**江苏生活高级技工院校**

**实施性人才培养方案**

**专 业 名 称：** 网 络 营 销

**学 制：** 三年（2.5＋0.5）

**制 定 日 期：** 2025年05月

**学校（盖章）：** 江苏生活高级技工院校

**江苏生活高级技工院校**

**网络营销专业实施性人才培养方案**

**一、专业类别、名称及编码**

专业类别：财经商贸类（06）

专业名称：网络营销（专业编码：0610）

**二、入学要求与基本学制**

招生对象：初中毕业生或同等学历者

基本学制：3年/5年

**三、培养目标**

本专业落实立德树人根本任务，注重学生德智体美劳全面发展，培养具有良好的职业品质和劳动素养，掌握跨入现代商贸流通行业所必需的基础知识与通用技能，以及本专业对应职业岗位所必备的知识与技能，能胜任网店运营、网店客服以及相应服务、管理等一线工作，具备职业适应能力和可持续发展能力的高素质劳动者和复合型技术技能人才。

**四、职业面向**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **主要职业** | **职业资格或职业技能等级要求** | **继续学习专业** |
| 电子商务师营销员主播销售员客户服务管理员 | 电子商务师**互联网营销师**普通话达到二级乙等及以上 | 高技：网络营销、网络营销与直播电商、电子商务、跨境电子商务、移动商务、农村电子商务、商务数据分析与应用等 | 本科：电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营等 |
|

**五、培养规格**

**（一）综合素质**

1.树立正确的世界观、人生观、价值观，具有良好的思想政治素质，坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感，砥砺强国之志、实践报国之行。

2.具有社会责任感，履行公民义务，行使公民权利，维护社会公平正义。具有较强的法律意识和良好的道德品质，遵法守纪、履行公民道德规范和中技生行为规范。

3.具有扎实的文化基础知识和较强的学习能力，具有从事商务服务和营销工作的情怀，为专业发展和终身发展奠定坚实的基础。

4.具有理性思维品质，崇尚真知，能理解和掌握基本的科学原理和方法，能运用科学的思维方式认识事物、解决问题、指导行为。

5.具有良好的心理素质和健全的人格，理解生命意义和人生价值，掌握基本运动知识和运动技能，养成健康文明的行为习惯和生活方式，具有健康的体魄。

6.具有一定的审美情趣和人文素养，了解古今中外人文领域基本知识和文化成果，能够通过1～2项艺术爱好，展现艺术表达和创意表现的兴趣和意识。

7.具有积极劳动态度和良好劳动习惯，具有良好职业道德、职业行为，形成通过诚实合法劳动创造成功生活的意识和行为，在劳动中弘扬劳动精神、劳模精神和工匠精神。

8.具有正确职业理想、科学职业观念和一定的职业生涯规划能力，能够适应社会发展和职业岗位变化。

9.具有良好的社会参与意识和人际交往能力、团队协作精神。热心公益、志愿服务，具有奉献精神。

10.具备质量意识、环保意识、安全意识、创新思维。

**（二）职业能力（职业能力分析见附件1）**

1.行业通用能力

（1）了解现代商贸流通行业相关的政策和法规，以及现代营销和商务信息技术服务等发展趋势，能及时关注商务营销领域的新业态和新模式。

（2）掌握市场营销4Ps等基本理论知识和一般商务洽谈技巧，具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力，能从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作。

（3）掌握网络营销的基本类型和特点，以及网络营销运营的一般技能和具体运营流程，具备线上沟通协作和赢得客户的能力，会正确建立和处理客户关系，能利用电话、网络等工具联络客户。

（4）了解商务数据的主要来源和会计基础知识，能运用采集工具对商务数据进行初步整理分析，会进行基本的会计核算。

（5）爱岗敬业，诚实守信，热情主动，具有团队合作精神和强烈的服务意识。

2.专业核心能力

（1）掌握网络营销相关技术，能合理运用网络、营销、支付等技术开展网络营销活动，并能利用数据分析工具对不同运营周期的数据进行分析。

（2）掌握网店设计的方法与技巧，能用精美的图文传递产品的信息，并能根据网站后台数据，分析消费者的浏览习惯和点击需求。

（3）掌握物流各功能要素的含义及内容，能根据货物情况合理配置物流活动各环节，能运用物流信息技术解决物流实践活动中的问题。

（4）掌握各种网络推广平台的操作方法和技巧，能根据企业实际需求合理选择推广工具，制订网络推广方案，并能进行网络推广。

3.职业特定能力

（1）网店运营：掌握网上开店及店铺基础设置的方法，能借助营销工具进行网店推广与营销，能根据企业实际需求进行微店运营管理，具有网店商品发布与管理能力，具有网店日常运营与管理能力。

（2）网店客服：掌握网店客户接待与沟通的技巧，能根据售后问题处理要点进行有效的问题反馈，能根据客户评价做好用户线上评价的运营维护，能根据客户互动管理的技巧与方法正确处理客户投诉，具有提高客户满意度与忠诚度的能力，具有对客户关系数据进行管理与分析的能力。

4.跨行业职业能力

（1）具有适应岗位变化的能力，能根据职业技能等级证书制度，取得跨岗位职业技能等级证书。

（2）具有创新创业能力。

（3）具有一线生产管理能力。

**六、课程设置及教学要求**

**（一）课程结构**



**（二）主要专业课程教学要求**

1.公共基础课程教学要求

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程名称** | **教学内容及要求** | **参考****学时** |
| 思想政治 | 执行人力资源社会保障部颁发的《技工院校公共基础课 程方案(2022年)》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。学校可结合办学特色、专业情况和学生发展需求，增加不超过36学时的任意选修内容（拓展模块），相应教学内容依据课程标准，在部颁教材中选择确定 | 176 |
| 语文 | 执行人力资源社会保障部颁发的《技工院校公共基础课 程方案(2022年)》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修（职业模块）54学时的教学内容，由学校结合专业情况和学生发展需求，依据课程标准，在部颁教材中选择确定 | 248 |
| 历史 | 执行人力资源社会保障部颁发的《技工院校公共基础课 程方案(2022年)》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。学校可结合办学特色、专业情况和学生发展需求，增加不超过18学时的任意选修内容（拓展模块），相应教学内容依据课程标准，在部颁教材中选择确定 | 104 |
| 数学 | 执行人力资源社会保障部颁发的《技工院校公共基础课 程方案(2022年)》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修（职业模块）36学时的教学内容，由学校结合专业情况和学生发展需求，依据课程标准选择确定 | 212 |
| 英语 | 执行人力资源社会保障部颁发的《技工院校公共基础课 程方案(2022年)》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修（职业模块）36学时的教学内容，由学校结合专业情况和学生发展需求，依据课程标准选择确定 | 212 |
| 信息技术 | 执行人力资源社会保障部颁发的《技工院校公共基础课 程方案(2022年)》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。具体教学内容应结合专业情况、学生发展需要，依据课程标准选择确定 | 32 |
| 体育与健康 | 执行人力资源社会保障部颁发的《技工院校公共基础课 程方案(2022年)》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修和任意选修教学内容，由学校结合教学实际、学生发展需求，在课程标准的拓展模块中选择确定 | 176 |

