

直播电商服务专业 人才培养方案

专业名称：直播电商服务专业

适用年级：2024 级

制订时间：2024年 5 月 30 日

修订时间：2024 年 8 月 1日

目 录

一、专业名称（专业代码）	1
二、入学要求.....	1
三、基本学制.....	1
四、培养目标.....	1
五、职业范围.....	1
六、人才规格.....	1
（一）职业素养.....	1
（二）专业知识和技能.....	2
七、主要接续专业.....	2
八、课程结构.....	3
九、课程设置及要求.....	3
（一）公共基础课.....	3
（二）专业基础课.....	4
（三）专业（技能）方向课.....	5
（四）综合实训（实战）	7
（五）顶岗实习.....	7
十、教学时间安排.....	7
（一）基础要求.....	7
（二）教学安排建议.....	8
十一、教学实施.....	9
（一）教学要求.....	9
1.公共基础课.....	9
2.专业（技能）课.....	9
（二）教学管理.....	9
十二、教学评价.....	10
十三、实训实习环境.....	10
（一）校内实训基地.....	10
（二）校外实训基地.....	11
十四、专业师资.....	11
十五、其他.....	11

直播电商服务专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

直播电商服务（730705）

二、入学要求

初中毕业或具有同等学历

三、基本学制

3 年

四、培养目标

本专业培养面向直播电商行业，能从事直播营销、直播运营、直播策划、直播推广等岗位工作，具备直播销售、直播引流、直播数据分析、品牌打造、脚本策划、选品选款等专业能力，具有良好的职业道德和团队精神、较强的实际动手能力和创新精神，能够自主学习，胜任电商企业直播方向岗位工作要求的发展型、复合型高素质技术技能人才，“知农爱农兴农”德智体美劳全面发展的时代新人。

五、职业范围

岗位方向	具体岗位	岗位描述	核心技能
直播类	电商主播	负责企业在各平台的直播业务，包括粉丝获取、直播带货、品牌打造等，能够帮助企业在各个直播平台进行销售变现。	直播销售 直播推广 直播策划 直播运营
	主播助理		
	运营助理		
	推广专员		
	直播策划专员		
商务类	商务经理	负责公司产品对接、渠道对接、商务谈判、公关处理等，统筹公司业务、产品、销售等。	商务公关 渠道开发

说明：可根据区域实际情况和专业（技能）方向取得 1 或 2 个证书。

六、人才规格

本专业毕业生应具有以下职业素养、专业知识和技能：

（一）职业素养

- 1、具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。
- 2、具备网络交易安全意识，能防范个人信息泄漏，辨别网络欺诈，采用正规渠道实施网络买卖与支付。
- 3、具有执行能力、应变能力、团队协作与承压能力。

- 4、具有良好的语言表达和沟通能力。
- 5、具有较强的逻辑思维能力，人际交往能力，能高效完成工作。
- 6、具有一定的创新能力。

(二) 专业知识和技能

- 1、了解基本的商务礼仪常识。
- 2、了解新媒体营销基础知识。
- 3、掌握计算机基础知识，能使用计算机常用工具软件（包括网络工具软件）处理日常工作文档，满足工作需要。
- 4、掌握直播电商基础知识，能熟练使用互联网直播平台进行直播销售、数据分析、直播引流、直播推广等商务活动。
- 5、掌握电子商务、各直播平台相关知识，能根据需求，完成直播脚本策划、直播营销、直播活动策划等处理工作。
- 6、掌握电子商务、各直播平台信息采集与信息加工的相关知识，能完成信息搜集、原创、编辑、发布等信息处理工作。
- 7、掌握直播产品选品选款能力，能完成企业直播销售的商品选品。
- 8、掌握直播平台运营相关知识，能完成各直播平台日常运营工作。
- 9、掌握直播电商日常工作中客户服务相关专业知知识，能按照服务规范与流程，服务客户，提出顾客接受的解决方案。

专业（技能）方向——直播策划

- 1、能够熟练进行直播活动的规划与定位，根据不同的直播产品进行直播间搭建。
- 2、能够掌握直播脚本策划技巧，完成整场直播活动的策划与商品的发布和设置。
- 3、能够掌握直播产品的选品选款技巧，做好商品品控。

