

网络营销与直播电商专业 21 级

人才培养方案

辽宁工程职业学院

2021 年 06 月

网络营销与直播电商专业 21 级 人才培养方案

一、专业名称及代码

(一) 专业名称:

网络营销与直播电商

(二) 专业代码:

730704

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

学制 3 年 (可以根据学生灵活学习需求, 合理、弹性安排学习时间, 最长不超过 5 年)。

四、职业面向与岗位分析

(一) 职业面向

本专业毕业生主要面向互联网行业从事网络营销与推广等工作; 电商行业从事网店运营、网店美工、数据统计分析和客户服务等工作; 直播电商行业从事新媒体运营, 直播电商运营、短视频制作与推广、电商主播及媒介执行等工作; 在社群新零售行业从事社群平台的运营, 推广, 招商和商务管理等工作。具体职业面向如表 1 所示。

表 1 网络营销与直播电商专业职业面向

所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应行业(代码)	主要职业类(代码)	主要岗位类别(技术领域)	职业资格(技术等级)证书
财经商贸类(73)	电子商务类(7307)	互联网和相关服务(6432)	其他社会生产和生活服务人员(4-99)	网络营销、网店运营、推广、直播电商	网络营销(直播销售员)

				运营及电商 主播等	
--	--	--	--	--------------	--

(二) 岗位分析

通过网络营销与直播电商专业等相关专业的企业调研和毕业生调研，参考毕业生就业三年内的职业岗位情况，制定本专业的主要就业岗位如表 2 所示。

表 2 网络营销与直播电商专业主要就业岗位分析

序号	岗位名称	工作内容	核心技能要求
1	网络营销	负责网络品牌、网址推广、信息发布、销售渠道、顾客服务、网上调研等工作。	网络营销、微博营销、微信营销、整合营销等搜索、数据分析、推广等技能。
2	网店运营	负责网店运营规划、产品规划、爆款打造、竞品分析、数据调研分析与运营、网店推广运营、网店客服营销培训等工作	各答网店平台规则、数据分析工具、推广工具、网店美工、客服技巧等岗位技能。
3	直播电商运营	负责直播业务运营、主流社交媒体平台直播业务运营、直播业务的策划、脚本撰写、阶段内容规划等；配合主播直播过程中的后台操作、场控等；负责活跃直播间的气氛、互动、解答，以及直播间活动策划等；负责与销售部门、社交媒体运营同事等之间的协作。	直播平台的规则、运营模式；直播平台的数据分析与应用能力；直播策划能力；直播脚本的策划与撰写；直播平台后台操作；主播直播过程中的场控与运营服务等。
4	电商主播	熟悉各直播平台的规则、熟练直播带货技巧、拍摄直播带货短视频、协助运营选品、数据复盘和直播脚本设计等	直播带货话术与技巧、直播电商法律法规、播音与主持技能、短视频拍摄技能、优秀的文字功底和语言表达能力。
5	短视频制作与推广	承担摄像、视频编辑、视频美工、后期制作等工作内容；能够完成多媒体内容的采集、录制、加工、编	PR、AE 等视频制作软件、视频拍摄、制作、视频节目/栏目/频道/专题/资料的策划、制作和维护等技能

		辑转码；能够完成栏目、专题片、广告的后包装；维护日常视频设备；	
--	--	---------------------------------	--

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，践行社会主义核心价值观，具有一定的科学文化水平，良好的职业道德、人文素养、创新意识和工匠精神，掌握互联网、新媒体和直播电商等专业知识和网络营销、平台推广和管理等技术技能，面向广播、电视、网络销售平台等领域，胜任网络产品销售，网络营销策划，电商站内、站位推广，短视频制作与推广，数据分析与应用，淘宝、抖音、快手和 B 站等平台直播销售、直播运营与管理、选品与货品规划、社群营销等岗位工作，服务于大中小企业网络品牌建立及构建网络营销渠道等，具备就业能力和可持续发展能力的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在知识、能力、素质方面达到以下要求。

1、知识要求

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础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、文明生产等相关知识；

（3）掌握消费者行为学、消费心理分析、推销技巧的基本内容和方法；

（4）掌握化妆、形体、演讲、主持、表演等技能；

（5）掌握网络与新媒体理论方面的基本技能和基本方法；

（6）熟悉网络营销、新媒体营销、社群营销、视觉营

销、直播技巧、直播运营、直播平台数据分析和短视频推广营销等方面的基础知识。

2、能力要求

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

(3) 能够根据既定商品和商家要求进行推广和促销活动的文案编写能力；

(4) 能够进行形象设计、才艺展示、剧本表演；

(5) 具有借助网络直播平台从事直播销售的能力；

(6) 能够独立完成产品网络营销策划、编导和主持；

(7) 具备各短视频平台的运营能力；

(8) 具备社群营销和运营的基本能力；

(9) 具备数据分析及应用的能力；

(10) 具备传统电商平台运营及推广能力。

3、素质要求

(1) 坚定拥护中国共产党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一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，

良好的行为习惯；

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；

(7) 具备获取互联网新知识和互联网营销思维的素质

(8) 具有较好的职业素养和形象气质

六、课程设置及要求

本专业开设课程共 44 门课程，主要包括公共基础课程和专业（技能）课程，其中公共基础必修课程 19 门，公共基础选修课 5 门，包括专业基础课 5 门、专业课程 11 门，专业选修课 4 门。课程体系如表 3 所示。

表 3 课程体系

公共基础必修课	专业基础课	专业课	公共基础选修课	专业选修课
19 门	5 门	11 门	5 门	4 门

具体课程要求如下：

（一）公共基础课程

1. 公共基础必修课程设置及要求

如表 4 所示

表 4 公共基础必修课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	思想道德与法制	培养面向生产、经营、管理一线具有较高思想道德素质与法律素质的高素质技能型人才，为高职各专业人才培养目标的实现以及高职学生成长成才打下坚实的思想道德与法律基础。	1. 人生观 2. 理想信念 3. 中国精神 4. 社会主义核心价值观 5. 明大德守公德严私德 6. 遵法学法守法用法	1. 培养学生学会用马克思主义的思想观点和方法去分析和解析现实问题。 2. 教育学生在正确认知基本国情的基础上，自觉认同和践行社会主义核心价值观的各项要求，不断提高综合素质。 3. 教育学生在学习过程中注意理论联系实际，懂得学以致用，提高用所学的知识解决现实生活中存在问题的能力。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论	使当代大学生认识坚持马克思主义指导地位对实现中华民族伟大复兴的重要性，增强马克思主义理论学习的自觉性。	1. 毛泽东思想 2. 邓小平理论 3. 三个代表 4. 科学发展观 5. 习近平新时代中国特色社会主义思想	1. 增强课堂教学的吸引力和感染力，加强理论的说服力，为学生提供良好的自主学习环境。 2. 教学中运用了多种教学方法，采用专题讲授、讨论辩论、案例分析、

	论体系 概论		社会主义理论体系概论	演讲、师生互动、网络答疑、播放电影视频等教学方法。
3	体育与健康 (一)	具有与年龄相适应的体能和基本身体活动能力,具有一定的运动技能和经验,具有学习和从事适宜运动的能力。	分项目教学:足球、篮球、羽毛球、乒乓球、网球、健美操	按照“教---学---练---导”,“以练为主”的教学方法,由重教向重学方向转变
4	体育与健康 (二)	掌握1-2项健身运动的基本方法和技能。	分项目教学:足球、篮球、羽毛球、乒乓球、网球、健美操	注重“学---练”与“教---导”的结合,并通过“以考促练”
5	体育与健康 (三)	养成良好的运动习惯,科学的进行健身活动,安排个人锻炼计划。	分项目教学:足球、篮球、羽毛球、排球、网球、田径	组织教学比赛和积极参加课外体育活动,给学生提供丰富的实践机会来达到课程目的。
6	体育与健康 (四)	积极参加课外体育活动,具有学习和参加适宜人体运动的能力。	综合训练	组织教学比赛和积极参加课外体育活动,给学生提供丰富的实践机会来达到课程目的。
7	劳动教育	实施劳动教育重点是在系统的文化知识学习之外,有目的、有计划地组织学生参加日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动,让学生动手实践、出力流汗,接受锻炼、磨炼意志,培养学生正确劳动价值观和良好劳动品质。	针对不同学段、类型学生特点,以日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动为主要内容开展劳动教育,结合产业新业态、劳动新形态,注重选择新型服务性劳动的内容。	1.开展形式多样的劳动教育实践课程 2.引导学生树立正确的劳动观,崇尚劳动、尊重劳动,增强对劳动人民的感情,报效国家,奉献社会。
8	国家安全教育	重点围绕理解中华民族命运与国家关系,践行总体国家安全观。学生系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质,理解中国特色国家安全体系,树立国家安全底线思维,将国家安全意识转化为自觉行动,强化责任担当。	国家安全的重要性,我国新时代国家安全的形势与特点,总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义,以及相关法律法规。	1.围绕总体国家安全观和国家安全各领域,确定综合性或特定领域的主题。通过组织讲座、参观、调研、体验式实践活动等方式,进行案例分析、实地考察、访谈探究、行动反思,积极引导學生自主参与、体验感悟。 2.结合学科专业领域特点,在课程中有机融入国家安全教育内容,避免简单添加、生硬联系,注重教学实效。
9	党史	掌握中国共产党发展的历史,掌握马克思主义与中国革命、建设和改革实践相结合形成的毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想。通过教	1.中国共产党的创立时期 2.国共合作的大革命时期 3.土地革命战争时期 4.抗日战争时期 5.全国解放战争时期 6.从新民主主义向社会主	1.使学生通过本课程的学习,正确掌握中国共产党发展的历史,讲授党史中的智慧和经验及党的思想理成果。 2.通过教学,将马克思主义理论渗透到党史理论教学中,提高学生以马克思主义理论观点、方法,分析问题、

