

2025 级网络营销与直播电商专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：网络营销与直播电商

专业代码：530704

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业生或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向

表 4-1 网络营销与直播电商专业职业面向

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)	互联网和相关服务(64) 商务服务业(72) 批发业(51) 零售业(52)	互联网营销师 (4-01-06-02) 全媒体运营师 (4-13-01-05) 市场营销专业人员(2-0607-02) 品牌专业人员 (2-06-07-04)	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、 渠道推广主管、 网络广告主管、 市场策划主管等	直播电商、 数字营销师、 网络直播运营、 互联网营销师、 新媒体营销师等

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、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:

(一)素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度,在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下,践行社会主义核心价值观,具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感;

2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动,履行道德准则和行为规范,具有社会责任感和社会参与意识;

3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维;

4. 勇于奋斗、乐观向上,具有自我管理能力、职业生涯规划的意识,有较强的集体意识和团队合作精神;

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格,1-2项运动技能,养成良好的健身与卫生习惯,以及良好的行为习惯;

6. 具有一定的审美和人文素养,能够形成1-2项艺术特长或爱好。

(二)知识

1. 掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识;

2. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识;

3. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论,电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识;

4. 掌握文字写作、语言与文字交流、信息技术应用以及商业文化素养等知识;

5. 掌握品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施的相关知识;

6. 掌握短视频销售相关理论知识;

7. 掌握直播销售相关理论知识;

8. 掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识;

9. 掌握搜索引擎站内站外优化、竞价账户搭建及维护的相关知识;

10. 掌握客户服务、客户关系维护的相关知识;
11. 掌握新媒体推广、社群运营的相关知识;
12. 掌握互联网产品分类、互联网产品销售的相关知识。

(三) 能力

1. 具有探究学习、终身学习和可持续发展能力;
2. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术能力;
3. 具有良好的学习能力、表达沟通能力和团队合作精神, 具有批判性思维、创新能力和创业能力;
4. 具有网络营销与直播策划、网络销售、数字化运营、新媒体推广等专业基础知识的整合和综合运用能力;
5. 具有渠道运营策划、销售渠道拓展维护、渠道绩效管理、产品策划与评估分析、行业定位分析、销售策略制订的能力;
6. 具有市场调研与运营方案策划推广、用户社群运营、运营推广效果检测的能力;
7. 具有直播策划与运营、流量引入、直播数据分析与优化的能力;
8. 具有制订客户服务标准、客户开发转化、客户关系维护、突发危机事件处理, 客服绩效管理的能力;
9. 具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识, 遵守与电子商务相关的法律法规;
10. 具备短视频策划、脚本撰写、拍摄、后期剪辑制作等技能;
11. 具备网络广告策划及投放的能力, 能够根据企业网络广告投放目标策划并制作网络广告, 合理规划投放时间、资金预算, 进行投放;
12. 具备搜索引擎营销的能力, 能够对企业的搜索引擎竞价账户进行搭建和维护, 能够对企业的网站(店)进行站内优化、站外优化;
13. 具备线上线下活动策划与执行能力, 能够策划活动方案整合资源, 进行活动实施与监控;
14. 具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力, 能够帮助企业开发新客户, 提升客户满意度;
15. 具备社群营销策划及运营的能力, 能够自建社群并开展社群运营活动;

七、课程设置及学时安排

（一）课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

包括公共基础必修课程和公共基础选修课程。

（1）公共基础必修课程

主要包括：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、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、军事理论与军训、体育、劳动教育、心理健康教育、大学生职业发展与就业指导。

（2）公共基础选修课程

主要包括：英语、信息技术、中华优秀传统文化、大学生安全教育、劳动通论、突发事件及自救互救、人工智能、艺术导论、现场生命急救知识与技能、情商与智慧人生、国学智慧、有效沟通技巧、党史国史、国家安全教育。

表 7-1 公共基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容	教学要求
1	思想道德与法治	素质目标：培养学生的科学人文素养、批判精神和创新精神；培养学生严谨、求实的工作态度和学习态度；培养学生廉洁自律、爱岗敬业的职业操守。 知识目标：掌握马克思主义人生观、价值观理论，自觉践行社会主义核心价值观；掌握社会主义道德核心与原则，在投身崇德向善的实践中不断提高道德品质；掌握我国社会主义宪法和有关法律的基本精神和主要规定。 能力目标：通过探究式学习，引导学生探究现实生活中的道德和法律问题，明辨是非善恶；通过研究	①系统了解、认识、掌握正确的人生观以及辩证地对待人生矛盾； ②理想信念的内涵及重要性； ③爱国主义及其时代内涵，弘扬和践行中国精神； ④社会主义核心价值观的基本内容及其践行； ⑤社会主义道德的核心和原则； ⑥社会主义法律的本质特征、运行、体系，建设社会主义法治体系的重大意义、主要内容，法治思维及其内涵。	①以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导、以社会主义核心价值观为主线，引导学生理解新时代内涵与历史使命； ②进行道德观教育，强调公民道德准则的实践路径； ③实施法治观教育，注重依法行使权利与履行义务。

		性学习，引导学生掌握处理问题的科学方法；通过课程实践，引导学生形成正确的职业观念，提高自身的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	素质目标：通过本课程的学习，帮助大学生深刻领会毛泽东思想和中国特色社会主义思想的真理力量和实践伟力，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，坚定对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念，自觉做中国特色社会主义思想的坚定信仰者和忠实实践者。 知识目标：通过学习，帮助大学生深刻领会党在把马克思主义中国化时代化的进程中形成的这些理论成果的深刻内涵和精神实质；完整把握基本原理、基本观点和基本知识，并把马克思主义中国化时代化的这些理论成果作为一个一脉相承又与时俱进的统一整体来把握。 能力目标：树立历史观点、国情意识和问题意识，具备运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。	①马克思主义中国化时代化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义； ②中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的历史进程和基本经验。	①系统了解、认识、掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观各自形成的社会历史条件、形成发展过程、主要内容和历史地位； ②理解和领会党和国家制定的各项方针政策、理论依据及意义，能够辨析各种错误思潮和理论，增强对马克思主义和中国特色社会主义的理想信念，自觉投身于中国特色社会主义伟大实践。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	素质目标：通过本课程的学习，帮助大学生深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的真理力量和实践伟力，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，坚定对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对实现	①习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求，包括“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”“六个必须坚持”等内容体系； ②了解这一思想创立发	①原汁原味学。本课程以习近平总书记提出的最新思想理念、讲话、报告等为主要学习内容，需要立足党的二十大报告和党的二十届历次全会精神、习近平总书记“七一”重要讲话、《中共中央关于党的百