2.主要专业（技能）课程教学要求

（1）专业类平台课程

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程名称****(参考学时)** | **主要教学内容** | **能力要求** |
| 现代营销基础（68学时） | （1）现代营销认知；（2）市场环境分析；（3）消费心理入门；（4）目标市场选择；（5）产品策略研究；（6）价格应对调整；（7）渠道模式采用；（8）线下线上促销 | （1）了解市场、市场营销、营销组合的概念，了解电子商务的含义及其功能特性、系统构成，能区分传统商务与电子商务；（2）了解传统商品交易和电子商务交易过程的三个阶段、电子商务交易的四个基本“流”，能描述商品交易模式的变化；（3）了解营销观念的新发展类型，能辨析各种营销观念的特征；了解电子商务的发展形势，能说出中国电子商务的发展概况及趋势；了解移动电子商务和跨境电子商务的概念，能分析移动电商的特点和跨境电商的种类；（4）了解市场营销环境的概念及特性，能区分宏观环境与微观环境；了解环境因素，能说出其对企业营销活动的影响；理解寻求市场机会的方法与途径，会运用调节市场需求的策略；（5）了解市场调查的概念，理解市场调查的意义，能概括市场调查的基本流程；（6）了解消费心理的研究意义、消费需求及购买动机，能运用消费心理的研究方法分析案例；了解消费者购买行为模式及影响因素，能辨析消费者购买行为的类型；（7）了解市场细分的概念，能分析市场细分的意义，理解细分的依据及有效条件；了解市场择优的评价标准和具体战略，能复述市场定位的概念和步骤；（8）掌握产品策略的含义，掌握产品的组合与品牌策略；了解包装策略，理解产品生命周期策略、新产品开发和推广策略，会灵活运用产品策略；（9）掌握价格策略的含义，了解产品定价的目标、方法和具体策略，能运用初始价格变动的措施；（10）掌握分销渠道的含义，能熟悉消费者与生产者市场的不同分销形式，能区分渠道的长度和宽度策略；了解中间商的类型，能分析影响分销渠道选择的因素；（11）理解商务模式的概念及特征，掌握B2B、B2C、C2C、O2O电子商务模式的概念，能熟悉具体的分类、运作流程及赢利模式；（12）掌握促销策略的含义，能说出促销的作用，了解线下线上促销的方式、特点和内容，了解新媒体营销、短视频广告、数据营销的含义，能结合实际情况进行灵活运用 |
| 数字商务信息技术（68学时） | （1）网络商务信息概述；（2）商务文档编辑与处理；（3）商务图片采集与处理；（4）商务视频拍摄与处理；（5）商务网页设计与制作；（6）商务数据分析与应用；（7）区块链技术的商务应用 | （1）了解网络商务信息的概念和类型，掌握网络商务信息的特点，能根据商务信息本身具有的使用价值和价格水平进行分级；（2）了解商务文档的排版格式，能使用搜索引擎等工具收集商务文字信息，能用Word工具对商务文字进行排版设计，制作商业文书；（3）了解数码相机的基本操作技巧，能利用数码相机采集商务图片信息，了解Photoshop等常用图像处理软件的功能和特点，掌握商务图片合成与处理的方法，能对商务图片进行优化处理；（4）了解商务平台对商品视频的要求，能正确选择拍摄器材与处理软件，掌握视频拍摄与剪辑技巧，能按照电子商务平台对视频的要求，完成商品视频的拍摄和处理工作；（5）了解商务网站的风格及特点，掌握网页设计与制作软件的操作方法，能根据实际需求设计制作商务网页；（6）了解商务数据分析的基本概念、方法，掌握商务数据采集工具的操作方法，能运用Excel等工具对商务数据进行统计与分析；（7）了解区块链定义、分类及特点，掌握区块链与数字货币的关系，能说出区块链与人工智能、大数据、云计算等新一代信息技术的融合方式及其在商务中的应用场景 |
| 电子商务法律法规（68学时） | （1）法律基础知识；（2）中华人民共和国消费者权益保护法；（3）中华人民共和国商标法；（4）中华人民共和国反不正当竞争法；（5）中华人民共和国产品质量法；（6）中华人民共和国反垄断法；（7）其他常用法律法规 | （1）了解法的概念与特征，知晓法律的效力范围，以及法律关系三要素和不同的法律关系；（2）了解消费者的权利和经营者的义务，以及国家对消费者合法权益的保护；了解消费者的构成，掌握消费者和经营者发生消费者权益争议的解决途径；（3）理解商标的概念和种类，了解不能作为商标、注册商标使用的标志；了解商标专用权人的权利，以及商标权的法律保护；（4）掌握不正当竞争行为的概念，了解不正当竞争行为的内容，以及对涉嫌不正当竞争行为调查采取的措施； （5）了解生产者、销售者的产品质量责任和义务，以及相关的损害赔偿条款；（6）了解中华人民共和国反垄断法的立法目的和垄断行为，了解垄断协议的内容及相关处罚条例；（7）了解电子商务法、民法典（第三编合同）、公司法、广告法、价格法等法律法规，理解其概念、种类及其应用 |
| 商务沟通与礼仪（68学时） | （1）语言沟通；（2）非语言沟通；（3）书面沟通；（4）商务形象礼仪；（5）商务交际礼仪；（6）商务通信礼仪；（7）商务仪式礼仪；（8）涉外商务礼仪 | （1）能根据不同的时间点、不同的沟通对象，选择合适的沟通话题，培养礼貌待人、真诚待人的沟通习惯；熟悉商务推销的步骤和常用技巧；了解商务谈判的概念、特征、原则，能运用商务谈判的策略和技巧进行商务谈判；（2）了解非语言沟通的概念、特点、表现形式及作用，了解目光、微笑、手势等体态语言，会用体态语言来表情达意；（3）了解书面沟通的概念及优缺点，掌握商务文书的种类以及常用商务文书的写作技巧，能进行常用商务文书的写作；（4）掌握仪容、仪表、仪态的基本要求，能结合自身特点修饰仪容仪表，注重自身形象塑造，具有良好的职业形象；（5）掌握现代商务场合中通用的问候、介绍、握手、名片、接待、拜访、馈赠等礼仪规范，会以正确的方式表达对别人的尊重；了解宴请的程序和规范，能得体地遵守中西餐宴会礼节；（6）了解商务通信礼仪的基本要求，会使用电话、手机、短信、网络等手段，有礼貌地进行商务沟通；（7）了解签约、剪彩、庆典等仪式活动的基本程序和礼仪规范，能在商务活动中遵守礼仪规范；（8）了解东西方文化及礼仪差异，了解主要国家礼仪风俗及禁忌，能在涉外商务往来中遵守基本礼仪规范 |
| 会计基础知识（68学时） | （1）会计概述；（2）会计科目和会计账户； （3）复式记账与借贷记账法； （4）商品流通企业主要经济业务核算； （5）会计凭证填制与审核；（6）会计账簿设置与登记；（7）财产清查；（8）会计报表编制；（9）企业资金运营管理体验 | （1）了解会计的产生、发展、目标，了解会计职业道德与会计法律体系，掌握会计的概念、职能，能描述财务知识在商务营销中的作用及商务营销人员应具备的会计技能；（2）了解并能描述会计要素、会计等式、会计科目、账户等含义，理解账户的结构，掌握经济业务的类型及其对会计等式的影响；（3）了解并能描述复式记账法、借贷记账法、会计分录等含义，理解借贷记账法的记账规则，能进行会计分录的编制；（4）了解商品流通企业主要经济业务核算的内容，能正确运用常用账户，进行主要经济业务的基本核算；（5）了解会计凭证、原始凭证、记账凭证的含义和内容，能正确填制、审核常用的原始凭证和通用记账凭证；（6）了解会计账簿的基本内容、建账步骤、登记账簿的方法、查找和更正错账方法、对账结账内容，能识别账簿；（7）了解财产清查的概念、意义、种类，能描述财产清查方法和盘存制度；（8）了解财务报表的概念、构成内容和分类，能描述资产负债表与利润表的结构和编制方法，能识读简单资产负债表和利润表；（9）了解账务处理程序的概念、种类及设计要求，能结合具体案例，采用记账凭证账务处理程序对简单经济业务进行账务处理，体验企业资金运营管理 |

