

# 2023 级网络营销与直播电商专业

## 人才培养方案

### 一、专业基本信息

学 院： 国际旅游学院

专业名称： 网络营销与直播电商

专业代码： 530704

专业类别： 电子商务类

招生对象： 普通高中毕业生、中职毕业，或具备同等学力者

学 制： 3 年，弹性修业年限 2-8 年

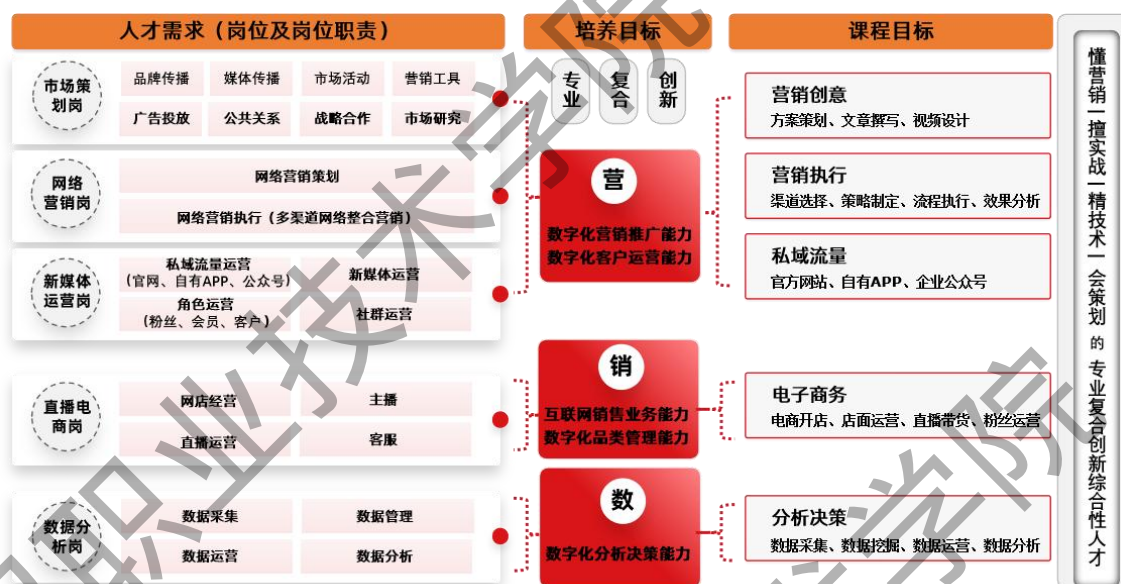
### 二、专业人才培养方案制订思路

#### (一) 产出导向(OBE)

直播电商作为新兴业态，经过几年的发展，生态系统日趋完善，供应链、网店、MCN 机构、主播、平台、用户、服务商以及政府部门等多种角色各司其职。生态分工走向专业化、精细化、垂直化，通过相互配合、相互合作，共同为用户提供更好的购物体验，形成一个快速发展而又活力十足的新生态。

“实践性、技术性、多元性”是网络营销与直播电商专业的典型特点，一方面要求构建完整的实践教学体系；另一方面强化信息技术与现代营销及电商的融通结合；同时，要求课程体系与行业产业需求紧密结合，不断做出更新和调整。鉴于此，本专业人才培养方案制订遵循产出导向教育（OBE）理念，在以能力培养为目标、以产出为导向的基础上，对教学的目标进行明晰，对教学过程和教学内容进行优化，对评价体系进行改革，进而提升网络营销与直播电商应用型人才

培养质量，满足产业人才需求。



### 网络营销与直播电商专业人才培养逻辑

基于 OBE 教学理念，基于海南自贸港建设大背景，围绕网络营销与直播电商专业人才培养目标，充分对接产业人才需求，逐步对教学目标进行优化和分解。重点开展直播电商、跨境电商两大方向的“知业—专业—创业”型应用人才的培养，即提高学生的人文素养、品德修养和专业素质，养成有助于个人发展的良好个性品质和专业认知水平——“熟知专业”；培养学生的专业实践能力、社会实践能力，实施专业化培养——达到“专业”水平；打造学生的创新意识、创新精神和创新能力——鼓励“创业”。

在专业课程体系构建方面，专业基础课程重点培养学生对经济学、管理学、市场学、新媒体、网络营销等的基础知识和基本技能；专业核心课程侧重网络营销与直播电商相关的通用和核心知识与技能，主要包括新媒体技术、平台和工具使用、策划能力以及数据分析能力；专业拓展课设置直播电商方向和跨境电商方向，侧重校企合作、专创融合，实现内涵式产教融合。

## (二) 落实岗课证赛融通要求

网络营销与直播电商专业设置了 1+X 电子商务数据分析职业技能等级证书,同时,引导学生自主选择 1+X 自媒体运营职业技能等级证书、1+X 网络直播运营职业技能等级证书、1+X 跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书以及互联网营销师职业资格证书和直播销售员职业资格证书等多种证书。实现课岗证融通,支撑学生多多元发展。

表 1 1+X 证书

证书名称	证书等级	职业技能要求	对应课程名称
1+X 电子商务数据分析	中级	对消费者线上的交易信息(包括购买时间、购买商品、购买数量、购买频率、浏览次数、支付方式等)进行分析,估计每位客户的价值和消费特征,及时针对每位客户拓展营销的可能性,增加销售转化率。	电子商务数据分析
1+X 自媒体运营职业技能等级证书	中级	主要面向自媒体应用企业与单位,新媒体运营、内容运营、平台运营等岗位,根据业务需求,从事选题策划、内容创作、图片编辑、专题内容策划、活动策划、选品、商品销售话术设计、渠道拓展、广告素材创作与投放、数据分析等工作	新媒体制作技术 新媒体内容策划 平台运营与管理
1+X 网络直播运营职业技能等级证书	中级	主要面向网络直播运营应用和服务型企业的直播电商部门,根据项目主管岗位工作流程的规定,为达成企业直播业绩指标,完成直播选品、短视频策划与推广、直播内容策划与脚本撰写、直播间氛围设计、销售节奏把控、品牌代播运营管理、直播推广方案制定与流量提升、付费推广策略、私域账号的运营策划、直播数据分析及复盘、多平台账号矩阵搭建与运营管理工作,对直播效果负责。	产品定位与运营 主播定位与管理 舆情监测与管理 直播电商运营实战项目(专创融合)
1+X 跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书	中级	主要面向跨境电子商务应用或服务型企业、传统外贸转型跨境电商的应用或服务型企业、政府部门等的跨境电子商务平台运营专员、推广专员、客服主管等岗位(群),完成产品数据指标采集分析及链接优化、店铺健康数据指标采集分析、店铺业绩数据指标采集分析、活动方案执行、站内推广执行、站外推广执行、客户服务信息分析、客户服务异议问题处理、客户服务质量优化等工作任务,具备运营数据采集分析、营销推广执行、客户服务管理能力。	跨境电商数字化营销 跨境电商多平台运营 跨境电商运营实战项目(专创融合)