专业（技能）方向——直播营销

- 1、能够掌握各个直播平台直播间的系统操作，顺利完成直播活动。
- 2、能够通过直播活动熟练的进行商品讲解与展示，并完成粉丝的互动转化，对直播产品进行营销推广。
- 3、能够掌握直播控场能力，能根据实际直播情况，进行粉丝客户维护与订单处理，保证直播活动的顺利进行。

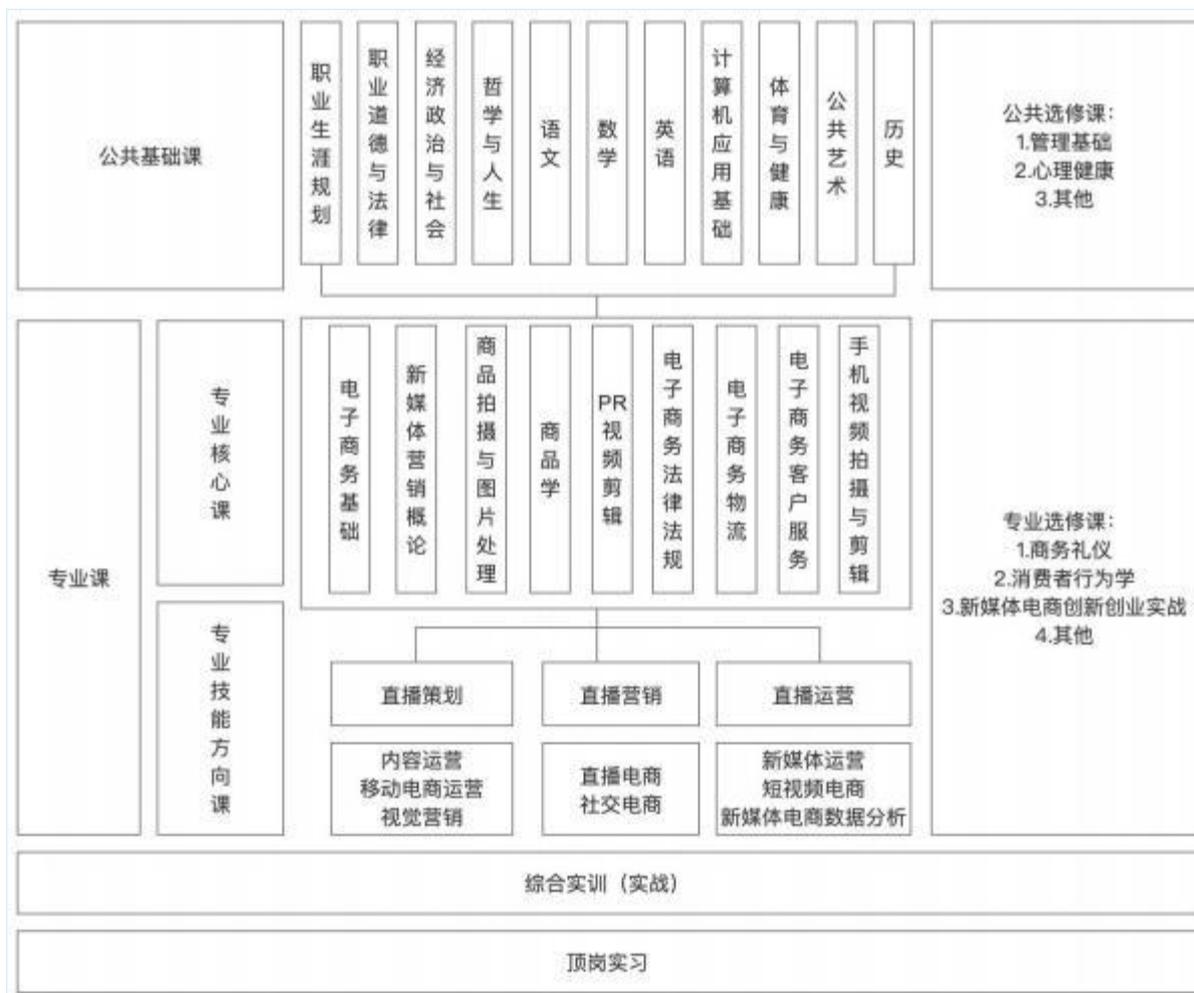
专业（技能）方向——直播运营

- 1、熟悉并掌握开展直播前的预热活动技巧，能够为直播活动进行直播引流。
- 2、能根据直播活动目标，执行完整的直播推广计划，满足营销需求。
- 3、直播结束后能够熟练进行直播数据的采集与初步分析，进而对直播效果进行分析，根据结果进行复盘与优化，保证直播质量。

