

漯河职业技术学院

网络营销专业人才培养方案

(2020年修订)

一、专业名称及代码

(一) 专业名称：网络营销

(二) 专业代码：630803

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限及学历

全日制三年，专科。实行弹性学制，学生可通过学分认定、积累、转换等办法，在2-6年内完成学业。

四、职业面向

所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应行业(代码)	主要职业类别(代码)	主要岗位群或技术领域	职业资格证书和技能等级证书
财经商贸大类(63)	电子商务类(6308)	互联网和相关服务(64) 商务服务业(72) 批发业(51) 零售业(52)	销售人员(4-01-02) 商务专业人员(2-06-07)	网络营销策划 新媒体编辑 网络渠道推广 客户服务 互联网产品销售	暂无

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

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、网络渠道推广客户服务、互联网产品销售等工作的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1. 素质

(1) 坚定拥护中国共产党领导，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维，具有学网络营销、爱网络营销的职业理念和服务“网络经济”的职业理想；

(4) 具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

2. 知识

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识；

(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；

(4) 掌握文字写作、语言与文字交流、信息技术应用以及商业文化素养等相关知识；

(5) 掌握品牌策划及日常运营、活动策划方案制定与实施的相关知识；

(6) 掌握文案创意方法与文案撰写、新媒体设计与制作、网络广告制作与投放的相关知识；

(7) 掌握搜索引擎站内站外优化、竞价账户搭建及维护的相关知识；

(8) 掌握客户服务、客户关系维护的相关知识；

(9) 掌握新媒体推广、社群运营的相关知识；

(10) 掌握互联网产品分类、互联网产品销售的相关知识。

3. 能力

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

(3) 具备一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力；

(4) 具备计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析的能力；

- (5) 能够针对企业经营目标，开展品牌定位调研、策划品牌推广计划并实施；
- (6) 具备文案创意与撰写的能力，能够挖掘客户需求，制定文案创意方案并撰写发布；
- (7) 具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施；
- (8) 具备网络广告策划及投放的能力，能够根据企业网络广告投放目标策划并制作网络广告，合理规划投放时间、资金预算，进行投放；
- (9) 具备搜索引擎营销的能力，能够对企业的搜索引擎竞价账户进行搭建和维护，能够对企业的网站（网店）进行站内优化、站外优化；
- (10) 具备线上线下活动策划与执行能力，能够策划活动方案、整合资源，进行活动实施与监控；
- (11) 具备开发客户、服务客户、维护客户关系的能力，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度；
- (12) 具备社群营销策划及运营的能力，能够自建社群并开展社群运营活动。

4. 职业态度

- (1) 自觉遵守相关法律法规、标准和管理规定；
- (2) 具有吃苦耐劳，爱岗敬业的精神；
- (3) 具有团队合作意识；
- (4) 具有积极向上的态度和创新精神；
- (5) 具有良好的思想政治素质和职业道德。
- (6) 良好的工作品格和严谨的行为规范。
- (7) 能与网络营销企业、关联上下游企业等单位建立良好、持久的关系。
- (8) 能进行自我批评与检查，敬业、吃苦耐劳的精神、勇于承担责任。

六、人才培养模式

根据专业人才培养目标，本专业采用校企合作、工学交替的“2+1”人才培养模式。

“2+1”人才培养模式中的“2”是指从网络营销社会工作岗位认知入手，根据网络营销社会工作岗位的需要设置理论课程，并以实训强化理论提高技能；通过校内专项实训、模拟综合实训、引企入校等方式加强学生技能训练，并依托行业进行专项技能培训，时间为2年。“1”是每个学生根据个人的爱好和特长，选择适合个人发展方向的岗位目标，进行为期一个学期的毕业设计和专项技能实习及一个学期的就业性实习，为就业实现零距离接轨做准备。具体如下：

第 1-3 学期，进行网络营销专业理论课程教学和专业基本素质、基本技能培养，通过理论教学和校内专项实训，完成必需的职业基础和网络营销技能教育，获取相应的专项技能证书。