### （三）深化产教融合

网络营销与直播电商专业建设，通过深化产教融合，促进教育链、人才链与产业链、创新链的有机衔接，根据企业最新的技能要求、用人需求，牢牢把握校企合作这一职业教育核心理念，坚持走“校企合作、产教融合”的路子，引入行业头部企业，通过校企合作和专业共建，将产业资源、优质课程体系、师资、教学服务等教育资源引入校方，坚持以培养学生合格的职业能力为基本目标，以行业需求大数据为基础建立 360° 人才评定标准库，制定与行业需求紧密结合的专业人才培养方案，按照“教学、实训、实战、实体”四位一体人才培养模式制定教学计划。

在实践教学基地建设方面，将对接红人经济全产业链聚合平台，为学生提供红人签约孵化、流量分成、创意支持、技术支持、渠道分发、商业变现等保障措施，打造以内容生产和运营为内核，链入多种业态形式的产教融合实践基地，为我院网络营销与直播电商专业人才培养提供有力的支持。

### 三、培养目标

本专业面向海南自由贸易港建设，培养具有良好的政治思想素质、专业精神、职业精神、工匠精神和综合职业素质，掌握网络营销与直播电商工作的业务流程、技能和方法，具备从事市场策划、网络营销、新媒体运营、电商营销、数据分析等岗位群的市场营销与新媒体营销基本理论知识和市场与品牌管理、网络营销策划与执行、新媒体营销推广、网店经营、直播销售与运营管理、客户运营、数据分析与应用等职业能力。重点培养能够从事新媒体推广、直播电商运营、直播电商主播、直播内容创作等岗位的复合型技术技能人才以及创新创业人才。

表 2 培养目标分解

分类	序号	具体内容
<b>服务面向</b>		本专业面向海南自由贸易港建设
<b>素质能力 知识</b>	目标 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。
	目标 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。
	目标 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。
	目标 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。
	目标 5	具有健康的体魄、心理和健全的人格，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。具有一定的审美和人文素养。
	目标 6	具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。
	目标 7	具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。
	目标 8	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。
	目标 9	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。
	目标 10	具备借助新媒体、互联网营销工具进行营销推广的工作技能。
	目标 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。
	目标 12	具备结合数据进行品类选择和运营及品类发展分析决策的工作技能。
	目标 13	具备基于大数据进行营销分析，指导营销决策的工作技能。
	目标 14	掌握管理学、经济学和市场营销学基础知识。
	目标 15	掌握新媒体营销工作方法，营销活动及互联网营销工作方法。
	目标 16	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。
	目标 17	掌握新媒体营销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。
	目标 18	掌握新媒体推广、直播电商运营、直播电商主播、直播内容创作。
	目标 19	掌握新媒体推广、社群运营的相关知识。
	目标 20	掌握互联网产品分类、互联网产品销售的相关知识。
<b>职业领域</b>		能胜任现代新零售业、新媒体营销业、战略性新兴产业等行业工作任务。
<b>人才层次类型</b>		海南自由贸易港背景下，服务于海南国际旅游消费中心建设的高层次复合型、创新型技术技能人才。

#### 四、职业面向

表3 专业职业面向

序号	专业名称	专业代码	对应行业(代码)	主要职业类别(代码)	主要岗位类别(或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书举例
1	网络营销与直播电商	530704	I-6 互联网和相关服务; F-51/52 批发业、零售业; L-72 商务服务业;	2-06-07-02 市场营销专业人员; 2-06-07-03 商务策划专业人员; 2-06-07-04 品牌专业人员; 4-01-02-01 营销员; 4-01-02-02 电子商务师; 4-01-02-07 互联网营销师; 4-13-05-04 全媒体运营师;	市场营销策划类 网络营销类 新媒体运营类 电商营销类 数据分析类 直播电商营销类 客户服务类	电子商务数据分析职业技能等级证书 自媒体运营职业技能等级证书 网络直播运营职业技能等级证书 互联网营销师职业资格证书 直播销售员职业资格证书 跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书

说明：对应行业参照现行的《国民经济行业分类》；主要职业类别参照现行的《国家职业分类大典》；根据行业企业调研，明确主要岗位类别(或技术领域)；结合《国家职业教育改革实施方案》关于“1+X”制度试点工作根据实际情况举例职业资格证书或技能等级证书。

## 五、毕业生职业生涯路径

表4 毕业生职业生涯路径

网络营销与直播电商专业学生职业生涯发展路径表						
发展层级	岗位类别					
	市场营销/品牌管理类	销售业务/销售管理类	直播电商类	客服管理类	网络营销管理类	发展年限
V级	总经理					5年以上
IV级	市场/品牌总监	销售总监	直播红人	客户总监	网络营销/运营总监	5年以上
III级	市场/品牌经理	销售经理	运营经理	客户经理	网络营销/运营经理	3-5年
II级	市场/品牌主管	销售主管	红人助理	客服主管	网络营销/运营主管	1-3年
I级	市场/品牌专员	销售员	直播销售员	客服专员	文案/运营/美工	0-1年

