



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:	网络营销与直播电商（530704）
学制:	三年
适用年级:	2026 级
专业负责人:	李娟
制定日期:	2026 年 5 月 15 日

目录

第一章 编制说明	1
第二章 网络营销与直播电商专业人才培养方案	2
一、专业名称及代码	2
二、入学基本要求	2
三、基本修业年限	2
四、职业面向	2
（一）主要职业面向	2
（二）岗位面向与职业能力分析	3
五、培养目标与培养规格	3
（一）培养目标	3
（二）培养规格	4
六、课程设置及要求	5
（一）公共基础课	5
（二）专业基础课	11
（三）专业核心课	13
（四）专业拓展课	14
（五）实践教学	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)	18
(三) 实践教学体系各环节具体安排	18
(四) 课程结构比例	18
八、实施保障	19
(一) 师资队伍	19
(二) 教学设施	21
(三) 教学资源	22
(四) 教学方法	23
(五) 学习评价	24
(六) 质量保障	24
九、毕业要求	25
十、附录 专业计划进程表	26

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教研室与中联集团教育科技有限公司、中教畅享科技股份有限公司、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

中联集团教育科技有限公司：

陈建凡 福建区域总监

中教畅享科技股份有限公司：

侯思泰 总经理

北京博导前程信息技术股份有限公司：

邓启伟 总经理

审定：

厦门南洋职业学院：

林 莉 经管学院、三创学院院长/教授

孔佩伊 经管学院副院长/副教授

黄 澄 三创学院院长助理、电子商务教研室主任/副教授

郑 苏 商贸系主任、国际经济与贸易教研室主任/副教授

李 娟 网络营销与直播电商教研室主任/讲师

霍 亮 网络营销与直播电商教研室教师/助教

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

三年

四、职业面向

（一）主要职业面向

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（4-01-06-02）、全媒体运营师（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）、电子商务师（4-01-06-01）
主要岗位（群）或技术领域	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
职业类证书	直播电商销售员、互联网营销师、新媒体运营师等

（二）岗位面向与职业能力分析

工作领域	工作岗位	工作任务	职业技能要求	能力等级 (初/中/高级)
互联网选品	选品员	平台产品的筛选和上架	具备市场调研、产品分析和选品策略等能力，具有搜索和筛选信息的综合判断能力；	初
网络主播	直播销售员	品牌宣传和产品销售	掌握数字化平台的用户定位和运营方式；能够设计营销策划方案，搭建数字化营销场景，进行直播销售和推广；	中
短视频运营	视频创推员	制作和推广短视频，产品和品牌的宣传和推广	具备视频内容的策划、拍摄、剪辑和后期制作；利用社交媒体和视频平台进行推广和传播；监控数据并进行优化和调整。	中
直播运营	平台管理员	维护和管理互联网营销平台，确保用户体验	具备相关活动的策划、营销和推广能力，制定方案、设计页面以及组织执行；优化全域内容，提升品牌吸引力；挖掘用户行为，优化运营方案，打造私欲流量。	高
渠道管理	渠道推广主管	管理和优化销售渠道；渠道开发、拓展和维护	具备战略规划和业务洞察能力；具备渠道开发和谈判能力；进行数据分析与决策、运行的执行与项目管理；合规与风控管理	高

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，面向数字商务、直播电商、新媒体运营、网络零售等行业的直播主播、电商运营、新媒体营销、短视频创作、电商客服、直播场控、选品策划等职业，能够从事网络营销推广、直播运营与带货、短视频拍摄与剪辑、新媒体账号运营、电商平台运维、商品选品与策划、客户服务与社群运营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，具备社会责任感和担当精神；

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；

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. 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；

7. 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；

8. 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；

9. 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。

10. 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；

11. 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；

12. 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；

13. 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；

14. 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；

15. 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；

16. 推动以数字化和人工智能技术赋能教学，进一步培养学生高阶认知能力、数字素养和技术应用能力以及人机协作交互能力；

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 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
1	思想道德与法治 (54 学时/3 学分)	马克思主义学院	通过思想、道德、法治等模块的学习，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，培养良好	理想信念的内涵、特征及对人生的重要意义，梳理爱国主义的历史脉络和本质特征，法律的起源、特征和作用等。

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
			的道德品质和法治素养，成为有理想、有道德、有法治观念的时代新人。	理解马克思主义信仰的科学性和共产主义理想的崇高性；培养辩证思维、社会责任感和创新精神；增强法治观念，掌握法律基础知识，提升运用法律解决问题的能力。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 (36 学时/2 学分)	马克思主义学院	通过马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程的讲授和实践教学，使学生能够系统掌握马克思主义中国化的重要理论成果，从而坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，立志听党话、跟党走，坚定“四个自信”，担当民族复兴大任。	马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果、毛泽东思想及其历史地位、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观等。 掌握中国化马克思主义的基本理论和精神实质；培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题、解决问题的能力；增强贯彻党的基本理论、基本路线、基本纲领以及各项方针政策的自觉性和坚定性。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论 (54 学时/3 学分)	马克思主义学院	助力学生领会马克思主义中国化时代化实现新飞跃所产生的理论成果，掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义，进而增强对实现中国式现代化的理论自信与实践自信。	习近平新时代中国特色社会主义思想产生的时代背景、核心要义、理论品格、丰富内涵、实践要求等 学会运用习近平新时代中国特色社会主义思想观察、思考和分析问题；增强“四个意识”，坚定“四个自信”，坚持“两个确立”，做到“两个维护”，努力成长为能担当民族复兴大任的时代新人
4	形势与政策 (48 学时/3 学分)	马克思主义学院	使学生准确认识国家政治经济态势，以及国家改革发展所处的国际大环境、时代大背景。助力其正确领会党的基本路线、重大方针与政策，理性剖析社会关注的热点问题，激发学生爱国情怀，增强民族自信心与社会责任感和使命感。	党的理论路线教育、现代化建设成就解读、重大政策改革阐释国际形势发展趋势、我国外交政策、重大国际事件分析、政府应对立场等。 掌握党的路线方针政策的基本内容，把握现实社会的内在规律；掌握正确分析形势和理解政策的能力；强化爱国精神和社会责任感，坚定中国特色社会主义道路信念
5	军事课 (148 学时/4 学分)	马克思主义学院	通过中国国防、军事思想、国家安全等内容的讲授来培养学生纪律意识、团队合作及问题解决能力，激发其爱国情怀，培养将个人命运与国家结合的高尚情操，强化民族	国防基本概念、历史发展、法规体系及公民权责，中国古代军事思想渊源、毛泽东军事思想体系及新时期军事理论，信息化装备分类、发展趋势及作战效能等。 了解军事思想、技术等知识，提升军事素养；掌握习近平强军思想核