第 4 学期，在学生继续学习网络营销专业知识的同时，学院引进企业实践项目。学生通过引进的电子商务运营项目进行专业实践，根据兴趣和专业能力，按照电商客服、网络推广、SEO 优化、网站编辑、电商运营等职业岗位群，组建学习团队，进一步增强相关岗位的职业能力；强化校企合作深度，借助合作企业培训能力，提升学生专项技能。

第 5 学期，进行专项技能实习。本学期到校外合作企业进行专业对口的顶岗实习，按照企业与系部共同制定的实习课程指导手册规定内容进行实习，校企双方实行联合管理、共同指导，实习结束，以企业为主导对实习学生进行业绩考核和实习综合评定。本学期结束时完成相关毕业设计。

第 6 学期，进行就业性实习。学生在专项技能实习结束后进入就业性实习阶段，并实现高端就业。就业性实习过程中，学生可以进行双向选择，即选择继续留在顶岗实习时所在的企业或者选择其他合适的企业进行就业性实习，也可以选择自主创业。

七、课程设置及要求

（一）课程设置

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、公共外语、体育、创新创业教育、劳动教育、信息技术、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并将大学语文、高等数学、美育（含音乐欣赏、美术欣赏）、中华优秀传统文化、职业人文素养等列入限选课。

2. 专业（技能）课程

（1）专业基础课程

开设 8 门，包括：市场营销、电子商务概论、电子商务法、消费者行为分析、客户关系管理、经济学、管理学、photoshop 等。

（2）专业核心课程

开设 10 门，包括网络营销、电子商务文案、网店运营与管理、网络广告实务、新媒体营销、搜索引擎营销、电商客服、移动电子商务、电商美工、推销策略与艺术等。

（3）专业拓展课程

开设 4 门，包括电子商务平台应用、商务数据分析、移动企业建站、商务管理与沟通等

课程。

（二）主干课程教学内容及要求

1. 课程名称：电子商务概论

课程目标：通过电子商务概论课程学习，学生要能熟练使用互联网工具收集、整理、发布商务信息，能正确理解电子商务理念；能准确判断电子商务网站类型，并能熟练通过 B2C、B2B、C2C 类型的网站开展网上交易；能开展简单的网络营销活动并能对网络广告的投放媒体进行选择判断；能排除简单的网络故障和处理简单网络交易安全问题；能帮助企业设计、分析物流配送方案；能够对企业整体电子商务环境进行评价。

主要内容：本课程分析了电子商务形成的主要原因、现象和发展趋势，详细介绍了电子商务的技术基础、基本运作过程和基本操作方法。主要内容涉及电子商务交易模式、网上支付系统、电子商务物流、网络营销和网站构建、信息加密技术等，并从信息流、资金流、物流三流整合的角度和思想概括电子商务的基本内容并形成电子商务知识体系框架。

教学要求：要求教师通过典型工作任务的提炼，将电子商务职业工作过程所需基本知识融于教学全过程。具体说是教师先对典型工作任务进行讲解、演示，学生根据具体任务分组完成后表述任务完成过程及感受。通过把学习情境中的一个个项目转换成相对独立的工作任务交予学生完成，从而培养学生独立与协作工作的能力，提升学生自主学习的兴趣，锻炼学生通过自主学习掌握工作思路与方法的能力，切实提高学生的职业技能和处理实际问题的综合素质。

2. 课程名称：市场营销

课程目标：通过本课程的教学使学生掌握企业市场营销的基本知识、基本理论和基本技能；认识在发展社会主义市场经济的进程中，加强对企业市场营销管理的重要性；熟悉和掌握分析市场营销环境、研究市场的购买行为、制定市场营销组合决策、组织和控制市场营销活动的基本程序、方法和策略；培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的能力，具备较好的实际应用能力，以便今后能较好地适应市场营销管理工作的需要。