注：I级为就业岗，II级、III级、IV级、V级为发展岗，各岗位类别之间互为可迁移岗位

## 六、岗课证赛融通设计

表5 工作任务与职业能力分析

专业名称	工作领域	工作岗位	工作任务	职业能力与素质	对应赛项	对应 X	备注					
网络营销 与直播电 商	A 营销推 广类		A-1 市场策划	A-1-1 品牌传播；								
				A-1-2 媒体传播；								
				A-1-3 市场活动；								
				A-1-4 营销工具；								
				A-1-5 公共关系；								
				A-1-6 市场研究；								
			A-2 网络营销	A-2-1 网络营销策划，方案策划、内容创作等；								
				A-2-2 网络营销执行，多渠道网络整合营销；								
				A-3 新媒体运营					A-3-1 负责品牌的官方微博、微信公众号、小红书、抖音快手等社交媒体的内容产出和运营工作，提升官方自媒体粉丝量、阅读量及内容丰富度，拉动用户粘性，打造官方阵地；			
									A-3-2 短视频及图文类推广的整体运营，文章撰写及短视频内容输出，能够洞察业务相关热点及话题；			
									A-3-3 角色运营，作品制作更新，粉丝互动，达成相应运营指标；			

B 直播电商类	A-4 行业研究	A-4-1 新媒体行业研究，内容包括但不限于行业动态、平台及营销玩法、投放效果及趋势分析 等；			
		A-5-1 根据客户、市场的需求撰写行业报告，为客户提供高价值的、持续的行业参考依据；			
	B-1 电商设计	B-1-1 电商平台整体版面和风格设计；			
		B-1-2 负责各平台活动海报、产品详情的制作，维护及更新；			
		B-1-3 全面负责平台设计工作，担纲创意、效果统筹、设计沟通的任务；			
	B-2 店铺运营	B-2-1 对电商及跨境电商、电商直播、电商直营、自营业务有基本了解；			
		B-2-2 熟悉电商平台及跨境电商平台运作模式；			
	B-3 电商直播选品	B-2-2 管理协调各电商平台及跨境电商平台，与客服配合完成店铺日常运维；			
		B-3-1 根据公司战略目标，拟定符合直播带货商品规划，优化商品分层；			
		B-3-2 商品全生命周期的管理，挖掘符合直播带货商品，建立商品池；			
		B-3-3 爆品开发内容及落地排期；并满足直播间临时商品推广需求及商品开发；			
			B-3-4 商品采购选品、以及供应商开发及供应商分级管理，筛选优质供应链，对接引入		



				外部供应链资源，培育商家；			
				B-3-5 定期关注直播 KOL 新品及爆品，开发有潜力成为爆款或符合消费习惯的品类、产品，并对其进行资源拓展及维护；			
				B-3-6 参与组织用户调研，有数据分析能力，根据目标受众用户需求制定全年规划，营销策略点，以及营销计划的落地和执行；			
				B-3-7 跟进电商直播供应商运营健康指标，反馈并给出合理化建议；			
			B-4 主播直播	B-4-1 负责平台的主播工作，熟悉产品知识卖点，掌握直播基本规则；			
				B-4-2 根据自己实际情况和条件，把自身优势发挥最大化，建立自己直播特色，维护直播间粉丝，吸引新客户，与粉丝互动，引导粉丝购买推荐产品，活跃直播气氛；			
				B-4-3 不断优化直播技巧，促成销售转化，积累人气、吸引粉丝参与度、提高直播间粉丝度；			
			B-5 直播运营	B-5-1 根据达人账号特点，排期制定电商直播场次主题；			
				B-5-2 根据电商直播场次主题销售目标安排产品顺序；			
				B-5-3 熟练运用电商直播技巧，提高粉丝留存，直播前与达人沟通直播流程、产品顺序、产品卖点；			

			B-5-4 完成电商直播中现场主播话题引导等工作；			
			B-5-5 对直播数据有一定的分析能力，完成直播统计和直播总结；			
		B-6 运营分析	B-6-1 主播人设定位打造、孵化、建立积极心态；			
			B-6-2 根据主播风格设定脚本，丰富直播间内容；			
			B-6-3 根据直播数据分析，及时复盘总结，有效提升主播数据，包括但不限于粉丝量、直播观看量、粉丝停留时长、销售额等；			
			B-6-4 分析平台政策，及时参与平台活动；			
		B-7 电商客服	B-7-1 利用沟通工具，热情并准确回答顾客问题，引导并促进用户在网上愉快成交；			
			B-7-2 帮助顾客查询订单快递及跟踪物流信息，并积极处理售前、售后问题；			
			B-7-3 熟练编辑店铺商品内页，上下架商品及修正页面资讯；			
			B-7-4 定期整理收集客户反馈，进行客户需求分析；			
			B-7-5 整理客户订单，定期清点库存，整理销售数据；			
C 数据分析类		C-1 数据分析	C-1-1 掌握指标建立的能力；			

					C-1-2 掌握数据收集及分析诊断的能力;			
					C-1-3 熟练操作数据分析软件。			

## 七、毕业要求

### (一) 学分要求

本专业学生在学校规定修业年限内，需要修满 154.5 学分，毕业总学分(课内总学时)不超过 140 学分。第二课堂学 25 学分（课外专业能力教育学分不低于 15 学分，职业素养教育 9 学分）不列入教学进程表。学分结构如下表：

表 6 学分结构表

课程类别	学分
公共基础课程	42
公共拓展课程	6
专业基础课程	21
专业核心课程	32
专业拓展课程	10
其他	26
第二课堂(课外学分)	25
总计	162

说明：其他含专业实践、毕业顶岗实习和毕业报告(设计)

### (二) 素质知识能力证书要求

本专业主要学习网络营销与直播电商的基础理论和方法，具备网络营销与直播电商从业能力和业务执行能力，能够胜任新媒体推广、直播电商运营、直播电商主播、直播内容创作等工作，具有创新精神和创业能力、适应产业转型升级和企业技术创新需要的高素质复合型、创新型技术技能人才。注重职业道德、团队协作、沟通交流和主动学习能力的培养，素质、知识、能力、证书要求如下：

#### 素质要求

A-1 营销与社会责任：能够针对网络营销与直播电商工作中出现的问题，运用专业知识和技能加以解决，服务社会、反馈社会，履行社会责任实现利润、社会、公众三者利益的有机统一。