		中华民族伟大复兴中国梦的信心，自觉做习近平新时代中国特色社会主义思想的坚定信仰者和忠实实践者。 知识目标：通过本课程的学习，帮助大学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，把握这一思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法，深刻领悟蕴含其中的道理学理哲理，培养理论思维、增进思想智慧。 能力目标：通过本课程的学习，帮助大学生灵活运用本课程的知识分析和解决现实问题，提高实践能力和创新思维，增强社会责任感和历史使命感，切实做到学思用贯通、知信行统一，成为有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的新时代人才。	展的基本脉络、主要内容及其完整的科学体系。	年奋斗重大成就和历史经验的决议》以及《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》等内容开展有针对性、实效性、感染力的学习； ②立足时代学。本课程的学习需要处理好中国“大时代”和自身“小时代”之间的关系。既要立足“大时代”，又要结合自身“小时代”充分发挥自身所处的时代红利，创造最大的时代价值； ③联系实际学。本课程的学习需要联系当前现状、结合生活实际。要在知行合一中增强本领，在新时代中有大作为。
4	形势与政策	素质目标：引导学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地，勇做担当民族复兴大任的时代新人。 知识目标：掌握每学期“形势与政策”课的教学要点，认识当前和今后一个时期的国内外形势，理解党和国家最新出台的方针政策，熟悉和了解马克思主义的立场、观点和方法，掌握政治、经济、文化、历史以及社会等多领域的知识和信息，开拓视野，结合各自专业特点构建科	①党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验教育； ②推进对我国改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就的教育；进行党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施的教育； ③当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势和我国的对外政策，世界重大事件及党和政府的原则立场教育。	①必须深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想； ②必须认真研读、领会教材内容和教育部下发的教学要点； ③必须适应形势发展变化要求，紧扣社会热点、难点开展教学。不断提高课程针对性、实效性，体现教学要点要求； ④培养学生的批判性思维和解决问题的能力，能够以科学的态度和方法分析国内外形势。

		学合理的知识结构。 能力目标：提升理论联系实际能力，能运用理论分析国内外形势以及党和国家的大政方针。增强理解能力，能理清社会形势，正确领会党的路线方针政策精神，逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力，尤其是加强对国内外重大事件、敏感问题、社会热点难点、疑点问题的思考，提升理性思维能力和社会适应能力。		
5	军事理论与军训	素质目标：具备基本军事素养、良好组织纪律观念和顽强拼搏的过硬作风；具有坚韧不拔、吃苦耐劳和团结协作的精神。 知识目标：了解国防、军事基本知识，增强国防观念和国家安全意识。 能力目标：具备一定的军事技能。	①军事技能训练（集中军训）：共同条令教育与队列训练，战术训练，防卫技能与战时防护，战备基础与应用训练，内务与养成教育； ②军事理论教学：中国国防，国家安全，军事思想，现代战争，信息化装备。	①技能训练采用讲解示范、组织练习、评比竞赛、汇报表演等形式开展； ②理论课采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理。
6	体育	素质目标：激发学生的爱国热情；培养学生勇敢顽强的意志品质和团结协作的精神；树立和谐相处、公平竞争的规则意识；树立守时、守纪、诚实守信的价值观。 知识目标：了解运动项目参与的基本理论知识和发展概况；掌握基本的运动技能；了解运动项目的基本规则和裁判法。 能力目标：学会 1-2 项体育项目的基本技术和简单战术；学会运用体育理论知识与运动技能进行安全、科学的身体锻炼；能制定可行的个人锻炼计划。	①理论部分：融入实践教学，涵盖科学锻炼、营养、损伤预防及职业病体育疗法等知识； ②实践部分：<u>基础体能</u>：发展心肺功能、力量、耐力等基本素质； 必修项目：广播体操、太极拳、八段锦； 选修项目：开设篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、网球、武术、定向越野、健美操、飞盘等项目。	①内容基础性与实用性相结合； ②教学方法多样化与个性化相结合； ③将安全教育放在首位。

7	劳动教育	素质目标: 增强劳动意识、劳动习惯、劳动精神; 塑造崇尚劳动、尊重劳动、劳动光荣的价值观。 知识目标: 了解劳动重要性、必要性; 了解劳动岗位职责要求及安全注意事项。 能力目标: 掌握劳动工具的使用方法及要求; 掌握劳动岗位基本技能。	①日常生活劳动教育: 处理个人生活事务, 培养独立生活能力; ②生产劳动教育: 参与实际的生产活动, 体验从理论到实践的转化; 服务性劳动教育: 运用劳动技能为他人和社会提供服务, 培养社会责任感。	①理论课采用线上教学和教师线下答疑的形式开展, 重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理; ②在专业教学中有机渗透, 培养学生严谨规范的劳动习惯, 弘扬劳模精神和工匠精神; ③组织开展课外劳动实践活动; ④举办“劳模大讲堂”、优秀毕业生报告会等形式营造劳动文化氛围; ⑤建立健全安全教育与管理体系, 制定劳动实践活动风险防控预案, 全面保障学生安全。
8	心理健康教育	素质目标: 使学生树立正确“三观”意识, 牢固树立专业和终身职业思想, 培养健全人格和积极向上的人生态度。 知识目标: 使学生了解心理健康有关理论, 明确心理健康教育目的及意义, 了解个体心理发展特征及异常表现, 掌握自我调适的基本知识。 能力目标: 使学生具备自我探索能力、心理调适能力及心理发展能力、心理状态评估能力、自我管理能力等。	①了解心理健康的基础知识: 大学生心理健康导论, 大学生心理咨询, 大学生心理困惑及异常心理; ②了解自我, 发展自我: 大学生的自我意识与培养, 大学生人格发展与心理健康; ③提高自我心理调适能力: 大学期间生涯规划及能力发展, 大学生学习心理, 大学生情绪管理, 大学生人际交往, 大学生恋爱心理及性心理, 大学生压力管理与挫折应对, 大学生生命教育与心理危机应对; ④实践教学。	①采用理论与体验相结合、讲授与训练一体化的教学模式; ②综合运用课堂讲授、案例分析、小组讨论、角色扮演、心理测验、团体训练、情景模拟、心理情景剧等多种方法; ③注重采用心理测评工具、音像资料及国家级精品在线课程等数字化教学资源。
9	大学生职业发展与就业指导	素质目标: 激励大学生自觉把个人的职业理想融入国家事业中, 树立健康、科学的就业观念和择业观念, 培养爱岗敬业的职业道德。	①职业规划与发展: 唤醒职业规划意识, 了解职业规划理论、内容及方法; ②自我认知与分析: 澄清自我价值观, 发现自己的职业兴趣, 识别个人能力优势, 解读自我气质和性	①本课程以促进毕业生高质量充分就业为核心, 通过帮助学生探索各个行业背景下的职业发展方向、进行科学合理职业规划为课程教学目标;

