

网络营销与直播电商专业人才培养方案

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应批发业、零售业、互联网和相关服务、商务服务业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下渠道销售主管、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、市场策划主管等岗位的新要求，不断满足网络营销与直播电商领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，制订本方案。

一、专业名称（专业代码）

网络营销与直播电商（530704）

二、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

三、修业年限

三年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	批发业（51）、零售业（52）、互联网和相关服务（64）、商务服务业（72）
主要职业类别（代码）	互联网营销师 S（4-01-06-02）、全媒体运营师 S（4-13-01-05）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、品牌专业人员（2-06-07-04）
主要岗位（群）或技术领域	渠道销售主管、直播销售员、商品选品主管、直播运营主管、新媒体运营主管、内容策划主管、客户主管、渠道推广主管、网络广告专员、市场策划主管
职业类证书	直播电商、网络直播运营、新媒体营销

五、培养目标

本专业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。

六、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。

七、课程设置及要求

（一）课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

课程类型		门数	学分	学时总数	理论学时	实践学时	学时占比%
公共基础课程	公共基础必修课	14	38.5	712	372	340	26.8
	公共基础选修课	/	6	80	80	0	3
专业（技能）课程	专业基础课程	10	22	320	222	98	12
	专业核心课程	10	26	354	206	148	13.3

	专业拓展课程	/	11	176	100	76	6.6
见习、岗前训练、实习			40	1020	0	1020	38.3
合计			143.5	2662	980	1682	100

1.公共基础课程

公共基础课程见郑州医药健康职业学院专业人才培养方案参考格式及有关说明（以康复治疗技术专业为例）。

2.专业课程

一般包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程；专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程；专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程。

学校应结合区域/行业实际、办学定位和人才培养需要自主确定课程，进行模块化课程设计，依托体现新方法、新技术、新工艺、新标准的真实生产项目和典型工作任务等，开展项目式、情境式教学，结合人工智能等技术实施课程教学的数字化转型。有条件的专业，可结合教学实际，探索创新课程体系。

（1）专业基础课程

主要包括：市场营销、电子商务基础、财税基础、零售基础、商品拍摄与素材编辑、商务数据分析与应用、电子商务法律法规、选品与采购等课程的内容。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求
1	市场营销	<p>素质目标：融入课程育人，培养学生正确道德、理想、价值观与健康人格，强化团队合作、交流意识，增强市场与责任意识。</p> <p>知识目标：掌握营销基础概念、现代及创新理论，熟知企业战略与营销管理，精通环境分析、市场调研、市场行为分析、营销战略及策略制定等内容与方法。</p> <p>能力目标：提升自主学习与商务问题解决能力，培养创新、开拓、竞争及团队协作精神，增强创新创业能力，夯实专业课程学习与岗位适应基础。</p>	<p>教学内容：本课程涵盖企业营销战略规划、市场购买行为分析、4P策略应用及营销过程管理。通过教学，让学生掌握营销原理与现代信息技术环境下的实践技能，培养适应新时代经济建设的高技能人才。</p> <p>教学要求：落实“立德树人”，以学生为主体，教学做合一；借助多媒体与多元教学模式构建开放课堂，结合案例剖析与互动教学提升学生问题解决能力；本课程选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。实行过程性（30%）与终结性（70%）结合的考核方式。</p>
2	电子商务基础	<p>素质目标：培养学生的职业道德和社会责任感；鼓励学生勇于探索和实践，具备创新思维和解决问题的能力。</p> <p>知识目标：掌握电子商务概念、历程、模式及特点，熟知网络技术、网站运维、网络营销、消费者行为理论，了解支付、物流与供应链知识，掌握数据驱动决策的分析方法。</p> <p>能力目标：熟练操作电商平台完成交易与客服，运用市场分析工具开展调研与竞争分析。</p>	<p>教学内容：讲授电子商务概念、发展历程与模式，涵盖计算机网络技术、网站建设、网络营销、市场分析、支付系统、物流及供应链管理等知识模块。</p> <p>教学要求：重理论与实践的结合，通过案例分析、模拟实训等方式，增强学生的实践能力；采用课堂讨论、小组合作等互动教学方式，激发学生的学习兴趣 and 主动性；建立多元化的考核体系，包括平时成</p>

