

郑州智能科技职业学院

2025 级专业人才培养方案

专业名称: 网络营销与直播电商

专业代码: 530704

学 制: 三年制

层 次: 专科

合作企业: 河南领亚文化传播
有限公司

撰 写 人: 荆珮、孙莉莉

审 核 人: 马荣贵

制订时间: 2025 年 7 月

目录

一、专业名称与代码	1
二、入学基本要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向与岗位能力分析	1
五、培养目标与培养规格	3
六、课程设计及要求	4
七、教学进程总体安排	12
八、实施保障	17
九、毕业要求	20

网络营销与直播电商专业人才培养方案

一、专业名称与代码

专业名称：网络营销与直播电商

专业代码：530704

二、入学基本要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

基本修业年限为 3 年。

四、职业面向与岗位能力分析

（一）职业面向

表 1：专业职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	批发业（51）、零售业（52）、互联网和相关服务（64）、商务服务业（72）
主要职业类别（代码）	互联网营销师 S（4-01-06-02）、全媒体运营师 S（4-13-01-05） 市场营销专业人员（2-06-07-02）、品牌专业人员（2-06-07-04）
主要岗位（群）或技术领域	渠道销售专员、直播销售员、商品选品师 直播运营专员、新媒体运营专员、内容策划专员 客户服务专员、渠道推广专员、网络广告专员
职业类证书	电子商务师、全媒体运营师、互联网营销师 跨境电子商务师、客户服务管理师

（二）职业岗位与能力需求分析

表 2：职业岗位与能力需求分析表

职业岗位	关键能力	典型工作任务	职业能力与素质要求
新媒体运营专员	1.微信公众号、微博、抖音新媒体平台原创文章撰写、编辑和推送。 2.组织媒介的广告促销活动，效果跟踪及反馈与优化。 3.产品介绍等短视频的拍摄与制作。	1.撰写与编辑新媒体平台图文内容。 2.策划执行推广活动并跟踪优化效果。 3.完成产品短视频的拍摄与制作。	1.微信公众号、微博、抖音新媒体平台原创文章撰写、编辑和推送。 2.具有良好的社交沟通能力和组织协调能力。 3.有爱岗敬业精神、吃苦耐劳的良好职业道德。
电商直播运营专员	1.直播账号内容策划、执行及日常运营，日常直播数据的分析总结。	1.策划直播内容与制定排期计划。	1.直播账号内容策划、执行及日常运营，日常直播数据的分析总结。

	<p>2.直播排期，直播跟播，活动策划执行，直播间管理。</p> <p>3.直播销售产出数据的操作及监控，直播平台的用户管理。</p>	<p>2.执行直播跟播与管理直播间互动。</p> <p>3.分析直播数据并撰写总结报告。</p>	<p>2.直播排期，直播跟播，活动策划执行，直播间管理。</p> <p>3.具有严谨务实，积极进取，健康稳定的心理状态和善于学习，敢于创新，执着专注的职业情感。</p>
电商运营专员	<p>1.商品上新、下架、活动设置、申报等后台操作。</p> <p>2.建立在售商品基本信息库，预测和分析商品销售趋势。</p> <p>3.跟进商品详情页的描述制作，规划店铺产品，选品参加活动，活动后分析总结。</p>	<p>1.完成商品上下架及促销活动设置。</p> <p>2.维护商品信息库与分析销售趋势。</p> <p>3.优化商品详情页与进行活动复盘。</p>	<p>1.掌握网店、微店以及跨境电子商务的交易流程和具体运营方法，具备网店营销策划、经营规划和实际运作能力。</p> <p>2.具有良好的社交沟通能力和组织协调能力。</p> <p>3.具有爱岗敬业精神、吃苦耐劳的良好职业道德。</p>
电商主播	<p>1.店铺产品的直播讲解，与粉丝们的互动，促成用户下单。</p> <p>2.与运营等人员共同完成每场直播。</p> <p>3.出境拍照、录制抖音等 APP 相关视频、成为产品达人，促进店铺销售情况。</p>	<p>1.直播讲解产品与引导用户下单。</p> <p>2.维护粉丝互动以提升用户黏性。</p> <p>3.出境拍摄产品短视频等内容。</p>	<p>1.店铺产品的直播讲解，与粉丝们的互动，促成用户下单；与运营等人员共同完成每场直播，出境拍照、录制抖音等 APP 相关视频、成为产品达人，促进店铺销售情况。</p> <p>2.具有良好的社交沟通能力和组织协调能力。</p> <p>3.具有爱岗敬业精神、吃苦耐劳的良好职业道德。</p>
网络营销主管	<p>1.线上的新媒体软文、市场问卷等策划、撰写、编辑和后台推送等工作。</p> <p>2.客户项目及公司自有项目的数据研究和分析。</p>	<p>1.策划撰写新媒体软文与市场问卷。</p> <p>2.分析项目数据以支持决策。</p> <p>3.制定并优化网络营销推广策略。</p>	<p>1.线上的新媒体软文、市场问卷等策划、撰写、编辑和后台推送等工作。</p> <p>2.客户项目及公司自有项目的数据研究和分析。</p> <p>3.具有良好的社交沟通能力和组织协调能力。</p> <p>4.具有爱岗敬业精神、吃苦耐劳的良好职业道德。</p>