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
			自豪感。	心内容；理解国际战略格局特征与趋势，及中国周边安全环境演变、现状；理解现代战争特征、演变规律及其对战略战术、军事技术的变革影响。
6	劳动教育 (16 学时/1 学分)	人文社科 学院	以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻党的“五育”并举方针，落实全国教育大会精神，将劳动教育融入人才培养全过程，旨在帮助学生树立劳动观念、培养劳动能力、培育劳动精神，培养创新实践能力，促进德智体美劳融合发展，健全人格与社会适应力	劳动内涵、劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动观念、社会实践等劳动教育理论及安全生产、劳动法规等劳动保障理论，劳动实践教育要求等。 理解并形成正确的劳动观，树立劳动光荣、劳动伟大、劳动美丽的观念；理解劳动价值，尊重崇尚劳动，认同劳动光荣性；掌握生活、生产、服务性劳动技能，提升实践与问题解决能力。
7	国家安全教育 (18 学时/1 学分)	马克思主 义学院	通过对国家安全基本概念、原则，国家安全挑战、威胁及应对方法等内容的讲解帮助学生理解国家安全的重要性，增强国家观念和法治意识，树立正确价值观与责任感，激发维护国家安全的责任感、使命感，将意识转化为自觉行动。	政治安全、国土安全、军事安全等国家安全的基本概念，国家安全相关的法律法规，公民在维护国家安全中的权利和义务等。 掌握国家安全基本概念、原则及内涵，理解我国国家安全体系构成与特点；熟悉国家安全的各个领域，能够识别潜在的安全风险；能够自觉遵守国家安全法律法规，积极履行维护国家安全的责任与义务。
8	大学生成长学 (32 学时/2 学分)	教育学院	通过本课程的学习，帮助学生树立科学的成长观，掌握大学生涯关键阶段的自我认知、规划与管理能力，培养积极的心理品质和社会适应力，实现学术能力、人格素养、职业发展等多维度的综合成长。	大学生心理特点与成长、大学生的身体特点与成长、大学生智力特点与成长、大学生的技能特点与成长等。 掌握成长理论、自我认知工具及心理健康技能；培养学业规划、时间管理、情绪调节、团队协作与职业发展能力；塑造健全人格、社会责任感 and 创新思维。
9	入学教育 (16 学时/1 学分)	学工处	该课程旨在帮助学生熟悉校园环境、办学理念及文化传统，增强归属感。引导学生实现从中学生到职业人预备役的身份转型。指导学生制定个性化三年成长计划。培养抗挫	校情校史与规章制度教育、专业思想与职业规划教育、学习方法与技能培训、心理健康与成长辅导、安全教育与法治教育、国防教育与军事训练、礼仪教育与行为规范等。 熟悉校园环境、办学理念及文化传统，增强归属感；培养抗挫能力、

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
			能力、沟通协作等职场软实力。	沟通协作等职场软实力；建立学生专业认同感，明确技能学习方向。
10	体育与健康 (108 学时/6 学分)	教育学院	通过理论与实践结合，帮助学生掌握运动科学基础（如生理机能、损伤预防）与健康知识（营养、心理调节），培养 2-3 项终身运动技能（如球类、太极拳）和急救能力，养成自主锻炼习惯，提升团队协作意识与抗压能力，形成健康生活方式。	运动处方制定、健康风险评估、慢性病体育干预等体育基本知识，基础体能训练相关项目的练习；篮球、羽毛球等专项体育。 掌握体育的基本知识、技术和技能；增进健康、增强体质；发展个性，培养学生对体育运动的兴趣、爱好；提高从事体育运动能力，养成自觉锻炼身体的习惯。
11	应用文写作 (36 学时/2 学分)	人文社科学院	本课程旨在培养学生的应用文写作能力，提升其综合素质和职业能力，以满足未来职业生涯中的实际需求。通过学习，使学生具备良好的职业道德、工作态度和团队合作精神，以及较强的语言表达和沟通协调能力	条据、介绍和解说、计划、总结、通知、请示、合同、演讲稿、竞聘词、启事、海报、黑板报和墙报、请柬、感谢信、倡议书、求职信、求职简历等常用应用文的写作方法和技巧。 了解应用文的产生发展、特点作用、种类及写作要求等；掌握应用文写作的基本理论和操作框架；掌握撰写主题明确、材料准确翔实、结构完整恰当、表达通顺合理的实用文书的方法
12	大学生职业发展与就业指导 1 (16 学时/1 学分)	三创学院	通过对课程的学习，让学生了解我国的就业形势和就业政策，把握未来职业的发展趋势；形成对个人职业生涯发展的责任意识，培养科学的人生观与就业观；完善自我探索能力，对自我有较为准确的认识和定位；	生涯规划的意义、生涯规划课程内容、体验式教学的特点、决策方法和技巧、决策的风格、职业生涯规划书的制作等。 具备收集、评估职业信息的能力，客观根系和认知外部世界；掌握职业生涯规划的基本方法和步骤，能制订适合本人的职业生涯规划；培养良好的职业素质，从而形成初步的职业目标构想。
13	创业教育 (32 学时/2 学分)	三创学院	本课程在内容上安排与实际联系紧密的创新创业相关知识，使学生掌握创新思维方法与理论技法，熟悉资源整合、计划撰写及新企业开办流程，提升综合素质。同时树立科学创新观与创业观，适	创新与创业的概念、创业意识与创新精神、创业者特质与创业素质研究、市场与创业机会、创业管理、创业计划与资源整合等。 掌握商业计划书撰写以及项目路演；掌握创新创业所需基本知识，认知其内涵与特殊性；具备必要创新创业能力，掌握创新思维方法与理论技