		学,使同学们进一步认识没有共产党就没有新中国,只有社会主义才能救中国,并进一步提高学生联系实际,分析问题、解决问题的能力。	义的转变时期。 7.开始全面建设社会主义时期 8.“文化大革命”时期 9.建设有中国特色社会主义的新时期	解决问题的能力。
10	中国近现代史纲要	让学生了解中国近现代史基本国情,理解为什么选择了马克思主义、社会主义、中国共产党。	1.第一次鸦片战争 2.太平天国运动 3.第二次鸦片战争 4.洋务运动 5.甲午战争 6.八国联军侵华 7.清末新政辛亥革命 8.袁世凯复辟、护国运动 9.新文化运动中国共产党成立 10.国共合作大革命 1.抗日战争 解放战争	1.通过本课程的学习,对中国近代国情有充分的了解,使同学们进一步认识到没有共产党就没有新中国,只有社会主义才能救中国, 2.进一步提高学生联系实际,分析问题、解决问题的能力。
11	马克思主义原理概论	1.正确认识人类社会发展规律 2.正确树立世界观、人生观和价值观 3.正确树立中国特色社会主义伟大事业	物质世界及其发展规律、认识世界和改造世界、人类社会及其发展规律、资本主义的形成及其本质、资本主义发展的历史进程、社会主义及其发展等内容。	1.提高学生的马克思主义理论思维能力 2.提高学生解决实际问题的能力 3.提高学生的世界观和方法论的运用
12	大学生心理健康教育(一)	加强大学生心理健康教育,树立正确的心理健康观念,维护自身的心理健康。	1.心理健康总论 2.学会享受心理咨询 3.大学生常见心理问题的识别与调适 4.大学新生适应团体活动	通过本课程的学习,学生能了解相关的心理健康知识,建立正确的心理咨询观念以及自助求助的意识,能很好适应大学新生活。
13	大学生心理健康教育(二)	让学生认识自我发展的重要性,了解人格的基本知识,以及在大学期间需要发展的能力目标和自己的大学生涯进行规划。	1.自我意识发展中的心理调适 2.人格塑造中的心理调适 3.适应与发展中的心理调适 4.大学生自我意识团体活动	通过本课程的学习,学生能建立自尊自信的自我意识,塑造自己的人格魅力,掌握大学生常见人格缺陷的表现、形成原因及调适方法。
14	大学生心理健康教育(三)	让学生了解大学学习活动的基本特点与学习心理特点,让学生了解自身的情绪特点,以及了解人际交往的意义。	1.学习过程中的心理调适 2.情绪的自我心理调适 3.人际交往中的心理调适 4.大学生人际交往团体活动	通过本课程的学习,学生能学会学习,学会管理情绪、掌握基本的交往原则和技巧,了解人际关系障碍的类型及调适方法,增强人际交往能力。
15	大学生	让学生认识恋爱心理的	1.恋爱心理调适	通过本课程的学习,学生能对爱情

	心理健康教育 (四)	特点,能够正确理解压力,使学生正确理解认识生命、尊重生命、珍爱生命。	2.应对压力的心理调适 3.心理危机的自我调适 4.应对压力团体活动	有正确的认识,了解压力对人生的意义,学会正确管理压力,掌握初步的干预方法,预防心理凶机,维护生命安全。
16	军事理论	通过《军事理论》课教学,让学生了解掌握军事基础知识,增强国防观念,国家安全意识和忧患危机意识,弘扬爱国精神、传承红色基因,提高学生综合国防意识。	中国国防、军事思想、国际战略环境、军事高科技、信息化战争等内容。	了解军事思想的基本含义、形成与发展过程及对军事实践的指导作用,了解军事技术的分类,发展趋势及对现代作战的影响,树立科学的战争观和方法论。了解国际战略环境,认清我国周边的安全环境,增强国家安全意识。了解高技术战争的演变历程、发展趋势及特点,认识科技于战争的关系,增强打赢高技术战争的信心。
17	军事技能	《内务条令》教育、《纪律条令》教育、《队列条令》教育与训练 1.单个军人队列动作训练 2.分队队列动作训练、军体拳练习。了解轻武器的战斗性能和基本的射击理论掌握射击的动作要领。	单个军人队列动作训练、分队队列动作训练。《内务条令》教育、《纪律条令》教育、军体拳练习等内容。	增强组织纪律观念培养顽强拼搏和集体主义的精神,养成良好的军人姿态。了解轻武器的战斗性能和基本的射击理论掌握射击的动作要领。
18	职业生涯规划	引导学生以社会发展的最新高度来认识职业,认识人的职业选择与人的生活发展之间的内在联系,并在此前提下对于自身所拥有的各种发展资源进行评估。	1.职业的概念、特点、发展趋势 2.职业能力的内涵和分类	培养大学生职业发展自主意识。
19	职业素养	引导学生以社会发展的最新高度来认识职业,认识人的职业选择与人的生活发展之间的内在联系,并在此前提下对于自身所拥有的各种发展资源进行评估。	职业道德的形成和构成体系	培养大学生爱岗敬业、勤业精业的职业精神。
20	创新创业	引导学生以社会发展的最新高度来认识职业,认识人的职业选择与人的生活发展之间的内在联系,并在此前提下对于自身所拥有的各种发展资	职业理想的内涵和特点	培养大学生职业发展自主意识。

		源进行评估。		
21	就业指导	引导学生以社会发展的最新高度来认识职业，认识人的职业选择与人的生活发展之间的内在联系，并在此前提下对于自身所拥有的各种发展资源进行评估。	1. 职业生涯规划 2. 择业与创业	引导学生树立正确的就业观、创业观，自觉把个人发展和社会发展相结合，为个人自身全面发展与国家社会快速发展而不断努力。
22	形势与政策（一）	帮助学生了解国内外重大时事，学习党和国家的路线、方针、政策，认清形势和任务，激发爱国主义精神，增强民族自尊心和社会责任感，提高广大学生的政治敏锐性和政策判别力，为强大祖国而奋发学习，健康成长。	1. 国内形势与政策教育 2. 深刻理解党的基本路线、重大方针和政策	对大学生进行爱过主义、集体主义、社会主义教育，增强大学生国家荣誉感、社会责任感和民族自信心。
23	形势与政策（二）	帮助学生了解国内外重大时事，学习党和国家的路线、方针、政策，认清形势和任务，激发爱国主义精神，增强民族自尊心和社会责任感，提高广大学生的政治敏锐性和政策判别力，为强大祖国而奋发学习，健康成长。	科学分析关注社会热点、焦点问题	以正确、科学的观点引导大学生的认识和思想政治方向。
24	形势与政策（三）	帮助学生了解国内外重大时事，学习党和国家的路线、方针、政策，认清形势和任务，激发爱国主义精神，增强民族自尊心和社会责任感，提高广大学生的政治敏锐性和政策判别力，为强大祖国而奋发学习，健康成长。	科学分析我国和平发展进程中的国际环境和社会特征。	对学生进行马克思主义形势观、政策观教育。
25	形势与政策（四）	帮助学生了解国内外重大时事，学习党和国家的路线、方针、政策，认清形势和任务，激发爱国主义精神，增强民族自尊心和社会责任感，提高广大学生的政治敏锐性和政策判别力，为强大祖国而奋发学习，健康成长。	国际形势与政策教育，冷静思考国际阵营面对中国崛起的种种反应。	使学生了解国际形势的新特点，提高爱国主义和社会主义觉悟。

26	大学语文(一)	帮助学生习得知识、发展能力、陶冶性情、启蒙心智、塑造人格,引导学生丰富情感世界和精神生活的同时,学会学习、学会做人、学会生活。	文学知识 1. 先秦两汉文学及文本选读 2. 魏晋南北朝文学及文本选读 3. 唐宋文学及文本选读	注重教学的整体设计。积极引导学生从整体上感知和把握作品的思想感情和审美特征。作品分析理解注意充分采纳当前学界所推崇、公认的结论,同时,适当引导学生多元认知和学习,从而拓展思维,开阔视野。
27	大学语文(二)	提高思想修养和审美情趣,养成良好的个性,形成健全的人格,为学好其他专业课程和未来的职业生涯奠定坚实的基础。	1. 明清文学及文本选读 2. 现当代文学、外国文学文本选读 3. 应用写作 ①应用文概述 ②计划、总结 ③求职简历 就业合同 4. 口才能力 ①口才概述 ②面试口才训练技巧	提倡学生的自主。为学生创设良好的学习情境帮助其探讨人文经典。鼓励课程的教学研究。积极开展集体备课、说课程整体设计、课程单元设计以及观摩课,研究课等教研活动,促进教师的专业成长和教学质量的提高。
28	大学英语(一)	高职英语课程以培养学生实际应用英语的能力为目标,侧重职场环境下语言交际能力的培养,使学生逐步提高用英语进行交流与沟通的能力。	本课程通过基础英语的学习,掌握英语语言和文化知识,习得英语词汇。	有效整合教学内容。 在使用教材的过程中,教师可以根据需要对教材内容进行适当的补充,和取舍。
29	大学英语(二)	高职英语课程要使学生掌握有效的学习方法和策略,培养学生的兴趣和自主学习能力,提高学生的综合文化素养和跨文化交际意识,为提升学生的就业竞争力及未来的可持续发展打下必要的基础。	本课程通过基础英语的学习,掌握语法规则,训练英语听、说、读、写、译的技能。	合理设计教学活动。教学活动的难度过高或过低时,教师可以增加几个准备性或提示性的步骤或对原有的活动进行延伸。 灵活选择教学方法。由于客观条件的差异、学生现有水平的差异以及教学实际情况的差异,为适合实际教学的需要,教师要注意调整教学方法。
30	信息技术(一)	培养学生信息素养和信息技术应用能力。使学生认识信息技术的重要作用,掌握常用的工具软件和信息化办公技术,运用信息技术解决问题;培养学生团队意识和职业精神。	1. 文档处理 2. 信息检索 3. 新一代信息 4. 技术概述 5. 信息素养与社会责任 6. 信息安全等内容	高等职业教育专科信息技术课程教学要紧扣学科核心素养和课程目标,在全面贯彻党的教育方针,落实立德树人根本任务的基础上,突出职业教育特色,提升学生的信息素养,培养学生的数字化学习能力和利用信息技术解决实际问题的能力。
31	信息技术(二)	培养学生信息素养和信息技术应用能力。使学生掌握常用的工具软件和	1. 电子表格处理 2. 演示文稿制作 3. 程序设计基础	高等职业教育专科信息技术课程教学要紧扣学科核心素养和课程目标,在全面贯彻党的教育方针,落

		信息化办公技术，了解大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术，具备支撑专业学习的能力；使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力。	4. 数字媒体等内容	立德树人根本任务的基础上，突出职业教育特色，提升学生的信息素养，培养学生的数字化学习能力和利用信息技术解决实际问题的能力。
--	--	-------------------------------------------------------------------------	------------	---------------------------------------------------------------