（三）岗位相关职业资格（专业技术）证书

表 3：岗位相关职业资格（专业技术）证书表

职业岗位	职业资格证书名称	等级	发证单位	证书要求
电商运营	电子商务师	初级/中级	人力资源和社会保障部	需通过理论与实操考试，初级要求大专及以上学历或相关专业在校生，连续从事本职业工作 1 年以上。
新媒体运营	全媒体运营师	初级/中级	国家市场监督管理总局	需完成规定学时培训

			总局认证认可技术研究中心	并通过能力验证, 要求具备数据分析、创意策划等能力, 适合大专及以上学历或相关行业从业者。
直播营销	互联网营销师	初级/中级	经国家人力资源和社会保障部备案的社会培训评价组织或职业技能鉴定机构	取得本专业或相关专业的技工院校或中等及以上职业院校、专科及以上普通高等学校毕业证书(含在读应届毕业生)。
跨境电商运营	跨境电子商务师	初级/中级	教育部“1+X”证书(阿里巴巴(中国)网络技术有限公司)	需通过理论与实操考试, 初级要求高中及以上学历或相关专业在校生。
客户服务	客户服务管理师	三级/二级	人力资源和社会保障部	需通过理论与实操考试, 三级要求大专及以上学历或从事相关工作1年以上。

五、培养目标与培养规格

(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, 掌握现代营销理论、全媒体运营策略与数字营销技术, 精通渠道运营、内容创作、直播带货、数据分析与客户管理等专业技术技能, 能够胜任产品与品牌推广、新媒体矩阵建设、直播活动执行及营销效果优化等工作。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、品牌专业人员等职业, 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:

(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) 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；

(4) 掌握市场营销学、电子商务基础、素材拍摄与编辑、营销渠道运维、商务数据分析与应用等方面的专业基础理论知识；

(5) 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；

(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) 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；

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

(9) 具有客户服务与管理能力，能够完成客户服务标准制定、客户调研与数据获取、客户关系维护与管理、突发危机事件处理、客户服务绩效管理、客户开发与转化、服务机构合作等工作。

六、课程设计及要求

课程设置包括公共必修课程、公共选修课程、专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程和专业实践课程。

(一) 公共必修课程

根据党和国家有关文件规定和学校特色，将思想道德与法治、毛泽东思想与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、军事技能训练、心理健康教育、创新创业教育、信息技术基础、人工智能基础、大学英语、大学体育、职业发展与就业指导、中华优秀传统文化、国家安全教育、安全教育、劳动教育等课程列为公共必修课程，将党史国史、中华民族共同体概论等课程列为必修课程或限定性选修课程。

(二) 公共选修课程

按照上级教育行政部门要求，结合学校特色、学生全面素质教育和个性发展，将口才艺术、中国书法、音乐欣赏、影视鉴赏、信息检索、数学建模、诗文与修养、交响乐欣赏、瑜伽、社交礼仪、大学生疾病与健康等课程列为公共选修课程。

(三) 专业基础课程

专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程，应按照专业群进行规划组合。建设完善、规范、科学的知识体系，为学生拓宽专业口径和专业学习奠定宽厚的基础，详见表 4。

表 4：网络营销与直播电商专业基础课程一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时数
1	电子商务基础	<p>1.主要教学内容：电子商务基本概念、发展历程及核心商业模式；电子商务网站建设与运营管理基础；网络营销策略与电子商务物流、支付安全体系。</p> <p>2.要求：掌握电子商务领域基础理论和关键技术，树立诚信经营、依法合规的电商理念；具备电商平台操作与网站维护实践能力，培养严谨细致、服务至上的职业素养；形成良好的职业道德、团队协作与创新意识，增强社会责任感和创新创业精神。</p>	48
2	市场营销	<p>1.主要教学内容：市场营销核心理论与市场分析方法；STP 战略与 4P 策略的制定与实施；数字营销与社交媒体营销等新型营销模式。</p> <p>2.要求：掌握市场营销专业知识与分析工具，树立以消费者为中心、公平竞争的市场观念；能够策划并执行营销方案，解决实际营销问题，培养务实创新、合规经营的职业精神；具备创新创业思维和综合应用能力，强化诚信营销与社会责任意识。</p>	48
3	管理学基础	<p>1.主要教学内容：管理基本概念、职能及管理理论发展；决策、组织设计与人力资源管理等关键环节；领导、控制与沟通等管理方法与技巧。</p> <p>2.要求：理解并掌握管理基本原理与一般方法，树立以人为本、科学管理的管理理念；初步具备分析和解决组织管理实际问题的能力，培养团队协作与公共服务意识；提升沟通协调、团队管理等综合管理素养，增强组织归属感与责任感。</p>	48
4	商务数据分析与应用	<p>1.主要教学内容：商务数据分析流程、常用指标与模型；数据采集、清洗、可视化及分析工具应用；数据驱动的商业决策与创新趋势。</p> <p>2.要求：掌握主流数据分析方法与工具操作技能，树立数据合规、隐私保护的法律责任；能够完成数据整理、分析及可视化报告撰写，培养严谨求实、科学决策的职业态度；具备利用数据发现商业问题、支持决策和创新的能力，增强数据伦理与社会贡献意识。</p>	48

