



信阳航空职业学院
XINYANG AVIATION VOCATIONAL COLLEGE

网络营销与直播电商专业 人才培养方案

商学院

二〇二五年八月

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
(一) 职业岗位	1
(二) 职业资格证书	1
五、培养目标、培养规格与培养模式	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
(三) 培养模式	3
六、专业岗位的职业能力结构分析	9
七、课程设置	11
(一) 课程体系	11
(二) 课程内容	12
八、教学进程总体安排	18
(一) 教学进程及学时构成	18
(二) 理论与实践教学学时分配表	22
九、实施保障	23
(一) 师资队伍	23
(二) 教学设施	24
(三) 教学资源	26
(四) 教学方法	27
(五) 课程思政	27
(六) 学习评价	27
(七) 质量管理	27
十、毕业要求	28
十一、执行年级	28
十二、编制团队	28
十三、附件	28

信阳航空职业学院

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

网络营销与直播电商（530704）

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向

（一）职业岗位

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）类别（或技术领域）举例
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、渠道推广主管、网络广告专员、市场策划主管等

（二）职业证书

1. 通用证书

证书名称	颁证单位	建议等级	融通课程
全国大学生英语等级证书	教育部高等教育司	四级	大学英语
全国计算机等级证书	教育部考试中心	一级以上	计算机应用基础
普通话水平测试等级证书	河南省语言文字工作委员会	二级乙等以上	大学语文与应用写作

2. 职业资格证书/职业技能等级证书/行业企业标准

证书或标准名称	颁证单位	建议等级	融通课程
电子商务师	人力资源和社会保障部	三级	商务数据分析与应用
茶艺师	人力资源和社会保障部	三级	商务礼仪与沟通 信阳茶文化与健康养生
商业摄影师	人力资源和社会保障部	三级	商品拍摄与素材编辑
互联网营销师	人力资源和社会保障部	三级	网络推广
全媒体运营师	人力资源和社会保障部	三级	市场策划、直播运营、商务数据分析与应用

五、培养目标、培养规格与培养模式

（一）培养目标

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

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

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）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、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 and 担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用。

2. 知识

（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）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；

（3）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；

（4）具有内容策划与编辑和市场策划的能力，能够完成市场调研、内容编辑制作推广、效果监测与评估等工作；能够完成行业定位分析、产品、渠道、销售策略、营销活动等的策划与评估分析等工作；

（5）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；

（6）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；

（7）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

3. 能力

（1）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；

（2）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解决问题的能力；

（3）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；

（4）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；

（5）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。

（三）培养模式

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，全面贯彻党的教育方针，坚持为党育人，为国育才，把立德树人作为根本任务，坚持德智体美劳全面发展，构建“模块化”培养与考核体系。

1. 德育

贯彻落实《中共中央国务院关于进一步加强和改进大学生思想政治教育的意见》文件精神，实施以思想政治理论课程为载体的模块化德育培养与考核。

（1）深化思想政治理论课改革。将道德精神、法治精神、团队精神、创新精神、吃苦精神、奉献精神、工匠精神、劳动精神融入《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》及《形势与政策》等课程课堂教学中；

（2）开展配套教学资源建设。编制特色鲜明的德育八个模块的配套教育资料，通过信息化数字化丰富教学资源形态；

（3）开展丰富多彩的德育实践活动。如爱国主义教育、职业道德教育、文明礼仪教育等，通过班会、讲座、实践活动等形式，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观；

（4）加强校园文化建设，营造积极向上的文化氛围，发挥文化育人功能。注重校园环境的美化和文化内涵的提升，展示优秀校友事迹、企业文化等，激励学生成长成才。

（5）遵循“理论教育与实践养成并重（理论 40%，实践 60%）”的原则，将德育教育贯穿于学生学业全过程，并完成相应考核。

通过理论讲授、案例分析、课堂讨论和多元化实践性教育活动等举措，不断提高学生的思想道德素质、法治素养、团队协作能力、创新能力、意志品质和社会责任感，深化道德认知、锤炼意志品质、践行规范要求，扎实推动大学生思想道德建设取得实效。

德育教育与考核模块

教育模块	教育培养目标	融通课程	考核形式与占比
D1：道德精神	树立正确的世界观、人生观、价值观，恪守社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德。	《思想道德与法治》	理论考试（40%） 实践考核（60%） 说明：实践考核形式采用月记录、自评、班级评定、学院审定四级流程。
D2：法治精神	增强尊法学法守法用法意识，了解基本法律知识，培养法治思维，维护公平正义。		
D3：劳动精神	崇尚劳动、尊重劳动，掌握基本劳动技能，体会劳动创造价值，养成良好劳动习惯。	《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》	
D4：奉献精神	培养服务人民、奉献社会的情怀，增强社会责任感，乐于助人，积极参与公益事业。		
D5：吃苦精神	锤炼坚韧不拔、勇于克服困难的意志品质，能够适应艰苦环境，在挑战中磨练成长。	《形势与政策》	
D6：工匠精神	培育精益求精、专注执着、追求卓越的职业素养，重视专业品质，具备严谨细致的作风。		
D7：团队精神	增强合作意识、沟通协调能力，懂得尊重他人，能够在集体中发挥积极作用，实现共同目标。	《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》	
D8：创新精神	激发求知欲和探索精神，培养批判性思维、勇于尝试、敢于创造的能力，适应时代发展要求。		

2. 智育

落实专业教学标准要求，全面培养学生科学文化和专业知识，强化学生专业技能培养，对接行业企业工作标准和岗位工作内容，按基础技能、专项技能和综合技能三个层级，构建模块化技能培养体系，实施全过程培养，分模块考核评估。

（1）根据专业岗位任职需求，梳理岗位核心工作内容，按基础技能、专项技能和综合技能三个层级，编设技能培养模块体系；

（2）设计每个技能培养模块的培养时段、培养目标、培养内容、培养标准及考核标准；

(3) 邀请行业企业专家参与考核实施工作,使考核内容和标准更贴近行业企业岗位实际;

(4) 实行分模块培养与模块达标考核,各模块之间实现逐级进阶培养。技能培养模块考核实行教考分离,由学校考务中心统一组织实施。

网络营销与直播电商专业技能培养与考核模块

培养模块	培养目标	培养内容	融通课程	考核形式与考核标准
530704Z1: 网络营销基础技能	掌握网络营销基础技能,使其能精准把握网络营销的理论脉络,透彻分析网络营销环境,熟练制定并执行网络营销策略,同时具备对网络营销数据进行分析与效果评估的能力,为从事网络营销相关工作筑牢根基,助力企业在数字化营销领域高效开展推广、运营等活动,提升营销成效与市场竞争力。	网络营销理论,分析营销环境,制定并执行营销策略,还能进行营销数据分析与效果评估	市场营销、电子商务基础、市场策划、营销渠道运维、消费者行为分析	理论考试(40%) 实践考核(60%) 说明:考核参照对应专业技能考核标准实施
530704Z2: 直播技能	熟练掌握直播全流程所需的各项技能,包括直播设备操作、直播话术与互动技巧、直播场景布置以及直播数据分析与复盘能力,能够独立开展一场完整且高质量的直播活动,有效吸引观众、促进商品销售,并能根据直播数据进行优化改进,提升直播效果与运营水平。	直播设备操作、直播话术与互动技巧、直播场景布置、直播数据分析与复盘	直播销售、商务礼仪与沟通	
530704Z3: 图形处理能力	培养学生图形处理能力,使其能运用相关软件、设计知识与营销理论,结合商品拍摄与素材编辑融通课程,完成图形类项目,助力直播等场景的视觉呈现与营销。	Photoshop 的图层管理、图像调整等	商品拍摄与素材编辑	
530704Z4: 短视频内容策划与编辑	掌握短视频内容策划及成品效果反馈等全流程技能,能制作出画面美观、内容优质、受观众喜爱的短视频作品。	短视频内容策划、推广、效果监测与评估	内容策划与编辑	
530704Z5: 社交媒体营销	培养学生具备社交媒体营销全流程能力,能精准选平台、创优质内容、高效投广告、深析数据,还能综合运用技能并创新,助力品牌或产品在社交媒体实现良好推广与价值增长。	学平台运营、广告投放	网络推广、新媒体运营、社群运营	