2、公共基础主要选修课程设置及要求 如表 5 所示。

表 5 公共基础主要选修课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	中国传统文化	本课程以帮助学生深入了解中华民族文化的主要精神，理解和认识中国传统文化的优秀要素和传统思维方式，引导学生自觉传承传统文化，增强学生民族自信心、自尊心、自豪感，启迪学生热爱祖国、热爱民族文化为总体目标。	1. 中国传统哲学思想 2. 中华传统美德 3. 语言文字 4. 文学典籍 5. 书法绘画 6. 乐舞戏曲 7. 中医养生 8. 传统科技 9. 节日民俗	本课程在教学过程中采用“教与学一体化”教学模式，教学中要充分调动学生的学习主动性和创造性，可采用讲授法、案例教学法、启发式教学法、情景教学法、比较法等多种教学方法。
2	积极心理学	进一步加强大学生对心理健康、心理学的认识。	异常心理的表现、如何拥有幸福、爱的能力等 8 章内容。	通过本节课的学习，学生能更加直观、形象了解心理学和心理健康，从而提升自身的幸福感。
3	革命道德修养——红色影片赏析	提升大学生人文艺术素养、影视鉴赏能力	1. 影视艺术概述 2. 电影的历史发展 3. 电影鉴赏	1. 引导学生在革命情感体验的基础上，对影视作品进行分析、比较与评价。 2. 提高学生对影视作品的审美感受力及鉴赏能力。
4	茶文化与茶艺	通过对基础茶文化的讲解和操作技能的训练，使学生掌握茶艺服务的日常操作流程，具备从事茶艺服务实际工作要求的技能，具备良好的服务礼仪、礼貌，具有较好的服务意识、职业道德和爱岗敬业的精神。	本课程涉及茶文化和茶艺服务 2 个教学模块、4 个服务任务，单项能力训练根据茶艺服务所需要的知识和技能来设立的。 模块一：茶文化 模块二：茶艺	1. 教师应以任务为载体安排和组织教学活动。 2. 教师应按照任务的学习目标编制课程教学设计。课程教学设计应明确教师讲授和演示的内容。 3. 教师应以学习者为主体设计教学，提高学习者学习的积极性，增强学习者的学习信心和成就感。
	插花	增强学生的美感体验，培养	1. 插花艺术概论	

5	艺术	学生欣赏美和创造美的能力，提高学生的艺术修养。培养学生的职业能力，达到国家中级“插花员”的职业标准以及“花艺环境设计师”中有关室内花艺设计方面的职业能力。让学生掌握东西方插花艺术的创作理念与法则；掌握插花艺术特点、花材的整理与加工技艺技巧、现代花艺设计理念与技法、花艺色彩设计等；动手设计制作艺术插花、礼仪花艺(花束、花篮、婚礼花艺)。	2. 插花艺术简史 3. 插花造型的基本知识 4. 插花造型的基本理论 5. 东方传统插花艺术 6. 西方传统插花艺术 7. 现代插花艺术 8. 插花的保鲜和养护 9. 部分插花艺术作品赏析	1. 适当增加实践教学的比例，注重对学生实践能力的培养。应积极采用多媒体手段及现场演示的方法对理论做形象、直观的解释，力争使本课程的教学达到使学生在艺术欣赏中学习、在学习中受到艺术熏陶的效果。 2. 操作课中通过对学生作品的点评，把基本理论与基本技能渗透到学生的实践中，使学生学以致用；基本技能的训练主要通过插作课完成，采用教师示范、学生练习，教师在练习中指导、在练习后点评。
---	----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(二) 专业(技能)课程

要求列出所有必修课和选修课。

1. 专业基础课程设置及要求

如表 6 所示。

表 6 专业基础课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	电子商务	①能够在第三方平台上进行网上开店及网站建设 ②能够安全使用网上支付工具 ③能够恰当使用网络营销策略 ④能够明确电子商务对物流的要求 ⑤开展电子商务活动能够符合相关法律法规	①电子商务的框架与模式 ②电子商务的网络技术基础 ③网站建设 ④电子商务安全及网上支付 ⑤网络营销 ⑥电子商务物流 ⑦电子商务相关法律法规	通过本课程的学习是学生了解电子商务的一般过程和基本概念和相关技术，具有较强的电子商务应用能力。
2	消费心理学	①能够明确消费者的消费心理和行为的基本规律 ②能够进行消费者购买心理活动分析 ③能够准确	①消费心理学的研究对象、内容、方法、意义、基本理论 ②消费需求、消费者购买动机，消费者的购买决策，消费者的购买行为	通过本课程的学习，让学生掌握消费心理学的基本理论知识，洞悉消费者心理活动的基本过程及心理特征，培养学生分析问题和解决问题的能力。

		判断消费者的心理活动 ④能够利用营销工具影响消费者消费心理和行为	③消费者群体与购买行为心理特征,消费流行、消费习俗与消费心理 ④购买情境与消费者心理	
3	市场营销	①认识市场营销环境,能够对市场营销环境进行正确分析; ②能够运用市场细分的若干种方法,选择相关企业所面对的市场进行市场细分,进而选择目标市场,推出相应的目标市场策略和市场定位策略; ③能够比较准确地分析消费者的购买动机、购买行为和购买过程,并能采取相应的营销策略; ④能够针对具体的企业选择与设计产品策略与价格策略; ⑤可以根据市场条件选择与设计促销策略,组织参与促销活动。	①市场分析、营销分析、消费者购买行为分析 ②市场细分与目标市场选择 ③产品决策与新产品开发策略 ④定价决策、分销渠道决策、促销决策	要求学生掌握市场营销基本观念、原理、方法,还要求学生把所学专业知 识采用课程实训法,运用到营销实践,分析和解决实际问题,并通过实战,使学生具备企业营销执行的基本技能,增强岗位工作所需的职业素质。
4	电商财务基础	①能够明确网络营销和电商直播所涉及的相关财务知识及从业人员的财务素质 ②能够掌握电商中常用的支付结算方法 ③能够明确税务基本知识	①财务会计基础知识 ②电商中常用的支付结算办法 ③商品购、销、存及营销成果的核算 ④订单处理与货款管理 ⑤税务基本知识	通过本课程的学习,要求学生掌握现代企业财务管理的基本理论、基本概念和基本方法;熟悉营运资本项目管理、投资管理、收入和利润管理的相关知识;掌握财务预算、财务控制和财务分析的能力;熟悉金融市场。树立现

		④能够处理订单、进行货款管理 ⑤能够进行营销成果的核算，掌握商品销售统计的基本方法	⑥商品销售统计的基本方法	代财务管理的基本观念。具有从事经济管理所必须的财务管理业务知识和工作能力。
5	商务礼仪	①能够正确判断商务场合下各种行为是否规范 ②能够正确将自己打造成具有良好形象的商务人员 ③能够正确组织、策划简单的各类商务活动 ④能够正确使用一些商务谈判技巧	①商务礼仪在商务活动和社会交往中的重要性 ②商务礼仪的知识 ③各种商务礼仪规范、礼仪技巧和操作方法 ④了解国际商务交往中不同国家的风俗礼仪和文化差异	通过本课程的学习，使学生了解商务礼仪的内涵，掌握正确的礼仪习惯，培养学生的礼仪素养，提高学生自身素质，使他们懂得如何塑造成功的个人形象及进行得体的人际交往，从而为未来从事旅游行业的工作奠定基础。

2. 专业课程设置及要求

如表 7 所示。

表 7 专业课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	电商基础及初期运营	使学生掌握主要的电商初期运营相关岗位技能和运营管理水平，能够熟悉各个平台的开店资质、流程，进行开店筹备、市场调研分析、产品详情页制作和画板制作与设计对接等，为从事电商初期电商运营基础执行层与电商运营管理工作奠定基础。	本课程通过对电商 500 强公司、传统行业转电商的公司和电商代运营公司的调研，获得了用人单位对从业人员的能力需求，根据实际的工作情境选取典型的项目作为教学内容，并对电商初期运营岗位技能和日常运营管理工作典型工作任务逐步分解，最终设立典型课堂任务。 课程教学评价着重考核学生掌握	进行产品调研、产品详情页制作和店铺装修及活动策划等工作，用 AXURE 软件制作产品详情页，用画板框架内容与设计对接，用日企流程管控表做好运营总控，用岗位模拟方式，建立有效内部沟通机制，让学生如同在电商企业工作一样学习本专业，在教学的过程中尤其注重培养学生的实践能力。在教学过程中，根据实际大中型电商企业的工作过程，将必备的理论知识和实践技能通过课堂任务的形式传递给学生。整个教

			<p>电商初期运营与管理能力,并能综合运用所学知识技能按照给定的要求进行相关岗位执行层的设计与制作。评价主要由过程评价、结果评价二部分组成。</p>	<p>学通过一个个具体项目来讲授电商企业在日常运营与管理中的项目管理能力、策划文案能力,市场调研能力,店铺装修能力和微信公众号的运营管理能力。</p>
2	短视频制作与推广运营	<p>使学生掌握各大短视频平台短视频制作的文案专业,短视频拍摄,场景设计,短视频制作的软件应用,多平台推广引流等技能,为胜任内容运营的核心岗位技能奠定基础。</p>	<p>通过对合作企业新媒体运营部门的岗位需求能力调研,主要针对短视频拍摄脚本的设计、拍摄技巧、视觉场景搭建、视频剪辑、动画效果、短视频推广方式、短视频数据统计分析等进行岗位技能训练。</p>	<p>对各大短视频平台进行调研分析,模拟点击量高的短视频进行案例分析教学,通过小组分工协作,联合合作企业的短视频需求,举办大赛等,根据视频播放点击量,转化率等评价学习成果。</p>
3	直播平台运营与实操	<p>使学生熟练掌握直播的电商各个平台的规则,运用模式,数据复盘,选品、脚本策划、直播技巧等岗位技能,为成为优秀的直播运营管理人才和带货主播打下坚实基础。</p>	<p>直播电商平台的后台环境、直播标题设置、直播封面的要求、直播脚本的制作、直播场控的职责、优秀主播养成记、数据复盘、主播经纪人等,培养直播岗位多种技能和高素质的人才。</p>	<p>根据直播电商公司,直播品牌营销服务机构,直播基地的调研,重点打造电商主播、直播电商运营和媒介执行等岗位,引入合作企业的产品,要求突出实操教学,教学过程还原真实带货场景,以小组为单位,通过考核粉丝关注度、点赞数、转发量、销售量及金额等数据制定该课程的成绩。</p>
4	电商发展期运营与实操	<p>使学生掌握主要的电商发展期的运营相关岗位技能和运营管理水平,能够根据电商发展的需求,对产品进行打磨、不断发掘产品的卖点、延长产品的生命</p>	<p>熟练掌握电商发展的运营、项目进度管理、产品运营、用户运营、活动策划与运营、客户服务及复盘运营等相关技能。从而为学生从事电商发展期运营阶</p>	<p>进行产品规划、产品卖点打造、延长产品生命周期、用户运营、活动的策划、活动的粉丝联动、客户服务、活动数据分析等工作,根据课程需要设计,让学生们真正的实现操练。将学生分成小组,给小组指</p>

