



漯河职业技术学院

LUO HE VOCATIONAL TECHNOLOGY COLLEGE

漯河职业技术学院（群内）专业 人才培养方案 (2025版)

专业名称: 网络营销与直播电商专业

专业代码: 530704

专业大类: 财经商贸大类

所属学院: 商贸物流学院

二〇二五年八月

目 录

一、专业描述	1
二、职业面向	1
(一) 职业面向岗位	1
(二) 职业发展路径及职业能力分析	1
三、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
四、人才培养模式	4
五、课程设置及要求	5
六、教学进程总体安排	9
七、实施保障	10
(一) 师资队伍	10
(二) 教学设施	10
(三) 教学资源	11
(四) 教学方法	12
(五) 学习评价	12
(六) 质量管理	13
八、毕业要求	13
(一) 学分条件	13
(二) 证书	13
附录一 网络营销与直播电商专业教学进程表	15
附录二 学时与学分分配表	17
编制说明	18

漯河职业技术学院网络营销与直播电商专业（群内）人才培养方案 (2025 版)

一、专业描述

专业名称：网络营销与直播电商

专业代码：530704

入学基本要求：中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

基本修业年限：三年

教育类型：高等职业教育

学历层次：专科

所属专业群名称：电子商务专业群

二、职业面向

（一）职业面向岗位

表1 网络营销与直播电商专业职业面向岗位一览表

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	职业资格证书和技能等级证书
财经商贸大类（53）	电子商务类（5307）	批发业（51）、零售业（52）、互联网和相关服务（64）、商务服务业（72）	互联网营销师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）	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、网络广告专员、市场策划主管	直播电商、网络直播运营、新媒体营销、电子商务师、互联网营销师

（二）职业发展路径及职业能力分析

表2 网络营销与直播电商专业就业岗位及其岗位能力分析

序号	岗位群	岗位类别		岗位任务描述与核心能力要求	
		入职岗位	发展岗位	岗位任务描述	核心能力要求
1	直播电商方向	直播销售员	直播运营主管	销售员：直播带货，引导下单 主管：策划直播流程，优化数据指标	销售员：1. 镜头表现力 2. 产品讲解能力 3. 实时互动技巧 主管：1. 活动策划能力 2. 流量投放优化

					3. 团队协作管理
2	新媒体运营方向	新媒体运营专员	新媒体运营主管	专员：内容发布，粉丝互动 主管：矩阵策略制定，品牌曝光提升	专员：1. 多平台操作 2. 热点跟进能力 3. 基础文案撰写 主管：1. 全域策略规划 2. KOL资源整合 3. 用户增长模型设计
3	内容策划方向	内容创作专员	内容策划主管	专员：脚本撰写，素材制作 主管：制定传播计划，创意方向把控	专员：1. 基础剪辑能力 2. 文案撰写技巧 3. 素材整理 主管：1. 创意体系构建 2. 用户心理分析 3. 跨平台适配策略
4	客户管理方向	客服专员	客户主管	专员：处理咨询/售后 主管：私域运营，复购率提升	专员：1. 标准话术应用 2. 问题分类处理 3. 情绪管理 主管：1. 会员体系设计 2. 危机公关处理 3. 裂变活动策划
5	渠道推广方向	网络广告专员	渠道推广主管	专员：广告投放执行 主管：推广策略制定，成本控制	专员：1. 平台操作技能 2. 数据监测 3. 报告制作 主管：1. 用户画像分析 2. 渠道组合优化 3. 预算分配决策
6	商品选品方向	选品助理	商品选品主管	助理：收集商品数据，协助选品 主管：制定选品策略，供应链优化	助理：1. 市场信息收集 2. 基础数据分析 3. 文档处理能力 主管：1. 趋势预测能力 2. 供应链整合 3. 利润模型构建

三、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业依托漯河食品加工、电商物流等行业优势，紧跟数字经济、直播电商、新媒体营销的发展，本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、互联网和相关服务、商务服务业的互联网营销师、全媒体运营师、市场营销专业人员、品牌专业人员职业，能够从事渠道拓展运营维护、市场策划、产品策划、广告投放、直播策划执行、粉丝引导转化、内容策划推广、新媒体运营、数据分析、客户开发与管理等工作的高技能人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识、能力和职业态度方面达到以下要求。

1. 素质

(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) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信，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) 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，具有学以致用、爱岗敬业的职业理念和服务乡村振兴与区域经济的职业理想；

(4) 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) 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；

