



山西水利职业技术学院
SHANXI CONSERVANCY TECHNICAL INSTITUTE

优质院校建设

网络营销专业 2020 级人才培养方案

经济贸易系

2020 年 8 月

修 订 说 明

一、修订依据

1. 《国家职业教育改革实施方案》;
2. 《加快推进教育现代化实施方案（2018-2022）》;
3. 《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订和实施工作的指导意见》;
4. 《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》;
5. 《教育部办公厅关于全面推进现代学徒制工作的通知》;
6. 教育部颁布的《高等职业学校专业教学标准》和《职业院校专业实训教学条件建设标准》;
7. 学院《关于开展 2020 级人才培养方案修订工作的通知》;
8. 网络营销专业人才社会需求状况调研报告。

二、修订理念

1. 立德树人的培养理念;
2. 校企合作理念。校企联合双主体，共建方案共育人才，实现双赢的目标;
3. 专业群共建理念。秉持专业群的建设理念，坚持“核心有分立、内容有融合”的原则，促进财经商贸类专业互促共建;
4. 注重技能培养，强化职业能力的理念。
5. 与时俱进不断完善的理念。

三、修订变化说明

1. 围绕高职教育培养规格总目标，根据市场需求，修订课程体系设置。
 - (1) 依托“‘校企共培共育’，加大企业实践教学比例，提升社会素养;
 - (2) 依托“‘1+X’证书试点，加大考证课程比例，提升职业能力;
 - (3) 依托“一体两翼，开枝散叶”的专业群建设理念，加大财经商贸类拓展课程融入，提升专业拓展能力;
 - (4) 依托“一切从学生出发”教学理念，根据顶岗实习及专升本调研，微调课程体系，提升学生学习能力和可持续发展能力。

具体修订内容：删减课程《基础会计》；《移动营销》和《网络市场分析》调整为专业拓展课程；新增专业核心课程《广告投放运营》和专业拓展课《电子商务技术》；新增实践课程《网店运营与管理》。

2. 修订了课程描述，进一步明确专业课程的教学目标、内容、考核方式等。
3. 修订教学方法，推广线上线下信息化教学，集中力量建设优质教学资源。

目 录

一、 专业名称及代码.....	1
二、 入学要求.....	1
三、 修业年限.....	1
四、 职业面向.....	1
五、 培养目标.....	1
六、 培养规格.....	2
七、 课程体系设置及要求.....	3
八、 教学时间分配与进程总体安排.....	7
九、 实施保障.....	25
十、 毕业要求.....	32
十一、 附件.....	35

网络营销专业 2020 级人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：网络营销

专业代码：630803

二、入学要求

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

三年。

四、职业面向

网络营销专业面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业企事业单位，培养可从事销售人员、商务专业人员等岗位人才，其职业发展方向为网络营销策划专员、新媒体编辑员、网络渠道推广员、客户服务员，互联网产品销售员等，还可报考本科院校的网络营销、电子商务等专业继续深造。详见表 1

表 1 网络营销专业教学标准--职业面向

所属专业 大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或 技术领域举例
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

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握网络营销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；服务于中小企业的网络品牌的建立、推广；构建中小企业的网络营销渠道，

成为具有创新精神和创业能力的高素质技术技能人才。

六、 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。

(一) 素质

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

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

3.具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

4.勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

5.具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

6.具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好，如商务礼仪、艺术设计等。

7.具有践行创新创业精神的意识，具有基本的商业文化素养。

(二) 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；

11.熟悉商务沟通与礼仪及基本的商业文化素养的相关知识。

(三) 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.具有文字、表格、图像的计算机处理能力；
- 4.具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力；
- 5.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；
- 6.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；
- 7.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；
- 8.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；
- 9.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；
- 10.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；
- 11.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；
- 12.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；
- 13.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。
- 14.具有商务沟通与礼仪规范的应用能力。

七、 课程体系设置及要求

以提高学生职业能力和综合素质为目标，进一步深化人才培养模式改革，充分利用企业资源和学校优势，产教深度融合，校企深化合作，协同育人，以职业岗位技能为主线，构建“校企联合双主体，岗课证赛相融合”的人才培养模式。不断融入新理念，结合职教二十条新理念、现代“师徒制”理念及“1+X 证书”要求，融合企业、产业与学校的三方成果，建立稳定的校企合作运行长效机制，培养适应社会需求的优质人才。

基于以上人才培养理念，本专业课程设置对接网络营销专业目标岗位职业标准和岗位规范，以学生获得职业行动能力和职业生涯可持续发展为目标，以职业

活动为主体，将思政教育、职业道德、职业精神、创新创业教育内容融入教学全过程，构建融素质、知识、技能的网络营销专业课程体系。

(一) 课程体系框图

网络营销专业课程体系包括公共基础课程体系、专业技能课程体系和实践课程体系。如图 1 所示。

(二) 课程目标与内容

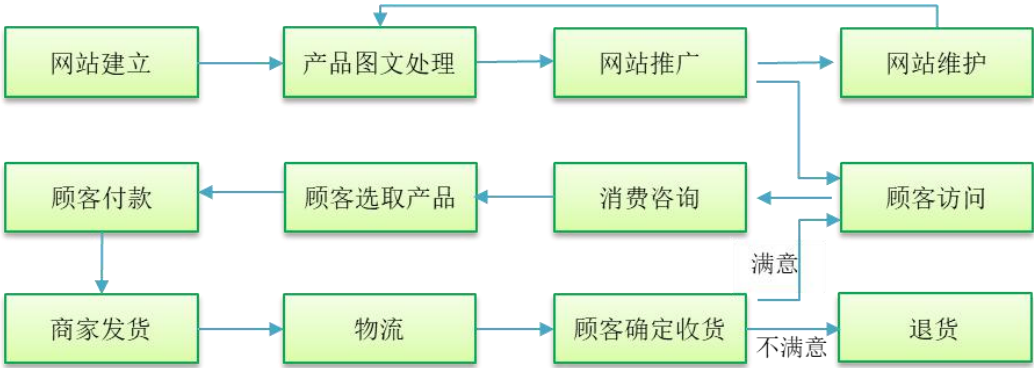
根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、中华优秀传统文化、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并可将党史国史、劳动教育、大学语文、信息技术、经济数学、公共外语、健康教育、美育、职业素养等列入必修课或选修课。

1、 公共基础课程

公共基础课程主要有思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、体育、军事、心理健康教育、中华优秀传统文化、大学语文、高等数学、大学英语、美育、计算机应用基础、人工智能基础、创新创业教育知识等。

