

山西省普通高等学校高等职业教育 (专科) 专业设置申请表

学校名称 (盖章)：大同数据科技职业学院

学校主管部门：山西省教育厅

专业名称：网络营销与直播电商

专业代码：530704

所属专业大类名称：财经商贸

所属专业类名称：电子商务类

修业年限：三年

申请时间：2024年10月

山西省教育厅制

目 录

1. 学校基本情况表
2. 申请增设专业的理由和基础
3. 申请增设专业人才培养方案
4. 专业主要带头人简介
5. 教师基本情况表
6. 主要课程开设情况表
7. 专业办学条件情况表
8. 申请增设专业建设规划
9. 申请增设专业的论证报告

附件：

1. 专业人才需求调研报告
2. 校企合作、订单培养等方面的有关佐证材料

1. 学校基本情况表

学校名称	大同数据科技职业学院	学校地址	山西省大同市云州区南环东路1999号	
邮政编码	037300	学校网址	https://www.czxy.com/index.html	
学校办学基本类型	<input type="checkbox"/> 公办 <input checked="" type="checkbox"/> 民办			
	<input checked="" type="checkbox"/> 独立设置高职院校 <input type="checkbox"/> 本科办高职 <input type="checkbox"/> 成人高校			
在校高职生总数		学校现有高职专业总数		
上年招生规模		专业平均年招生规模		
现有专业类名称（如:5101农业类）				
专任教师总数（人）	113	专任教师中副教授及以上职称教师所占比例	40.7%	
学校简介和历史沿革（300字以内）	<p>大同数据科技职业学院是一所具有鲜明数字化特色的全日制高等职业学校。学院占地面积300余亩，建筑面积25万平方米，馆藏图书10万册，专业聚焦“互联网+”与“人工智能+”方向，涵盖软件技术、大数据、人工智能、数字媒体艺术、网络营销与直播电商、智能硬件等六大热门领域。学院秉持“德技兼备、快乐向上”的教育理念，以落实立德树人根本任务，联合国内外知名IT企业，通过深度产教融合，汇聚优质的师资队伍、教学资源和就业渠道，全面培养“具备良好品德、掌握基础理论、精通专业技术技能、符合国家数字经济发展战略”的高素质技能型人才，为传统产业升级、产业链竞争力提升供给优质人才，为山西省区域经济社会发展及产业数字化转型贡献力量。</p>			

注：专业平均年招生规模=学校年高职招生数÷学校现有高职专业总数

2. 申请增设专业的理由和基础

（应包括申请增设专业的主要理由，专业筹建情况，学校专业建设规划，行业、企业、就业市场调研，人才需求分析和预测等方面的主要内容，可续页）

一、申请增设专业的主要理由

（一）国家电子商务发展的宏观背景与需求

在《“十四五”电子商务发展规划》中，国家提出了对直播带货等新业态的规范和支持，旨在推动数字经济的健康发展。强调了直播电商在促进消费、乡村振兴、文化旅游等方面的重要性。

直播电商作为数字经济的重要组成部分，近年来有显著的增长。2024年，直播电商用户规模达到6.9亿，显示出迅猛的发展势头。商务部的数据显示，2023年上半年，我国网络零售市场规模保持稳步增长，直播销售额高达1.27万亿元，直播场次数超过1.1亿场，直播商品数超过7000万个，活跃主播数超过270万人。

在文化旅游领域，直播+文旅模式为传统的文旅宣传提供了新的机遇。2023年4月抖音发布的《抖音2024乡村文旅数据报告》显示，过去一年，抖音新增乡村内容数10.9亿个，播放量近2.8万亿，1990万乡村游客在抖音下单，2万个乡村文旅商家增收超47亿元。

（二）山西省电子商务发展的战略定位与需求

山西省正积极融入数字经济的浪潮中，以直播电商为抓手，推动经济高质量发展。《山西省直播电商合规指引（征求意见稿）》的发布，表明了政府对直播电商规范化发展的重视。通过加强监管，保护消费者权益，促进直播电商行业的健康有序发展。同时，山西省正通过数字化转型，推动传统产业的智能化改造，培育壮大新兴产业，打造数字经济发展新格局。此外，山西省《“十四五”电子商务发展规划》中还注重数字人才的培养，加强网络营销与直播电商专业建设，培养电子商务人才，完善电子商务政策法规体系，提高电子商务的安全保障能力，以满足数字经济发展的人才需求。通过这些措施，山西省正积极构建数字经济的四梁八柱，推动数字产业化和产业数字化，为经济的高质量发展注入新动力。

（三）大同市电子商务发展的特色路径与需求

大同市，作为山西省的重要城市，通过《关于印发大同市现代流通战略支点城市建设方案的通知》《大同市推动电子商务高质量发展行动方案（2021-2025年）》，明确了直播电商在城市建设中的重要作用，并制定了具体的战略定位与需求。大同市已经成功落地了抖音电商直播基地，这将促进当地电商的整体发展，整合企业、高校、个体资

源，培养地方示范性标杆直播企业，并为更多传统企业提供赋能。并且积极推动跨境电商业务，依托乡村电商 e 镇载体，全面拓展跨境电商业务，为跨境电商企业提供全面服务。同时利用直播电商推动“大同好粮”“大同刀削面”“大同黄花”“杏脯”等具有地域特色的产品在网络平台展示，扩大销量并提升品牌影响力，通过直播电商模式推广，实现了黄花等农产品网络零售额达到 1000 万元。通过大型直播活动，如央视“秦晋之好”“大同黄花晋京城”等，现场销售超过 1300 万元，带动销售上亿元。

（四）学院建设基础与资源优势

大同数据科技职业学院，依托传智教育集团在 IT 技术教育方面的优势，针对山西省及大同市的数字经济发展需求，组建了“数字媒体技术专业群”。学院与多家企业建立了紧密的合作关系，涵盖了课程开发、实习实训、就业服务等多个方面。合作伙伴不仅包括助力大同市数字经济发展的当地技术企业，以及在网络营销与直播电商方向有战略布局的华为、腾讯等知名企业。为保障人才培养质量，学院与企业共同组建了专业建设委员会。该委员会由学者专家、行业精英等专业人士组成，负责指导专业发展方向，确保内容的前瞻性和实用性。

学院为网络营销与直播电商专业提供了丰富的教学资源。拥有 7 个校内专属实训室和 3 个共享实训室，包括网络直播间、商业摄影棚、计算机综合实训室等。配备了 10 余套拍摄剪辑设备、10 余套直播设备以及 50 余台高配置计算机，均安装了先进的教学软件，为学生提供了良好的学习环境。

综上所述，申报网络营销与直播电商专业是基于国家、山西省及大同市在数字经济领域的战略需求和发展目标而提出的。学院将发挥自身在 IT 教育方面的优势，为大同市及山西省的数字经济发展培养急需的网络营销和直播电商人才，从而为区域经济的转型升级提供强有力的人才支撑。

二、专业筹建情况

学院成立专业建设委员会，对专业布局和建设进行了重点研讨，确定专业建设目标，制定人才培养方案，开展专业申报工作。

（一）专业建设目标

根据《中国教育现代化 2035》《国家职业教育改革实施方案》《山西教育现代化 2035》《山西省“十四五”教育事业发展规划》等相关部署，坚持职业教育类型定位，坚持产教融合、校企合作、科教融汇，服务数字经济发展，以专业建设为龙头，以产教深度融合为路径，以良好的办学条件为保障，以治理体系和治理能力现代化为重点。通过实施上述战略，我们致力于将网络营销与直播电商专业建设成为省内一流、国内领先的特色专业，为区域经济发展提供强有力的人才支撑，推动数字经济的高质量发展，为

区域经济发展提供强有力的人才支撑。

（二）人才培养方案建设

专业建设委员会对网络营销与直播电商技术岗位和人才需求进行了调研分析。在调研的基础上，定位山西省和大同市对网络营销与直播电商专业的岗位需求和职业能力，制定了人才培养方案。在明确培养方向和培养目标后，课程体系围绕岗位需求以及能力需求涵盖了专业基础课程、专业技能核心课程、实战操作课程、产教融合课程、创新与创业课程以及职业素养课程，专业课共计 13 门。通过实验室实训、企业实习、直播实训等多样化的教学方式，强化了学生的实战经验和职业技能。

（三）师资建设

在师资建设方面，专业核心课程的师资也均已落实。本专业校企双方各配置 1 名专业带头人、骨干教师 2 人、双师素质教师 7 人、企业兼职教师 3 人，专任教师老中青结合，梯队合理，符合高职教学的要求。

（四）实验教学设施

为适应网络营销与直播电商专业的教学需求，我院已投资建设了多个专业实训基地。这些实训基地配备了先进的硬件设施和专业软件，为学生提供了模拟真实工作场景的实践操作环境。具体实训设施包括：

1. 网络直播间实训室：该实训室配备了专业的直播设备，包括直播补光灯、高清摄像头、绿幕背景等，用于模拟真实的直播带货环境。学生可以在此进行直播技巧训练、产品展示、互动交流等实战演练。

2. 计算机综合实训室：配备了主流操作系统的计算机系统，并安装了 XMIND、剪辑、Adobe Photoshop、Adobe Premiere Pro、Adobe After Effects 等专业软件的学习版，支持学生进行网络营销内容创作、图像编辑、视频剪辑和特效制作等操作。

3. 商业摄影棚实训室：配备了高配置计算机硬件以及主流操作系统，并搭建影视补光灯、手持补光灯、索尼相机、无线收音麦克风、移动便捷式音响、大疆稳定器、大疆 vlog 运动相机等高级影视拍摄设备，学生可以在实训室内进行各类视频拍摄训练，包括但不限于产品展示、广告制作、事件记录等。

4. 华为数字人及鸿蒙应用开发创新实训中心：深度融合华为在 ICT 及数字人技术的领先成果，以高性能设备为基础，如图形工作站、动作捕捉系统、语音识别与合成设备，以及 VR/AR 技术，为学生提供沉浸式学习环境。

5. 传智短视频直播实训室：配备先进直播、拍摄、剪辑设备及数据分析工具，并辅以版权音乐、特效素材及行业案例库等资源。实训项目涵盖短视频创作、直播带货、社交媒体运营及 MCN 机构运营，全方位提升学生内容创作、直播表现、数据分析及团队协

作能力。实训中心与多家新媒体企业紧密合作，为毕业生提供实习及就业岗位，助力学生无缝对接职场。

通过这些实训基地的建设，学生能够在校园内接触到与行业同步的技术和设备，增强其实践能力和创新能力，为将来的就业和职业发展打下坚实的基础。学院还将持续更新实训设施，确保教学内容和实践环境与行业发展保持同步。

（五）校外实践基地

为提升网络营销与直播电商专业的实践教学质量，我院采取了一系列措施整合校内外优质实训教学资源。我们遵循“统筹规划、互惠互利、合理设置、全面开放、资源共享”的原则，与多家知名企业建立了稳固的合作关系，分别与腾讯、帆软、华为、优锴科技等企业建立合作关系，共同打造了8个校外实训基地。这些基地不仅为学生提供了丰富的实习机会，也使他们能够在真实的工作环境中锻炼职业技能，实现从学生到职业人的顺利过渡。

（六）教材图书

在教材图书方面，本专业教材选用国家级“十四五”规划教材、“教育部高职高专规划教材”“21世纪高职高专教材”等精品教材；网络营销与直播电商专业图书1万余册。

（七）制度建设

为保障教学质量，学院强调体系和制度的建立，并制定出相应的教师教学管理制度，其中教师管理制度12篇，教学管理制度34篇。

三、学校专业建设规划

（一）专业发展战略

学院明确以专业建设为核心的办学思路，推动专业集群化发展，坚持做大做强做精“数字化人才培养相关专业”的专业布局策略，紧密跟随山西省及大同市在数字经济、文旅产业及智能制造领域的新发展趋势，精心布局一批与区域、社会、行业需求高度契合，且具有鲜明区域特色和行业特色的专业，凸显“对接产业、以互联网为核心、就业为导向”的特色。学院坚持高质量发展，全面实施项目驱动教学法，深化产教融合的人才培养模式，为数字经济的蓬勃发展提供高素质的专业人才。

（二）专业建设规划

1. 专业集群建设思路

学院计划组建由软件与信息技术专业群、数字媒体技术专业群、智能系统与安全技术专业群等三个专业群构成的专业集群。

(1) 软件与信息技术专业群

该专业群由软件技术、大数据技术、人工智能技术应用、计算机应用技术、移动应用开发、工业软件开发技术等 6 个专业组成，涵盖了从基础软件技术到前沿技术应用的多个方面，旨在培养学生在软件开发、大数据分析、人工智能、计算机应用、移动应用及工业软件开发等领域的综合能力。其中：

软件技术：学习软件开发的基本理论、方法和工具，掌握编程语言、数据库、软件工程等核心技术。

大数据技术：专注于大数据的采集、存储、处理、分析和应用，培养学生在大数据领域的专业技能。

人工智能技术应用：研究人工智能的原理、方法和应用，包括机器学习、深度学习、自然语言处理等，培养 AI 领域的专业人才。

计算机应用技术：侧重于计算机系统的操作、维护、管理和优化，以及各类应用软件的使用和开发。

移动应用开发：专注于移动平台（如 iOS、Android）的应用软件开发，包括界面设计、功能实现和性能优化。

工业软件开发技术：面向工业领域的软件开发，如工业自动化、智能制造等，培养能够解决工业实际问题的软件工程师。

(2) 数字媒体技术专业群

该专业群由网络营销与直播电商、数字媒体艺术设计、数字媒体技术、商务数据分析与应用、智慧旅游技术应用、视觉传达技术等 6 个专业组成，聚焦于数字媒体的设计、制作、传播和管理，旨在培养学生在数字内容创作、网络营销、数据分析、智慧旅游等领域的综合能力。其中：

网络营销与直播电商：学习网络营销策略、直播技巧、电商平台运营等，培养适应互联网经济时代的营销人才。

数字媒体艺术设计：结合艺术与技术，进行数字媒体内容的创意设计，如 UI/UX 设计、动画制作、影视后期等。

数字媒体技术：研究数字媒体的制作、处理、传播和管理技术，包括音视频编辑、图像处理、虚拟现实等。

商务数据分析与应用：运用数据分析工具和方法，对商业数据进行挖掘和分析，为决策提供数据支持。

智慧旅游技术应用：结合旅游行业特点，运用信息技术提升旅游服务质量和效率，如旅游信息系统开发、智慧景区建设等。

视觉传达技术：专注于视觉信息的传达设计，如平面设计、广告设计、包装设计等，培养视觉传达领域的专业人才。

(3) 智能系统与安全技术专业群

该专业群由智能产品开发与应用、智能机器人技术、信息安全技术应用、嵌入式技术应用等4个专业组成，聚焦于智能产品的开发、智能机器人的应用、信息安全保障以及嵌入式系统的设计与实现，旨在培养学生在智能系统与安全技术领域的专业人才。其中：

智能产品开发与应用：研究智能产品的设计、开发、测试和应用，如智能家居、智能穿戴设备等。

智能机器人技术：学习机器人原理、控制技术、感知技术等，培养智能机器人领域的研发和应用人才。

信息安全技术应用：研究信息安全理论、技术和标准，保障信息系统的安全稳定运行，如网络安全、数据加密等。

嵌入式技术应用：专注于嵌入式系统的设计与开发，包括硬件设计、嵌入式软件开发、系统调试等，广泛应用于各类智能设备中。

2. 专业集群建设规划

建校初期，设置软件技术、大数据技术、人工智能技术应用、网络营销与直播电商、数字媒体艺术设计、智能产品开发与应用等6个专业。建校后的五年内，逐步将专业总数增加到16个左右。见表1。

表1 专业集群建设规划

序号	时间	专业代码	专业名称	所属专业群
1	建校初期	510108	智能产品开发与应用	智能系统与安全技术专业群
2		510203	软件技术	软件与信息技术专业群
3		510205	大数据技术	软件与信息技术专业群
4		510209	人工智能技术应用	软件与信息技术专业群
5		530704	网络营销与直播电商	数字媒体技术专业群
6		550103	数字媒体艺术设计	数字媒体技术专业群
7	建校后五年内	460304	智能机器人技术	智能系统与安全技术专业群
8		510201	计算机应用技术	软件与信息技术专业群
9		510204	数字媒体技术	数字媒体技术专业群
10		510207	信息安全技术应用	智能系统与安全技术专业群
11		510210	嵌入式技术应用	智能系统与安全技术专业群
12		510213	移动应用开发	软件与信息技术专业群
13		510214	工业软件开发技术	软件与信息技术专业群

14		530706	商务数据分析与应用	数字媒体技术专业群
15		540111	智慧旅游技术应用	数字媒体技术专业群
16		550102	视觉传达设计	数字媒体技术专业群

（三）持续优化专业建设

学院将根据山西省、大同市“数字山西”“数字大同”和传统企业转型升级的需求，不断加强专业内涵建设，持续优化专业课程结构、改革课程教学内容、创新课程教学模式，完善课程体系。

学校将全面实施项目式教学，并依托母公司多年紧贴科技企业一线需求的教育体系，引入华为、百度、京东、淘宝等企业的最新项目，通过实操实训，真实还原工作场景；并通过课堂与企业需求衔接，引导学生在学习知识的同时积累真实的工作经验和项目经验，实现全面了解企业工作流程，将理论转化为职业技能和职业能力，从而满足产业用人需求的学习目标。

四、行业、企业、就业市场调研

（一）山西省行业、企业、就业市场调研

山西省直播电商行业近年来发展迅速，成为推动地方经济增长的新动力。随着互联网技术的普及和消费者习惯的变化，直播电商在山西省逐渐成为重要的销售渠道，特别是在农产品销售、文旅推广等方面发挥了重要作用，同时山西省市场监督管理局发布《山西省直播电商合规指引（征求意见稿）》，旨在规范网络交易新业态监管，促进直播电商行业规范健康持续发展，并保护消费者合法权益，为直播电商行业蓬勃发展保驾护航。

1. 传统行业的需求

山西省的传统行业，如煤炭、钢铁等，正面临转型升级的需求。随着数字化转型的推进，这些行业开始积极探索如何利用网络营销与直播电商等新模式来拓宽销售渠道和提升品牌影响力。例如，一些传统企业通过直播带货的方式，将产品直接展示给消费者，增加了用户的互动体验，提高了销售效率。

2. 知名企业的需求

山西省的知名企业，如山西天宝集团，正在通过数字化、网络化、智能化的手段，提升企业的竞争力。这些企业对于网络营销与直播电商专业技术人才的需求日益增长，特别是在数据分析、市场策划、直播运营等方面需要大量的专业人才。

3. 新兴数字创意企业的需求

山西省正逐步将数字创意产业培育成重要的新兴产业。新兴的数字创意企业需要大量的网络营销与直播电商人才，以推动基于互联网的新型数字创意产业发展。这些人才不仅需要具备传统的营销知识，还需要了解数字技术，如VR/AR/AI等，以创造沉浸式的数字消费产品。

4. 就业市场分析

山西省直播电商行业近年来发展迅速，政府积极出台政策规范市场，推动行业健康发展。2022年，直播电商市场规模达到34879亿元，同比增长48%，用户规模达到4.7亿人，显示出巨大的市场潜力和用户基础。山西省认定了36家电商直播基地试点，以推动新业态发展。同时，山西省也启动了“青耘工程”等项目，旨在为青年提供电商就业和创业机会，推动电商产业发展。整体来看，山西省直播电商行业就业市场活跃，为各类人才提供了广阔的发展空间。表2-网络营销与直播电商就业岗位，梳理了山西省会太原市的应届生网络营销与直播电商岗位薪资、学历要求、工作经验要求等信息。

表2 网络营销与直播电商就业岗位

职位名称	招聘职位增长速度 (2024较2023)	职业能力	全国平均薪资	应届生均薪	太原应届生均薪	学历要求	工作经验要求
文案编辑	358%	掌握广告创意文案策划与文案撰写与编辑排版，擅长撰写各类营销文案，如软文、广告语等，以引起用户共鸣。	7,990	5,886	4,849	不限学历占 16.63%	不限经验占 29.45%
						大专学历占 47.71%	应届经验占 2.85%
						本科学历占 31.79%	1-3年经验占 44.35%
							3-5年经验占 11.05%
网络推广	533%	擅长制定独特且富有创意的营销策略，吸引用户关注。熟练掌握各种网络推广手段，如搜索引擎优化、社交媒体营销、论坛推广等。	9,750	7,560	6,555	不限学历占 47.43%	不限经验占 58.1%
						大专学历占 29.11%	应届经验占 2.09%
						本科学历占 10.05%	1-3年经验占 24.63%
							3-5年经验占 5.46%
电商运营	479%	熟练掌握各类电商营销活动和促销玩法，具备跨界合作意识，提升品牌知名度。擅长收集和分析店铺数据，发现问题并进行合理调整，优化运营策略。	10,892	6,829	5,627	不限学历占 23.59%	不限经验占 26.37%
						大专学历占 46.09%	应届经验占 2.01%
						本科学历占 21.47%	1-3年经验占 42.48%
							3-5年经验占 15.98%
短视频运营	256%	擅长挖掘热点话题，具备创意策划能力，撰写短视频脚本，设计剧情。熟悉各大短视频平	9,301	6,655	5,400	不限学历占 26.26%	不限经验占 31.66%
						大专学历占 43.77%	应届经验占 3.23%

		台运营规则，掌握短视频传播技巧，提高账号知名度和粉丝量。				本科学历占 22.91%	1-3年经验占 44.02%
直播运营	254%	掌握直播人、货、场整体搭建与运营，配合主播顺利开播，根据公司的产品服务执行各项营销方案，烘托直播间的气氛，上下链接、改价格，配合促销活动，以及其他后台操作事宜。	12,408	7,862	6,582	不限学历占 39.9%	不限经验占 31.75%
						大专学历占 36.06%	应届经验占 1.43%
						本科学历占 16.81%	1-3年经验占 44.5%
							3-5年经验占 11.46%
新媒体运营	359%	掌握新媒体平台（抖音、视频号、小红书等）下提高粉丝的数量以及粉丝粘性，维持正常的用户活跃度，追踪实时热点，并根据用户需求、产品特点及时进行创作，达到产品和品牌推广的目的。	9,290	6,655	5,400	不限学历占 26.26%	不限经验占 31.66%
						大专学历占 43.77%	应届经验占 3.23%
						本科学历占 22.91%	1-3年经验占 44.02%
							3-5年经验占 10.54%

（二）大同市行业、企业及就业市场调研

中商产业研究院《中国数字营销市场前景及投资机会研究报告》，以及《2023 中国数字营销年度报告》和《中国互联网络发展状况统计报告》等文件显示，中国数字营销市场规模在 2023 年达到 5962 亿元，网络直播用户规模达到 8.16 亿，电商直播用户接近 6 亿。这一趋势在大同市同样显著，行业对相关人才的需求日益增长。大同市行业对网络营销与直播电商人才的主要需求集中在网络营销专员、直播主播/助理、内容创作与编辑、数据分析与运营分析、新媒体运营等岗位。

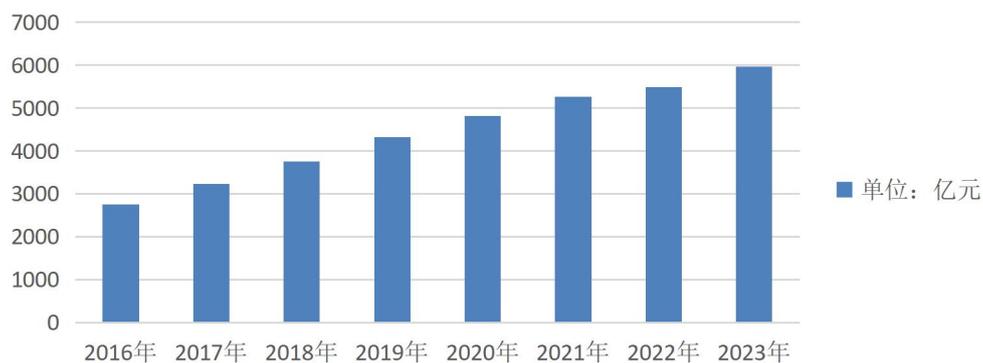


图1 2016-2023年中国数字营销市场规模趋势图（单位：亿元）

1. 传统行业的需求

大同市，特别是以黄花产业为代表的传统行业，正积极借助直播电商的力量，进行线上产品的推广与销售。面对这一新兴趋势，这些行业对网络营销与直播电商人才的需求

求变得尤为迫切。他们希望通过直播带货的方式，进一步拓展销售渠道，增强品牌的市场影响力。

2. 知名企业的需求

大同市的知名企业正积极与直播电商平台展开合作，以抖音大同电商直播基地为例，该基地旨在整合企业、高校及个体资源，致力于培育具有地方特色的示范性标杆直播企业。随着这种合作模式的深入，这些企业对具备网络营销与直播电商专业技术的优秀人才的需求日益增加。

3. 新兴数字创意企业的需求

大同市新兴数字创意企业对网络营销与直播电商人才的需求正在迅速增长。根据脉脉数据，市场对数字营销人才的需求在逐年上升，特别是在疫情后，需求同比增长率超过一倍。然而，目前大同市的电商直播行业仍处于起步阶段，在人才招聘方面，大同市举办了“海棠花开”创意人才招聘活动，吸引了众多有发展前景的企业参与，提供了大量就业岗位。例如，此次招聘会累计参加招聘企业 59 家，提供就业岗位 4972 个。这些举措有助于满足数字创意企业对网络营销与直播电商人才的需求，并推动行业快速发展。

