

目 录

一、【专业名称及代码】	1
二、【入学要求】	1
三、【修业年限】	1
四、【职业面向】	1
五、【培养目标和规格】	1
(一) 培养目标	1
(二) 培养规格	1
六、【课程设置及要求】	2
(一) 公共基础课程	3
(二) 专业课程	5
七、【教学进程总体安排】	8
八、【实施保障】	12
(一) 师资队伍	12
(二) 教学设施	13
(三) 教学资源	16
(四) 教学方法	17
(五) 学习评价	18
(六) 质量管理	18
九、【毕业要求】	19
(一) 学业考核要求	19
(二) 证书考取要求	19
十、【附录】	19
附录 1 教学进程表	20
附录 2 调整审批表	25

一、【专业名称及代码】

专业名称：网络营销与直播电商专业
专业代码：530704

二、【入学要求】

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者

三、【修业年限】

基本修业年限为3年，实行弹性修业年限，为3-6年。

四、【职业面向】

本专业职业面向如表1所示：

表1 职业面向信息表

专业大类 (编码)	对应行业	对应职业 (编码)	对应岗位类别	职业资格证书或 技能等级证书
财经商贸 大类 (53)	现代服务 行业	互联网营销师 (4-01-02-07)	网络营销推广	网络营销师
		电子商务师 (4-01-02-02)	搜索引擎优化与营销	电子商务师
		全媒体运营师 (4-13-05-04)	全媒体传播与运营	全媒体运营师
		品牌专业人员 (2-06-07-04)	品牌策划与推广	网络营销师

五、【培养目标和规格】

(一) 培养目标

本专业坚持立德树人、德技并修，面向数字商贸、互联网应用等现代服务行业企业，培养从事网络营销策划、新媒体营销、短视频与直播运营、品牌策划与运营、客户服务与管理等岗位工作，具备良好的人文素养、职业道德和创新意识、精益求精的工匠精神，掌握网络营销推广、新媒体推广、互联网品牌运营等专业知识，具备网络营销、市场分析、营销策划与实施、品牌策划与运营、营销效果监测等能力，德、智、体、美、劳全面发展的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

毕业生应具备的知识、能力、素质目标：

1. 素质要求

- (1) 具有良好的思想品德、政治素质、社会公德和职业道德；
- (2) 具备敏锐的行业洞察力，能够把握行业发展动态，制定职业发展规划；
- (3) 具有爱岗敬业、积极进取、勇于创新的良好品质和艰苦创业精神；
- (4) 具备良好的语言表达能力、沟通协调能力和团队协作能力；
- (5) 具有互联网思维、创新思维、工匠精神，具备独立工作能力。

2. 知识要求

- (1) 熟悉与本专业相关的法律法规；
- (2) 掌握计算机应用、网络技术、电子商务的基本理论；
- (3) 掌握网络市场调研、网络营销活动策划方案制定、实施及评估的相关知识；
- (4) 掌握品牌策划及推广、运营相关知识；掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体运营推广、网络广告制作与投放的相关知识；
- (5) 掌握短视频与直播策划与运营方法及搜索引擎站内站外优化、竞价账户搭建及维护的相关知识；
- (6) 了解新技术、新业态、新模式，掌握网上创新创业等相关知识。

3. 能力要求

- (1) 能够根据企业需求开展市场调查、信息搜集、处理及数据分析；
- (2) 能够根据企业营销目标，策划并制定营销推广方案，合理进行资金预算，开展实施并进行效果评估；
- (3) 能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施；
- (4) 具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施；
- (5) 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)进行站内外优化；
- (6) 能制作短视频，能直播带货；
- (7) 能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度；
- (8) 能够进行网上创业。

六、【课程设置及要求】

面向校企合作单位开展专业调研，根据人才培养目标与规格，针对岗位职业能力培养，考虑素能贯通、能力递进的规律，构建了“平台+模块”的课程体系，课程体系包含公共课程与素质教育模块、专业基础模块、专业核心模块和专业拓展模块，同时注重思政教育作为人才培养始终遵循的主线，融入每门课程。本课程体系将思政教育、素质培养、创业教育、个性发展要素贯穿始终，形成融职业素质、专业知识、专业技能、创新创业能力培养为一体的专业课程体系。

