



厦门南洋职业学院
网络营销与直播电商专业
人才培养方案

专业名称及代码:	530704
学制:	三年
适用年级:	2024 级
专业负责人:	李娟
制定日期:	2024 年 6 月 17 日

目录

第一章编制说明	4
第二章网络营销与直播电商专业人才培养方案	5
一、专业名称及代码	5
二、入学要求	5
三、基本修业年限	5
四、职业面向	5
（一）主要职业面向	5
（二）工作岗位举例	6
（三）工作任务与职业能力分析	6
五、培养目标与培养规格	6
（一）培养目标	6
（二）培养规格	7
六、课程设置及要求	9
（一）公共基础课	9
（二）专业基础课	12
（三）专业核心课	12
（四）专业拓展课	14
（五）实践教学安排	15
七、教学进程总体安排	17
（一）教学进程总体安排（单位：周）（每学期按 20 周计算）	17
（二）专业教学计划进程表（详见附录 2）	17
（三）实践教学体系各环节具体安排	17
（四）课程结构比例	18
八、实施保障	18
（一）师资队伍	19

(二) 教学设施 (对校内外实习实训基地、教室等提出有关要求。)	20
(三) 教学资源	21
(四) 教学方法	22
(五) 学习评价	22
(六) 质量保障	22
九、毕业要求	23
十、附录	24
附录 1: 网络营销与直播电商专业人才培养方案评审表	24
附录 2: 专业计划进程表	25

第一章编制说明

本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由厦门南洋职业学院网络营销与直播电商专业教研室与中联集团教育科技有限公司、中教畅享（北京）科技有限公司、厦门市星购信息科技有限公司等企业共同制订，并经教学指导委员会审定、学校批准在网络营销与直播电商专业实施。

主要编制人：

网络营销与直播电商教研室：李娟讲师

电子商务教研室：黄澄副教授

工商管理教研室：邱晓慧副教授

中联集团教育科技有限公司：陈建凡福建区域总监

中教畅享（北京）科技有限公司：江家园福建区域经理

厦门市星购信息科技有限公司：曹昌茂副总经理

金华市思睿信息科技有限公司：周慧敏产品经理

审定：

厦门南洋职业学院：

林莉经管三创学院院长/教授

黄澄经管三创学院院长助理/副教授

孔佩伊经管三创学院院长助理/副教授

邱晓慧工商管理教研室主任/副教授

李娟网络营销与直播电商教研室主任/讲师

厦门市星购信息科技有限公司：曹昌茂副总经理

金华市思睿信息科技有限公司：周慧敏产品经理

第二章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有同等学力毕业生

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

（一）主要职业面向

业名称	所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应的行业	主要职业类别	主要岗位类别 (技术领域)	职业技能等级证书	社会认可度高的行业企业标准和证书举例
网络营销与直播电商	财经商贸大类 (53)	电子商务类 (5307)	互联网和相关服务、商业服务业	销售人员、商务服务人员	网络营销策划、新媒体运营、电商主播、互联网产品销售、直播策划与推广、短视频创作和运营、客户服务	直播电商(1+X证书)、网络直播运营(1+X证书)、社交电商(1+X证书)、网店运营推广(1+X证书)	电子商务师、互联网营销师、全媒体运营师

（二）工作岗位举例

序号	职业领域	工作岗位		
		初始岗位	目标岗位	发展岗位
1	网络营销与直播电商	电商直播助理， 电商行业客服	直播销售员、网络 营销与推广专员	新媒体运营主管、 电商直播总监、直 播经纪人

（三）工作任务与职业能力分析

专业名称	典型工作任务	职业能力	对应课程或项目
网络营销与直播电商专业	新媒体营销	各大媒体平台运营能力；营销活动策划能力；短视频策划、拍摄制作、脚本撰写以及发布与推广技能；品牌营销策划能力；	市场策划、网络推广、新媒体运营、商品拍摄与素材编辑、内容策划与编辑、直播营销与运营、
	直播电商	产品直播销售能力；直播电商客户服务能力；直播销售数据分析能力；掌握电商直播技巧；遵守电商直播法律法规；	直播电商基础、客户服务管理、商务谈判与技巧、直播运营、电商直播客服、消费心理学、直播商务礼仪
	电商平台运营	电商平台运营能力；电商运营数据分析能力；基本的电商企业管理能力；	数据化运营与管理、商务数据分析、市场调查与预测、电子商务法律法规、营销渠道运维

