

# 2021 级网络营销与直播电商专业人才培养方案

## 一、专业名称与代码

专业名称：网络营销与直播电商

专业代码：530704

## 二、专业定位

### (一) 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(或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书(若有请举例)
财经商贸大类(53)	电子商务类(5307)	互联网和相关服务(64)、批发(51)、零售业(52)	网络营销与推广人员、直播电商运营与管理、新媒体运营与管理	网络营销推广、直播电商运营、新媒体运营	直播电商、新媒体营销、网店运营推广、Photoshop 图形图像处理

### (二) 岗位描述

岗位名称(工作项目)	工作任务(职业活动)	职业能力要求
网络营销与推广人员	利用计算机技术和市场营销理念进行商品销售活动。	掌握专业网络营销知识、市场知识和顾客意识；能利用网络平台进行产品销售和商务推广、网络营销策划。
直播电商运营与管理	利用计算机技术和网络技术开展直播电商和网络销售活动。	熟练应用计算机信息技术、数据库与常用办公软件应用；熟悉电子商务相关知识和操作技能；能开展直播电商运营与管理。
新媒体运营与管理	利用计算机技术为企业进行新媒体运营、营销策划、网店运营等工作。	掌握新媒体运营、网络店铺运营、Photoshop 图形图像处理、商务数据分析、数据库技术与应用、网页设计与制作、新媒体信息编辑，能够为企业开展新媒体运营。

**三、招生对象** 普通高中毕业生/“三校生”（职高、中专、技校毕业生）/初中生/退役士兵

**四、学制与学历** 三年、专科

## 五、培养目标与规格

### （一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握网络营销推广、新媒体营销策划、直播电商运营、网店运营等知识与技术技能，面向各类企事业单位，从事利用直播平台进行产品销售和新媒体推广、直播电商运营与管理、网店运营与管理、客户服务等岗位的复合型创新型技术技能人才。

### （二）培养规格

#### 1. 素质目标

（1）思想道德素质：遵纪守法，诚实守信。

（2）职业素质：树立正确的职业理想，正确规划职业生涯，积极参加社会实践，具有理论联系实际、实事求是的科学态度，在实践中恪守职业道德，团结互助，职业道德良好。

（3）身体和心理素质：具有健全的心理和健康的体魄，具备一定的身体负荷能力和心理承受能力，团结友爱，树立正确的人生观、价值观和世界观。

#### 2. 知识目标

（1）具有面向网络营销、电商行业的高素质技能型专门人才应必备的英语、文化知识和法律法规基础；

（2）掌握网络营销的基本知识；

（3）掌握电子商务的基本知识；

（4）掌握信息技术的基本理论知识；

（5）掌握电商行业相关的营销管理、商务运作等专业理论知识；

（6）掌握网页设计及网站建设与维护的基础知识；

#### 3. 能力目标

（1）职业基础能力：能够较扎实地掌握网络营销、电子商务等基本理论和知识，具有基本的市场经济、营销管理、商务法律知识，具备计算机应用、网络营销管理、商务礼仪等职业基础能力。

(2) 职业核心能力：能够运用网络技术进行企业网络营销、电商直播销售；能够综合应用在线直播、网店运营、数据分析等知识进行电子商务活动，掌握网络营销与策划的基本技能进行网络营销与直播销售。