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
			应国家发展需求，理解创新创业与职业发展关系，遵循规律并积极实践。	法。
14	大学生职业发展与就业指导 2 (16 学时/1 学分)	三创学院	通过学习让学生了解我国就业形势和就业政策，把握就业发展趋势；提升个人就业能力。同时帮助学生树立科学的人生观和职业观，培养学生正确的职业理想，养成适应职业要求的行为习惯，激发学生提高全面素质的自觉性，掌握一定的求职技巧和能力，为学生顺利走上工作岗位奠定基础。	简历撰写、面试模拟、职场礼仪、职场通用技能、模拟实战等。 了解我国的就业形势和就业政策，把握就业的发展趋势；养成适应职业要求的行为习惯，掌握一定的求职技巧和能力；能够明确职业方向，提升求职成功率。
15	大学生心理健康教育 (32 学时/2 学分)	心理健康中心	该课程旨在促进大学生健康成长，健全大学生人格，提升大学生的生命质量，用科学的价值观来引领大学生心理健康发育、发展与变化，引导大学生学会自我思考、自我认识、自我评价和自我发展，达到助人自助的目的。	认识自我，接纳自我；学会学习，筑梦未来；认识情绪，管理情绪；人际交往，交往沟通、认识世界等。 了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己进行客观评价；掌握并应用心理健康知识，提升自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力。
16	大学英语 (128 学时/8 学分)	外语与旅游学院	通过分析英语话语，辨析语言文化现象，帮助学生掌握抽象概括、分析综合、比较分类等思维方法，理解文化内涵与精华，树立共同体意识，形成正确三观。通过文化比较增强文化自信，用英语传播中华文化。	主题类别、语篇类型、语言知识、文化知识、职业英语技能和语言策略等。 掌握英语语言知识及听说读写译等技能；运用体态语言和多媒体策略，在生活与职场中高效完成跨语境沟通；理解文化内涵与精华，掌握跨文化沟通能力。
17	信息技术 (72 学时/4 学分)	信息工程学院	通过理论知识学习、技能训练和综合应用实践，使学生的信息素养和信息技术应用能力得到全面提升。	文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、人工智能、信息素养与社会责任等。 提升学生的信息技术技能和综合应用能力；培养学生的数字化学习能力和创新意识。
18	毕业教育 (16 学时/1 学分)	学工处	帮助学生明晰毕业流程与就业政策，树立正确择业观，提升就业与职场	就业政策解读、求职技巧、简历制作、职业素养培育、职业沟通协作等。

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
			适应能力，顺利完成从校园到社会的角色转变。	具备简历撰写、面试应对、求职信息筛选与岗位匹配的实操技能。能结合自身情况规划职业方向，合理选择就业、升学、创业等发展路径。快速完成校园到职场的角色转变，掌握职场沟通、协作与职业规范。

3. 公共选修课

公共选修课包含“限定性选修课”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；限定性选修课由《美育概论》等6门课程构成，共计12学分，2026级在校学生必须修满方可毕业。

限定性选修课				
序号	课程名称 (学时)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
1	美育概论 (32学时/2学分)	人文社科学院	该课程旨在培育学生审美与人文素养，通过情感体验培养学生积极人生态度、同理心与团队协作能力，帮助学生养成终身审美学习习惯，适应职业变迁与文化发展需求。	美学基本概念、中西美学简史及审美、中国传统艺术（如书法、戏曲）的文化内涵、世界经典艺术跨文化解读、环境美学、生活美学内、主题艺术创作等。 掌握美学概念与审美规律，能够感知、分析艺术作品及生活之美；理解中华优秀传统文化与多元艺术形式，增强文化自信与跨文化理解；提升对工匠精神、产品审美、服务礼仪的认知与实践。
2	“四史”概论 (32学时/2学分)	马克思主义学院	本课程旨在通过系统讲授“四史”的基本内容、发展历程和重要意义，帮助学生理解“四史”在中国近现代历史发展进程中的地位和作用，培养学生的历史思维能力和分析解决问题的能力，增强学生的历史责任感和使命感，激发爱国热情。	中国共产党的创立背景、发展历程、重大事件和基本经验、中华人民共和国的成立过程、社会主义制度的建立和发展、改革开放的历史背景、进程和重大意义等。 理解党在不同历史时期的奋斗目标和光辉成就；了解中国特色社会主义道路的探索和实践；了解新中国在经济、政治、文化等各个领域取得的伟大成就；
3	中华民族发展史 (32学时/2学分)	马克思主义学院	该课程旨在使学生了解中华民族从远古至	起源与早期文明、民族起源、华夏文明形成发展、统一多民族国家发

限定性选修课				
序号	课程名称 (学时)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
			今的发展历程,掌握各个历史时期的重要事件、人物和文化成就,培养学生分析历史事件和现象的能力,激发学生对中华民族文化的热爱,增强民族自豪感和文化自信,培养学生的爱国情怀。	展、秦汉以来政治经济文化融合历程、对外交流与影响、历史对外交往及中华文化世界地位等。 了解中华民族从远古至今的发展历程;掌握各个历史时期的重要事件、人物和文化成就;学会运用历史知识解释当今社会现象。
4	中华优秀传统文化 (32 学时/2 学分)	人文社科学院	本课程能够使学生了解中华优秀传统文化的基本知识,培养学生欣赏、理解和评价传统文化的能力,提升其文化素养和审美能力,激发学生对中华优秀传统文化的热爱,培育学生的文化自信和民族自豪感。	经典文学、书法艺术、传统绘画、古典音乐、传统戏曲、传统节庆等。 掌握中华优秀传统文化的基本知识,包括经典文学、艺术、哲学思想等方面的内容;具有欣赏、理解和评价传统文化的能力;能够提升其文化素养和审美能力。
5	职业素养 (32 学时/2 学分)	招生就业办公室	该课程旨在培养学生职业通用能力与职业实践能力,帮助学生树立正确的职业价值观和培养良好的职业态度,促进学生全面发展,能够满足企业用人需求。	准职业人导向、职业定位与发展、求职能力训练、高效管理时间等。 掌握职业基础知识;熟悉职业发展趋势;提升职业实践能力;增强职业适应能力。
6	人工智能基础及应用 (32 学时/2 学分)	信息工程学院	建立学生人工智能领域的基础认知,掌握运用 AI 工具在各场景中的赋能技术,树立正确的 AI 伦理观,培养创新思维与终身学习意识,提升适配 AI 时代的职业竞争力和综合素养。	以人工智能基础理论为起点,依次介绍 AI 在各个领域的赋能技术,同步融入 AI 提升办公效率的使用方法。 以实用为导向,确保学生能掌握核心知识点,具备运用 AI 工具解决问题的能力,树立正确的 AI 伦理观。