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业面向开展网络营销与直播电商业务的中小企业，旨在培养理想信念坚定、德智体美劳全面发展，具有良好的人文素养、职业道德和创新精神，掌握扎实的科学文化基础和网络推广、直播销售、新媒体营销及相关法律法规等专业知识，具备直播运营、内容策划与编辑、渠道开拓和运维等专业技能，面向网络运

营、新媒体运营、直播运营等职业岗位，为社会培养更多的具备从事网络营销推广、直播电商运营、市场策划、新媒体运营等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质规格

（1）坚定拥护中国共产党的领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有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、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（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。

（4）勇于奋斗、乐观向上，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）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

2. 知识

（1）掌握必备的思想政理论、科学文化知识和中华优秀传统文化知识。

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

（3）掌握计算机应用、网络技术的基本理论、电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。

（4）掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。

（5）掌握市场策划、商务谈判技能及消费者行为分析的方法。

（6）掌握商品拍摄、视觉营销和网络文案写作的方法。

（7）掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识。

（8）掌握主流直播电子商务平台的运营规则和推广方式、新媒体运营与直播运营的方法。

(9)掌握直播电商运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识掌握必备的政治理论、科学文化基础和中华优秀传统文化等知识。

3. 能力（从基本职业能力、核心职业能力、职业拓展能力等方面描述）

（1）基本职业能力

①把握马克思主义中国化理论；了解国家的路线、方针、政策；学会做人、做事知识并转化为思想政治素养和能力。

②具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、数据思维、互联网思维，掌握体育锻炼基本方法及军事基本知识，加强意志品质锻炼，了解心理健康的标准和调试的方法。

③具备探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

④具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

⑤熟练计算机基本操作技能。

⑥具备一定的英语听说读写能力。

⑦职业生涯发展与就业、创业能力。

⑧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；

（2）核心职业能力

①具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术能力；运用现代通讯技术和互联网从事直播电子商务相关活动的的能力。

②具有网络营销与直播策划、网络销售、数字化运营、新媒体推广等专业知识和综合运用能力，能综合利用新媒体，整合线上线下资源进行营销推广活动。

③具有渠道运营策划、销售渠道拓展维护、渠道绩效管理、产品策划和评估分析、行业定位分析、销售策划制定等能力。

④具有摄影技巧、创意拍摄、视觉营销技能，运用相关软件对商品进行拍摄与编辑，制作突出卖点的图片，进行活动推广的能力。

⑤具有市场调研与运营方案策划推广、新媒体营销运营效果监测的能力。

⑥具有直播策划与运营、流量引入、直播数据分析与优化的能力。

(3) 专业拓展能力

- ①移动短视频创意、制作和编辑推广的能力。
- ②在纯英文环境中从事跨境直播电商业务的能力。

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课

1. 课程规定

公共基础课分为必修和选修，课程时数不少于教学活动总学时数的 25%（高职）。公共基础课在教务处的统一指导下，由课程归属学院或公共教研室负责管理。公共基础课开设的学期原则上不得随意调动，若确有特殊情况，需先向教务处提出调整申请，批准后方可执行。

2. 公共必修课说明

公共必修课应严格依照下表设置：

公共必修课程说明表（高职）							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
1	思想道德与法治	3	3	54	马克思主义学院	考试	高职第 1 学期开设，每周理论 2 课时+实践 1 课时，3 节连排；理论教学 36 课时，实践教学 18 课时。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2	36	马克思主义学院	考试	高职第 2 学期开设；理论教学 30 课时，实践教学 6 课时。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	3	54	马克思主义学院	考试	高职第 2 学期开设，每周理论教学 2 课时+实践教学 1 课时，3 节连排，共计理论教学 36 课时，实践教学 18 课时。

