

2025 级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

专业名称：网络营销与直播电商

专业代码：530704

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业生或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向（见表 4-1）

表 4-1：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)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群 或技术领域	职业资格证书
财经商贸 大类(53)	电子商务 类(5307)	互联网和相关服务(64) 商务服务业(72) 批发业(51) 零售业(52)	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(2-0607-02) 品牌专业人员 (2-06-07-04)	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、 渠道推广主管、 网络广告主管、 市场策划主管等	直播电商、 数字营销师、 网络直播运营、 互联网营销师、 新媒体营销师等

五、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，面向批发、零售业、互联网和相关服务、商务服务业的互联网营销师、全媒体运营师、市场营销专业人员、品牌专业人员职业，能够从事渠道拓展运营

维护、市场策划、产品策划、广告投放、直播策划执行、粉丝引导转化、内容策划推广、新媒体运营、数据分析、客户开发与管理等工作的高技能人才。

六、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:

(一)素质

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 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;

6. 具有一定的审美和人文素养,能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

(二)知识

1. 掌握必备的政治理论、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. 掌握文字写作、语言与文字交流、信息技术应用以及商业文化素养等知识;

5. 掌握品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施的相关知识;

6. 掌握短视频销售相关理论知识;

7. 掌握直播销售相关理论知识;

8. 掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识;

9. 掌握搜索引擎站内站外优化、竞价账户搭建及维护的相关知识;
10. 掌握客户服务、客户关系维护的相关知识;
11. 掌握新媒体推广、社群运营的相关知识;
12. 掌握互联网产品分类、互联网产品销售的相关知识。

(三) 能力

1. 具有网络营销与直播策划、网络销售、数字化运营、新媒体推广等专业基础知识的整合和综合运用能力;
2. 具有渠道运营策划、销售渠道拓展维护、渠道绩效管理、产品策划与评估分析、行业定位分析、销售策略制订的能力;
3. 具有市场调研与运营方案策划推广、用户社群运营、运营推广效果检测的能力;
4. 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;
5. 具有制订客户服务标准、客户开发转化、客户关系维护、突发危机事件处理, 客服绩效管理的能力;
6. 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;
7. 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;
8. 具有良好的学习能力、表达沟通能力和团队合作精神, 具有批判性思维、创新能力和创业能力;
9. 具备短视频策划、脚本撰写、拍摄、后期剪辑制作等技能;
10. 具备网络广告策划及投放的能力, 能够根据企业网络广告投放目标策划并制作网络广告, 合理规划投放时间、资金预算, 进行投放;
11. 具备搜索引擎营销的能力, 能够对企业的搜索引擎竞价账户进行搭建和维护, 能够对企业的网站(店)进行站内优化、站外优化;
12. 具备线上线下活动策划与执行能力, 能够策划活动方案整合资源, 进行活动实施与监控;
13. 具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力, 能够帮助企业开发新客户, 提升客户满意度;
14. 具备社群营销策划及运营的能力, 能够自建社群并开展社群运营活动;

15. 具有探究学习、终身学习和可持续发展能力。

七、课程设置及学时安排

（一）课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论课、体育、军事理论与军训、心理健康教育等课程列为公共基础必修课程。根据学院与专业实际，将信息技术、英语、职业发展与就业指导列为其他的公共基础课程。