530704Z6: 直播电商运营与管理	培养学生具备直播电商全流程运营管理能力,能做好供应链、团队、数据及营销等方面工作,推动直播电商业务高效开展与优化。	直播电商选品、库存、供应链管理,团队协作,数据收集分析,制定并执行营销策略	商务数据分析与应用、直播运营与管理、数据化运营
530704Z7: 电子商务法律法规	培养学生具备电子商务领域法律认知与应用能力,能依法开展电商活动,维护消费者及用户权益与信息安全。	电商相关法律法规体系、网络消费者基本权益、网络安全基本概念与威胁类型	电子商务法律法规
530704Z8: 跨平台整合营销	培养学生具备跨平台整合营销能力,能制定跨平台营销策略、整合多渠道流量并评估营销效果,助力零售等场景下的营销活动高效开展。	跨平台营销策略制定、多渠道流量整合能力、营销效果评估与优化、	零售基础、选品与采购、客户服务与管理、项目管理、财税基础

3. 体育

为提高我校学生的身体素质和综合能力,实施体育模块化教学改革,让学生能更多地参与到运动中来,为学生的职业发展和终身体育打下坚实的基础。

(1) 强化体育理论知识与运动技能协同发展,注重学科交叉设计引入相关学科课程,拓宽学生知识面;

(2) 注重学生体育精神的培养如“团结协作、顽强拼搏、坚韧不拔、自强不息、为国争光、无私奉献”等中华体育精神的传承,在训练、比赛各环节加强价值观引导;

(3) 加强校园体育文化建设,充分发挥体育社团功能,营造积极向上的体育氛围;

(4) 大学体育以实践课为主,将体育教育贯穿于学生学业全过程,并完成相应考核。

(5) 体育专项技能考核模块包括:短跑、足球、篮球、排球、八段锦、仰卧起坐、引体向上、坐位体前屈、耐力跑、立定跳远、乒乓球、羽毛球、武术、太极、健美操、跆拳道、轮滑、定向越野、自由搏击等其他选项,学生可按考核规定在限选模块外任选2个模块进行训练考核。

体育技能培养与考核模块

培养模块	培养目标	融通课程	考核形式与考核标准
T1: 短跑	发展学生体能,提高学生身体素质之速度	《大学体育》	实践考核(100%) 说明:考核参照体育技能考核标准实施
T2: 八段锦	传承并弘扬中华优秀传统文化,提高学生对中华文化的认同感,提升文化自信		
T3: 力量	发展学生体能,提高学生身体素质之力量		
T4: 柔韧	发展学生体能,提高学生身体素质之柔韧		
T5: 耐力跑	提高学生身体素质之耐力		
T6: 立定跳远	发展学生体能,提高学生的弹跳力,增加身体的灵活性		
T7: 自选模块	提高学生参与体育运动的兴趣与自觉性,提升身体素质之外,学会团结协作、顽强拼搏、自强不息等体育精神和优秀品质。		

T8: 自选模块	进一步拓展学生的体育学习，增加学生对更多体育项目的了解与参与，进一步提高运动技能水平，为其职业发展和终身体育打下坚实的基础		
----------	---	--	--

4. 美育

遵循美育的审美感知、艺术表现、文化理解等普遍规律，强调美育与专业技能、职业素养、工匠精神的深度融合。

(1) 考核目标体系包括核心素养目标和特色发展目标两大维度，核心素养目标这一维度与普通教育美育的核心目标一致，旨在培养学生作为“完整的人”所必需的审美能力与人文素养，特色发展强调美育与“技术技能”“职业岗位”“工匠精神”的结合，服务于高素质技术技能人才的培养定位；

(2) 美育教育贯穿于学生学业全过程，并完成相应考核；

(3) 美育专项技能考核模块包括：音乐、舞蹈、绘画、雕塑、手工、书法、戏曲、服装服饰、无人机视频制作、茶艺、摄影、个人或团队活动（音乐会，非遗作品制作与展示）、刺绣、编织等，学生可按考核规定在限选模块外任选其他模块进行技能考核。

美育教育与考核模块

培养模块	培养目标	培养维度	考核内容	考核方式与考核标准
M1: 音乐	聚焦听觉审美与职业场景的声音适配，强调音乐感知与职业氛围营造、服务沟通的结合。	基本素养	音乐理论（乐理知识、音乐史、流派认知、民族民间音乐等）	理论考核（30%） 实践考核（70%） 说明：考核参照美育技能考核标准实施
		专业技能	1.口头叙说自己喜欢的音乐，特别是家乡面临失传的非遗类音乐 2.演唱/演奏（曲目完成度、技巧熟练度、情感表达）	
M2: 舞蹈	聚焦肢体表达与职业场景的动态适配，强调身体协调性与礼仪、表演、服务的结合。	基本素养	舞蹈理论（舞蹈史、舞种特点、基础术语）	
		专业技能	1.口头叙说自己喜欢的舞蹈，特别是家乡面临失传非遗类民族民间舞蹈 2.成品舞表演（动作标准度、技巧难度、风格把握）、即兴舞蹈	
M3: 绘画	聚焦视觉造型与职业场景的图像表达，强调手绘能力与设计、记录、展示的结合。	基本素养	绘画理论（美术史、绘画流派、色彩/构图知识）、造型基础（素描、速写能力）	
		专业技能	1.口头介绍该绘画作品 2.专项绘画（水彩、油画、国画等任选一类）、写生能力	
M4: 雕塑	聚焦空间造型与职业场景的立体表达，强调立体思维与工艺、设计、展示的结合。	基本素养	雕塑理论（雕塑史、流派、材料特性）、空间造型认知（立体构成基础）	
		专业技能	1.口头叙说自己喜欢的雕塑，特别是家乡面临失传的非遗类雕塑 2.泥塑/石雕/木雕等专项创作（小型作品）、比例与结构把控能力	
M5: 手工	聚焦动手实践与职业场景的实用美学，强调手工	基本素养	手工理论（传统手工艺历史、材料知识）、基础技法（剪、粘、缝、	

	技艺与非遗传承、文创、生活服务的结合。		编等)	
		专业技能	1.口头叙说该手工作品的制作过程; 2.专项手工(剪纸、陶艺、编织、布艺等任选)、手工精细度与完成度	
M6: 书法	聚焦笔墨审美与职业场景的文字表达,强调书写规范与文化传播、职业礼仪的结合。	基本素养	书法理论(书法史、书体知识、碑帖常识)、笔法基础(执笔、运笔)	
		专业技能	1.口头叙说自己喜欢的书法; 2.临摹(楷书、行书、隶书等任选一)、创作(指定内容书写)	
M7: 戏曲	聚焦传统艺术与职业场景的文化表达,强调戏曲元素与文化传播、表演、服务的结合。	基本素养	戏曲理论(戏曲史、剧种知识、行当划分)、戏曲基本功(唱、念、做、打基础)	
		专业技能	1.口头叙说戏曲相关知识,特别是家乡面临失传的非遗类戏曲; 2.经典选段表演(唱念做打综合展示)、行当专项(如生、旦、净、丑任选)	
M8: 服装服饰	聚焦服饰美学与职业场景的形象适配,强调服饰设计、搭配与职业形象、行业需求的结合。	基本素养	服饰理论(服装史、服饰文化、面料知识)、设计基础(款式图、色彩搭配)	
		专业技能	1.口头叙说服装服饰的演变历史并介绍所提交方案; 2.服装设计(完整设计方案:草图、面料选择、工艺说明)、服装制作基础(裁剪、缝纫)	
其它选项	无人机视频制作、茶艺、摄影、个人或团队活动(音乐会,非遗作品制作与展示)、刺绣等。			