		析，依据市场需求制定网络营销策略，提升实践操作与策略制定能力。	绩、项目作业、期末考试等，全面评价学生的学习成果。鼓励学生关注电子商务领域的最新动态和技术发展，培养终身学习的习惯。
3	财税基础	<p>素质目标：培养严谨细致、诚实守信的职业素养，严守财税法规与道德；树立正确价值观，增强社会责任感；通过团队协作，提升沟通协调与合作能力，适应财税工作环境。</p> <p>知识目标：掌握财税基本概念、原理、税种要素及预算管理，理解政策法规与会计应用，构建系统知识框架，为后续学习和实务工作筑牢理论根基。</p> <p>能力目标：强化学生财税数据分析处理能力以支撑决策；熟练解读运用财税政策，合理税务筹划、降低风险，满足岗位实操技能需求。</p>	<p>教学内容：课程内容包括财政概论，介绍财政职能与财政收支等基础概念；税收基础，详细讲解增值税、企业所得税等主要税种；预算管理，涵盖预算编制流程与方法；以及财务会计基础在财税核算中的应用。通过理论知识讲解、案例分析、实际操作演练等多种形式，使学生全面深入理解财税基础的核心内容。</p> <p>教学要求：运用项目教学、小组讨论等多元方法激发兴趣，强化理论实际结合，设置充足实操环节；通过作业、测验、项目考核等检验学习成果，确保达成素质、知识与能力目标。</p>
4	零售基础	<p>素质目标：培养学生遵守行业规范，鼓励学生对零售业的新趋势、新技术和新模式保持敏感，能够提出创新想法和解决方案。</p> <p>知识目标：学生掌握零售业的基本概念、业态及运营管理知识，包括选址、商品管理、价格策略等。</p> <p>能力目标：通过案例与模拟经营，提升零售战略规划、运营管理及营销决策能力；强化零售市场、消费者行为与竞争环境分析能力，掌握数据分析工具应用支撑决策。</p>	<p>教学内容：内容包括零售基础理论、零售战略、零售运营管理、零售技术与创新、顾客行为与零售营销等方面。</p> <p>教学要求：教学中应注意理论与实践的结合，采取小组讨论式等方法，强调从提出问题入手，激发学生学习的兴趣，让学生有针对性地去探索并运用理论知识，提高学生分析零售市场和消费者行为的能力，以及解决零售业务中遇到问题的解决能力。</p>
5	商品拍摄与素材编辑	<p>素质目标：培养学生的审美感知、团队协作与版权意识，追求精益求精的工作态度。</p> <p>知识目标：学生需全面掌握商品拍摄的基础理论知识、光线运用及软件操作，构建系统的商品拍摄与素材编辑知识架构。</p> <p>能力目标：学生需熟练操作相机，根据商品特点调整参数、构图以突出特色；精通素材编辑技巧，运用软件完成裁剪、调色、合成等处理，制作高质量商品展示素材。</p>	<p>教学内容：课程涵盖相机基础操作与拍摄技巧。讲解主流编辑软件工具使用、图像合成及特效制作等进阶内容，穿插成功商品拍摄与编辑案例分析，强化实战思路。</p> <p>教学要求：教师要运用理论与实践相结合的教学方式，理论讲解清晰、实操练习充足；采用项目驱动法，通过实际拍摄与编辑项目巩固知识；定期点评学生作品，针对性指导改进，保障教学目标达成。</p>
6	商务数据分析与应用	<p>素质目标：培养严谨科学态度与数据责任意识，确保数据准确可靠；强化数据安全保密与职业道德，通过团队合作提升协作沟通能力，鼓励多维度挖掘数据价值的创新思维。</p> <p>知识目标：学生掌握商务数据分析的基础理论知识，Excel、Python 等工具在数据处理、分析及可视化方面的应用，掌握数据挖掘算法的基本原理，构建起系统且扎实的商务数</p>	<p>教学内容：课程内容涵盖数据基础、统计学、数据库操作、Excel与Python工具及数据挖掘算法教学，结合市场销售、客户行为等商务案例，通过实践深化知识理解。</p> <p>教学要求：教师需采用多元化教学方法，理论讲授结合实践操作。以小组项目模拟真实场景，培养协作与问题解决能力；组织讨论分享，交流分析思路；通过作业、</p>

