

山东水利职业学院

网络营销与直播电商专业

人才培养方案

(2024 版)

教学系部： 商务管理系

执笔人： 徐斌

审核人： 马斌

制订日期： 2021 年 8 月

修订日期： 2024 年 8 月

山东水利职业学院教务与科研处制

二〇二四年六月

目 录

一、专业名称和代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标和培养规格	1
六、职业岗位与职业能力分析	6
七、职业能力与学习领域设计	9
八、课程体系及人才培养模式	9
九、教学进程总体安排	19
十、职业资格证书	28
十一、实施保障	28
十二、毕业要求	38
十三、研制团队	38
十四、继续专业学习深造建议	39

网络营销与直播电商专业人才培养方案

(专业代码: 530704)

一、专业名称和代码

专业名称: 网络营销与直播电商

专业代码: 530704

二、入学要求

普通高级中学(或中等职业学校)毕业生或同等学力者。

三、修业年限

基本学制为三年,以修满规定学分为准,实行弹性学制,最长不超过6年,本方案按照三年编制。

四、职业面向

所属专业大类(代码)A	财经商贸 53
所属专业类(代码)B	电子商务 5307
对应行业(代码)C	G64 互联网及相关服务 G72 商务服务业
主要职业类别(代码)D	销售人员 (4-01-02) 商务专业人员 (2-06-07)
主要岗位(群)或技术领域举例E	直播销售主管、直播运营主管、新媒体运营主管、客户管理主管、渠道推广主管
职业类证书举例F	数字营销技术应用职业技能等级证书☆ 直播电商职业技能等级证书☆ 新媒体营销职业技能等级证书☆ 互联网营销师*

注: *表示职业资格证书; ☆表示职业技能等级证书。

五、培养目标和培养规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，适应数字经济和直播电商行业人才的需要，面向直播销售、直播运营、新媒体运营、客户管理、渠道推广等领域，掌握扎实的科学文化基础和网络推广、直播销售、新媒体运营及相关法律法规等知识，具备直播运营、内容策划与编辑、渠道开拓与运维等能力，具有工匠精神和信息素养，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

1. 素质目标

Q1 思政素质

Q1.1 热爱社会主义祖国，能够准确理解和把握社会主义核心价值观的深刻内涵和实践要求，具有正确的世界观、人生观、价值观。

Q1.2 结合电商行业的国际竞争态势，培养爱国主义情怀，激发民族自豪感和责任感，为国家的繁荣富强贡献自己的力量。

Q1.3 具有社会责任感，了解直播电商企业在促进就业、扶贫助困等方面的积极作用，积极参与公益活动，为社会贡献自己的力量。

Q2 职业素质

Q2.1 具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，遵守与电子商务相关的法律法规，确保所推荐产品的信息真实可靠，不夸大其词，不虚假宣传，维护消费者权益，清晰、透明地展示产品信息、价格、优惠条件及售后服务等，确保消费者知情权。

Q2.2 爱岗敬业，持续学习产品知识、行业趋势及营销策略，提升个人专业素养，为消费者提供专业、有价值的购物建议，对直播工作充满热情，积极投入，以饱满的精神状态面对观众，传递正能量，对推荐的产品负责，对观众负责，认真对待每一次直播，确保内容质量和观众体验。

Q2.3 具有清晰的表达能力和开放的沟通态度，掌握有效的沟通技巧，保持开放和包容，积极吸纳新信息和多元观点。

Q2.4 具有良好的团队合作精神，与选品团队、运营团队、客服团队等紧密合作，共同策划和执行直播活动，确保直播顺利进行。

Q2.5 具有环保意识，在电商物流、包装等环节，强调选择环保材料、减少包装浪费，共同推动绿色电商的发展。

Q3 身心素质

Q3.1 具有健康的体魄，保持身体健康，定期进行体检，预防疾病，具备应对工作压力的体能。

Q3.2 具有健康的心理，培养积极的心态，学会管理压力和情绪，避免焦虑和抑郁等心理问题。

Q3.3 具有健全的人格，形成稳定的性格特征，如诚实、责任感、同情心、主动性和坚韧性等。

Q3.4 具有良好的生活习惯，能够做到合理饮食、适量运动、充足睡眠等，避免不良习惯。

Q3.5 具有良好的行为习惯，通过自我监督和自我激励，形成稳定的行为模式，如守时等。

Q3.6 具有良好的自我管理能力，学会自我调节和自我控制，有效管理时间、情绪和行为。

2. 知识目标

K1 通用知识

K1.1 熟悉多样化的职场文化和职场礼仪，掌握工作场所安全知识，采取适当措施预防职业伤害和健康风险。

K1.2 掌握应用文及公文的基本结构、文体特点和写作要求，培养条理清晰的写作逻辑，提高撰写规范性文档的能力。

K1.3 了解直播电商相关的基础法律法规，增强法律意识，掌握法律维权的基本渠道和方法，提高自我保护和权益维护的能力。

K1.4 理解并遵守直播电商活动中的诚信、保密和公平竞争等职业道德规范，了解企业在环境保护和社会公益等方面应承担的社会责任。

K1.5 了解直播电商的基本概念、发展历程以及当前的法规、伦理和技术趋势，掌握直播电商的基本理论和模型，理解直播电商的核心原理和实践应用。

K1.6 熟悉经济学、企业管理、人力资源、市场营销、财务管理等商学基本知识。

K1.7 熟悉市场调研与统计、市场环境分析、消费者行为分析、营销渠道管理、营销策略、销售管理等市场营销基本管理知识。

K1.8 掌握各类网店免费推广与付费推广工具应用技巧。

K1.9 掌握中国茶文化的基本知识和茶营销的基本技巧。

K1.10 了解零售行业发展特点、商品分类方法与商品结构规划、供应链数据指标的含义及作用、成本核算方法、PEST、SWOT 等分析法。

K1.11 掌握客户关系管理知识与技巧。

K2 专业知识

K2.1 熟练掌握 Adobe Photoshop、Adobe Illustrator、CorelDRAW、Adobe InDesign 等软件的操作，掌握构图、色彩搭配等图形设计知识。

K2.2 掌握短视频平台介绍与功能、短视频内容策划、短视频推广与分发、短视频数据分析、短视频变现策略、短视频法律与伦理等基础知识。

K2.3 掌握账户搭建、关键词设置、创意设计、信息流广告等数字营销知识与技巧。

K2.4 掌握微信、微博、头条等平台新媒体营销知识与技巧。

K2.5 掌握微信公众号、小红书、短视频、电商平台等不同类型平台的内容创作知识技巧。

K2.6 掌握抖音、快手、天猫、京东、拼多多等直播平台的电商策划、销售、运营、推广、复盘等知识和技巧。

K2.7 掌握数据采集、数据清洗、数据挖掘和数据分析的基本概念、工具技术和方法。

K3 拓展知识

K3.1 掌握在迅速变化的直播电商环境中自我调整和灵活应变的方法。

K3.2 掌握直播电商项目规划、执行、监控和收尾的方法、工具和技巧。

K3.3 了解时间管理和成本控制等直播电商项目管理的基本原则和流程。

K3.4 掌握风险识别、评估和量化等直播电商领域风险控制的方法和技巧。

K3.5 了解全球化直播电商环境下跨文化沟通的策略、方式和基本商务礼仪。

K3.6 掌握激励、指导和协调团队成员的方法，提高团队效率和协同能力。

3. 能力目标

S1 通用能力

S1.1 具有良好的口语和书面表达能力，能够清晰、有效地与不同文化背景的人进行交流。

S1.2 具有解决实际问题的能力，能够深入分析实际问题和思考解决实际问题的方法。

S1.3 具有终身学习能力，能够养成坚持学习的习惯，具有终身学习意识和学习能力。

S1.4 具有信息技术应用能力，能够熟练应用 office 办公软件、数据管理软件、互联网应用工具等。

S1.5 具有独立思考的能力，能够独立分析问题，形成自己的见解和结论。

S1.6 具有逻辑推理能力，能够运用逻辑推理解决复杂问题，做出合理决策。

S1.7 具有信息加工的能力，能有效筛选、整理和处理大量信息，提炼关键数据。

S1.8 具有创新能力，具备创新思维，能够提出新的想法和解决方案，推动业务发展。

S2 专业能力

S2.1 能熟练使用 PHOTOSHOP 完成网页设计和商品图形图像设计、网页平面广告设计，能使用各种软件工具完成商品图像和商业场景拍摄。

S2.2 能通过抖音、快手、B 站、小红书等短视频应用工具，完成企业或产品的视频策划、拍摄、制作、剪辑等任务，以及相应的短视频推广。

S2.3 能利用账户搭建、关键词设置、信息流广告技巧实现 SEO、SEM 和信息流推广。

S2.4 能通过微信、微博、公众号、头条等各类全媒体工具完成企业及产品的营销推广。

S2.5 能借助各种工具完成网络推广文案策划、撰写与发布。

S2.6 能通过抖音、快手、淘直播等直播平台完成直播电商策划、销售、运营、推广、复盘。

S2.7 能够进行商务数据的收集、数据的预处理、数据分析以及撰写商务数据可视化报告。

S3 拓展能力

S3.1 能在快速变化的直播电商市场和技术环境中，灵活调整个人工作策略以应对不同挑战。

S3.2 能规划、执行和监控直播电商项目进度，应用专业工具和技术按时高质量完成目标。

S3.3 能对市场有敏锐地洞察，预测市场趋势和变化，并据此制定和调整直播电商策略。

S3.4 能识别和评估直播电商业务中的潜在风险，制定有效的风险控制和缓解措施，保障业务的稳健运行。

S3.5 能理解并尊重不同文化背景的直播电商实践，应用跨文化沟通技巧促进国际电子商务环境中的有效合作。

S3.6 能激励团队成员，在面对项目挑战和市场压力时，能带领团队克服困难，实现既定业务目标。

六、职业岗位与职业能力分析

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力要求 及能力模块编号
1	直播销售主管	任务 1 销售管理与目标制定 任务 2 直播团队管理与培训 任务 3 直播活动组织与执行 任务 4 直播数据分析与报告 任务 5 跨部门协作与沟通	1-1 能根据公司的整体战略目标和市场环境制定销售目标并且管控销售过程。 1-2 能对销售团队进行建设与管理，设计并实施有效的激励机制和考核制度。 1-3 能够策划并执行有吸引力的直播预热和直播内容，提升用户参与度和互动，提高直播效果。 1-4 能基于直播数据制定销售策略和决策，优化销售活动。 1-5 能够通过内部沟通和外部合作确保直