2、 专业（技能）课程

通过对企业网络营销工作流程的调查分析，企业开展网络营销活动的典型工作任务与逻辑关系如下：



依据典型工作任务及逻辑关系，专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。

专业基础课程包括电子商务基础、电子商务法律法规、网店美工、网页设计与制作、现代物流实务、经济学基础。

专业核心课程包括广告创意设计、SEO 优化推广、网店运营与管理、网络营销策划、整合营销推广、网络客户关系管理、广告投放运营。

专业拓展课程包括网络市场分析、自媒体营销、商务沟通与礼仪、移动营销、互联网金融、电子商务技术。

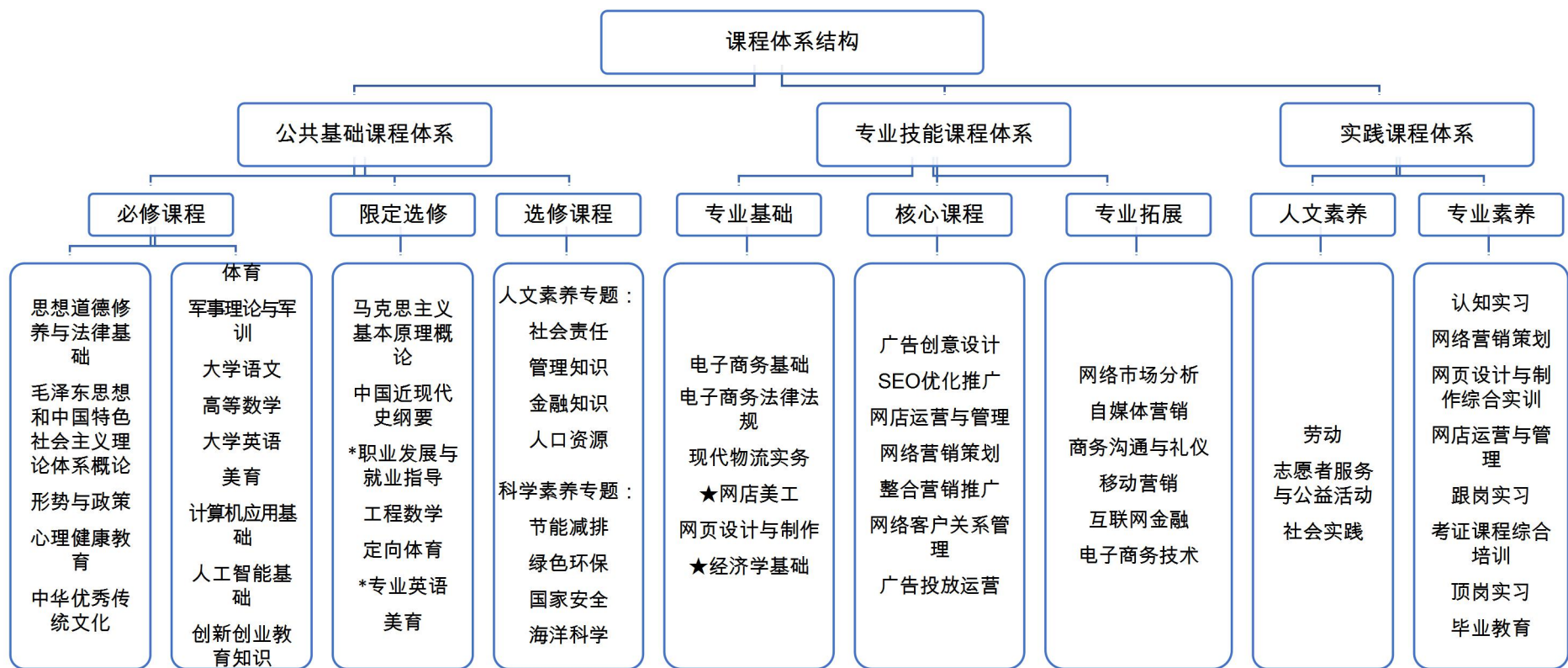
专业（技能）课程设置情况详见表 3

3、 实践课程

实践课程主要有人文素养和专业素养两个方面，包括认知实习、专业技能综合实训、跟岗实习、考证课程培训、顶岗实习、毕业教育、志愿者服务与公益活动、社会实践等课程。

实训实习主要任务是按照企业应用网络营销典型工作任务的逻辑关系，完成综合实训、跟岗实习、考证课程培训、顶岗实习和毕业设计等主要内容，以提升学生综合素质和能力为主的实践教学。实训实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，是理论与实践一体化教学的具体体现。学生可在电商运营企业、网络零售企业、网络营销服务型企业实习，并严格执行《职业学校学生实习管理规定》，保证实习效果。

网络营销专业实践课程设置详见表 4。



注：本专业限选课用*表示，技术技能通识课程用★表示。

图 1 网络营销专业课程体系框图

表 2 网络营销专业公共基础课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
必修 课	1 思想道德修养与法律基础	帮助学生树立正确的人生观、价值观、道德观和法治观，使学生能够很好适应大学生活，具备良好的思想道德素质和法治素养	人生的青春之问、坚定理想信念、弘扬中国精神、践行社会主义核心价值观、明大德守公德严私德、尊法学法守法用法	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，蓝墨云班课、混合式教学模式教学注重过程考核，平时考核占比 70%，期末考核占比 30%
	2 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	通过学习使大学生牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，成为中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人	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理论	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%
	3 形势与政策	深入理解习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的理论创新成果，引导学生全面准确认识新时代国内外形势，逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力，坚定对中国特色社会主义的信心和信念	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	每学期不低于 8 学时，共计 1 学分保证学生在校期间开课不断线课堂教学以专题形式开展注重考核学习效果，平时成绩占 40%，期末专题论文、调研报告成绩占 60%

续表 2

序号		课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
必修 课	4	体育	培养学生体育运动的习惯，具备一定的体育文化欣赏能力；熟练掌握游泳技能和其他两项以上运动技能；增强学生体质和职业保健习惯；积极参加课外体育锻炼，在《国家学生体质健康标准》测试中达到合格及以上；养成积极乐观的生活态度，运用适宜的方法调节自己的情绪；进行爱国主义和职业道德与行为规范教育，提高学生的社会责任感和良好的体育道德观	体育与健康基本理论和运动技能专项理论；太极拳、游泳、田径、篮球、足球、排球、羽毛球、乒乓球、武术、健美操和体育舞蹈；体育课程思政专题；身体素质练习；《国家学生体质健康标准》测试	建立激发学生参与体育活动的教学模式，熟练掌握教学内容；设计和组织教学过程，贯穿立德树人教育理念，全面提高学生素质。 考核：运动技能 40%+身体素质 30%+平时考勤 20%+理论 10%
	5	军事理论与训练	帮助大学生掌握基本军事理论与军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，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，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官、为国家培养社会主义事业的建设者和接班人打下坚实的基础	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	采用混合式教学模式教学，考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、日常作业和探究性学习任务占 70%，期末考核占 30%
	6	心理健康教育	帮助学生树立正确的健康观，使学生能够在学习生活中积极乐观，在面对挫折和困难时能正确应对，拥有一个良好的人际关系，成为一个心理健康的人	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	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、参与式等教学方法，蓝墨云班课、混合式教学模式教学，注重过程考核，平时考核占比 70%，期末考核占比 30%

续表 2

序号		课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
必修 课	7	中华优秀传统文化	深入领会山西传统文化的主要精神、理解传承山西传统文化的优秀要素，让学生从文化认同到文化自信，培养学生创新能力，养成孝敬父母、礼貌待人、明礼诚信的良好行为习惯和热爱家乡、热爱祖国、热爱党的高尚道德品质	根祖文化；晋商文化；忠义文化；德孝文化；革命文化；法治文化	充分考虑教育对象综合素质的全面提升，结合地方文化特色，优化教学内容；采取多种教学形式，开发丰富学习资源，给学生提供更多的实践机会。过程性考核占 80%，终结性考核占 20%
	8	大学语文	进一步提高学生的语文能力（阅读鉴赏能力、口语表达能力、应用写作能力）和人际交往能力；潜移默化地培养学生的人文情怀，拓宽观察世界的视野，提升认识世界的深度	古今中外名篇赏析；普通话训练；口语表达训练；常用文书写作训练；社交礼仪训练	围绕语文课的主要功能，完成夯实学生语文基础，培养语文能力，提高学生人文素养的课程任务；兼顾实用性、工具性、职业性，为学生职业、专业服务。考核：形成性评价 40%+终结性评价 60%
	9	高等数学	掌握微积分的基本概念、理论及运算；初步了解极限思想、微分思想和积分思想；提高抽象思维、逻辑推理、数学分析和空间想象能力；逐步形成应用数学解决实际问题的能力	函数极限的概念与运算，连续性的概念及其判断；导数、微分的概念、运算及其应用；定积分与不定积分的概念、运算及其应用；MATLAB 软件功能及应用	突出理论应用形态的教学，强化数学的思想和方法，注重数学应用能力的培养和数学素养的提高。考核由平时形成性评价（50%）和期末终结性评价（50%）构成

续表 2

序号		课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
必修 课	10	大学英语	本课程旨在培养学生具有较强的阅读能力和一定的听、说、写、译能力，使他们能用英语交流信息，打下扎实的语言基础，掌握良好的语言学习方法，提高文化素养，以适应社会发展和经济建设的需要。	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常见应用文等书写；中西方文化差异。	本课程采用两种教学：1. 听说读写综合能力提升教学 2. 听说专项训练教学。考核 1：形成性考核（40%）+终结性考核（60%）考核 2：形成性考核（70%）+终结性考核（30%）
	11	美育	丰富和升华学生的艺术经验，提升感受美、创造美、鉴赏美的能力和培养健康的审美情趣；促进学生身心健康，使学习和工作变得更有效率和富有创造性	艺术的起源和发展、艺术创作的过程和方法；音乐、舞蹈、绘画等艺术形式的基本特征；艺术作品赏析	各模块选取不同题材、特点、风格和表现手法的既经典又具有时代感的作品，分析作品与生活、社会、文化、情感之间的联系，理解作品的思想情感、文化内涵；组织、引导学生参加艺术第二课堂和社团实践活动，感受自然美、社会美与艺术美的统一。过程性考核占 40%，终结性考核占 60%
	12	计算机应用基础	掌握计算机基本知识，具有办公自动化、计算机网络管理、常用工具软件操作能力	计算机基础知识；WORD 排版，文档的编辑与格式管理等操作；EXCEL 表格处理，使用电子表格进行数据管理、数据分析等；PowerPoint 演示，使用演示文稿进行演讲、报告、介绍等资料进行展示；互联网的基本知识及常用工具软件操作等	采用项目化教学方式、任务驱动的教学方法，通过机考的方式考核学生技能掌握情况。考核方式采用考勤（20%）+过程考核（30%）+期末考核（50%）