		据分析知识体系。 能力目标： 具备商务数据收集整理、深度分析（挖掘规律趋势并提商业建议）及可视化能力，以直观图表助力企业决策层理解数据内涵。	测验、报告等考核，确保教学目标达成。
7	电子商务法律法规	素质目标： 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具备市场意识和责任意识；具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神。 知识目标： 通过本课程的学习，使学生了解电子商务法律相关知识，为以后从事电子商务活动提供法律保障。 能力目标： 通过本课程的学习，学生能掌握电子商务法的基本原理；能了解国内外电子商务立法概况；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。	教学内容： 本课程主要讲述电子商务法概述、电子商务主体认定的法律制度、数据电文电子签名与认证法律制度、电子合同法律制度、知识产权保护法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度。 教学要求： 通过本课程的学习，采用项目、案例、情境、模块化教学方式；应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法；采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。让学生们掌握电子商务法基本知识，熟悉电子商务法的法律关系，明确各主体的法律责任和义务，掌握电子商务法律法规的基本内容。
8	选品与采购	素质目标： 培育学生敏锐的市场洞察力，捕捉需求与趋势；塑造诚实守信、廉洁自律的职业操守，抵制不正当利益。 知识目标： 学生需全面掌握选品的基本理论，采购流程及供应商管理，构建系统且专业的选品与采购知识架构。 能力目标： 赋予学生高效的选品能力、专业采购谈判、供应商评估维护及成本预算管理的能力，合理规划资金、降低采购成本，提升供应链运作效能。	教学内容： 课程涵盖市场调研教学；选品策略教学；采购流程教学，采购全流程、供应商管理教学，商品知识教学；结合电商选品、企业采购等案例，通过分析与实践深化知识理解。 教学要求： 教师应采用理论与实践并重的教学方式，理论讲解清晰、实操充分；以项目模拟真实任务提升问题解决能力，组织案例讨论促进交流；通过作业、测验、成果汇报考核，确保教学目标达成。

（2）专业核心课程

主要包括：市场策划、网络推广、营销渠道运维、直播销售、内容策划与编辑、直播运营、新媒体运营、客户服务与管理等课程的内容，具体课程学校根据实际情况，按国家有关要求自主设置。

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	市场策划	典型工作任务为市场策划，工作内容包括产品策划、行业定位分析、销售渠道策划、客户群体策划、销售策略制定、营销活动规划、策划评估分析，使用第三方数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作任务。	①掌握市场策划的流程和方法。 ②能够分析行业定位，选择目标市场。 ③设计分销渠道和营销活动。 ④制定产品策略、品牌策略、价格策略、广告策略。 ⑤跟踪市场策划的实施，评估效果。
2	网络推广	典型工作任务为网络推广工作内容包括人群画像分析、推广预算、广告投放、渠道	①掌握网络推广平台投放特点、流量算法、竞价方法和收费模式等。

		选择、结果分析、数据跟踪，使用网络推广工具、第三方数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作任务。	②能够绘制目标人群画像，选择推广渠道。 ③制定推广预算及推广策略。 ④实施网络推广。 ⑤监测与评估网络推广数据。
3	营销渠道运维	典型工作任务为营销渠道运维，工作内容包括销售渠道拓展、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，使用营销推广工具、办公软件、第三方数据分析工具、计算机等完成工作任务。	①掌握营销渠道开发、运营与维护的方法和技巧；能够挖掘市场需求，确定目标客户。 ②制定渠道运营策略；搜集渠道信息，拓展新渠道。 ③渠道沟通和维护。 ④采集分析销售渠道数据，优化渠道策略
4	直播销售	典型工作任务为直播销售，工作内容包括直播策划、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，使用直播相关设备、直播数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作。	①掌握直播销售、产品讲解、脚本设计、粉丝转化的方法和技巧。 ②能够搭建主播人设；精准选品，设计产品组合；撰写直播脚本。 ③提升销售转化率。 ④数据分析及优化直播。
5	内容策划与编辑	典型工作任务为内容策划与编辑，工作内容包括市场调研、内容方案策划、发布平台选择、内容编辑制作、内容投放推广、内容效果监测与评估，使用图文编辑软件、图形图像处理软件、办公软件、第三方数据分析工具、计算机等完成工作任务。	①掌握新媒体平台内容推荐规则以及内容策划与编辑的方法和技巧等。 ②能够策划图文/短视频内容创意。 ③编辑内容，进行视觉优化。 ④审核内容合规性。 ⑤选择平台发布并推广内容。 ⑥评估内容投放效果并持续优化内容。
6	直播运营	典型工作任务为直播运营，工作内容包括直播间运营策划、直播间流量引入、直播成本控制、直播过程监测与调整、直播风险把控、供应链协调、人员分配、直播全程数据分析与优化，使用直播相关设备、直播数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作。	①掌握直播平台规则以及运营、选品、脚本策划、引流、数据分析的流程和技巧。 ②能够策划直播主题并搭建直播间。 ③制定直播方案，动态调整直播内容。 ④建立直播风险预案。 ⑤分析直播数据并优化总结。
7	新媒体运营	典型工作任务为新媒体运营，工作内容包括新媒体市场调研、运营方案策划、推广平台选择与实施、用户社群运营、新媒体平台活动策划、新媒体平台商务合作、运营效果监测，使用第三方数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作任务。	①掌握新媒体调研、渠道选择、运营推广、社群运营等方法和技巧。 ②能够制订新媒体运营方案及推广计划。 ③选择推广平台，策划运营活动并实施。 ④运营用户社群。 ⑤对接、跟进商务合作项目。 ⑥运营效果监测及方案优化。
8	客户服务与管理	典型工作任务为客户服务与管理，工作内容包括客户服务标准制定、客户调研与数据获取、客户开发与转化、客户关系维护与管理、突发危机事件处理、客户服务绩效管理、服务机构合作，使用呼出呼入设备、CRM系统、办公软件、计算机等完成工作任务。	①掌握客户调研、客户开发与转化、客户投诉、客户关系管理、危机事件处理的方法和技巧。 ②能够进行精准客户调研。 ③提升客户转化率。 ④客户信息收集与分析。 ⑤客户关系维护，提升客户满意度和忠诚度。