		<p>周期、挖掘更多可以带动流量及转化的产品、自建活动运营、借势做活动、将活动的效果发挥到最大化、活动复盘等总结活动为后续的工作做有效准备，为从事电商发展期电商运营基础执行层与电商运营管理工作奠定基础。</p>	<p>段的产品运营、活动策划与活动运营和客服服务等岗位。</p>	<p>定项目题目，组与组之间进行竞争，让每一位学生真正参与进来！在教学的过程中尤其注重培养学生的实践操作能力。将必备的理论知识和实践技能通过课堂任务的形式传递给学生。整个教学通过一个个具体项目来讲授电商企业在日常运营与管理中的项目管理能力、打造产品的敏感度、市场的感知力、活动策划与运营的能力等，通过综合项目使学生掌握整个电子商务运营的过程，在项目的选择上，不仅要具备代表性，还要能够涵盖教学的知识目标与能力目标，最后能组合为一个具有代表性的大中型电商企业电商运营综合项目。</p>
5	<p>电商可控期推广运营与实操</p>	<p>使学生掌握主要的电商和直播电商平台管理与维护的相关岗位技能和运营管理水平，能够在项目的发展中熟悉平台规则和运营模式、掌握关键词与搜索引擎之间的关系、渠道分销体系建立、推广运营计划制定（淘宝客、直通车、钻展）、京东快车以及其他相关平台推广工具的使用等，并掌握互联网营销思维，直播运营策划能力和直播技</p>	<p>熟练掌握电商可控式运营实操的运营、推广工具的使用、分销体系的建立、关键词与搜索引擎之间的关系、淘宝客推广工具的使用、直通车基础知识与数据观测、京东快车推广知识、钻石展位推广等运营等岗位相关技能。从而为学生从事电商发展期电商可控式运营实操的推广专员、活动专员、客服团队管理、活动策划、全网运营等相关岗</p>	<p>通过综合项目实训使学生掌握整个电子商务运营的过程，在项目的选择上，不仅要具备代表性，还要能够涵盖教学的知识目标与能力目标，最后能组合为一个具有代表性的大中型电商企业电商运营综合项目。</p> <p>（1）项目的设计要与实际的工作相结合。</p> <p>（2）项目内容的选择上全面涵盖知识目标与能力目标。</p> <p>（3）项目注重培养学生解决实际问题的能力。</p>

		巧,满足企业的真实用人需求,让学生熟练掌握各项技能,为即将走上实习与工作岗位做好准备。	位技能奠定基础。	
6	电商非可控期运营与实操	掌握主要的电商非可控期发展阶段的相关岗位技能和运营管理水平,能够在熟悉互联网营销与实务、活动页面推广、百度(搜索引擎推广大)、图片及视频传播、网红经济、借势营销等,为管理岗位提升打好坚实基础。	熟练掌握电商非可控期运营与实操的运营、互联网营销与实务、活动页面推广、百度(搜索引擎推广大)、图片及视频传播、网红经济、借势营销等相关技能。从而为学生从事电商发展期电商非可控期运营与实操的推广专员、活动专员、营销策划、文案策划、全网运营等相关岗位技能奠定基础	通过综合项目实训平台实操演练或顶岗实训,使学生掌握整个互联网、传统电商和直播电商公司运营的全过程,在项目的选择上,组合为一个具有代表性的大中型互联网电商全岗位全域营销的综合项目。 (1)项目的设计要设计全岗位。 (2)项目内容的选择上侧重主流行业,如服饰、食品、美妆等。 (3)项目注重培养学生互联网营销创新、创意思维和管理能力。
7	PhotoShop	学生通过本课程的学习和技能训练,掌握 Photoshop 应用的理论知识和对 coreldraw 软件的基本操作,最终利用软件能够设计字体和合理有效进行字体排版,让学生具有综合设计水平的素质。	Photoshop 掌握绘画的基础理论,学习色彩原理和选取颜色、范围选取、工具与绘图、图像编辑、控制图像色彩和色调、使用图层、路径、通道和蒙板的应用、滤镜。	①能够了解数字图像的基本理论、有关色彩理论和颜色模式的理论知识。 ②熟练掌握 PHOTOSHOP CS 的工作界面以及一些基础操作,例如:对图像文件的新建、打开和保存操作,以及使用 PHOTOSHOP CS 中的各种辅助工具等。 ③能够熟练利用 PHOTOSHOP CS 中的工具和命令创建、编辑和保存选区;熟练掌握创建、编辑路径的方法与技巧。 ④熟练掌握图层的一些概念、基本操作。

				<p>⑤对通道与蒙版的概念有一个清晰的认识，轻松掌握通道与蒙版的操作方法与技巧。</p> <p>⑥掌握滤镜的一些基础的操作</p>
8	现代企业管理	<p>①能够运用管理知识分析、解释企业的管理活动</p> <p>②能够区分什么是企业，会辨别企业类型，会分析和解释企业管理的功能</p> <p>③能够分析、解释企业经营战略管理的流程及各环节的重点</p> <p>④能够进行初步的消费者购买行为分析，会根据企业的环境信息匹配市场营销战略</p> <p>⑤能够区分企业生产流程，区分企业管理中质量管理的效能</p>	<p>①企业管理基础知识、现代企业制度</p> <p>②企业经营战略管理相关知识</p> <p>③人力资源管理、市场营销管理、生产管理、质量管理</p> <p>④财务管理、企业文化</p>	<p>使学生了解企业和企业组织的基本理论，学会运用这些基本理论来理解和解释当前企业发展中存在的问题。掌握企业的含义、本质，了解企业产生的过程；掌握企业的分类。</p>
9	客户关系管理	<p>①能够进行客户关系管理简单流程的设计</p> <p>②学会客户的识别和开发</p> <p>③能够建立和利用客户档案</p> <p>④能够对客户进行分类并能进行价值分析</p> <p>⑤能够对客户服务质量进行评价并能采取有效的提升途径</p> <p>⑥能够对客户满意度的测评并能采取有效的提升</p>	<p>①客户关系管理职业岗位分析</p> <p>②客户关系管理流程设计</p> <p>③客户的识别和开发</p> <p>④客户档案的建立与管理</p> <p>⑤客户价值分析</p> <p>⑥客户服务质量提升</p> <p>⑦客户满意度的测评与提升</p>	<p>本课程具有很强的综合性和应用性，通过对客户关系管理的学习，使学生全面了解客户经济时代的客户需求特点，了解客户经济时代客户价值决定公司价值的原理。掌握客户满意度管理的基本方法和客户忠诚度的管理办法，基本掌握客户资源分析的技巧，学会优化客户资源，提升公司价值和获利能力。</p>

		方式		
10	推销实务	<p>①能够灵活运用寻找客户的方法为现实企业找到合适的顾客</p> <p>②能够运用正确的方法接近顾客,做好推销前准备</p> <p>③能够运用技巧处理真实工作环境下的顾客异议</p> <p>④能够在实际谈判活动中,灵活运用各种成交的方法</p> <p>⑤能够较好的处理模拟谈判、推销中的常见问题</p> <p>⑥能够营造良好开局气氛,为谈判实施做好准备</p> <p>⑦能够为现实企业进行推销并组织成功的谈判</p>	<p>①推销的概念、形式,推销人员的素质要求</p> <p>②推销准备工作的要求,制定推销计划</p> <p>③认知寻找准顾客的方法,接近顾客、推销洽谈、处理顾客异议、促成交易的方法</p> <p>④谈判的含义、构成要素、交易谈判的基本原则及过程</p> <p>⑤谈判的准备工作、谈判开局与摸底、谈判磋商、签约知识</p>	<p>使学生能比较全面地掌握推销与谈判的基本理论,学会推销与谈判的基本方法,并能结合实际,开展推销与谈判业务。为此,学生不仅应该具有心理学和市场营销学的基础知识,而且还要具有竞争意识和创造性思维,通过严格训练,适应现代企业推销与谈判工作需要。</p>
11	新媒体运营	<p>本课程主要学习新媒体运营的基本知识、文案策划、自媒体运营、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自媒体运营、用户运营、运营人的通用方法等。通过学习本课程使学生具备创建并运营管理各自媒体平台的能力,成为一名合格的自媒体人,为学生的就业成才多提供一条途径。</p>	<p>①微信运营的操作流程</p> <p>②文案写作的技巧</p> <p>③主流自媒体平台的平台规则以及特点</p> <p>④短视频自媒体和音频自媒体的内容生产和传播规则</p> <p>⑤活动运营和推广的操作方法</p> <p>⑥用户运营的操作流程</p>	<p>从学生的现状出发,选取贴近所学技能的企业项目,激发并保持学生的学习兴趣。通过反复的实战练习,提高学生的技能,培养学生探索知识的乐趣、良好的思维习惯和实践能力,最终提高学生运用电商与新媒体知识解决实际问题的能力</p>