5	商品拍摄与素材编辑	<p>1.主要教学内容：商品摄影基础与构图技巧；图片后期处理与视频剪辑软件操作；视觉营销理论与电商平台素材规范。</p> <p>2.要求：掌握商品拍摄与素材编辑的基本技能，树立真实诚信、美观专业的视觉传播理念；能够独立完成商品图片与视频素材的制作与优化，培养精益求精、创新表达的工匠精神；具备视觉营销意识与团队协作能力，增强文化自信与审美素养。</p>	64
6	电子商务法律法规	<p>1.主要教学内容：电子商务立法体系与发展进程；电子签名、合同、消费者权益、网络安全与数据保护等重点法规；电子商务典型法律风险与纠纷案例。</p> <p>2.要求：熟悉电子商务主要法律法规条文，树立法治意识与契约精神；能够分析和研判电商活动中的法律问题与案例，培养合规经营、风险防范的职业素养；具备法律风险防范意识及对立法前沿的思考能力，增强社会责任与诚信守法观念。</p>	32
7	物流与供应链管理	<p>1.主要教学内容：物流与供应链管理基本概念与流程；仓储、运输、配送等环节的操作与管理方法；供应链协同与绿色物流发展趋势。</p> <p>2.要求：掌握物流与供应链管理核心知识与操作技能，树立高效协同、绿色可持续的物流理念；能够初步处理物流运营中的常见问题，培养节约资源、服务社会的责任意识；具备供应链整体思维与团队协作能力，增强国家物流安全与战略意识。</p>	32

（四）专业核心课程

专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程，各专业应根据职业岗位要求和人才成长规律及国家专业教学标准设置专业核心课程，详见表 5。

表 5：网络营销与直播电商专业核心课程一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时数
1	短视频策划与制作	<p>1.主要教学内容：短视频内容类型与策划方法；拍摄构图、灯光与剪辑技巧；短视频平台规则与推广策略。</p> <p>2.要求：掌握短视频从策划到发布的全流程操作技能，树立内容真实、传播正能量的创作导向；能独立完成短视频的拍摄与后期制作，培养审美素养与创新意识；具备数据反馈分析与内容优化能力，增强文化自信与责任感。</p>	48

2	内容策划与编辑	<p>1.主要教学内容：网店定位与商品分析方法；关键词策略与网店内页、BBS、电子邮件、微博等网页端推广文案写作；微信等移动端营销文案的策划与撰写。</p> <p>2.要求：掌握多平台内容策划与文案写作方法，树立诚信宣传、守法合规的传播理念；能根据不同渠道特点撰写推广文案，培养社会责任意识与正确的价值观导向；具备商品卖点提炼与营销内容创意的能力，强化文化自觉与创新精神。</p>	64
3	智慧客服	<p>1.主要教学内容：智能客服系统与 AI 辅助工具应用；客户情感识别与沟通技巧；客服流程优化与客户满意度提升策略。</p> <p>2.要求：掌握智慧客服工具与数据分析方法，树立“客户为本、诚信服务”的职业理念；能通过人机协同提升服务效率与客户体验，培养应急处理与情绪管理能力；具备客服流程优化与团队协作能力，增强服务意识与责任感。</p>	48
4	直播销售与运营	<p>1.主要教学内容：直播定位与策划流程；直播话术设计、现场执行与互动技巧；直播推广、商业变现与数据复盘方法。</p> <p>2.要求：掌握直播销售全流程核心知识与技能，树立真实宣传、守法经营的职业操守；能独立完成直播策划、执行与推广，培养团队协作与风险防范意识；具备直播运营与粉丝维护实操能力，增强消费者权益保护意识与责任感。</p>	48
5	新媒体运营	<p>1.主要教学内容：新媒体渠道特征分析与选择方法；新媒体运营方案制定、活动策划与推广实施；用户社群搭建、商务合作对接与运营效果监测优化。</p> <p>2.要求：掌握新媒体运营推广与社群管理的方法技巧，树立正能量传播、清朗网络空间的意识；能制订并执行新媒体运营与推广计划，培养创新思维与合规运营能力；具备数据监测、合作对接与方案优化能力，强化诚信合作与社会导向的责任感。</p>	32
6	社群运营	<p>1.主要教学内容：社群搭建、用户分层与内容策划方法；社群活动组织、裂变推广与工具使用技巧；用户留存、活跃提升与商业转化路径设计。</p> <p>2.要求：掌握社群运营与用户关系维护的核心技能，树立诚信互动、共建共享的社群理念；能独立运营社群并设计用户增长方案，培养用户思维与组织协调能力；具备提升用户粘性、复购率及实现社群商业化运营的能力，增强网络空间责任意识。</p>	48
7	网络主播素养与实战	<p>1.主要教学内容：镜头表现力与语言表达训练；产品卖点解读与直播话术设计；现场控场、互动技巧与突</p>	48