续表 2

序号		课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
必修 课	13	人工智能基础	理解人工智能基础知识，了解人工智能领域中主要涉及的问题，理解人工智能的应用概况，了解人工智能领域的主要研究方向	人工智能的发展过程；常用的知识表示方法、确定性推理方法以及状态空间搜索等；不确定性推理方法，机器学习、专家系统以及自然语言理解等知识；使用相应工具进行人工智能的应用	采用混合教学，专题报告等形式。考核方式采用考勤（30%）+学习报告（70%）
	14	创新创业教育	使学生了解一个微型企业的创办全过程，理解创办小型企业的十个步骤，掌握创办小型企业的方法与手段，学完后能够创办和维持一个可盈利的小企业	评价你是否适合创业；如何找到一个好的企业想法；评估你的市场；组建你的创业团队；选择你的企业法律形态；预测你的启动资金；制订你的利润计划；编制创业计划书；开办企业	采用项目化教学方式，采用案例分析、小组讨论分享、角色演习、视频演艺，游戏实操等多种形式的教学方法让学生真正参与到创业活动中。考核通过日常出勤、小组成果汇报、模拟企业经营业绩、演讲、创业计划书及笔试考核（过程考核 50%+笔试 50%）

续表 2

序号		课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
限定选修课	1	职业发展与就业指导	帮助大学生认识职业和专业，了解自身的特性，规划未来发展，培养职场素质，撰写职业化简历，提高求职技巧，全面提升大学生职业生涯管理能力	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、视频演示等教学方法使大一学生会撰写职业生涯规划书，要求内容完整、大二学生会撰写毕业生就业推荐表和自荐书。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%
	2	专业英语：商务英语	掌握网络营销专业英语语言知识（专业词汇、核心句式等），提高专业资料文献的阅读水平，提升获取专业新知识的能力，培养学生的行业英语应用能力。	专业词汇学习、专业文章阅读；网络营销专业基本行业概念与行业术语的解释等	着重从实用角度出发，融知识性、趣味性为一体，以阅读专业文献为载体提升学生金融专业英语应用能力。 考核：过程性考核（60%）+终结性考核（40%）。
选修课	1	人文素养	明确我们应该承担的社会责任，了解基本的管理知识、金融知识以及人口资源的现状与发展趋势	专题一：人口资源与社会责任 专题二：金融与管理知识专题	采用网络授课或讲座形式进行教学，以过程考核为主要方式
	2	科学素养	了解节能减排与环境保护的基本知识和方法，提高环境意识，使保护环境成为自觉自愿的行动；了解国家安全的重要性及海洋科学的基础知识	专题一：安全与海洋科学专题 专题二：节能减排与绿色环保	采用网络授课或讲座形式进行教学，以过程考核为主要方式

表 3 网络营销专业技能课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
专业基础课程	1 电子商务基础	通过对电子商务的理论和实践的学习、研究和分析,掌握电子商务的基本知识和基本原理,提高学生从事商务实践的理论素养和电子商务的能力	电子商务的基本理论(基本概念、基本知识)、基本环境(经济、管理、法律、技术和安全等),网络营销、支付、物流及网站建设等,电子商务的基本应用(政府、企业、个人)产业化发展和电子商务的经济性等	比较全面而深入地了解、认识和把握,为进一步分门别类学习电子商务的专业知识奠定坚实的基础。本课程为3学分,56学时,在第一学期开设,考核采用过程项目考核+结果考核
	2 电子商务法律法规	通过本课程的学习,使学生了解电子商务法律相关知识,为以后从事电子商务活动提供法律保障。通过学习,学生能掌握电子商务法的基本原理;能了解国内外电子商务立法概况;具有运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中相关法律问题的能力	包括电子商务法概述、电子商务主体认定的法律制度、数据电文电子签名与认证法律制度、电子合同法律制度、知识产权保护法律制度、消费者权益与隐私权保护法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度	采用项目、案例、情境、模块化教学方式;应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法;采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为3学分,56学时,在第二学期开设,考核采用过程项目考核+结果考核
	3 现代物流实务	通过对本课程的学习,学生将掌握物流管理的基本知识,熟悉这些知识在物流管理中的应用与发展;具备物流管理的基本技能,并能有效解决物流管理中的实际问题;具备搜集和处理信息的能力、获取新知识的能力、分析解决问题的能力以及归纳总结形成经验的能力	包括现代物流理论与观念、运输配送、储存保管、装卸搬运、现代包装、流通加工、配送、物流信息等现代物流整体流程	采用项目、案例教学方式;应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法;采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为3学分,56学时,在第二学期开设,考核采用过程项目考核+结果考核

续表 3

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
专业基础课程	4 网店美工	本课程的教学目标是以现代职业教育理念为指导，通过先进的教学手段，使学生充分掌握网店设计中平面构成、色彩搭配、字体设计、排版与布局多个方面的理论知识并结合实例进行设计，使学生具备开放的专业思维，树立牢固的专业信心，培养学生具备独立从事网店页面设计的能力	主要讲解网店产品的拍照、摄像以及图片数据处理技术，PS 软件操作技术，网店海报制作、美化技术	采用项目、案例教学方式；应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法；采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为 4 学分，64 学时，在第二学期开设，考核采用过程项目考核+实操考核
	5 网页设计与制作	通过本课程的学习，要求学生掌握网页设计与制作的基本概念，学会使用常用的网页设计工具和常用脚本语言，具备熟练运用多种网页设计技术进行网页设计与制作的能力，具备网站的建立和维护能力	主要讲解网页制作软件操作、网页设计基础、静态网页设计与制作、动态网页设计与制作、网站静态美化、站点管理与维护	采用项目、案例教学方式；应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法；采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为学年课，共计 8 学分，128 学时，在第二、三学期开设，考核采用过程项目考核+上机实操考核
	6 经济学基础	通过学习使学生掌握商品的供求规律及均衡价格的形成原理；掌握生产者行为与决策分析；掌握运用成本分析的基本原理解决收益与利润分析问题；掌握四种市场类型及每种市场结构中厂商均衡分析；掌握运用分配理论分析社会收入分配问题；掌握国民收入指标核算指标的运用与核算方法；掌握失业与通货膨胀、经济周期与经济增长等基本的宏观经济理论等	市场供求；价格理论的应用；消费者行为理论应用；成本理论运用；生产理论运用；市场理论应用；经济政策的分析；国际贸易理论的应用	采用项目、案例教学方式；应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法；本课程为 3 学分，56 学时，在第一学期开设，考核采用过程考核

续表 3

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
专业 核心 课程	1 广告创意设计	通过本课程的学习,学生应该能够独立掌握图形编辑软件,通过最新广告理论、策略分析、文案配合、图形概念提取、设计表现等知识点的学习,目标是让同学们能综合所学知识及手段,独立完成平面广告设计	主要讲解各种形式广告设计的理念、方法,视频广告制作软件、技巧,能抓取消费者心理的广告设计技巧	采用项目、案例教学方式;应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法;采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为4学分,64学时,在第三学期开设,考核采用过程项目考核+结果考核
	2 SEO 优化推广	通过课程的学习实践,学生可以开展网站品牌和产品的网络推广;根据市场战略及网站特点,确定网站推广目标和推广方案;完成网站推广任务;策划、执行在线推广活动,收集推广反馈数据,不断改进推广效果;评估、分析网站的关键词等,提高网站排名,利用多种技术形式提升网站人气等	主要讲解正规、有效的SEO实战技术,包括为什么要做SEO、搜索引擎工作原理、关键词研究、网站架构优化、外链建设、效果检测及策略修正,以及作弊与惩罚、排名因素列表、常用的SEO工具、SEO项目管理中需要注意的问题等	采用项目、案例教学方式;应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法;采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为4学分,64学时,在第四学期开设,考核采用过程项目考核+结果考核
	3 网店运营与管理	以互联网为平台,利用各种线上营销平台进行企业宣传、产品推广等工作;增加公司、品牌、产品知名度。拓展有效的网络销售途径和渠道,完成营销指标;收集推广反馈数据,不断改进推广效果;优化网站关键字,提升关键字在搜索引擎的排名。总结客户的心理,能利用各种平台工具增加客户粘度;对网络推广效果进行跟踪、评估和统计分析,及时提出营销改进方案等等	主要讲解网店开设与定位;网店设计与装饰;网店商品信息维护;网店推广与宣传;网店进货、库存与仓储管理;网店订单与配送管理和网店客户服务与管理	采用项目、案例教学方式;应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法;采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为4学分,64学时,在第四学期开设,考核采用过程项目考核+结果考核

