

湖北财税职业学院

2020 级网络营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：网络营销

专业代码：630803

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

高职学历教育修业年限以 3 年为主，可以根据学生灵活学习需要合理、弹性安排学习时间。

四、职业面向

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 举例	职业技能等级证书
财经商贸大类（63）	电子商务类（6308）	互联网和相关服务（64） 商务服务业（72） 批发业（51） 零售业（52）	销售人员（4-01-02） 商务专业人员（2-06-07）	网络营销策划； 新媒体编辑； 网络渠道推广； 客户服务； 互联网产品销售	电子商务师； 跨境电子商务人才证书； 电子商务人才能力认证（CETC）； 电子商务数据分析（1+X）； 网店运营推广（1+X）

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，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、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握网络营销基础、新媒体推广、搜索引擎营

销与优化、品牌策划与运营、网络客户服务与管理等基础知识和原理，具备新媒体营销、内容创作、社群营销、专业数据处理与分析等核心能力。面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业的销售人员、商务专业人员等职业群，能够从事网络营销策划、新媒体编辑，网络渠道推广、客户服务、互联网产品销售等工作，具有良好的工作执行力、持续学习力、爱国敬业、守正创新的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1、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 1-2 项艺术特长或爱好。

2、知识要求

- （1）掌握必备的思想政理论、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、安全消防相关知识。
- （3）掌握计算机应用、网络技术的基本理论，网络营销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。
- （7）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。
- （8）掌握客户服务、客户关系维护的相关知识。
- （9）掌握新媒体推广、社群运营的相关知识。
- （10）掌握互联网产品分类、互联网产品销售的相关知识。

3、技能要求

- (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) 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。
- (4) 具备计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析的能力。
- (5) 能够针对企业经营目标,开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施。
- (6) 具备文案创意与撰写的能力,能够挖掘客户需求,制定文案创意方案并撰写发布。
- (7) 具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力,能够根据公司战略,确定推广方法和内容并实施。
- (8) 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。
- (9) 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。
- (10) 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。
- (11) 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。
- (12) 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。

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程及专业（技能）课程。

（一）课程体系表

必修课	公共基础课	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法律基础、大学语文、大学英语、体育、计算机应用基础、大学生职业发展与就业指导、心灵解码-大学生心理健康教育、形势与政策、军事理论、大学生安全教育、经济应用文写作
	专业基础课	网络营销基础、网店运营实务与沙盘训练（“1+X”书证融通课）、市场营销、消费者行为分析、网店美工基础、新媒体营销与运营
	专业核心课	社群营销、网络营销活动策划、网络客户关系管理、电商视觉营销、商务网页制作、品牌策划与推广、Excel 商务数据处理与分析（“1+X”书证融通课）

选修课	专业选修课	文案创意与撰写、电子商务英语、商务礼仪与沟通、网店商品拍摄与视频处理、网络营销案例分析、直播营销
	公共选修课	演讲与口才、雅思英语、《论语》智慧与个人修养、摄影、大学生创业指导

（二）公共基础课程

1、《思想道德修养与法律基础》

课程代码：0000001 课程类别：公共基础课

基准学时：48 学分：3

课程目标：培养大学生良好的思想道德素质和法律素质，树立正确的世界观、人生观、价值观，解决成长成才过程中遇到的实际问题。

课程主要内容：理想信念、世界观、人生观、价值观、道德观、法制观教育

考核方式：考查

2、《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》

课程代码：0000003 课程类别：公共基础课

基准学时：64 学分：4

课程目标：掌握中国化马克思主义的基本理论和精神实质，培养学生政治参与热情和观察、适应和改造社会的能力，坚定中国特色社会主义理想信念。

课程主要内容：中国化马克思主义的形成发展、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义

考核方式：考查

3、《形势与政策》

课程代码：0000034 课程类别：公共基础课

基准学时：第一学年 16 第二学年 16

学分：2

课程目标：树立科学的形势观和政策观，掌握科学分析国内形势的方法，形成正确理解党的路线、方针和政策的立场、观点，为正确把握国内外形势与政策发展趋势积累经验和智慧。

课程主要内容：党中央重要会议精神、国家领导人重要讲话精神、国内经济政治发展趋势、国际热点事件、大国关系

考核方式：考查

4、《心灵解码——大学生心理健康教育》

课程代码：0701011 课程类别：公共基础课

基准学时：32 学分：2 先修课程：无

课程目标：通过心理健康知识的学习与相关活动的体验，使学生能够关注自我及他人的心理健康，树立起维护心理健康的意识，同时掌握一定的心理调节技能，能从容地应对生活。

课程主要内容：心灯燃起照我心—认识自我，此时情绪此时天—情绪调控，寻宝书山游学海—学习心理，精诚所至愿同舟—人际交往，羞答答的玫瑰静悄悄地开—恋爱和性，雾里看花 水中望月——网络世界，心病还需心药医——心理困惑及异常心理，绽放生命心飞扬—心理危机干预