网络营销与直播电商专业课程设置结构如图 1 所示：

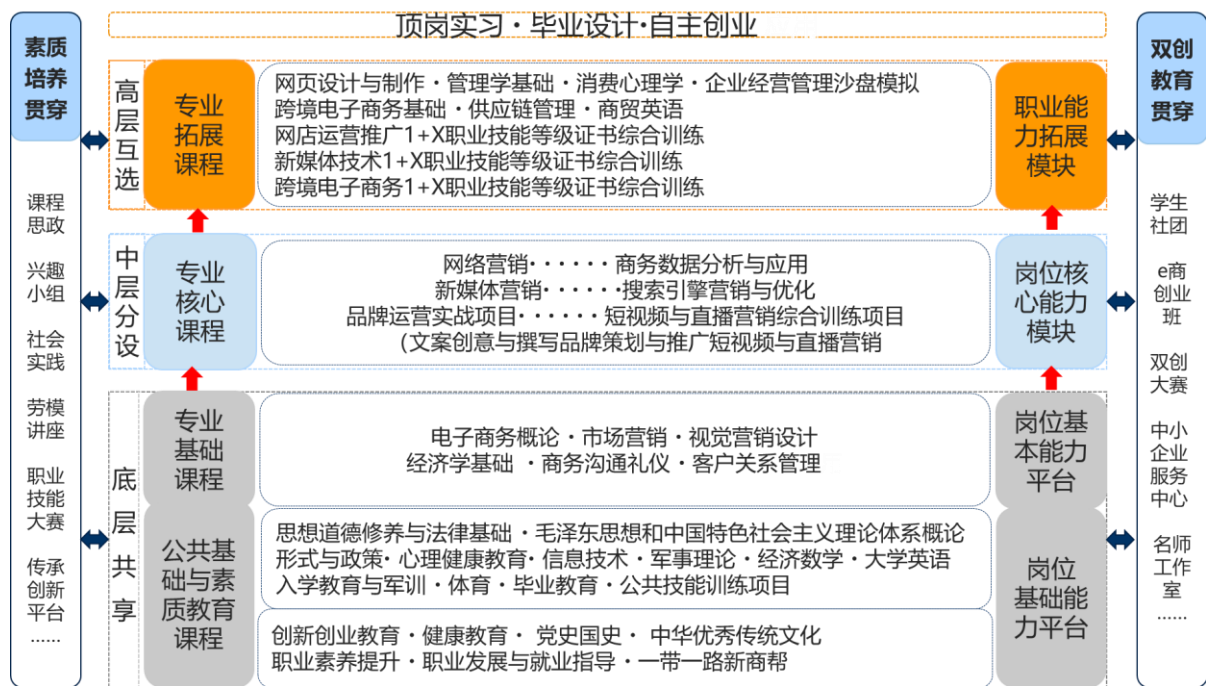


图 1 网络营销与直播电商专业课程结构图

(一) 公共基础课程

表 2 公共基础课程设置要求

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
1	思想道德修养与法律基础	1.培养良好的思想道德素质和法律素质； 2.进一步提高分辨是非、善恶、美丑和加强自我修养的能力。	1.理想信念教育； 2.爱国主义与民族精神教育； 3.人生观与价值观教育； 4.社会主义与共产主义教育； 5.恋爱婚姻中的道德与法律规范教育； 6.社会主义法律精神与法治观念教育； 7.我国基本法律制度与规范知识教育等。	1.形成崇高的理想信念； 2.弘扬伟大的爱国主义精神； 3.确立正确的人生观和价值观，牢固树立社会主义荣辱观。
2	形势与政策	1.激发学生爱国主义精神； 2.增强民族自信心和社会责任感； 3.珍惜和维护国家稳定的大局。	1.国际形势； 2.我国改革开放和社会主义现代化建设的形势和政策。	1.了解国内外重大时事； 2.认清形势和任务； 3.全面认识和正确理解党的基本路线、重大方针和政策。
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	1.学生学会运用中国化马克思主义立场、观点和方法分	1.中国化的马克思主义； 2.马克思主义中国化的历史进程和理论成果；	1.科学把握社会主义的本质； 2.认清社会主义初级阶段的

	论体系概论	析问题和解决问题; 2.增强学生投身于改革开放和社会主义现代化建设的自觉性、主动性和创造性。	3.中国特色社会主义基本理论。	基本国情。
4	计算机文化基础	1.能够根据职业需求运用计算机; 2.养成独立思考、主动探究的学习能力,培养严谨的科学态度和团队协作意识。	1.计算机应用基础知识; 2.计算机基本操作。	1.掌握计算机应用基础知识; 2.掌握计算机基本操作、办公应用、网络应用、多媒体技术应用等方面的技能。
5	大学英语	1.强化英语语言基础知识和基本技能训练; 2.培养学生实际使用英语进行交际的能力。	1.英语基础知识和技能; 2.简单的口头和书面交流。	1.掌握一定的英语基础知识和技能; 2.能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料; 3.进行简单的口头和书面交流。
6	经济数学	1.为学生后继专业课程的学习及终身发展奠定必要的数学基础; 2.培养学生综合运用所学知识分析问题和解决问题的能力。	1.一元函数微积分; 2.概率论与数理统计初步; 3.线性代数初步。	1.掌握一元函数微积分; 2.掌握概率论及数理统计的基础知识; 3.了解线性代数的基础知识; 4.能利用数学工具及数学建模思想对网络营销专业案例等进行分析并尝试解决。
7	体育	1.培养良好的思想品德和顽强拼搏精神; 2.提高身体素质健身水平和运动健身能力。	1.体育基本知识,基本技能和技巧; 2.健身运动的基本方法和技能。	1.掌握一定的体育基本知识,基本技能和技巧; 2.养成经常锻炼身体的习惯和终身体育的意识和行为。
8	职业生涯与发展规划	1.树立正确的职业理想和择业观念; 2.科学规划个人职业生涯。	1.专业所需具备的职业素质,能力测评的方法; 2.就业市场和就业政策分析; 3.求职简历制作技巧、面试技巧。	1.掌握必要的求职择业方法和技巧; 2.能正确选择职业发展方向。
9	职业素养提升	1.促进学生职业素养提升; 2.促进学生从“校园人”向“职业人”的转变。	1.职业沟通能力; 2.团队合作能力; 3.自我管理能力和; 4.解决问题能力;	1.理解并掌握职业素养的基本框架和意义; 2.了解职业化行为规范; 3.掌握沟通的方法与技巧;

		变。	5.信息处理能力等。	4.了解自我管理的基本理论和方法。
10	大学生就业与创业指导	1.提高就业竞争意识,形成正确的就业观; 2.了解就业素质要求,养成良好的职业道德。	1.就业形势与就业政策; 2.社会与职业状况; 3.就业与创业的基本途径和方法。	1.了解就业形势,熟悉就业政策; 2.了解社会和职业状况,认识自我个性特点; 3.掌握就业与创业的基本途径和方法。
11	创业管理	1.使学生了解商业社会特点; 2.培养适应社会的能力及创新创业能力。	1.创业的机会识别; 2.创业模式和创业计划制定; 3.创业团队、融资及初期管理等。	1.了解商业社会的特点; 2.了解市场环境特点; 3.掌握创业所需基本知识。

