

网络营销与直播电商专业 人才培养方案

(三年制高职 2025 年版)

洛阳文化旅游职业学院
旅游管理与乡村振兴学院

2025 年 9 月



编制说明

本专业人才培养方案适用于全日制三年制高职网络营销与直播电商专业，由洛阳文化旅游职业学院旅游管理与乡村振兴学院专业建设指导委员会组织专业教师，与凯耐睿（河南）信息技术有限公司等合作企业及 2023 届学生共同制订。从 2025 级网络营销与直播电商专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓名	所在单位	职称/职务	签名
1	张爱芳	洛阳文化旅游职业学院	副教授	张爱芳
2	刘洁	洛阳文化旅游职业学院	讲师	刘洁
3	王瑞	洛阳文化旅游职业学院	讲师	王瑞
4	龚冉	洛阳文化旅游职业学院	讲师	龚冉
5	李鸽	洛阳文化旅游职业学院	讲师	李鸽
6	孙小燕	洛阳文化旅游职业学院	讲师	孙小燕
7	徐凯	凯耐睿（河南）信息技术有限公司	总经理	徐凯
8	王凤	凯耐睿（河南）信息技术有限公司	项目经理	王凤
9	李祥	洛阳文化旅游职业学院	学生	李祥
10	王香婷	洛阳文化旅游职业学院	学生	王香婷

复核人: 刘洁

专业负责人（签字）: 张爱芳

2025 级三年制网络营销与直播电商专业

人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

专业名称：网络营销与直播电商

专业代码：530704

二、入学基本要求

普通高级中学毕业，中等职业学校毕业或具备同等学历

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

网络营销与直播电商专业隶属于财经商贸大类中的电子商务类。本专业主要面向批发业、零售业、互联网和相关服务以及商务服务业等多个行业，对应互联网营销师、全媒体运营师、市场营销专业人员和品牌专业人员等职业类别。毕业生可在渠道销售主管、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（群）从事相关工作，并可获取相关职业类证书，具备良好的职业发展前景。详见表 1。

表 1：网络营销与直播电商专业职业面向一览表

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	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

本专业面向互联网及相关服务、商务服务业、批发业、零售业等行业、数字营销、新媒体营销、直播电商等技术领域，培养德智体美劳全面发展，践行社会主义核心价值观，具有良好的职业道德和人文素养，掌握本专业的 SEO、SEM、直播电商、新媒体营销基本知识和技术技能，能够从事 SEO/SEM 专员、网站编辑、短视频运营、直播电商、网店运营、文案策划、新媒体运营/推广等工作，具备劳动精神、工匠精神、创新精神，以及较强实践能力、职业适应能力和可持续发展能力的高素质技术技能人才。结合国家职业技能标准和相关行业标准，本专业毕业生需获得互联网营销师（三级）、数据营销 1+X、直播电商 1+X 或与直播电商相关职业技能等级证书中的一种认定。

六、培养规格

本专业培养规格由思政教育目标、知识要求、能力要求、素质要求四个方面组成。

（一）思政教育目标

1. 具有坚定的政治立场与家国情怀，拥护中国共产党领导，践行社会主义核心价值观，自觉将个人职业发展融入国家与行业建设。
2. 恪守职业道德与法律法规，在网络营销与直播电商活动中坚持诚实守信、守法经营，坚守商业伦理与安全底线。
3. 弘扬工匠精神与创新精神，追求专业技能的精益求精，具备数字化环境下的团队协作与创新能力，致力于成长为适应新时代发展需求的高技能人才。

（二）知识要求

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. 熟悉网络营销与直播电商法律、商务谈判等专业知识。
3. 掌握图片处理、产品分析技能，产品详情设计等基本技能。
4. 掌握淘宝、天猫后台、SEO 优化规则、直通车、钻展、淘宝客、活动及聚划算等推广手段，掌握平台产品推广相关知识。
5. 掌握各类网络运营推广手段，精通微博、微信传播规律，掌握策划、文案编辑制作等相关知识。
6. 掌握直播营销排期、脚本撰写、筹备等相关知识。
7. 掌握直播营销开展、二次传播与复盘相关知识。

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。

（三）能力要求

1. 具有探究问题、分析问题和解决问题的能力。
2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。
3. 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等。
4. 能够根据摄影色彩技巧、构图策略进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片；能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度。
5. 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。
6. 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。
7. 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、平台推广、社群运营、活动策划、运营效果监测等工作。
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工作。
9. 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。
10. 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。

（四）素质要求

1. 具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感 and 参与意识。
2. 具有良好的职业道德和职业素养，崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神，重劳动、热爱劳动，热爱网络营销与直播电商职业。

3. 具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

4. 具有网络营销职业意识、网络安全意识、项目创新精神，具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，具有职业生涯规划意识。

七、课程设置

本专业主要包括公共基础课程和专业课程。

（一）思想政治理论课

思想政治理论课，共 6 门，分别是毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、国家安全教育、四史，课程简介如下：

1. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

第一学期开设，共 36 学时，其中理论 24 学时，实践 12 学时

教学目标：

本课程是中共中央宣传部和国家教育部规定的高职院校思想政治理论教育课程中的骨干和核心课程，本课程承担着对大学生进行系统的马克思主义理论教育的任务，目的在于使当代大学生了解马克思主义中国化时代化的过程，了解马克思主义与时俱进的理论品质，树立建设中国特色社会主义的坚定信心，提高学生运用马克思主义的立场、观点、方法分析和解决问题的能力，增强执行党的基本路线和基本纲领的自觉性和坚定性。

教学内容：

包括马克思主义中国化时代化的历史进程和理论成果及其精髓、毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果、中国特色社会主义理论体系的形成和发展、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观理论等，共 9 个专题内容。

教学要求：

系统掌握《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》教材中马克思主义中国化理论成果的科学内涵、理论体系、思想精髓、精神实质，深刻认识中国化马

克思主义既一脉相承又与时俱进的理论品质，系统把握马克思主义中国化理论成果所蕴含的马克思主义立场、观点和方法。

2. 思想道德与法治

第二学期开设，共 54 学时，其中理论 36 学时，实践 18 学时

教学目标：

本课程通过理论学习和实践体验，帮助大学生投身社会主义建设，形成崇高的理想信念，弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，其目的在于培养高等院校学生树立正确的世界观、人生观、价值观，加强思想品德修养，增强学法守法的自觉性，了解我国社会主义宪法和有关法律的基本精神和主要规定，真正做到学法、懂法、用法，依法办事，依法维护国家和公民个人的合法权益，从而全面提高大学生的思想道德素质和法律素质。

教学内容：

本课程是系统地对大学生进行马克思主义理论教育和品德、法律教育的主渠道和基本环节，是我国高等学校课程体系中的必修课程，是一门融思想性、政治性、科学性、理论性和实践性于一体的课程。课程以社会主义核心价值观为主线，针对大学生成长过程中面临的思想和法律问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观教育，引导学生在学习和思索中探求真理，在体验和行动中感悟人生，从而提高自身的思想道德素质和法律素养。

教学要求：

本课程教学分为理论性教学和实践性教学两个方面。理论性教学是以课堂授课为主，充分发挥学生在课堂上的积极性和主动性，提高学生对课堂教学的参与度。通过结合具体的时政内容、鲜活的案例来提高课堂的抬头率。实践性教学具体分为校内实践和校外实践。引导学生按时参加课程的理论学习与实践活动，认真完成经典文献阅读、主题研讨报告等作业，积极参与课堂互动和小组合作项目。在实践环节中，需主动投入校内实践和校外实践。

3. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论

第三学期开设，共 54 学时，其中理论 45 学时，实践 9 学时

教学目标：

本课程是中共中央宣传部和国家教育部规定的高职院校思想政治理论教育课程中的骨干和核心课程。课程全面反映了马克思主义中国化时代化最新理论成果，为

青年学生深刻理解掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的科学内涵、核心要义、实践要求提供了全面指引，目的在于更好用党的创新理论铸魂育人，引导青年学生更加坚定地沿着科学理论指引的正确方向前进，努力成为担当民族复兴大任的时代新人。

教学内容：

本课程全面系统反映了习近平新时代中国特色社会主义思想创立发展的基本脉络及其主要内容，包含新时代坚持和发展中国特色社会主义、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴、坚持党的全面领导、坚持以人民为中心、全面深化改革开放、推动高质量发展、社会主义现代化建设的教育科技人才战略、发展全过程人民民主、全面依法治国、建设社会主义文化强国、以保障和改善民生为重点加强社会建设、建设社会主义生态文明、维护和塑造国家安全、建设巩固国防和强大人民军队、坚持“一国两制”和推进祖国完全统一、中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体、全面从严治党等十七个专题，集中彰显了习近平新时代中国特色社会主义思想回答时代课题、引领实践发展、推动伟大变革的真理力量和实践伟力。

教学要求：

系统讲解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义和丰富内涵，指引学生阅读原著原文，原汁原味学习，系统掌握“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”等主要内容框架及其内在逻辑关系。组织学生积极参与课堂讨论、主题发言以及社会调查、参观考察等实践教学内容，引导学生感悟理论魅力，把学习成果转化为实际行动，增强运用理论解决实际问题的能力，提高社会责任感和使命感。课程考核采用过程性考核和终结性考核相结合的综合评价方式，注重考查学生的理论运用能力和思想实际。

4. 形势与政策

第一、二、三、四学期开设，共 18 学时，其中理论 12 学时，实践 6 学时

教学目标：

通过形势与政策教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，正确认识世情、国情、党情、省情、校情，正确理解党的路线、方针和政策，使大学生在新时代改革开放的环境下具有坚定的立场，学会用正确的观点和方法观察分析形势，把握时代脉搏，珍惜和维护国家稳定的大局，激发爱国主义热情，增强民族自信心和社会责任感，具有坚定走中国特色社会主义道路的信心。

教学内容：

《形势与政策》是高校思想政治理论课的重要组成部分，是对大学生进行形势与政策教育的主渠道、主阵地，是大学生的必修课。该课程的主要内容包括形势与政策的基本知识；国内政治、经济、社会发展等新的动态，特别是党和国家近期的重大方针政策；国际重大事件和热点问题以及发展趋势等。

教学要求：

本课程的主讲教师必须具有思想政治理论相关专业知识或背景，思想上要与国家方针政策保持高度一致。要求教师在授课时注意处理好理论与实践、课堂教学与学生自主学习等方面的关系；注意教学方法与教学手段的创新；注意引导学生关注与本课程学习有关的社会热点问题；注意学生创新能力的培养。立足国内和国际时政热点，结合大学生思想实际，全面准确理解党的路线、方针和政策，准确阐释习近平新时代中国特色社会主义思想，培养和提高学生的综合素质和能力。课程考核采取过程性评价与终结性评价相结合的综合评价方式。

5. 国家安全教育

第四学期开设，共 18 学时，其中理论 8 学时，实践 10 学时

教学目标：

《国家安全教育》是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以总体国家安全观为统领的一门思政必修课。通过本课程的教学，旨在全面加强学生国家安全意识，丰富国家安全知识，引导学生主动运用所学知识分析国家安全问题，强化学生的政治认同，坚定道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，提升学生维护国家安全的能力，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础。

教学内容：

根据教育部《大中小学国家安全教育指导纲要》相关要求以及《国家安全教育大学生读本》等教材内容，本课程主要教学内容包括总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，我国新时代国家安全的形势与特点，国家安全重点领域（主要包括政治安全、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、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全）的基本内容、重要性、面临的机遇与挑战、维护的途径与方法，总体国家安全观实践教育等。

教学要求：

本课程教学须以总体国家安全观为统领，将习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿始终，以达成知识、能力与素养目标为核心。课程实施应坚持理论讲授与实践教学相结合，采用案例研讨、情景模拟等教学方法，着力提升学生维护国家安全的责任意识与实践能力。课程考核采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，重点考查学生对国家安全相关知识的运用能力及日常学习表现，引导学生注重知行合一，成为国家安全的积极守护者。