主要内容：本课程讲述了企业的营销活动及其规律性，主要研究卖主的产品或服务如何转移到消费者和用户手中的全过程。探讨在生产领域、流通领域和消费领域内运用一整套开发原理、方法、策略，不断拓展市场的全部营销活动以及相应的科学管理。市场营销学的结构体系由以下四大块内容组成：（1）营销原理 包括市场分析、营销观念、市场营销信息系统与营销环境、消费者需要与购买行为、市场细分与目标市场选择等理论。（2）营销实务 由产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略、市场营销组合策略等组成。（3）营销管理 包括营销战略、计划、组织和控制等。（4）特殊市场营销 由网络营销、服务市场营销和

国际市场营销等组成。

教学要求：本课程在教学过程中主要采用案例教学法和项目化教学。课堂授课以教学大纲为依据，以文字教材为基础，结合中外企业的典型案例，主要讲述本课程的重点、难点、疑点，帮助学生了解和掌握本课程的知识点。提倡研究型学习，积极组织开展形式多样的课堂讨论，培养学生思考问题、分析问题、解决问题的能力。根据课程要求，组织学生设计和分析企业案例，并通过作业训练，深化对教学内容的理解和掌握。在教学过程中，要结合教学进度，依据教学内容安排学生深入社会实践、调查研究并进行交流，撰写调研报告。

3. 课程名称：电商客服

课程目标：使学生能达到企业基本工作要求，即通过聊天软件、电话等能与客户沟通，接受客户的询价，为客户导购，能同时和多人聊天，对客户有耐心，能够帮助店主装修、推广网店，甚至参与产品的设计。

主要内容：本课程主要讲授如何通过聊天工具和客户沟通，解答客户提出的各种问题，达成交易。是学生了解客服的主要工作是负责收集客户信息，了解并分析客户需求，规划客户服务方案；负责进行有效的客户管理和沟通；负责建立客户服务团队以及培训客户代表等相关人员；定期或不定期进行客户回访，以检查客户关系维护的情况；负责发展维护良好的客户关系；负责组织公司产品的售后服务工作；建立客户档案、质量跟踪记录等售后服务信息管理系统。负责及时跟踪货品发货动向，及时与用户沟通，避免用户不满意。

教学要求：本课程要求网络教室，对学生实行分组教学，主要采用项目化教学和网络实战演练的方式完成。

4、课程名称：网络营销

课程目标：通过任务驱动型的项目活动，使学生在掌握网络营销与策划理论的基础上，对自己将要服务的企业与专业领域有全面的了解，能为客户量身定制合理网络营销方案。会熟练运用各种网络营销工具进行企业网络营销工作，能与客户良好沟通，能进行数据分析和顾客异议解决。

主要内容：本课程主要介绍网络营销的基本概念、内容、特点、工具和手段，系统地描述网络环境下市场及消费者行为的特点和变化，针对网上消费者的需求及购买决策过程进行分析，并对网络品牌建设、产品与服务、价格与网上定价、渠道与供应链管理、网络广告与促销策略和客户关系管理内容进行深入浅出的阐述，重点描述和分析了交互式网络营销沟通、在线客户关系的建立与维系、网络营销绩效评价等营销实务内容。

教学要求：教学最好在互联网连接的教室用多媒体教学手段完成，以方便结合教学进度和内容随时利用丰富的网络资源。通过教师讲授、案例分析、网络实践等丰富的教学手段，

给学生的学习过程带来更多的综合体验。本课程可采用项目导向，任务驱动式的教学模式，根据课程内容、课程目标结合人才培养目标提炼适当的项目任务，每个具体的项目任务中应明确学生要达到的知识目标、能力目标与素质目标，学生完成任务的各项指标及衡量方式。

5、课程名称：网店运营与管理

课程目标：学生通过本课程学习能熟悉淘宝等第三方电子商务平台，能合理地进行网上店铺管理，能正确地进行网店商品的管理，通过不同方式扩大网店的知名度并做好网店的客服工作。能通过各种媒体资源查找所需信息，并利用信息解决实际问题；能分析实际工作任务情况，设计工作计划并实施；能从网店工作中不断吸取经验，提高技能应用水平。