（2）专业核心课程

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程名称****(参考学时)** | **主要教学内容** | **能力要求** |
| 电子商务技术（72学时） | （1）电子商务技术基础；（2）网络技术基础；（3）网络营销技术基础；（4）电子商务支付；（5）电子商务安全；（6）大数据技术应用 | （1）了解电子商务技术概念，能描述电子商务涉及的相关技术及其标准；（2）了解计算机网络的定义和功能，了解IP地址、域名、电子邮件、浏览器等概念,能描述常见移动通信技术及移动识别技术；（3）了解网络营销的概念，掌握网络营销方式与方法，能运用网络营销技术开展营销活动；（4）掌握电子支付工具、网上银行、第三方支付等支付工具的使用方法，能完成安全的网上支付；（5）了解电子交易安全的重要性，掌握数据加密、数字签名及防火墙技术原理，能根据实际情况选择安全防范措施；（6）掌握电商数据分析的常用方法，掌握数据分析工具的使用方法，能描述数据分析的基本流程 |
| 网店美工（72学时） | （1）商品图片美化与制作；（2）电商文字的设计与创意；（3）电商海报设计与创意；（4）首页模块设计与制作；（5）商品详情页设计与制作；（6）移动端店铺页面装修设计（7）短视频采集与制作  | （1）了解商品的色彩与构图原则，掌握商品修图美化的方法，能进行商品主图和辅图的设计制作；（2）掌握电商字体设计的方法，以及商品文字设计技巧，能进行文字创意构思和文字创意设计；（3）理解电商海报的基本概念、作用，掌握电商海报设计原则，能根据不同的运营目的完成电商海报的设计与文案创意；（4）了解店铺首页的框架布局，掌握店标的设计原则，掌握店招设计的类型和结构，能根据店铺风格和商品特点设计制作自定义内容区和推广区；（5）掌握不同平台商品详情页构成，掌握商品详情页布局设计的技巧，能根据店铺风格和商品特点完成商品详情页设计与制作；（6）了解移动端店铺页面布局的类型，掌握移动端店铺店招、分类导航、详情页的设计方法，能根据设计流程完成移动端店铺活动模块和自定义模块等页面设计. |
| 国际贸易实务（36学时） | 1.国际贸易理论2.贸易合同3.国际贸易惯例与法律4.商品质量与标准5.重量计算与数量机动6.包装与运输7.案例分析 | 1.具备国际货物买卖的基本理论知识，包括交易条件、合同条款、国际贸易惯例和法律规则等。2.学生需要逐步掌握科学的学习方法，增强对国际贸易实务知识及专业术语的学习，以便更好地理解和应用这些知识。3.学生应具备从事国际经济与贸易相关工作的基础理论、基本知识、基本技能和基本方法，能够全面掌握国际贸易实务的研究对象、主要内容、适用法律和业务程序等。4.通过分析和研究具体的国际贸易案例，学生应能够理解合同条款的合理描述方法，并能够防范国际贸易中可能出现的风险。5.随着国际贸易的新发展与新变化，学生需要结合国内外贸易实践经验，不断更新知识和技能，以适应市场的需求。6.国际贸易领域不断变化，学生需要有持续学习的意识和能力，以保持自己的专业知识和技能的时效性。7.了解和应用国际贸易相关的法律法规，对于处理合同纠纷和保护自身权益至关重要。风险评估与管理：能够进行风险评估，并采取相应的管理措施，以降低贸易过程中可能出现的损失。 |
| 播音与主持艺术（32学时） | （1）普通话语音和播音发声（2）语言表达（3）媒介经营与管理 | （1）基础系统学习普通话语音与播音发声技巧，内容包括普通话语音概论和播音发声概论和方法。（2）学习播音主持有声语言从理解、感受到表达的技能技巧，内容包括创作依据的准备方法，调动思想感情的方法（情景再现、内在语、对象感），表达思想感情的方法（重音、停连、预期、节奏）以及即兴口语表达理论和方法。（3）围绕媒介的经营与管理活动，从媒介经营、管理和创新三个层面来构建理论体系与内容结构，既讲授媒介经营与管理的基本概念和知识，又结合具体的媒介实践，力求做到学以致用。 |