七、主要接续专业

高职：网络营销与直播电商、电子商务

八、课程结构



注：具体排课以教学标准为准。

九、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课程和专业（技能）课程。

公共基础课包括德育课、文化课、体育与健康、公共艺术、历史，以及其他自然科学和人文科学类基础课。

专业（技能）课包括专业基础课、专业（技能）方向课和专业选修课，实习实训是专业（技能）课教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

（一）公共基础课

	序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
必修 课	1	职业生涯规划	依据《中等职业学校职业生涯规划教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	32
	2	职业道德与法律	依据《中等职业学校职业道德与法律教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	32

	3	经济政治与社会	依据《中等职业学校经济政治与社会教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	32
	4	哲学与人生	依据《中等职业学校哲学与人生教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	32
	5	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	216
	6	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	144
	7	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	180
	8	计算机应用基础	依据《中等职业学校计算机应用基础教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	108
	9	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康教学指导纲要》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	180
	10	公共艺术	依据《中等职业学校公共艺术教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
	11	历史	依据《中等职业学校历史教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	72
选修课	12	心理健康	依据《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》开设，并与行业发展密切结合	36
	13	管理学基础	依据《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》开设，并与行业发展密切结合	36

(二) 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	本课程主要讲授电子商务相关的法律法规、行业政策和网络安全常识；了解网络零售市场的基本特点，电子商务 B2B、B2C、C2C 等典型电子商务运模式；掌握网络零售的主要交易流程，能进行网络商情信息的处理加工；熟悉网上银行和第三方支付平台业务；能应用电子商务平台进行网上商店的搭建和日常商务交易处理。	72
2	新媒体营销概论	本课程主要讲授新媒体营销的基础理论与常见营销技巧，了解各大主流新媒体平台。掌握根据各大新媒体平台的规则进行营销推广的能力。	36

3	商品拍摄与 图片处理	本课程主要讲授商品拍摄的基础知识，能根据拍摄要求调试相机，拍摄出清晰地体现商品卖点的照片；能正确展示商品，形成商品详情页；掌握商品图设计制作相关知识，掌握 Photoshop 软件，能熟练制作商品图片。	72
4	商品学基础	本课程主要讲授商品学概论、生活用商品知识、生产用商品知识、商品储存与养护、商品运输、物流现代化等内容。	72
5	Premiere 视频剪辑	本课程主要讲授Premiere 视频剪辑软件，能够根据要求熟练利用软件进行视频剪辑，学习后能够独立进行视频剪辑工作，制作完整的视频。	72
6	电子商务法律法规	本课程主要讲授电子商务相关的法律法规，包括电子商务法概述、法律制度、电子合同法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度等知识，培养学生运用电子商务法律分析并解决实践中遇到相关法律问题的能力，强化学生对电子商务法知识的掌握与运用。	72
7	电子商务物流	本课程主要讲授电子商务物流中仓储配送的工作职责；掌握仓储管理和配送系统的操作方法，能对客户的网络订单进行处理；能按照安全规范，熟练使用各种包装设备，准确迅速地完成物品的包装、封装等基本操作；能对单据进行管理 & 跟踪，合理安排退换货流程。	36
8	电子商务客户服务	本课程主要讲授产品和网购流程知识，电商客服各种业务类型的工作要求以及接待、沟通等方面的知识；掌握电商客服的专业服务用语和礼仪；能正确回复客户咨询，有效处理客户投诉；会准确分析客户需求，针对客户需求给予满意的解决方案。	36
9	手机视频拍摄与剪辑	本课程主要讲授手机视频制作软件，掌握视频拍摄的方法和多种视频剪辑的方法，能够通过手机随时拍出好的视频，并完成视频剪辑等工作，制作出优质的视频内容。	36

（三）专业（技能）方向课

1. 直播策划方向

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	内容运营	本课程主要讲授电子商务所需要的商品营销软文、文案以及短视频，熟悉不同新媒体平台对内容的要求。学生学习后能够按照要求和定位对短视频进行调整和发布，对文章进行图文排版编辑，并能够进行简单的软文写作工作。	72

