

深圳城市职业学院网络营销与直播电商专业 三年制高职 2026 级人才培养方案

商贸学院

2026 年 4 月

网络营销与直播电商专业三年制高职 2026 级人才培养方案

一、专业概述

(一) 专业名称: 网络营销与直播电商 (英文名称: Network Marketing and Live Stream E-commerce)

(二) 专业代码: 530704

(三) 入学要求: 中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

(四) 学历层次: 高职专科

(五) 基本修业年限: 三年

二、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 本专业职业面向

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	职业类 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) 电子商务师 (4-01-06-01)	1. 直播运营与销售 岗位群 2. 图文内容创作与 运营岗位群 3. 短视频创作与运 营岗位群 4. 电商平台运营与 推广岗位群	互联网 营销师 证书; 抖音电 商全域 营销能 力认证; 亚马逊 云科技 微认证。

三、培养目标

本专业培养理想信念坚定, 德、智、体、美、劳全面发展的

社会主义现代化建设事业的建设者和接班人。本专业围绕数字经济与新媒体营销产业重大需求，面向直播运营与销售、图文内容创作与运营、短视频创作与运营、电商平台运营与推广等职业群，培养扎实掌握本专业知识和技术技能，能从事直播运营与销售、图文内容策划与运营、短视频创作与推广、电商平台运营与管理等工作，具备一定的人文素养、科学素养、创新意识、工匠精神和较强的就业创业能力、可持续发展能力与国际视野的复合式、创新型、高技能人才。

四、培养规格

本专业毕业生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，强化核心素养养成。总体上须达到以下要求。

（一）思想道德：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、深邃的爱国情感和中华民族自豪感。

（二）社会责任：能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律法规、行业规范与平台规则，具备数据安全、合规经营、诚信意识与可持续发展意识，遵守职业道德准则与商业伦理规范，自觉抵制虚假宣传、流量造假、侵权假冒等不良行为，具备社会责任感和担当精神，在工作中主动传递正能量，服务数字经济发展。

（三）科学文化：掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的文学、历史、哲学、艺术等科学文化基础知识，具备良好的文字表达与口头表达能力。能够撰写逻辑清晰、语言得体的营销文案、策划方案及工作报告；能够进行流畅的口头汇报、客户沟通和团队协作。具备人文素养、审美能力和跨文化理解素养，能够在内容创作中体现文化内涵与时代精神，适应多元化市场需求。

（四）专业知识：系统掌握市场营销学、电子商务、消费行为学、新媒体传播等专业基础理论知识，深入理解商业与市场的基本逻辑、数字化品牌运营的经营理念以及自媒体矩阵的构建方法。能够将所学专业知应用到文案创意与撰写、网店运营与推广、短视频创作与运营、直播电商运营实战等典型工作任务中，具备知识迁移和综合运用能力。

（五）问题分析：掌握市场调研方法、数据分析技术、用户画像与行为分析等技术技能。能够识别并阐述直播运营、图文与短视频内容创作、电商平台推广等领域的典型问题（如流量成本高、转化率低、内容互动差、粉丝增长慢、推广 ROI 不理想等），并通过文献研究、竞品分析、数据复盘等方式深入剖析问题成因，获得有效结论，为后续决策提供依据。

（六）解决方案：掌握内容策划、活动运营、推广投放、用户运营等核心技术技能。能够针对具体工作任务提出系统的解决方案，包括：制订网络营销策划方案、优化直播运营策略、设计内容创作及推广方案等。

（七）调查研究：能够综合运用市场调研、数据分析、竞品分析等知识，针对直播运营与销售（如用户购买决策、直播效果评估）、图文内容创作与运营（如内容偏好调研、互动效果分析）、短视频创作与运营（如完播率影响因素、爆款内容特征研究）、电商平台运营与推广（如用户购物路径、推广渠道归因）等领域的实际问题进行调查研究，能够科学设计调查方法、统计分析数据并整合信息，得出合理有效的结论。

（八）团队合作：具有良好的沟通能力、团队合作意识和项目管理知识，能撰写工作总结、展示工作流程和成果。

（九）数字工具：具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术，掌握网络营销与直播电商领域数字化基本技能，包括数据分析工具、AIGC 内容生成工具、电商平台后台、短视频剪辑与图文排版工具以及广告投放平台，能够灵活运用数字工具提升营销效率与决策质量。

（十）终身学习：具有自主学习和终身学习的意识，具备探究学习与职业发展能力。

（十一）身心健康：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，达到国家大学生体质测试合格标准，养成良好的运动习惯和生活卫生习惯；具备一定的心理调适能力。

（十二）审美能力：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。

（十三）职业素养：具有正确的劳动观念和爱岗敬业的职业精神，具备网络营销与直播电商领域必备的职业素养，包括诚信合规意识、数据敏感度和用户至上理念；能够坚守职业道德底线，自觉抵制虚假宣传、流量造假与侵权抄袭等不良行为，具备开拓进取的创新意识和精益求精的职业品格。