| 商务谈判（72学时） | （1）商务谈判概论；（2）谈判计划与组织；（3）谈判开局策略；（4）谈判磋商策略；（5）报价还价策略；（6）结束技巧与签约；（7）国际商务谈判（8）商务谈判模拟实务 | （1）了解商务谈判的构成要素、地位、功能和类型，熟悉商务谈判的模式，能描述谈判信息搜集的来源、时间管理的要点和场所布置的技巧；（2）了解制订商务谈判计划的意义， 熟悉谈判计划的主要内容和制订过程；（3）掌握商务谈判人员的选择与分工，熟悉谈判人员的素质与能力要求，了解并能复述对谈判人员的监督与激励机制；（4）了解开局气氛建立的必要性，掌握谈判开局的策略，能运用开局的方式与原则，取得良好的商品谈判效果；（5）了解谈判磋商阶段应遵循的原则，掌握较量过程中的威胁与僵局化解技巧，会灵活运用策略打破谈判僵局；（6）了解报价的基本要求和原则，掌握报价的策略；掌握还价的方法，能灵活选用价格谈判策略，取得主动权；（7）了解结束谈判的时机，掌握结束谈判的策略，理解达到合作的条件，能说出合作的主要方式；（8）掌握商务合同的签订内容，能说出合同的签订流程，了解合同效力认定，合同的担保和保全，合同的变更、转让和终止，能明确违约责任的承担以及处理纠纷；（9）了解国际商务谈判的概念，了解文化差异对国际商务谈判的影响，熟悉国际商务谈判过程中不同阶段的特点，能说出不同的谈判策略 |
| 商务情景评判（36学时） | 1.商务情景评判概述2.职业形象礼仪3.商务办公礼仪4.商务接待与拜访礼仪5.商务活动礼仪6.商务宴请礼仪 | 1.具备良好的职业道德和职业行为，展现出专业的形象和态度。2.掌握商务礼仪的基本知识，包括商务接待、餐桌礼仪、商务礼仪等，以展现良好的形象和风度。3.具备良好的沟通能力，能够清晰、准确地表达自己的意思，同时也能够倾听他人的意见和观点。4.在面对不同的商务情景时，能够迅速适应并做出恰当的反应，处理各种突发状况。5.掌握基本的谈判技巧和策略，能够在商务谈判中争取到有利的条件和结果。6.了解不同国家和地区的商务文化和礼仪差异，能够在国际商务活动中进行有效的跨文化沟通。 |
| 物流与配送（含劳动教育）（36学时） | （1）电子商务物流概述；（2）电子商务物流模式；（3）仓储管理；（4）运输与配送管理；（5）物流包装；（6）供应链管理； （7）物流信息化管理；（8）跨境电子商务物流 | （1）了解电子商务物流概念、特征，能描述电子商务物流的发展现状，了解绿色物流的含义，能描述绿色物流的内容；（2）了解自营物流的含义、优势与劣势，掌握第三方物流的概念及产生原因，掌握第四方物流运作模式，能分析物流联盟产生的原因，能根据企业需求选择物流模式；（3）理解仓库的作用和分类，掌握商品出入库的基本作业流程，会填制出入库相关单证，能熟练进行商品库存盘点，填写商品库存盘点相关单证；（4）了解运输与配送的相关概念，掌握不同运输方式的优缺点，会根据货物情况合理选择运输工具，会设置基本配送路线；（5）了解物流包装概念及功能，掌握运输包装方法，能根据货物情况选择包装方式，进行简单包装处理；（6）了解电子商务供应链和供应链管理的概念，掌握供应链管理的主要内容，能描述供应链管理的模式；（7）了解常用物流信息技术和智慧物流信息系统的应用，理解电子商务物流信息系统的功能，能描述物流信息系统的构成及管理模式，能针对具体的物流与配送系统提出优化和改进措施；（8）了解跨境电子商务物流的含义，掌握跨境电子商务物流模式，会选择跨境电商物流模式 |
| 营销策划与推广（36学时） | （1）营销策划与推广认知；（2）网络营销与推广方案；（3）搜索引擎推广；（4）微信推广；（5）微博推广；（6）网络直播推广；（7）其他推广渠道 | （1）了解网络推广的概念、分类，理解网络营销和网络推广的区别和联系，能描述网络推广岗位职责；（2）了解网络推广方案的概念，理解网络推广方案的内容，掌握网络推广方案的制订步骤，能根据企业网络推广目标，制订并实施推广方案；（3）了解SEO基础知识和工具，掌握网络诊断的基本方法，了解各大搜索引擎竞价广告，会进行网站结构与页面优化；（4）了解微信推广的定义、特点，掌握微信推广内容的撰写技巧，会根据微信推广策略开展推广活动，能进行微信推广效果评估；（5）理解微博推广定义及特点，掌握微博推广的方法，能根据企业网络推广目标，策划微博推广活动；（6）了解网络直播推广的概念，掌握网络直播推广的分类，能实施网络直播推广的策划内容，能使用各种直播工具进行推广；（7）了解信息流推广的特点，掌握邮件推广、软文推广等其他网络推广工具的推广方法，能通过社交媒体进行产品推广 |