(二) 专业基础课

专业基础课程是为专业核心课程提供基础性理论知识和技能,为更好完成职业工作任务、促进职业迁移能力而设置,完成典型工作任务所必须的知识、技能和能力而形成的课程。专业基础课程设置需以教育部《专业简介》为基本依据,根据《专业教学标准

（2025 年修订）》给出的相关领域和数量要求合理设置。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注明。

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	直播电商基础	掌握直播流程运营、数据分析优化；提升流量获取与转化能力	理解直播电商知识，策划直播电商项目；能够筹备直播电商工作；实施直播电商活动；掌握复盘直播电商数据和规范直播电商行为；
2	管理学基础	掌握计划、组织、领导、控制四大职能，培养决策、沟通、团队协作能力，运用理论解决实际问题	掌握管理的职能与作用、研究对象与研究方法；计划的种类、计划工作的程序和方法；掌握目标管理；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；掌握领导理论、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	理解供需、市场机制与宏观政策，培养分析决策能力	掌握供求理论、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；能够分析宏观经济政策；
4	会计基础	掌握核算原理与报表编制，熟悉会计准则，培养财务分析能力	掌握会计要素；会计科目、账户与借贷记账法；掌握会计凭证、会计账簿以及账务处理程序；财产清查；能够制作财务会计报告；会计档案管理；
5	商务数据分析	掌握数据收集与分析方法，应用工具支持决策	掌握商务数据分析理论；能够完成基础数据采集、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	掌握市场分析工具与策略，培养消费者洞察与品牌管理能力，应用数字工具解决问题	掌握市场营销调研；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；掌握产品策略；价格策略；分销渠道策略；促销策略；熟悉市场营销管理过程；服务市场营销；了解国际市场营销；
7	选品与采购	掌握市场需求分析与供应商评估，培养成本控制及库存优化能力	掌握市场需求挖掘；能够完成产品规划、产品投放测试；掌握供应渠道管理方法；掌握产品发布与评估内容；行业定位分析；产品策划与评估分析；
8	商品拍摄与素材编辑	掌握拍摄构图与用光技巧，熟练素材编辑工具，培养视觉营销能力	了解商品图片和视频拍摄基础知识；掌握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制作处理；
9	习近平经济思想概论	引导学生系统掌握习近平经济思想的科学体系、核心要义与实践要求，深刻认识其是 21 世纪马克思	系统学习习近平经济思想的核心要义，重点讲解坚持党对经济工作的全面领导、以人民为中心的发展思想、新发展理念、高质量发展、新发展格局、统筹发展和安全等基本内容. 结合职业教育特点，突出与实体经济、产业发展、技能成才相关的实践要求。教学要求学生准

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
		主义政治经济学最新成果、中国经济发展根本遵循	确把握基本观点和精神实质； 深刻理解新时代我国经济发展的重大战略部署，树立正确的职业观和就业观；能够运用所学理论认识经济社会发展现象，增强对国家经济政策的认同；提升职业素养与社会责任感，自觉将个人技能成长融入国家高质量发展大局，做到学思用贯通、知信行统一。

（三）专业核心课

专业核心课程是根据岗位典型工作任务、岗位工作内容设置的课程，是区别不同专业、培养核心职业能力的主干课程。专业核心课的设置需严格依照教育部《专业简介》执行，根据《专业教学标准（2025 年修订）》给出的相关领域和数量要求合理设置。

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	市场策划	掌握调研分析与策略的制定方法，培养创意策划与资源整合能力	掌握市场策划的流程和方法；能够分析行业定位，选择目标市场；设计分销渠道和营销活动；制定产品策略、品牌策略、价格策略、广告策略；跟踪市场策划的实施，评估效果；
2	网络推广	掌握 SEO/SEM 及社媒推广工具，培养数据分析与策略优化能力	掌握网络推广平台投放特点、流量算法、竞价方法和收费模式等；能够绘制目标人群画像，选择推广渠道；制定推广预算及推广策略；实施网络推广；监测与评估网络推广数据；
3	内容策划与编辑	掌握内容创作与选题策划方法，熟练编辑工具操作，提升传播效果	掌握新媒体平台内容推荐规则以及内容策划与编辑的方法和技巧等；能够策划图文、短视频内容创意；编辑内容，进行视觉优化；审核内容合规性；选择平台发布并推广内容；评估内容投放效果并持续优化内容；
4	新媒体运营	掌握平台运营与内容策划，培养用户增长及数据分析能力，提升品牌传播效果	掌握新媒体调研、渠道选择、运营推广、社群运营等方法 and 技巧；能够制订新媒体运营方案及推广计划；选择推广平台，策划运营活动并实施；运营用户社群；对接、跟进商务合作项目；运营效果监测及方案优化；
5	营销渠道运维	掌握渠道策略优化与运维，培养数据分析及资源协同能力，提升渠道效果与转化	掌握营销渠道开发、运营与维护的方法和技巧；能够挖掘市场需求，确定目标客户；制定渠道运营策略；搜集渠道信息，拓展新渠道；渠道沟通和维护；采集分析销售渠道数据，优化渠道策略；
6	直播运营	掌握直播流程运营与数据分析优化，提升	掌握直播平台规则以及运营、选品、脚本策划、引流、数据分析的流程和技巧；能够策划直播主题并搭建直

