



郑州电子信息职业技术学院

Zhengzhou Professional Technical Institute of Electronics & Information

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____

专业代码：____530704____

所属专业群：____电子商务____

所属学院：____商学院____

适用年级：____2025级____

专业带头人：____刘良坤____

审核人：____张素平____

修订时间：____2025年9月18日____

编制说明

人才培养方案是组织专业教学及进行专业教学质量评估的纲领性文件，是构建专业课程体系、组织课程教学和开展专业建设的基本依据。

本方案以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十八大、十九大、二十大及历次全会精神 and 《中华人民共和国职业教育法》，落实立德树人根本任务，突出职业教育的类型特点，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，融合“经贸思政”，深化“经贸产教”，构建“1+N”校企合作生态圈，推进教师、教材、教法改革，面向实践、强化能力，面向人人、因材施教，规范人才培养全过程，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，引导学生虚心学习养“大气”、潜心学习养“才气”、正心学习养“勇气”，着力培养“经贸特质、经贸精神、经贸情怀”堪当民族复兴重任的高素质技术技能人才。

本方案体现专业教学标准规定的各要素和人才培养的主要环节要求，依据《网络营销与直播电商专业教学标准（高等职业教育专科）》制订，主要由专业名称及代码、入学要求、修业年限、职业面向、培养目标与培养规格、课程设置及要求、教学进程总体安排、师资队伍、教学条件、质量保障和毕业要求、附录组成。

本方案由本专业所在二级学院组织专业带头人、骨干教师和行业企业专家，通过对市场需求、职业能力和就业岗位等方面的调研、分析和论证，根据职业能力和职业素养养成规律制订，符合高素质技术技能人才培养要求，具有“对接产业、产教融合、校企合作”的鲜明特征。方案紧密对接批发业、零售业、互联网和相关服务、商务服务业数字化、网络化、智能化发展趋势，面向渠道销售主管、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、网络广告专员、市场策划主管等岗位（群），构建了以市场策划、网络推广、直播销售、新媒体运营、客户服务与管理等为核心的专业课程体系，强化实践性教学和数字化能力培养。

本方案在制（修）订过程中，严格遵循专业教学标准要求，历经专业建设与教学指导专门委员会论证，校学术委员会评审，提交院长办公会和党委会审定，将在2025级网络营销与直播电商专业实施。

主要编制人：

序号	姓名	单位	职务	职称
1	刘良坤	郑州电子信息职业技术学院	商学院院长	副教授
2	朱钰	郑州电子信息职业技术学院	骨干教师	助教
3	王颖	郑州电子信息职业技术学院	骨干教师	助教
4	张文娟	郑州电子信息职业技术学院	马克思主义学院 习近平新时代中国特色社会主义思想概论教研室主任	讲师

审定人：

序号	姓名	单位	职务	职称
1	孙双全	河南工程学院	管理工程学院教学院长	副教授
2	李鹏飞	新道科技股份有限公司	副总经理	
3	魏心志	河南科之源商贸有限公司	总经理	2017级毕业生
4	路娟	郑州电子信息职业技术学院	艺术学院院长	副教授
5	张茂梓	郑州电子信息职业技术学院	学生	2024级在校生 网络营销与直播电商专业

网络营销与直播电商专业 2025级人才培养方案评审表

评审专家				
序号	姓名	单位	职务/职称	签名
1	孙红金	河南工程学院	教授	孙红金
2	李鹏江	新道科技股份有限公司	副总经理	李鹏江
3	魏心志	河南伟达商贸有限公司	总经理	魏心志
4	路娟	郑州电子信息职业技术学院	艺术学院院长 副教授	路娟
5	张茂梓	郑州电子信息职业技术学院	2024级在校生	张茂梓
评审意见				
该人才培养方案清晰、合理、准确，课程设置严格遵循国家标准，并且具备鲜明的学校特色。 优势与亮点： 定位精准：方案紧密对接批发零售、互联网服务、商务服务等核心领域，聚焦渠道销售主管、直播销售员、直播运营主管等热门岗位，深度呼应数字经济下“直播电商+新媒体”的产业升级趋势，人才培养方向与市场需求高度匹配。 课程体系完善：课程内容紧密结合行业新技术与新规范，核心课程涵盖视觉营销设计、直播运营、新媒体策划等关键技能模块，拓展课程新增数据化运营、社群运营等前沿内容。 实践教学扎实：构建“单项技能实训+综合能力实训+生产性实训+认识实习+岗位实习”的阶梯式实践链条，评价机制采用“过程性评价+实践能力评价”双轨模式，符合《职业学校学生实习管理规定》。 建议： 校企合作深度需进一步加强：建议探索产业学院、订单班等合作模式，推动企业参与人才培养方案制定、核心课程教学及实训项目开发，实现校企协同育人常态化。 该方案整体设计思路清晰、内容全面、重点突出，能够有效支撑高素质技术技能人才培养目标的实现，同意通过评审。 评审组长签字：孙红金 2025年 9 月 23 日				

2025级专业人才培养方案审定表

专业名称	网络营销与直播电商
专业代码	530704
学术委员会 审核意见	专业人才培养方案中的培养目标和规格清晰,课程体系设置合理,实施条件较为完善,方案科学可行。审议通过。 签字:  日期: 2025.9.27 
校长办公会 审核意见	专业人才培养方案内容完整,文件结构清晰,审议通过。 签字: 陈国云 日期: 2025.9.27 
党委会 审核意见	审议通过同意实施 签字: 陈国云 日期: 2025.9.27 