（3）专业拓展课程

①网店运营方向

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程名称****(参考学时)** | **主要教学内容** | **能力要求** |
| 新媒体运营（108学时） | （1）新媒体营销概述；（2）短视频营销；（3）自媒体平台营销；（4）社群营销；（5）APP营销；（6）内容营销；（7）新媒体整合营销（8）数字人直播应用 | （1）掌握新媒体营销的概念、特点，能描述新媒体营销的发展趋势；（2）了解短视频营销的概念和特点，掌握短视频营销的原则和技巧，会运用技巧完成营销短视频制作；（3）了解自媒体的含义及价值，掌握自媒体营销的定位与技巧，会使用头条号、百家号等自媒体平台进行营销推广；（4）了解社群营销的含义、特点，掌握社群营销的运行方式，能运用社群营销技巧开展营销活动；（5）掌握APP营销的主要模式和活动策划要点，能运用APP常见推广方式，会用主要推广渠道进行推广；（6）了解内容营销的概念及基本要素，掌握内容营销的原则，会运用内容营销策略开展营销活动；（7）了解新媒体整合营销的概念与特点，理解新媒体整合营销的原则，能结合新媒体营销策略撰写新媒体整合营销方案 |
| 网店运营（实务）（108+180学时） | （1）网上开店概述；（2）商品发布与管理；（3）网店的设计与装修；（4）网店日常运营与管理；（5）网店推广与营销；（6）移动网店运营 | （1）了解常见的网店平台及网上开店的流程，了解商品的供货渠道，掌握商品的价格制订策略，能根据常用定位方法进行店铺定位；（2）了解商品发布的流程，掌握商品标题设置技巧，能进行商品主图优化，能根据商品特性撰写商品描述，能对商品进行有效管理；（3）了解网店装修的内容及方法，掌握店铺首页风格、布局设计技巧，能完成主要模块区域设计，能从消费者角度设计宝贝详情页、促销海报；（4）了解网店交易管理的内容，能根据订单的交易状态进行交易管理，了解大型电商企业仓库管理方法，能根据自身情况选择快递公司，能根据网店客服沟通技巧进行售后投诉处理；（5）掌握网络推广工具的操作方法，能根据活动主题策划并实施网店营销活动；（6）了解移动网店的主要形式，掌握微店开通流程和微店装修与商品管理的方法，能根据微店实际情况进行营销管理 |

②网店客服方向

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程名称****(参考学时)** | **主要教学内容** | **能力要求** |
| 客户关系管理（36学时） | （1）客户关系管理含义；（2）客户生命周期；（3）客户开发管理；（4）客户满意与客户忠诚；（5）客户保持与客户流失；（6）客户互动与客户投诉；（7）客户关系数据管理与分析；（8）客户服务中心；（9）客户关系管理战略与实施 | （1）了解客户、客户关系、客户关系管理的涵义，掌握客户关系的类型，能描述客户关系管理的内容及作用；（2）了解客户关系的生命周期曲线及其模式，能划分客户关系生命周期的阶段，掌握客户关系生命周期的特点，会描述客户让渡价值和终身价值；（3）掌握目标客户的识别方法与开发策略，能运用寻找客户的主要方法与劝说技巧开发客户；（4）了解客户满意和客户忠诚的重要意义，能描述客户满意度和客户忠诚度的衡量指标，能分析客户满意度、处理客户的不满，能分析忠诚客户的价值、培育忠诚客户；（5）熟悉客户保持的主要实现方法，熟悉不同类型客户的保持策略，能运用客户保持的方法和策略维系客户；理解识别客户流失的主要因素，熟悉客户流失防范和挽回措施，能应对客户流失；（6）理解客户互动含义、类型及功能，掌握客户互动管理的技巧与方法，能正确认识并处理客户投诉；（7）了解使用数据挖掘分析客户数据的步骤和方法，能运用数据挖掘方法分析客户数据；（8）掌握CRM中客户服务中心的作用，能描述客户服务中心的整体工作流程；（9）理解客户管理战略，能参与CRM项目的实施，发挥相应的角色作用 |
| 网店客服实务（180学时） | （1）网店客服概述；（2）售前准备工作；（3）售中问题处理；（4）售后问题解决；（5）客服团队管理；（6）智能客服体系 | （1）了解网店客服的定义，掌握客户的消费心理及应对措施，能描述网店客服应具备的职业素质；（2）了解网店购物流程，掌握售前接待流程及内容，掌握客户售前接待与沟通的技巧，能根据商品资料，回复客户商品基本信息相关的问题；（3）了解网店售中服务的含义，能描述网店售中客服的主要工作内容，能对售中有效订单进行处理；（4）了解售后服务的重要性和售后服务管理的内容，掌握售后问题处理的要点，能对售后问题进行有效反馈，能根据各类型客户评价，做好用户线上评价的运营维护；（5）掌握客服团队搭建的方法，能对客服团队人员进行科学匹配，能根据客服团队管理需求设置快捷话语，能描述客服团队培训的内容，会进行客服团队绩效分析；（6）了解智能客服基本功能及配置逻辑，能根据智能客服配置规则，搭建智能客服知识库，提高智能客服机器人的正确率 |

**七、教学安排**

**（一）教学时间安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **学期** | **学期周数** | **教学周数** | **考试****周数** | **机动****周数** |
| **周数** | **其中：综合实践教学及教育活动周数** |
| 一 | 20 | 18 | 1（军训） | 1 | 1 |
| 1（入学教育及专业认知实习） |
| 二 | 20 | 18 | / | 1 | 1 |
| 三 | 20 | 18 | / | 1 | 1 |
| 四 | 20 | 18 | / | 1 | 1 |
| 五 | 20 | 18 |  | 1 | 1 |
| 六 | 20 | 20 | 19 (顶岗实习) | / | / |
| 1(毕业考核、毕业教育) | / | / |
| 总计 | 120 | 110 | 25 | 5 | 5 |