2	移动电商运营	通过本课程的学习,使学生了解和掌握移动店铺开设技巧,了解店铺运营的流程知识,能够完成移动店铺的店铺装修、商品上架、店铺推广等基础工作和基本运营方法。	72
3	视觉营销	本课程主要讲授视觉营销理论与技巧,学生学习后能够对商品主图、详情页、海报等进行视觉化设计工作,运用营销思维和视觉设计完成高转化率店铺装修。	72

2. 直播营销方向

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	直播电商	本课程主要讲授电商直播基础知识,了解各平台直播技巧及规则,掌握直播间视觉设计、团队人员选择、产品宣传文案、直播主题、直播脚本设计技巧,能正确的进行直播产品展示,并能够完成客户转化。	72
2	社交电商	本课程主要讲授社交电商的基础理论与营销知识,了解主流社交电商平台的运营规则,了解主流社交平台的运营机制,掌握社交电商的商业逻辑和技巧,能够独立通过各个社交平台进行品牌推广和产品销售,能够进行社交电商平台的基本运营,并完成客户的积累。	72

3. 直播运营方向

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	新媒体运营	本课程主要讲授电子商务新媒体运营的基本工作,能够完成各个平台不同形式的内容制作与分发,创建新媒体平台账号并完成平台基础设置,同时根据用户反馈不断对内容进行调整,持续输出内容。能完成企业新媒体日常运营工作。	72
2	短视频电商	本课程主要讲授各大短视频平台的基础知识以及平台运营逻辑,掌握短视频定位、短视频脚本设计、短视频发布能力,了解短视频平台变现规则,掌握短视频平台开通商品橱窗并进行商业变现的能力,能完成企业日常短视频运营工作。	72
3	新媒体电商数据分析	通过本课程的学习,使学生了解和掌握新媒体电商平台数据分析知识与技能,能够满足新媒体电商数据分析工作要求,培养学生包括电子商务数据采集、数据处理与描述性分析、日常数据监控与报表制作等能力,并能根据数据采集与处理方案要求完成数据采集与处理、数据监控与汇报。	72

4. 专业选修课

- (1) 商务沟通与礼仪。
- (2) 消费者行为学。
- (3) 新媒体电商创新创业实战。

(4) 其他。

(四) 综合实训（实战）

综合实训教学以提升学生综合职业能力为教学目标，与企业合作开发综合实训项目，采取集中实训的教学组织形式，校企教师共同管理和考核学生。

综合实训教学实践安排在第五学期，对应“综合实训”课程，实训项目见下表，可依据专业实际情况进行选择。

序号	实训项目名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	新媒体运营实战训练营	通过企业项目和企业老师帮助学生掌握文案创作、软文编写、微博运营、公众号运营、抖音运营、快手运营等技能，通过实战训练让学生具备各大新媒体平台运营能力。	112
2	短视频电商实战训练营	通过企业项目和企业老师帮助学生掌握视频定位、视频脚本创作、视频拍摄、视频剪辑、养号、运营、带货、代运营等技能，通过实战训练让学生具备独立制作视频的能力，同时具备短视频+电商变现能力。	112
3	直播电商实战训练营	通过企业项目和企业老师帮助学生掌握直播电商的基础技巧，学生学习后能够对直播主题进行定位，完成直播间视觉设计、直播内容策划等工作，让学生具备基础的直播电商运营能力，同时具备直播能力。	112
4	淘宝实战训练营	通过企业店铺、货源和企业老师帮助学生掌握淘宝店铺的开通、装修、详情页制作、产品上架、SEO、SEM等技能。让学生具备开设淘宝店铺并能对其进行运营的基本能力。	112

(五) 顶岗实习

顶岗实习是本专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节，要认真落实教育部、财政部关于《中等职业学校学生实习管理办法》的有关要求，保证学生顶岗实习的岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致。在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要，通过校企合作，实行工学交替、多学期、分阶段安排学生实习。要加强顶岗实习过程管理，切实保障学生的安全与权益，构建校企共同指导、共同管理、合作育人的顶岗实习工作机制。

十、教学时间安排

(一) 基础要求

每学年教学时间为40周（含复习考试），周学时一般为28学时。顶岗实习按每周30小时（1小时折合1学时）安排。3年总学时数为3000—3300。课程开设顺序和周学时安排，学校可根据实际情况调整。