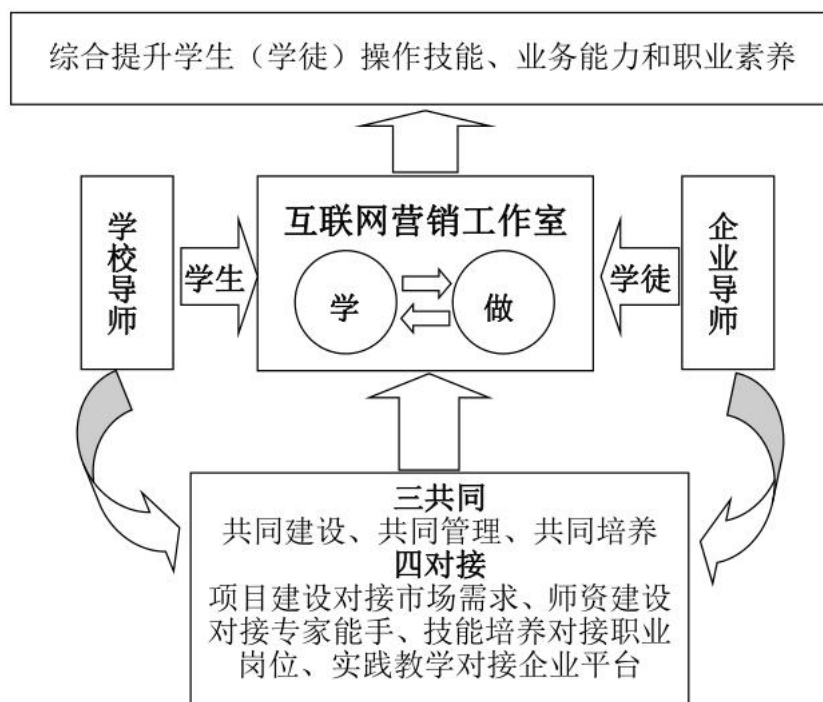
核心岗位名称	典型工作任务	岗位标准（要求）	相关课程
网络营销人员	为企业开拓网上业务、进行网络品牌运营与推广、对网络营销效果进行评估，完善网络营销策划方案，为客户提供优质服务等	熟悉网络信息收集和整理方法，能够使用网络检索工具，收集客户信息并对信息初步分类整理；了解网络信息和广告发布方法，能够利用电子邮件和网络发布商务信息	网络营销、数字营销、移动商务、电子商务基础、网络店铺运营、营销心理学、微信营销、计算机网络基础、大数据分析基础
直播电商运营推广人员	负责直播内容架构，整理、包装有价值的优质内容，组织策划活动；有计划制定直播内容，按时保质完成内容直播与导流；执行直播节目、形象得体、能说会道、对直播节目质量负责，促进店铺成交；对日常运营数据进行跟踪和研究，定期分析运营效果，持续优化运营体系。	具备抖音运营经验；熟悉网红带货的运作逻辑；了解直播带货原理及过程，能策划出有效的直播带货活动方案；对各媒介渠道资源敏感度高，能及时根据推广需求匹配对应渠道资源；对市场有敏锐的观察、判断力，善于探索创新，热爱社交媒体推广工作；具有较强的人际沟通和协调能力、计划与执行能力。	直播电商运营、短视频策划与制作、数字营销、网络营销、微信营销、移动商务、商务礼仪、商务沟通、网络客户关系管理
新媒体运营与管理	负责新媒体平台日常运营及推广工作；负责策划并执行新媒体营销及跟踪维护；负责制定新媒体推广方案、推广预算，并实施；	精通 Photoshop、Flash、Fireworks、dreamweaver 等软件及动画创作；拥有良好的页面版式规划能力，对网页制作有大局观，色彩感、形式感强	新媒体运营、数字营销、Photoshop 图像处理、网页设计与制作、网络店铺运营、短视频策划与制作、商务数据分析、财务管理

直播电商项目经理（发展岗位）	电商直播项目策划、电商直播的节目策划、团队管理、进行企业电商直播运营和管理等	熟悉直播电商团队建设与运营；掌握电子商务运营与管理；了解电子商务战略目标承接并实施	商务数据分析、电子商务物流管理、网络营销策划、移动商务、直播电商运营
----------------	--	---	------------------------------------