(3) 专业拓展课程

主要包括：人工智能导论、智慧商业、项目管理、零售门店 O2O 运营、数据化运营、社群运营、数据可视化、消费者行为分析、短视频策划与制作、主播素养、思维训练、艺术鉴赏、商务礼仪与沟通等课程的内容。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求
1	人工智能导论	<p>素质目标：激发学生人工智能领域探索创新精神。强化团队协作与伦理责任意识，引导学生树立正确伦理观，在技术应用中关注社会伦理影响，勇担社会责任。</p> <p>知识目标：学生掌握人工智能的基本概念，核心原理以及人工智能相关的数学基础，构建全面且扎实的人工智能知识体系。</p> <p>能力目标：熟练运用Python及TensorFlow、PyTorch等工具框架搭建训练模型，提升分析解决实际问题与研判技术趋势的能力，为领域深入学习奠基。</p>	<p>教学内容：课程内容涵盖人工智能基础理论教学；机器学习原理讲解；深度学习技术教学；自然语言处理与计算机视觉应用介绍；同时，让学生通过实际项目操作，加深对知识的理解和应用能力。</p> <p>教学要求：教师应采用理论与实践紧密结合的教学方式，理论讲解注重深入浅出；依托案例教学激发兴趣、对接应用场景；组织小组讨论与项目汇报促进交流；通过作业、测验、成果展示多元考核，确保教学目标达成。</p>
2	智慧商业	<p>素质目标：培养学生新兴技术感知探索力，提升团队协作与商业道德素养。通过项目实践锻炼沟通协作能力，树立商业道德观，增强社会责任感，推动智慧商业可持续发展。</p> <p>知识目标：学生掌握智慧商业理论、技术、业务知识，了解法规政策，理解模式变革，构建系统前沿的知识体系。</p> <p>能力目标：具备智慧商业数据分析决策、方案设计优化及运营管理能力，助力企业在智慧商业时代高效运营。</p>	<p>教学内容：课程涵盖智慧商业基础理论、核心技术应用及业务模块（智慧供应链、营销、零售等），结合行业前沿与实际案例分析，通过项目实践深化知识理解与应用。</p> <p>教学要求：教师采用理论与实践深度融合，讲解清晰且接轨前沿；提供充足实操机会，以案例教学、小组讨论激发创新思维；通过作业、报告、答辩多元考核，确保教学目标达成。</p>
3	项目管理	<p>素质目标：塑造学生严谨负责、抗压能力及创新思维，强化团队协作意识。</p> <p>知识目标：学生掌握项目管理基础理论，理解范围、时间、成本等核心管理概念与方法，熟知法规标准及职业道德，构建完整专业的知识体系。</p> <p>能力目标：培养学生具备项目计划制定、团队组织协调、进度监控与问题解决能力，能识别评估风险并制定策略，保障项目高效有序推进。</p>	<p>教学内容：课程涵盖项目管理基础理论、全生命周期阶段管理（启动、规划、执行、监控、收尾）、知识领域专项及Project软件应用，结合实际案例与模拟实践巩固知识。</p> <p>教学要求：教师应采用理论与实践相结合的教学方式，讲解逻辑系统；以小组合作完成项目任务，锻炼协作沟通能力；定期点评实践成果，通过作业、报告考核，确保达成教学目标。</p>
4	零售门店 O2O 运营	<p>素质目标：培养学生的创新思维；塑造其团队协作精神；强化服务意识；始终以顾客需求为导向，提升服务品质。</p> <p>知识目标：学生要掌握零售门店O2O运营的基础理论，熟悉线上线下融合的业务流程，了解相关营销、物流、数据分析等知识，构</p>	<p>教学内容：涵盖O2O运营基础概念、线上线下营销渠道整合、库存管理、数据分析方法等教学，通过案例分析、模拟运营项目等，加深学生对知识的理解。</p> <p>教学要求：教师采用理论与实践结合的方式，理论讲解注重系统性，实践环节提供丰</p>