6. 四史

第四学期开设，共 18 学时，其中理论 12 学时，实践 6 学时

教学目标：

本课程以马克思主义为指导，以中国共产党历史为主线，融合新中国史、改革开放史、社会主义发展史教育。旨在引导学生深刻理解“中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好”，“红色政权来之不易、新中国来之不易、中国特色社会主义来之不易”，把握历史发展规律，增强对中国共产党和中国特色社会主义的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，坚定“四个自信”、传承红色基因，成长为担当民族复兴大任的时代新人。

教学内容：

课程围绕中国共产党百年奋斗历程展开，贯通新中国史、改革开放史、社会主义发展史，涵盖 10 个教学专题：中国共产党的创建和投身大革命的洪流、掀起土地革命的风暴、全民族抗日战争的中流砥柱、夺取新民主主义革命的全国性胜利、中华人民共和国的成立和社会主义制度的建立、社会主义建设的探索和曲折发展、伟大历史转折和中国特色社会主义的开创、把中国特色社会主义全面推向 21 世纪、在新的形势下坚持和发展中国特色社会主义、中国特色社会主义进入新时代。

教学要求：

本课程教学须坚持正确历史观，紧扣 10 个教学专题，结合大学生思想实际展开教学。教学中应坚持理论性与实践性相统一，结合各种红色资源，综合运用案例分析、问题研讨、实践体验等多种方法，引导学生做到学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行。课程考核采用学生平时学习和期末作业相结合方式：过程性评价根据学生出勤、课堂表现、作业完成质量等综合评分，终结性评价以课程论文或者期

末作业形式进行，旨在综合检验学生对“四史”知识的理解程度以及结合专业特色的实践应用能力。

（二）公共基础课程

公共基础课程，共 11 门。主要课程有：中华优秀传统文化、大学英语、大学体育、军事理论（国防教育）、大学生心理健康教育等，课程简介如下：

1. 中华优秀传统文化（文学）

公共必修课，第一、二学期开设，共 72 学时，其中理论 44 学时，实践 28 学时。

教学目标：

本课程旨在让学生深入了解中华优秀传统文化，包括其历史渊源、核心价值观、艺术形式及社会习俗等。通过学习，学生能够领悟中华文化的博大精深，增强文化自信，培养对传统文化的热爱与传承意识，同时提高人文素养和审美能力。

教学内容：

本课程将全面介绍中华优秀传统文化的主要内容和特点，涵盖洛阳文化，古代文学、历史典故、哲学思想、传统艺术等多个领域。学生将通过经典诵读、历史故事分析、艺术作品欣赏等实践活动，深入感受中华文化的独特魅力。课程还将涉及传统节日、民俗风情等内容，让学生在亲身体验中了解并珍视中华民族的文化遗产。

教学要求：

深度挖掘课程中的思政元素，将传统文化中的家国情怀、道德观念、仁爱精神等融入教学。通过讲述历史典故、分析哲学思想，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，培养学生的社会责任感和民族自豪感，激发学生传承和弘扬中华优秀传统文化的使命感。采用多元教学方法，理论教学以讲授法为主，结合多媒体展示，生动呈现传统文化内容；实践活动运用体验法，如经典诵读、艺术作品临摹创作等，让学生亲身体验传统文化魅力；组织小组讨论，分析历史典故和哲学思想，加深学生理解。鼓励学生自主探究，培养其独立思考能力。建立综合性考核评价体系，过程性评价关注学生课堂参与度、实践表现、作业完成情况等，占比 40%；终结性评价以撰写传统文化研究小论文或进行传统文化主题展示为主，考查学生对知识的综合运用和传承创新能力，占比 60%，全面评估学生的学习成效。

2. 大学英语

公共必修课，第一、二、三、四学期开设，共 144 学时，其中理论 108 学时，实践 36 学时。

教学目标：

大学英语课程旨在系统提升学生的英语语言能力，培养他们在国际交流中的跨文化沟通能力。作为高等教育的重要组成部分，本课程着重于听、说、读、写、译各项技能的均衡发展，强调语言的实际应用和交际功能的培养。通过学习，学生不仅能够掌握扎实的英语基础知识，还能够了解英语国家的文化、历史和社会习俗，为未来的学术研究、国际交流以及职业生涯发展奠定坚实的语言基础。

教学内容：

本课程通过丰富的语言材料和多样的教学活动，帮助学生巩固和拓展英语词汇、语法等基础知识，同时提高他们的阅读理解、听力理解和口头表达能力。课程内容涵盖生活、文化、科技、教育等多个领域，旨在拓宽学生的国际视野，增强他们的跨文化意识。此外，课程还注重培养学生的自主学习能力和批判性思维，使他们能够在不断变化的语言环境中持续学习和进步。通过学习本课程，学生将能够更自信、更准确地使用英语进行交流，更好地适应全球化时代的挑战和需求。

教学要求：

将思政元素融入英语教学，在介绍英语国家文化时，引导学生对比中外文化差异，增强文化自信与民族认同感；通过选取具有积极价值观的英语文本，如励志故事、环保主题文章等，培养学生正确的世界观、人生观、价值观，激发他们的社会责任感与使命感。采用多样化教学方法，词汇语法教学结合讲授与练习巩固；阅读理解运用精读与泛读结合法，提升阅读技巧；听力口语教学借助多媒体资源，开展情景对话、角色扮演等活动；写作教学通过范文分析、小组互评等方式，提高写作水平。鼓励学生自主学习，利用网络资源拓展学习。构建多元化考核体系，过程性评价占 40%，包括课堂表现、作业完成情况、小组活动参与度等；终结性评价占 60%，涵盖期末笔试（考查词汇、语法、阅读、写作）和口试（考查听力理解和口语表达），全面、客观地评价学生的英语综合应用能力。

3. 大学生心理健康教育

公共必修课，教育学院、体育学院、奥雅学院第一学期开设，旅游学院、文创学院、数智学院第二学期开设。本学年共 36 学时，其中理论 24 学时，实践 12 学时。

教学目标：

大学生心理健康教育课程旨在增强学生的心理健康意识，提高自我认知与自我调适能力，培养学生积极向上的心态和健全的人格。本课程将通过系统的心理健康

教育，帮助学生了解心理健康的基本知识，掌握心理调适的技能和方法，提升应对压力和解决问题的能力，为未来的学习、工作和生活奠定良好的心理素质基础。

教学内容：

本课程将全面介绍心理健康的基本概念、标准和意义，深入探讨大学生常见的心理问题及应对策略。课程内容涵盖情绪管理、压力应对、人际交往、自我认知等多个方面，旨在帮助学生建立积极、健康的心态，提升心理素质和抗压能力。通过丰富的案例分析和实践活动，学生将学会如何识别和处理自身的心理问题，增强心理适应能力，培养乐观向上的生活态度，为未来的全面发展奠定坚实基础。

教学要求：

将思政教育贯穿心理健康教育始终，在讲解心理调适方法时，融入坚韧不拔、乐观进取等优秀品质的培养，引导学生树立正确的人生观和价值观。借助案例分析，让学生感悟积极心态对个人成长和社会发展的重要性，增强社会责任感与使命感，激励学生在面对困难时保持积极向上的态度。采用多样化教学方法，理论教学运用讲授法，系统传授心理健康知识；案例分析通过小组讨论，激发学生思维，加深对心理问题的理解；实践活动采用角色扮演、心理拓展训练等形式，让学生在体验中掌握心理调适技能。充分利用多媒体资源，展示相关视频、图片，增强教学的直观性和趣味性。构建多元化考核评价体系，过程性评价占 40%，包括课堂表现、参与讨论的积极性、实践活动的完成情况等；终结性评价占 60%，采用撰写心理感悟报告或进行心理案例分析报告展示的形式，全面考查学生对心理健康知识的掌握和运用能力，以及自我认知和心理调适水平。

4. 信息技术

公共必修课，第一、二学期开设，共 72 学时，其中理论 18 学时，实践 54 学时。

教学目标：

信息技术课程致力于培养学生的信息素养和技术应用能力。本课程将介绍计算机基础操作、办公软件的使用技巧以及网络基础知识，旨在让学生掌握现代信息技术的基本理论和实操技能。通过学习，学生将能够熟练运用信息技术工具，提高在信息社会中的竞争力和适应能力，为将来的工作和生活奠定坚实的技术基础。

教学内容：

本课程将系统讲授计算机基础操作，包括操作系统的使用、文件管理、文字处理等；同时，还将深入学习办公软件如 Word、Excel、PowerPoint 等的使用方法和

高级技巧。此外，课程还将涉及网络基础知识，包括互联网的基本原理、常见网络应用以及网络安全等方面的内容。通过学习本课程，学生将能够全面提升自身的信息技术素养，更好地适应信息化社会的发展需求。

教学要求：

在信息技术教学中融入思政元素，在讲解网络知识时，引导学生正确认识网络舆论环境，培养其网络道德与法律意识，做到文明上网、依法用网；通过介绍我国信息技术发展成就，如国产操作系统、5G 技术等，激发学生的民族自豪感和爱国情怀，鼓励学生为推动我国信息技术发展贡献力量。理论教学采用讲授与演示结合，清晰讲解计算机基础、网络原理等知识，并现场演示操作步骤；实践教学运用项目驱动法，布置如制作精美文档、数据统计分析等项目，让学生在完成任务中掌握办公软件高级技巧与网络应用。同时，利用在线学习平台提供拓展资源，鼓励学生自主学习。建立多元化考核体系，过程性评价占 40%，涵盖课堂表现、项目完成情况、作业质量等；终结性评价占 60%，包括理论笔试（考查计算机基础、网络知识）和实操考核（检验办公软件操作与网络应用能力），全面、客观地评价学生的信息技术素养与应用能力。

5. 军事理论（国防教育）

公共必修课，第一学期军训期间完成，共 36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

教学目标：

军事理论课程是旨在系统地向大学生传授军事基础知识和国防观念的重要课程。本课程结合我国高等学校的实际情况，通过介绍军事基础知识、国防政策以及军事战略等内容，帮助学生建立起全面的国防意识，了解并掌握基本的军事技能。课程着重培养学生的爱国主义精神，提高他们的国防素养，使他们能够在未来的工作和生活中更好地履行国防义务，为国家的安全与繁荣贡献力量。

教学内容：

本课程将全面介绍军事理论的基础知识，包括军事思想、军事制度、军事技术等方面的内容。同时，课程还将深入解读我国的国防政策，让学生明确国家在军事方面的立场和策略。此外，通过对军事战略的学习，学生将能够了解战争的本质和规律，提高战略思维能力。通过学习本课程，学生不仅能够增强自身的国防意识，还能够掌握一定的军事技能，为国家的安全与发展贡献自己的力量。

教学要求：

将军事理论与思政教育深度融合，在讲解军事思想、国防政策时，深入挖掘其中蕴含的爱国主义、集体主义精神，通过讲述英雄事迹、国防建设成就，激发学生的爱国热情与民族自豪感，增强他们的国家安全意识与责任感，引导学生树立为国家安全与繁荣奉献的信念。理论教学采用讲授与案例分析相结合，清晰阐述军事基础知识、国防政策，运用经典战例加深理解；实践教学通过模拟演练、军事技能训练等活动，让学生亲身体验军事行动，掌握基本军事技能。同时，利用多媒体资源展示军事装备、战争场景，增强教学的直观性与吸引力。构建多元化考核体系，过程性评价占 40%，关注课堂表现、讨论参与度、实践训练态度等；终结性评价占 60%，包括理论笔试（考查军事基础知识、国防政策理解）和实践考核（检验军事技能掌握情况），全面、客观地评价学生的军事理论素养与国防能力。

6. 大学体育

公共必修课，开设三个学期，共 108 学时，其中理论 36 学时，实践 72 学时。

教学目标：

本课程旨在通过系统的体育教学，提升学生的身体素质和运动技能，培养健康的生活方式和形成积极的体育态度。课程注重理论与实践相结合，通过多样化的体育活动和训练，帮助学生增强体质，提高团队协作能力，培养竞技精神和运动中的道德规范。

