



直播电商服务专业 人才培养方案

河南辅读中等职业学校

直播电商服务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

直播电商服务（730705）

二、入学基本要求

初级中等学校毕业或具有同等学力

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

表 4-1 职业面向表

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	职业资格证书 举例
财经商贸大类 (73)	电子商务类 (7307)	互联网和相关服务 (64) 批发业(51)、零售 业(52)、商务服务 业(72)	互联网营销师S (4-01-06-02) 全媒体运营师S (4-13-01-05)	短视频制作专员、主播、 直播运营专员、市场推广 员、直播客户服务专员	直播电商、电子 商务数据分析

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，扎实的文化基础知识、较强的就业创业能力和学习能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向互联网和相关服务、批发业、零售业、商务服务业的直播电商运营师、全媒体运营师等职业，能够从

事短视频制作、直播产品讲解、直播平台运营、市场营销与推广、直播客户服务等工作的技能人才。

六、培养规格

本专业学生应全面提升知识、能力、素质，筑牢科学文化知识和专业类通用技术技能基础，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

2. 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握互联网交易安全、质量管理、网络信息安全等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神。

3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、历史、数学、英语、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力。

4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习1门外语并结合本专业加以运用。

5. 具备短视频制作核心能力，掌握镜头拍摄技巧以及后期剪辑，能独立完成短视频策划、拍摄，通过实训将理论知识转化为实操能力，强化短视频制作全流程技能。

6. 具备直播推广全流程执行能力，能完成多渠道投放；拥有清晰的产品讲解与销售表达能力，掌握推广效果监控与销售数据联动分析能力，能优化策略。

7. 具备订单处理能力和货物处理能力,熟练掌握常用物流管理系统的操作,能识别常见的物流异常问题协助处理基础售后沟通。

8. 具备市场营销意识和网络流量推广能力,能结合目标受众选择推广渠道,具备创新思维,能设计简单的推广创意。

9. 具备基础数据收集和解读能力,能精准获取所需数据并熟练使用Excel进行数据整理、计算和报表制作。

10. 具备良好的情绪管理能力,能快速准确解答客户咨询,具有一定的服务意识和同理心,能站在客户角度解决问题。

11. 掌握信息技术基础知识,具有适应本行业数字化和智能化发展需求的基本数字技能。

12. 具有终身学习和可持续发展的能力,具有一定的直播选品和直播流量效果的分析能力以及直播转化与成交问题解决能力。

13. 掌握身体运动的基本知识和至少1项体育运动技能,养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯;具备一定的心理调适能力。

14. 掌握必备的美育知识,具有一定的文化修养、审美能力,形成至少1项艺术特长或爱好。

15. 树立正确的劳动观,尊重劳动,热爱劳动,具备与本专业职业发展相适应的劳动素养,弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神,弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

七、课程设置及学时要求

(一) 课程设置

本专业课程设置包括公共基础课程、专业课程。

1. 公共基础课

按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。包含有中国特色社会主义、职业道德与法治、哲学与人生、心理健康与职业生涯、语

文、数学、英语、历史、信息技术、体育与健康、艺术、劳动教育等列为公共必修课程。党史国史、国家安全教育、中华优秀传统文化、职业发展与就业指导、创新创业教育、工匠精神、数字媒体创意、演示文稿制作、舞蹈、篮球列为公共选修课。

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	中国特色社会主义	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合；《习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本》融入本课程中。	54
2	职业道德与法治	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	36
3	哲学与人生	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	36
4	心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	36
5	语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	198
6	数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	180
7	英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	144
8	历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设，并专业实际和行业发展密切结合。	72
9	信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	108
10	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	144
11	艺术	依据《中等职业学校艺术课程标准》开设，并与专业专业实际和行业发展密切结合。	36
12	劳动教育	依据《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	18

2. 专业课程

（1）专业基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	电子商务基础	了解电子商务的基本概念、发展历程及常见模式；掌握线上交易的完整环节，学习主流电商平台及直播平台的基础运营规则，能通过平台销量排行、评论区反馈等简单方式分析商品热度；掌握商品信息整理的基本方法，能完成商品名称、规格、卖点等基础信息的梳理。	54