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
		用户运营与转化能力，培养团队协作效能	播间；制定直播方案，动态调整直播内容；建立直播风险预案；分析直播数据并优化总结
7	直播销售	掌握直播流程、话术技巧与平台规则；具备直播选品、场景搭建、带货讲解与互动转化实操能力；培养合规意识、服务意识与职业素养	掌握直播认知、平台规则、选品策略、场景搭建、脚本设计、直播话术、互动引流及数据分析等核心内容；系统学习直播脚本撰写、开场暖场、产品讲解、互动引导、逼单成交、售后衔接等完整带货流程并开展实操训练；要求学生严守直播合规要求，端正职业态度，顺利完成实景直播实操，具备控场应变、语言表达、团队协作与新媒体营销综合实践能力

（四）专业拓展课

专业拓展课含专业拓展必修课和专业拓展选修课，是围绕专业方向，聚焦学生职业能力多维度培养的课程体系，课程设置需贴合学生专业学习、就业定位与发展规划的需求。各专业应依据岗位能力要求开设专业课程，并对学生的选修提出要求，原则上不设置与职业发展无关的课程。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	教学目标	主要教学内容与要求
1	零售门店 020 运营	掌握线上线下融合策略，提升数据引流与全渠道销售与服务效能	掌握 020 基础概念与战略设计；掌握线上线下一体化运营方法和技巧；掌握数字化工具和技术的应用；掌握营销与转化策略；数据分析与迭代优化；
2	社群运营	掌握社群搭建、维护策略，提升用户活跃及转化效能	掌握社群定位与搭建；掌握用户运营策略及活动运营方法；多平台工具的使用；社群氛围营造以及危机公关处理；能够商业化路径规划；数据驱动优化；
3	消费心理学	理解消费者行为和心理，培养需求洞察与营销策略应用能力	理解消费者的心理过程；掌握个性心理特征；了解需要与动机；能够进行消费者购买行为研究；掌握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；培养学生独立思考能力；
4	移动短视频创意与制作	掌握视频策划制作；提升传播效果	掌握短视频策划；能够进行短视频拍摄；掌握短视频后期剪辑；学会短视频运营；理解短视频实例；

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
5	视觉营销设计	掌握视觉设计工具；传达品牌形象；提升用户转化	掌握网店装修配色；学会店标设计；掌握网店创意主图、视觉推广图、商品详情页等设计；能够完成首页设计；掌握网店中代码的应用；
6	网络主播职业素养	掌握形象沟通与直播规范；提升主播职业素养	学习直播法律法规和职业道德；掌握内容创作和专业能力；学会形象管理和品牌塑造；提升心理健康与职业规划；注重用户思维和创新能力的培养；
7	市场调查与预测	掌握调查方法；培养分析预测能力；	能够进行市场调查方案的设计；掌握资料收集及资料处理与分析；根据数据分析进行市场预测；掌握调查报告撰写与汇报；学会数据分析的能力；
8	电子商务案例分析	掌握案例解析与决策方法，培养分析应用能力，提升电商问题解决能力与创新思维	掌握 B2B、B2C、C2C、O2O 等各类电子商务平台具体操作方面的案例分析；了解移动电商、直播电商、农村电商等电子商务新兴领域的案例分析；理解电子商务支付与认证、电子商务金融、电子商务物流；能够电子商务品牌策划与营销推广等案例分析；
9	客户服务管理	掌握沟通技巧与投诉处理策略，优化服务流程设计，培养客户关系维护能力；提升客户满意度与忠诚度	掌握客户调研、客户开发与转化、客户投诉、客户关系管理、危机事件处理的方法和技巧；能够进行精准客户调研；提升客户转化率；客户信息收集与分析；客户关系维护，提升客户满意度和忠诚度；
10	AI+项目管理	理解 AI 技术在项目管理中的应用，掌握智能规划、风险研判、进度管控等方法，提升数字化协作与高效管理的综合实践能力	课程结合人工智能技术，讲解项目管理基础理论、AI 智能任务拆解、智能排期、成本管控、风险智能预警、数字化协同办公等内容；引导学生熟练使用各类 AI 辅助工具，优化项目流程、数据分析与方案制定；要求学生树立数字化管理思维，具备运用 AI 高效开展项目统筹、执行管控与复盘总结的综合能力；

（五）实践教学

实践性教学环节应贯穿于人才培养全过程，主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式。

1. 专业实训课

专业实训课为实训周内集中开设的实践性课程（C 类），是专业课教学的重要内容，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。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。

专业实训课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	直播营销与运营实训	掌握直播流程与数据分析，提升用户互动与转化能力，强化实战协作	掌握直播营销活动设计；能够进行直播团队人员配置；掌握直播方案策划；理解商品选择与规划；了解直播间设计；掌握直播话术、“引流”互动；具备数据分析以及直播平台运营能力；
2	数据化运营管理沙盘实训	掌握数据化运营流程应用，强化分析决策能力，提升业务实战效能；	能够以全程电子商务环境下企业的仿真经营为基础，掌握商品采购、商品销售、商品库存与配送各环节的业务处理和管理操作；掌握数据化运营知识，具有独立思考、运营数据分析和解决问题的能力；
3	电商直播综合实训	掌握直播全流程运营与数据分析，通过实战提升转化与应变能力	掌握直播带货全流程；掌握直播策划要点和技巧；熟悉直播运营流程；掌握直播数据分析、产品和供应链知识和技能；熟悉直播运营团队搭建；学会直播工具的运用；培养独立思考和解决问题的能力；

2. 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。勤工助学为必修，三年累积不低于 10 学分，学分、学时不计入总学时，但作为毕业要求纳入考核，由学工处统一管理、认定。原则上高职学生第 1-5 学期应开展不少于 400 小时的勤工助学。（勤工助学 1 学分 40 小时折算成课堂教学 24 学时。）

3. 社会实践

社会实践为学校利用假期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。社会实践三年累积学分不低于 8 学分，学分、学时不计入总学时，但作为毕业要求纳入考核。由学工处统一管理、认定。原则上高职学生第 1-5 学期应开展不少于 320 小时的社会实践。

4. 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、480 学时，计 18

学分（医卫类专业岗位实习时间一般为 8 个月、640 学时，计 20 学分）。实习内容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。