公共必修课程说明表（高职）							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
4	形势与政策	3	/	48	马克思主义学院	考试	高职第1至第6学期开设，第6学期评定最终成绩。
5	军事课	4	/	148	马克思主义学院	考试+考查	军事课由《军事理论》《军事技能》两部分组成。《军事理论》教学时数36学时，记2学分；《军事技能》训练时间2—3周，实际训练时间不得少于14天112学时，记2学分。
6	劳动教育	1	/	16	马克思主义学院	考查	课程成绩由理论成绩和实践成绩综合构成，马克思主义学院负责理论与实践成绩比例安排、理论教学、出具理论学时成绩并负责汇总评定课程总评成绩。
7	体育与健康	6	2	108	教育学院	考查	理论教学12学时，实践教学96学时，在第1学期至第4学期开设健康跑总评成绩作为体育课的平时成绩，占该学期体育课成绩的20-30%
8	应用文写作	2	2	36	人文社科学院	考试	在高职第1学期开设，理论教学36课时。
9	生涯体验-生涯规划	1	/	16	三创学院	考查	高职第2学期开设，线下教学10课时，线上教学6学时（智慧树平台）。
10	生涯体验-创业教育	2	/	32	三创学院	考查	高职第3学期开设，线下教学10学时，线上教学22学时（校级精品录播课程）。
11	生涯体验-就业指导	1	/	16	三创学院	考查	高职第4学期开设，线下教学10学时，线上教学6学时（智慧树平台）。
12	大学生心理健康教育	2	2	32	心理健康中心	考查	原则上安排在高职第一学年单周开设，理论教学16学时，实践教学16学时。
13	大学英语	8	4	128	外语与旅游学院	考试	该课程一般在第一学年开设，由《基础英语》与《职场通用英语》组成，由公共英语教研室根据《高等职业教育专科英语课程标准（2021年版）》组织实施。

公共必修课程说明表（高职）							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
14	信息技术	3	3	48	信息工程学院	考证	第1或第2学期开设，由信息工程学院根据《高等职业教育专科信息技术课程标准（2021年版）》组织实施，理论教学12学时，实践教学36学时，学生须通过全国计算机等级考试（NCRE）。
15	入学教育	1	/	16	学工处	考查	在新生军训期间完成，内容包括校史介绍、专业介绍、学生学籍管理规定、校纪校规等共16学时。
16	国家安全教育	1	/	16	马克思主义学院	考查	依照《大中小学国家安全教育指导纲要》要求组织开展教学。
17	大学生成长学	2	/	32	学工处	考查	采取模块化教学，高职一年级双周执行，由学工处统一组织教学。

3. 公共选修课

限制性选修课程说明表							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
1	美育概论	2	2	32	艺术设计学院	考查	由美育教研室统一组织教学。
2	“四史”概论	2	2	32	马克思主义学院	考查	以党史、国史教育为主要内容，通过智慧树平台开展在线学习。
3	职业素养	2	2	32	招生就业办公室	考查	通过智慧树平台开展在线学习。
4	中华优秀传统文化	2	2	32	人文社科学院	考查	通过智慧树平台开展在线学习。

公共选修课包含“限制性选修课”与“任意性选修课”两种类型的课程。任意性选修课通过在线教育平台开展教学，每门课程2学分，需修满4学分方可毕

业；限制性选修课由《美育概论》等 4 门课程构成，共计 8 学分，2024 级在校学生必须修满方可毕业。

（二）专业基础课

专业基础课要求学生掌握必须具备的本专业基础知识、基本理论和基本技能。专业基础课程设置需以教育部《专业简介》为基本依据，结合培养目标、遵循教学规律，充分利用专业群内教学资源开设，专业群共享的专业基础课程需在备注中体现。专业基础课程数量应控制在 6-8 门，模块学时应控制在 192-576 之间。

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	直播电商基础	直播电商知识；策划直播电商项目；筹备直播电商工作；实施直播电商活动；扩大直播电商影响；复盘直播电商数据和规范直播电商行为；	
2	管理学基础	管理的职能与作用、研究对象与研究方法；计划的种类、计划工作的程序和方法；目标管理；预测与决策；组织的含义及作用、组织结构、类型及工作原则；管理人员的选聘、考评和培训；领导理论、方式及艺术；激励理论、模式和方法；控制基本内容；	
3	经济学基础	供求理论；消费者行为理论；生产者行为理论；分配理论；市场理论与市场失灵；国民收入核算与决定理论；失业与通货膨胀理论；经济周期与经济增长理论；宏观经济政策；	
4	会计基础	会计要素；会计科目、账户与借贷记账法；会计凭证；会计账簿；账务处理程序；财产清查；财务会计报告；会计档案；	
5	商务数据分析	商务数据分析概述、基础数据采集、数据分类与处理、数据描述性分析、基础数据监控与报表制作	
6	市场营销	市场营销调研；市场营销环境与市场营销组合；消费者市场及购买行为分析；市场细分与市场定位；产品策略；价格策略；分销渠道策略；促销策略；市场营销管理过程；服务市场营销；国际市场营销	

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
7	客户服务管理	客户服务认知；网络客服的基本工具和基本技能；典型现代服务业的客户服务；客户在线投诉处理；客户管理和呼叫中心管理	
8	商品拍摄与素材编辑	商品图片和视频拍摄基础知识；商品图片和视频的拍摄方法；商品图片和视频的拍摄技巧、商品图片和视频的后期制作处理；	