(6) 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；

(7) 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；

(8) 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。

2. 知识

(1) 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

(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；

(3) 掌握市场营销学、零售学、商品基础、电子商务基础、商品拍摄与素材编辑、商务数据分析与应用等方面的专业基础理论知识；

(4) 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；

(5) 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，电子商务平台和新媒体运营与管理的相关知识；

(6) 了解农产品电商、食品电商等领域的行业动态与政策导向。

3. 能力

(1) 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；

(2) 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；

(3) 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；

(4) 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；

- (5) 具有内容策划与编辑和市场策划能力，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；
- (6) 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；
- (7) 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；
- (8) 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；
- (9) 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；
- (10) 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；
- (11) 能够独立完成短视频策划、拍摄、剪辑及新媒体文案创作；
- (12) 能够结合漯河本地产业（如食品、农产品）设计网络营销策划案；
- (13) 具备运用数据分析工具进行直播电商多维度数据采集、清洗、分析与解读的能力，能够基于数据洞察诊断运营问题、优化营销策略并支持决策，有效提升直播电商运营效果；
- (14) 具备跨团队协作能力，适应电商行业快节奏工作环境。

4. 职业态度

- (1) 自觉遵守《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》等法律法规及平台运营规范，恪守职业道德，杜绝虚假宣传与数据造假行为；
- (2) 具有吃苦耐劳，爱岗敬业的精神，适应互联网行业高强度工作；
- (3) 具有团队合作意识，能协同完成营销项目落地；
- (4) 具有积极向上的态度和创新精神，持续关注行业技术变革；
- (5) 具有良好的学习能力、信息素养、职业能力和可持续发展能力；
- (6) 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。
- (7) 具备服务意识，能够响应企业或农户的个性化营销需求。

四、人才培养模式

根据专业人才培养目标，网络营销与直播电商专业立足“乡村振兴+数字经济”双赛道，通过校内专项实训、本地真实项目引入、合作企业实习等方式，形成“校内专项实训+本地真实项目引入+合作企业实习”的“校地企协同育人”模式。

在3年的学习期间，前3个学期聚焦岗位认知与技能孵化，在校内开展校内专项实训夯实基础；第4学期引入本地真实项目，强化学生技能；第三学年在校外合作企业依托企业岗位实习实现“技能强化-就业衔接”一体化，培养“零适应期”的高技能人才，助力区

域产业数字化转型。

具体实施如下：

第1-3学期，开展网络营销与直播电商专业理论教学，培养基本素质与技能，通过理论授课与校内专项实训（含短视频策划与制作、直播模拟、网络推广等），夯实职业基础，助力学生获取“互联网营销师”“电子商务师”等职业技能证书。

第4学期，引入本地企业真实营销项目（如双汇食品电商推广、企业真实直播、漯河农产品直播等），学生依兴趣与专长，按网络营销与直播电商岗位群（直播运营、短视频策划、网络推广等方向）组建项目团队，在校企双导师指导下完成实战任务，提升专项技能。

第5学期，学生赴校外合作企业（如本地电商产业园、MCN机构、品牌电商部）开展专业对口岗位实习，依据校企共定的《网络营销与直播电商岗位实习标准》执行，通过企业真实岗位（直播运营、新媒体推广等）实践强化技能，实习成果由企业导师考核评定，学期末结合实战案例完成毕业设计。

第6学期，进入就业性实习阶段，学生可双向选择留任原实习企业、进入合作企业就业或开展电商创业，实现高质量就业。

该模式确保学生三年实践不间断，着力培养具备市场分析、内容创作、数据运营、营销策划、直播运营等核心能力，熟练运用数字营销工具，熟悉电商全流程，契合行业需求的高技能人才。

五、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

1. 公共基础课程

见电子商务专业群公共基础课程内容。

2. 专业（技能）课程

（1）专业群共享及专业基础课程

本专业共开设专业群共享课6门，专业基础课2门。

专业群共享课6门，包括：管理学基础、商务办公软件、商务数据分析、电子商务基础、电子商务法律法规、市场营销，见电子商务专业群共享课程内容。

开设专业基础课2门，包括：商品拍摄与素材编辑、选品与采购。

表3 专业基础课课程描述

课程代码	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
063609	商品拍摄与 素材编辑	帮助学生掌握商品 拍摄构图、光影运 用及直播电商素材 编辑技巧，理解视 觉素材对转化的影 响。培养学生独立 完成商品拍摄、剪 辑优化及适配多平 台的素材制作能力 ，满足直播电商视	涵盖商品拍摄设备操 作、场景搭建、角度 选择，及图片修图、 短视频剪辑、字幕特 效添加等。结合案例 讲解素材风格适配（ 如直播封面、详情页 图），介绍主流编辑 工具实操。	本课程注重实操能 力，引导积极参与 拍摄实操与素材编 辑练习；熟练掌 握核心技能，能独 立完成商品视觉素 材制作。完成课后作 业与完整素材方案 ，提升视觉呈现与 工具运用能力。