教学内容：

大学体育课程涵盖了田径、球类、游泳、武术等多个运动项目，旨在通过专业的教学和训练，让学生掌握基本的运动技能和规则。同时，课程还强调运动中的安全与健康知识，教导学生如何在运动中预防伤害，维护身体健康。通过本课程的学习，学生不仅能够提升个人体能，还能在团队运动中锻炼领导力和合作精神，为未来的生活和工作打下坚实的身体与心理基础。

教学要求：

将思政教育融入体育教学各环节。在团队运动项目中，强调集体荣誉感与团结协作精神，培养学生为集体拼搏的责任感；通过讲述体育界拼搏奋进、为国争光的故事，激发学生的爱国情怀与坚韧不拔的意志，引导学生树立正确的价值观和拼搏精神，以积极态度面对挑战。采用多样化教学方法。实践教学中，对于运动技能学习，运用示范法与练习法结合，教师先规范示范，学生再反复练习；理论教学采用

讲授与案例分析结合，在讲解运动安全与健康知识时，结合实际运动伤害案例。同时，利用多媒体展示精彩赛事，激发学生学习兴趣。建立多元化考核体系。过程性评价占 40%，关注课堂出勤、运动参与度、团队协作表现等；终结性评价占 60%，实践考核包括运动技能测试、体能测试，理论考核涵盖运动安全与健康知识笔试，全面、客观评价学生的体育素养与综合能力。

7. 公共美育

公共必修课，第一、二学期开设，共 18 学时，其中理论 10 学时，实践 8 学时。

教学目标：

本课程旨在培养学生的审美情趣和艺术鉴赏能力，通过系统的艺术教育，使学生能够理解和欣赏各类艺术形式，提升其人文素养和审美水平。课程将介绍绘画、音乐、舞蹈等多种艺术形式，通过理论与实践的结合，让学生在欣赏美的同时，也能够创造美，从而促进其全面发展。

教学内容：

本课程将涵盖艺术的基础知识，包括艺术史、艺术评论以及艺术创作等方面的内容。通过学习，学生将能够识别不同艺术流派的特点，分析艺术作品中的美学元素，同时提升个人的艺术修养和审美能力。此外，课程还将鼓励学生参与艺术创作，通过实践操作来加深对艺术的理解和感悟，最终达到提高公共美育水平的目的。

教学要求：

在艺术史讲解中，融入中华优秀传统文化艺术成果，如传统绘画、古典音乐里的家国情怀元素，增强学生文化自信与民族自豪感；在艺术评论环节，引导学生树立正确价值观，以积极态度评价艺术作品，培养高尚审美情趣，自觉抵制不良艺术思潮。理论教学采用讲授与多媒体展示结合，清晰阐述艺术基础知识，借助图片、视频等直观呈现艺术流派与作品；实践教学运用项目式学习，让学生分组进行艺术创作，如绘画创作、音乐编排等，教师巡回指导。同时，组织学生参观艺术展览、观看演出，拓宽艺术视野。构建多元化考核体系。过程性评价占 40%，关注课堂参与度、艺术创作过程中的表现、小组协作情况；终结性评价占 60%，包括艺术知识笔试和艺术创作成果展示，全面、客观地评价学生的审美鉴赏与艺术创造能力。

8. 劳动教育

公共必修课，第一、二、三、四学期开设，共 36 学时，其中理论 6 学时，实践 30 学时

教学目标：

本课程致力于通过劳动教育，培养学生的勤劳、创新、合作的品质，以及实践能力和社会责任感。课程将结合理论与实践，让学生在参与劳动的过程中，体验劳动的价值和意义，从而树立正确的劳动观念，培养勤劳精神和团队合作意识。

教学内容：

本课程将通过组织学生参与各种形式的劳动活动，如园艺、手工艺制作、社区服务等，让学生亲身体验劳动的乐趣和挑战。在劳动过程中，学生将学习如何与他人协作，如何解决问题，以及如何创新思考。同时，课程还将强调劳动的道德和伦理意义，使学生明白劳动不仅是生存的手段，更是实现个人价值和社会贡献的重要途径。通过学习本课程，学生将全面提升自身的劳动素养和社会责任感。

教学要求：

将思政教育融入劳动教育全过程。在劳动活动开展前，讲述劳动模范事迹，激发学生崇尚劳动、热爱劳动的情怀；在劳动过程中，引导学生体会劳动创造价值，培养艰苦奋斗、吃苦耐劳精神；结束后，组织学生分享感悟，强化社会责任感与奉献精神，树立正确劳动价值观。理论教学采用讲授与案例分析结合，简明讲解劳动道德伦理知识，通过实际案例加深理解；实践教学运用项目驱动法，分组安排园艺、手工艺制作等项目，让学生在实践中掌握劳动技能、学会协作与创新。同时，鼓励学生分享劳动心得，促进相互学习。构建多元化考核体系。过程性评价占 40%，关注劳动态度、团队协作表现、问题解决能力；终结性评价占 60%，结合劳动成果质量、个人总结报告进行评定，全面、客观地评价学生的劳动素养与实践能力。

9. 大学生职业生涯规划 and 就业指导

公共必修课，第一、二学期开设，共 18 学时，其中理论 6 学时，实践 12 学时

教学目标：

本课程旨在帮助学生进行全面的职业生涯规划，并提供实用的就业指导，以增强学生的就业竞争力，为未来职业发展奠定坚实基础。课程将引导学生探索自身兴趣与职业方向的契合点，掌握职业规划的方法与技巧，同时培养学生在求职过程中的自我营销能力和职场适应能力，助力学生顺利步入职场，实现个人职业价值。

教学内容：本课程将涵盖职业兴趣探索、职业规划方法、求职技巧以及职场适应等多个方面。首先，通过专业的职业兴趣测试和案例分析，帮助学生认清自己的优势与兴趣所在，为职业规划提供科学依据。其次，课程将系统介绍职业规划的步

骤和策略，包括目标设定、路径选择、能力提升等关键环节，使学生能够制定出切实可行的职业规划。此外，课程还将涉及简历撰写、面试技巧、薪资谈判等求职实战技能，以及职场礼仪、团队协作、沟通技巧等职场必备素养，从而全面提升学生的就业能力和职业素养。

教学要求：

将思政教育贯穿课程始终。在职业兴趣探索环节，引导学生把个人职业理想与国家发展需求相结合，树立服务社会的远大志向；在讲解职场素养时，融入职业道德、敬业精神等内容，培养学生诚实守信、爱岗敬业的品质，增强学生的社会责任感与使命感。理论教学采用讲授与案例分析相结合，清晰阐述职业规划方法、求职技巧等知识，借助成功与失败的求职案例加深理解；实践教学运用模拟面试、小组讨论等活动，让学生在实践中掌握简历撰写、面试应对等技能。同时，邀请企业人士分享职场经验，拓宽学生视野。构建多元化考核体系。过程性评价占 40%，关注课堂参与度、小组讨论表现、实践任务完成情况；终结性评价占 60%，要求学生提交详细的职业规划书，并进行现场展示与答辩，全面、客观地评价学生的职业规划能力和就业素养。

10. 大学生创新创业基础

公共必修课，第三、四学期开设，共 18 学时，其中理论 12 学时，实践 6 学时

教学目标：

本课程旨在培养学生的创新创业意识和能力，通过系统的理论教学与实践活动，激发学生对创新创业的兴趣和热情。课程将介绍创新创业的基本概念、方法和策略，帮助学生了解市场动态，掌握创业流程，为未来的职业发展和创业道路奠定坚实的基础。

教学内容：大学生创新创业基础课程将涵盖创新思维训练、商业模式设计、市场分析与调研、融资与风险管理等多个方面。通过案例分析、团队讨论、实践操作等多种教学方法，帮助学生建立系统的创新创业知识体系，提升解决实际问题的能力。本课程旨在培养具有创新精神、创业意识和创造能力的高素质人才，为学生未来的创新创业之路提供有力的支持和指导。

教学要求：

在讲解创新创业案例时，融入爱国情怀与责任担当教育，引导学生将个人创新创业与国家发展需求相结合，鼓励学生在关键领域突破创新，服务社会；强调诚信

经营、合法创业，培养学生良好的职业道德与社会责任感，树立正确创新创业价值观。理论教学采用讲授与案例研讨结合，清晰阐述创新创业概念、方法，借助成功与失败案例引导学生思考；实践教学运用项目式学习，分组开展商业模式设计、市场调研等项目，教师提供针对性指导。同时，邀请创业成功人士分享经验，拓宽学生视野。构建多元化考核体系。过程性评价占 40%，关注课堂参与度、小组讨论表现、项目推进情况；终结性评价占 60%，要求学生提交创新创业计划书并进行现场答辩，全面、客观地评价学生的创新创业知识掌握与实际应用能力。

11. 数学文化与智慧游戏

公共限选课，第一学期开设，共 18 学时，其中理论 10 学时，实践 8 学时，早期教育、学前教育必选，其他专业限选。

教学目标：本课程旨在通过介绍数学文化和智慧游戏，激发学生对数学的兴趣和好奇心，培养其逻辑思维能力、创新意识和团队协作精神。学生将通过参与各种数学游戏和挑战，发现数学的趣味性和实用性，从而更加热爱数学并乐于探索其奥秘。

教学内容：本课程将融合数学史、数学趣题以及经典的智慧游戏等元素，让学生在轻松愉快的氛围中学习数学。课程将介绍数学的发展历程、数学家的传奇故事以及数学在科技、经济等领域的应用。同时，通过解谜、拼图、逻辑推理等游戏形式，锻炼学生的数学思维和解决问题的能力。此外，课程还将鼓励学生进行团队合作，共同解决复杂的数学问题，培养团队协作精神。

教学要求：

将思政教育融入数学文化与智慧游戏课程。通过介绍数学发展历程中数学家克服困难、追求真理的事迹，培养学生坚韧不拔、勇于探索的精神；借助数学在科技、经济等领域的应用案例，引导学生树立科技报国、服务社会的意识。采用多样化教学方法。理论教学中，运用案例分析法，通过数学趣题和数学家故事，增强教学趣味性；实践环节，以项目驱动法为主，组织解谜、拼图等游戏项目，让学生分组完成，激发其主动探索和团队协作能力。同时，借助多媒体资源，展示数学文化相关视频资料，丰富教学形式。构建多元化考核评价体系。理论部分，通过课堂提问、小测验考查学生对数学史和基本概念的理解；实践环节，依据小组项目完成情况、个人在团队中的表现等评分。综合平时成绩（占 40%，包括出勤、课堂表现）、实

践成绩（占 30%）和期末考核（占 30%，形式为撰写数学文化相关小论文）给出最终成绩。

（二）专业课程

共 30 门：主要有专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程（含专业选修课）。

1. 专业基础课程

主要包括：办公软件高级应用、管理学、零售基础、财税基础、电子商务法律法规、市场营销、电子商务基础、选品与采购、商品拍摄与素材编辑、商务数据分析与应用、现代物流基础、直播营销话术、短视频策划与制作、电商视觉营销，具体课程目标如下：

（1）办公软件高级应用

课程目标：第一学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。本课程是网络营销与直播电商专业的专业基础课程。本课程旨在培养学生掌握 Office 高级应用与自动化办公核心技术。学生将熟练运用 Excel 数据分析、PPT 商业演示及 Word 文档规范化处理等职场核心技能，高效处理电商业务报表与方案演示，为后续专业课程学习和未来职场需求奠定坚实的数字化办公基础。

内容简介：课程涵盖 Excel 高级函数应用如 VLOOKUP、SUMIFS，结合动态图表与条件格式实现数据可视化分析；学习 PPT 商业演示设计要点包括母版制作与动画逻辑，提升方案说服力；掌握 Word 长文档排版技巧如样式集应用与目录自动生成，确保文档规范高效；实践协同办公技术如 OneDrive 云协作及修订批注功能，强化团队协作能力；了解数据安全与权限管理知识，保障信息安全；并应用自动化工具如宏录制和邮件合并，显著提升日常工作效率，助力职场竞争力。