5. 劳育

根据教育部《大中小学劳动教育指导纲要(试行)》文件精神,构建系统化、全过程、多维度的劳动教育体系,不断提高学生的劳动观念、劳动精神、劳动习惯和劳动能力。

(1) 深化劳动教育课程改革,将正确的劳动观念、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和必备的劳动能力融入《创新创业教育》、《大学生职业发展与就业指导》等课程课堂教学中;

(2) 同步教材建设,编制劳动教育配套校本教材,丰富教材形态,实现教材信息化数字化;

(3) 开展丰富的劳动实践活动,如劳动周、志愿服务、技能实训等,通过实践淬炼,引导学生树立正确的劳动价值观;

(4) 加强校园劳动文化建设,营造热爱劳动、尊重劳动的校园氛围,展示劳动模范和优秀工匠事迹,发挥文化育人功能;

(5) 遵循“理论引领与实践淬炼相结合”的原则,将劳动教育贯穿于学生学业全过程,并完成相应考核。

劳动教育与考核模块

培养模块	培养目标	融通课程	考核形式与考核标准
L1：文明寝室创建	培养学生良好的日常生活劳动习惯，提升自理能力、协作精神和集体荣誉感，营造整洁、安全、和谐的生活环境。	《劳动教育》 《创新创业教育》 《大学生职业发展与就业指导》	理论考试（30%） 实践考核（70%） 说明：考核参照劳动教育技能考核标准实施
L2：校园义务劳动	增强学生校园主人翁意识和奉献精神，体验劳动艰辛与光荣，珍惜劳动成果。		
L3：公共服务活动	培养学生参与学校公共事务管理的能力和服务师生的责任意识。		
L4：公益志愿活动	引导学生服务社会、奉献爱心，在社会公益中锤炼品格，传递正能量。		
L5：社会实践活动	促使学生深入社会、了解国情，运用所学知识服务社会，在实践中增长才干。		
L6：专业实践活动	促进劳动教育与专业教育融合，在实践中巩固专业知识，培养精益求精的工匠精神。		
L7：创新创业活动	培养学生创造性劳动能力和创业精神，体验从知识到价值的创造过程。		
L8：企业实习实践	促进学生熟悉真实职业环境，体验职业劳动，培养职业素养和就业竞争力。		

六、专业岗位的职业能力分析

（一）工作岗位

本专业毕业生主要从事渠道销售主管、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工作。具体的工作范围有渠道销售主管、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

（二）职业能力分析

基于《网络营销与直播电商专业教学标准》《电子商务直播售货质量管理规范》（GB/T 41247—2023）、《直播电商服务质量的信息监测与评价规范》（GB/T 44207—2024）等行业标准，以及通过对直播主播、选品师、平台运营专员、电商营销策划、直播数据分析等职业岗位工作任务的调研与分析，归纳出本专业毕业生应具备以下职业能力：

序号	工作岗位	主要工作	职业素质与能力要求
1	渠道销售	负责拓展维护线上线下销售渠道，制定销售策略与计划并推动落地；跟踪分析渠道数据，调整策略保障目标达成；协调解决供货、物流等合作问题，收集市场信息支撑产品与营销优化。	需具备市场开拓与竞争意识、诚信敬业精神及抗压能力，拥有优秀沟通谈判、市场分析判断能力，熟悉渠道流程与法规。
2	直播销售	直播中讲解商品信息并解答疑问，通过互动营造活跃氛围提升购买意愿；引导	要有良好亲和力、表达力与服务意识，责任心强且能应对突发情况，具备清晰表达、逻

		下单转化，跟踪订单并协助售后，配合团队优化直播技巧与话术。	辑思维与应变能力，熟悉平台规则，了解商品知识与基础销售技巧。
3	商品选品	依据市场需求与销售数据筛选商品，制定选品计划；考察审核供应商资质，洽谈合作条款；检验商品质量，跟踪销售数据与评价，优化选品策略。	需严谨负责、注重品质，具备市场洞察力与审美，坚持公平原则；拥有商品分析判断能力，熟悉质量标准与法规，具备谈判与成本控制意识及基础数据分析能力。
4	直播运营	负责直播平台日常管理，制定运营策略与排期；监控直播过程处理违规与突发问题，分析观看、转化等数据优化策略，协调团队资源提升直播效果。	具备组织协调与团队合作能力，责任心强、细致抗压；熟悉平台规则与算法，有数据分析与问题解决能力，具备市场洞察力、创新力及基础营销知识。
5	新媒体运营	运营新媒体平台，发布优质内容增粉提关注度；制定内容策略，创作图文视频等内容，与粉丝互动并开展营销活动，分析数据优化运营策略。	要有网络洞察力与创新意识，文字功底与审美佳，工作主动；熟悉平台规则，掌握内容创作技巧，具备数据分析与营销策划能力及团队协作能力。
6	内容策划	依据品牌与受众策划直播及新媒体内容，撰写各类脚本与文案；结合热点策划主题形式，配合团队执行并根据反馈优化，分析传播数据提升策划水平。	需创意丰富、逻辑与表达能力强，注重细节且抗压，具备扎实文案功底与创作能力，能捕捉热点，熟悉传播规律与用户心理，有基础数据分析能力。

（三）专业能力结构分析

专业能力是网络营销与直播电商专业学生胜任相关岗位工作的基础，具体包括以下几个方面：

基本素质：具有良好的职业道德和精益求精的工匠精神，遵守行业规范、电子商务法律法规及平台规则；具备强烈的责任心、团队合作意识和沟通协调能力，能高效配合团队完成营销策划、直播运营等工作任务；拥有健康的身体素质和良好的心理调适能力，能适应直播电商行业高强度、快节奏的工作模式；具有探究学习和终身学习的意愿，能及时跟踪行业新技术、新趋势（如人工智能营销应用、新兴平台规则等），持续更新知识储备。

英语应用能力：能熟练阅读网络营销、直播电商相关的英文行业报告、平台规则说明、国际品牌营销案例等；具备一定的英文听说能力，能与海外供应商、跨境电商平台人员进行简单的业务交流；能运用专业英语词汇撰写跨境直播脚本、国际品牌推广文案等基础文档。

计算机技能：熟练掌握 Windows 操作系统及 Office 办公软件（如 Word、Excel、PowerPoint 等）的使用，能进行营销方案撰写、数据统计分析和推广演示文稿制作；能熟练操作专业工具，如直播设备（摄像头、调音台等）、图文编辑软件（Photoshop、Canva 等）、视频剪辑软件（Premiere、剪映等）、数据分析工具（Excel 高级功能、第三方直播

数据平台等）；了解计算机网络及新媒体平台算法基础知识，能利用网络获取行业动态、用户画像数据和营销资源。

专业基本技能：掌握市场营销学、电子商务基础、零售学等基础理论知识；能正确使用商品拍摄设备（单反相机、柔光箱等）完成素材采集与编辑；具备商务数据分析基础能力，能看懂基础数据报表（如流量、转化率、客单价等）；了解直播电商供应链流程、选品标准及采购基础逻辑；熟悉网络营销相关法律法规及平台合规要求。