2. 专业课程

主要包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

（1）专业基础课程

主要包括：市场营销、电子商务基础、财税基础、商品拍摄与素材编辑、商务数据分析与应用、电子商务法律法规、选品与采购。

（2）专业核心课程

主要包括：市场策划、网络推广、营销渠道运维、直播销售、内容策划与编辑、直播运营、新媒体运营、客户服务与管理。

表 7-1：网络营销与直播电商专业专业核心课程

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	市场策划	典型工作任务为市场策划，工作内容包括产品策划、行业定位分析、销售渠道策划、客户群体策划、销售策略制定、营销活动策划、策划评估分析，使用第三方数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作任务。	①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； ②设计分销渠道和营销活动； ③制定产品策略、品牌策略、价格策略、广告策略； ④跟踪市场策划的实施，评估效果。
2	网络推广	典型工作任务为网络推广，工作内容包括人群画像分析、推广预算、广告投放、渠道选择、结果分析、数据跟踪，使用网络推广工具、第三方数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作任务。	①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； ②能够绘制目标人群画像，选择推广渠道； ③制定推广预算及推广策略； 实施网络推广； ④监测与评估网络推广数据。
3	营销渠道运维	典型工作任务为营销渠道运维，工作内容包括销售渠道拓展、渠道运营策划、渠道绩效管理、销	①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；

		售渠道维护、渠道评估与改进，使用营销推广工具、办公软件、第三方数据分析工具、计算机等完成工作任务。	②制定渠道运营策略；搜集渠道信息，拓展新渠道； ③渠道沟通和维护； ④采集分析销售渠道数据，优化渠道策略。
4	直播销售	典型工作任务为直播销售，工作内容包括直播策划、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，使用直播相关设备、直播数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作。	①掌握直播销售、产品讲解、脚本设计、粉丝转化的方法和技巧； ②能够搭建主播人设；精准选品，设计、产品组合；撰写直播脚本； ③提升销售转化率； ④数据分析及优化直播。
5	新媒体营销	典型工作任务为新媒体运营，工作内容包括新媒体市场调研、运营方案策划、推广平台选择与实施、用户社群运营、新媒体平台活动策划、新媒体平台商务合作、运营效果监测，使用第三方数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作任务。	①掌握新媒体调研、渠道选择、运营推广、社群运营等方法和技巧； ②能够制订新媒体运营方案及推广计划； ③选择推广平台，策划运营活动并实施；运营用户社群； ④对接、跟进商务合作项目； ⑤运营效果监测及方案优化。
6	直播运营	典型工作任务为直播运营，工作内容包括直播间运营策划、直播间流量引入、直播成本控制、直播过程监测与调整、直播风险把控、供应链协调、人员分配、直播全程数据分析与优化，使用直播相关设备、直播数据分析工具、办公软件、计算机等完成工作。	①掌握直播平台规则以及运营、选品、脚本②策划、引流、数据分析的流程和技巧； ③能够策划直播主题并搭建直播间； ④制定直播方案，动态调整直播内容； ⑤建立直播风险预案； ⑥分析直播数据并优化总结。
7	内容策划与编辑	典型工作任务为内容策划与编辑，工作内容包括市场调研、内容方案策划、发布平台选择、内容编辑制作、内容投放推广、内容效果监测与评估，使用图文编辑软件、图形图像处理软件、办公软件、第三方数据分析工具、计算机等完成工作任务。	①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； ②能够策划图文/短视频内容创意； ③编辑内容，进行视觉优化； ④审核内容合规性； ⑤选择平台发布并推广内容； ⑥评估内容投放效果并持续优化内容。
8	客户服务与管理	典型工作任务为客户服务与管理，工作内容包括客户服务标准制定、客户调研与数据获取、客户开发与转化、客户关系维护与管理、突发危机事件处理、客户服务绩效管理、服务机构合作，使用呼出呼入设备、CRM 系统、办公软件、计算机等完成工作任务。	①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； ②能够进行精准客户调研； ③提升客户转化率； ④客户信息收集与分析； ⑤客户关系维护，提升客户满意度和忠诚度。

(3) 专业拓展课程

主要包括：广告学基础、数据可视化、消费者行为分析、短视频策划与制作、网店美工、商务礼仪等领域的内容。

3. 实践性教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

（1）实训

在校内外进行直播销售与运营、内容策划与编辑、新媒体运营、网络营销推广等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

（2）实习

在网络营销与直播电商行业的互联网和相关服务、批发业、零售业、商务服务业企业进行实习，包括认识实习和岗位实习。学校建立了稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生的指导、管理和考核。实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。学校根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