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

三年

四、职业面向

表 1 本专业职业面向

所属专业 大类 (代码)	所属专业 类(代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位(群)或技术 领域	职业类证书
财经商贸大 类(53)	电子商务类 (5307)	批发业(51)、 零售业(52)、 互联网和相关服务(64)、 商务服务业 (72)	互联网营销师 (4-01-02-07)、 全媒体运营师 S (4-13-01-05)、 市场营销专业人 员(2-06-07-02)	目标岗位：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 发展岗位： 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	电子商务师 直播运营师 跨境电子商务师 阿里巴巴电商运营相关 证书 抖音电商“电商学习中 心认证”

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和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）公共基础课程

公共基础必修课共 18 门，包括思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中国共产党历史、军事理论、军事技能训练、劳动教育、国家安全教育、英语、高等数学、职业生涯规划、就业与创业指导、计算机应用及人工智能基础、创业基础、普通话、大学生心理健康教育、体育；公共基础选修课共 8 门，包括高等数学、数学文化、实用英语口语、实用英语写作、应用文写作、中华优秀传统文化、大学语文、公共艺术课。

（二）专业课程

1、专业基础课程

专业基础课共 7 门，包括商务数据分析与应用、电子商务基础、商品拍摄与素材编辑、电子商务法律法规、市场营销、零售基础、选品与选购。

（1）商务数据分析与应用

课程目标：通过本课程的学习，学生掌握从调查方案的设计，数据资料的收集、处理、分析到数据分析报告的撰写整个工作流程，学会运用相关数据处理工具进行数据分析的基本方法。同时还要培养学生自主学习能力、自我管理能力、沟通能力、组织协调能力。

主要内容：熟练掌握 excel 数据分析技能，掌握 Python 基础，运用 Python 能够准确抓取数据，通过对数据的分析撰写数据报告。

教学要求：模拟企业真实项目，设计三个工作项目，难度依次增加，使用 excel 分析电子商务数据，使用 Python 收集数据，最后撰写数据分析报告。难度依次增加，最后的过程化考试完成一个课程小成果。

（2）电子商务基础

课程目标：了解电子商务的基本概念框架；理解电子商务的基本理论方法；掌握各类电子商务的主要业务处理流程和操作技能；学会运用所学技能进行各类网上业务的处理操作；能够将电子商务技能融会贯通，灵活应用于工作实践、个人网络化生活和日常理财。

主要内容：电子商务的基本概念、发展历史、基本理论、电子商务的功能及其分类、电子商务安全、电子商务在线支付工具等。

教学要求：遵循“理论实践结合、就业导向”原则，重点培养学生对电子商务基础理论的理解及实操技能。具体包括：系统讲解电子商务基本概念、框架结构、发展历程及典型模式（如 B2B/B2C/C2C），结合数字经济与新兴技术（如大数据、物联网）拓展知识面；通过模拟操作掌握电子支付、网络营销、网店开设与管理等核心技能，并运用案例分析解决交易纠纷、信息安全等问题。采用任务驱动、案例研讨及项目式教学，结合多媒体与实训平台强化实操训练。

（3）商品拍摄与素材编辑

课程目标：了解网店商品图片与主图视频、掌握网店摄影的基础知识、拍摄的基本技巧、拍摄的基本流程、网店图片拍摄实战、Photoshop 技法与图片处理、网店视频拍摄基础知识、网店视频拍摄技巧、网店视频拍摄实战、网店视频的后制作。

主要内容：根据摄影色彩、构图策略，拍摄出曝光合理，主题突出的商品照片，根据商品的特点进行创意设计，提高用户关注度，运用相关软件对图片进行

处理，展示从整体到局部的商品特性，突出商品卖点。

教学要求：本课程的建设 and 改革立足于职业教育，把理论知识和职业技能结合起来，把基础与专业结合起来，强调理论与实践相结合，课内实训与课后任务驱动相结合，技能学习与岗位应用相结合，培养学生的创新能力和岗位素养。

（4）市场营销

课程目标：以培养高素质、高技能、创新型人才为目标，通过以情境化、项目制为特色的实践教学，将本课程专业知识系统地融于实践全过程。教学内容按市场营销活动的规律划分为相互关联的若干学习情境，结合社会、企业需要解决的实际项目，把上述学习情景中的一个个项目转换成相对独立的工作任务交予学生独立完成。从而培养学生独立与协作工作的能力，提升学生自主学习的兴趣，锻炼学生通过自主学习掌握工作思路与方法的能力，切实提高学生的职业技能和处理实际问题的综合素质。

主要内容：市场营销环境分析，市场细分、目标市场选择、市场定位，企业的产品、价格、渠道和促销等一系列营销策略的制定。

教学要求：通过课程理论学习和实践训练，培养学生市场分析、市场定位和营销策略（产品、价格、渠道、促销）的制定与实施等能力。

（5）电子商务法律法规

课程目标：通过本课程的学习，要使学生了解电商法律的一些基础理论知识；熟练掌握常用的重要的电子商务法律法规的主要内容。学生需掌握电子商务法的基本原理、国内外立法动态及核心法律制度。课程注重培养运用法律知识解决实际问题的能力，例如分析电子合同效力、处理消费者权益纠纷、应对网络安全风险等，并通过案例教学和模拟实践提升法律应用技能。