		知识目标：掌握就业形势和政策、了解职业生涯规划的理论步骤。自觉培育职业素质和能力；掌握全面的求职技巧。 能力目标：准确分析就业形势、合理定位、科学决策，撰写合格的职业生涯规划书。注重提升职业素养，培育个人求职能力，顺利入职。	格数据； ③职业探索与设计：了解职业，认识职业环境，理清岗位标准，职业目标决策，撰写生涯发展报告； ④就业信息管理：了解就业形势，把握就业政策，调适就业心理； ⑤就业技巧：职场礼仪，简历制作，模拟面试，就业权益保护； ⑥职业适应与发展：提升自我管理能力，做高情商职业人。	②课程内容将时代发展、行业需求、岗位工作标准融入教学全过程； ③采用“引、思、讲、练、拓”等教学策略全方位育人，第一课堂与实践活动、咨询活动第二课堂协同育人； ④采用案例分析、小组讨论、角色扮演、现场参观、专家讲座等教学方法； ⑤将人工智能、数字化、信息化教学手段和丰富教学资源融入教学过程； ⑥采用小班化教学。
10	英语	素质目标：了解不同文化背景下的沟通方式和礼仪，具备跨文化沟通能力，以便更好地与不同国家和文化背景的人进行交流；帮助学生树立正确的三观，深化爱党、爱国、爱人民、爱集体的家国情怀。 知识目标：掌握一定的英语基础知识和专业词汇，了解英语国家的基本文化知识。 能力目标：提高听、说、读、写、译的能力，能够在日常和涉外业务活动中进行有效的交流。	①语言基础模块：聚焦词汇、语法、句型等核心知识，强化听、说、读、写、译五项基本技能训练，覆盖日常对话、职场交际等场景化内容； ②跨文化与思政模块：解读中西方文化差异，引入中国传统文化、当代社会发展成就等主题素材，指导学生用英语表达中国文化内涵与国家发展成果； ③实践应用模块：设置英语演讲、小组辩论、职场模拟沟通等任务，结合线上语言学习平台，开展沉浸式语言应用训练。	①融入中华优秀传统文化与爱国、诚信、敬业等思政案例，以“基础词汇+基础语法”为核心，创设“听说读写”场景化内容，适配三维目标； ②教学中注重语言实践与能力拓展，运用情境模拟法，案例教学法，任务驱动法，发现式教学法，问题教学法，引导学生自主学习，合作探究式学习； ③引导学生积极完成线上线下语言训练任务，通过形成性考核（课堂表现、实践作业）与终结性考核（笔试、口语测试）综合评估学习效果。
11	信息技术	素质目标：培养学生具有信息意识、计算思维、数字化创新与发展、信息社会责任。 知识目标：理解信息技术基本原理和基本技术。 能力目标：使用计算机获取信息、加工信息、传播	①基础模块：文档处理高级应用，电子表格数据分析，演示文稿专业设计，信息检索与网络应用，信息系统与社会责任； ②职业模块：与专业结合，教授相关知识。	①采用行动导向的教学模式：项目化教学，案例教学法，任务驱动法，线上线下混合式教学，模拟仿真教学； ②评价聚焦学生利用信息技术完成职业典型任务的能力。

		信息和应用信息的能力。		
12	中华优秀传统文化	素质目标：培养学生对民族文化的崇敬之情，增强学生的民族自尊心、自信心、自豪感；增强学生传承和弘扬中华优秀传统文化的责任感和使命感。 知识目标：了解中华民族优秀文化的基本要素，掌握中华优秀传统文化的主要特征和根本精神。 能力目标：能阅读并鉴赏中华优秀传统文化中的名篇佳句；能发扬中华传统美德，养成良好的行为习惯，健全自己的人格。	①核心思想理念模块：讲仁爱、重民本，守诚信、崇正义，尚和合、求大同；。 ②传统美德与人文精神模块：修身之道，孝悌之道，礼仪之邦； ③工匠精神与技艺传承模块：工匠文化，传统技艺体验，古为今用； ④文学艺术与审美熏陶模块：精选古典诗词、传统音乐、书法、绘画、戏曲等经典作品进行赏析，不追求深度，重在提升审美情趣，陶冶情操。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②第二课堂与社团活动。
13	大学生安全教育——综合篇	素质目标：培养学生安全意识、责任担当、心理抗压等素养。 知识目标：掌握校园生活安全核心知识；理解公共安全与网络安全要点；熟悉实习实践与职业安全知识以及职场常见安全事故等。 能力目标：具备安全风险识别与预防能力；具备应急处置与自救互救能力；具备安全知识应用与传播能力。	①总体国家安全观教育：国家安全的内涵，大学生在维护国家安全中的责任与义务；。 ②人身与财产安全：人身安全，财产安全； ③消防安全：学习消防法律法规，认识消防设施； ④交通安全：学习交通法规； ⑤网络与信息安全：保护个人隐私，认识网络谣言、网络暴力、信息窃取的危害，理解并遵守知识产权相关法律法规； ⑥心理健康与社交安全：学习压力管理、情绪调节，建立健康的人际关系； ⑦实验室与实习实践安全； ⑧法律法规与校纪校规。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②通过举办系列安全文化活动营造“人人讲安全、事事为安全”的校园文化氛围。
14	劳动通论	素质目标：树立劳动价值观念素养，养成吃苦耐劳、精益求精、爱岗敬业的劳动精神。	①理论教学模块：马克思主义劳动观与中国实践，劳动法律法规与权益保护，劳动安全与职业健	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在

		知识目标：理解劳动的基础内涵与价值；掌握劳动相关理论与政策；知晓不同类型劳动的特点。 能力目标：具备基础劳动技能实践能力；职业劳动认知与准备能力；劳动问题分析与解决能力。	康，劳动精神与工匠精神，劳动组织与管理，劳动与未来（职业生涯）； ②实践教学模块：日常生活劳动，生产性劳动，技能实训与竞赛，服务性劳动。	线课程在教学中的应用和管理； ②在专业教学中有机渗透，培养学生严谨规范的劳动习惯，弘扬劳模精神和工匠精神。
15	突发事件及自救互救	素质目标：培养学生应急安全意识素养、心理抗压与理性应对素养、社会责任与互助素养等。 知识目标：知晓常见突发事件类型与风险特征；掌握自救互救基础理论与规范；了解突发事件应急处置的基本原则；了解应急设备与物资使用常识。 能力目标：具备突发事件识别与风险规避能力；应急处置与自救能力；互助协作与互救能力。	①公共安全基础与应急意识：突发事件概述，我国应急管理体系，公共安全意识培养，常见安全隐患识别； ②自然灾害应对（如地震、洪水、台风、雷电）：各类自然灾害的特点，预警信号，避险原则，自救互救方法； ③事故灾难应对（如火灾、交通事故、触电）； ④公共卫生事件与急症应对（如心肺复苏、气道梗阻、创伤急救）； ⑤社会安全事件应对（如拥挤踩踏、恐怖袭击、网络安全）。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②校企合作/校外实践：邀请消防员、急救医生、红十字会教官、企业安全工程师进校园授课，或组织学生到应急安全体验馆、消防救援站进行参观学习。
16	人工智能	素质目标：培养利用人工智能提升专业效率的意识，形成持续学习新知识、新工具的习惯。 知识目标：理解人工智能基础概念与发展脉络；掌握人工智能核心技术基础原理；知晓人工智能在各行业的应用场景。 能力目标：人工智能工具基础应用能力；人工智能应用场景分析与适配能力等。	①人工智能概论与伦理； ②Python 编程与数据处理基础（前置/回顾）：Python 语法基，Numpy 数组操作，Pandas 数据处理，Matplotlib 数据可视化； ③机器学习基础与实践：机器学习流程，K-近邻算法与分类，决策树与回归，模型评估与选择，聚类算法（K-Means）简介； ④深度学习入门：神经网络基础概念，TensorFlow/PyTorch 框架简介，多层感知机实现，卷积神经网络概念与图像分类实战，预训练模	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②校企合作：邀请企业工程师进行讲座或分享行业最新应用案例，让学生了解产业前沿。

