

江苏省海门中等专业学校

2025 级直播电商服务专业实施性人才培养方案

一、专业及代码

专业类别：电子商务类（代码：7307）

专业名称：直播电商服务（专业代码：730705）

专门化方向：直播平台网店客服、直播平台网店运营与推广

二、入学要求与基本学制

入学要求：初中毕业生或具有同等学力者

基本学制：3 年

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，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，掌握本专业知识和技术技能，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、网络营销推广、客户服务、互联网产品销售等工作的高素质技术技能人才。

四、职业面向

主要职业 (代码)	职业资格或职业技能等 级要求	继续学习专业	
营销员 (4-01-02-01) 电子商务师 (4-01-02-02) 客户服务管理员 (4-07-02-03)	电子商务师（四级） 互联网营销师（四级） 网店运营推广（初级）	高职： 电子商务、跨境 电子商务、移动 商务、网络营销 与直播电商、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

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，遵纪守法、履行公民道德规范和中职生行为规范。

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，具有一定的文化修养、审美能力，形成绘画、书法等艺术特长或爱好，能够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。

11. 培养数字经济时代背景下，直播电商服务人员应该具备的业务能力、创新能力、技术能力、迁移能力以及沟通能力，养成良好的职业素养。

(二) 职业能力

1. 行业通用能力

(1) 了解国家直播电商服务与网络视听行业相关法律法规及监管要求，熟悉直播电商新业态、新模式的发展动态，能主动适应行业变化并关注创新趋势。

(2) 掌握用户画像分析、营销组合策略等现代营销基础知识，具备良好的语言表达、互动沟通与销售转化能力，能开展直播场景下的产品推介、粉丝互动及售后问题协调。

(3) 掌握主流直播电商平台的运营模式与核心流程，具备线上团队协作与客户关系维护能力，能运用多种线上工具与粉丝、供应商及合作方进行有效沟通。

(4) 了解直播电商关键数据指标及其含义，能运用数据分析工具对观看、互动、转化等数据进行采集与整理，并基于数据结果评估直播效果与业务健康度。

(5) 具备网络主播及电商从业者的基本职业素养，镜头感强，爱岗敬业，诚实可信，富有团队协作精神和客户服务意识。

2. 专业核心能力

(1) 掌握直播策划与执行的全流程技术，能熟练运用直播平台工具、互动技巧与营销策略有效开展直播活动，并能利用数据分析工具评估直播效果并优化后续运营。

(2) 掌握直播场景构建与视觉营销的方法与技巧，能通过场景、灯光、道具及画面设计突出产品卖点与品牌调性，并能根据用户反馈与数据调整视觉呈现方案。

(3) 掌握直播电商供应链与物流管理的基本内容，能根据产品特性与客户分布合理规划仓储与物流方案，并能运用现代信息技术处理订单、跟踪物流及管理售后。

(4) 掌握主流内容平台与社交媒体的推广机制，能策划并执行跨平台的直播内容预热与引流方案，并能通过付费推广与内容营销相结合的方式提升直播间曝光与转化。

3. 职业特定能力

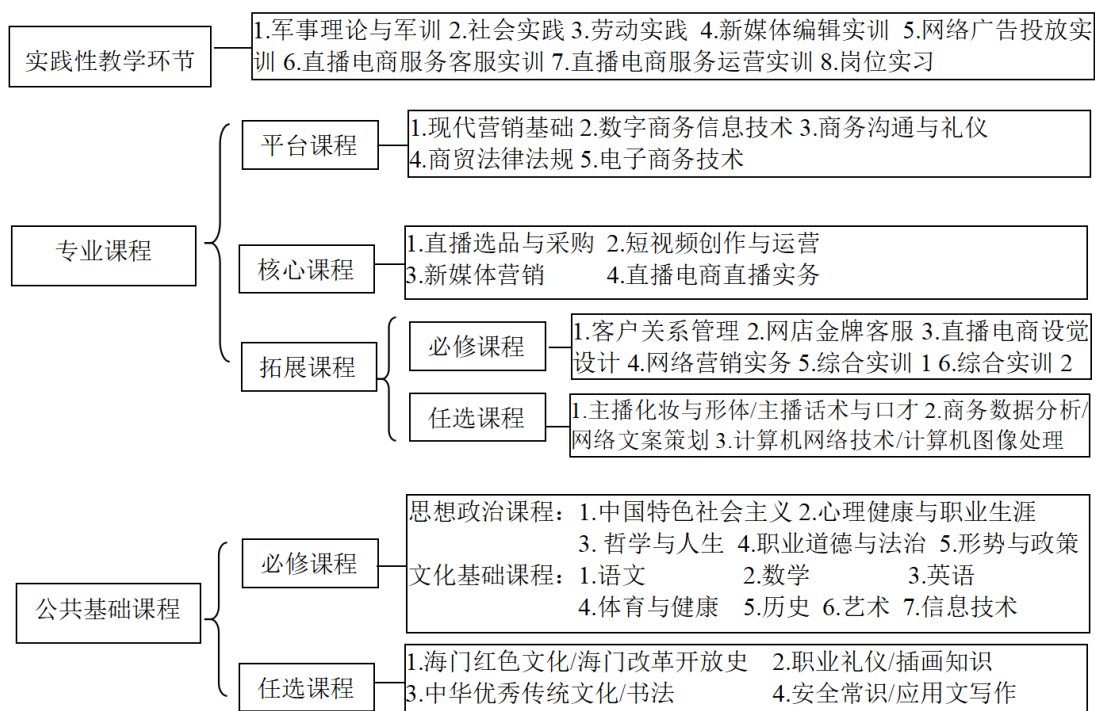