专业技能：在渠道开拓与运维方面，能完成销售渠道拓展、运营策划、绩效管理及维护优化；在直播销售与运营方面，能独立完成直播策划、脚本设计、产品讲解、粉丝引导转化，以及直播间流量引入、成本控制、风险把控和数据复盘；在内容策划与编辑方面，能开展市场调研、策划图文/短视频内容、选择平台发布并评估效果；在新媒体运营方面，能制定运营方案、开展社群运营、策划活动并监测效果；在客户服务与管理方面，能完成客户调研、关系维护、投诉处理及客户开发转化；在网络推广方面，能进行人群画像分析、广告投放、渠道选择及效果评估。

综合应用技能：能综合运用营销理论、数据分析工具和平台规则，解决直播流量低迷、转化效果差、内容传播弱等复杂问题；具备创新能力，能结合行业热点（如 AI 工具应用、场景化营销）优化直播策略、内容形式及推广方式；能根据市场趋势和用户需求变化，为企业制定渠道拓展、品牌推广、直播 IP 孵化等合理化发展建议。

七、课程设置

（一）课程体系

课程类别		课程名称
公共基础课程	思想政治教育	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
	身心健康教育	大学生心理健康教育 大学体育 军事理论 军事技能训练与入学教育
	职业发展与就业指导教育	劳动教育 创新创业教育
	文化基础教育	大学英语 大学语文与应用写作 高等数学
职业技能课	专业基础课程	市场营销 电子商务基础 社群运营 零售基础 商品拍摄与素材编辑 商务数据分析与应用 电子商务法律法规 选品与采购
	专业核心课程	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
	实践性教学环节	专业实习（劳动周） 毕业论文（设计） 岗位实习（劳动教育） 毕业教育
选修课	公共选修课	音乐鉴赏 戏剧鉴赏 舞蹈鉴赏 书法鉴赏 艺术导论 美术鉴赏 影视鉴赏 戏曲鉴赏 计算机应用基础 人工智能导论 中华优秀传统文化 文学经典导读 中西文化比较 大学生职业发展与就业指导 拓展训练 生态保护导论 低空经济概论 国家安全教育 党史国史 航空精神教育实践 大别山精神教育实践 信阳茶文化与健康养生
	专业选修课	消费者行为分析 项目管理 商务礼仪与沟通 数据化运营 财税基础

（二）课程内容

1. 公共基础课程

（1）军事理论：通过学习国防法规、国防建设、国际战略形势、军事思想等，使学生增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神，传承红色基因，加强纪律性，培养爱国主义、民族主义和集体主义观念，提高综合国防素质。

（2）思想道德与法治：通过本课程的学习，使学生掌握马克思主义世界观、人生观、价值观、道德观和法治观的基本内容，提升思想道德素质与法治素养，努力成长为德智体美劳全面发展的时代新人。

（3）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论：通过本课程的学习，使学生掌握马克思主义中国化的历史进程、理论成果及其指导意义，理解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的主要内容与精神实质，提高运用理论分析实际问题的能力。

(4) 习近平新时代中国特色社会主义思想概论：通过本课程的学习，使学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本脉络、核心要义和实践要求，理解其科学体系、世界观和方法论，坚定理想信念，勇担民族复兴大任。

(5) 形势与政策：通过本课程的学习，使学生掌握国内外经济、政治、文化、社会、生态等领域的基本形势与国家政策导向，理解时代任务，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，立志为强国建设、民族复兴贡献力量。

(6) 大学生心理健康教育：通过讲授心理健康知识，剖析常见典型案例，体验专业调适方法，增强学生自我心理保健和心理危机预防意识，促成学生良好行为养成，培养学生成长型、创新性思维，塑造积极心理品质，促进大学生全面发展。

(7) 大学体育：通过学习篮球、排球、足球等多项运动项目，使学生掌握常见体育竞技项目的基本理论知识与健康保健知识，培养体育鉴赏能力。通过实践，熟练掌握两门以上体育运动项目的技术技能，增强体质，促进身心健康。

(8) 大学英语：通过学习英语语言知识、语用知识、文化知识及职业英语技能，使学生掌握语音、词汇、语法等基础知识，培养学生职场涉外沟通、多元文化交流等能力。

(9) 大学语文与应用写作：通过学习文学鉴赏与实用写作两个主要内容，提升学生文学鉴赏水平、综合分析能力和写作能力，使学生能够准确阅读和理解文学作品及文字材料，为后续课程学习筑牢基础。

(10) 创新创业教育：通过学习创新思维训练、创业管理、商业模式设计及创业政策法规等内容，使学生掌握创业计划书撰写、市场调研方法等基础技能，培养创新意识、风险评估能力与团队协作能力。通过创业模拟、项目孵化实践，提升学生创新实践素养，为未来创业实践或职场创新突破奠定基础。

(11) 高等数学：通过学习极限、微积分、线性代数等内容，使学生掌握导数积分计算、方程组求解等知识，培养逻辑推理、抽象思维、数学建模及用数学解决实际问题的能力，提升数学素养与严谨思维，为后续专业课程学习奠定基础。

(12) 劳动教育：通过学习日常生活劳动、生产劳动、服务性劳动知识及劳动安全规范、劳动精神内涵，使学生掌握劳动基本技能、安全常识，培养劳动实践能力。通过实践操作、劳动项目参与，树立正确劳动价值观，提升劳动素养，为日常生活自理及未来职业岗位劳动奠定基础。

2. 专业基础课程

(1) 市场营销：通过市场营销的学习，掌握市场定位、目标市场选择及产品、价格、渠道、促销等核心策略，建立系统营销思维，为市场策划与网络推广奠定基础。

(2) 电子商务基础：通过电子商务基础的学习，了解电子商务的概念、模式与发展趋势，掌握交易流程、支付、物流及安全等核心环节，为后续专业课程学习提供支撑。

（3）社群运营：通过社群运营的学习，掌握社群定位、招募、内容与活动策划等核心技能，提升用户互动与变现能力，为新媒体运营和客户关系管理积累经验。

（4）零售基础：通过零售基础的学习，了解零售业态与企业运营流程，掌握采购、库存、门店管理等关键环节，为从事商品选品与渠道拓展打下基础。

（5）商品拍摄与素材编辑：通过商品拍摄与素材编辑的学习，掌握摄影基础、商品拍摄流程及 Photoshop、Premiere 等工具的使用，能够制作高质量的营销素材，为内容策划与直播销售提供支持。

（6）商务数据分析与应用：通过商务数据分析与应用的学习，掌握数据采集、清洗、分析与可视化的基本方法，能够运用 Excel、SPSS 等工具解决实际问题，为市场决策提供数据支持。

