

高等职业教育专科
网络营销与直播电商专业
人才培养方案

2023 年 12 月

目录

一、专业名称.....	2
二、教育类型及学历层次.....	2
三、入学要求.....	2
四、修业年限.....	2
五、职业面向.....	2
六、人才培养目标与培养规格.....	3
七、课程体系设计.....	5
八、实践教学体系.....	8
九、创新创业教育体系.....	9
十、素质教育体系.....	10
十一、劳动教育体系.....	10
十二、毕业标准.....	10
十三、实施保障.....	11

高等职业教育专科市场营销专业

人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

网络营销与直播电商（530704）

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业教育。

学历层次：专科。

三、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。

四、修业年限

修业基本年限为 3 年。

五、职业面向

面向互联网和相关服务、批发业、零售业、商务服务业企业的互联网营销与直播策划主管、网络销售主管、数字化运营主管、新媒体推广主管等职业，渠道销售主管、直播销售员、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、互联网营销师、全媒体运营师等岗位（群）。

如表 1 所示。

表 1 网络营销与直播电商专业与行业职业岗位对应表

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）
所属专业类（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）	市场营销专业人员（2-06-07-02）、品牌专业人员（2-06-07-04）、互联网营销师（4-01-02-07）、全媒体运营师（4-13-05-03）
主要岗位（群）或技术领域举例	渠道销售主管、直播销售员、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、互联网营销师、全媒体运营师等
职业类证书举例	直播电商、网络直播运营、新媒体营销等

六、人才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，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、职业道德和创新意识，具备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，面向互联网和相关服务、批发业、零售业、商务服务业企业的互联网营销与直播策划主管、网络销售主管、数字化运营主管、新媒体推广主管等职业，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素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，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）能够熟练掌握与本专业从事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，了解相关产业文化，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大学语文、大学英语、高等数学、应用文写作、信息技术、艺术、职业发展与就业指导、创新创业教育、职业素养、商业文化、办公软件高级应用、人工智能基础等文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养，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，学习一门外语并结合本专业加以运用；

(5) 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，具有较强的整合知识和综合运用知识的能力；

(6) 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；

(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；

(10) 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；

(11) 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；

(12) 具有适应电子商务产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握网络营销和直播电商领域数字化技能；

(13) 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，具有较强自主学习能力、批判性思维、创新思维和创造能力；

(14)掌握基本身体运动知识和至少 1 项体育运动技能，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；

(15)掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力、形象设计能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

(16)培育劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民，珍惜劳动成果，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

七、课程体系建设

高等职业教育专科课程设置分为公共基础课程和专业课程两类。课程性质分为必修课程和选修课程，选修课程分为限定选修课程和任意选修课程。

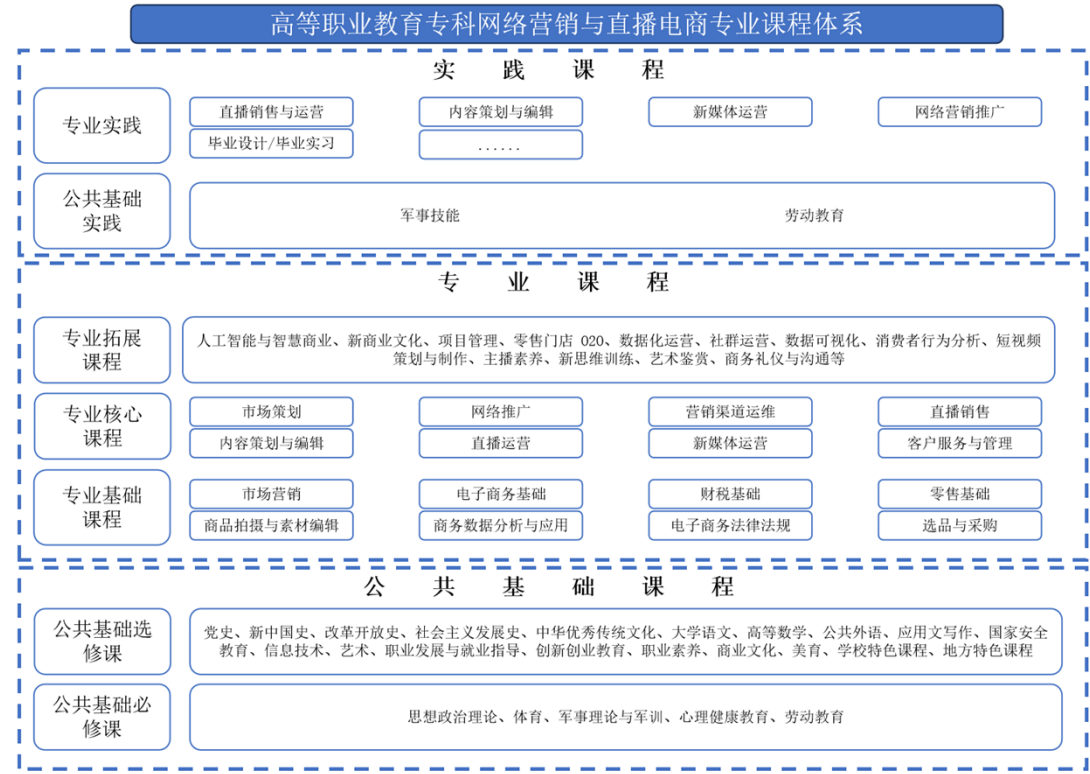


图 1 课程结构体系

（一）公共基础课程

应按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。学校根据实际情况可开设具有地方特色的校本课程。

1. 公共基础必修课

应将思想政治理论、体育、军事理论与军训、心理健康教育、劳动教育课程列为公共基础必修课程。具体开设学期、学分及学时安排如下：

表 2 公共必修课一览表

序号	课程名称	开课学期	学分/学时
1	思想政治理论	1	3/48
2	体育	1. 2. 3	6/96
3	军事理论与军训	1	2/32
4	心理健康教育	3	2/32
5	劳动教育	2	1/16