（三）专业核心课

专业核心课是一个专业中开设的富有专业特色，以该专业中以及相对应的岗位群中最核心的理论和技能为内容的课程。专业核心课的设置需严格依照教育部《专业简介》执行，结合学校实际开设 6-8 门（至少开设 6 门及以上《专业简介》中所列课程），专业核心课程确有困难无法开设的，需由教研室提交报告，院领导同意后上报学校教学指导委员会，经学校教学指导委员会批准方可减设相应课程。

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	市场策划	市场营销策划流程和创意；市场进入、布局策划，企业产品策，企业品牌策划，企业定价策划以及网络营销策划；撰写营销策划书；	
2	网络推广	网络推广新品面市，产品推广，品牌推送；顾客维护，知名度提升；销售促进以及市场开拓等	
3	内容编辑与策划	内容的生产与创建；文案策划与写作；内容制作的流程和方法；内容的包装与推广；	
4	新媒体运营	新媒体用户与内容定位；搜索引擎营销；微博营销；微信营销；社群营销与运营；短视频与直播营销；新媒体文案创作；常见新媒体营销工具；	

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
5	营销渠道运维	营销渠道战略；营销渠道设计；营销渠道环境分析；营销渠道布局、成员及决策；新型营销渠道的运作与管理；营销渠道关系管理；营销渠道绩效评价	
6	直播运营	直播运营商业模式选择、直播间环境创建（含基础直播间搭建、多场景直播间搭建、直播间软环境设计）、组建直播运营团队、直播（含直播前准备、开启直播、下播后落实、直播后复盘和直播营销策划）；	

（四）专业拓展课

根据专业方向，围绕培养学生多方位、多层次的职业相关能力提高课程，这些课程应以满足学生在学习本专业时针对就业定位和不同发展方向的需要设置。各专业可根据本专业多个岗位的的不同能力要求为依据开设专业课程，并对学生的选修提出要求，原则上不能开设与职业面向无关课程。专业群争取建成2门以上相关专业共享优质拓展课程，群内共享课程应在备注中体现。专业拓展选修课分为一般专业递进课程、竞赛递进课程、创新创业类课程和自主创课。

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	市场调查与预测	设计市场调查方案；资料收集；调查资料的处理与分析；市场预测；调查报告的撰写与汇报；	
2	商务谈判与技巧	商务谈判的原则、类型与准备；商务谈判过程；商务谈判策略；国际商务谈判	
3	电子商务法律法规	电子商务法；电子签名与电子认证服务法律制度；电子商务贸易中的相关法律法规；电子商务中的消费者权益保护法律法规；电子商务中的风险防范	

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
4	数据库及其应用	信息与数据处理的基本知识、关系数据库的基本理论、数据库系统的设计思想、数据库的创建与应用，以及数据库和表、查询、窗体等对象的操作；sql 语言、web 数据库基础、数据库的安全管理；	
5	消费心理学	消费者的心理过程；个性心理特征；需要与动机；消费者购买行为研究；商品因素与消费心理；环境因素与消费心理；销售服务与消费心理等；	
6	电商直播客服	直播电商客服岗前准备；售前与售中服务；直播后运维；电商客服 KPI 考核；分析直播电商客服数据；直播电商客户关系管理；	
7	移动短视频创意与制作	短视频策划；短视频拍摄；短视频后期剪辑；短视频运营；短视频实例	
8	电子商务案例分析	B2B、B2C、C2C、O2O 等各类电子商务平台具体操作方面的案例分析；移动电商、直播电商、农村电商等电子商务新兴领域的案例分析；电子商务支付与认证、电子商务金融、电子商务物流、电子商务品牌策划与营销推广等案例分析	
9	直播商务礼仪	商务礼仪；直播商务形象礼仪；直播商务文书礼仪；商务接待与拜访礼仪；直播商务仪式礼仪；直播商务活动礼仪；商务宴请礼仪和涉外商务礼仪	
10	选品与采购	商品基本认知；常见电子商务产品分类与质量要求；电子商务商品选品；商品采购流程等	