实行学分制的学校，一般16-18学时为1学分，3年制总学分不得少于170。军训、社会

实践、入学教育、毕业教育等活动以 1 周为 1 学分，共 5 学分。

公共基础课学时约占总学时的 1/3，允许根据行业人才培养的实际需要在规定的范围内适当调整，但必须保证学生修完公共基础课的必修内容和学时。

课程设置中应设选修课，其学时数占总学时的比例应不少于 10%。

实践性教学学时应占总学时数 50%以上，学生顶岗实习时间一般为 6 个月，可根据专业实际，集中或分阶段安排。

(二) 教学安排建议

课程类别	课程名称	学分	学时	学期						
				1	2	3	4	5	6	
公共基础课	职业生涯规划	2	32	√						
	职业道德与法律	2	32		√					
	经济政治与社会	2	32			√				
	哲学与人生	2	32				√			
	语文	12	216	√	√	√				
	数学	8	144	√	√					
	英语	10	180	√	√	√				
	计算机应用基础	4	108	√						
	体育与健康	10	180	√	√	√	√	√		
	公共艺术	2	36			√				
	历史	4	72		√					
	小计	56	992							
专业技能课	专业基础课	电子商务基础	4	72	√					
		商品学基础	4	72		√				
		新媒体营销概论	2	36	√					
		电子商务物流	2	36		√				
		电子商务客户服务	2	36		√				
		手机视频拍摄与剪辑	4	72				√		
		商品拍摄与图片处理	2	36			√			
		Premiere 视频剪辑	4	72			√			
		电子商务法律法规	4	72			√			
		小计	28	504						
	专业 (一)	直播策划方向	内容运营	4	72		√			
			移动电商运营	4	72			√		
			视觉营销	4	72				√	

技能 方向课	直播营销 方向	小计	12	216						
		直播电商	4	72			√			
		社交电商	4	72				√		
		小计	8	144						
	直播运营 方向	新媒体运营	4	72				√		
		短视频电商	4	72				√		
		新媒体电商数据分析	4	72			√			
		小计	12	216						
	综合实训（实战）		28	448					√	
	顶岗实习		30	540						√
	合计		174	3060						

说明：（1）“√”表示建议相应课程开设的学期。

（2）本表不含军训、社会实践、入学教育、毕业教育及选修课教学安排，学校可根据实际情况灵活设置。

十一、教学实施

（一）教学要求

本专业教学安排坚持学历教育与岗位培训相融合、职业能力与职业素质兼顾，结合各地区办学特点，可选择直播策划、直播营销、直播运营三个专业技能方向有针对性地培养，系统设计人才培养方案。

1. 公共基础课

课程教学应与培养目标相适应，注重教学方法改革，部分单元可考虑与专业结合，加强与学生生活、专业和社会实践的联系，为学生可持续发展奠定基础。

2. 专业（技能）课

专业技能课教学以行动导向理念为指导，校企共同开发教学项目，通过重复步骤、不重复内容，完成由简单到复杂的企业实际案例的学习性工作任务。按照理论与实践一体化的要求组织教学，采用项目教学法、任务教学法、情境教学法、案例教学法。注重实践操作，运用小组合作、成果展示、技能比赛等教学方式开展教学活动。教学中应注重情感态度和职业道德的培养，将文化基础课相关知识与专业训练相融合，注重知识的应用。应突出学生的主体作用，使学生在“做中学、学中做”的工作过程体验中完成学习任务，培养学生分析问题、解决问题的能力。

（二）教学管理

教学管理更新观念，改变传统的教学管理方式。教学管理要有一定的规范性和灵活性，可实行工学交替等弹性学制。要合理调配教师、专业实训室和实训场地等教学资源，为课程的实施创造条件；要加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法，促进教师教学能力的提升，保证教学质量。

建立专业指导委员会，定期修订人才培养方案。加强制度建设，逐步建立科学的教学管理机制，提高教学质量。

十二、教学评价

体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，教学评价注意吸收直播电商行业企业参与。校内校外评价相结合，直播电商相关职业技能鉴定与学业考核相结合，过程性评价，应从情感态度、对应技能方向岗位能力、职业行为等多方面对学生在整个学习过程中的表现进行综合测评；结果性评价应从完成项目的质量、技能的熟练程度等方面进行评价。过程性评价内容包括：参加学习的课时、学习过程的参与程度、过程成果、技术操作与应用。结果性评价内容包括：分小组汇报总结，上交项目实施报告，汇报演讲、项目答辩考核成绩等；终结性评价内容包括：技能课程成果、综合实训成果和顶岗实训成果三部分。考核评价应纳入一定的直播电商企业专业人员评价（课堂成果、顶岗实习评价）。各阶段评价还要重视对学生遵纪守法、规范操作等职业素质的形成，兼顾对节约意识、网络安全意识的考核。