5. 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培养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。毕业设计时间通常为 8 周，128 学时，计 8 学分；毕业论文时间一般为 4 周、64 学时，计 4 学分。毕业设计（论文）通常于第 5 或第 6 学期集中开展。

七、教学进程总体安排

军训、入学教育、社会实践、毕业教育按活动 1 周为 1 学分，其中入学教育第 1 学期预备周执行，毕业教育第 5 学期的预备周执行。

（一）教学进程总体安排（单位：周）（每学期按 20 周计算）

教学进程总体安排表												
学 年	学 期	课内教学								课外教学		
		课堂教学 与 课内实践	考试 周	军训 周	实训 周	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		
	4	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
三	5	10	1	0	0	4	4	1	20	2	0	2
	6	0	0	0	0	20	0	0	20	0	0	0
合计		74	5	2	6	24	4	5	120	8	2	10

(二) 专业教学计划进程表 (详见附录)

(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	专业实训课	数据化运营管理沙盘实训	2	2	2	企业商务数据分析	财经商贸赛训一体化中心	
		直播营销与运营实训	2	3	2	直播销售与运营管理	财经商贸赛训一体化中心	
		电商直播综合实训	2	4	2	直播电商全流程运营	财经商贸赛训一体化中心	
2	勤工助学	/	/	1-5	/	/	校内外	学工认定
3	社会实践	/	/	1-5	2	/	校外	暑期执行
4	岗位实习	/	18	5-6	24	/	校外	6个月(医学院8个月)
5	毕业设计(论文)	毕业设计(论文)	4	5	4	毕业设计(论文)	校内	文科类4学分

(四) 课程结构比例

模块名称	课程类别	学时数			学分数	学时百分比%
		总学时	理论学时	实践学时		
公共基础课	公共必修课	878	462	416	47	36.79%
	公共选修课	256	240	16	16	
专业基础课		396	232	164	22	12.85%
专业核心课		504	252	252	28	16.35%
专业拓展课		360	180	180	20	11.68%
专业实训课		144	0	144	6	4.67%
综合实践		544	0	544	22	17.65%
总计		3082	1366	1716	161	100%

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

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

截至目前，学生数与本专业专任教师数比例不高于 25：1，专业现有专职专业教师 10 人，均有高校教师资格证，兼职教师 5 人。其中副教授、高级工程师 1 人，高职称占比 10%；讲师、工程师 4 人，助教 5 人。专任教师中具有硕士及以上学历 10 人，占比 100%；“双师型”教师所占比例 60%，专业基础、专业课教师中具有高级职业技术资格专任教师人数比例达 70%以上，中级及以上专业技术职务教师达到 80%以上，教师梯队结构合理。40%有境(国)外留学、访学、培训经历，80%有企业工作或顶岗经历。

序号	姓名	专业	职称	年龄	是否双师型
1	李娟	工商管理	讲师	37	是
2	霍亮	工商管理	助教	42	是
3	陈嘉鹭	时尚零售	助教	30	否
4	黄澄	工商管理	副教授	43	是
5	郑苏	英语	副教授	44	是
6	邱晓慧	工商管理	副教授	43	是
7	双巧	经济学	讲师	39	是
8	蓝碧议	汉语言文学	讲师	51	是
9	兰喆	工商管理	讲师	35	是
10	皮英辉	工商管理	助教	28	是
11	郑仕真	商务数据分析	助教	27	否
12	饶昕月	工商管理	助教	27	否

13	李梅玲	工商管理	助教	31	否
14	郭芝霖	市场营销	讲师	37	是
15	曹昌茂	生物医药	副教授	41	是
16	杨聪	电子商务	讲师	34	是

2. 专业带头人

黄澄，副教授，现任厦门南洋职业学院经济管理学院、三创学院院长助理，电子商务师一级（高级技师），一带一路暨金砖国家技能发展与技术创新大赛技术委员会专家委员，福建省职业院校技能大赛优秀工作者，厦门市党外知识分子联谊会理事。

公开发表学术论文 6 篇，出版专业教材 5 部，实用新型专利 1 个，外观设计 1 项，软著 2 项，主持市厅级课题 2 项，参与省级和市厅级课题 4 项，主持校级精品课题 1 门，参与省级精品在线课程建设 1 门。

先后获得 2021 年全国商贸类专业教师教学能力大赛二等奖，2022 年全国财经商贸类专业教师数字技术技能大赛-直播营销竞赛二等奖，2022 年和 2023 年福建省职业院校技能大赛教学能力比赛三等奖以及厦门市第二十九届职工技术比赛高等职业院校教师教学能力技术比赛的一等奖。

指导学生获得福建省“互联网+”大学生创新创业大赛银奖两项，铜奖四项，第七届全国大学生创新体验竞赛三等奖。商务数据分析市赛一等奖 2 项，二等奖 3 项。

3. 专任教师

序号	姓名	学历	专业	工作经历/实践经验	研究方向
1	李娟	硕士研究生	工商管理	专任教师 13 年/企业岗位实践累计 3 年	直播运营
2	霍亮	硕士研究生	工商管理	专任教师 3 年/企业岗位实践累计 15 年	项目管理
3	陈嘉鹭	硕士研究生	时尚零售	专任教师 3 年/企业实践工作经验 5 年	品牌运营
4	黄澄	硕士研究生	工商管理	专任教师 15 年/企业岗位实践累计 5 年	新媒体运营
5	双巧	硕士研究生	经济学	专任教师 10 年/企业岗位实践累计 3 年	经济学
6	蓝碧议	硕士研究生	汉语言文学	专任教师 16 年/企业岗位实践累计 10 年	营销策划
7	兰喆	硕士研究生	工商管理	专任教师 4 年/企业岗位实践累计 3 年	电子商务

8	皮英辉	硕士研究生	工商管理	专任教师 3 年/企业实践工作经验 2 年	企业管理
9	郑仕真	硕士研究生	商务数据分析	专任教师 2 年/企业实践工作经验 1 年	商务数据分析
10	饶昕月	硕士研究生	工商管理	专任教师 1 年/企业实践工作经验 7 年	人工智能