		觉营销需求。		
063608	选品与采购	帮助学生掌握直播电商选品逻辑、采购流程及供应链管理基础，理解市场需求与平台规则对选品的影响。培养学生精准选品、议价谈判及风险把控能力，为从事直播电商选品采购工作筑牢基础。	涵盖选品市场调研、需求分析、品类规划，以及供应商筛选、采购合同签订、库存协调等。结合直播电商案例，讲解选品工具使用、采购成本控制，助力学生构建选品采购知识体系。	理论与实践相结合，引导学生积极参与选品案例讨论与模拟采购实操；熟练掌握选品采购核心知识，能独立完成选品方案。完成采购计划制定，提升理论应用与实操能力。

(2) 专业核心课程

本专业开设 8 门，包括：市场策划、网络推广、客户服务与管理、内容策划与编辑、新媒体运营、直播销售、营销渠道运维、直播运营。

表4 专业核心课程描述

课程代码	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
063601	市场策划	通过本课程的学习，要求学生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；设计分销渠道和营销活动、制定产品策略、品牌策略、价格策略、广告策略；跟踪市场策划的实施，评估效果。	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。	教师结合案例分析与实践教学，组织策划方案撰写、模拟策划执行等活动，引导学生提升商务策划的实操能力。
063602	网络推广	通过本课程的学习帮助学生掌握人群画像分析、预算制定及搜索引擎营销（SEM/SEO）等典型任务流程，熟悉推广与数据分析工具操作。培养渠道选择、数据跟踪及结果评估能力，满足精准推广需求。	涵盖推广平台特性、搜索引擎营销（关键词优化、竞价投放），讲解人群画像绘制、渠道选择、预算制定、推广实施与数据监测评估，结合工具实操，构建完整推广知识体系。	本课程是实战性和操作性强的应用型课程，引导学生积极参与推广任务实操。熟练掌握平台特性、搜索引擎营销技能，能独立完成人群画像、预算制定及数据评估。完成作业与推广方案，提升实操能力。
063148	客户服务与管理	使学生掌握客户服务管理体系搭建与管理办法，精通投诉处理、满意度提升及客户生命周期管理策略，提升跨部门协作与客户价值挖	涵盖客户服务标准建立、投诉处理流程与话术设计、客户分层与精准维护、服务质量监控（KPI考核）、客户忠诚度计划制定，	强调场景化实操与流程模拟，要求学生完成客户服务话术设计、投诉处理方案制定、客户关怀计划执行等任务，

		掘能力，适应现代服务业实战需求。	结合电商、金融等行业案例讲解。	掌握CRM系统操作，通过服务案例分析报告考核应用能力。
063605	内容策划与编辑	通过本课程的学习要求学生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；能够策划图文/短视频内容创意；编辑内容，进行视觉优化；审核内容合规性；选择平台发布并推广内容；评估内容投放效果并持续优化内容。	主要内容包括市场调研、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。	本课程要求采用项目导向教学模式，根据课程内容、课程目标结合人才培养方案提炼项目任务，通过教师讲授、案例分析、创作实践等教学手段和方法，使学生完成工作任务，并达到项目任务要求的知识目标、能力目标与素质目标。
063603	新媒体运营	让学生掌握新媒体平台运营规则与营销技巧，提升内容策划、用户增长及转化能力，能在微信、抖音等平台开展营销活动。	涵盖新媒体平台（微信、微博、抖音等）特点、内容创作、粉丝运营、社群营销、短视频营销、直播带货及数据效果分析等核心内容。	教师结合案例分析与实操训练，组织新媒体账号运营、内容策划实战等活动，引导学生提升新媒体营销的实战能力。
063610	直播销售	培养学生具备直播销售全流程执行能力，使其能独立完成直播策划、产品讲解、直播脚本设计、主播人设搭建、粉丝引导转化及直播复盘等典型工作任务，熟练运用直播相关设备、数据分析工具、办公软件、计算机等开展直播销售工作，助力实现直播销售业绩增长。	涵盖直播策划、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，以及直播相关设备操作、直播销售数据分析工具运用、办公软件和计算机操作等。	掌握直播销售、产品讲解、脚本设计、粉丝转化的方法和技巧。能够搭建主播人设，精准选品，设计产品组合，撰写直播脚本。提升直播销售转化率。具备数据分析及优化直播的能力。
063611	营销渠道运维	本课程旨在培养学生掌握营销渠道开发、运营与维护的专业能力，使其能够精准挖掘市场需求、确定目标客户，制定科学的渠道运营策略，具备渠道拓展、沟通维护	围绕营销渠道运维的典型工作任务展开，涵盖营销渠道拓展、渠道运营策划、渠道绩效管理、销售渠道维护、渠道评估与改进等内容。学生需运用营销推广工具、办	掌握营销渠道开发运营维护方法技巧，挖掘需求、确定目标客户；能制定渠道运营策略，搜集信息、拓展新渠道；熟练渠道沟通维护，采集分析