A-2 经济环境和可持续发展:能够进行微观环境和宏观环境分析,对影响市场的各种因素进行分析,保证网络营销、直播电商等工作的科学开展,实现经济效益的同时,把握经济环境的变化和企业可持续发展的关系。

A-3 职业规范:具有良好的人文社会科学素养,社会责任感,能够在网络营销和直播电商等实践中理解并遵守职业道德和规范,履行责任。

A-4 个人和团队:具有团队合作精神,能够在多学科背景下的团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色及相应责任。

A-5 沟通:具有在行业企业与同行和社会公众进行有效沟通的能力,具备一定的国际视野,能够跨文化进行交流。

A-6 协作:能够根据企业的决策,与相关部门协作,实现企业的营销目标。

A-7 终身学习:具有自主学习和终身学习的意识,有不断学习和适应发展的能力。

### **知识要求**

B-1 专业知识:能够扎实掌握管理学、经济学、市场学、新媒体等专业基础知识,在实践中能够运用所学的专业技能分析问题、解决问题,并能够举一反三进行总结,并不断提高自身业务能力。

### **能力要求**

C-1 问题分析:能够运用所学专业知识和技能,在不同的市场环境中进行科学分析和判断,提出科学有效的建议。

C-2 设计/开发解决方案:能够针对复杂市场环境下的网络营销与直播电商活动提出解决方案,具有市场与品牌管理、网络营销策划与执行、新媒体营销推广、网店经营、直播销售与运营管理、客户运营、数据分析与应用等实战能力及创新意识,能够针对具体的市场问题,提出行之有效的解决方案。

C-3 研究：能够基于所学专业知识和技能，对具体的市场进行科学分析，设计市场开发、市场调研等方案，具备深入研究市场、分析影响市场因素变化的能力。

C-4 使用现代工具：能够针对市场的动态变化，利用新媒体工具、数据分析工具进行影响因素分析，找出影响市场发展的关键因素，并提出针对性的解决方案。

#### 证书要求

D-1 “1+X”证书：获得 1+X 电子商务数据分析初级证书。

D-2 外语水平：基本的听说读写能力。准学士学位需通过英语 A 级。

D-3 信息技术：掌握 office 系列办公软件。准学士学位须通过计算一级。

#### 其它要求（其它职业技能证书与职业资格证书（学生自主选择））

E-1 “1+X”证书：自媒体运营职业技能等级证书

E-2 “1+X”证书：网络直播运营职业技能等级证书

E-3 “1+X”证书：跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书

E-4 职业资格证书：互联网营销师职业资格证书

E-5 职业资格证书：直播销售员职业资格证书

表7 毕业要求对培养目标的支撑

毕业要求	培养目标																			
	目标1	目标2	目标3	目标4	目标5	目标6	目标7	目标8	目标9	目标10	目标11	目标12	目标13	目标14	目标15	目标16	目标17	目标18	目标19	目标20
A-1 营销与社会责任	√	√																		
A-2 经济环境和可持续发展			√																	
A-3 职业规范			√																	
A-4 个人和团队				√																
A-5 沟通					√		√													
A-6 协作				√																
A-7 终身学习						√														
B-1 专业知识								√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
C-1 问题分析									√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
C-2 设计/开发解决方案								√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
C-3 研究								√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
C-4 使用现代工具								√		√		√	√				√	√	√	√
D-1 “1+X”证书								√					√							
D-2 外语水平							√													√
D-3 信息技术								√		√			√			√		√		
E-1 自媒体运营职业技能等级证书										√					√		√			
E-2 网络直播运营职业技能等级证书																		√		√
E-3 跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书																√		√		√
E-4 互联网营销师职业资格证书								√												√
E-5 直播销售员职业资格证书																		√	√	√

## 八、课程设置

### (一)课程结构图



Presented with xmind

图 1 课程结构图



## (二)课程简介

表 8 课程简介

课程类别	课程名称	主要教学内容	教学方式方法	考核方式	对应 X 证书
专业基础课	市场营销基础	对市场营销的基本理论和策略技巧进行了系统的介绍, 并重点讲述市场营销的内涵、市场营销环境分析、市场细分和定位、市场营销组合、市场营销管理等内容。	混合式教学法	C 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式: 形成性考核占 60%, 期末笔试考核占 40%	
	电子商务基础	了解电子商务的基础知识, 掌握电子商务中的网络技术, 理解电子商务的安全技术, 理解电子支付和电子货币的概念以及网络银行、支付网关技术。掌握电子商务中的网络营销和物流管理, 熟练掌握电子商务系统的开发设计与维护。	混合式教学法	C 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式: 形成性考核占 60%, 期末笔试考核占 40%	
	管理学基础	管理学基本原理、方法、职能、管理前沿。管理学基本职能: 计划、组织、领导、控制。	混合式教学法	K 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式: 形成性考核占 60%, 期末笔试考核占 40%	
	网络与新媒体营销	系统地详细讲解网络营销的理论基础及其发展; 网络营销与传统营销的异同与整合; 网络市场和网络消费者的特征; 网络营销系统和站点; 网络营销的策略; 网络营销实施的目标、渠道、方法、工具、手段; 以及对网络营销实施的管理和控制。	混合式教学法	K 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式: 形成性考核占 60%, 期末笔试考核占 40%	
	ITMC 沙盘	市场竞争分析、广告效果分析、渠道管理、采购管理、竞争策略、销售管理和财务管理等	任务驱动教学法	H 平时沙盘成绩 60%, 期末沙盘成绩 40%	—