- (1) 掌握主流直播平台的开通、装修与基础运营设置方法。
- (2) 能策划与执行直播营销活动，并运用数据分析优化直播效果。
- (3) 能根据产品特性与品牌定位，进行专业的直播带货互动推广。
- (4) 具有直播选品、商品讲解与直播场景下的商品管理能力。
- (5) 具有直播间日常运营、场控协调与粉丝社群维护能力。

4. 跨行业职业能力

- (1) 具有适应产业数字化发展和岗位变化的能力，能够将直播技能应用于教育、文旅、金融等跨领域场景。
- (2) 具有借助数字平台进行自主创业和开展新项目运营的创新创业能力。
- (3) 具有团队协作、项目统筹及线上线下联动运营的一线管理能力。

六、课程设置及教学要求

(一) 课程结构



(二) 主要课程教学要求

1. 公共基础课程教学要求

课程名称	教学内容及要求	学时
中国特色社会主义	以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,阐释中国特色社会主义的开创与发展,明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位,阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容,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,坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信,把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中	36
心理健康与职业生涯	了解心理健康、职业生涯的基本知识,树立心理健康意识,掌握心理调适方法,形成适应时代发展的职业理想和职业发展规划,探寻符合自身实际和社会发展的积极生活目标,养成自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态,提高应对挫折与适应社会的能力,掌握制订和执行职业生涯规划的方法,提升职业素养,为顺利就业创业创造条件	36
哲学与人生	了解马克思主义哲学基本原理,运用辩证唯物主义和历史唯物主义观点认识世界,坚持实践第一的观点,一切从实际出发、实事求是,学会用具体问题具体分析等方法,正确认识社会问题,分析和处理个人成长中的人生问题,在生活中做出正确的价值判断和行为选择,自觉弘扬和践行社会主义核心价值观,为形成正确的世界观、人生观和价值观奠定基础	36
职业道德与法治	能理解全面依法治国的总目标,了解我国新时代加强公民道德建设、践行职业道德的主要内容及其重要意义;能够掌握加强职业道德修养的主要方法,初步具备依法维权和有序参与公共事务的能力;能够根据社会发展需要、结合自身实际,以道德和法律的要求规范自己的言行,做恪守道德规范、尊法学法守法用法的好公民	36
形式与政策	紧密结合社会实践和学生实际,运用辩证唯物主义和历史唯物主义世界观和方法论,引导大学生树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观,解决成长成才过程中遇到的实际问题,更好适应大学生活,促进德智体美劳全面发展	16
语文	正确掌握3500个常用汉字,正确地遣词造句,辨析和改正常见病句;了解常见文言实词、文言虚词的意义,正确辨识常见文言句式;能理清文章思路,分析文章结构,概括文章的主要写作特点;掌握日常口语交际的基本方法和技巧。书面表达做到格式正确,积极参与校园活动,在综合实践活动中学会分享与合作	240
数学	学习集合、不等式、基本初等函数、三角函数、反三角函数、加法定理及推论、概率论、空间几何体和直线、圆与圆锥曲线、数列、极限、导数、不定积分和定积分等基本知识,能将所学知识运用到具体实际	224

