

网络营销与直播电商专业 人才培养方案（三年制）

专业大类及代码：财经商贸大类 53

专 业 类及代码：电子商务类 5307

专 业 名 称：网络营销与直播电商

专 业 代 码：530704

一、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

二、修业年限

以 3 年为主，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

三、职业面向

（一）职业面向

表一 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

（二）主要岗位（群）描述

表二 网络营销与直播电商专业毕业生职业面向、工作任务分析

序号	岗位群	就业岗位	岗位核心能力与要求	与核心能力对应的课程
1	新媒体运营	新媒体营销 主管	1. 具备借助社交、自媒体等平台进行策划的能力 2. 能通过第三方平	1. 内容策划与编辑 2. 新媒体运营 3. 营销渠道运维 4. 市场策划
2	直播运营	主播 直播场控	1. 具有直播间运营策划能力 2. 具备直播间流量引入能力 3. 具备内容创作与	1. 网店运营 2. 网络推广 3. 内容策划与编辑 4. 直播销售

(三) 职业技能等级证书

表三 职业技能等级证书

序号	职业技能等级证书名称	颁证单位
1	英语应用能力考试 B 级证书	教育部
2	高校计算机应用能力一级 及以上证书	教育部
3	1+X 直播电商（中级）	南京奥派股份有限公司
	社会认可度高的行业企业 标准和证书	标准制定的企业或证书颁证单位
1	助理电子商务师	人社部
2	互联网营销师	人社部

四、培养目标及规格

（一）培养目标

本专业以服务安徽区域经济发展、面向企业用人需求为导向，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

本专业毕业生应在德智体美劳等方面达到以下要求：

1. 德

（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 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）、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；

2. 智

（1）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；

（2）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；

(3) 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；

(4) 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；

(5) 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；

(6) 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；

(7) 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；

(8) 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；

(9) 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解决问题的能力；

3. 体

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；

4. 美

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；

5. 劳

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。

五、课程设置及要求

（一）公共基础课程

1. 公共必修课

（1）思想道德修养与法律基础（56 学时、3 学分）

本课程是一门思想政治理论必修课程，主要针对大学生成长过程中面临的思想和法治问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观及法治观教育，引导大学生提升思想道德素质和法治素养。

（2）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（72 学时、4 学分）

本课程以马克思主义中国化为主线，以坚持和发展中国特色社会主义为主题，以习近平新时代中国特色社会主义思想为重点，突出中国站起来、富起来、强起来的历史逻辑，通过相关基本理论学习，引导大学生坚定走中国特色社会主义道路的理想信念。

（3）综合英语（128 学时、8 学分）

本课程通过对精选的规范的语言教材的讲解，传授系统的英语语音、语法、词汇、篇章结构等基础知识；同时对学生进行严格的英语听说读写译等基本技能综合训练。在精讲多练的原则下，着重培养学生实际运用英语的能力，帮助学生掌握基本的英语交流技能。

（4）信息技术（56 学时、4 学分）

本课程使学生具备利用计算机进行信息的获取、处理、传递及应用的基本操作技能，提高学生的素质和计算机文化意识，培养学生的创新精神和实践能力，促进学生职业能力的培养和职业素质的养成。

（5）体育与健康（134 学时、8 学分）

本课程以身体练习为主要手段，以本课程以“健康第一”为指导，以身体练习为主要手段，以增进健康为主要目的，增强体能，学习与掌握各项体育运动技能。让学生掌握体育与健康基本知识，并指导实践；提高学生身体素质，心理素质，社会适应能力，具有良好的道德品质；每位学生能掌握 1-2 项运动技术，养成终生体育的运动习惯。具备职业人所应有的职业体能与职业素养，以展现当代大学生的精神风貌，为学生的职业方向和将来的工作特点奠定坚实的基础。与健康知识、技能和方法为主要学习内容，以发展学生核心素养和增进学生身心健

康为主要目的，具有基础性、健身性、实践性和综合性等特点，是学校教育的重要组成部分，对促进学生德智体美劳全面发展具有非常重要的价值。

（6）职业规划与就业指导（28 学时、2 学分）

本课程旨在帮助学生认识自我，了解职业，设定职业规划目标，并规划实施；做好求职准备，掌握简历撰写和面试技巧，找到合适的工作。

（7）创业基础（36 学时、2 学分）

本课程旨在培养学生的创新思维，创业意识和创新创业能力。了解创办企业的流程和步骤，掌握企业经营的方法，具备创业知识和能力。

（8）心理健康教育（36 学时、2 学分）

本课程是一门集知识传授、心理体验与行为训练为一体的必修公共基础课。课程以提高学生心理素质，塑造学生职业核心能力、提升学生未来社会适应能力为主旨，提升自我认知、人际沟通、自我调节、危机预防、创新思维等心理、职业核心能力。