考核方式：考查

5、《大学生职业发展与就业指导》

课程代码：0701010

课程类别：公共基础课

基准学时：36

学分：3 先修课程：无

课程目标：通过激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学生理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉提高就业能力和职业生涯管理能力。

课程主要内容：职业发展与规划导论，自我职业认知、职业与环境认知、职业发展决策、收集就业信息、简历撰写、面试应对、就业权益保护

考核方式：考查

6、《大学语文》

课程代码：0000005

课程类别：公共基础课（必修）

基准学时：36

参考学分：3

课程目标：知晓古今中外文学名篇、文化大家，了解古今中外文学、文化现象，通过观察生活、参与课堂讨论，旨在培养学生听说读写思的表达能力、沟通能力，做到能说会写，提高汉语言表达能力及人文素养。

课程主要内容：中国古代文学简史、中国古代文化专题、先秦诸子、唐诗、宋词、网络文学、现当代名家名作、外国文化概述

考核方式：考查

7、《经济应用文写作》

课程代码：0000010

课程类别：公共基础课（必修）

基准学时：36

参考学分：3

课程目标：了解应用文平实理性的行文风格，熟练掌握日用文书写作格式及技巧，会写事务文书，能起草行政公文，懂得经济领域各类专业文书写法，旨在提高职场写作能力。

课程主要内容：应用文文体风格、求职简历、计划、总结、通知、请示、合

同、市场调查报告、招投标书、起诉状、毕业论文

考核方式：考查

8、《大学英语》

课程代码：0501034

课程类别：公共基础课（必修）

基准学时：170

先修课程：无

参考学分：3

课程目标：以职场交际为目标,以应用为目的,培养学生实际应用英语的能力,特别是听说能力,使他们能在日常活动与未来职业相关的业务活动中进行一般的口头和书面交流;同时掌握有效的学习方法,增强自主学习能力,提高综合文化素养;为他们提升就业竞争力及今后的可持续发展打下良好的基础。

课程主要内容：基础英语、英语应用能力考试（A 级）培训等。

考核方式：考试

9、《体育》

课程代码：0000007

课程类别：公共基础课（必修）

基准学时：108 学时

参考学分：3 分

课程目标：熟练掌握两项以上健身运动的基本方法和技能,能科学的进行体育锻炼,提高自己的运动能力,掌握常见运动创伤的处理方法。积极参与各种体育活动并基本形成自觉锻炼的习惯,基本形成终生体育的意识。

课程主要内容：田径、篮球、足球、排球、乒乓球、羽毛球、健美操形体、武术及身体素质练习等。

考核方法：考查。

10、《计算机应用基础》

课程代码：0401020

课程类别：公共基础课

基准学时：60 学时

学分：3 分

课程目标：了解计算机基础知识,熟练应用 Windows 操作系统,掌握办公自动化必需的操作技能,了解计算机网络技术及基本应用技能,为进一步学习和应用计算机打下坚实的技能基础。

课程主要内容：计算机基础知识、Windows 7 操作系统、OFFICE 2010 软件中的文字处理软件 WORD、电子表格处理软件 EXCEL、演示文稿软件 POWERPOINT、计算机网络技术及应用。

考核方式：考查

11、《军事理论》

课程代码：0401020

课程类别：公共基础课

基准学时：36 学时

学分：2 分

课程目标:通过军事课教学,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。

课程内容:国际战略环境与国家安全、中国国防、战争史与军事思想、我军作战实践与理论发展、信息时代武器装备及基本战术运用。

12、《大学生安全教育》

课程代码: 0000077

课程类别: 公共基础课(必修)

基准学时: 36 学时

参考学分: 2

课程目标:

大学生牢固掌握与安全相关的法律法规和校纪校规,树立安全第一意识,树立积极正确的安全观,通过安全教育相关理论课程和实践课程,大学生应当掌握安全防范技能、防灾避险能力、安全信息搜索与安全管理技能,掌握以保护个人生命财产安全为前提的自我保护技能、沟通技能、问题解决技能等。