3. 专业选修课程设置及要求

如表 8 所示。

表8 专业选修课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	财经与生活	<p>①了解会计原理、税收基础、金融基础的常识。</p> <p>②能够利用财经知识进行简单的分析、计算以及案例分析，丰富生活经验。</p> <p>③通过案例分析，参透实质，开拓视野。</p>	<p>①会计基础原理。</p> <p>②税收基础及个税计算。</p> <p>③金融基础，银行结算方式，资金时间价值，点钞验钞。</p> <p>④世界金融案例导读。</p>	<p>①强化学习认知，增强对财经基础知识认识与理解；</p> <p>②认真学习课程知识，积极参与课堂互动，保证出勤情况与课堂纪律；</p> <p>③按时保质保量提交课程作业；</p> <p>④根据出勤、课堂表现、作业进行成绩认定。</p>
2	经典广告赏析	<p>①掌握广告的基本原理、广告心理、广告的相关概念以及广告赏析的要点；</p> <p>②能从广告主的角度去审视广告的商业价值，判断广告策略应用效果；</p> <p>③学会恰当地选择广告媒体组合策略，避免广告浪费现象。</p> <p>④提升学生的美学鉴赏能力。</p>	<p>①广告基础认知；</p> <p>②公益广告赏析；</p> <p>③食品广告赏析；</p> <p>④药品广告赏析；</p> <p>⑤日常用品广告赏析；</p> <p>⑥抽象性及趣味性广告赏析；</p> <p>⑦非常规广告赏析；</p> <p>⑧考试。</p>	<p>①课上认真听讲，课堂任务积极思考、讨论并敢于发表自己的观点；</p> <p>②课后任务按照要求完成并提交；</p> <p>③上课使用资料：优盘、手机和课堂学习笔记；</p> <p>④学分获得最低标准：出勤至少五次，参加考试并成绩合格，课堂上无影响正常学习秩序的恶劣行为。</p>
3	劳动者权益与劳动保护	<p>通过讲授劳动者所享有的各项权益，主要包括生命权、自由权、尊严权、政治权利、公民权、平等就业权、自主择业权、获得报酬的权益、休息休假的权利、获得职业培训的权利、获得劳动安全卫生的权利、提起劳动争议的权利、集体谈判的权利、民主管理的权</p>	<p>①劳动者自主择业权和平等就业权</p> <p>②劳动合同和集体合同上的权利</p> <p>③劳动基准法规定的权利</p> <p>④劳动保障权</p> <p>⑤劳动者权益救济机制</p>	<p>①要求学生掌握劳动者权益保护的主要范围及每一种权利的范围和界限，以及法律制度的具体规定，了解劳动者权益与用人单位利益的相互关系，在知识体系上认知社会矛盾的形成及化解的渠道。</p> <p>②能够结合我国社会的实际情况，通过对我国劳动者权益及其保护理论与实践的分析，掌握我国劳动者权益保护制度变革及演进的有关问</p>

		利等,以及劳动者如何在每天的工作中随时发现权益被侵犯的情况并做好权利救济的准备,在适当的时候通过劳动争议仲裁和诉讼使法律条文规定的权利较大程度地实现为真实享有的权利。在理论阐述的同时,提供有针对性的法律法规的理解和分析,结合真实案例使学生对劳动者权益的内容和救济手段有切实的感受。通过这种自主性学习与教师的启发式教学培养学生独立思考的能力和基本的学术研究的能力。		题和发展趋势。 ③努力做到提升心灵、传授知识与培养技能等目标并重,通过课堂讲授、课堂讨论、分组自主性学习等教学方法使学生在分析问题和解决问题的思路与能力上有较大提高。
4	网络营销	①使学生对于网络营销的基本概念有较全面的认识和理解; ②使学生充分利用对网络营销专业理论知识及技术知识; ③为网络营销的实践和应用提供较全面的方法和指导。	①掌握网络营销的概念、特点等基础知识; ②网络营销策划,重点在于学习网站编辑和网站设计等相关知识和网站建设推广相关知识。	①强化学习认知,增强对财经基础知识认识与理解; ②认真学习课程知识,积极参与课堂互动,保证出勤情况与课堂纪律; ③按时保质保量提交课程作业; ④根据出勤、课堂表现、作业进行成绩认定。

七、教学进程总体安排

(一) 专业教学活动周计划

网络营销与直播电商专业学制3年,共6个学期,第一学期19周,其余学期20周,共119周。其中第一学期军训

和入学教育 1 周，第一至第四学期机动、考试各 1 周；第五学期毕业设计答辩共 5 周、复习考试共 1 周；第四学期暑假和第六学期顶岗实习合计不少于 6 个月，第六学期毕业典礼 1 周。教学周内每周开课不低于 20 学时，具体网络营销与直播电商专业教学周分配，如附表 1 所示。

（二）专业教学进程安排

网络营销与直播电商专业教学进程安排表，如附表 2 所示。

（三）专业教学学时、学分分配

网络营销与直播电商专业教学学时、学分分配，如表 9 所示。

表 9 网络营销与电商直播专业教学学时、学分分配表

项目	课程门数	学分数	学时分布		备注
			学时数	学时百分比	
教学活动合计	19	64.5		——	
实践教学合计	3	41.5	1080	36%	
必修	公共基础课	19	826	27.6%	
	专业基础课	5	264	9%	
	专业核心课	8	412	13.8%	
	小计	32	1502	50.4%	
选修	公共选修课	5			
	专业选修课	4			
	小计	9			

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 专兼职教师数量

本专业在校学生三年不低于 100 人。专业教师师生比按 18:1 配置，专业教师不少于 12 人。现有专业教师 8 人。满足专业教学需求。

2. 师资队伍结构、素质

专业教师的数量、结构、素质如表 10 所示。

表 10 专业教师的数量、结构、素质

序号	教师类型	数量	比例	素质
----	------	----	----	----

1	专任教师	8	40%	专任教师应具备良好的职业道德和一定的教学科研能力，达到高等教育教师资格的要求且具备高等教育教师任职资格。其中主讲教师应具有讲师以上职称的专任教师担任，具备课程体系开发和课程教学实施过程设计能力，具有企业工作经历或企业锻炼经历。专任教师具有很强的实践教学能力和科技开发服务能力，参加科学研究或技术服务的专任教师人数为专任教师总数的30%。
2	兼职教师	4	20%	在大、中型互联网、电商企业聘请的既有一定理论水平又有丰富实践经验的高管或业务骨干；兼职教师具有较高的师德修养，懂得教学规律；兼职教师应遵守学校管理制度；兼职教师应参与专业建设、课程建设和日常教学活动。
3	企业教师	8	40%	企业教师具有丰富的实践经验，从业经历均在5年以上，电商和直播电商的企业高管担任，承担该专业的核心技能课部分，带着真实项目教学，重在岗位过程的教授，确保学生到企业实习就业快速上手，与企业需求的岗位人才无缝衔接。

3. 专业带头人

施丹宁，网络营销与直播电商专业教研室主任，法学学士，高级讲师，2005年毕业于辽宁师范大学，辽宁工程职业学院市场营销专业带头人，担任市场营销，网络营销与直播电商专业的教学工作，主讲《市场调研与预测》、《营销策划与运营》、《营销模拟决策分析》等课程。

(二) 教学设施

1. 校内实训室配置

校内实训室配置如表 11 所示。

表 11 校内实训室配置

序号	实训室名称	主要功能	面积、设备台套数	备注
1	微机室	前台美工设计、网页设计	100、40 套	

		与制作、电子商务各课程 实训		
2	专业多媒体教室	电商初期运营、电商发展 期运营、可控运营、非可 控运营	100、42 套	
3	产品室	产品选择、产品摄影技术 实训课程	50、1 套	
4	直播电商实训室	淘宝和抖音平台直播带 货	80、1 套	
5	电商运营实训室	沐维电商企业店真实运 营管理	80、1 套	

2. 校外实训基地

校外实训基地配置如表 12 所示。

表 12 校外实训基地室配置

序号	实训室名称	合作企业名称	实训活动内容	备注
1	电商全岗位实训室	北京沐维电子商务科技有限 公司	电商运营全岗 位实训	
2	直播电商实训基地	杭州四喜信息技术有限公司	淘宝、抖音、 快手等平台直 播带货	
3	阿里巴巴运营实训 基地	杭州玖众科技有限公司	阿里巴巴国际 站运营	
4	社群新零售实训室	上海吉贡管理咨询公司	社群新零售全 岗位轮岗	

(三) 教学资源

1. 教材选用

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。根据学院教材选用制度，所在系成立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材审核小组，通过规范程序择优选用教材。

逐步建立由院校专家和企业专家组成的教材选用专家组，优先从国家和省两级规划教材目录中选用教材。鼓励与行业企业合作开发特色鲜明的专业课校本教材，参与教材编写的行业企业需经电商行指委批准。

2. 图书文献配备

学院馆藏图书文献，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。

3. 数字教学资源配置

学校配备数字教育资源接收和播放设备，保证师生享受优质数字教育资源。建设和配置与专业相关的一定数量的多媒体素材（如企业实录资料）、教学课件、案例库、虚拟仿真软件、数字教材等数字资源，满足教学。

（四）教学方法

1. 教学模式的设计与创新

网络营销与直播专业在专业建设与改革过程中，深入行业企业调查研究，与行业企业人员一起分析职业岗位工作及能力要求，根据职业岗位的典型工作任务，结合企业实际，按照以学生为主体，基于工作任务的课程建设理念，探索出“行动导向、教学做一体”的教学模式。

2. 教学方法

采用项目教学法、角色扮演、课证融合、案例教学等方法在专业教学中得到了普遍应用。各课程在教学过程中可针对具体的课程内容采取不同的教学方法实施教学，努力提高教学质量。

3. 现代教学技术手段的应用

运用现代教学技术手段是提高教学效果的重要途径。它为教师和学生提供了一个网上师生互动、激励、网上练习的虚拟课堂。

（1）多媒体教学

通过多媒体课件来辅助教学，使教学内容更加生动，大大吸引了学生的注意力，增加了教学的信息量、增强了课堂教学的趣味性。

（2）网络教学

实现教学资料、文件全部上网。学生只要点击该网站，均能查阅到相关内容：如教材与参考资料、教学大纲、教案、习题与案例分析、经贸政策信息、讲座和学术前沿知识等。

（3）微课、录课、信息化教学软件的运用

在教学中让学生充分利用手机，进行课前预习，课中的讨论及测试、课后复习，发挥学生主体的地位，同时团队教师对教学内容进行微课的制作及录课，参加省市级的信息化教学大赛，并将其运用到日常教学之中，提高课堂教学效果。

4. 教学设计过程中必须始终贯穿课程思政教育，以立德树人为宗旨，全面提高学生政治品格与职业道德素养。

（五）学习评价

本专业的学生在校期间，由企业制定的量化考评全程监管。对每一个学生每阶段通过出勤、作业、企业实训课、综合表现等多方面考核维度进行公平公正的考核。符合企业的用人标准，必须通过沐维电商企业的考核。反之，若不符合，需延期推荐工作，重新复训。

（六）质量管理

为保障人才培养方案的顺利实施和持续改进人才培养质量，使人才培养过程的关键环节始终处于可控状态，在学院教学质量监控体系的总体框架下，建立适应本专业人才培养模式需要的教学质量监控体系。