（五）实践教学

1. 专业实践

专业实践亦称“单设实训课”，为实训周内集中开设的实践性课程（C类），以“周”为计时单位，通常每周执行 24 学时的实践教学，模块学时不低于 6 周，

第 2-5 学期执行。实训周内公共基础课程照常执行，专业基础课、专业核心课与专业拓展课暂停执行。

专业实践课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	直播营销与运营实训	直播营销活动设计；直播团队人员配置；直播方案策划；商品选择与规划；直播间设计；直播话术、“引流”互动；数据分析以及淘宝直播、抖音直播和视频号直播实战	
2	数据化运营管理沙盘实训	以全程电子商务环境下企业的仿真经营为基础，以企业网上店铺的运营与推广为重点完成商品采购、商品销售、商品库存、商品配送各环节的业务处理和管理等操作；	
3	电商直播综合实训	直播带货；直播策划；直播运营；直播数据分析、产品和供应链；直播运营团队搭建；直播工具的运用；	

2. 综合实践

综合实践分为勤工助学与社会实践两个部分，均由学工处（学生工作部）管理、认定。其中勤工助学作为毕业基本要求之一，但不列入教学计划进程表。

（1）勤工助学

勤工助学为在校学生利用在校课余时间从事生产、服务相关的活动总称，学生所在班级辅导员提供相应指导。原则上高职学生第 1-4 学期应开展不少于 320 小时的勤工助学。

（2）社会实践

社会实践为学校利用寒暑假统一组织开展的非教学实践活动，旨在提高学生综合素质，培养社会责任感，加强劳动意识，高职在校生应开展不少于 48 小时的社会实践。

（3）岗位实习

岗位实习，亦称“毕业岗位实习”，本质是教学活动，是实践教学的重要环节。组织开展学生实习应当坚持立德树人、德技并修，遵循学生成长规律和职业能力形成规律，保障学生的合法权益。学生在实习单位的岗位实习时间一般为 6

个月，不低于 384 学时，应基本覆盖专业所对应岗位（群）的典型工作任务，不得仅安排学生从事简单重复劳动。岗位实习必须严格依照《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4 号）及其他国家相关文件执行，由教务处统一管理、认定。

（4）毕业设计/论文

毕业设计/论文是评估学生学业水平的重要依据，是学生在校学习期间完成专业人才基本训练最后的综合性实践教学环节，毕业设计/论文评定为“不合格”的不予毕业。毕业设计参照国家相关标准及《厦门南洋职业学院关于毕业设计（论文）工作管理办法（试行）》执行。毕业设计开展学时通常为 8 周，毕业论文开展学时通常为 4 周，通常于第 5 或第 6 学期集中开展。

七、教学进程总体安排

（一）教学进程总体安排（单位：周）（每学期按 20 周计算）

学年	学期	课内教学								课外教学		
		课堂教学与课内实践	考试	入学教育与军训	专业实践	毕业岗位实习	毕业设计（论文）	预备周	小计	勤工助学	社会实践	小计
一	1	16	1	2	0	0	0	1	20	0	2	8
	2	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
二	3	16	1	0	2	0	0	1	20	2	2	8
	4	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
三	5	10	1	0	0	4	4	1	20	2	0	0
	6	0	0	0	0	16	0	1	17	0	0	0
合计		74	5	2	6	20	4	5	117	8	2	10

（二）专业教学计划进程表（详见附录 2）

（三）实践教学体系各环节具体安排

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	内容	场所	备注
1	专业实践	直播营销	1	2	1	直播营	财经商	

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	内容	场所	备注
		与运营实训				销与运营	贸赛训一体化中心	
		数据化运营管理沙盘实训	1	3	1	数据化运营管理沙盘	财经商贸赛训一体化中心	
		电商直播综合实训	1	4	1	电商直播综合	财经商贸赛训一体化中心	
2	勤工助学	/	/	1-4	/	/	校内外	学工认定
3	社会实践	/	2	1-4	2	/	校外	暑期执行
4	岗位实习	/	20	5-6	20	/	校外	6个月
5	毕业设计(论文)	毕业设计(论文)	4	5	8	毕业设计(论文)	校内	文科类4学分
6	证书培训	1+x 社交电商	/			直播电商理论和实操	校内	
		1+x 网店运营推广	/			网店运营推广	校内	

(四) 课程结构比例

模块名称	课程类别	学时数			学分	学时百分比%	
		总学时	理论	实践			
公共课	公共必修课	836	404	432	45	29.03%	35.69%
	公共选修课	192	192	0	12	6.67%	
	专业基础课	324	178	146	18	11.25%	
	专业核心课	432	216	216	24	15.00%	
	拓展课	360	172	188	20	12.50%	
	专业实践	144	0	144	3	5.00%	
	综合实践	592	0	592	26	20.56%	
	总计	2880	1162	1718	148	100.00%	