专业核心课	网络广告实务	借鉴国内外网络广告的最新成果，结合目前互联网广告的最新情况进行讲解；分享网络广告从业人员的经验，借助详实的案例和图片注释进行分析	混合式教学法	H 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式：形成性考核占 60%，期末笔试考核占 40%	
	中小企业创业经营与沙盘	通过训练、比赛，检验学员们创新创业理论素养，引入模拟仿真创业环境，检验商业理论知识储备和创业综合技能。结合真实项目，创新商业理念和盈利模式，运营真实企业，真正做到虚实结合、专创融合。	任务驱动教学法	H 平时成绩 60%，期末成绩 40%	
	市场调研与分析	市场调研的发展历史、内容与设计，市场调研的方式与选择，市场调研的具体方法技术及应用，市场调研问卷的设计与市场调研报告的撰写，市场调研项目的策划，市场预测的原理和内容，市场定性预测方法及其应用选择，定量预测等。	任务驱动教学法	K 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式：形成性考核占 60%，期末笔试考核占 40%	
	网络消费者行为与心理	主要简述互联网用户思维/行为模式，学习不同类型的用户特点及心理特征，使学生掌握用户需求分析的能力。	混合式教学法	K 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式：形成性考核占 60%，期末笔试考核占 40%	
	图形图像处理与视频封面制作	主要讲述新媒体图文内容创作理论知识及实操技巧，以及相关的设备及 Photoshop 等软件操作	任务驱动教学法	H 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式：形成性考核占 60%，期末笔试考核占 40%	
	直播营销与运营	主要讲述新媒体营销项目的特点及规律，通过学习以新媒体为媒介进行项目策划及运营的知识、流程及方法，是学生掌握项目策划、运营、管理的方式方法。	任务驱动教学法	K 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式：形成性考核占 60%，期末笔试考核占 40%	

	短视频制作与运营	主要讲述利用新媒体平台的特点, 实施短视频营销的方式方法, 使学生短视频营销与运营的特点及作用, 审核规范及原则, 以及在实操场景中的应用。	任务驱动教学法	H 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式: 形成性考核占 60%, 期末笔试考核占 40%	
	电商客户服务	本课程讲解、演练与实践, 掌握网店客服的基本理论, 提高网店客服人员实际运用和操作能力。	任务驱动教学法	K 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式: 形成性考核占 60%, 期末笔试考核占 40%	
	数字营销	内容包括大数据认知、数据分析部门运营管理、网站数据化营销、淘宝店铺数据化营销、微博数据化营销、微信数据化营销以及邮件数据化营销等。	任务驱动教学法	K 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式: 形成性考核占 60%, 期末笔试考核占 40%	
	电子商务数据分析	电子商务数据分析概述、基础数据采集、数据分类与处理、基础数据监控与报表制作。	任务驱动教学法	K 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式: 形成性考核占 60%, 期末笔试考核占 40%	1+X 电子商务数据分析职业技能等级证书
专业拓展课	直播法律法规解析	主要讲述国家及行业法律法规, 通过学习相关法律条款及案例分析, 使学生掌握国家法规、行业规范、平台规定。	混合式教学法	C 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式: 形成性考核占 60%, 期末笔试考核占 40%	
	社群营销与运营	主要讲述社群营销与运营需具备的理论和实践能力, 掌握社群营销的起因、概念、构成、价值和评估模型, 全面认识社群以及社群营销; 并能够构建社群运营团队, 并对社群商业变现有一定的认知。	混合式教学法	H 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式: 形成性考核占 60%, 期末笔试考核占 40%	
	品牌管理	主要讲述品牌本质、品牌战略规划、品牌定位与设计、品牌整合传播、	混合式教学法	H 采用形成性考核和期末笔试	

		品牌资产维护为脉络，使学生了解品牌管理的要素和流程。		考核相结合的方式：形成性考核占 60%，期末笔试考核占 40%	
	直播电商运营 实战项目（专创 融合）	通过真实企业项目战，掌握直播场景搭建、掌握着装与化妆技巧、掌握直播方法及电商主播变现方法等。	行动导向教学法	H 采用形成性考核和经营成果考核相结合的方式：形成性考核占 60%，经营成果考核占 40%	（自主选择）1+X 网络直播运营职业技能等级证书 互联网营销师职业资格证书 直播销售员职业资格证书
	电子商务法律法规	主要讲述国家及行业法律法规，通过学习相关法律条款及案例分析，使学生掌握国家法规、行业规范、平台规定。	混合式教学法	C 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式：形成性考核占 60%，期末笔试考核占 40%	
	跨境电商数字化营销	主要分为跨境电商数字化营销概述；跨境电商市场调研与策划；跨境电商平台广告营销；跨境电商平台广告营销；品牌策划；跨境电商 SNS 营销策划等。	任务驱动教学法	H 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式：形成性考核占 60%，期末笔试考核占 40%	
	跨境电商运营 实战项目（专创 融合）	将专业教学目标与跨境电商岗位的实际需求有效结合，以跨境电商人才培养作为方向定位，学生通过跨境电商理论学习与真实企业实践，掌握主流跨境电子商务平台的营销运营技巧，培养胜任跨境贸易和电子商务的能力。	行动导向教学法	H 采用形成性考核和经营成果考核相结合的方式：形成性考核占 60%，经营成果考核占 40%	
	跨境电商多平台运营	介绍讲解跨境电商亚马逊、阿里巴巴国际站、速卖通、eBay、Wish 等平台的入门基础及操作知识，全面讲解及产品刊登、产品文案优化、	任务驱动教学法	H 采用形成性考核和期末笔试考核相结合的方式：形成性考核占 60%，期末笔试考核占 40%	（自主选择）跨境电商多平台运营职业技能等级证书