(二) 专业课程

表 3 专业课程设置要求

专业基础课程				
序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
1	电子商务概论	1.使学生掌握电子商务的基本理论和方法; 2.理解电子商务技术原理及各种商务模式的应用; 3.掌握相关的电子商务网络技术、支付技术、物流技术及安全技术的基本能力。	1.电子商务的基本概念、模式等; 2.网络支付、物流信息、电子商务安全、网络推广等基础知识; 3.电子商务法规等。	1.能够掌握电子商务的基本概念、基本理论和基本技术; 2.了解电子商务在各行业中的应用; 3.了解电子商务系统的技术架构; 4.能够掌握电子商务交易流程中的具体操作。
2	市场营销	1.使学生全面系统地掌握现代企业市场营销的基本知识、基本原理和基本方法; 2.使学生认识在发展社会主义市场经济的进程中,加强对企业市场营销管理的重要性。	1.目标市场的选择与分析; 2.竞争对手的分析; 3.消费者消费行为分析; 4.产品、价格、渠道、促销的制定。	1.了解、分析企业市场营销环境; 2.研究市场购买行为,制定恰当的市场营销组合决策; 3.组织和控制市场营销活动等基本程序和方法; 4.培养、提高学生正确分析和解决我国市场营销管理实际问题的能力。
3	客户关系	1.使学生掌握客户	1.客户关系管理的概念、	1.学生能够掌握客户关系管

	管理	关系管理的基本概念； 2.确立以客户为中心的管理理念； 3.能掌握客户关系管理的方法与应用技术。	内涵和战略客户分析； 2.客户关系管理的营销策略和数据管理； 3.客户关系管理系统设计与实施； 4.客户服务中心、 workflow 管理与 CRM 业务流程设计等。	理战略、客户互动管理、数据挖掘技术、客户关系管理软件系统和网络技术等新理论和方法； 2.具备一定的 CRM 战略制定、CRM 开发及 CRM 项目管理控制的能力。
4	商务沟通与礼仪	1.了解商务沟通的一般原理； 2.对商务场合的基本礼仪有比较清晰的认识。	1.个人形象礼仪、公共礼仪、交往礼仪、不同商务活动中礼仪的基本要求和行为规范； 2.基本沟通、商务沟通、网络沟通的基本知识等。	1.提高自身的礼仪修养，增强人际交往能力、应变能力及应用商务礼仪知识的能力； 2.掌握实用的沟通技巧，提高综合素质和社会适应性。
5	视觉营销设计	1.培养学生运用网络资源，深入理解网店视觉营销基础知识； 2.掌握网店布局、文案视觉、商品主图设计及视觉营销数据化等职业能力。	1.视觉营销的基础知识； 2.视觉营销的具体思路。	1.使学生能够了解视觉营销的基本概念、原则、表现形式、运作流程等； 2.熟练掌握视觉营销设计的基础，提高对商品的认知感，并开拓学生的设计思路。
6	经济学基础	1.使学生掌握现代微观经济学和宏观经济学的基本原理和主要方法； 2.了解现代经济学发展的最新动态。	1.经济学的研究对象及有关概念； 2.微观经济学和宏观经济学。	1.启发学生研究我国经济问题的兴趣； 2.培养学生的经济学思维和初步解决经济问题的能力。
专业核心课程				
1	网络营销	1.培养学生对网络营销重要性的认识； 2.使学生能够根据企业营销目标进行活动主题策划、市场调研、活动设计及实施执行。	1.网络营销活动内容设计、活动执行、活动效果分析等； 2.在不同网络平台上策划活动的一般流程，运营的方法和技巧。	1.掌握网络营销的基本原理和方法； 2.了解网络营销的技术基础； 3.掌握运用网络营销的基本工具和方法。
2	新媒体营销	1.培养学生利用新兴社交媒体平台进行品牌的推广能力； 2.培养学生利用新媒体进行产品销的	1.新媒体推广的相关概念、制作流程、渠道选择、推广技巧； 2.运用新媒体推广营销的方法。	1.掌握新媒体推广的相关概念； 2.熟悉新媒体推广营销的方法和技巧。

		能力。		
3	商务数据分析与应用	1.提高对商务数据分析的敏感性； 2.培养对商务数据的应用能力。	1.商务数据分析的意义、流程及原则； 2.常用的分析模型、工具及方法。	1.掌握常用的数据分析模型及方法； 2.培养数据应用技巧。
4	搜索引擎营销与优化	1.使学生能够设计搜索引擎营销方案； 2.能够实施策划方案； 3.能对搜索引擎营销结果进行评估，并根据评估结果进一步优化。	1.搜索引擎营销的基本原理； 2.搜索引擎营销案例的设计及策划流程； 3.推广结果的展现、效果评估及优化。	1.掌握搜索引擎营销的基本原理； 2.熟悉搜索引擎营销案例的设计及策划流程； 3.能够进行推广结果的展现、效果评估及优化。
5	短视频与直播营销综合训练项目	1.能运用品牌构建、策略规划，整合传播； 2.能将基础理论与策划实务深度融合。	1.短视频及直播文案创意与撰写； 2.短视频的策划、制作与运营； 3.品牌策划与推广。	1.能够依据促销主题撰写活动促销方案等； 2.短视频的策划、制作与运营。
6	品牌运营实战项目	提高学生在品牌构建上的策划与推广能力。	1.品牌策划与推广的基本流程； 2.相关工具使用。	1.熟悉品牌策划与推广的基本流程； 2.掌握相关工具使用。
专业拓展课程				
1	消费者心理学	1.培养学生研究营销活动对消费者心理影响的能力； 2.培养学生的观察分析能力。	1.消费者个性心理特征； 2.消费者的群体心理特征、购买心理及行为特点； 3.营销策略对消费者心理的影响。	1.使学生掌握对消费者消费心理调查的设计与实施； 2.能对消费者购买心理活动进行分析； 3.能对展览的布置进行分析评价。
2	管理学基础	1.使学生认识管理在人类各项活动的重要意义和作用； 2.掌握管理活动的李本原理、方法和技巧。	1.管理学概论（概念、原理、决策、组织文化等）； 2.管理个体、管理人际、管理团队、管理组织、管理学进展； 3.中国传统文化与管理等内容。	1.掌握管理活动的普遍规律、基本原理和一般方法； 2.树立现代管理的思想观念，培养管理者的素质。
3	商贸英语	1.使学生商务英语语言能力不断提高； 2.既具备商务基础知识又具有商务英语语言综合技能。	1.商务情景下商务英语的运用； 2.为涉外商务基础知识。	1.应在原有英语基础知识上强化商务知识的学习和商务英语语言应用能力； 2.不断提高商务英语语言综合技能。