主要内容：以电子商务活动中的法律问题为核心，涵盖基础理论、实务操作与法律规制三大模块，旨在培养学生在数字商务环境下的法律应用能力。主要包括：基础理论：解析电子商务法的概念、特征及调整对象，梳理国际立法动态（如联合国《电子商务示范法》）与我国《中华人民共和国电子商务法》的立法框架。重点探讨电子商务对传统法律的挑战，如电子合同效力、数据电文的法律地位等包括法律基本概念、法的体系、法的属性等。

教学要求：理论与实践相结合，教学要注重理论知识的传授，同时强调学生

对实际问题的解决能力培养。鼓励使用实际案例进行教学，帮助学生理解和运用法律知识。提倡学生之间的互动和讨论，培养学生独立思考和团队协作的能力。

（6）零售基础

课程目标：通过本课程的学习和实践，使学生掌握零售行业核心概念、商业模式及发展趋势。理解零售运营关键环节：商品管理、库存控制、客户关系维护、门店运营标准。熟悉零售数据指标（客单价、坪效、库存周转率）及其分析逻辑。熟练应用商品陈列原则（动线设计、视觉营销、黄金陈列位规划）。掌握基础销售技巧：需求挖掘、产品推介、异议处理及关联销售。能使用零售管理系统（POS机操作、进销存数据录入与分析），为从事电子商务活动打下良好的专业基础。

主要内容：在本门课程的教学过程中，学生学习的主要内容有：零售业态分类（百货、超市、电商等）与新零售特征（全渠道融合、数据驱动）；消费者行为分析（需求理论、精准营销）与商业模式解析（盈利模式、供应链基础）；商品管理：SKU规划、商品生命周期（滞销处理）；陈列法则（色彩搭配、情景化展示）与标准化销售流程（七步销售法）；收银操作（电子支付对账）与库存控制；POS系统操作（促销设置、库存预警）；销售数据分析（客单价、坪效）与会员运营（复购率提升）；新媒体工具应用（社群管理、短视频推广）；客诉处理流程（倾听→解决方案→跟进）与服务补救策略；消费者权益法规解读与门店安全规范（消防、防盗）。

教学方法：教师在教学过程中应结合采用“理论+情景模拟+软件实操”三维教学法，引入沃尔玛、优衣库等企业真实运营案例，设置门店晨会、促销话术演练等场景，贯穿“人-货-场”数据分析思维训练，帮助学生掌握零售基础的知识技能。

（7）选品与采购

课程目标：通过本课程的学习和实践，使学生对商品的选品和采购有一个全面系统的认识，理解商品选品和采购在电子商务活动中的重要性；了解商品采购的整个流程，能读懂、审核、修改商品采购的合同；能制作商品定价、交付和结算的合格单据，进行合适的定价、交付和准确地结算，有效地控制成本，独立完成商品采购任务，为从事电子商务活动打下良好的专业基础。

主要内容：在本门课程的教学过程中，学生学习掌握商品选品与采购的类型

与方法，能独立绘制采购作业流程图；了解供应商管理的基本知识，能够比较选择供货渠道、建立并维护供应商的档案；了解商品采购信息管理的的方法，能对商品选品与采购的信息进行处理等。

教学方法：教师在教学过程中应结合电子商务企业实际需要该岗位的各项要求，根据学生职业生涯发展的需求，从岗位任务层面对电子商务从业人员所需掌握的商品选品与采购的理论知识、实践操作等进行分析，按照项目进行教学内容的组织和设计，帮助学生掌握商品采购的知识技能。

2、专业核心课程

专业核心课共 7 门，包括视觉营销设计、新媒体运营与策划、文案策划、直播运营、客户服务与管理、网络营销、直播销售。

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容及要求
1	视觉营销设计	典型工作任务为视觉设计，工作内容主要有店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计。运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等软硬件工具完成工作任务。	学生掌握视觉设计与制作的核心技能，包括设计理论、软件操作、项目实践等多方面能力。要求学生熟悉视觉设计的基本要素与原则，能够熟练运用设计软件进行创意设计与制作。教学中强调理论与实践相结合，通过案例分析、项目实训等方式，提升学生的设计思维、创新能力和团队协作能力。同时，注重培养学生的审美素养和工匠精神，确保学生毕业后能胜任视觉设计相关岗位。
2	新媒体运营与策划	本课程主要学习新媒体运营的基本知识、文案策划、自媒体运营、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自媒体运营、用户运营、运营人的通用方法等。通过学习本课程使学生具备创建并运营管理各自媒体平台的能力，成为一名合格的自媒体人，为学生的就业成才多提供一条途径。	本课程主要用来培养面向企业和政府机构新媒体营销、运营、编辑等岗位的人才，培养具有丰富的视野和扎实的知识基础，掌握新媒体领域的前沿技术和运营，具有较强的实践能力和创新精神，具备较强的新媒体策划、运营及文案写作能力，具备主流新媒体平台推广和运营技巧的新媒体人员。
3	文案策划	详细介绍了新媒体文案的概念、特点、结构，围绕文案标题和内容写作，给出了创意策划及写作方法；介绍了产品文案、传播文案、品牌文案、活动文案等常见类别文案的创意提炼方法和写作技巧，以适应电商运营、媒体机构、各类企业在新媒体运营中的不同需求；围绕微信公众号、抖音短视频站点等热门平台，分析微信公众号文案策	采用“读-教-练-改”的教学思路，先学习优秀文案，然后通过教师的讲解，了解文案写作策略和技巧，根据老师布置的任务，仿写文案，在老师的指导下修改文案，每个教学单元形成一个完整的教学流程。