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、学生评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

1. 队伍结构（师生比例、双师型教师比例、职称结构、年龄结构等）

符合 1:18 师生比例, 在进一步充实现有师资队伍规模基础上, 不断优化师资队伍学历结构和职称结构。通过在岗培训、派出进修和在职攻读博士（硕士）学位三者结合的方式, 提高博士、硕士学位获得者在教师中的比例, 其中 45 岁以下教师研究生学历或硕士学位以上的比例维持 100%(目前本专业已达到 80%), 专业基础、专业课教师中具有高级专业技术职务的教师达到 70%以上（目前本专业已实现 40%），中级专业技术职务教师达到 90%以上(目前本专业已实现 50%)。目前本专业“双师型”教师达到 90%，实验实训指导教师均具有中级以上专业技术职务，其中高级职称达到 40%以上。

2. 专任教师

本专业现已有 1 名骨干教师, 8 名专任教师; 课程教师有丰富的实践经验和教学经验, 教学能力强, 有一定的学术水平, 对本专业人才培养目标、培养规格、课程体系有较全面的把握能力, 具有较强的新知识、新技术的吸收、消化和推广能力。

3. 专业带头人

1 人, 专业带头人在本专业学术造诣高、实践能力强; 提高师资队伍整体水平。

4. 兼职教师

本专业群正致力于建立一支来源、数量稳定, 生产经验丰富, 学术水平高的兼职教师队伍; 专业课来自企业兼职教师的比例应达到 60%以上; 兼职教师也将主动参与专业教学研究, 以实现良好的教学效果。

(二) 教学设施 (对校内外实习实训基地、教室等提出有关要求。)

1. 校内实训基地

序号	校内实训基地名称	主要设备	实训内容 (项目)	备注
1	数字商贸产教融合实训基地	联想电脑、交互智能平板设备、新道软件等	商科经管大综合实训	J301
2	思凯文化传媒校企实训基地	联想电脑、交互智能平板设备、新道软件等	直播运营实训	J301-3 创新直播间
3	星购信息科技电商直播实训基地	联想电脑、交互智能平板显示设备、新道软件等	直播运营实训	J301-3 创意直播间
4	社交电商、网络客服实训室	联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等	社交电商、网络客服	J307
5	企业沙盘模拟经营实训室	联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等	企业沙盘模拟经营	J302
6	智慧零售产教融合实训基地	联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等	企业沙盘模拟经营	J301 开放区域

2. 校外实训基地建设

(1) 现有校外实训基地情况

序号	校外实训基地名称	地点	功能	使用学期
1	厦门会展集团股份有限公司	厦门市思明区会展路 198 号	九八厦门国际贸易投资洽谈会等展会见习	2-4 学期
2	厦门抖音电商直播基地	厦门市思明区前埔北路 286 号常春堂 23 度大楼	直播电商孵化	第 4 学期

3	厦门跨境电商产业园	湖里区长虹路33号厦门跨境电商产业园	人才培养基地	第4学期
---	-----------	--------------------	--------	------

(2) 校外实训基地建设需求

本着满足教学需求、逐步建设原则，逐步建成或完善专业实验室。完善网络营销与直播电商实训中心，争取到2025年再建成3个能实行工学结合人才培养模式、供生产性实训的校内实训室，实训项目覆盖工作过程所有主要职业岗位；新增直播电商仿真实训室，增加实训项目。积极建立校外实习实训基地，计划三年内再建立6家校外实习实训基地，实现“人才共育、过程共管、成果共享、责任共担”紧密合作关系。

(三) 教学资源

1. 教材的选用

按照国家规定选用优质教材，优化“教、学、做”一体的系统化课程体系。重点建设4门基于工作过程具有“教、学、做”特色，体现工学结合的优质专业核心课程及专业教学资源。其中1门建成院级精品课程，1门建成省级精品课程，争取1门建成国家级精品课程；继续联合企业共同开发、编写并出版3本专业教材和校企合作实训指导书。注重建设和开发本课程的教学大纲、实训大纲、实训指导书、习题集、案例集、试题库等教学资源。

2. 图书文献

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要，方便师生查询、借阅。通过产学合作开发实训课程资源，充分利用校内外实训基地，进行产学合作，实践“工学”交替，满足学生的实习、实训，同时为学生的就业创造机会。

3. 教学资源配置等提出要求

注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，如学习通、智慧树、多媒体教室的应用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，努力实现跨学校多媒体资源的共享，以提高课程资源利用效率。