**（二）教学进程安排**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | **课程****性质** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **学期** | **课时比** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** |  |
| **公共基础课程** | 必修课程 | 思想政治 | 176 | 10 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |  |  |  |  |  | 39% |
| 语文 | 248 | 14 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 |  |  |  |  |  |
| 历史 | 104 | 6 | 2 | 2 |  |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 数学 | 212 | 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 |  |  |  |  |  |
| 英语 | 212 | 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 |  |  |  |  |  |
| 信息技术 | 32 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 体育与健康 | 140 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 限定选修课程 | 综合素养 | 176 | 10 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |
| **小计** | **1300** | **74** | **16** | **14** | **12** | **14** | **18** |  |  |  |  |  |
| **专****业****︵****技能****︶课程** | 专业类平台课 程 | 必修课程 | 现代营销基础 | 68 | 4 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  | 57% |
| 数字商务信息技术 | 68 | 4 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 电子商务法律法规 | 68 | 4 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 商务沟通与礼仪 | 68 | 4 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 会计基础知识 | 68 | 4 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 语言艺术（融入专业课） | 32 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 专业核心课程 | 必修课程 | 电子商务技术 | 72 | 4 |  |  | 4 |  |  |  |  |  |  |  |
| 网店美工 | 72 | 4 |  |  |  | 4 |  |  |  |  |  |  |
| 国际贸易实务 | 36 | 2 |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 播音与主持 | 32 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 商务谈判 | 72 | 4 |  |  |  | 4 |  |  |  |  |  |  |
| 商务情景评判 | 36 | 2 |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 物流与配送（含劳动教育） | 36 | 2 |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 营销策划与推广 | 36 | 2 |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 专业方向课程 | 网店运营 | 必修课程 | 新媒体运营实务 | 108 | 6 |  | 2 | 4 |  |  |  |  |  |  |  |
| 网店运营 | 108 | 6 |  | 2 | 4 |  |  |  |  |  |  |  |
| 网店客服 | 客户关系管理 | 36 | 2 |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 网店客服实务 | 180 | 10 |  | 2 | 4 | 4 |  |  |  |  |  |  |
| 综合实训 | 必修课程 | 网店运营—店铺营销推广实训/网店客服实务—网络直播业务实训 | 144 | 8 |  |  |  | 4 | 4 |  |  |  |  |  |
| 顶岗实习 | 必修课程 | 顶岗实习 | 570 | 30 |  |  |  |  |  | 30 |  |  |  |  |
| **小计** | **1910** | **106** | **14** | **16** | **18** | **16** | **12** | **30** |  |  |  |  |
| 其他类教育活动 | 军训 | 1周 | 1周 | 1周 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 4% |
| 入学教育 | 1周 | 1周 | 1周 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 毕业、实习教育 | 1周 | 1周 |  |  |  |  |  | 1周 |  |  |  |  |
| **小 计** | **3周** | **3周** | **2周** |  |  |  |  | **1周** |  |  |  |  |
| **合计** | **3300** | **180** | **30** | **30** | **30** | **30** | **30** | **30** |  |  |  | **100%** |

**八、实施保障**

**（一）师资条件**

1.师德师风

热爱职业教育事业，具有职业理想、敬业精神和奉献精神，践行社会主义核心价值体系，履行教师职业道德规范，依法执教。立德树人，为人师表，教书育人，自尊自律，关爱学生，团结协作。在教育教学岗位上，以人格魅力、学识魅力、职业魅力教育和感染学生，因材施教、以爱育爱，做学生职业生涯发展的指导者和健康成长的引路人，展示出默默奉献的职业精神，争做“四有”好老师。

2.专业能力

（1）专业带头人原则上应具备高级讲师及以上职称和较高的职业技能等级证书，拥有商务服务行业的专业视野和实践经验，具有网络营销专业前沿知识和先进教育理念，教学水平高、教学管理强，在本区域或本专业领域具有一定的影响力。能广泛联系行业企业，较好地把握网络营销与电子商务行业、专业发展态势，了解电商行业企业对本专业人才的实际需求，潜心课程教学改革，带领教学团队制订高水平的“实施性人才培养方案”。具有组织开展学校网络营销专业建设、课程建设、教科研工作、校企合作、实训基地建设和为企业提供技术服务、咨询等能力，在本专业改革发展中起引领作用。

（2）公共基础课程学科带头人和专业（技能）课程负责人应在该专业的课程教学、教育科研、课程开发等方面起到引领作用。要关注学科（课程）改革和发展状况，熟悉本学科（课程）的课程标准、教学任务、主要教学内容及要求。具有较强的课程研究能力和实施能力，能够组织开展具有一定规模的示范性、观摩性等教研活动，能够组织专业团队积极推进课堂教学改革与创新，提升课程建设水平，建设新型教学场景，优化课堂生态，深化信息技术应用，打造优质课堂。

（3）专任教师应具有教师资格证书和与任教学科相符的专业背景，熟悉教育教学规律，对任教课程有较为全面理解，具备较强的学情分析、教学目标设定、教学设计、教案撰写、教学策略选择、教学实施和评价能力，能运用信息化教学手段，合理使用信息化资源，注重教学反思，关注教学目标达成，持续改进教学效果；能积极开展课程教学改革和实施，具备一定的课程开发能力。专任专业教师还应具有从事学科（课程）教学所在行业高级以上职业技能等级证书或职业资格证书，近5年累计不少于6个月的企业实践经历。专业教师应具有良好的专业知识和实践能力，能够开展理实一体教学活动及实践技能示范教学，参加产学研项目研究及教学竞赛、技能竞赛等活动，能开发具专业特色的校本教材。

（4）“双师型”教师应取得国家或省相关规定的职业资格或非教师系列的专业技术职称，如电子商务师等非教师系列中级专业技术职务或与本专业有关的中、高级职业技能等级证书或职业资格证书。兼职教师须经过教学能力专项培训，并取得合格证书。

3.团队建设

专任专业教师与在籍学生的师生比，本科学历、研究生学历、高级职称的比例，专任专业教师高级以上职业技能等级证书或非教师系列专业技术中级以上职称的比例，兼职教师的比例及相关要求，应符合国家、省关于职业学校设置和专业建设的相关标准要求和具体规定。专任专业教师中应具有来自不同专业背景的专业水平高的专任专业教师，建设符合项目式、模块化教学需要的课程负责人领衔的、跨学科领域的、专兼结合的教学创新团队，实现知识、技能和实践经验的优质互补和跨界融合，不断优化教师团队能力结构，以团队协作的方式开展教学、提升质量。

**（二）教学设施**

1.专业教室

专业教室应符合国家、省关于技工院校设置和电子商务专业建设的相关标准要求和具体规定，配备符合要求的安全应急装置和通道；建有智能化教学支持环境，配备计算机、投影仪、视频展示台、投影屏幕、音响设备等多媒体教学器材，满足信息化教学的必备条件；具有体现电商行业特征、专业特点、职业精神的文化布置。