## 六、人才培养模式

### （一）人才培养模式

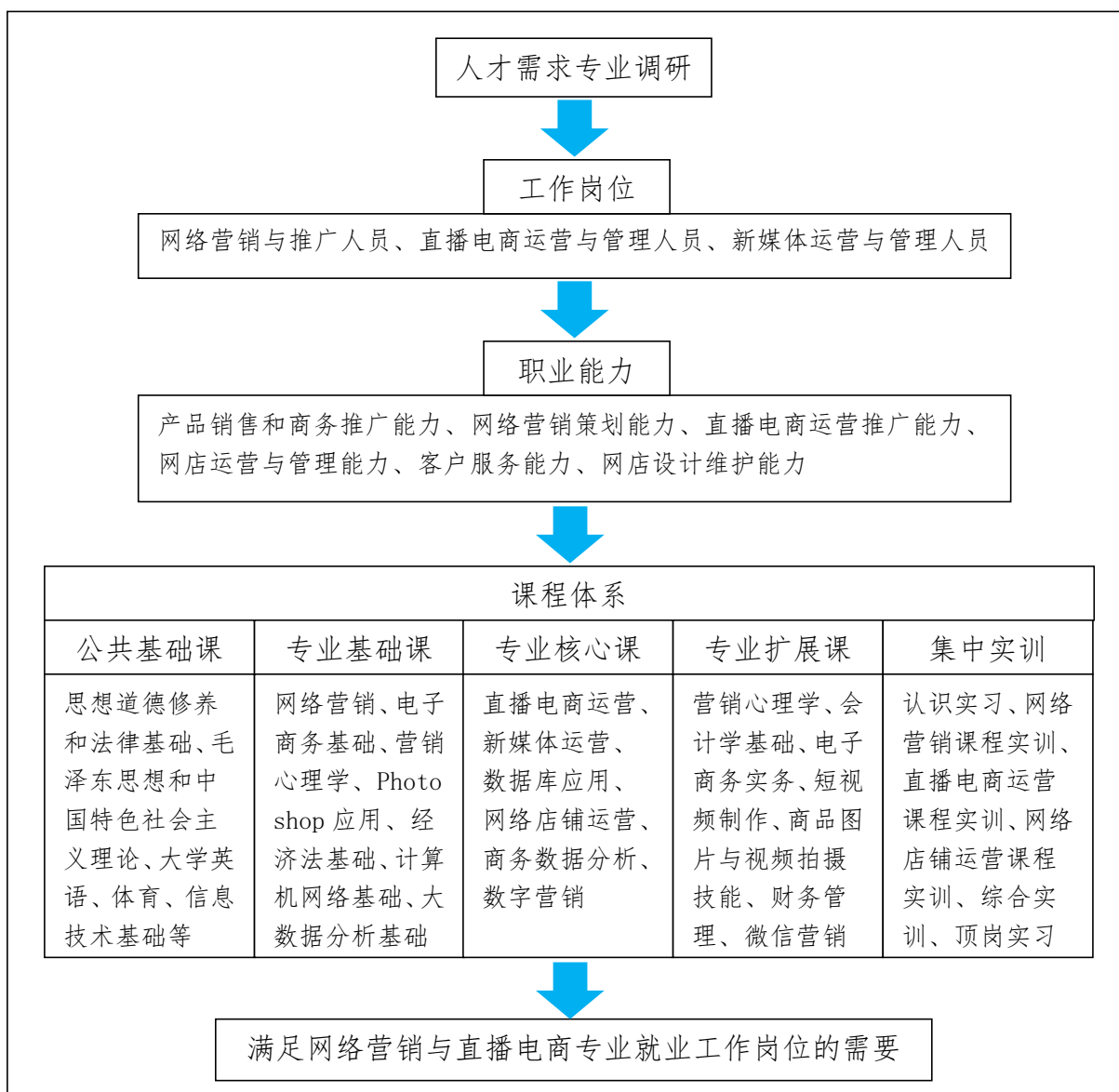
为应对市场需求，提升学生的职业能力，利用我校中央财政支持实训基地、高等职业教育省级生产性实训基地、福建省软件适用人才重点培训基地、厦门市软件（服务外包）校企合作中心等平台的作用，进一步扩大和深化校企合作，成立校级“互联网营销工作室”，以“互联网+营销”为主要技能培养方向满足网络营销人才培养的目标，同时符合当前经济环境社会发展的需要。工作室依托学校产教融合系列改革措施，结合网络营销与直播电专业人才培养的需要，组织校内外工作室成员进行积极探索与实践，逐步形成“三共同四对接”工作室制网络营销与直播电专业人才培养模式。



培养模式创新：“三共同四对接”工作室制网络营销与直播电专业人才培养模式以实践教学为根本，以校企合作为主线，以“三共同”（共同建设、共同管理、共同培养）为基础和前提，以“四对接”（项目建设对接市场需求、师资建设对接专家能手、技能