英语	基础英语听说训练、阅读训练、写作训练、语法详解；要求掌握词汇不少于2000，阅读速度不低于每分钟70词，掌握基本的词法句法规则，能够进行简单的日常交际，写出80—100词的应用文	160
信息技术	学会Windows操作系统应用，设备及系统程序的基本操作、系统设置与优化；掌握文档处理的基本操作、文档编排、图文混排、文档表格操作、文档处理的综合操作；掌握数据表格处理的基本操作、数据的管理与分析、图表的运用、公式的使用、模拟分析；掌握演示文稿的制作；掌握办公软件的联合应用；掌握Outlook电子邮件的常规操作	96
历史	以唯物史观为指导，促进中等职业学校学生进一步了解人类社会形态从低级到高级发展的基本脉络、基本规律和优秀文化成果；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，培育和践行社会主义核心价值观；树立正确的历史观、民族观、国家观和文化观；塑造健全的人格，养成职业精神，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人	72
体育与健康	落实立德树人的根本任务，坚持健康第一的教育理念，通过传授体育与健康知识、技能和方法，提高学生的体育运动能力，培养运动爱好和专长，使学生养成终身体育锻炼的习惯，形成健康的行为与生活方式，健全人格，强健体魄，具备身心健康和职业生涯发展必备的体育与健康学科核心素养，引领学生逐步形成正确的世界观、人生观和价值观，自觉践行社会主义核心价值观，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才	172
艺术	充分发挥艺术学科独特的育人功能，以美育人，以文化人，以情动人，提高学生的审美和人文素养，积极引导主动参与艺术学习和实践，进一步积累和掌握艺术基础知识、基本技能和作品，培养学生感受美、鉴赏美、表现美、创造美的能力，帮助学生塑造美好心灵，健全健康人格，厚植民族情感，增进文化认同，坚定文化自信，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才	36
劳动教育	了解人类的历史首先是生产发展的历史，是劳动人民创造的历史；懂得辛勤的劳动是建设社会主义和共产主义的根本保证；劳动是公民的神圣义务和权利；懂得轻视体力劳动和体力劳动者，是数千年来剥削阶级思想残余；懂得把脑力劳动同体力劳动相结合的重要意义	16

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 (学时)	主要教学内容	能力要求
现代营销基础 (80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	(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

	<p>(6) 价格应对调整 (7) 渠道模式采用 (8) 线下线上促销</p>	<p>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</p>
<p>商务沟通与礼仪 (80学时)</p>	<p>(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</p>	<p>(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</p>

		<p>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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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</p>
数字商务信息技术 (96学时)	<p>(1) 网络商务信息概述</p> <p>(2) 商务文档编辑与处理</p> <p>(3) 商务图片采集与处理</p> <p>(4) 商务视频拍摄与处理</p> <p>(5) 商务网页设计与制作</p> <p>(6) 商务数据分析与应用</p> <p>(7) 区块链技术的商务应用</p>	<p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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</p>
商贸法律法规 (80学时)	<p>(1) 法律基础知识</p> <p>(2) 中华人民共和国消费者权益保护法</p> <p>(3) 中华人民共和国商标法</p> <p>(4) 中华人民共和国反不正当竞争法</p> <p>(5) 中华人民共和国产品质量法</p> <p>(6) 中华人民共和国反垄断法</p> <p>(7) 其他常用法律法规</p>	<p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(7) 了解电子商务法、民法典（第三编合同）、公</p>

		司法、广告法、价格法等法律法规，理解其概念、种类及其应用
电子商务技术 (64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