4	网页设计与制作	1.掌握常用的网页设计工具； 2.具备网页设计、制作及站点管理的基本技能。	1.网页设计的基本概念； 2.网页设计语言； 3.页面布局设计等。	1.掌握网页设计的基本概念； 2.学会使用网页设计工具制作网页； 3.掌握基本的网页设计语言 4.能够设计制作小型静态网站，具备网站的建立和维护能力。
5	跨境电子商务基础	1.使学生掌握基本业务操作技能； 2.培养学生他是肯干的工作作风和善于沟通合作的工作品质。	1.跨境电子商务平台的操作、运营与管理； 2.企业开展跨境电子商务业务流程。	1.了解跨境交易的流程； 2.获得从事网店运营、跨境网络零售平台的运营与策划等工作的基础技能； 3.能根据国际市场需求，独立寻求货源，建立、运营、维护和管理店铺。
6	企业经营管理沙盘模拟	1.使学生掌握分析企业外部环境条件和内部资源实力的方法； 2.培养学生的战略决策能力和系统思维能力，为将来的网络营销与策划职业岗位工作奠定基础。	1.ERP 系统的基本概念、基本原理； 2.各子系统业务流程和具体应用方法。	1.使学生了解企业资源计划的基本概念、功能和特征； 2.掌握企业资源管理计划制订、控制过程的基本原理和方法； 3.理解 ERP 实施过程的基本方法，熟悉相关软件体系的应用，对 ERP 市场和当前中国企业信息化有所了解。
7	供应链管理	1.培养学生岗位适应和岗位胜任能力； 2.培养学生的协作精神和团队意识	1.供应链管理的基础知识； 2.供应链管理的决策体系架构； 3.供应链运作管理； 4.供应链信息技术应用。	1.掌握供应链的基本原理； 2.熟悉供应链的基本操作技巧； 3.掌握供应链运作管理的流程。

七、【教学进程总体安排】

教学进程总体安排见表 4 所示：

表 4 教学总体安排

课程类别	课程代码	课程名称	总学分	学时分配		实践	开课学期及周学时						考核方式	
				总学时	理论		一	二	三	四	五	六		

公共课程	公共基础课程	02001011/2	思想道德修养与法律基础	3	48	40	8	2/16	1/16									C	
		02001021/2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系	4	64	56	8			2/16	2/16								3S/4C
		02001030	形势与政策	1	16	16	0			1/16									C
		01001501	心理健康教育	1	16	16	0			1/16									C
		04001010	信息技术	4	64	32	32	4/16											S
		01001051/2	经济数学	8	128	128		4/16	4/16										1S/2S
		01001402	大学英语B	4	64	64		4/16											S
		02001040	军事理论	1	16	16	0			1/16									C
		01001081/2/3	体育	3	108	27	81	2/18	2/18	2/18									C
		02001080	入学教育与军训	2	48	4	44	2/24											C
	02007090	毕业教育	1	24	24											24/1		C	
	公共限选课程	01003340	大学英语进阶	4	64				4/16						公共限选课在2-4学期开设，学生在学院统一设置的公共限选科目中选择。本专业公共限选课最低学分要求为4个学分（42-公共必修-6）			C	
		01001601	语文	2	32				2/16										
		02003030	党史国史	2	32					2/16									C
		02003040	创新创业教育	1	16	16	0			2/8									C
		01003310	中华优秀传统文化	2	32	32	0				2/16								C
		02001070	职业发展与就业指	1	16	16	0						2/8						C

			导											
		01003 200	健康教育	2	32							2/16		C
		02001 060	职业素养 提升	1	16	16	0					2/8		C
	公共任 选课程		公共选修 课在1-3 学期开 设，学生 在学院统 一设定的 公共选修 科目中选 择。	2	32	32	0	2/16						C
				2	32	32	0		2/16					C
				2	32	32	0			2/16				C
专业 课	专业基 础课程	0601 2010	电子商务 概论	4	64	32	32	4/16						S
		0600 2110	市场营销	4	64	32	32		4/1 6					S
		0600 2040	客户关系 管理	4	64	48	16		4/1 6					S
		0600 2070	商务沟通 与礼仪	2	32	32	0			2/16				C
		0601 2340	视觉营销 设计	4	64	32	32			4/16				S
		0600 2160	经济学 基础	4	64	48	16				4/1 6			C
	专业核 心（ 方向 ）课	0601 2220	网络营销 （企）	4	64	32	32		4/1 6					S
		0600 2090	新媒体营 销★	4	64	32	32			4/16				S
		0603 2100	搜索引擎 营销与优 化★（企）	4	64	32	32			4/16				C