续表 3

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
专业 核心 课程	4 网络营销策划	进行市场调研、开发,制定品牌营销策划(包含新媒体,线下活动,线上合作);撰写网络广告策划方案;协助、指导与支持销售渠道开展业务拓展。产品及品牌的线上线下营销策划等	主要讲解网店开设与定位;网店设计与装饰;网店商品信息维护;网店推广与宣传;网店进货、库存与仓储管理;网店订单与配送管理和网店客户服务与管理	采用项目、案例教学方式;应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法;采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为4学分,64学时,在第三学期开设,考核采用过程项目考核+结果考核
	5 整合营销推广	进行市场调研、开发,制定品牌宣传推广计划(包含新媒体,线下活动,线上合作);撰写网络品牌推广方案;利用互联网平台、新媒体技术实施品牌推广;协助、指导与支持销售渠道开展业务拓展。产品及品牌的线上线下宣传推广及效果监测等	主要讲解互动式营销、合作营销、病毒式营销、联署计划营销、免费策略营销、社会化网络营销、微信营销、微博营销等	采用项目、案例教学方式;应用启发式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法;采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为4学分,64学时,在第四学期开设,考核采用过程项目考核+结果考核
	6 网络客户关系管理	通过课程学习,学生能熟练操作CRM软件,能给线下客户、线上客户提供适当的服务,会进行大客户关系管理、客户满意度管理、客户忠诚度管理,能分析客户数据。具有团队合作能力,形成客户至上的服务理念,培养勇于创新、吃苦耐劳的精神,养成善于观察思考、精研业务、认真工作的习惯	包括客户关系管理的定义、内涵等基本知识;潜在客户应具备的条件,客户价值的含义、客户分类,接待电话客户的步骤和方法;服务网络客户的相关知识;了解客户满意、客户忠诚的含义,让客户满意及培育忠诚客户的方法;分析客户数据的步骤和方法;实施CRM项目的步骤	采用项目、案例教学方式;应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法;采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为3学分,56学时,在第三学期开设,考核采用过程项目考核+结果考核

续表 3

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
专业 核心 课程	7 广告投放运营	通过课程学习，使学生对现代广告学的理论和实务操作的方法和技巧有一定的了解和掌握，能够进行基本的广告调查、广告策划和广告文案撰写工作	主要包括广告基本概念、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告表现、广告效果评估等内容	采用项目、案例教学、任务驱动法、多媒体教学方式；应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法；采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为3学分，56学时，在第三学期开设，考核采用项目考核
专业 拓展 课程	1 网络市场分析	通过本课程的学习，使学生能了解掌握网络市场分析的基本知识、工具、方法，培养学生具备互联网环境下的市场数据分析与应用能力，并以提升客户满意度、提升客户价值为目的完成客户数据搜集与客户价值分析	主要内容包括网络市场基本知识，数据的采集、处理、分析，以及分析报告的撰写等	采用项目、案例教学、任务驱动法、多媒体教学方式；应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法；采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为3学分，56学时，在第四学期开设，考核采用过程+结果考核
	2 自媒体营销	通过提高学生自媒体营销基础知识，熟悉自媒体营销产品和服务，可以使其利用社会化网络、在线社区、微信、今日头条、百度等平台或者其他互联网协作平台和媒体来传播和发布资讯，从而形成的营销、销售、公共关系处理和客户关系服务维护及开拓的一种方式。更好地培养学生对自媒体营销业务的管理和服务能力	自媒体现状、营销文案创意与撰写、文案素材搜集的方法、文案发布平台选择、文案审核与校对、效果跟踪与反馈等内容；根据企业营销目标，进行文案创意编辑、撰写与审核；通过自媒体如在线社区、微信、微博等自媒体网络平台进行文案发布、效果跟踪等	采用项目、案例教学、任务驱动法、多媒体教学方式；应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法；采用线上线下混合式、理实一体化教学模式。本课程为2学分，34学时，在第四学期开设，考核采用过程+结果考核

续表 3

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
专业拓展课程	3 商务沟通与礼仪	通过课程学习,培养学生的礼仪意识,提高学生自身礼仪修养,增强人际交往能力、应标能力及应用商务礼仪知识的能力,了解沟通的基本原则并掌握实用的沟通技巧,从而全面培养学生的沟通实践能力,提高学生的综合素质和社会适应性,为今后在相关工作岗位上塑造良好形象	主要包括商务礼仪的价值、职场沟通礼仪、电子商务销售礼仪、认识沟通、沟通艺术、德育教育、沟通技巧等	采用启发引导、讲解示范的方式,应用启发式、探究式、参与式的以“学生”为主体的教学方法;采用理实一体化教学模式。本课程为2学分,32学时,在第三学期开设,考核采用过程考核
	4 移动营销	通过提高学生移动营销基础知识,熟悉移动营销产品和服务,更好地培养学生对移动营销业务的管理和服务能力	专题一:移动营销产业价值链及应用模式 专题二:移动营销的服务、支付、及资源开发等	采用网络授课或讲座形式进行教学,以过程考核为主要方式
	5 互联网金融	掌握互联网金融的定义、业务模式及互联网支付的原理;了解P2P网络借贷;了解众筹的概念;掌握众筹的模式及业务流程;掌握证券投资基金和货币市场基金;掌握互联网保险的定义及业务流程;了解互联网信托及互联网消费金融;了解我国互联网金融监管情况;了解云金融的概念及发展方向等	专题一:互联网支付;网络借贷;股权众筹融资 专题二:互联网基金销售;互联网金融保险;互联网信托及互联网消费金融 专题三:互联网金融监管;云金融及大数据	采用网络授课或讲座形式进行教学,以过程考核为主要方式
	6 电子商务技术	掌握电子商务技术基础、电子商务安全等的基本知识,能够根据实际应用情况,选择合理的技术方式,展开相关业务工作。为学生进行电子商务平台规划与实施,电子商务安全等打下基础。	专题一电子商务技术基础 专题二电子商务安全(计算机网络安全、商务交易安全)	采用网络授课或讲座形式进行教学,以过程考核为主要方式

表 4 网络营销专业实践课程设置情况一览表

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
人文素养	1 劳动	培养学生动手能力,增强劳动意识,养成劳动习惯,提升劳动技能,遵守劳动纪律,促进德智体美劳全面和谐发展	劳动意识、技术运用素养、责任担当素养、农业文化等	应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法。考核方式:过程考核
	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	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。	应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法。考核方式:过程考核
	3 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	应用启发式、探究式、讨论式、参与式的以“学生”为主体的教学方法。考核方式:过程考核与提交调研报告相结合
	4 《国家学生体质健康标准》测试	促进学生进行体育锻炼,提高学生体质,使学生养成终身体育的习惯。	身高、体重、肺活量、坐位体前屈、50米跑、立定跳远、1000米跑(男)/800米跑(女)、引体向上(男)/1分钟仰卧起坐(女)	按照《国家学生体质健康标准》要求进行考核
专业素养	1 认知实习	通过到企业参观学习、听取企业老师介绍及与同学们的座谈,使得同学们对就业岗位有初步的认知和理解	进入电商运营企业、网络零售企业、网络营销服务型企业对职业岗位的认知实习	过程考核与提交实习报告相结合
	2 网络营销策划	依托网络营销策划实训室,使学生掌握网络营销策划业务规范、业务流程及业务技术技能,提高网络营销策划业务综合技能	主要包括网络营销活动内容设计、活动执行、活动效果分析等内容;根据企业营销目标进行活动主题策划、市场调研、活动设计、实施执行以及网络营销活动的效果跟踪	过程考核与提交实训报告相结合