		划和短视频内容策划的技巧与策略，以支撑这些主流新媒体平台的运作工作。	
4	直播运营	从直播营销的形式、直播平台的类型，到直播营销方案策划、人员配置、直播话术、直播间设计、商品选择与规划，再到引流互动、数据分析，全方位、多角度地介绍了直播营销和运营人员需要掌握的各种实战技能。介绍直播营销的优势、常见形式及合作模式，直播营销的产业链与收益分配模式，以及直播平台的主要类型，让学生初步认识直播营销的现状；	通过多元化教学，把所需掌握的知识点融入直播实训项目，使学生能够更真实地体验和参与到项目的实战流程中。通过案例观摩+教师演示+学生演练，使学生能更快地掌握直播营销与运营技能。通过启发引导的授课方式，培养学生的创新思维，促进学生对核心技能的掌握和直播营销任务的实施。
5	网络营销	典型工作任务为营销活动策划与执行，工作内容主要有市场分析、活动主题与目标确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、活动过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结。运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务。	掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则，能够分析与评估市场，确定活动主题与活动目标，策划营销活动方案。整合各类资源，分解活动任务。开展整合营销与广告投放。跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案。评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案。
6	客户服务与管理	通过本课程的学习，使学生了解客户服务的重要性，客户服务人员的管理要求，以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和管理能力及电子信息系统应用能力等综合素养。	本课程旨在培养学生树立先进的客户服务理念，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，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗、从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础。
7	直播销售	直播营销概念、直播发展史、直播平台及特点、直播风险防范、直播营销整体思路、直播人员分工设置、直播营销传播与发酵、直播复盘与提升。	以案例为主导，激发学生的学习兴趣，帮助学生快速掌握直播销售的技巧和方法，使学生能够学以致用，培养和提升学生的实际运营能力。

3、专业拓展课程

专业拓展课程共 6 门，包括文字录入与排版、消费者行为分析、主播素养、商务礼仪与沟通、社群运营、数字化运营。

(1) 文字录入与排版

课程目标：通过本课程的学习，学生掌握文字录入的基础原理和常用输入法（拼音、五笔）的操作规范。理解文字排版的核心原则，包括版面设计、字体应用、段落格式及图文混排技巧。熟悉办公软件（如 Microsoft Word、WPS）的功

能模块及操作流程。技能目标：实现盲打录入速度 ≥ 50 字/分钟，准确率 $\geq 98\%$ 。能独立完成多类型文档（合同、报告、宣传册等）的专业排版。熟练应用样式模板、目录生成、页眉页脚设置等进阶功能。

主要内容：键盘操作规范：指法训练、功能键组合使用。专项训练：数字/符号快速录入、生僻字处理方法。速度提升：文本听打练习、易错字库强化训练。软件操作体系：Word/WPS 界面功能详解。标准化排版：字体规范（中英文字体搭配、字号分级）；段落格式（缩进、对齐、行距调节）；表格设计（合并拆分、数据对齐）；自动生成目录与索引；分节符控制页眉页脚差异；创意排版实践：图文混排（图片裁剪、文字环绕）。

教学要求：采用“讲解-演示-实操-反馈”四步教学法；实施分层训练：基础班（40 字/分钟）→提高班（60 字/分钟）→精英班（80 字/分钟）。考核体系：过程考核（60%）：包含周测录入速度、排版作业完成度、课堂实操表现等；期末考核（40%）：限时完成综合排版任务模拟企业真实项目，提升跨场景适应能力，满足纸质文稿电子化、新媒体内容编排等多样化需求。

（2）消费者行为分析

课程目标：通过本课程的学习，学生在掌握消费者行为分析的基本理论的前提下，能够在企业营销活动中灵活应用相关知识与技术技能，以提高企业的营销活动效率。同时培养学生掌握解决心理问题、提高心理素质、获取心理能量的方法和技能，能够获得审美能力和共情能力等。目的是为中小企业培养具有良好商业敏感性，较强观察能力，同时具备扎实理论和实际操作水平的技术技能型人才，能胜任市场机会分析、营销策划、推销等方面工作。

主要内容：消费者行为分析主要研究消费者在获取、使用和处置商品或服务过程中的心理活动和行为表现，其核心内容包括消费者需求与动机、感知与认知、学习与记忆、态度与信念、社会因素与文化影响、购买决策过程以及消费者满意度与忠诚度。这些内容共同构成了对消费者行为的全面理解。

教学要求：教学中应强调理论与实践结合，采用案例研讨、消费者访谈、眼动实验、A/B 测试等方法提升应用能力。要求学生掌握 SPSS/Python 基础数据分析技术，能够运用 ELM、AISAS 等模型解读消费行为。通过模拟商业项目训练，培养制定精准营销策略、预测市场趋势的实战技能。重点培养学生系统理解消费

者决策机制及影响因素，掌握科学分析方法与工具。

（3）主播素养

课程目标：本课程旨在培养具备专业素养与综合能力的复合型直播人才，系统提升学员在内容创作、互动传播、商业变现等领域的实战能力。通过理论结合实践，要求学生掌握直播行业规范、语言表达技巧、镜头表现力及情绪管理能力，强化直播场景策划、粉丝运营、危机公关等核心技能。课程需融入新媒体技术应用（如短视频制作、数据监测工具）及法律法规知识（如网络伦理、广告法），培养学员遵守职业道德、规避法律风险的责任意识。同时，结合电商直播、娱乐直播、知识直播等多场景案例，训练学员精准定位受众需求、设计高转化话术、运用 A/B 测试优化内容的能力。