（7）电子商务法律法规：通过电子商务法律法规的学习，熟悉电子合同、支付、隐私保护、税收及知识产权等相关法律，树立法律意识，防范业务风险。

（8）选品与采购：通过选品与采购的学习，掌握选品原则、市场分析、供应商管理及采购谈判等技能，能够选择合适的商品并建立良好的供应链合作关系，为电商运营提供保障。

3. 专业核心课程

（1）市场策划：通过市场策划的学习，掌握策划流程、定位策略与方案撰写技能，能完成从市场分析到方案落地的全流程操作，提升策划实战能力。

（2）网络推广：通过网络推广的学习，熟悉主流推广渠道与流量转化逻辑，能选择合适的渠道设计推广方案，运用工具引流并分析推广数据。

（3）营销渠道运维：通过营销渠道运维的学习，理解渠道拓展、冲突处理与效能优化流程，能制定运维策略，协调资源解决冲突并提升渠道效能。

（4）直播销售：通过直播销售的学习，掌握商品展示、互动转化与售后跟进技巧，能设计直播流程、提升用户信任，促成销售转化并处理突发问题。

（5）内容策划与编辑：通过内容策划与编辑的学习，理解用户需求与内容创作逻辑，能策划内容方向、撰写优质文案，适配多平台优化内容并评估传播效果。

（6）直播运营：通过直播运营的学习，掌握主播管理、场控执行与数据复盘技能，能制定运营策略、保障直播流畅，监控过程并优化方案。

（7）新媒体运营：通过新媒体运营的学习，熟悉平台特性与用户运营逻辑，能制定运营策略、创作适配内容，开展活动增粉并分析数据优化策略。

（8）客户服务与管理：通过客户服务与管理的学习，掌握咨询响应、投诉处理与关系维护技能，能高效服务客户、挖掘需求，提升客户满意度与忠诚度。

4. 选修课

通过本环节的学习，使学生跨越学科边界，在中华优秀传统文化、艺术鉴赏、国家安全、职业发展与行业前沿技术的交融中开阔知识视野，于中外文化比较与红色文化浸润中提升人文底蕴，在消费者行为分析、项目管理、商务礼仪与沟通、数据化运营、财税基础等模块中强化专业特长，借助线上线下混合式教学和学分制管理满足个性化成长需求，激发创新思维与终身学习意识，从而增强综合素质与职业竞争力，构建“宽基础、强专业、能跨界、善创新”的可持续发展路径，为成为适应未来网络营销与直播电商产业链升级的高素质技术技能人才奠定坚实而灵动的人才底色。

5. 实践性教学环节

网络营销与直播电商专业是一门应用性很强的专业，实践性教学是人才培养的重要环节，为确保实践教学系统化、规范化、可操作，本专业构建了“四阶递进、双场景融通”的实践教学体系，具体安排如下：

（1）校内实验实训体系

①基础技能实训

开展时间：第 1-4 学期

开展方式：

社交礼仪训练：在礼仪实训室进行站姿、走姿、微笑、握手等基本礼仪训练；

形体训练：结合航空服务专业资源，引入空乘形体课程；

网络营销基础训练：在电商综合实训室，学习网络营销基本概念、常用工具及基础操作，如市场调研问卷设计、简单的营销文案撰写；

直播基础技能训练：在直播间，进行直播设备操作基础训练，包括灯光调试、摄像头设置、背景搭建等，同时开展直播话术、镜头感等基础训练；

电商平台操作：在电商综合实训室，熟悉主流电商平台（如淘宝、京东等）的店铺后台操作，包括商品上架、订单处理等基础流程。

②专项技能实训

开展时间：第 3-4 学期

开展方式：

直播带货专项：在直播间，结合真实产品（校内超市或合作品牌提供），进行选品、直播脚本撰写、直播带货实操训练，重点训练直播中的产品讲解、互动技巧；

网络营销策划：在电商综合实训室，分组进行网络营销策划案撰写，针对特定产品或服务，制定包含目标客户分析、营销渠道选择、推广策略等内容的策划方案；

新媒体运营：在电商综合实训室，学习短视频拍摄与剪辑（利用剪映等工具），并进行短视频账号（如抖音、快手）的基础运营，包括内容发布、粉丝互动等。

运营大赛：每年举办一届“校园电商运营大赛”，使用平台提供的模拟经营系统，各团队在统一规则下进行选品、SEO、直通车推广、活动策划等角逐。

③综合技能实训

开展时间：第 3-4 学期

开展方式：

账号孵化：以班级或小组为单位，共同运营一个抖音或小红书账号，实行“内容总监-拍摄-剪辑-运营”轮岗制；

直播带货赛：与校内超市或合作品牌方提供真实货品，举办“校园直播带货大赛”；

直播电商综合运营：以班级或小组为单位，在双创直播间运营完整的直播电商项目，涵盖选品、供应链对接、直播带货、售后服务等全流程，实行“主播-运营-场控”轮岗制；

网络营销全案实践：在电商综合实训室，模拟企业网络营销全流程，从市场分析、目标客户定位，到多渠道（社交平台、电商平台等）营销推广、效果监测与优化，完成完整的网络营销全案；

虚拟仿真电商运营：利用电商虚拟仿真平台，模拟不同市场环境、消费趋势下的网络营销与直播电商运营，提升应对复杂情况的能力。

（2）校外实践教学体系

①认知实习

开展时间：第 1 学期第 3 周

开展方式：参访电商企业（如深圳新生代企业管理有限公司、上海壹佰米网络科技等），了解电商运营、数据分析、供应链管理、新媒体营销等业务流程。

②专业实习

开展时间：第 3 学期第 17-18 周+寒假（共 4 周）

开展方式：

南湾校区电商综合服务中心进行新媒体内容创作与短视频运营；

在合作电商企业进行“双十一”“618”等大型营销活动实操训练。

③岗位实习

开展时间：第 5 学期

开展方式：在省内电商公司、江苏电商企业、泰盈科技集团、宿迁汉客电子商务、得物等进行轮岗实习，实行“双导师制”，每 4 周进行一次岗位轮换，确保学生接触多个岗位

（3）毕业综合实践

①毕业设计

开展时间：第 6 学期

开展方式（三选一）：

选项①：学生在校期间独立或组队实际运营一个电商项目（如网店、社交媒体账号、直播间等），提交一份详实的《电商创业运营报告》，并附佐证材料，包括但不限于：后台销售数据截图、运营推广记录、客服聊天记录、物流发货凭证、财务收支报表、项目路演 PPT 及视频；

选项②：承接并完成企业委托的真实项目或解决一个实际商业问题。项目可来源于合作企业的需求、教师横向课题或各类创新创业大赛的命题；

选项③：撰写一篇与研究或实践相关的论文，需答辩通过。

②技能考证

必考证书：第 3 学期和第 5 学期统一组织报考全媒体运营师职业技能等级证书（高级工）；

选考证书：第 4 学期报考互联网营销师（直播、短视频方向），第 6 学期报考电子商务师（三级/高级工）。

（4）特色实践环节

①创新创业实践

开展时间：每学期第 9-12 周周末

开展方式：

对接省级双创基地，开展电商创客空间活动；

组织参加“互联网+”大学生创新创业大赛、“挑战杯”创业计划竞赛、全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛（三创赛）等竞赛；