			型的使用； ⑤AI 综合应用与云服务：计算机视觉 API 调用，自然语言处理 API 调用，综合小项目开发。	
17	艺术 导论	知识目标：掌握艺术的基本概念、本质特征、主要门类（美术、音乐、舞蹈、戏剧等）及分类标准；了解中外艺术思潮的发展脉络，明确艺术与社会、文化、历史的内在关联；理解艺术创作、艺术作品、艺术鉴赏的核心要素与基本规律。 能力目标：能够运用艺术基础理论分析不同门类艺术作品的形式语言与文化内涵；能辨别中外艺术精神的核心差异，结合历史语境对经典作品的民族特质与时代价值进行评述；具备跨艺术门类的综合审美分析能力与理论迁移应用能力。 素质目标：构建系统的艺术基础认知框架，培育健康的审美理念与批判性思维；增强对中华优秀传统文化与世界多元文化的理解与认同，树立文化自信；养成主动关注艺术、参与艺术活动的习惯，提升综合人文素养。	①讲解艺术的本质、特征、功能，艺术创作的主体与过程，艺术作品的构成要素与价值； ②了解各艺术门类的特征、表现形式及美学共性，跨门类艺术的关联与融合； ③学习中外主要艺术思潮（如古典主义、浪漫主义、现代主义等）的核心价值观、代表人物及影响； ④选取不同门类经典艺术作品，结合历史文化背景解析其艺术价值与时代意义。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②线上构建跨门类艺术对比赏析模块，梳理中外艺术思潮发展脉络并制作专题微课，组织学生结合中华优秀传统文化案例提交艺术评述报告，教师在线指导修改，帮助学生构建系统艺术认知、增强文化自信。
18	现场 生命 急救 知识 与技 能	素质目标：培养学生“时间就是生命”的急救意识，树立“能救、敢救、会救”的责任担当。 知识目标：掌握现场生命急救的基础理论；知晓急救黄金时间、急救电话拨打规范等。 能力目标：能独立规范完成成人及儿童心肺复苏操	①急救基础与法律意识：急救概论，生命链，现场安全评估，紧急呼救，法律与伦理； ②心肺复苏与 AED 使用； ③气道异物梗阻急救：气道梗阻的识别，海姆立克急救法，婴儿背部叩击联合胸部冲击法； ④创伤急救：止血，包扎，	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②积极与当地红十字会、急救中心、医院合作，邀请资深急救培训师进校讲座或组织学生

		作；熟练使用 AED 进行除颤，针对不同类型创伤。	固定，搬运； ⑤常见急症与意外伤害处置。	到实践基地参观学习。
19	情商与智慧人生	素质目标：培养学生积极乐观的心态，提升情绪稳定性与抗挫折能力，树立尊重他人、理解包容的人际观念。 知识目标：情商的核心内涵；知晓情绪产生的生理与心理机制、人际沟通中的核心原则；掌握职场、生活中高情商行为的典型案例 能力目标：能准确识别自身及他人的情绪状态，运用情绪调节技巧。	①情商概论与自我探索：情商概念与模型，情商与智商、逆境商的关系，自我探索工具； ②情绪的自我觉察与管理：情绪的种类与功能，情绪日记，情绪 ABC 理论，负面情绪（愤怒、焦虑、抑郁）的管理策略，积极情绪的培育与拓展-建构理论； ③自我激励与目标管理：内在驱动与外在驱动，成长型思维与固定型思维，SMART 目标设定法，时间管理与拖延克服，坚韧品质的培养； ④同理心与人际沟通：同理心的层次与价值，积极倾听的技巧，非暴力沟通模式，人际边界感； ⑤团队协作、影响力与冲突管理：团队中的角色与责任，建设性反馈的给予与接受，双赢思维，冲突的根源与化解策略； ⑥智慧人生与心理弹性：“智慧人生”的多元定义与实现路径，压力管理与韧性培养，感恩练习，生涯规划与生命意义探索。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②利用在线平台提供拓展阅读、心理测评和讨论区，延伸课堂学习。
20	国学智慧	素质目标：培养学生对中华优秀传统文化的认同感与自豪感，树立以国学智慧涵养品德的意识。 知识目标：了解国学的核心范畴；掌握《论语》《道德经》《弟子规》等经典著作中的核心观点。 能力目标：能准确解读国学经典中的基础语句，结	①国学入门与精神底色：国学概述，中华文明的精神标识，国学与当代青年； ②儒家智慧与职业伦理； ③道家智慧与心灵调试； ④兵法谋略与竞争智慧：《孙子兵法》精选； ⑤传统美德与人生境界：孝道与感恩文化，廉耻与	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②结合中国传统技艺（如书法、茶道、围棋）体验，或参观文化遗址、企业博物馆，让学生直

		合生活或实习场景分析国学智慧的现实应用。	职业底线，勤俭与可持续发展，坚韧与逆境商数。	观感受文化魅力。
21	有效沟通技巧	素质目标：培养学生主动沟通的意识与换位思考的同理心，提升沟通中的情绪管理能力。 知识目标：理解有效沟通的核心要素；掌握沟通典型场景的沟通策略。 能力目标：能准确识别沟通中的问题，制定并实施有效解决方案。	①沟通基础理论：沟通的定义与重要性，沟通模型与过程，有效沟通的原则，常见沟通障碍； ②核心沟通技能（一）：倾听与提问； ③核心沟通技能（二）：表达与反馈； ④非语言沟通与情绪管理； ⑤职业场景应用实战。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②利用在线投票、思维导图等工具辅助课堂互动与表达训练。
22	党史国史	素质目标：培养学生对党的领导与中国特色社会主义道路的认同感，树立正确的历史观与家国情怀，提升民族自豪感与责任感，能将党史国史中的奋斗精神、担当意识融入学习、实习及未来职业发展，形成爱岗敬业、报效国家的职业素养。 知识目标：了解中国共产党从成立到发展壮大的关键历程；掌握党史国史中的重要理论。 能力目标：能结合历史背景分析党史国史中的典型事件，清晰表达对党史国史与职业发展、社会进步关联的思考。	①开天辟地（新民主主义革命时期）：中国共产党成立的历史必然性，井冈山道路与马克思主义中国化的开端等； ②改天换地（社会主义革命和建设时期）：确立社会主义基本制度，社会主义建设道路的初步探索等； ③翻天覆地（改革开放和社会主义现代化建设新时期）：真理标准问题大讨论与思想解放，改革开放的决策与实践等； ④惊天动地（中国特色社会主义新时代）：中国特色社会主义进入新时代的依据与意义，习近平新时代中国特色社会主义思想等； ⑤精神谱系与职教未来：中国共产党人精神谱系的梳理与解读，党史国史中的劳动模范、大国工匠等。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②围绕“长征精神对我的启示”、“我身边的小康故事”等议题，组织小组讨论、辩论赛、主题演讲，激发学生主动思考。