课程主要内容:

树立安全意识,履行维护国家安全的公民职责,保护自我人身财产安全,心理健康与人格培养,共建安全和谐网络家园,消防常识自救与逃生,急救与保险知识,预防疾病意识

考核方法: 考查

(二) 专业(技能)课程

1、专业基础课

(1) 《网络营销基础》

课程代码: 0402031

课程类别: 专业基础课

基准学时: 56

参考学分: 4

课程目标:通过本课程的学习,能够使学生全面掌握有关网络营销各个方面的基本知识,同时也为学生学习网络营销领域其他专业课程打下基础,能开阔学生思维,为学生对网络营销有全方位的认识奠定思维基础,能紧扣网络营销实践,结合网络的特点,理解网络营销与传统市场营销的区别,能利用网络优势提高从事营销活动的技巧,能掌握现代商务管理技能,提高学生的实践能力。

课程主要内容:网络营销与组织整体营销战略的关系;网络环境下消费需求、顾客行为、厂商行为等对网络营销的影响;掌握网络营销的基础理论、工具和实施方法;掌握网络环境下的营销策略,学习在互联网条件下如何有效地开展营销活动。

考核方式: 考试

(2) 《网店运营实务与沙盘训练》

课程代码：0302027

课程类别：专业基础课

基准学时：80

参考学分：4

课程目标：使学生具备网店前期策划、网店模板设计、网店装修、宝贝文案设计、店外常规推广、宝贝排名优化、网店数据统计、网店流量分析、网店广告投放等技能。结合网络营销沙盘模拟训练,让学生充分认识网络营销在企业经营中的作用,从而提高专业技能和实务能力,成长为企业需求的网络营销应用型人才。同时此课程是 1+X 证书的书证融通课。

课程主要内容：淘宝网店为依托,根据网店岗位职能的需求,详实地讲解了网店运营的包括网络营销与网络零售概述、职前准备、网店日常运营管理、网店工具的运用、商品拍摄与网店美化、网店推广与营销、物流与配送、淘宝商城八大章节的每个环节和步骤。结合网络营销实战沙盘运营等,将网络营销知识分散在具体操作中,实现真实网络营销操作。

考核方式：考查

(3) 《市场营销》

课程代码：0301017

课程类别：专业基础课

基准学时：72

参考学分：4

课程目标：该课程立足于提高学生营销综合能力,以准确阐述营销基本概念、基本原理、基本方法,搭建学生基本知识体系入手,通过该课程的学习,学生能够认识市场营销、分析市场营销机会、制订市场营销决策、营销管控与营销创新。培养学生综合运用市场营销知识解决企业营销问题的能力。

课程主要内容：主要讲解什么是市场营销、分析市场营销机会、制订市场营销决策、营销管控与营销创新,其间穿插实用案例。

考核方式：考试

(4) 《消费者行为分析》

课程代码：

课程类别：专业基础课

基准学时：72

参考学分 4

课程目标：通过本课程的学习,学生能够结合具体行业和产品,用直接和间接收集资料的方法描述和分析特定细分市场消费者在年龄、文化、社会阶层、个性、生活方式、需求和购买动机、收集信息、评价选择产品、购后使用处置产品等方面的特征;能够初步研究消费者的购买决策过程,并运用这些研究结论评价和改进产品的营销策略。

课程主要内容：理论与案例相辅相成,详细介绍了消费者行为分析的各种知

识，内容包括：消费者行为，消费者需要和动机，消费者的心理活动，消费者的个性、自我概念和生活方式，消费群体，外部环境，产品，营销策略，消费者购买决策，消费者购后行为等。

考核方式：考试

（5）《网店美工基础》

课程代码：0302042

课程类别：专业基础课

基准学时：80

参考学分：4

课程目标：通过该课程的学习，学生能够迅速掌握网店美工的职业技能，能够进行海报制作、制作成宝贝描述详情页、设计电子宣传单等设计工作。

课程主要内容：主要讲解网店美工的基础知识和针对淘宝的店面设计原则，其间穿插实用案例。能够进行网站页面设计、美化、网店促销海报制作、把物品照片制作成宝贝描述中需要的图片、设计电子宣传单等设计工作。