教学要求：本课程要求学生掌握数据处理与商务文档制作的核心技能，能够独立完成数据报表与商务方案。教学将依托 WPS、Office 等办公软件，通过企业真实项目演练，重点考核函数运用、数据可视化及专业文档制作能力，强化办公自动化应用。

（2）管理学基础

课程目标：第四学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。本课程是网营专业的基础素质课程，聚焦“管理思维与团队协作”能力培养，是提升职业素养与管理能力的基础。通过学习，学生将掌握管理的基本理论、职能及团队管

理方法，具备计划、组织、领导、控制的基础能力，为后续跨境直播、运营主管、团队经理等岗位实践奠定基础。

内容简介：课程首先阐释管理概述，包括定义、基本职能如计划组织领导控制，以及管理者角色认知。接着解析经典管理理论，涵盖泰勒科学管理理论的核心标准化与计件工资思想、法约尔一般管理理论的五大职能及十四条原则、梅奥人际关系理论的霍桑实验发现与社会人假设、德鲁克目标管理理论的目标设定与自我控制精髓，奠定现代管理思维基础。重点在于管理职能实践：学习计划职能涉及目标设定与预算编制方法；组织职能聚焦团队结构设计、分工与有效授权；领导职能掌握有效沟通技巧与多元激励机制；控制职能实践绩效评估及反馈改进流程，系统提升基础管理能力。最后深化团队管理：学习团队构建策略包括角色分配与团队文化塑造；掌握冲突处理技巧如协商妥协与合作；运用团队激励方法涵盖目标激励、情感激励与物质激励，显著增强团队协作与领导效能。

教学要求：本课程要求学生掌握企业管理的基本职能，能够进行团队协作与问题解决。教学将依托企业仿真项目，通过管理实战演练，重点考核计划制定、组织协调与决策执行能力，强化管理实践应用。

（3）零售基础

课程目标：第三学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。本课程是网络营销与直播电商专业基础课程，聚焦“零售认知与基础运营”核心能力培养，是理解现代零售模式的入门课程。学生将掌握零售的基本概念、主流模式及核心构成要素，深入理解电商零售的特色，初步具备零售场景下的商品管理、顾客服务及运营优化能力，为后续《直播运营》等课程学习及胜任零售运营助理、选品助理等岗位实践奠定坚实基础。

内容简介：课程从基础认知出发，阐释零售的定义、核心特征及全球发展趋势如线上化、全渠道、个性化，建立全面的零售行业认知框架。系统解析多元化零售业态，涵盖传统实体零售如超市百货便利店、线上电商零售模式如平台型电商及独立站，以及线上线下融合的 O2O 模式，掌握主流零售模式的核心特征与运作逻辑。深入探讨零售运营的核心要素：商品管理涉及选品策略、库存控制与商品生命周期管理；顾客管理聚焦消费者行为分析、购物体验优化及忠诚度计划设计；运营管理涵盖零售空间陈列布局、促销活动策划如满减折扣以及人员效能管理，系统构建基础零售运营与管理能力。

教学要求：本课程要求学生掌握零售运营的核心流程，能够完成门店日常运营与管理。教学将依托实体门店与数字工具，通过真实场景演练，重点考核商品管理、客户服务与销售数据分析能力，强化零售实操技能。

（4）财税基础

课程目标：第四学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。旨在培养学生建立基础的财税认知与风险防范意识，掌握电商经营核心财税流程。学生将理解基本税种概念、发票规范管理及简易账务处理要点，具备识别常见财税风险、处理日常涉税业务如开票申报、进行基本财务数据解读的能力，为胜任电商运营助理、网店店主等岗位涉及的财税工作及规避经营风险奠定必要基础。

内容简介：课程首先建立财税认知基础，阐述财税对电商经营的重要性及常见风险点如税务违规、核算不清。重点讲解电商核心票证管理，包括电子发票的开具规范、保管要求及常见票据风险防范。系统介绍主要适用税种如增值税、企业所得税及其简易计算方法与申报流程基础。学习基础财务概念解读，涵盖收入成本利润计算、关键财务指标如毛利率、净利率含义及其在经营决策中的应用。结合电商平台佣金结算、推广费支出等场景进行实操分析，强化财税知识在真实业务中的运用能力。

教学要求：本课程要求学生掌握企业财税基础知识，能够处理日常账务与纳税申报。教学将依托财务软件与报税系统，通过真实票据实训，重点考核账务处理、纳税申报及风险防控能力，强化财税实务操作。

（5）电子商务法律法规

课程目标：第四学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。是网络营销与直播电商专业的专业基础课。旨在培养学生强烈的电子商务法律风险防范意识与合规经营理念，掌握影响电商核心业务的关键法律法规要点。学生将理解电子商务法、消费者权益保护法、广告法、合同法、知识产权法等相关法规核心内容，具备识别经营活动中的常见法律风险点、规范网络交易行为如合同订立与履行、信息发布、争议处理的能力，为从事电商运营、内容创作、直播带货等岗位奠定坚实的法律合规基础。

内容简介：课程首先阐述电子商务法基础框架及其核心原则，明确平台责任与经营者义务。重点解析消费者权益保护核心法规，涵盖消费者知情权和选择权、安全保障权及网络购物特殊保护规定。系统学习广告法及互联网广告管理要求，规范

广告内容真实性及禁止虚假宣传行为。掌握电子合同订立生效要件、主要条款及常见履约风险防范。深入理解知识产权保护要点，规避商标版权专利及网络作品侵权行为。结合电商平台规则、直播营销话术规范、数据隐私保护及争议在线解决机制等场景进行案例分析，提升法律风险识别与合规操作能力。

教学要求：本课程要求学生掌握电商法律基本框架，能够识别运营中的法律风险。教学将依托典型案例，通过合规实训，重点考核法律条文理解、风险识别与合规方案制定能力，强化法律应用意识。

（6）市场营销

课程目标：第一学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。是网络营销与直播电商专业的专业基础课。旨在培养学生建立现代市场营销核心理念与基础认知框架，掌握市场分析、目标客户定位及基础营销策略制定的流程与方法。学生将理解市场营销的核心概念、环境因素及消费者行为特征，初步具备市场细分、目标市场选择、定位决策的能力，并能运用基础营销组合策略分析实际问题，为后续专业课程如《网络营销》《直播运营》等奠定坚实的营销思维基础。

内容简介：课程首先阐释市场营销的本质、核心概念及其在现代经济中的作用，建立系统性营销认知。深入分析市场营销宏观与微观环境要素及其对企业决策的影响。聚焦消费者购买决策过程与关键行为特征，学习市场细分标准方法、有效选择目标市场的策略及差异化定位技巧。系统剖析营销组合基础要素包括产品策略、定价方法、渠道类型及促销整合沟通要点。结合新媒体营销趋势如 KOL 合作、短视频及直播营销形式，初步理解其运作逻辑，培养市场导向思维。

教学要求：本课程要求学生掌握数字营销的核心方法，能够制定营销方案并执行推广。教学将依托主流营销平台，通过真实产品推广项目，重点考核市场分析、策略制定与效果评估能力，强化营销实战技能。

（7）电子商务基础

课程目标：第一学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。旨在帮助学生建立对电子商务的整体认知框架，理解其商业模式、技术支撑及核心运作流程。学生将掌握电子商务的定义、发展历程、主要分类模式如 B2B B2C C2C O2O 及其特点，了解网络技术、电子支付、物流配送等基础支撑体系，初步具备分析电商平台运营逻辑、识别主流电商模式特征及应用场景的能力，为后续深入学习网络营销、直播电商等专业课程奠定坚实基础。

内容简介：课程从电子商务定义内涵与发展演变历程入手，理解其对商业模式的变革意义。系统解析电子商务主要模式分类包括企业间 B2B、企业对消费者 B2C、消费者间 C2C 以及线上线下融合 O2O 模式的核心特征与典型案例。介绍支撑电子商务运行的基础技术架构要点如网络基础、信息安全以及关键应用系统如电子支付、物流信息管理、客户关系管理的作用。探讨电商平台基本运营逻辑、关键成功因素及主流应用场景，理解数据在电商运营中的驱动价值，初步建立电子商务运作全景视图。

教学要求：本课程要求学生掌握电商运营的基本流程，能够独立开展网店运营。教学将依托电商平台，通过全流程实战，重点考核店铺开设、商品上架、营销推广与客户维护能力，强化电商实操应用。

（8）选品与采购

课程目标：第三学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。是网络营销与直播电商专业核心技能课程。旨在培养学生掌握电商环境下的商品甄选逻辑与采购执行能力，具备数据驱动选品决策与供应商管理基础。学生将学习市场趋势分析、目标客群需求洞察、竞品研究方法，掌握核心选品维度如商品潜力、利润空间、供应链适配性，并实践询价议价、合同签订、订单跟进等采购流程，为胜任直播选品、电商采购助理等岗位奠定实操基础。

内容简介：课程聚焦电商选品核心逻辑，学习基于销售数据、平台热词、社媒趋势进行市场机会挖掘。深入研究目标消费者画像构建与需求痛点分析方法，掌握竞品优劣势拆解与差异化定位策略。系统训练核心选品评估能力，涵盖商品市场潜力分析、盈利能力测算、合规性审查及供应链稳定性评估。实践采购流程关键环节，包括供应商寻找与资质审核、样品评估、询价议价技巧、基础合同条款理解与订单管理跟进，强化选品与采购的闭环执行能力。

教学要求：本课程要求学生掌握商品选品与采购的核心技能，能够完成供应链搭建。教学将依托市场数据与供应商资源，通过选品实战，重点考核市场分析、成本控制与采购执行能力，强化供应链管理技能。

（9）商品拍摄与素材编辑

课程目标：第三学期开设，72 学时（其中理论 0 学时，实践 72 学时）。是网络营销与直播电商专业核心技能课程。旨在培养学生掌握电商视觉营销所需的商品拍摄与素材制作核心技能，具备独立产出符合平台要求的主图、详情页及短视频素材

的能力。学生将通过高强度实践，掌握商品布光构图、场景搭建、拍摄设备操作等拍摄技巧，并能熟练运用主流图片及视频编辑软件进行素材精修、合成、调色及剪辑，满足电商平台商品展示与推广需求。

内容简介：课程以实践为核心，系统训练电商商品静态摄影技能，涵盖不同材质商品布光方案、构图法则、场景氛围营造及拍摄设备操作要点。深入实践图片精修技术，包括瑕疵处理、颜色校准、背景替换、合成排版，制作高点击率主图及信息清晰的商品详情页。重点掌握电商短视频素材制作，学习分镜头脚本构思、实景拍摄技巧、素材筛选与剪辑节奏把控。熟练掌握主流软件如 Photoshop、Premiere/CapCut 进行素材编辑、特效添加、字幕音效整合，产出符合平台规范的视觉营销素材包。

教学要求：本课程要求学生掌握商品视觉呈现技能，能够独立完成素材制作。教学将依托摄影设备与编辑软件，通过实拍实训，重点考核拍摄技巧、后期处理与创意表现能力，强化视觉营销应用。

（10）商务数据分析与应用

课程目标：第四学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。本课程是网络营销与直播电商专业的专业基础课程。旨在培养学生运用数据驱动电商决策的能力，掌握主流数据分析工具及核心指标解读方法。学生将学习数据采集清洗流程、可视化呈现技巧，熟练运用 Excel 及入门级 BI 工具进行销售趋势分析、用户行为洞察、营销效果评估，具备诊断业务问题、优化运营策略的数据支撑能力，胜任电商运营助理、数据分析专员等岗位。