（9）形势与政策（48 学时、1 学分）

本课程是主要讲授党的理论创新最新成果，党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题，帮助学生深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识时代责任和历史使命的一门公共思想政治理论课。

（10）美育（34 学时、2 学分）

本课程是以全面推进素质教育为宗旨，以审美体验为核心，结合具体的作品赏析与审美实践，有效促进学生审美能力的形成和发展。教学内容主要包括美学发展历史、中西方美学范畴、自然美、社会美、表演艺术美、影视艺术美、科学美等领域的美的发现、欣赏与领悟。通过引导学生主动参与审美实践，提升学生的良好的人文素养，为学生发现美、欣赏美乃至创造美奠定良好的基础，为培养身心和谐发展的当代大学生服务。

（11）习近平新时代中国特色社会主义思想概论（56 学时、3 学分）

本课程旨在指导学生从整体上把握马克思主义中国化的最新理论成果，系统学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，引导学生进一步坚定“四个自信”，增强“四个意识”，做到“两

个维护”，自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去。

（12）大学生安全教育（60 学时、1 学分）

本课程是一门集知识传授、技能培养为一体的所有专业必选公共基础课，总学时为 60 学时（每学期 10 课时）。课程旨在通过对大学生进行安全教育和技能培训，促进学生主动掌握安全防范知识，不断提高安全防范意识和避险自救能力，全面提升大学生安全整体素质。主要授课内容包括国家安全、网络安全、消防安全、公共卫生安全、社会活动安全、防灾减灾、应急逃生自救、实验实训安全等。

（13）国家安全教育（16 学时、1 学分）

本课程是一门集知识传授、能力培养为一体的所有专业必选公共基础课，总学时 16 学时。本课程主要内容包括总体国家安全观、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、新型领域安全等内容；公共安全教育主要包括人身安全、公共卫生安全、财产安全、心理安全、消防安全、应急处置、预防违法犯罪、防范邪教等内容。本课程的培养目标是通过国家安全和公共安全教育，提高新时代大学生的国家安全意识和自我保护能力，在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀，加强品德修养，增长知识见识，培养奋斗精神，提升学生综合素质。

（14）劳动教育（《劳动专题教育必修课》，16 学时，1 学分；《校内公益服务劳动实践》，14 学时，1 学分。）

本课程贯彻教育部印发的《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》文件精神，通过理论讲解和案例分析，从劳动最美丽、劳动最伟大、劳动最崇高、劳动最光荣四个角度，带领学生学习劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等内容，帮助学生正确认识劳动，树立正确的劳动观，增强学生的职业荣誉感和责任感，培育学生积极向上的劳动精神。

（15）国防教育（148 学时、4 学分）

国防教育课要以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力

量服务。通过国防教育课教学,让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能,增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识,弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

2. 公共选修课

(1) 人工智能基础(36 学时、2 学分)

本课程是面向所有专业的一门通识基础课程,是在学生学习了计算机信息技术课程、具备了一般计算机信息技术基础知识、掌握了基本操作和中西文字输入能力的基础上,开设的一门理实一体课程,其功能是对接专业人才培养目标,面向以各专业的培养目标和当前社会职业岗位的需求为导向,培养学生自觉使用计算机解决学习和工作中实际问题的能力,使计算机成为学生获取知识,提高素质的有力工具,从而促进本专业相关知识与技能的学习、提高学生基本素质与能力,为后继各专业课程学习打下基础。

(2) 网络创业理论与实践(36 学时、2 学分)

本课程从网上创业基础切入,从开店准备、货源管理、商品及店铺管理、网店推广、网站优化和无线运营方面,给予理论普及与实操指导,以详实的案例解析、丰富的实践经验来引导大学生开启真实的电商创业之旅,有效避免网络创业的陷阱。

(3) 新媒体环境下的品牌策划(36 学时、2 学分)

本课程助力大学生开始思考创新创业这件事,拓宽自己的商业格局。本课程鲜活深入,即时互动,贴近创业实际。

(4) 经济法(36 学时、2 学分)

本课程使学生理解并应用一些经济法的基础知识,熟悉一些常有的重要经济法律、法规的基础内容,增强法制观念并初步运用自己所学过的法律知识观察、分析、处理有关实际问题的能力。

(二) 专业(技能)课程

根据网络营销与直播电商专业人才培养目标,紧密联系生产实际和社会实践,突出应用性和实践性,注重学生职业能力和职业精神的培养,本专业开设《电子商务基础》等6门专业(技能课程)基础课程,开设《直播销售》等7门专业核心(职业技能)课程,部分课程的课程目标、主要内容和教学要求如下:

1. 专业基础课

(1) 电子商务基础 (36 学时、2 学分)

本课程使学生全面系统地掌握电子商务概论的基本概念和基本理论,对电子商务运行有一个比较全面的了解,建立起电子商务概论的基本思维框架,为进一步学习其他专业课程奠定理论基础。

(2) 零售基础 (36 学时、2 学分)

本课程主要内容从新零售的前世今生讲起,介绍了新零售的崛起背景、内涵和发展现状,然后介绍新零售的商业模式,着重对新零售运营思维进行了详细介绍,又从新零售的整个运营入手,围绕消费场景搭建、交易平台打通、全渠道营销构建、新用户体验、智慧型物流、数据中台和供应链重构 7 个方面,最后详细介绍了数据在新零售中的作用,以及新零售的未来及典型案例。

(3) 市场营销基础 (36 学时、2 学分)

本课程帮助学生掌握基本的营销理论,树立正确的营销观念,正确认识企业的营销活动,熟练掌握市场营销过程,为将来开拓物流市场打下坚实的基础。

(4) 选品与采购 (72 学时、4 学分)

本课程内容包括商品基本认知、品类划分与编码、商品质量辨识、商品包装与养护、常见产品分类与质量要求、移动商务选品、商品采购。

(5) 电子商务法律法规 (36 学时、2 学分)

本课程包括电子商务法概述、电子商务主体认定的法律制度、电子签名法律制度、电子支付法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度,以及其他相关电子商务法律制度。通过课程学习,强化学生对电子商务法知识的掌握与运用。

(6) 商务数据分析与应用 (72 学时、4 学分)

通过课程的学习,使学生了解流量、成交转化率、客单价等常见店铺数据。掌握数据分析基本原理和方法。掌握基本的数据处理工具,使学生能够在数据分析专员岗位上完成基本数据获取、清洗、处理、分析及数据分析报告的撰写等日常工作,为毕业后直接上岗从事数据分析工作奠定坚实的理论和实践基础。

2. 专业核心课

(1) 营销渠道运维 (72 学时、4 学分)

本课程内容包括打造专业账号形象;平台规则与运营;短视频策划、拍摄与

制作；直播间策划、拍摄与制作；直播间开通及运营；爆款营销思维；爆款吸粉视频策划；直播大卖换金法则；优秀直播案例剖析；品牌塑造；淘宝、1688 直播运营。该课程采用双师课堂模式，由校内教师讲授理论部分，企业导师讲师实操部分，以项目化教学方式授课，提高学生的实践技能。

（2）新媒体运营（72 学时、4 学分）

本课程使学生掌握新媒体营销的基本理论、方法和应用技巧，从实践的角度分析把握新媒体营销在现代企业的应用规律和操作机制。通过讲授、案例分析和讨论、上机实习，使学生掌握运用互联网开展营销等商务活动的一般理论、操作方法及应用技巧，使学生的知识结构紧跟时代发展的需要，具备从事新媒体营销的基本技能。

（3）内容策划与编辑（72 学时、4 学分）

本课程使学生掌握软文写作的各类技巧，具备一定的文字编辑、文案策划和网络营销推广能力，使学生的知识结构紧跟时代发展的需要，进而提升网络营销技能。

（4）直播销售（72 学时、4 学分）

本课程使学生具备直播销售能力，并能真正成为一名网络直播销售，实现能力变现。通过实践项目的设计，培养学生从事直播销售各种能力，熟悉直播销售相关方法、工具与技巧，具备熟练的职业技能。

（5）客户服务与管理（36 学时、2 学分）

本课程培养学生树立先进的客户服务理念和团队合作意识，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等工作，并能在工作中自我调节工作情绪和压力，为毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础。

（6）市场策划（36 学时、2 学分）

本课程内容包括产品策划、行业定位分析、销售渠道策划、客户群体策划、销售策略制定、营销活动策划、策划评估分析，使用第三方数据分析工具、办公软件、计算机等。

（7）网络推广（72 学时、4 学分）

本课程旨在培养学生运用网络资源，电子商务推广方法，从事基于移动互联

网的营销推广活动，形成 APP 营销、微营销等职业能力。通过基于企业情境设计的项目实践锻炼，加深学生对网络推广相关知识技能的掌握。

3. 专业选修课

（1）图形图像处理（56 学时、4 学分）

本课程培养学生视觉营销的基本理念和团队合作意识，使学生熟练掌握图片处理软件的基本操作，理解图层蒙版的基本原理，能够在图片拍摄之后完成瑕疵修复、抠图、投影制作等图片美化工作。为网店美工岗位工作奠定坚实的实践基础。