考核方式：考查

（6）《新媒体营销与运营》

课程代码：0306012

课程类别：专业基础课

基准学时：76

参考学分：4

课程目标：通过开展新媒体营销的实训课程，使学生掌握新媒体的基础知识和基本理论，熟悉新媒体运营的基本方法，掌握微信、微博、社群、直播、抖音短视频的营销策略和推广技巧，激发学生对新媒体的兴趣，提高学生的新媒体运营洞察和策略能力，促进学生的就业。

课程主要内容：结合微信、微博、社群、音频、视频、直播、APP、二维码和新媒体写作平台等多种新媒体途径展开新媒体的营销与运营，全方位覆盖新媒体营销与运营的内容。

考核方式：考试

2、专业核心课

（7）《社群营销》

课程代码：0301043

课程类别：专业核心课

基准学时：76

参考学分：4

课程目标：本课程是专业技能培训课程。培训内容包括社群构建、社群日常运营、线上线下活动、社群团队管理等一系列的工作流程及工作技巧。通过本课程学习，学生可以掌握微信运营和社群运营的基础知识，包括如何进行社群运营，如何把潜在客户变成忠诚客户，深度挖掘蕴藏在社群中的财富。为以后从事社群及微信运营工作打基础。

课程主要内容：社群释义与四要素、社群营销、营销工具、社群运营分析、掌握“引流方法”、打造品牌、社群吸客等实训内容。

考核方式：考试

（8）《网络营销活动策划》

课程代码：

课程类别：专业核心课

基准学时：80

参考学分：4

课程目标：通过本课程的学习，培养学生掌握网络营销策划的基本知识和理论，能够通过网站建设、网络市场调研、网络销售策划、网络公共关系策划、网络销售渠道管理等实现企业营销目标。

课程主要内容：包括网上市场调查、网络数据收集、网络营销产品策划、网络营销渠道管理策划、网络客户服务策划等。

考核方式：考试

（9）《网络客户关系管理》

课程代码：0302062

课程类别：专业核心课

基准学时：80

参考学分：4

课程目标：使学生具备从事电子商务工作所必须具备的客户关系维护与管理基本知识，掌握 CRM 的部门构建、组织流程、工作方法和技能，达到能够充分挖掘客户价值，提高店铺利润目标。

课程主要内容：CRM 的各个环节以及实施策略，包括客户分析、客户信息管理、客户满意度管理、客户忠诚度管理、CRM 营销策略、呼叫中心的建立、客户服务管理、CRM 数据分析以及 CRM 部门组建的方法与策略。

考核方式：考试

（10）《电商视觉营销》

课程代码：0301001

课程类别：专业核心课

基准学时：76

参考学分：4

课程目标：旨在使学生熟悉网店经营的店铺装修和商品美化，了解如何利用视线把控消费者的心理，掌握视觉营销中的网店装修设计图的构思和创作，能够将图片处理技能融会贯通，灵活应用于网络化和网络营销大环境，注重学生实际操作能力，培养和锻炼思维敏捷，具备对市场数据的洞察力。

课程主要内容：针对成功电商运营中视觉设计环节的专门课程。将商品的卖点、商品企划的信息、品牌信息，通过视觉系统传达给客户，来增加点击率、增加转化率、提升调性。

考核方式：考查

(11) 《商务网页制作》

课程代码：0302016

课程类别：专业核心课

基准学时：72

参考学分：4

课程目标：掌握 Dreamweaver 软件使用方法、掌握 css 样式表、HTML5 设计页面 UI 等，为学生开发网上商店等动态网站打下基础。

课程主要内容：以 CSS+HTML5 为核心，主要内容包括网页是怎样制作的、开始制作网页、为网页添加对象、使用 css 样式表美化网页、用表格和 div 布局网页、使用框架布局网页等内容。考核方式：考查

(12) 《品牌策划与推广》

课程代码：

课程类别：专业课

基准学时：76

参考学分：4

课程目标：通过该课程的学习，了解品牌管理要素和流程知识；熟悉品牌设计、品牌传播、品牌管理、品牌策划等知识；使学生能对企业品牌进行设计、开展品牌维护与拓展，使企业品牌管理有序，达到品牌价值高和逐步成为国际品牌的目的。

课程主要内容：主要讲解品牌的基础理论，作用，品牌构成；品牌定位；品牌文化；品牌形象识别策划。

考核方式：考试

(13) 《Excel 商务数据处理与分析》

课程代码：0302071

课程类别：专业选修课

基准学时：72

参考学分：4

课程目标：以商务数据分析的理论知识为基础，结合 Excel 统计、分析以及管理数据的强大功能，对零售企业中常见的产品营销数据、销售费用、营销决策、竞争对手以及订单与库存等数据进行精准地分析，让管理者或决策者可以从数据中发现并解决问题，从而让企业保持健康、持续的发展。同时此课程是 1+X 证书的书证融通课。