23	国家安全教育	素质目标：培养学生的国家安全意识与法治观念，树立“国家安全无小事，人人都是责任人”的责任认知。 知识目标：了解总体国家安全观的核心内涵与涵盖领域；熟悉我国国家安全相关法律法规。 能力目标：能准确识别日常生活、学习及实习场景中的国家安全隐患；运用所学知识分析国家安全事件的影响与应对措施。	①总体国家安全观概论：国家安全的概念与演变，总体国家安全观的系统阐述等； ②重点领域国家安全（一）传统安全； ③重点领域国家安全（二）非传统安全（与高职工关联密切领域）； ④国家安全法律体系与公民责任； ⑤风险防范与实战演练。	①采用线上教学和教师线下答疑的形式开展，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理； ②组织参观国家安全教育基地、网络安全科技馆等；邀请相关领域专家、一线工作者举办讲座。
----	--------	---	--	---

2. 专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

(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、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、零售基础等 8 门课程。

表 7-2 专业基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	教学目标	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	市场营销	素质目标：树立以市场为导向、客户为中心的理念；培养创新思维与抗压能力；强化诚信营销与团队协作素养。 知识目标：掌握营销 4P、目标市场定位等核心理论；了解市场调研、品牌塑造、促销策略基础逻辑；明晰线上线下营销渠道特点。 能力目标：能完成基础市场信息收集与简单调研分析；具备制定简易促销方案及执行能力；可进行产品卖点提炼与基础营销沟通。	典型工作任务为市场营销，工作内容主要有市场调研、策略策划、推广执行、复盘优化。 运用现代化办公软件、问卷调查工具、计算机等硬件工具完成工作任务。	①市场营销基本理论； ②消费者行为分析； ③营销组合策略； ④制定营销计划； ⑤开展营销活动并评估效果。

2	电子商务基础	素质目标：树立诚信经营、合法合规意识。 知识目标：理解电子商务基本模式、平台类型、交易流程及相关法律法规。 能力目标：能完成网店开设、商品上架、基础运营。	典型工作任务为网店开设与运营、平台规则学习、电商模式分析。	①电子商务概述； ②主流电商平台； ③网络支付与物流电商法律法规； ④结合实操任务，完成一个完整的网店开设流程。
3	财税基础	素质目标：培养严谨细致、遵纪守法的职业素养。 知识目标：掌握会计要素、科目与账户、税收种类及申报流程。 能力目标：能处理小规模纳税人常见财税业务。	典型工作任务为日常账务登记、发票管理、纳税申报、财务报表阅读。	①会计基础； ②税收制度； ③发票管理； ④财务报表基础； ⑤通过模拟做账、报税软件操作掌握基本财税技能。
4	商品拍摄与素材编辑	素质目标：培养审美能力与创新意识。 知识目标：掌握摄影构图、布光技巧、常用编辑软件操作知识。 能力目标：能独立完成商品图的拍摄与美化。	典型工作任务为商品拍摄、图片处理、视频剪辑、详情页制作。	①摄影基础； ②灯光运用； ③Photoshop/剪映等工具使用、视觉营销理念； ④完成多类商品的实拍及修图任务，输出符合电商平台要求的素材。
5	商务数据分析与应用	素质目标：培养数据思维、逻辑分析能力。 知识目标：理解常用商务指标（如UV/PV、转化率）、数据分析方法。 能力目标：能利用Excel或数据分析工具进行基础数据分析并形成报告。	典型工作任务为数据采集与整理、指标监控、数据可视化、运营报告撰写。	①数据采集方法； ②数据处理工具； ③数据图表制作； ④数据分析报告撰写； ⑤结合真实电商数据完成数据分析任务，提出优化建议。
6	电子商务法律法规	素质目标：树立电商法治思维与合规意识；培养诚信经营与风险防范素养；强化知识产权保护与责任担当意识。 知识目标：掌握电商核心法律概念（电子合同、隐私保护等）；了解电商平台规则、消费者权益保护法核心条款；明晰知识产权、数据安全及税务合规基础要求。 能力目标：能识别电商运营常见法律风险（如虚假宣传）；具备规范起草简单	典型工作任务为电子商务法律法规，工作内容主要有法规查询、风险识别、合规审核、纠纷处理。	①电子商务经营者责任与义务； ②电子合同、电子支付； ③跨境电商监管； ④知识产权保护； ⑤消费者权益保护； ⑥市场竞争规则； ⑦广告合规与个人信息保护； ⑧分析典型法律纠纷案例，解决实际问题，完成合规审查清单。

		电子合同的基础能力；可处理简单合规问题（如隐私信息保护、售后维权）。		
7	选品与采购	素质目标： 具备市场洞察力、成本意识和风险控制意识。 知识目标： 掌握选品的基本逻辑与方法、供应商管理流程、采购谈判技巧及供应链基础知识。 能力目标： 能独立完成一个细分市场的选品分析报告，并进行初步的供应商洽谈与采购执行。	典型工作任务为市场趋势与需求分析、竞品分析、供应商开发与评估、价格与成本核算、采购谈判、样品管理与订单跟进。	①选品维度与策略（如市场容量、利润、竞争度）； ②供应商寻源与评估； ③采购流程； ④谈判技巧； ⑤成本分析与利润测算； ⑥库存管理基础； ⑦通过项目实战，针对一个具体品类完成从市场分析、选品决策到模拟采购的全流程，并撰写报告。
8	零售基础	素质目标： 树立客户至上的服务理念，培养细致耐心的职业素养。 知识目标： 理解零售业态分类、零售 4P 策略（产品、价格、渠道、促销）、门店运营管理基础知识。 能力目标： 能执行标准的门店运营流程，运用基本销售与服务技巧完成商品售卖与客户维护。	典型工作任务为门店日常运营、商品陈列与维护、库存盘点、销售技巧应用、客户服务与关系维护、零售数据初步分析。	①零售概论与业态、商品管理； ②门店运营管理； ③门店视觉陈列； ④销售流程与技巧、顾客心理学； ⑤零售数据分析指标（如坪效、人效、周转率）； ⑥通过角色扮演、模拟门店运营和案例分析，掌握零售核心岗位的技能，并能对简单的零售数据进行分析。

（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 8 门课程。

表 7-3 专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	教学目标	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	市场策划	素质目标： 具备宏观的市场视野、前瞻性的战略思维、严谨的逻辑分析能力和创新意识。 知识目标： 掌握市场调研	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	①掌握市场策划的流程和方法；能够分析行业定位，选择目标市场； ②设计分销渠道和