(2) 专业核心课程

课程名称 (学时)	主要教学内容	能力要求
直播选品与采购 (80学时)	(1) 直播电商选品核心逻辑 (2) 市场分析与趋势洞察 (3) 选品标准与流程 (4) 产品组合策略 (5) 采购渠道与谈判 (6) 数据分析工具应用 (7) 样品管理与评估 (8) 法律风险与合规 (9) 供应链风险控制 (10) 售后与舆情风险	(1) 了解直播电商的选品基础逻辑，认识主流直播平台（如抖音、快手、淘宝直播等）的选品特性与规则； (2) 掌握直播选品的核心策略与组合模型，包含引流款、利润款、形象款和常规款的定义、作用与搭配技巧； (3) 掌握直播选品的多维评估标准，包含需求度、性价比、可视化、品质、售后及利润空间等核心维度； (4) 掌握直播选品的全流程操作，包含市场趋势洞察、初选、复选、样品评测、终审及选品会组织； (5) 能够开发与评估供应商，掌握商务谈判的核心技巧，包含价格、账期、起订量、独家授权等关键条款的谈判； (6) 掌握直播供应链的风险管理与合规知识，包含品控、库存、售后责任划分及广告法合规要点； (7) 分析直播选品案例，对不同品类（如服饰、美妆、食品、家居等）的代表性爆款产品进行全面分析，掌握其选品与采购的成功要素。
短视频创作与营销 (96学时)	(1) 初识短视频 (2) 短视频账号定位 (3) 短视频内容运营 (4) 短视频拍摄与剪辑 (5) 短视频引流与推广 (6) 短视频商业变现	(1) 了解短视频的基础知识，认识主流短视频平台以及短视频运营攻略； (2) 掌握短视频账号的定位方式，包含功能定位、IP 定位、用户定位、内容定位和主页设置定位，以及认识短视频账号的定位步骤和技巧； (3) 掌握短视频内容运营的方法； (4) 掌握短视频的拍摄、视听语言、短视频的后期剪辑以及使用premiere进行剪辑的方法； (5) 能够进行短视频选题策划，掌握短视频爆款运营的技巧，创作短视频脚本和掌握短视频发布推广的方法。 (6) 掌握抖音短视频商业变现的方式； (7) 分析短视频案例，对不同类型代表性短视频账号进行全面分析，掌握其运营的重点

<p>新媒体营销 (64学时)</p>	<p>(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</p>	<p>(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</p>
<p>直播电商直播 实务 (96学时)</p>	<p>(1) 认识直播电商和主流直播电商平台 (2) 组建直播团队 (3) 搭建直播场地 (4) 直播选品 (5) 直播电商内容策划 (6) 直播预热引流 (7) 直播活动实施 (8) 直播复盘优化</p>	<p>(1) 了解直播电商发展、内涵和产业链,熟悉主流直播电商平台; (2) 能根据直播岗位组建直播团队,掌握直播场景搭建的组合技巧,选择合适的直播商品; (3) 掌握直播的整体流程和基本步骤,能进行直播脚本策划,掌握直播间大型活动策划的技巧; (4) 熟悉直播流量来源,掌握直播预热引流的步骤和方法,能使用付费工具进行直播引流; (5) 掌握直播间的话术设计技巧,进行直播间的商品管理,优化直播活动; (6) 掌握分析直播电商效果评估指标并判断直播运营的效果,能进行直播复盘和直播方案改进; (7) 初步具备电商直播的运营与管理能力;</p>

(3) 专业拓展课程

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
<p>客户关系管理 (48课时)</p>	<p>(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</p>	<p>(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</p>

		<p>素，熟悉客户流失防范和挽回措施，能应对客户流失；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p>
<p>网店金牌客服 (64学时)</p>	<p>(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</p>	<p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p>
<p>直播电商视觉设计 (48学时)</p>	<p>(1) 店铺页面设计 (2) 品牌视觉设计 (3) 产品包装设计 (4) 短视频剪辑与包装 (5) 新媒体视觉设计等</p>	<p>(1) 根据店铺定位进行PC端、移动端页面装修；</p> <p>(2) 设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料；</p> <p>(3) 结合产品特点与包装材质设计产品内外包装；</p> <p>(4) 熟练进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时关注新媒体发展动态，提出视觉提升方案；</p> <p>(5) 能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动；</p>