2.实训实习基本条件

（1）校内实训实习基本条件

根据本专业人才培养目标的要求及课程设置的需要，按每班35名学生为基准，校内实训室配置如下：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **实训室名称** | **主要设备名称** | **参考型号** | **数量****（台/套）** |
| 计算机机房 | 计算机 | 联想启天M716E | 102 |
| 操作工位 | 1.22\*0.6M | 102 |
| 交换机 | 华为3COM240 | 4 |
| 摄影实训室 | 照相机 | 佳能 | 2 |
| 镜头 | 佳能 | 2 |
| 三脚架 | 鹰牌 | 3 |
| 石英灯 |  | 2 |
| 闪光灯 |  | 3 |
| 天花路轨 |  | 1 |
| 顶天立地背景架 |  | 1 |
| 摄像机 | 松下 | 3 |
| 拍摄台 |  | 1 |
| 扫描仪 |  | 1 |
| 投影仪 | 含控制台 | 1 |
| 演播室 | 投影机 | SEEMILEHF400 | 1 |
| 终端操作器（语言教学设备） | T/ANDY-DS03 | 56 |
| 进口4K纳米软灰 | XY120吋 | 1 |
| 便携式录播工作站 | 景瑞GeneduG-P300 | 1 |
| 虚拟演播系统 | 景瑞GeneduVS | 1 |
| 采录编播一体化软件 | 景瑞GeneduAS | 1 |
| 微课视频制播软件 | 景瑞GeneduMC | 1 |
| 多媒体实时录播软件 | 景瑞GeneduVC | 1 |
| 导播台 | 景瑞GeneduVC | 1 |
| 高清摄像机 | SONYFDR-AX1E | 2 |
| 无线手持话筒 | SONYUWP-D11 | 2 |
| 无线领夹话筒 | SONYUWP-D12 | 2 |
| 播音员提词器 | SONYDST-19P | 1 |
| 实时监视器 | SHARP60吋 | 1 |
| 监听音箱 | HIVID1010 | 1 |
| 调音台 | 声艺EPM8 | 1 |
| 话筒管理主机 | ARTTOOMX900 | 1 |
| 座面话筒 | Audio-technica AT850+AT8668S | 2 |
| 电源时序器 | XYCADSP-208i | 1 |
| 数字处理器 | XYCADMatrix26 | 1 |
| 语言音箱 | XYCADFlat-4 | 4 |
| 纯功放 | XYCADX300N | 2 |
| 多声道全景声功放 | Marantz7010 | 1 |
| 影院嵌入式音箱 | TAGAPlatinum-200R | 11 |
| 低音音箱 | TAGAPlatinumEW-10.2 | 2 |
| 多媒体矩阵 | 控捷CONJAVEKJ8-8X | 1 |
| 智能控制主机 | control4EA1 | 1 |
| 多功能遥控器 | control4260 | 1 |
| 电影播放器 | 海美迪H10 | 1 |
| 影库 | 正版原盘 | 1 |
| 管理电脑 |  | 1 |
| 机柜 | 图腾1.6米 | 2 |
| LED影视灯 | NT-JSD-1601-100 | 16 |
| LED聚光灯 | NT-JSD-1602-100 | 4 |
| 蓝箱 |  | 1 |
| 灯光专用吊架 |  | 20 |
| 财会实训室 | 计算机 | 联想启天M716E | 72 |
| 操作工位 | 1.22\*0.6M | 72 |
| 收银机 | 京东收银 | 2 |
| 传票翻打平板 | 爱丁派 | 10 |
| 验钞机 |  | 5 |

（2）校外实训实习基本条件

校外实习基地能满足学生岗位实习、专业教师企业实践的需要，按照本专业人才培养方案的要求配备的场地和实习实训指导人员，实训设施设备齐全，校企双方共同制订实习方案、组织教学与实习管理。校外实训基地的具体要求如下：

①根据本专业人才培养的需要和网络营销行业发展的特点，建立校外实习基地，一是以专业认识和参观为主的实习基地，该基地能反映目前专业发展新技术，并能同时接纳较多学生实习，为新生入学教育和认识实习提供条件；二是以接收学生社会实践和岗位实习为主的实训基地，该基地能为学生提供真实的专业综合实践训练的工作岗位。

②实习单位具有现代化管理理念、先进的管理模式和完善的管理制度，能依法依规保障学生的基本劳动权益，保障学生实习期间的人身安全和健康。实习单位应提供电子商务专业所涉及的技术规范、操作规程等详细资料，配备必要的图书学习资料及网络资源，为实习生提供必需的住宿、餐饮、活动等生活条件。

③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。实习指导教师应从事该专业岗位工作3年以上，思想素质较高、业务素质优良，责任心较强，有一定的专业理论水平，热心于电子商务专业岗位的技能人才培养，能协同专任专业教师开发具有行业特色、符合教学需求的技能教学项目，组织开展专业教学和职业技能训练，完成学生实习质量评价，共同做好学生实习服务和管理工作。

**（三）教学资源**

1.教材

学校建立了严格的教材选用制度，专业教材体现产业发展的新技术、新工艺、新规范，发挥专业教师、行业专家等作用，规范专业教材遴选程序，禁止不合格的教材进入课堂。根据专业性、基础性、实用性的原则，组织专业教师结合课程特点和教学需要，编写专业课程教材，建设有特色、高质量的校本教材。

2.图书文献资料

按照国家和省技工院校设置和专业建设的相关标准要求和具体规定，配备了商务服务行业政策法规、职业标准、技术手册、实务案例及专业期刊等图书文献，如《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国电信条例》等；有规范的网络营销专业实施性教学计划、课程标准、教学标准、实践教学任务书等完备的教学文件。配备的图书文献资料能满足人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。

3.数字资源

充分利用智慧职教平台中相关数字化资，在网络营销专业实训教学场所建设虚拟仿真实训室，建有与实训内容相配套的信息化教学资源，能够组织开展信息化实训教学活动。在泛雅平台建设并配备与网络营销专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件、数字教材等数字资源，做到种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

**九、质量管理**

**（一）编制实施性人才培养方案**

职业学校依据本方案，开展专业调研与分析，结合学校具体实际，编制科学、先进、操作性强的专业实施性人才培养方案，并滚动修订。具体要求为：

1.落实立德树人根本任务，注重学生正确价值观、必备品格和关键能力的培养，主动对接经济社会发展需求，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，确定本校本专业培养目标、人才培养规格、课程设置和教学内容。