建立系层面的教学执行与监督评估分线运行的组织框架，细化学院教学运行管理制度，规范系部教学实施过程，使人才培养方案的实施有组织保障和制度保障。教学执行组织由系主任、副主任、专业教研室、专业教师、学生组成。

在教学运行过程中，实训、实习等实践教学环节的执行是管理的难点和重点。主要措施：一是制订和完善实践教学资料，做到实训课程有教学标准、质量考核标准和评分办法，

教学过程按流程实施，学生有实习手册、教师有指导手册等；二是制订和完善实践教学管理文件，加强校内生产性实训、毕业综合实践、校外顶岗实习等实践教学环节管理，规范校内外实习实训基地运行；三是积极搭建校企合作实践教学平台，校内专业教师和企业实训指导老师共同执行实践教学任务，院教学督导处、系教学督导室、学生教学信息站对实践教学质量进行监督，教学检查工作小组、顶岗实习工作小组、毕业综合实践领导小组对实践教学执行过程开展检查，对采集和反馈的信息进行分析和利用。

九、毕业要求

1. 学分要求：总学分达到 172 学分，其中必修课 154 学分、公共选修课 12 学分、专业选修课 6 学分。

2. 技能等级证书要求：鼓励学生获得以下职业资格证书或技能等级证书（1+X 证书），并可进行课程置换，但不做硬性毕业要求，如表 13 所示。

表 13 证书与课程互换情况

序号	职业资格/职业技能等级证书	互换课程	互换课程分数
1	网络营销（直播销售员）	直播平台运营与实操	80
3	电子商务师中级	电商发展期运营与实操	80

3. 综合素质测评要求：综合素质测评合格及以上。

十、附录

1. 专业教学活动周计划表

附表 1 网络营销与直播电商专业教学活动周计划表

学年	学期	学期周数	教学周数		技能鉴定	毕业实习与毕业论文	入学教育与军训	劳动教育	毕业教育	假期	机动	考试
			课堂教学	整周实践								
一	I	19	13	1			2	1		1		1
	II	20	14	2				1		1	1	1
二	III	20	14	3	√					1	1	1
	IV	20	6	7		4		2		1	1	1

三	V	20	0			19				1		
	VI	20	0		√	18			1	1		
合计		119	47	13	—	41	2		1	6	3	4

2. 专业教学进程安排表

附表 2 网络营销与直播电商专业教学进程安排表

学年		一		二		三		合计	理论	实践	学 分	考 核 方 式	授 课 方 式	课 程 类 型	课 证 融 通	备 注
学期		I	II	III	IV	V	VI									
课 程 属 性	序 号	课 程 代 码	课 程 名 称	13	14	14	6									
公 共 必 修	1	G99911001	思想道德与法治	2				48	32	16	3	考试	理实 一体	B		补 6 学时
	2	G99911002	毛泽东思想和中国特 色社会主义理论体系 概论		4			64	48	16	4	考试	理实 一体	B		12W
	3	G999120041	体育与健康（一）	2				26	4	22	2	考查	理实 一体	B		周学时 2,总学时 110-140 学时之间, 每学期理论学时 4。
	4	G999120042	体育与健康（二）		2			28	4	24	2	考查	理实	B		

														一体			
5	G999120043	体育与健康（三）			2			28	4	24	2	考查	理实 一体	B			
6	G999120044	体育与健康（四）				2		12	4	8	1	考查	理实 一体	B			
7	G21016132	劳动教育	1w	(1w)				32	16	16	2	考查	讲授+ 实操	B		同文明岗一起进行,安排在第一学期或第二学期。暂按所有班级两学期开设,待新生报到后再调整。	
8	G21016234	国家安全教育	√					32	32		2	考查	讲座	A		网络	
9	G21015134	党史			√			32	32		2	考查	讲座	A		网络	
10	G21015234	中国近现代史纲要	√					32	32		2	考查	讲座	A		网络	
11	G21015334	马克思主义原理概论	√					32	32		2	考查	讲座	A		网络	
12	G999110041	大学生心理健康教育（一）	2					8	8		0.5	考查	讲授	A			
13	G999110042	大学生心理健康教育（二）		2				8	8		0.5	考查	讲授	A			
14	G999110043	大学生心理健康教育（三）			2			8	8		0.5	考查	讲授	A			

15	G999110044	大学生心理健康教育 (四)				2			8	8		0.5	考查	讲授	A		
16	G99912003	军事理论	√						36	36		2	考查	讲座	A		网络
17	G21016335	军事技能	2w						112		112	2	考查	实操	C		以军训形式进行
18	G999110091	职业生涯规划	√						8	8		0.5	考查	讲座	A		网络
19	G999110092	职业素养		√					8	8		0.5	考查	讲座	A		网络
20	G999110093	创新创业			√				8	8		0.5	考查	讲座	A		网络
21	G999110094	就业指导				√			8	8		0.5	考查	讲座	A		讲座
22	G999110031	形势与政策（一）	√						8	8		0.5	考查	讲座	A		网络
23	G999110032	形势与政策（二）		√					8	8		0.5	考查	讲座	A		网络
24	G999110033	形势与政策（三）			√				8	8		0.5	考查	讲座	A		网络
25	G999110034	形势与政策（四）				√			8	8		0.5	考查	讲座	A		网络
26	G999120011	大学语文（一）	2						26	26		1.5	考查	讲授	A		周学时 2，总学时根据实际确定。
27	G999120012	大学语文（二）		2					28	28		2	考查	讲授	A		
28	G999120021	大学英语（一）	4						52	52		3.5	考试	讲授	A		保证总学时在 128-144 之间，周学时根据实际确定，尽量不单双周上
29	G999120022	大学英语（二）		4					56	56		3.5	考查	讲授	A		
30	G999050111	信息技术（一）	2						26	26		1.5	考查	理实 一体	B		补 6 学时

	31	G999050112	信息技术（二）		2					28	28		2	考查	理实 一体	B		
	32	G99900000	公共选修课	√	√	√				——	——	——	12	考查	——	——	——	——
小计				14	16	4	4	0	0	826	588	238	60					
专 业 课	1	G44004004	电子商务	4						52	44	8	3.5	考试	讲授+ 实操	B		
	2	G43004001	消费心理学	4						52	52		3.5	考查	讲授	A		
	3	G46004001	电商基础及初期运营	1w						40	10	30	2.5	考查	理实 一体	B		核心/合作
	4	G43004002	市场营销		4					56	48	8	3.5	考试	理实 一体	B		
	5	G43004013	现代企业管理		4					56	48	8	3.5	考查	理实 一体	B		
	6	G46004002	电商发展期运营与实 操		1W					40	10	30	2.5	过程 考核	理实 一体	B	√	核心/合作
	7	G460040031	电商可控期推广运营 与实操(一)		1W					40	10	30	2.5	过程 考核	理实 一体	B		核心/合作
	8	G460040032	电商可控期推广运营			1w+3d				64	14	50	4	过程	理实	B		核心/合作

		与实操(二)										考核	一体			
9	G46004004	直播平台运营与实操			1w+2d			56	16	40	3.5	过程 考核	理实 一体	B	√	核心/合作
10	G46004005	推销实务			4			56	40	16	3.5	考试	讲授+ 实操	B		核心
11	G46004006	电商财务基础			4			56	40	16	3.5	考查	讲授+ 实操	B		
12	G46004007	短视频制作与推广运营			4			56	40	16	3.5	考查	理实 一体	B		核心
13	G46004008	新媒体营销			4			56	40	16	3.5	考试	讲授+ 实操	B		
14	G460040091	photoshop(一)			4			56	40	16	3.5	考查	讲授+ 实操	B		
15	G460040092	photoshop(二)			6			36	18	18	2	考试	讲授+ 实操	B		
16	G43004014	客户关系管理			8			48	40	8	3	考查	讲授+ 实操	B		
17	G43004006	商务礼仪			8			48	24	24	3	考查	讲授+	B		

														实操			
	18	G46004010	电商非可控期推广运营与实操				1W		60	16	44	4	过程考核	理实一体	B		核心/合作
	19	G46004011	电商企业岗前综合实训				1W		40		40	1.5	考查	实操	C		合作
	20	G46004012	电商及直播电商企业跟岗实习				5W		130		130	5	考查	实操	C		合作
	21	G46004013	毕业论文					6W	156	78	78	6	考查	实操	C		
	22	G46004014	毕业实习				4W	19W	12W	910	0	910	35	考查	企业顶岗	C	
小计				8	8	20	22	0	0	2164	628	1536	106	—	—	—	—
专业选修	1	G41004101	财经与生活			√			—	—	—		△	讲授	A		
	2	G43004101	经典广告赏析		√				—	—	—		△	讲授	A		
	3	G43004102	劳动者权益与劳动保护			√			—	—	—	6	△	讲授	A		
	4	G44004101	网络营销		√				—	—	—		△	讲授	A		
小计												6	—	—	—	—	—
学期课程门数/				13/	12/	12/	11/	1/0	2/0					—	—	—	—

统一考试课门数	3	2	2	1											
合计	22	24	24	26	0	0	2990	1216	1774	172	——	——	——	——	——

1. 周学时建议在 20-24 之间，一般不超过 26。2. 需确定 6—8 门专业核心课程，每学年安排 40 周教学活动，总学时数不低于 2500，鼓励学生自主学习，公共基础课程学时应当不少于总学时的 1/4。选修课教学时数占总学时的比例均应当不少于 10%。3. 统筹推进文化育人、实践育人、活动育人，广泛开展各类社会实践活动。

主管院长 审批意见	主管院长： (签章) 年 月 日
--------------	--------------------------------------------------------------------------------

4. 专业人才培养方案修订审批表

课 程 名 称	原 计 划				调 整 后 计 划			
	课程 类型	总学时/ 周学时	学期	考核 类型	课程类型	总学时/ 周学时	学期	考核 类型
调整理由：								
系(部)审核 意见	负责人： (公章) 年 月 日							
教务处审核 意见	负责人： (公章) 年 月 日							
主管院长审 批意见	主管院长： (签章) 年 月 日							

备注：1、本表一式两份填报，经批准后，一份系存档，一份教务处存档。

2、如课程三门以上，请自行加行。

5. 专业人才培养方案调研报告

一、《网络营销与直播电商》专业的设置背景

1、社会背景

电子商务的快速发展源于 20 世纪 90 年代，经过二十多年的快速发展，电子商务行业走过了从电子商务技术、电子商务服务到电子商务经济的发展道路，经历了从具体的技术应用发展到相关产业的形成，并通过创新与协同发展融入国民经济的各个组成部分的发展历程。当前，电子商务经济已经形成了从商品交易、资金传输、商务活动、供应链体系建设，到商业发展、产业链体系和产业集群形成的发展模式。