程	0603 2111	短视频与直播营销综合训练项目★(企)	8	12 8	64	64				4/1 6			S
	0603 2090	商务数据分析与应用	4	64	32	32				4/1 6			S
	0603 2112	品牌运营实战项目(企)	1 8	32 4		324					18/ 18		S
专业拓展课程	0605 4030	消费心理学	4	64	64	0	4/16						C
	0600 4140	管理学基础											
	0601 4090	商贸英语	4	64	32	32	4/16						C
	0600 1010	网页设计与制作											
	0600 4160	跨境电子商务基础											
	0600 4150	企业经营沙盘模拟	4	64	32	32	4/16						C
	0605 4060	供应链管理											
0600 4170	新媒体技术1+X职业技能等												
集中实践教学环节	0600 5020	认知实习(企)	1	24		24		24/ 1					C
	0601 5200	618 实战项目(企)	3	72		72		24/ 3					C
	0603 5080	自媒体营销实训(企)	1	24		24		24/1					

	0602 5100	单项职业技能实训	2	48		48				24/ 2		
	0900 1000 /090 0200 0	公共技能训练项目	2	48		48					24/ 2	C
	0603 5100 0	1+X 职业技能等级证书考试辅导	1	24		24				24/ 1		C
	0600 6040	顶岗实习和就业实习	1 8	54 0	6	540					30/ 18	C

八、【实施保障】

(一) 师资队伍

根据专业发展规划，以师德师风建设、专业梯队建设、双师素质建设、职业技能建设和兼职教师队伍建设为主要内容，以专业带头人为核心，以专业教研室为载体，以校企合作为组织模式，打造出一支素质优良、结构合理、专兼结合、学技并重的高水平双师素质教学团队。

表 5 师资队伍建设要求

类别		数量及标准要求		备注	
师生比		1:16-1:20			
专业负责人		①具有本科及以上学历，从事本专业教学至少 3 年以上，具有工程师及以上职业资格； ②熟悉行业发展现状与趋势，企业工作经历不少于 1 年； ③参与省级或者主持校级以上教学改革课题或参与市级以上课题研究。			
公共 基础 课教 师	学历	本科以上学历 100%，并有 80%以上取得研究生学历或硕士学位。			
	教师 资格	100%取得教师资格证			
	专业 技术 职务	中、高级教师职务人数达到专任教师的 60%以上，其中高级职称人数不低于 10%。			
专业 专任 教师	师生比	不低于 1:18			
	标	学历	本科以上学历 100%，并有 10%以上取得研究生学历或硕士学位。		

准	教师资格	100%取得教师资格	
	专业技术职务	中、高级教师职务人数达到专任教师的 50%以上，其中高级职称人数不低于 10%以上。	
	双师型教师	双师型教师比例达专任教师的 80%，其中获得与专业相关技术职务资格证书（或中级以上非教师系列专业技术职务、职业资格）教师不低于 70%。	
	教学及科研能力	①教师为人师表，从严治教，能开展理实一体化和信息化教学，具备信息化教学设计能力； ②教师积极参加教学改革课题研究和竞赛活动，立足教学岗位普遍开展校本教研和培训； ③每年有 30%以上专业专任教师参加市级以上培训、进修，年均师资培训经费不低于教师工资总额的 5%。	
	实践能力	建立专业教师到企业实践制度，专业教师每两年到企业对口实践不少于 3 个月。	
外聘	数量	占专业教学团队的 50%	
兼职教师	标准	专科及以上学历；获得工程师或技师资格证书；具有 5 年工作经验；参与师资培训，教学达到讲师水平。	

（二）教学设施

1. 校内实训（实验）装备

实训教学分类	校内实训教学场所	主要的实训教学任务	实训设备			
			序号	名称	单位	数量
基础实训室	电子商务综合实训室	1.电子商务综合实训 2.电子商务安全与支付实训 3.电子商务物流实训 4.网络营销实训 5. Office 高级应用实训	1	三层交换机	台	2
			2	机柜	套	1
			3	电脑桌凳	套	40
			4	PC 机	台	40
			5	服务器	台	1
			6	投影仪与幕布	套	1
			7	多媒体教学工作台	套	1
			8	空调	台	1
			9	电子商务教学实训系统	套	1
技能实训室	商品拍摄室	1.商品拍摄实训 2.拍摄图片处理实训	1	单反相机	台	2
			2	实物摄影台	套	3
			3	货架	套	3

实训教学分类	校内实训教学场所	主要的实训教学任务	实训设备						
			序号	名称	单位	数量			
			4	摄影棚+灯光	套	3			
			5	电脑桌凳	套	6			
			6	PC机	台	6			
			7	三层交换机	台	1			
			8	空调	台	1			
			1	三层交换机	台	2			
			2	机柜	套	1			
			3	电脑桌凳	套	40			
	商品信息采编实训室	1.图形图像处理实训 2.网络信息编辑实训 3.网络广告设计综合实训 4.网店美工	4	PC机	台	40			
			5	服务器	台	1			
			6	投影仪与幕布	套	1			
			7	多媒体教学工作台	套	1			
			8	空调	台	1			
			1	三层交换机	台	1			
			2	机柜	套	1			
			3	电脑桌凳	套	40			
	商务网站运营与维护实训室	1.网页设计与制作实训 2.网站前台设计综合实训 3.商务网站推广实训 4.商务网站运营实训	4	PC机	台	40			
			5	服务器	台	1			
			6	投影与幕布	套	1			
			7	多媒体教学工作台	套	1			
			8	电子商务模拟运营系统	套	1			
			9	电子白板	个	1			
			10	空调	台	1			
			仿真模拟实训室	商务洽谈实训室	1.商务谈判与推销实训 2.客户关系管理实训 3.消费心理学实训	1	投影仪与幕布	套	1
						2	便携计算机	台	6
						3	会议桌凳	套	1
	4	打印扫描多功能一体机				台	1		