			播销售活动的顺利进行并争取更多资源和支持。
2	直播运营主管	<p>任务 1 内容创作策划</p> <p>任务 2 直播策划运营</p> <p>任务 3 社交媒体推广</p> <p>任务 4 数据分析优化</p> <p>任务 5 品牌资源整合</p> <p>任务 6 直播品质提升</p>	<p>2-1 具备较强的文字功底，能够编写优秀的直播文案，包括直播预告、直播脚本、互动话术等。</p> <p>2-2 能够对直播内容进行策划和管理，确保直播内容的质量和效果。</p> <p>2-3 能够制定并执行有效的社交媒体营销策略，提升直播间的曝光度和影响力。</p> <p>2-4 熟练掌握数据分析工具和方法，能够收集和分析运营数据。</p> <p>2-5 能够组织直播活动并保证顺利进行，包括场地布置、设备调试、人员安排等。</p> <p>2-6 理解直播平台的算法逻辑和推荐机制。</p>
3	新媒体运营主管	<p>任务 1 新媒体运营推广</p> <p>任务 2 内容策划与创作</p> <p>任务 3 数据分析与优化</p> <p>任务 4 活动策划与执行</p> <p>任务 5 团队管理与培训</p> <p>任务 6 危机处理与公关</p>	<p>3-1 能够利用市场分析工具对新媒体市场进行分析与判断。</p> <p>3-2 具备良好的文字功底和创意思维，能够根据不同的平台和受众需求，创作出吸引人的优质内容。</p> <p>3-3 能够利用数据分析工具对新媒体平台的运营数据进行深入的分析和挖掘。</p> <p>3-4 能够制定具体的新媒体营销及品宣计划，并负责具体执行和追踪营销效果。</p> <p>3-5 能够与不同领域的人才进行有效的合作和配合，共同实现团队的目标和愿景。</p> <p>3-6 能够制定详细的危机应对流程，确保危机处理的有序进行。</p>

4	客户管理主管	<p>任务 1 客户管理与维护</p> <p>任务 2 团队管理与培训</p> <p>任务 3 市场策略与推广</p> <p>任务 4 客户分析策略制定</p>	<p>4-1 能够建立和维护客户关系，提高客户满意度和忠诚度。</p> <p>4-2 能够在团队中发挥领导作用，带领团队应对挑战，实现客户关系管理目标。</p> <p>4-3 能够了解市场动态和竞争对手情况，制定有效的市场营销策略和推广计划。</p> <p>4-4 能够熟练使用 CRM 系统等客户管理工具，通过数据分析等功能，为决策提供支持和指导。</p>
5	渠道推广主管	<p>任务 1 市场分析与调研</p> <p>任务 2 渠道开发与维护能力</p> <p>任务 3 推广策略制定与执行</p> <p>任务 4 渠道推广数据分析</p> <p>任务 5 团队管理培训</p>	<p>5-1 运用数据分析工具和方法，对市场信息进行深度剖析，为渠道推广策略的制定提供数据支持。</p> <p>5-2 能够主动寻找和开发新的合作渠道和资源，与渠道合作伙伴建立良好的沟通关系，建立长期稳定的战略合作关系。</p> <p>5-3 能够根据公司市场营销战略和渠道特点，制定有效的渠道推广策略和推广计划，并且确保推广策略和推广计划的顺利执行，达成预期的推广效果。</p> <p>5-4 能够对推广渠道的数据进行实时监控，包括展示量、点击率、转化率等关键指标，定期分析推广效果，并根据评估结果及时调整和优化推广策略。</p> <p>5-5 能够与公司内部相关部门保持密切沟通，确保渠道推广工作的顺利进行，与渠道合作伙伴、客户等外部利益相关者进行有效协调，解决合作中的问题，促进合作关系的深化。</p>

七、职业能力与学习领域设计

相近能力模块组合	学习领域名称	集中技能强化	类别
1-1、4-3	市场营销、茶文化与茶营销	市场营销实训、 商务礼仪实训	职业基础
3-6	电子商务基础、 电子商务法律法规	数字营销职业技能训练 I	
4-1、4-2、4-4	智能客户服务与管理、 网店运营推广	客户服务与管理实训	
5-2、5-5	商学基础、零售基础	数字营销职业技能训练 I	
3-1、5-3	数字广告营销	数字广告营销实训	职业核心
2-5	视觉营销设计	视觉营销设计实训	
2-1、2-2、3-2	内容策划与编辑	内容策划与编辑实训	
1-3	短视频运营	短视频运营实训	
1-2、2-6	直播销售、直播运营	岗位实习 I	
3-2、3-4	新媒体营销	岗位实习 I	
1-4、2-4、3-3、5-4	商务数据分析	岗位实习 I	职业拓展
3-5、3-6	跨境电子商务基础、 国际市场推广	数字营销职业技能训练 II、 岗位实习 II	
1-5、5-1	品牌产品开发、中国商业文化、 跨境直播运营、职场法则	数字营销职业技能训练 II、 岗位实习 II	

八、课程体系及人才培养模式

(一) 课程体系

1. 课程设置

课程类别	课程名称
公共必修课	军事理论、劳动教育 I (理论)、劳动教育 II (理论)、大学生心理健康教育、创新创业基础、创新创业实践、职业生涯与发展规划、就业指导、体育与健康 I、体育与健康 II、体育与健康 III、体育与健康 IV、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 I、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 II、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策 I、形势与政策 II、形势与政策 III、形势与政策 IV、形势与政策 V。
公共限选课	大学生安全教育 I、大学生安全教育 II、大学生安全教育 III、大学生安全教育 IV、信息技术与人工智能、大学英语 I、大学英语 II、大学语文

	I、大学语文 II、大学美育、经济数学 I、经济数学 II、艺术导论、音乐鉴赏、美术鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、舞蹈鉴赏、书法鉴赏、戏曲鉴赏、中华优秀传统文化、中国共产党党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史。
公共任选课	水文化、中国水利史、环境学概论、无人机操控技术、Office 教程、网页制作、大数据技术、公共关系学、投资与理财、管理学、市场营销、普通话基础、传统文化与吟诵、演讲与口才、应用文写作、数学文化、数学建模、体育文化与欣赏、信息素养、网络平台课程。
专业基础课	市场营销、商学基础、新零售基础、网店运营推广、智能客户服务与管理、电子商务法律法规、茶文化与茶营销、电子商务基础。
专业核心课	数字广告营销、视觉营销设计、短视频运营、内容策划与编辑、直播销售、直播运营、新媒体营销、商务数据分析。
专业拓展课	AGI 通用技术、AI 商业应用、中国水文化景观赏析、中国商业文化、金牌服务技巧、消费心理学、职场法则、财税基础、品牌产品开发、跨境电子商务基础、跨境直播运营、国际市场推广。
第二课堂	按《山东水利职业学院第二课堂学分实施办法（试行）》相关要求执行。

2. 专业核心课程基本要求

核心课程 1	数字广告营销						
学 期	2	总学时	64	理论学时	44	实践学时	20
<p>课程目标:</p> <p>通过本课程学习,了解数字营销的基本原理和最佳实践,包括各种数字营销工具和技术的使用方法;能够制定和执行数字营销策略,解决实际问题,并能够评估营销活动的效果;具备批判性思维、创新能力和终身学习的态度,以适应不断变化的数字营销领域。</p>							
<p>主要内容:</p> <p>以提高目标受众的品牌认知为核心,以企业的数字营销需求为背景,融合营销思维与数字广告技术,兼顾数字广告营销知识体系和技能体系的构建,同时结合《数字营销技术应用职业技能等级标准》(中级)进行“书证融通”的内容开发。其主要内容包括:数字广告营销策划任务:广告营销市场分析任务、广告内容策划任务、广告实施策划、1+X 证书知识训练;搜索排名优化:网页分析、关键词分析与挖掘、搜索排名优化、1+X 证书知识训练;搜索竞价营销:搜索竞价排名广告营销、固定广告位品牌营销、搜索竞价营销效果分析与优化、1+X 证书知识训练;推荐引擎营销:推荐内容优化、推荐引擎广告营销、推荐引擎广告数据分析与优化、1+X 证书知识训练;广告效果分析与综合应用:效果分析与评估、数字广告综合应用、1+X 证书知识训练。</p>							
<p>教学要求:通过理论与实践相结合和技术工具的运用培养数据分析能力和创意思维与战略规划能力,同时融入伦理与法律意识,培养持续学习与适应能力。</p>							

合作企业：中教畅享北京科技有限公司、北京电商联盟网络科技有限公司
引入合作企业教学项目、生产典型案例： 引入中教畅享北京科技有限公司“数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）”项目，对该项目根据考试认证的要求做好相关组织工作，包括培训、转发考试通知、组织学生报名、缴纳考试费用、准备考场软硬件环境、组织上机考试等。 引入北京电商联盟网络科技有限公司“日照绿茶百度搜索引擎营销”案例进行案例教学，对该项目进行数字广告营销策划、搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销、广告效果分析与综合应用。