主要内容：本课程是高职院校电子商务专业的一门实训类课程。网上开店经营技能是简单的，稍加学习就可以掌握，而要真正将一个网上商店经营运转正常，这其中又有着许许多多的窍门和学问，并需要将在校期间学到的知识加以综合应用。本课程以淘宝网为例，通过对本课程的学习，一个对网上经营无任何经验的高职学生，通过体验申请、经营一家店铺的过程，熟悉网上交易的基本流程以及网上销售的一系列环节，独立完成网上开店经营的实务操作。同时，力求对网上经营的窍门进行尽量深入的探讨。

教学要求：本课程采用情景教学模式，按照“高技能型人才”的培养目标要求，将传统教学、多媒体教学、网络教学和工学结合有机结合，并将其应用到教学实践当中，多种教学方法相互渗透、灵活运用。在情境的教学过程中，将学生分为若干组，每组按照项目的要求，完成网店系统的设计、实施、测试、管理和评价。同时给学生提供调研的机会，鼓励学生深入到机房、企业去了解网店销售产品的实际情况，指导学生学会对网上资源的搜索和利用，锻炼学生独立学习、解决问题的能力。

6、课程名称：客户关系管理

课程目标：使学生掌握客户关系管理软件的操作，理解客户关系管理的意义并能根据资源库开发客户资源和维护好客户关系。

主要内容：包括认识客户关系管理、识别与开发客户资源、建设与管理客户信息库、提升客户的满意度和客户的忠诚度、客户关系管理的应用五个部分。

教学要求：要求运营多媒体教学增强教学的生动性和直观性；运用典型案例对学生进行应用能力训练；增加课堂讨论问题的趣味性。

7、课程名称：网络广告实务

课程目标：使学生能依托理论知识分析网络广告现状，网络中广告的优劣，并能根据企业不同时期的宣传目标和经费投放选择网络广告投放平台，能根据实际需要策划制作简单网络广告。

主要内容：本课程的专业目标是使学生了解网络广告与传统广告的区别与联系，掌握网络广告的特性，理解网络广告的策划、创意、制作、发布。主要内容包括：网络广告概述，电子邮件广告、搜索引擎广告、富媒体广告，网络广告策划，网络广告创意，网络广告制作，网络广告发布，网络广告效果评估，网络广告经营，网络广告监督管理等。

教学要求：本课程是实战性和操作性强的应用型课程，建议在有网络环境的教室展开教学，充分利用网络开发资源和相关教学软件，通过项目化教学分解教学任务，按小组形式完成教学任务。

8、课程名称：搜索引擎营销

课程目标：通过本课程的学习要求学生能制作搜索引擎营销计划，熟练使用常用搜索引擎工具开展营销活动。对网店内部主要会使用各种优化工具提高店铺的展现率和率，对于外部搜索引擎主要会合理设置关键词竞价。

主要内容：本课程是实战性较强的课程，主要讲授搜索引擎的工作原理，搜索引擎主要的分类，如何开展搜索营销，搜索营销的成功因素等方面的内容。重点集中在 SEO 和 SEM 营销的应用上。

教学要求：本课程是实战性和操作性强的应用型课程，建议在有网络环境的教室展开教学，充分利用网络开发资源和相关教学软件，通过项目化教学分解教学任务，按小组形式完成教学任务。

9、课程名称：推销策略与艺术

课程目标：销售活动是网络营销专业学生就业后从事的岗位之一，通过本课程的学习，学生要具备推销准备、目标顾客寻找、顾客约见与接近、推销洽谈、交易达成、推销管理等方面的工作能力。

主要内容：本课程重在解决推销从业人员各个环节的知识储备和技能操作问题，将推销工作过程分解成：推销准备、目标顾客寻找、顾客约见和接近、推销洽谈、交易达成和推销管理。