		的方法与工具、SWOT 与 STP 分析模型、营销策划案的结构与撰写规范、预算编制与效果评估知识。 能力目标：能独立进行市场环境分析，确定目标市场与定位，并撰写一份完整、可行、有创意的市场营销策划方案。	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。	营销活动； ③制定产品策略、品牌策略、价格策略、广告策略； ④跟踪实操做好市场策划的实施及评估效果。
2	网络推广	素质目标：具备数据驱动的思维、成本控制意识和敏锐的效果反馈能力和持续优化的毅力。 知识目标：掌握主流网络广告（如 SEM、信息流广告）的投放原理与技巧、SEO/SMO 优化方法、推广数据指标（如 CPC、ROI）的含义与分析。 能力目标：能制定网络推广计划，在至少 1-2 个主流渠道（如搜索引擎、社交媒体）上完成广告的搭建、投放、监控与优化，并有效控制推广成本。	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	素质目标：培养渠道伙伴共赢的协作精神、良好的沟通谈判能力和系统性运维思维。 知识目标：掌握渠道结构类型、渠道成员的选择、激励、管理与评估知识，了解渠道冲突的解决方法。 能力目标：能进行渠道开发、维护渠道关系、处理日常渠道事务，并协助解决渠道冲突，保障渠道流通效率。	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分析销售渠道数据，优化渠道策略。
4	直播销售	素质目标：具备强大的心理抗压能力、镜头表现力、亲和力与临场应变能力，坚守诚信销售底线。 知识目标：掌握直播流程	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	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

		策划、商品卖点提炼、互动话术与促单技巧、直播设备使用等基础知识。 能力目标：能独立或协作完成一场直播带货活动，熟练运用话术进行产品讲解、氛围营造、互动答疑与促单成交。	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。	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	新媒体营销	素质目标：具备用户导向的内容思维、良好的审美品味、原创精神和严谨的内容质量意识。 知识目标：掌握内容营销策略、文案撰写技巧、图文排版规范、短视频脚本写作、热点追踪与内容日历制定方法。 能力目标：能根据品牌定位与用户需求，策划内容主题，撰写高质量的营销文案、脚本或图文内容，并完成内容发布与基础的数据复盘。	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。
6	直播运营	素质目标：具备全局观、流程化管理思维、团队协作精神和高效的执行力。 知识目标：掌握直播前、中、后全流程的运营要点，包括选品排款、脚本策划、流量获取、场控执行、数据复盘与客服对接等知识。 能力目标：能全面负责一场直播活动的运营工作，包括策划、筹备、现场控场、数据监控与后期复盘，并协同主播、客服等角色达成销售目标。	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，会使用直播相关设备、直播数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作。	教学内容： 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	内容策划与编辑	素质目标：具备网感、快速学习能力、跨平台整合思维和品牌形象维护意识。 知识目标：掌握主流新媒体平台（如抖音、小红书、	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	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；

		微博、视频号)的规则与玩法、粉丝运营策略、内容矩阵搭建、数据分析与社群管理知识。 能力目标:能独立运营1-2个主流新媒体平台账号,完成内容规划、发布、互动、粉丝增长与转化,并撰写运营分析报告。	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。	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。
8	客户服务与管理	素质目标:具备极强的服务意识、同理心、耐心、情绪管理能力和问题解决导向思维。 知识目标:掌握客户服务标准流程、常见问题应答技巧、客户关系管理(CRM)系统操作、客户满意度与忠诚度维系知识。 能力目标:能熟练处理客户咨询、投诉、退换货等日常客服工作,有效安抚客户情绪,并能利用CRM工具进行客户分类与维护,提升客户满意度。	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:广告学基础、数据可视化、消费者行为分析、短视频策划与制作、网店美工、商务礼仪、渠道管理等7门课程。

表 7-4 专业拓展课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	教学目标	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	广告学基础	素质目标:培养创新思维、审美能力与商业伦理意识。 知识目标:掌握广告学基本原理、经典广告理论、广告媒介类型与特点、广告效果评估指标。 能力目标:能进行简单的广告创意发想,撰写广告文案,并制定初步的媒体投放策略。	典型工作任务为广告创意构思、广告文案撰写、媒体渠道选择、广告效果初步评估。	①广告概论与发展; ②广告创意与策划; ③广告文案写作; ④广告媒体策划; ⑤广告预算与效果评估; ⑥通过分析经典广告案例,完成指定产品的广告创意提案和文案撰写任务。

2	数据可视化	素质目标: 培养数据思维、严谨细致的操作习惯和用数据说话的职业素养。 知识目标: 掌握 Power BI 核心功能模块、数据建模基础关系（如一对一、一对多）、常用可视化图表适用场景。 能力目标: 能使用 Power BI 完成从数据获取、处理到构建交互式数据可视化仪表盘的全流程。	典型工作任务为连接多源数据、数据清洗与转换、数据模型建立、可视化报表设计与发布。	①Power BI 界面与工作； ②流数据获取与清洗（Power Query）； ③数据建模（Data Model）； ④DAX 基础函数； ⑤可视化图表设计与交互、报表发布； ⑥使用真实业务数据集，独立完成一个主题明确、图表选用恰当、具备交互功能的分析仪表盘。
3	消费者行为分析	素质目标: 秉持客观分析视角，尊重消费群体差异；培养同理心与市场敏感，树立诚信营销理念；具备数据伦理意识，坚守消费者隐私保护底线。 知识目标: 掌握消费者需求、动机、决策等核心概念；熟知心理、社会、文化等影响消费行为的因素；明晰消费者决策流程及行为分析模型（如 AIDA、ELM）。 能力目标: 能运用调研工具收集消费行为数据；分析数据提炼消费偏好与痛点；结合理论制定针对性营销策略；预判消费行为趋势并优化方案。	典型工作任务为消费者行为分析，工作内容有消费需求与动机调研、消费决策路径分析、消费群体画像构建任务、消费趋势预判与策略落地任务。 运用问卷调研工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务。	①消费者行为学概述； ②影响因素分析（文化、社会、个人、心理）； ③消费者决策过程； ④调研方法与工具； ⑤用户画像与洞察报告撰写； ⑥调研分析，输出一份消费者行为洞察报告。
4	短视频策划与制作	素质目标: 培养网感、创意策划能力和团队协作精神。 知识目标: 掌握短视频平台规则与内容特点、镜头语言、脚本结构、剪辑软件基础操作。 能力目标: 能独立完成一条完整短视频从创意策划、拍摄到后期制作的全流程。	典型工作任务为短视频主题策划、脚本撰写、视频拍摄与剪辑、发布与基础数据分析。	①短视频平台生态； ②选题与策划； ③脚本写作； ④拍摄技巧（构图、灯光）； ⑤手机/电脑剪辑软件应用（如剪映）、视频发布与优化； ⑥分组或个人完成规定主题的短视频策划案，并产出成片，进行复盘总结。