		物流操作、广告营销等 店铺基础运营知识的实训操作。			
--	--	------------------------------	--	--	--

### (三)毕业知识、能力和素质要求实现矩阵

序号	毕业要求	实现的课程及实践环节
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。	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、军事教育、体育与健康
2	B-1 专业知识：能够扎实掌握管理学、经济学、市场学、新媒体等专业基础知识，在实践中能够运用所学的专业技能分析问题、解决问题，并能够举一反三进行总结，并不断提高自身业务能力。	市场营销基础、电子商务基础、管理学基础、网络消费者行为与心理、网络营销原理、网络广告实务、中小企业创业经营与沙盘
3	C-1 问题分析：能够运用所学专业知识和技能，在不同的市场环境中进行科学分析和判断，提出科学有效的建议。	市场调研与分析、图形图像处理与视频封面制作、直播营销与运营、短视频制作与运营、电商客户服务、电子商务数据分析、数字营销
4	C-2 设计/开发解决方案：能够针对复杂市场环境下的网络营销与直播电商活动提出解决方案，具有市场与品牌管理、网络营销策划与执行、新媒体营销推广、网店经营、直播销售与运营管理、客户运营、数据分析与应用等实战能力及创新意识，能够针对具体的市场问题，提出行之有效的解决方案。	产品定位与运营、主播定位与管理、跨境电商数字化营销、跨境电商多平台运营
5	C-3 研究：能够基于所学专业知识和技能，对具体的市场进行科学分析，设计市场开发、市场调研等方案，具备深入研究市场、分析影响市场因素变化的能力。	市场调研与分析、市场调研与分析、直播营销与运营、数字营销策划
6	C-4 使用现代工具：能够针对市场的动态变化，利用新媒体工具、数据分析工具进行影响因素分析，找出影响市场发展的关键因素，并提出针对性的解决方案。	图形图像处理与视频封面制作、短视频制作与运营、电子商务数据分析、跨境电商数字化营销、跨境电商多平台运营
7	A-1 营销与社会责任：能够针对网络营销与直播电商工作中出现的问题，运用专业知识和技能加以解决，服务社会、反馈社会，履行社会责任实现利润、社会、公众三者利益的有机统一。	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、直播法律法规解析、电子商务法律法规
8	A-2 经济环境和可持续发展：能够进行微观环境和宏观环境分析，对影响市场的各种因素进行分析，保证网络营销、直播电商等工作的科	市场营销基础、网络消费者行为与心理、网络营销原理、网络广告实务

	学开展，实现经济效益的同时，把握经济环境的变化和企业可持续发展的关系。	
9	A-3 职业规范：具有良好的人文社会科学素养，社会责任感，能够在网络营销和直播电商等实践中理解并遵守职业道德和规范，履行责任。	人文社科类课程、思想道德修养与法律基础、大学生就业与创业指导、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、直播法律法规解析、电子商务法律法规
10	A-4 个人和团队：具有团队合作精神，能够在多学科背景下的团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色及相应责任。	暑期社会实践、专业实践、顶岗实习、毕业设计
11	A-5 沟通：具有在行业企业与同行和社会公众进行有效沟通的能力，具备一定的国际视野，能够跨文化进行交流。	英语视听说、英语阅读、英语口语、英语写作
12	A-6 协作：能够根据企业的决策，与相关部门协作，实现企业的营销目标。	直播电商运营实战项目（专创融合）、跨境电商运营实战项目（专创融合）
13	A-7 终身学习：具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。	社会实践、专业实践、顶岗实习、毕业设计
14	相关执(职)业资格证书 (以下证书至少获得一项) 电子商务数据分析职业技能等级证书 自媒体运营职业技能等级证书 网络直播运营职业技能等级证书 互联网营销师职业资格证书 直播销售员职业资格证书 跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书	电子商务数据分析、直播营销与运营、数字营销、跨境电商数字化营销、跨境电商多平台运营

表9 毕业知识、能力和素质要求实现矩阵

## 九、教学进程总体安排

## (一)专业教学进程计划表

课程类别	课程性质	序号	课程名称	管理单位	学分	总学时	理论学时	实践学时	各学期周学时分配						考核方式 C	备注		
									1	2	夏 1	3	4	夏 2			5	6
									13周	16周	3周	16周	16周	3周			16周	16周
公共基础课	B	1	思想道德与法治（一）	马克思主义学院	1.5	24	20	4	2							C	注 4	
			思想道德与法治（二）		1.5	24	20	4	2									
	B	2	习近平新时代中国特色社会主义思想概论		3	48	40	8			4					K		
	B	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		2	32	28	4		2						K		
	B	4	形势与政策（一）		0.25	12	8	4	2								C	注 5 线上 16 学时 线下 32 学时
			形势与政策（二）		0.25	12	8	4		2								
			形势与政策（三）		0.25	12	8	4			2							
			形势与政策（四）		0.25	12	8	4			2							
	B	5	大学生安全教育（一）		0.5	12	8	4	2							C	线上 8 学时 线下 16 学时	
			大学生安全教育（二）		0.5	12	8	4		2								
	B	6	劳动教育（理论）		0.5	8	8									C		

B	7	海南自由贸易港建设		2	32	32			2								线上16学时 线下16学时	
B	8	军事理论		2	36	16	20	4									C	
B	9	暑期社会实践		1	12		12										C	
B	10	军事技能(军训)	学工	2	112	0	112	56										
B	11	职业发展与就业指导(一)		0.5	4	4					2						C	注6
		职业发展与就业指导(二)		0.5	4	4					2							
B	12	大学生心理健康教育(一)		1	16	16		2									C	共16个专题
		大学生心理健康教育(二)		1	16	16		2										
B	13	大学生创新创业基础(一)		1	10	10		2									C	共8个专题; 线上4学时, 线下12学时
		大学生创新创业基础(二)			6	6		2										
B	14	中华文化选读	人文	1	24	24		2									C	共12个专题; 线上12学时, 线下12学时
B	15	写作、沟通类课程		1.5	24													注7
B	16	美育		2	32	32					12							
B	17	体育与健康(一)		2	26	2	24	2									C	
		体育与健康(二)		2	32	2	30		2									选项课
		体育与健康(三)		2	32	2	30				2							选项课
B	18	体测	体育						第1次	第2次		第3次						注8
B	19	大学英语(一)	国教	2	26	13	13	2									K	线下74学时,



			大学英语(二)		4	64	48	16		4							线上54学时			
	B	20	计算机应用基础(一)	信息	1.5	24	12	12	2								K	注9		
			计算机应用基础(二)		2.5	40	20	20		3										
	公共基础课小计				42	780	423	333	22	22		10	4							
公共拓展课	G	1		人文	1.5	24	16	8		2							C	注10、11		
	G	2			1.5	24	16	8			2						C	注12		
	G	3			1.5	24	16	8									C			
	G	4			1.5	24	16	8					2				C			
	公共拓展课小计				6	96	64	32		2		2		2						
公共课合计					48	876	487	365	22	24	12	12	4	2						
专业课	专业基础课	B	1	电子商务基础	国旅	2	26	20	6	2							C			
		B	2	市场营销学		4	52	30	22	4								C		
		B	3	管理学基础		3	39	19	20	3									K	
		B	4	ITMC 市场营销沙盘(赛课通融课程)		3	48	10	38		3								H	
		B	5	网络广告实务		2	32	16	16		2								H	
		B	6	中小企业创业经营与沙盘		3	48	10	38		3								H	
		B	7	网络与新媒体营销		4	64	32	32		4								K	
	专业基础课小计				21	309	137	172	9	12										
	专业核心课	B	1	电子商务数据分析**★		4	64	32	32				4					K	1+X证书	
		B	2	网络消费者行为与心理		4	64	32	32				4					K		
B		3	图形图像处理与视频封面制作**★		4	64	32	32				4					H			
B		4	短视频制作与运营**★		4	64	24	40				4					H			