<p>网络营销实务 (64学时)</p>	<p>(1) 网络营销基础与核心思维框架 (2) 目标市场定位与用户画像构建 (3) 内容营销策略与创作实务 (4) 社交媒体营销与运营管理 (5) 流量获取与数据驱动优化 (6) 电商营销与销售转化提升 (7) 营销活动策划与整合营销传播 (8) 营销伦理、法规与品牌声誉管理 (9) 综合实战项目与营销方案制定</p>	<p>(1) 能够阐述网络营销的核心概念、底层逻辑与发展趋势，辨识主流营销模式（如内容营销、社交营销、搜索营销等）的特点与适用场景，理解相关法律法规与伦理规范； (2) 能够系统运用市场细分、目标市场选择与定位策略，独立完成目标用户画像的构建，并基于用户洞察制定精准的营销策略方向； (3) 掌握内容营销的策划与执行全流程，具备跨平台（如微信公众号、抖音、小红书、B站等）的内容创作与适配能力，能够撰写营销文案、策划短视频及进行基础的 SEO 优化； (4) 具备主流社交媒体平台的运营管理能力，掌握账号矩阵搭建、内容规划、粉丝互动、社群维护与数据分析的方法，以提升品牌影响力和用户粘性； (5) 掌握流量获取与数据驱动优化技巧，能够理解并运用付费广告（如信息流广告、搜索广告）的基本投放逻辑，并通过关键数据指标分析评估营销效果、指导策略优化； (6) 掌握电商环境下的销售转化技巧，理解电商平台运营规则，能够优化产品展示与详情页，并运用直播带货、活动策划等手段有效提升转化率； (7) 具备整合营销传播的策划与执行能力，能够完成从创意、策划到落地的完整营销活动方案，并有效协调多种营销渠道，实现品牌信息的统一传播；</p>
--------------------------	---	--

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周数		
一	20	18	1（军事理论与军训） 1（新媒体编辑实训）	1	1
二	20	18	1（社会实践） 1（劳动实践）	1	1
三	20	18	2（网络广告投放实训）	1	1
四	20	18	2（直播电商服务客服实训）	1	1
五	20	18	2（直播电商服务运营实训）	1	1
六	20	18	12（岗位实习）	1	1
总计	120	108	22	6	6

(二) 教学进程安排

直播电商服务专业教学进程安排表（2025级）

课程类别	序号	课程名称	课时及学分		周课时及教学周安排						考核方式				
			课时	学分	一	二	三	四	五	六	考试	考查			
					16+2	16+2	16+2	16+2	16+2	6+12					
公共基础课程	思想政治理论课程	1	中国特色社会主义	36	2	2							√		
		2	心理健康与职业生涯	36	2		2							√	
		3	哲学与人生	36	2			2						√	
		4	职业道德与法治	36	2				2					√	
		5	形势与政策	16	1					1				√	
	必修课程	6	语文	240	15	3	3	3	3	3				√	
		7	数学	224	14	3	3	3	3	2				√	
		8	英语	160	10	2	2	2	2	2				√	
		9	体育与健康	172	11	2	2	2	2	2	2			√	
		10	历史	72	4	2	2							√	
		11	艺术	36	2	1	1							√	
		12	信息技术	96	6	4	2							√	
		13	劳动教育	16	1	1								√	
		14	地理	48	3	3								√	
	任选课程	15	中华优秀传统文化/书法	32	2					2				√	
		16	职业礼仪/插画知识	32	2					2				√	
		17	海门红色文化/海门改革开放史	12	2						2			√	
		18	安全常识/应用文写作	32	2				2					√	
公共基础课合计			1332	83	23	17	12	14	14	4					
专业课程	专业平台课程	必修课程	1	现代营销基础	80	5	5							√	
			2	数字商务信息技术	96	6		6							√
			3	商务沟通与礼仪	80	5		5							√
			4	商贸法律法规	80	5			5						√
			5	电子商务技术	64	4				4					√
	专业核心课程	必修课程	6	直播选品与采购	80	5			5						√
			7	短视频创作与运营	96	6			6						√
			8	新媒体营销	64	4					4				√
			9	直播电商直播实务	96	6				6					√
	专业拓展课程	必修课程	10	客户关系管理	48	3					3				√
			11	网店金牌客服	64	4				4					√
			12	直播电商视觉设计	48	3					3				√
			13	网络营销实务	64	4					4				√
			14	直播电商服务综合实训1	18	1						3			√
			15	直播电商服务综合实训2	18	1						3			√
		任选课程	16	主播化妆与形体/主播话术与口才	24	2						4			√
			17	商务数据分析/网络文案策划	36	2						6			√
			18	计算机网络技术/计算机图像处理	48	3						8			√
专业（技能）课程合计			1104	69	5	11	16	14	14	24					
实践教学环节	1	军事理论与军训	30	1	1W								√		
	2	新媒体编辑实训	30	1	1W								√		
	3	社会实践	30	1		1W							√		
	4	劳动实践	30	1		1W							√		
	6	网络广告投放实训	60	2			2W						√		
	7	直播电商服务客服实训	60	2				2W					√		
	8	直播电商服务运营实训	60	2					2W				√		
	9	岗位实习	360	12							12W		√		
	实践性教学环节小计			660	22	2W	2W	2W	2W	2W	12W				
总计			3096	174	28	28	28	28	28	28					