核心课程 2	视觉营销设计						
学 期	3	总学时	44	理论学时	30	实践学时	14
课程目标： 熟悉视觉营销的基本概念、设计工具的选择与应用，以及视觉元素在营销中的作用；能够根据网店的营销需求和产品定位，结合目标客户特征，进行网店首页、产品主图视频、产品详情页的视觉营销设计，以提升页面访问深度和产品转化率；提升审美能力、创新思维、用户意识和遵守设计伦理的职业操守。							
主要内容： 基于 OBE 理念，围绕岗位需求与典型工作任务，根据视觉营销设计流程，将 1+X 网店运营推广标准、全国职业院校技能大赛电子商务赛项要求、课程思政有机融合。具体内容包括：视觉之“道”：视觉营销基础知识、网店视觉营销与岗位认知；视觉之“器”：视觉美工之商品摄影技术、Photoshop 基础、Photoshop 进阶；视觉之“术”：网店首页视觉营销设计、高点击率推广图视觉营销设计、商品主图与短视觉营销设计、商品详情页视觉营销设计、电商技能竞赛视觉营销设计。							
教学要求： 采用项目教学、任务教学等教学方法，融入严谨规范、守正创新、跨文化交流等思政元素，培养学生掌握视觉营销设计的基本技能和理论知识，以适应电商行业对视觉设计人才的需求。							
合作企业：北京电商联盟网络科技有限公司、大禹水产有限公司							
引入合作企业教学项目、生产典型案例： 引入北京电商联盟网络科技有限公司共建的《视觉营销设计职业技能训练》校企合作课程。 引入“京东海洋梦想海鲜干货旗舰店店铺装修设计”案例进行日常店铺视觉维护工作案例教学。							

核心课程 3	短视频运营						
学 期	3	总学时	44	理论学时	30	实践学时	14
课程目标： 掌握短视频的基本概念，了解不同类型的短视频及其特点；熟悉主流短视频平台的规则、运作机制和用户群体特点；能够进行短视频内容的策划与制作，包括选题、脚本撰写、拍摄和后期制作等；了解如何制定有效的短视频运营策略，包括内容发布、互动提升和数据分析等；掌握短视频的商业化变现方式，如广告、电商和直播等；具备内容创作能力、技术操作能力、数据分析能力、市场洞察能力、沟通协调能力。							

<p>主要内容:</p> <p>认识短视频: 短视频概述、短视频的常见类型、短视频的盈利模式、短视频的常见平台、项目实训—安装、注册和设置抖音短视频; 短视频的内容策划: 短视频用户定位、短视频内容定位、短视频的团队搭建、短视频的脚本设计、短视频脚本设计的技巧、项目实训—策划制作美食类短视频; 短视频拍摄: 拍摄短视频的设备、拍摄短视频的技巧、拍摄短视频的构图方式、手机拍摄短视频、短视频拍摄夏日风景短视频、项目实训—使用手机拍摄美食制作类短视频; 移动端短视频剪辑: 剪映、VUE、巧影、项目实训—使用 VUE 剪辑美食制作类短视频; PC 端短视频剪辑: 短视频制作的常用软件、短视频制作的辅助软件、短视频制作的常用剪辑手法、使用 Premiere 制作短视频、项目实训—使用 Premiere 剪辑美食制作类短视频; 短视频的发布与推广: 短视频的发布、短视频的推广技巧、短视频的推广渠道、项目实训—发布和推广美食制作类短视频; 综合项目实战—拍摄与制作抖音短视频: 短视频的策划、短视频的拍摄、短视频的剪辑、短视频的发布; 综合项目实战—拍摄与制作短视频: 短视频策划、短视频的拍摄、短视频的剪辑、短视频的上传与发布。</p>
<p>教学要求:</p> <p>采用项目教学、案例教学等教学方法, 融入遵纪守法、精益求精、守正创新、服务地方等思政元素, 提升学生有效运用短视频工具进行内容创作和品牌传播的能力。</p>
<p>合作企业: 北京电商联盟网络科技有限公司、智慧树平台</p>
<p>引入合作企业教学项目、生产典型案例:</p> <p>引入北京电商联盟网络科技有限公司“新媒体营销校企合作实训”项目, 参与美食短视频剪辑内容再创作、德州扒鸡美食直播切片剪辑等实际操作。</p> <p>引入智慧树联合举办的“抖音未来星”项目, 进行组建团队、创建零食品类账号、短视频创作与剪辑到直播变现全流程案例教学。</p>

核心课程 4	内容策划与编辑						
学 期	4	总学时	48	理论学时	36	实践学时	12
<p>课程目标:</p> <p>根据目标受众、市场需求、品牌定位等因素, 制定内容策略, 掌握微信公众号、小红书、短视频、电商平台等不同类型平台的内容创作技巧, 培养学生的法律意识和职业素养。</p>							
<p>主要内容:</p> <p>初识移动商务文案: 认识移动商务文案、了解移动商务文案的岗位要求、熟悉移动商务文案的写作流程; 构思移动商务文案的创意: 移动商务文案创意策略、优化移动商务文案的创意设计; 移动商务文案的写作方法: 移动商务文案标题的写作方法、移动商务文案的正文结构、移动商务文案开头和结尾的写作方法; 写作产品文案: 提炼产品卖点、写作产品标题文案、写作产品主图文案、写作产品详情页文案; 写作品牌文案: 写作品牌名称与口号、写作品牌故事、写作其他品牌文案; 写作微信文案: 写作微信朋友圈文案、写作微信公众号文案、写作微信视频号文案; 写作短视频与直播文案: 认识短视频文案、写作直播文案; 写作其他移动商务文案: 写作海报文案、写作活动文案、写作软文、写作社群营销文案、写作今日头条文案、写作知乎文案。</p>							
<p>教学要求:</p> <p>采用讲授法、案例分析、项目实践法等教学方法, 融入诚信、尚美、版权意识、法律意识等思政元素, 提升内容创作的质量和效果, 增强品牌影响力和市场竞争力。</p>							
<p>合作企业: 日照民群食品科技有限公司、北京电商联盟网络科技有限公司</p>							
<p>引入合作企业教学项目、生产典型案例:</p>							

引入日照民群食品科技有限公司“海洋梦想京东自营旗舰店内容策划与编辑”项目。
引入北京电商联盟网络科技有限公司“图书短视频”项目，进行案例教学。

核心课程 5	直播销售						
学 期	4	总学时	48	理论学时	36	实践学时	12
课程目标: 掌握直播平台的主要类型、操作流程以及商品上架、观众互动等基本技能；独立策划和执行直播销售活动；运用数据分析的方法，评估直播效果，并优化直播运营方案。							
主要内容: 职业模块一工作准备：宣传准备、设备软件 and 材料准备、风险评估；职业模块二直播营销：直播预演、直播销售；职业模块三售后与复盘：售后、复盘；职业模块四工作准备：宣传准备、直播样品（道具）、出镜者形象准备、风险评估；职业模块五直播营销：直播预演、直播销售；职业模块六售后与复盘：售后、复盘；职业模块七工作准备：宣传准备、设备软件 and 材料准备、风险评估；职业模块八直播营销：直播预演、直播销售；职业模块九售后与复盘：售后、复盘。							
教学要求: 采用项目教学、任务教学等多种教学方法，明确教学目标，更新教学内容，培养实践能力，融入课程思政。							
合作企业: 日照市东港区紫烟网络科技有限公司、青岛尊道传媒有限公司							
引入合作企业教学项目、生产典型案例: 与青岛尊道传媒有限公司合作，共建“天猫小天鹅洗衣机福利社、天猫小天鹅旗舰店、京东美的自营洗衣机直播间”项目，进行直播电商带货。 引入日照市东港区紫烟网络科技有限公司“家电直播”项目，进行案例教学。							

核心课程 6	直播运营						
学 期	5	总学时	42	理论学时	32	实践学时	10
课程目标: 通过课程学习使学生掌握直播运营的基本理论和常用的技巧和方法，遵守直播电商平台的规则，掌握直播电商运营的各项能力，提高学生学习的主动性和自觉性，适应岗位要求，培养职业能力和职业素养，实现直播营销的知识更新和技能提升，为学习专业课和就业创业提供必要的基础。							
主要内容: 直播运营基础：直播运营概念、互联网直播发展历程、主流直播平台、直播运营基本技能、直播运营流程、直播运营风险防范；直播营销：直播营销设计、直播用户画像与分析、直播营销方式、直播营销组合模式；直播运营方案策划：直播方案策划流程、直播品类规划、直播宣传与引流、直播平台的设置与测试、直播风险预案设计；直播间布置与直播技巧：直播设备选择、直播间布置、直播拍摄角度选择、直播带货技巧、直播控场技巧；主播打造：主播人设打造、主播形象塑造、主播心理素质实战、主播 IP 打造、主播带货变现能力提升；直播内容策划与实施：直播内容策划、直播场景设计标准、直播脚本创作技巧、直播活动互动技巧、直播活动营销元素植入；直播运营传播：直播传播计划制定、直播短视频剪辑与传播、直播引流文案撰写技巧、直播粉丝运营技巧、直播社群运营技巧；直播运营复盘：直播运营复盘核心、直播运营效果分析、直播运营沉淀用户分析、直播效							

果数据分析、直播经验总结提炼；直播运营案例分析：直播+电商带货、直播+发布会、直播+互动、直播+内容营销、直播+植入、直播+个人 IP。
<p>教学要求：</p> <p>采用项目教学、案例教学等教学方法，融入遵纪守法、用户为先、诚实守信、服务地方等思政元素，提升直播效果和销售业绩。</p>
合作企业：日照市东港区紫烟网络科技有限公司、青岛大海边电子商务有限公司、青岛尊道传媒有限公司
<p>引入合作企业教学项目、生产典型案例：</p> <p>与青岛尊道传媒有限公司合作，共建“天猫小天鹅洗衣机福利社、天猫小天鹅旗舰店、京东美的自营洗衣机直播间”项目，进行直播电商带货。</p> <p>引入日照市东港区紫烟网络科技有限公司“家电直播”运营项目，进行案例教学。</p>