4. 相关要求

学校充分发挥思政课程和各类课程的育人功能。发挥思政课程政治引领和价值引领作用，在思政课程中有机融入党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史等相关内容；结合实际落实课程思政，推进全员、全过程、全方位育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。开设了安全教育（含典型案例事故分析）、社会责任、绿色环保、新一代信息技术、数字经济、现代管理、创新创业教育等方面的拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入课程教学中；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。外出实习时间安排：第一学年和第二学年每一学期的最后两周和第三学年。

（二）学时安排（见附表）

八、教学基本条件

（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

学生数与本专业专任教师数比例 20:1，“双师型”教师占专业课教师数比例 80%，高级职称专任教师的比例 20%，专任教师队伍考虑了职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

2. 专业带头人

具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外批发业、零售业、互联网和相关服务业、商务服务业行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师

具有高校教师资格；具有电子商务类、工商管理类、计算机类等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、指导实习实训和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请了技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学设施

1. 普通专业教室基本条件

普通专业教室配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备；有互联网接入和 Wi-Fi 环境，实施网络安全防护措施；安装应急照明装置保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实验实训室基本条件

针对专业课程实验实训的要求，按照理实一体化教学的要求，以设备台套数量配置满足 50 人为标准设定。

表 8-1：电子商务专业校内实训室

序号	实验实训室名称	主要设备及功能
1	商品采编与设计实训室	配备计算机、服务器、交换机、路由器、多媒体中控台、投影设备、摄影台、背景架、柔光箱、虚拟背景布、单反套机，以及图像、视频、音频处理软件，图像、音视频播放器等设备设施，用于素材拍摄与编辑、内容策划与编辑、短视频策划与制作等实训教学。
2	直播运营综合实训室	配备计算机、服务器、多媒体中控台、投影仪、投影幕、课桌椅、交换机、机柜、操作系统软件、办公软件、网络营销、直播运营实训的教学资源，用于市场策划、直播销售、直播运营、社群运营、营销渠道运维等实训教学。
3	新媒体推广实训室	配备计算机、服务器、交换机、路由器、多媒体中控台、投影设备、网络设备、移动设备、商务数据分析软件等设备设施，用于消费者行为分析、新媒体运营、网络推广、商务数据分析与应用、社群运营、商务礼仪与沟通等实训教学。
4	客户服务实训室	配备计算机、服务器、交换机、路由器、多媒体中控台、投影设备、网络设备、移动设备、客户服务与管理实训的软件等设备设施，用于客户服务与管理、商务礼仪与沟通等实训教学。可结合实际建设综合性实训场所。

3. 校外实训基地

合作关系稳定，能够开展网店美工、商品信息采编、电子商务、直播营销等综合业务、电子商务等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

4. 岗位实习基地基本条件

合作关系稳定，实习基地应能提供渠道销售主管、直播销售员、直播运营主管、新媒体运营主管、内容策划主管、客户主管、渠道推广主管、网络广告专员、市场策划主管等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，配备

相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理,实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师,开展专业教学和职业技能训练,完成实习质量评价,做好学生实习服务和管理工作的,有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度,有安全、保险保障,依法依规保障学生的基本权益。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件;教师能够开发并利用信息化教学资源、教学平台,创新教学方法,引导学生利用信息化教学条件自主学习,提升教学效果。

(三) 教学资源

1. 教材

本着编选并重、择优选用的原则大力推动高质量教材的选用。根据专业发展变化速度较快的特色,积极选用近几年出版的、高质量的国家规划教材。专业核心课优先选用国家支持开发的专业教学资源库的,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开发教材。

2. 图书文献

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要,方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括:有关网络营销技术、直播电商、新闻传媒、互联网、数据分析、供应链、零售、视觉设计及实务操作类图书,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. 数字化(网络)资源支持信息化教学方面的基本要求