逐步实现课程网络化，扩大知识的传播途径和传播方式，建立起师生间能有效互动、学生能互帮互学或自主学习的多媒体网络技术平台。

（四）教学方法

对实施教学应采取的方法提出要求和建设

1. 在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。
2. 教学中以学生为主导，在教学示范过程中不仅单纯给出正面答案，而是引导学生主动参与完成任务，从自己犯的错误中学习，即正反两面学。
3. 教师必须重视实践，注重职业情景的创设，提高学生解决和处理实际问题的综合职业能力。
4. 教学过程中教师应积极引导提升职业素养，提高职业道德。

（五）学习评价

对学生学习评价的方式方法提出要求和建设。

1. 改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价，过程性评价与目标评价相结合，项目评价，理论与实践一体化评价模式。
2. 关注评价的多元性，将课堂提问、学生作业、平时测验、项目考核、技能目标考核作为平时成绩，占总成绩的 40%，理论考试作为期末成绩，占总成绩的 60%。
3. 应注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

（六）质量保障

1. 建立专业建设、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、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。
2. 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，建立健全查课、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. 专业教研组织应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。

九、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容(含必修部分和选修部分)，并同时达到以下条件方可毕业：

项目	具体要求	备注
总学分	至少达到 146 学分	
学分结构	公共基础课程 55 学分；专业基础课 18 学分；专业核心课程 24 学分；专业拓展课 20 学分；专业实践课 3 学分。	
职业技能证书	至少获得以下证书之一： 1. 教育部 1+X 职业技能等级证书（中级）：网店运营推广 2. 教育部 1+X 职业技能等级证书（中级）：社交电商 3. 教育部 1+X 职业技能等级证书（中级）：商务数据分析	
其它	需完成不少于 320 小时的勤工助学	

十、附录

附录 1:

网络营销与直播电商专业人才培养方案评审表

评审专家（教学指导委员会成员）				
序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	林莉	厦门南洋职业学院	教授/院长	
2	陈建凡	中联集团教育科技有限公司	福建区域总监	
3	曹昌茂	厦门市星购信息科技有限公司	副总经理	
4	黄澄	厦门南洋职业学院	副教授/院长助理	
5	孔佩伊	厦门南洋职业学院	副教授/院长助理	
6	邱晓慧	厦门南洋职业学院	副教授/工商企业管理教研室主任	
7	李娟	厦门南洋职业学院	讲师/网络营销与直播电商教研室主任	
教学工作指导委员会评审意见				
<p>经过教学指导委员会全体成员评审后确认通过 2024 级网络营销与直播电商专业人才培养方案，并以此指导相关教学工作。</p> <p style="text-align: center;">评审组长签字：年 月 日</p>				
学校意见				
<p style="text-align: center;">分管校长签字：年月日</p>				