核心课程 7	新媒体营销						
学 期	5	总学时	42	理论学时	32	实践学时	10
<p>课程目标：</p> <p>本课程的任务是使学生以现代营销理论作为理论基础，通过新媒体的技术及功能，培养“厚商德、精营销、善创新”的新媒体营销人才，通过数字化的营销方式最大限度地满足客户要求，进而实现开拓市场和增加品牌知名度的目的。</p>							
<p>主要内容：</p> <p>认识新媒体营销：了解新媒体营销及其发展趋势、实施新媒体营销策略、提高新媒体营销素养；策划新媒体营销：确定营销目标、构建用户画像、策划营销内容、搭建新媒体营销矩阵；实施短视频营销：认识短视频营销、营销短视频内容策划、手机短视频拍摄与剪辑、短视频营销推广、短视频营销数据分析与优化；实施直播营销：认识直播营销、直播策划、直播引流、直播执行、直播复盘；实施内容社区营销：认识内容社区营销任务、内容社区营销策划任务、社区内容创作、内容社区营销推广；创作新媒体文案：新媒体文案的概念类型和任务、新媒体文案的创意策略任务、新媒体文案的创作方法任务、新媒体销售文案写作；评估新媒体营销：新媒体营销评估概述、新媒体营销评估方法、新媒体营销效果实战。</p>							
<p>教学要求：</p> <p>采用项目教学、案例教学等教学方法，融入诚实守信、守正创新、团结协作、服务地方等思政元素，提升学生在不断变化的新媒体环境中，有效运用营销工具服务企业的能力。</p>							
合作企业：浙江怡拓电子商务有限公司、北京京邦达贸易有限公司							
<p>引入合作企业教学项目、生产典型案例：</p> <p>与北京电商联盟网络科技有限公司联合举办“新媒体营销校企合作实训”项目，参与美食短视频剪辑内容再创作、德州扒鸡美食直播切片剪辑等实际操作。</p> <p>引入北京京邦达贸易有限公司“小红书社区内容创作”进行案例教学。</p>							

核心课程 8	商务数据分析						
学 期	5	总学时	42	理论学时	32	实践学时	10
<p>课程目标：</p> <p>掌握数据采集的技术和方法，数据清洗的标准和流程，掌握统计分析、数据挖掘等数</p>							

据分析的基本概念、方法和工具，掌握报告撰写的基本原则和格式以及数据可视化技巧，了解问题解决的框架和方法以及决策制定的基本原则，能够进行商务数据的收集、数据的预处理、数据分析以及撰写商务数据可视化报告。
<p>主要内容：</p> <p>模块一电子商务数据化运营概述：电子商务运营认知、电子商务数据化运营认知；模块二数据采集与处理方案的制定：数据分析目标制定、数据分析指标制定、数据采集渠道及工具选择、数据采集与处理的方案构成及常用表格；模块三市场数据分析：市场数据分析认知、行业数据分析、竞争数据分析；模块四运营数据分析：运营数据分析认知、客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析、供应链数据分析；模块五产品数据分析：产品数据分析认知、产品行业数据分析、产品能力数据分析；模块六数据监控与数据分析报告撰写：数据监控、数据分析报告。</p>
<p>教学要求：</p> <p>采用项目教学、案例教学等教学方法，融入遵纪守法、诚信意识，批判意识和逻辑思维等思政元素，提升学生应用数据支持商务决策和策略制定能力。</p>
合作企业：泰盈科技集团股份有限公司、青岛尊道传媒有限公司
<p>引入合作企业教学项目、生产典型案例：</p> <p>引入泰盈科技集团股份有限公司“抖音短视频直播”审核项目。</p> <p>引入青岛尊道传媒有限公司“京东家电类品牌直播复盘”案例教学。</p>

（二）人才培养模式

网络营销与直播电商专业采用“一核双轨三阶四维”人才培养模式。一核（Core Focus）是指直播运营一个核心能力培养，双轨（Dual Tracks）是指学徒制和项目化两个培养轨道，三阶（Three Stages）是指实训、实战、实体三个培养阶段，四维（Four Dimensions）是指知识、能力、素质、创新四个人才培养评价维度。

围绕一核，设计“一基一心两翼多元”直播电商专业课程体系，即以商科通用能力为基础，强化优质直播内容生产和运营的核心职业能力，同时将市场营销、电子商务两大能力融入优质内容生产和运营，旨在培养能够从事新媒体推广、直播电商运营、直播电商主播、直播内容创作等岗位的复合型技术技能多元人才以及创新创业人才；通过产教融合校企合作，引入产业导师和真实直播电商运营项目，为学生提供实习实训机会，实施双轨模式的职业技能培养；设计仿真实训、项目实战、市场实产三个阶段的教学目标和内容，逐步提升学生职业能力；建立包括知识掌握、能力运用、素质表现和创新实践在内的综合评价体系，动态评价学生成长。

网络营销与直播电商专业人才培养中，持续深化三教改革、推进信息技术与教学有机融合。引入行业专家和企业导师，建设了高水平的省级教学创新团

队；持续结合最新的直播电商发展趋势和技术应用实施教材内容更新；采用翻转课堂、项目教学等多样化教学手段开展教学改革。同时建立在线学习平台，引进虚拟仿真技术，提供丰富的学习资源，增强学生学习体验，推进大数据、人工智能等信息技术辅助教学和学习过程。

（三）学生创新创业能力培养

网络营销与直播电商专业紧跟电商发展最新趋势，抓住当前直播、短视频电商发展新机遇，采用 SYB 教学模式开展直播电商实践教学，面向互联网行业企业、进出口公司、网店商家等企业培养以网络营销策划、直播运营推广、短视频制作运营、直播营销等为主的岗位群，助力大学生走上创新创业之路：

1. 创新开展多元化教学，推进教学与实战深度融合，采用 SYB 教学模式，通过与各类企业加强合作，成立多个实践基地，创新引入企业真实项目，培养高素质直播电商人才，助力大学生走好创业之路。

2. 建立一支专兼结合、结构合理、业务精良、相对稳定的师资队伍充分满足 SYB 教学与研究的需要。聘请来自企业一线的相关专业实践教学的高级技术人员和管理骨干担任兼职教师承担实践、实训教学，并积极参与专业教学改革，注重以短视频和直播电商为突破口，促进专业建设、学生创业能力培养以及社会人才供给。

3. 充分发挥和凝聚学院资源，综合利用“双创”空间、“双创”导师团队、电商实训中心等创新创业平台，充分发挥创新型直播电商人才教育教学平台相融合的优势。进一步加速产教融合，坚持开展共育共建，与优质企业深度合作，进行专业共建，企业教师进驻校内，与学校专任教师组成“双导师”，提供实践岗位和真实项目，开展校企联合培养。

4. 利用专业配备的移动商务实训室、商务摄影实训室、数据分析中心、直播间、短视频工作室等，同时配备多款模拟教学软件，包括网店运营教学软件、电子商务实训软件、仓储实训软件等通过丰富多样的案例、生动有趣的授课，引导学生系统地学习短视频制作、直播带货技巧、如何作一名优秀主播等内容，并参与到视频拍摄和直播带货的实践活动中，提升学生对短视频直播电商创业的了解和应用能力。

5. 积极引进企业真实项目开展教学。在实践过程中，坚持知行合一、德技并修，在校企共建实训基地的基础上，利用企业提供的直播账号和学校学生自建账号进行实践，提高教学效果。与日照本地和青岛多家电商企业进行“6·18”“双11”大促合作，引项目入校，岗位练兵，开展校内实训，以电商行业不同岗位为切入点提升学生技能。

6. 与当地知名企业联合成立现代学徒制班，通过学校、企业的深度合作，教师、师傅联合传授，对学生进行以技能培养为主的现代电商创业人才培养，将直播电商企业的工作规范、管理标准融入课程体系和教学内容中，同时将直播电商企业的创新创业案例融入教学中。依托创新型电商人才教学中心，开展定向培养，培养优秀电商创业人才，带动了学生就业创业和乡村振兴。

7. 通过校地融通共筑网络化销售平台，为地方特色产品直播带货，促进当地特色产品走出日照、走向全国。通过人才共育，提升学生岗位实践能力；通过岗课赛证综合育人，全面提升自身综合能力，整合政校行企各方资源，发挥合作各方优势，用“产业链”联结“专业群”，拓展教、学、训、践、研多种形式，打造产教融合实践场，形成产教融合新生态。

（四）课程思政

网络营销与直播电商专业的课程思政内容主要围绕培养学生的职业道德、社会责任感、创新精神以及正确的价值观等方面展开：

1. 职业道德教育

诚实守信：在网络营销与直播电商领域，诚信是立足之本。课程应强调诚信经营的重要性，教育学生在推广产品、直播销售等过程中要真实宣传，不夸大其词，不虚假宣传，树立诚信为本的职业操守。

合规经营：引导学生了解并遵守国家法律法规和行业规范，如《广告法》《消费者权益保护法》等，确保在从事网络营销与直播电商活动时合法合规，不触碰法律红线。

2. 社会责任感培养

关注社会公益：通过案例分析、课堂讨论等方式，引导学生关注社会公益事业，了解电商企业在促进就业、扶贫助困等方面的积极作用，鼓励学生积极

参与公益活动，为社会贡献自己的力量。

环保意识：在电商物流、包装等环节，强调环保意识的重要性，教育学生选择环保材料、减少包装浪费，共同推动绿色电商的发展。

3. 创新精神激发

创新思维培养：网络营销与直播电商行业快速发展，需要不断创新以适应市场变化。课程应鼓励学生敢于尝试新事物、新方法，培养创新思维和创业精神。

实践操作能力：通过项目实践、模拟演练等方式，提升学生的实践操作能力，让学生在实践中发现问题、解决问题，培养解决问题的能力 and 创新能力。

4. 正确价值观引导

社会主义核心价值观：将社会主义核心价值观融入课程教学中，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，成为有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义建设者和接班人。