实训教学分类	校内实训教学场所	主要的实训教学任务	实训设备					
			序号	名称	单位	数量		
			5	档案柜	套	4		
			6	三层交换机	台	1		
			7	机柜	套	1		
			8	多媒体教学工作台	套	1		
			9	电子白板	个	1		
			10	空调	台	1		
			客户服务实训室	1.客户服务实训 2.客服话术综合实训	1	呼叫中心主程序包	套	1
					2	电脑语音	套	1
					3	工控设备	套	1
					4	专用语音板卡	套	1
	5	电脑			台	40		
	6	电脑桌凳			套	40		
	7	头戴式耳机			套	40		
	8	电话机			台	40		
	9	服务器			台	1		
	10	三层交换机			台	2		
	11	机柜			套	1		
	12	投影仪与幕布			套	1		
	13	多媒体教学工作台			套	1		
	14	空调			台	1		
	企业经营沙盘模拟实训室	1.企业经营沙盘综合实训 2.职业技能竞赛培训	1	三层交换机	台	1		
			2	机柜	套	1		
			3	电脑桌凳	套	40		
			4	PC机	台	40		
			5	服务器	台	1		
			6	投影仪与幕布	套	1		
			7	多媒体教学工作台	套	1		

实训 教学 分类	校内实 训教学 场所	主要的实训教学任务	实 训 设 备			
			序号	名 称	单位	数量
			8	全程沙盘模拟经营系统	套	1
			9	空调	台	1

2. 校外实训基地

依照优势互补、人才共育、方案共建、成果共享原则，发挥现有校外实训基地的作用，积极寻求生产规模大，发展势头好，能和学校保持长期合作、互利共赢的企业，建设校外实训基地，满足学生的顶岗实习需求。

序号	实训基地名称	主要实训项目	所需实训设备	实训指导及实训实习管理模式
1	***校外实训基地	网络营销、网店运营、 新媒体营销	计算机	校企合作、校企共建
2	***实训基地	商务平台运营、 营销推广等	计算机	校企共建、校企共管
3	***实训基地	网络营销、网络推广、 商务平台推广等	计算机 呼叫中心	校企共建、校企共管
4	***实训基地	网络营销、网络推广、 商务平台推广等	计算机 呼叫中心	校企共建、校企共管
5	***实训基地	商务平台维护、 营销推广等	计算机	校企共建、校企共管
6	***实训基地	网店运营	计算机	校企共建、校企共管
7	***实训基地	跨境电商等	计算机	校企共建、校企共管

(三) 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. 教材选用要求

(1) 教材选择紧扣专业人才培养目标，在教材内容的选取上，旨在追求工作过程的完整性而不是学科结构的完整性，彻底打破原有课程学科体系。

(2) 教材是实施教学过程的载体，必须依据职业岗位能力需求编写教材，充分体现任务引领和项目教学的课程设计理念。

(3) 教材内容的安排遵循学生的认知规律，讲清知识的来龙去脉。教材设计要顺理成章，循序渐进，具有趣味性和启发性。

(4) 教材能够体现出对学生科学思想和严谨工作态度的培养，以适应行业飞速发展的需要。

2. 图书资料配备要求

本专业相关图书文献配备,应能满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要,方便师生查询、借阅,且定期更新。主要包括:有关电子商务、营销、经济、管理(如行业政策法规、行业标准、职业标准、工程师手册)等技术类和案例类图书,以及商业经济与管理、商业研究、中国商贸等专业学术期刊。

3. 数字资源配备要求

(1) 开发数字资源

结合专业需要,开发和配备一批优质音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、网络课程等专业教学资源库,有效开展多种形式的信息化教学活动,激发学生学习兴趣,提高学习效果。

(2) 充分利用网络教学资源

随着信息技术发展,因特网上涌现大量优秀的网络教学资源。充分挖掘网络资源,拓展专业教学资源的获取途径,为专业教学服务。通过国家级精品课程网站、视频公开课、慕课、微课等教学平台,教师学习先进教育理念和课程教学设计思路、教学方法与手段,以期更好地实施教学活动;学生通过优秀平台开展自主学习,拓展专业视野,提高创新创业能力,提升职业素养。

(四) 教学方法

以学生的职业发展为根本,采取项目教学、案例分析、任务驱动、分组讨论等灵活多样的教学方法。以工作任务为出发点,激发学生的学习兴趣,培养学生团队合作意识和分析问题、解决问题的能力,并使学生掌握专业的学习方法,提高学生自主学习的能力。本专业建议采用的主要教学方法如下:

(1) 项目教学法

把整个教学任务目标分解为多个教学模块,每个教学模块由多个子项目组成,在教师的指导下,将学生分成多个学习小组,教师将教学项目交给学生学习小组。在完成项目任务的过程中,突出学生的主体地位,学生不仅学会理论知识和操作技能,更重要的是培养学生解决问题的能力、接纳新知识的学习能力,以及与人协作和沟通的能力。

(2) 案例分析法

每一个教学项目都要设计相关的教学案例,通过案例分析能够较好地引导课程内容的展开,促进学生积极思考,加深对本课程知识模块的理解和掌握,培养学生职业判断能力,激发学生的学习兴趣,并达到举一反三的效果。

(3) 分组讨论法

对于典型的单一工作任务学习,建议采取分组讨论法,每 4-6 名学生分为一个小组,以小组为单位讨论分析学习任务,教师引导学生将案例与所学的知识有机结合,积极参与讨论分析。小组讨论后,各小组学生代表发言,教师对任务学习进行及时概括、归纳和总结。各小组之间进行互评,教师进行点评,充分肯定各小组学生的表现,激发学生学习的积极性。