五、课程设置

本专业课程包括通识教育课程、专业教育课程两大类，并涵盖有关实践教学环节，共 137 学分。课程体系架构如图 1 所示。

通识教育课程		专业教育课程		
通识基础课程	思想道德与法治	专业基础课程	网络营销与直播电商专业认知	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		商务文书写作	
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论		经济学原理	
	大学英语		工业工程与供应链管理	
	信息技术		商务数据分析	
	体育		商业与市场	
	体质健康		创业财会	
	大学生心理健康教育		国际贸易实务	
	军事理论			
	军事技能	专业核心课程	消费者行为引导	
	劳动教育		文案创意与撰写	
	美育		新媒体运营	
	国家安全		网店运营与推广	
	形势与政策		短视频创作与运营	
	职业生涯规划		直播电商运营实战	
大学生就业指导	数字化品牌运营			
工程数学	岗位实习（毕业设计）			
通识拓展课程	修满8学分的公共选修课程	专业拓展课程	独立站搭建与运营	全域电商课程包
			海外社交媒体运营	
			AIGC电商综合实训	
			自媒体矩阵营销	

图1 网络营销与直播电商专业教育课程体系架构

（一）通识教育课程

通识教育课程总学分为 49 学分，包括通识基础课程学分为 41 学分，通识拓展课程学分 8 学分。

1. 通识基础课程

通识基础课程主要开设党和国家有关文件规定的公共基础课程和具有学校特色的校本课程，包括思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、国家安全、军事理论、军事技能、大学英语、体育、信息技术、美育、大学生心理健康教育、劳动教育、职业生涯规划、大学生就业指导、工程数学等，原则上须修满 41 学分。

2. 通识拓展课程

通识拓展课程主要面向全校学生，拓宽知识视野、培育人文素养、训练思维能力、培养审美鉴赏、树立劳动观念、强化创新创业、提升数字素养、了解中华文化、发展个人特长和开发学生潜能等。在学校选修课程备选库中，由学生根据兴趣、需要和爱好自主选修，原则上须修满 8 学分。

（二）专业教育课程

专业教育课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，共 87.5 学分。

1. 专业基础课程

本专业设置 8 门专业基础课程，共 27.5 学分，全部为必修课程，具体见表 2。

表 2 专业基础课程设置

序号	课程代码	课程名称	学分	学时	是否为群平台课程
1		网络营销与直播电商专业认知	1.5	28	否
2		商务文书写作	4	72	是

3		经济学原理	2	36	是
4		工业工程与供应链管理	4	72	是
5		商务数据分析	4	72	是
6		商业与市场	4	72	是
7		创业财会	4	72	是
8		国际贸易实务	4	72	是

2. 专业核心课程

本专业设置 8 门专业核心课程，共 44 学分，全部为必修课程，具体见表 3。

表 3 专业核心课程设置

序号	课程代码	课程名称	学分	学时	开课方式 (是否为整周实训)
1		消费者行为引导	4	72	否
2		文案创意与撰写	4	72	否
3		新媒体运营	4	72	否
4		网店运营与推广	4	72	否
5		短视频创作与运营	4	72	否
6		直播电商运营实战	4	72	否
7		数字化品牌运营	4	72	否
8		岗位实习（毕业设计）	16	384	是

专业核心课程的主要教学内容见表 4。

表 4 专业核心课程主要教学内容

序号	专业核心课程	典型工作任务描述	主要教学内容
1	消费者行为引导	1. 消费购买决策过程分析与引导 1-1 分析购买角色与影响因素，确定目标人群	本课程以消费者决策过程为主线，系统讲授购买角色、五阶段决策模型、个人心理因素及