续表 4

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
专业素养	3 网 页 设 计 与 制 作 综 合 实 训	依托网络营销策划实训室,使学生巩固和深化掌握的网页设计与制作理论知识,提高网页设计及网站制作业务综合技能	网页制作软件操作、网页设计基础、静态网页设计与制作、动态网页设计与制作、FLASH 动画制作、图片视频插入、动态超链接制作、数据库创建、管理和维护等	过程考核与提交成果相结合
	4 网 店 运 营 与 管 理	依托网络营销综合实训室,使学生掌握网店运营与管理的业务流程及业务技术技能,提高网店运营与管理综合技能	主要包括网店开设与定位;网店设计与装饰;网店商品信息维护;网店推广与宣传;网店进货、库存与仓储管理;网店订单与配送管理和网店客户服务与管理	过程考核与提交实训报告相结合
	5 跟岗实习	通过跟岗实习,使不具备独立操作能力、不能完全适应实习岗位要求的学生在企业老师的指导下参与实际辅助工作,初步具备实践岗位独立工作能力	跟岗岗位综合能力提升	过程考核与提交实习报告相结合;过程考核方式:校企联合共同考核。
	6 考 证 课 程 综 合 培 训	通过课程培训,提高从业人员基本素质,掌握助理电子商务师、初级网络营销师的核心知识与技能	助理电子商务师培训 初级网络营销师培训	过程考核+结果考核(题库练习)
	7 顶岗实习	通过顶岗实习,是学生具备相对独立参与实际工作的能力。转变观念、爱岗敬业,历练职业品质和专业能力,是学生走向工作岗位前的一次大演练	顶岗岗位综合能力提升	过程考核与提交实习报告相结合;过程考核方式:校企联合共同考核。
	8 毕业教育	通过毕业教育,进一步引导毕业生树立正确的人生观、价值观、择业观,培养良好的职业道德	系部按照工作计划有序开展	过程考核

八、 教学时间分配与进程总体安排

（一）教学时间分配分析表

网络营销专业教学时间分配分析详见表 5。

（二）教学进程表

网络营销专业教学进程详见表 6。

（三）课程结构分析表

网络营销专业学时的规划，根据学生的认知特点和成长规律，注重课程体系各类课程学时的科学安排合理分配。结合实际，开设安全教育、社会责任、绿色环保、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），并将有关内容融入到专业课程教学中；将创新创业教育融入到专业课程教学和有关实践性教学环节中；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动，旨在培养和提升学生的综合素养。

学时安排：2019 级除第一学期 18 周，每学年教学时间 40 周（双 18 周教学，加 2 周实践安排）。跟岗实习每周记 1.5 学分（每周 24 学时），顶岗实习每周记 1 学分（每周 30 学时）。学时安排课程结构分析见表 7。

表 5 教学时间分配表

教学 周 期	教学时间（环节）分配																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
一			□	□	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	◎	○	○	≡	≡	≡	≡	≡	≡
二	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	◎	○	○	≡	≡	≡	≡	≡	≡
三	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	◎	○	○	≡	≡	≡	≡	≡	≡
四	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	◎	○	○	≡	≡	≡	≡	≡	≡
五	▲	▲	▲	▲	▲	▲	☆	☆	☆	☆	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	◎	≡	≡	≡	≡	≡	≡
六	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	◇						

注：□为军事训练，△为课堂教学，▲为综合实训，○为社会实践，◎为考试，☆为跟岗实习，★为顶岗实习，◇为答辩，≡为假期。

表 6 网络营销专业教学进程表

课程类别			序号	课 程 名 称	学分	学 时 数 分 配			每学期授课周学时							
						共计	理论	实践	第Ⅰ学期 (18w)	第Ⅱ学期 (20w)	第Ⅲ学期 (20w)	第Ⅳ学期 (20w)	第Ⅴ学期 (20w)	第Ⅵ学期 (20w)		
公共基础课	必修课程	1	思想道德修养与法律基础		3	48	32	16	3							
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		4	64	48	16				4				
		3	形势与政策		1	16	16	0	4 专题/学期							
		4	体育		6	108	12	96	2	1.5+0.5 (游泳)	2					
		5	军事理论与训练		2	32	12	20	2 周							
		6	心理健康教育		2	32	16	16	1	1						
		7	中华优秀传统文化		2	32	24	8		2						
		8	大学语文		4	64	42	22	4							
		9	高等数学		4	64	56	8	4							
		10	大学英语		4	64	50	14	4							
		11	美育		2	32	16	16	1	1						
		12	计算机应用基础		4	64	16	48	4							
		13	人工智能基础		2	32	32	0		混合教学						
		14	创新创业教育		1	16	8	8					1 周			
		小计 1			41	668	380	288	23	6	2	4				
	限定选修课	1	马克思主义基本原理概论		1	16	16	0		1						
		2	中国近现代史纲要		1	16	16	0			1					
		3	*职业发展与就业指导		2	32	20	12	2 专题/学期							
		4	工程数学		2	32	26	6		2						
		5	定向体育		1	16	4	12					活动			
		6	*专业英语		2	32	24	8					2			
		小计 2（选修达 4 学分）			4	64	44	20					2			
	选修课	1	人文素养		培养学生社会责任、管理知识、金融与人口资源等方面知识和能力，选修 2 学分											
		2	科学素养		培养学生节能减排、绿色环保、国家安全与海洋科学等方面知识和能力，选修 2 学分											
		小计 3（选修达 4 学分）			4	64	64	0								
	合计 1					49	796	488	308	19	10	2	6			
专业（技能）课	专业基础课程	1	电子商务基础		3	56	40	16	4							
		2	电子商务法律法规		3	56	56	0		4						
		3	现代物流实务		3	56	40	16		4						
		4	网店美工		4	64	32	32		4						
		5	网页设计与制作-1		4	64	32	32		4						
			网页设计与制作-2		4	64	32	32			4					
		6	经济学基础		3	56	56	0	4							
		小计 4			24	416	288	128	8	16	4	0				
	专业核心课程	7	广告创意设计		4	64	40	24			4					
		8	SEO 优化推广		4	64	48	16				4				
		9	网店运营与管理		4	64	48	16				4				
		10	网络营销策划		4	64	40	24			4					
		11	整合营销推广		4	64	48	16				4				
		12	网络客户关系管理		3	56	40	16			4					
		13	广告投放运营		3	56	40	16			4					
		小计 5			26	432	304	128	0	0	16	12				
	专业拓展课程	14	网络市场分析		3	60	36	24				4				
		15	自媒体营销		2	34	28	6				2				
		16	商务沟通与礼仪		2	32	16	16			2					
		17	移动营销		1	8	8	0		专题讲座						
		18	互联网金融		1	8	8	0				专题讲座				
		19	电子商务技术		1	8	8	0				专题讲座				
		小计 6（选修达 10 学分）			10	146	104	46	0		2	6				
	合计 2					60	994	696	302	8	16	22	18			
实践课程	人文素养	1	劳动		2	32	0	32		1 周	1 周					
		1	志愿者服务与公益活动		1	16	0	16	2 次/学期							
		2	社会实践		2	32	0	32	2 周	2 周	2 周	2 周				
		小计 7			5	80	0	80								
	专业素养	1	认知实习		0.5	8	0	8	1 次/学期							
		2	网络营销策划		1	16	0	16					1 周			
		3	网页设计与制作综合实训		3	48	0	48					3 周			
		4	网店运营与管理		2	32	0	32					2 周			
		5	跟岗实习		6	96	0	96					4 周			
		6	考证课程综合培训		9	144	144	0					9 周			
		7	顶岗实习		18	540	0	540						18 周		
		8	毕业教育		0.5	8	0	8						1 周		
		小计 8			40	892	144	748								
	合计 3					45	972	144	828							
总计					154	2762	1328	1438	27	26	24	24				

注：本专业限选课用*表示。顶岗实习周学时按 30 学时计算，跟岗实习周学时按 24 学时计算，综合培训和综合实训周学时分别按 16 学时计算

表 7 课程结构分析表

项 目			理论教学				实践教学			
			学分数	占比 (%)	学时数	占比 (%)	学分数	占比 (%)	学时数	占比 (%)
课程类别	公共基础	必修课程	23	77.6%	380	77.9%	18	93.4%	288	93.5%
		限选课程	3	9.1%	44	9.0%	1	6.6%	20	6.5%
		选修课程	4	13.3%	64	13.1%	0	0.0%	0	0.0%
		小计	30	100.0%	488	100.0%	19	100.0%	308	100.0%
	专业技能	专业基础课程	17	40.6%	288	41.4%	8	42.6%	128	42.4%
		专业核心课程	18	44.7%	304	43.7%	8	41.0%	128	42.4%
		专业拓展课程（选修）	6	14.7%	104	14.9%	3	16.3%	46	15.2%
		小计	41	100.0%	708	100.0%	19	100.0%	302	100.0%
	实践课程	人文素养（公共）	0	0.0%	0	0.0%	5	13.0%	80	9.7%
		专业素养（专业）	6	0.0%	144	0.0%	34	87.0%	748	90.3%
		小计	6	0.0%	144	0.0%	39	100.0%	828	100.0%
理论教学			77		1328					
实践教学							77		1438	
实践课占比列 (%)			51.92%							
必修课程					1116	84.04%			1372	95.41%
选修课程					212	15.96%			66	4.59%
选修课程占比 (%)			10.05%							