(4) 头脑风暴法

头脑风暴教学法适用于创造性思维的培养、疑难问题的解决,特别适用于解决案例分析的问题。而网络营销与直播电商主要任务就是探讨的是如何在网上进行商务活动。因此,在课堂中必须穿插大量的案例讲解和分析,使学生在真实的案例中体会到理论的真正意义。

(5) 专家座谈

聘请专业领域知名企业家开设讲座，以利于及时掌握行业最新信息和技术。

（五）学习评价

根据本专业培养目标和以人为本的发展理念，建立科学的评价标准。学习评价体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，注意吸收行业企业参与。注重校内评价与校外评价相结合，职业技能鉴定与学业考核相结合，教师评价、学生互评与自我评价相结合，过程性评价与结果性评价结合。注重考查学生运用知识分析、解决问题的能力。

1. 分阶段考核评价体系

根据专业人才培养方案，按考核评价类型划分为三个阶段。第一个阶段为第一、二学期，为认知性训练阶段，考核主要以知识技能考核为主，采取过程性考核和终结性考核相结合的方式；第二个阶段为第三、四学期，为核心技能训练阶段，考核主要以技能习得为目标，专业知识课程考核采取过程性考核和终结性考核相结合的方法，灵活采取学分互认等制度，集中实践性课程考核引入第三方考核机制，重点考核工作成效和职业素养。第三阶段即岗位技能训练阶段，采取“工作绩效+职业素养+专业答辩”等形式，以企业指导教师为主体、以校内指导教师为辅综合评定学生成绩。

2. 优化考核内容

不同岗位任职要求是不同的，考核内容也不尽相同。以企业任职要求为出发点，校企合作选择考核内容。

3. 创新考核方式

创新考核方式，针对不同的课程，制定相应的考核评价方案。例如，对于网络营销实训课程，可以以网络营销数据为指标制定考核方案；对于平台运营课程，可以采取学分互认的形式，学生参加职业技能大赛获奖、考取职业资格证书，即可获得相应的成绩。

（六）质量管理

1. 加强体制机制建设

联合企业组建由专业负责人、专业骨干教师、企业行业专家、兄弟院校教师组成的专业建设委员会。建立专业建设委员会议事制度，制定《校企合作教学管理办法》，明确校企职责范围、权利与义务、校企合作项目的建设原则、目标任务、合作条件、执行机构、效益评价等；根据学院相关实践教学管理规定，制定《校外实习基地建设管理办法》、《学生顶岗实习管理办法》，强化对学生实践教学的管理；在人事管理制度方面，为打造“双聘双挂、双元双育”结构合理的专兼结合教师队伍，制定《兼职教师聘用管理办法》、《教师企业顶岗实践制度及实施办法》等制度，调动专业教师参与企业实践和技术研发的积极性，使专业教师与企业技术人员在校企之间做到“良性互动、两栖发展”；制定《教师教学质量评价办法》、《骨干教师和专业带头人培养方案》、《青年教师培养方案》、《教学事故认定及处理办法》等一系列的制度，建立规范有序、公平竞争的激励机制，提高专业教师在教学、科研、社会服务、企业实践、指导学生参加各类大赛等方面的积极性。

2. 实施教学质量监控机制

建立学校、企业、学生三方共同参与的质量评价体系，通过问卷调查、网上评教、同行听课、毕业生跟踪调查等手段，以人才培养方案、教学条件、课程设置、教学组织与实施、顶岗实习、毕业生就业情况主要评价指标，开展全方位、全过程的教学质量评价，评估教学质量，并作为改进人才培养方案的重要依据。

3. 实施多方共同参与的质量评价机制

以学院教学质量处、系、教师、合作企业、就业单位、学生为评价主体，以问卷调查、学生网上评教、同行听课、毕业生跟踪调查等为主要手段，以专业设置、人才培养方案、教学实施、顶岗实习落实情况、双证书获取率、毕业生就业率与就业质量、专业对口率、校外实训基地建设以及专兼结合专业教学团队建设为主要评价对象，开展全方位、多层面的教学质量评价。

九、【毕业要求】

（一）学业考核要求

学生毕业前应修满规定的学分。修满全部必修课程，包括公共必修课、专业必修课，根据学院要求，还应该修够公共选修课程、专业选修课程规定的学分，完成规定的集中教学实践环节与其它环节的实训实习任务，所有课程及教学环节成绩均应达到最低合格水平。

（二）证书考取要求

根据《国家职业教育改革实施方案》文件精神，试点实施“学历证书+职业技能等级证书”（即 1+X 证书）制度，鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得电子商务数据分析技能等级证书、网店推广技能等级证书、网络营销、新媒体管理、百度认证、电子商务等多类职业技能等级证书。

十、【附录】

附录 1 2020 级网络营销与直播电商专业教学进程表(适用于高职)

附录 2 专业人才培养方案调整审批表

附录 1

2020 级网络营销与直播电商专业教学进程表(适用于高职)

课程类别	课程代码及课程名称			考核方式	学分	总学时数	课内学时		各学期计划周学时安排						备注或要求		
	序号	课程代码	课程名称				理论教学	实践或技能	一	二	三	四	五	六			
									周学时/周数	周学时/周数	周学时/周数	周学时/周数	周学时/周数	周学时/周数			
公共课程	公共基础课程	1	02001011/0 2001012	思想道德修养与法律基础	1C/2C	3	48	48		2/16	1/16						
		2	02001021/0 2001022	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3S/4C	4	64	64				2/16	2/16				
		3	02001030	形势与政策	C	1	16	16			1/16						
		4	01001501	心理健康教育	C	1	16	16			1/16						
		5	04001010	信息技术	S	4	64	32	32	4/16							
		6	01001051/0 1001052	经济数学	1S/2S	8	128	128		4/16	4/16						
		7	01001402	大学英语 B	S	4	64	64		4/16							
		8	02001040	军事理论	C	1	16	16		1/16							
		9	01001081/0 1001082/01 001083	体育	C	3	108	27	81	2/18	2/18		2/18				