		1-2 针对决策各阶段提出营销建议 2. 个人因素对消费行为的影响与引导 2-1 利用感觉、知觉与动机分析，策划销售海报 2-2 结合个性、自我意识与生活方式，提出促销建议 3. 环境因素对消费行为的影响与引导 3-1 分析参照群体、社会阶层、家庭影响，提出内容传播建议 3-2 分析文化影响，提出跨文化营销策略 3-3 分析情境因素，提出终端销售建议	环境因素等核心知识。在此基础上，训练学生三类技能：运用角色与阶段分析完成目标人群画像及营销触点设计；利用心理因素转化为海报创意与促销话术；结合环境因素制定广告代言、跨文化策略及终端优化方案。实现从消费行为洞察到营销行动的能力转化。
2	文案创意与撰写	1. 文案前期调研策划 1-1 文案前期调研 1-2 文案写作策划 2. 销售文案创意与撰写 2-1 详情页文案写作 2-2 商品上新海报创意与撰写 2-3 活动促销海报创意与撰写 2-4: 短视频脚本创意与撰写 3. 品牌文案创意与撰写 3-1 品牌认知文案写作 3-2 品牌共情文案写作 4. 文案传播优化 4-1 文案传播力分析 4-2 文案传播力优化	本课程以文案创作的底层逻辑为主线，系统讲授消费心理洞察、品牌调性匹配、文案传播特性等核心知识。在此基础上，训练学生三大技能：一是文案前期调研与策划，包括目标人群需求挖掘、竞品分析及写作策略制定；二是销售文案创意与撰写，涵盖详情页、海报、短视频脚本等场景的卖点提炼与表达技巧；三是品牌文案与传播优化，包括品牌认知与共情文案的创作方法，以及基于传播力分析的文案迭代能力。通过“调研—创作—优化”的完整流程，使学生掌握从产品卖点 to 用户买点的转化能力。
3	新媒体运营	1. 新媒体行业发展态势分析 1-1 新媒体赛道调研与竞品洞察 2. 微信生态精细化运营 2-1 微信公众号品牌定位与人设打造 2-2 公众号内容策划与长效运营 3. 企业微博传播运营 3-1 企业微博账号差异化定位 3-2 微博话题造势与流量破圈运营 4. 搜索流量整合运营 4-1 搜索付费投放与精准引流 5. 资讯平台内容运营 5-1 头条号算法逻辑与流量运	本课程以主流新媒体平台的底层逻辑为主线，聚焦内容生态、算法机制与用户心智，系统讲解各赛道用户特征、流量规则及全域推广策略。重点锤炼三大能力：一是行业趋势研判与竞品分析能力；二是多平台账号定位、内容输出、矩阵运维及变现能力；三是精准投放、KOL 合作及种草营销的策略与落地能力。 依托「行业调研—账号塑型—内容深耕—全域运营—数据优化」全闭环教学链路，助力学

		营技巧 6. 小红书种草运营 6-1 小红书 KOL 种草合作与内容营销模式	生适配新媒体行业新业态，具备独立策划、落地迭代的新媒体整合运营能力。
4	网店运营与推广	1. 产品及服务信息管理 1-1 网店账号开通 1-2 品类信息管理 1-3 组合信息管理 1-4 价格信息管理 2. 视觉营销设计 2-1 整体风格设计 2-2 装修元素设计 2-3 用户页面设计 2-4 店铺素材设计 2-5 商品详情页设计 2-6 推广短视频制作 3. 业务处理 3-1 采购管理 3-2 销售管理 4. 客户服务 4-1 社群管理 4-2 客户关系管理 5. 数据分析与应用 5-1 数据报表设计与制作 5-2 商务数据统计与分析 6. 营销推广 6-1 信息流推广 6-2 搜索引擎推广	本课程以电商店铺全链路运营为主线，系统讲授商品信息管理、视觉营销设计、业务处理流程、客户服务管理、数据分析与应用及营销推广等核心知识。训练三项关键技能：一是店铺基础运营能力，包括商品上架与信息优化、采购与销售流程管理；二是视觉与用户体验设计能力，涵盖店铺风格、详情页及推广短视频的制作；三是数据驱动推广能力，包括数据报表分析、信息流及搜索引擎推广策略制定。通过“建店—运营—推广—复盘”的完整流程，使学生掌握从店铺搭建到流量转化的综合运营能力。
5	短视频创作与运营	1. 短视频账号定位与搭建 1-1 账号定位与人设规划 1-2 平台规则与调性分析 1-3 账号基础信息装修 2. 短视频内容创意与策划 2-1 热点选题与文案撰写 2-2 分镜头脚本设计 2-3 拍摄计划制定 3. 短视频拍摄与后期制作 3-1 多场景素材拍摄 3-2 视频剪辑与包装 3-3 字幕、音效与特效添加 4. 短视频发布、推广与运营 4-1 多平台发布策略 4-2 粉丝互动与评论维护 4-3 数据监控与复盘优化	本课程以短视频内容生产与账号运营的全流程为主线，系统讲授平台算法机制、用户心理及内容审美等知识。训练四项核心技能：一是账号定位与人设搭建，包括平台调性分析、账号装修及规则适配；二是内容创意与策划，涵盖热点捕捉、文案撰写、分镜头脚本及拍摄计划制定；三是拍摄与后期制作，包括多场景拍摄、剪辑包装及音效字幕处理；四是发布推广与运营优化，涵盖多平台分发策略、粉丝互动维护及数据驱动的复盘优化。通过“定位—策划—制作—运营”的闭环流程，使学生掌握从零起号到持续产出的短视频运营能