内容简介：课程从电商数据体系认知切入，明确关键指标如流量转化率、客单价、复购率等的业务含义。系统训练多源数据采集方法包括平台后台、第三方工具及表格清洗整理技巧。重点实践数据可视化技术，利用图表仪表盘清晰地呈现销售趋势、用户画像及商品表现。结合案例学习诊断分析方法，定位流量下滑、转化不足等痛点；运用 A/B 测试等工具评估活动效果，提出数据驱动的选品、定价及推广策略优化建议。

教学要求：本课程要求学生掌握商业数据分析方法，能够通过数据支持决策。教学将依托数据分析工具，通过真实数据集训练，重点考核数据清洗、可视化分析与商业洞察能力，强化数据驱动决策。

（11）现代物流基础

课程目标：第三学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。本课程是网络营销与直播电商专业的专业基础课程。培养学生建立电商物流全链路认知，掌握仓配运营、成本控制及体验优化核心知识。学生将理解物流模式特点如快递、快运、云仓，熟悉订单处理、仓储管理、运输配送及逆向物流流程，具备物流方案比选、时效预测及异常处理能力，为跨境电商物流、供应链管理等岗位奠定基础。

内容简介：课程系统解析电商物流核心环节，涵盖订单分拣与包装规范、智能仓储作业流程及库存管理要点。对比分析主流配送模式如快递直发、前置仓配送、统仓共配的成本时效差异。深入探讨物流体验优化策略，包括路由规划、时效承诺设计及签收服务标准。结合跨境场景延伸国际物流方式如海外仓、直邮特点，学习物流异常如延迟破损的预防与客诉处理流程，强化供应链协同思维。

教学要求：本课程要求学生掌握物流运营的核心环节，能够优化仓储配送流程。教学将依托物流管理系统，通过实战项目，重点考核仓储管理、配送优化与成本控制能力，强化物流运营效率。

（12）直播营销话术

课程目标：第三学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。本课程是网络营销与直播电商专业的专业拓展（或选修）课程。本课程聚焦直播场景下的表达转化能力训练，培养学生掌握高互动话术设计及合规表达技巧。学生将学习产品卖点结构化拆解、用户心理洞察、实时互动控场方法，熟练运用开场留人、促单逼单、危机应答等话术框架，具备脚本撰写、即兴表达及违规风险规避能力，胜任直播主播、助播等岗位。

内容简介：课程深度解构直播话术逻辑，训练产品核心卖点提炼与场景化呈现技巧。学习用户停留动机分析，掌握福利引导、悬念设置、信任建立等留人策略。强化转化环节话术设计，包括痛点刺激、价格锚点、限时催单及逼单话术组合。模拟高频互动场景如问答、投诉、冷场，训练即兴应答与情绪引导技巧。结合广告法及平台规则，学习违禁词规避、敏感信息表述规范，确保话术高效合规。

教学要求：本课程要求学生掌握直播场景下的商品推介与互动技巧，能够独立完成直播脚本设计与现场执行。教学将依托抖音、快手等直播平台，通过真实商品直播演练，重点考核产品卖点提炼、互动氛围营造及销售转化能力，强化直播实战技能。

（13）短视频策划与制作

课程目标：第四学期开设，72 学时（其中理论 0 学时，实践 72 学时）。本课程是网络营销与直播电商专业的专业拓展（或选修）课程。本课程培养学生独立完成电商短视频全流程创作能力，掌握策划、拍摄、剪辑及推广核心技能。学生将学习爆款内容选题策划、分镜头脚本撰写、场景化拍摄执行，熟练运用剪辑软件进行节奏把控、特效添加及多平台适配优化，具备产出商品种草、品牌宣传等营销短视频的实战能力。

内容简介：课程以转化目标为导向，训练短视频选题策划与创意文案撰写方法。系统实践拍摄全流程，涵盖场景布光、运镜技巧、产品细节捕捉及口播表达。深度应用剪映等工具，学习素材粗剪、节奏卡点、字幕动效添加及多尺寸适配技巧。结合算法机制分析完播率、互动率等关键指标，优化视频结构；模拟商品种草、活动预热等真实场景产出营销视频，强化内容变现思维。

教学要求：本课程要求学生掌握短视频内容创作全流程，能够独立完成创意策划与视频制作。教学将依托抖音、快手等短视频平台，通过真实项目训练，重点考核内容创意、拍摄技巧与剪辑制作能力，强化短视频创作与传播效果。

（14）电商视觉营销

课程目标：第三学期开设，54 学时（其中理论 0 学时，实践 54 学时）。本课程聚焦培养数据驱动的电商视觉策划与执行能力。学生将系统掌握高转化率视觉体系构建方法，融合美学设计与营销策略，熟练运用主图、详情页及活动专题的视觉设计技巧，具备通过视觉优化提升点击率、转化率及品牌认知的核心能力，为胜任电商视觉设计师、营销策划等岗位奠定实战基础。

内容简介：课程首先解析视觉营销底层逻辑与消费者决策心理，建立科学化的视觉策划思维框架。深入实践高转化主图设计，掌握卖点可视化呈现、场景化构图及多平台规范适配技巧，显著提升商品点击吸引力。系统学习详情页视觉策划，涵盖消费痛点视觉化解读、信任证据链构建及浏览动线设计，有效降低页面跳失率并促进转化决策。强化营销活动专题设计能力，包括促销氛围营造、跨平台视觉统一输出及品牌调性把控，增强活动传播效能与品牌一致性。结合数据工具分析用户行为轨迹与转化漏斗，持续优化视觉方案的营销价值。

教学要求：本课程要求学生掌握电商场景下的视觉设计技能，能够独立完成商品页面与营销素材设计。教学将依托主流设计工具与平台，通过实战项目训练，重点考核视觉定位、页面设计与营销转化能力，强化视觉营销效果。

2. 专业核心课程

主要包括：直播销售、直播运营、新媒体运营、客户服务与管理、市场策划、网络推广、营销渠道运维、内容策划与编辑，具体课程目标介绍如下：

（1）直播销售

课程目标：第一学期开设，72 学时（其中理论 36 学时，实践 36 学时）。作为专业入门核心课，培养学生建立直播销售基础认知与流程框架。学生将掌握直播选品逻辑、话术结构及互动技巧，具备基础直播策划、商品讲解与实时控场能力，为后续直播运营高阶课程奠定技能基础。

内容简介：课程解析直播销售核心要素，建立电商直播系统性认知。学习直播脚本框架设计，掌握产品卖点可视化表达与场景化演示技巧，提升商品讲解感染力。训练实时互动能力包括观众提问应答、福利发放节奏及促单话术应用，增强销售转化实效。结合虚拟直播间实操演练，培养基础镜头表现力与流程执行力。

教学要求：本课程要求学生掌握直播带货全流程技能，能够独立完成直播策划与销售执行。教学将依托主流直播平台，通过真实商品直播实战，重点考核产品讲解、互动控场及销售转化能力，强化直播带货实战技能。

（2）新媒体运营

课程目标：第二学期开设，54 学时（其中理论 27 学时，实践 27 学时）。本课程是专业高阶技能课程。培养学生掌握多平台新媒体矩阵运营能力，精通内容策划、用户增长及数据分析。学生将制定品牌新媒体策略，优化粉丝互动模型，具备诊断账号健康度、提升内容传播效能的核心竞争力，胜任新媒体运营主管岗位。

内容简介：课程拆解主流平台算法机制与用户画像，构建精准化内容分发策略。实践爆款内容创作方法论，涵盖热点追踪、信息加工与多形态内容生产，提升用户触达效率。系统训练粉丝运营体系搭建，包括社群激活、活动策划及 KOC 培育，强化用户资产沉淀能力。通过数据工具监测转化漏斗，实现运营策略动态优化。

教学要求：本课程要求学生掌握新媒体平台运营方法，能够独立完成内容策划与粉丝增长。教学将依托主流社交平台，通过实战运营项目，重点考核内容创作、活动策划及数据分析能力，强化新媒体运营实效。

（3）客户服务与管理

课程目标：第二学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。本课程是专业基础素质课。培养学生建立以用户体验为中心的服务理念，掌握电商场景

下客诉处理、关系维护及满意度提升方法。学生将运用智能化客服工具，具备高效响应咨询、化解纠纷及挖掘服务改进机会的能力，胜任客服专员岗位。

内容简介：课程阐释客户生命周期价值模型，建立服务驱动复购的认知。训练标准化服务流程执行，包括咨询响应话术、退换货处理及情绪管理技巧，降低客诉升级风险。学习客户分层维护策略，实践会员关怀计划与满意度调研分析，提升用户忠诚度。结合客服机器人配置与工单系统应用，优化服务效能管理。

教学要求：本课程要求学生掌握客户服务核心技能，能够有效处理客户关系。教学将依托客服系统，通过情景模拟训练，重点考核沟通技巧、投诉处理及客户维系能力，强化服务质量管控。

（4）直播运营

课程目标：第二学期开设，72 学时（其中理论 36 学时，实践 36 学时）。本课程是网络营销与直播电商专业的专业核心技能课程。培养学生独立操盘直播全流程能力，掌握流量获取、场景搭建及数据复盘技术。学生将策划高转化直播方案，协调人货场资源，具备流量投放优化、实时数据诊断及 ROI 提升能力，胜任直播运营经理岗位。

内容简介：课程设计全链路直播 SOP，构建标准化运营框架。实践流量获取策略，涵盖预热视频制作、Feed 流投放及私域引流，提升直播间曝光精准度。深度演练场景化直播执行，包括道具脚本配合、后台数据监控及即时策略调整，强化现场控场能力。通过 GMV 归因分析，实现投放与话术持续迭代。

教学要求：本课程要求学生掌握直播运营全流程管理，能够独立策划并执行完整直播活动。教学将依托电商直播平台，通过实战项目训练，重点考核流程规划、数据监测及效果优化能力，强化直播运营管理能力。

（5）市场策划

课程目标：第一学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。本课程是网络营销与直播电商专业的专业核心课程。通过本课程的学习，培养学生建立市场导向的策划思维，掌握 STP 分析及 4P 策略制定方法。学生将完成行业调研、竞品分析及简易营销方案设计，具备基础市场机会识别与策略提案能力，为网络推广等课程奠定认知基础。

内容简介：课程解析市场环境扫描方法，建立系统性策划思维。训练用户画像构建与需求洞察技术，精准定位目标客群。实践营销组合策略设计，包括产品卖点

包装、价格体系搭建及推广渠道匹配，形成完整方案输出能力。通过模拟提案答辩，提升策略表达与逻辑说服力。

教学要求：本课程要求学生掌握市场策划全流程，能够制定完整营销方案。教学将通过真实企业项目，重点考核市场分析、创意策划及效果评估能力，强化营销策划实战水平。

（6）网络推广

课程目标：第三学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。本课程是网络营销与直播电商专业的专业核心课程。通过本课程的学习，培养学生掌握主流渠道精准引流能力，精通 SEO/SEM 及信息流推广技术。学生将制定渠道投放计划，优化关键词策略与创意素材，具备流量成本控制与转化率提升能力，胜任推广专员岗位。

内容简介：课程拆解搜索引擎排名规则，掌握自然流量获取技术。实践付费推广全流程，包括关键词拓词、出价策略及落地页优化，提升引流精准度。训练信息流广告投放，涵盖人群包圈选、创意 A/B 测试及 OCPM 出价，降低获客成本。通过推广数据归因分析，实现投放策略动态调优。

教学要求：本课程要求学生掌握网络推广核心技能，能够实施精准营销推广。教学将依托主流推广平台，通过实战项目训练，重点考核渠道选择、内容创意及效果优化能力，强化网络推广执行力。

（7）营销渠道运维

课程目标：第四学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。本课程是网络营销与直播电商专业的专业核心课程。通过本课程的学习，培养学生掌握电商渠道日常运营能力，精通店铺装修、活动提报及基础数据分析。学生将维护渠道规则合规性，优化商品信息与促销设置，具备渠道健康度监测与基础问题诊断能力，为电商运营岗位筑基。