随着近年来的快速稳健发展，电子商务经济以其开放性、全球化、低成本、高效率的优势，广泛渗透到生产、流通、消费及民生等领域，在培育新业态、创造新需求、拓展新市场、促进传统产业转型升级、推动公共服务创新等方面的作用日渐凸显，成为国民经济和社会发展新动力，是推动“互联网+”发展的重要力量，是新经济的主要组成部分。凭借着无可比拟的便利性，电子商务在中国蓬勃发展，在快消品领域表现得尤为明显。2012 至 2016 年在快消品城镇零售渠道销售中，电商渠道的年复合增长率为 40.8%，2015 至 2016 年复合增长率更升至 52.6%，远超便利店、超市、大卖场、杂货店等其他零售渠道。此外，2016 年，电商渠道占快消品城镇零售渠道销售的比例达 7%，而这一比例在 2014 年仅 3.5%，两年时间实现翻番。中国的电商市场规模已经是世界第一而且依然保持着高速发展的趋势。究其快速发展的原因，可以归纳为以下几点：

(1) 互联网和移动互联网不断渗透普及，为电子商务快速发展奠定良好的用户基础。

在全球新一轮科技革命和产业变革中，互联网与各领域的融合发展具有广阔前景和无限潜力，已成为不可阻挡的时代潮流。近年来，在国家相关政策的有利推动下，《互联网行业“十二五”发展规划》、《电子商务“十三五”发展规划》相继发布、“宽带中国”战略深入落实，“互联网+”行动积极推进。

随着法律制度体系的日益健全、行业利好政策的颁布实施和网络通信设施的大力投入，我国电子商务领域迎来了有史以来快速发展的最佳时机。截至 2017

年 6 月，中国网民规模达到 7.51 亿，占全球网民总数的五分之一；互联网普及率为 54.3%，超过全球平均水平 4.6 个百分点。在网络环境大幅改善的基础上，我国网民数量不断增长，人均互联网消费能力逐步提升，为电子商务的发展奠定了良好的基础。同时，移动网络技术的发展和智能手机的普及也促进了手机网民规模的不断上升。截至 2017 年 6 月，我国手机网民规模达 7.24 亿，较 2016 年底增加 2,830 万人；网民使用手机上网的比例由 2016 年底的 95.1% 提升至 96.3%。移动互联网塑造了全新的社会生活形态，潜移默化地改变着移动网民的日常生活，对电子商务在人们日常生活中的进一步渗透和普及提供了更广阔的发展空间。

截至 2017 年 6 月，我国网民以 10-39 岁为主，占整体的 72.1%；其中 20-29 岁年龄段的网民占比最高，达 29.7%。作为社会的中坚力量，该类人群的消费习惯、消费需求决定和影响电子商务的发展方向。凭借其对互联网的高频使用和对品质生活的不断追求，该类人群构成电子商务行业的核心客群。

(2) 在线销售企业比例不断攀升，数字消费用户规模持续扩张

“十二五”期间，中国电子商务市场快速发展，交易额翻两番。2016 年作为“十三五”的开局之年，电子商务市场依然保持稳健增速，企业的参与程度持续深入，开展在线销售的比例大幅提高。截至 2016 年 12 月，全国开展在线销售的企业比例为 45.3%，较上一年度大幅提升 12.7 个百分点。

近年来，天猫、京东、苏宁易购等各大第三方电商平台通过采取给予用户价格促销补贴、在城乡地区开设服务站下沉销售渠道、提升物流配送效率、拓展销售品类等方式，吸引越来越多的消费者进行网络购物。目前，网络购物已逐渐深入我国居民的生活，成为重要的消费方式。截至 2017 年 6 月，我国网络购物用户规模达到 5.14 亿，占网民比例为 68.5%，较 2016 年底增长 10.2%。同时，移动应用的不断丰富和移动支付手段的逐步完善，让消费者摆脱了线下消费模式的束缚，手机网络购物成为众多网民的选择。截至 2017 年 6 月，手机网络购物用户规模达到 4.8 亿，占手机网民的 66.4%，较 2016 年底增长 3%。

(3) B2C 电商交易规模超越 C2C 并大幅增长，占据网络购物市场主导地位从中国网络购物市场的发展历程来看，以淘宝网为代表的 C2C 交易平台的出现和成长对于早期用户网上购物习惯的培养起到至关重要的作用。网络购物发展早期，由于市场的信任机制和管理机制尚不完善，线下实体厂商触网动力不强，网络购物的销售方主要以小型代理商或者个人店铺为主。随着网络购物市场的日

益成熟，产品品质和服务水平逐渐成为影响用户消费决策的重要原因。2008年，阿里巴巴集团推出淘宝商城，为品牌方入驻建立了一套规则和体系，为品牌方触网提供一个系统、完善的平台，并于2012年正式更名天猫，定位为为品牌方、生产商和消费者提供一站式解决方案的B2C电商平台。

近年来，随着人们线上消费习惯的逐渐养成，数字消费大军的队伍日益壮大，越来越多的商家和品牌意识到发展线上业务的重要意义，纷纷在电商领域增大投入，将线上官方旗舰店作为提升产品销量、增加品牌曝光、宣传品牌文化的前沿阵地，从而带动了整个B2C电商行业近年来的快速增长。从市场份额来看，B2C网络购物市场中，天猫的市场份额位居第一，京东占比有所增长。与2015年相比，2016年京东、苏宁易购、唯品会的份额有所增加。从增速来看，2016年京东、苏宁易购、唯品会的增速高于B2C网络购物市场31.6%的整体增速。

近年来我国B2C网络购物市场规模及占比逐年增长，2016年已达2.6万亿元，在中国整体网络购物市场交易规模中的占比达到55.3%，较2015年提高3.2个百分点；从增速来看，2016年B2C网络购物市场规模增长31.6%，远超C2C市场15.6%的增速，与C2C市场进一步拉开差距。预计未来B2C市场交易规模与C2C市场交易规模的差距会进一步拉大，B2C将占据电子商务零售市场的主导地位。

中商情报网讯：《中国电子商务发展报告（2018-2019）》报告显示，我国电子商务自2016年开始，从超高速增长期进入到相对稳定的发展期。2019年上半年，我国实物商品网上零售额同比增长仍高达21.6%，电子商务继续承担国民经济发展的强大原动力。同时，电子商务在壮大数字经济、共建“一带一路”、助力乡村振兴、带动创新创业等方面均发挥了积极作用。

数据显示，2020年全国电子商务交易额达37.21万亿元，同比增长4.5%。其中，商品、服务类电子商务交易额36.03万亿元，增长4.3%。随着电子商务就业规模日益壮大，电子商务与实体经济融合发展加速，带动了更多人从事电子商务相关工作。

从各省电子商务发展情况来看：广东、浙江、北京、上海、江苏五个省份是我国电子商务发展的先导省份。山东、福建、四川、安徽四个省份电子商务优势逐渐形成，属于我国电子商务发展的第二梯队。黑龙江、广西、新疆、甘肃四个省份电子商务仍有较大发展空间，是我国电子商务发展的潜力省份。其余省份的电子商务发展水平处于中等位置，是我国电子商务发展的中坚力量。

2、行业背景

电子商务作为现代服务业中的重要产业，有“朝阳产业、绿色产业”之称，具有“三高”、“三新”的特点。“三高”即高人力资本含量、高技术含量和高附加价值；“三新”是指新技术、新业态、新方式。人流、物流、资金流、信息流“四流合一”是对电子商务核心价值链的概括。电子商务产业具有市场全球化、交易连续化、成本低廉化、资源集约化等优势。

纵观全球电子商务市场，各地区发展并不平衡，呈现出美国、欧盟、亚洲“三足鼎立”的局面。全球 B2B 电子商务交易一直占据主导地位，2002 年至今，呈现持续高速增长态势，2007 年全球 B2B 交易额达到 8.3 万亿美元，预计在未来几年将保持 40% 以上的增长率，到 2010 年 B2B 交易额将达到 26 万亿美元，比 2002 年增长 30 多倍。

《中国电子商务报告》显示，2019 年，中国网民规模已超过 9 亿人，互联网普及率达 64.5%；全国电子商务交易额达 34.81 万亿元，其中网上零售额达 10.63 万亿元，同比增长 16.5%，实物商品网上零售额达 8.52 万亿元，占社会消费品零售总额的比重上升到 20.7%；电子商务从业人员达 5125.65 万人。



2011年~2019年中国电子商务交易额

2019 年中国电子商务交易额 34.81 万亿，全球排第一位，其中淘宝、天猫、京东三大核心零售平台占 83% 的份额！

据商务大数据监测，2020 年全国一季度电商直播超过 400 万场，100 多位县长、市长走进直播间为当地产品“代言”。家居用品、厨具、健身器材等受到消费者青睐，销量同比增长超过 40%。

除开名人等直播带货，一些地方也在布局普通人的直播电商创业产业。各大平台纷纷布局“直播带货”。电商直播井喷的同时，对相关人才的需求也在不断增长。

近日，人社部发布 10 个新增职业，其中“互联网营销师”职业下增设“直播销售员”工种。电商直播人才的培养正在驶入快车道。

中国互联网络信息中心（CNNIC）日前发布的第 45 次中国互联网络发展状况统计报告显示，2019 年“双 11”期间，逾 10 万户淘宝商家开通直播，“直播一姐”薇娅和“口红一哥”李佳琦的引导交易额分别超过 27 亿元和 10 亿元，让以直播带货为代表的社交电商火了一把。

数据显示，2019 年，中国社交电商交易额同比增长超过 60%，远高于全国网络零售整体增速。疫情之下，电商直播更是承载着释放潜在消费的重任。国家统计局新闻发言人毛盛勇表示，中国的消费潜力比较大，在疫情后期会不断释放，得到一定程度回补。直播带货等互联网相关的新兴消费形式会成长得更快，表现更加强劲。

二、开设《网络营销与直播电商》专业的必要性

阿里巴巴在美国上市，用 15 年时间让电子商务成为了人们的生活习惯，并建立起了一个完整的电商生态系统。行业数据显示，整个电商行业迅猛发展的同时，未来 10 年，内贸电商行业对专业人才的需求缺口高达 200 多万，跨境电商人才缺口高达 450 万。目前开设电子商务学科的院校高达 1120 余所，每年应届毕业生接近 20 万人，与巨大的市场需求不对等的是应届毕业生的高质量就业率还不足 20%。

2020 年 4 月 10 日，中国电子商务研究中心发布《2019 年度中国电子商务人才状况调查报告》。报告显示，最新数据显示，84%的电商企业存在人才缺口!!! 电商行业仍是发展最迅猛的领域!