2	直播电商法律法规	了解《电子商务法》《消费者权益保护法》《广告法》中与直播电商相关的核心条款,明确直播主体的基本权利与义务;掌握直播话术的合规规范,明确禁止使用的表述,学习商品质量相关法规;掌握消费者的核心权益,能在直播运营和客户服务中落实权益保障要求。	54
3	零售基础	了解零售的基本概念和常见业态,掌握零售的核心优势;了解消费者需求的基本类型,掌握简单的需求分析方法;能结合直播场景,分析目标受众的消费偏好,为零售选品提供方向。	108
4	商务礼仪与沟通	了解商务礼仪的重要性,明确礼仪规范与岗位工作效果的直接关联。熟练掌握电商岗位适配的仪容仪表规范,包括客服、直播等岗位的干净整洁仪容标准等基础要点;掌握“先共情再解决”的客服回应逻辑、不打断客户的倾听技巧,能运用礼貌用语应对“客户咨询”“投诉处理”等常见场景,会撰写客服线上简洁回复、补货通知等电商常用书面内容;具备线下接待供应商、客户的基础礼仪应用能力,同时养成适配电商岗位的礼仪素养和真诚服务意识,确保所学能直接对接岗位实际需求。	72

(2) 专业核心课

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容和要求	参考学时
1	内容编辑制作	负责结合产品特点与目标受众喜好,策划短视频选题及脚本框架;收集产品资料、用户反馈等素材,进行文字撰写与整理,形成短视频旁白、文案及直播预热文案,确保文案无错别字、信息准确且符合平台规范。	1. 了解短视频、直播文案的基本类型与特点、熟悉3-5个主流直播平台的内容规范; 2. 学习基于产品品类的选题方法和直播流程脚本撰写。要求能针对指定产品完成1份短视频脚本和1份简易直播脚本,逻辑清晰、贴合产品特点; 3. 学习产品卖点提炼方法掌握通俗化表达技巧,要求能独立完成指定产品的3类以上文案撰写,语言生动、卖点突出。 4. 掌握基础文案审核流程。要求能快速收集指定产品的核心素材,并完成文案审核与修改。	90
2	直播运营基础	负责直播活动的全流程执行与保障。负责直播前的筹备工作;直播过程中实时监控直播间数据;处理直播中的突发问题(如网络卡顿、设备故障);直播结束后整理直播数据,撰写简单的复盘报告,总结亮点与改进方向。	1. 了解直播运营的核心环节;熟悉直播、运营、客服等岗位的分工与协作逻辑。要求能清晰说出直播运营的全流程及各岗位职责。 2. 学习直播脚本审核要点,依据学校开设的直播实训室练习设备调试方法和场景布置技巧。练习网络卡顿、麦克风无声、设备黑屏等突发问题的应对方案。 3. 学习基础数据整理方法,能统计直播时长、观看人数、下单数量等核心数据要求能根据模拟直播数据,撰写1份完整的复盘报告,提出切实可行的改进建议。	108

