

网络营销与直播电商专业人才培养方案 编制说明

本专业人才培养方案适用于三年全日制高职网络营销与直播电商专业，由洛阳职业技术学院网络营销与直播电商专业建设指导委员会组织专业教师，与河南打造前程科技有限公司、洛阳泽易文化传媒有限公司等合作企业的专家及 2024 届优秀毕业生、2025 届优秀毕业生共同制订。从 2025 级网络营销与直播电商专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓 名	所 在 单 位	职称/职务
1	王军华	洛阳职业技术学院电商物流学院	教授/院长
2	张 靖	洛阳职业技术学院电商物流学院	副教授/副院长
3	江东芳	洛阳职业技术学院电商物流学院	副教授
4	刘庭玉	洛阳职业技术学院电商物流学院	教研室主任
5	王霄樊	洛阳职业技术学院电商物流学院	讲师
6	侯丽平	河南经贸职业学院	教授
7	吕梁	黄河水利职业技术大学	副教授
8	宋 玮	河南打造前程科技有限公司	教学总监
9	李明明	洛阳泽易文化传媒有限公司	总经理
10	卢战阳	洛阳睿达文化传播有限公司	运营总监
11	张智鑫	洛阳云舟文化传媒有限责任公司	2024 届优秀毕业生
12	张晨曦	河南震邦办公家具有限公司	2025 届优秀毕业生

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

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) 类别 (或技术领域)	职业类证书
财经商贸 大类(53)	电子商 务类 (5307)	1. 批发业 (51) 2. 零售业 (52) 3. 互联网 和相关服务 (64) 4. 商务服 务业(72)	1. 互联网营销师 S(4-01-06-02) 2. 全媒体运营师 S(4-13-01-05) 3. 市场营销专业 人员(2-06-07- 02) 4. 品牌专业人员 (2-06-07-04)	1.直播销售员 2.商品选品 3.内容策划 4.直播运营 5.新媒体运营	1.网络营销 2.电子商务师 3.电子商务运营 师 4.互联网营销师 5.直播电商 6.网络直播运营 7.新媒体营销

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，面向批发业、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。

（二）培养规格

素质要求

Q1：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。

Q2：传承和发扬中华崇德向善、诚实守信的优秀传统；秉承爱岗敬业、团结合作等职业信念和品德；具备良好的学习能力、团队合作精神和沟通协调能力、具有强烈的责任心、严谨细致的工作态度。

Q3：具有较系统、扎实的语言、科技、人文与社会、运动与健康、信息技术素养；具有公民责任感和社会参与意识；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。

知识要求

K1：掌握电子商务法律法规及平台合规运营知识

K2：熟练运营 PhotoShop 图形处理与视频封面制作技术

K3：掌握跨境电商运营模式与选品采购策略

K4：具备商品拍摄布光技巧与素材编辑能力

K5：理解管理学基础理论与营销决策模型

K6：掌握 AIGC 内容生成工具与新媒体运营方法论

K7：熟悉短视频账号定位策划与内容运营全流程

K8：熟悉网络广告投放策略与 ROI 优化技术

K9：具备直播脚本设计、场控与数字人营销实战能力

K10: 掌握小红书等社交平台推广算法与爆款内容打造技巧

K11: 熟悉社群运营 SOP 与客户服务管理体系

K12: 理解全媒体平台用户画像分析与精准营销技术

能力要求

A1: 全媒体内容创作表达能力

能熟练运用 **PhotoShop** 和 **AIGC** 工具制作符合各平台特性的视觉内容，具备将商品卖点转化为图文/短视频/直播脚本的创意表达能力

A2: 跨平台用户沟通能力

掌握小红书、社群等渠道的差异化沟通策略，能根据平台调性调整话术风格，运用电商客服技巧处理客诉与咨询

A3: 直播场景控场能力

具备镜头表现力与即时互动能力，能结合数字人营销技术设计直播流程，灵活应对突发状况并引导观众完成转化

A4: 跨文化商务沟通能力

熟悉跨境电商运营规范，能用恰当方式处理国际客群咨询，规避文化禁忌

A5: 团队协作传达能力

基于管理学基础，能清晰传达营销方案，协调设计、运营、客服等多岗位协作，确保营销信息的一致性

六、课程设置及学时安排

本专业主要包括公共基础课程和专业课程。

（一）公共基础课程

公共基础课程，共 15 门，合计学分 37。主要课程有：思想政治理论课（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）、国家安全教育、军事理论、大学生心理健康，大学体育、劳动教育、大学生职业发展与就业指导、大学生创新创业基础、商务英语、现代信息技术、人工智能、财经应用文写作。

主要公共基础课程简介如下：

序号	课程名称	学分及学时	课程目标	主要内容和教学要求
1	思想道德与法治	3 学分 54 学时	以社会主义核心价值观为主线，针对大学生成长过程中面临的思想道德和法律问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观教育，引导学生在学习和思索中探求真理，在体验和行动中感悟人生，从而提高自身的思想道德素质和法律素养。	帮助大学生投身社会主义和谐文化建设，形成崇高的理想信念，弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革开放为核心的时代精神，其目的在于培养高等院校学生树立正确的世界观、人生观、价值观，加强思想品德修养，增强学法守法的自觉性，了解我国社会主义宪法和有关法律的基本精神和主要规定，真正做到学法、懂法、用法，依法办事，依法维护国家和公民个人的合法权益，从而全面提高大学生的思想道德素质和法律素质。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2 学分 36 学时	使当代大学生了解马克思主义中国化的过程，了解马克思主义与时俱进的理论品质，树立建设中国特色社会主义的坚定信心，培养运用马克思主义的立场、观点、方法分析和解决问题的能力，增强执行党的基本路线和基本纲领的自觉性和坚定性。	帮助学生理解和掌握中国特色社会主义的基本理论、基本路线和党的各项方针政策，确立建设中国特色社会主义的共同理想，增强社会责任感与历史使命感，积极投身全面建设社会主义事业的伟大实践之中。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3 学分 54 学时	引导青年大学生认清新时代的历史方位，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己，勇做新时代的弄潮儿，努力成长为能担当民族复兴大任的时代新人，在激扬青春、奉献社会的进程中书写无愧于时代的壮丽篇章。	充分体现“十个明确”“十四个坚持”的核心内容，系统阐述关于新时代坚持和发展中国特色社会主义的总目标、总任务、总体布局、战略布局和发展方向、发展方式、发展动力、战略步骤、外部条件、政治保证等基本观点，全面介绍习近平总书记对经济、政治、法治、科技、文化、教育、民生、民族、宗教、社会、生态文明、国家安全、国防和军队、“一国两制”和祖国统一、统一战