5	网店美工	素质目标: 培养视觉营销意识、用户体验至上理念和细节把控能力。 知识目标: 掌握电商平面设计规范、色彩与版式原理、用户体验基础知识、图片处理软件技能。 能力目标: 能根据运营需求,使用设计工具完成符合平台规范的、高转化率的网店视觉设计。	典型工作任务为网店首页与详情页设计、活动海报与Banner制作、图片精修与美化。	① 电商设计规范与流程; ② Photoshop/图怪兽等工具核心功能; ③ 版式设计 with 色彩搭配; ④ 详情页逻辑与设计、营销图片制作; ⑤ 临摹并创新设计主流电商平台的详情页和首页部分模块,掌握图片精修和海报合成技能。
6	商务礼仪	素质目标: 塑造职业化形象,提升人际交往能力,展现尊重与专业的职业态度。 知识目标: 掌握仪容仪表仪态规范、会面介绍、通讯、接待、餐饮及跨文化交往中的礼仪规范。 能力目标: 能在各种商务场合中得体地运用礼仪规范,有效提升沟通效率和公司形象。	典型工作任务为职业形象打造、商务接待与拜访、商务会议与宴请、跨文化沟通。	① 职业形象塑造; ② 会面礼仪 (介绍、握手、名片); ③ 通讯礼仪 (电话、邮件、微信); ④ 会议与谈判礼仪 餐饮礼仪; ⑤ 跨文化商务礼仪。
7	渠道管理	素质目标: 培养战略共赢的思维、卓越的谈判沟通能力、系统性的风险管控意识及合作伙伴关系维护能力。 知识目标: 掌握渠道结构设计与类型选择、渠道成员的选择与评估标准、渠道激励政策的设计、渠道绩效评估指标体系及渠道冲突的主要类型与解决方法。 能力目标: 能根据企业营销目标制定渠道开发计划,进行渠道成员的洽谈与管理,设计有效的渠道政策,并能够初步诊断和协调渠道冲突。	典型工作任务为渠道战略规划、渠道成员 (经销商/分销商/零售商) 的开发与选择、渠道政策制定、渠道激励与支持、渠道绩效评估、渠道冲突协调与解决。	① 渠道管理概述与渠道战略; ② 渠道结构设计 (长度、宽度、广度); ③ 渠道成员的选择、培训与评估;

3. 实践性教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式,公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教

学。

（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。学校建立了稳定、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。

（二）学时安排

见附表

八、教学保障

（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

本专业现有教师 24 人，其中专职教师 18 人，校外兼职教师 4 人，80%以上的教师是研究生学历，双师素质教师占专业课教师数比例达 90%，高级职称专任教师的比例 20%，师生比为 1:20。专任教师队伍考虑了职称、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，建立定期开展专业教研机制。

2. 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。

3. 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；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，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、指导实习实训和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请了技能大师、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。

（三）教学设施

教学条件应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等。

1. 专业教室

专业教室配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备；有互联网接入和 Wi-Fi 环境，实施网络安全防护措施；安装应急照明装置保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实验实训室

表 8-1 网络营销与直播电商专业校内实训室信息一览表

序号	实训室名称	实训室设备	实训室功能	使用课程	工位数量	场地面积（m ² ）
1	网销实训室	计算机、服务器、多媒体中控台、课桌椅、交换机、机柜、操作系统软件、办公软件	店铺运营实训功能、数据分析与决策功能、数据分析与决策功能	网店运营、商务数据分析、数据可视化、网店美工	48	80

2	直播运营综合实训室	计算机、服务器、多媒体中控台、课桌椅、交换机、机柜、操作系统软件、办公软件、直播软件	直播场景搭建与实操功能、营销推广与流量运营功能、数据分析与复盘优化功能	直播运营、直播销售、直播电商	48	80
3	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	商品拍摄英语处理、短视频编辑、零售基础、选品与采购、内容策划与编辑、市场策划、短视频策划与制作	50	80
4	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、商务礼仪与沟通等实训教学	消费者行为分析、新媒体运营	48	80
5	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的软件等设备设施	用于客户服务与管理、商务礼仪与沟通等实训教学。可结合实际建设综合性实训场所	客户服务与管理、商务礼仪	48	80

3. 校外实训条件

合作关系稳定，能够开展网店美工、商品信息采编、电子商务、直播营销等综合业务、电子商务等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

校外教学实习和就业基地有：周口万果园商贸有限公司、周口鲁花油厂、周口大用集团、五得利面粉集团有限公司、周口星舟网络有限公司、河南中玻璃有限公司、周口贾寨田园式电商产业园等，完全可以满足校外岗位实习的要求。

（四）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

本着编选并重、择优选用的原则大力推动高质量教材的选用。根据专业发展变化速度较快的特色,积极选用近一年出版的、高质量的高职专科国家规划教材。专业核心课优先选用国家支持开发的专业教学资源库的,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开发教材。

2. 图书文献配备

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要,方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括:有关网络营销技术、直播电商、新闻传媒、互联网、数据分析、供应链、零售、视觉设计及实务操作类图书,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

在教学中充分发挥网络的优势,有效利用网络资源。一方面建设、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,实现了课程资源共享。另一方面,随着教学的需要,会将相关的网站进行链接,提供给学生,开阔学生视野。通过校园网、互联网,可以开展网上学习,实现教学和学习环境开放性。既提高学生的学习兴趣和教学质量;又提高学生自主学习能力。

（四）教学方法

教学团队根据课程特点及学生层次水平,结合课程内容的改革,在运用讲授法、任务驱动法、角色扮演法、案例分析法、情境教学法等传统教学方法的同时,创新性的运用信息化线上线下混合制教学方法。在实训课教学过程中,充分利用信息化手段,用实训室、实训基地资源。

（五）教学评价

1. 专业课程的考核

表 8-2 网络营销与直播电商专业课程考核与评价表

课程性质	考核内容	评价比例	评价人员
理论课	课堂表现	30%	任课教师
	课后作业	30%	任课教师
	试卷成绩	40%	任课教师
理论+实践	课堂表现	30%	任课教师
	技能考核	70%	任课教师、企业导师
实践课	技能考核	50%	任课教师、企业导师
	成果展示	50%	学生互评

2. 顶岗实习课程的考核评价

对学生在顶岗实习期间的劳动纪律、工作态度、团队合作精神和人际沟通能力、专业技术能力和任务完成等方面情况进行考核评价。

（六）质量管理

1. 组织保障

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，加强增值评价，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. 制度保障

建立以下完整系统的专业教学文件：专业建设与发展规划及其分年度实施计划、教学管理制度、教学质量监控制度、学籍管理制度、成绩考核制度、专业人才培养方案、课程教学大纲、学期进程计划及课表、实践教学计划及大纲、岗位实习计划及大纲等。

学校和二级学院完善教学管理机制，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、评学方面的制度，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。专业教研组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。

3. 校企合作机制

校企共建“双师型”教师培养培训基地和教师企业实践基地。根据学校专业教学安排，引入企事业单位一线网络营销讲师或行业名师开展主题性培训。企业提供适合院校教师研修的网络营销与直播电商专业建设、课程改革、教学改革、学历提升、信息技术融合和科研创新等多种类型研修课程。提供企业教师实践岗位及标杆企业锻炼考察，保证专业教师中“双师型”教师占比超过 50%。学校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。