课程主要内容：分析熟悉 Excel 基本知识和操作方法，并掌握 Excel 统计、分析以及管理数据的应用；设计、开发解决方案根据各种类型不同的数据，进行统计和分析，制作出对应的统计表和统计图表；研究 Excel 在网络营销数据决策与分析上的各种应用。

考核方式：考查

3、专业选修课

(1) 《文案创意与撰写》

课程代码：0301016

课程类别：专业选修课

基准学时：80

参考学分：4

课程目标：通过本课程的学习，使学生了解广告创意、文案创意的概念、本质和内涵，建立文案创意整体、较为全面的专业视野，培养一定的创意鉴赏能力。熟悉各类型的广告文案基本类型与创作方法，运用现代广告文案创意特点和撰写艺术，分析著名广告文案创意案例。初步掌握广告文案写作的基本技能，为品牌策划寻求有效的创意解决方案。

课程主要内容：课程内容包含电商文案的概述、电商文案写作的前期准备、电商文案写作的创意、电商文案标题的创作、电商文案内文的创作、商品文案的写作、品牌文案的写作、新媒体平台、电商推广文案的写作。以经典广告案例讲授各类文案的特征、写作要求与作用，重点在于培养学生对文化创意的规划能力、表达能力与创新思维，明白文案创意作为广告创作的核心的重要性。

考核方式：考查

(2) 《电子商务英语》

课程代码：0302046

课程类别：专业选修课

基准学时：76

参考学分：4

课程目标：通过本课程的学习，使学生应掌握电子商务的专业英语词汇，能读懂英文的专业资料并能达到一般专业知识的英汉互译水平，将学生培养成为复合型人才，为他们今后走上工作岗位从事实际工作打下必要基础。通过本课程的学习，使学生具备一定的专业英语听说读写能力，掌握基本的电子商务专业领域英语词汇，能阅读英文的专业资料，并且具有用英语进行电子商务交流的能力。

课程主要内容：掌握有关“网上业务”的重点交际功能语言，如如何开办网上业务；谈论网上业务成功经验；谈论传统与现代经营模式的联合；网上银行等。熟悉询盘技巧，能就具体商品展开询盘，涉及价格，支付，装运等内容的谈判。

考核方式：考查

(3) 《商务礼仪与沟通》

课程代码：0301019

课程类别：专业选修课

基准学时：76

参考学分：4

课程目标：培养学生从事商务活动的实战能力，切实提高学生的礼仪文化修养，培养其交流、沟通、组织、协调等职业能力，学以致用。

课程主要内容：包括礼仪与商务礼仪、商务形象塑造、商务交流与沟通、商务办公礼仪、商务接待礼仪、商务拜访礼仪、商务活动礼仪、商务宴请礼仪、商务涉外礼仪等，较为全面地学习和掌握商务礼仪与沟通的相关知识和运用技

巧。

考核方式：考查

(4) 《网店商品拍摄与视频处理》

课程代码：0302070

课程类别：专业选修课

基准学时：76

参考学分：4

课程目标：掌握商品拍摄和视频处理能力，为今后学习和工作打下基础，提高自己的综合竞争力。

课程主要内容：包括商品画面构图和拍摄角度、调整光圈、掌握微距拍摄技巧、做好背景灯光等环境配置，使用相应软件实现图片、视频后期处理，通过角色扮演方式锻炼学生解决问题能力、提高团队合作等基本素质，从而实现学生职业能力培养。

考核方式：考查

(5) 《网络营销案例分析》

课程代码：0306016

课程类别：专业选修课

基准学时：76

参考学分：4

课程目标：通过案例分析认识网络营销的商业模式和服务模式及其规律；通过案例分析掌握在中国的经济环境下如何正确地设计和运营网络营销的业务。通过分析和学习这些案例，加强对网络营销知识的理解和掌握，特别是有关网络营销基本概念、商业模式、技术系统和实施方法的综合掌握。

课程主要内容：网络营销商业模式和价值创造的原理；国内外比较经典的网络营销案例，旨在借助对这些案例的分析，帮助读者理解网络营销的商业模式和价值创造的原理，认识网络营销的商业模式和服务模式及其规律。