				线、外交、党的建设等方面作出的理论概括和战略指引。引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，在知行合一、学以致用上下功夫，增长知识、锤炼品格。
4	形势与政策	2 学分 36 学时	对大学生进行比较系统的党的路线、方针和政策教育、国内形势教育、国际形势和我国对外政策教育的主渠道、主阵地，在大学生思想政治教育中担负着重要使命，是每个大学生的必修课程。	以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以高校培养目标为依据，紧密结合国内外形势和大学生的思想实际，通过适时地进行形势政策教育、世界政治经济与国际关系基本知识教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，使大学生在改革开放的环境下具有坚定的立场、具有较强的分析能力和适应能力。
5	国家安全教育	1 学分 16 学时	使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观，丰富国家安全知识，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全的意识；引导学生主动运用所学知识分析国家安全问题，强化学生的政治认同，坚定道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，提升学生维护国家安全的能力，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础。	内容包括中国特色国家安全道路、统筹发展与安全、维护人民安全、维护政治安全、维护经济安全、维护军事、科技、文化、社会安全、维护国际安全、增强国家安全意识，全面践行国家总体安全观等。
6	大学生心理健康	2 学分 36 学时	使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。	涵盖了从知识到技能再到运用的全过程，将心理健康知识与自身生活有机地结合起来，既有知识的传授，又有技能的练习，还有对技能的运用；了解自身的心理特点和性格特征，掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能，努力实现大学生在知识、技能及素质三个层面的显著提高，帮助大学生树立积极乐观心态，为大学生实现角色转换做好心理保障。

7	大学体育	6 学分 108 学时	<p>根据《全国普通高校体育教学指导纲要》、《学校体育工作条例》的要求及我校实际情况，遵照健康第一的教育思想，提高对身体和健康的认识，掌握有关身体健康的基本知识和科学健身的方法；提高自我保健意识，增强体质、促进身体健康，养成良好的体育锻炼习惯，保持良好的心态；掌握 1-2 项体育运动项目的基础知识、基本技术、基本技能，作为终身锻炼的手段；增强体质健康和心理健康、增强社会适应能力；培养终身运动意识，为实现“健康中国”奠定基础。</p>	<p>大学体育一：健身气功（八段锦、校园五禽戏）；大学体育二：篮球、足球、排球、羽毛球、乒乓球、网球、太极拳、健美操、跆拳道、瑜伽、毽球；大学体育三：形体、形体与礼仪、健美操、体育舞蹈、防身术、游泳、瑜伽、太极拳、羽毛球、跳绳、飞盘、拓展训练等。按照《国家学生体质健康标准（2014 年修订）》开展在校生达标测试。体质测试和课外体育锻炼同为课程考核的内容之一，不合格者不能获得相应学期的学分。体育课程考核合格并获得规定学分是学生毕业的必要条件之一。</p>
8	劳动教育	1 学分 16 学时	<p>本课程教学以“情景分类、模块导向、任务驱动”为指导思想，结合“党中央关于全面加强新时代大中小学劳动教育的指导意见”，通过教学活动、实践活动等方式，使学生掌握必要的劳动技能和知识，培养学生良好的劳动习惯和劳动精神。课程以劳树德、以劳增智、以劳健体、以劳益美、以劳促创，使学生形成良好的劳动习惯、劳动品质，促进学生的全面发展为最终目标。</p>	<p>内容涵盖劳动最光荣、劳动技能、劳动安全三个模块，通过“理论讲授+大师示范+实操训练”的三阶教学模式，实现劳动教育与专业教育、思政教育的深度融合，打造有深度、有温度、有力度的劳动教育课程，培养德技并修的新时代高素质劳动者，为制造强国、质量强国建设提供人才支撑。</p>
9	大学生职业发展与就业指导	2 学分 38 学时	<p>引导学生树立职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念；了解职业发展的阶段特点，较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境，了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识，掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，促进学生高质量就业</p>	<p>课程内容将学生的职业发展与就业指导有机地结合起来，既有知识的传授，又有技能的培养，还有态度和观念的转变；既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展。帮助学生掌握相关的求职技巧，努力实现在态度、知识和技能三个层面的转变，做好向“职业人”转换的各种准备。</p>
10	大学生创新创业	2 学分 32 学时	<p>通过“岗课赛证创”的有机融合，帮助学生理解创新思维与</p>	<p>围绕创新思维培养与创业实践能力提升，系统讲授创新方法论、</p>