	10	02001080	入学教育与军训	C	2	48	4	44	24/2							
	11	02001090	毕业教育	C	1	24	24								24/1	
	学时学分小计					32	596	439	157	17	9	2	4	0	0	
公共限选课程	1	01003340	大学英语进阶	C	4	64	64		公共限选课在 2-4 学期开设，学生在学院统一设定的公共限选科目中选择。本专业公共限选课最低学分要求为 4 个学分（42-公共必修-6）。							9 门课程中自主选修 4 学分相关课程
	2	01001601	语文	C	2	32	32									
	3	02003040	创新创业教育	C	1	16	16									
	4	02003030	党史国史	C	2	32	32									
	5	01003310	中华优秀传统文化	C	2	32	32									
	6	02001060	职业素养提升	C	1	16	16									
	7	02001070	职业发展与就业指导	C	1	16	16									
	8	01003200	健康教育	C	2	32	32									
		最低学分（学时）要求					4	64	64	0						
公共任选课程			公共选修课在 1-3 学期开设，学生在学院统一设定的公共选修科目中选择。公共选修课最低学分要求为 6 个学分。	C	2	32	32		2/16							
				C	2	32	32			2/16						
				C	2	32	32				2/16					
		最低学分（学时）要求					6	96	96	0	2	2	2	0	0	0
公共课合计						42	756	599	157	19	11	4	4	0	0	

		1	06012010	电子商务概论	S	4	64	32	32	4/16						
	专业基础课程	2	06002110	市场营销	S	4	64	48	16		4/16					
		3	06002040	客户关系管理	C	4	64	48	16			4/16				
		4	06002070	商务沟通与礼仪	C	2	32	32	0			2/16				
		5	06012340	视觉营销设计	S	4	64	32	32			4/16				
		6	06002160	经济学基础	C	4	64	64	0				4/16			
		学时学分小计					22	352	256	96	4	4	10	4	0	0
		专业核心 (方向) 课程	1	06012220	网络营销★ (企)	S	4	64	32	32		4/16				
	2		06002090	新媒体营销★	S	4	64	32	32			4/16				
	3		06032100	搜索引擎营销 与优化★ (企)	C	4	64	32	32			4/16				
	4		06032090	商务数据分析 与应用	S	4	64	32	32				4/16			
	5		06032111	短视频与直播 营销综合训练 项目★(企) (文案创意与 撰写、品牌策 划与推广、短 视频与直播营 销)	S	8	128	64	64				8/16			

	6	06032112	品牌运营实战项目（企）	S	18	324		324					18/18			
	学时学分小计				42	708	192	516	0	4	8	12	18	0		
专业拓展课程	1	06004140	管理学基础	C	4	64	32	32	4/16							
	2	06054030	消费心理学													
	3	06014090	商贸英语	C	4	64	64	0	4/16							
	4	06004040	网页设计与制作													
	5	06004150	跨境电子商务基础													
	6	06004010	企业经营沙盘模拟	C	4	64	32	32	4/16							
	7	06054060	供应链管理													
	8	06004170	新媒体技术1+X职业技能等级证书综合训练													
		最低学分（学时）要求				12	192	128	64							
		学时学分小计				12	192	128	64	0	4	4	4	0	0	
集中实践教学环节	1	06005020	认知实习(企)	C	1	24		24		24/1						
	2	06015200	618 实战项目（企）	C	3	72		72		24/3						
	3	06035080	自媒体营销实训（企）	C	1	24		24			24/1					
	4	06025100	单项职业技能实训	C	2	48		48				24/2				

包括校内实训、课程设计、企业实训、顶岗实习等环节，每周 1 个学分。

	5	09001000	公共技能训练项目 1	C	1	24		24					24/1		
	6	09002000	公共技能训练项目 2	C	1	24		24					24/1		
	7	06006040	顶岗实习和就业实习	C	18	540		540						30/18	
	集中的实践教学环节合计					27	756	0	756						
学时总计						145	2764	1175	1589	23	23	26	24	18	0
学期学分小计						145				25	27	27	26	20	19
课程门数					公共基础课程 11 门、公共限选课程 9 门、公共任选课程选修 3 门、专业群基础课程 6 门、专业核心课程 6 门、专业选修课程 8 门、集中实践 7 门										
考试门数					公共课 4 门、专业课 9 门										

说明：1.考核方式有考试和考查两种形式，S 为考试，C 为考查。

2.第五学期以职业核心技能实训为主，学生到合作企业进行企业实践项目实训或将企业项目引入学校；

3.第六学期全体学生到合作企业顶岗实习。

4.有“★”标识的课程是专业核心课程，有“（企）”标识的是企业承担的课程。

附录 2

专业人才培养方案调整审批表

专业名称		所属系(部)		使用年级	
专业人才培养方案调整内容					
课程名称		课程性质		调整类别	
调整事项					
调整原因					
专业带头人意见： 签字： 年 月 日			系(部)负责人意见： 签字： 年 月 日		
教务处审核意见： 签字： 年 月 日					
分管教学工作院长意见： 签字： 年 月 日					

注：(1) 调整类别主要是指课程名称、学时(学分)、开课时间、增开或停开课程、课程性质(课程的必修和选修属性)及考核方式等的变动。

(2) 调整事项是对调整内容及调整后人才培养方案变化情况的详细说明。

(3) 本表一式三份，专业教研室、系(部)、教务处各存一份。