主要内容：课程需围绕“专业能力+职业素养”双主线展开，强调理论实践深度融合。内容模块应涵盖：①直播基础（镜头语言、口语表达、场景搭建）；②内容创作（脚本设计、热点捕捉、短视频联动）；③互动技巧（粉丝黏性提升、弹幕应对、危机公关）；④技术应用（OBS 操作、美颜参数设置、实时数据监测）；⑤行业规范（网络伦理、广告法、版权意识）。采用“案例分析+模拟直播+复盘优化”循环教学模式，结合抖音、淘宝等平台真实场景训练。

教学要求：教学中需强化职业素养，包括情绪管理、抗压能力及社会责任感培养，融入虚假宣传、网络暴力等风险防范专题。要求学员掌握基础数据分析工具（如蝉妈妈、飞瓜），能够通过用户画像调整话术策略。

（4）商务礼仪与沟通

课程目标：树立职业形象意识，培养尊重、诚信、规范的职业态度。提升跨文化沟通敏感度，增强团队协作与社会责任意识。掌握仪表仪态、会面接待、商务宴请等场景礼仪。熟悉国际商务礼仪差异（如握手、名片、问候方式）。提升倾听、表达、谈判及冲突解决技巧。熟练运用电话、邮件、演讲等沟通工具。能在商务谈判、客户接待、职场协作中规范礼仪并高效沟通。具备职场竞争力，适应服务、营销、管理等岗位的礼仪与沟通需求。为职业晋升奠定基础，助力从基层岗位向管理岗的能力过渡。

主要内容：包括形象管理，接待礼仪，语言沟通，非语言沟通，宴请礼仪，会议礼仪，国际礼仪，沟通中的倾听技巧与共情能力，冲突处理与商务危机沟通

原则，团队协作中的沟通策略与角色认知，课程注重案例分析与模拟实训，培养学生在商务场景中规范礼仪、高效沟通的职业能力。

教学要求：课程主要采用体验式教学，将学生分组，以小组为单位开展人际沟通技能的练习和分享，课堂上要求学生积极参与活动和模拟练习，积极分享个人在人际沟通上的经验、心得和感受，课下多学习、多练习、多交流。

（5）社群运营

课程目标：本课程旨在系统培养学生掌握社群运营的核心能力，树立以用户为中心的职业理念。通过理论学习与实战训练，学生将掌握社群搭建、内容策划、用户增长与互动维护的全流程运营技能，提升跨平台运营能力和数据化思维，同时强化社群场景下的沟通表达与危机处理能力，为从事用户运营、社群管理等岗位奠定坚实基础，助力实现从执行岗向管理岗的职业发展。

主要内容：课程采用案例分析与实战模拟相结合的教学模式，重点涵盖社群定位、内容创作、用户裂变、关系维护、商业化转化及风险管理等核心内容。通过分组实战项目，学生将亲身参与社群运营全流程，培养团队协作与解决问题的能力，从而全面提升在数字经济时代的职业竞争力。

教学要求：本课程采用“理论讲授+案例研讨+实战模拟”相结合的体验式教学模式。将学生分组，以小组为单位进行社群运营项目的全程实践与课堂分享。要求学生积极参与课堂讨论、模拟演练和案例复盘，主动分享见解与心得。鼓励学生课下积极参与优秀社群的观察与实践，持续跟踪行业动态，并完成相关的阅读与实操作业。

（6）数据化运营

课程目标：本课程旨在系统培养学生掌握数据化运营的核心能力，建立数据驱动的决策思维。通过理论与实践相结合的教学方式，学生将掌握数据采集、处理、分析与可视化的全流程技能，学会构建关键指标体系，运用数据分析工具，并具备用户行为分析、营销效果评估等多场景数据应用能力，为从事数据分析、运营管理等岗位奠定专业基础。

主要内容：课程内容涵盖数据化运营基础、分析方法与工具、用户数据洞察、数据驱动决策等核心模块，重点包括数据指标体系设计、可视化工具应用、用户

画像构建等实用技能。通过行业案例解析和实战项目训练，培养学生解决实际业务问题的能力，同时注重数据伦理与隐私保护的职业素养培育。

教学要求：课程采用案例教学与项目实践相结合的模式，要求学生通过小组协作完成数据分析项目，积极参与课堂讨论和实操练习。通过系统的学习训练，学生将全面提升数据思维、分析能力和决策支持能力，满足数字经济时代对数据化运营人才的迫切需求，为未来职业发展提供有力支撑。

4、实践技能课

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践技能课主要包括 1+X 数据分析实训（初级）、带货直播技能实训、1+X 数据分析实训（中级）、岗位实习、毕业综合设计的形式，公共基础课程和专业课程等都需加强实践性教学。

（1）1+X 数据分析实训（初级）

课程目标：本课程的核心目标是培养学习者掌握电子商务数据分析的初级职业技能，使其能够胜任电商企业中的数据采集、处理、描述性分析及报表制作等基础性数据工作。课程紧密对接“1+X 证书制度”中的《电子商务数据分析职业技能等级标准（初级）》，旨在通过系统化学习，使学习者不仅能够理解数据分析在电商业务中的应用价值，更能具备考取相应职业技能等级证书的能力，实现“课证融通”，为未来的职业发展奠定坚实基础。