	业基础	时	创业活动的核心内涵，掌握市场分析、商业模式设计、资源整合及风险评估等基本技能，培养团队协作能力与问题解决能力，同时引导学生认识创新创业的社会价值，激发学生的创业意识和企业家精神，使其具备在复杂环境中识别机会、应对挑战并推动创新落地的综合素质。	创业机会识别、商业模式构建、团队管理、融资策略及风险管理等内容，结合案例分析、项目实训与模拟实践，引导学生掌握从创意到落地的全流程技能；教学要求注重理论与实践融合，通过团队协作、小组竞赛等方式完成自我认知、商业计划书写作、路演汇报等任务，强化市场调研与资源整合能力，培养学生社会责任意识，使使学生树立科学的创新观和创业观。
11	军事理论	4 学分 14 学时	让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神，传承红色基因，提高学生综合国防素质。	主要包括中国国防、军事思想、国家安全、现代战争、信息化战争等部分。在教学过程中，注重理论联系实际，不断改进教学方法和手段，确保教学质量。同时，灵活运用“史记结合、以史带记”的教学方法，注重理论与实践相结合，创新教学方法和手段，激发学生的学习兴趣和主动性。
12	商务英语	3 学分 54 学时	全面提升学生的职场涉外沟通能力、多元文化交流能力、语言思维能力以及自主学习能力。通过课程学习，学生将能够熟练运用英语进行国际交流，理解并尊重不同文化背景下的交流方式，同时具备独立解决问题和终身学习的能力。	以“人文技能”为核心，强调英语知识与人文素养的结合。学生不仅学习语言技能，还培养批判性思维、跨文化交际能力以及终身学习的能力。内容涵盖广泛的主题，包括理想信念、社交媒体、中华美食、职场文化等，通过“主题+任务”双轮驱动模式，融入数字化教学资源，培养学生多元文化交流能力与国际视野。采用混合式教学模式，强化语言实践应用能力；设计多样化任务型活动，提升学生解决复杂问题的综合素养。完善形成性评价体系，依托智能测评系统实时跟踪学习成效。
13	现代信息技术	2 学分 36 学时	让学生了解信息技术的基本概念、原理和应用领域，掌握信息技术工具的基本操作技能。培养学生运用信息技术解决实际问题的能力，包括信息获取、分析、处理、表达和交流	主要包括计算机的发展、系统组成、编码等基本知识； Windows 操作系统的操作和设置；掌握 WPS 文字文稿、电子表格、演示文稿的基本操作；计算机网络的基本知识和应用； IT 新

			的能力，以及利用信息技术进行自主学习、协作学习和创新实践的能力。培养学生对信息技术的兴趣，增强信息安全意识和社会责任感。	技术相关知识。灵活运用多种教学方法激发学生的学习兴趣，提高教学效果；重视实践教学环节，培养学生的动手能力和创新能力；采用多元化评价方式考查学生对知识和技能的掌握程度；充分利用各种教学资源培养学生的信息素养。
14	人工智能	2 学分 36 学时	使学生树立人工智能思维意识，拓展人工智能落地应用的思路，掌握人工智能产品开发的基本方法。培养学生的动手操作能力和分析解决问题能力。并了解信息时代的发展，体会科学精神，增强科学意识。	了解人工智能的起源和发展历程及其各行业的应用。熟悉人工智能的应用场景。了解 Python 编程，掌握人工智能背景下，计算机视觉、语音识别、智能搜索、智能编程等技术的基础概念和操作。根据不同的教学内容和学生的实际情况，灵活运用各类教学方法，以案例分析和项目式学习为主，融合线上线下混合教学模式引导学生理解技术原理与应用场景。通过实践教学让学生在实践中掌握信息技术技能，培养学生的动手能力和创新能力。
15	财经应用文写作	2 学分 36 学时	通过课程学习与训练，使学生能系统了解应用写作的基础知识、基本方法；具有一定的自主学习能力，能准确阅读、分析、处理职业生涯及日常生活中的实用性文章；能较熟练地掌握高素质应用型人才所必备的应用写作技能，能写出主旨明确、详略得当、结构合理、语言得体、格式规范的常用财经应用文。	主要内容有公文（公文概述、常用公文的写作）、事务文书（计划、总结、简报、演讲稿、应聘文书等）、经济文书（商务信函、合同、市场调查报告、经济论文等）。依据高职教育实践性、应用性强的特点，教学力求突显基础性、实践性和发展性的统一，强调创新能力的培养，重在阐明实践应用价值，拓宽基础知识面，注意与相关课程的衔接，强化能力训练与能力迁移，使基本文化素养和一般能力的培养与职业能力的培养相结合，从而保证学生具有较好的职业文化素质，并为其拓展学习和终身学习打好基础。

（二）专业课程

共 17 门，合计 65 学分。主要有专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

专业基础课程有 6 门，合计 21 学分，包括：电子商务法律法规、零售基础、电子商务基础、选品与采购、商品拍摄与素材编辑、管理学基础；

专业核心课程有 7 门，合计 30 学分，包括：新媒体运营、营销策划、直播运营、网络推广、营销渠道运维、直播销售、客户服务与管理；

专业拓展课程（选修）有 4 门，合计 14 学分，包括：零售门店 O2O 运营、短视频策划与制作、主播素养、项目管理。

主要专业课介绍如下：

序号	课程名称	学分及学时	课程目标	主要内容和教学要求
1	电子商务法律法规	2 学分 36 学时	课程旨在培养具备扎实法律基础与实务能力的复合型人才，系统掌握电子合同效力、数据电文认证等核心法律规范，重点提升网络交易纠纷处理能力，强化知识产权保护意识与数字经济时代的法治思维	主要内容：课程涵盖电子签名法、消费者权益保护、跨境数据流动等九大模块，深度解析平台责任、直播带货等新型法律问题，配套最高人民法院指导案例，结合欧盟 GDPR 等国际规则对比教学。 教学要求：采用“法规解读+模拟法庭”双轨教学，要求完成 3 次电商平台合规诊断实践，运用法律数据库撰写分析报告。
2	零售基础	4 学分 72 学时	通过《零售基础》的学习使学生学会 PhotoShop 软件中的图像处理、文字排版、色彩调整等基本操作，掌握平面设计的基础知识，商业平面设计中的应用以及制作商业作品的方法和技巧，达到能够独立完成设计方案的优化处理、经典案例设计制作的能力；使学生具有平面设计的思维能力，熟悉平面设计中相关设计规范和设计标准	主要内容：涵盖选区精修、蒙版合成等 12 项核心技术，设置人像精修、产品特效等 8 类商业案例，包神经滤镜、内容识别填充等新功能实战，配套版权规范与设计心理学拓展模块，强化从需求分析到成品输出的全流程训练。 教学要求：采用“案例复刻+自由创作”双轨模式，需完成餐饮 VI 设计、影视海报等 5 套作品集，掌握动作录制与批量处理技巧，
3	电子商务基础	4 学分， 72 学时	掌握电子商务全流程运营能力，重点涵盖国内电商平台	主要内容：包含 B2C/B2B 模式对比、亚马逊/eBay 平台运营