2. 公共基础选修课

应将党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、中华优秀传统文化、大学语文、高等数学、公共外语、应用文写作、国家安全教育、信息技术、艺术、职业发展与就业指导、创新创业教育、职业素养、商业文化、美育等列为必修课程或选修课程。学校根据实际情况可开设具有地方特色的校本课程。

表 5 公共限选课程设置情况一览表

序号	课程名称	学分/学时	开设学期
1	党史	1/16	2
2	新中国史	1/16	3
3	改革开放史	1/16	3
4	社会主义发展史	1/16	1
5	中华优秀传统文化	2/32	1
6	大学语文	2/32	2
7	高等数学（一）	2/32	1
8	高等数学（二）	2/32	2
9	公共外语（一）	2/32	1
10	公共外语（二）	2/32	2
11	应用文写作	2/32	4
12	国家安全教育	1/16	1
13	信息技术	3/48	2
14	艺术	2/32	4
15	职业发展与就业指导	1/16	4
16	创新创业教育	2/32	4
17	职业素养	2/32	3
18	商业文化	2/32	3
19	美育	2/32	4
20	学校特色课程	2/32	1

21	地方特色课程	2/32	2
----	--------	------	---

学生可以在上表 19 门课程（37 学分）中自主选修 20 学分相关课程。

在选修“公共外语”课程时，要先选“公共外语（一）”，然后才可以选修“公共外语（二）”。

在商业文化、中华优秀传统文化、职业素养、创新创业教育等公共限选课程具体开课学期由学生所在部门与开课部门协商确定，学生每学期可任选 1-2 门，共 8 学分，在第 1-4 学期开设。

（二）专业课程

一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖实训等有关实践性教学环节。学校自主确定课程名称，但应至少包括以下内容。

1. 专业基础课程

一般设置 8 门。包括：市场营销、电子商务基础、财税基础、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、选品与采购等领域的课程。

表 3 专业基础课程列表

专业基础课程名称	开课学期	先修课程	后续课程	学分/学时
市场营销	1	无	无	4/64
电子商务基础	1	无	电子商务法律法规	4/64
财税基础	3	电子商务法律法规	无	2/32
零售基础	3	无	选品与采购	2/32
商品拍摄与素材编辑	2	无	无	4/64
商务数据分析与应用	4	无	无	4/64
电子商务法律法规	2	电子商务基础	财税基础	2/32
选品与采购	4	零售基础	无	4/64

2. 专业核心课程

一般设置 8 门。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。

表 4 专业核心课程列表

专业核心课程名称	开课学期	先修课程	后续课程	学分/学时
市场策划	2	无	营销渠道运维	4/64
网络推广	3	营销渠道运维	无	4/64
营销渠道运维	5	市场策划	网络推广	4/64
直播销售	3	内容策划与编辑	直播运营	4/64
内容策划与编辑	2	无	新媒体运营	4/64
直播运营	4	直播销售	无	4/64
新媒体运营	4	内容策划与编辑	无	4/64
客户服务与管理	4	直播运营	无	4/64

3. 专业拓展课

包括：人工智能与智慧商业、新商业文化、项目管理、零售门店 O2O、数据化运营、社群运营、数据可视化、消费者行为分析、短视频策划与制作、主播素养、新思维训练、艺术鉴赏、商务礼仪与沟通等。

有条件的专业，可结合教学改革实际，探索重构课程体系，如按项目式、模块化教学需要，将专业基础课程内容、专业核心课程内容、专业拓展课程内容和实践性教学环节有机重组为相应课程。

八、实践教学体系

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、社会实践等。在校内外进行职业认知实训、职业技能实训、岗位实习等综合实训，包含直播销售与运营、内容策划与编辑、新媒体运营、网络营销推广等。在互联网和相关服务、批发业、零售业、商务服务业企业进行岗位实习。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。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》要求。

1. 公共基础实践环节

包括军事训练、劳动教育。

② 军事技能，计 2 学分。新生入学后集中进行。

②劳动教育模块包括环境保护类劳动和志愿服务类劳动（1 学分）。环境保护类劳动和志愿服务类劳动作为《劳动教育》公共基础必修课程的实践教学环节，计 1 学分。

2. 专业课程实训环节

包括人才培养方案中每门课程中的实训教学部分，与课程教学同步安排，学分计入该课程总学分。

3. 专业实践环节

专业实践包括基础实训、岗位实训、综合实训、毕业实习、创新创业实践等环节，既要重视学生的劳动知识和技能学习，又要结合专业特点和定位，融入劳动精神、劳模精神、工匠精神相关内容。

基础实训是指与专业基础相关的实训环节；岗位实训是指与就业岗位相关的实训环节，综合实训是指与专业培养目标相关的校内综合整周实训环节，学生根据就业需求选择。校内集中实践环节要按照项目化形式进行设计，项目原则上来源于真实企业案例，要提供完整的实训大纲以及具体实施方案，校内集中实践指导教师原则上以 1-2 人为主。可依据教学需要，安排集中实践教学，集中实践教学期间，课堂教学暂停。

毕业实习占 12 学分，创新校内外结合的顶岗实习模式，挖掘和开发校内、校外实习条件，根据专业特色，合理地组织和科学地安排实习过程和内容，确保实习质量。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/938020113014006113>