		建全面的知识体系。 能力目标： 赋予学生制定O2O营销策略的能力，能够精准引流、促进转化；提升其线上线下运营管理能力；使其具备数据分析能力，依据数据优化运营决策。	富案例与实操机会，运用小组教学法培养学生协作能力，严格考核确保学生达成教学目标。
5	数据运营	素质目标： 培育学生对数据的敏感度与严谨态度及跨部门协作，培养创新运营思维。 知识目标： 学生需掌握数据采集、分析工具及运营场景应用，了解数据驱动逻辑。 能力目标： 赋予学生数据采集与清洗能力，确保数据质量；洞察业务问题并制定运营策略；提升数据应用能力。	教学内容： 涵盖数据化运营概念、数据处理方法、数据分析工具使用及在运营场景中的应用等教学，通过案例与实操项目加深理解。 教学要求： 教师采用理论与实践融合教学，理论讲解清晰系统，实践环节提供充足案例与操作机会，运用小组学习培养协作，严格考核保障学生达成目标。
6	社群运营	素质目标： 培养学生的沟通共情能力，创新意识及团队协作，强化用户需求洞察力。 知识目标： 学生要掌握社群搭建、内容创作及用户增长，了解社群营销与运营流程，构建完整知识框架。 能力目标： 学生能够策划社群活动、互动转化并管理成员，提升用户粘性商业价值。	教学内容： 涵盖社群运营概念、搭建流程、内容创作技巧、用户互动策略等教学，通过案例分析、模拟运营项目加深学生理解。 教学要求： 教师采用理论与实践结合教学，理论讲解深入浅出，实践提供丰富案例与操作机会，利用小组协作培养团队能力，严格考核确保学生达到教学目标。
7	数据可视化	素质目标： 培养学生数据洞察力、审美素养及严谨态度，提升创新表达能力。 知识目标： 学生需掌握图表设计原则、工具操作（Excel、Tableau）及数据预处理知识，构建完整的数据可视化知识体系。 能力目标： 赋予学生数据采集与整理能力，为可视化提供优质数据；运用工具设计并制作专业图表、图形的能力；提升依据数据特征与受众需求选择合适可视化方案的能力，有效传达数据价值。	教学内容： 涵盖数据可视化理论讲解、可视化工具操作教学、各类图表制作技巧、数据驱动的可视化设计案例分析以及实践项目，助力学生掌握数据可视化要点。 教学要求： 教师运用理论与实践紧密结合的教学方式，理论讲授清晰明了，实践环节提供丰富案例与充足实操机会；组织学生开展小组讨论与作品互评，促进交流学习；严格考核学生知识掌握程度与实践操作能力，确保达成教学目标。
8	消费者行为分析	素质目标： 培养学生敏锐的观察力，塑造其批判性思维，强化团队协作精神。 知识目标： 学生需掌握消费者决策过程、影响因素等知识体系，了解相关调研方法及市场细分、定位等应用知识。 能力目标： 赋予学生调研设计与执行能力、分析数据并制定营销策略，提升用户洞察力。	教学内容： 涵盖消费者行为理论、调研方法、数据分析应用等教学，通过案例分析、实地调研项目加深学生理解。 教学要求： 教师采用理论与实践融合教学，理论讲解逻辑清晰，实践环节提供多样案例与实操机会，运用小组学习培养团队能力，严格考核保障学生达成目标。
9	短视频策划与制作	素质目标： 培养学生的创意构思、审美素养及团队协作精神，强化版权与合规意识。 知识目标： 学生掌握短视频策划流程与方法，拍摄技巧及后期制作，了解平台运营规则。 能力目标： 赋予学生短视频策划方案撰写能	教学内容： 涵盖短视频策划流程、拍摄技巧、后期制作方法等教学，借助案例分析、实操项目让学生掌握知识与技能。 教学要求： 教师运用理论结合实践教学，理论讲解清晰透彻，实践提供丰富案例与实操机会，采用小组合作培养协作能力，严格考