报告还显示，电商企业急需的人才中：天猫、淘宝运营人才，占 44%，新媒体、社群方向人才占 47%；主播（助理）、网销等方向人才占 35%；客服、推广销售人才占 32%。电商运营、主播、新媒体、短视频、销售推广仍然是企业最迫切需要的人才。

在直播电商“狂飙突进”的同时，电商直播相关人才的缺口却越来越大。

近日，智联招聘携手淘榜单发布的《2020 年春季直播产业人才报告》显示，今年春节后复工 1 个月内，直播行业人才需求量逆势猛增，仅直播相关岗位的招聘职位数在 1 个月内就同比上涨 83.95%，招聘人数增幅达 132.55%。

一边是电商直播在推动消费、促进直播经济发展中的作用日益凸显，一边是相关人才的短板亟须补齐。在此背景下，多地将培养和孵化直播人才纳入系统规划，争相下起直播经济的先手棋。

“即用型人才”是企业主要追求的目标。据某电商行业资深人士透露，不少企业大力发展电子商务业务，对高端管理型人才求贤若渴。

三、开设《网络营销与直播电商》专业的可行性

近年来全球电子商务高速增长，我国电子商务也急剧发展，使得电子商务运营人才严重短缺，我国互联网用户正以每年 140% 的速度增长，该行业缺口十分惊人，预计未来十年，市场将需求内贸：200 万电商专业人员，外贸：450 万电商专业人员。互联网、电子商务、直播电商相关工作岗位正逐步成为需求量最大的岗位之一。目前开设电子商务学科的院校高达 1120 余所，每年应届毕业生接近 20 万人，与巨大市场需求不对等的是应届毕业生的高质量就业率还不足 3%。电商直播绝非在镜头前喊“买它”那么简单。业内人士指出，从选择产品、剧本写作到直播过程管理和直播结束后的复盘数据分析，从文案、图片、短视频制作到社群推广、粉丝管理，电商直播每个环节都日趋专业化，需要相关人才“各司其职”。而在目前，直播电商整个产业链条处在缺人状态。只有经过专业化、系统化的培训，提高电商直播人才质量，才能助力行业健康有序发展。直播电商人才如何培养？在直播电商发展较为迅速的江苏扬州、浙江义乌等地，已有院校组建电商直播学院和相关工作室，并尝试开设电商直播相关课程。

网络营销与直播电商专业是我校领导根据互联网、电子商务和直播电商行业现状并结合我校实际情况，与北京沐维电子商务有限公司联合开办的订单式培养专业。实行 1.5+0.5+1 培养模式，即在校一年半学习公共基础课和专业理论课，在校半年由北京沐维电商公司负责项目实操课，最后一年到互联网电商企业实习+就业。校内配有专业机房作为授课地点，由校内具有专任教师和企业人员共同授课。通过目前最先进的信息化教学平台、采用混合式的教学模式学习电商企业课程。企业级项目实战课程体系，企业真实业务环境模拟，企业一线的项目经理亲自授课，企业多项目后台资源为学生的未来发展和就业打下坚实的基础。专业建设需要持续的发展，在专业建设方面，网络营销与直播电商专业所有教师将继

往开来，努力做好教研工作，加强实训环境建设，努力将本专业建设为省级示范专业。

学院在上级部门的关怀、支持下，经过多方面的共同努力，师资力量、办学条件、办学基础、办学优势等都有很大改善。我院具有优秀的师资队伍，良好的办学基础与相关专业支撑，配套的教学设备和齐全的图书资料，丰富的办学经验，牢固的办学基础，已具备开设网络营销与直播电商专业主要条件。

1、师资力量

(1) 师资队伍要求

- ①遵守教师职业道德规范，爱岗敬业；
- ②有扎实的电子商务、网络营销、网页设计理论功底；
- ③有较强的语言表达能力和课堂组织能力；普通话标准，语言组织能力强，思维敏捷，善于与学生沟通
- ④专业知识丰富，动手操作能力强，熟练操作 PhotoShop 等软件；
- ⑤有较强的概括能力，能解决本学习领域实际工作中的问题；
- ⑥具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果做出准确评价的能力。

(2) 团队介绍、双师结构、学历结构、专兼职比例

序号	姓名	性别	年龄	政治面貌	职称	最高学历	毕业院校	所学专业	最高学位
1	董海侠	女	36	中共党员	副教授	研究生	东北大学	企业管理	硕士学位
2	施丹宁	女	37	群众	高讲	本科	辽宁师范大学	法学	学士学位
3	武娇	女	36	中共党员	讲师	研究生	辽宁大学	国际关系	硕士学位
4	彭菲	女	31	中共党员	讲师	本科	渤海大学	国际关系与贸易	学士学位
5	杨丽丽	女	36	中共党员	讲师	研究生	桂林理工大学	企业管理	硕士学位
6	刘鹏	男	39	中共党员	讲师	研究生	美国尔班纳大学	工商管理	硕士学位
7	王玉	女	33	中共党员	讲师	本科	天津工程师范学院	电子商务	学士学位
8	董哲	男	34	中共党员	讲师	本科	大连理工大学城市	工商管理	学士学位

本专业任课教师包括专业理论教师、实训实习指导教师和兼职教师共 8 人。

a. 学历结构：专任教师 8 人，全部为本科以上学历，其中，硕士以上学历占 50%。

b. 职称结构：职称结构合理，梯次清晰。全部专任教师均具备讲师以上职称，其中，副高级职称 2 人，讲师 6 人。

c. 专业实训课程配备相关中级以上技术职称的专任教师 3 人。

d. 每门课程的专任教师中具备“双师”素质教师的比例达到 81%，由企业工程技术人员担任的兼职教师数占专任教师总数应达到 50%左右。

e. 学科方向：专任教师均具备经济类学科背景，全部专任教师的学科方向能覆盖电子商务专业教学教学的全部内容。

f. 专任专业教师应接受过职业教育教学方法论的培训，具有开发按职业能力为核心课程的能力。

1、办学条件

辽宁工程职业学院是经辽宁省人民政府批准，国家教育部备案的全日制普通高等职业院校，是一所以工科为主培养高技术复合型、应用型、创新型人才的高等学府。学院占地 15 万平方米，建筑面积 12.5 万平方米，总投资 4.2 亿元。学院建有功能完善的微机室、多媒体教室、报告厅、礼堂和校园网。实习实训设备先进齐全。建有直播电商实训室、呼叫实训中心、物流实训中心、商科虚拟仿真实训中心、国际关系实训中心等现代化大型实训基地 10 个，市场营销软件、会计电算化、ERP、财会手工模拟、财税一体化等宽敞的实验实训室 47 个，电子商务、网络营销、计算机网络、机器人等实验、实训设备 3100 台（套），教学仪器设备总值 5000 万元。

根据教学要求，财经管理系网络营销与直播电商专业配备多媒体教室、网络营销实训系统、直播电商实训室、物流实训系统、市场营销实训室、企业模拟仿真实训室、呼叫中心实训室等。

仪器设备情况表

序号	实训室名称	主要设备	数量
1	多媒体	投影仪	1
		计算机	1
		桌椅板凳	30
2	市场营销实训室	营销之道软件	1
		沙盘实训桌椅	6/30

		电子沙盘软件	1
3	物流实训室	计算机	20 台
		地理信息系统	1
		运输模拟跟踪系统	1
		单证处理系统	1
4	企业模拟仿真实训室	企业虚拟仿真系统	1
		计算机	55 台
		工控机	12 台
		投影机	2
5	呼叫中心	多媒体控制台	2
		语音交换平台	1
		耳麦话机	60
		电脑	60
6	直播电商实训室	多媒体系统	1
		直播灯具	3
		直播网红话筒	1
		声卡	1
		摄像机	1
		照相机	1
		网店平台	3

2、办学优势

学院先后获得“第 44 届世界技能大赛中国集训基地”、“国家级高技能人才培训基地”、“辽宁省职业技能培训示范基地”、“辽宁省服务外包人才培训基地”、“辽宁省外派劳务培训基地”、“辽宁省职业教育创新型实训基地”、“铁岭市‘市长杯’职业技能大赛基地”、“铁岭市中德职业教育合作基地”等国家、省市各级荣誉称号 30 多项。

与此同时，根据教学要求，网络营销与直播电商专业配备多媒体教室、网络营销实训系统、直播电商实训室、物流实训系统、市场营销实训室、企业模拟仿真实训室、呼叫中心实训室等。

实训设备和实训场地严格按照安全要求、教学内容确定的使用面积，采光、照明、卫生、消防等条件均符合国家相关规定。实训条件满足学生静态实训 5 人/组、动态实训 10 人/组的电子商务基本技能实训的要求，并将企业的规范操作及理念引入到实训中来，充分体现规范性、标准型和示范性。

校内实践教学基地

序号	实训室名称	建筑面	设备数	主要实训项目
----	-------	-----	-----	--------

		积 (m ²)	量(套、 个)	
1	微机室	100	40 套	前台美工设计、网页设计与制作、电子商务各课程实训
2	专业多媒体 教室	100	42 套	电商初期运营、电商发展期运营、可控运营、非可控运营
3	产品室	50	1 套	产品选择、产品摄影技术实训课程
4	直播电商实 训室	80	1 套	淘宝和抖音平台直播带货
5	电商运营实 训室	80	1 套	沐维电商企业店真实运营管理

校外实习实训基地

基地名称	实习实训专业	实习实训内容
北京沐维电子商务科技有限公司	网络营销与直播电商	电商运营全岗位实训
杭州四喜信息技术有限公司	网络营销与直播电商	淘宝、抖音、快手等平台 直播带货
杭州玖众科技有限公司	网络营销与直播电商	阿里巴巴国际站运营
上海吉贡管理咨询公司	网络营销与直播电商	社群新零售全岗位轮岗

综上所述，我院申办网络营销与直播电商专业的内外条件已经成熟，我们有信心、有决心办好这个专业，在院党委的领导下，扎扎实实做好教书育人工作，以饱满的精神状态为互联网电商及直播电商的发展做出应有贡献。