在教学中充分发挥网络的优势,有效利用网络资源。一方面建设、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,实现了课程资源共享。另一方面,随着教学的需要,会将相关的网站进行链接,提供给学生,开阔学生视野。通过校园网、互联网,可以开展网上学习,实现教学和学习环境开放性。既提高学生的学习兴趣和教学质量;又提高学生自主学习能力。

(四) 教学方法

教学团队根据课程特点及学生层次水平，在教学中，突出了“校企循环、多段上升、素质贯穿”的思想，结合课程内容的改革，在运用讲授法、任务驱动法、情境教学法等传统教学方法的同时，创新性的运用信息化教学方法。在实训课教学过程中，充分利用信息化手段，用实训室、实训基地资源。

（五）教学评价

积极推进考核方式、考核内容和成绩评价的改革。在考核方式上，加大技能考核的力度，在考核内容上突出知识技能的应用。

（六）质量管理

1. 组织保障

学校和二级院系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，加强增值评价，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. 制度保障

建立以下完整系统的专业教学文件：专业建设与发展规划及其分年度实施计划、教学管理制度、教学质量监控制度、学籍管理制度、成绩考核制度、专业人才培养方案、课程教学大纲、学期进程计划及课表、实践教学计划及大纲、岗位实习计划及大纲等。学校和二级学院完善教学管理机制，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、评学方面的制度，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。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。

3. 校企合作机制

校企共建“双师型”教师培养培训基地和教师企业实践基地。根据学校专业教学安排，引入企事业单位一线网络营销讲师或行业名师开展主题性培训。企业提供适合院校教师研修的网络营销与直播电商专业建设、课程改革，教学改革、学历提升、1+X 证书、信息技术融合和科研创新等多种类型研修课程。提供企业

教师实践岗位及标杆企业锻炼考察，保证专业教师中“双师型”教师占比超过50%。学校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

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

十、附录

按照《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成司〔2019〕13号）《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）的相关要求，在由行业企业专家、教科研人员 and 一线教师代表组成的专业建设委员会指导下，按照学校统一部署，前后开展了行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生物学情调研等工作，分析产业发展趋势和行业企业人才需求，明确本专业面向的职业岗位（群）所需要的知识、能力、素质，形成了专业人才培养调研报告。经过由行业企业、教研机构、校内外一线教师和学生代表等参加的论证会论证，进一步明确了专业人才培养目标与培养规格，重构课程体系、安排教学进程，更新完善了教学内容、教学方法、教学资源、教学条件保障等要求。

2025年6月，对照职业教育专业教学标准（2025年）进行了最新修订。

附录 I：

网络营销与直播电商专业教学进程总体安排表

课程类别	课程性质	课程名称	学时数			学分	考核方式	开设学期						备注
			总学时	理论学时	实践学时			I	II	III	IV	V	VI	
公共基础课程	必修	思想道德与法治	36	36	0	3	1	2						
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	54	36	18	2	1		单周：2 双周：4					1. 单周理论 2 学时, 双周为 2 学时理论+2 学时实践课。 2. 思政实践教学统一安排在第二学期双周开设
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	36	36	0	3	1			2				
		形势与政策 I	8	8	0	1	2	▲						每学期 8 学时
		形势与政策 II	8	8	0	1	2		▲					
		形势与政策 III	8	8	0	1	2			▲				
		形势与政策 IV	8	8	0	1	2				▲			
		军事理论与军训 I	112	0	112	2	2	▲						
		军事理论与军训 II	32	32	0	2	2	▲						
		体育 I	36	2	34	2	1	2						
		体育 II	36	2	34	2	1		2					
		体育 III	36	2	34	2	1			2				
		体育 IV	36	2	34	2	1				2			
		劳动教育 I	18	2	16	1	2	▲						每周 1 学时
		劳动教育 II	18	2	16	1	2		▲					
		劳动教育 III	18	2	16	1	2			▲				
		劳动教育 IV	18	2	16	1	2				▲			
		心理健康教育	36	26	10	2	2	2						