3	直播销售与推广	负责制定简易直播推广方案；制作预热素材并在社交平台渠道发布，提升直播曝光量；按照直播脚本开展直播全流程，调动直播间氛围，提升观众停留与转化率；直播后整理问题反馈并优化推广与销售策略。	1. 了解主播与直播推广岗位的职责联动逻辑；掌握直播职业形象要求；学习直播销售与推广的核心规范。 2. 学习推广方案设计方法，聚焦低成本方式；掌握预热素材制作技巧，多渠道文案撰写；练习推广投放与流量获取。 3. 掌握“卖点+场景+利益”产品讲解公式，学习直播间氛围营造与互动方法；掌握销售转化技巧，以及下单流程引导、常见问题解答技巧。	180
4	短视频拍摄与剪辑	负责根据短视频脚本，使用手机、入门级相机等设备完成产品拍摄，包括产品特写、使用场景展示、主播出镜讲解等画面拍摄；运用剪映等简易剪辑软件完成短视频成品导出，根据平台要求设置分辨率、格式等参数，配合内容编辑完成发布。	1. 理解平台内、社会化媒体、新媒体平台的营销推广相关规则和推广算法、推广效果数据指标、网络广告资源位。 2. 学习手机、入门级数码相机的拍摄功能使用，要求能独立完成设备调试，根据拍摄需求调整参数，拍出清晰稳定的画面。 3. 学习常见构图方法、掌握产品拍摄技巧、人物出镜拍摄技巧；练习不同光线场景的拍摄方法。 4. 以剪映为核心，学习素材导入与筛选、剪辑与拼接等基础操作；掌握基础功能的使用和成品导出设置。	108
5	商务数据分析	负责收集直播电商相关数据；使用Excel等基础工具对数据进行整理、分类和简单计算；制作简单的数据报表，直观呈现数据变化情况。	1. 了解直播数据、短视频数据、销售数据的定义及核心意义；明确不同岗位所需的关键数据。 2. 学习从直播平台后台、电商平台导出数据；掌握Excel基础操作，包括数据录入、排序、筛选、去重、简单公式计算，并使用Excel完成整理与基础计算。 3. 学习分析数据的基本方法，如对比不同直播场次的转化率、分析高销量产品的共同特点、判断观众活跃时段；练习根据数据提出优化建议。	108
6	智慧物流与供应链基础	负责订单的接收、核对工作，将订单信息准确录入物流管理系统；使用扫码设备核对商品信息；按照包装规范完成货物打包，粘贴智能快递单。整理物流异常信息协助处理基础售后问题。	1. 了解直播电商智慧物流的核心元素和供应链基本概念。能识别常见的智慧物流设备、描述供应链的基本流程。 2. 了解订单接收与核对方法、常用物流管理系统的操作，能处理常见订单异常。 3. 智能分拣设备使用、不同商品打包规范；能熟练使用扫码枪完成货物核对与分拣。 4. 掌握库存盘点方法，做好库存预警与物流异常反馈流程。	126

7	直播客户服务管理	对接直播客户服务岗位。负责直播过程中实时回复观众咨询；处理订单相关事务；负责售后问题处理，遵循售后流程与客户沟通协调；记录客户常见问题及反馈，整理后提交给运营和产品团队，维护客户关系，通过社群等渠道发送新品预告、售实、物流异常处理、投诉安抚技巧；练习后关怀等信息，提升客户复购率。	1. 了解直播客服的岗位职责、服务标准；学习客服沟通礼仪，包括礼貌用语使用、情绪控制技巧。 2. 梳理直播中客户常见咨询问题；学习“问题识别+精准解答+引导行动”的回复公式；练习不同品类产品的咨询回复话术，重点掌握模糊问题的澄清技巧。 3. 学习订单基础操作。掌握售后处理流程，包括退换货政策解读、质量问题核实、物流异常处理、投诉安抚技巧；练习处理客户投诉的话术 4. 学习客户反馈记录方法，使用表格记录常见问题、客户建议、投诉原因等；掌握基础客户关系维护技巧。	72
8	市场营销与推广	负责收集行业动态、竞争对手推广策略及目标客户需求等基础信息，使用Excel等工具进行简单整理汇总；负责线上基础推广操作，确保推广动作按计划落地； 负责挖掘潜在客户并记录基本信息；对意向客户进行基础产品介绍和推广活动讲解。	1. 了解市场营销核心概念、市场营销基本流程。 2. 掌握线下推广、网络推广实操的方法，记录推广活动流程管理与数据记录。能熟练发布社交媒体推广内容并进行客户互动。 3. 掌握推广文案撰写、推广素材制作方法；学会与客户沟通的技巧，建立与管理客户档案。	108

(3) 专业拓展课

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容和要求	参考学时
1	网络营销基础	辅助制定简易网络营销推广计划，参与撰写渠道推广文案、配合核心课程的直播推广活动落地；跟踪推广数据，使用基础工具记录数据并进行简单分析，提出初步优化建议。	1. 掌握网络营销的基本概念、核心要素及发展趋势，结合直播电商行业特点，明确网络营销与直播推广的协同逻辑。 2. 熟悉主流网络营销渠道的特点与适用场景，能根据产品类型和受众特征选择适配渠道。 3. 学习网络营销推广的基础方法，包括文案撰写技巧、素材搭配原则、简单推广活动设计思路，能协助完成直播预热、产品种草等推广动作。	54
2	图形图像处理	协助设计直播电商所需视觉素材，包括产品主图优化、直播预热海报、直播间背景图	1. 掌握图形图像处理的基本概念与电商视觉设计原则，了解直播电商平台对视觉素材的规格要求。 2. 熟练操作Photoshop等基础设计	54