4. 就业市场分析

大同市的就业市场对网络营销与直播电商专业人才的需求不断增加。随着直播电商的蓬勃发展，催生了一系列新就业方向，人才缺口问题日益凸显。大同市的网络营销与直播电商行业正处于快速发展阶段，展现出巨大的市场潜力和就业机会。目前，该行业在大同市还处于起步阶段，面临供应链、物流和专业人才等方面的挑战。为了推动行业发展，大同市政府已经出台了《大同市推动电子商务高质量发展行动方案（2021-2025 年）》，旨在通过政策支持和人才培养，促进电商直播行业的高质量发展。

大同市的电商直播带货尚处于初级阶段，但已经有一些个人和企业开始尝试这一新的营销模式。特别是“大同黄花”等地方特色农产品，通过直播电商的方式得到了有效的推广和销售。此外，抖音大同电商直播基地的落地，预示着大同市电商直播产业将迎来快速发展，为当地提供更多的就业机会。

五、人才需求分析和预测

（一）国家对网络营销与直播电商人才的需求

网络营销与直播电商行业的就业前景十分广阔，人才需求巨大。据艾媒智库《中国网络表演（直播与短视频）行业发展报告（2022-2023）》统计，截至 2022 年底，我国网络表演（直播）行业已经累计开通了超过 1.5 亿个主播账号。预计到 2025 年，直播

行业的人才缺口将增加到 1941.5 万人，这表明直播行业对人才的需求将快速增长，缺口数量将增加超过一倍。

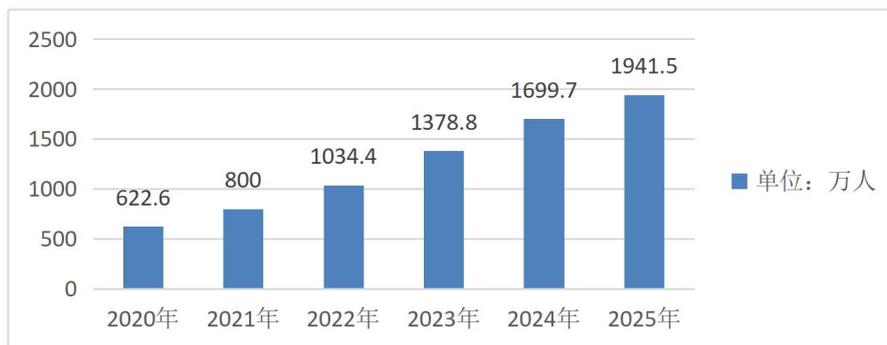


图22020-2025年中国直播人才缺口和预测（万人）

（二）山西省对网络营销与直播电商人才的需求

山西省的直播电商市场规模也在快速增长。据统计，2023年山西省网络零售额达到 787.1 亿元，同比增长 20.7%，直播电商在其中扮演了重要角色。直播电商的快速发展，不仅为消费者提供了新的购物体验，也为山西省的农产品、文化旅游产品等打开了更广阔的市场。在快速增长的情况下，对网络营销与直播电商人才必定也是稀缺的。

1. 积极出台政策，加大扶持力度

在政策层面，山西省出台了一系列措施，如提供资金奖补、税收优惠和创业支持，真金白银的奖励，以鼓励直播电商企业的发展。例如，阳城县人民政府印发了关于支持直播电商人才发展的十条措施，包括对引进明星主播的补贴、对基础人才的培养、对直播电商基地的建设和奖励等。

2. 省级电商直播基地试点，推动新业态发展

山西省对直播电商的支持力度显著，发展前景广阔。近年来，直播电商已成为推动地方经济发展的新引擎，尤其在山西省，这一业态得到了政府的高度重视和大力扶持。山西省商务厅积极推动省级直播电商基地试点建设，通过认定 36 家省级电商直播基地试点，整合优质资源，推动新业态发展。此外，山西省还启动了“电商兴晋 全民晋享”的直播电商季活动，旨在通过直播电商促进地方特色产品的销售和推广，提高品牌影响力。

3. 电商直播政策促进乡村e镇产品销售与推广

同时，山西省还与京东集团开展深度合作，搭建“中国特产·山西农特产馆”，为全省乡村 e 镇产品、山西老字号产品、区域名特优产品、景区酒店等提供宣传、展示、销售服务，助力山西优品集聚发展。这些政策的实施，不仅为直播电商行业提供了良好

的发展环境，也为从业者提供了稳定的就业渠道和职业发展机会。

山西省直播电商市场规模迅速增长，面临专业人才也会出现短缺，特别是主播、直播运营、供应链管理、电商营销及营销人才。

（三）大同市对网络营销与直播电商人才的需求

大同市在网络营销与直播电商领域快速发展，面临专业人才缺口。据《2022 中国短视频+直播电商领域多元化用工报告》，该领域未来三年内人才缺口将达千万量级。大同市电商直播处于起步期，存在供应链、价格、物流和人才不足的问题。尽管如此，直播电商在促进就业和经济增长方面发挥了积极作用，带动了新职业的产生，为边缘群体提供了就业机会。

为解决人才短缺问题，大同市采取了多项措施，包括建立 5G 直播基地、实施就业和人才服务中心的“十大行动”以及开设相关专业课程。大同互联网职业技术学院的网络营销与直播电商专业就是为满足行业人才需求而设立的。未来，大同市将继续推动人才培养和引进，以支持直播电商行业的持续发展。

综上所述，大同市对网络营销与直播电商人才的需求迫切，且随着行业的不断发展，这种需求将持续增长。预计未来几年，大同市将在人才培养、引进和就业支持方面采取更多措施，以满足行业发展的需要。

3. 申请增设专业人才培养方案

(应包括培养目标、基本要求、修业年限、就业面向、主要职业能力、核心课程与实习实训、教学计划等内容, 可续页)

一、基本信息

专业名称: 网络营销与直播电商

专业代码: 530704

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

3年

四、职业面向

本专业面向网络营销专员、新媒体运营、短视频运营、直播运营、内容策划等职业。本专业职业面向如表1所示。

表1 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)	主要岗位类别(或应用领域)	职业资格证书或技能等级证书
财经商贸大类(53)	电子商务类(5307)	互联网和相关服务(64) 批发业(51) 零售业(52)	电子商务师(4-01-06-01) 互联网营销师(4-01-06-02) 客户服务管理员(4-07-02-03) 市场营销专业人员(2-06-07-02) 电影电视制作专业人员(2-09-03)	电子商务运营助理 网络客服专员 网络推广助理 电子商务运营专员 直播电商运营专员 电子商务运营主管 网络营销策划 网络客服主管	互联网营销师证 全媒体运营师证 电子商务师证 网络营销师证 新媒体职业技能等级证书(中级) 电子商务职业技能等级证书(高级)

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展, 掌握扎实的科学技术文化基础和网络推广、直播销售、新媒体运营及相关法律法规等知识, 具备直播运营、内容策划与编辑、渠道开拓与运维等能力, 具有工匠精神和信息素养, 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素质技术技能人才。

(二) 培养规格

本专业培养规格如表2所示。

表2 专业培养规格详表

培养要求	具体内容

<p>素质要求</p>	<p>(1) 具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感，遵守法律，遵规守纪，具有社会责任感和参与意识。</p> <p>(2) 具有良好的职业道德和职业素养。遵守、履行道德准则和行为规范；尊重劳动、热爱劳动；具有工匠精神，崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的；具有信息素养和互联网思维；具有集体意识和团队合作精神，具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、职业生涯规划意识等从事相关职业应具备的其他职业素养要求。</p> <p>(3) 具有良好的身心素质和人文素养。达到《国家学生体质健康标准》要求，具有健康的体魄和心理、健全的人格；具有一定的审美和人文素养。</p>
<p>知识要求</p>	<p>(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。</p> <p>(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。</p> <p>(3) 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。</p> <p>(4) 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。</p> <p>(5) 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法。</p> <p>(6) 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法。</p> <p>(7) 掌握主流电子商务平台、直播平台的生态特征、运营规则和推广方式。</p> <p>(8) 掌握直播间搭建及直播活动策划的相关知识。</p> <p>(9) 掌握直播团队组建的相关策略。</p> <p>(10) 掌握商品选品技巧，以及供应链与供应商管理的相关知识。</p> <p>(11) 掌握直播运维数据统计分析、报告撰写以及客户服务与管理的相关知识。</p>
<p>能力要求</p>	<p>(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。</p> <p>(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。</p> <p>(3) 具有一定的哲学、美学、伦理、计算、数据、交互、互联网思维能力。</p> <p>(4) 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等。</p> <p>(5) 能够根据摄影色彩、构图策略进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片；能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度。</p> <p>(6) 具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作。</p> <p>(7) 具备一定的直播策划能力，能根据业务需求，确定直播目标、商品排期，策划整场直播执行脚本和单品脚本。</p> <p>(8) 具备一定的直播销售能力，能根据商品信息和单品脚本，专业地向客户介绍产品、回答咨询，促成粉丝转化和产品销售。</p> <p>(9) 具备一定的直播运营能力，能评估并选择合适的直播商品，配合主播完成直播各环节，并结合运营目标对直播各阶段数据进行持续监控与效果评估。</p> <p>(10) 具备一定的直播推广能力，能制作长图、海报、软文、短视频等宣传物料，并通过微信、微博、社群等新媒体渠道进行预热和引流，促进直播宣传引流、用户传播和裂变、直播二次传播。</p>
<p>六、课程设置与要求</p> <p>(一) 公共基础课程</p> <p>严格按照国家有关规定开足开齐公共基础课程。将思想政治理论课、体育、军事课、心理健康教育等课程列为公共基础必修课程，并将马克思主义理论类课程、党史国史、中华优秀传统文化、职业发展与就业指导、创新创业教育、语文、数学、外语、健康教育、美育、劳动教育、职业素养等列为必修课或限定选修课。</p>	

1. 公共基础课设置要求

(1) “思政课程+课程思政”设置要求

全面推动习近平新时代中国特色社会主义思想进课程，按规定统一使用马克思主义理论研究和建设工程思政课、专业课教材。

积极构建“思政课程+课程思政”大格局，推进全员全过程全方位“三全育人”，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。结合职业院校学生特点，创新思政课程教学模式。强化专业课教师立德树人意识，结合专业人才培养特点和专业能力素质要求，梳理每一门课程蕴含的思想政治教育元素，发挥专业课程承载的思想政治教育功能，推动专业课教学与思想政治理论课教学紧密结合、同向同行。将思想政治教育“润物细无声”地融入专业课程教学，把对真、善、美的追求贯穿于学生专业学习的全过程，增强学生对“技术与社会”“技术与人”关系的进一步认识。推动专业课程教学与思想政治理论课教学紧密结合，相互配合的问题，推动专业类课程与思政课建设形成协同效应。构建课程育人体系，发掘课程育人内容，创新人才培养模式，创新教学手段与方法，优化学校育人环境。要充分发挥所有课程育人功能，构建全面覆盖、类型丰富、相互支撑的课程体系，使各类课程与思政课同向同行，形成协同效应。

(2) 劳动课设置要求

劳动教育是中国特色社会主义教育制度的重要内容，直接决定社会主义建设者和接班人的劳动精神面貌、劳动价值取向和劳动技能水平。

职业院校以实习实训课为主要载体开展劳动教育，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育不少于16学时。要注重围绕创新创业，结合学科和专业积极开展实习实训、专业服务、社会实践、勤工助学等，重视新知识、新技术、新工艺、新方法应用，创造性地解决实际问题，使学生增强诚实劳动意识，积累职业经验，提升就业创业能力，树立正确择业观，具有到艰苦地区和行业工作的奋斗精神，懂得空谈误国、实干兴邦的深刻道理；注重培育公共服务意识，使学生具有面对重大疫情、灾害等危机主动作为的奉献精神。

把劳动教育纳入人才培养全过程，贯穿家庭、学校、社会各方面，与德育、智育、体育、美育相融合，紧密结合经济社会发展变化和学生生活实际，注重教育实效，实现知行合一，促进学生形成正确的世界观、人生观、价值观。

(3) 美育课程设置要求

全面贯彻党的教育方针，坚持社会主义办学方向，以立德树人为根本，以社会主义核心价值观为引领，以提高学生审美和人文素养为目标，弘扬中华美育精神，以美育人、以美化人、以美培元，把美育纳入学校人才培养全过程，贯穿学校教育各学段，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

加强美育与德育、智育、体育、劳动教育相融合，充分挖掘和运用各学科蕴含的体现中华美育精神与民族审美特质的心灵美、礼乐美、语言美、行为美、科学美、秩序美、健康美、勤劳美、艺术美等丰富美育资源。将公共艺术课程与艺术实践纳入学校人才培养方案，实行学分制管理，学生修满公共艺术课程2个学分方能毕业。

不断推动高雅艺术进校园，持续建设中华优秀传统文化传承学校和基地，创作并推广高校原创文化精

品，以大爱之心育莘莘学子，以大美之艺绘传世之作，努力培养心灵美、形象美、语言美、行为美的新时代青少年。

(4) 体育课程设置要求

学校体育是实现立德树人根本任务、提升学生综合素质的基础性工程。严格落实学校体育课程开设刚性要求，不断拓宽课程领域，逐步增加课时，丰富课程内容，将体育纳入专业人才培养方案，学生体质健康达标、修满体育学分方可毕业。不断完善“健康知识+基本运动技能+专项运动技能”的学校体育教学模式。保障学生每天校内、校外各1个小时体育活动时间。把职业教育体育课程与职业技能培养相结合，培养身心健康的技术人才。

认真梳理篮球、排球、毽球、健美操、武术、跳绳等体育项目，因地制宜开展传统体育教学、训练、竞赛活动，并融入学校体育教学、训练、竞赛机制，形成中华传统体育项目竞赛体系。涵养阳光健康、拼搏向上的校园体育文化，培养学生爱国主义、集体主义、社会主义精神，增强文化自信，促进学生知行合一、刚健有为、自强不息。

坚持健康第一的教育理念，推动青少年文化学习和体育锻炼协调发展，帮助学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

2. 公共基础必修课程设置

通过学习公共基础必修课，一方面为学生继续学习创造条件；另一方面通过学习培养良好的职业道德素养、身体素质、心理素质、礼仪修养素质等，为培养公民基本素养打好基础。

表3 公共基础必修课一览表

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	学时
1	入学教育、军事理论与技能	1. 知识目标：明确我军的性质、任务和军队建设的主要指导思想。 2. 能力目标：树立科学的战争观和方法论。 3. 素质目标：增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高。	中国国防、军事思想、战略环境和我国的军事战略、军事高技术和信息化战争等六部分	本课程通过理论教学和爱国主义教育，实行学分制管理，课程考核成绩记入学籍档案。 核分平时考核和期末考核两个环节，平时考核安排课内实践活动、日常作业占70%，期末考核占30%	64
2	思想道德与法制	1. 知识目标：理解和掌握当前大学生所处的时代状况和新时代对大学生提出的要求；理解人生目的和人生态度、人生价值的内涵及评价标准，树立正确的人生观；明确理想信念对大学生成长成才的意义作用；了解法律的本质，学习法律知识的意义，掌握中国特色社会主义法律体系的内容和宪法的发展历史、基本特征和宪法规定的公民基本权利和基本义务。 2. 能力目标：能用科学的人生观认真思考人生和正确选择人生活动；能辩证看待理想与现实的矛盾，能树立与社会理想相统一的个人理想；能用正确的爱国观来辨析自己和他人的言行，能在学习和工作中自觉训练创新思维；能用正确的是非观和良好的道德标准判断、约束自己和他人的言	思政理论的方法和途径；思政理论在时事热点问题中的应用与发展；思政理论与实际工作的结合与运用	课程采用案例教学、情境教学等方式，启发式、探究式、讨论式、参与式等多种方法实施教学。注重过程考核，平时考核占比70%，期末考核占比30%。	48

		行；通过对热点法律问题的讨论，初步具备以案说法的分析能力和评判能力。 3. 素质目标：培养大学生树立高尚的道德情操和坚定的思想政治素质；提升大学生的道德素质和法律素养；培养大学生具备完善的法律知识和法治观念；培养大学生形成健全和完善的人格。			
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	1. 知识目标：对中国共产党所坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻地理解，对马克思主义中国化时代化进程中形成的理论成果有更加准确地把握。 2. 能力目标：提高运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。 3. 素质目标：对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加深刻的认识，对“中国共产党能”“马克思主义行”“中国特色社会主义好”有更加深刻地认同，坚定对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信和文化自信。	毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想。	采用案例教学、情境教学等方式，启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，翻转课堂、混合式教学模式实施教学。 课程评价平时考核占60%，期末考核占40%。	32
4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1. 知识目标：通过教学，学生能把握习近平新时代中国特色社会主义思想的产生背景实践基础、主要内容、历史地位及重大意义；学生能够掌握习近平新时代中国特色社会主义思想，明白习近平新时代中国特色社会主义思想从理论和实践结合上系统回答新时代坚持和发展什么样的中国特色社会主义、怎样坚持和发展中国特色社会主义。 2. 能力目标：学生能系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容，形成正确的世界观、人生观、价值观；学生能够从对马克思主义中国化的历史进程的分析中，充分认识理论联系实际是马克思主义的基本原则；学生能够准确预测事物的发展方向以及在事物未来发展中可能出现的问题，对未来事物发展中可能出现的问题形成正确认识，并形成系统的解决方案。 3. 情感目标：使学生形成正确的世界观、人生观、价值观。培养不怕困难，勇往直前的优秀品格；学生能够善于与他人进行沟通与合作，具有良好的协作精神，诚实守信，团结互助。培养学生的集体主义精神；使学生牢固树立中国特色社会主义的理想信念，增强社会责任感与使命感。	习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、实现中华民族伟大复兴的重要保障、中国特色大国外交、坚持和加强党的领导。	本课程坚持理论和实践相结合，坚定“四个自信”，努力培养担当民族复兴大任的时代新人。 课程评价平时考核占60%，期末考核占40%。	32
5	形势与政策	1. 知识目标：理解国内外形势和政策的背景和现状、掌握经济、政治、文化等领域的重要形势和政策动态、熟悉国家战略发展规划和重大政策文件。 2. 能力目标：能够独立分析国内外形势变化的原因和影响。 3. 素质目标：培养学生对国内外形势的敏感性和洞察力，提高学生的跨文化沟通和国际。	四类专题：全面从严治党形势与政策；我国经济社会发展形势与政策；港澳台工作形势与政策；国际形势与政策	把基础知识与时事专题结合起来，采取线上线下混合式教学，课程注重过程考核，按学期进行，以提交专题论文、调研报告和在线作业为主。注重考核学习效果，平时成绩占40%，期末专题论文、调研报告成绩占60%。	32
6	中国共产党史	1. 知识目标：对学生进行系统的党史理论教育，帮助学生系统掌握党史、新中国史	中国共产党的发展历程；党的理论和实践	本课程要求教师要按照一定的时间顺序，	16

		、改革开放史和社会主义发展史，这记载了中国共产党带领中国人民，在不懈探索与奋斗中推动中华民族实现从站起来，富起来，到强起来的伟大飞跃的历程。 2.能力目标：培养学生能够以史鉴今、资政育人，重视从历史中汲取智慧和力量是中国共产党的优良传统。掌握马克思主义理论的深刻内蕴，从而坚定中国共产党的初心使命等。 3.素质目标：大学阶段重在增强使命担当，引导学生矢志不渝听党话跟党走。	；重要历史事件	系统讲授中国共产党的发展历程和重要历史事件，同时要采用案例分析、讨论、影像资料等多种资源引导学生深入思考党史中的重要问题和思想，激发学生对中国共产党的认同，坚定学生的信仰。 注重考核学习效果，平时成绩占40%，期末专题论文占60%。	
7	体育与健康	1.知识目标：了解健康的内涵、亚健康的成因、影响健康的因素，掌握提高身体素质的练习方法。学生通过良好的思想、道德、文化、科学素质，促进其全面发展。能根据自身体质健康状况，编制可行的适合个人的锻炼计划，具有一定的体育文化欣赏能力。 2.能力目标：基本掌握身体素质练习方法，发展身体增进健康，促进身心健康与适应社会的需要，重视娱乐价值与终身体育思想，促进学生个性发展。应用身体素质练习的基本方法，能够掌握两项以上运动技能或中国传统健身方法，能够进行科学的体育锻炼，发展各种体能和运动能力。增强体质，磨炼学生的坚强意志，为终身体育打下坚实的基础。 3.素质目标：根据学生自己的能力设置体育学习目标，能自觉通过体育活动改善心理状态，运用适宜的方法调节自己的情绪，建立良好的人际关系，养成积极乐观的生活态度；体验运动的乐趣和成功的喜悦，表现出良好的体育道德与合作精神。	篮球、足球、排球、网球、乒乓球、羽毛球、健美操、形体艺术、武术、瑜伽等专项课程，针对伤、病、残等学生开设体育保健课。	本课程通过讲解、示范等教学方法，构建“健康知识+体育文化+运动技能+教学比赛”的教学模式，帮助学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、磨练意志，要求学生能科学地进行体育锻炼，提高自己的运动能力，掌握有效提高身体素质的知识与方法。 平时成绩占60%，期末成绩占40%。	128
8	应用英语	1.知识目标：掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇、语用知识和必要的跨文化知识；掌握常用的英语阅读技巧；掌握常见的英语翻译技巧；掌握演讲稿、记叙文、说明文等英语应用文的常用词汇、词组和句型，以及书写格式。 2.能力目标：具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能，能够有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务；能阅读、翻译、填写和模拟套写日常和涉外活动中的常见英文资料和实用文字材料；能根据升学、就业等需要，采取恰当的方式方法，运用英语进行终身学习。 3.素质目标：能够通过英语学习获得多元文化知识，理解文化内涵，汲取文化精华；树立中华民族共同体意识和人类命运共同体意识；形成正确的世界观和价值观通过文化比较加深对中华文化的理解；继承中华优秀传统文化；增强文化自信；坚持中国立场，具有国际视野，能用英语讲述中国故事、传播中华文化。	基础词汇的使用；基本的语法规则；日常交际听说练习；中等难度英文资料阅读及简历等书写；中西方文化差异	要求学生能听懂有关熟悉话题的演讲、讨论、辩论和报告的主要内容。能就国内普遍关心的问题如环保、人口、和平与发展等用英语进行交谈，表明自己的态度和观点。能利用各种机会用英语进行真实交际。以任务教学法为主导结合交际法和合作教学法，在提高学生跨文化知识的同时利用英语APP让学生进行现实演练。 过程考核占60%，期末成绩占40%。	128
9	信息技术	1.知识目标：本课程通过丰富的教学内容和多样化的教学形式，帮助学生认识信息技术对人类生产、生活的重要作用，了解现代社会信息技术发展趋势，理解信息社	介绍大数据、物联网、人工智能等相关知识；介绍计算机的发展与应用；分组和学	采用案例教学、情境教学等方式，启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，	32

		<p>会特征并遵循信息社会规范。</p> <p>2. 能力目标：使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术，了解大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术，具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题。</p> <p>3. 素质目标：使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的持续发展奠定基础。</p>	<p>生一起拆开机箱，了解构造，再介绍各硬件，提示学生可由设备管理器得出本台机的硬件配置；介绍计算机中的数制和信息的编码</p>	<p>翻转课堂、混合式教学模式实施教学。课程评价平时考核占60%，期末考核占40%。</p>	
10	概率论与数理统计	<p>1. 知识目标：掌握概率论与数理统计的基本概念，了解基本原理和方法；掌握概率的基本性质及基本运算，会进行基本的概率计算；掌握随机变量概念及其概率分布，会用概率分布计算事件的概率；初步了解统计的基本方法。</p> <p>2. 能力目标：通过对本课程的学习，初步培养学生能够运用概率统计的方法去分析实际问题；通过概率论的学习，使学生初步掌握处理随机现象的基本思想和方法，培养学生运用数学方法分析解决问题的能力；通过数理统计的学习，使学生能以概率论为数学工具有效地收集使用受随机影响的数据做出统计推断和预测。</p> <p>3. 素质目标：培养学生探索精神，提高分析问题、解决问题的能力；学生形成严谨的数学思维和创新意识；提高学生的逻辑推理能力和抽象思维能力；提高学生的组织协调能力和认真细致的职业能力。</p>	<p>概率初步；随机变量的分布与特征；统计初步</p>	<p>采用案例教学、情境教学等方式，启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，翻转课堂、混合式教学模式实施教学。课程评价平时考核占60%，期末考核占40%。</p>	32
11	大学语文	<p>1. 知识目标：掌握口语交际的知识规律、原则技巧，懂得一定的社交礼仪知识；掌握一定的诗歌、小说、散文、戏剧等文学作品的基础知识，了解文学鉴赏的基本原理，掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法；掌握实用文体的格式要求和写作流程；掌握一定的硬笔书法理论；掌握必要的语法、修辞、逻辑知识，积累扩大词汇量，提高驾驭祖国语言文字的能力。</p> <p>2. 能力目标：进一步提高学生正确阅读、理解和运用语言文字的能力，加强硬笔书法的训练；能够熟练运用语文基础知识进行日常应用文的写作；能够流畅地用语言进行的日常的交流和工作，能够将语文知识与本专业课程相结合进行创造性的学习。为提高全面素质、养成综合职业能力和适应职业变化的能力奠定基础。</p> <p>3. 素质目标：激发学生热爱祖国语言的感情，培养中华民族的人文精神和社会主义思想道德品质，努力开拓学生的视野，注重培养创新精神，提高文化品位和审美情趣，具有严谨细致一丝不苟的职业素质。</p>	<p>“美文欣赏”模块阅读欣赏经典文学作品，培养学生语文阅读理解的能力，提升学生各方面的语文素养，接受优秀文化的熏陶，培育学生的发散性、创造性思维。</p> <p>“语言交际”模块学习常用口语交际形式的基础理论和方法技能，让学生在经历、体验、感受中学会与人交流，创造性地解决人际交往中的各种实际问题，提高语言交际能力，为日后的社会生活和职业生涯奠定基础。</p> <p>“应用文写作”模块学习生活、工作、学习中常见实用文的写作体例和要求，训练学生熟练掌握相关实用文的写作格式和流程，提高实用文体的写作能力。</p>	<p>采用案例教学、情境教学等方式，启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，翻转课堂、混合式教学模式实施教学。课程评价平时考核占60%，期末考核占40%。</p>	32
12	应用文写作	<p>1. 知识目标：了解常用文书的基本概念、特点、类别和作用，领会写作要求；掌握常用文书的体例和处理程序；了解同一模块中不同文种的区别，如：请示与报告、会议记录与会议纪要、自荐信与个人简历</p>	<p>“应用写作理论知识”、“日常应用文书写作”、“求职应聘文书写作”、“党政机关公文写作”、“</p>	<p>采用案例教学、情境教学等方式，启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，翻转课堂、混合式教</p>	16