（2）视觉营销设计（56 学时、4 学分）

通过课程的学习，培养学生电商平台美工岗位的设计理念和创新思维。掌握高超的图片处理技能，使学生能够在网店美工岗位上完成 logo 设计、轮播海报设计、商品主图设计、商品详情页设计，PC 端、移动端、跨境端的店铺装修。在掌握 photoshop 软件使用的基础上，胜任不同类型电商店铺的视觉营销、网店美工岗位。

（3）移动商务基础（36 学时、2 学分）

本课程在突出移动互联网时代的到来给电子商务带来的新的变化和契机，让学生能与时俱进的将电子商务的商业模式运用到移动商务活动中，重在探讨和研究移动电子商务的应用。同时为今后走上实际工作岗位，为企业提供好的移动商务解决方案起到很好的实践应用作用。

（4）经济法（36 学时、2 学分）

本课程使学生理解并应用一些经济法的基础知识，熟悉一些常有的重要经济法律、法规的基础内容，增强法制观念并初步运用自己所学过的法律知识观察、分析、处理有关实际问题的能力。

（5）短视频拍摄制作（72 学时、4 学分）

本课程从平台、内容、故事、拍摄、剪辑、粉丝、推广、数据、变现这 9 个角度入手，辅以大量的理论、技巧、案例，培养学生找到短视频获利的正确方式。主要学习如何制作好短视频，如何利用短视频进行营销。该课程采用双师课堂模式，由校内教师讲授理论部分，企业导师讲师实操部分，以项目化教学方式授课，提高学生的实践技能。

（6）短视频运营（72 学时、4 学分）

本课程从平台、内容、故事、拍摄、剪辑、粉丝、推广、数据、变现这 9 个角度入手，辅以大量的理论、技巧、案例，培养学生找到短视频获利的正确方式。主要学习如何制作好短视频，如何利用短视频进行营销。该课程采用双师课堂模式，由校内教师讲授理论部分，企业导师讲师实操部分，以项目化教学方式授课，提高学生的实践技能。

（7）社群运营（72 学时、4 学分）

本课程旨在培养学生掌握当前常用的社群营销与运营方法、技巧和策略。从社群营销概述、构建优质社群、社群用户运营、社群活动运营、社群品牌化运营、社群营销推广、社群团队管理以及社群商业变现等方面培养学生的社群运营能力。

（8）微信营销（72 学时、4 学分）

本课程阐述了个人、企业利用微信生态各主流功能产品开展品牌营销及实现商业变现的策略和方法。介绍了不断迭代、完善的微信生态，阐述了微信生态营销与运营的价值及思路，引导读学生全面认识微信生态营销与运营，进行微信个人号、微信公众号、社群、小程序、视频号等运营实战。

（三）实践性教学环节

表四 实践教学环节设计

专业实践性教学环节	实践教学名称	开设学期	学分	学时	场地
实训	入学教育	1	1	16	校内
	直播综合实训 I	2	1	30	机房
	直播综合实训 II	3	1	30	机房
	直播综合实训 III	4	1	30	机房
实习	毕业教育	1	1	16	校内

(专业根据需要安排)	专业技能综合实训	5	8	160	企业
	岗位实习(1)	5	10	200	企业
	毕业实践报告	6	4	80	企业
	岗位实习(2)	6	14	280	企业

(四) 课程思政要求

网络营销与直播电商专业课程思政育人旨在培养学生的直播销售能力,同时加强德育教育,提高学生的道德水平和社会责任感。以下为专业课程的课程思政建设方向一览表:

表 网络营销与直播运营专业课程思政建设方向一览表

序号	课程模块	课程名称	课程思政建设方向
1	专业基础课	电子商务基础	1. 乡村振兴实践渗透: 在"电商模式"章节增设农村电商案例拆解, 要求学生设计县域农产品上行业务流程图, 通过对"直播助农"等案例的运营分析, 引申对共同富裕政策的现实诠释。 2. 商业伦理具象化训练: 讲授"平台规则"时设置诚信经营情景模拟, 学生需为虚构网店设计《反刷单承诺书》与《消费者保障条款》, 在规则设计中强化法治意识与契约精神。 3. 科技自强价值引导: 结合"电子支付"技术演进内容, 对比中外移动支付发展路径, 通过分析国产加密技术突破案例, 渗透关键技术自主可控的