培养对接职业岗位、实践教学对接企业平台)为方法和手段,综合提升学生操作技能、业务能力和职业素养,突出企业在实践教学中的重要主体地位,将引企入教,产教融合协同育人落到实处。

### (二) 课程体系结构图



### (三) 实践环节

实践教学环节	主要实训项目名称	学分	开设学期	学时	实训内容	实训场所
认识实习	网络营销与直播电商相关岗位认知	0	1	4	网络营销、直播电商岗位介绍、企业参观	校外实训基地

网络营销课程实训	1. PPT 创意设计大赛 2. 网络营销策划方案竞赛	4	3	96	PPT 演示文稿设计、网络营销策划	校内实训基地
直播电商运营课程实训	1. 抖音账号运营 2. 抖音直播卖货	2	4	48	抖音短视频账号运营、抖音直播卖货、直播电商运营	校内和校外实训基地
网络店铺运营课程实训	1. 电商企业网店运营实战实训 2. 微店店铺运营	4	6	96	名鞋库、九牧、柒牌等电商企业网店运营实战实训、微店店铺运营	校外实训基地
综合实训 (含毕业设计)	网络营销与直播电商技能综合实训	16	7	384	微博、抖音、微信等新媒体平台综合实训、网络营销策划实训、直播电商岗位技能综合实训	校内和校外实训基地
顶岗实习	网络营销与直播电商相关岗位顶岗实习	18	8	432	抖音直播运营、网络营销、网店运营与管理等相关岗位顶岗实习	企业
合计		44		1060		

## 七、毕业规定

1. 本专业学生应完成本方案规定的全部课程学习，总学分修满 144 学分，其中公共基础课 40 学分（含选修课 6 学分）、专业基础课 22 学分、专业课 24 学分、拓展课 14 学分、集中实践 44 学分，允许学生通过参加技能竞赛、高层次学历教育、对外交流学习、职业资格及技能考证、创新创业实践、第二课堂活动和在线课程等获得的成绩和学分按照《厦门软件职业技术学院课程学分替代管理办法》进行学分认定互换，但公共必修课、专业核心课、集中实践学分不可替代。

2. 综合素质测评成绩：合格

3. 课程证书要求：全国计算机等级考试（一级或二级）合格证书

4. 职业技能等级证书要求：职业技能等级证书要求：至少获取一本与本专业相关的职业技能等级证书，可参考下表或自选。

序号	证书名称	发证单位	等级
1	1+X 直播电商	职业技能等级证书	中级
2	1+X 新媒体营销	职业技能等级证书	中级
3	1+X 网店运营推广	职业技能等级证书	中级
4	Photoshop 图形图像专业处理	福建省职业技能鉴定指导中心	高级

## 八、教学计划进程与时间安排

### 1. 各学期教学计划总体安排表

学年	学期	周数	周数分配					
			军训、入学教育	课堂教学	技能实训	顶岗实习	答疑考试	毕业教育
第一学年	1	19	2	16			1	
	2	17		16			1	
	3	4			4			
第二学年	4	19		16	2		1	
	5	17		16			1	
	6	4			4			
第三学年	7	19			16	2	1	
	8	17				16		1
合计		116	2	64	26	18	5	1

### 2. 教学计划进程表

#### (一) 公共基础课

课程体系	课程类别	序号	课程名称	课程类型	学分	总学时	学时分配		各学期周学时安排								考核方式			
							理论	实践	第一学年			第二学年			第三学年		考试	考查		
									1	2	3	4	5	6	7	8				
公共基础课	必修课	1	思想道德修养与法律基础	B	3	48	42	6	3									√		
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	4	64	54	10		4									√	
		3	形势与政策	A	1	48	48		讲座	讲座		讲座	讲座							√
		4	大学英语（一）	B	4	64	50	14	4										√	
		5	大学英语（二）	B	4	64	50	14		4									√	
		6	大学体育（一）	B	2	32	2	30	2											√
		7	大学体育（二）	B	2	32	2	30		2										√
		8	信息技术基础	B	2	32	16	16	2											√
		9	人工智能技术基础	B	1	32	16	16		2										√