		等。 2. 能力目标：能够运用通知、请示、报告、函等文种知识明确交往对象，确定写作的文种；能够应用写作基本要求对给定材料进行分析、提炼、运用；能够在分析、处理材料的基础上，应用比较、分类等方法，采取记叙、议论、说明等表达方式作出格式正确、语言规范的应用文书。 3. 素质目标：通过学习小组的项目训练，培养学生的公平竞争、团队合作精神；通过师生、生生之间的主体间交往，培养学生的独立开拓思维和人文关怀素质。	礼仪文书写作”、“新闻传播文书写作”、“常用事务文书写作”	学模式实施教学。课程评价平时考核占60%，期末考核占40%。	
13	大学生安全教育	1. 知识目标：通过《大学生安全教育》课程的学习，学生能够掌握基本的安全知识和技能，了解安全法律法规和规章制度，形成正确的安全观念和行为习惯。这些知识不仅有助于学生在校园生活中避免安全事故的发生，还有助于学生在未来的职业生涯中应对各种安全风险。 2. 能力目标：《大学生安全教育》课程注重培养学生的实践能力、应变能力和团队协作能力。通过模拟演练、案例分析等形式，学生能够锻炼自己的应对能力和解决问题的能力；同时，在团队协作中学会相互支持、相互帮助，形成良好的团队合作精神。 3. 素质目标：通过系统学习，学生不仅能够获得全面的安全知识，形成强烈的安全意识，还能树立对自身和他人的安全责任感，这些素质的培养不仅有助于学生避免安全事故，还将为大学生未来的个人成长和职业发展奠定坚实的基础，促进身心健康的全面发展。	以“案例导入”—“案例讨论”—“安全讲坛”—“析案明理”—“实战演练”—“小结归纳”的模块化设计贯穿始终，其中，“案例引入”模块汇集高职院校的典型案列，加强对学生的正面引导，“安全讲坛”部分为教师知识点讲授阶段；“析案明理”板块用真实、生动的案例启示大学生，培养大学生的法律意识和人文素养；“案例讨论”与“实战演练”板块充分体现“以学生为中心，以教师为主体”的教学思路，让大学生能够在“做中学、学中做”掌握真本领，“小结归纳”板块可以帮助大学生巩固所学的知识，重点强调如何应用是课程关键。	采用案例教学、情境教学等方式，启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，翻转课堂、混合式教学模式实施教学。课程评价平时考核占60%，期末考核占40%。	32
14	心理健康教育与实践	1. 知识目标：了解心理健康的有关理论与基本概念。 2. 能力目标：在大学生容易出现困惑的一些主题上，增强自我探索，掌握自我调适的基本方法，培养自我认知能力、人际沟通能力和自我调节能力。 3. 素质目标：切实提高大学生心理素质，促进学生全面发展。	初识心理健康、认识自我、情绪调节及压力应对、学会学习、人际交往、恋爱及性心理、人格与心理健康和生涯规划	本课程采用案例教学、情境教学、团体活动等方式，启发式、探究式、讨论式、参与式等方法实施教学。注重过程考核，平时考核占比70%，期末考核占比30%	32
15	大学生职业发展与就业指导	1. 知识目标：掌握职业生涯规划与设计的基本方法。 2. 能力目标：能进行职业生涯设计与规划，熟悉求职择业方法和技巧。 3. 素质目标：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，把个人发展与国家需要、社会发展相结合。	如何上大学；职业与兴趣、价值观、专业选择等关系，正确认识自己、认识他人、认识社会，做出合适的职业生涯规划；提高职业素质，增强职业意识，塑造职业形象提高就业竞争力；撰写求职材料，训练求职能力。	采用讲座形式进行教学，课堂上运用角色扮演、案例分析、实战操作、模拟演练、视频演示等方法实施教学。课程考核总成绩=平时出勤×50%+(职业规划书或毕业生推荐表、自荐书)/考试成绩×50%	16

16	创新创业教育	<p>1. 知识目标：学会分析不同类型大学生创新创业的特点、了解创业计划书的基本格式与内容、了解创业准备、创业资源、创业融资、创办企业流程等。</p> <p>2. 能力目标：掌握搜索材料和筛选材料的能力、培育独立制作创业计划书的能力。</p> <p>3. 素质目标：培养学生发展创新思维和创造力、独立思考和解决问题的能力，激发创新精神和创新潜能。</p>	<p>创新创业思维与方法；创业基本素质与能力；创业者与创业团队；创业机会与创业环境；创业资源与创业模式</p>	<p>本课程以科学性、系统性、针对性和操作性为原则，考虑学生的创业实践需求及认知特点，打破知识传授为主要特征的课程模式，转变为以工作任务为中心组织课程内容，让学生在完成具体项目过程中，构建相关理论知识，提升创新创业能力。</p> <p>日常作业占70%，期末考核占30%。</p>	16
17	大学美育	<p>1. 知识目标：使学生掌握美学基本理论、艺术鉴赏方法及中外艺术史概览，构建系统的美学知识体系。</p> <p>2. 能力目标：培养学生独立思考、批判性分析及创造性表达的能力，能够在日常生活中发现并欣赏美，运用美学原理解决实际问题。</p> <p>3. 素质目标：促进学生形成健康向上的审美情趣，增强文化自信与人文关怀，培养成为具有高尚情操与良好审美修养的复合型人才。</p>	<p>美学原理；艺术概论；中西方艺术史、音乐、美术、影视、舞蹈、戏剧等多个艺术门类鉴赏。</p>	<p>通过理论讲授与案例分析相结合的方式，深入浅出地探讨美的本质、艺术的功能与形式、各艺术门类的特征与发展脉络，同时设置实践环节，如艺术创作体验、艺术展览参观、经典作品赏析讨论等，让学生在实践中深化理解，提升审美感知与创造力。</p> <p>过程考核占70%，期末成绩占30%。</p>	16
18	劳动教育	<p>1. 知识目标：使学生掌握基本的劳动知识、技能及劳动法律法规，理解劳动的价值与意义。</p> <p>2. 能力目标：培养学生的动手能力、团队协作能力和问题解决能力，使他们在实践中学会创新与合作。</p> <p>3. 素质目标：强化学生的劳动观念，树立尊重劳动、热爱劳动的良好风尚，形成勤奋、坚韧、负责的劳动品质，为未来的职业生涯和社会生活奠定坚实基础。</p>	<p>劳动科学基础知识、劳动法律法规、劳动安全与卫生等内容。</p>	<p>通过理论讲授帮助学生建立正确的劳动观念，实践体验部分则通过校园劳动、社区服务、职业体验等多种形式，让学生在真实的劳动场景中动手操作、亲身体验，感受劳动的艰辛与乐趣，提升劳动技能与素养。</p> <p>过程考核占70%，期末成绩占30%。</p>	16

3. 公共基础选修课程设置

推动中华优秀传统文化融入教育教学，加强革命文化和社会主义先进文化教育。深化体育、美育教学改革，促进学生身心健康，提高学生审美和人文素养。根据有关文件规定开设关于国家安全教育、节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），并将有关知识融入到专业教学和社会实践中。

表4 公共基础选修课一览表

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	学时
1	中华优秀传统文化	<p>1. 知识目标：理解中华优秀传统文化的核心概念、思想体系和价值观念、基本历史背景、流派发展和代表性作品、经典著作、典故和传统艺术形式。</p>	<p>中国传统文化与建筑；弘扬传统美德，演绎家国情怀；诸子百家思想精华；国学经典导读；</p>	<p>使用多种教学手段和媒体，如讲座、讨论、实地考察、多媒体展示等教学方法，激发学生的学习兴趣 and 积极性，让</p>	16

		2. 能力目标：分析和解读中华优秀传统文化中的思想观点和文化内涵、能够应用中华优秀传统文化的智慧和价值观念，进行问题思考和解决。 3. 素质目标：培养对中华文化的自信和身份认同，增强文化自觉和文化自尊心，培养良好的道德修养和社会责任感，践行中华优秀传统文化的理念和价值观。	散文；小说史话； 书法艺术；诗词古韵。	学生亲身体验中华传统文化的魅力。 过程考核占70%，期末成绩占30%。	
2	商业伦理和企业社会责任	1. 知识目标：认识商业伦理价值的核心内涵及重要性，并基于对管理实践案例的讨论，加强对市场竞争环境下企业伦理决策与非伦理行为动因与后果的认识。 2. 能力目标：帮助学生形成基于中国制度和文化情境的商业伦理分析框架和专业知识，增强学生价值认知、理论思辨和逻辑思维等能力。 3. 素质目标：融入十九大报告精神中对构建新时代商业文明和伦理价值的最新要求，引导学生深入探讨强化党组织治理、弘扬优秀传统文化、激发企业家精神等制度和文化因素在优化商业伦理情境、增强企业社会责任，重塑现代商业文明中的积极价值。	伦理价值与伦理行为；产品市场中的伦理行为；人力资源市场中的伦理行为；资本市场中的伦理行为；重塑企业伦理价值	使用多种教学手段和媒体，如讲座、讨论、实地考察、多媒体展示等教学方法，激发学生的学习兴趣 and 积极性，让学生亲身体验中华传统文化的魅力。 过程考核占70%，期末成绩占30%。	16

（二）专业（技能）课程

1. 行业企业发展与人才需求状况

国家统计局数据显示，2022年，全国电子商务交易额达 43.83 万亿元，按可比口径计算，比上年增长 3.5%。网经社电子商务研究中心与赢动教育共同发布了《2022年度中国电子商务人才状况调查报告》，报告显示，被调查企业中，39.6%的企业急需淘宝、天猫等传统运营人才；36.63%的企业急需新媒体、内容创作、社群方向人才。43.56%的企业急需主播（助理）、网红达人方向人才；24.75%的企业需要数据分析与运营分析人才；18.81%的企业需要客服、地推、销售人才，其中运营和主播方向人才缺口最大。网络营销和直播电商行业的迅速发展，企业对于网络营销、直播销售等方面的专业人才需求量会越来越大，具备相应专业知识和技能的人才将在这一行业中有更好的发展机会。

2. 专业（技能）课程设置要求

遵循“五对接”的原则，即专业设置与产业需求对接，课程内容与职业标准对接，教学过程与生产过程对接，毕业证书与职业资格证书对接，职业教育与终身学习对接，同时考虑到与应用型本科、中等职业教育课程体系的衔接，构建专业课程体系。课程体系构建以职业能力为本，突出应用性和实践性，注重学生职业能力和职业精神的培养，将本专业的新技术、新方法、新工艺融入教育教学中。专业课程实施理实一体教学模式。

3. 岗位职业能力分析与课程体系构

基于高职教育培养高素质技能型人才的指导思想，我院网络营销与直播电商专业在深入企业对专业人才需求调研的基础上，分析企业从业人员的职业行动领域、完成岗位所需知识、技能、素质。进一步将职业行动领域向学习领域进行转换，提炼本专业所应开设的职业技能课程，职业技能课程的教学采用现代教学法进行教、学、做一体化的教学。其课程体系构建突出应用性和实践性，教学内容将理论性教育和实践

能力培养相结合，在保证基础知识教育能够满足学生职业生涯需要的基础上，着重进行技术能力培养，使其技术教育的针对性和实用性符合时代发展的需要。从而使本院培养的网络营销与直播电商专业毕业生与企业所需的专业人才实现零差距的对接。

表5 岗位职业能力分析与课程体系构建一览表

序号	专业 (技能) 课程	职业岗位					备注
		互联网渠道开拓与运维、直播销售、直播运营、客户服务与管理、网络推广、市场策划等技术领域					
		典型工作任务					
		直播销售	直播运营	客户服务与管理	网络推广	市场策划	
		对应的岗位职业能力					
		在现场随着事件的发生、发展进程同时制作和播出节目的营销方式，该营销活动以直播平台为载体，达到企业获得品牌的提升或是销量的增长的目的。	直播运营通过策划内容和脚本，对接商务沟通，推广引流，提高在线人数，不断持续做数据优化和运营，从而充分利用粉丝经济，达到相应营销目的。	建立、维护并发展顾客关系而进行的各项服务工作的总称，其目标是建立并提高顾客的满意度和忠诚度、最大限度地开发利用顾客。	企业官网的优化工作；独立负责各大搜索引擎账户的投放及优化工作；负责问答平台推广和维护；主动拓展网络推广渠道，增强品牌网络曝光量和知名度。等等	职责包括市场调研、目标市场、营销策略、品牌定位、创意和实施等	
1	短视频采集与制作	√			√	√	核心课
2	电子商务数据分析		√	√	√	√	核心课
3	直播表述与销售技巧	√		√			核心课
4	直播营销策划	√	√			√	核心课
5	电子商务运营		√	√	√		核心课
6	直播运营管理		√	√		√	核心课

7	管理学	√	√	√			
8	电子商务 概论	√	√		√		
9	品类管理		√	√			
10	直播电商 美工设计				√	√	
11	市场营销 概论	√		√	√	√	
12	消费者行 为实务			√			
13	新媒体营 销	√		√	√	√	
14	专业英语	√					核心课
15	网店运营 管理		√	√			核心课

4. 专业基础课程设置

表6 专业基础课程一览表

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	学时
1	管理学	<p>能力目标：能够根据管理基本原理及学科体系，能够综合运用管理知识对现实中的管理现象进行正确的分析和应用；</p> <p>知识目标：正确理解管理的涵义，掌握管理学所涉及的核心概念和理论；</p> <p>素质目标：培养学生崇高的敬业精神和良好的职业道德，有积极的开拓精神和创新意识，良好的团队合作精神；</p>	<p>管理学是从管理实践中总结、归纳、抽象和概括出来的科学原理，它着重研究管理的客观规律和具有共性的基本理论。围绕管理的计划、组织、领导、激励、控制、创新等职能展开各章内容。</p>	<p>1.教学方法：教学做一体化教学引入《管理学》教学；选择项目注重实用性、创新性和前瞻性；从管理的工作流程出发综合运用案例教学、视频教学、翻转课堂、微课学习、情景模拟等多种教学方法，开展线上线下混合式教学，强化岗位训练与实战。</p> <p>2.考核方式：平时成绩包括出勤情况、上课回答问题、完成线上线下作业、课内实践报告等形成性考核占总成绩的50%。期末成绩采取综合考核的形式，要求能够根据需求，完成直播策划并掌握相关知识技能。</p>	48
2	电子商务概论	<p>知识目标：了解电子商务的定义和组成要素，熟悉电子商务主要模式及平台特征；掌握微信、短视频、直播等主要网络营销模式；</p> <p>能力目标：能运用相关知识开展网络购物，执行网上开店基本操作；能初步执微博、微信营销活动，能编写公众号推文；等</p> <p>素养目标：坚持社会主义核心价值观，树立正确的人生观，职业理想信念坚定；具有良好的职业道德，自觉遵守行业法律法规。</p>	<p>《电子商务概论》课程是网络营销与直播电商专业的专业基础课程之一，同时也是本专业部分课程的核心课程，主要研究和介绍电子商务的基本概念、模式、原理及其应用。学习本课程要求学生熟悉电子商务基础知识、数据分析等。</p>	<p>1.教学方法：从电子商务工作流程出发，综合运用案例教学、视频教学、翻转课堂、微课学习、情景模拟等多种教学方法，开展线上线下混合式教学，强化岗位训练与实战。</p> <p>2.考核方式：平时成绩包括出勤情况、上课回答问题、完成线上线下作业、课内实践报告等形成性考核占总成绩的50%。期末成绩采取综合考核的形式，要求能够独立完成一场直播并掌握相关知识技能，占总成绩的50%。</p>	48

3	品类管理	<p>知识目标：掌握品类定义的方法、品类角色定位法、全方面的品类估法、目标管理法、策略向战术转化的方法及ABC分析法等。</p> <p>能力目标：掌握商品组织结构表学并对小分类进行单品配置；对品类角色进行评估同时根据评估结果制定品类发展目标；</p> <p>素养目标：逐步提高学生走向社会需要的适应能力、实际操作能力；逐步锻炼其团队协作能力、沟通协调能、灵活变通能力等。</p>	<p>《品类管理》课程培养学生的品类定义能力、品类角色定位能力、品类评估能力、制定品类目标和选择品类策略的能力，同时能够熟练掌握品类管理的五大战术，并对品类管理在相关企业内部的具体落地实施能够有所推动，通过到企业去参观学习等方式，在课程学习的过程中锻炼其团队协作能力、思维创新能力、沟通能力。</p>	<p>1.教学方法：以品类管理工作过程为导向，完成从市场分析、确定产品定位到产品数据化管理并到达一定目标的整个过程。采用探究式、互动式、情景式教学方法对各环节进行学习，充分发挥学生在学习中的主体作用。</p> <p>2.考核方式：注重的多元化评价和过程考核。平时成绩占50%，包括考勤、课堂表现、作业、课内实践、课堂测试等。期末考核占50%，主要考核电商运营相关理论知识。</p>	48
4	直播电商美工设计	<p>知识目标：学会用有效的方法确定网店的装修风格；学会如何对网店页面进行配色，熟知常用的配色方法和技巧；掌握去除水印、局部擦除、美化处理、调整模特身形、锐化图像的方法等</p> <p>能力目标：能够设计网店的店招与导航、店铺首页轮播区模块等；掌握箱包店铺首页设计中的各种技术要点和操作技巧。</p> <p>素养目标：培养学生观察、发现问题的能力；培养学生团队协作能力、自主学习能力、创新能力；培养独立思考问题、分析问题、解决问题的能力。</p>	<p>“网店美工”这个针对网店页面视觉设计的新兴职业。图像处理基于网店美工岗位，课程从淘宝、天猫网店美工角度出发，以为卖家提供全面、实用、快捷的店铺视觉设计与装修指导为主旨。</p>	<p>1.教学方法：以直播电商实战为主，利用公共平台资源进行在线演练。上手熟悉各种操作、应对各种情况，在实战中积累经验，形成好的仪容仪表习惯。</p> <p>2.考核方式：采用过程和结果相结合的考核。其中，过程考核占60%，包括出勤情况、课堂作业完成质量；结果考核占40%，指最终的直播整体表现。</p>	48
5	市场营销概论	<p>知识目标：正确认知课程性质、任务及研究对象，全面了解营销课程体系、结构，整体认知营销；</p> <p>能力目标：能运用市场营销的调研手段，进行调查问卷设计，组织实地调研并分析结果，撰写调研报告；能运用定位理论为产品进行产品定位设计；</p>	<p>《市场营销概论》课程主要以“课堂教学、仿真模拟、实训演练”的教学模式，以真实任务和仿真任务为导向选取和整合、序化教学内容。形成易于在建构中学习，适于形象思维型智能特点，与相应职业资格标准吻合，由简单到复</p>	<p>1.教学方法：本课程教学过程中，灵活运用模块化案例教学、案例分析、小组讨论、实地调研、启发引导、汇报交流、多媒体等教学方法与手段，形成项目引导、行业支持、融“教、学、做”为一体的课程特色。本课程采用项目导向、任务驱动、案例</p>	48

		能针对不同的产品生命周期调整产品策略； 素养目标： 具备可持续发展的学习与适应能力；具备良好的职业素养（职业道德、职业习惯、职业素质）；具备强烈商业信誉观；具备较强的专业技能；	杂的营销、目的地营销、饭店营销、商品营销四项学习情境。	教学、教学做一体化的“工作站”式教学模式。在教学中采用边讲解、边操作、边指导的方法进行教学。 2.考核方式：强化过程考核，平时成绩占比60%，平时成绩分作品综合评定与小测两个版块，通过多次小测，对每次课前布置的自学情况进行检验，考查重点是知识、课下；作品评定则考查学生工作成功，考查重点是技能、课上。	
6	消费者行为实务	知识目标： 全面掌握消费心理学和消费行为学的基本知识和技能。 能力目标： 能从事与消费者消费活动有关的信息搜集、信息整理和信息分析，并具备发现问题、分析问题和解决问题的能力。 素养目标： 坚持社会主义核心价值观，树立正确的人生观，职业理想信念坚定；具有良好的职业道德，自觉遵守行业法律法规；具有良好的学习习惯、执行能力和协作能力；	《消费者行为实务》是一门应用性较强的学科。本课程的研究对象是了解消费者心理，解释消费者行为，最终能通过企业的营销手段引导消费者的消费行为。本课程所包含的消费者行为理论及分析技术已经成为营销、管理及传播等专业学生的必备知识和技能，能够帮助企业更好地把握消费者的心理特点和规律，根据不同消费者的心理需求，制定营销策略方案，提高营销工作的针对性和有效性。	1.教学方法：综合运用案例教学、视频教学、翻转课堂、微课学习、情景模拟等多种教学方法，开展线上线下混合式教学，强化岗位训练与实战。 2.考核方式：平时成绩包括出勤情况、上课回答问题、完成线上线下作业等形成性考核占总成绩的50%。期末成绩综合考核电子商务数据分析相关知识技能，占总成绩的50%。	48
7	新媒体营销	知识目标： 根据“必需”、“够用”的原则，让学生了解并掌握新媒体营销的基本理论、基本方法，着重在解决实际问题中的应用能力。 能力目标： 培养学生利用网络工具开展市场调研、收集处理商务信息、撰写商情报告的能力；运用网络工具开展公关活动、进行公关策划的能力；新媒体营销策略综合运用能力。 素养目标： 坚持社会主义核心价值观，树立正确的人生观，职业理想信念坚定；具有良好的职业道德，自觉遵守行业法律法规；具有良好的学习习惯、执行能力和协作能力；	本课程内容是使学生通过本课程的学习使学生掌握新媒体营销策划与岗位的基本知识，实现解决完整项目的策划与创新能力，实现课网融合。	1.教学方法：采用讲授法、案例法、任务驱动法、多媒体教学。改革教学方法，融“教学做”于一体。打破传统的课堂讲授与实训教学分段实施的方式，而是在校内学生创新中心设计中心，边讲授、边训练。 2.考核方式：课程整体成绩有课程考核成绩和职业技能认证（实践）成绩两部分组成，其中课程考核成绩占课程整体成绩50%，职业技能认证（实践）成绩占课程整体成绩的30%，平时成绩占课程整体成绩20%。	48