4. 兼职教师

曹昌茂，副教授，本科，毕业于安徽科技学院，厦门市星购信息科技有限公司副总经理，厦门鑫九头投资管理有限公司合伙人，科技部、财政部等主导的中国创新创业大赛第五届、第六届厦门赛区及行业全国总决赛专家评委和创业导师。

郭芝霖，毕业于意大利百丽慕达时装学院，杭州阿姆徕文化传播有限公司创始人，GUO ZHILIN 品牌创始人&设计师，主营线上教育和设计企划师，小红书矩阵账号破 6 万粉，学员超 200 人，意大利文物保护组织合作胶囊项目负责人；2016 中国华服设计大赛最佳文化传承奖，2023 作为中国新锐设计师和企业家受 CCTV 邀请录制《信用中国》。

（二）教学设施

1. 专业教室基本要求

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。

2. 校内、外实训场所基本要求

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，确保能够顺利开展直播营销、数据化运营、电商直播综合运营等实验、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。

（1）现有校内实训基地情况

序号	校内实训基地名称	主要设备	实训内容（项目）	使用学期
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	商科经管大综合实训	第 2-4 学期
2	直播电商产教融合实训基地	电脑、交互智能平板设备、直播设备	直播销售实训	第 2-4 学期

3	思凯文化传媒校企实训基地	电脑、交互智能平板设备、直播设备	校企电商直播实训	第2-4学期
4	星购信息科技有限公司直播实训基地	电脑、交互智能平板设备、直播设备	电商直播实训	第2-4学期
5	社交电商、网络客服实训室	联想电脑、交互智能平板设备	社交电商、网络客服	第2-4学期
6	企业沙盘模拟经营实训室	联想电脑、交互智能平板设备	企业沙盘模拟经营	第2-4学期
7	智慧零售产教融合实训基地	联想电脑、交互智能平板设备	企业沙盘模拟经营	第2-4学期

(2) 现有校外实训基地建设

序号	校外实训基地名称	地点	实训内容(项目)	使用学期
1	厦门会展集团股份有限公司实训基地	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	第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	直播电商孵化	第2-4学期
3	厦门跨境电商产业园实训基地	湖里区长虹路33号 厦门跨境	人才培养基地	第2-4学期
4	广东袋鼠妈妈集团有限公司直播基地	广州市增城区永宁街誉山国际融景一	直播电商产教融合实训基地	第2-4学期
5	厦门星缘时代文化传媒有限公司	厦门市思明区吕岭路1733号	直播电商实训基地	第2-4学期

(3) 校外实训基地建设要求

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2026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

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需要的教材、图书及数字化资源。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

2. 图书文献配备基本要求

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。专业类图书文献主要包括：有关网络营销、直播电商、新闻传媒、互联网、数据分析、供应链、零售、视觉设计技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等，以及与网络营销与直播电商、新媒体营销相关的学术期刊和有关平台、工具使用的操作类图书。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

1. 案例教学法

案例教学法是通过选取具有代表性、真实性的典型案例，组织学生围绕案例展开分析、讨论、思辨与决策推演，在探究解决实际问题的过程中理解理论知识、培养逻辑思维、决策判断与实践应用能力的互动式教学方法。本专业结合网络营销、直播电商、新媒体运营、短视频创作、电商合规等岗位真实场景，选取直播带货合规与风险防控、短视频内容策划与爆款打造、电商平台运营与流量转化、品牌新媒体营销全案、电商选品与供应链管理、直播纠纷与售后处理等典型案例，组织学生分组研讨、分析问题、制定方案、课堂展示与互评，提升学生电商实战、营销策划、问题解决与职业综合能力。

2. 任务驱动教学法

任务驱动教学法是以任务为导向，让学生在完成任务中主动习得知识与技能的教学方法。本专业课程结合岗位真实工作场景，采取布置直播电商与网络营销典型任务的形式开展教学，如完成一场直播全流程策划与执行、搭建电商店铺并完成运营推广、制作短视频并实现引流转化、制定品牌网络营销推广方案、开展社群运营与客户转化等任务，学生在完成任务过程中自主学习、实操探索、协作完成，教师提供过程指导、技术支持与评价反馈，有效提升学生岗位实操与综合应用能力。

3. 翻转课堂

翻转课堂是将知识传授与知识内化进行颠倒的新型教学模式，学生课前通过教学视频、学习资料、在线任务等自主完成理论预习与基础认知，课堂上以师生互动、小组研

讨、实操演练、成果展示、答疑点评为主，实现知识深化与技能应用。本专业运用翻转课堂开展教学，课前推送直播规则、平台操作、营销理论、短视频基础等学习资源，课堂上重点进行直播模拟演练、营销方案打磨、账号运营实操、案例复盘优化、项目成果汇报，突出学生主体地位，提升自主学习、协作探究与实战应用能力。

4. 虚拟仿真教学法

虚拟仿真教学法是依托虚拟仿真教学平台，创设高度仿真的网络营销与直播电商职业场景，让学生在安全、可控、可重复的虚拟环境中开展实操训练与综合演练的教学方法。本专业借助虚拟仿真系统，模拟电商平台运营、直播场景搭建、直播互动带货、网络营销推广、客户投诉处理、电商合规风控等真实工作流程，学生可反复进行直播脚本演练、营销方案投放、流量数据分析、纠纷应急处置等操作，有效弥补线下实训资源不足，降低实操风险，提升学生岗位适应能力与综合职业素养。

（五）学习评价

教学评价应体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化。坚持校内评价与校外评价相结合、学业考核与职业技能鉴定相结合、教师评价与学生自评互评相结合、过程性评价与结果性评价相结合，既要关注学生对网络营销、直播运营、短视频创作、电商推广等专业知识的理解和技能掌握，更要突出学生运用专业知识解决直播电商实际问题、完成真实项目任务、开展岗位实操的综合职业能力。构建教师、企业导师、行业专家共同参与的学生综合素质评价体系，全面评价学生职业素养、实操能力、创新意识与团队协作水平。

将课堂提问、课堂讨论、作业完成、平时测验、直播实训、项目策划、短视频制作、店铺运营、技能训练、岗位实操等纳入过程性考核，作为平时成绩。总评成绩 = 过程性考核成绩（40%—60%）+ 期末考核成绩。期末考试采取实操考核、项目汇报、案例分析、方案设计等方式进行；考查课程依据学业成绩管理规定，科学确定平时测评成绩、期末考核成绩与总评成绩构成，全面、客观、公正评价学生学习成效与职业能力。