备 注：

公共基础课 28.8%

专业技能课 36.1%

实践课程 35.1%

九、 实施保障

(一) 师资队伍

通过校企合作方式，共同组建一支以专业带头人为主导，以双师型教师为主体，以兼职教师为辅助，校企互通、动态组合、具备“双师”素质和双师结构的专业教学团队，学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，本专业“双师型”教师不低于 60%，兼职教师主要来自于行业企业，为人才培养模式实施提供了强有力的智力支撑。其中，专业带头人、专任教师、兼职教师任用资格如下：

专业带头人：原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外网络营销行业、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，在本区域或本专业领域有一定的影响力。

专任教师：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；具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学技术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：主要从电商企业聘任，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

1. 不断完善的实践教学体系

依据网络营销职业岗位能力和专业技能培养的要求，校企联合，共建实训基地，构建“三层次，三递进”的实践教学体系。依托小店新校区进行校内实训基地建设和实训项目开发。深化校企合作，完善校外实训基地建设，实施完成实践教学过程，保障实习实训效果，强化专业实践能力培养。

2. 较完善的校内外实训环境

实践教学条件是根据专业培养目标、人才规格与质量标准、人才培养模式和专业主干课程“教、学、做”一体化的教学模式的需要，按照企业的业务流程及管理模式进行配置。

本着立足教学、服务地方经济、产学研互动、资源共享、校企共赢的原则，与行业企业紧密合作，根据专业岗位（群）的职业能力要求，围绕我院网络营销专业特色课程体系，按照学习情境的要求，开发相应实训项目，制定实训方案。建设不断改善的高水平实训基地，不断完善管理制度，落实实习实训效果。

(1) 专业教室基本条件

每个教室配备黑（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。安装有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）校内实训条件

具有基本完善的网络营销策划实训室、新媒体推广实训室、网络客户服务实训室、网络营销综合实训室，主要满足网页设计实训、网店美工实训、网页制作实训、广告创意设计、网店运营与管理、整合营销推广、移动营销、网络营销策划等实习实训课程的要求。借助我院优质校建设契机，实训条件正在不断完善。

除具备以上基本实训条件外，依托我系水利经济专业群及财经商贸仿真实训基地建设，形成具有我院网络营销专业特色的拓展实习实训基地：会计基本技能实训室、会计信息化实训财税一体化实训室、金融综合业务技能实训室、财经商贸专业手工实训室，主要用于本专业拓展课程的实习实训。

（3）校外实训基地

校企合作，共建校外实训基地。利用企业资源，开展现代学徒制方式的实习实训。校企联合共同考核，进行网络营销策划、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，提升学生的职业能力。

目前，我系校企共建企业共 10 家：北京龙凤航空有限责任公司；北京商鲲教育集团；北京空航联航空有限责任公司；北京永中会计事务所；山西微立方教育产业研究院；九智云辉（北京）教育科技有限公司；大同市瀚海伟创科技有限公司；山西紫梦轩教育咨询有限公司；新道科技股份有限公司；山西九智云辉科技有限公司

签订产教融合协议的企业共 3 家：新道科技股份有限公司；山西微立方教育产业研究院；山西九智云辉科技有限公司

实习实训基地共 11 个：北京百益搜科技服务有限公司；上海大通医药信息技术有限公司；上海力融信息技术有限公司；太原乐宸电子商务有限公司；山西海猫科技有限公司；山西几何体网络科技有限公司；辽宁俄速通集智科技有限公司（沈阳）；深圳市广迈电子商务有限公司；深圳市泰普达科技有限公司；深圳市唯本科技有限公司；深圳集智软件开发有限公司。

（4）学生实习基地基本要求

根据培养目标具体要求，不断深化校企融合，开拓校外实训基地。能提供网络营销策划、新媒体编辑、网络渠道推广、客户服务、互联网产品销售等相关实习岗位，涵盖当前网络营销产业发展的主流技术，通过现代学徒制模式，保障学生顺利完成综合实训、跟岗顶岗实习过程，有效的提高学生的综合应用能力和实践操作能力，缩短学生的岗位适应期。

（5）支持信息化教学方面的基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

(三) 教学资源

网络营销专业构建“校企联合双主体，岗课证赛相融合”的“2.5+0.5”人才培养模式，根据需求不断完善、科学规划课程体系，创新实践教学模式，建设完善教学资源。

1. 不断完善网络营销专业主干课程的课程标准、教学计划、教材、考核评价标准、习题与试题、案例、课件、录像、网络课程、师资队伍等方面，逐步形成一系列与高职人才培养相适应的教育教学资源。

2. 选取优质教材：按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。主要选取高等职业教育专业教学资源库建设项目规划教材，“十三五”职业教育国家规划教材、“十三五”高职高专规划教材。

3. 其它教学资源：建设、配备与本专业有关的种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新的数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，满足教学。另外，不断完善理实一体教学、校内图书馆、校内仿真实训及校外顶岗实践管理制度、学生手册等配套教学资源。

(四) 教学方法

依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，针对不同的课程采用不同的教学方法，将项目教学法、任务驱动法、情景教学法、案例教学法和模块化教学法等有效结合，运用到网络营销专业教学过程中，强调在“学中做”、“做中学”，取得了很好的教学效果。

“教”：是教师针对项目任务，在具有生产氛围的专业教室、实验室、实训基地，采用“项目导向”、“任务驱动”、“案例教学”等教学方法，利用多媒体、教学模型等不同的教学手段，完成项目任务。在通常情况下，完成一个完整的学习型工作项目任务需要教学团队成员的协作，由包括具有“双师”素质的教师和实训指导教师共同承担教学任务。

“学”：是学生跟着教师学习，完成项目任务的相关知识、方法和专业技能。一般是将学生分为几个学习小组，在教师讲解和示范的基础上，共同研讨，制定工作计划，确定实施方案，列出工作步骤。

“做”：是学生通过学习，在掌握项目任务的相关知识、工作方法、操作技能的前提下，按照教师批准的工作方案，在具有生产氛围的实验实训中心，分组对某一项专业技能或工作环节进行实际操作，教师进行示范、指导，学生相互学习、指正，共同实训。任务完成之后，通过个人和他人评价（包括自我评价、同学评价、小组互评、教师评价），检验学生是否真正达到了教学目标。

1. 项目教学法

将教学大纲规定的内容和要求按照职业需要转化成若干教学项目,然后围绕着项目来组织和开展教学,使学生在完成项目的整个过程中掌握专业理论知识和培养综合能力。

2. 任务驱动法

任务驱动法是以建构主义学习理论为指导思想,要求学生是学习的主动建构者,强调学生的学习主体地位,发挥教师的主导作用,突出任务的目标性和真实情境创建,使得学生带着真实的任务在探索中主动学习,培养学生从实际问题出发、提出问题、分析问题、解决问题的能力。具体实施可归纳为确定任务、创设情境、组织教学、评价结果四大步骤。

利用企业实际工作中的具体任务来驱动课程教学,加强学生学习的目的性,采用多元化的评价方式,激发学生学习动力,培养和锻炼学生自主学习和独立工作的能力,真正实现“教、学、做”一体化教学模式,从而培养学生较强的网络营销业务能力。

3. 情景教学法

通过创建一个具体、生动、直观的学习情景,让学生在具体情境的启发下,有效的进行学习。学生身临其境,感受角色身份,明确岗位职责,学习专业技能,培养职业理念与职业精神。

4. 案例教学法

案例教学是根据教学目的及教学要求,把实际中真实的情景加以典型化处理,模拟成供学生学习思考和分析判断的案例,给学生以实际的感受,并通过独立研究和相互讨论的方式,加深学生对抽象理论的理解,以巩固所学的知识,来提高学生分析问题和解决问题能力的一种教学方法。其主要特点是把教学与实践紧密结合。它对于学生掌握学科理论,增强课堂教学信息量,提高教学质量,培养学生创新思维、实践能力和综合素质均具有较好作用,同时还有利于提高教师队伍的综合素质和业务水平,更新教师的知识结构,起到教学相长的作用。

5. 模块教学法

模块教学法是对教学内容按知识内在联系进行划分,打破学科结构和章节结构,按模块进行教授和学习的一种教学方法。根据模块教学的性质和网络营销专业课程的特点,将高职网络营销专业实施模块化教学,按工作岗位设置模块化课程。