5. 专业核心课程设置

表7 专业核心课程一览表

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	学时
1	直播营销策划	<p>1.知识目标 掌握直播策划内容和流程；掌握直播策划的方法；掌握直播脚本的类型</p> <p>2.能力目标 能够进行整场直播策划；能够撰写直播脚本；能够制定直播策略</p> <p>3.素质目标 具备创意策划的能力；具备良好的沟通能力和团队协作能力；具有岗位时代意识</p>	<p>1.直播策划概述</p> <p>2.直播策划的内容和流程</p> <p>3.直播目标制定</p> <p>4.直播执行脚本和产品脚本设计</p> <p>5.直播电商内容策略</p> <p>6.直播电商渠道策略</p> <p>7.直播电商传播策略</p>	<p>1.教学方法：从直播策划的工作流程出发综合运用案例教学、视频教学、翻转课堂、微课学习、情景模拟等多种教学方法，开展线上线下混合式教学，强化岗位训练与 实战。</p> <p>2.考核方式：平时成绩包括出勤情况、上课回答问题、完成线上线下作业、课内实践报告等形成性考核占总成绩的50%。期末成绩采取综合考核的形式，要求能够根据需求，完成直播策划并掌握相关知识技能。</p>	48
2	直播运营管理	<p>1.知识目标 了解直播运营在直播活动中的定位，明确工作 内容、职责；掌握直播运营的内容和流程，直播运营的核心内容；掌握常见类型的直播运营活动，如开播、场控等。了解直播运营的评估方法，并能够进行数据分析。</p> <p>2.能力目标 通过本课程的学习，能够针对完整运营直播活动。沟通协调 能力：通过本课程的学习，能够协调直播过程中相关方，整合相关资源。</p> <p>3.素质目标 能够从企业需求出发，兼顾各方利益，提升沟通能力和社交能力；使用与实践创新思考方法，消除不良思维习惯，提升工作、学习效率。</p>	<p>1.认识直播运营；分析直播电商行业和主流直播电商平台。</p> <p>2.打造直播间。能够装修布置一个合格的直播间。</p> <p>3.开播前的运营准备。包括直播选品；挖掘直播商品卖点；直播预告的制作与发布。</p> <p>4.直播实施与运营。包括直播场控、直播互动技巧、处理直播中的危机。</p> <p>5.直播间粉丝运营。识别直播粉丝、获取粉丝，并建立粉丝群。</p> <p>6.直播复盘。认识直播数据指标；分析直播流量权重；优化直播效果。</p> <p>7.组建直播团队。</p> <p>8.建立与MCN机构的合作</p>	<p>1.教学方法：从直播运营的工作流程出发，综合运用案例教学、视频教学、翻转课堂、微课学习、情景模拟等多种教学方法，开展线上线下混合式教学，强化岗位训练与实战。</p> <p>2.考核方式：平时成绩包括出勤情况、上课回答问题、完成线上线下作业、课内实践报告等形成性考核占总成绩的50%。期末成绩采取综合考核的形式，要求能够独立完成一场直播并掌握相关知识技能，占总成绩的50%。</p>	64
3	电子商务运营	<p>培养学生具备：</p> <p>1.市场感知能力；</p> <p>2.借助第三方平台开设网店的能力；</p> <p>3.网店推广能力；</p> <p>4.完成网店日常运营的能力；</p> <p>5.店铺运营数据分析能力；</p> <p>6.良好的团队合作精神，出色的沟通能力以及学生自主创新 能力。</p>	<p>1.网上开店</p> <p>2.网店的设计与装修</p> <p>3.商品发布</p> <p>4.网店推广</p> <p>5.网店客服</p> <p>6.网店数据分析</p>	<p>1.教学方法：以工作过程为导向，完成从市场分析、确定店铺定位到店铺数据化运营并到达一定目标的整个过程。采用探究式、互动式、情景式教学方法对各环节进行学习，充分发挥学生在学习 中主体作用。</p> <p>2.考核方式：注重的多元化评价和过程考核。平时成绩占50%，包括考勤、课堂表现、作业、课内实践、课堂测试等。期末考核占50%，主要考核电商运营相关理论知识。</p>	48

4	直播表述与销售技巧	<p>1.熟悉常用平台直播禁忌。</p> <p>2.掌握营销步骤及不同应用场景的话术设计技巧。</p> <p>3.专业自信的的进行表达。</p>	<p>1.常用平台直播规则:淘宝、抖音、快手、拼多多等平台直播规则及语言禁忌；</p> <p>2.各应用场景直播话术技巧：包括直播预告场景、开播欢迎场景、暖场、引导关注、活跃直播间氛围场景直播话术技巧等；</p> <p>3.语言表达技巧。</p>	<p>1.教学方法 以实战为主，利用公共平台资源进行在线演练。上手熟悉各种操作、应对各种情况，在实战中积累经验，形成好的仪容仪表习惯。</p> <p>2.考核方式：采用过程和结果相结合的考核。其中，过程考核占60%，包括出勤情况、课堂作业完成质量；结果考核占40%，指最终的直播整体表现。</p>	48
5	短视频采集与制作	<p>1.知识目标 短视频的类型；短视频拍摄的构图、色彩、光线等重要基础知识；短视频的特质和基本要求。</p> <p>2.能力目标 能够根据须求，进行短视频拍摄策划；能够撰写脚本，拍摄短视频；掌握剪辑的必要技术，熟练掌握常用剪辑APP的基础功能。</p> <p>3.素质目标 学会以摄像师的视角观察生活，发现拍摄的题材、角度等；提升对视频作品的鉴赏能力；能够站在受众的角度思考问题，拍出受众能看懂、喜欢看，甚至主动点赞转发的短视频。</p>	<p>1.摄影摄像原理：镜头的工作原理；光圈、快门、ISO、景深、焦距、帧率等核心概念。</p> <p>2.光线的使用：光的基本性质；常用的光线角度；直播的布光。</p> <p>3.景别：远全中近特等景别；景别的剪辑组接。</p> <p>4.镜头运动：推拉摇移升降甩跟等几种不同的镜头运动方式；固定镜头、运动镜头的剪辑组接。</p> <p>5.后期剪辑：镜头剪辑的基础知识；升降格镜头；转场、音乐、音效、声画对位与卡点。</p> <p>6.常用手机剪辑APP的使用。</p>	<p>1.教学方法：翻转课堂，将理论教学及部分实训任务前置到课前，课堂时间以学生为主体，执行实训任务或对学生作品进行点评指导。项目式教学，以项目为单位，对知识体系进行重构。</p> <p>2.考核方式：强化过程考核，平时成绩占比60%，平时成绩分作品综合评定与小测两个版块，通过多次小测，对每次课前布置的自学情况进行检验，考查重点是知识、课下；作品评定则考查学生工作成功，考查重点是技能、课上。</p>	64
6	电子商务数据分析	<p>学生能够对直播电商数据分析在实际运营过程中的作用、价值、意义形成更系统、清晰的认识；帮助学员能够理解直播电子商务数据分析的内涵、意义、作用、思路、工具；通过直播数据分析目标，对直播数据进行监测和分析，完成直播复盘。掌握直播电商数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析，包括：市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析；能够根据市场、运营、产品等不同电子商务情境下数据分析目标，开展数据监控、分析，及时进行直播复盘。</p>	<p>1.直播电商数据认知：直播电商数据分析的工作流程和价值。</p> <p>2.直播电商指标与监测：直播电商数据分析指标选择；数据采集工具选择。</p> <p>3.电子商务数据分析：市场数据分析；运营数据分析；产品数据分析。</p> <p>4.数据监控与直播复盘：直播数据监控认知；异常数据鉴别与分析；撰写直播复盘报告。</p>	<p>1.教学方法：综合运用案例教学、视频教学、翻转课堂、微课学习、情景模拟等多种教学方法，开展线上线下混合式教学，强化岗位训练与实战。</p> <p>2.考核方式：平时成绩包括出勤情况、上课回答问题、完成线上线下作业等形成性考核占总成绩的50%。期末成绩综合考核电子商务数据分析相关知识技能，占总成绩的50%。</p>	48

7	网店运营与推广	<p>1.知识目标 掌握网店运营推广内容和流程；掌握直播策划的方法；掌握直播脚本的类型</p> <p>2.能力目标 能够进行整场直播策划；能够撰写直播脚本；能够制定直播策略</p> <p>3.素质目标 具备创意策划的能力；具备良好的沟通能力和团队协作能力；具有岗位时代意识</p>	<p>1.网上开店</p> <p>2.网店的设计与装修</p> <p>3.商品发布</p> <p>4.网店推广</p> <p>5.网店客服</p> <p>6.网店数据分析</p>	<p>1.教学方法：以工作过程为导向，完成从市场分析、确定店铺定位到店铺数据化运营并到达一定目标的整个过程。采用探究式、互动式、情景式教学方法对各环节进行学习，充分发挥学生在学习中的主体作用。</p> <p>2.考核方式：注重的多元化评价和过程考核。平时成绩占50%，包括考勤、课堂表现、作业、课内实践、课堂测试等。期末考核占50%，主要考核电商运营相关理论知识。</p>	64
8	专业英语	<p>1.知识目标：掌握专业词汇、表达句型，以及快速阅读专业英语的能力；</p> <p>2.能力目标：能够理解专业文章的英译汉和汉译英的技巧；能用英语书写专业文章摘要、学术会议通知、学术交流信件等。学生具有简单的英语会话能力。</p> <p>3.素质目标：具有终身学习与持续发展的意识和能力。</p>	<p>阅读和翻译初阶；精读入门；专业文选；专业论文写作基础；查阅专业文献基本知识。</p>	<p>教学方式：课堂讲授，案例分析，小组讨论相结合。</p> <p>考核方式：平时成绩 30%（课堂出勤和互动 50%+课堂作业与测验 50%；）+阶段测试 20%+期末测试 50%。</p>	32

6. 专业选修课程设置

表8 专业选修课程一览表

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	学时
1	电子商务文案撰写	<p>1.知识目标 对电商文案有基本认识，了解电商文案的基本职责。</p> <p>2.能力目标 掌握电子商务文案的标题写作、电子商务文案的正文写作、商品卖点提炼与展现、商品详情页文案写作和电商品牌文案写作等</p> <p>3.素质目标 培养文案工作者的职业规范和理念；能够从企业需求出发，使用与实践创新思考方法，消除不良思维习惯，提升工作、学习效率。</p>	<p>电子商务文案岗位是基于我国蓬勃发展的电子商务行业而兴起的一类职业，针对电商文案这一岗位，从岗位要求、职业素养、学习领域入手，详细介绍了电子商务文案撰写攻略、商品认知与卖点提炼、网店内页文案策划与写作、网络推广文案策划与写作、内容电商文案写作与发布等知识。</p> <p>主要有6章内容，分别为电子商务文案认知、电子商务文案撰写攻略、商品认知与卖点提炼、网店内页文案策划与写作、网络推广文案策划与写作、内容电商文案写作与发布。</p>	<p>1.教学方法：从直播运营的工作流程出发，综合运用案例教学、视频教学、翻转课堂、微课学习、情景模拟等多种教学方法，开展线上线下混合式教学，强化岗位训练与实战。</p> <p>2.考核方式：平时成绩包括出勤情况、上课回答问题、完成线上线下作业、课内实践报告等形成性考核占总成绩的50%。期末成绩采取综合考核的形式，要求能够独立完成一场直播并掌握相关知识技能，占总成绩的50%。</p>	32

2	图像处理 PR	<p>1.知识目标 短视频的类型；短视频拍摄的构图、色彩、光线等重要基础知识；短视频的特质和基本要求。</p> <p>2.能力目标 能够根据须求，进行短视频拍摄策划；能够撰写脚本，拍摄短视频；掌握剪辑的必要技术，熟练掌握常用剪辑APP的基础功能。</p> <p>3.素质目标 学会以摄像师的视角观察生活，发现拍摄的题材、角度等；提升对视频作品的鉴赏能力；能够站在受众的角度思考问题，拍出受众能看懂、喜欢看，甚至主动点赞转发的短视频。</p>	<p>1.摄影摄像原理：镜头的工作原理；光圈、快门、ISO、景深、焦距、帧率等核心概念。</p> <p>2.光线的使用：光的基本性质；常用的光线角度；直播的布光。</p> <p>3.景别：远全中近特等景别；景别的剪辑组接。</p> <p>4.镜头运动：推拉摇移升降甩跟等几种不同的镜头运动方式；固定镜头、运动镜头的剪辑组接。</p> <p>5.后期剪辑：镜头剪辑的基础知识；升降格镜头；转场、音乐、音效、声画对位与卡点。</p> <p>6.常用手机剪辑APP的使用。</p>	<p>1.教学方法：翻转课堂，将理论教学及部分实训任务前置到课前，课堂时间以学生为主体，执行实训任务或对学生作品进行点评指导。项目式教学，以项目为单位，对知识体系进行重构。</p> <p>2.考核方式：强化过程考核，平时成绩占比60%，平时成绩分作品综合评定与小测两个版块，通过多次小测，对每次课前布置的自学情况进行检验，考查重点是知识、课下；作品评定则考查学生工作成功，考查重点是技能、课上。</p>	48
3	直播综合 实训	<p>1.知识目标 了解直播的基本概念和特点；</p> <p>2.能力目标 掌握直播的技术要点和操作流程；能够独立进行直播实践，并达到一定的效果。</p> <p>3.素质目标 具备电商行业、广告行业、商品所属行业等的法律法规意识和保密意识及一定的平台规则学习能力；具备敏锐的观察能力，及随机应变与问题解决能力。</p>	<p>本课程主要内容为新媒体运营直播电商的相关业务流程、方法和工具。以电商店铺运营的视角，结合理论与实际，依靠真实智慧供应链平台“好生意”管理商品订单业务，结合新媒体运营设置创建线上店铺及直播带货形式，从而全面掌握新技术、新方法、新平台下的技术技能要求。一共有搭建直播电商管理平台、店铺业务管理、店铺运营、直播带货实战、后端数据管控分析五个模块。</p>	<p>1.教学方法 利用讲授法和直观演示法，全面介绍直播电商供应链的平台与基础业务操作，同时利用任务驱动法和自我学习法，促进学生对电商运营实训、实战环节的全面学习与应用。同时，利用公共资源进行在线演练。上手熟悉各种操作、应对各种情况，在实战中积累经验。</p> <p>2.考核方式：采用过程和结果相结合的考核。其中，过程考核占60%，包括出勤情况、课堂作业完成质量；结果考核占40%，指最终的直播整体表现。</p>	48
4	直播商务 礼仪	<p>1.知识目标 掌握商务礼仪的概念、本质和功能，了解商务人员礼仪修养包括的主要内容，把握培养商务人员礼仪修养的方法。</p> <p>2.能力目标 运用所学的商务礼仪基础理论知识，研究相关案例，培养和提高与商务人员礼仪修养相关的问题分析与方案决策能力。</p> <p>3.素养目标 根据商务人员礼仪修养的内容和培养商务人员礼仪修养的方法，培养守礼、用礼的良好习惯。</p>	<p>引导学生参加提高商务人员礼仪修养的实践；了解培养并提高商务人员礼仪修养的相关内容与方法，并阅读相关资料、法律和职业道德要求，切实体验在提高商务人员礼仪修养等有效率的活动中，培养专业能力与职业核心能力，通过践行职业道德规范，促进健全职业人格的塑造。</p>	<p>1.教学方法：从直播的工作流程出发，综合运用案例教学、视频教学、翻转课堂、微课学习、情景模拟等多种教学方法，开展线上线下混合式教学，强化岗位训练与实战。</p> <p>2.考核方式：平时成绩包括出勤情况、上课回答问题、完成线上线下作业、课内实践报告等形成性考核占总成绩的50%。期末成绩采取综合考核的形式，要求能够独立完成一场直播并掌握相关知识技能，占总成绩的50%。</p>	48

5	网络客户服务	<p>1.知识目标 通过本课程的学习, 要使学生认识网络客户服务在现代企业经营管理中的地位、意义和作用; 理解网络网络服务的概念和基本原理;</p> <p>2.能力目标 从市场发展的规律研究出发, 从理论到实践, 掌握网络经客户服务理论与实践技能。</p> <p>3.素质目标 具备网络客户服务人员的素质、作用及职能。</p>	<p>客户服务属于围绕核心产品所开展的附加服务, 它是从客户出发、为客户着想, 直接服务于客户的需求的一个长期过程, 而不是所谓的销售活动, 它通过客户满意度和生产效率的提高来达到长期利润最大化的目的, 它的手段有现场服务以及通过电信、快递、网络等开展的以信息沟通为目的的活动。</p>	<p>1.教学方法: 综合运用案例教学、视频教学、翻转课堂、微课学习、情景模拟等多种教学方法, 开展线上线下混合式教学, 强化岗位训练与实践。</p> <p>2.考核方式: 平时成绩包括出勤情况、上课回答问题、完成线上线下作业等形成性考核占总成绩的50%。期末成绩综合考核电子商务数据分析相关知识技能, 占总成绩的50%。</p>	48
---	--------	---	---	---	----

7. 实践课程设置

加强实践性教学, 实践性教学学时原则上占总学时数50 %以上。严格执行《职业学校学生实习管理规定》(教职成〔2021〕4号)有关要求, 要积极推行多种实习方式, 强化以育人为目标的实习实训考核评价。学生顶岗实习时间为1年, 可根据专业实际, 集中或分阶段安排。推动职业院校建好用好各类实训基地, 强化学生实习实训。统筹推进文化育人、实践育人、活动育人, 广泛开展各类社会实践活动。

通过实习实训主要培养同学们运用本专业主要设备的操作能力, 熟悉本专业典型工作任务的工作流程和工作规范, 理解和熟悉本专业工作岗位的各种规章制度, 培养良好的从事本专业工作的基本职业态度和职业素养, 认同企业和行业的相关文化, 在工作中具有一定的创新意识和创新能力等专业能力。培养学生良好的沟通协调能力、理解和执行任务的能力、较好的团队合作精神和能力, 积极应对困难和挫折的能力, 对环境的适应能力, 较强的自主学习能力等职业核心能力。

根据专业培养目标、人才培养规格和岗位资格标准, 按学生的认知规律, 体现高等职业教育的职业性和岗位针对性, 建立符合培养目标要求的基本实践能力、专业技术应用能力、专业综合实践能力有机结合的实践课程体系。

(1) 社会实践课程

表9 社会实践课程设置

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	学时
1	社会实践	巩固理论学习效果, 了解国情、了解社会、增强社会责任感使命感, 提升适应社会、服务社会的能力	传承中华优秀传统文化; 志愿者服务; 提升职业素养; 环保主题; 创新创业等	过程考核与提交调研报告相结合	16
2	志愿者服务与公益活动	爱心助人, 服务民众, 提升个人能力, 促进社会进步, 弘扬社会主义核心价值观, 激发参与者社会责任感和使命感, 引导他们关注社会问题、关心他人需求。弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿服务精神提升参与者在志愿服务和公益活动中的实际操作能力和解决问题的能力。推动社会公益事业的发展和社会进步的实现。	院团委、各系部志愿者协会, 教师志愿者按照相关要求参加各类志愿者活动	过程考核	16

(2) 专业实践课程

表10 专业实践课程一览表

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	学时
1	短视频制作实训	知识目标： 1. 掌握短视频拍摄工作流程； 2. 掌握短视频剪辑工作流程； 能力目标： 1. 具有独立工作能力； 2. 具有拍摄、剪辑实践动手能力； 3. 具有团队协作能力。 素质目标： 1. 具有热爱学习、刻苦钻研的精神； 2. 具有举一反三、灵活运用专业知识的思维。	1. 企业级短视频作品拍摄训练 2. 企业级短视频剪辑训练	课程性质及建议： 本课程是专业课中的集中实训课程，教师应根据学生对岗前专业技能的学习情况选择相应的教学内容、教学情境； 教学方法： 专业课教师应分工协作，合理分配各项技能训练的时间，帮助学生达到专业岗位要求； 考核评价： 课堂考勤占20%；过程性考核占30%；期末考试成绩占50%。	72
2	直播带货实战	知识目标： 1. 了解直播带货工作流程； 2. 掌握直播选品方法； 3. 掌握直播引流推广方法； 4. 掌握直播复盘。 能力目标： 1. 具有独立工作的能力； 2. 具有团结协作的工作能力； 3. 具有工作任务策划能力。 素质目标： 1. 职业道德和敬业能力； 2. 团队协作精神； 3. 集体意识和社会责任心； 4. 认真、严谨的态度。	1. 建立直播管理sop 标准化工作流程 2. 职责分工 3. 话术撰写 4. 账号与样品准备 5. 货品上架与营销 玩法搭建 6. 直播场景搭建	课程性质及建议： 本课程是专业课中的集中实训课程，教师应根据学生对岗前专业技能的学习情况选择相应的教学内容、教学情境； 教学方法： 专业课教师应分工协作，合理分配各项技能训练的时间，帮助学生达到专业岗位要求； 考核评价： 课堂考勤占20%；过程性考核占30%；期末考试成绩占50%。	72
3	顶岗实习	知识目标： 1. 了解专业岗位的工作过程； 2. 熟悉工作任务的相关内容； 3. 掌握工作岗位的专业技能。 能力目标： 1. 具有独立工作能力； 2. 具有实践动手能力； 3. 具有团队协作能力。 素质目标： 1. 具有爱岗敬业、吃苦耐劳的良好品质和求真务实的工作作风； 2. 具有良好的职业道德和创新精神。	1. 顶岗实践前的准备 2. 企业顶岗实践 3. 实践报告	课程性质及建议： 本课程是专业课中的集中实训课程； 教学方法： 企业指导教师负责学生专业技能教学，学校指导教师负责学生日常管理及协调沟通； 考核评价： 企业指导教师对学生实习的综合考核占70%；学校指导教师对学生的实习报告进行评价，占30%。	720
4	毕业答辩	知识目标： 1. 了解专业岗位的工作内容； 2. 掌握实际工作基本方法和步	1. 题目选定 2. 毕业作品撰写 3. 毕业答辩	课程性质及建议： 本课程是专业课中的集中实训课程；	72

		骤。 能力目标： 1. 具有独立工作的能力； 2. 具有团结协作的工作能力； 3. 具有工作任务策划能力。素质目标： 1. 具备实事求是、严肃认真的工作作风； 2. 具备刻苦钻研，勇于创新的工作精神。		教学方法： 指导教师应根据学生的专业特点以及选题指南，指导学生依据任务书的要求制定毕业设计工作进度计划及设计方案； 考核评价： 毕业设计总成绩按照指导教师评定成绩占60%、答辩小组评定成绩占40%的权重计算。	
--	--	--	--	---	--

(3) 职业技能等级证书（职业资格证书）

为了进一步发挥好学历证书作用，夯实学生可持续发展基础，鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得多类职业技能等级证书，提高就业创业本领，缓解结构性就业矛盾。

表11 专业资格证书

序号	证书名称	等级
1	互联网营销师证	初级
2	全媒体运营师证	中级
3	电子商务师证	中级
4	网络营销师证	高级
5	新媒体职业技能等级证书（中级）	中级
6	电子商务职业技能等级证书（高级）	高级

七、教学进程总体安排表

（一）教学进程表

网络营销与直播电商专业教学进程表

课程类别	课程编号	课程名称	负责单位	学分分配			学时分配			修读学期	考核类型	
				总学分	理论学分	实践学分	总学时	理论学时	实践学时			
公共基	思想政治与文	X01801	入学教育军事理论与技能	学生工作部	4	2	2	64	32	32	1	考查
		Y01601	思想道德与法治	思政部	3	2	1	48	32	16	1	考试

基础课	化基基础课	Y01602	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	思政部	2	1.5	0.5	32	24	8	2	考试
		Y01603	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	思政部	2	1	1	32	16	16	3	考试
		Y01604	形势与政策	思政部	2	2	0	32	32	0	1,2,3,4	考查
		Y01605	中国共产党史	思政部	1	1	0	16	16	0	5	考试
		Y01508	体育与健康	基础教育部	8	0	8	128	0	128	1,2,3,4	考查
		Y01507	应用英语	基础教育部	8	6	2	128	96	32	1,2	考试
		X01101	信息技术	软件工程系	2	1	1	32	16	16	1	考查
		Y01504	概率论与数理统计	基础教育部	2	2	0	32	32	0	2	考试
		Y01505	大学语文	基础教育部	2	2	0	32	32	0	2	考试
		Y01506	应用文写作	基础教育部	1	1	0	16	16	0	3	考查
	创新创业与人文素质课	X01501	大学生安全教育	学生工作部	2	1	1	32	16	16	1	考查
		X01502	心理健康教育与实践	学生工作部	2	1	1	32	16	16	1	考查
		Y01701	大学生职业发展与就业指导	产教融合创新中心	1	1	0	16	16	0	3,4	考查
		Y01702	创新创业教育	产教融合创新中心	1	1	0	16	16	0	2	考查
		Y01703	大学美育	学生工作部	1	1	0	16	16	0	2	考查
		Y01704	劳动教育	学生工作部	1	0	1	16	0	16	3	考查
	小计				45	26.5	18.5	720	424	296		
	公共选修课	Y05601	中华优秀传统文化	思政部	1	1	0	16	16	0	4	考查
		Y05301	商业伦理和企业社会责任	基础教育部	1	1	0	16	16	0	5	考查
		公选课	基础教育部	1	1	0	16	16	0	3	考查	
小计				3	3	0	48	48	0			
合计				48	29.5	18.5	768	472	296			
专业课	专业基础课	Z02301	管理学	商学系	3	1.5	1.5	48	24	24	1	考试
		Z02302	电子商务概论	商学系	3	1.5	1.5	48	24	24	1	考试
		Z02303	品类管理	商学系	3	1.5	1.5	48	24	24	2	考试
		Z02304	直播电商美工设计	商学系	3	1.5	1.5	48	24	24	2	考查
		Z02305	市场营销概论	商学系	3	1.5	1.5	48	24	24	3	考试
		Z02306	消费者行为实务	商学系	3	1.5	1.5	48	24	24	3	考试
		Z02307	新媒体营销	商学系	3	1.5	1.5	48	24	24	3	考查
	小计				21	10.5	10.5	336	168	168		
	Z03301	短视频采集与制作	商学系	4	2	2	64	32	32	2	考查	