			规则与跨境电商独立站运营。通过理论结合实践，社交媒体营销等数字化工具，掌握选品策略、国际物流等核心技能，培养具备跨境电商风险管控能力的复合型人才，最终能独立完成从市场分析到订单转化的完整电商项目运作	等 8 大模块，涉及 Google Ads 投放、建站等实操内容，重点解析欧盟跨境支付结汇等合规要点，真实店铺数据分析实训，结合 RCEP 政策解读新兴市场拓展策略。 教学要求：采用"虚拟公司"分组运营模式，需完成 3 次选品报告及 1 套跨境店铺策划案，掌握 ERP 系统基础操。
4	选品与采购	4 学分，72 学时	本课程致力于培养学生掌握现代商业环境下的商品选品策略与供应链采购全流程管理能力。通过系统学习市场数据分析、消费者行为研究等核心方法论，结合跨境电商选品特色，使学生具备商品生命周期预判、供应商评估及采购成本控制等实战技能。重点培养数字化选品思维与风险管控意识，最终能够独立完成从市场调研、选品决策到采购执行的完整商业闭环，为零售、电商等行业输送复合型采购人才	主要内容：包含六大模块：①消费大数据分析工具应用 ②爆品基因拆解模型 ③跨境选品合规要点 ④供应商 3C 评估体系 ⑤采购谈判技巧 ⑥库存预警机制，配套抖音选品工具、1688 供应链认证等实训。 教学要求：采用"企业真实工单"驱动教学，需完成 4 份选品可行性报告及 2 次采购模拟谈判，掌握 ERP 采购模块与比价工具操作，考核包含突发性断供危机处理方案设计，强调数据决策思维培养。
5	商品拍摄与素材编辑	4 学分，72 学时	本课程由杨涛老师开发，聚焦电商时代商品视觉呈现全流程，培养学生掌握专业级商品拍摄技法与数字化素材编辑能力。通过系统学习布光构图、场景搭建等核心技能，结合主流电商平台视觉规范，使学生能独立完成从拍摄策划到后期合成的全流程作业，重点提升差异化视觉营销能力，涵盖静物、服饰、食品等类目特效处理技术，最终输出符合国际电商标准的视觉素材包，为直播基地、MCN 机构等培养复合型视觉内容创作人才	主要内容：包含五大模块：①单反/手机双轨拍摄技法 ②吸光/反光材质特殊处理 ③三维白底图合成标准 ④短视频拆条素材制作 ⑤AIGC 辅助修图技术，配套影棚实操、抖音主图视频制作等实训项目。 教学要求：采用"真实商单"驱动教学，需完成 3 套不同类目商品图包及 1 支 15 秒主图视频，掌握 PhotoShop 批量处理与剪映等模板套用技能，考核包含限时命题拍摄任务，强调版权素材合规使用。
6	新媒体运营	4 学分，72 学时	聚焦 AIGC 技术驱动的全媒体运营革新，培养学生掌握智能内容生产与跨平台流量运	主要内容：五大核心模块：①AIGC 工具链搭建（文案/图像/视频生成）②智能选题与爆

			营的复合能力。通过深度整合生成式 AI 工具与运营方法论，系统训练 AI 脚本创作、智能分发策略、多模态内容生成等核心技能，重点突破传统运营中"创意产能瓶颈"，实现从用户洞察到效果优化的全链路 AI 赋能。最终培养能驾驭"人机协作"模式、具备数据思维与伦理意识的新一代运营专家，适应短视频、直播电商、品牌私域等数字化场景需求	款内容裂变 ③AI 用户画像与精准触达 ④多平台 AI 自动化运营 ⑤生成内容伦理与版权风险管理，配套抖音 AI 直播脚本生成、小红书智能标题优化等实战项目，结合头部 MCN 机构 AI 运营案例深度解析 教学要求：采用"真实品牌"任务制，需完成 4 套 AI 生成内容优化方案及 1 个跨平台智能运营计划，掌握 AI 工程与生成内容合规审查，考核包含 48 小时 AI 舆情应急响应实战
7	市场策划	6 学分， 108 学时	培养学生掌握短视频从内容生产到商业变现的全链路能力。重点训练爆款内容策划、平台算法适配、精准流量获取及 AIGC 工具应用等技能，通过拆解抖音、快手等平台的运营逻辑，使学生能系统性构建账号增长模型，实现从 0 到 1 的冷启动突破。	主要内容：涵盖四大模块：①平台算法与账号定位②爆款内容生产（脚本/拍摄/剪辑全流程 4③流量裂变策略④数据复盘与商业变现（星图/直播电商 教学要求：需完成 3 次平台算法测试及 2 套完整运营方案，掌握剪映/Premiere 等工具链，考核包含 48 小时热点追踪创作任务。
8	直播运营	5 学分， 90 学时	系统培养学生掌握抖音电商直播的运营全流程能力。课程聚焦"人货场"三位一体模型，重点训练直播场景搭建、话术设计、流量获取及数据化运营等核心技能，通过拆解头部直播间运营策略，使学生能独立完成从账号定位到 GMV 转化的完整链路。结合 AIGC 工具在选品脚本、智能客服等场景的应用，培养兼具实战能力与创新思维的直播运营人才，助力传统企业数字化转型及个人创业者入局直播电商赛道	主要内容：四大模块：①抖音电商底层逻辑与账号冷启动②高转化直播间搭建（场景/灯光/道具）③直播脚本设计与流量钩子投放④数据复盘与投流优化（含千川实操）。 教学要求：需完成 3 场模拟直播（单场 GMV≥1000 元）及 1 份 ROI 优化方案，掌握蝉妈妈等数据分析工具。考核包含 48 小时直播全流程实战，所有方案需标注 AIGC 应用节点，重点考核停留时长与转化率数据指标。
9	网络推广	5 学分， 90 学时	聚焦 AI 技术在小红书生态的深度应用，培养学生掌握"智能创作+精准运营"的复合能力。通过解析小红书社区规则与流量分发机制，结合	主要内容：三大核心模块：①小红书 AI 工具全栈应用（文案生成/图片优化/视频剪辑）②高互动笔记创作方法论（标题模板/封面公式/话题嫁接）