（六）质量保障

1. 学校和二级院系应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，

并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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. 专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

4. 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

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 161 学分	
学分结构	公共课基础课 63 学分；专业基础课 22 学分；专业核心课程 28 学分；专业拓展课 20 学分；专业实践课 6 学分，综合实践 22 学分。	
其它	勤工助学与社会实践须修满 18 学分，由学工处统一管理认定	

十、附录 专业计划进程表

附录：网络营销与直播电商专业2026级教学计划进程表(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 28.49%	G03174	思想道德与法治	3	B	54	36	18	3							
	G01482	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						
	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					经营、电影学院、艺术设计学院、信息、外语、医学院第三学期开设，机电学院、建筑工程学院、教育学院、24级五年专第四学期开设
	G04418	大学英语1	4	B	64	40	24	4							
	G04419	大学英语2	4	B	64	40	24		√						
	G02727	信息技术	4	B	72	36	36		4						
	G02277	军事课	4	B	148	36	112	2							
	G00009	形势与政策	3	B	48	24	24	√	√	√	√	√	√	√	第6学期线上课
	G05402	大学生职业发展与就业指导1	1	B	16	10	6	√		√					第一学期开设五周，第二学期开设五周
	G01633	创业教育	2	B	32	16	16		√						第二学期开设五周
	G05403	大学生职业发展与就业指导2	1	B	16	8	8				√				第四学期开设五周
	G00070	应用文写作	2	A	36	36	0	2							
	G02215	劳动教育	1	B	16	4	12		√						航空机电学院、信息工程学院和教育学院三个学院第一学期开设，医学院、电影学院、艺术设计学院、建筑工程学院、外国语学院与旅游学院和教育管理学院第二学期开设
	G00826	大学生心理健康教育	2	B	32	16	16	1	1						第一学期开设16学时，第二学期开设16学时
	G04397	大学生成长学	2	A	32	32	0		2						机电、信息、医学院、教育学院第一、二学期开设，经营、外语学院、艺术体育学院、电影学院第二学期开设
	G04735	国家安全教育	1	A	18	18	0	√							
	G02921	入学教育	1	A	16	16	0	√							
	G04875	毕业教育	1	A	16	16	0					√			
“公共必修课”模块小计			47	/	878	462	416	14	14	2	0	0	0		
公共选修课 8.31%	G02892	美育概论	2	A	32	32	0	2							经营、教育、机电、信息第一、二、三、四、五、六学期开设，外语、艺术、建工、电影、医学院第二、三、四、五、六学期开设
	G04415	“四史”概论	2	A	32	32	0								线上执行
	G04876	中华民族发展史	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
	G05399	人工智能基础及应用	2	B	32	16	16	√							线上执行（除信息工程学院、电气自动化专业外所有专业） 线下执行（信息工程学院所有专业、电气自动化专业）
	/	任意性选修课	4	A	64	64	0								线上执行
	公共选修课模块小计			16	/	256	240	16	2	0	0	0	0	0	
	“公共基础课”模块小计			63	/	1134	702	432	16	14	2	0	0	0	
	专业基础课 12.85%	G05404	习近平经济思想概论	2	A	36	36	0	2						
G03484		直播电商基础	4	B	72	36	36	4							
G00150		管理学基础	2	B	36	18	18	2							
G00131		经济学基础	2	B	36	18	18		2						
G03881		会计基础	4	B	72	52	20		4						
G03882		市场营销	2	B	36	18	18		2						
G02820		商务数据分析	2	B	36	18	18	2							
G03991		商品拍摄与素材编辑	2	B	36	18	18			2					
G04734		选品与采购	2	B	36	18	18			2					
专业基础课模块小计			22	/	396	232	164	10	8	4	0	0	0		
专业核心课程 16.35%	G00948	市场策划	4	B	72	36	36		4						
	G03992	网络推广	4	B	72	36	36			4					
	G03995	营销渠道运维	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			
	G03996	直播运营	4	B	72	36	36						4		
	G05244	直播销售	4	B	72	36	36							4	
	专业核心课模块小计			28	/	504	252	252	0	4	8	12	4	0	
拓展课程 11.68%	G00138	电子商务案例分析	2	B	36	18	18			2					
	G05245	客户服务与管理	2	B	36	18	18					2			
	G03969	社群运营	2	B	36	18	18				2				
	G03895	零售门店O2O运营	2	B	36	18	18					2			
	G02942	移动短视频创意与制作	2	B	36	18	18			2					
	G03968	视觉营销设计	2	B	36	18	18					2			
	G00145	消费心理学	2	B	36	18	18				2				
	G03494	网络主播职业素养	2	B	36	18	18						2		
	G00139	市场调查与预测	2	B	36	18	18				2				
	G05458	AI+项目管理	2	B	36	18	18						2		
拓展课程模块小计			20	/	360	180	180	0	0	4	6	10	0		
“课内教学活动”总计			133	/	2394	1366	1028	26	26	18	18	14	0		
专业实践 4.67%	G04452	数字化运营管理沙盘实训	2	C	48	0	48			2周					
	G03495	直播营销与运营实训	2	C	48	0	48				2周				
	G03498	电商直播综合实训	2	C	48	0	48					2周			
专业实践模块小计			6	/	144	0	144	0	0	0	0	0	0	0	
综合实践 17.65%	G03962	岗位实习	18	C	480	0	480					4周	20周		毕业实习不低于6个月，医学类专业一般为20周
	G00032	毕业设计（论文）	4	C	64	0	64					4周			毕业设计通常为4周，毕业设计通常为3周
	综合实践模块小计			22	/	544	0	544							
总 计			161	/	3082	1366	1716	26	26	18	18	14	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				
	12.26%		32.06%				33.35%				22.32%				
	理论部分		实践部分				实践部分（应在50%以上）								
	44.32%										55.68%				
网络营销与直播电商专业			执笔人（签名）				审核人（签名）								年 月 日