		、活动优惠券图片等；对短视频拍摄素材进行基础图像处理，配合短视频剪辑课程完成素材优化；根据直播主题与产品特点，设计简易的直播间视觉元素提升直播间视觉效果。	软件，掌握裁剪、调色、抠图、文字添加、图层管理等核心功能，能独立完成基础图像优化。 3. 学习产品图处理技巧，包括产品细节放大、背景净化、光影调整，能让产品图更符合直播展示与推广需求。 4. 掌握简易电商视觉素材制作方法，能结合直播活动主题设计海报、图标等素材，确保视觉风格与直播调性一致。	
3	软文写作	撰写直播电商相关软文，包括直播预热软文、产品种草软文、活动推广软文、用户反馈分享软文等；结合不同推广渠道的风格特点，调整软文内容与结构，提升软文传播效果；协助提炼产品核心卖点与用户痛点，将其融入软文中，配合直播销售与推广课程的引流转化工作。	1. 掌握软文写作的基本概念、核心特征与结构逻辑，明确软文在直播电商引流、种草中的作用。 2. 学习软文标题创作技巧、正文撰写方法，能独立完成300-500字的直播相关软文。 3. 了解主流推广渠道的软文风格差异，能根据渠道特点调整语言表达与内容侧重点。 4. 衔接内容编辑制作课程的文案撰写能力，学习将直播脚本逻辑、产品卖点与软文写作结合，提升软文对直播的引流效果。	36
4	数据可视化	收集直播运营相关数据，使用Excel等工具整理成规范数据表格；将整理后的直播数据、销售数据转化为可视化图表，清晰呈现数据变化趋势与核心结论；配合商务数据分析课程的复盘工作，制作简易数据可视化报告，辅助运营团队分析直播效果、优化运营策略。	1. 掌握数据可视化的基本概念、核心原则，明确数据可视化在直播电商复盘与决策中的作用。 2. 熟练操作Excel的图表功能，包括折线图、饼图、柱状图等，能根据数据类型选择适配的可视化形式。 3. 学习直播电商核心数据的可视化呈现方法，能独立完成单场直播数据的图表制作。 4. 了解基础数据可视化工具的使用，能将多维度数据整合为综合可视化报表。 5. 衔接商务数据分析课程，掌握数据可视化报告的基础结构，能结合图表撰写简要分析说明，为直播运营优化提供数据支撑。	36

(4) 专业实践环节

实践性教学应贯穿人才培养全过程，以“学用结合、知行合一”为原则，通过实习实训、社会实践活动等形式，实现公共基础课程与

专业课程的深度实践融合。具体实施内容如下：

①综合实训

依托校内专业直播实训室，开展短视频制作、直播运营、直播推广等实训，构建“基础直播推广等实训，技能→专项能力→综合实战”三级实训体系，分阶段开展教学：

视频制作实训：实训要求学生掌握短视频类型、平台规则、消费者观看偏好，掌握脚本撰写的技巧以及后期剪辑。能独立完成短视频策划、拍摄等技能。实训内容主要包括短视频脚本撰写训练、拍摄技巧训练等。

直播运营实训：实训要求学生掌握直播电商发展趋势、直播平台规则要求，能独立开展直播，基础数据分析能力。实训内容只要有：直播间分工、直播开展、突发情况处理等。

直播推广实训：实训要求学生掌握直播流量分发机制、促销活动设计等知识，能够独立进行用户画像分析、直播基础推广。实训内容主要有：直播流程策划、数据分析、互动和转化技巧等。

②岗位实习

岗位实习是本专业最后的实践性教学环节，学生根据兴趣与专长，进入合作企业的与所学专业面向的岗位（群）基本一致的岗位进行为期3个月的岗位实习。学校选派专职实习指导教师驻企管理，实时跟踪学生表现。通过岗位实习，学生能更深入地了解企业岗位的工作环境和管理要求，熟悉企业生产经营活动过程，明确面向岗位的工作任务与职责权限，能够用所学知识和技能解决实际工作问题，学会与人相处与合作，树立正确的劳动观念与就业态度。