2.注重中高职衔接人才培养。着眼于学习者的专业成长和终身发展，针对“3+3”“3+4”分段培养，职教高考升学，以及中高职衔接其他形式，通过制订中高职衔接人才培养方案，在现代职教体系框架内，统筹培养目标、课程内容、评价标准，实现中技与高技专业、技工院校与职教本科专业，在教学体系上的有机统一。

3. 贯彻依据人社部《技工院校公共课程设置方案》，以及《技工院校轻工类专业课程指导方案（试行）》，开足开好公共基础必修课程和专业类平台课程。

4.选修课程分为限定选修课程和任意选修课程。公共基础限选课程要落实国家、教育部的相关规定，公共基础任意选修课程、专业（技能）任意选修课程的课程设置、教学内容、学时（学分）安排，要结合专业特点、学生个性发展需求和学校办学特色，有针对性地开设，并科学合理地选择课程内容。

5.实施“2.5+0.5”学制安排，学生校内学习5学期，校外顶岗实习1学期。三年总学时数为3330，其中，公共基础课程（含军训）学时占比约为40%，专业（技能）课程（含专业认知与入学教育、毕业考核、毕业教育等）学时占比约为60%。

6.统筹安排公共基础课程、专业（技能）课程，科学安排课程顺序，参考专业指导性人才培养方案中的“教学安排”建议，编制本校本专业教学进程表和课程表，并作为“专业实施性人才培养方案”的附件。为适应技工院校专业课程门数较多、实践时间较长的特点，教学进程表和课程表编制方式应科学合理、灵活机动，保证开足每门课程所需学时和教学内容。

7.制订课程实施性教学要求

（1）学校依据依据人社部《技工院校公共课程设置方案》，以及《技工院校轻工类专业教学计划和教学大纲，参照相应课程标准（或教学要求）的体例格式，编写本校本专业的公共基础课程、专业（技能）主干课程实施性教学要求。

（2）课程实施性教学要求有机融入思想政治教育元素，紧密联系专业发展实际和行业发展要求，推进专业与产业对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接，合理确定课程教学目标，科学选择教学内容，明确考核要求，着力转变教学方式、优化教学过程，有力支撑专业人才培养目标的实现。

（3）课程实施性教学要求能切实指导任课教师把握教学目标，开展教学设计，规范教案撰写和课堂教学实施，合理运用教材和各类教学资源，提高教学组织实施水平。

8.在专业指导性人才培养方案的基础上，细化本校本专业的“实施保障”内容，包括专业教师、教学设施、教学资源等在结构、内容、数量、质量上的配置情况；明确“质量管理”举措，包括教学管理机制和管理方式，本专业教育教学改革的推进模式、主要内容和实践举措；说明“毕业考核”的具体要求。

**（二）推进教育教学改革**

1.持续做好师资队伍、专业教室、实训场地、教学资源等基础建设，统筹提高教学硬件与软件建设水平，为保障人才培养质量创造良好的育人环境。

2.充分体现以能力为本位、以职业实践为主线、以项目课程为主体的模块化专业课程体系的课程改革理念，积极推进现代学徒制人才培养模式，加强德技并修、工学结合，着力培养学生的专业能力、综合素质和职业精神，提高人才培养质量。

3.坚持以工作过程为主线，整合知识和技能，重构课程结构；主动适应产业升级、社会需求，体现新技术、新工艺、新规范，引入典型生产案例，联合行业企业专家，共同开发专业课程特色教材，不断丰富课程教学资源。

4.推进产教融合、校企合作，建设新型教学场景，将企业车间转变为教室、课堂，推行项目教学、案例教学、场景教学、主题教学；以学习者为中心，突出学生的主体地位，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，促进学生主动学习、释放潜能、全面发展；加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。

5.适应“互联网+技工教育”新要求，推进信息技术与教学有机融合，推动大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的广泛应用，推广翻转课堂、混合式教学等教学模式，建设能够满足多样化需求的课程资源，创新服务供给模式，推动课堂教学革命。

**（三）严格毕业要求**

根据国家和省的有关规定，落实本专业培养目标和培养规格，细化、明确学生毕业要求，完善学习过程监测、评价与反馈机制，强化实习、实训、毕业综合项目（作品、方案、成果）等实践性教学环节，注重全过程管理与考核评价，结合专业实际组织毕业考核，保证毕业要求的达成度。

本专业学生的毕业要求为：

1.符合《江苏省技工院校学生学籍管理规定》中关于学生毕业的相关规定，思想品德评价和操行评定合格。

2.修满专业人才培养方案规定的全部课程且成绩合格，取得规定学分，本专业累计取得学分不少于180。在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等并获得奖项的同学，按照奖项级别和等级，给予相应的学分奖励。

3.毕业考核成绩达到合格以上。毕业考核方式：（1）综合素质评价，包括思想素质、文化素质、身体素质、劳动素质、艺术素质、社会实践等；（2）学业成绩考核，包括本专业各科目的学业成绩、江苏省技工院校学生学业水平考试成绩，以及结合本校本专业实际而开设的毕业综合考试；（3）实践考核项目，包括学校综合实践项目考评、顶岗实习报告、作品展示等。学生在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等并获得奖项，按照奖项级别和等级，视同其“实践考核项目（学校综合实践项目考评、顶岗实习报告、作品展示等）”成绩为合格、良好、优秀。

4.取得人社部门委托社会化认定的中级以上或教育部门委托社会化认定的初级以上纺织服装相关职业技能等级证书1项以上，如：服装缝纫工（初级）、服装缝纫工（中级）。

**十、编制说明**

**（一）编制依据**

本方案依据《江苏省技工院校网络营销专业类课程指导方案（试行）》，参考教育部《技工院校专业目录》《技工院校网络营销专业教学标准》《技工公共基础课程方案》以及思想政治、语文、历史、数学等12门公共基础课程标准，参考《中华人民共和国职业分类大典》（2015版）、《国家职业资格目录》和国家相关职业标准、职业技能等级标准等编制。

**（二）方案制定人员**

方案制定人员：徐岚、蓝荣云

审批领导：徐岚