		发情况应对策略。 2.要求：掌握网络主播必备的表达与互动技能，树立真实宣传、守法合规的直播意识；能通过模拟直播熟练运用话术与复盘方法，培养职业形象与心理素质；具备专业直播执行与粉丝运营能力，增强主流价值观传播责任感。	
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

（五）专业拓展课程

专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程，详见表 6。

表 6：网络营销与直播电商专业拓展课程一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时数
1	消费者行为学	1.主要教学内容：消费者行为理论基础与研究方法；消费心理、文化与社会因素对行为的影响；消费者决策过程与行为数据解读。 2.要求：掌握消费者行为分析的基本理论与工具，树立以消费者为中心、诚信调研的职业理念；能独立开展消费者调研并撰写行为分析报告，培养数据敏感性与逻辑思维能力；具备基于消费者洞察提出营销建议的能力，增强公平交易与消费者权益保护意识。	48
2	多媒体应用技术	1.主要教学内容：办公软件高级应用与图文排版设计原则；音视频剪辑与动效设计的基本方法与工具使用；电商场景中广告、产品展示等多媒体素材的商业应用规范。 2.要求：掌握多媒体内容生产与处理的核心技术，树立尊重版权、原创为本的职业道德；能独立设计并制作符合商业要求的视觉营销素材，培养精益求精的工匠精神与审美素养；提升视觉表达与跨媒体内容整合能力，增强利用多媒体技术传播正向价值的责任感。	48
3	商务礼仪与沟通	1.主要教学内容：商务形象、礼仪规范与沟通技巧；会议组织、演讲与谈判策略；跨文化商务沟通与冲突处理方法。 2.要求：掌握商务礼仪与高效沟通的基本原则，树立尊重包容、专业诚信的职业形象；能在模拟场景中熟练运用礼仪与沟通技巧，培养团队协作与应变能力；具备跨文化沟通与商务谈判能力，增强文化自信与国际交流中的大局意识。	32

4	跨境电商综合实训	<p>1.主要教学内容：Amazon、Shopee 等主流跨境平台店铺运营与商品上架流程；跨境支付、结算与关务物流核心知识；跨文化市场分析与海外营销推广方法。</p> <p>2.要求：掌握跨境电商全流程运营的关键操作，树立守法合规、尊重国际贸易规则的意识；能完成选品、上架、推广及物流等实战任务，培养国际视野与风险防范能力；具备多平台协同与跨文化商务沟通能力，增强中国品牌出海的文化自信与责任担当。</p>	48
5	市场调研与分析	<p>1.主要教学内容：市场调研的整体流程与方案设计方法；问卷设计、消费洞察与竞品分析工具使用；定性与定量研究方法及数据分析技巧。</p> <p>2.要求：掌握市场调研的基本方法与工具，树立求真务实、科学严谨的研究态度；能独立开展调研项目并撰写专业报告，培养客观公正、保护受访者隐私的职业操守；具备数据解读、趋势判断与策略建议能力，强化用数据服务社会经济高质量发展的使命感。</p>	48
6	零售门店 O2O 运营	<p>1.主要教学内容：线上线下融合零售模式与门店数字化改造路径；全渠道会员管理、社群运营及 O2O 平台规则；库存同步、订单配送及流量转化策略。</p> <p>2.要求：掌握零售 O2O 运营的核心环节与实操技能，树立顾客至上、诚信经营的服务理念；能设计并实施 O2O 运营方案，提升复购与客单价，培养数字化转型中的创新思维与执行能力具备实体零售数字化转型与全域营销能力，增强助力实体经济发展、满足人民美好生活需要的责任感。</p>	48
7	网络推广	<p>1.主要教学内容：网络推广渠道与投放策略；SEO、SEM、信息流广告等推广方式实操；推广数据监测与优化方法。</p> <p>2.要求：掌握主流网络推广工具与投放技巧，树立合规推广、诚信营销的职业准则；能制定并执行网络推广计划，培养成本意识与效果导向思维；具备数据分析与推广策略优化能力，增强网络环境下的法律责任意识。</p>	48
8	项目管理	<p>1.主要教学内容：项目管理基本概念与流程；项目计划、执行、监控与收尾方法；团队协作、风险管理与沟通技巧。</p> <p>2.要求：掌握项目管理核心理论与工具应用，树立系统思维、责任担当的管理理念；能初步制定项目计划并推动执行，培养团队协作与资源整合能力；具备项目风险识别与过程控制能力，增强规范运作与可持续发展意识。</p>	48