			力。
6	直播电商运营实战	1. 日常电商直播实战 1-1 市场分析与选品规划 1-2 日常直播话术撰写 1-3 直播间搭建 1-4 直播执行与互动 1-5 基础数据复盘 2. 节日电商直播实战 2-1 节日主题策划 2-2 专属活动设计 2-3 预热视频制作与引流 2-4 主题直播执行 2-5 互动与转粉数据分析 3. 大促电商直播实战 3-1 大促全案策划 3-2 广告投流与监控 3-3 高并发现场管控 3-4 深度数据复盘与优化	本课程以直播电商全场景运营为主线，系统讲授选品逻辑、话术结构、流量机制及数据复盘等知识。训练三项核心技能：一是日常直播运营能力，包括市场分析与选品规划、话术撰写、直播间搭建、执行互动及基础数据复盘；二是节日主题直播策划能力，涵盖主题策划、活动设计、预热引流及互动转粉数据分析；三是大促直播实战能力，包括全案策划、广告投流监控、高并发现场管控及深度数据复盘优化。通过“日常一节日一大促”三阶递进实训，使学生掌握从单场执行到规模化运营的直播电商综合能力。
7	数字化品牌运营	1. 数字化品牌认知与定位 1-1 数字化品牌认知 1-2 数字化品牌定位 2. 数字化品牌形象策划 2-1 品牌命名与标志策划 2-2 品牌广告语撰写 2-3 品牌故事创作 2-4 品牌终端形象策划 3. 数字化品牌推广 3-1 网络广告推广 3-2 自媒体营销推广 3-3 网络公共关系推广 3-4 品牌整合营销推广 4. 数字化品牌管理 4-1 品牌战略规划 4-2 品牌延伸	本课程以数字化品牌全链路建设为主线，系统讲授品牌定位、形象策划、数字化推广及品牌管理四大模块。训练三项关键技能：一是品牌战略分析能力，包括数字化品牌定位、品牌个性塑造、战略规划与延伸决策；二是创意内容生产能力，涵盖品牌命名、标志策划、广告语撰写、品牌故事创作及终端形象设计；三是数字媒介推广与品牌管理能力，涉及网络广告投放、自媒体营销、公共关系维护及整合营销推广及。通过“定位—策划—推广—管理”的完整流程，使学生掌握从品牌构建到数字化运营的综合能力。
8	岗位实习（毕业设计）	学生根据个人职业发展方向和实习单位需求，进入以下一个或多个专业岗位群进行深度实习，并围绕实习内容完成毕业设计或实习报告： 1. 直播运营与销售岗位群 1-1 直播市场分析与选品规划	岗位实习（毕业设计）以四个岗位群典型工作任务为主线，系统运用直播运营、图文创作、短视频制作、电商推广等核心知识。训练四项综合技能：直播运营与销售方面，完成选品

		1-2 直播话术撰写与排品策略制定 1-3 直播间搭建、场控执行与互动引导 1-4 直播数据复盘与优化方案输出 2. 图文内容创作与运营岗位群 2-1 图文内容选题策划与文案撰写（公众号、小红书、知乎等） 2-2 图文排版设计与多平台发布 2-3 粉丝互动、评论维护与数据分析 2-4 图文内容传播效果评估与迭代优化 3. 短视频创作与运营岗位群 3-1 短视频账号定位与人设搭建 短视频选题策划、脚本撰写与分镜头设计 3-2 短视频拍摄、剪辑与后期包装 3-3 短视频多平台发布、推广投流与数据复盘 4. 电商平台运营与推广岗位群 4-1 店铺商品信息管理(上架、定价、组合优化) 4-2 店铺视觉设计与详情页优化 4-3 平台推广工具操作与 ROI 分析 4-4 订单处理、客户服务与数据报表分析	规划、话术撰写、场控执行及数据复盘；图文内容创作与运营方面，完成选题策划、文案撰写、排版发布及效果评估；短视频创作与运营方面，完成账号搭建、脚本创作、拍摄剪辑及推广优化；电商平台运营与推广方面，完成商品管理、视觉设计、付费推广及数据分析。通过企业真实项目实践，使学生实现从单项技能到岗位综合能力的全面提升。
--	--	---	---

3. 专业拓展课程

本专业设置 4 门专业拓展课程，共 16 学分，全部为选修课程，具体见表 5。

表 5 专业拓展课程设置

序号	课程代码	课程名称	学分	学时	方向或课程包
1		独立站搭建与运营	4	72	全域电商课程包
2		海外社交媒体运营	4	72	
3		AIGC 电商综合实训	4	72	
4		自媒体矩阵营销	4	72	

（三）实践教学环节

实践教学主要包括实训（实验）、实习（认识实习、岗位实习和毕业设计）、社会实践等，创新创业实践活动应与专业实践教学有效衔接。实训（实验）在校内实训（实验）室、校外实践教学基地等实施，认识实习、岗位实习、社会实践等在校企共建的生产性实训基地或相关企业完成，按照《职业学校学生实习管理规定》实施。

各专业可根据技能证书考核等实际情况开设集中实践教学。专业集中实践教学应融入生产性劳动教育内容。

（四）课程体系对培养规格的支撑度

专业课程体系对培养规格的支撑关系如表 6 所示。

表 6 课程体系对培养规格的支撑关系

课程	培养规格												
	思想道德	社会责任	科学文化	专业知识	问题分析	解决方案	调查研究	团队合作	数字工具	终身学习	身心健康	审美能力	职业素养
思想道德与法治	H	H											H
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H				M		M						
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H	M			M		M						
大学英语				M			M			H			M
信息技术						H			H				
体育								M			H		
大学生心理健康教育	M										H		
军事理论								M			M		