教学要求：教学要以项目为载体，以工学结合为手段，以工作任务与职业能力分析为依据，以小组为单位实施基于推销工作过程的理实一体化项目教学。

10、课程名称：新媒体营销

课程目标：通过本课程的学习，要求学生能基于特定产品的概念诉求与问题分析，对消费者进行针对性心理引导，可以借助媒体表达与舆论传播使消费者认同某种概念、观点和分析思路，从而达到企业品牌宣传、产品销售的目的。

主要内容：以企业网络营销行为为经，以新型媒体平台为纬，构织其基本体系。系统阐

述新媒体营销的理论与方法,深入探讨新媒体营销的具体策略与方法,全面涵盖新媒体营销的主要领域:网络广告、搜索引擎营销、视频营销、网络游戏营销、微博营销、微信营销、APP 营销。

教学要求:本课程适合采用项目化教学方法和案例分析法,在细述新媒体营销理念与规则的基础上,结合大量实例展开真做实操。

11、课程名称 : 电商美工

课程目标:通过电商美工课程的学习,使学生能综合使用多种软件和工具进行网络产品图片美化、修饰和处理,能胜任网店产品美化、网店装修以及平面广告设计等诸多领域的应用。

主要内容:电商美工课程在介绍使用 PHOTOSHOP 软件进行产品图片处理的基础上,开发使用 Fireworks 软件进行产品图片的校正、修饰和修复切片处理,并完成不同软件的综合使用进行产品海报设计和图片美化。

教学要求:课程教学使用多媒体机房,结合网店产品和网络特点进行案例式教学,让学生灵活应用 PHOTOSHOP 和 Fireworks 两款软件综合使用进行网络产品优化和修饰,同时布置设计海报任务,使学生发挥创造力。

12、课程名称 : 移动电子商务

课程目标:通过本课程的学习,使学生系统掌握移动电子商务的基础知识,能使用移动互联网思维进行营销活动,掌握二维码技术、HTML 5 技术、LBS 技术,能使用微信等移动端工具策划营销活动,能使用移动支付工具进行支付活动。

主要内容:本课程分为理论和实训两部分。理论部分包括移动电子商务系统概述、移动电子商务技术及应用、移动支付的运营模式、移动营销案例解读、微信营销、O2O 模式及营销;实训部分包括移动支付、微信营销、微店装修、社交商务应用。

教学要求:本课程在教学过程中采用案例教学法和项目化教学,通过多种媒体手段进行教学和演示操作流程,然后布置工作任务,将课程单元按照工作任务分解为不同的项目,将学生分成不同的工作小组,学生可根据给定的项目内容,分组完成项目任务。

13、课程名称 : 电子商务文案

课程目标:通过任务驱动型的项目活动,使学生在掌握电子商务文案写作理论的基础上,能为企业商品或活动制作合理的策划方案。会熟练创作各种形式的电子商务文案,能够掌握先进的营销理念与技能,顺利完成各项营销推广工作。

主要内容:本课程主要介绍电子商务文案写作的基本概念、操作方法。课程从岗位要求、职业素养、学习领域入手,详细分析商品定位、品牌文案、网络推广文案的写作方法,以及

以微信为代表的移动端营销文案的写作方法，使学生掌握各种形式的电商文案的写作技巧，提高学生电商文案策划能力。

教学要求：本课程要求采用项目导向、任务驱动式的教学模式，教师提炼适当的项目任务，通过讲授、案例分析、创作实践等手段，明确学生要达到的知识目标、能力目标与素质目标，培养学生写作与策划实践能力，同时提高学生自主学习能力和团队协作意识，以利于学生未来的可持续发展。