爱国主义情怀：结合电商行业的国际竞争态势，培养学生的爱国主义情怀，激发学生的民族自豪感和责任感，为国家的繁荣富强贡献自己的力量。

5. 课程思政具体实施方式

案例教学：选取具有代表性的网络营销与直播电商案例，通过分析案例中的成功经验和失败教训，引导学生深入思考其中的职业道德、社会责任等问题。

课堂讨论：组织学生进行课堂讨论，就某个热点问题或争议话题发表自己的看法和见解，通过思想碰撞和观点交流，加深对课程思政内容的理解和认识。

实践活动：组织学生参与社会实践、志愿服务等活动，让学生在实践中感受职业道德和社会责任的重要性，增强责任感和使命感。

融入专业课程：将思政内容融入网络营销与直播电商的专业课程中，使思政教育与专业教育有机结合，形成协同效应。例如，在讲授网络营销策略时，可以引导学生思考如何制定符合社会道德规范的营销策略；在讲授直播电商技巧时，可以强调诚信经营和合规操作的重要性。

综上所述，网络营销与直播电商专业的课程思政内容涵盖多个方面，通过

多样化的教学方式和实践活动，全面提升学生的综合素质和职业素养。

（五）劳动教育

实践教学（集中性实践、认识实习、生产实习、岗位实习等）设立劳动教育教学模块，丰富劳动教育形式、内容与场所，共计 16 学时。

序号	课程名称	教学内容	劳动教育内容	学时
1	新媒体营销实训	新媒体营销矩阵运营	劳动精神	4
2	视觉营销设计实训	商品图片拍摄	工匠精神	4
3	短视频运营实训	短视频运营团队	劳动组织	2
4	岗位实习 I	直播设备安全维护	劳动安全	2
5	岗位实习 II	劳动法、合同法	劳动法规	4
合计				16

九、教学进程总体安排

（一）教学时间安排表

学年	学期	寒暑假	教学周数	教学安排						
				课堂教学环节	集中性实践教学环节	考试	机动	劳动教育（实践）	军事技能训练及入学教育	毕业教育
一	1	5	19	14	1	1	1		2	
	2	7	20	16	2	1	1			
二	3	5	20	11	6	1	1	1		
	4	7	20	12	6	1	1			
三	5	5	20	7	11	1	1			
	6		18	0	16	1	0			1
小计		29	117	60	42	6	5	1	2	1

（二）教学进程总体安排表

课程性质	课程代码	课程名称	课程类别	总学分	总学时	学时安排		学年/学期/周课时					
								第一年		第二年		第三年	
						理	实	1	2	3	4	5	6

						论	践	14 周	16 周	11 周	12 周	7 周	0 周
公共必修课程	GB2200B001	思想道德与法治	理+实	3	48	32	16	3/ 11w					
	GB2200B002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 I	理+实	1	16	14	2	1					
	GB2200B003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 II	理+实	1	16	14	2		1				
	GB2200B004	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	理+实	3	48	32	16		2				
	GB2200B005	形势与政策 I	理+实	0.2	8	8	0	8 学时					
	GB2200B006	形势与政策 II	理+实	0.2	8	8	0		8 学时				
	GB2200B007	形势与政策 III	理+实	0.2	8	8	0			8 学时			
	GB2200B008	形势与政策 IV	理+实	0.2	8	8	0				8 学时		
	GB2200B009	形势与政策 V	理+实	0.2	8	8	0					8 学时	
	GB1900B010	体育与健康 I	理+实	2	28	2	26	2					
	GB1900B011	体育与健康 II	理+实	2	32	2	30		2				
	GB1900B012	体育与健康 III	理+实	1	11	2	9			1			
	GB1900B013	体育与健康 IV	理论+ 实践	1	12	2	10					1	
	GB0500B014	大学生心理健康教育	理+实	2	36	30	6		2				
	GB0500A015	军事理论	理论	2	36	18	18	1					
	GB0800B016	职业生涯规划	理+实	1	14	10	4	1					
	GB0800B017	就业指导	理+实	1	12	9	3					1	
	GB0500B018	创新创业基础	理+实	2	32	24	8		2				
	GB0500B019	创新创业实践	理+实	1	11	8	3				1		
	GB0500A020	劳动教育 I (理论)	理论	0.5	8	8	0				8 学		

										时				
	GB0500A021	劳动教育 II (理论)	理论	0.5	8	8	0				8 学 时			
公共 限定 选修 课程	GD1902A022	经济数学 I	理论	2	42	42	0	3						
	GD1902A023	经济数学 II	理论	2	32	32	0		2					
	GD1900A024	大学英语 I	理论	3	56	56	0	4						
	GD1900A025	大学英语 II	理论	3	48	48	0		3					
	GD1900A026	大学语文 I	理论	2	42	42	0	3						
	GD1900A027	大学语文 II	理论	1	16	16	0		1					
	GD1400B028	信息技术与人工 智能	理+实	2	28	21	7	2	或 2					
	GD0500B029	大学生安全教育 I	理+实	0.5	8	8	0		8 学 时					
	GD0500B030	大学生安全教育 II	理+实	0.5	8	8	0		8 学 时					
	GD0500B031	大学生安全教育 III	理+实	0.5	8	8	0			8 学 时				
	GD0500B032	大学生安全教育 IV	理+实	0.5	8	8	0				8 学 时			
	GD2200A033	中华优秀传统文化	理论	1	16	16	0		1					
	GD1900A034	大学美育	理论	1	14	14	0	1						
	GD2241A035	中国共产党党史	理论	1	18	18	0			2	或 2	“四史” 课程至 少选修 1 门		
	GD2242A035	新中国史	理论	1	18	18	0			2	或 2			
	GD2243A035	改革开放史	理论	1	18	18	0			2	或 2			
	GD2244A035	社会主义发展史	理论	1	18	18	0			2	或 2			
	GD1981B036	艺术导论	理+实	1	18	14	4	2	或 2			公共艺术 课程 至少选 修 1 门		
	GD1982B036	音乐鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2					
GD1983B036	美术鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2						
GD1984B036	影视鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2						
GD1985B036	戏剧鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或						

									2		
	GD1986B036	舞蹈鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GD1987B036	书法鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GD1988B036	戏曲鉴赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
公共 任意 选修 课程	GX1199B001	水文化	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1199B002	中国水利史	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1399B004	无人机操控技术	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1499B005	Office 教程	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1499B006	网页制作	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1499B007	大数据技术	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1599B008	公共关系学	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1599B009	投资与理财	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1699B010	管理学	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1699B011	市场营销	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1899B003	环境学概论	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1999B012	普通话基础	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1999B013	传统文化与吟诵	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1999B014	演讲与口才	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1999B015	应用文写作	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
	GX1999B016	数学文化	理+实	1	18	14	4	2	或 2		
GX1999B017	数学建模	理+实	1	18	14	4	2	或 2			
GX1999B018	体育文化与欣赏	理+实	1	18	14	4	2	或 2			

学院统
一公选
课至少
选修2门

	GX2199B019	信息素养	理+实	1	18	14	4	2	或 2				
	GX0499B020	网络平台课程	理+实	1	18	14	4	2	或 2				
小计				48	806	634	172						
专业 基础 课程	ZJ1614B001	市场营销	理+实	2.5	48	30	18		4/ 12w				
	ZJ1614B002	商学基础	理+实	2.5	44	30	14			4			
	ZJ1614B003	新零售基础	理+实	2.5	44	30	14			4			
	ZJ1614B004	网店运营推广	理+实	2.5	44	30	14			4			
	ZJ1614B005	智能客户服务与 管理	理+实	2.5	44	30	14			4			
	ZJ1614B006	电子商务法律法规	理+实	2.5	48	36	12				4		
	ZJ1614B007	茶文化与茶营销	理+实	2.5	48	36	12				4		
	ZJ1614B008	电子商务基础	理+实	2.5	48	36	12				4		
专业 核 心 课 程	ZH1614B009	数字广告营销	理+实	3.5	64	44	20		4				
	ZH1614B010	视觉营销设计	理+实	2.5	44	30	14			4			
	ZH1614B011	短视频运营	理+实	2.5	44	30	14			4			
	ZH1614B012	内容策划与编辑	理+实	2.5	48	36	12				4		
	ZH1614B013	直播销售	理+实	2.5	48	36	12				4		
	ZH1614B014	直播运营	理+实	2.5	42	32	10					6	
	ZH1614B015	新媒体营销	理+实	2.5	42	32	10					6	
	ZH1614B016	商务数据分析	理+实	2.5	42	32	10					6	
专业 拓 展 课 程	ZX1600A001	AGI 通用技术	理论	1	18	18	0			2			至 少 修 2 门
	ZX1600A002	AI 商业应用	理论	1	18	18	0			2			
	ZX1614A029	品牌产品开发	理论	1	18	18	0			2			
	ZX1614A030	跨境电子商务基础	理论	1	18	18	0			2			
	ZX1614A031	跨境直播运营	理论	1	18	18	0			2			
	ZX1600A003	中国水文化景观 赏析	理论	1	18	18	0				2		至 少 修 2 门
	ZX1600A004	中国商业文化	理论	1	18	18	0				2		
	ZX1600A005	金牌服务技巧	理论	1	18	18	0				2		
	ZX1614A033	国际市场推广	理论	1	26	18	8				2		
	ZX1600A007	消费心理学	理论	1	18	18	0					2	
ZX1600A008	职场法则	理论	1	18	18	0					2	至 少 修 1 门	
ZX1600A009	财税基础	理论	1	18	18	0					2		
小计				46	832	620	212						
集 中	SJ0500C037	军事技能训练及 入学教育	实践	2	48	0	48	2w					