（二）学时安排

结合学校实际，人才培养方案采用“2+0.5+0.5”学制，三年

总学时数3364。课程开设顺序和周学时安排，以每学期的实施性教学计划为准。一般每学时不少于 45 分钟，18 学时为 1 学分，岗位实习按每周 30 学时 1 学分计算，军训、入学教育、社会实践、毕业教育、综合实训等活动 1 周为 20 学时 1 学分。

公共基础课程学时1296，按照国家规定开足公共基础课程。专业课程学时1968；选修学时414；实践学时1787，包括专业实践环节学时、综合实践环节学时和课内实践教学学时。在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要集中或分阶段安排实习时间。

表 7-1 教学学时分配比例表

课程类别		学分	学时数			占总学时比例
			总学时	理论学时	实践学时	
公共基础课程	公共必修课程	59	1062	866	196	38. 5%
	公共选修课程	13	234	90	144	
专业课程	专业基础课程	16	288	198	90	58. 5%
	专业核心课程	50	900	288	612	
	专业拓展课程	10	180	135	45	
	专业实践环节	24	600	0	600	
综合实践环节		5	100	0	100	3. 0%
必修课合计		154	2950	1352	1598	87. 7%
选修课合计		23	414	225	189	12. 3%
总计		177	3364	1577	1787	
理论学时占总学时比例		46. 9%				
实践学时占总学时比例		53. 1%				

表 7-2 教学进程表

课程类别	课程性质	序号	课 程 名 称	学分	总学时	各学期学时分配								
						理论学时	实践学时	一	二	三	四	五	六	考核方式
公共基础课程	公共必修	1	中国特色社会主义	3	54	54	0	54						过程与结果性评价
		2	心理健康与职业生涯	2	36	36	0		36					
		3	哲学与人生	2	36	36	0			36				

		4	职业道德与法治	2	36	36	0				36			相结合
		5	语文	11	198	198	0	36	36	36	36		54	
		6	数学	10	180	180	0		108	72				
		7	英语	8	144	144	0	36	36	36	36			
		8	历史	4	72	72	0	36	36					
		9	信息技术	6	108	54	54	54	54					
		10	体育与健康	8	144	18	126	36	36	36	36			
		11	艺术	2	36	36	0	36						
		12	劳动教育	1	18	2	16	18						
	公共选修课	1	国家安全教育	1	18	18	0				18			过程与结果性评价相结合
		2	中华优秀传统文化	2	36	18	18						36	
		3	党史国史	1	18	18	0						18	
		4	职业发展与就业指导	1	18	9	9						18	
		5	创新创业教育	1	18	9	9						18	
		6	工匠精神	1	18	18	0					18		
		7	数字媒体创意	1	18	0	18					18		
		8	演示文稿制作	1	18	0	18					18		
		9	舞蹈	2	36	0	36						36	
		10	篮球	2	36	0	36						36	
专业课程	专业基础课	1	电子商务基础	3	54	54	0	54						过程与结果性评价相结合
		2	直播电商法律法规	3	54	54	0	54						
		3	零售基础	6	108	54	54			108				
		4	商务礼仪与沟通	4	72	36	36	72						
	专业核心课	1	内容编辑制作	5	90	36	54			90				
		2	直播运营基础	6	108	36	72			108				
		3	直播销售与推广	10	180	54	126				144	36		
		4	短视频拍摄与剪辑	6	108	36	72		108					
		5	商务数据分析	6	108	36	72				72	36		
		6	智慧物流与供应链基础	7	126	36	90				90	36		
		7	直播客户服务管理	4	72	18	54				72			
		8	市场营销与推广	6	108	36	72		108					
	专业拓展课	1	网络营销基础	3	54	54	0						54	过程与结果性评价相结合
		2	图形图像处理	3	54	18	36						54	
		3	软文写作	2	36	36	0					36		
		4	数据可视化	2	36	27	9					36		
	专	1	综合实训	12	240	0	240						240	技能