军事技能								M			M		
劳动教育		H						M			M		M
形势与政策	M				M					M			
国家安全		H					M						M
职业生涯规划					M		M						H
大学生就业指导					M		M						
工程数学	M		M		H	H				H			M
美育课程包												H	
网络营销与直播电商专业认知				M			M		H	H			H
商务文书写作			L		M				M				H
经济学原理				H	M					L			
工业工程与供应链管理		L		H	M			M					
商务数据分析					M				H	M			
商业与市场				M	H	H		M	H				
创业财会	H			M					M				M
国际贸易实务	M			H	M				L				
消费者行为引导			L	H	H		M			M			
文案创意与撰写					M				M			H	M
新媒体运营				H	M	M			H	L			
网店运营与推广				M	M			M	H				
短视频创作与运营				M				M	H	M		H	
直播电商运营实战					M	L		H	H				M
数字化品牌运营				H	M	M			H	L			
岗位实习（毕业设计）		M		H	H	H	M	M		M			H

上述各规格关联数	8	6	3	13	19	7	9	10	13	11	5	3	12
----------	---	---	---	----	----	---	---	----	----	----	---	---	----

注：表中“H”表示支撑度高，“M”表示适中、“L”表示弱。

（五）支撑职业技能证书的课程

专业毕业生应取得的职业技能证书的课程关联表如表 7 所示。

表 7 支撑专业毕业生应取得的职业技能证书的课程表

序号	专业课程	相关教学内容	职业技能证书 (可多个课程对应一个证书)	证书知识 点覆盖率
1	直播电商运营实战	本课程教学让学生在认知直播电商生态和多个直播平台特点的基础上,能够根据自身特点作好直播销售岗位规划,培养学生发展提升主播素养,能进行日常直播策划运营,完成从直播选品排品、直播场景打造、直播引流、开播到复盘的完整流程的工作能力。	互联网营销师证书三级;抖音电商全域营销能力认证;亚马逊云科技微认证。	100%
2	短视频创作与运营	本课程能让学生能在对短视频账号定位的基础上,完成短视频内容创作和发布,学会用简短的内容与用户深度沟通;并能打破内容与销售的边界,运用多种方法引流涨粉进而选择合适的途径实现流量变现,掌握融内容、社交和消费于一体的新的营销方式。		
3	网店运营与推广	本课程是在结合企业的实际岗位要求的基础上,培养学生掌握网店基础运营的流程与方法,从而具备网店开设、网店装修、商品维护、活动管理、订单管理、客户服务及运营数据分析等工作模块的理论与实操能力。		
4	AIGC 电商综合实战	本课程以岗位实战为核心,融入 AIGC 创作工具,学生通过短视频脚本创作、现场拍摄与剪辑,提升作品完播率与互动率;在直播模块中训练话术设计、排品策略、场控配合与实时互动应答。同时融入选品调研、投放数据复盘与合规伦理教学,使学生掌握从内容生产到直播转化的全链路技		

序号	专业课程	相关教学内容	职业技能证书 (可多个课程对应一个证书)	证书知识 点覆盖率
		能。		

注：相关课程对专业职业技能证书的支撑度不能低于 90%。

六、学时学分安排

总学时为 2606 学时，总学分为 137 学分，每 16~18 学时为 1 学分（集中实践课程每周计 1 学分）。其中，通识基础课程学时占总学时的 30%；实践性教学学时 1662 学时占总学时的 64%，其中岗位实习累计时间为 6 个月；通识拓展课程和专业拓展课程学时占总学时的 16%。具体学时学分分配见表 8。

表 8 学时学分分配表

课程类别		课程性质	学分小计		学时小计		备注
			学分数	占%	学时数	占%	
通识教育课程	通识基础课	必修课	41	30%	798	31%	
	通识拓展课	选修课	8	6%	136	5%	
专业教育课程	专业基础课	必修课	27.50	20%	496	19%	
	专业核心课	必修课	44	32%	888	34%	
	专业拓展课	选修课	16	12%	288	11%	
合 计			137	100%	2606	100%	
其中	课内理论教学				944	36%	
	实践教学环节				1662	64%	
	合计				2606	100%	

七、毕业要求

学生在规定的学习年限内获得人才培养方案规定的学分、职业技能证书且体质健康测试成绩达标，方可毕业，并获得毕业证书。

表 9 毕业要求

课程类型		应修学分	占总学分比例
通识教育课程	通识基础课程	41	30%
	通识拓展课程	8	6%
专业教育课程	专业基础课程	27.50	20%
	专业核心课程	44	32%
	专业拓展课程	16	12%
合计		137	100%