十三、实训实习环境

本专业应配备校内实训基地和校外实训基地。

（一）校内实训基地

根据校内实训教学需求，校内实训基地建议配备综合教学实训室、直播中心、短视频拍摄中心、美工剪辑中心、展示中心和校企工作室几大实训模块。

序号	名称	功能	适用课程
1	综合教学实训室	新媒体教学实训室完全以企业真实工作环境进行布置和装修，充分考虑教师教学和学生需求。配置投影设备、电脑、电脑桌、无线网络，每工位配备电脑。实训室主要用于理论教学、平台实训、电商培训等教学活动。保障专业基础技能训练，保障直播策划、运营方向的专业技能训练，为直播策划、运营实训项目提供软件支持。	内容运营 社交电商 移动电商运营
2	直播中心	直播中心按照企业商业直播间环境来做装修布置，主要分为直播间、准备区、选品区三个区域。每个直播间配备电脑、收音笔、麦克风、摄像头、灯光器材等设备，用于直播教学与实战，培养学生直播主题定位、直播内容策划等工作能力，让学生具备基础的直播电商运营能力，同时具备直播能力。	直播电商
3	短视频拍摄中心	短视频拍摄中心装修布置完全按照摄影公司和电商公司摄影室的规模来设计和布局。拍摄中心分为图片拍摄区、视频拍摄区、准备区等功能。利用配备的摄影设备和学生手机、场景布置、辅助道具等完成实训产品图片、视频等素材的拍摄。满足美工剪辑中心的素材准备，培养学生的创作能力和拍摄技巧，同时为综合实训项目及企业项目提供场地支持。	视觉营销 商品拍摄与图片处理 短视频电商

4	美工剪辑中心	美工剪辑中心按照企业真实工作环境来装修布置，配备交互智能教学一体机、电脑、电桌椅、无线网络等设备。美工剪辑中心用于图片处理、视频剪辑的教学、实训实操、企业项目实战、美工人才培养等，培养学生的图片设计、视频剪辑能力。	手机视频拍摄与剪辑 Premiere 视频剪辑
5	展示中心	展示中心装修布置以线下体验店和展厅模式相结合，集产品展示和学生成果展示功能于一体。配备 LED 大屏、陈列货架、展示货柜、堆头等硬件设施。产品展示以当地特色产品为主，辅以电商网红产品；学生作品展示通过大屏幕体现，分为直播带货展示和短视频作品展示。该区域作为学生作品和产品的展示区域，即可作为学生实训的场所，又可作为供应链管理展示基地，与直播中心、新媒体运营中心联动使用。	商品拍摄与图片处理
6	校企工作室	校企工作室按照企业工作室环境进行装修布置，配备电脑、投影仪、会议桌椅、货架、移动黑板等。用于在校创业团队和参赛团队办公，同时也可作为产教融合合作企业提供办公产地，集开会、演示、仓库存储等功能。能够让创业学生有自己创业场地，让他们有足够的条件来进行学习、实践、创业，提升创新创业能力和专业水平。	新媒体创新创业实战

（二）校外实训基地

选择优质企业开展校企合作，建立校外实训基地，保障短期实践项目教学、顶岗实习等教学活动的实施，提供教师企业挂职锻炼岗位，实现教师轮岗实践，提升教师“双师素质”。

十四、专业师资

根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的有关规定，进行教师队伍建设，合理配置教师资源，安排企业进行双师型师资培训。专业教师学历职称结构应合理，至少应配备具有相关专业中级以上专业技术职务的专任教师 2 人；建立“双师型”专业教师团队，其中“双师型”教师应不低于 30%；应有业务水平较高的专业带头人。

专任教师应有良好的师德和扎实的专业理论知识；一般应具备中级以上职业资格；对本专业课程有较全面的了解，有企业工作经验或实验经历，能把握本专业前沿知识与技术，具备教学设计和实施能力。

应从行业企业聘请兼职教师，企业兼职教师应参与本专业的教研活动，把企业的新工艺、新技术、新的管理理念引入教学当中，对教学中存在的问题及时进行总结和反思。

十五、其他