主要内容：课程内容围绕电商数据分析的实际工作流程展开，主要包括五大模块：一是电子商务数据分析概述，建立对数据指标和分析流程的基本认知；二是基础数据采集，学习从内部平台和外部市场等多种渠道获取数据的方法；三是数据分类与处理，重点运用 Excel 工具对原始数据进行清洗、整理与分类；四是数据描述性分析，掌握趋势分析、对比分析等基本方法以解读业务状况；五是数据监控与可视化，学习运营数据监控，并运用 Excel 制作数据报表和常用图表，从而清晰呈现分析结果。

教学要求：教学上要求学习者具备一定的网店运营基础知识，并重点掌握 Microsoft Excel 的核心操作技能，因为它是课程的主要实践工具。课程强调理论联系实际，要求学习者通过平台提供的微课、实训案例和习题库等资源，积极参与实践操作，完成模拟真实工作场景的数据处理与分析任务，最终达到能够独立完成初级电商数据分析工作的能力要求。

（2）带货直播技能实训

课程目标：本课程旨在系统培养学习者在直播电商领域的综合职业能力，使其掌握从事直播策划、主播、运营等岗位所需的核心技能。课程目标是通过理论与实践的结合，使学习者能够独立或团队协作完成市场分析、内容策划、主播形象打造、直播执行与推广、数据复盘等全流程工作，具备创意策划、现场表达与控场、引流推广及数据分析等关键能力，成为应用型直播电商人才。

主要内容：课程内容围绕直播电商的完整工作链路展开，主要包括五大模块：一是直播电商基础认知，建立对行业生态、运营流程及岗位能力的整体框架；二是直播前期策划，涵盖市场与受众分析、选品策略、脚本撰写与宣传预热；三是主播技能孵化，重点训练镜头表达、人设打造、产品讲解及互动控场技巧；四是直播推广与运营，学习利用多种工具和平台规则进行流量获取与粉丝维护；五是数据复盘与优化，掌握关键指标分析方法，基于数据结果持续改进直播效果。

教学要求：教学上强调“学练结合，实战为本”，要求学习者具备基础的网络营销知识，并通过大量的模拟直播、案例分析、项目实战来转化理论知识。课程注重培养学习者的创意策划能力、现场执行能力及数据思维，考核通常采用过程性评估与终结性考核相结合的方式，综合检验其理论掌握程度与实践操作水平。

（3）1+X 数据分析实训（中级）

课程目标：本课程旨在培养学习者具备独立完成电子商务数据分析中复杂任务的能力，核心目标是从初级的数据操作技能，上升到能够制定数据采集方案、进行多维度综合分析与诊断、并撰写专业数据分析报告的中级水平。课程紧密对接“1+X”证书的中级标准，着重培养学习者的数据化运营思维，使其能够通过数据分析发现业务问题、定位原因并提出优化建议，从而直接支持电商运营决策。

主要内容：课程内容围绕电商核心业务场景的深度分析展开，主要包括五大模块：一是数据采集与处理方案制定，学习如何根据分析目标系统性规划数据指标、来源与处理方法；二是市场数据分析，涉及行业趋势研判、市场需求预测及竞争对手分析；三是运营数据分析，深入进行客户画像分析、推广效果评估（如流量结构、关键词效率）与销售供应链分析；四是产品数据分析，评估产品的行业表现与自身盈利能力（如SKU分析）；五是数据监控与报告撰写，重点学习如

何设置监控体系、识别数据异常，并系统性地整合分析结果，撰写规范的数据分析报告。

教学要求：教学上要求学习者已牢固掌握初级课程中的数据处理技能（特别是 Excel 的熟练应用），并最好具备一定的网店运营实践经验。课程强调实战应用与解决方案的输出，要求学习者能够综合运用多种分析方法解决复杂业务问题，并最终具备独立撰写专业、严谨的数据分析报告的能力，以达成中级职业技能等级认证的考核要求。

（4）岗位实习

岗位实习作为网络营销与直播电商专业人才培养的关键实践环节，旨在实现多维度目标。从专业能力培养来看，要求学生将课堂所学的网络营销策划、直播运营、电商平台操作等理论知识，灵活应用于实际工作场景，熟练掌握各类岗位的核心技能，如直播脚本撰写、产品选品与上架、营销活动推广执行等，具备独立完成岗位工作任务的能力。

在职业素养塑造方面，通过真实的职场环境熏陶，让学生树立正确的职业价值观，培养良好的职业道德，如诚实守信、客户至上、团队协作精神等。同时，提升学生的沟通表达能力、问题解决能力、应变能力以及时间管理能力，使其能够快速适应职场节奏，满足企业对高素质技能型人才的需求。

从就业竞争力提升角度出发，岗位实习为学生提供了与企业直接接触的机会，帮助学生了解行业发展动态、企业用人需求和岗位工作标准，积累宝贵的工作经验和行业人脉资源，为毕业后顺利就业奠定坚实基础，提高学生在就业市场中的竞争力。

（5）毕业综合设计

高职院校网络营销与直播电商专业的毕业综合设计，是对学生专业能力的综合检验，核心目标是让学生运用所学知识解决行业实际问题，同时提升创新、报告撰写与团队协作能力。选题紧密结合行业需求，主要围绕网络营销策划、直播电商运营、电商店铺运营等方向，既强调实用性，也鼓励融入创新思路。

整个过程分五个关键阶段，共 16-18 周：前 2 周确定选题并完成开题答辩；3-8 周开展调研并设计方案；9-14 周进行实践实施或深化理论研究；15-16 周撰写并修改报告；最后 2 周参加答辩。学校会为学生配备专业指导教师，全程跟踪