八、教学进程总体安排

见附录一：网络营销专业教学进程表；附录二：学时与学分分配表。

九、实施保障

（一）师资队伍

表 1 师资队伍结构与配置表

类别	数量	具体配置
师资队伍结构	10	学生数与本专业专任教师数比例为 16:1，双师素质教师占专业教师比不低于 86%。
专业带头人	1	具有副高职称，能够较好地把握国内外电商行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对网络营销专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本高校区域或网络营销领域具有一定的专业影响力。
专任教师	7	具有高校教师资格和本专业领域有关证书； 有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心； 具有市场营销、电子商务、计算机等相关专业本科及以上学历； 具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力； 具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究； 每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。
兼职教师	3	主要从电子商务协会、校企合作企业、本地知名电商企业等相关企业、机构聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的网络营销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，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

主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、实训室和实训基地。

1. 专业教室基本条件

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 WiFi 环境，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。

2. 校内实训室基本要求

为突出实践教学环节，网络营销专业建设并完善校内实验环境和实训基地，加强专业实验室软硬件环境的投入和建设，满足课内实验、课程设计、研究或设计课题。加强与企业的横向联系，增加合作企业数量，采取学生走出去和企业请进来的多种形式提高校企合作的层次和质量，以满足网络营销专业学生集中与分散相结合的顶岗实习就业需要，同时推动网络营销线上营销技能和线下地推能力同步提升计划。通过增加综合性实验和设计性实验开出量、开展多种形式的课外实训活动，培养学生的专业知识综合应用能力和创新、创业能力，使学生具备从事本领域实践工作的能力。

表 2 校内实践教学条件配置

序号	实验室或实训室名称	实验实训项目名称	主要实验实训仪器设备	备注
1	电子商务综合实训室	电子商务专项、综合实训	电脑、软件	
2	网络营销实训室	网络营销项目实践实训	电脑、软件	
3	电子商务运营工作室	电商运营、网店运营实训	电脑、实训桌椅	
4	电商美工实训室	电商美工设计	电脑、软件	
5	京东校园实训中心	电商客服	电脑、软件	
6	萤火之光电商运营服务站	电子商务项目运作	电脑、实训桌椅	
7	河南省电子商务继续教育基地漯河分基地	电子商务项目运作	电脑、软件	
8	漯河市电子商务培训基地	电子商务项目运作	电脑、软件	

3. 校外实践教学基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。通过与企业进行广泛和深入的合作，探索并找到校企合作的良好模式，建成若干个稳定的校外实习基地。确保校外实训基地能够提供开展网络营销策划、新媒体编辑、网络渠道推广、客户服务、互联网产品销售等实训活动，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。

表 3 校外实践教学条件配置

序号	实习实训基地名称	实习实训项目名称	备注
1	杭州德尔网络科技有限公司	网店运营	
2	河南帮企实业有限公司	网络推广	
3	河南云和数据信息技术有限公司	UI 设计	
4	河南荟仁堂生物科技有限公司	网店运营	
5	河南天兴化妆品有限公司	电商客服	

（三）教学资源

1. 教材选用

按照国家规定及学校教材选用制度，择优选用教材，禁止不合格的教材进入课堂。

2. 图书文献配置

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关网络营销技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

3. 数字资源配置

建设、配备与网络营销专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

以“教、学、做”一体化为切入点，将传授知识与培养能力结合起来，以教学为载体，以教师为主导、以学生为主体，实现教学、学生和教师这三个层面的相互融合，促进教学质量的提高和学生学习积极性的增强，力求实现从“以教为中心”到“以学为中心”的转变。在教学过程中，积极探索任务驱动、项目导向的教学模式；将现代化教学手段与传统教学方法相结合，灵活运用角色扮演、情景模拟、亲身体验、小组讨论等多样教学方法，提高教学效果。