		力，拍摄剪辑并优化作品；提升创意执行与视觉表达能力。	核促使学生达到教学目标。
10	主播素养	<p>素质目标：培养学生语言表达、情绪管理及职业道德，树立诚信直播意识。</p> <p>知识目标：熟悉直播规范、产品介绍及平台规则，了解应急处理与法律法规。</p> <p>能力目标：赋予学生直播策划与主持能力，能把控直播节奏、策划有趣环节；使其具备产品推广与销售能力，精准传递产品价值；提升应急应变能力，妥善处理直播突发状况。</p>	<p>教学内容：涵盖直播行业知识、直播策划主持技巧、产品推广方法、应急处理策略等教学，通过案例分析、模拟直播项目让学生掌握知识技能。</p> <p>教学要求：教师采用理论结合实践教学，理论讲解清晰易懂，实践提供多样直播场景模拟机会，运用小组协作培养团队意识，严格考核确保学生达到教学目标。</p>
11	思维训练	<p>素质目标：培养学生主动思考、批判思维及团队交流，强化问题探索意识。</p> <p>知识目标：学生要掌握逻辑思维、创新思维、系统思维等基础理论知识，了解思维方法工具，构建思维知识框架。</p> <p>能力目标：培养学生逻辑推理与分析能力、创新思维能力并系统规划；提升思维灵活性。</p>	<p>教学内容：涵盖各类思维理论讲解、思维方法工具使用教学、实际案例分析以及思维训练实践项目，助力学生掌握知识与技能。</p> <p>教学要求：教师运用理论联系实际教学法，理论讲授深入浅出，实践环节提供丰富案例与训练场景，借助小组讨论激发思维碰撞，严格考核督促学生达成教学目标。</p>
12	艺术鉴赏	<p>素质目标：培养学生艺术感知力、多元包容心态及深度鉴赏习惯。</p> <p>知识目标：学生掌握绘画、音乐等艺术形式的特点、流派及鉴赏方法。</p> <p>能力目标：赋予学生识别艺术风格，解读作品内涵并评价赏析，提升学生的审美能力。</p>	<p>教学内容：涵盖多种艺术形式的基础知识讲解、艺术鉴赏方法介绍、经典艺术作品赏析以及艺术作品评价实践活动，助力学生掌握艺术鉴赏关键点。</p> <p>教学要求：教师运用理论结合丰富艺术实例的教学方式，理论讲解深入浅出，艺术实例展示形式多样；组织学生开展小组讨论与分享活动，促进艺术思维交流；严格考核学生对知识的掌握及鉴赏实践能力，确保达成教学目标。</p>
13	商务礼仪与沟通	<p>素质目标：培养学生优雅举止、尊重他人的习惯及人际交往情商。</p> <p>知识目标：学生掌握商务场景礼仪规范（接待/谈判）及跨文化沟通策略。</p> <p>能力目标：学生能在商务活动中精准运用礼仪规范；提升跨文化商务沟通能力，妥善处理因文化差异带来的沟通障碍。</p>	<p>教学内容：涵盖商务礼仪基础知识讲解；商务沟通技巧教学；不同商务场景模拟训练；以及跨文化商务礼仪与沟通案例分析，助力学生掌握核心要点。</p> <p>教学要求：教师采用理论结合实践的教学方法，设置丰富多样的模拟场景与角色扮演活动；组织学生进行小组交流与互评，促进经验分享；严格考核学生知识掌握与实践应用能力，确保学生达到教学目标。</p>

3.实践性教学环节

（1）实训

在校内外进行直播销售与运营、内容策划与编辑、新媒体运营、网络营销推广等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

（2）实习

在网络营销与直播电商行业的互联网和相关服务、批发业、零售业、商务服务业企业进行实习，包括认识实习和岗位实习。学校建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。

实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。学校可根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

4.相关要求

学校充分发挥思政课程和各类课程的育人功能。发挥思政课程政治引领和价值引领作用，在思政课程中有机融入党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史等相关内容；结合实际落实课程思政，推进全员、全过程、全方位育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。开设安全教育（含典型案例事故分析）、社会责任、绿色环保、新一代信息技术、数字经济、现代管理、创新创业教育等方面的拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入课程教学中；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

（二）学时安排

总学时 2662 学时，每 16~18 学时折算 1 学分，其中，公共基础课 792 学时。实践性教学 1682 学时，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 256 学时。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按 1 周为 1 学分。