	业 实 践 环 节													考核
		2	岗位实习	12	360	0	360					360		校企 二元 评价
综 合 实 践 环 节	1		入学教育	1	1周	1周	0	1周						
	2		军训	2	2周	0	2周	2周						
	3		社会实践	1	1周	0	1周					1周		
	4		毕业教育	1	1周	1周	0						1周	

八、师资队伍

1. 队伍结构

按照“四有好老师”、“四个相统一”、“四个引路人”的要求建设教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。合理配置教师资源，本专业拥有教师7人，其中中高级专业技术职务2人，“双师型教师”3人。

2. 专业带头人

本专业专业带头人具有副高职称，具有专业前沿知识和先进教育理念，教学水平高、教学管理能力强，对专业建设发展有科学清晰的思路，能够较好地把握电子商务行业、专业发展，了解行业企业对本专业人才的需求实际，潜心课程教学改革，具有组织开展学校专业建设、课程建设、教科研工作、技术创新、社会服务等能力，在本专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师

本专业专任教师具备电子商务、工商管理、计算机科学技术等相关专业学历。具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；熟悉教育教学规律，对任教课程有较为全面理解，具备较强的学情分析、教学目标设定、教学设计、教案撰写、教学策略选择、教学实施和评价能力，能运用信息化教学手段，合理使用信息化资源，注重教学反思，

关注教学目标达成，持续改进教学效果，能积极开展课程教学改革和实施，具备一定的课程开发能力，并能够开展实践教学及实践技能示范教学，参加产学研项目研究及教学竞赛、技能竞赛等活动。专业教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

本专业兼职教师主要来自于电商企业的高技能人才，具有专业技术职务（职称），具备扎实的专业知识和丰富的实际工作经验。企业兼职教师需把企业的新工艺、新技术、新的管理理念引入教学当中，了解教育教学规律，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专业教学任务。

九、教学条件

（一）教学设施

本专业具备满足课程教学需要的理论教学和实践教学条件，具有先进的现代化教学手段和良好的网络教学环境，具有完善的校内实训室和充足的校外实训、实习基地。建设学生创新创业教学环境和条件，配备用于创新创业的训练平台和资料。本专业的教学设施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. 专业直播教室

专业直播教室符合国家、省关于中等职业学校设置和直播电视功能服务专业建设的相关标准要求和具体规定，配备有满足信息化教学基本需要的教学硬件和软件，包括显示屏、主机、声卡、灯光、麦克风、高清摄像头以及相关教学软件。

2. 校内实训实习基本条件

根据校内实训实习建议配备客户服务综合实训室、网络营销综合实训室、网络编辑实训机房，主要设施设备及数量见下表：

序号	实训室名称	主要工具和设备	
		名称	数量
1	视频拍摄及剪辑实训室	计算机	70台
		程控交换机	一台
		单反相机	3台
		摄影机	2套
		图形处理软件、视频剪辑软件	70套
		三脚架、射灯、稳定器、声卡、麦克风等配套设施	足量
2	直播数据分析实训室	计算机	70台
		数据分析实训平台	70套
		服务器	一套
3	网络运营实训室	柔光灯	40台
		直播摄像头	一套
		调音台	1套
		摄影棚及配套设施	1套
		计算机	3套

3. 校外实训基地

为提升直播电商专业学生的实战能力与行业洞察力，本专业积极与河南驰恒文化传媒有限公司、郑州泰姆文化传媒有限公司等业内领先企业建立战略合作，共同打造校外实训基地。这些企业不仅在直播运营、短视频内容创作、电商全链路营销等领域拥有成熟的方法论和丰富的案例库，还配备了4K高清直播间、VR虚拟演播室等设施。学生将深度参与企业真实项目，从选品策略制定、直播脚本设计到流量投放优化、数据复盘分析，全程体验直播电商全流程运作。通过与企业合作，学生能够为未来从事直播策划、电商运营等岗位积累实战经验，形成"教学-实践-就业"的无缝衔接。

（二）教学资源

配备有能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材、国家优秀教材、省级规划教材。专业课程教材选用能体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态的教材，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