（五）学习评价

践行“教、学、做”一体化的教学模式，网络营销专业的主要课程依据“项目导向、任务驱动”的要求，结合企业的具体情况，对本专业的主要课程进行考核评价。

1. 理论加实践课程考核评价方法

总成绩=平时成绩*10%+过程考核成绩*60%+期末笔试成绩的*30%

2. 纯实践课程考核评价方法

总成绩=平时成绩*10%+过程考核成绩*60%+实训报告成绩*30%

3. 纯理论课程考核评价方法

总成绩=平时成绩*10%+期中考核成绩*30%+实训报告成绩*60%

学生在规定学年内修满学分并取得相关专业技能证书，具备从事网络营销工作的相应技能和素质即为合格。

（六）质量管理

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

2. 建立和完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

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

4. 专业教研室将充分利用评价分析结果，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

本专业学生毕业时应达到培养目标及培养规格的素质、知识和能力等方面要求，同时满足以下条件。

（一）学分条件

本专业学生在毕业前必须修满 149 学分，其中公共基础必修课程 36 学分，公共基础限选课程 5 学分，公共基础任选课程 4 学分，专业基础课程 22 学分，专业核心课程 34 学分，专业拓展课程 12 学分。

（二）证书

学生在校期间，应考取必要的基本能力证书及职业资格证书，鼓励学生考取多项职（执）业资格证书。

表 4 考取证书一览表

证书类别	证书名称	考证等级要求	备注
基本能力证书	网络营销师	中级	必考
	电子商务师	中级	选考
	人力资源管理师	中级	选考

附录一 网络营销专业教学进程表

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学时		学分	开课学期与周学时						开课单位	考核方式
				理论	实践		一	二	三	四	五	六		
公共基础及素质教育课程	1	思想道德修养与法律基础	161001	48	0	3	3						思政部	考试
	2	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概	161002	72	0	4		4						考试
	3	※形势与政策(一)	161004	8	0	0.25								考查
	4	※形势与政策(二)	161005	8	0	0.25								考查
	5	※形势与政策(三)	161006	8	0	0.25								考查
	6	※形势与政策(四)	161007	8	0	0.25								考查
	7	※军事理论	231001	36	0	2		2					学生处	考查
	8	军事实践	231002	0	112	2	2周							考查
	9	劳动教育	231003	8	28	2	1	1						考查
	10	※大学生心理健康	231005	36		2	2							考查
	11	大学体育(一)	101001	10	26	2	2						基础部	考试
	12	大学体育(二)	101002	10	26	2		2						考试
	13	大学体育(三)	101003	10	26	2			2					考试
	14	大学英语(一)	201001	64		4	4						许慎文化学院	考试
	15	商务英语	063037	36		2		2						考查
	16	信息技术	191001	18	18	2	2						信工系	考试
	17	职业生涯规划	181001	18	18	2	2						招生就业处	考查
	18	创新创业教育	181002	12	24	2		2						考查
	19	大学生就业指导	181003	8	8	1				1				考查
	20	实验室安全教育	141001	8	8	1	1						实训中心	考查
小计				426	294	36	17	13	2	1				
限选课	21	※音乐欣赏	152001	18	0	1		1				艺术学院	考试	
	22	※大学语文	101008	36	0	2	2					基础部	考查	
	23	※中华优秀传统文化	102001	36	0	2		2					考查	
	小计				90	0	5	2	3					
任选课	24	公共任选课程		64	0	4						教务处	考查	
	小计				64	0	4							

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学时		学分	开课学期与周学时						开课单位	考试形式	
				理论	实践		一	二	三	四	五	六			
专业基础课	25	电子商务概论	063001	32	32	4	4						工商管理系	考试	
	26	管理学	063021	24	8	2	2							考试	
	27	市场营销	063016	32	32	4	4							考试	
	28	电子商务法	063002	26	10	2				2				考试	
	29	PHOTOSHOP	063006	36	36	4		4						考试	
	30	客户关系管理	063018	36	36	4			4					考试	
	31	消费者行为分析	063019	18	18	2				2				考查	
	小计				204	172	22	10	4	4	4				
	专业技能课程	32	电商客服	063003	16	16	2	2							考试
		33	网店运营与管理	063004	36	36	4		4						考试
		34	移动电子商务	063007	36	36	4		4						考试
		35	网络营销	063005	36	36	4		4						考试
		36	电商美工	063008	36	36	4			4					考试
		37	网络广告实务	063010	36	36	4			4					考试
		38	搜索引擎营销	063013	18	18	2			2					考查
		39	推销策略与艺术	063017	18	18	2				2				考试
		40	电子商务文案	063012	36	36	4				4				考试
		41	新媒体营销	063014	36	36	4				4				考试
		小计				304	304	34	2	12	10	10			
	专业拓展课 (限选课)	42	商务管理与沟通	063024	18	18	2			2					考查
		43	电子商务平台应用	063011	18	54	4			4					考试
44		商务数据分析	063049	18	18	2				2			考查		
45		移动企业建站	063009	36	36	4				4			考查		
小计				90	126	12			6	6					
顶岗实习及单列 实训	46	毕业设计	064025	0	162	9					9周		考查		
	47	顶岗实习(一)	064026	0	162	9					9周		考查		
	48	顶岗实习(二)	064027	0	324	18						18周	考查		
	小计				0	648	36								
教学计划总计				1178	1544	149	31	32	22	21	18周	18周			