		以及数据驱动的渠道优化能力，胜任营销渠道运维相关岗位的工作任务。	公软件、第三方数据分析工具、计算机等完成渠道开发、信息搜集、策略制定、数据采集分析等工作任务。	数据优化策略。培养市场洞察、沟通协调、数据分析及团队协作能力，提升职业素养与创新力。
063149	直播运营	依托行业实际需求，让学生掌握直播全流程运营逻辑，精通选品策划、场景搭建、话术设计与流量转化技巧，提升直播带货实战能力，适应不同类目直播运营需求。	涵盖直播选品策略、直播间场景搭建（产品展示/使用场景演示）、互动话术设计（产品描述/使用场景还原）、流量投放、实时数据监测，结合案例教学。	强调行业实操与场景模拟，要求学生完成直播脚本策划、直播间搭建、实时控场演练等任务，掌握直播合规要点，通过直播数据与复盘报告考核运营效果。

(3) 专业拓展课程

本专业开设 6 门，须选 4 门。其中限选课 3 门，分别为社群运营、短视频策划与制作、人工智能导论；其中商务礼仪与沟通、消费者行为分析、智慧商业 3 门课为任选课，任选其中 1 门。拓展课中包括体现行业发展新技术、当地区域经济特色的人工智能导论、智慧商业等课程。

表5 专业拓展课程描述

课程代码	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
063147	社群运营	让学生掌握社群搭建、用户激活、变现转化的全流程方法论，精通社群定位、规则设计及裂变技巧，提升用户运营思维与场景化运营能力，适应互联网社群经济需求。	涵盖社群定位与架构设计、拉新裂变策略、用户分层运营、内容规划与互动设计、社群变现模式（电商/付费/广告），结合企业真实案例教学。	注重理论与场景实操结合，要求学生完成社群从0到1搭建，执行裂变活动策划、用户话术设计等任务，掌握社群管理工具（we tool/企业微信），通过运营数据报告考核实战效果。
063600	短视频策划与制作	通过任务驱动型的项目活动，要求学生在掌握短视频营销理论的基础上，系统了解短视频的拍摄、策划和运营。能为客户量身定制合理视频营销方案。会熟练运用各种视频剪辑工具，了解短视频平台基本流量算法和拍摄技巧。	本课程以抖音、快手、小红书等平台为例，以应用为主线，以技能为核心，从拍摄短视频的前期准备到内容策划，从短视频的拍摄方法到拍摄实战，从短视频的后期剪辑到优化与发布，系统而深入地介绍了短视频拍摄、剪辑与发布的实战方	本课程采用项目驱动式教学模式，按照培养目标要求，在教学过程中，将学生分为若干组，每组按照项目的要求，完成短视频的策划、拍摄、运营和评价。同时给学生提供实践的机会，鼓励学生开设个人IP账号，通过真实数据和市场反应锻炼学生的应变能力，加深对视频营

			法和技巧。	销的深层理解。
063606	人工智能导论	本课程旨在通过深入探讨人工智能及大语言模型的基础概念与实践应用，帮助学生掌握在现代职场中应用人工智能工具的能力。	课程内容包括人工智能概述、大语言模型的原理及应用，特别是DeepSeek大语言模型的实际操作与应用。	通过一系列项目任务，学生将学习如何运用AI工具提升办公效率，优化数据处理，创造个性化内容，并且构建智能体和零代码应用程序。
063144	商务礼仪与沟通	培养学生具备商务场景中职业形象塑造、商务往来、人际沟通及会务宴请的礼仪素养与沟通能力，使其能规范且得体地开展商务礼仪活动，提升职业竞争力。	围绕商务礼仪与沟通领域，涵盖职业形象礼仪（仪容、仪表、仪态）、商务交往礼仪（见面、介绍、握手、送行等）、人际沟通礼仪（语言、非语言、电话、网络沟通技巧）、会务宴请礼仪（位次、会议、宴请规范）。	要求学生掌握职业形象礼仪规范，能运用商务交往礼仪开展往来，熟练人际沟通的多种技巧与礼仪，且能在会务宴请中准确把握位次、会议、宴请的礼仪要求。
063019	消费者行为分析	要求学生能够运用消费者行为理论分析消费者购买决策过程，洞察消费需求；具备开展消费者市场调研的能力；根据消费者行为分析结果，制定有效的市场营销策略。	涵盖消费者行为学基础；消费者心理与行为过程；影响消费者行为的因素；消费者市场调研及数据收集分析、调研报告撰写等；消费者行为与营销策略制定。	注重理论与调研实操结合，要求学生完成消费者访谈、问卷设计与数据统计，运用相应工具分析消费行为特征，通过撰写市场调研报告与营销方案考核应用能力。
063607	智慧商业	让学生掌握智慧商业核心概念、技术（如大数据、AI）及运营逻辑，理解智慧化对商业决策的影响；培养学生运用智慧工具分析消费行为、优化商业流程的能力。	涵盖智慧零售、智慧供应链、消费大数据分析等模块，讲解智慧商业技术应用、典型案例（如无人超市），介绍智慧商业工具实操，助力学生构建智慧商业知识体系。	引导学生积极参与案例讨论与智慧工具实操，熟练掌握核心知识、分析智慧商业场景问题。能对商业数据进行基础分析与挖掘，具备关注智慧商业前沿动态的意识，分析智慧商业案例并提出优化建议。