1.时间分配

学期	一	二	三	四	五	六	合计
教学	15	18	18	14			65
复习考试	1	1	1	1			4
入学教育及军训	3						3
社会实践及机动	1	1	1	2			5
见习				2			2
岗前综合训练				1			1
毕业实习					20	14	34
资格证培训与考核						1	1
专升本培训						4	4
毕业考试						1	1
合计	40		40		40		120

2.专业必修课教学进程表

课程模块	序号	课程名称	学时与学分				按学期分配		一			二	三	四		五六
			总计	理论	实践	学分	考试	考查	3周	1周	15周	18周	18周	14周	1周	34周
公共基础课	1	形势与政策	32	28	4	2		1234	军事训练及	专业认知	2	2	2	2	综合岗前训	毕业实习
	2	思想道德与法治	48	42	6	3	1				4					
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	28	4	2	2					2				
	4	习近平新时代中国特色社会主义思想	48	42	6	3	2					4				

		社会主义思想概论						入 学 教 育	习					练	
	5	大学生军事理论与实践	148	36	112	4	1								
	6	体育	108	8	100	6	1234		2	2	2	2			
	7	英语	96	88	8	6	12		4	2					
	8	经济数学	48	24	24	3	1		4						
	9	信息技术与人工智能	32	16	16	2	1		4						
	10	大学生心理健康教育	32	16	16	2	1		2						
	11	大学生职业规划	16	12	4	1	1		1						
	12	大学生就业与创业指导	32	12	20	2	4					2			
	13	劳动教育	16	8	8	1	1234		每学期 4 学时						
	14	岐黄文化与黄帝内经	24	12	12	1.5	1		2						
	学时小计		712	372	340	38.5			25	12	4	6			
专 业 基 础 课	1	市场营销	32	28	4	2	1		2						
	2	电子商务基础	40	30	10	3	2			4					
	3	财税基础	40	34	6	3	2			4					
	4	零售基础	40	34	6	3	2			4					
	5	商品拍摄与素材编辑	40	30	10	3	2			4					
	6	商务数据分析与应用	32	20	12	2	1		2						
	7	电子商务法律法规	32	20	12	2	2			2					
	8	选品与采购	32	26	6	2	2			2					
	9	专业基础实训 1	16	0	16	1	1								
	10	专业基础实训 2	16	0	16	1	2								
学时小计			320	222	98	22			4	20	0	0			
专 业 核 心 课	1	市场策划	40	28	12	3	3				4				
	2	网络推广	40	30	10	3	3				4				
	3	营销渠道运维	40	30	10	3	3				4				
	4	直播销售	40	20	20	3	3				4				
	5	内容策划与编辑	40	28	12	3	4						4		
	6	直播运营	40	20	20	3	4						4		
	7	新媒体运营	40	20	20	3	4						4		
	8	客户服务与管理	42	30	12	3	3						4		
	9	专业综合实训 1	16	0	16	1	3								
	10	专业综合实训 2	16	0	16	1	4								
学时小计			386	236	150	26			0	0	16	16			
课内总学时及周学时			1386	800	586	85.5			29	32	20	22			
岗前训练、毕业实习			1020	0	1020	34									
总计			2406	887	1619	120.5									
毕业	1	市场营销	每学期开课门次					14	16	6	8				
考试	2	财税基础	考试门次					5	7	1	1				
科目	3	营销渠道运维	考查门次					9	9	5	7				

开课说明：1.《大学生军事理论与实践》实践部分在新生入学前两周集中安排；2.思政课实践 16 学时，安排在周末进行；3.《信息技术与人工智能》可根据专业情况安排在第一或二学期；4.

《大学生就业与创业指导》可根据专业情况安排在第三或四学期；5.《实验室安全教育》根据专业需求情况开设。6.《见习》可根据专业情况安排学期。7.《毕业实习》安排在第三学年。8.加*的为专业核心课程。