专业核心课	Z03302	电子商务数据分析	商学系	3	1.5	1.5	48	24	24	3	考试	
	Z03303	直播表述与销售技巧	商学系	3	1.5	1.5	48	24	24	4	考查	
	Z03304	直播营销策划	商学系	3	1.5	1.5	48	24	24	4	考试	
	Z03305	电子商务运营	商学系	3	1.5	1.5	48	24	24	2	考试	
	Z03306	直播运营管理	商学系	4	2	2	64	32	32	4	考试	
	Z03307	网店运营与推广	商学系	4	2	2	64	32	32	4	考查	
	Z03308	专业英语	商学系	2	2	0	32	32	0	3	考试	
	小计				26	14	12	416	224	192		
	专业选修课	Z04301	电子商务文案撰写	商学系	2	1	1	32	16	16	2	1
		Z04302	图像处理PR	商学系	3	2	1	48	32	16	3	2
		Z04303	直播综合实训	商学系	3	2	1	48	32	16	3	2
		Z04304	直播商务礼仪	商学系	3	2	1	48	32	16	3	2
		Z04305	网络客户服务	商学系	3	2	1	48	32	16	3	2
		专业选修课	商学系	2	2	0	32	32	0	2	2	
小计				16	7	9	256	176	80	16	7	
合计				111	61	50	1776	1040	736	111	61	
专业实践课	Z06301	短视频制作实训	商学系	4	0	4	72	0	72	5	4	
	Z06302	直播带货实战	商学系	4	0	4	72	0	72	6	4	
	Z07301	顶岗实习	商学系	60	0	60	720	0	720	5,6	60	
	Z08301	毕业答辩	商学系	2	0	2	72	0	72	6	2	
总计				181	61	120	2712	1040	1672		181	

(二) 教学过程统计表

1. 课程分学期安排表

表 12 分学期安排表

学年	学期	学时数(学时)			学分数(分)
		总学时	理论教学学时数	实践教学学时(含上机、实验和课内实践)	
第一学年	1	408	216	192	25.5
	2	440	280	160	27.5
第二学年	3	432	240	192	27
	4	464	272	192	29
第三学年	5	464	32	432	36
	6	504	0	504	36
合计		2712	1040	1672	181

2. 学时分配比例表

表 13 学时分配比例表

课程性质	课程类别	学分	学时	学时占比
必修课程	公共课程	45	720	26.6%
	专业基础课程	21	336	12.4%

	专业核心课程	26	416	15.3%
	小 计	92	1472	
选修课程	公共课程	3	48	1.8%
	专业课程	16	256	9.4%
	小 计	19	304	
集中实践性环节		70	936	34.5%
合 计		181	2712	
公共课程学时占比		28.4%		
选修课程学时占比		11.2%		
实践性教学学时占比		61.7%		

八、实施保障

（一）师资队伍

本方案实施需要建立由专业带头人、骨干教师、“双师素质”教师、企业技术专家或技术能手共同组成的教学团队，生师比建议不高于 18:1；具有研究生学位教师占专任教师的比例达 35%以上；具有高级职务教师占专任教师的比例达 30%以上；专业基础课和专业课中双师素质教师比例达 50%以上；兼职教师数占专业课与实践指导教师合计数之比达 40%以上。

1. 专业带头人

各专业校企各配置 1 名专业带头人，其中，校内专业带头人应具有副高及以上技术职称，从事电子商务相关教学工作 10 年以上；对本专业的前沿动态、行业发展、岗位需求等有较深入的了解，准确把握网络营销与直播电商专业建设与教学改革方向，具有对本专业发展的规划能力；主持省级以上科研和教研项目；与企业联系紧密，在行业和企业中具有一定的知名度。专业带头人必须是“双师素质”教师。校外专业带头人应为本专业领域资深专家，在行业企业中具有较大的影响力。

2. 骨干教师

专业教学团队应配置骨干教师 4 名以上。骨干教师应具有中级及以上职称，从事电子商务与教学工作 5 年以上，具有网络营销与直播电商的理论与实践经验；承担 2 门以上专业课，具有课程开发及教学设计的能力，能够合理利用各种教学条件，采用不同教学方法和手段组织教学；能够开发校本教材、实训指导书，制作多媒体教学课件，建设精品网络资源共享课；到校企合作企业挂职锻炼，熟悉市场营销策划设计施工及管理的现状趋势，熟悉毕业生所从事工作岗位的要求，骨干教师必须是“双师素质”教师。

3. “双师素质”教师

“双师素质”教师应具有高等学校助理讲师（或以上）教师技术职务，年度考核合格，又具备下列条件之一：近五年有两年（可累计）以上企业工作经历；近五年有三年（可累计）以上企业兼职工作经历；近五年主持（或主要参与）2 项应用技术研究，成果已被企业使用，效益良好；近五年主持（或主要参与）两项校内实践教学设施建设或提升技术水平的设计安装工作，使用效果好，在省同类院校中居先进水平；具有中级（或以上）电子商务系列专业技术职称或国家注册执业资格证书、职业资格证书者。其他情况可由学院教学指导委员会认定。

4. 兼职教师

企业兼职教师应具有熟练的网络营销与直播电商岗位技术能力和一定的教学水平，从事电子商务相关岗位工作3年以上；具有中级以上专业技术职务或高级工以上职业资格或在本行业享有较高声誉、具有丰富实践经验和特殊技能的“能工巧匠”；企业兼职教师上课或担任学生实践指导任务前，需经过教育教学培训；企业兼职教师承担专业实践课及顶岗实习学时数达50%以上，形成稳定的企业兼职骨干教师队伍。

5. 本专业教师实际配备情况

本专业配备有校企专业带头人、骨干教师、企业兼职教师等，专业教学团队人员结构见表14。

表14 教师一览表

专任教师			兼职教师	
专业带头人	骨干教师	双师素质教师	企业兼职带头人	企业兼职教师
1	2	7	1	2

(1) 校内专任教师

校内专任教师10人，其中，博士学位1人，硕士学位2人，学士学位7人。副高及以上职称4人，讲师4人，助教2人；其中双师型素质教师7人。专任教师老中青结合，梯队合理，符合高职教学的要求。

(2) 企业兼职教师

现有企业兼职教师3人。

(二) 教学设施

教学设施上要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 教室条件

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. 校内实训基地

表15 校内实习基地情况一览表

序号	实训室名称	主要设备名称及数量
1	网络直播间实训室	3*6m背景布(含背景架) 1套 直播间补光灯 1套 监控显示器 1台 桌椅 15套 直播摄像头4k 1套 声卡直播设备 1套 显示器 1台 独显主机 1台 交换机 1台

2	计算机综合实训室	电脑主机 50台 显示器 50台 投影仪 1台 电脑桌椅 50套 交换机 1台 多媒体中控台 1台 电视机 1台
3	腾讯云高校云计算与人工智能实训中心	服务器 1台 交换机 4台 程序开发软件 1套 多媒体中控台 1套 电视机 1套 电脑主机 1台
4	华为数字人及鸿蒙应用开发创新实训中心	OceanStor 2200 V3存储系统 1台 S5720-L1交换机 1台 NetEngine AR6000-S路由器 1台 华为好望 NVR800 1台 面板AP AirEngine 5762S 1台 放装AP AP5050DN-S 1台 监控-筒机 C21系列 1台 监控-半球 C21系列 1台 智慧屏 1 B3-86 AC控制器 1 AieEngine 9700S-S 鲲鹏服务器 1 2U
5	传智短视频直播实训室	服务器 1台 交换机 4台 程序开发软件 1套 多媒体中控台 1套 电视机 1套 电脑主机 1台 3*6m背景布(含背景架) 1套 海康威视直播摄像头4k高清智能美颜摄影头套装全套设备 1套 魅声G9声卡直播设备全套套装 1套 Godox神牛 直播间补光灯 1套 监控显示器 1台

3. 校外实训基地

(1) 国家职业教育教学标准

校外实训基地基本要求为：具有稳定的校外实训基地；能够开展数字化营销、短视频制作与直播带货等实训活动，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。

(2) 校外实践教学配置情况

按照“统筹规划、互惠互利、合理设置、全面开放、资源共享”的原则，我院网络营销与直播电商专业与本地企业以及北京等外地企业合作，已建立了8个校外实训基地。学生通过在校外实训基地顶岗实习

(毕业综合实践)，以实际工作项目为主要实习任务，以“准职业人”身份参与企业真实工作环境的锻炼，积累工作经验，培养综合职业素质与能力，从而完成从学生到企业员工的个人身份“蜕变”。

表 16 校外实训基地一览表

序号	名称	岗位类型
1	广州禹迹科技有限公司大同分公司	文案策划、网络营销
2	腾讯云计算（北京）有限责任公司	短视频拍摄与剪辑、短视频运营
3	北京磨刀刻石科技有限公司	直播运营、直播主播
4	大同数字城市投资建设有限责任公司	电商客服、社群运营
5	同辉佳视（北京）信息技术股份有限公司	直播运营、直播主播
6	北京优锆科技有限公司	短视频拍摄与剪辑、短视频运营
7	北京中教智业信息技术研究院有限公司	文案策划、网络营销
8	华为软件技术有限公司	短视频拍摄与剪辑、短视频运营、直播运营

（三）教学资源

1. 教材资源

教材是教学内容的载体，可以呈现教学大纲的内容，也可以体现教学方法。内容适度、结构合理的教材是教学质量保证的重要因素，建议从以下几方面加强教材建设。

（1）校企合作共建“理实一体化”教材

专业组教师要联合企业一线技术专家，紧贴生产实际，合作完成教材编写。教材要将真实项目引入教材，实现理论知识学习和实际应用一体化；教材要面向教学过程、结合学生实际合理设置理论教学和技能训练环节，实现“教、学、做”甚至是“教、学、做、考”合一。

教材以项目为核心，每一教学单元建议采用教学导航、课堂讲解、课堂实践、课外拓展的环节开展教学。教学单元结束后，通过“单元实践”进一步提升技能；相关课程结束后，通过“综合实训”提升学生的综合能力。

（2）选用优质的国家级高职高专规划教材

充分利用多年来各出版社的教材建设成果，尤其是国家级“十四五”规划教材、“教育部高职高专规划教材”、“21世纪高职高专教材”等精品教材、优质教材，根据本专业课程和教学要求选用合适的教材。

2. 网络资源

本专业积极开发和建立专业数字化教学资源库，目前已经在高校教辅平台

(<http://yuanxiao.boxuegu.com>)建成了100多门网络资源,通过大力推进网络课程教学,促使学生实现课前课后的持续性自主学习,提升学习成效。

3. 其他资源

鼓励教师在教学过程中充分利用国家教学资源库等公共教学资源。

(四) 教学方法

网络营销与直播电商专业的教学内容涵盖理论知识和实操技能,旨在培养具备互联网思维、网络媒体素养、懂策划、擅运营、强技能的新型直播电商专业人才。课程设置包括专业基础课程和实践操作课程,如市场营销、电子商务基础知识、网络营销策划、新媒体运营推广、网络广告投放、直播策划执行等。为了更好地帮助学生掌握所学知识并应用于实际工作场景,教学方法可从以下几个方面进行设计:

1. 理论+实践教学

在理论教学环节,教师可以通过讲解、案例分析、讨论等方式,教授学生网络营销与直播电商相关的基本概念、原理和方法。此外,引入行业最新的发展动态和典型案例,帮助学生了解行业发展趋势,培养其互联网思维和创新意识,实践操作课程是网络营销与直播电商专业的重要环节,教师可以组织学生进行模拟企业操作的练习,让学生在场景中运用所学知识。实践操作课程可以包括直播设备使用与调试、直播策划与执行、新媒体运营推广、网络营销策划与实施等内容。

2. 项目实训

为了进一步加强学生的实践能力,可以设立项目实训课程,要求学生组成团队,在教师的指导下完成一个完整的网络营销或直播电商项目。项目实训可以包括市场调研、项目策划、执行与监控等环节,让学生全面了解项目运营的各个方面。

3. 案例分析

教师可以挑选一些成功的网络营销与直播电商案例,组织学生进行深入剖析,让学生从实际案例中学习成功的经验和方法。同时,也可以让学生收集并分析自己感兴趣的案例,培养其独立分析和解决问题的能力。

4. 实地考察与企业实习

组织学生参观电商企业、直播平台等现场,了解行业现状和发展趋势,拓宽视野。此外,与企业合作开展实习项目,让学生在实际工作中锻炼自己的能力,提高职业素养。

5. 评价与反馈

对学生的学习和成果进行全面评价,既要关注学生的理论知识掌握程度,也要关注其实践操作能力。鼓励学生自我反思,及时调整学习方法,不断提高自己的综合素质。

(五) 教学评价

科学的教学质量评价体系是检验人才培养方案实施效果和修订人才培养方案的有效途径。对于不同的课程类型,分别实施对应的考核办法。基本能力课程和岗位能力课程由学院教师考核;毕业设计和顶岗实习课程由校内外指导教师共同实施考核。

1. 评价机制建立

- (1) 建立由学院和合作企业共同参与的教学质量评价运行机制；
- (2) 建立学生综合素质的评价制度，并建立学生自评、互评和教师评价、企业评价、社会评价相结合的综合评价体系；
- (3) 建立毕业生跟踪调查制度，完善企业对毕业生满意度调查、学生和家长对学校的满意度调查运行机制；
- (4) 专业指导委员会负责对来自企业、家长、毕业生的质量评价结果进行分析，对人才培养方案进行论证、审核和完善并用于新一轮人才培养过程。
2. 不同类型课程考核办法：
- (1) 公共基础课程和专业拓展课程：采用过程考核与期末考试相结合的方式进行考核。过程考核主要考察学生的知识积累和素质养成，依据作业、课堂表现、考勤记录等。期末考试以笔试、机试等形式进行，重点在于考核学生的知识运用能力。
- (2) 基本能力课程和岗位能力课程：考核与评价采用“过程考核+技能考核”的方式。课程整体成绩由过程考核成绩和技能成绩两部分汇总得出。考核时按照项目分别考核，考核成绩是项目考核成绩的累计。每个项目成绩都是从知识、态度、技能3方面考核，考核主要依据提交的成果、平常表现及小组互评的结果进行，考核方式可采用笔试、机试等方式进行。
- (3) 毕业设计：由校内指导教师和企业指导教师共同评定，以校内评价为主，根据论文完成效果按“优、良、中、及格、不及格”五个等级给出考核成绩。
- (4) 顶岗实习：由企业指导教师和学院指导教师共同考核学生成绩，按“优、良、及格、不及格”四个等级给出考核成绩。
- ①学院指导教师对学生的考核：根据学生在实习管理平台上签到、提交实习周志及实习总结等的完成情况以及在企业的表现对学生进行考核，考核成绩占顶岗实习总成绩的70%；
- ②企业指导教师对学生的考核：学生的顶岗实习工作可以在不同单位或同一单位的不同岗位进行，企业根据学生在顶岗实习期间的表现，如专业技能、工作态度、创新意识、团队协作、遵守企业管理制度等方面对学生进行考核。实习单位指导教师评价占顶岗实习总成绩的30%。

表17 校内指导老师考核模板

考核项目	考核内容	项目占比
实习安排	选择学校联系的实习单位或自主联系实习单位并经学校批准，按时报到参加实习。	10%
实习过程	遵守实习纪律和实习规定，态度积极。	15%
	按专业培养要求，发挥自己的特长，认真完成实习任务。	15%
	积极配合指导教师的工作，乐于接受别人的意见，团队合作意识强，表现良好。	15%

	爱岗敬业，乐于助人，积极工作。	10%
实习文件	实习周志填写认真，提交及时，完成24篇以上的日志。	5%
	实习报告撰写规范，有体会，有感想，全文字数不少于3000字。	5%
	校外指导教师过程评价总分80分以上。	5%
	学院要求的其他实习文件都按时填写提交。	5%
实习管理平台使用	每日通过实习管理系统签到，自动上报位置。	5%
	上传在实习期间的岗位工作、拍摄并上传有代表性的工作场景的照片24张以上。	5%
	针对实习，与实习指导老师进行交流互动，并根据老师的指导和要求改进。	5%

表18 企业指导教师考核模板

考核项目	考核内容	项目占比
劳动素质	劳动纪律：顶岗实习期间出勤率高，无迟到、早退、旷工，病事假按规定履行请假手续。	10%
	工作态度：热爱岗位工作，工作积极主动，完成任务及时，能吃苦耐劳，精益求精。	10%
技能水平与职业素质	专业技能：分优秀、良好、合格、不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。	8%
	专业知识：分优秀、良好合格不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。专业知识评价着重评价学生知识的应用能力。	8%
	工作成果：分优秀、良好、合格与不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。若以产品的形式体现实习成果，则只有合格和不合格两个等级。	12%
	对实习单位的贡献：分优秀、良好合格不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。对贡献的评价着重评价学生给企业带来了什么直接或者间接的效益。	8%
	质量意识：分优秀、良好、合格与不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。	8%

	创新意识：分优秀、良好、合格与不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。	8%
	协作意识：分优秀、良好、合格与不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。	8%
工作素质	独立工作能力：在规定的时间内，按照工作标准及规范独立完成工作任务。	6%
	组织协调能力：在工作过程中表现出较强的组织能力和协调能力。	4%
	沟通能力：准确表达自己的思想和意见，采纳别人合理的建议，说服别人采纳自己合理的建议。	6%
	工作执行能力：严格按照岗位工作规范、技术标准完成工作任务。	4%
考核项目	考核内容	项目占比
劳动素质	劳动纪律：顶岗实习期间出勤率高，无迟到、早退、旷工，病事假按规定履行请假手续。	10%
	工作态度：热爱岗位工作，工作积极主动，完成任务及时，能吃苦耐劳，精益求精。	10%
技能水平与职业素质	专业技能：分优秀、良好、合格、不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。	8%
	专业知识：分优秀、良好合格不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。专业知识评价着重评价学生知识的应用能力。	8%
	工作成果：分优秀、良好、合格与不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。若以产品的形式体现实习成果，则只有合格和不合格两个等级。	12%
	对实习单位的贡献：分优秀、良好合格不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。对贡献的评价着重评价学生给企业带来了什么直接或者间接的效益。	8%
	质量意识：分优秀、良好、合格与不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。	8%
	创新意识：分优秀、良好、合格与不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。	8%
	协作意识：分优秀、良好、合格与不合格四个等级。由各专业与实习单位具体制定、细化评价标准。	8%

工作素质	独立工作能力：在规定的时间内，按照工作标准及规范独立完成工作任务。	6%
	组织协调能力：在工作过程中表现出较强的组织能力和协调能力。	4%
	沟通能力：准确表达自己的思想和意见，采纳别人合理的建议，说服别人采纳自己合理的建议。	6%
	工作执行能力：严格按照岗位工作规范、技术标准完成工作任务。	4%

（六）质量管理

1. 教学质量

学院形成和建立了行之有效的教学管理制度和教学质量监控体系，对规范正常教学秩序、严格教学管理，保证教学质量起到了积极的保障作用。

（1）教学管理

①日常教学管理。为保证人才培养方案的有效实施，按照教务处统一的教学运行文件，教务处及系（部），对学院教学运行进行日常检查、抽查和学期检查。一般采取听课、检查任课教师的教学文件、召开学生座谈会、对学生进行问卷调查等形式，对出现的问题及时纠正改进，以确保方案的正常运行。

②建立教学工作例会制度。根据学院教学工作需要，由教务处协助主管教学副院长定期和不定期召开教学工作例会，全体系（部）主任及相关部门人员参加。通过教学工作例会，传达并学习最新职教发展动态和教学改革理念，布置学院教学发展改革任务，了解系（部）日常教学及专业、课程建设工作进展情况，研究和处理人才培养方案执行中出现的各种问题等。

③系（部）教学管理。系（部）定期召开专业主任会议和任课教师会议，及时掌握教学过程情况，总结教学工作和教学管理工作经验，及时研究解决教学过程中出现的问题。各专业要在每学期初制定工作计划，组织集体备课、观摩教学、开展教学研究，了解教师教学进展情况，按学院要求进行教学检查。

（2）教学质量监控体系

①教学督导委员会组织机构

建立院系两级教学督导委员会，分级管理，分工负责，协同监控。

院级教学督导委员会由学院院长任主任，分管教学工作和学生工作的两位副院长任副主任，同时聘请具有丰富教学经验的在职或离退休教师、具有丰富管理经验的教学管理人员组成大同数据科技职业学院教学督导委员会。院级教学督导委员会由督导中心牵头，以教学目标和主要教学环节的宏观监控为主，在院领导的直接领导下，负责全校教学质量监控工作的总体协调，确保教学质量的稳步提高。主要工作职责：一是对专业设置的论证、专业人才培养方案及相关教学文件的审核；二是通过深入课堂、实验室、实习基地，客观掌握教学运行的全过程，提出督导建议，为学院有关教学决策提供参考依据。

系级教学督导委员会由系主任负责，成立由校企合作工作委员会和专家、优秀毕业生代表组成的人才

培养质量监控小组。系级教学督导委员会的主要职责：以教学过程自我监控为主，在主要负责人的领导下，负责对本单位的整体教学工作、教师的教学情况、学生的学习情况进行监控。负责组织各专业的听课、试卷命题、阅卷、试卷质量分析、毕业设计质量分析等工作，并通过学院、系部、专业教研室组织的各类检查评估（教案、作业布置与批改、教学进度计划、学生评教、教师评学、教研活动的开展等），严把各个教学环节的质量。

②日常教学督导

听课制度：校级领导每月听课次数不少于1次；中层干部每周听课不少于1次；系（部）主任、副主任及系（部）书记每周听课不少于2次。学院和系（部）各级党政干部深入教学第一线，及时了解教学情况，倾听师生意见，发现并解决教学中存在的问题，避免教学一线与管理层的脱节，保证教学管理工作的针对性和有效性。

学生教学信息员制度：以专业班级为单位，确定思想品德优良，有参与教学管理的积极性，善于联系老师和同学，能客观反映广大学生的意见学生代表和学生干部，举行学期座谈会，填写任课教师评分表，给学生以畅通的渠道反映本系、本专业的教学管理、办学条件和教学质量中存在的问题并对教学提出意见和建议，使系部的管理和教学更加贴近学生、贴近实际。

教学检查与管理制度：从学期初到学期末，院、系两级安排不少于2次的集中教学检查，采取听（听课、召开座谈会听取师生的反映）、看（查看教学条件和管理软件）、查（抽查教案、学生作业、实验报告、实习报告、课程设计、毕业设计等）、评（对教学条件、状态、效果进行评价）。教学情况的检查工作贯穿始终，发现问题及时反馈并解决落实。

2. 制度保障

为保证人才培养方案的执行，在教学运行中严格执行学院制定的教学工作规范、教学计划、课程标准和教学进程，严格教学事故的认定与处理，严格执行教学评价制度，严格执行课堂教学和实践教学过程的检查制度，严格教学文件的规范管理，保证人才培养方案的顺利实施、教学秩序的稳定和教学质量的提高。

（1）教师管理制度

大同数据科技职业学院专业带头人（负责人）管理办法

大同数据科技职业学院骨干教师选聘管理办法

大同数据科技职业学院教师培训工作管理办法

大同数据科技职业学院外聘教师聘任管理办法

大同数据科技职业学院“双师”素质教师队伍建设管理办法

大同数据科技职业学院校企人员互聘管理办法

大同数据科技职业学院教师到企业实践锻炼管理办法

大同数据科技职业学院教师年度考核办法

大同数据科技职业学院教师系列津贴量化考核办法

大同数据科技职业学院教师任课管理办法

大同数据科技职业学院教师业务档案管理办法
大同数据科技职业学院进一步加强师德师风建设的实施细则
(2) 教学管理制度
大同数据科技职业学院教师教学工作规范条例
大同数据科技职业学院教师课堂教学行为规范
大同数据科技职业学院关于加强课堂教学建设提高教学质量的实施细则
大同数据科技职业学院教材选用及征订管理办法
大同数据科技职业学院校本教材建设管理办法
大同数据科技职业学院教师编写教案若干规定
大同数据科技职业学院课程表编排规程及运行管理办法
大同数据科技职业学院关于调课、停课的有关规定
大同数据科技职业学院教学事故认定和处理办法
大同数据科技职业学院关于学期教学检查的规定
大同数据科技职业学院听课制度
大同数据科技职业学院教师互评工作实施办法
大同数据科技职业学院教师评学工作办法
大同数据科技职业学院学生评教工作实施办法
大同数据科技职业学院教师综合评价工作实施办法
大同数据科技职业学院学生教学信息员工作管理制度
大同数据科技职业学院课程建设项目管理办法（试行）
大同数据科技职业学院考试工作管理办法
大同数据科技职业学院期末命题办法
大同数据科技职业学院考试及考场纪律
大同数据科技职业学院考教分离制度
大同数据科技职业学院监考人员须知
大同数据科技职业学院阅卷须知
大同数据科技职业学院考试违规处理办法
大同数据科技职业学院毕业考核管理规定
大同数据科技职业学院毕业设计工作规定
大同数据科技职业学院教学指导委员会章程
大同数据科技职业学院教研活动实施办法
大同数据科技职业学院系（部）教研室集体备课暂行规定
大同数据科技职业学院各系、部教研室工作暂行规定
大同数据科技职业学院教育教学督导工作条例

