专业所在系	
变更内容			
变更理由			
教学系 意见	签名： 日	年 月	
教务处 意见	签名：	年 月 日	
学院党委 审核意见	签名（盖章）：	年 月 日	
备注			

附件 2:

烟台汽车工程职业学院教学计划变更审批表

填表日期		填表人		开课系部		开课年级	
开课专业				课程类别			
课程编号			课程名称				
变 更 内 容	课程类别	原类别: → 现类别:					
	课程名称	原名称: → 现名称:					
	学 分	原学分: → 现学分:					
	学 时	原学时: → 现学时:					
	学时分配	原学时分配: → 现学时分配:					
	学 期	原学期: → 现学期:					
	考核方式	原考核方式: → 现考核方式:					
	该专业以后各级是否照此执行:						
变 更 理 由							
课程所在 部 门 审 核 意 见	课程负责人签名: 年 月 日			部门领导签名: 年 月 日			
专业所在 教 学 系 审 核 意 见	专业负责人签名: 年 月 日			系部领导签名: 年 月 日			
分管领导 审 批 意 见	教务处处长签名: 年 月 日			分管院长签名: 年 月 日			

附件 3:

烟台汽车工程职业学院网络营销与直播电商 专业学分认定和转换标准

为拓宽高技能人才成长通道，推动学习成果的认定、积累与转换，根据《烟台汽车工程职业学院学分认定和转换管理办法》的具体要求，结合网络营销与直播电商专业人才培养方案和教学实际，制定本标准。

一、适用范围与原则

1. 本标准适用于烟台汽车工程职业学院网络营销与直播电商专业（专业代码530704）的所有在籍学生。
2. 遵循学院办法。严格执行学院办法中关于不予转换课程、学分上限、成绩记载、就高不重复等所有通用规定。
3. 突出专业特色。本标准重点细化与本专业密切相关的证书、竞赛、实践等成果的认定规则。

二、学分认定与转换的具体标准

本专业认可的学习成果主要包括证书类、竞赛类。

（一）证书类学习成果认定标准

表1 证书类学习成果认定标准

序号	证书	相关要求	学分	可替代课程	备注
1	全国大学英语(CET)四级证书	四级	4	《大学英语》	选考
2	CCT全国高等学校计算机证书	二级	4	《计算机应用基础》	选考

序号	证书	相关要求	学分	可替代课程	备注
3	电子商务师证书	初级	8	《电子商务基础》、 《网络推广》	选考

(二) 竞赛类学习成果认定标准

表2 竞赛类学习成果认定标准

序号	竞赛名称	级别或获奖要求	可认定学分	可转换课程
1	山东省技能大赛	省赛三等奖及以上	8	《市场营销策划》、 《新媒体运营》

三、组织实施与程序

1. 本专业成立学分认定与转换工作小组，由专业负责人、教研室主任、骨干教师等组成，负责本专业范围内的初审与评议工作。

2. 申请流程。学生每学期开学后两周内提交《学分认定与转换申请表》及相关证明材料原件、复印件。专业工作小组在5个工作日内完成初审，重点审核成果与申请转换课程的等效性，并提出初步认定意见。初审通过后，按成果类别报送至学校相应的认定单位复核。最终由教务处核定、公示并录入系统。

3. 争议处理。学生对专业工作小组的初审意见有异议，可向教学系提出书面复议申请。

四、附则

本标准未尽事宜，严格按照《烟台汽车工程职业学院学分认定和转换管理办法》执行。