	10	职业生涯规划	B	1	16	14	2	1									√
	11	就业指导	B	1	22	16	6					1					√
	12	军事理论	A	2	36	36		2									√
	13	军事技能	C	2	112		112	2W									√
	14	大学生心理健康教育（一）	B	1	16	8	8	1									√
	15	大学生心理健康教育（二）	B	1	16	8	8					1					√
	16	创新创业教育	B	2	32	16	16					2					√
	“必修课”小计				34	666	378	288	15	12	0	2	2	0	0	0	
	“选修课”小计			A	6	72	72	0	2-6 学期选课								√
	“公共基础课”合计				40	738	450	288	15	12	0	2	2	0	0	0	

## （二）专业基础课

课程体系	课程类别	序号	课程名称	课程类型	学分	总学时	学时分配		各学期周学时安排								考核方式			
							理论	实践	第一学年			第二学年			第三学年		考试	考查		
									1	2	3	4	5	6	7	8				
专业基础课		1	网络营销	B	4	64	32	32	4									√		
		2	Photoshop 图像处理	C	4	64		64	4											√
		3	电子商务基础	B	4	64	32	32		4									√	
		4	经济法基础	A	2	32	32	0		2										√
		5	大数据分析基础	C	2	32		32		2										√
		6	计算机网络基础	C	2	32		32		2										√
		7	网页设计与制作	C	4	64		64				4								√
“专业基础课”合计				22	352	96	256	8	10		4									

## （三）专业课

课程体系	课程类别	序号	课程名称	课程类型	学分	总学时	学时分配		各学期周学时安排								考核方式		
							理论	实践	第一学年			第二学年			第三学年		考试	考查	
									1	2	3	4	5	6	7	8			
专业课	核心课	1	直播电商运营	C	4	64		64				4							√
		2	新媒体运营	C	4	64		64				4							√
		3	数据库应用	B	4	64	32	32				4							√
		4	网络店铺运营	C	4	64		64				4							√
		5	商务数据分析	B	4	64	32	32				4							√
		6	数字营销	B	4	64	32	32				4							√
“专业课”合计				24	384	96	288				12	12							

## （四）拓展课

课程体系	课程类别	序号	课程名称	课程类型	学分	总学时	学时分配		各学期周学时安排								考核方式		
							理论	实践	第一学年			第二学年			第三学年		考试	考查	
									1	2	3	4	5	6	7	8			
拓展课	限选课	1	营销心理学	B	2	32	16	16		2									√
		2	网络客户关系管理	B	2	32	16	16		2									√
		3	会计学基础	B	2	32	16	16		2									√
		4	电子商务实务	C	4	64		64				4							√
		5	短视频策划与制作	C	4	64		64				4							√



	6	商品图片与视频拍摄技能	C	4	64		64				4						√
	7	电子商务物流管理	B	4	64	32	32					4					√
	8	网站建设与管理	B	4	64	32	32					4					√
	9	大数据工具应用	B	4	64	32	32					4					
	10	移动商务	C	2	32		32					2					√
	11	微信营销	C	2	32		32					2					√
	12	商务礼仪	C	2	32		32					2					√
	13	商务沟通	C	2	32		32					2					√
	14	财务管理	C	2	32		32					2					√
“拓展课”合计 (至少选修 14 学分)					14	224	48	176		2		4	8				

### (五) 集中实践

课程体系	课程类别	序号	课程名称	课程类型	学分	总学时	学时分配		各学期周学时安排								考核方式	
							理论	实践	第一学年			第二学年			第三学年		考试	考查
									1	2	3	4	5	6	7	8		
集中实践	1	认识岗位	C	0	4		4	在入学教育中安排									√	
	2	网络营销课程实训	C	4	96		96			4W								√
	3	直播电商运营课程实训	C	2	48		48				2W							√
	4	网络店铺运营课程实训	C	4	96		96						4W					√
	5	综合实训(含毕业设计)	C	16	384		384								16W			√
	6	顶岗实习	C	18	432		432								2W	16W		√
“集中实践”合计					44	1060		1060	0	0	24	24	0	24	24	24		