开展助农直播实践，为乡村特色产品进行直播带货，助力乡村振兴。

②社会实践

开展时间：周末+寒暑假

开展方式：

参与地方“直播助农”乡村振兴项目，利用直播电商技能帮助农户销售农产品；

开展非遗文化直播推广项目，通过直播和网络营销手段，宣传非遗文化，助力非遗产品销售，推动文化遗产与电商融合。

八、教学进程总体安排

(一) 教学进程及学时构成

网络营销与直播电商专业

课程设置与教学计划进程表

课程性质	课程名称	课程代码	课程类别	考核方式			课程学时			学分	各学期课堂教学周学时					
				考试	考查	技能模块	理论	实践	学时		一	二	三	四	五	六
											16	18	18	18	18	18
公共基础课	军事理论	325102011	必修		√	T1-T8	36	0	36	2	2					
	军事技能训练与入学教育	325102021	必修		√	T1-T8	0	128	128	3	3周					
	思想道德与法治	325101031	必修	√		D1、D2	40	8	48	3	3					
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	325101042	必修	√		D3、D4	30	6	36	2		2				
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	325101053	必修	√		D7、D8	46	8	54	3			3			
	形势与政策	325102061 (2、3、4)	必修		√	D5、D6	24	8	32	2	每学期8学时					
	大学生心理健康教育	325102071	必修		√	D	24	8	32	2	2					
	大学体育	325102081 (2、3)	必修		√	T1-T8	12	92	104	6	2	2	2			
	大学英语	325101091 (2)	必修	√		Z	100	36	136	8	4	4				
	大学语文与科技写作	325102101	必修		√	Z	32	0	32	2	2					
	创新创业教育	325102112	必修		√	L1-L8	8	8	16	1		1				
	高等数学	325101121 (2)	必修	√		L1-L8	64	0	64	4	2	2				
	劳动教育	325102131 (2、3、4)	必修		√	T1-T8	16	16	32	2	每学期8学时(融入专业实习等实践教学环节)					
	小计							432	318	750	40	18	12	6	1	
专业基础课	市场营销	53070401	必修	√		530704Z1	36	18	54	3		3				
	电子商务基础	53070402	必修	√		530704Z1	30	18	48	3	3					
	社群运营	53070403	必修		√	530704Z5	18	18	36	2			2			
	零售基础	53070404	必修	√		53070	36	18	54	3			3			

						4Z8										
	商品拍摄与素材编辑	53070405	必修		√	530704Z3	36	36	72	4		4				
	商务数据分析与应用	53070406	必修		√	530704Z6	18	54	72	4				4		
	电子商务法律法规	53070407	必修	√		530704Z7	20	12	32	2	2					
	选品与采购	53070408	必修		√	530704Z8	18	18	36	2			2			
	小计						212	192	404	23	5	7	7	4		
专业 核心 课	市场策划	53070409	必修	√		530704Z1	18	18	36	2			2			
	网络推广	53070410	必修		√	530704Z5	18	36	54	3				3		
	营销渠道运维	53070411	必修	√		530704Z1	18	18	36	2			2			
	直播销售	53070412	必修		√	530704Z2	36	36	72	4				4		
	内容策划与编辑	53070413	必修		√	530704Z4	36	36	72	4			4			
	直播运营	53070414	必修		√	530704Z6	36	36	72	4				4		
	新媒体运营	53070415	必修		√	530704Z5	18	36	54	3				3		
	客户服务与管理	53070416	必修	√		530704Z8	36	18	54	3		3				
	小计						216	234	450	25	0	3	8	14		
公共 选修 课	音乐鉴赏	325302012	任选		√	M1	8	8	16	1		1 (四选 一)				
	戏剧鉴赏	325302022	任选		√	M7	8	8	16	1						
	舞蹈鉴赏	325302032	任选		√	M2	8	8	16	1						
	书法鉴赏	325302042	任选		√	M6	8	8	16	1						
	艺术导论	325302053	任选		√	MX	8	8	16	1			1(四 选 一)			
	美术鉴赏	325302063	任选		√	M4	8	8	16	1						
	影视鉴赏	325302073	任选		√	M7	8	8	16	1						
	戏曲鉴赏	325302083	任选		√	M7	8	8	16	1						
	计算机应用基础	325202091	限选		√	Z	16	32	48	3	3(二 选 一)					
	人工智能导论	325202101	限选		√	Z	16	32	48	3						
	中华优秀传统文化	325202112	限选		√	D	16	0	16	1		1(三 选 一)				
	文学经典导读	325202122	限选		√	M	16	0	16	1						
	中西文化比较	325202132	限选		√	M	16	0	16	1						
	大学生职业发展与就业指导	325202143	限选		√	L1-L8	8	8	16	1			1			

	拓展训练	325202151 (2、3、4)	限选		√	DT	0	32	32	2	每学期 8 学时					
	大学物理	325201161 (2)	限选	√		Z	32	16	48	3	2(三 选 一)	1(三 选 一)				
	生态保护导论	325201171 (2)	限选	√		Z	32	16	48	3						
	低空经济概论	325201181 (2)	限选	√		Z	32	16	48	3						
	国家安全教育	325202194	限选		√	D	16	0	16	1				1(二 选 一)		
	党史国史	325202204	限选		√	D	16	0	16	1						
	航空精神教育 实践	325302211	任选		√	L1-L8	0	16	16	1	1 (三选 一)					
	大别山精神教 育实践	325302221	任选		√	D1-D8	0	16	16	1						
	信阳茶文化与 健康养生	325302231	任选		√	Z	0	16	16	1						
	小计							104	120	224	14	6.5	3.5	2.5	1.5	
专业 选修 课	消费者行为分 析	53070417	限选	√		53070 4Z1	18	18	36	2				2		
	项目管理	53070418	限选	√		53070 4Z8	18	18	36	2				2		
	商务礼仪与沟 通	53070419	任选		√	53070 4Z2	9	9	18	1				1 (三选 一)		
	数据化运营	53070420	任选		√	53070 4Z6	9	9	18	1						
	财税基础	53070421	任选		√	53070 4Z8	9	9	18	1						
	小计							45	45	90	5				5	
实践 性教 学环 节	专业实习（劳 动周）	SS53070401	必修			L	0	60	60	3	以实训课为载体开展劳动教育；每学年设立劳 动周					
	毕业论文（设 计）	SS53070402	必修			Z	0	120	120	6						6 周
	岗位实习（劳 动教育）	SS53070403	必修			Z L	0	580	580	29					18 周	11 周
	毕业教育	SS53070404	必修			DZTML	0	20	20	1						1 周
	小计						0	780	780	39						
总计						1009	1689	2698	146	29.5	25.5	23.5	25.5	0		

教学计划安排及进程说明:

1. 课程包括公共基础课、专业基础课、专业核心课、实践性教学环节、公共选修课和专业选修课。
2. 公共基础课程占总课时约 25%，选修课占总课时约 10%，实践课时占总课时 50%以上。
3. 第 1 学期教学周为 16 周，新生军事技能训练 3 周；第 2-6 学期实际教学周为 18 周，第 1-4 学年的第 20 周为社会实践周。
4. 理论课每 16-18 学时计 1 分，特殊课程除外。除军事技能训练与入学教育外，劳动教育、毕业论文（设计）和岗位实习等实践实训课程按照 20 学时计 1 学分。
5. 《形势与政策》按照文件要求，只有 2 学分，每个学期计 8 学时。
6. 《军事理论》课采取线下集中授课和线上教学的方式，按照 18 周计算，每周 2 学时，共 36 学时。
7. 《军事技能训练与入学教育》不占周学时。
8. 鼓励文史财经类学生至少选修 1 门理工类课程，同样理工类学生至少选择 1 门文史财经类课程。
9. 第 3 学期《大学体育》课程可进行体育专项训练，以体育社团形式组织管理实施。
10. 部分专业第 2 学期《大学英语》课程可结合专业需求，讲授相关联的专业英语。
11. 第五、六学期按照 18 周计算，每周 20 学时，共 720 学时。其中，第六学期毕业论文（设计）6 周，共 120 学时；毕业教育 1 周，共 20 学时；岗位实习，共 580 学时。
12. 专业选修课选 2-3 门，累计学时 ≥ 64 学时。
13. 总课时为 16 的公共选修课程，建议安排在 9-10 节（晚上）跨学院跨专业大班授课，第 1-8 周授课，每周 2 学时，第 9 周考核完毕。第 10-18 周接续其他公选课程授课。
14. 所有公选课程，开课单位可视教师、教室情况，经教务处同意，可选择网络课程。网络课程管理办法，参见教务处有关规定执行。
15. 各专业技能证书考核内容及对应等级证书与课程成绩折算认定办法，由学校技能考核考试中心具体指导各二级学院（教学部），依据各专业特色和技能要求，协商制定具体方案，报学校主管领导审定后落实执行。