9	市场策划	<p>1.主要教学内容：市场策划流程与模型；品牌定位、传播策略与创意表达；营销方案撰写与提案技巧。</p> <p>2.要求：掌握市场策划的理论框架与实操方法，树立创新驱动、诚信经营的策划理念；能独立完成市场策划方案的撰写与展示，培养市场敏感性与创意表达能力；具备策略落地与效果评估能力，增强社会责任与品牌价值观传播意识。</p>	32
10	数据化运营	<p>1.主要教学内容：数据化运营基本流程与指标构建；数据采集、处理与分析方法；数据驱动业务优化案例与实践。</p> <p>2.要求：掌握数据化运营的核心方法与工具使用，树立数据合规、科学决策的职业态度；能完成业务数据整理与分析并提出优化建议，培养逻辑思维与业务洞察力；具备通过数据发现问题和推动运营改进的能力，增强数据伦理与诚信意识。</p>	48
11	数据可视化	<p>1.主要教学内容：数据可视化原理与常用工具；图表类型与应用场景选择；动态看板设计与报告呈现技巧。</p> <p>2.要求：掌握数据可视化的基本技能与工具操作，树立真实准确、清晰表达的数据呈现理念；能独立完成数据图表与看板的设计制作，培养视觉表达与逻辑梳理能力；具备通过可视化支持业务沟通与决策的能力，增强信息传播的责任感。</p>	48
12	艺术鉴赏	<p>1.主要教学内容：中外艺术经典与当代设计潮流；视觉语言、色彩与构图基本原理；商业场景中的审美应用与创意评价。</p> <p>2.要求：掌握艺术鉴赏的基本方法与审美标准，树立文化自信与美学素养；能识别不同艺术风格并运用于商业视觉策划，培养创意表达与批判性思维；具备结合业务需求进行审美判断与创意建议的能力，增强中华优秀传统文化的传承与创新意识。</p>	48

（六）专业实践课程

专业实践课程包括认知实习、岗位实习、专业实训等课程，详见表 7。

表 7：网络营销与直播电商专业实践课程一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时数
1	AI 电商工具实战	<p>1.主要教学内容：主流 AI 工具在电商选品分析、推广文案生成与视觉设计中的应用方法；智能客服系统与数据预测模型的基本原理与操作流程；AI 工具在电商运营全流程中的综合实战与优化策略。</p> <p>2.要求：掌握常见 AI 电商工具的核心功能与操作技巧，树立技术向善、诚信使用的 AI 伦理观；能够运用 AI 工具完成商品推广、客户服务、内容创作等实际任务，培养人机协同、高效务实的职业能力；形成 AI 驱动运营的创新思维与技术应用能力，增强数字化转型中的责任意识与创新担当。</p>	64
2	思维训练	<p>1.主要教学内容：逻辑思维、创新思维与批判性思维的基本理论与方法；系统思维与商业决策在电商环境下的应用模型；通过案例研讨、模拟决策等形式进行思维实战训练。</p> <p>2.要求：掌握核心思维方法并能够运用于电商问题分析，培养实事求是、科学严谨的思维态度；能够提炼关键问题、分析矛盾并构建解决方案，强化系统思考与战略意识；具备将思维方法转化为实际决策与实践应用的能力，树立服务发展、贡献社会的价值导向。</p>	48
3	智慧商业	<p>1.主要教学内容：智慧商业生态与新零售模式的基本概念与发展趋势；用户画像、智能供应链与数据决策系统的应用方法；物联网、大数据等技术在商业流程优化中的案例与实践。</p> <p>2.要求：理解智慧商业的核心要素与典型应用场景，树立绿色、协同、可持续的商业发展理念；能够结合案例设计智慧商业解决方案，整合技术资源提升运营效率，培养科技赋能、实业报国的创新精神；培养商业生态思维与数字化转型意识，增强服务国家数字经济战略的使命感。</p>	48

4	岗位实习	<p>1.主要教学内容：企业认知与岗位融入：了解企业组织架构、文化制度、业务流程，明确实习岗位职责与规范；轮岗或定岗实战训练：在直播运营、内容创作、用户运营、数据运营等至少一个方向进行系统实战，参与真实项目运作；实习过程指导与反馈：由企业导师与校内教师共同指导，定期组织实习小结、案例研讨、问题诊断与技能提升培训；实习总结与能力评估：完成实习报告、实战案例复盘、成果展示与答辩，进行职业素养与专业能力综合评估。</p> <p>2.要求：能够快速融入企业环境，严格遵守规章制度和职业规范，树立爱岗敬业、诚信守时、责任为先的职业价值观；能够运用所学知识技能独立或协作完成岗位任务，具备发现问题、分析问题并提出改进建议的能力，积累实战经验；在实习过程中展现良好的沟通能力、团队协作精神和客户服务意识，形成尊重他人、善于合作、积极进取的职业态度；通过实习反思与总结，明确个人职业发展方向，增强社会责任感、创新意识和可持续发展观念，为未来就业或创业奠定基础。</p>	720
---	------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

七、教学进程总体安排

（一）课程学时、学分结构表

表 8：学时学分结构表

课程性质	公共必修课	公共选修课	专业基础课	专业核心课	专业拓展课	专业实践课	合计
学时数	840	64	320	336	272	880	2712
学分数	43	4	20	21	17	34	139
占总学时比例	30.97%	2.36%	11.80%	12.39%	10.03%	32.45%	100%

注：本专业总学分 139 学分，总学时 2712 学时，其中理论课 720 学时，占比 26.5%；实践性教学 1992 学时，占比 73.5%。选修课 336 学时，占比 12.4%。