2. 图书文献

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，内容以“模板化+简单化”为核心，优先选择近两年出版、聚焦短视频新玩法、直播推广的书籍，确保图书内容贴合行业发展。

3. 数字教学资源

配备有与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、客户服务案例集、职业礼仪实操视频集等专业教学资源，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（三）教学方法

1. 建立以学生为主体的教学模式

为增强学生课堂积极性与互动性，教师积极采用教学案例、教学录像、文本案例方法，引导学生组建学习小组开展研究性学习，借由讨论和交流，引导学生探究案例中的基本理论与知识，迁移教育教学活动的基本方法，引领学生掌握分析问题和解决问题的能力，提高分析问题和解决问题的能力，促进个人教学反思与提升，教师同时有机渗透职业技能训练与能力培养等。

2. 情景式教学

通过模拟真实行业场景（如直播带货、品牌营销策划等），让学生在角色扮演、任务驱动中掌握技能，培养实战能力。

虚拟直播间模拟

场景搭建：在实训室布置直播间背景、灯光、设备（手机、提词器、声卡等），或使用虚拟仿真软件（如抖音直播模拟器）。

角色分工：学生分组担任主播、助播、运营、场控等角色，完成从选品、脚本撰写到直播执行的全流程。

3. 案例式教学

通过分析真实行业案例（成功或失败），帮助学生理解网络营销与直播电商的核心逻辑，培养分析能力、决策能力和创新思维。

通过案例教学避免纸上谈兵，学生直接接触行业一手经验。通过正反案例对比，理解“为什么这样做能成功/失败”。可结合情景式教学（如模拟危机公关）、混合式教学（线上查资料+线下辩论）。

（四）学习评价

1. 过程性评价

以直播电商岗位实操能力和学习过程为核心，涵盖四大维度。一是学习参与度，包括信息化平台课程访问率、直播实训出勤率、小组项目贡献率；二是技能实操表现，重点考核电商工具应用、信息化平台操作；三是过程成果质量，如阶段性运营数据、直播彩排回放评分、客服对话记录达标率；四是职业素养表现，包括运营中的成本控制意识、客服沟通中的服务礼仪、数据处理中的网络安全意识。

2. 结果性评价

聚焦项目成果与技能熟练度，采用"小组汇报+成果答辩+数据核验"模式。小组提交项目实施报告，展示实训模拟运营成果；通过汇

报演讲与答辩，考核学生对直播电商运营逻辑、技术应用原理的掌握程度。

十、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

建设全员参与、全过程覆盖、全方位协同的人才培养闭环管理系统。通过制度化、规范化的质量保障机制，实现对教学活动的有效监控、对教学效果的精准评价、对教学问题的及时诊断，并据此动态优化人才培养方案、课程体系与教学方法，最终形成人才培养质量持续提升的良性循环。

1. 质量管理体系

构建并持续完善“校—教研组”联动、全员参与的教学质量管理体系。以学校宏观规划与督导为引领，以教研组具体实施与创新为基础，贯穿人才培养全过程，确保教学质量的持续改进与提升。学校层面由教务处，负责各专业与课程建设，统筹资源配置。组织学校的教学评估与专项检查。教研组作为质量管理的执行主体与专业共同体，负责组织日常教研、集体备课、教学反思与改进活动，确保教学质量要求在每一门课程、每一个课堂中落到实处。两级之间通过定期教学例会、专题研讨会等保持紧密沟通与协同，形成目标一致、权责清晰、反馈顺畅的管理闭环。

2. 听评课制度

为切实监控与提升课堂教学质量，建立了分层覆盖与多元目标的听课制度。校级领导与教学管理人员实施“推门听课”与“专题调研听课”，侧重于把握教学整体状况、督查教风学风，并对青年教师、新开课程进行重点关注，校领导每学期听课不少于3次，主管教学副校长不少于6次，教务处人员不少于8次。教研组层面则深入开展“同

行听课”与“示范观摩听课”，侧重于教学内容、方法与效果的研讨改进，形成互相学习、共同成长的教研氛围，每学期听课不少于6次。所有听课均需遵循“听-评-议-改”流程，通过书面记录与面对面反馈，为教师提供具体、建设性的教学改进建议。