八、教学基本条件

（一）教学团队

1. 团队结构

本专业教学团队现有 14 名专任教师。学生数与专任教师数比例 16:1，专业课专任教师中“双师型”教师比例 88%。专任教师中，具有研究生学位教师占比达到 100%，其中博士学位教师占比达到 25%；具有高级职称的教师占比达到 50%；具有海外留学或研修经历的教师占比达到 38%；教师年龄结构优化，青年教师（40 周岁以下）占比为 63%。兼职教师总数占专业课教师比例达到 20%。

2. 专业带头人

本专业带头人林静老师，是南粤优秀教师，深圳市技工教育和职业培训行业优秀教师、广东省技工院校魅力教师，曾获第一届全国技工院校教师职业能力大赛财经商贸类广东省冠军、全国二等奖，获中国职协优秀科研成果 4 项，广东职协优秀科研成果 2 项。开发广东省技工院校《网络营销与直播电商》专业目录(2023 年)，是广东省技工院校省级精品课程《直播电商运营》课程负责人，是深圳地方标准《直播销售员人才职业技能要求》执笔人，2021 年至今曾指导学生选手参加互联网营销师、电子商务师、数字营销师、全媒体运营师等技能竞赛，10 人次在国家级竞赛中获奖，指导 10 多名学生在省级竞赛中获奖，6 名学生获深圳市技术能手荣誉称号。2023 年主持的网络营销与直播电商微专业项目获“广东省技工院校第一届‘工学一体化技能人才培养模式-产教融合典型案例’的“百优案例”，2024 年负责的与抖音集团共育数字英才项目获深圳市职业院校‘岗课赛证’综合育人模式研究与实践成果三等奖。

3. 专任教师

专业现有 14 名专任教师，其中 1 名省精品课程负责人和 3 名深圳市优秀教师；本专业教师获 3 项国家级、5 项省级教学或竞赛奖项。

4. 兼职教师

专业现聘有兼职教师 4 名，均是产业、行业、经济、社会一线的专家或技术人员，经专业或学校选聘，能开展专业实习/实

训课程教学以及专业人才培养合作等。

（二）实践教学条件

1. 校内实训室

根据专业教育课程体系的实践教学需要，配置以下实训（实验）室，实训经费充足。

表 10 专业校内实践教学基地配置

序号	实训室名称	实训室功能	支撑实训教学专业课程	备注
1	抖音数字技能中心	该实训中心作为市场营销专业与抖音集团共建合作项目——“网络营销与直播电商”新专业，其人才培养符合当前及未来的社会发展需求，与抖音集团的复合型新媒体人才培养目标匹配度高，重点打造“网络营销与直播电商”专业国家级课程资源库和产学研基地。通过校企共建人才培养基地等模式，把产业真实项目和课程紧密结合，提升学生线上线下整合营销思维、运用新媒体、短视频与直播等数字工具解决企业营销问题等能力，促进学生高质量就业与高成功率创业。	直播电商运营实战 短视频创作与运营 网店运营与推广	
2	电商竞赛实训中心	该电商竞赛实训中心立足学院专业群需求和高水平技师学院建设规划，基于“岗课赛证训”一体化人才培养标准，一是承担国家、省、市级电商及网络营销类竞赛的选手集训与梯队式种子选手选拔任务，将 AIGC 电商综合实训、自媒体矩阵运营等前沿技能纳入竞赛训练内容；二是助力学院建设省级以上专业技能竞赛平台，推动网络营销与直播电商、AIGC 应用等赛项的品牌化发展，为建成国家级一流竞赛基地奠定基础；三是面向商贸学院学生开展电子商务技能训练服务，有机融合网络营销课程理论与 AIGC 工具实操，为学生提供从技能鉴定考证（理论知识）到 AIGC 辅助内容生产、数据分析等实操技能的系统化训练，全面提升岗课赛证融通能力。	AIGC 电商综合实训 新媒体运营	
3	全域数智营销实训中心	全域中心以文案创意与撰写为基础内容生产能力，以自媒体矩阵营销为核心运营策略，以数字化品牌运营为顶层设计逻辑，实现从单点内容创作到全域矩阵联动再到品牌资产沉淀的完整实训闭环。	自媒体矩阵营销 数字化品牌运营 文案创意与撰写	
4	商务数据综合分析中心	与“科大讯飞”校企共建的 AI+智慧化数据分析中心，培养学生对商务数据的采集、清洗、模型分析、可视化全流程的数据分析与应用技能	商务数据分析 创业财会	

5	供应链产教融合中心	供应链产教融合中心,通过模拟供应链运营全流程,培养学生市场分析、供应商选择、采购策略制定、生产计划制定、物流服务等职业实战技能。	供应链管理	
---	-----------	--	-------	--

2. 校外实践教学基地

根据专业教育课程体系的实践教学需要,与抖音巨量引擎、深圳新闻网、深圳创维数字技术有限公司、深圳钛铂新媒体营销股份有限公司、深圳市全鑫产业服务中心、江西科骏实业有限公司等行业知名企业建立了校外实践教学基地,企业项目贯通校内教学与校外实践,能满足直播电商运营、短视频创作与运营、AIGC 电商综合实训等课程的实践教学需要。