大同数据科技职业学院学生实习管理规定

大同数据科技职业学院专业设置管理办法（试行）

大同数据科技职业学院关于加强学院专业（群）建设的实施意见

九、毕业要求

学生在规定修业年限内，修读完成人才培养方案规定的全部课程并取得规定学分 181 分，按学院规定到实习单位完成顶岗实习任务，毕业设计合格以上。

4. 专业主要带头人简介

姓名	张潇化	性别	女	专业技术职务	教授	学历	硕士研究生
		出生年月	1978.09	行政职务	教研室主任	双师素质情况	双师型
学历、学位获得时间、毕业学校、专业		学历：硕士研究生；2004年7月；山西财经大学：工商企业管理					
主要从事工作与研究方向		主要从事电子商务专业相关教学工作 研究方向：市场营销、电子商务					
本人近三年的主要工作成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共20篇；出版专著（译著等）1部。							
获教学科研成果奖共1项；其中：国家级0项，省部级1项。							
目前承担教学科研项目共5项；其中：国家级项目0项，省部级项目5项。							
近三年拥有教学科研经费共6万元，年均2万元。							
近三年授课（理论教学）共550学时；指导毕业设计共98人次。							
最具代表性的教学科研项目和成果	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	数字经济背景下山西省农产品智慧冷链物流发展策略研究	省级 山西省哲学社会科学规划办公室 2023.12			主持人	
	2	高质量转型发展背景下山西省构建智慧物流系统的策略研究	省级 山西省科学技术厅 2022.01			主持人	
	3	山西省新物流发展与变革模式研究	省级 山西省哲学社会科学规划办公室 2019.08			主持人	
	4	山西省发展农产品物流的创新模式研究	省级 山西省科学技术厅 2012.07			主持人	
最具代表性的社会服务和技术研发项目	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	
	1	人事管理制度优化项目	山西龙义企业管理有限公司	2024.8-2024.12	2万元	主持人	
	2	撰写濮院时尚古镇营销策划方案	山西龙义企业管理有限公司	2024.5-2024.8		指导教师	
3	乌镇旅游股份有限公司新员工岗前培训和工作督导	山西龙义企业管理有限公司	2023.5-2024.9		企业培训讲师		
	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	市场营销概论	电子商务、跨境电子商务、市场营销专业一、二年级	240	48	专业核心课	2024.02-2024.06/2023.09-

目前承担的主要教学工作							2024.1/2022.09-2022.12/2022.02-2022.06
	2	管理学	市场营销、电子商务专业一年级	110	48	专业基础课	2023.02-2023.06/2022.02-2022.06
	3	物流管理	电子商务、跨境电子商务、市场营销专业二年级	160	32	专业核心课	2024.02-2024.06/2023.09-2024.1/2023.02-2023.06/2022.02-2022.06
	4	电子商务概论	电子商务、跨境电子商务专业一年级	140	48	专业基础课	2021.09-2022.1/2021.02-2021.06
教学管理部门审核意见	 						

5. 教师基本情况表

序号	姓名	性别	年龄	所学专业	学历、学位情况	职称	双师素质情况 (职业资格证书及等级)	拟任课程	专职/兼职	现工作单位 (兼职教师填写)
1	王文寅	男	64	法学	研究生博士	教授		网络客户服务	专职	
2	王蒙田	男	61	经济管理	研究生硕士	副教授		管理学	专职	
3	田肇树	男	64	经济法	研究生硕士	副教授		电子商务概论	专职	
4	宋宇	男	36	工商管理	本科学士		三级软件工程师	品类管理、消费者行为实务	专职	
5	师宜龙	男	35	工商管理	本科学士		中级软件设计师	直播电商美工设计、电子商务数据分析、直播表述与销售技巧	专职	
6	杨磊	男	41	计算机科学与技术	本科学士		中级软件设计师	短视频采集与制作、电子商务文案撰写、直播营销策划	专职	
7	徐敏	男	35	软件工程	本科学士		中级软件设计师	电子商务运营、图像处理PS、直播运营管理	专职	
8	王德春	男	37	工程管理	本科学士		高级网络营销师	图像处理PS、网店运营与推广	专职	
9	张玮	男	37	信息管理与信息系统	本科学士			市场营销概论、直播综合实训	专职	
10	邓昌涛	男	35	无机非金属材料工程	本科学士		中等职业学校教师资格证	新媒体营销、直播商务礼仪	专职	
11	杜伟忠	男	53	工商管理	硕士研究生		技术咨询总监	短视频采集与制作、电子商务文案撰写、直播营销策划	兼职	京东科技控股股份有限公司
12	王冬	男	41	软件信息技术	研究生硕士		项目总监	直播电商美工设计、电子商务数据分析、直播表述与销售技巧	兼职	百度公司
13	檀林	男	46	工商管理	研究生硕士		项目总监	网店运营与推广	兼职	海尔集团公司

注：可续页。

6. 主要课程开设情况表

序号	课程名称	课程总学时	课程周学时	授课教师	授课学期
1	管理学	48	4	王蒙田	1
2	电子商务概论	48	4	田肇树	1
3	品类管理	48	4	宋宇	2
4	直播电商美工设计	48	4	师宜龙	2
5	短视频采集与制作	48	4	杨磊	2
6	电子商务运营	54	6	徐敏	2
7	市场营销概论	48	4	张玮	3
8	新媒体营销	48	4	邓昌涛	3
9	电子商务数据分析	48	4	师宜龙	3
10	电子商务文案撰写	48	4	杨磊	3
11	图像处理PS	54	6	徐敏	3
12	消费者行为实务	48	4	宋宇	4
13	直播表述与销售技巧	48	4	师宜龙	4
14	直播营销策划	48	4	杨磊	4
15	直播运营管理	48	4	徐敏	4
16	网店运营与推广	48	4	王德春	4
17	直播综合实训	54	6	张玮	4
18	直播商务礼仪	32	2	邓昌涛	4
19	网络客户服务	32	2	王文寅	4

7. 专业办学条件情况表

专业开办经费金额（元）		390万	专业开办经费来源		校企共建		
本专业专任教师人数	10	副高及以上职称人数	4	校内兼职教师数	5	校外兼职教师数	3
可用于新专业的教学图书（万册）	1.1	可用于该专业的仪器设备数	24		教学实验设备总价值（万元）	100.8	
其它教学资源情况	<p>1. 网络资源：本专业积极开发和建立专业数字化教学资源库，目前已经在高校教辅平台（http://yuanxiao.boxuegu.com）建成了100多门网络资源，通过大力推进网络课程教学，促使学生实现课前课后的持续性自主学习，提升学习成效。</p> <p>2. 其他资源：鼓励教师在教学过程中充分利用国家教学资源库等公共教学资源。</p>						
主要专业仪器设备装备情况	序号	专业仪器设备名称	型号规格		台(件)	购入时间	
	1	电脑主机	主要功能： 用于教师教学演示使用 技术参数： 操作系统：Windows 11 家庭中文版 CPU型号：英特尔i7-13700KF 内存容量：64GB(32G×2)套装 DDR5 5200 固态硬盘容量：1T SSD+8T机械 显卡芯片：RTX 4080 显存容量：16GB 键鼠套装：USB		1	2023年12月	
	2	显示器	主要功能： 用于教师教学演示使用 技术参数： 面板尺寸：23.8英寸超窄边框 可视区域：526.8×296.3mm 屏幕比例：16:9 分辨率：2560x1440 色域：99% sRGB		1	2023年12月	
	3	电脑主机	主要功能：软件技术开发课程教学、实训项目开发所必		50	2023年12月	

			需的硬件环境 技术要求： 1. CPU：英特尔i5-13600K； 2. 内存：32 GB； 3. 硬盘：≥1 TB固态硬盘； 4. 显卡：集显； 5. 网卡：≥1个，百兆； 6. 支持网络同传和硬盘保护 7. 带键鼠套装		
4	显示器	23.8寸		50	2023年12月
5	多媒体中控台	主要功能：为使教师授课声音传送、课堂控制达到理想效果所必需的综合控制台。 技术要求： 1. 多媒体中控器主要功能扩展及外接设备接口，包含但不限于 HDMI、VGA、VIDEO、立体声、话筒、网络、USB、电源接口等，支持台式微型计算机、便携式计算机、数字展台输入； 2. 功放； 3. 音箱； 4. 麦克风		1	2023年12月
6	电视机	主要功能： 用于老师电脑操作演示学生学习 技术参数： 150寸		1	2023年12月
7	电脑桌椅	主要功能：安全稳定地放置及操作计算机 技术要求：尺寸0.8*0.6*0.75米（长宽高），带0.25m挡板、主机箱		50	2023年12月
8	操作系统软件、办公软件	主要功能：提供教学、软件开发的基本软件环境 技术要求： 1. 32位或64位主流操作系统； 2. 办公软件（文字处理、电子表格、演示文稿）； 3. 多媒体教学软件，能够分发文件、广播控屏等		1	2023年12月
9	3*6m背景布（含背景架）	主要功能： 直播背景抠像 技术要求： 1. 尺寸：≥ 3*6m		1	2023年12月
10	海康威视直播摄像头4k高清智能美颜摄影头套装全套设备	主要功能： 直播带货，直播画面使用		1	2023年12月

			技术要求： 1. 像素：800万 2. 感光元件类型：CMOS 3. 是否需要驱动：免驱动 4. 机位：双机位		
11	魅声G9声卡直播设备全套套装		主要功能： 直播带货，收音设备 技术要求： 1. 接口类型：USB	1	2023年12月
12	显示器		主要功能： 用于教师教学演示使用 技术参数： 面板尺寸：27英寸超窄边框 屏幕比例：16:9 分辨率：2560x1440 色域：99% sRGB	1	2023年12月
13	主机		主要功能： 用于学生练习案例使用 技术参数： 操作系统：Windows 11 家庭中文版 CPU型号：英特尔i7-13700KF 内存容量：32GB (16GBx2) 固态硬盘容量：1T SSD+8T机械 显卡芯片：华硕ATS-GeForce RTX4060-08G-GAMING 巨齿鲨 显存容量：8GB 键鼠套装：USB	1	2023年12月
14	Godox神牛 直播间补光灯		主要功能： 直播带货补光使用 技术要求： 1. 色温：可调节色温（2500K-9900K） 2. 功率：220W	1	2023年12月
15	odox神牛SK300II二代摄影灯300w摄影棚补光灯闪光灯柔光灯内置X1系统		主要功能： 拍摄室内产品、人物等视频补光使用 技术要求： 1. 功率：≥ 300W	1	2023年12月
16	odox神牛手持灯RGB全彩棒灯		主要功能： 拍摄室外产品、人物等视频补光使用 技术要求： 1. 功率：≥ 23W	3	2023年12月
17	odox神牛 柔光箱65cm球星柔光箱		主要功能： 拍摄美食、微电影等视频补光使用	2	2023年12月

			技术要求: 1. 范围: $\geq 270^\circ$ 2. 直径: 65m		
18	相机 索尼 (SONY) Alpha 7R V全画幅微单数码相机 (ILCE-7RM5/A7R5/A7RM5) FE 24-240mm F3.5-6.3镜头套机		主要功能: 拍摄各种视频使用 技术要求: 1. 像素: 6100万 2. 感光元件类型: CMOS 3. 传感器尺寸: 35mm全画幅	2	2023年12月
19	RODE罗德Wireless ME无线麦克风相机话筒手机领夹麦直播麦小蜜蜂		主要功能: 室内室外拍摄视频收音使用 技术要求: 1. 距离: ≥ 200 米 2. 供电方式: 可换电池 3. 指向特征: 全指向/无指向 4. 类型: 一拖二	1	2023年12月
20	山水A12户外音响 移动便携式拉杆		主要功能: 室外拍摄视频教学使用 技术要求: 1. 连接方式: 蓝牙连接 3. 5MM音频插口 2. 电池容量: 1000MAh以下	1	2023年12月
21	大疆 DJI Osmo Mobile 6 暗岩灰 OM手机云台稳定器		主要功能: 拍摄使用, 稳定手机使用 技术要求: 1. 承接轴数量: 3轴 2. 续航时间: ≥ 8 小时	1	2023年12月
22	大疆 DJI Osmo Action 4灵眸运动相机 摩托车山地公路骑行潜水防抖户外vlog相机 便携式4k旅游手持摄像机		主要功能: 户外运动拍摄视频使用 技术要求: 1. 感光元件: CMOS 2. 传感器尺寸: 1/1.3英寸 3. 数码像素: ≥ 800 万	1	2023年12月
23	3*6m背景布 (含背景架)		主要功能: 人像摄影使用 技术要求: 1. 尺寸: $\geq 3*6$ m	1	2023年12月
24	godox神牛反光板 30/60/80/110CM		主要功能: 拍摄产品、人物等视频, 补光辅助使用 技术要求: 1. 尺寸: ≥ 60 cm	3	2023年12月
	序号	实训基地名称	合作单位	校内/外	实训项目
	1	网络直播间实训室	大同数据科技职业学院	校内	直播带货实训

专业 实习 实训 基地 情况	2	计算机综合实训室	大同数据科技职业学院	校内	短视频采集与制作
	3	短视频直播实训基地	大同数据科技职业学院	校内	短视频制作实训 直播带货实训
	4	华为数字人创新实训室	华为软件技术有限公司	校内	视频创意剪辑 创新直播带货
	5	腾讯云计算（北京） 有限责任公司实训基地	腾讯云计算（北京）有限 责任公司	校内/校 外	短视频拍摄与剪辑 短视频运营 顶岗实习
	6	传智短视频直播实训室	江苏传智播客教育科技有 限公司	校内	网店运营与推广
	7	广州禹迹科技有限公司大同 分公司	广州禹迹科技有限公司大同 分公司	校外	顶岗实习
	8	北京磨刀刻石科技有限公 司	北京磨刀刻石科技有限公司	校外	顶岗实习
	9	大同数字城市投资建设有限 责任公司	大同数字城市投资建设有限 责任公司	校外	顶岗实习
	10	同辉佳视（北京）信息技 术股份有限公司	同辉佳视（北京）信息技 术股份有限公司	校外	顶岗实习
	11	北京优锆科技有限公 司	北京优锆科技有限公司	校外	顶岗实习
	12	北京中教智业信息技 术研究院有限公司	北京中教智业信息技术研 究院有限公司	校外	顶岗实习
	13	华为软件技术有限公司	华为软件技术有限公司	校外	顶岗实习

8. 申请增设专业建设规划

一、专业建设总体目标

坚决贯彻执行党和国家的教育方针、政策与法规，坚持社会主义办学方向，以提高学生的职业素质和技能为核心，大力推行产教融合人才培养模式改革，积极应对国家强化创新驱动、加快转型升级的要求及地方社会经济发展的需求，力争成为设置合理、设施先进、实力强大的特色专业。

培养具有扎实的网络营销与直播电商理论知识、实践能力和创新精神的复合型人才，满足行业和市场的发展需求。构建与行业需求紧密对接的课程体系，打造特色鲜明的网络营销与直播电商专业，形成区域品牌影响力。建立一支结构合理、业务精湛、教学经验丰富的专兼职教师队伍，提升教师的教学和科研能力。建设校内外实训基地，加强与企业的合作，提供丰富的实践机会，增强学生的职业技能和就业竞争力。加强科研工作，提升专业服务社会的能力，为地方经济发展提供决策咨询和技术支撑。拓宽国际视野，与国内外高校和企业建立合作关系，引进先进的教学理念和实践经验。提高学生的就业率和创业成功率，为学生提供职业规划和创业指导服务。建立完善的教学质量监控与评价体系，确保教学活动的质量与效果。

二、课程体系建设规划

网络营销与直播电商专业课程体系建设规划紧随行业发展趋势和企业人才需求，依据国家统计局发布的电子商务交易数据和《2022年度中国电子商务人才状况调查报告》。规划遵循“五对接”原则，确保教学内容与产业需求、职业标准、生产过程、职业资格证书及终身学习紧密结合，保持课程内容的实用性和前瞻性。

课程体系着重于技术前沿和实战技能，包括可视化大数据分析、人工智能、AR/VR等前沿课程，同时优化直播销售、新媒体运营、数字营销等核心内容。每年计划新增2门课程，确保每门核心课程包含2个企业实训项目，目标使80%的学生获得专业证书。

专业课程旨在培养学生在网络营销、直播销售、新媒体运营、内容创作、数据分析等关键领域的专业技能，以满足企业对电商人才的多元需求，如39.6%的企业对传统电商平台运营人才的需求，36.63%的企业对新媒体和内容创作人才的需求，以及43.56%的企业对直播主播和网红达人方向人才的迫切需求。

教学方法结合案例分析、模拟实训和项目驱动，通过与至少10家企业合作，引

入行业专家参与教学，旨在培养适应数字经济时代的高技能人才。课程内容将定期更新，融入最新技术和方法，确保教育内容与电子商务行业的快速发展同步。

三、实习实训基地建设

为适应网络营销与直播电商行业的发展，本专业制定了一套为期三年的实训基地建设规划。计划打造 5 个配备先进设备的实验室，每年至少为 200 名学生提供实践机会。同时，举办 20 场以上教学研讨会，加强科研与实践教学。在校外建立 10 个实训基地，提供 500 个实习岗位，并与企业签订 20 份合作协议，拓宽学生就业渠道。实施顶岗实习，确保 80% 的学生参与，并通过教学反馈和成果展示优化教学。这些措施旨在打造一个实践性强、质量监控到位的教学体系，为行业培养高素质专业人才。

四、师资队伍建设

为确保网络营销与直播电商专业的教学质量和人才培养水平，我院致力于构建一支结构合理、专业素质高、实践经验丰富的师资队伍。该队伍由专业带头人、骨干教师、双师素质教师以及企业技术专家组成。其中，硕士学位 3 人，学士学位 6 人。副高及以上职称 4 人，讲师 5 人；双师型素质教师 6 人。专任教师老中青结合，梯队合理，符合高职教学的要求。

专业带头人由具有副高及以上职称、10 年以上电子商务教学经验的资深教师担任，负责引领专业发展和教学改革。骨干教师团队由至少 4 名具有中级及职称、5 年以上相关教学经验的教师组成，他们将负责主要的专业课程，并参与课程开发和教材编写。双师素质教师需具备行业工作经验或相应的技术资格证书，以确保教学内容与行业需求紧密对接。

此外，企业兼职教师将由具有 3 年以上相关工作经验的专业人士担任，他们将在专业实践课和顶岗实习中发挥重要作用，为学生提供一线的行业经验和技术指导。通过与企业的紧密合作，兼职教师的引入不仅丰富了教学内容，也为学生的职业发展提供了实践平台。

9. 申请增设专业的论证报告

学院组织校内专家组对拟增设的“网络营销与直播电商”专业的申请进行评审、论证。专家组通过审阅相关文件，经质询和讨论，最终形成以下意见：

1. 网络营销与直播电商专业切合人才市场的需求。随着互联网技术的不断深化，数字经济已成为推动全球经济增长的新引擎。伴随着人工智能、大数据、移动互联网等新技术，出现了社交电商、直播电商等新业态，这些为网络营销与直播电商专业的建设提供了保障。

2. 该专业人才培养定位准确、方向明确、特色鲜明、课程体系完善，符合学校的发展规划。

3. 该专业师资队伍职称结构、年龄结构、学历结构合理，实验教学仪器设备配备齐全，实验实践体系完整，其中综合性、设计性实验占实验课程比例合理，专业图书种类齐全、电子资源丰富，专业教学条件满足增设该专业。

4. 教学管理制度、课程建设规划、教学质量监控制度等文件完整、制度健全，符合专业培养目标要求。

综上所述，校内专业设置评议专家组一致同意增设“网络营销与直播电商”专业。

姓名	专业领域	所在单位	行政和专业职务	联系电话	签名
皇甫勇兵	人工智能	山西省能源职业学校	副校长/副教授	15035160580	皇甫勇兵
王瑞	电子信息	山西职业技术学院	系主任/副教授	15935129091	王瑞
陈炯	人工智能	山西职业技术学院	系主任/副教授	13485340280	陈炯
曹琳静	电子商务	山西职业技术学院	系主任/副教授	18635158018	曹琳静
郝志刚	艺术设计	山西职业技术学院	系主任/教授	13994249476	郝志刚
陈长宏	软件开发	传智教育集团	研究院院长	18611956106	陈长宏

<p>校内专业设置评议专家组织审议意见</p>	<p>1.网络营销与直播电商是以互联网为基础，利用人工智能技术实现营销目标的新兴“互联网+”前沿专业，当前山西省、大同市需要大量的该专业的技能人才。</p> <p>2.拥有一支由13名教师组成的专兼结合、结构合理、业务精良的师资队伍；配备了独立的直播间和直播电商实训软件，满足学生实训需求；与多家企业建立了合作关系，为学生提升实践能力提供保障；拥有丰富的电子书籍。</p> <p>3.面向电子商务类各职业岗位，依据行业技术标准，制定切实可行的人才培养方案，课程体系设置科学、合理，符合大同数据科技职业学院的办学定位。</p> <p>同意增设“网络营销与直播电商”专业。</p> <p style="text-align: right;">(主任签字 )</p> <p style="text-align: right;">2024年11月2日</p>
<p>学校意见</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">2024年12月13日</p>
<p>省级高职专业设置指导专家组织意见</p>	<p style="text-align: center;">专家签名;</p> <p style="text-align: center;">年 月 日</p>

附件一：专业人才需求调研报告

网络营销与直播电商专业调研报告

一、引言

1. 背景介绍

网络营销与直播电商作为新兴行业，正以前所未有的速度发展，对传统商业模式产生重大影响。本调研旨在了解网络营销与直播电商行业的现状、技术发展趋势、政策环境，以及专业人才的现状和未来需求，为大同互联网职业技术学院专业建设乃至全国的职业教育和行业发展提供参考

2. 调研范围与方法

调研覆盖全国及山西省的网络营销与直播电商行业。采用行业报告、国家政策、数据分析等方法，对行业现状、技术发展、政策环境、人才现状及需求进行深入分析。

3. 报告结构概述

报告分为五个部分：引言、行业概况、专业人才现状分析、专业人才需求预测以及对策与建议。报告围绕行业发展趋势、专业人才现状及未来需求进行深入分析，从引言部分阐述调研的背景、目的与重要性，到行业概况中全面揭示发展历程、现状与趋势，以及政策环境的影响，再到专业人才现状分析中精准评估人才画像与要求，进而通过需求预测部分展望市场动向与供需缺口，最终提出对策与建议，旨在确立人才培养目标、优化专业设置和课程内容，以支撑行业的持续健康发展。报告为人才培养和行业发展提供了全面、系统的参考，助力决策者把握人才发展脉搏，制定科学合理的发展策略。

二、行业概况

近年来，各地坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，认真贯彻党的二十大精神，聚焦拉动消费需求、发展外贸新动能，助力乡村振兴等重点方向，强化线上线下联动、生产与消费联动、国际与国内联动、发展与规范联动，全力推动电子商务高质量发展。

(一)行业发展现状

1. 行业发展趋势

近年来，中国数字营销市场经历了显著的增长，中商产业研究院《中国数字营销市场前景及投资机会研究报告》显示，中国数字营销市场规模从2016年的2752亿元增长至2023年的5962亿元，如图1所示。直播电商作为数字营销的重要组成部分，用户规模在2023年达到8.16亿，电商直播用户接近6亿，显示出迅猛的发展势头。商务部的数据显示，2023年上半年，我国网络零售市场规模保持稳步增长，直播销售额高达1.27万亿元，直播场次数超过1.1亿场，直播商品数超过7000万个，活跃主播数超过270万人。随着政策的扶持和监管的加强，直播电商行业正朝着规范化和健康有序的方向发展。与传统电商相比，直播带货在互动性、社交属性和购物体验等方面展现出明显优势，有效提升了交易效率和用户体验。截至2022年12月，网络直播用户占中国网民总数的70.3%，直播电商的兴起已经深刻改变了人们的社交互动、商品交易和消费行为。

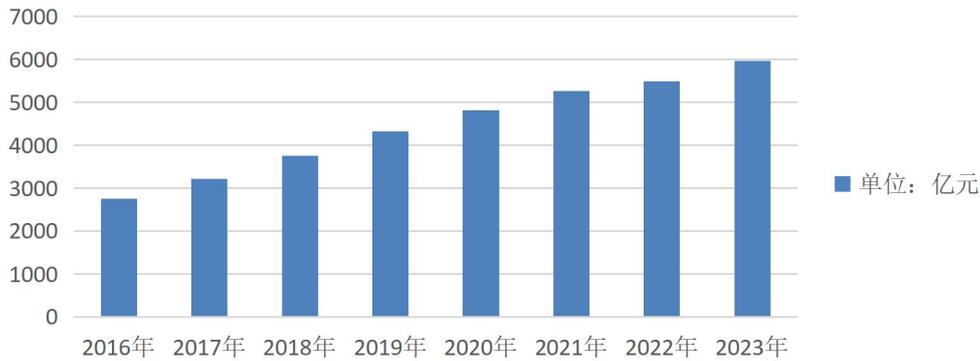


图1 2016-2023年中国数字营销市场规模趋势图（单位：亿元）

2. 区域行业发展现状

山西省以大力发展“乡村e镇”为抓手，强化农村电商发展全要素培育和电子商务赋能，推动产业主体、电商、金融、人才、技术、文旅、物流、创新等要素科学聚集发展，形成“产业+电商+配套”可持续发展的电子商务生态体系，培育了永济市栲镇寻味乡村e镇、阳曲县首邑乡村e镇、清徐县中国醋都清徐乡村e镇等网络零售额超过亿元的电子商务产业集群，形成农村电商全面助力乡村振兴的新实践。山西省网络营销与直播电商专业人才需求不断增加，对人才的要求也越来越高。为了满足市场需求，需要加强专业人才的培养和教育，提高人才的素质和能力。同时，企业也需要加强人才培训和管理，提高人才的职业素养和技能水平。只有这样才能推动山西省网络营销与直播电商行业的健康发展，为社会创造更多价值。

(二)技术发展趋势

1. 数字化和智能化

直播电商行业正通过数字化和智能化技术提升效率和用户体验。数字化平台的建设使得业务流程更加协同和高效，如智能选品和智能组建货盘等功能的实现。AI 技术的应用可以进行用户行为分析、内容推荐等，提高个性化服务水平。