3. 评教评学体系

学生评教：优化评教指标体系，不仅关注课堂教学效果，更注重对课程目标达成度、学习能力提升度的评价。采用随堂反馈与期末系统评价相结合的方式。

教师评学：引导教师对学生的学习过程、学习效果进行评价与反馈。

同行/督导评议：完善校、专业两级教学督导与同行听课制度。

企业/行业评价：积极引入行业企业专家，通过参与实习实训考核、课程共建等方式，对学生的实践能力、职业素养及人才培养方案与产业需求的契合度进行评价。

4. 校企联动督导机制

对于实践类课程，建立了校企联动的教学督导机制。学校与企业共同制定岗位实习要求及考核方案。企业选派技术骨干担任“企业督导”，与校内专业教师组成“双导师”团队，共同参与实践教学计划制定、实施过程的巡查、学生实操的指导以及最终成果的考核。校内教研组定期组织赴企业走访，与企业督导共同开展实习中期检查与答辩评议，确保实践教学不脱节、不走样。通过校企联合督导例会等机制，实现实践教学问题的即时反馈与协同整改，有效保障了实践教学环节与产业需求的紧密对接，提升了学生的职业胜任力。

5. 反馈体系

建立反馈制度：定期召开专业教研会议、师生座谈会等，面对面

沟通反馈，共商改进措施。

建立毕业生跟踪反馈机制，了解毕业生职业发展状况，收集其对学校课程体系与能力培养的长期反馈。

教务处及时收集各方评价数据，并确保将评价数据及时、精准地反馈至专业负责人与任课教师。

6. 人才培养动态调整体系

基于教学评价反馈信息，建立快速响应的人才培养内容动态调整机制。

学校层面：根据社会经济发展趋势、国家战略需求及综合评价反馈，定期对学校人才培养总目标、定位进行审视与优化。根据动态调整需求，出台相应政策，引导并支持专业与教师进行教学改革。优先将资源投向亟需改进和前景良好的领域。

专业层面：建立人才培养方案修订机制。专业负责人需每年结合毕业生反馈、企业评价、在校生学业数据等，对培养方案进行微调，确保其科学性与前瞻性。教研组每周开展教学教改研讨，将评价反馈中发现的问题作为核心议题，及时调整课程大纲、教学内容、教材及教学方法，动态更新课程体系与教学内容。根据行业企业评价，动态调整实习实训项目、更新实验设备、共建产业课程，强化学生实践创新能力培养。

教师层面：①课前学情分析与备课：教师需基于以往的教学反思与学生反馈，充分进行学情分析，明确教学改进点，精心设计教学方案，实现因材施教。②课后教学反思制度化：任课教师每次课后进行简要教学反思，每学期末提交详细的课程教学总结，重点分析教学目标的达成情况、教学过程中的得失，并制定下一轮教学的改进计划。③参与教研活动：积极参与每周的听课互评与教研活动，主动寻求同

行帮助，将外部反馈转化为个人教学能力的提升。

通过校-教研组的有效分工与协同，依托规范的听课制度、多元的评学评教制度及深度的校企联动督导机制，实现了对理论教学与实践教学的全过程、全方位质量监控与保障，确保人才培养目标的高质量达成。

（二）毕业要求

学生通过三年的学习，达到以下标准，准予毕业。

1. 按规定修完所有课程，完成教学规定考试并且成绩合格；总学分不少于165分，必修学分154分，选修学分不少于11分。

2. 完成规定的实习实训，企业考核结果为合格及以上。

3. 专业技能：需掌握抖音、快手等主流直播平台操作；能撰写直播脚本、精准讲解产品卖点；具备控场互动、引导下单及粉丝维护能力；掌握选品、品控及直播复盘技巧；会用基础工具剪辑直播片段；兼顾售后处理与订单跟进能力。

4. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，具有坚定的理想信念和良好的思想道德；具有诚实守信、爱岗敬业、奉献社会的职业精神；具备良好人文素养与科学素养。

5. 具有良好语言表达、文字表达、沟通合作能力及较强集体意识和团队合作意识；具有自主学习、终身学习的意识以及可持续发展的能力；拥有良好的学习与运动习惯及一定的心理调适能力；具有分析问题和解决问题的能力。