内容简介：课程解析平台规则与权重体系，规避违规操作风险。训练店铺视觉模块优化，包括主图视频制作、详情页卖点重构，提升页面转化率。实践促销工具配置，涵盖满减折扣、优惠券及会员价设置，强化活动执行效率。通过生意参谋监测 DSR 评分，建立渠道健康预警机制。

教学要求本课程要求学生掌握营销渠道管理方法，能够维护渠道合作关系。教学将通过企业真实案例，重点考核渠道开发、维护及绩效评估能力，强化渠道资源整合水平。

（8）内容策划与编辑

课程目标：第四学期开设，72 学时（其中理论 36 学时，实践 36 学时）。本课程是网络营销与直播电商专业的专业核心课程。通过本课程的学习，培养学生掌握多形态营销内容全案策划能力，精通文案创作、视觉设计及跨平台分发。学生将产出品效合一的图文/视频内容矩阵，具备用户洞察、创意提案及传播数据复盘能力，胜任内容主编岗位。

内容简介：课程构建内容营销策略框架，制定品效协同传播方案。训练高转化文案创作，包括痛点挖掘、情感共鸣及行动指令设计，增强内容说服力。实践多平台内容适配策略，涵盖图文排版、短视频分镜及直播脚本转化，提升跨渠道传播效能。通过传播数据漏斗分析，驱动内容策略持续迭代。

教学要求：本课程要求学生掌握内容创作核心技能，能够产出优质营销内容。教学将依托新媒体平台，通过实战项目训练，重点考核选题策划、文案撰写及内容优化能力，强化内容营销效果。

表 2：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	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。	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。 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	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。

		具、计算机等完成工作任务。	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 and 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（或选修）课程

主要包括：人工智能导论、智慧商业、主播素养、消费者行为分析、商务礼仪与沟通、思维训练、社群运营、零售门店 O2O 运营，具体课程目标介绍如下：

（1）人工智能导论

课程目标：第一学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。通过本课程的学习，培养学生理解人工智能在电商领域的核心价值。学生将掌握机器学习基础原理，熟悉智能推荐、客服机器人等应用场景，具备运用 AI 工具优化商品推荐、用户服务及营销决策的能力，拓展数字化时代职业竞争力。

内容简介：课程解析机器学习与深度学习技术基础，建立智能化商业转型认知框架。重点实践电商 AI 工具操作，涵盖智能选品系统配置、客服机器人训练流程及用户画像聚类分析技术，显著提升运营决策精准度与效率。深入探讨人工智能伦理规范与数据隐私保护要求，强化技术应用合规意识。结合行业典型案例分析智能客服应答优化、动态定价策略等场景，培养前沿技术适配思维。通过模拟项目训练 AI 工具解决选品偏差、客服响应延迟等业务痛点，实现人工智能与电商业务的初步融合应用能力。

教学要求：本课程要求学生掌握人工智能基础概念与典型应用，能够运用 AI 工具解决商业场景中的简单问题。教学将依托 Python 编程平台及主流 AI 应用工具，通过企业真实案例演练，重点考核 AI 技术理解、模型应用及解决方案设计能力，强化技术实践。

（2）智慧商业

课程目标：第三学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。通过本课程的学习，培养学生掌握数据驱动的智能商业决策能力。学生将理解商业智能系统架构，运用数据中台技术实现销售预测、库存优化及精准营销，具备通过智能工具提升商业效能的跨界应用能力，适应数字化转型需求。

内容简介：课程构建商业数据资产化认知体系，掌握数据价值链构建逻辑。系统训练 BI 工具实战应用，完成销售看板搭建、用户行为漏斗分析及可视化报表输出全流程，强化多维度业务洞察时效性。重点实践智能决策场景应用，包括动态定价模型调试、促销效果仿真模拟及库存周转预测，优化资源配置效率。结合新零售标杆案例，剖析智慧门店客流分析、智能补货系统运作机制，掌握商业智能化转型实施路径。通过供应链决策沙盘演练，培养基于实时数据的商业风险预判与决策能力。

教学要求：本课程要求学生掌握数字化转型下的智慧商业运营模式，能够运用数据分析工具优化商业决策。教学将依托商业智能平台及新零售系统，通过真实企业项目演练，重点考核商业数据分析、智慧方案设计及系统应用能力，强化数字化运营。

（3）主播素养

课程目标：第一学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。本课程聚焦主播职业化人格塑造与软实力培养。学生将提升镜头表现力、情绪感染力及职业道德修养，掌握直播突发状况应对策略与公关技巧，构建个人 IP 化形象识别系统，为直播岗位发展提供核心素养支撑。

内容简介：课程解构主播职业形象定位要素，建立差异化人设打造认知框架。强化专业表达技能训练，涵盖胸腔共鸣发声控制、镜头前肢体语言设计及即兴演讲逻辑搭建，提升观众信任感与黏性。系统学习直播伦理规范，包括违禁词实时规避技巧、知识产权保护要点及危机公关话术设计，有效降低职业合规风险。通过高压场景模拟演练，如产品质量事故回应、恶意言论应对等突发状况，培养情绪管理与应急控场能力。结合个人形象诊断报告，定制化训练微表情管理、场景化服装搭配等细节素养，实现主播职业魅力的全方位提升。

教学要求：本课程要求学生掌握直播带货的主播核心素养，能够独立完成直播策划与现场执行。教学将依托抖音、快手等直播平台，通过真实商品直播演练，重点考核语言表达、形象管理、场控应变及销售转化能力，强化职业素养。

（4）消费者行为分析

课程目标：第二学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）通过本课程的学习，深化消费者决策机制研究能力。学生将掌握消费心理分析模型，运用眼动追踪、购物路径分析等工具解读网购行为规律，具备基于用户洞察优化产品呈现、页面设计及营销策略的专业能力，赋能精准营销决策。

内容简介：课程解构消费者决策五阶段模型，掌握需求触发关键要素与痛点挖掘技术。实践行为数据分析方法论，完成购物车放弃率归因分析、页面热力图解读及 A/B 测试方案设计，精准定位转化路径瓶颈。强化社交消费场景应对策略训练，剖析 KOL 种草心理机制、直播间冲动消费诱导因素及社群拼单传播逻辑，提升场景化营销设计精准度。通过用户旅程地图构建练习，整合触点多渠道行为数据，建立

全景式消费行为洞察框架。结合眼动实验设备实操，验证页面布局、促销信息呈现等视觉要素对决策的影响规律，形成数据化用户体验优化能力。

教学要求：本课程要求学生掌握消费者行为分析方法，能够运用数据分析工具洞察消费趋势。教学将依托电商平台数据及调研工具，通过真实消费数据分析项目，重点考核行为洞察、数据分析及营销策略制定能力，强化决策支持。

（5）商务礼仪与沟通

课程目标：第二学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）通过本课程的学习，培养符合电商行业的职业化沟通素养。学生将掌握商务场景形象管理规范，精通跨文化沟通礼仪及谈判技巧，具备客户接待、商务宴请、跨境直播等场景的得体应对能力，塑造专业可信的职业形象。

内容简介：课程建立商务形象管理系统认知，规范职业着装准则与仪态管理要点。训练高情商沟通技能，包括需求精准表达、异议处理话术及谈判让步策略，提升商务场景沟通效能。重点强化跨文化交际能力，掌握主要贸易国商务禁忌、宗教礼仪及在线会议规范，避免文化冲突。实践商务场景应对模块：客户接待流程执行、中西式宴请位次安排及礼品馈赠原则应用，展现专业素养。通过跨境直播模拟实训，演练多时区会议主持、文化敏感话题规避等场景，培养全球化商业环境适应力。结合礼仪情境考核，实现职业形象与沟通能力的协同提升。

教学要求：本课程要求学生掌握商务场景下的专业礼仪与沟通技巧，能够胜任各类商务接待与谈判。教学将通过模拟商务场景演练，重点考核职业形象、礼仪规范、跨场景沟通及危机处理能力，强化职业竞争力。

（6）思维训练

课程目标：第四学期开设，36 学时（理论 18 学时，实践 18 学时）。本课程旨在系统培养适应网络营销与直播电商领域的核心思维能力。学生将掌握逻辑分析、创新思考与结构化表达的方法工具，具备直播策划、舆情研判、数据决策等场景下的理性分析与应变能力，形成缜密清晰、适应发展的职业思维素养。

内容简介：课程构建思维认知系统，涵盖逻辑推理准则与认知偏误识别方法，强化批判性思维与创新工具应用。重点训练问题归因、论证分析、决策评估等能力，提升复杂情境判断力。实践环节围绕典型业务场景展开，包括直播话术逻辑构建、评论舆情结构化分析、营销数据归因推演等任务，并通过模拟项目演练策划重构与

应急决策流程，强化实战思维水平。结合可视化成果评价，实现思维模式与职业能力的整合提升。

教学要求：本课程要求学生掌握系统性思维方法，能够运用创新思维解决商业问题。教学将通过企业真实案例研讨，重点考核逻辑分析、创新思考及问题解决方案设计能力，强化思维素养。

（7）社群运营

课程目标：第三学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。通过本课程学习，培养符合网络营销与直播电商需求的社群运营专业能力。学生将掌握社群搭建与用户维系的核心方法，精通内容策划、互动激活及裂变增长等运营技巧，具备社群数据分析、KOC 培育和危机处理等实战能力，形成系统化的社群运营思维与执行力。

内容简介：课程构建社群运营系统认知，涵盖用户画像分析、社群定位与平台选择等基础理论。训练内容策划、话题引导及互动激活等核心技能，强化裂变增长活动策划与 SOP 流程执行能力。重点实践模块包括：从零搭建社群体系、月度内容规划制定、线上线下融合活动执行、社群数据监测与转化分析。通过真实项目模拟，演练用户分层运营、KOC 挖掘培育、社群危机预警与处理等典型场景，培养基于数据驱动的精细化运营能力。结合运营方案策划与实操考核，实现社群运营理论与实战技能的综合提升。

教学要求：本课程要求学生掌握社群运营的核心技能，能够独立完成社群搭建与用户维系。教学将依托微信、QQ 等社群平台，通过真实运营项目演练，重点考核内容策划、用户互动、活动执行及数据分析能力，强化用户运营。

（8）零售门店 O2O 运营

课程目标：第二学期开设，36 学时（其中理论 18 学时，实践 18 学时）。通过本课程学习，培养适应数字化转型需求的零售门店 O2O 运营能力。学生将掌握线上线下融合运营的核心逻辑，精通全渠道会员管理、门店数字化改造及场景营销等技能，具备 O2O 活动策划、数据分析和业绩提升的实战能力，形成系统化的新零售运营思维。

内容简介：课程构建零售 O2O 运营体系认知，涵盖新零售趋势、全渠道业务模式及门店数字化基础。训练会员通、商品通、服务通等核心技能，强化线上线下营销协同与数据驱动运营能力。重点实践模块包括：门店数字化诊断、O2O 促销活动策

划、私域流量池搭建、全渠道会员运营方案制定。通过真实案例模拟，演练线上引流到店、线下体验转化、社群运营维系等典型场景，培养以用户为中心的全链路运营能力。结合 O2O 运营方案设计与实操考核，实现新零售理论知识与实战技能的综合提升。

教学要求：本课程要求学生掌握零售门店 O2O 运营全流程，能够策划线上线下融合营销方案。教学将依托门店管理系统及数字工具，通过真实门店运营项目，重点考核全渠道营销、会员管理及业绩提升能力，强化新零售运营。

（四）综合实践课程

本专业综合实践模块围绕“对接数字营销行业需求、融合 1+X 职业技能标准、落实‘知行合一’培养理念”的核心目标，设置军事技能、认识实习、安全教育、电商综合实训、毕业设计、岗位实习六门课程，通过递进式实践教学，引导学生完成从“理论认知”到“行业适配”，再到“职业胜任”的能力跨越，最终培养适应网络营销与直播电商领域发展需要的应用型人才。