3. 实习基地

根据专业人才培养需要,专业与知名企业建立了 4 个稳定的校外实习基地,可以满足专业学生的校外实习需要,如抖音巨量引擎、深圳新闻网、深圳市自媒体营销协会、深圳钛铂新媒体营销股份有限公司等。

(三) 教学资源

1. 教材选用

专业在《教育部关于印发〈中小学教材管理办法〉〈职业院校教材管理办法〉和〈普通高等学校教材管理办法〉的通知》(教材〔2019〕3号)的指导下,优先选用职业教育国家和省级近期(如十四五)规划教材。按照专业人才培养需要,结合课程教学标准、岗位实习标准等要求,补充编写具有专业特色的校本教材,并探索与行业企业合作开发各类新形态教材,如活页式、指导手册、数字式等。目前,本专业选用《消费者行为学》、《电商直

播》等国家和省级规划教材 2 部，编写《电商直播》、《农产品视觉营销》、《电商文案写作》等国家和省级规划教材 2 部，与行业企业合作开发《电商文案写作》等专业校本教材 1 部，开发新形态教材 1 部。

2. 图书文献

学校图书馆、二级学院、专业配备了充足的图书文献和教辅资料，能满足专业人才培养需要。专业类图书文献主要包括：专业相关行业的政策法规、职业标准，相关手册及工具书籍等，专业相关的技术、方法、操作规范以及实务案例类图书等，3 种以上与专业相关的中外文期刊。专业方面的数据库、文库等电子图书资料等。

3. 数字教学资源

目前，专业建有“能学、辅教”的专业教学资源库国家级 1 个、校级 1 个；在线开放课程 10 门。能涵盖专业人才培养所需的内容、覆盖专业基本知识点和技能点，颗粒化程度较高、表现形式恰当，能够支撑专业课程教学所需的基本资源；引入了企业标准，建设针对产业发展需要和用户个性化需求的特色性、前瞻性资源；具有专业培训资源，能服务专业相关的社会学习者的技术技能培训；开发了符合专业职业技能等级证书所需的培训资源和课程，支持学习者获取职业技能等级证书；开发文本类、演示文稿类、图形（图像）类、音频类、视频类、动画类和虚拟仿真类等多样化优质资源，资源总量达到 0.8 万条。

4. 信息化教学

专业大力推进基于 AI 的教学方法与手段转型。以学习者为中心，构建自主、泛在、个性化学习的教学模式；以翻转课堂等教学方式，开展线上线下相结合的教学，积极探索虚拟仿真实践教学。致力于构建以教学环境为保障、教学资源为基础、教学平台为支撑、教学模式为核心、标准规范为准则、信息素养为手段的教育信息化新业态。利用丰富的数字化教学资源库和集智慧教学、智能管理功能的新型多媒体教室，有效应用现代信息技术进行模拟教学，实现工作过程系统化的项目教学。

九、质量保证

（一）过程监控

学校成立校院二级互动的质量保证中心，各二级学院成立质量保证小组，确保专业人才培养质量。建立以专业人才培养为核心的入口、出口闭环的质量保证体系，以课堂教学质量信息采集、教学评价、毕业生及用人单位的信息反馈等方式，实时更新专业人才培养方案、教学资源等。以规范的日常教学运行与管理，采取巡课、听课、评教、评学等制度，动态监测各教学环节，持续提升教学质量和人才培养质量。

（二）诊断与改进机制

加强专业对产业、行业、经济、社会发展持续调研，确保人才培养与产业需求对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接。专业定期开展教育教学研究和教师培训，持续提升专业教师创新教学方法与手段的能力。利用大数据和 AI 技术，加强学生学习成效的分析，为教与学提供精准的个性化服务，持

续提升教与学的成效。

（三）建立集中备课制度

专业教研室建立集中备课制度，定期开展教研活动，参加影响力大的研讨会议，持续完善专业课程教学标准，提高专业教学的有效性。

（四）毕业生跟踪调研

建立毕业生跟踪反馈机制，了解用人单位对毕业生的思想品德、专业知识、业务能力和工作业绩等方面的总体评价和要求，听取毕业生对教学环境、专业课程设置和教育教学内容、教学方式、考核方法、实践技能培养等方面的意见和建议，建立反馈渠道和评价制度，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，为教学改革提供依据。