	B	5	直播营销与运营**	4	64	24	40				4				K			
	B	6	电商客户管理*	4	64	32	32				4				K			
	B	7	市场调研与分析*	4	64	32	32				4				K			
	B	8	数字营销**	4	64	32	32				4				K	1+X 证书		
专业核心课小计				32	512	240	272				16	16						
专业拓展课	X	1	直播法律法规解析	2	32	32					2				C			
			社群营销与运营	4	64	32	32					4				H	直播电商方向课程	
			品牌管理	4	64	32	32						4			H		
			直播电商运营实战项目（专创融合）	2	32	0	32						2			C	（专创融合课程）	
			电子商务法律法规	2	32	32							2			C		
	X	2	跨境电商数字营销	4	64	32	32					4				H	跨境电商方向课程	
			跨境电商多平台运营	4	64	32	32						4			H		
			跨境电商运营实战项目（专创融合）	2	32	0	32						2			C	（专创融合课程）	
			小计	10	192	96	96						6	6				
			专业拓展课小计	10	192	96	96						6	6				
专业课合计				53	821	377	444	9	12		16	22						
总计（所有课程）				111	1809	960	905	32	36	12	28	26			0	0		

专业实践课	B	1	专业实践	2	24		24			2					注 15
	B	2	毕业顶岗实习	20	480		480						20		注 16
	B	3	毕业报告	4	96		96						4		
	专业实践课合计			26	600	0	600			2			20	4	
总计				137	2489	960	1505	32	36	14	28	26	20	4	0
专业教学进程	开设课程	42	考查课程		实践学时	46%	公共课学时	36%	专业课学时比例:				64%		
计划统计:	总数:		数:		比例:										

备注:

1. 课程管理单位简称为管理单位, 为方便排版, 管理单位采用简称。
2. 课程性质: 必修课用 B 表示, 公选课用 G 表示。
3. 考核方式: 考试课用 K 表示, 考查课用 C 表示, 考核用 H 表示。三种考核方式的课程数量要基本相等, 即各占约三分之一。
4. “思修法律”和“毛中概论”由马克思主义学院安排。形势与政策理论课由马克思主义学院实施, 实践课由各二级学院实施。大学生心理健康教育由人文艺术学院安排, 实践学时由学工处在课外进行。军事教育共 2 周, 由学生工作处统筹, 理论课由马克思主义学院实施。
5. 课程名称后面的 (一)、(二) 等数字表示课程开设的顺序, 如第二学期开设则在课程名称后面用 (一) 标注, 第三学期继续开设则在下一行的课程名称后标注 (二), 请参照上表; 如仅一个学期开设, 则不用标注。
6. 职业发展与就业指导课理论学时由人文艺术学院安排, 在第 3、4 学期开设, 实践学时由各二级学院执行, 安排在要求学期的课外进行。
7. 体测共安排 3 次, 第一次安排在军训后进行, 第二次和第三次分别安排在第二学期和第五学期进行, 成绩于第五学期录入正方系统。
8. 计算机应用基础课程 4 学分, 64 学时, 在第一学年内分两学期完成。学生考取全国计算机等级考试一级或以上证书可免修或替换该课程成绩。
9. **公共拓展课包含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、美育、职业素养、商业文化素质拓展等课程。**
10. 公共拓展课学生需修满 4 门课程, 共 6 学分。
11. 夏 1 和夏 2 学期各选一门在线公共拓展课学习, 修读公共选修课, 每门课程 1.5 学分, 24 学时。其他学期另选 2 门进行修读。
12. 专业核心课可以在课程名称后加 “\*” 标注, 理实一体课用 “★” 标志。
13. 属于 “1+x” 的专业课程, 请在备注栏中用 “1+x” 标出。
14. 专业拓展课如果是二选一之类的或绑定的模块课程等, 或按周进行的课程要在备注注明清楚, **各专业根据专业特点开设一门专创融合课程。**
15. 毕业顶岗实习一般按每周 24 学时计算, 24 个学时计 1 学分, 毕业设计、报告同时进行。
16. 毕业报告 (设计) 于第\*学期第\*周至第\*周进行, 按照每周 24 学时计算, 24 个学时计 1 学分, 共 4 学分。
17. 替代专业能力和专业能力拓展课程学分的证书或奖励等, 必须在备注说明清楚, 并按学校或二级学院的管理规定执行。
18. 授课形式为 “混合式教学” 的课程, 请在备注栏中注明。

19. 《暑期社会实践》，2 学分，2 周，必修课，安排在夏 1 学期（第一学年的暑假），由马克思主义学院和团委共同安排。

20. 以专题讲座开展的课程，每个讲座按照 2 课时的标准折算。

21. 专业实践，2 学分，2 周，必修课，安排在夏 2 学期（第二学年的暑假），由各专业根据专业情况自行安排。

22. 教学进程表中的学时不含线上学时

## (二) 教学时间分配表

### 1. 网络营销与直播电商专业教学时间分配表

课程类别		学时	理论	实践	必修	选修	学分	学时百分比
公共课	公共基础课	780	423	333	必修		42	36%
	公共拓展课	96	64	32	√	选修	6	
专业课	专业基础课	309	137	172	√		21	40%
	专业核心课	512	240	272	√		32	
	专业拓展课	192	96	96	√		10	
专业实践课	专业实践课	600	0	600	√		26	24%
第二课堂	第二课堂					√	25	
合计		2489	960	1505			162	100%