			国家战略意识。
2		市场营销基础 II	1. 传统文化营销活化: 在"品牌定位"实践环节增设老字号品牌年轻化提案, 要求学生提取故宫文创、同仁堂等品牌的东方美学元素, 在 VI 设计中体现现代际传承的文化自信。 2. 民生关怀视角培养: 讲授"定价策略"时引入基本民生商品价格管控案例(如医保药品集采), 通过模拟粮油、药品等特殊品类定价方案设计, 强化社会主义市场经济的民生导向。 3. 绿色消费观塑造: 在"促销策划"任务中设置环保约束条件, 要求学生为快消品设计"空瓶回收积分计划", 结合限塑令政策分析引申可持续发展国策。
3		零售基础	1. 城市服务温度培育: 在"终端布局"章节分析社区便民业态(如早餐工程、共享药房), 通过绘制"15 分钟生活圈"服务网点图, 渗透公共服务均等化理念。 2. 劳动尊严价值彰显: 结合"仓储管理"实训, 增设物流工人防暑关怀方案设计, 学生在优化拣货路线时需纳入劳保设备配置预算, 具象化体认劳动权益保障。 3. 实体商业爱国载体: 讲授"场景营销"时引入红色文旅商业体案例(如井冈山"初心书店"), 分析革命元素

			与商业空间的融合设计,强化业态创新中的红色基因传承。
4		选品与采购	1. 质量强国实践切入: 在"供应商评估"模块设置制造业单项冠军企业调研,要求学生分析国产轴承、螺丝等"隐形冠军"产品技术参数,在采购标准制定中渗透工业精神。 2. 扶贫攻坚延续教育: 讲授"农产品采购"时模拟平台采购决策,学生需平衡贫困县花椒滞销价与餐厅成本,通过采购方案论证乡村振兴长效机制。 3. 供应链安全警示: 结合"进口替代"选品任务,解剖芯片断供事件对家电行业的影响,在替代品开发评估中植入产业链自主可控意识。
5		电子商务法律法规	1. 平台治理人民立场: 解析"算法推荐"条款时, 模拟设计未成年人防沉迷系统,要求标注《未保法》相关法条序号,在技术合规中彰显立法温度。 2. 数据主权案例教学: 结合"跨境数据流动"规范,通过TikTok听证会案例解析,强化数字时代的主权安全意识。 3. 新业态劳动者保护: 讲授"灵活用工"法律问题时, 解剖外卖骑手工伤认定争议案,在合同条款改写实践中渗透对新型劳动关系的法治保障。

6		商务数据分析与应用	1. 隐私保护技术德育: 在"用户画像"实训中设置道德防火墙任务, 要求学生用脱敏技术处理含身份证号的测试数据, 在代码注释栏标注《个人信息保护法》相关条款。 2. 虚假信息甄别教育: 讲授"舆情分析"时引入抗疫谣言传播图谱拆解, 通过对比真实疫情数据曲线, 培养用数据捍卫科学精神的能力。 3. 区域协调发展洞察: 在"销售地域分析"项目叠加乡村振兴重点县地图, 学生需标注出少数民族地区特色产品的物流改善点, 在数据可视化中呈现协调发展观。
1	专业核心课	市场策划	1. 民生导向决策训练: 在"促销方案"设计中增设社区平价菜摊推广任务, 要求学生核算低保人群补贴成本, 通过"满减梯度与政府补贴联动"模型具象化共同富裕政策。 2. 文化自信载体构建: 策划"国潮品牌快闪店"时强制植入非遗元素(如苗银纹样/宣纸灯饰), 在动线设计中考核传统文化符号与现代商业空间融合度。 3. 区域协作价值体认: 针对"对口援疆"特产策划案, 要求标注物流时效改善图, 学生需在方案中呈现"沪疆铁路+冷链"运输成本优化数据, 强化全国大市场意识。

2		直播销售	1. 弘扬工匠精神:精益求精的职业态度在主播人设设计环节,要求学生反复打磨细节。结合科大讯飞助听器的技术优势(如 AI 降噪),引导学生理解“科技产品需严谨落地”的工匠理念。 2. 践行徽商精神:通过小组任务,强调组内分工与帮带机制,体现徽商“和协共进”的协作文化。 3. 强化合规意识:诚信经营与社会责任,学习《医疗器械类宣传规范》,严禁使用“治愈率”等违规话术,强调医疗直播的伦理底线。
3		内容策划与编辑	1. 历史真相守护机制:制作“老字号品牌故事”推文时,增设史料核查环节(如查证同仁堂御药房档案),在内容审核清单中标注“杜绝伪历史”红色条款。 2. 民生痛点传播伦理:策划“社区改造”专题报道,要求拍摄前后对比图必须含便民设施(适老扶手/无障碍坡道),用视觉叙事传递人民城市理念。 3. 生态警示创意转化:在环保海报设计中绑定本地污染数据(如太湖蓝藻浓度曲线),要求学生将年度监测报告转化为“可感知”信息图表。
4		营销渠道运维	1. 反垄断实践认知:分析“平台二选一”案例时,模拟制作渠道多元化评