性 实 践 课 程	SJ1614C017	商务礼仪实训	实践	1	24	0	24	1w					
	SJ1614C010	数字广告营销实训	实践	1	24	0	24		1w				
	SJ1614C018	市场营销实训	实践	1	24	0	24		1w				
	SJ0500C038	劳动教育(实践)	实践	1	24	0	24			1w			
	SJ1614C020	短视频运营实训	实践	1	24	0	24			1w			
	SJ1614C021	视觉营销设计实训	实践	1	24	0	24			1w			
	SJ1614C022	数字营销职业技能 训练 I	实践	4	96	0	96			4w			
	SJ1614C023	客户服务与管理 实训	实践	1	24	0	24				1w		
	SJ1614C024	内容策划与编辑 实训	实践	1	24	0	24				1w		
	SJ1614C025	数字营销职业技能 训练 II	实践	4	96	0	96				4w		
	SJ1600C039	毕业设计	实践	3	72	0	72					3w	
	SJ1600C040	毕业教育	实践	1	24	0	24						1w
	SJ1600C041	岗位实习 I	实践	8	192	0	192					8w	
	SJ1600C042	岗位实习 II	实践	16	384	0	384						16w
小计(15门)				46	1104	0	1104						
合计(99门)				140	2742	1254	1488						
第二课堂				5	120			按《山东水利职业学院第二课堂 学分实施办法(试行)》相关要 求执行。					

(三) 各类课程学时(学分)分配表

课程体系	课程类别	学分数	学时数	学时 占比	理论 学时	实践 学时	实践学时 占比
公共基础课 程模块	公共必修课	25	408	14.88%	255	153	5.58%
	公共限定选修课	21	362	13.20%	351	11	0.40%
	公共任意选修课	2	36	1.31%	28	8	0.29%
	小计	48	806	29.39%	634	172	5.98%
专业课程 模块	专业基础课	20	368	13.42%	258	110	4.01%
	专业核心课	21	374	13.64%	272	102	3.72%
	专业拓展课	5	90	3.28%	90	0	0.00%
	小计	46	832	30.34%	620	212	7.73%

集中性实践 课程模块	军事技能训练及入学教育	2	48	1.75%	0	48	1.75%
	劳动教育（实践）	1	24	0.88%	0	24	0.88%
	综合实践 （含毕业设计）	18	432	15.75%	0	432	15.75%
	毕业教育	1	24	0.88%	0	24	0.88%
	岗位实习	24	576	21.00%	0	576	21.00%
	小计	46	1104	40.26%	0	1104	40.26%
合 计		140	2742	100%	1254	1488	54.27%
总学时/最低修读学分			2742/140				

（四）专业综合实践项目设置

序号	综合实践项目	开设学期	周数	主要内容及要求
1	商务礼仪实训	第一学期	1	<p>主要内容：商务形象礼仪、商务沟通礼仪、商务服务礼仪、餐饮礼仪、谈判礼仪。</p> <p>要求：培养得体的着装、整洁的仪表、专业的行为举止，塑造专业、自信、尊重他人的商务形象；掌握有效沟通的方法技巧，使用礼貌、专业的语言，能够建立互信、合作的沟通氛围；培养主动、热情、细致的服务意识，提升对客服务的能力；掌握商务宴请礼仪，了解不同文化的餐饮习俗；熟悉商务谈判技巧，掌握有效谈判策略；撰写实训报告，总结实训经验，反映学习成果。</p>
2	市场营销实训	第二学期	1	<p>主要内容：市场调研与分析、市场细分与目标市场定位、产品策略与品牌管理、定价策略与销售渠道选择、促销策略与广告创意。</p> <p>要求：积极参与实训活动，主动学习并应用市场营销概念；具备良好的团队合作精神，共同完成实训任务；在产品的设计、广告创意等方面积极创新；遵守实训时间安排，确保按时完成实训任务；熟练使用实训中提供的各种工具和软件，如市场调研工具、广告设计软件等；遵守所有安全规定和行业标准；撰写实训报告，总结实训经验，反映学习成果。</p>
3	数字广告营销实训	第二学期	1	<p>主要内容：营销市场分析、网页搜索排名分析、关键词挖掘与分析、搜索排名优化、搜索排名广告营销与分析、搜索引擎品牌营销推广与分析、推荐引擎落地页推广与</p>

				<p>分析、推荐引擎应用程序推广与分析、推荐引擎线下门店推广与分析。</p> <p>要求：熟练掌握营销市场分析、网页搜索排名分析和关键词挖掘与分析方法与技巧完成网页搜索排名优化；能进行搜索竞价排名广告营销、搜索引擎品牌营销、搜索引擎营销效果分析与优化，利用推荐引擎完成不同场景的推广工作；能完成推荐引擎受众定向效果分析，对广告展现量、点击量和转化量进行优化；能完成推荐引擎广告目标受众精准定向，编辑与设置广告创意，合理选择广告效果分析方法对广告推广数据进行分析。</p>
4	短视频运营实训	第三学期	1	<p>主要内容：短视频内容策划、短视频拍摄技巧、拍摄设备选择与使用、画面构图与镜头运用、光影运用与色彩搭配、短视频编辑与后期制作、实训总结与评估。</p> <p>要求：通过实际操作，掌握短视频创作的基本流程与技巧，提升短视频制作能力；能够独立完成短视频的主题策划、脚本编写、拍摄与后期制作，注重创意与实用性的结合；在拍摄过程中，注意画面稳定、构图合理，运用光影与色彩营造出良好的视觉效果；熟练掌握视频剪辑软件，能够高效地进行视频剪辑、特效处理与音频调整，确保视频质量；通过作品展示、互评与指导教师点评等方式对实训效果进行评估，不断总结经验与教训，提升短视频创作水平。</p>
5	视觉营销设计实训	第三学期	1	<p>主要内容：视觉设计基础理论、设计软件操作、创意思维培养视觉设计营销应用：主图设计、详情页设计。</p> <p>要求：掌握视觉设计的基本概念和原理，包括色彩、构图、字体等元素的运用；学会使用专业设计软件进行图形设计和图像处理；培养创意思维和设计能力，能够独立完成视觉设计项目的策划和执行；了解视觉设计在营销中的应用，掌握如何通过视觉设计提升品牌形象和营销效果；培养学生的团队合作精神和创新精神，提升解决实际问题的能力。</p>
6	数字营销职业技能训练 1	第三学期	4	<p>主要内容：人群画像与分析、数字化信息触达、客户关系连接、营销关系交易与回报。</p> <p>要求：掌握人群画像的定义能进行人群画像分析和人群画像价值转化规划；能进行营销信息策划、触达方式策划和信息覆盖率提升策划；能进行客户关系连接分析、客户关系连接规划、客户关系营销管理；能进行营销关系变现策划、交易促成和营销关系交易与回报分析；遵守实训时间安排，确保按时完成实训任务；熟练使用实训中提供的各种工具和软件；遵守学术诚信原则，不得抄袭或剽窃他人作品，遵守所有安全规定和行业标准。</p>
7	客户服务与管理	第四学期	1	<p>主要内容：客户购买行为分析、客户选择、客户开发、客户信息管理、客户分级管理、客户的沟通管理、客户满意度管理、客户忠诚管理、流失客户的挽回。</p>

	实训			<p>要求：深入理解客户购买行为分析的重要性，并能结合市场营销理论进行分析和应用；在电商对客户的选择、开发和管理过程中，应与团队紧密合作，协调各项任务，确保高效完成实训目标；在实训中展现创新能力，提出新颖的策略和创意；熟练掌握与客户购买行为分析、客户信息管理等相关的工具和软件，以提高实训效率和成果质量；遵守所有安全规定和行业标准，保障客户数据的安全性和合法性；撰写详尽的实训报告清晰展现学习成果和实践经验。</p>
8	内容策划与编辑实训	第四学期	1	<p>主要内容：商品认知与卖点提炼、网店内页文案策划与写作、网络推广文案策划与写作、内容电商文案策划与写作。</p> <p>要求：掌握商品认知的方法、目标消费人群的分析与定位的方法、竞争对手的分析与定位的方法、商品卖点提炼的方法；掌握商品标题的拟定方法、商品详情页文案的写作方法、学会塑造商品品牌故事；掌握微博、微信、资讯类网站、社群推广文案的写作方法；熟悉常见的内容电商平台、掌握淘宝内容电商文案的写作。</p>
9	数字营销职业技能训练 2	第四学期	4	<p>主要内容：热情接待与问候、需求分析与理解、专业知识传递与解答、问题解决与反馈处理、个性化服务与定制建议、客户关系维护与忠诚度提升、投诉处理与服务改进、信息管理与保密责任团队协作与沟通配合、技术工具应用与效率提升。</p> <p>要求：通过热情的言语和行为，向每一位客户传递友好与专业；具备分析客户需求的能力，能够细致地听取和理解客户的要求和期望；掌握相关行业知识，能够清晰地向客户传递正确的信息并解答其疑问；迅速响应客户的问题和反馈，寻找并提供有效的解决方案；能根据客户的个性化需求，提供定制化的服务和建议；通过积极沟通和有效的服务，建立良好的客户关系并提升客户忠诚度；具备处理客户投诉的技能，能够识别问题、及时响应，并参与改进服务流程和质量；严格遵守信息管理和保密责任，确保客户信息的安全和合规性；有效地与团队成员协作，分享信息、协调资源；熟练运用各种客户服务技术工具，提高工作效率和服务质量。</p>
10	毕业设计	第五学期	3	<p>主要内容：选题与立项、市场调研分析、产品选择与管理、营销策略制定、运营数据分析、客户服务与关系管理、风险评估与应对策略。</p> <p>要求：选题要求紧密结合专业，内容具有创新性、实用性和可行性；内容要求包括市场分析、策略设计、方案实施和效果评估；成果要求形式规范，字数要求 5000 字以上，具有原创性和实践性。</p>
11	岗位实习	第五、	24	<p>主要内容：市场调研与分析、营销策划与执行、营销渠道管理、数据分析与优化、客户关系管理、直播前准备、</p>