			AIGC 工具实现爆款笔记高效生产，重点训练关键词布局、视觉优化及互动增长策略。最终培养能运用 AI 工具提升内容生产效率，同时保持小红书特有"真实感"表达的新型运营人才	③数据驱动运营（薯条投放/搜索卡位/品牌合作人对接）。 教学要求：需完成 10 篇 AI 辅助笔记（单篇互动≥300）及 1 份账号增长方案，掌握零克查词等合规工具。考核包含 24 小时热点借势创作，重点考核笔记收录率与粉丝净增数据。
10	营销渠道运维	4 学分， 72 学时	重点训练关键词策略、广告创意优化及数据驱动的投放技巧。课程基于百度营销等主流平台，系统讲解搜索广告的竞价机制、质量度提升及转化漏斗优化，帮助学生构建从账户搭建到 ROI 提升的完整营销链路。结合 AI 工具在关键词拓展与智能出价中的应用，培养具备跨行业适配能力的数字营销人才，满足电商、教育、本地服务等领域的精准获客需求，最终实现低成本高转化的营销目标	主要内容：三大模块：①搜索引擎工作原理与 SEM 生态（含百度/360/搜狗差异化）②关键词体系搭建与长尾词挖掘工具 ③广告组优化（创意 AB 测试/落地页转化提升）。包含医疗、教育等典型行业账户实操，深度解析凤巢系统后台功能与 OCPC 智能投放策略。 教学要求：需完成 3 套关键词方案及 2 次广告组优化实战，掌握百度统计等数据分析工具。考核包含 72 小时实时竞价。
11	直播销售	4 学分， 共 72 学时	1.主播能力：掌握 AIGC 工具辅助人设定位、话术设计及互动优化；技术应用：学习虚拟场景搭建、AI 实时数据分析及数字人协同直播；运营实战：覆盖全流程策划、流量转化与合规风控；团队协作：强化分工配合与数据复盘能力	主要内容：涵盖 AIGC 工具应用（如 AI 话术生成、虚拟场景设计），直播全流程技能（策划、互动、复盘）、数据运营及合规知识，培养"技术+销售"复合型主播。 教学要求：1 掌握 AI 辅助直播实操；2 能独立完成脚本撰写与流量分析；3 团队协作完成 3 场实战直播；4 通过考核评估技术融合能力。
12	客户服务与管理	2 学分， 共 36 学时	AI 技术在社群运营中的创新应用，培养学生构建智能化、高活跃度社群的核心能力。通过解析企业微信、等主流平台特性，结合 ChatGPT 等 AI 工具实现自动应答、情感分析及用户分层管理。重点训练社群 SOP 制定、KOC 培育及裂变增长策略，掌握用 AI 驱动社群内容	主要内容：三大模块：①AI+社群工具链（自动欢迎/关键词触发/数据看板）②高粘性社群运营框架③危机处理与合规管理（敏感词过滤/舆情监测）。包含"AI 主持线上活动""智能用户画像分析"等实战，深度解析瑞幸咖啡等标杆案例的社群矩阵策略。 教学要求：需完成 1 个 200 人

		生产、活动策划与危机预警的全流程。课程将帮助学生适应电商、知识付费、品牌私域等场景需求，培养兼具技术应用与人性化运营思维的复合型人才。	以上社群的 30 天运营方案及 3 次 AI 互动脚本设计，掌握 ChatGPT 调参技巧。期末考核包含 48 小时热点应急响应实战，所有方案需标注 AI 参与度并附人工干预记录，重点考核留存率与转化率数据指标。
--	--	---	--

（三）实践教学环节

（1）实训

在校内外进行零售基础、商品拍摄与素材编辑、新媒体运营、市场策划、直播运营等实训，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。学校应建立稳定、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，加强对学生实习的指导、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。学校可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。应严格执行《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。

（四）课程体系与培养规格关联矩阵

课程体系与培养规格关联矩阵

课程名称	岗位名称	培养规格		
		素质（Q）	知识（K）	能力（A）
电子商务法律法规	直播销售员、新媒体运营	Q1、Q2	K1	A4
零售基础	直播运营、电商运营	Q2、Q3	K2	A1
电子商务基础	电商运营，直播运营	Q1、Q2	K3	A2、A4
管理学	运营相关岗位	Q1、Q3	K5	A1、A5
选品与采购	商品选品，新媒体运营	Q2、Q3	K3	A4
商品拍摄与素材编辑	直播运营，新媒体运营	Q2、Q3	K4	A1

新媒体运营	内容策划、新媒体运营	Q1、Q3	K6	A1
市场策划	内容策划、新媒体运营	Q2、Q3	K7	A1、A5
直播运营	直播销售员、直播运营	Q1、Q2	K9	A3
网络推广	直播运营，新媒体运营	Q1、Q3	K10	A2、A5
营销渠道运维	直播运营，新媒体运营	Q1、Q2	K8	A2
直播销售	直播销售员，内容策划	Q1、Q3	K9	A1、A3
客户服务与管理	内容策划，电商运营	Q2、Q3	K11、K12	A2