指导，同时通过过程档案、定期检查和报告查重确保质量。

成绩评定采用过程与结果结合的方式，过程评价占 40%，关注开题、中期进展和学习态度；结果评价占 60%，看重报告质量、实践成果与答辩表现，成绩及格方可获得学分，不及格需修改后重新答辩。

七、教学进程总体安排

本专业总学时 2884 学时，总学分 166 学分，每 16-18 学时折算 1 学分。公共基础课占总学时的 29.7%。专业拓展课教学学时为总学时的 11.1%。实践性教学学时为总学时的 55.3%。其中，实习时间累计一般为 6 个月，可根据实际情况集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程的学时累计不少于总学时的 10%。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按 1 周为 1 学分。

教学进程是对本专业技术技能人才培养、教育教学实施进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。均应以表格的形式列出本专业开设课程类别、课程性质、课程名称、课程编码、学时学分、学期课程安排、考核方式，并反映有关学时比例要求。

八、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。

（一）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。

（二）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（具备较强科研能力和专业能力的可放宽至中级职称）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。

（三）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。

（四）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。

九、教学条件

（一）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、实验室、实训室和实习实训基地。

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。

2. 校内外实验、实训场所基本要求

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（规定、办法），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。

（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。

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，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。

（二）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。

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. 数字资源配备基本要求

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。

（三）教学方法

1. 精选教学内容，让学生有学习兴趣。

2. 讲练结合，精讲多练，采用互动式教学，让学生有参与感。

3. 利用学习小组开展合作学习，提高教学成果。

4. 建立网络资源库，线上线下多方位学习。

5. 加强实训课教学，以学生为中心，积极探索与实施教、学、做、练一体的项目化与模块化教学。在实际教学过程中，可采用现场教学、启发式教学、项目

化教学、案例式教学等灵活多样的教学方法，充分调动学生学习的积极性、主动性。

（四）学习评价

1. 过程性评价

（1）理论课程评价方法

理论课成绩过程化考核具体由专业课教师、教研组根据课程特点讨论确定后报教务处备案后实施，可采取项目考核、教学考核、任务驱动考核、单元测试考核等多种形式的过程化考核方式。

成绩核算方式：

考试课成绩：过程性考核成绩 40%+期末成绩 60%。

考查课成绩：过程性考核成绩 100%。

（2）实践课程评价方法

综合考核学生理论知识的掌握及实践动手能力的提高，结合学生的课堂出勤、平时表现、回答问题、小组协作、作业完成质量等多个方面进行考核。

成绩核算方式：过程性考核成绩 100%。

2. 实践能力评价

学生职业实践能力评价可以由企业承担，融入企业项目，引入企业评价，用企业的眼光来衡量学生，以行业标准去检验学生，企业对学生在顶岗时期，毕业设计等完整的社会实践活动中表现出的职业技能，实习成果以及职业道德等进行相关的考核评估，另外，企业也可以将一些特殊项目引入评价内容，从学生完成项目的过程和结果中获取一些对其发展有价值的线索和思路。

十、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

1. 学校和二级院系应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4. 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

（二）毕业要求

本专业学生通过规定年限的学习，修满培养方案中规定课程 2884 学时 166 学分，其中公共课程 952 学时 55 学分，专业课程 1932 学时 111 学分，且符合相关要求方准予毕业。

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

学校可结合办学实际，细化、明确学生课程修习、学业成绩、实践经历、职业素养、综合素质等方面的学习要求和考核要求等。要严把毕业出口关，确保学生毕业时完成规定的学时学分和各教学环节，保证毕业要求的达成度。

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，经职业学校认定，可以转化为相应的学历教育学分；达到相应职业学校学业要求的，可以取得相应的学业证书。

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

附表：1. 各教学环节教学周总体安排表

2. 教学进程安排表

3. 公共艺术课安排表

4. 课程结构、学时与学分总体分配

附表 1 各教学环节教学周数安排表

学年	学期	课堂教学	军事技能训练	劳动教育	实习与实训	岗位实习	毕业设计	考试	机动	合计
1	一	16	3					1	1	21
	二	15		1	2			1	0	19
2	三	16			2			1	0	19
	四	17			2			1	1	21
3	五	8				12		1	0	21
	六	0				12	6		1	19
合计		72	3	1	6	24	6	5	3	120

附表 2 教学进程安排表

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
公共基础课	思想道德与法治	ZD000210	必修	48	32	16	3	3*16						考试	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	ZD000220	必修	32	26	6	2		2*16					考试	
	形势与政策	ZD000230	必修	32	32	0	2	2*4	2*4	2*4	2*4			考查	
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	ZD000240	必修	48	48	0	3			3*16				考试	
	中国共产党历史	ZD000250	必修	16	16	0	1				2*8			考查	
	军事理论	ZD000260	必修	36	36	0	2	2*18						考查	
	军事技能训练	ZD000034	必修	112	0	112	3	3W							包含新生入学教育
	国家安全教育	ZD000270	必修	16	16	0	1	2*8						考查	
	劳动教育 1	ZD000032	必修	30	0	30	2		1W					考查	第 2、3 学期
	劳动教育 2	ZD000033	必修	16	16	0	1			1*16				考查	线上线下相结合