备注：1. ※表示线上课程。

2. 每学期安排 20 周的教学活动，其中第 19、20 周为复习考试时间。

附录二 学时与学分分配表

课程类别		学时	占总学时 比例%	学分	占总学分 比例%
公共基础 及素质教 育课程	必修课	720	26.5	36	24.16
	限选课	90	3.3	5	3.36
	任选课	64	2.4	4	2.68
专业技能 课程	专业基础课	376	13.8	22	14.77
	专业核心课	608	22.3	34	22.82
	专业拓展课	216	7.9	12	8.05
实践教学占比①			23.8	36	24.16
总 计			100	149	100
注：①指所顶岗实习及单列实习实训及专业集中实践课程。					

编制说明

本专业人才培养方案适用于三年全日制高职网络营销专业，由漯河职业技术学院网络营销专业建设委员会组织专业教师，与河南帮企实业有限公司、河南云和数据信息技术有限公司等合作企业的专家共同制订，经中国共产党漯河职业技术学院委员会审定，批准从2019级网络营销专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓名	所在单位	职称/职务	签名
1	夏俊华	漯河职业技术学院	副教授/系主任	夏俊华
2	许淑娟	漯河职业技术学院	副教授/网销教研室主任	许淑娟
3	李子剑	漯河职业技术学院	讲师/教学主任	李子剑
4	荣长玲	漯河职业技术学院	讲师/电商教研室主任	荣长玲
5	吴雪毅	漯河职业技术学院	讲师/电商专业带头人	吴雪毅
6	娄艺	漯河职业技术学院	讲师/电商骨干教师	娄艺
7	李君芳	漯河职业技术学院	讲师/网销骨干教师	李君芳
8	李小青	漯河职业技术学院	讲师/网销骨干教师	李小青
9	罗中建	河南帮企实业有限公司	总经理	罗中建
10	可云	河南云和数据信息技术有限公司	技术总监	可云
11	李雨恒	河南云和数据信息技术有限公司	教务总监	李雨恒

复核人：李子剑

漯河职业技术学院

网络营销专业人才培养方案论证意见表

姓名	单位	职务/职称	签名
夏俊华	漯河职业技术学院	系主任	夏俊华
安国彦	漯河职业技术学院	系书记	安国彦
李子剑	漯河职业技术学院	教学主任	李子剑
许淑娟	漯河职业技术学院	教研室主任	许淑娟
娄艺	漯河职业技术学院	讲师	娄艺
罗中建	河南帮企实业有限公司	总经理	罗中建
夏会杰	漯河满仓电子商务有限公司	中级	夏会杰

专业建设指导委员会成员

专家意见：

本专业人才培养方案编制规范，科学合理，符合《河南省教育厅办公室转发教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见的通知》（教办职成〔2019〕363号）文件要求，能够满足三年全日制高职网络营销专业人才培养需要，同意从2019级网络营销专业学生开始实施。

专业建设指导委员会主任签名：夏俊华

2020年6月15日

审核：夏俊华

中共漯河职业技术学院委员会（签章）