教学有法但无定法,有效结合、灵活运用多种教学方法和手段,取得最佳教学效果是教学的最终目标。

(五) 学习评价

教学评价包括对学生综合素质评价和学生学业评价两部分。对学生的综合素质评价和学业评价内容兼顾认知、技能、情感等方面,评价体现评价标准、评价

主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。

1. 学生综合素质评价制度

学生综合素质评价指标体系见表 8。

表 8 大学生综合素质评价指标体系表

一级 指标	二级 指标	基本观测点	评分标准	评分	
				小项 得分	小项 汇总
一、 思想品德 分值	1.1 应得分	基础分		60	
	1.2 奖励分	1. 获得省级、市级、学院、系部、班级表彰的个人奖励	国家级奖 15 分，省级奖 12 分，市级奖 10 分，院级奖 8 分，系级奖 6 分，班级奖 3 分。 (同一项表彰不得重复奖，只取最高分)		
		2. 被评为模范宿舍	每次舍长奖 2 分，其他成员奖 1.5 分		
		3. 被学院评为优秀团体（主要是指学生社团）	主要负责人奖 4 分，其他成员奖 3 分		
		4. 本学期担任院、系学生会和自律委员会、班干部根据职务加分	院学生会主席奖 5 分，副主席奖 4 分，部长（含副部长）奖 3 分，成员奖 2 分。系学生会主席奖 4 分，副主席奖 3 分。部长（含副部长）奖 2 分，成员奖 1 分 担任班干部加 2 分（干部兼职只按最高项加分，不计双重分）		
	1.2 扣减分	1. 受到通报批评、警告、严重警告、记过、留校察看等行政处罚	通报批评扣 5 分，警告扣 10 分，严重警告扣 15 分，记过扣 20 分，留校察看扣 40 分		
		2. 旷课、迟到、早退	旷课每学时扣 2 分，迟到、早退每次扣 1 分		
		3. 学院、系部、班级活动（包括班会、劳动）缺勤	缺勤一次扣 2 分		
		4. 受到通报批评的宿舍	责任人扣 2 分，其他成员扣 1 分		
	思想品德成绩	思想品德分值=基础分+奖励分-扣减分 (注：若班级思想品德分值中有大于 100 分时，则班级所有同学的思想品德分应乘以系数 $K=100/(\text{第一名同学思想品德分})$)			
二、 文体 活动 分值	2.1 应得分	基础分		60	

续表 8

一级 指标	二级 指标	基本观测点	评分标准	评分	
				小项 得分	小项 汇总
二、 文体 活动 分值	2.2 奖 励 分	1. 参加市级以上科技文化体育活动	获奖前六名的个人分别奖 16 分、14 分、12 分、10 分、8 分、6 分；获集体一、二、三等奖的个人分别奖 12 分、10 分、8 分；获鼓励集体奖的个人奖 4 分		
		2. 参加院级科技文化体育活动	获奖前 8 名的个人分别奖 15 分、13 分、11 分、9 分、7 分、7 分、3 分、1 分		
	2.3 扣 减 分	1. 违反科技文化体育活动纪律	违反活动纪律扣 10 分		
		2. 凡院系要求统一参加的文体活动而无故不参加	每人每次扣 2 分		
	文体 活动 分值	文体活动分值=基础分+奖励分-扣减分 (注：若班级文体活动分值中有大于 100 分时，则班级所有同学文体考核分应乘以系数 $K=100/(\text{第一名同学文体考核分})$)			
三、 学业 成绩 分值	3.1 应得 分	基础分	按该生本学期所学课程的平均学分绩计算。若成绩按优、良、中、及格、不及格评定时，则相应转换为 95 分、85 分、75 分、65 分、55 分		
	3.2 奖 励 分	1. 所评学期内，考取与本专业学习、专业技能、职业资格相关证书	获得学院规定的证书，每一个证书加 2 分。获得国家级计算机二级、三级证书者分别奖 4 分、8 分		
		2. 所评学期通过英语 A、B 级	通过英语 A、B 级考试者奖 4 分、2 分，通过英语四级考试者奖 8 分		
		3. 在省级、市级、院级以上报纸、期刊上发表文章	省级每篇奖 15 分，市级每篇奖 10 分，院级每篇 5 分		
	3.3 扣 减 分	1. 考试作弊、违纪	除思想品德测评扣分外，该科成绩以零分计算		
		2. 各类证书有弄虚作假	取消原加分，再扣 8 分		
	学业 成绩 分值	学业成绩分值=应得分+奖励分-扣减分 (注：若班级学业成绩分值中有大于 100 分时，则班级所有同学学业考核分应乘以系数 $K=100/(\text{第一名同学文体考核分})$)			
综合成绩		综合成绩得分 = 思想品德测评成绩 $\times 20\%$ + 文体活动测评成绩 $\times 10\%$ + 专业学习测评成绩 $\times 70\%$			
测评审核		班主任签名		系部意见	

2. 学生学业评价制度

建立科学的学生学业评价手段和方法,建立了项目过程考核与期末考试相结合的方法,加强项目过程考核评价。注重评价的多元性,全面考核学生的知识、能力、素质的掌握情况。各类课程考核方法及成绩评定方法如下:

基础素质课程平台

基本素质平台课程的考核,应根据课程特点和要求制定相应的考核方法及成绩评定标准,按照学院统一规定执行。分为纯理论课程考试与技能达标考核,纯理论课程考试采用项目平时考核,与期末考核相结合的方法,课程平时考核按照项目分别考核,每个项目按照平时考核内容确定项目成绩,再依据权重确定平时考核成绩。

纯理论课程平时考核内容及成绩评定详见表 9。

表 9 纯理论课程平时考核内容及成绩评定

考核项目	平时考核 %					项目成绩	项目权重	平时考核成绩
	出勤 (%)	课堂表现 (%)	个人作业 (%)	平时测验 (%)	团队作业 (%)			
项目一								
项目二								
.....								
期末考试								

对于有技能达标标准和认证考试课程采用技能达标或技能认证考核进行。如计算机应用基础必须达到全国计算机等级(1级)考试水平,体育必须达到国家要求的体能标准。

(2) 专业单项技能和职业综合技能、职业素质拓展课程

专业单项技能和职业综合技能、专业拓展课程均为项目化课程,考核方式注重过程考核,每个课程包含若干个项目,每个项目考核涵盖知识、能力、素质三方面,考核成绩评定既要重视项目成果,也要重视项目实施过程中的职业态度,科学性、规范性和创造性。

1) 项目考核与评价方式

各门课程采用项目化教学。

项目考核的评分标准见表 10。

表 10 项目考核的评分标准

	分项	分值	权重 (%)	考核依据及所占比例
考核方案	知识	100	50	课堂表现、提问 (30%), 平时测验、知识考试 (70%)
	能力	100	30	实践操作 (50%), 作业 (30%) 实训报告 (20%)
	素质	100	20	出勤率, 学习态度
评分标准及 实施方案	课堂表现	是否认真听讲, 积极思考问题		
	课堂提问	课前十分钟采取提问式, 根据同学回答问题的情况打分		
	出勤	旷课 1 次, 从素质成绩 100 分中扣除 20 分, 旷课 5 次, 素质成绩记 0 分		
	个人作业	作业完成情况、平时测验		
	设计成果、 实操、报告	根据方案设计的合理性和方案编制的完整、准确性把设计成果分 优秀、良、中、合格、不合格		
	知识考核	项目讲完后, 测试学生掌握的情况		

项目考核成绩见表 11。

表 11 项目考核成绩表

课程成绩	项目考核成绩				
	项目一	项目二	项目二		合计
权重 (%)					100
成绩					

2) 成绩评定

课程成绩一般按照课程项目考核成绩、期末考试成绩综合评定。

课程成绩综合评定标准见表 12。

表 12 课程成绩综合评定标准

考核类型	成绩	权重 (%)	课程成绩
项目考核	100	60	100
期末考核	100	40	

(六) 质量管理

1. 制定专业诊断方案, 开展教学质量评估

(1) 引进社会第三方评价, 开展专业评估和课程评价, 定期公布质量报告, 构建水利工程专业内部质量保证体系。(2) 实行课程教学考核性诊断, 促课程建设。(3) 将教师的项目教学开发、课程设计开发、教学资源开发、信息化教学能力、课堂教学效果与质量、学生评价等方面纳入考核范围, 加强过程考核和考核结果运用, 建立科学完善的绩效评价体系。(4) 根据学生课前预习、课堂学习、

课下复习、作业、平日学习测试、专业技能测试、职业资格鉴定、企业顶岗实习等教学环节，对学生的学习过程进行考核；积极开展创新创业教育实践、社会实践和技能大赛活动，促进学生个体全面发展,提升人才培养质量。