（二）课程设置及学时安排

表 9：网络营销与直播电商专业教学计划进程表

课程性质	课程编码	课程名称	学分	总学时	学时分配		学期课程安排						考核方式		备注
					理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年		考试	考查	
							1	2	3	4	5	6			
公共必修课	0120011001	思想道德与法治	3	48	32	16	3						√		
	0120011002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	32	0		2					√		
	0120011003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	32	16		3					√		
	0101011001	人工智能基础	2	32	32	0		2						√	
	0120011004	形势与政策 (1)	0.25	8	8	0	1							√	
	0120011005	形势与政策 (2)	0.25	8	8	0		1							
	0120011006	形势与政策 (3)	0.25	8	8	0			1						
	0120011007	形势与政策 (4)	0.25	8	8	0				1					
	0121011004	中华优秀传统文化	2	32	32	0	2							√	
	0121011005	大学英语 (1)	3	48	32	16	3						√		
	0121011006	大学英语 (2)	3	48	32	16		3					√		
	0101011002	信息技术基础	3	48	16	32	3							√	
	0121011008	就业指导	1	16	8	8				1				√	
	0121011009	大学生职业生涯规划	1	16	8	8	1							√	

	0121011010	创新创业教育	1	16	0	16			1					√	
	0121011013	大学体育 (1)	2	36	4	32	2							√	
	0121011014	大学体育 (2)	2	36	4	32		2						√	
	0121011015	大学体育 (3)	2	36	4	32			2					√	
	0121011016	大学体育 (4)	2	36	4	32				2				√	
	0121011002	军事技能	3	168	0	168	3 周							√	军训三周
	0121011001	军事理论	2	32	32	0	2							√	
	0122011001	心理健康教育	2	32	16	16		2						√	
	0121011003	国家安全教育	1	16	16	0	1							√	
	0121011019	劳动教育 (1)	1	16	0	16	1							√	
	0121011020	劳动教育 (2)	1	16	0	16		1							
	0121011007	安全教育	贯穿全过程												
	公共必修课小计		43	840	368	472	19	16	4	4	0	0			
公共选修课		公共选修课	4	64	公共选修课由教务科研处统一安排至前四个学期修读完成, 其中艺术类课程至少修读 2 学分。										
	公共选修课小计		4	64											
专	0102013301	电子商务基础	3	48	32	16	3							√	

业 基 础 课	0102013304	市场营销	3	48	32	16	3						√	
	0102013307	管理学基础	3	48	32	16				3			√	
	0102013310	商务数据分析与应用	3	48	16	32				3			√	
	0102013313	商品拍摄与素材编辑	4	64	16	48		4					√	
	0102013316	电子商务法律法规	2	32	24	8		2					√	
	0102013319	物流与供应链管理	2	32	16	16		2					√	
	专业基础课小计		20	320	168	152	6	8	0	6	0	0		
专 业 核 心 课	0102014301	短视频策划与制作	3	48	0	48				3			√	
	0102014304	内容策划与编辑	4	64	16	48			4				√	
	0102014307	智慧客服	3	48	0	48			3				√	
	0102014310	直播销售与运营	3	48	24	24			3				√	
	0102014313	新媒体运营	2	32	16	16			2				√	
	0102014316	社群运营	3	48	16	32				3			√	
	0102014319	网络主播素养与实战	3	48	16	32				3			√	
	专业核心课小计		21	336	88	248	0	0	12	9	0	0		
专 业	0102015301	消费者行为分析	3	48	32	16			3				√	
	0102015304	多媒体应用技术	3	48	0	48			3				√	

拓展课	0102015307	商务礼仪与沟通	2	32	8	24		2					√		
	0102015310	跨境电商综合实训	3	48	0	48				3			√		
	0102015313	市场调研与分析	3	48	0	48			3				√		
	0102015316	零售门店 O2O 运营	3	48	0	48				3			√		
	0102015319	网络推广	3	48	32	16			3				√		
	0102015322	项目管理	3	48	0	48			3				√		
	0102015325	市场策划	2	32	8	24		2					√		
	0102015328	数据化运营	3	48	0	48				3			√		
	0102015331	数据可视化	3	48	0	48			3				√		
	010201533	艺术鉴赏	3	48	0	48				3			√		
	专业拓展课小计		17	272	40	232	0	2	9	6	0	0			最低选修要求
专业实践课	0102017302	AI 电商工具实战	4	64	0	64					4		√		
	0102017305	思维训练	3	48	0	48					3		√		
	0102017308	智慧商业	3	48	0	48					3		√		
	0102017311	岗位实习	24	720	0	720						30	√		
	专业实践课小计		34	880	0	880	0	0	0	0	10	30			
合计			139	2712	720	1992	25	26	25	25	10	30			

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（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

本专业共有专任教师 14 名，兼职教师 3 名，生师比 25:1。双师素质教师占专业教师比例为 75%，其中高级职称占比 38%以上、硕士以上学历占比 85%，45 岁以下青年教师占比 88%，专兼职教师队伍职称、学历、年龄结构合理，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