注：二级学院组织评审，由评审专家签署意见后扫描电子档插入培养方案电子档中。

附录2：2024级网络营销与直播电商专业教学计划进程表（三年制）

模块名称	课程代码	课程名称	学分	课程类型	总学时	学时分配		各学期周学时分配						备注			
						理论	实践	一		二		三					
								1	2	3	4	5	6				
公共必修课 28.93%	G03174	思想道德与法治	3	B	54	36	18	3									
	G00002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	B	36	30	6		2								在相关章节中加强铸牢中华民族共同体意识教育。
	G03445	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	B	54	36	18		3								
	G00684	体育与健康1	2	B	36	4	32	2									
	G00578	体育与健康2	2	B	36	4	32		2								
	G00579	体育与健康3	2	B	36	4	32			2							第3或第4学期，需与体育教研室协商决定。
	G04418	大学英语1	4	B	64	32	32	4									经管、艺术、建工、电影第一学期
	G04419	大学英语2	4	B	64	32	32		4								
	G02727	信息技术	3	B	48	12	36		2+1								电影、艺术、建工、机电、信息第一学期；其余学院第2学期。（每周2课时线下+1课时线上）
	G00826	大学生心理健康教育	2	B	32	16	16	1	1								单周开设
	G00010	军事课	4	B	148	36	112	√									军事课由《军事理论》《军事技能》两部分组成。《军事理论》教学学时数36学时，记2学分；《军事技能》训练时间2—3周，实际训练时间不得少于14天112学时，记2学分。
	G00009	形势与政策	3	B	48	24	24	√	√	√	√	√	√	√	√	√	第6学期线上课
	G01632	生涯体验——生涯规划	1	B	16	10	6		√								
	G01633	生涯体验——创业教育	2	B	32	16	16			√							
	G01634	生涯体验——就业指导	1	B	16	8	8				√						
	G00070	应用文写作	2	A	36	36	0	2									二选一，经管、教育、外旅、医学院第1学期；其余学院第2学期。
	G02215	劳动教育	1	B	16	4	12	√	或√								第1或2学期进行。
	G04397	大学生成长学	2	A	32	32	0	1	1								双周开设
G04422	安全教育	1	A	16	16	0	1									每学年不少于2课时	
G00030	入学教育	1	A	16	16	0	√										
“公共必修课”模块小计			45	/	836	404	432	14	16	2	0	0	0	0	0		
公共选修课 6.68%	G02892	美育概论	2	A	32	32	0	2								经管、外旅医、机电第一学期，其余专业第二学期	
	G04415	“四史”概论	2	A	32	32	0									线上执行	
	G04416	职业素养	2	A	32	32	0									线上执行	
	G04417	中华优秀传统文化	2	A	32	32	0									线上执行	
	/	任意性选修课	4	A	64	64	0									线上执行	
	公共选修课模块小计			12	/	192	192	0	2	0	0	0	0	0	0	0	
“公共基础课”模块小计			57	/	1028	596	432	15	16	2	0	0	0	0	0		
专业基础课 11.27%	G03484	直播电商基础	2	B	36	18	18	2									
	G00150	管理学基础	2	B	36	18	18	2								专业共享课	
	G00131	经济学基础	2	B	36	18	18		2							专业共享课	
	G03881	会计基础	4	B	72	52	20		4							专业共享课	
	G02820	商务数据分析	2	B	36	18	18	2								专业共享课	
	G03882	市场营销	2	B	36	18	18			2							
	G03916	客户服务管理	2	B	36	18	18	2								专业共享课	
G03991	商品拍摄与素材编辑	2	B	36	18	18			2								
专业基础课模块小计			18	/	324	178	146	8	6	4	0	0	0	0	0		
专业核心课程 15.02%	G00948	市场策划	4	B	72	36	36		4								
	G03992	网络推广	4	B	72	36	36			4							
	G03993	内容策划与编辑	4	B	72	36	36				4						
	G03994	新媒体运营	4	B	72	36	36					4					
	G03995	营销渠道运维	4	B	72	36	36						4				
	G03996	直播运营	4	B	72	36	36							4			
专业核心课模块小计			24	/	432	216	216	0	4	8	12	0	0	0	0		
	G00139	市场调查与预测	2	B	36	18	18					2					

模块名称	课程代码	课程名称	学分	课程类型	总学时	学时分配		各学期周学时分配						备注
						理论	实践	一		二		三		
								1	2	3	4	5	6	
拓展课程 12.5 2%	G00140	商务谈判与技巧	2	B	36	18	18					2		
	G02935	电子商务法律法规	2	B	36	18	18					2		
	G00068	数据库及其应用	2	B	36	18	18			2				
	G00145	消费心理学	2	B	36	10	26				2			
	G01093	电商直播客服	2	B	36	18	18					2		
	G02942	移动短视频创意与制作	2	B	36	18	18			2				
	G00138	电子商务案例分析	2	B	36	18	18					2		
	G00143	直播商务礼仪	2	B	36	18	18				2			
G04734	选品与采购	2	B	36	18	18					2			
拓展课程模块小计			20	/	360	172	188	0	0	4	6	10	0	
“课内教学活动”总计			119	/	2144	1162	982	23	26	18	18	10	0	
专业 实践 5%	G03495	直播营销与运营实训	1	C	48	0	48		1周					
	G04452	数据化运营管理沙盘实训	1	C	48	0	48			1周				
	G03498	电商直播综合实训	1	C	48	0	48				1周			
专业实践模块小计			3	/	144		144		1周	1周	1周			
综合 实践 20.5 8%	G00031	社会实践	2	C	48	0	48							社会实践周安排在暑假
	G01282	毕业岗位实习	20	C	480	0	480					4周	16周	
	G00032	毕业设计（论文）	4	C	64	0	64					4周		1学分16学时
	综合实践模块小计			26	/	592	0	592						
总计			148	/	2880	1162	1718	23	26	18	18	10	0	
占总学 时比例	A类课程比例		B类课程理论部分			B类课程实践部分			C类课程比例					
	8.89%		31.46%			34.10%			25.56%					
	理论部分					实践部分（应在50%以上）								
	40.35%					59.65%								
网络营销与直播电商专业		执笔人（签名）			审核人（签名）			年 月 日						