六、教学进程总体安排

见附录一：网络营销与直播电商专业教学进程表；附录二：学时与学分分配表。

七、实施保障

(一) 师资队伍

表6 师资队伍结构与配置表

类别	数量	具体要求
师资队伍结构	15	学生数与本专业专兼任教师数比例为18:1，双师素质教师占专业教师比为88%。
专业负责人	1	具有副教授职称，能够较好地把握国内外网络营销与直播电商行业、专业发展动态，能广泛联系电子商务、新媒体营销等相关行业企业，了解行业企业对网络营销与直播电商专业人才的需求实际。要求教学设计、专业研究能力强，具备组织开展教科研工作的能力，在河南省电商领域或网络营销与直播电商专业领域具有一定的专业影响力。
专任教师	11	具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有网络营销与直播电商等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每5年累计不少于6个月的企业实践经验。
兼职教师	3	主要从电子商务企业、数字营销机构、MCN机构、直播基地等相关企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的网络营销与直播电商专业知识和丰富的实际工作经验。原则上应具有中级及以上相关专业职称或行业权威认证（如互联网营销师、电子商务师等），能够承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

(二) 教学设施

1. 专业教室基本条件

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装有应急照明装置，状态良好，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

为突出实践教学环节，网络营销与直播电商专业建设并完善校内实验环境和实训基地，加强专业实验室软硬件环境的投入和建设，满足课内实验、课程设计、研究或设计课题。加强与企业的横向联系，增加合作企业数量，采取学生走出去和企业请进来的多种形式提高校企合作的层次和质量，以满足网络营销与直播电商专业学生集中与分散相结合的实习就业需要，同时推动网络营销与直播电商线上营销技能和线下地推能力同步提升计划。通过增加综合性实验和设计性实验开出量、开展多种形式的课外实训活动，培养学生的专业知识综合应用能力和创新、创业能力，使学生具备从事本领域实践工作的能力。

7 校内实践教学条件配置

序号	实验室或实训室名称	实验实训项目名称	主要实验实训仪器设备	备注
1	网络营销与直播电商实训室	网络营销与直播电商实训	电脑、软件	
2	电商运营工作室	移动电商实训	电脑、软件	

3	电商综合实训室	电商沙盘实训	电脑、软件	
4	京东校园实训中心	电商客服实训	电脑、软件	
5	电商美工实训室	电商美工	电脑、软件	
6	电子商务实训中心	网店运营	电脑、软件	
7	直播电商实战运营中心	直播、复盘、培训	直播设备、智慧大屏	
8	直播电商工作室	直播电商、新媒体营销	电脑、桌椅	

3. 校外实训基地基本条件

具有稳定的校外实训基地，通过与企业进行广泛和深入的合作，探索并找到校企合作的良好模式，建成若干个稳定的校外实习基地。确保校外实训基地能够提供开展营销推广、营销策划、新媒体编辑、电商美工、客户服务、直播运营等实训活动，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。

表8 校外实践教学条件配置

序号	实习实训基地名称	实习实训项目名称	备注
1	河南双汇投资发展股份有限公司	营销推广、营销策划	
2	安徽亳州迪科数金科技有限公司	营销客服	
3	漯河广播电视台	网络营销、网络直播	
4	杭州小芳超市连锁有限公司	营销推广	
5	江苏京东信息技术有限公司	电商客服	
6	漯河市你农我农文化传媒科技有限公司	网络直播	
7	河南挚琦文化传播有限公司	网络营销、电商直播	
8	际华三五一五皮革皮鞋有限公司	网络营销、电商直播	