2. 资本支持

资本机构越来越青睐直播电商服务商，推动了行业生态的共建和加速发展。服务商通过资本支持，为上游企业提供营销渠道、消费者趋势洞察及研发与生产建议等增值服务。

3. 多平台整合

品牌商为了捕捉各渠道的消费者，积极在多平台布局直播电商业务。这导致对全渠道整合与监测的需求增长，品牌商需要借助数字化手段提升运营效率。

4. 店播趋势

品牌商的店播趋势显著，2023 年市场规模占比超过五成。品牌商需要优化店播运营策略，提升直播效果。

5. 消费者行为分析

消费者在购买决策时考虑多重因素，品牌商难以精准捕捉消费者需求。直播电商需要提供详细的产品介绍，优化产品介绍形式，提升消费者观看体验和转化率。

6. 柔性供应链建设

直播电商通过数字化柔性供应链建设，辅助品牌商提升产品迭代效率并精准聚焦消费者需求。

7. 新技术应用

新技术如 VR 全景直播、4K/8K 高清直播、5G 实时云渲染等增加商品信息与用户的触点，提升购物转化率。AIGC 技术结合商品特点及直播间粉丝人群画像智能化生成商品卖点文案，提升内容创作效率与质量。

8. 合规性

随着直播电商合规性政策的出台，核心服务商需要加强合规治理，保障品牌商、消费者及自身的权益。数字化平台的建设有助于实现选品风险全方位排查及直播内容多环节智能化审核，提升合规治理效率。

9. 数字人主播

数字人主播技术逐步成熟，将步入精细化发展阶段。直播电商运营方法论与数字人技术将不断融合，推动数字人主播在合规、形象、语言及动作方面不断向精细化方向发展，最大化发挥商业价值。

10. 直播与多行业融合

直播将进一步与更多行业融合，如教育培训、医疗和服务行业，提供更个性化的服务。直播内容将越来越向垂直领域发展，内容的专业化和多样化趋势愈加明显。

11. 市场规模扩大

预计未来网络直播市场规模将持续扩大，直播电商作为快速增长领域，对市场规模的扩展起到关键作用。

12. 跨境直播电商

随着跨境电商的成熟，直播电商的影响逐渐辐射到海外，为中国的贸易商出海奠定了良好的基础。

这些趋势表明，网络营销与直播电商行业正处于一个快速发展和技术不断革新的时期，企业需要紧跟技术发展趋势，不断创新和优化服务，以满足市场和消费者的需求。

(三)政策环境

1. 技术政策

网络营销与直播电商的技术政策要求主要包括以下几个方面

(1) 依法经营

网络营销与直播电商活动需遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规。

(2) 平台责任

直播营销平台应建立健全账号及直播营销功能注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、个人信息保护等机制和措施。

(3) 内容管理

平台需对直播内容进行审核和实时监控，发现违法和不良信息应立即采取措施，并保存相关记录。

(4) 身份认证

直播营销平台应对直播间运营者及直播营销人员进行真实身份认证，并依法向税务机关报送身份信息和其他涉税信息。

(5) 保护机制

平台应建立未成年人保护机制，对可能影响未成年人身心健康的内容进行提示。

(6) 新技术应用

对于使用新技术如人工智能、数字视觉、虚拟现实等进行的直播营销，平台应进行安全评估并明确标识。

(7) 分级管理

平台应建立直播间运营者账号分级管理制度，并根据级别确定服务范围及功能。

(8) 投诉举报机制

平台应建立投诉、举报机制，明确处理流程和反馈期限。

(9) 税收合规

直播营销平台应提示运营者依法办理税务登记，如实申报收入，并依法纳税。

(10) 行业标准

有关部门加强对行业协会商会的指导，鼓励建立完善行业标准，推动行业自律。

2. 政策法规

相关政策法规对行业及专业人才的影响主要体现在：规范行业秩序、专业标准、保障消费者权益、促进技术创新、职业责任感以及行业发展方向。

(1) 规范行业秩序

政策要求有助于规范网络营销与直播电商的市场秩序，促进行业健康有序发展。

(2) 提升专业标准

法规对直播内容、技术应用、用户隐私等方面的要求，促使专业人才提升自身专业技能和法律意识。

(3) 保障消费者权益

通过规范直播营销行为，保护消费者权益，增强消费者对直播电商的信任。

(4) 促进技术创新

对新技术应用的规范和评估，鼓励平台和专业人才在合规的前提下探索和应用新技术。

(5) 增强职业责任感

法规对直播营销人员的资质、责任和义务的规定，增强了专业人员的职业责任感。

(6) 引导行业发展方向

政策的引导作用有助于专业人才明确职业发展方向，促进其在合法合规的前提下开展工作。

综上所述，网络营销与直播电商的技术政策要求对行业及专业人才的影响是多方面的，旨在促进行业的规范化、专业化和可持续发展。

三、专业人才现状分析

(一) 人才数量与结构

根据《2022年度中国直播电商市场数据报告》直播电商行业在2022年至2024年间呈现出显著的人才增长与结构变化。2022年，企业规模达1.87万家，同比增长17.61%，《2024年中国直播电商行业全景图谱》中表示2023年，注册企业数量飙升至83517家。

《2022-2023年中国直播电商行业运行大数据分析及趋势研究报告》显示主播群体以18-40岁的年轻人为主，占比73.9%，且学历层次以高中及以下为主，占比逐年上升。性别分布上，男性占比58%，女性42%，80后、90后成为购物主力，占比超80%，主要消费群体分布在一二线城市。消费习惯显示，单次消费多在101-500元，月均消费200-700元的用户占比最高。如图2所示。



图2 中国直播电商购物用户画像

《短视频直播生态催生新职业促进高质量充分就业报告》显示，短视频直播生态孕育和催生了174个新职业，带动上万人就业。2024年，直播电商为农村地区、女性群体和残障人士等提供了就业新机遇。政策监管方面，针对行业新风险，及时出台合规指引保护消费者权益。教育与培训方面，高校需设计相关课程，提升学生实操能力。技术发展上，服务商正加快数字化变革，提升服务效率，显示出行业对高端人才的需求日益增长。

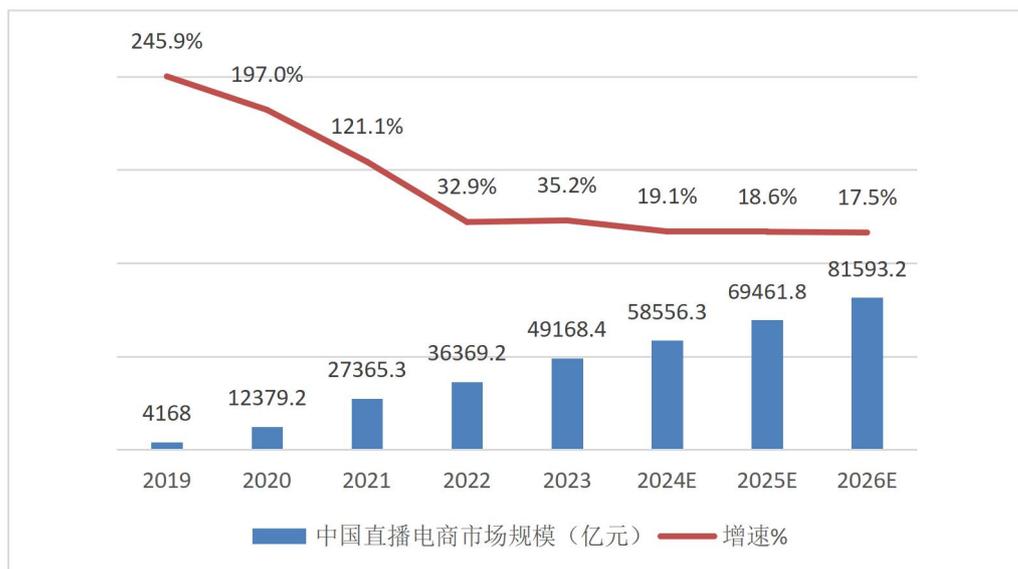
（二）人才质量评估

直播电商行业人才的技能水平要求全面，涵盖直播销售技巧、内容创作、数据分析、技术应用、产品知识介绍和创新能力，同时需具备遵纪守法、诚实守信和团队协作的职业素养。预测未来几年，随着行业持续增长，对专业人才的需求将增加，尤其是信息技术、数字化思维、创新能力及商业实践能力方面。当前人才供需存在差距，高端人才尤为短缺，需通过教育和培训提升。政策引导和技术发展为人才提供了就业机遇，直播电商人才需求包括主播、编导、运营、供应链管理、网络营销、数据分析师，以及跨境电商运营等核心岗位，展现出行业为人才提供了广阔的发展空间。

四、专业人才需求预测

（一）市场需求分析

据艾瑞数智统计，2023 年中国直播电商市场规模达到 4.9 万亿元，同比增速为 35.2%，2026 年预计达到 8.2 万亿，同比增速 17.5%，如图 3 所示。另有数据预测到 2029 年，市场规模有望达到 19 万亿元，年均复合增长率为 30%。



2019-2026年中国直播电商市场规模

同时，中国直播电商用户规模持续增长，2023 年 6 月用户规模达到 5.3 亿人，占网络购物用户规模的比例达到 59.5%，直播电商和即时零售等新业态的发展迅速，使得对具备相应技能的专业人才需求增加，尤其在 IT、通信、电子、互联网行业，其人才需求占比高达 29.84%，显著高于其他行业，显示出这些领域对新媒体营销人才的极大依赖。商业服务行业和文化/传媒/娱乐/体育行业分别以 16.66%和 10.38%的需求量位居其后，进一步凸显了新媒体营销在各行各业中的重要性。目前，我国高校电子商务人才培养人数与市场需求存在较大差距。

《“十四五”电子商务发展规划》提出，到 2025 年，电子商务相关从业人数将达到 7000 万，这表明未来几年内，电子商务人才需求将持续增长。

（二）需求结构变化

直播电商行业的人才需求结构正经历显著变化，主播类岗位如主播、网红艺人等需求量大，强调表达和互动能力；运营类岗位如直播运营总监等，要求市场洞察力和运营管理能力；辅助类岗位如产品经理等，则需技术专长和创新能力。层次上，高层管理注重策略规划和风险管理，中层管理强调团队管理和项目管理，基层岗位则更侧重专业技能和即时问题解决。技能上，技术应用、活动策划、数据分析和内容创作能力成为关键。政策规范、技术发展和市场需求是主要影响因素。山西省市场监督管理局发布《山西省直播电商合规指引（征求意见稿）》，

加强网络交易新业态监管，促进直播电商规范健康持续发展未来趋势表明，多元化用工将成为常态，人才培养将加强校企合作，技能认证将提升人才专业水平，整个行业对高素质、高技能、复合型人才的需求将持续增长。

（三）供需缺口分析

1. 直播电商人才缺口增加

直播电商的蓬勃发展，在带来新消费场景的同时，还催生了一系列新就业方向，人才缺口问题也日益凸显。根据人社部的统计和预测，到 2025 年，互联网营销师的人才需求缺口可达 4000 万人，同年包括直播销售员、选品员、视频创推员与平台管理员在内的四大工种被人社部列入新职业“互联网营销师”范畴。

在用户规模方面，直播电商的参与人数持续增长。中商产业研究院的分析预测，2024 年中国直播电商用户规模将达到 6.9 亿人，行业主播从业人数已达 123.4 万，且从业人员数以每月 8.8% 的速度迅猛增长，覆盖用户规模达到 8 亿以上。

2. 人才缺口主要岗位

商务部的数据显示，2023 年上半年，我国网络零售市场规模保持稳步增长，直播销售额高达 1.27 万亿元，直播场次数超过 1.1 亿场，直播商品数超过 7000 万个，活跃主播数超过 270 万人。

2023 年，中国网络表演（直播与短视频）行业继续保持增长势头。根据中国演出行业协会发布的《中国网络表演（直播与短视频）行业发展报告（2022-2023）》，我国网络表演（直播与短视频）行业市场营收规模达到 2095 亿元，较 2022 年的 1992.34 亿元增长 5.15%，截至 2023 年底，持有网络表演（直播与短视频）经营资质的经营性互联网文化单位数量已突破 15000 家，仅在 2023 年就新增了近 5000 家。这表明市场主体数量继续增加，行业整体呈现出稳定发展的态势。

相关调研显示，高校毕业生群体在短视频直播行业从事的工作种类呈现多元化特征任职最多的岗位为“运营/策划/编导”，其次是“主播/达人”高校群体的涌入丰富了直播与短视频内容，才艺主播、电商主播、文化非遗、知识付费等多领域主播创作者发挥学科优势贡献优质内容。其中，才艺类主播就职率最高，文化类、知识付费类的从业者也在近两年迅速崛起。以下梳理了当下企业对网络营销与直播电商人才要求以及急缺的岗位。

（1）直播电商人才

直播与电商行业的迅速发展带来了巨大的人才需求。在直播电商生态链中，需要的人才包括主播、编导、运营人员、供应链管理等。这些岗位需要具备专业的技能和知识，如直播平台的操作和规则、表达和沟通能力、市场趋势和消费者需求的了解、相关的直播技术等。在山西省，随着各行业对直播电商的需求增加，对直播电商人才的需求也在不断提升。

(2) 网络营销人才

网络营销人才是掌握网络营销策略和技巧的专业人才。他们需要了解互联网营销的规律和趋势，能够制定有效的营销策略，提高品牌知名度和销售额。在山西省，随着企业数字化转型的加速，对网络营销人才的需求也在不断增加。

(3) 数据分析师

在直播与电商行业中，数据分析师是一个重要的角色。他们负责分析直播与电商相关的数据，为企业提供有针对性的市场策略建议。需要具备较强的数据分析能力，熟悉各类数据分析工具，具备一定的统计学知识。

(4) 人工智能训练师

人工智能训练师在直播与电商行业中的角色日益重要。他们负责应用和维护人工智能相关的产品和服务，如虚拟主播、智能客服等。需要跨领域的技术知识、敏锐的市场洞察能力以及卓越的创新和问题解决能力。

(5) 跨境电商运营

随着跨境电商的快速发展，对相关人才的需求也在增加。跨境电商运营需要负责企业跨境电商业务的运营管理，包括产品上架、推广、客户服务等，需要具备一定的外语水平，了解国际市场的需求和趋势，熟悉跨境电商平台的运作规则。

(6) 社交媒体运营

在直播与电商行业中，社交媒体运营也是一个不可或缺的岗位。他们负责企业在社交媒体平台上的品牌推广和运营工作，包括内容策划、发布、互动等。需要了解社交媒体平台的运营规则，具备良好的内容创作和策划能力。

(7) 人才岗位正规化

人社部去年发布的《中华人民共和国职业分类大典(2022年版)》，首次标注了97个数字职业。直播、短视频行业及上下游带动了各类群体就业，造就了诸多数字新岗位，其中既包括传统职业在数字经济时代的再创新，如“短视频特效师”“新演艺人”“互联网招聘师”等，也有数字经济新业态催生的全新岗位，

如“商业化流量规划师”“互联网营销师”“农村电商创业带头人”“助播”等。直播与电商行业的发展带来了巨大的人才需求和机遇。为了满足行业的人才需求，需要加强专业人才的培养和教育，提高学生的专业技能和知识水平。同时，学生也需要不断学习和提升自身素质，以适应行业发展的变化。只有这样，才能推动直播与电商行业的健康发展，为社会创造更多价值。

五、对策与建议

围绕山西省的经济发展，网络营销与直播电商领域的人才培养应聚焦于服务地方特色产业，如文化旅游、特色农产品、手工艺品等。通过培养具备网络营销与直播电商专业知识和实践技能的人才，可以有效地推动地方产品的线上销售和品牌推广，促进地方经济的数字化转型。以下是可能的人才培养方向、专业设置以及课程建议：

（一）专业设置建议

2023年，全国高职院校在电子商务领域的专业布点数量持续增长。据最新数据，高职层面电子商务类专业下设了6个专业，包括电子商务、跨境电子商务、移动商务、网络营销与直播电商、农村电子商务和商务数据分析与应用。截至2022年底，全国高职专科电子商务类专业布点数量为2352个。其中，电子商务专业布点最多，共有1546个院校开设；跨境电子商务专业紧随其后，有372个院校开设；网络营销与直播电商专业有221个院校开设。

电子商务专业的专科招生规模在6个专业中是最多的。从地域分布上看，电子商务类专业在东部和中部地区相对集中，占比超过70%，而西部地区也在快速发展。河南省以251所院校位居开设电子商务专业数量的首位，广东和安徽分别以203所和163所院校紧随其后。

此外，电子商务类专业的新增备案数量也显示出行业的热度。例如，网络营销与直播电商专业在2023年新增了72个专业点，位列新增备案专业数量的第三位。这一增长反映出市场对于电子商务及其衍生领域专业人才的迫切需求。所以建议开设网络营销与直播电商专业、数字媒体技术专业、电子商务专业以及新媒体运营与管理专业。

（二）人才培养方向

网络营销人才：掌握数字营销策略，能够进行市场分析、在线广告投放和社交媒体营销。

直播电商运营人才：熟悉直播电商平台运营模式，能够策划和执行直播销售活动。

内容创作与编辑人才：能够创作吸引用户的内容，包括文案、图像和视频，并进行有效编辑和排版。

数据分析人才：能够运用数据分析工具，对用户行为和市场趋势进行分析，为营销决策提供数据支持。

新媒体运营人才：熟悉新媒体平台运营规则，能够提升账号知名度和粉丝量

（三）课程建议

网络营销基础：介绍网络营销的基本概念、策略和工具。

直播电商平台运营：讲解主流直播电商平台的运营规则和推广技巧。

内容创作与编辑：教授如何创作高质量的营销文案、图像和视频内容。

网络消费者行为与心理：分析网络消费者的购买行为和心理，为营销策略提供依据。

图形图像处理：通过软件教学，使学生掌握图像编辑和视觉设计的基本技能。

网络与新媒体营销：探讨新媒体环境下的营销策略和实施方法。

短视频制作与运营：教授短视频的策划、拍摄、编辑和推广技巧。

直播营销与运营：实操直播营销的全过程，包括策划、执行和效果分析。

电子商务法律法规：了解电子商务活动中的法律知识和风险防范。

数据分析与挖掘：教授数据分析的基本方法和工具，提高数据驱动决策的能力。

通过这些专业和课程的设置，可以为山西省培养出既懂技术又懂市场，既有创新思维又有实战经验的网络营销与直播电商人才，从而推动地方经济的发展。

从上述调查分析来看，网络营销与直播电商专业具有广阔的市场需求，同时我院优良的办学条件，优质组合的教师团队、产教融合、校企共建的办学优势为办好网络营销与直播电商专业奠定了坚实基础。

附件二：校企合作、订单培养等方面的有关佐证材料

HarmonyOS 人才生态体系服务合作框架协议



华为软件技术有限公司

与

江苏传智播客教育科技股份有限公司

协议号：210F0U24010026

1 / 9

HTSPD-20240112-00076



甲方：华为软件技术有限公司

注册地址：南京市雨花台区软件大道 101 号

法定代表人：朱勇刚

项目联系人：丁希恒

联系电话：18559962517

乙方：江苏传智播客教育科技股份有限公司

注册地址：江苏省宿迁市沭阳迎宾大道东首软件产业园 A 栋大厦 803 室

法定代表人：黎活明

项目联系人：王平

联系电话：18501617082

鉴于

华为软件技术有限公司产品全面覆盖手机、个人电脑和平板电脑、可穿戴设备、移动宽带终端、家庭终端和消费者云等。致力于将最新的科技带给消费者，让世界各地更多的人享受到技术进步的喜悦，以行践言，实现梦想。

江苏传智播客教育科技股份有限公司是一家依照中华人民共和国法律组建并合法存续的从事人工智能、大数据、智能制造等数字化人才培养的职业教育公司，具有签署本协议的合法主体资格，且在签署本协议时无任何法律障碍和重大事件影响乙方继续正常存续和履行本协议的能力。

根据中华人民共和国相关法律法规，甲乙双方遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，



经友好协商，就 HarmonyOS 人才培养体系建设及推广合作事宜达成本协议。本协议规定了双方合作的概括性框架和基本原则，具体的权利义务由双方在具体的项目合作协议中进行约定。

一、合作目的

随着 HarmonyOS 的不断演进，HarmonyOS 专业人才需求将出现井喷式爆发。在本协议有效期内，双方将在 HarmonyOS 人才培养体系构建、推广、运营、营销等方面就技术互补、成果共享、商业共赢等方向进行合作，以共同推动 HarmonyOS 人才生态业务发展。

二、合作宗旨和原则

- 2.1 互相尊重，互惠互利。按照市场原则推进双方合作，拓展发展空间，共创美好未来。
- 2.2 自愿平等。坚持自愿合作，双方在合作框架中享有平等地位和权利。
- 2.3 开放公平。坚持合作的公平、开放，坚持非排他性和非歧视性。
- 2.4 优势互补。充分发挥各自优势，加强全方位合作，形成优势集成与互补。
- 2.5 合作共赢。协议双方应落实合作措施、提高合作效益和水平，推动加快发展，实现合作共赢。

三、合作内容

甲方在生产及销售移动通信产品方面，包括但不限于手机、平板电脑、智能穿戴设备和智能家居设备等产品均有着业界领先的水平，乙方在产教融合、行业数字化人才培养及教育数字化转型等领域方面处于行业领先水平。基于优势互补、互惠互利、共同发展的目标，双



方同意在 HarmonyOS 人才生态体系构建、推广、运营、营销等方面就技术互补、成果共享、商业共赢等方向进行深入讨论和合作。具体内容如下：

3.1 HarmonyOS 开发者人才培养体系建设

3.1.1 双方共同面向 HarmonyOS 相关产业进行岗位人才需求调研，基于岗位分析梳理技能体系，结合政策制定人才培养标准体系。

3.1.2 基于人才培养标准体系，结合华为终端业务规划及技术发展方向，双方（或引入院校等第三方）共同进行课程体系建设，包括但不限于课程体系及课程大纲的整体设计、双方现有课程资源的融合或升级改造、新课程的研发、教材设计开发及出版。

3.1.3 双方共同进行产业岗位调研，制定人才评价标准及认证体系设计，进行认证大纲编写、认证题库建设及维护。

3.1.4 双方根据课程体系共同建立教师标准，设计师资培养方案，通过提升现有师资技术水平及新教师选拔培养，建立具备扎实理论基础、娴熟教学方法和高水平教育素质的师资队伍。

HarmonyOS 开发者人才培养体系推广

3.2.1 华为终端生态合作伙伴赋能

基于甲方开放的生态伙伴，由乙方向华为终端生态合作伙伴提供 HarmonyOS 开发者培训与认证服务，开展培训与认证体系宣传与推广，帮助培养和提升 HarmonyOS 开发者人才，支持 HarmonyOS 应用生态发展。

3.2.2 面向社会开展培训赋能和推广

- 充分发挥乙方在教育行业的优势资源，双方共同制订目标，在院校端通过产教融合推广普及 HarmonyOS 技术体系及人才培养体系，搭建 HarmonyOS 技术教学环境，培育 HarmonyOS 技术体系的双师型队伍，培养未来的 HarmonyOS 技术人



才;

- 共同面向政府、园区机构、社会培训者开展职业技术培训与认证,积极推动地方人力资源主管部门与产业人才主管部门开展地区 HarmonyOS 开发者人才生态体系搭建支持。

3.2 HarmonyOS 开发者活动及社区建设

- 基于甲方的 HarmonyOS 开发者社区,乙方积极参与社区的建设、拓展、运营与宣传等工作,共同构建 HarmonyOS 开发者人才生态。
- 基于甲方的 HarmonyOS 相关活动,乙方积极参与活动的议程、运营、宣传等工作,共同提升 HarmonyOS 开发者数量及生态规模。

3.3 HarmonyOS 原生应用开发

基于甲方提供的应用生态企业,根据企业需求完成 HarmonyOS 原生应用开发上架、企业培训等合作,合作方式包含但不限于项目外包、人力外包、企业培训等。

四、合作模式

双方高层建立定期互访制度,按需开展市场信息、行业动态、技术创新、联合营销等方面的交流,并以包括但不限于以下模式进行合作:

- 4.1 双方联合成立 HarmonyOS 开发人才生态联合工作组,由双方相关部门负责人及专家组成,具体对接、协调、推动合作事项并组织实施。
- 4.2 双方加强交流合作,建立例行会议协商机制,联合制定项目整体合作管理办法,共同推进项目落地实施。
- 4.3 双方针对合作项目可开展技术创新、技术开发、市场推广,发挥双方优势资源,共同拓展优质市场,实现互利共赢。



4.4 双方针对合作项目可联合开展 HarmonyOS 原生应用的开发、上架以及对目标企业进行企业培训、人才供给，提升 HarmonyOS 原生应用数量以及鸿蒙生态规模。

双方应共同建立市场风险预警、防范、处置机制，最大限度保护双方利益。

五、双方权利义务

5.1 甲方的权利义务

5.1.1 成立负责 HarmonyOS 开发者人才生态联合的领导小组，负责整个 HarmonyOS 开发者人才生态建设的统筹规划和组织协调，促进信息资源互联互通。