七、教学进程安排

教学进程安排表是人才培养方案的核心部分，各院系在制订的时候，应参照教育部文件要求的学分、学时、课程设置、实践性教学环节等内容。

（一）教学周具体安排表 （附表一）

（二）教学进程安排表 （附表二）

（三）实习实践教学安排表 （附表三）

（四）公共选修课程 （附表四）

八、实施保障

描述本专业师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

本专业现有专任教师 8 人，副教授 3 人、博士学历 1 人、硕士研究生学历 6 人，其中骨干教师 4 人、“双师型”教师 7 人。专业教师每年按要求积极参加企业实践学习或各种专题培训，全年累计学习和培训时间不少于三个月。同时将继续通过培养与引进相结合、业务进修与企业实践锻炼相结合等方式，促进师资队伍的结构优化，全面提高专业教师能力与素质

（二）教学条件

教学设施能够满足正常的课堂教学需要，现有网络营销，新媒体运营实训室 2 间，配有电脑 90 台套，投影设备 2 台套，教学用软件

有 Office、PhotoShop、AfterEffects、Premiere、Audition、Suno、DaVinci Resolve 等数十个。生产性实训基地 9 个，包括：直播实训室 2 间，每间配备有直播电脑、直播手机、运营前端操作系统及电商平台系统后台操作电脑等。直播间能确保满足日常 6 到 10 人参与实训和模拟直播演练，培训、实战、复盘“1 加 2 模式”让变的、有痛点、记忆点。

保证产品培训、产品展示、短视频策划培训、短视频拍摄培训、营销方案培训、公众号营销及新媒体矩阵培训、团队建设培训、业务能力提升培训。实训人员模拟了解电商直播全流程，更快的掌握电商平台系统及剪辑软件的操作和应用等。

（三）教学资源

本专业教学教材主要采用国家规划教材、省级规划教材、正规出版教材、校本教材，每年学院图书馆和系（部）采购部分专业参考图书资料，供学生及教师学习参考。在数字化(网络)资料方面，本专业通过校企合作，联合出版教材、开发校本教材，利用学习通教学系统平台，为学生提供电子教案、网络视频、项目实训题库等在线学习资源，满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。

（四）教学方法

运用多媒体教学环境，以项目任务为导向，以岗位能力形成为目的，采用工学结合、教学做一体化的教学模式。通过建立岗位工作模拟环境，搭建“课堂与岗位”“教学与实训”相融合的育人平台，以“岗位为主轴、项目为主线、模块为主、能力为主导、学生为主体”，根据不同的课程特点，结合岗位实际，灵活运用讲授教学法、案例教学法、项目驱动教学法、情境教学法、讨论法和现场教学法等方法，让学生

充分掌握项目流程和实践细节，通过完成工作任务获得专业知识和技能，形成综合职业能力。同时积极指导学生参加教育行政部门、行业协会等举行的职业技能大赛，达到“以赛促教、以赛促学”的目的。

（五）学习评价

本专业考核分理论课考核、专业技能考核、职业技能考核和顶岗实习考核四部分。

（1）理论课考核

理论课程考核包括学生对课程中理论知识的识记、理解、掌握和运用的考核，采用形成性考核和终结性考核相结合的方式。形成性考核成绩占课程总成绩的 30%（考查课占 40%），包括平时作业成绩、项目完成度等，由任课教师根据学生的平时作业完成情况、学习表现记录（包括授课日志）进行综合评定。终结性考核成绩占课程总成绩的 70%（考查课占 60%），终结性考核采取期末无纸化考试。

（2）专业技能考核

为客观评价学生在学完本门课程后知识的掌握情况、专项技能的训练水平、专业核心能力的掌握情况，将本课程考核与评价分为两部分，分别为平时过程性考核和期末终结性考核，总分为 100 分。

其中平时过程性考核占 60%，考核主要分成 2 部分，一方面根据阶段性个人或小组项目完成情况，由学生自评、组内他人评价和教师评价相结合评定成绩；另一方面，根据项目完成的时间、主题是否符合要求、质量是否达标、是否有创新，由组长和教师评价相结合的方式评定成绩。

期末终结性考核占 40%，主要分为理论考试以及实践考试。其中理论考试部分根据期末问卷式理论考试，由教师评定成绩。实践考试根据期末实践项目完成的时间、主题是否符合要求、质量是否达标、

是否有创新，由教师评价评定成绩。

（3）职业技能考核

网络营销与直播电商专业学生每完成一个教学模块开展一次针对本模块对应的岗位职业技能考核。考核主要分为两部分：一方面根据阶段性个人或小组项目完成情况，由学生自评、组内他人评价和教师评价相结合评定成绩；另一方面，根据项目完成的时间、主题是否符合要求、质量是否达标、是否有创新，由组长和教师评价相结合的方式评定成绩。

（4）岗位实习的考核

岗位实习考核成绩由企业方和校内指导教师共同评定，以企业方评价为主。校内指导教师主要根据学生的顶岗实习记录和对学生的指导记录进行评定，企业方指导教师主要根据学生在顶岗实习期间运用所学专业知识解决实际问题的能力以及职业素质提高情况进行评定。本专业考核成绩一律划分按优秀/良好/中等/合格/不合格五个等级评价，并形成完成的实习日志。

（六）质量管理

（1）学校对人才培养质量

学院实行课程中心（校）-教学办（院）-教研室三级教学运行管理和督导团（校）-督导组（院）二级教学督导管理体制。学院教学工作由分管教学院长总负责，教学办公室和各教研室分工负责。在学校教学质量监控体系框架下，对专业建设和教学工作过程实施质量监控，从制度入手，采取信息化手段对专业建设和课程教学的质量进行监控，确保人才培养质量的稳步提高。

（2）学院对专业建设质量

电商物流学院成立由专业带头人、骨干教师、管理人员和行业企

业专家组成的网络营销与直播电商专业建设委员会，定期开展市场调研，了解本专业人力资源需求状况和该专业毕业生就业情况及用人单位对学生满意度；适时召开会议研究专业建设过程中相关问题，做好顶层设计，为专业建设提供市场、政策及行业信息，提高专业建设的科学性和合理性。

（3）教研室对课程教学质量

网络营销与直播电商专业建设委员会吸纳行业专家、教师和管理人员成立专项调研组，负责本专业的社会需求、毕业生跟踪调查和新生素质调查等工作，为本专业的招生和就业提供支持。