考核方式：考查

(6) 《直播营销》

课程代码：

课程类别：专业选修课

基准学时：76

参考学分：4

课程目标：掌握直播营销的基础理论，学会准确直播定位，锁定直播平台，找到适合自己的载体，怎样打造花样直播场景，如何营造直播体验，如何获取直播变现。结合案例分析，以实战技巧为原则，帮助学生掌握直播营销的规则和技巧。

课程主要内容：阐述直播营销的基础知识，包括直播的概念、直播的历史、个人直播与企业直播；重点讲解直播营销前期的策划与筹备、中期的实施与执行、后期的传播与发酵，以及活动的复盘与提升；分场景对“直播+电商”、“直播+

发布会”、“直播+互动营销”、“直播+内容营销”、“直播+广告植入”、“直播+个人 IP”等直播营销的案例进行了深入剖析。

考核方式：考查

七、教学进程总体安排

（一）各教学环节周数分配表

各教学环节周数分配表

学年	学期	军事技能	课堂教学	停课实习实训	考证考级	毕业顶岗实习	机动	考试	合计
1	1	3	17				1	1	22
	2		16				1	1	18
2	3		18	1			1	1	21
	4		17				1	1	19
3	5		17	1			1	1	20
	6					18	1	1	20
合计							6	6	120

（二）实践教学环节分配表

实践教学环节分配表

序号	名称	简称	周数	学分数	各学期实践环节安排周数						实践基地
					一	二	三	四	五	六	
1	军事技能	军事技能	3	2	3						校内
2	VBSE 综合实训	VBSE 实训	1	2					1		校内
3	社会实践	社会实践		2							校外
4	劳动教育	劳动教育		3							校内外
5	专业综合实训	综合实训	1	2			1				校内
6	毕业顶岗实习	毕业实习	20	16						20	校外实训基地
合计			25	27	3				1	20	

（三）各学年规定学分及最低毕业要求

各学年规定学分及最低毕业要求

类别			各年规定学分			最低毕业要求		
			1	2	3	学时数	学分数	学时占比(%)
课堂教学	必修课	公共基础课	26	7	3	738	36	26.5
		专业基础课	12	14	0	456	26	16.4
		专业核心课	8	18	4	532	30	19.1
	选修课	专业选修课	0	8	4	232	12	8.3
		公共选修课	2	4	4	190	10	6.7
	小计		48	51	15	小计学时 2148 (理论/实践 1358/790)	114	77.0
实践性教学			3	5	19	640	27	23.0
合计			51	56	34	2788	141	理论: 实践 1:1.05

（四）教学进程安排

类别	序号	课程名称	考试类别	学时数			总学分	各学期周学时分配					
				合	理	实		一	二	三	四	五	六
				计	论	践		22 (3)	18	21 (1)	19	20 (1)	20
公共基础课	1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	考查	64	64	0	4		4				
	2	思想道德修养与法律基础	考查	48	48	0	3	4					
	3	大学语文	考查	76	68	8	3				4		
	4	大学英语	考试	112	100	12	6	4	2				
	5	体育	考查	114	0	114	3	2	2	2			
	6	计算机应用基础	考试	76	38	38	3	4					
	7	大学生职业发展与就业指导	考查	36	24	12	3		2		2		
	8	心灵解码-大学	考	32	16	16	2	2					

专业	公共必修课		生心理健康教育	查									
		9	形势与政策	考查	32	32	0	2	/	/	/	/	
		10	军事理论	考查	36	36	0	2	2				
		11	大学生安全教育	考查	36	32	4	2	2				
		12	经济应用文写作	考查	76	50	26	3					4
		公共必修课小计			738	508	230	36	20	10	2	6	4
		1	演讲与口才	考查	36	20	16	2		2			
	公共选修课	2	雅思英语	考查	40	40	0	2			2		
		3	《论语》智慧与个人修养	考查	38	38	0	2				2	
		4	摄影	考查	38	38	0	2					2
		5	大学生创业指导	考查	38	38	0	2					2
		公共选修课小计			190	174	16	10	0	2	2	2	4
		公共选修课毕业要求			学生需修满 5 门公共选修课课程，修满 10 学分								
	专业基础课	1	网络营销基础	考试	76	50	26	4	4				
		2	网店运营实务与沙盘训练	考查	80	40	40	5			4		
		3	市场营销	考试	72	48	24	4		4			
		4	消费者行为分析	考试	72	36	36	4		4			
		5	网店美工基础	考查	80	40	40	5			4		
		6	新媒体营销与运营	考试	76	38	38	4				4	
		专业基础课小计			456	252	204	26	4	8	8	4	0
	专业核心课	1	社群营销	考试	76	50	26	4					4
		2	网络营销活动策划	考试	80	54	26	5			4		
		3	网络客户关系管理	考试	80	54	26	5			4		
		4	电商视觉营销	考查	76	50	26	4				4	
		5	商务网页制作	考查	72	0	72	4		4			
		6	品牌策划与推	考	76	50	26	4				4	