九、毕业要求

本专业学生应达到以下标准方可毕业：

1. 根据专业人才培养方案确定的培养目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分。
2. 完成岗位实习和毕业实习报告。
3. 完成第二课堂相应学分要求。

十、附录

按照《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成司〔2019〕13号）、《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）的相关要求，在专业建设委员会指导下，按照学校统一部署，前后开展了行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研等工作，分析产业发展趋势和行业企业人才需求，明确本专业面向的职业岗位（群）所需要的知识、能力、素质，形成了专业人才培养调研报告。经过由行业企业、教研机构、校内外一线教师和学生代表等参加的论证会论证，进一步明确了专业人才培养目标与培养规格，重构课程体系、安排教学进程，更新完善了教学内容、教学方法、教学资源、教学条件保障等要求。

2025 年 6 月，对照职业教育专业教学标准（2025 年）进行了最新修订。

附录 I：

网络营销与直播电商专业教学进程总体安排表

课程类别	课程性质	课程名称	课程编码	学时数			学分	考核方式	开设学期						备注
				总学时	理论学时	实践学时			I	II	III	IV	V	VI	
公共基础课程	必修	思想道德与法治	1210201010	54	48	6	3	1	2	1					
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	1210201011	36	30	6	2	1		2					
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1210301009	54	48	6	3	1		1	2				
		形势与政策 I	1210201013	8	8	0	2	2	▲						
		形势与政策 II	1210201014	8	8	0		2		▲					
		形势与政策 III	1210201015	8	8	0		2			▲				
		形势与政策 IV	1210201016	8	8	0		2				▲			
		军事理论与军训 I	1106201010	36	0	36	2	2	▲						
		军事理论与军训 II	1106201011	32	32	0	2	2	▲						
		体育 I	1213201017	36	2	34	2	1	2						
		体育 II	1213201018	36	2	34	2	1		2					
		体育 III	1213201019	36	2	34	2	1			2				
		体育 IV	1213201020	36	2	34	2	1				2			
		劳动教育 I	1106201003	18	0	18	1	2	▲						每周 1 学时
		劳动教育 II	1106201004	18	0	18	1	2		▲					
		劳动教育 III	1106201005	18	0	18	1	2			▲				
		劳动教育 IV	1106201006	18	0	18	1	2				▲			
		心理健康教育	1210201004	36	26	10	2	2	2						
		大学生职业发展与就业指导 I	1304201107	36	20	16	2	2	2						
		大学生职业发展与就业指导 II	1304201108	36	26	10	2	2				2			
	选修	英语 I	1208201040	36	36	0	2	2	2						全校限定选修
		英语 II	1208201041	36	36	0	2	2		2					全校限定选修
		信息技术	1203201011	36	12	24	2	2	2						全校限定选修
		中华优秀传统文化	1106201012	16	16	0	1	2	▲						全校限定选修
		大学生安全教育-综合篇	1106201008	32	32	0	2	2	▲						全校限定选修
		劳动通论	1106201007	32	32	0	2	2		▲					全校限定选修
		突发事件及自救互救	1106204077	32	32	0	2	2		▲					全校限定选修
		人工智能	1106204063	32	32	0	2	2		▲					全校限定选修

		艺术导论	1106201171	32	32	0	3	2			▲				全校限定选修
		现场生命急救知识与技能	1106204084	16	16	0	1	2			▲				全校限定选修
		情商与智慧人生	1106204061	16	16	0	1	2				▲			全校限定选修
		国学智慧	1106204015	32	32	0	2	2				▲			全校限定选修
		有效沟通技巧	1106204028	32	32	0	2	2					▲		全校限定选修
		党史国史	1106201015	16	16	0	1	2					▲		全校限定选修
		国家安全教育	1106201016	32	32	0	2	2					▲		全校限定选修
	小计			996	674	322	59								
	占比			29.57%											
专业基础课程	必修	市场营销	1202203032	72	36	36	4	1	4						
		电子商务基础	1202202101	72	36	36	4	1	4						
		电子商务法律法规	1202202100	36	18	18	2	1		2					
		商务数据分析与应用	1202202073	72	36	36	4	2		4					
		财税基础	1202202095	36	18	18	2	2	2						
		商品拍摄与素材编辑	1202202109	72	36	36	4	2		4					
		零售基础	1202202120	36	18	18	2	2	2						
		选品与采购	1202202115	36	18	18	2	2				2			
	选修	管理学基础	1202202102	72	36	36	4	1	4						
		经济学原理	1202202106	36	18	18	2	2	2						
	小计			540	270	270	30								
	占比			16.03%											
专业核心课程	必修	市场策划	1202203113	72	36	36	4	1		4					
		网络推广	1202203118	72	36	36	4	1				4			
		营销渠道运维	1202203125	72	36	36	4	1			4				
		直播销售	1202203126	72	36	36	4	2		4					
		内容策划与编辑	1202203108	72	36	36	4	1			4				
		直播运营	1202203127	72	36	36	4	1				4			
		客户服务与管理	1202203138	72	36	36	4	1				4			
		新媒体运营	1202203133	72	36	36	4	1			4				
	小计			576	288	288	32								
	占比			17.10%											
专业拓展课程	必修	广告学	1202202091	36	18	18	2	1				2			
		数据可视化	1202204106	72	36	36	4	2			4				
		ITMC 市场营销沙盘模拟实训	1202202004	72	16	56	4	2				4			
		网店运营	1202203117	72	8	64	4	1			4				
		消费者行为分析	1202604002	72	36	36	4	1				4			
		短视频策划与制作	1202204001	72	18	54	4	1			4				
		商务礼仪	1202202044	36	18	18	2	2				2			

		网店美工	1202204177	72	24	48	4	1		4					
	小计			504	174	330	28								
	占比			14.96%											
第二课堂	思想成长						4		▲	▲	▲	▲	▲	▲	
	实践实习和志愿公益								▲	▲	▲	▲	▲	▲	
	创新创业								▲	▲	▲	▲	▲	▲	
	文体活动								▲	▲	▲	▲	▲	▲	
	工作履历								▲	▲	▲	▲	▲	▲	
	技能特长								▲	▲	▲	▲	▲	▲	
实践性教学环节	必修	岗位实习 I	1106201100	360		360	20						▲		
		岗位实习 II	1106201101	360		360	20							▲	
		毕业设计	1106201102	32	32		2							▲	
	小计			752	32	720	42								
	占比			22.33%											
总计				3368	1438	1930	191		30	30	28	30			

注：

1. 考试课程用“1”表示，考查课用“2”表示
2. ▲表示在本学期授课

附录 II：

网络营销与直播电商专业学时分配

课程类别		学时分配			学时比例
		总学时	理论学时	实践学时	
公共基础课程	必修	568	270	298	16.86%
	选修	428	404	24	12.71%
专业课程	专业基础课程（必修）	540	270	270	16.03%
	专业核心课程（必修）	576	288	288	17.10%
	专业拓展课程（必修）	504	174	330	14.96%
实践性教学环节（必修）		752	32	720	22.33%
合计		3368	1438	1930	100%
比例分配			42.70%	57.30%	100%