(三) 教学资源

1. 教材选用

按照国家规定及学校教材选用制度，择优选用教材，禁止不合格的教材进入课堂。

2. 图书文献配置

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：有关网络营销与直播电商、电子商务的理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，数字经济、市场营销、新媒体运营和信息技术类文献等。具体应包含网络营销与直播电商基础理论、SEO/SEM 优化技术、社交媒体营销、直播电商运营、数据分析等专业书籍，以及主流电商平台运营手册、经典营销案例集和行业前沿发展报告等参考资料。

3. 数字资源配置

具有与网络营销与直播电商专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、

虚拟仿真软件、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。具体包括：网络营销与直播电商实战案例视频、直播电商教学素材、社交媒体运营仿真系统、数字营销工具模拟软件、新媒体文案创作数字教材等，涵盖 SEO 优化、SEM 投放、内容营销、数据分析等核心技能模块，确保教学资源与行业技术发展同步更新。

（四）教学方法

以“教、学、做”一体化为核心理念，将网络营销与直播电商理论传授与实战能力培养有机结合，构建以教学为载体、教师为主导、学生为主体的三维互动教学模式。在实施过程中，重点推进“理论教学-仿真训练-企业实战”的递进式培养路径，通过引入企业真实项目案例，采用任务驱动和项目导向的教学方法，实现从“知识灌输”向“能力培养”的转变。在教学实践中，创新运用直播模拟实训、新媒体运营角色扮演、SEO 优化情景体验、营销策划小组竞赛等多元化教学方法，同时融合虚拟仿真软件与真实电商平台操作，使学生在沉浸式学习中掌握网络营销与直播电商核心技能。通过这种教学模式的改革，有效提升学生的职业能力和学习主动性，培养适应数字经济时代需求的高技能人才。

（五）学习评价

践行“教、学、做”一体化的教学模式，网络营销与直播电商专业的主要课程依据“项目导向、任务驱动”的要求，结合行业企业实际需求，对本专业课程考核体系进行优化改革。

1. 考试课学习评价

考试课主要侧重于考查学生对课程核心理论知识的系统掌握和灵活运用能力，同时兼顾一定的实践应用能力评价。具体评价内容包括理论知识、知识运用能力和实践应用能力。考试课采用过程性评价（占总成绩的 50%）与终结性评价（占总成绩的 50%）相结合的方式。过程性评价具体包括课堂表现（占 15%）、作业完成情况（占 15%）及单元测试（占 20%）。终结性评价占总成绩的 50%，理论性较强的课程采用笔试方式，实践性较强的课程采用笔试与实践操作评价相结合的方式。笔试主要考查学生对课程整体理论知识的系统掌握和综合运用能力；实践操作评价时，教师根据学生的操作流程规范性、操作技能熟练程度、操作结果准确性以及安全操作意识等方面进行现场评分。

2. 考查课学习评价

考查课的评价方式灵活多样，以过程性评价为主，注重对学生学习过程的全面评价，主要包括以下 3 种评价方式：

一是实践操作评价。适用于实践性较强的考查课，由教师或企业导师根据课程教学内容和实践教学要求，设计具体的实践操作任务，让学生在实验室、实训基地或企业实习现场进行实际操作，教师或企业导师现场观察学生的操作过程，根据操作规范、操作速度、操作质量、问题解决能力等方面进行评分。

二是作业与报告评价。包括课后作业、实验报告、调研报告、视频制作等。教师根据学生作业和报告的完成质量、视频内容的完整性和准确性、逻辑的严密性、是否具有创新性等方面进行评分。

三是技能竞赛与成果展示评价。对于部分具有竞技性和展示性的考查课，组织学生开展技能竞赛或成果展示活动，将竞赛成绩或成果展示评价作为课程评价成绩的重要组成部分。

分。通过竞赛和展示活动，激发学生的学习兴趣和竞争意识，提高学生的专业技能水平。

学生在规定学年内修满学分，并取得“网络营销师”等至少一项职业技能等级证书，具备从事网络营销与直播电商相关岗位的核心技能即为合格。考核特别强调学生在真实项目中的运营数据、转化效果等量化指标，确保人才培养与企业需求无缝对接。

（六）质量管理

1. 具备专业建设和教学质量诊断与改进机制，已健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，实现人才培养规格。

2. 具备教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，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. 具备毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业教研室充分利用评价分析结果，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