			分表（中小商家占比/替代渠道数量），在评估体系中渗透公平竞争法治精神。 2. 城市温度触点设计: 运维地铁广告系统时，规定公益广告位占比算法，通过资源分配规则彰显公共服务属性。 3. 产业链安全演练: 针对进口美妆断供危机，开发国货替代渠道图谱（从华熙生物原料到林清轩终端），在应急预案中强化供应链自主可控意识。
5		新媒体运营	1.社会效益优先：通过讲授讨论思辨，传递社会效益优于经济效益，树立社会责任担当。 2.文化主权技术防御：讲授"跨平台同步"工具时，解剖文化渗透型算法漏洞（如篡改传统节日释义），要求学生编写关键词过滤正则表达式。 3.培育乡土情怀，扎根乡村：开展地方特色产品推介，培育乡土情感。 4.合规从业严守红线：通过讲解创作推广中的正反案例，引导学生坚守底线。 5.守正创新弘扬正气：鼓励学生大胆创新，但也要遵守社会规则。
6		客户服务与管理	1. 数字鸿沟消除实践：设计"适老版客服流程"时，要求录音分析方言通话样本（吴语/粤语识别率），通过技术适配体现弱势群体关怀。

			2. 维权成本压缩创新: 处理家电投诉案例, 开发"故障自检 AR 教程"替代上门核查, 在解决方案中践行绿色低碳理念。 3. 民族团结服务强化: 针对少数民族客户, 考核宗教禁忌知识库调用准确率 (如清真食品退换货规则), 在服务标准中筑牢共同体意识。
7		网络推广	1. 诚信生态技术约束: 操作 SEO 优化时, 设置"黑帽技术"自动拦截实验 (隐藏文字/刷点击量工具), 通过算法失效反证正当竞争必要性。 2. 国家形象守护机制: 投放海外推广素材前, 启动"文化误读预警系统", 防范跨文化传播风险。 3. 重大主题传播创新: 策划"航天精神"热点营销时, 绑定航天食品包装专利数据, 要求将冻干技术参数转化为"可食用"传播话术。

六、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排表

网络营销与直播电商专业教学计划表（2025 版）

课程性质	课程属性	序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	计划学时			周学时						考核方式	主要教学场所	开课学院	是否课证融合	备注
							总学时	理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年						
										1	2	3	4	5	6					
公共课	公共必修课	1	MY20039	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	3	54	36	18		2+1					考试	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		2	MY20041	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	2	36	18	18		1+1					考试	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		3	MY20040	思想道德与法治	B	3	54	36	18	2+1						考试	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		4	GJ24001	综合英语 II（1）	B	2	28	14	14	1+1						考试	多媒体教室	国际教育学院	否	
		5	GJ24002	综合英语 II（2）	B	2	28	14	14		1+1					考试	多媒体教室	国际教育学院	否	
		6	XX200106	信息技术	B	4	56	28	28	2+2						考试	实训室	信息工程学院	否	

		7	WL20434	体育与健康（1）	C	2	28	0	28	2						考试	体育场	文化旅游学院	否	
		8	WL20435	体育与健康（2）	C	2	36	0	36		2					考试	体育场	文化旅游学院	否	
		9	WL20436	体育与健康（3）	C	2	36	0	36			2				考试	体育场	文化旅游学院	否	
		10	WL20437	体育与健康（4）	C	2	36	0	36				2			考试	体育场	文化旅游学院	否	
		11	CY20001	职业规划与就业指导	B	2	28	14	14	1+1						考试	多媒体教室	创业学院	否	
		12	CY20002	创业基础	B	2	36	18	18		1+1					考试	多媒体教室	创业学院	否	
		13	MY20003	心理健康教育	B	2	36	18	18		1+1					考试	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		14	WL20550	美育	B	2	36	36	0			2				考查	多媒体教室	文化旅游学院	否	
		15	MY20004	形势与政策（上）	A	1	48	48	0	1/3/5 学期 8 课时，集中授课						考查	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		16	MY20005	形势与政策（下）						2/4/6 学期 8 课时，集中授课						考查	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		17	JW20012	大学生安全教育	B	1	60	30	30	每学期 10 课时						考查	多媒体教室	安保处	否	
		18	MY20042	国家安全教育	B	1	16	8	8	1+1						考查	网课	马克思主义学院	否	
		19	JW20010	国防教育	B	4	148	36	112	3周						考试	户外场地	学生处	否	