（4）外部反馈评价

邀请行业企业专家、校友、学生家长及社会各界人士参与人才培养质量的评价。通过定期的问卷调查、座谈会、企业实习反馈等方式，收集外部对学校人才培养质量的意见和建议。学校根据外部反馈调整教学策略和人才培养方案，确保教育成果与社会需求相匹配，提高学校的教育质量和声誉。

九、毕业要求

（一）胜任力：学生毕业时需达成的知识储备、能力水平及素质要求的具体说明，应能支撑培养目标的达成，并在培养过程中分解落实。

1.知识储备要求

专业基础理论：掌握电子商务法律法规体系及平台运营规则；精通 PhotoShop 图形处理、视频封面设计及商品素材编辑技术；理解跨境电商运营模式与选品采购逻辑；具备管理学基础理论与营销学原理应用能力。

专业核心知识：熟悉 AIGC 内容生成与新媒体运营方法论；掌握

短视频账号策划、网络广告投放及直播销售全流程技术；精通小红书等社交平台推广策略与数字人营销实战技巧；具备社群运营管理及客户服务标准化体系构建能力。

行业前沿知识：了解元宇宙营销、虚拟直播等新兴业态发展趋势；掌握全媒体平台算法推荐机制与用户画像分析技术；熟悉电商行业数据安全规范与消费者权益保护政策。

2.能力水平要求

专业实践能力：能独立完成网店视觉设计、直播场景搭建与短视频内容生产；具备跨平台广告投放效果监测与 ROI 优化能力；熟练运用数据分析工具优化营销策略与用户转化路径。

项目应用能力：可制定品牌全域营销方案并协调多平台资源落地；能够设计直播脚本、话术体系及互动留存方案；具备突发事件应急处理与舆情危机管理能力。

综合职业能力：掌握商务谈判技巧与跨部门协作流程；具备营销方案提案能力与结案报告撰写技能；能够通过行业社群持续获取最新运营方法论。

3.素质要求

职业素养：恪守《电子商务法》与广告法相关规定；保持对市场趋势的敏锐度与数据真实性原则；具备客户隐私保护意识与服务至上的职业理念。

创新与学习能力：善于结合热点事件策划爆款内容；持续跟进 AI 工具在电商场景的应用创新；能够通过行业峰会、白皮书等渠道更新知识体系。

团队协作能力：适应直播团队高强度协作节奏；具备跨职能团队资源整合能力；能平衡创意表达与商业目标之间的冲突。

毕业要求与培养规格关联矩阵

毕业要求	培养规格																			
	素质 (Q)			知识 (K)												能力 (A)				
	Q 1	Q 2	Q 3	K 1	K 2	K 3	K 4	K 5	K 6	K 7	K 8	K 9	K 10	K 11	K 12	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5
市场调研与营销技能		√	√			√		√		√	√		√	√	√					√
内容创意设计技能		√	√		√				√				√			√				
直播电商专项技能	√	√					√	√		√		√					√	√		
数据分析技能	√	√	√											√	√					
沟通协作与应变技能	√	√	√													√	√	√	√	√
职业素养与法律意识	√	√		√															√	√

(二) 学分要求：本专业必须修满 140 学分方可毕业。其中，公共基础课 37 学分；专业课 51 学分；公共选修课 8 学分、专业拓展课（选修）14 学分；集中实践实训课 30 学分。

(三) 本专业获得的相关资格证书：网络营销、电子商务师、电子商务运营师、互联网营销师、直播电商、网络直播运营、新媒体营销每获得一本证书增加 1 学分。

附表一

教学周具体安排表

<div>周次</div> <div>学期</div>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
一		军事技能训练 3 周			课堂教学 13 周													实训 2 周		考试 1 周	社会实践
二	课堂教学 16 周																实训 2 周		考试 1 周	社会实践	
三	课堂教学 16 周																实训 2 周		考试 1 周	社会实践	
四	课堂教学 10 周										校内实训 8 周								考试 1 周		
五	岗位实习 21 周																				
六	岗位实习 7 周							毕业设计 2 周		办理离校											

附表二

教学进程安排表

序号	课程类别	课程代码	课程名称	学分	考试	考查	学年、学期、学时									
							总学时	课堂教学	实践教学	线上教学	第一学年		第二学年		第三学年	
											1	2	3	4	5	6
											20	20	20	20	20	20
1	公共基础必修课程	121001	思想道德与法治	3	1		54	46	8		54					
2		121028	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2		36	32	4			36				
3		121027	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	3		54	46	8				54			
4		121020/121025	形势与政策	2		2-3	36	18	18			18	18			
5		121033	国家安全教育	1		1	16	16			16					
6		161002	军事理论	4		2	114	8	78	28		114				
7		161003	大学生心理健康	2		2	36	30	6			36				
8		141001-3	大学体育	6	1/3		108	8	64	36	36		36			
9		161001	劳动教育	1		1	16			16						
10		121034	大学生职业发展与就业指导	2		3	38	8		30		19	19			
11		181010	大学生创新创业基础	2		3	32	8		24		16	16			
12		131102	商务英语	3	2		54	50	4			54				
13		071995	现代信息技术	2		1	36	18	18		36					
14		071902	人工智能	2		2	36	18	18			36				
15		131101	财经应用文写作	2		1	36	34	2		36					
16	公共选修课程		在公共选修课模块中，须修满8个学分课程（每门公共选修课记1学分，每学期限选2门）	8		1-4	144	144								