		六学期	直播过程、直播后总结、商品管理与库存控制 要求：熟悉网络营销的基本概念和理论，掌握市场分析、营销策划、数据分析等技能；具备良好的沟通能力和团队协作能力，能够与客户、团队成员有效沟通；具备创新思维和解决问题的能力，能够提出创新的营销策略和解决方案；具备良好的语言表达能力和镜头感，能够吸引观众并有效传达产品信息；能够与观众建立良好的互动关系，提升观众的参与度和购买意愿；熟悉商品的特点和卖点，能够准确解答观众的问题；直播过程中能够迅速对突发情况做出反应并妥善处理。
--	--	-----	--

十、职业证书

序号	职业类证书	等级	认证单位	对应学习主要课程	拟考学期
1	数字营销技术应用职业技能等级证书☆	中级	中教畅享科技有限公司	市场营销、数字营销	2
2	直播电商职业技能等级证书☆	中级	南京奥派信息产业股份公司	内容策划与编辑、直播销售、直播运营、商务数据分析	4
3	新媒体营销职业技能等级证书☆	中级	南京奥派信息产业股份公司	新媒体营销	4
4	互联网营销师*	中级	中国轻工业联合会、工业和信息化部人才交流中心，以及全国各省市人社部备案的第三方机构	内容策划与编辑、直播销售、直播运营、商务数据分析	5

注：*表示职业资格证书；☆表示职业技能等级证书。

十一、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，应满足培养目标、人才规格的要求，应该满足教学安排的需要，应该满足学生的多样学习需求，应该积极吸收行业企业参与。

（一）师资队伍

1. 队伍结构基本要求

该专业教学团队需配置团队专兼职教师 30 余人，其中专任教师数量稳定在

18名以上，且高级职称教师占比保持在40%以上，在校生与专任教师之比不高于18:1（不含公共课）。团队中持有电子商务师、互联网营销师等职业资格证书的教师占比达到85%以上，中高级“双师型”素质教师占比达到90%以上，形成合理的梯队结构。

2. 专业带头人的基本要求

专业带头人应具有副高及以上职称，持有高级电子商务师、互联网营销师等职业资格证书，具备高级“双师型”素质，能够较好地把握国内外直播电商行业发展趋势，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的实际需求，精通直播电商专业相关理论和知识，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科教研工作能力强，成为专业建设的龙头，具备最新的建设思路，主持专业建设各方面工作，能够指导骨干教师完成专业建设方面的工作，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。专业带头人应积极参加专业建设培训及专业相关的研讨会，应定期通过多种渠道了解岗位任务变化情况；回访用人单位和毕业生，征求他们对专业教学的意见和建议，以便更好地指导专业建设，更新教学内容，提高毕业生的工作适应能力。

3. 骨干教师的基本要求

骨干教师应具有中级及以上职称，持有中级及以上电子商务师、互联网营销师等职业资格证书，具备中级及以上“双师型”素质，应掌握电子商务领域工作流程和相关核心技能；协助专业带头人制定专业标准、参与课程体系改革；主持或参与专业核心技能课程建设；应积极参加专业及课程建设培训，参与专业课程的开发工作；每5年累计不少于6个月的企业实践经验，提高技能操作水平；积极参加各类教学比赛，提高教学水平；应协助专业带头人参与专业建设与课程建设，编制教学文件。

4. 专业教师的基本要求

具有高校教师资格，具有初级及以上职称，持有初级及以上电子商务师、互联网营销师等职业资格证书，具备初级及以上“双师型”素质，有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有工商管理、国际贸易、市场营销、电子商务等相关专业研究生及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实

践能力；能够胜任 2-3 门专业课程的教学，能熟练地对每门课程的 3—5 个模块进行模块化教学设计与组织实施；具有数字素养和较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

5. 外聘教师的基本要求

外聘教师须具有中级以上职称，持有中级及以上电子商务师、互联网营销师等职业资格证书，具备中级及以上“双师型”素质，须为本专业相关的行业企业岗位专家或一线技术能手，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，能承担专业课程教学、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

教学设施应满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等应达到国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

1. 教室

教室应配备易于清洁和使用的黑板或白板，以满足基本教学需求。配备多功能多媒体计算机，支持教学软件、演示文稿和其他多媒体材料的展示。安装高清投影仪和音响系统，提供稳定可靠的互联网接入或 WiFi 环境并具有网络安全防护措施，支持在线教学资源的访问和使用，同时保护教学数据安全。教室应符合紧急疏散的安全标准，设置明显的疏散指示标志，保持所有逃生通道畅通无阻，无障碍物阻挡，确保紧急情况下快速疏散。教室应具备良好的采光和通风条件。提供足够数量的、符合人体工学的座椅和课桌，适应不同身高和体型的学生。配备必要的教学辅助工具，如激光指示器、智能笔等，增强教学互动性。

2. 校内实训基地

序号	实验实训室（基地）名称	功能	工位数	面积 /m ²	使用课程
1	视觉营销实训室	提供视觉营销理论教学和实践操作，培养学生的视觉营	24	50	视觉营销设计

		销设计能力			
2	020 数字零售实训室	结合线上与线下零售模式，教授数字零售的运营和管理技能	24	60	零售基础
3	智慧零售实训室	利用智能技术，教授智慧零售的运营流程和品牌产品开发技能	60	130	品牌产品开发
4	电商平台运营实训室	模拟电商平台环境，教授商品上架、订单处理和客户服务等运营技能	24	60	市场营销 电子商务基础
3	客服实训中心	提供客户服务与管理理论教学和技能培训，提高学生的沟通能力和问题解决技巧	84	200	客户服务与管理 客户服务与管理实训
4	短视频拍摄与制作实训室	教授短视频的拍摄、剪辑和制作，培养学生的创意表达和媒体制作能力	60	160	视觉营销设计 短视频运营 短视频运营实训
5	直播实训室	提供直播营销理论教学和实践操作，培养学生的直播技巧和互动营销能力	200	860	直播运营 直播运营实训 跨境直播运营
6	内容策划与编辑实训室	教授内容策划和编辑技巧，培养学生的创意思维和文案能力	50	90	内容策划与编辑
7	短视频运营中心	专注于短视频内容的策划、制作和运营，提高学生的新媒体运营能力	60	160	短视频运营 短视频运营实训
8	新媒体营销实训室	教授新媒体营销策略，培养学生的社交媒体管理和内容推广能力	50	120	新媒体营销 新媒体营销实训
9	商务数据分析实训室	教授商务数据的收集、分析和解读，培养学生的数据驱动决策能力	50	120	商务数据分析 商务数据分析实训
10	移动商务运营	教授移动商务平台	60	160	网店运营推广

	实训室	的运营和管理，培养学生的移动互联网营销技能			
11	数字营销实训室	教授数字营销的策略和工具，培养学生的在线广告和SEO/SEM能力	60	130	数字广告营销 数字广告营销实训
12	网络营销实训室	教授网络环境下的营销技巧，培养学生的网络推广和品牌建设能力	50	90	茶文化与茶营销
13	文化体验中心	提供文化交流和体验活动，培养学生的文化理解和跨文化交流能力	50	120	商业文化

3. 校外实训基地

序号	校外实习实训基地名称	合作企业名称	合作类型	合作内容
1	日照安心电子校外实训基地	日照安心电子商务公司	CDE	其中3人业余时间授课 提供教师锻炼岗位 合作开发直播销售与运营课程 《电商直播实训》课程实训教学
2	山东远传校外实训基地	山东远传科技信息服务有限公司	BDHF	提供专业对口实习岗位 提供教师锻炼岗位 合作开发短视频切片产品 指导专业建设
3	北京电商联盟校外实训基地	北京电商联盟科技有限公司	ABCDEFGH	制定人才培养方案 共同建设实验实训室 共同开发课程体系、教学标准以及教材、教学辅助产品 合作研发岗位规范、质量标准、产品标准 共同实施教学设计、实习实训、社会培训 指导专业建设
4	浙江怡拓校外实训基地	浙江怡拓电子商务有限公司	ABCDEFGH	制定人才培养方案 共同建设实验实训室 共同开发课程体系、教学标准以及教材、教学辅助产品 合作研发岗位规范、质量标准、产品标准 共同实施教学设计、实习实训、社会培训

				指导专业建设
5	苏州追觅校外实训基地	追觅科技（苏州）有限公司	ABC	提供专业对口实习就业岗位 提供教师锻炼岗位 合作小家电电商客服社会服务项目
6	京东教师驻企工作站	江苏京东信息技术有限公司	ABD	提供专业对口实习和就业岗位 提供教师锻炼岗位

说明：1. 合作企业名称为全称；2. 合作类型（供参考）：A. 提供学生就业岗位，B. 提供学生实习岗位，C. 提供兼职教师，D. 提供教师锻炼岗位，E. 合作开发课程，F. 指导专业建设，G. 开展现代学徒制合作，H. 合作开发产品，I. 采纳技术服务。

（三）教学资源

组建教材选用委员会（包括专业教师、行业企业专家、教科研人员、教学管理人员等），选用过程须公开、公平、公正，严格按照程序选用，按照国家规定选用优质教材，优先选用国家级、省部级获奖高职教材和能够反映先进技术水平、国家级、省部级规划教材，所选教材的内容能够反映新知识、新技术、新业态，选用近三年出版的高职高专教材，与行业企业合作开发的专业课程教材，与1+X 职业技术职业资格证书考核相结合教材。禁止不合格的教材进入课堂，学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

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：电子商务专业涉及的职业标准、技术手册、操作规范、规章制度以及案例类图书、5 种以上专业期刊等。

结合专业需要，开发和配备一批与本专业有关的优质音视频素材、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，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求，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。

1. 课程教材使用建议表

序号	课程名称	推荐教材	出版社	主编	教材类型 (数字、新形态、传统教材等)
----	------	------	-----	----	------------------------