### (六) 各课程类别学分、学时、周课时结构表

课程类别	门数	学分	学时数			各学期周学时安排								各类课程 占总分 比例(%)	各类课程 占总学时 比例(%)				
			总学时	理论 学时	实践 学时	第一学年			第二学年			第三学年							
						1	2	3	4	5	6	7	8						
“公共必修课”小计	16	34	666	378	288	15	12	0	2	2	0	0	0	0	0	24.15%	23.61%		
“公共选修课”小计	3	6	72	72	0	0	2-6 学期选课						0	2.61%	4.17%				
“专业基础课”小计	7	22	352	96	256	8	10	0	4	0	0	0	0	0	12.84%	15.28%			
“专业课”小计	6	24	384	96	288	0	0	0	12	12	0	0	0	0	14%	16.67%			
“拓展课”小计	5	14	224	48	176	0	2	0	4	8	0	0	0	0	8.17%	9.72%			
“集中实践”小计	6	44	1060	0	1060	0	0	24	24	0	24	24	24	24	38.66%	30.56%			
合计	43	144	2758	690	2068	23	24	24	22	22	24	24	24	24	100%	100%			
占总分 学时比例 (%)	A类课程比例 6.82%		B类课程理论部分比例 18.2%			B类课程实践部分比例(%) 13.92%					C类课程比例(%) 61.06%								
合计 (%)	25.02%					74.98%													

## 九、专业办学基本条件和教学建议

### (一) 专业教学团队

#### 1. 团队结构

本专业教学团队包括校内专任教师和企业优秀兼职教师，组建一支教学团队年龄结构、职称结构、学历结构合理的优秀教学队伍，具备“双师”素质专任教师的比例不低于90%。

## 2. 专任教师

本专任教师具有扎实的专业知识和熟练的操作技能，能够开展课程教学改革和科学研究，有较强的执教能力，每两年应到企业兼职锻炼累计 3 个月以上，能够积极参与专业建设和实训基地建设。为满足教学工作的需要，专业生师比建议为 18: 1 。

## 3. 专业带头人

本专业具有双专业带头人，其中一人来自企业，都具有高级职称，在电子商务领域内有丰富的专业实践能力，具备创新能力和开拓精神；有扎实的专业知识和较强的实践操作能力；具有敏捷的思维和较强的洞察力，及时掌握电子商务的发展动态和趋势，提出专业发展思路 and 措施；能够主持本专业人才培养模式改革和课程体系构建；具有带领专业教学团队的能力；具有较强的组织科技服务和社会培训能力；能够主持编写出版专著或教材，具备主持科研课题和校内外实训基地建设项目的的能力；有较高的教学水平，具备指导青年教师提高教学水平，加强实践技能，开展社会服务的能力。

## 4. 兼职教师

本专业兼职教师具有 5 年以上电子商务企业一线工作经历，具有一定的执教能力，能够完成讲座或实训指导，指导学生顶岗实习，及时解决工作过程中的技术问题；能够参与专业人才培养方案制定、课程开发，参与指导学生职业素养养成与职业技能培养；具备工程师或以上职称。

# （二）教学设施

## 1. 校内实训条件

实训室（中心、基地）名称	规模	主要实训项目	主要设备装备
电子商务综合实训室	实训室 S413 (56 台)	网络营销、网站建设、综合实训项目, 电子商务校企合作项目	计算机、互联网、相关软件
数据库实训室	实训室 D402 (60 台)	Access 课程、数据库应用	计算机、互联网、相关软件
电子商务企业项目中心	实训室 S410 (50 台)	网页设计与制作, 网络营销, 网站建设与管理维护, 校企合作、电子商务企业项目;	计算机、互联网、相关软件
电子商务实训室	实训室 S411 (60 台)	电子商务实务考证, 网店装修、产品制作与美化、电子商务企业项目	计算机、互联网、相关软件
企业经营沙盘实训室	实训室 S412	企业沙盘模拟, 企业运营, 实战演练	企业沙盘、计算机、互联网、相关软件

公共机房实训室	实训室 S103/ S408	计算机应用基础、计算机网络基础、计算机拆装等基础实训	计算机、互联网、相关软件
移动商务实训室	实训室 S308 (60 台)	移动商务、微信营销、电子商务综合实训	计算机、互联网、相关软件
电子商务生产性实训基地	实训室 S109/ S110	校企合作项目、网络营销、运营推广、店铺运营等实践	计算机、互联网、相关软件