（五）第三方评价

建立第三方评价机制。通过第三方评价、用人单位评价、毕业生评价等方式，全面掌握专业人才培养过程中存在的问题，采取针对性措施，持续提高专业人才培养质量。

十、教学进度安排

（说明：教学进度安排表参照教务系统制作）

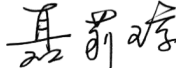
十一、研制团队

人才培养方案的研制团队见表 11。

表 11 研制团队

姓名	工作单位	职称/职务
刘小军	深圳城市职业学院	商贸学院院长

聂莉琼	深圳城市职业学院	商贸学院副院长
林 静	深圳城市职业学院	教研室主任
段丛蕊	深圳城市职业学院	课程主任
孙 迪	深圳城市职业学院	课程主任
李春梅	抖音集团北京火山引擎科技有限公司	高级架构师
陈 飞	深圳新闻网	政务民生部总监

二级学院负责人签字：  、 

附件 1

三年制高职 2026 级网络营销与直播电商专业课程教学安排一览表

课程类别与性质		序号	课程代码	课程名称	学分	学时	理论学时	实践学时	学周	周学时	学期课堂教学周数、周学时					
											一 (14)	二 (18)	三 (18)	四 (18)	五 (18)	六 (16)
通识教育课程	通识基础课程（必修课）	1		思想道德与法治	3	48	40	8	12	4	4					
		2		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	26	6	16	2		2				
		3		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	42	6	12	4		4				
		4		大学英语 1	3.5	56	48	8	14	4	4					
		5		大学英语 2	4.5	72	66	6	18	4		4				
		6		信息技术	3	48	16	32	12	4		4				
		7		体育 1	1.5	28	4	24	14	2	2					
		8		体育 2	2	34	4	30	17	2		2				
		9		体育 3	2	34	4	30	17	2			2			
		10		体质健康 1	0	4	0	4	—	—	(4)					
		11		体质健康 2	0	4	0	4	—	—			(4)			
		12		体质健康 3	0	4	0	4	—	—					(4)	

		13		体质健康 4	0.5	0	0	0	-	-					
		14		大学生心理健康教育	2	32	22	10	-	-	2				
		15		军事理论	2	36	36	0	-	-	(36)				
		16		军事技能	2	112	0	112	2	56	(112)				
		17		劳动教育	1	16	8	8	-	-	(16)				
		18		美育	2	36	18	18	-	-		(36)			
		19		国家安全	1	16	8	8	-	-		(16)			
		20		形势与政策 1	0	8	8	0	-	-	(8)				
		21		形势与政策 2	0	8	8	0	-	-		(8)			
		22		形势与政策 3	0	8	8	0	-	-			(8)		
		23		形势与政策 4	0	8	8	0	-	-				(8)	
		24		形势与政策 5	0	8	8	0	-	-					(8)
		25		形势与政策 6	0	8	8	0	-	-					(8)
		26		形势与政策	1	0	0	0	-	-					
		27		职业生涯规划	1	18	8	10	9	2	2				
		28		大学生就业指导	1	16	6	10	8	2				2	
		29		工程数学	3	56	20	36	14	4	4				

		小 计			41	798	424	374	-	36	18	16	2	0	2	0
	通识拓展课程 (选修课)	通识拓展课程（公共选修课）由教务处统筹，在第二至第五学期的周二下午、晚上时段开设，应修满8学分。实践课时占比按指导性意见最低要求计。														
		小计（应修最低学分）			8	136	68	68	17	8						
专业教育课程	专业基础课程（必修课）	1		网络营销与直播电商专业认知	1.5	28	14	14	7	4	4					
		2		商务文书写作	4	72	24	48	18	4				4		
		3		经济学原理	2	36	18	18	9	4	4					
		4		工业工程与供应链管理	4	72	36	36	18	4			4			
		5		商务数据分析	4	72	24	48	18	4			4			
		6		商业与市场	4	72	24	48	18	4		4				
		7		创业财会	4	72	24	48	18	4				4		
		8		国际贸易实务	4	72	24	48	18	4				4		
		小计（应修最低学分）			27.5	496	188	308	-	32	8	4	8	12	0	0
	专业核心课程（必修课）	1		消费者行为引导	4	72	24	48	18	4		4				
		2		文案创意与撰写	4	72	24	48	18	4			4			
		3		新媒体运营	4	72	24	48	18	4			4			
		4		网店运营与推广	4	72	24	48	18	4				4		
		5		短视频创作与运营	4	72	24	48	18	4			4			

		6		直播电商运营实战	4	72	24	48	18	4				4		
		7		数字化品牌运营	4	72	24	48	18	4				4		
		8		岗位实习（毕业设计）	16	384	0	384	16	24						24
		小计（应修最低学分）			44	888	168	720	—	52	0	4	12	12		24
	专业拓展课程 （选修课）	1		专业拓展课建议按专业方向或课程组（课程包）方式开设，由学生自主选择课程包修读、集中在第五学期开设，共 16 学分。实践课时占比按指导性意见最低要求计。												
		小计（应修最低学分）			16	288	96	192	18	16					16	
			合计			137	2606	944	1662		144	26	24	22	24	18
注：“—”代表不按学期授课，以学期授课计划为准；“（）”代表学期总学时，非周学时；“/”代表或，第一学期部分学院授课，第二学期部分学院授课。																