1	商学基础	《经济学基础》	高等教育出版社	冯瑞	新形态教材
2	市场营销	《市场营销》	高等教育出版社	毕思勇	新形态教材
3	电子商务法律法规	《经济法》	高等教育出版社	高庆新、李霞	新形态教材
4	茶文化与茶营销	《茶艺服务与管理》	科学出版社	饶雪梅	新形态教材
5	新零售基础	《新零售实务(微课版)》	人民邮电出版社	张卫林、庄新美子	新形态教材
6	网店运营推广	《网店推广》	高等教育出版社	北京鸿科经纬科技有限公司	新形态教材
7	智能客户服务与管理	《客户服务实务(第二版)》	高等教育出版社有限公司	王鑫	新形态教材
8	电子商务基础	《电子商务基础》	人民邮电出版社	白东蕊	新形态教材
9	数字广告营销	《数字广告营销》	高等教育出版社	北京鸿科经纬科技有限公司	新形态教材
10	视觉营销设计	《网店视觉营销与美工设计[微课版](第2版)》	北京理工大学出版社	童海君、陈民利	新形态教材
11	内容策划与编辑	《移动商务文案写作》	人民邮电出版社	陈庆	新形态教材
12	短视频运营	《短视频策划+拍摄+制作+运营》	人民邮电出版社	姜自立	新形态教材
13	直播销售	《互联网营销师》	中国劳动社会保障出版社	互联网营销师职业技能等级认定培训教材编委会	新形态教材
14	直播运营	《直播电商运营》	北京理工大学出版社	汪永华、郑经全	新形态教材
15	新媒体营销	《新媒体营销》	东北财经大学出版社	李小敬、张蒙蒙	新形态教材
16	商务数据分析	《电子商务数据分析概论》	高等教育出版社	北京博导前程股份有限公司	新形态教材

2. 数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址	级别(无、校级、市级、省级、国家级)	备注
1	新媒体营销	http://t.g2s.cn/84511RW3	国家级	自建
2	营销中国茶	http://t.g2s.cn/4WLVyzMR	省级	自建

3	社会化媒体营销	https://hikeweb.zhihuishu.com/hikeTch/meetClassList/10777426?VNK=b34d6e00	省级	引用
4	商务礼仪与职场处世	https://coursehome.zhihuishu.com/courseHome/1000062438#teachTeam%23teachTeam	校级	自建
5	电子商务教学资源库	https://vocational.smartedu.cn/resourceDetails/index.html?courseId=d3itawcup5xjzqo14rrncg	省级	自建
6	职场法则	https://www.xuetangx.com/course/sdwcvc03011001858/16906449?channel=i.area.manual_search	校级	自建
7	数字营销技术应用	http://dm.itmc.cn	国家级	引用
8	网店运营推广	http://yun.hotmatrix.cn/	国家级	引用

（四）教学方法

1. 教学方法与教学手段

网络营销与直播电商专业的教学方法与教学手段应当结合理论与实践，注重培养学生的实际操作能力和创新思维。具体的教学方法包括：

（1）案例分析

选择具有代表性、典型性和时效性的电商平台案例进行分析，对案例中的网络营销与直播电商策略和方法进行深入剖析，包括策略的制定依据、实施过程、效果评估等方面，让学生在讨论总结中学习掌握直播销售技巧、电商平台操作、数据分析等技能。

（2）任务驱动

根据教学目标和内容，设计一系列与网络营销、直播电商相关的项目任务，如策划一场直播活动、制定一份营销方案等，让学生在实践中学习网络营销和直播的理论知识与实践技能。

（3）探究教学

根据直播销售和运营的实际问题，设计具有探究性的学习任务。例如，如何提升直播间流量、如何优化直播内容以吸引观众等。学生围绕这些问题展开学习，通过查阅资料、分析案例、小组讨论等方式，寻找解决方案。

（4）实战模拟

通过模拟真实的市场环境和商业场景，让学生在模拟中体验网络营销与直播电商的全过程，提升应对复杂商业环境的能力。

（5）竞赛激励

组织学生参加各类网络营销和直播电商的竞赛，激发学生的创新精神和竞争意识，同时为学生提供展示才华和获取荣誉的机会。

网络营销与直播电商专业的教学手段主要包括：

（1）多媒体教学：利用 PPT、视频、音频、图片等多种媒体形式进行教学，直观地展示教学内容，提高学生的学习兴趣 and 参与度。

（2）在线教学平台教学：利用数字化教学资源、仿真模拟软件等平台线上教学。

（3）直播教学：直接在直播平台上进行授课，学生在线观看并参与互动，直观地了解直播电商的运作流程，同时提高学生的参与度和互动性。

（4）实践教学：组织学生参与企业实习、校企合作项目等，通过实践让学生将所学知识应用于实际工作中，提高学生的实际操作能力和解决问题的能力。

2. 教学组织形式

以学生为中心，灵活采用案例教学、任务驱动、项目教学和翻转课堂等多样化方法教学组织，实现学中做、做中学。教师需根据教育目标、课程要求、学生特点和可用资源，运用智能管理系统、仿真实训、数字资源和企业项目等手段，提高课堂互动效果和学习效率。利用信息技术提升学生的自主学习能力，通过数据分析和人工智能工具培养学生的市场分析和内容创作技能，通过企业项目让学生深入真实商业场景，提升电商实战技能 and 创新能力。通过灵活的教学组织，培养解决实际问题的能力、终身学习习惯 and 创新精神，为学生的专业成长 and 未来职业发展奠定坚实的基础。

（五）学习评价

通过构建“师德第一标准、教学实绩为要、科研质量为基、社会服务水平为重”的“四位一体”教师综合评价体系，强化对教师教学过程的质量监控。通过学生反馈、同行评审、教学观察、教学成果展示、科研成果转化和社会服

务到账额等多种评价手段和工具，对教师在师德、教学、科研和社会服务方面的教学实践进行评估。

形成“六主体、三维度、全过程、多元化”学生学业评价体系。通过教务系统、学生、家长、同伴、教师和企业导师评价六个评价主体，从理论知识、实践技能以及职业素养三个维度，从过程评价和终结评价两方面全面评价学生表现。过程性评价主要采用课堂表现、作业与测试、项目跟踪、实践操作等考核形式，终结性评价主要采用期末测试、综合测评等考核形式。为增强评价体系的全面，建立了平台项目积分、竞赛成绩替代考试、职业资格认证等多元化评价标准，以适应不同学生的学习风格和特长。

（六）质量管理

1. 系统化的质量监控与诊断改进机制

建立院（系）两级的质量保障架构，明确各自的职责和权限，确保质量监控的全面性和系统性。利用智慧校园管理平台，构建“五纵五横一平台”的内部质量保证网络，实现从学校到学生各个层面的质量监控和管理。定期对课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计等环节进行教学诊断，确保教学质量的持续提升。通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，形成闭环的质量改进流程。

2. 完善的教学管理制度与实践环节

加强教学管理，完善教育教学实施过程制度和标准，推进教育教学管理精细化，确保日常教学活动的有序运行。通过巡课、听课、评教、评学等制度，收集教学反馈，及时调整教学策略。建立与行业企业联动的实践教学督导制度，强化实践教学环节，确保教学内容与企业实际需求紧密结合。定期组织公开课、示范课和教研活动，促进教学方法和内容的创新，提升教师的教学能力和学生的学习体验。

3. 毕业生跟踪反馈与社会评价机制

建立毕业生跟踪反馈机制，对毕业生的就业情况、职业发展进行跟踪，收集毕业生和社会对人才培养质量的反馈。定期发布《质量保证体系自我诊改报告》和《质量年度报告》，向社会公开教学质量和人才培养的成效，接受社会

监督。通过毕业生和社会的反馈，不断调整和优化人才培养方案，确保教育教学质量与社会需求的契合度，形成持续改进的质量文化。

十二、毕业要求

项目	学分要求					第二课堂学分	其他要求
	课程学分						
	课程总学分	必修课学分	限选课学分	任选课学分			
满足条件(≥规定学分)	140	112	21	7	5 (不计入正常教学活动学分)	1. 原则上要获得1个专业相关职业类证书(省级竞赛三等奖以上的证书可以代替)。 2. 体育课程满足规定要求。 3. 公共艺术课程和大学美育至少修满2个学分。	

注：体育课程要求。根据教育部关于印发《国家学生体质健康标准（2014年修订）》的通知（教体艺〔2014〕5号）文件精神，体质测试成绩达不到50分者，按照结业或肄业来处理（符合免测条件的学生除外）。

十三、研制团队

序号	姓名	工作单位	专业	职称/职务
1	马斌	山东水利职业学院 商务管理系	财务管理	商务管理系主任/ 副教授
2	李小敬	山东水利职业学院 商务管理系	电子商务	电子商务教研室主任/ 副教授
3	张蒙蒙	山东水利职业学院 商务管理系	电子商务	电子商务教研室副主任/ 副教授
4	徐斌	山东水利职业学院 商务管理系	工商管理	讲师
5	卢斌	山东水利职业学院 商务管理系	电子商务	讲师
6	张文静	山东水利职业学院 商务管理系	数据分析	讲师
7	刘凌霄	山东水利职业学院 商务管理系	视觉设计	讲师
8	郑紫羽	山东水利职业学院 商务管理系	电子商务	讲师
9	郭广超	北京电商联盟科技有限公司	总经理	高级
10	丁海超	日照市东港区紫烟网络	总经理	高级

		信息技术有限公司		
11	孙浩铭	日照九衍网络科技有限公司	总经理	高级
12	刘恒鹏	山东远传科技信息服务有限公司	总经理	高级
13	邢琳琳	浙江怡拓电子商务有限公司	总经理	高级

十四、继续专业学习深造建议

本专业毕业生可通过专升本、开放教育、成人高考、自学考试、海外进修、专项学习等途径继续专业学习。

接续高职本科专业：全媒体电商运营、电子商务、市场营销

接续普通本科专业：电子商务、电子商务及法律、市场营销

也可在以后的工作中通过技术培训、参与项目研究、产品开发等生产实践，提高自身专业素养和技术水平。