八、毕业要求

本专业学生毕业时应达到培养目标及培养规格的素质、知识和能力等方面要求，同时满足以下条件。

（一）学分条件

本专业学生在毕业前总学分须取得 150 个学分，最低学分要求及所包括内容如下表。

表9 最低学分要求

课程类别	最低学分	
公共基础及素质教育课程	必修课程	38
	限选课程	6
	任选课程	4
	合计	48
专业（技能）课程	专业群共享及专业基础课	26
	专业核心课程	30
	专业拓展课程	12
	合计	68
岗位实习及单列实习实训	34	
总计	150	

（二）证书

学生在校期间，应考取必要的基本能力证书及职业资格证书，鼓励学生考取多项职业资格证书。

表10 考取证书一览表

证书类别	证书名称	考证等级要求	备注
基本能力证书	普通话等级证书	二级乙等	选考
	计算机等级证书	二级	选考
职（执）业资格证书	直播电商	4级	任选其中（1）项
	网络直播运营	4级	
	新媒体营销	4级	
	电子商务师	3级	
	电子商务师	4级	
	互联网营销师	4级	

附录一 网络营销与直播电商专业教学进程表

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学时		学分	开课学期与周学时						开课单位	考核方式	
				理论	实践		一	二	三	四	五	六			
公共基础及素质教育课程	1	思想道德与法治	161010	44	4	3	4/12							马院	考试
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	18010013	32	4	2		2							考试
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	161008	46	8	3			4/14						考试
	4	※形势与政策(一)	161004	8	0	0.25									考查
	5	※形势与政策(二)	161005	8	0	0.25									考查
	6	※形势与政策(三)	161006	8	0	0.25									考查
	7	※形势与政策(四)	161007	8	0	0.25									考查
	8	中国共产党历史	161011	16	0	1		1						学工部	考试
	9	※军事理论	231001	36	0	2		2							考查
	10	军事技能	231006	0	112	2	2周								考查
	11	劳动教育	231003	6	30	2	1	1							考查
	12	※大学生心理健康	231005	36	0	2	2							公共教学部	考查
	13	大学体育(一)	101001	10	26	2	2								考试
	14	大学体育(二)	101002	10	26	2		2							考试
	15	大学体育(三)	101003	10	26	2			2					公共体育部	考试
	16	大学英语(一)	201001	64	0	4	4							教师教育学院	考试
	17	大学英语(二)	201002	36	0	2		2							考查
	18	信息技术	191001	18	18	2	2							人工智能学院	考试
	19	职业生涯规划	181001	18	4	1	1							招生就业处	考查
	20	创新创业教育	181002	16	16	2		1							考查
	21	大学生就业指导	181003	12	4	1				1					考查
	22	※实验室安全教育	141001	8	8	1	1							教务处	考查
	23	国家安全教育	161012	18	0	1			1						马院 考查
	小计			468	286	38	14	9	7	1					
限选课	24	※美学和艺术史		16	0	0.5	0.5							公共艺术教育部	考试
	25	※艺术鉴赏和评论		16	0	0.5	0.5								考试
	26	艺术体验和实践		0	16	1		1							考查
	27	※大学语文	101008	36	0	2	2							公共教学部	
	28	※职业人文素养	101009	36	0	2		2							考查

		小计			104	16	6	0	1					
任选课	29	公共任选课程			64	0	4						教务处	考查
	小计				64	0	4							
专业群共享及专业基础课程	30	电子商务基础	063140	32	32	4	4							考试
	31	管理学基础	063141	32	32	4	4							考试
	32	市场营销	063142	16	16	2	2							考查
	33	电子商务法律法规	063143	16	16	2	2							考查
	34	商务数据分析	063049	18	18	2		2						考查
	35	商务办公软件	063043	18	54	4				4				考试
	36	选品与采购	063608	36	36	4		4						考试
	37	商品拍摄与素材编辑	063609	24	48	4		4						考查
	小计			198	252	26	12	10	0	4				
专业(技能)课程	38	市场策划	063601	18	18	2		2						考试
	39	网络推广	063602	36	36	4			4					考试
	40	客户服务与管理	063148	36	36	4				4				商贸物流学院
	41	内容策划与编辑	063605	36	36	4			4					考试
	42	新媒体运营	063603	36	36	4		4						考试
	43	直播销售	063610	18	54	4				4				考试
	44	营销渠道运维	063611	36	36	4				4				考试
	45	直播运营	063149	36	36	4			4					考试
	小计			252	288	30	0	6	12	12				
专业拓展课	46	社群运营	063147	36	36	4				4				考试
	47	短视频策划与制作	063600	18	54	4				4				考查
	48	人工智能导论	063606	18	18	2				2				考查
	49	商务礼仪与沟通	063144	18	18	2				2				考查
	50	消费者行为分析	063019	18	18	2				2				考查
	51	智慧商业	063607	18	18	2				2				考查
	小计			90	126	12	0	0	6	6				
岗位实习及单列实习实训	52	毕业设计	064035	0	128	8					8周			
	53	岗位实习(一)	064036	0	160	10					10周			
	54	岗位实习(二)	064037	0	256	16						16周		
	小计			0	544	34					18周	16周		
教学计划总计			2682	1170	1512	150	26	26	25	23				