1. 军事技能课

作为入学首个实践课程，聚焦“培养职业素养基础、实现角色转型”目标。课程通过军事队列训练、国防理论学习、团队协作拓展等内容，既强化学生的纪律意识、集体观念与抗压能力。这些能力与研学活动中带队管理、突发情况应对的职业需求高度契合；也帮助学生快速适应大学学习节奏，为后续专业实践课程打下良好的行为习惯基础。

2. 认识实习（实训）

本环节为《直播销售》《直播运营》《新媒体运营》等专业核心课的前置实践，通过组织学生实地参观合作电商企业，使其直观感知直播电商真实工作场景及岗位职责，建立初步的职业认知和理论联系实际的基础，激发专业学习兴趣，为后续课程学习做好准备。

3. 安全教育

作为“全实践环节保障型”课程，立足网络营销与直播电商的真实职业场景。课程内容既包含消防、信息与数据安全等通用知识，更聚焦直播运营、电商交易等专业领域的安全要点，如直播内容合规审查、电商交易风险防范、客户信息安全保护、网络诈骗识别与应对等；通过理论讲授、典型案例分析、场景模拟演练，帮助

学生树立“安全是运营底线”的意识，掌握贴合行业实际的安全防护与风险管控能力，为岗位实践提供坚实保障。

4. 电商综合实训

通过校企共建方式开展双 11 真实大促场景的电商客服实战训练，帮助学生深度掌握咨询响应、纠纷处理、精准营销及客户关系维护等全流程操作技能，强化多平台服务工具应用、高压场景情绪管理、数据化服务优化等职业核心素养，实现从标准服务流程执行到客户体验价值创造的实践能力跃升。

在实训期间，学校实施校企“三师制”共管模式，即学校专业教师负责理论指导，企业导师侧重技能培训，辅导员负责学生日常管理，并严格执行考勤、考核与安全管理制度。课程安排方面，公共基础课与思政课统一安排在学期内的非实训阶段完成；专业课教学贯穿全程。实训期间的专业课教学在专业实训场地开展，由学校教师主导、企业导师协同授课，形成校企双师联合指导机制，共同促进学生理论认知与实践能力的融合提升，确保教学目标的达成与人才培养的实效性。

成绩评定：专业课期末成绩构成分二部分。①任课教师评定课程成绩（占比 50%），②企业导师评定实训成绩（占比 50%）。实训成绩评定细则：实训综合成绩=实训企业考勤×50%+（实训报告×20% + 实训成绩评定表×30%）。

5. 毕业设计

作为“检验全学段能力、输出专业成果”的核心课程，是专业学习的最终闭环。要求学生整合所学知识与技能，结合 1+X 职业技能标准，自主选定与行业紧密相关的课题，完整经历“选题分析—策划撰写—方案测试—答辩展示”全流程，最终形成可执行落地的网络营销策划案或直播电商运营方案，重点考察学生在真实商业场景中的综合应用与创新解决能力，是毕业资格认定的关键环节。

6. 岗位实习

作为“衔接校园与职场”的沉浸式实践课程，旨在全面提升学生的职业适应与胜任能力。课程依据学生发展方向，安排其进入电子商务企业、MCN 机构、品牌直播运营部门、数字营销公司等相关岗位实习，并在企业导师指导下参与实际业务运营。例如，协助开展直播流程执行、短视频内容创作、店铺运营与推广、营销数据分析等工作；实习结束后需提交详实的实习报告与个人作品集，既帮助学生深入理解行业运作规范与职业标准，也为未来就业积累直接经验，实现从“在校生成”向“职业人”的顺畅过渡。

八、教学进程及学时安排

本专业方向共包含 6 个学期，共包含 2844 个课时，其中理论课时占比 35.02%，实践课时占比 64.98%，教学进程安排详见附件 1。

附件 1：网络营销与直播电商专业课程设置表（2025 级）。

附表：教学周数分配表附表：教学周数分配表

九、基本教学条件

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、教学评价、质量管理等方面。

（一）教师任职条件

1. 队伍结构

本专业已建立一支结构合理、专兼结合的师资队伍。现有网络营销与直播电商专任教师 8 人，师生比为 23:1。师资职称分布均衡，其中副高级职称 1 人，中级职称 7 人。全员“双师型”教师，各项比例均优于常规指标，形成职称、年龄与实践经验配置科学的梯队结构。同时，专业积极整合行业资源，聘任 2 名企业高级技术人员担任行业导师，构建校企协同、专兼互补的教学团队，并建立常态化专业教研机制，持续推动教学与实践深度融合。

2. 专业带头人

本专业实行“双带头人”制度，配备校内与校外专业带头人各一名。校内专业带头人为副教授、“双师型”教师，具有 10 年以上教学与行业实践经验，入选河南省学术技术带头人；校外专业带头人深耕互联网与电子商务领域超过 15 年，具备扎实的理论基础与丰富的行业实战经验。两位带头人能够准确把握国内外互联网及相关服务业、批发业、零售业的发展动态，紧密对接行业企业需求，深刻理解网络营销与直播电商领域的人才培养方向，共同主持专业建设与教学改革，推动教科研与社会服务工作，在本专业的高质量发展和创新引领中发挥核心作用。

3. 专任教师

本专业专任教师均具备高校教师资格，拥有工商管理、国际贸易、电子商务、经济管理等相关专业硕士及以上学历，师资结构合理、实践经验丰富，其中 2 人具有 15 年以上、4 人具有 5 年以上、2 人具有 2 年以上行业工作经历，技术技能水平扎实。教师在科研方面成果显著，2024 年累计获批各级课题 14 项，包括省部级 2 项、市厅级 12 项，涵盖河南省教育厅人文社科、哲学社科、教育科学规划等多个类别，

体现课程思政与专业教学的有机融合。教学能力突出，获省级奖项 4 项，如河南省电子商务职业技能竞赛职工组一等奖、教学技能竞赛二等奖、教学能力大赛三等奖等，并获校级教学能力大赛一等奖 3 项，展现了教师在信息化教学与混合式教法改革方面的有效实践。同时，教师坚持每年不少于 1 个月的企业或实训基地锻炼，每 5 年累计企业实践经历不低于 6 个月，保障了教学内容的先进性与岗位对接度。

（二）教学设施

1. 专业教室基本条件

目前，学院网络营销与直播电商专业共有 9 间直播电商实训室。每间实训室均配备专业摄像机、补光灯等直播设备，并接入蓝牙音箱系统，满足多场景教学与实践需求。实训区域全面覆盖监控设施，配备应急照明装置，且保持完好有效。各实训室均符合紧急疏散标准，逃生指示标识清晰醒目，安全通道保持畅通，切实保障实训教学安全有序开展。

2. 校内实训基地

为了培养网络营销与直播电商专业学生岗位技能和创业能力，保障校内课程实训、项目实战及顶岗实习的实施，让学生能够开展项目学习与操作，需要具备基本符合现代直播实训、文案实训、电商客服实训、运营推广实训项目要求的相关计算机网络、摄影设备等，实训场地要求工位数充足，具有行业企业文化的实训环境。

校内实训基地如下表：

表 3：网络营销与直播电商专业校内实训基地一览表

序号	实训基地名称	功能	实训项目
1	企业电商校企实训基地	熟悉并掌握企业化店铺运营规则。	与 16 个知名品牌（优时颜、老板电器等）合作运营店铺。
2	客户服务实训基地	能够利用客户服务一套流程熟悉电商操作方法。	耐克等品牌官方旗舰店客户服务项目。
3	移动电商实训基地	能够利用移动设备如平板电脑，掌握移动平台广告文案写作、发布、宣传等方法。	微信公众号等移动平台广告文案实训项目。

3. 校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够提供开展网络营销与直播电商专业相关实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师稳定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 4：网络营销与直播电商专业校外实训基地一览表

序号	校外实训基地名称	合作企业名称	用途	实训活动
1	凯耐睿实训基地	凯耐睿（河南）信息技术有限公司	跟岗实习、顶岗实习、电商综合实训	直播营销与运营、电商客服
2	蚌埠君客实训基地	蚌埠君客电子商务有限公司	生产性实训、电商客服、新媒体运营网络营销与直播电商	电商客服营销、直播营销
3	河南翰聆实训基地	河南翰聆信息技术有限公司	认识实习、跟岗实习、顶岗实习、直播运营网络营销与直播电商	直播营销与运营、电商客服
4	上海维音实训基地	上海维音信息技术股份有限公司	认识实习、跟岗实习、顶岗实习、直播运营、网络营销与直播电商	直播营销与运营、电商客服
5	上海寰纬航空基地	上海寰纬航空服务有限公司	认识实习、跟岗实习、顶岗实习、电话客服	电话客服营销
6	宿州和君纵达实训基地	宿州和君纵达数据科技有限公司	认识实习、跟岗实习、顶岗实习、电话营销	电商运营管理
7	鸿联九五信息实训基地	中信集团鸿联九五信息产业有限公司	顶岗实习、生产性实训、电话客服营销	电话客服营销
8	洛阳卡卡实训基地	洛阳卡卡文化传媒有限公司	跟岗实习、顶岗实习、网络营销、门店连锁营销	网络营销、门店连锁营销
9	江苏怀一实训基地	怀一（江苏）健康产业管理有限公司	生产性实训、顶岗实习、网络营销	网络营销

4. 学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供客服、运营、营销、直播等相关实习岗位，拥有当前行业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生安排顶岗实习；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；有规范实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

（三）教学资源

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所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1. 教材选用的基本要求

教材选用是保障教学质量的重要环节。网络营销与直播电商专业严格遵循《普通高等学校教材管理办法》等文件要求，选用适用于高职课堂和实习实训的用书及相关配套资源，确保教材体现党和国家意志，杜绝不合格教材进入课堂。每学期对教材进行抽样检查，重点审核内容的科学性、出版时效性、类型适宜性及意识形态导向，优先选用国家及省级规划教材。为适应行业发展与教学改革，教材覆盖直播电商运营、沉浸式文旅营销、乡村振兴赋能等热门场景，培养紧跟趋势的实战型人才，及时将新规范、新技术、新业态融入教学；积极选用体现“书证融通”、支持混合式教学模式的新型活页式教材、工作手册式教材，行业认证及职业标准，保障教材的先进性与实用性。

例如《直播运营》作为专业主干课，优先选用对应领域的国家规划教材，同时搭配真实直播间后台操作录像与行业案例解析作为拓展资源，既依托国规教材奠定系统知识基础，也紧密贴合直播电商的实战要求；针对《新媒体运营》这一全媒体运营师考证核心课，专门选用符合最新考试大纲、涵盖平台规则解读与运营实战技巧的配套教辅，助力学生高效衔接职业资格认证；而《内容策划与编辑》则对标 1+X 网络直播运营或数字营销技术应用等相关职业技能等级证书的考核要求，选用对应配套教材，同步融入证书考核中的真实项目策划与内容制作案例，且所有教材均通过内容与版权合规审查，在确保教学规范性的同时，实现课程教学、证书考核与岗位能力的有机统一。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足网络营销与直播电商专业人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括与网络营销与直播电商专业相关的核心专业领域相适应的图书、期刊、资料、规范、标准、法律法规等。

3. 数字资源配备配置基本要求

学院建设配备与网络营销与直播电商专业有关的音视频素材、教学课件、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、满足教学需要。

（四）教学方法

1. 线上线下混合教学

借助智慧课堂和超星学习平台，利用先进信息技术改变教育教学方法，实施“线上、线下、任务化”混合教学。

2. 任务驱动法

任务驱动教学法可以让学生在完成“任务”的过程中，培养分析问题、解决问题的能力，培养学生独立探索及合作精神。

3. 案例教学法

通过具体的教学案例，引导学生参与分析、讨论等活动，让他们在具体的问题情境中积极思考探索，培养学生自主学习能力和综合应用能力。

4. 模块化教学法

模块化教学中教师只是在开始利用很少的时间对任务的内容要求进行讲解。教师在模块化教学过程中只讲解一些难懂的、易错的地方以及一些更快更有效的学习方法，从而更全面地发挥学生的学习自主性。