本专业带头人是二级教授，中共党员，主要特长和研究方向为农村经济、市场营销。在教学改革研究项目及教学质量工程项目建设方面成果丰硕，主持省级项目 1 项，参与省级项目 1 项，主持厅级项目 4 项，主持完成市局级项目 2 项，校级科研项目 2 项。发表 EI 论文 1 篇，SCI 论文 1 篇，人大复印资料论文 1 篇。作为主编参与编写《电子商务概论》《市场营销学》《网络营销学》三部教材。在产教融合和校企合作方面积累了较为丰富的经验，在经济学领域具有一定引领力和影响力。

3.专任教师

本专业专任教师 14 人，硕士占比 85%。具有高校教师资格；具有电子商务、管理学、企业管理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、人工智能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

本专业兼职教师 3 人，均从本专业相关行业企业的高技术技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业技术职称，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。

（二）教学设施

1.专业教室基本条件

现有 36 间多媒体教室，13 间机房，2 间语音室。教室均配备黑（白）板、智慧黑板、多媒体计算机、投影设备等，仪器设备总值 2000 余万元，并具有网络安全防护措施。安装应急

照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2.校内外实习实训基地基本条件

学校具有稳定的校内外实习基地，与河南圣多玛电子科技有限公司、河南领亚文化传播有限公司、河南泽沐信息科技集团有限公司、深圳市鹰熊汇科技有限公司、河南名骏科技管理有限公司、郑州鼎新供应链管理有限公司、河南御飞航空科技有限公司等开展校外实习合作，为学生提供电子商务运营、电子商务客服、跨境电子商务、数据分析、直播、美工、选品策划、网络营销等实习与就业岗位。校企双方建有稳定的双师型、专兼职结合的师资队伍，对学生实习进行指导和管理。详情见表 10-表 11。

表 10：校内实训室一览表

序号	实训室名称	主要设备	实训内容
1	数字商务综合实训室	实训工作台、基础实践教学云平台、智慧教室网络终端、电子商务运营模拟软件	主要用于商品数据分析、电子商务运营、电子商务客服、网页设计与制作
2	新媒体直播实训室	实训工作台、专业摄像机、卡口镜头、切换台、监视器、led 常亮灯、直播电脑	主要用于选品选款、直播活动策划、直播脚本设计、直播数据分析
3	企业电子商务沙盘实训室	实训工作台、基础实践教学云平台、智慧教室网络终端、沙盘实训模拟软件	主要用于市场调研与分析、网店运营策划、营销推广执行、数据监控与优化、团队协作与决策模拟
4	直播营销实训室	基础实践教学云平台、智慧教室网络终端、直播营销运营模拟软件	主要用于选品策划、网店运营、商品直播
5	数字商务综合实训室	计算机 120 台，仓配云实训平台、运输运营平台、ITP、Elexsim、AI 实践教学平台、供应链实战平台	主要用于数据分析、竞品分析
6	大数据基础实训室	计算机 60 台，安装有 B1、ERP python 等数据分析工具	主要用于数据可视化、数据分析
7	电子商务智慧化运营实训室	智慧物流实施平台、智能穿戴设备、潜② AGV 机器人、智慧教室网络终端、仓储与配送、供应链模拟软件	主要用于 AI+电子商务运营

表 11：校外实习（实训）基地一览表

序号	实习（实训）基地名称	合作企业	实训内容
1	郑智科圣多玛电商实训基地	河南圣多玛电子科技有限公司	电子商务客服

2	郑智科领亚电商实训基地	河南领亚文化传播有限公司	直播运营
3	郑智科泽沐电商实训基地	河南泽沐信息科技集团有限公司	电子商务运营
4	郑智科郑州市高新区实习实训基地	深圳市鹰熊汇科技有限公司	跨境电商
5	郑智科航空港区实习实训基地	河南名骏科技管理有限公司	电子商务客服
6	郑智科鼎新供应链实训基地	郑州鼎新供应链管理有限公司	电子商务运营
7	郑智科御飞航空科技实训基地	河南御飞航空科技有限公司	电子商务客服

（三）教学资源

1.教材选用：严格执行国家及省级教材选用规定，优先从国家和省级规划教材目录中遴选优质教材，坚决杜绝不合格教材进入课堂。专业课程教材应紧密结合行业发展趋势，引入人工智能、大数据分析、直播技术等领域的新技术、新规范与新形态，鼓励选用数字教材、活页式教材等动态更新形式。校本教材开发须遵循学校《教师自编教材建设管理规定》，经学校教材建设委员会审核通过后方可立项和使用。

2.图书文献配备：专业图书文献总量 8000 余册，覆盖网络营销、直播电商、数字经济、智能技术应用等领域，能够满足人才培养、专业建设与教学科研需求。文献类型包括理论专著、实务案例、技术手册及行业报告等，重点配备人工智能与电商融合、短视频策划、用户行为分析、智能营销系统等相关书籍。电子资源涵盖超星、维普、中国知网、新东方多媒体学习库、正保数据库、高校信息素养教育数据库等，并持续引入新技术、新业态相关数字文献资源。