- 备注：1. ※表示线上教学课程，☆表示线上、线下混合教学课程，公共任选课程每学期初由教务处提供公共任选课程目录，学生自由选择。
2. 每学期安排20周的教学活动，其中第19、20周为复习考试时间。
 3. 美学和艺术史论类含《美术欣赏》《音乐欣赏》2门课程，学生任选1门；艺术鉴赏和评论类含《书法鉴赏》《影视鉴赏》《艺术导论》《舞蹈鉴赏》《戏剧鉴赏》《戏曲鉴赏》6门课程，学生任选1门；艺术体验和实践类含《手工剪纸》《硬笔书法》《手机摄影》《手工编织》《戏剧教育》《现代舞》《歌曲演唱》《大学美育》8门课程，学生任选1门。
 4. 信息技术课程开设学期按2019年版人才培养方案分配各院系的开设学期执行。
 5. 专业拓展课开设6门，须选4门，修满12学分，其中限选课3门，任选课1门。

附录二 学时与学分分配表

课程类型	总学分	总学时	占总学时百分比（%）	实践学时	占总学时百分比（%）	选修课学时	占总学时百分比（%）
公共基础及素质教育课程	48	938	34.97	302	11.26	184	6.86
专业（技能）课程	68	1200	44.74	666	24.83	216	8.05
岗位实习及单列实习实训	34	544	20.28	544	20.28	0	0
总计	150	2682	100.00	1512	56.37	436	14.91

编制说明

本专业人才培养方案适用于三年全日制高职网络营销与直播电商专业，由漯河职业技术学院商贸物流学院专业建设指导委员会组织专业教师，与河南双汇投资发展股份有限公司、际华三五一五皮革皮鞋有限公司、漯河市电商协会等合作企业的专家共同制订，经学校党委审定，批准从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	寇槐花	漯河职业技术学院	副教授/商贸物流学院书记	寇槐花
2	吕亚博	漯河职业技术学院	讲师/商贸物流学院院长	吕亚博
3	刘智	漯河职业技术学院	副教授	刘智
4	宋沛军	许昌职业技术学院	教授/财经学院院长	宋沛军
5	李君芳	漯河职业技术学院	副教授/网络营销与直播电商教研室主任	李君芳
6	许淑娟	漯河职业技术学院	副教授	许淑娟
7	安海涛	河南双汇投资发展股份有限公司	禽产品事业部副总经理	安海涛
8	张红喜	漯河市电商协会	电商协会会长	张红喜
9	李维情	际华三五一五皮革皮鞋有限公司	电子商务部品牌管理部长	李维情
10	李小青	漯河职业技术学院	讲师	李小青
11	李凤艳	漯河职业技术学院	讲师	李凤艳
12	娄艺	漯河职业技术学院	讲师	娄艺

专业负责人： 李君芳

复核人： 刘智

商贸物流学院院长： 吕亚博

漯河职业技术学院

专业人才培养方案论证与审定意见表

专业 建设 指导 委员 会成 员	姓名	单 位	职务/职称	签 名
	吕亚博	漯河职业技术学院	商贸物流学院院长	吕亚博
	刘智	漯河职业技术学院	副教授	刘智
	薛林生	漯河职业技术学院	教研室主任 副教授	薛林生
	荣长玲	漯河职业技术学院	教研室主任 副教授	荣长玲
	陈绮	漯河职业技术学院	教研室主任 副教授	陈绮
	于芳	漯河职业技术学院	教研室主任 副教授	于芳
	安海涛	河南双汇投资发展股份有限公司	食产品事业部副总经理	安海涛
	张红喜	漯河市电商协会	电商协会会长	张红喜
李维情	际华三五一五皮革皮鞋有限公司	电子商务部品牌管理部长	李维情	

论证意见：

本专业人才培养方案编制规范，科学合理，符合《国家职业教育改革实施方案》《河南省职业教育改革实施方案》《职业教育专业教学标准（2025 版）》等文件精神，符合区域经济发展要求，能够满足三年全日制高职网络营销与直播电商专业人才培养需求，同意从 2025 级网络营销与直播电商专业学生开始实施。

专业建设指导委员会主任签名：吕亚博
2025 年 8 月 18 日

审定意见：