3.专业拓展（方向）课教学进程表

序号	课程类型	课程序号	课程名称	开课学期	学时与学分				各学期周学时安排				开课及选课说明
					总计	理论教学	实践教学	学分	1	2	3	4	
1	专业限选课	1	人工智能导论	1	8	6	2	0.5	2				必选
		2	智慧商业	1	8	4	4	0.5	2			4	必选
		3	项目管理	2	8	4	4	0.5		2			必选
		4	零售门店 O2O 运营	2	8	4	4	0.5		2			必选
		5	数据化运营	2	8	4	4	0.5		2			必选
		6	社群运营	3	16	8	8	1			4		必选
		7	数据可视化	3	8	4	4	0.5			2		必选
		8	消费者行为分析	3	16	8	8	1			2		必选
		9	短视频策划与制作	3	8	4	4	0.5			2		必选
		10	主播素养	4	8	4	4	0.5				2	必选
		11	思维训练	4	8	4	4	0.5				2	必选
		12	艺术鉴赏	4	16	12	4	1				4	必选
		13	商务礼仪与沟通	4	8	4	4	0.5				2	必选
2	专业任选课	14	商业模式创新	4	8	4	4	0.5				2	任选一门
		15	营销法律	2	8	4	4	0.5		2			
		16	商业伦理	2	16	12	4	1		2			
		17	大数据营销	2	16	10	6	1		2			
合计					176	100	76	11	4	12	10	16	

4.公共选修课教学进程表

详见郑州医药健康职业学院专业人才培养方案参考格式及有关说明（以康复治疗技术专业为例）。

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 16：1，双师型教师占专业课教师数比例 65%，高级职称专任教师的比例 25%，专任教师队伍考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。

整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

（二）专业带头人

具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外批发业、零售业、互联网和相关服务业、商务服务业行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对

本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

（三）专任教师

具有高校教师资格；具有电子商务类、工商管理类、计算机类、设计学类等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；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，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。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。

（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。

（三）教学实施

课程教学坚持“以学生为中心”，综合运用讲授法、PBL教学法、案例教学法、直播情景模拟、短视频创作工作坊、线上线下混合式教学等方法，各门课程根据数字营销领域特点灵活选用教学手段，实现教学方法多样化、教学手段现代化。专业核心课程内容紧密对接直播电商运营、新媒体营销等岗位要求，参照“互联网营销师”等国家职业技能标准，为学生考取职业资格证书和就业创业奠定坚实基础。通过项目化教学充分调动学生学习主动性，引导学生在真实项目运营中掌握直播策划、内容创作、数据分析等核心技能，培养学生发现问题和解决问题的创新实践能力，强化创新创

业素养培育。

课堂教学是开展思想政治理论教育的主阵地。全面推进课程思政建设，充分发挥思政教师的引领作用、专业教师的主导作用与学生的主体作用，达成课程思政育人目标。整理本专业教学过程中积累的课程思政典型案例，组织编写课程思政实践教学指导材料，将专业知识与思政元素有机融合的优秀案例转化为立体化教材与数字化资源，推动本专业课程思政体系的持续建设与有效实施。

依托高职网络营销与直播电商专业特色，深化“校企协同、项目引领、实岗育人”的教学模式改革，整合校内直播实训基地与合作企业真实项目资源，构建“行业认知-平台实训-项目实战-岗位实习”四阶递进式实践教学体系。对原有实训内容进行数字化重构，在保留市场分析、内容创作等基础技能训练基础上，重点增加直播运营、短视频制作、数据复盘等实战项目，形成模块化、系统化的现代实训体系。积极引入行业真实项目，组织学生参与企业直播带货、品牌推广等实战任务，通过“做中学、学中做”实现理论与实践的深度融合，缩短学生岗位适应期，助力学生快速成长为合格的网络营销与直播电商专业人才。

（四）学习评价

采用试卷、论文、实践技能操作、课堂提问、平时作业等多种考核方式，着重考核学生综合运用所学知识解决实际问题的能力。

1.专业核心课的考核

执行理论和实训双考核制，包括理论和实训考核两部分，要求理论和实训都要合格考核才算合格。理论和实训均为过程性评价和终结性评价相结合，过程性评价以适当比例与终结性评价成绩相加，得出本学期综合成绩。其中过程性评价包括线上与线下平时作业、实训报告、课堂提问、实训操作技能考核、学习态度等。终结性评价主要指期末综合理论知识及综合实训能力考试。理论终结性评价采取闭卷考试的方式，重点考查学生掌握知识情况和对知识的理解能力；综合实训能力考试采取对应行业真实项目抽考，重点考查学生实际动手操作能力和综合职业能力。

2.其他必修课的考核

重点考查学生掌握知识、理解知识和应用知识的情况。主要采取平时考核和期末试卷考核结合的方式。具体是统计学生平时出勤、课堂回答问题、平时作业和学生按教学计划参加实验实训学习等情况，按照相应比例和期末试卷考试成绩相加，得出本学期综合成绩。

十、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

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

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

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

4.学校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

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。

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