			广	试										
		7	Excel 商务数据处理与分析	考查	72	12	60	4		4				
		专业核心课小计			532	270	262	30	0	8	8	8	4	0
专 业 选 修 课	1	文案创意与撰写	考查	80	54	26	4			4				
	2	电子商务英语	考查	76	50	26	4				4			
	3	商务礼仪与沟通	考查	76	50	26	4					4		
	4	网店商品拍摄与视频处理	考查	76	38	38	4					4		
	5	网络营销案例分析	考查	76	38	38	4				4			
	6	直播营销	考查	80	40	40	4			4				
	专业选修课小计			464	270	194	24	0	0	4	8	8	0	
	专业选修课毕业要求			232	154	78	12	0	0	4	4	4	0	
	专业选修课毕业要求		学生需修满三门专业选修课课程，修满 12 学分											
实 训 专 周 课	1	军事技能		112	0	112	2	/						
	2	VBSE 综合实训		24	0	24	2					/		
	3	社会实践		0	0	0	2							
	4	劳动教育		0	0	0	3							
	4	专业综合实训		24	0	24	2			/				
	5	毕业顶岗实习		480	0	480	16						/	
	实训专周课小计			640	0	640	27							
合 计				2788	1358	1430	141	24	28	24	24	16	0	

备注：1、《形势与政策》1-4 学期均安排，每学期 8 课时。

2、《大学生职业发展与就业指导》第 2 学期前 8 周上大学生职业生涯规划，第 4 学期后 10 周上大学生就业指导。

3、第 1 学期，根据学校安排，进行 3 周军事技能训练，包括共同条令教育与训练、射击与战术训练等，旨在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。

4、第 3 学期，根据实际教学情况停课 1 周为实训专周课，进行专业综合实习实训。

5、第 5 学期，根据学校安排，进行 1 周《VBSE 跨专业综合实训》。

八、实施保障

（一）专业建设委员会

专业建设委员会一览表

序号	姓名	性别	委员会职务	工作单位	职务（称）
1	刘彩霞	女	主任委员	湖北财税职业学院	教授
2	胡振威	男	副主任委员	湖北财税职业学院	副教授
3	李伟	女	副主任委员	湖北财税职业学院	副教授
4	熊衍红	女	副主任委员	湖北财税职业学院	副教授
5	周勇	男	委员	武汉光谷金盾大酒店	经理
6	周健	男	委员	武汉交通职业学院	副教授
7	赵立响	男	委员	湖北财税职业学院	讲师
8	徐迎	女	委员	湖北财税职业学院	副教授
9	赵启航	男	委员	广州顶津食品有限公司	销售经理（2016级市场营销专业毕业生）

（二）师资队伍

专任教师一览表

序号	教师姓名	性别	年龄	专业技术职务	最后学历	毕业院校	专业	学位	现从事专业	拟任课程	是否双师
1	胡振威	男	53	副教授	研究生	中南财经政法大学	贸易经济	硕士	网络营销	网络营销基础	是
2	徐迎	女	42	副教授	研究生	华中师范大学	人文地理	硕士	网络营销	商务数据分析	是
3	赵立响	男	41	讲师	研究生	华中师范大学	网络营销	硕士	电子商务	网店运营实务	是
4	罗玲	女	37	讲师	研究生	武汉理工大学	电子商务	硕士	电子商务	网站美工	是

5	秦李	男	42	讲师	本科	华中科技大学	国际经济与贸易		电子商务	商务网站建设	是
6	蒋丽娟	女	39	讲师	本科	中南财经政法大学	管理学	硕士	网络营销	品牌策划推广	是
7	邹琦	女	39	讲师	研究生	武汉大学	教育经济与管理	硕士	网络营销	文案创意撰写	是