(二) 理论与实践教学学时分配表

课程结构与学时学分分配

课程类别			学时、学分比例			
			学时	学时比例（%）	学分	学分比例（%）
必修课	公共基础课	理论	432	16.01%	40	27.40
		实践	318	11.79%		
	专业基础课	理论	212	7.86%	23	15.75
		实践	192	7.12%		
	专业核心课	理论	216	8.01%	25	17.12
		实践	234	8.67%		
	实践性教学环节	理论	0	0.00%	39	26.71
		实践	780	28.91%		
选修课	公共选修课	理论	104	3.85%	14	9.59
		实践	120	4.45%		
	专业选修课	理论	45	1.67%	5	3.42
		实践	45	1.67%		
总 计			2698	100.00%	146	100
备 注			实践课时总数占总课时比例为：62.6%			

九、实施保障

（一）师资队伍

1. 专业教学团队结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1, “双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%, 高级职称专任教师的比例不低于 20%, 专任教师队伍要考虑职称、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

原则上应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旅游行业发展, 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. 专任教师及承担主要授课课程

具有高校教师资格; 原则上具有电子商务、跨境电商、物流管理、计算机应用与科学等相关专业本科及以上学历; 具有一定年限的相应工作经历或者实践经验, 达到相应的技术技能水平; 具有本专业理论和实践能力; 能够落实课程思政要求, 挖掘专业课程中的思政教育元素和资源; 能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革; 能够跟踪新经济、新技术发展前沿, 开展技术研发与社会服务; 专业教师每年至少 1 个月在企业或实训基地锻炼, 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, 应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验, 一般应具有中级及以上专业技术职务(职称)或高级工及以上职业技能等级, 了解教育教学规律, 能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才, 根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

5. 行业导师、企业技能大师

为贯彻落实产教融合、校企协同育人的职业教育理念, 提升本专业人才培养质量, 强化实践教学环节, 我校高度重视行业企业人才资源的整合与利用, 积极选聘具备丰富实践经验和技能能力的企业高级技术人员担任行业导师, 并聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才参与专业课程教学和实践指导工作。

行业导师原则上应具有中级及以上专业技术职称或高级工及以上职业技能等级; 在跨境电商、电子商务、物流管理等相关行业领域有 5 年以上从业经验; 熟悉行业发展动态, 掌握最新技术趋势; 具备一定的教学能力和沟通表达能力, 能够承担专业课程授课、实习实训指导、职业发展规划指导等任务。企业技能大师在本专业相关行业中具有较高知名度和技术权

权威性；拥有丰富的现场操作经验和解决实际问题的能力；能够承担实践性强的专业核心课程或专题讲座。

（二）教学设施

1. 专业教室基本条件（含信息化教学条件）

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室（中心）和实训（实习）基地。

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、安防标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

（1）商品采编与设计实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、多媒体中控台、投影设备、摄影台、背景架、柔光箱、虚拟背景布、单反套机，以及图像、视频、音频处理软件，图像、音视频播放器等设备设施，用于素材拍摄与编辑、内容策划与编辑等实训教学。

（2）网络营销与直播运营实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、多媒体中控台、投影设备、网络设备，以及网络营销、直播运营实训软件等设备设施，用于市场策划、直播销售、直播运营、社群运营、营销渠道运维等实训教学。

（3）新媒体推广实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、多媒体中控台、投影设备、网络设备、移动设备、商务数据分析软件等设备设施，用于消费者行为分析、新媒体运营、网络推广、商务数据分析与应用、社群运营、商务礼仪与沟通等实训教学。

（4）客户服务实训室

配备计算机、服务器、交换机、路由器、多媒体中控台、投影设备、网络设备、移动设备、客户服务与管理实训软件等设备设施，用于客户服务与管理、商务礼仪与沟通等实训教学。

2. 校内实训室（中心）基本情况

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展网络营销策划、新媒体运营推广、客户开发与管理、短视频制作、直播电商等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

网络营销与直播电商专业校内技能实训室（中心）

序 号	名 称	主要仪器、设备	主要实训项目
1	商品采编与设计实训室	硬件：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。 软件：图像 / 视频 / 音频处理软件（Photoshop、Premiere 等）、图像及音视频播放器。	素材拍摄与编辑、内容策划与编辑
2	网络营销与直播运营实训室	硬件：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。 软件：网络营销实训软件、直播运营实训软件。	市场策划、直播销售、直播运营、社群运营、营销渠道运维。
3	新媒体推广实训室	硬件：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。 软件：商务数据分析软件（SPSS、Excel 高级功能等）。	消费者行为分析、新媒体运营、网络推广、商务数据分析与应用、社群运营、商务礼仪与沟通。
4	客户服务实训室	硬件：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。 软件：客户服务与管理实训软件。	客户服务与管理、商务礼仪与沟通。

3. 校外实训实习基地基本情况

网络营销与直播电商专业校外实训（实习）基地

序号	名 称	主要实习项目
1	深圳市新生代企业管理有限公司	客户服务与管理
2	华道数据股份有限公司	客户服务与管理
3	宿迁汉客电子商务有限公司	客户服务与管理、内容策划与编辑（视觉设计）、新媒体运营、营销渠道运维
4	上海壹佰米网络科技有限公司	客户服务与管理、内容策划与编辑（视觉设计）、新媒体运营、营销渠道运维
5	得物	内容策划与编辑（视觉设计）、新媒体运营、营销渠道运维、网络推广、直播销售、直播运营
6	九懿传媒、博匠电商	内容策划与编辑（文案创作）、直播销售、直播运营、新媒体运营
7	浙江获者电商	内容策划与编辑（文案创作、短视频制作）、新媒体运营
8	泰盈科技集团股份有限公司	客户服务与管理、内容策划与编辑（视觉设计）、新媒体运营、营销渠道运维
9	泰盈科技集团	新媒体运营、内容策划与编辑（视觉设计、短视频制作）

10	北京众信佳科技发展有限公司	直播运营（客服支持）、客户服务与管理、内容策划与编辑（视觉设计）、新媒体运营、营销渠道运维
11	江苏京东信息技术有限公司	直播运营（客服支持）、客户服务与管理、内容策划与编辑（视觉设计）、新媒体运营、营销渠道运维

4. 按学生人数，具有不低于人 10:1（生企比）的签约实习企业；实习企业具有能够满足学生实习（实训）要求的条件，如相应的工作岗位及相应的工作内容等，主要集中深圳市新生代企业管理有限公司、华道数据股份有限公司、宿迁汉客电子商务有限公司、上海壹佰米网络科技有限公司、得物、九懿传媒、博匠电商、浙江获者电商、泰盈科技集团股份有限公司、泰盈科技集团、北京众信佳科技发展有限公司、江苏京东信息技术有限公司。

（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

本专业严格执行国家和学校教材选用与管理制度，优先选用近三年出版的“十三五”、“十四五”国家级规划教材、教育部高职高专规划教材及行业公认的优质教材，确保教材内容先进、科学、适用。目前，专业核心课程选用国家级/省部级规划教材比例达 86%，近三年出版教材使用比例超过 90%。同时，积极推动校企合作开发特色教材、新型活页式/工作手册式教材及配套数字化教学资源（如微课、案例库、实训指导书、在线题库等），已联合河南瑞宸科技有限公司和江苏京东信息技术有限公司共同开发《电子商务基础》、《新媒体运营》等特色教材 2 部/套。所有选用教材均经过专业教学团队和行业专家严格审核，符合专业人才培养目标和课程标准要求，能有效支撑理论教学、实践训练及学生职业能力培养需求。