			小计	45			846	484	228	134	178	329	143	0		
17	专业 基础 课程	091391	电子商务法律法规	2		1	36	12	24		36					
18		091472	零售基础	4	1		72	24	48		72					
19		091473	电子商务基础	4	1		72	24	48		72					
20		091474	选品与采购	4	2		72	24	48			72				
21		091854	商品拍摄与素材编辑	4	2		72	24	48			72				
22		091475	管理学基础	3	1		54	34	20		54					
			小计	21			378	142	236		234	144	0	0		
23	专业 核心 课程	091476	新媒体运营	4		2	72	24	48			72				
24		091392	市场策划	6	3		108	30	78				108			
25		091393	直播运营	5	3		90	24	66				90			
26		091394	网络推广	5		3	90	24	66				90			
27		091861	营销渠道运维	4	4		72	24	48					72		
28		091395	直播销售	4	4		72	24	48					72		
29		091396	客户服务与管理	2		4	36	12	24					36		
			小计	30			540	162	378		0	72	288	180		
30	专业 拓展 课程 (选修)	091477	零售门店 O2O 运营	2		1	36		36		36					
31		091478	短视频策划与制作	2		2	36		36			36				
32		091399	主播素养	2		3	36		36				36			
33		091441	项目管理	8		4	144		144					144		
			小计	14			252	0	252		36	36	36	144		
34	实训	091943	岗位实习	28			728	0	728						546	182
35	实习	091942	职业技能综合测试	2			32	0	32							32
			小计	30			760		760						546	214
			合计	140	0	0	2776	788	1854	134						
毕业考试：课程/毕业设计																

注：此表中课程代码要依据教务管理系统（青果系统）课程库中的课程编码填写，公共基础课编码不允许改变。

附表三

实习实践教学安排表

序号	类别	实践教学名称	学分	周数	实习实践学时	开设学期	备注
1	军事课	军事技能	2	3	78	1	
2	社会实践	思想道德与法治	1	1	8	1	学生即可参加教师组织的实践教学，也可通过提交思政理论学习相关的实践成果获得学分。
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		1	4	2	
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论		1	8	3	
3	岗位实习	岗位实习	28	28	728	5-6	参与企业真正项目，学习项目运行流程，参与项目设计开发过程，综合运用本专业所学的知识和技能，以完成项目任务，提高综合职业能力。
4	毕业论文（设计）	职业技能综合测试	2	2	32	6	完成职业技能综合测试项目，提高适应岗位能力。
合计			33	35	858		

附表四

公共选修课程

编号	类型	课程名称	学分	学时	授课学期
1	任选	移动互联网时代的信息安全与防护	1	18	1-4
2	任选	食品营养与食品安全	1	18	1-4
3	任选	生命安全与救援	1	18	1-4
4	任选	全球变化生态学	1	18	1-4
5	任选	家园的治理：环境科学概论	1	18	1-4
6	任选	全球变化与地球系统科学	1	18	1-4
7	任选	垃圾分类	1	18	1-4
8	任选	经济决策思维与原理	1	18	1-4
9	任选	经济与社会：如何用决策思维洞察生活	1	18	1-4
10	任选	经济学原理（上）：中国故事	1	22	1-4
11	任选	法社会学	1	18	1-4
12	任选	中国民间艺术的奇妙之旅（民间艺术赏析）	1	18	1-4
13	任选	现代人口管理学	1	18	1-4
14	任选	民俗资源与旅游	1	18	1-4
15	任选	人工智能与科学之美	1	22	1-4
16	任选	人力资源管理：基于创新创业视角	1	18	1-4
17	任选	海洋与人类文明	1	18	1-4
18	任选	生命智能	1	18	1-4
19	任选	智慧海洋	1	18	1-4
20	任选	内部控制与风险管理	1	18	1-4
21	任选	管理素质与能力的五项修炼——跟我学“管理学”	1	18	1-4
22	任选	行政管理学	1	18	1-4
23	任选	中国历史人文地理（上）	1	18	1-4
24	任选	中国历史人文地理（下）	1	18	1-4
25	任选	设计与人文：当代公共艺术	1	18	1-4
26	任选	人文智能	1	18	1-4
27	任选	生态文明——撑起美丽中国梦	1	18	1-4
28	任选	名侦探柯南与化学探秘	1	18	1-4
29	任选	大数据算法	1	18	1-4
30	任选	人工智能	1	18	1-4
31	任选	人工智能，语言与伦理	1	18	1-4
32	任选	《时间简史》导读	1	18	1-4
33	任选	人工智能与信息社会	1	18	1-4
34	任选	舌尖上的植物学	1	18	1-4
35	任选	婚恋-职场-人格	1	18	1-4
36	任选	礼行天下 仪见倾心	1	18	1-4
37	任选	社会心理学	1	18	1-4
38	任选	大学生心理健康与发展	1	18	1-4

编号	类型	课程名称	学分	学时	授课学期
39	任选	大学生安全教育	1	18	1-4
40	任选	创新创业	1	18	1-4
41	任选	创新创业大赛赛前特训	1	18	1-4
42	任选	党史	1	18	1-4
43	任选	新中国史	1	18	1-4
44	任选	改革开放史	1	18	1-4
45	任选	社会主义发展史	1	18	1-4
46	任选	中华优秀传统文化之戏曲瑰宝	1	14	1-4
47	限选	书法鉴赏	1	18	1-4
48	限选	戏剧鉴赏	1	18	1-4
49	限选	艺术导论	1	18	1-4
50	限选	音乐鉴赏	1	18	1-4
51	限选	美术鉴赏	1	18	1-4
52	限选	影视鉴赏	1	18	1-4
53	限选	舞蹈鉴赏	1	18	1-4
54	限选	戏曲鉴赏	1	18	1-4
公共选修课程采用动态管理方式，根据实际需要按照学年进行调整					

注：学生在 1-4 学期，需要在选修课模块中任选修读完成 8 个以上学分课程，其中限选课至少完成 3 学分。

附表五

学时比例表

课程模块		学分	总学时	课程类型		各学时比例
				理论学时	实践学时	
公共基础必修课程		37	702	474	228	25.29%
专业基础课程		21	378	142	236	13.62%
专业核心课程		30	540	162	378	19.45%
实习实训课程		30	760	0	760	27.38%
选修课程	公共基础选修程	8	144	144	0	14.27%
	专业拓展课程	14	252	0	252	
小计		140	2776	922	1854	100%
总学时		2776				
占比				33.21%	66.79%	