兼职教师一览表

序号	教师姓名	性别	年龄	专业技术职务	最后学历	毕业院校	专业	学位	现从事专业	拟任课程	是否双师
1	钟意	女	34	中级	本科	武汉纺织大学	网络营销	学士	网络营销	网店运营沙盘	是
2	欧阳文铨	男	42	高级	本科	武汉理工大学	网络营销	学士	网络营销	网店促销实训	是
3	汪家怡	女	38	中级	本科	黄冈师范学院	网络营销	学士	网络营销	客服技巧	是
4	王迪	女	33	讲师	本科	山西师范大学	经济管理		网络营销	网店商品拍摄实训	是
5	陈佩	女	32	讲师	本科	武汉工业学院	网络营销		网络营销	网络推广技术	是
6	沈小凤	女	34	讲师	本科	武汉理工大学	网络营销		网络营销	网页设计实训	是
7	陈曦	女	28	讲师	本科	湖北工业大学	电子商务		网络营销	直播营销	是

（三）教学设施

1、专业教室

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2、校内实训室

学院与阿里巴巴集团合作，校内建立了阿里巴巴电商实训室。配备多媒体设

备、投影设备、白板、计算机、路由器、常用办公软件、讨论工位，还可选择配备交换机、服务器、无线路由器、营销业务相关实训软件；支持本专业核心课程教学以及网络营销认知实训、单项技能实训、综合实训。

3、校外实训基地

本专业具有稳定的校外实训基地，能够开展网络营销专业实训活动，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。

目前建立起紧密合作关系的电商企业有十余家，其中有杭州、上海、南京、武汉电商企业，能够极大的满足学生校外实训的需要。

网络营销部分教学合作企业一览表

实习单位	实习岗位	单位地址
杭州四喜信息技术有限公司	网络营销助理、网络营销托管	浙江杭州
京东商城华中分公司	销售经理、售后服务	湖北武汉
苏宁云商集团股份有限公司	电商产品助理	江苏南京
卓尔集团电子商务部	网络营销助理	武汉市黄陂区汉口北大道电商大厦
湖北良品铺子电子商务有限公司	天猫淘宝客服/运营助理	硚口区古田二路长丰工业园丰茂路特一号
武汉酷龙图商贸有限公司	天猫淘宝客服/运营助理、网店美工、仓储管理	武汉市硚口区古田一路49号5栋3楼
聚连电子商务有限公司	天猫淘宝客服/运营助理、网店美工、仓储管理	武汉市光谷软件园
武汉庞图电子商务科技发展有限公司	天猫淘宝客服/运营专员、网店美工、仓储管理	武汉市硚口区汉西北路257号
武汉火盟电子商务科技发展有限公司	天猫淘宝客服/运营专员、网店美工、仓储管理	武汉市硚口区大智路
武汉简图电子商务科技发展有限公司	天猫淘宝客服/运营专员、网店美工、仓储管理	武汉市硚口区汇丰企业大厦
亚马逊（中国）武汉分公司	仓储管理、运营维护	武汉市光谷葛店开发区
武汉金绿果网络科技有限公司（楼兰蜜语）	销售客服、售后客服、文秘客服	武汉市洪山区南湖大道53号农业科技研究推广中心一期大楼

（四）教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图书文献及数字资源等。

1、教材

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，教材选用制度完善，择优选用教材的程序规范。优先使用国家规划教材；必须选用近三年出版的教材。

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：有关网络营销专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书等。

3、数字教学资源配置

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、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

（五）教学方法

总结推广现代学徒制试点经验，普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式。推进信息技术在教学中的应用。

（六）学习评价

结合评价内容与学生的特点，采用“双导师”制度，多样化设置评价手段和形式。灵活采用笔试、在线考试、实践技能、作品展示等多种形式进行考核，强调过程性考核与终结性考核相结合，加大过程考核、实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重，突出学生能力考核和素养考核。

（七）质量管理

1、建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2、完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，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。

3、建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4、专业教研组织应充分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。

九、毕业要求

学校实行学分制管理，学生修读课程的学分数将作为衡量其学业完成情况的基本依据。学生获取学分的方式有：必修课、选修课、军事技能、集中实习实训、毕业顶岗实习、创新创业实践等。本专业学生毕业需修满总学分 141 学分，完成人才培养方案规定的课程和各种教育教学环节的学习与活动，学生累计顶岗实习时间一般为 6 个月，在校期间取得和网络营销、电子商务有关的职业资格证书。

十、附录

人才培养方案审批表。