2. 教学管理机制

学院形成了每学期一轮的教学检查制度，主要包括教学内容、教学方法、教学进度、教学管理和学生学习情况。

(1) 学期初教学检查以教学准备情况（包括教学大纲、授课计划、教案、讲稿等）为检查重点。(2) 期中教学检查以教学进度、各环节教学质量为检查重点，在教学运行过程中，严格执行“三表”（授课计划表、课程表、考试安排表）进行日常教学，有特殊情况需要调课的，履行审批程序（教师本人申请—系部审批—教务处审批）。(3) 期末教学检查以考风考纪为检查重点，以及相应的“一计划两总结”制度，即学期教学工作计划、期中教学检查总结、学期教学工作总结。对教学质量的分析，学校要求每学期考试结束后，教师填写“考试成绩分析表”，对于成绩出现异常情况的从学校到专业都要认真进行分析，找出原因提出整改意见。

3. 毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

(1) 毕业生跟踪反馈机制

由学院学生处负责，根据学校整体发展需要，制定毕业生跟踪调查制度，确定调查时间，内容，方式的具体事宜。学生处负责发放和回收问卷。系委会负责制定毕业生调查问卷的具体内容；系里指定专门负责人对毕业生跟踪调查分析报告进行汇总分析。

(2) 社会评价机制

学院就业指导中心根据学校整体发展需要制定社会评价机制。毕业生跟踪调查工作以系为单位，由专业系主任与副系主任负责组织人员进行走访用人单位、走访校友、校企合作交流、组织访谈和调查问卷的发放和回收等具体调查工作，并进行问卷汇总分析，形成各专业调查分析报告。

4. 建立了全方位的教学质量监控和评价体系

学院构建了在教学副院长的领导下，教学管理职能部门、教学督导室、专业教学指导委员会、学生教学信息员构成的教学质量监控与评价四大主体。

(1) 教务处作为教学活动直接组织和管理者，发挥着教学质量监控的核心作用，主要通过汇集、协调、传递、研究和反馈信息的功能，对全院教学质量进行全程监控；并通过定期召开教学例会的形式及时解决和处理各种教学信息。

(2) 教学督导员深入教学一线对各教学环节进行巡视监控、专项督导和指导性或评价性的听课,同时按照教学质量监控体系中对各教学环节做出具体评价,及时向教务处提出提高教学质量的意见和建议,达到强化全院日常教学工作检查与监控的目的。

(3) 各系部专业建设指导委员会及时掌握各专业课程教学的进度和教学效果,着重对该部门专业人才培养的目标和规格予以监控,以确保各专业人才培养的目标和规格符合市场对人才质量的需求。

(4) 学生信息员从受教育的角度,及时反馈教学质量信息。

在全体教师中树立全面的教学质量观。要求教师在教学过程中切保教学质量,鼓励教师人人成为教学质量提升的主体,人人参与质量建设。

十、 毕业要求

学生毕业需要同时具备以下条件:

1. 修满专业人才培养方案所规定的 154 学分,其中选修课修满 18 学分;
2. 达到《国家学生体质健康标准》相关要求;
3. 取得计算机资格证书或行业资格证书。

十一、 附件

1. 编制说明

表 13 编制人员构成

序号	姓名	专业领域	所在单位	职称	备注
1	薛保菊	信息技术	山西水利职业技术学院	副教授	
2	赵喜云	工程经济	山西水利职业技术学院	讲师	
3	赵丽蓉	工程经济	山西水利职业技术学院	讲师	
4	郝笑弘	信息技术	山西水利职业技术学院	讲师	
5	刘飞姣	工程经济	山西水利职业技术学院	讲师	
6	叶希杰	职业教育	思软集团	教授	企业
7	王彩虹	信息技术	建设银行山西省分行 信息技术部	高级工程师	企业
8	王启明	网络营销	九智云辉（北京）教育 科技有限公司	网络营销高级 讲师	企业
9	冯丽萍	信息技术	中国工商银行股份有限 公司晋中分行	高级工程师	企业

2. 变更审批表

表 14 山西水利职业技术学院人才培养方案变更审批表

山西水利职业技术学院教学进程变更审批表

20 ———20 学年第 学期

申请单位			适用年级、专业	
申请时间			申请执行时间	
人才培养方案 教学进程 表变更内容	原课程信息			
	变更课程信息			
变更原因				
系部主任意见		系部主任（盖章）： 年 月 日		
教务处意见		处长（盖章）： 年 月 日		
分管院长意见		分管院长： 年 月 日		

3. 专业技术技能素养清单

表 15 山西水利职业技术学院网络营销专业技术技能素养清单

序 号	技术技能素养清单
1	通过学院组织的英语应用能力测试
2	通过学院组织的体能测试达到国家要求的体能标准
3	通过学院组织的计算机应用能力测试
4	计算机、互联网等信息技术应用以及信息搜集、处理及数据分析能力的应用
5	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	文案创意与撰写，能够挖掘客户需求，制定文案创意方案并撰写发布
7	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	网络广告策划及投放，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	搜索引擎营销，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	线上线下活动策划与执行，能够策划活动方案、整合资源，进行活动实施与监控
11	开发客户、服务客户、维护客户关系，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度
12	社群营销策划及运营，能够自建社群并开展社群运营活动
13	商务沟通与礼仪规范的应用
14	探究学习、终身学习、分析问题和解决问题能力的应用
15	良好的语言、文字表达能力和沟通能力的应用
16	使用计算机工具对文字、表格、图像进行处理
17	哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力的应用

4.网络营销专业工作过程与职业能力分析

表 16 网络营销专业工作过程与职业能力分析表

工作岗位	业务范围	工作领域	工作任务	职业能力	课程设置
网络营销 策划	网站数据分析（市场调查）	网上调研 企业品牌营销 销售促进	网站数据分析，运营提升； 搜索竞价平台的管理； 协助部门经理建设网络营销的运营流程体系； 公司网站的规划落地执行	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； 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； 线上线下活动策划与执行，能够策划活动方案、整合资源，进行活动实施与监控；	《电子商务基础》 《市场营销》 《网络营销策划》 《经济学基础》 《网络市场分析》
	网络营销战略 网络营销服务 营销项目策划 营销平台策划 运营系统策划 网络营销效果评估及改进				
新媒体编辑	文案创意及撰写	文案策划 广告设计制作	文案的策划、撰写及发布； 进行广告策划及设计； 进行多媒体编辑及信息发布	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； 文案创意与撰写，能够挖掘客户需求，制定文案创意方案并撰写发布； 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	《电子商务法律法规》 《网店美工》 《网页设计与制作》 《广告创意设计》 《移动营销》 《自媒体营销》
	商品拍摄 网店设计 广告设计	广告投放； 摄影摄像；数码影像处理； 外包服务等			

续表 16

工作岗位	业务范围	工作领域	工作任务	职业能力	课程设置
网络渠道推广	域名注册	网址推广	进行网站建设及运营； 策划网络广告投放	网络广告策划及投放，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； 搜索引擎营销，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； 社群营销策划及运营，能够自建社群并开展社群运营活动	《SEO 优化推广》 《网店运营与管理》 《整合营销推广》 《广告投放运营》 《移动营销》 《网络市场分析》 《自媒体营销》
	网站建设	销售渠道营销			
客户服务	门户网站的搜索引擎注册	营销效果评估	开展营销策划及产品推广：店内促销、站内推广、站外引流	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； 开发客户、服务客户、维护客户关系，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度； 商务沟通与礼仪规范的应用	《网络客户关系管理》 《网络市场分析》 《商务沟通与礼仪》
	网络整合营销				
互联网产品销售	售前客服	客户服务	客户工具的使用	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； 社群营销策划及运营，能够自建社群并开展社群运营活动； 商务沟通与礼仪规范的应用	《网店运营与管理》 《现代物流实务》 《移动营销》 《网络市场分析》 《自媒体营销》 《商务沟通与礼仪》 《互联网金融》
	售中客服	顾客服务	售前咨询、推荐营销		
	售后客服	顾客关系维护	物流咨询、商品状态查询与管理	网上数据采集分析 网店的开设 网店产品发布：按商品发布流程，进行模板设置及发布信息 商品建档及分类管理 交易管理：订单管理、评价管理、纠纷管理等	
	客户的分级分组管理				
	网上市场调查	网上调研	网上数据采集分析	网上数据搜集、处理及数据分析的能力； 开发客户、服务客户、维护客户关系，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度； 商务沟通与礼仪规范的应用	
	网上消费者行为分析	文案编辑	网店的开设		
	网络营销策略制定	营销策划	网店产品发布：按商品发布流程，进行模板设置及发布信息	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； 社群营销策划及运营，能够自建社群并开展社群运营活动； 商务沟通与礼仪规范的应用	
	网上产品和服务销售	产品销售	商品建档及分类管理		
			交易管理：订单管理、评价管理、纠纷管理等		