		20	JW20017	校内公益服务劳动实践（值周）	C	1	14		14		1周					考试	学校	教务处、学生处	否	
		21	JW20011	劳动专题教育必修课（线上线下融合）	B	1	16	8	8	1						考试	网课	教务处	否	
		小计				41	830	362	468	16	13	4	2	0	0					
	公共选修课	22	TS200501	人工智能基础	A	2	36	18	18			1+1				考查	网课	教务处	否	
		23	TS200431	网络创业理论与实践	B	2	36	18	18			1+1				考查	网课	教务处	否	
		24	TS200013	新媒体环境下的品牌策划	B	2	36	18	18			1+1				考查	多媒体教室	教务处	否	
		25	WL20521	经济法	B	2	36	18	18			1+1				考查	多媒体教室	文化旅游学院	否	
		小计				4	72	36	36	0	0	4	0	0	0					
	专业基础课	26	DS20015	电子商务基础	B	2	28	14	14	1+1						考查	多媒体教室	电子商务学院	否	
		27	LT20063	市场营销基础 II	B	2	28	14	14	1+1						考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
		28	DS202225	零售基础	B	2	28	14	14	1+1						考查	多媒体教室	电子商务学院	否	
		29	DS20081	选品与采购	B	4	72	36	36		2+2					考查	实训室	电子商务学院	否	
		30	DS23006	电子商务法律法规	B	2	36	18	18				1+1			考查	多媒体教室	电子商务学院	否	

		31	DS20102	商务数据分析与应用	B	4	72	36	36				2+2			考查	实训室	电子商务学院	否	
		小计				16	264	132	6	4	0	6	0	0						
	专业核心课	32	DS25001	市场策划	B	4	36	18	18		1+1					考试	实训室	电子商务学院	否	
		33	DS20094	直播销售	B	4	72	32	40			2+2				考证	实训室	电子商务学院	是	
		34	DS23020	内容策划与编辑	B	4	72	36	36			2+2				考试	实训室	电子商务学院	否	
		35	DS23021	营销渠道运维	B	4	72	36	36			2+2				考试	实训室	电子商务学院	否	
		36	DS23019	新媒体运营	B	4	72	36	36			2+2				考试	实训室	电子商务学院	否	
		37	DS23005	客户服务与管理	B	2	36	18	18			1+1				考试	实训室	电子商务学院	否	
		38	DS20224	网络推广	B	4	72	36	36			2+2				考试	实训室	电子商务学院	否	
		小计				26	432	216	0	2	12	10	0	0						
	专业拓展课	39	DS20002	图形图像处理	B	4	56	28	28	2+2						考试	实训室	电子商务学院	否	
		40	DS20061	视觉营销设计	B	4	56	28	28	2+2						考试	实训室	电子商务学院	否	
		41	DS20100	移动商务基础	B	2	36	18	18		1+1					考查	多媒体教室	电子商务学院	否	

		42	WL20524	经济法Ⅳ	B	2	36	18	18		1+1					考查	多媒体教室	文化旅游学院	否	
		43	DS2009	短视频拍摄制作	B	4	72	36	36			2+2				考试	实训室	电子商务学院	否	
		44	DS202206	短视频运营	B	4	72	36	36			2+2				考试	实训室	电子商务学院	否	
		45	DS20221	社群运营	B	4	72	36	36				2+2			考查	实训室	电子商务学院	否	
		46	DS20074	微信营销	B	4	72	36	36				2+2			考查	实训室	电子商务学院	否	
		小计				14	236	118	118	4	2	4	4	0	0					
	综合实践	47	JW20023	入学教育	C	1	16		16	1周						过程性考核	校内	电子商务学院	否	与军训同时开展,不占用总周数
		48	JW20024	毕业教育	C	1	16		16					1周		过程性考核	企业实训基地	电子商务学院	否	
		49	JW20013	专业技能综合实训	C	8	160		160				8周			过程性考核	企业实训基地	电子商务学院	否	
		50	JW20014	岗位实习（1）	C	10	200		200				10周			过程性考核	企业实训基地	电子商务学院	否	
		51	JW20015	毕业实践报告	C	4	80		80					4周		过程性考核	企业及学校	电子商务学院	否	
		52	JW20016	岗位实习（2）	C	14	280		280					14周		过程性考核	企业实训基地	电子商务学院	否	

	53	SXDS20006 2	直播综合实训 I	C	1	30		30		1 周					考查	学校	电子商务 学院	否	
	54	SXDS20641	直播综合实训 II	C	1	30		30			1 周				考查	学校	电子商务 学院	否	
	55	SXDS20070 2	直播综合实训 III	C	1	30		30				1 周			考查	学校	电子商务 学院	否	
小计					41	842	0	842					18 周	18 周					
总学分、总学时合计					14 2	267 6	86 4	181 2	26	21	24	22	18 周	18 周					