2. 图书文献配置

本专业拥有充足且高质量的图书文献资源保障教学与科研需求。校图书馆及专业资料室收藏与本专业直接相关的纸质图书总量超过 3 万册，涵盖专业核心理论、技术标准、操作规范、经典著作及前沿研究等领域，年生均新增图书量达 3 册以上。电子图书总量达 23 万种，专业相关电子期刊种类超过 8 万种。生均专业相关纸质图书达到 82 册，电子资源可通过校园网实现 7×24 小时校内外无障碍访问，满足师生便捷查阅、深度学习和科研创新的文献需求。图书文献资源结构合理，更新及时，能有效支撑专业课程教学、毕业设计（论文）指导、技能提升及教师科研工作。

3. 数字教学资源配置

直播运营、直播销售、视频剪辑等图片总数 800 幅以上；专业视频容量 160 小时以上，视频内容涵盖 800—1000 学时的教学内容；酒店服务、导游服务等内容的动画教学资源，涵盖专业课程 1100 个以上的知识点；专业课程各教学单元辅助课件 150 件以上；1600 题以上规模的试题库。

（四）教学方法

第一，探索实践“教—学—做”一体化专业人才培养模式，围绕专业、行业、职业的各自特点，探索内在联系，梳理相互关系，切实提升专业人才的教学水平与培养质量；

第二，积极探索实践教学的方式、方法改革，寻求保障实践教学活动顺利、高效开展的方法，将提升旅游管理专业技能与培养学生专业兴趣有机结合，寻求进一步提升学生兴趣的有效措施。

第三，岗课赛证融合，对接电商运营、直播销售等真实岗位，将店铺运营、营销推广转化为课程模块；以电商技能大赛、直播大赛为项目驱动，强化实战能力；嵌入“1+X”网店运营推广、直播电商等证书标准，形成“岗课对接、赛证融通、毕业即上岗”的培养闭环。

第四，围绕教材建设，探索结合电子商务教学内容，实现现有教材资源整合的方法，将不同层次，不同教学环节的教材与专业教学的具体内容进行有机结合。

第五，应用型教育适当变换教学手段，采取“讲授与讨论”相结合、“讲授与实践”相结合、“讲授与小组评比”相结合，并且运用情境模拟、案例分析等教学手法，从而提高学习效果，增强学生学习主动性。

（五）课程思政

以“网联万家、商通天下”为主线，将家国情怀、红色电商、数字生态、法治诚信深度融入网络营销策划、直播内容创作、社群运营管理、短视频营销推广等专业教学环节；通过“直播助农惠民”“红色文创直播推广”“国潮好物带货策划”等实战任务，培养学生兼具精准营销思维与直播实战能力的数字工匠精神，强化服务乡村振兴、传播国货价值、守护消费权益的时代担当，塑造有理想、守底线、敢创新的新时代网络营销与直播电商人。

（六）学习评价

本专业考核体系由课程考核与技能考核两大核心类别构成，共同保障人才培养质量。

1.课程考核：课程考核严格遵循过程性考核与终结性考核相结合的原则。终结性考核指课内安排的期末考核，侧重检验学生对课程核心知识与能力的综合掌握程度。过程性考核贯穿教学全程，涵盖作业、课堂表现、实验操作、单元测验、线上自主学习等多种形式，重点评价知识理解、技能应用、职业素养及学习态度的形成过程。考核采用学生自评、小组互评与教师评价相结合的多元评价方法，确保评价全面客观。各项课程考核占比可按下表格式提供的指导意见执行。

序号	课程类型	过程性考核占比	终结性考核占比	考核方式
1	理论课	40%	60%	考试/考查
2	理实一体课	60%	40%	考试/考查
3	实训课	80%	20%	考查

2.“五八”技能考核：坚持德智体美劳全面发展理念，构建并实施“五八”技能考核体系，引导学生获取多项技能证书，紧密对接行业企业岗位工作需求，提升综合竞争力。

（七）质量管理

1. 建立和完善专业建设和教学质量诊断与改进机制，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. 建立和完善教学管理机制，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，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、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. 专业教研室将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。

十、毕业要求

学生在规定修业年限内，修读完成人才培养方案设置的全部课程和教学环节，取得规定学时学分，鼓励获得本专业领域相关证书，德智体美劳达到培养规格，符合学籍管理规定的毕业条件，准予毕业，并颁发毕业证书。

十一、执行年级

从 2025 级新生开始执行。

十二、编制团队

1. 主要执笔人：

学校：赵原（信阳航空职业学院）

企业：殷春婷（江苏京东信息技术有限公司）

2. 工作组成员：

学校：李司政、王岳月（信阳航空职业学院）

企业：庞子政（信阳瑞宸科技有限公司）

张 静（信阳瑞宸科技有限公司）

十三、附件

附件 1 网络营销与直播电商专业人才需求调研与分析报告

附件 2 信阳航空职业学院专业人才培养方案专家评审组论证意见表

附件 3 信阳航空职业学院专业人才培养方案审定意见表

附件 4 信阳航空职业学院人才培养方案变更审批表

附件 2

信阳航空职业学院专业人才培养方案

专家评审组论证意见表

专业名称：网络营销与直播电商专业论证时间：2023年8月24日

专家评审组名称：信阳航空职业学院商学院专业人才培养方案专家评审组					
	姓名	职称/职务	工作单位	专业	签名
专 家 评 审 组 成 员	潘一平	教授/院长	信阳农林学院	电子商务	潘一平
	史亚奇	教授/专业负责人	信阳农林学院	旅游管理	史亚奇
	郑金霞	注册会计师/审计部主任	信阳市宏大会计师事务所	大数据与会计	郑金霞
	朱海	商学院院长/讲师	信阳航空职业学院	教育学	朱海
	刘培	教师/讲师	信阳航空职业学院	物流管理	刘培
	赵原	教师/助教	信阳航空职业学院	电子商务	赵原
	李司政	教师/助教	信阳航空职业学院	计算机网络工程	李司政
	田泓	教学专干/助教	信阳航空职业学院	工商管理	田泓
专 家 评 审 组 意 见	<p>方案定位精准，详实对接批发业、零售业、线上线下网络营销师及渠道销售、直播运营关键岗位，形成“网络营销+直播电商”专业特色。培养目标含素质、知识、能力维度，契合“德技并修”，对标行业标准。课程体系跟行业需求，覆盖直播全流程，融入精准营销，实现课改融合。课时分配科学，核心课程课时充足，实践占比高，实践环节贯穿式，素质培养贯穿全程。总体可育行业所需人才建议优化平台合作与课程拓展。</p> <p>专家评审组组长（签字）：潘一平</p> <p>2023年8月24日</p>				

信阳航空职业学院
专业人才培养方案审定意见表

二级学院名称	商学院	专业名称	网络营销与直播电商
二级学院审核意见	<p>方案定位准确,教学进度安排符合人才培养规律. 同意实施.</p> <p style="text-align: right;">二级学院负责人签字: 朱海 盖章:  2025 年 8 月 28 日</p>		
教务部门审核意见	<p>同意</p> <p style="text-align: right;">教务处负责人签字: 孙瑞增 盖章:  2025 年 8 月 28 日</p>		
分管校长审核意见	<p>同意实施.</p> <p style="text-align: right;">分管校长签字: 张信 盖章:  2025 年 8 月 28 日</p>		
学校党委审定意见	<p>同意</p> <p style="text-align: right;">党委书记签字: 林大虎 盖章:  2025 年 8 月 28 日</p>		