## 2. 校外实训条件

实训基地名称	规模	主要实训项目	主要设施与条件
名鞋库网络科技有限公司	提供 50 人实习工位	协议进行试点“二元制”培养；接收学生到企业参观、生产见习、顶岗实习，选派教师到企业实践。	自有网络销售平台拥有 4 个一万多平方米仓库和 12 个连锁直营网店。
九牧厨卫股份有限公司	提供 50 人实习工位	共建校内电子商务生产性实践基地	电子商务和网络推广平台。
厦门柒牌电子商务有限公司	提供 50 人实习工位	共建校内电子商务生产性实践基地	电子商务企业，柒牌集团拥有 3500 家专卖店和大型生产基地
厦门海尼电子商务有限公司	提供 50 人实习工位	共建校内电子商务生产性实践基地	电子商务企业，拥有海尼众创空间孵化电子商务创业团队
厦门网盛科技有限公司	提供 50 人实习工位	接收学生到企业参观、生产见习、顶岗实习，选派教师到企业实践	电子商务企业、电子商务整合营销方案提供商
福建慧成电子商务有限公司	提供 30 人实习工位	接收学生到企业参观、生产见习、顶岗实习，选派教师到企业实践	网络营销、电商运营解决方案提供商
厦门三五互联科技股份有限公司	提供 30 人实习工位	接收学生到企业参观、生产见习，顶岗实习，编写校企合作教材《市场营销》	基于“云计算”的企业信息化服务提供商

厦门金蝶软件有限公司	提供 30 人 实习工位	接收学生到企业参观、 生产见习、顶岗实习， 合作举办“金蝶杯 ERP 沙盘竞赛”	计算机软件开发、ER P 软件、信息咨询服 务和财务管理服务
------------	-----------------	---	--------------------------------------

### （三）教材及图书、数字化（网络）资料等学习资源

教材图书资料应融入行业企业发展的新制度法规、新业务、新产品、新做法。建立专业教学资源库，利用数字化网络资源为专业教学提供各类学习资源，如专业教学标准、课程标准、电子教材、教学课件、教学视频、典型案例、行业政策法规资料、职业考证信息等。同时开发在线辅导练习功能，配备与专业教学相关的图书资料、电子杂志等相关的学习辅助性资源，利用文档、图表、动画、视频等各种形式展示各类教学资源，满足学生在线自主学习要求。结合专业发展的新趋势、人才市场需求的新变化、企事业单位的特定要求及时进行教学资源与教学素材的调整补充更新，以满足育人市场化的特定需求。

本专业开设的课程在学校的 Moodle 网络课程平台 (<http://moodle.xmist.edu.cn>) 已经建立多门网络课程，包括网络营销、网络店铺运营、微信营销、数据库应用、营销心理学、计算机网络基础、商务数据分析、等课程，课程资料包括教学课件、课程标准、教学视频、课后习题、试题库等，保证学生可通过网络即时获取上述各项教学资源。

### （四）教学方法、手段与教学组织形式建议

专业教学方式一直在不断进行尝试和改革，目前主要采用项目课程的设计思路，努力以典型服务为载体，实施跨任务教学，融合理论知识与实践知识，以更好地培养学生综合职业能力。建议可进一步实行合作教学、任务驱动、项目导向等多种形式的“做中学、做中教”的教学模式，根据专业教学的需要，在不同的时间段安排学生开展专业课程工学结合的教学活动，组织学生进行认知实习、专业实习、课程实训及顶岗实习等各种实践，全面提高学生的实际操作能力和水平。

### （五）教学评价、考核建议

从专业技能、方法能力与社会能力或者从知识、技能、态度三方面寻找指标，关注学习者的个体差异，评价主要采用过程性评价、结果性评价及其组合方式进行。

本专业的教学评价已初具一定体系，建议在以提升岗位职业能力为重心的基础上，能针对不同的教学与实践内容，构建多元化专业教学评价体系。教学评价的对象应包括

学生的知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，突出能力的考核评价方式，体现对综合素质的评价；吸纳更多行业企业和社会有关组织参与考核评价。

## **十、继续专业学习深造建议**

本专业毕业生可以通过自学考试、专升本、网络教育、成人教育等形式，完成电子商务及其他经济类专业学士、硕士学位的学习与深造。