说明：中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、历史、艺术按18周计算学时，其余公共基础课程按16周计算学时，每16~18学时折算1学分。专业课程按实际开设周数计算学时，每16~18学时折算1学分。实践性教学环节按实际开设周数计算学时，1周为30学时，并折算1学分。

注：1. 总学时为 3096 学时。其中公共基础课占比约 43.02%；专业课程占比约 35.66%；任选课程占比 7%。

2. 总学分 174 学分。

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观体系，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）专业带头人高级讲师职称；具有高校教师资格，曾获市优秀教育工作者、市政府三等功、市政府嘉奖、市优秀教职工、市骨干教师，多次参加国家级、省级骨干教师培训。担任电子商务和直播电商服务专业教学工作十多年，熟悉本专业的发展现状与趋势，主持市级课题并顺利结题，多篇论文在省级期刊发表，多次指导学生参加文明风采大赛获全国二等奖、江苏省一等奖，曾指导学生在江苏省电子商务运营技能大赛上获三等奖。

（2）公共基础课程学科带头人和专业课程负责人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。关注学科（课程）改革和发展状况，熟悉本学科的课程标准、教学任务、主要教学内容及要求，在专业的课程教学、教育科研、课程开发等方面起到带头作用。

（3）专任教师共 13 人，专任教师与在籍学生之比为 1: 7，研究生学历（或硕士以上学位）23.08%占比，高级职称占比 53.85%；双师素质教师占专业教师比例 84.62%。整合校内外优质人才资源，

选聘企业高级技术人员担任产业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，兼职教师占专业教师比例 30.77%，75%以上具有中级以上技术职称或高级工以上职业资格。

(4) 从直播电商企业聘任兼职教师 4 人，均具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担课程与实训教学、实习指导等专业教学任务。经过教学能力专项培训，并取得合格证书，每学期承担不少于 30 学时的教学任务。

3. 团队建设

具有国家级职业教育教师教学创新团队，有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究。为建设符合项目式、模块化教学需要，吸纳来自不同专业背景的专业水平高的专任专业教师组建课程负责人领衔的、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。现有市学科带头人 1 人、骨干教师 2 人，市技术能手 4 人，市教坛新秀 2 人。

(二) 教学设施

1. 专业教室

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，满足信息化教学的要求，并具有网络安全防护措施。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。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，校内实训室配置如下：