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	英语 1	ZD000111	必修	64	64	0	4		4*16					考试	2*16 线下 2*16 线上
	英语 2	ZD000112	必修	64	64	0	4		4*16					考试	限选
	高等数学 1	ZD000101	必修	32	32	0	2	2*16						考试	
	职业生涯规划	ZD000131	必修	18	16	2	1	2*8						考查	实践 不占 正常 课时
	就业与创业指导	ZD000132	必修	20	16	4	1				2*8			考查	实践 不占 正常 课时
	计算机应用及人工智能基础	ZD000143	必修	32	0	32	2		2*16					考查	
	创业基础	ZD000121	必修	32	16	16	2				2*8			考查	实践 不占 正常 课时
	普通话	ZD000122	必修	16	8	8	1	2*8						考查	
	公共艺术课	—	限定性 选修课	32	24	8	2	2*8	2*8					考查	大一 每学期一 门

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	大学生心理健康教育	ZD000512	必修	32	24	8	2		2*16					考查	
	体育 1	ZD000322	必修	32	2	30	2	2*16						考试	
	体育 2	ZD000333	必修	32	2	30	2		2*16					考试	
	体育 3	ZD000344	必修	32	2	30	2			2*16				考试	
	体育 4	ZD000355	必修	32	2	30	2				2*16			考试	
	小计			856	494	362	49	396	216	88	88	0	0		
	高等数学 2	ZD000102	选修	64	64	0	4		4*16					考试	
	数学文化	ZD000103	选修	32	0	32	2			2*16				考查	
	实用英语口语	ZD000113	选修	32	16	16	2		2*16					考查	
	实用英语写作	ZD000114	选修	32	16	16	2			2*16				考查	
	应用文写作	ZD000123	选修	32	16	16	2				2*16			考查	
	中华优秀传统文化	ZD000124	选修	32	32	0	2				2*16			考查	

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	大学语文	ZD000125	选修	32	32	0	2			2*16				考查	
	小计			96			6								
	至少选修6个学分														
专业基础课	商务数据分析与应用	ZD050402	必修	64	32	32	4	4*16						考查	
	电子商务基础	ZD050401	必修	64	60	4	4	4*16						考试	
	商品拍摄与素材编辑	ZD050406	必修	64	48	16	4		4*16					考试	
	市场营销	ZD050203	必修	64	56	8	4			4*16				考试	
	电子商务法律法规	ZD050211	必修	32	30	2	2			2*16				考查	
	零售基础	ZD050412	必修	64	56	8	4			4*16				考查	
	选品与选购	ZD050405	必修	32	16	16	2				2*16			考查	
	小计			384	298	86	24	8	4	10	2				
专业	视觉营销设计	ZD050408	必修	64	32	32	4		4*16					考试	

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
核心课	新媒体运营与策划	ZD050221	必修	64	32	32	4			4*16				考查	
	文案策划	ZD050222	必修	64	32	32	4			4*16				考查	
	直播运营	ZD050409	必修	64	32	32	4			4*16				考试	
	客户服务管理	ZD050208	必修	64	32	32	4				4*16			考查	
	网络营销	ZD050210	必修	64	56	8	4				4*16			考试	
	直播销售	ZD050410	必修	64	32	32	4				4*16			考试	
	小计			448	248	200	28		4	12	12				
专业拓展课	文字录入与排版	ZD050414	必修	64	0	64	4		4*16					考查	
	消费者行为分析	ZD050419	必修	64	56	8	4				4*16			考查	
	主播素养	ZD050420	选修	64	32	32	4					8*8		考查	第五学期 任选 三门
	商务礼仪与沟通	ZD050233	选修	64	32	32	4					8*8		考查	
	社群运营	ZD050424	选修	64	32	32	4					8*8		考查	

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	数据化运营	ZD050417	选修	64	32	32	4					8*8		考查	
	小计			320	152	168	20		4		4	24			
实践技能课	1+X 数据分析实训 (初级)	ZD050215	必修	60	0	60	3		2W						
	带货直播技能实训	ZD050416	必修	60	0	60	3			2W					
	1+X 数据分析实训 (中级)	ZD050216	必修	60	0	60	3				2W				
	小计			180	0	180	9		2W	2W	2W				
	(岗位实习)	ZD050227	必修	480	0	480	24					12W	12W		
	毕业综合设计	ZD050219	必修	120	0	120	6						6W		
	小计			600	0	600	30					12W	18W		

备注：“课程性质”分为必修、选修，“考核方式”分为考试、考查

附表3 公共艺术课程安排表

序号	课程名称	课程代码	建议学时	理论学时	实践学时	学分	考核
1	艺术导论	ZD0000418	16	12	4	1	考查
2	音乐鉴赏	ZD0000419	16	12	4	1	考查
3	美术鉴赏	ZD0000420	16	12	4	1	考查
4	影视鉴赏	ZD0000421	16	12	4	1	考查
5	剪纸	ZD0000422	16	12	4	1	考查
6	合唱	ZD0000423	16	12	4	1	考查
7	书法鉴赏	ZD0000424	16	12	4	1	考查
8	摄影	ZD0000425	16	12	4	1	考查

备注：每个学生在校期间，至少要在公共艺术课程中，大一每学期任选 1 门，总共需选择 2 门并且取得 2 学分。

附表4课程结构及学时、学分分配表

课程结构			学时	学时比例	学分	学分比例
课程类别	课程性质					
必修课	公共基础课		856	29.7%	49	29.5%
	专业基础课		384	13.3%	24	14.5%
	专业核心课		448	15.5%	28	16.9%
	实践技能课		780	27.1%	39	23.5%
选修课	公共基础选修课		96	3.3%	6	3.6%
	专业拓展课		320	11.1%	20	12.0%
总学时			2884	总学分	166	
理论学时	1288	理论:实践	44.7:55.3			
实践学时	1596					