（二）各类课程学时分配

表 网络营销与直播电商专业理论教学与实践教学学时比例表

项目		学时数	占总学时的比例	备注
理论教学时数		864	32.3%	
实践教学时数	课内实践教学时数	1002	67.7%	
	职业综合技能训练	250		
	岗位实习	480		
	毕业实践/设计报告	80		
	合计	1818		
总学时		2676	100%	

表 网络营销与直播电商专业学时表

课程类别	课程模块	课程门数	学时数	所占比例
必修	公共基础课	21	830	31%
	专业基础课	6	264	9.9%
	专业核心课	7	432	16.1%
	综合实践课	11	845	32.6%
选修	专业拓展课	8	236	8.8%
	公共基础选修课	4	72	2.7%
合计		55	2676	100%

表 网络营销与直播电商专业公共基础课程学时表

课程类别	课程模块	课程门数	学时数	所占比例
------	------	------	-----	------

公共基础课	公共基础必修课	21	830	31%
	公共基础选修课	4	72	2.7%
合计占总学时				33.7%

八、实施保障

（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。

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一般不低于 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。能够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。

2. 专业带头人

原则上应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。

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。

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，应具有扎实的专业知识和

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

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（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、校内实训室和校外实训基地。

1. 专业教室

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。

2. 校内外实训室

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

3. 学生实习基地

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

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。

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。

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

要以工学结合、校企合作为纲，精心设计、力求创新。着力培养学生的电子商务意识，让学生深刻体会网络营销与直播电商在企业中的应用形式和给企业带来的效益。采用任务导向课程教学，教学过程应“教－学－做”一体；以学生为主，教师为辅。加强线上线下混合教学模式的应用，鼓励启发式和案例式教学、自主性学习和研究性学习的新模式。个别课程开展“双师课堂”。重视第二课堂

的作用，为学生提供课程实训指导，以增强学生对知识与技能的应用能力。

（五）学习评价

着眼于科学全面地评价学生的综合素质，强化实践能力、应用能力的考核，发挥考核评价促进教法和学法改进的作用。学生评价从专业知识、专业技能、职业素质、团队合作、过程表现等多方面进行，评价方式呈多元化，有期末考试、教学过程考核、实训操作考核、职业技能大赛、职业资格鉴定考核等评价、评定方式。任课教师可根据学生实际情况，根据课程特点灵活运用笔试、机试、线上考试、作品评价、撰写课程报告、提交项目策划书等考核形式，较好地反映学生的综合知识和技能水平。注重对教师教学过程的质量监控，注重对教师教学过程的质量监控，建立了学生评教、督导评教和同行评教、教研室评教和教务部门评教的多元化的教学质量评价体系。

（六）质量管理

人才培养方案是我校实现人才培养的总体设计和实施方案，是安排教学任务、组织教学活动、进行教学管理工作的基本依据，也是学校监控和评价教学质量的基本文件。为了维护人才培养方案的严肃性和相对稳定性，规范人才培养过程管理，保证人才培养方案的顺利实施，我校特对人才培养方案的制订、修订、实施和调整修改，制定了严格的规范和程序进行。学校以构建内部质量保证体系为抓手，以诊断与改进为手段，建立健全学校-二级单位-教研室（专业、课程）三级质量保证组织管理体系，形成“五主体五系统一平台”的内部质量体系架构，有力地促进了教育教学质量的提升。

九、毕业要求

（一）学生毕业应达到的学分要求

本专业总学分 142，其中包含：教学计划要求的必修课学分 124，选修课学分 18。

（二）学分转换

表八 证书与学历专业（课程）之间的转换规则表

赛事/证书名称	获奖登记/证书等级	颁证机构	可替代课程名称	课程学分
安徽省职业技	三等奖及以上	安徽省教育厅	直播销售	2

能大赛高职组 直播电商赛项				
市场营销师	高级营销员 (四级)		市场营销基础	2
全媒体运营师	高级工(三级)	国家广电总局	新媒体运营	4

(三) 证书要求

表九 网络营销与直播电商专业各资格证书一览表

序号	考核项目	等级要求	考核发证部门	考核学期	类型	
					必考	鼓励
1	大学英语	B 级及以上	教育部	不限	✓	
2	安徽省计算机 等级考试	一级	安徽省教育厅	不限	✓	
3	1+X《直播电 商》证书	中级	南京奥派信息 产业股份公司	不限		✓
4	1+X《网店运营 推广》证书	中级	北京鸿科经纬 科技有限公司	不限		✓
5	全媒体运营师	高级工(三 级)	国家广电总局	不限		✓