3.数字资源建设：建设“AI+直播电商”专业教学资源库，实现核心课程数字化资源全覆盖。每门课程配备微课视频、教学课件、案例库、习题库及虚拟仿真实训平台等资源。积极引入智能营销仿真系统、直播虚拟实训平台、AI 数据分析工具等数字教学资源。依托超星学习通等平台建设校级在线开放课程，推进省级、国家级精品课程应用。建立数字资源动态更新机制，年度更新不低于 10%，每三年完成一轮全面升级。

（四）教学方法

突出“学生中心、能力本位、技术赋能”理念，结合专业实战性强、技术迭代快的特点，构建“AI+多元融合”教学模式。积极采用项目教学、案例教学、情景模拟等教学方法，依托虚拟直播实训室、智能营销仿真平台等开展沉浸式教学。引入 AI 助教进行个性化学习路径推荐、作业智能批改与学习行为分析；利用生成式人工智能工具辅助创意生成、文案优化与数据分析实训；开展基于企业真实项目的“AI+直播运营”“智能推广策划”等实战任务。推动

线上线下混合教学，鼓励学生通过小组协作、跨学科项目等方式提升解决复杂问题的能力。

（五）学习评价

全面落实立德树人根本任务，基于专业人才培养目标，对学生学业考核兼顾认知、技能、情感等方面，评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化。

1.必修考试课成绩评定：总成绩=平时成绩×50%+期末考试成绩×50%

2.选修、考查课程成绩评定：总成绩=平时成绩×60%+期末考试成绩×40%

3.实习考核：认知实习的考核由任课教师根据实习表现和实习报告给予成绩；顶岗实习的考核由实习企业和实习指导老师共同完成：企业考核成绩（60%）+指导老师考核（40%）；毕业实习的考核由实习企业和毕业实习指导教师共同完成：企业考核成绩（60%）+毕业实习指导教师考核成绩（40%）；考核合格以上等次的学生获得学分，并纳入学籍档案。实习考核不合格者，不予毕业。考核形式注重学生的学习态度、平时成绩、卷面成绩、课堂表现、技能掌握情况等。

根据课程需要采用多样考核方法，如闭卷考试、开卷考试、实操等。鼓励学生积极参加国家、省各有关部门及学院组织的各项专业技能竞赛。

（六）质量管理

1.健全综合质量保障机制：学校与二级院系建立专业人才培养质量保障机制，完善教学质量监控制度。评价体系上，改进结果评价、强化过程评价、探索增值评价，并积极吸纳行业与企业参与。通过及时公开信息、接受教育督导与社会监督，形成综合评价。同时，夯实人才培养方案、课程标准、课堂教学、实验实训、毕业设计等各环节的质量建设，通过“教学实施-过程监控-质量评价-持续改进”的闭环管理，确保人才培养目标的实现。

2.完善教学运行与管理机制：学校与二级院系加强日常教学组织与管理，定期开展课程建设、日常教学及人才培养质量的诊断与改进工作。建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，并建立与企业联动的实践教学督导制度。要严明教学纪律，强化教学组织功能，定期组织公开课、示范课等教研活动，促进教学交流与提升。

3.强化专业教研组织功能：专业教研组织应建立线上线下相结合的集体备课制度，定期召开教学研讨会。要善于运用各类评价分析结果，精准诊断教学问题，有效改进教学方法，从而持续提高人才培养质量。

4.建立毕业生跟踪与社会评价机制：学校应建立常态化的毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。通过对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等数据的系统分析，定期评估人才培养的整体质量，并检验培养目标的达成度，为专业发展和教学改革提供数据支持。

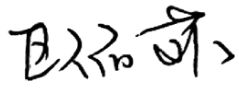
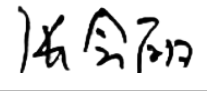


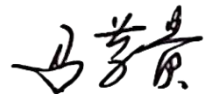
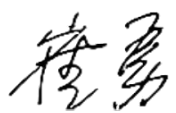
九、毕业要求

根据网络营销与直播电商专业培养特色及专业培养目标的要求，通过公共基础课、专业

（技能）课、职业拓展课等的课堂教学、仿真实训、电子商务行业大赛、大学生创新实验、实习、辅导、座谈等教学环节，在确保学生德育审核合格的基础上，引导网络营销与直播电商专业学生修满规定的 139 学分，使其能力达到基本要求，且各项考核全部合格，方可毕业。

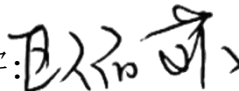
网络营销与直播电商专业人才培养方案

专家评审意见表

	姓名	单位	职务/职称	签名
人 才 培 养 方 案 评 审 组 成 员	欧阳菲	河南经贸职业学院	商贸物流学院 院长/教授	
	张会丽	黄河水利职业技术大学	金融与会计学院 副院长/副教授	
	职新卫	河南艺术职业学院	影视艺术学院 院长/教授	
	郭琰	郑州智能科技职业学院	教学督导委员会 主任/教授	
	马荣贵	郑州智能科技职业学院	商学院 院长/教授	
	崔勇	郑州智能科技职业学院	传媒学院 院长/教授	

评审组意见:

同意该方案通过审核。

评审组组长签字: 

日 期: 2023年9月21日