		职业发展与就业指导 I	36	20	16	2	2	2					
		职业发展与就业指导 II	36	26	10	2	2			2			
	选修	英语 I	36	36	0	2	2	2					全校限定选修
		英语 II	36	36	0	2	2		2				全校限定选修
		信息技术	36	12	24	2	2	2					全校限定选修
		中华优秀传统文化	16	16	0	1	2	▲					全校限定选修
		大学生安全教育-综合篇	32	32	0	3	2	▲					全校限定选修
		劳动通论	32	32	0	3	2		▲				全校限定选修
		突发事件及自救互救	22	22	0	1	1		▲				全校限定选修
		人工智能	32	32	0	2	2		▲				全校限定选修
		艺术导论	32	32	0	3	2			▲			全校限定选修
		现场生命急救知识与技能	10	10	0	1	2			▲			全校限定选修
		情商与智慧人生	16	16	0	1	2				▲		全校限定选修
		国学智慧	32	32	0	3	2				▲		全校限定选修
		有效沟通技巧	20	20	0	1	2					▲	全校限定选修
		党史国史	10	10	0	1	2					▲	全校限定选修
		国家安全教育	25	25	0	2	2					▲	全校限定选修
	小计		1013	623	390	63							
	占比		29.94%										
专业基础课程	必修	市场营销	72	36	36	4	1	4					
		电子商务基础	72	36	36	4	1	4					
		电子商务法律法规	36	18	18	2	1		2				
		商务数据分析与应用	72	36	36	4	2			4			
		财税基础	36	18	18	2	2	2					
		商品拍摄与素材编辑	72	36	36	4	2		4				
		选品与采购	36	18	18	2	2			2			

	选修	管理学基础	72	36	36	4	1	4						
		经济学原理	36	18	18	2	2	2						
		零售基础	36	18	18	2	2	2						
	小计		540	270	270	30								
	占比		19.96%											
专业核心课程	必修	市场策划	72	36	36	4	1		4					
		网络推广	72	36	36	4	1		4					
		营销渠道运维	72	36	36	4	1			4				
		直播销售	72	36	36	4	2		4					
		内容策划与编辑	72	36	36	4	1			4				
		直播运营	72	36	36	4	1				4			
		客户服务与管理	72	36	36	4	1				4			
		新媒体运营	72	36	36	4	1			4				
	小计		576	288	288	32								
	占比		17.03%											
专业拓展课程	必修	广告学基础	36	18	18	2	1				2			
		数据化可视化	72	36	36	4	2			4				
		ITMC 市场营销沙盘模拟实训	72	16	56	4	2				4			
		网店运营	72	8	64	4	1			4				
		消费者行为分析	72	36	36	4	1				4			
		短视频策划与制作	72	18	54	4	1			4				
		商务礼仪	36	18	18	2	2				2			
		网店美工	72	24	48	4	1		4					
	小计		504	174	330	28								
	占比		14.90%											
第二课堂		思想成长				4	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	
		实践实习和志愿公益					▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	
		创新创业					▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	
		文体活动					▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	
		工作履历					▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	
		技能特长					▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	
毕业实习	必修	岗位实习 I	360	0	360	20						▲		
		岗位实习 II	360	0	360	20							▲	

	毕业设计(论文)	30	30	0	2							▲	
	小计	750	30	720	42								
	占比	22.17%											
总计		3383	1385	1998	195		30	单周28, 双周30	30	28			

注：

1. 考试课程用“1”表示，考查课用“2”表示

2. ▲表示在本学期授课

附录Ⅱ：

网络营销与直播电商专业学时及比例

课程类别			学时分配			学时比例
			总学时	理论学时	实践学时	
公共基础课程	必修		626	260	366	18.68%
	选修		387	363	24	10.59%
专业课程	专业基础课程		540	270	270	16.11%
	专业核心课程		576	288	288	17.19%
	专业拓展课程	必修	504	174	330	15.04%
		选修	0	0	0	0.00%
毕业实习			750	30	720	22.38%
合计			3383	1385	1998	100%
比例分配				40.94%	59.06%	100%