实训室名称	主要设备名称	数量 (台/套)	规格和技术的特殊要求
电子商务运营实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	50	互联网接入或WiFi环境
	电子商务运营软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
客户服务实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	40	互联网接入或WiFi环境
	话务耳机	40	降噪
	客户关系管理软件	1	/
	客服实训软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
网络营销实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	50	互联网接入或WiFi环境
	网络营销软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
市场营销实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	50	互联网接入或WiFi环境
	市场营销模拟软件	1	/
	市场调查软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
	模拟实景	1	/
模拟商务谈判实训室	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	录播系统	1	/
	笔记本电脑	16	/
	谈判场景	1	/
	商务谈判模拟软件	1	/
图形图像处理实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板(或投影设备和音响设备)	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	66	互联网接入或WiFi环境
	制图软件	1	/
	视频处理软件	1	/
	摄影摄像设备(三脚架、摄影工作台、柔光灯、金银反光板、哑粉纸)	1	/

网络编辑实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板（或投影设备和音响设备）	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	50	互联网接入或WiFi环境
	图像处理软件	1	/
	网页设计软件	1	/
	网站建设平台	1	/
手工会计实训室	会计凭证、账簿、报表	50	/
	装订机、各种印章	20	/
	学生用计算机	50	互联网接入或WiFi环境
	基础会计模拟软件	1	/
	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板（或投影设备和音响设备）	1	互联网接入或WiFi环境
	打印复印一体机	1	/
	实训工作台、椅	50	/
手工会计实训资料	50	/	

（2）校外实训实习基本条件

根据本专业人才培养的需要和直播电商服务行业发展的特点，与中天旅游发展有限公司等企业开展深度校企合作，建有稳定的校外实习基地。能提供网络营销推广、网店运营管理、美工设计、直播电商客服等相关实习岗位，能涵盖当前直播电商服务产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备思想素质较高、业务素质优良，责任心较强，有一定的专业理论水平，热心于直播电商服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的实习指导教师，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；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

（三）教学资源

1. 教材

以直播电商服务专业培养方向为出发点，按照学校规定从国家推荐教材目录和《江苏省中等职业教育主干专业核心课程推荐教材目录》中选用优质教材，建立教材选用机制，完善教材选用制度，经过

规范程序择优选用教材。密切关注直播电商服务行业企业新技术、新工艺、新流程、新规范，由专业教师、行业专家等共同参与开发符合专业人才培养目标的校本教材，推广使用新型活页式、工作手册式教材。

2. 图书文献资料

建有现代化的图书馆，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：有关直播电商服务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献，新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字资源

在数字化校园平台上建设、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。目前直播电商服务教学资源库入选市级职业教育专业教学资源库项目，已建成《电子商务基础》《客户服务管理》《网店运营推广》《网店美工》《直播电商》《移动电子商务》《创新创业基础》等7门课程资源，内含教案、教学课件、微课视频等资源，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足日常线上线下混合式教学要求，其中《网店运营推广》获评市级职业教育在线精品课程。

九、质量管理

（一）教学管理与教学改革

1. 强化基础条件

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. 明确教改方向

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. 提升课程建设水平

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，共同开发工作手册、任务工作页和活页讲义等专业课程特色教材，不断丰富课程教学资源。推进 1+X 证书制度试点项目，制订本专业开展教学、组织培训和参加评价的具体方案。

4. 优化课堂生态

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. 深化信息技术应用

适应“互联网+职业教育”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。

（二）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。

1. 本专业学生的毕业要求

(1) 符合《江苏省海门中等专业学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) 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) 修满专业人才培养方案规定的全部课程且成绩合格，取得本方案规定的 174 学分。

2. 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、江苏省中等职业学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、岗位实习报告、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、岗位实习报告、作品展示等）”成绩为合格、良好、优秀；

(4) 取得本方案所规定的电子商务师或互联网营销师（中华人民共和国人力资源和社会保障部，四级）等职业资格证书等。

十、编制说明

（一）编制依据

本方案依据《江苏省中等职业教育电子商务专业指导型人才培养方案》，参考教育部《中等职业学校专业目录》、《中等职业学校公共基础课程方案》以及思想政治、语文、历史、数学等 13 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）开发单位及核心成员

牵头单位成员：陈蕾，江苏省海门中等专业学校。

参与单位成员：汪芷萱、贾书墨、吴慧娟、宋佳、陆丽华，江苏省海门中等专业学校；杨敏敏，海门凯盛家访；徐卫，中天旅游发展有限公司。