5. 分组讨论法

在课程教学中对学生进行线下分组，通过线上学习，线下讨论等方法，让学生更多地参与教学活动。以学生为主体，按照既定方案进行讨论。在任务实施过程中，老师参与线下引导，辅导学生完成任务，任务完成时，老师对完成效果进行检查，通过学生自评、小组互评、教师评价，对任务结果做综合性评价。分组讨论教学法，有利于学生的信息收集和自主创新能力。能培养学生的团结协作的精神，更好地提高学生自身的分析和解决问题的能力。

（五）教学评价

本专业考核分理论课考核、专业教学技能考核、岗位实习考核三部分。

1. 理论课考核

理论课程考核包括学生对课程中理论知识的识记、理解、掌握和运用的考核，采用形成性考核和终结性考核相结合的方式。形成性考核成绩占课程总成绩的 50%，包括平时作业成绩（占 30%）和学习表现成绩（占 20%），由任课教师根据学生的平时作业完成情况、上课与老师互动情况、学习表现记录（包括到课率记录）进行综合评定。终结性考核成绩占课程总成绩的 50%。终结性考核采取期末无纸化（或纸质）考试。

2. 专业教学技能考核

为客观评价学生在学完本门课程后知识的掌握情况、专项技能的训练水平、职业核心能力的掌握情况，将本课程考核与评价分为两部分，分别为平时过程性考核和期末终结性考核，总分为 100 分。

其中平时过程性考核占 60%，考核主要分成 2 部分，一方面根据阶段性个人或小组项目完成情况，由学生自评、组内他人评价和教师评价相结合评定成绩；另一方面，根据项目完成的时间、主题是否符合要求、质量是否达标、是否有创新，由组长和教师评价相结合的方式评定成绩。

期末终结性考核占 40%，主要分为理论考试以及实践考试。其中理论考试部分根据期末问卷式理论考试，由教师评定成绩。实践考试根据期末实践项目完成的时间、主题是否符合要求、质量是否达标、是否有创新，由教师评价评定成绩。

3. 岗位实习的考核

岗位实习时间为 12 个月，考核成绩由企业指导教师与校内指导教师共同评定，其中以企业方评价为主要依据。校内指导教师主要根据学生提交的岗位实习总结及定期汇报情况进行评定；企业指导教师则依据学生在实习期间运用专业知识解决实际问题的能力、职业素养表现以及综合技能提升情况进行评定。双方评分权重设置为：校内指导教师评定成绩占考核总成绩的 40%，企业指导教师评定成绩占 60%。考核成绩采用百分制，60 分及以上为合格。未达到实习考核合格标准的学生，扣除岗位实习相应学分。本专业将结合专业特色，在实习过程中重点培养学生的实际操作能力、行业适应能力与综合职业素养，并通过校企双导师制度强化教师队伍的协同指导能力，确保实习内容与专业培养目标相一致。

十、质量管理

健全人才培养工作的体制机制，构建稳定的组织机构和专业建设团队，形成人才培养质量保障体系。完善教育教学过程监测、评价与反馈机制。定期组织行业调研对人才培养质量进行评价，充分发挥学校、行业企业、家长等多评价主体的作用，形成多元监督机制。教师教学评价与考核由教学常规检查、学生评价、教师同行评价和教学督导四部分组成。强化学生学习的全过程管理与评价，实施考教分离，评教与评学分离，严格考试纪律，考试管理严密、科学、规范，客观公正评价教育教学质量。以下是学院开展质量管理工作的主要措施：

一是学院专业建设指导委员会，为专业建设出谋划策，提供市场、政策及行业信息，提高专业建设的科学性和合理性。

二是学院教学执行组织与教学督导组，对课程建设、教学方法的改革与推广、课堂教学质量管理等进行督导与评价。

三是根据学院实践教学环节质量管理，完善各实践教学环节的课程标准、评价标准，完善实践教学管理文件，加强校内外实训、岗位实习的管理。

四是学院专业调研组，负责本专业的社会需求、毕业生跟踪调查和新生素质调查等工作，为本专业的招生和就业提供支持。

十一、毕业要求

（一）课程成绩要求

所有课程成绩全部合格，并达到本人才培养方案要求的素质、知识和能力等方面要求，准予毕业，颁发毕业证书。

（二）学分要求

本专业必须修满 138 学分方可毕业。其中，岗位实习共 24 学分，岗位实习时间实习时间为 12 个月。

（三）证书要求

1. 通用证书

鼓励学生获得普通话证书、计算机等级等其他证书。

2. 职业资格证书

鼓励学生毕业时至少考取一项本专业相关的证书：如互联网营销师、网络直播运营、电子商务数据分析师等。

（四）综合素质考核要求

学生须通过学院组织的综合素质考核，考核内容包括：

思想政治素质：拥护中国共产党领导，践行社会主义核心价值观，具备良好的思想道德修养和社会责任感；

专业素养：具备扎实的专业知识、技能和职业素养，能够胜任剧本娱乐与旅游融合业态的相关岗位；

实践与创新能力：在实习、实训、项目实践中表现突出，具备一定的创新意识和解决问题的能力；

身心健康发展：身心健康，具备良好的心理素质和团队协作能力；

美育与劳动素养：具备一定的审美能力、人文素养和劳动意识，尊重劳动、热爱劳动。

（五）其他要求

学生须完成所有规定的教学环节。

1. 岗位实习

在与学校签订合作协议的企业里进行全职岗位实习，承担实际工作任务。实习中重点锤炼直播技巧、营销推广、直播运营等核心业务技能。实习成果需通过企业评价与校方考核，完成理论与实践的综合转化。

2. 毕业设计

毕业设计须紧密结合网络营销与直播电商领域的真实场景与业务需求。学生可选择直播带货策划、短视频营销、社交媒体运营、数据化营销等方向，完成一份完整、可行且具备创新性的整合营销方案或创业计划。设计内容应系统体现市场分析、内容策划、平台运营与数据分析等核心能力的综合运用，成果需具有一定的实际参考或商业应用价值。毕业设计指导教师指导学生完成毕业设计的同时，完成毕业教育。

附表

2025 级三年制网络营销与直播电商专业学期教学周数分配表

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一			★	★	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	●
二	☆	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	●
三	☆	■	■	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	■	■	■	■	■	■	●
四	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	●	
五	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
六	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	○	○	○	○								

说明：

1. 教学单位依据上级文件，学校实际，专业内涵建设，科学安排每学期周教学。
2. 符号：★—军训，☆—社会实践，■—理论教学，▲—实习，△—校内实训，○—毕业设计，●—考试

2025年网络营销与直播电商专业课程设计及教学进度表

二级学院：旅游管理与乡村振兴学院							学制：三年		填报人：张爱芳、刘洁、王瑞				负责人：刘志恒			
课程模块	课程类型	课程编码	课程名称	学时分配			学期及周学时数						学分	考核方式	备注	
				总学时	理论学时	实践学时	一	二	三	四	五	六				
公共基础课程模块	思政课程	160001-02	形势与政策	18	12	6	0.25	0.25	0.25	0.25				1	考查	
		16004	思想道德与法治	54	36	18		3						3	考试	
		16005	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	24	12	2							2	考试	
		16007	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	54	45	9			3					3	考试	
	公共必修课程		国家安全教育 ☆	18	8	10				1				1	考查	
		130055-130056	大学体育 ☆	108	36	72	2	2	2					6	考试	
		150003	军事理论（国防教育）	36	18	18	2							2	考查	
		120237	大学生心理健康教育	36	24	12		2						2	考查	
	公共限定必修课程	150033-150036	劳动教育	36	6	30	0.5	0.5	0.5	0.5				2	考查	
		150029-150030	中华优秀传统文化（文学）☆	72	44	28	2	2						4	考查	
		150007-150010	大学英语 ☆	144	108	36	2	2	2	2				8	考查	
		150001-150002	信息技术	72	18	54	2	2						4	考查	
		150051-150052	大学生职业生涯规划 and 就业指导	18	6	12	0.5	0.5						1	考查	
		150053-150054	大学生创新创业基础	18	12	6			0.5	0.5				1	考查	
		公共必修小计			720	397	323	13.25	14.25	8.25	4.25	0	0	40		
		公共选修课程	16006	四史	18	12	6				1				1	考查
	150028		数字文化 with 智慧游戏 ☆	18	10	8	1							1	考查	
	150031-150032		公共美育 ☆	18	10	8	0.5	0.5						1	考查	
	公共选修小计			54	32	22	1.5	0.5	0	1	0	0	3			
	公共基础课程合计				774	429	345	14.75	14.75	8.25	5.25	0	0	43		
	专业课程模块	专业必修课	140214	办公软件高级应用	36	18	18	2							2	考查
140191			管理学基础	36	18	18				2				2	考试	
140224			电子商务法律法规	36	18	18				2				2	考试	
140215			零售基础	36	18	18			2					2	考查	
140126			直播营销话术	36	18	18			2					2	考查	
140233			市场营销	36	18	18	2							2	考试	
140227			电子商务基础	36	18	18	2							2	考试	
140218			短视频策划与制作	72	0	72				4				4	考查	
140219			商品拍摄与素材编辑	72	0	72			4					4	考查	
140229			电商视觉营销	54	0	54			3					3	考查	
140230			现代物流基础	36	18	18			2					2	考查	
140231			选品与采购	36	18	18			2					2	考试	
140217			商务数据分析与应用	36	18	18				2				2	考查	
140216			财税基础	36	18	18				2				2	考查	
140225			直播销售☆	72	36	36	4							4	考查	
140226			新媒体运营☆	54	27	27		3						3	考查	
140228			客户服务与管理☆	36	18	18		2						2	考试	
140232			直播运营☆	72	36	36		4						4	考试	
140220			内容策划与编辑☆	72	36	36				4				4	考查	
140221		市场策划	36	18	18	2							2	考查		
140222		网络推广☆	36	18	18			2					2	考试		
140223		营销渠道运维☆	36	18	18				2				2	考查		
专业必修小计			1008	406	603	12	9	17	18	0	0	56				
专业选修课		140280	人工智能导论	36	18	18	2							2	考查	
		140281	智慧商业	36	18	18			2					2	考查	
		140282	主播素养	36	18	18	2							2	考查	
		140283	消费者行为分析	36	18	18		2						2	考查	
		140291	思维训练	36	18	18				2				2	考查	
		140292	社群运营	36	18	18			2					2	考查	
		140293	零售门店（O2O）运营	36	18	18		2						2	考查	
		140284	商务礼仪与沟通	36	18	18		2		2				2	考查	
专业选修课小计			288	144	144	4	6	4	4	0	0	16				
专业课程合计				1296	649	747	16	15	21	22	0	0	72			
综合实践模块		军事技能			36	0	36	36							2	考查
	认识实习（实训）			72	0	72	18	18	18	18				4	考查	1-4学期均开设，累计至少8周。
	安全教育			36	0	36	9	9	9	9				1	考查	每月两次，利用班会时间。
	综合电商实训			72	0	72			72					4	考查	围绕双十一开展为期2月左右。
	社会实践			54	0	54	9	18	9	18				3	考查	寒假一周，暑假两周。
	毕业设计			72	18	54							72	4	考查	
	岗位实习			432	0	432						270	162	24	考查	
综合实践合计				774	18	756	72	45	108	45	270	234	42		课程按教学周计算，换算为学期总课时	
学时、学分总计				学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六	学分	总计为：公共基础课程合计，专业课程合计，综合实践合计三项之和，并计算理论和实践学时占学时百分比。		
				2844	996	1848	626.5	680.5	634.5	635.5	270	234	167			
				百分比	35.02%	64.98%	21.99%	20.41%	22.31%	18.83%	9.49%	8.23%				
公共基础课占总学时百分比				27.22%												
选修课占总学时百分比				12.03%												
实践教学占总学时百分比				64.98%												
开设课程门数				47												
考试课程门数				12												

注：16-18学时计1学分，专业核心课程后标注“*”，书院课程后标注“☆”；严格按照国家文件，学生需达到毕业标准。