5.1.2 为乙方开放华为终端生态伙伴导入，并制订相关补贴等支持政策。

5.1.3 在双方合作的项目中，甲方向乙方提供合理的便利，如联合办公的出入许可与场地、研发支撑等，以便乙方更好地实现本协议项下合作。

5.2 乙方的权利义务

5.2.1 乙方任命专业化的团队，和甲方共同完成能力开放联合工作组成员的任命。基于甲方 HarmonyOS 开发者人才服务生态，乙方在人才体系建设、人才培养渠道等的优势，共同打造面向各生态伙伴及人才培养合作伙伴的价值场景和方案。

5.2.2 乙方保证产品以及产品的生产、使用、销售不侵犯任何第三方的专利权、著作权、商业秘密、商标权或其他知识产权。

六、知识产权和保密

6.1 本协议中任何条款都不能被解释为一方对另一方明示或默示地授予任何知识产权的许可或转让。双方承诺尊重并保护对方的知识产权，不得在依据本协议而签署的其他具体合作



协议约定的许可范围之外使用对方的知识产权（包括但不限于对方的任何著作权、专利权、商标权、商号、品牌和标识等），在任何情况下不得对另一方的设备、软件等进行反向工程、反编译或拆解。

- 6.1.1 对于一方（“披露方”）向另一方（“接收方”）提供的保密信息，未经披露方事先书面授权，接收方不得以任何方式向任何其他组织或个人泄露、转让、许可使用、交换、赠与或与其他任何组织或个人共同使用或不正当使用。
- 6.1.2 披露方向接收方提供的任何信息或资料均“按现状”提供，除了该等信息或资料的真实性、合法性之外，披露方并不就该等信息或资料作其他任何保证。接收方理解并同意，披露方不对接收方由于使用或不能使用该等信息或资料产生的任何损失负责。
- 6.1.3 未经甲方事先书面许可，乙方不得以明示或暗示的任何方式、或以任何媒体、宣传渠道发布与甲方的任何合作信息，包括但不限于官方网站、报纸、宣传材料、广播、电视、杂志、个人社交媒体等。合作信息包括但不限于双方的合作关系、合作领域、合作金额、当前合作项目、客户信息，双方正在或即将进行某种磋商、或缔结某种合作关系的可能性；或双方即将缔结、已缔结、或已终止某种合作关系的事实等。如乙方违反本条约定导致第三方向甲方主张权利或对甲方造成不利影响的，乙方应负责解决相关纠纷，消除对甲方的不利影响。
- 6.1.4 本条款（第六条“知识产权和保密”）在本协议终止或有效期之后仍对协议各方具有约束力。

七、 不可抗力

7.1 不可抗力：指协议任何一方不可控制的并不可预见的事件，包括但不限于：自然灾害、



地震、洪水、雷击、火灾等；战争或准战争状态、恐怖活动、戒严、骚乱、罢工、行业纠纷等。

7.2 本协议生效后，如不可抗力直接导致一方无法履行本协议或者不能按约定的条件履行本协议，遇有上述不可抗力的一方应在不可抗力发生后的五（5）天内尽快将不可抗力情况通报对方，并应在不可抗力消除之日起十五（15）天内，提供记载不可抗力详情的证明文件，并且（1）解释其为何未履行或不能完全履行其在本协议项下的义务，（2）说明其履行本协议所需的延长期限，该延长期限应与不可抗力对其造成影响的时长相同。此项证明文件需由该不可抗力发生地区的公证机构或当地有关官方机构出具。此时，可根据实际情况部分或全部免于受到不可抗力影响的一方承担违约责任。

7.3 如不可抗力的影响持续一百二十（120）天以上时，协议各方应通过友好协商解决本协议履行问题，并尽快达成协议。

八、 期限和终止

8.1 本协议经双方法定代表人或者授权代表签字并盖章之日起生效，有效期为三年。任何一方可以提前 30 天书面通知的形式而终止本协议及双方之间的合作关系。

九、 适用法律与争议解决

9.1 本协议适用中华人民共和国法律，并排除适用冲突规范。

9.2 本协议未尽事宜及纠纷或争议，协议各方本着友好协商原则解决。未能协商解决的，任何一方应将争议提交至合同签订地深圳市龙岗区有管辖权的人民法院通过诉讼解决。



十、其他

- 10.1 本协议的签订不因此而在甲乙双方之间产生任何代理、合资或从属等关系。
- 10.2 除非本协议另有约定，双方应各自承担在合作过程中或因履行本协议所产生的费用
- 10.3 未经对方事先书面同意，任何一方不得转让本协议项下的权利义务。
- 10.4 本协议一式贰份，双方各持壹份，每份均具有同等法律效力。
- 10.5 本协议是指导双方合作方向的框架性文件。本协议框架下涉及的具体业务，须另行签订业务合同，并在符合国家法律法规的前提下进行。本协议约定事项与业务合同不一致的，以业务合同为准；业务合同中没有约定的事项适用本协议。
- 10.6 本协议中的任何表述不能被解释为双方负有未来订立其他协议的义务。

甲 方：

华为软件技术有限公司

授权代表签字：



签署时间：

2024.01.16

乙 方：

江苏传智播客教育科技股份有限公司

授权代表签字：



签署时间：2024.1.15



江苏传智播客教育科技股份有限公司
大同市数字城市投资建设有限责任公司

合作框架协议



中国 大同
2023 年 8 月

甲方：江苏传智播客教育科技股份有限公司
地址：北京昌平建材城西铁金燕龙中心楼一层
联系人：康道鹤 电话：18500785628

乙方：大同市数字城市投资建设有限责任公司
地址：山西省大同市平城区文瀛湖街道科创园
联系人：张伟 电话：15035286418

一、合作宗旨

通过双方的紧密合作，打造双赢，可持续发展的合作伙伴关系。

二、合作准则

1. 甲乙双方本着自愿、平等、互利、开放的原则，签署本协议。
2. 双方同意基于各自的主营业务与资源，全面深化战略合作，建立密切的战略合作伙伴关系，充分发挥各自行业优势，共同促进双方的业务发展和产品延伸。
3. 双方将本着友好务实、协商互利的原则共同处理在合作过程中出现的问题。

三、合作内容

1. 培训合作：甲方根据乙方及乙方生态企业提出的培训需求，协助开发有关培训项目，包括但不限于编写课程方案、教学大纲、教材、视频课程、试题和遴选师资等，甲方制定合理的培训计划，培训期间，甲方负责学员教学管理和服

山西传智播客教育科技股份有限公司
山西传智播客教育科技股份有限公司
山西传智播客教育科技股份有限公司

及上报工作，保障培训质量，注重提升企业及学员满意度。

2. 人才培养合作：甲方根据乙方及乙方生态企业用人需求，优先推荐品学兼优的毕业生到乙方实习或就业，并提供毕业学生的个人基本资料；乙方承诺在同等情况下，优先录用甲方推荐的数字化人才。
3. 品牌联动合作：甲乙双方将互通有无，积极开展交流合作，提高品牌的核心竞争力和社会影响力。
4. 其他合作：甲乙双方约定在合作框架的基础上，进一步探索合作细节，后续以补充协议的方式进一步落实双方的合作细则。

四、其他事项

1. 在合作过程中，同等条件下，双方互相给予对方优先合作权。
2. 其他事项的合作协议就本协议约定的双方合作，在具体执行过程中，双方应就具体事项另行签署相关协议，对双方的责任、成本承担等作出明确约定。
3. 为避免商标侵权及不当宣传等风险的发生，双方均同意，在使用对方的商标、品牌、企业名称、机构名称等进行宣传前，均须获得对方事先的书面认可，否则，不得进行此类使用或宣传。双方在此承诺，会积极响应对方提出的就合作事项的合理使用或宣传申请。
4. 双方均承认，未经对方事先书面同意而利用其商标、品牌及企业名称、机构名称等进行商业宣传，虚构合作事项，夸大合作范围、内容、效果、规模、程度等，均属对本协议的违反，并可能因虚假宣传构成不正当竞争，守约方或被侵权人将保留追究相应法律责任的权利。

一、公司、下、册

二、投资、建设

五、协议的生效、履行和终止

1. 本协议有效期【5】年，自2023年8月24日至2028年8月23日止。至本协议期限届满前三个月，甲、乙双方共同协商是否终止合作，若继续合作，另行签订协议书，协议内容依照当时协商确定；若终止合作，本协议到期将自动失效。
2. 双方如对本协议的执行有异议，应及时反馈对方，并尽早协商解决；如其中一方未遵守本协议约定的权利与责任，双方可友好协商，通过书面形式终止本协议。
3. 变更与解除
 - (1) 本协议经甲乙双方书面同意，可以修改、补充或解除；
 - (2) 本协议的修改或补充构成本协议的组成部分，与本协议具有同等法律效力。
4. 本协议经双方盖章之日起生效。本协议一式两份，甲乙双方各执一份，每份均具同等法律效力。
(以下无正文)

甲方：
江苏传智播客教育科技股份有限公司

签字日期：2023年8月24日



乙方：
大同市数字城市投资建设有限
责任公司

签字日期：2023年8月24日



乙方合同编号：JS-BJ-CXXS-22120503

L17SPD-20221222-00072
赵锦

江苏传智播客教育科技股份有限公司
同辉佳视（北京）信息技术股份有限公司
合作协议

中国 北京

2022 年 12 月



乙方合同编号：JS-BJ-CXXS-22120503

甲方：江苏传智播客教育科技股份有限公司
地址：北京市昌平区建材城西路金燕龙写字楼一层
联系人：康道鹤 电话：18501287772

乙方：同辉佳视（北京）信息技术股份有限公司
地址：北京市海淀区永泰中路25号B座1层101号
联系人：朱航利 电话：18001382009

一、合作双方介绍

江苏传智播客教育科技股份有限公司（以下简称“传智教育”）是一家以就业为导向，培养科技人才的职业教育机构，2021年1月12日在深交所主板上市，成为中国教育行业A股IPO第一股（股票代码003032）。自成立以来，传智教育紧随国家互联网科技战略及产业发展步伐，始终与软件、互联网、智能制造等前沿技术齐头并进，已持续向社会高科技企业输送数十万名科技人才，促进了当地数字化经济的发展及新一代信息技术行业的发展，积极响应了党和国家“大力发展职业教育”、“新一代人工智能发展”号召，有力配合了国家“稳就业”、“教育强国”、“信息化发展”战略，为当地数字化经济发展及企业数字化转型升级提供了强有力的人才支撑。

立足当前国家建设现代化经济体系的战略目标，集团致力于培养人工智能、大数据、智能制造、软件、互联网、区块链等数字化专业人才及数

乙方合同编号：JS-BJ-CXXS-22120503

据分析、网络营销、新媒体、产品经理、设计等数字化应用人才。从创立之初至今，传智教育开设的学科已经涵盖人工智能、大数据、智能制造、区块链、JavaEE、C/C++、Python、数据分析、前端、UI/UE设计、新媒体等十余门学科，所有学科的开设计紧跟时代的发展，不断更新迭代，更因技术新、课程深、项目广，让学员始终走在技术前端。

同辉佳视（北京）信息技术股份有限公司（简称：同辉信息，股票代码：430090）——“创新数字视觉科技引领者”。自2008年创立以来，一直专注于数字视觉领域，2021年11月15日，成功登陆北京证券交易所，成为北交所首批上市企业。

同辉信息秉持“最佳视觉”的企业宗旨，以“数字视觉”“科技创新”为核心，致力于为客户带来最佳的视觉体验。基于前沿的科技技术，业务涉及数字影院、数字金融展馆、VR智慧教育等核心领域，在创意策划、方案设计、软件产品、内容开发等方面具有非常雄厚的技术实力，先后取得专利及著作权近200项，研发能力和创新能力在行业内均处于领先地位。历经多年的技术沉淀与迭代升级，构建了坚实的技术基础和竞争力，以市场需求为导向，为客户提供极致的全价值链数字视觉服务。

二、合作准则

1. 甲乙双方本着自愿、平等、互利、开放的原则，签署本协议。
2. 双方同意基于各自的主营业务与资源，全面深化战略合作，建立密切的战略合作伙伴关系，充分发挥各自行业优势，共同促进双方的业务发展和产品延伸。
3. 双方将本着友好务实、协商互利的原则共同处理在合作过程中出现的问题。

三、合作内容

1. 对外合作业务：传智教育与同辉佳视达成合作，依托双方资源，共同拓展对外合作业务，开展实验室、思政教室等方面的建设，根据实际情况，进行利润分成。
2. 设备采购：同辉佳视给予传智教育合作生态企业最优价格采购同辉佳视AR/VR等硬件设备。
3. 品牌联动合作：同辉佳视与传智教育联合举办包括但不限于行业大会、私享会等社区活动，共同提供专家顾问、大会支持，推动社区发展。

四、其他事项

1. 在合作过程中，同等条件下，双方互相给予对方优先合作权。
2. 其他事项的合作协议就本协议约定的双方合作，在具体执行过程中，双方应就具体事项另行签署相关协议，对双方的责任、成本承担等作出明确约定。
3. 为避免商标侵权及不当宣传等风险的发生，双方均同意，在使用对方的商标、品牌、企业名称、机构名称等进行宣传前，均须获得对方事先的书面认可，否则，不得进行此类使用或宣传。双方在此承诺，会积极响应对方提出的就合作事项的合理使用或宣传申请。
4. 双方均承认，未经对方事先书面同意而利用其商标、品牌及企业名称、机构名称等进行商业宣传，虚构合作事项，夸大合作范围、内容、效果、规模、程度等，均属对本协议的违反，并可能因虚假宣传构成不正当竞争，守约方或被侵权人将保留追究相应法律责任的权利。

乙方合同编号：JS-BJ-CXXS-22120503

五、协议的生效、履行和终止

1. 本协议自双方签字盖章之日起生效。
2. 双方如对本协议的执行有异议，应及时反馈对方，并尽早协商解决；如其中一方未遵守本协议约定的权力与责任，双方可友好协商，通过书面形式终止本协议。
3. 变更与解除
 - (1) 本协议经甲乙双方书面同意，可以修改、补充或解除；
 - (2) 本协议的修改或补充构成本协议的组成部分，与本协议具有同等法律效力。
4. 本协议一式两份，甲乙双方各执一份，均具同等法律效力。

甲方：（公章）
江苏传智播客教育科技股份有限公司



签字日期：2022年12月2日

乙方：（公章）
同辉佳视（北京）信息技术股份
有限公司



签字日期：2022年12月2日



H7SPD-20221222-00069
李道强

江苏传智播客教育科技股份有限公司
北京优诺科技有限公司
战略合作框架协议

中国 北京
2022 年 12 月

甲方：江苏传智播客教育科技股份有限公司
地址：北京市昌平区建材城西路金燕龙写字楼一层
联系人：康道鹤 电话：18501287772

乙方：北京优诺科技有限公司
地址：北京市朝阳区酒仙桥路10号恒通国际商务园B23A
联系人：郭婧 电话：13501363723

一、合作双方介绍

江苏传智播客教育科技股份有限公司（以下简称“传智教育”）是一家以就业为导向，培养科技人才的职业教育机构，2021年1月12日在深交所主板上市，成为中国教育行业A股IPO第一股（股票代码003032）。自成立以来，传智教育紧随国家互联网科技战略及产业发展步伐，始终与软件、互联网、智能制造等前沿技术齐头并进，已持续向社会高科技企业输送数十万名科技人才，促进了当地数字化经济的发展及新一代信息技术行业的发展，积极响应了党和国家“大力发展职业教育”、“新一代人工智能发展”号召，有力配合了国家“稳就业”、“教育强国”、“信息化发展”战略，为当地数字化经济发展及企业数字化转型升级提供了强有力的人才支撑。

立足当前国家建设现代化经济体系的战略目标，集团致力于培养人工智能、大数据、智能制造、软件、互联网、区块链等数字化专业人才及数

据分析、网络营销、新媒体、产品经理、设计等数字化应用人才。从创立之初至今，传智教育开设的学科已经涵盖人工智能、大数据、智能制造、区块链、JavaEE、C/C++、Python、数据分析、前端、UI/UE设计、新媒体等十余门学科，所有学科的开设计紧跟时代的发展，不断更新迭代，更因技术新、课程深、项目广，让学员始终走在技术前端。传智教育大数据团队广泛参与社区贡献项目，完成了涵盖教育、医疗、物流、电商、金融等常见领域数个项目的研发和课程转化。

优锆科技是数字孪生可视化领域的头部企业，目前公司规模达到1500+人，申请专利数量110个，已获得发明专利授权27个，获得外观发明专利授权3个、获得实用新型专利授权10个，知识产权软著证书47个。公司成立十年来，已经服务了2000+行业领军企业，拓展数千家生态合作企业，积累了70万开发者用户，完成了35万+数字孪生产业场景开发。其中有781所大学、667所学院、747所高职学校中的7万师生正在使用优锆科技提供的数字孪生引擎开展课题研究和毕业设计。

依托在数字孪生领域的研究和成绩，优锆科技参与了1项行业标准和4项团体标准的制定工作，分别为《数字孪生智慧园区行业标准》、《数据中心监控管理标准》、《数字孪生技术应用标准》、《数字孪生城市能力模型与技术要求》、《数字孪生城市技术服务规范》。项目参与的《数据中心数字孪生技术规范》团体标准发布并实施，标准号T/DZJN 47—2021。为进一步推进数字孪生产业发展，构建数字孪生人才生态，优锆积极参与教育部协同育人、各类学科竞赛支撑、产教融合校企合作项目，为下游数千家企业输送数字孪生技术人才。

二、合作准则

1. 甲乙双方本着自愿、平等、互利、开放的原则，签署本协议。
2. 双方同意基于各自的主营业务与资源，全面深化战略合作，建立密切的战略合作伙伴关系，充分发挥各自行业优势，共同促进双方的业务发展和产品延伸。
3. 双方将本着友好务实、协商互利的原则共同处理在合作过程中出现的问题。

三、合作内容

1. 课程共建合作：传智教育与优诺科技达成战略合作，共建数字孪生相关课程，应用森工厂数字孪生一站式开发平台，搭建可交互三维应用场景。
2. 课程专家合作：为推动课程共建顺利实施，优诺科技为传智教育提供的相关课程技术内容给予专家支持。传智教育在课程设定、策划、录制与体系建设等方面上，提供专业支持。
3. 对外合作业务：传智教育与优诺科技达成合作，依托双方资源，共同拓展对外合作业务，根据实际情况，进行利润分成。
4. 品牌联动合作：优诺科技与传智教育联合举办包括不限于行业大会、私享会等社区活动，共同提供专家顾问、大会支持，推动社区发展。
5. 人才培养合作：根据双方需求，为彼此及其合作生态企业输送相关人才。

四、其他事项

1. 在合作过程中，同等条件下，双方互相给予对方优先合作权。
2. 其他事项的合作协议就本协议约定的双方合作，在具体执行过程中，双

方应就具体事项另行签署相关协议，对双方的责任、成本承担等作出明确约定。

3. 为避免商标侵权及不当宣传等风险的发生，双方均同意，在使用对方的商标、品牌、企业名称、机构名称等进行宣传前，均须获得对方事先的书面认可，否则，不得进行此类使用或宣传。双方在此承诺，会积极响应对方提出的就合作事项的合理使用或宣传申请。
4. 双方均承认，未经对方事先书面同意而利用其商标、品牌及企业名称、机构名称等进行商业宣传，虚构合作事项，夸大合作范围、内容、效果、规模、程度等，均属对本协议的违反，并可能因虚假宣传构成不正当竞争，守约方或被侵权人将保留追究相应法律责任的权利。

五、协议的生效、履行和终止

1. 本协议有效期【1】年，自2022年12月10日至2023年12月9日止。至本协议期限届满前三个月，甲、乙双方共同协商是否终止合作，若继续合作，另行签订协议书，协议内容依照当时协商确定；若终止合作，本协议到期将自动失效。
2. 双方如对本协议的执行有异议，应及时反馈对方，并尽早协商解决；如其中一方未遵守本协议约定的权力与责任，双方可友好协商，通过书面形式终止本协议。
3. 变更与解除
 - (1) 本协议经甲乙双方书面同意，可以修改、补充或解除；
 - (2) 本协议的修改或补充构成本协议的组成部分，与本协议具有同等法律效力。
4. 因履行本协议发生纠纷的，双方均可以提交至有管辖权的人民法院诉讼

解决。

5. 本协议一式两份，甲乙双方各执一份，均具有同等法律效力。

甲方：

江苏传智播客教育科技股份有限公司

签字日期：



乙方：

北京优锘科技有限公司

签字日期：



E17SPD-20221222-00070
趙進鶴

江苏传智播客教育科技股份有限公司
北京中教智业信息技术研究院有限公司
合作协议

中国 北京
2022 年 12 月



甲方：江苏传智播客教育科技股份有限公司

地址：北京市昌平区建材城西路金燕龙写字楼一层

联系人：康道鹏 电话：1850287777

乙方：北京中教智业信息技术研究院有限公司

地址：北京市大兴区兴华大街（二段）1号院

联系人：张秋颖 电话：010-89295758

一、合作双方介绍

江苏传智播客教育科技股份有限公司（以下简称“传智教育”）是一家以就业为导向，培养科技人才的职业教育机构，2021年1月12日在深交所主板上市，成为中国教育行业A股IPO第一股（股票代码003032）。自成立以来，传智教育紧随国家互联网科技战略及产业发展步伐，始终与软件、互联网、智能制造等前沿技术齐头并进，已持续向社会高科技企业输送数十万名科技人才，促进了当地数字化经济的发展及新一代信息技术行业的发展，积极响应了党和国家“大力发展职业教育”、“新一代人工智能发展”号召，有力配合了国家“稳就业”、“教育强国”、“信息化发展”战略，为当地数字化经济发展及企业数字化转型升级提供了强有力的人才支撑。

立足当前国家建设现代化经济体系的战略目标，集团致力于培养人工智能、大数据、智能制造、软件、互联网、区块链等数字化专业人才及数据分析、网络营销、新媒体、产品经理、设计等数字化应用人才。从创立

之初至今，传智教育开设的学科已经涵盖人工智能、大数据、智能制造、区块链、JavaEE、C/C++、Python、数据分析、前端、UI/UE设计、新媒体等十余门学科，所有学科的开设紧跟时代的发展，不断更新迭代，更因技术新、课程深、项目广，让学员始终走在技术前端。

北京中教智业信息技术研究院有限公司（以下简称“中教智业”）成立于2009年，是一家集产业研究与咨询、人才产业园区运营、职业标准认证、人才培养、产业投融资服务、创业孵化于一体的产教融合的国家高新技术企业，是国家教育部认定的全国产教融合大学生就业服务平台和新一代信息技术智慧学习工场建设首批试点单位，旗下三大业务平台：

- (1) 产教融合服务：校企合作人才双培共育、学科专业共建、产业学院共建、实训基地共建、大学科技园和产业科技园共建；
- (2) 产业运营服务：产业引入与运营、高技术技能人才培养培训；
- (3) 创新创业服务：创新成果转化与应用、创新创业大赛、资本运作、产业对接、创业辅导等双创服务。

二、合作准则

1. 甲乙双方本着自愿、平等、互利、开放的原则，签署本协议。
2. 双方同意基于各自的主营业务与资源，全面深化战略合作，建立密切的战略合作伙伴关系，充分发挥各自行业优势，共同促进双方的业务发展和产品延伸。
3. 双方将本着友好务实、协商互利的原则共同处理在合作过程中出现的问

题。

三、合作内容

1. 双方充分发挥自身在专业建设、教研教辅、教学服务等方面优势，整合教学与服务资源，达成政企项目合作；将根据实际情况，另行签署利润分成协议。
2. 品牌联动合作：双方联合举办包括不限于行业大会、创新大赛等活动，共同提供专家顾问、大会支持，推动品牌及企业资源拓展。

四、其他事项

1. 在合作过程中，同等条件下，双方互相给予对方优先合作权。
2. 其他事项的合作协议就本协议约定的双方合作，在具体执行过程中，双方应就具体事项另行签署相关协议，对双方的责任、成本承担等作出明确约定。
3. 为避免商标侵权及不当宣传等风险的发生，双方均同意，在使用对方的商标、品牌、企业名称、机构名称等进行宣传前，均须获得对方事先的书面认可，否则，不得进行此类使用或宣传。双方在此承诺，会积极响应对方提出的就合作事项的合理使用或宣传申请。
4. 双方均承认，未经对方事先书面同意而利用其商标、品牌及企业名称、机构名称等进行商业宣传，虚构合作事项，夸大合作范围、内容、效果、规模、程度等，均属对本协议的违反，并可能因虚假宣传构成不正当竞争，守约方或被侵权人将保留追究相应法律责任的权利。

五、协议的生效、履行和终止

1. 本协议有效期【1】年，自2022年12月10日至2023年12月9日止。
至本协议期限届满前三个月，甲、乙双方共同协商是否终止合作，若继续合作，另行签订协议书，协议内容依照当时协商确定；若终止合作，本协议到期将自动失效。
2. 双方如对本协议的执行有异议，应及时反馈对方，并尽早协商解决；如其中一方未遵守本协议约定的权力与责任，双方可友好协商，通过书面形式终止本协议。
3. 变更与解除
4. (1) 本协议经甲乙双方书面同意，可以修改、补充或解除；
5. (2) 本协议的修改或补充构成本协议的组成部分，与本协议具有同等法律效力。
6. 本协议一式两份，甲乙双方各执一份，均具同等法律效力。

甲方：

江苏传智播客教育科技股份有限公司

签字日期：

乙方：

北京中教智业信息技术研究院
有限公司

签字日期：