三年制总学时控制在 2500-2600 学时，毕业总学分不高于 130 学分，平均周学时为 20~24 学时。

## 十、教学要求

### (一) 合作企业 (3 家, 签订协议)

表 12 合作企业一览表

序号	企业名称	企业规模	经营范围	法人	合作模式	签协议时间
1	IMS 新媒体商业集团					
2	北海天下为星科技有限公司					
3	北京新三优秀科技有限公司					
4	IRED 教育					
5						

### (二) 师资队伍

1. 全校师生比不低于 1:20。
2. 本专业的专任教师中, “双师型”教师占比不低于 50%。来自行业企业一线的兼职教师占一定比例并有实质性专业教学任务, 其所承担的专业课教学任务授课课时一般不少于专业课总课时的 20%。

### (三) 教学设施

#### 1. 校内实训室

表 13 校内实训室一览表

实训室	地点 面积 工位数	主要设备(软件硬件)	主要实训内容
市场营销沙盘模拟实训室	1-306 97 平米 50 个工位	ITMC 公司针对市场营销专业设计开发的营销沙盘模拟对抗软件系统	市场竞争分析、广告效果分析、渠道管理、采购管理、竞争策略、销售管理和财务管理等

免税品营销中心实训室	3-202 128 平米 60 个工位	免税品营销实训系统 免税品三维可视化认识系统 教学大展、学习终端、商业场景等	商品分析与运营、门店营销等实训
数字营销中心实训室 (拟建)	3-210 101 平米 50 个工位	大数据营销平台 新媒体实战教学平台 短视频云端智能创作平台 教学大展、学习终端、直播设备等	可完成新媒体制作、运营策划、直播运营、数据分析与应用等实训
VR 智能营销中心实训室 (拟建)	3-207 97 平米 50 个工位	营销探究实验平台 教学大展、VR 设备等	利用 VR 虚拟场景，完成用户行为与分析、市场调查与分析等实训
营销策划中心实训室 (拟建)	3-209 128 平米 50 个工位	市场营销策划实训系统 环物全景硬件 虚拟现实商品编辑分发系统 直播策划实战运营平台 教学大展、学习终端等	可完成项目策划与运营、商品管理、直播策划、舆情监测与分析等实训
营销综合实训室 (拟建)	3-209 128 平米 50 个工位	数字营销沙盘系统 营销沟通课程 网络营销实践系统 电子商务数据分析应用实训系统 营销综合技能系统	可完成新媒体营销、网络互动、电子商务数据分析以及营销综合实训

## 2.校外实训基地(综合性实践基地,多岗位实践)

具有稳定的校外实训基地。遵循长期规划、深度合作、互助互信的原则，选择经营情况比较理想，拥有专业技术能手，人才培养、选拔体系比较完善的行业龙头企业为校外实训基地，可供完成岗位群核心技能的训练和跟岗实习；实训指导教师确定，实训管理及实训规章制度齐全。

表 14 校外实训基地一览表

实训基地	主要设备(软件硬件)	主要实训内容	工位数

### (四)教学资源

含线上、线下资源，主要包括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。

表 15 教学资源一览表

资源名称	资源类型	资源名称	资源类型
《市场营销基础》在线课程	数字化资源	《市场调研与分析》在线课程	数字化资源
《客户关系管理》在线课程	数字化资源	《广告实务》在线课程	数字化资源

### (五)教学方法

合作学习、案例教学、情境教学、项目教学、任务驱动、行动导向等多种形式的“做中学、做中教”教学模式，充分调动学生的学习积极性和教学互动的参与度。

### (六)教学评价

#### 1.教学评价内容

课程教学主要评价学生的知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，突出能力的考核评价方式，体现对综合素质的评价。

项目式课程教学评价的标准应体现项目驱动、实践向导的课程特征，实现理论与实践、操作的统一，以能否完成项目实践活动任务以及完成的情况给予评定，教学评价的对象分为应知、应会两部分，采用笔试与实践操作按合理的比例进行评价考核

集中实训和校外顶岗实习成绩校内专业教师评价、企业指导教师评价、实习(实训)单位鉴定三项评价相结合的方式，对学生的专业技能、工作态度、工作纪律等方面进行全面评价。

#### 2.各课程的考核

课程考核主要是改变原来以笔试考试为主转向综合方案制定与执行情况，以达到考核与提高并重，做到既“考”又“评”，课程考核结论由三种方式的考核结果组成：

(1) 专业技能考试(Fg)实施要求如下：

课程实施过程中由任课教师组织，一般通过完成专业技能考试(未涉及专业技能的课程，以项目作品考核的方式)检测教师的教学和学生的课程学习效果，原则上每学期每门课程不少于三次。该部分考试(核)成绩占学期总评成绩的 40%。

(2) 学习过程表现(F<sub>x</sub>)实施要求如下：

课程学习过程表现考核是根据学生在学习过程中的出勤情况、课堂表现、作业情况、职业行为规范、职业核心能力等各方面的情况来进行。该部分考核成绩占学期总评成绩的 30%。

(3) 期末综合知识考试(F<sub>c</sub>)实施要求如下：

主要考查学生对该门课程基础知识的掌握情况，原则上考试时间限定在 60-90 分钟内。该部分考核成绩占学期总评成绩的 30%。

(4) 课程考核总评成绩评定

最终考核总评成绩等于学生专业技能考试(未涉及专业技能的课程，以项目作品考试)成绩乘以权重加学习过程表现成绩乘以权重加期末综合知识考试成绩乘以权重的和，即： $F = F_g \times 40\% + F_x \times 30\% + F_c \times 30\%$ 。

## (七)质量管理

### 1.专业管理体系

(1) 建立教学质量提升机制。通过开展新生素质调查、建立毕业生质量跟踪调查机制，健全教学质量检查与教学信息反馈系统来加强对教学质量的监控，提升教学质量。新生刚报到，就把专业教学计划介绍给他们，开展新生素质测评，制定学生职业规划，加强对学生的素质教育，培养创新能力，重视个性发展，实行因材施教。

(2) 建立网络营销与直播电商专业指导委员会和校企共同育人机制。网络营销与直播电商专业邀请本地行业、企业专家、一线骨干及优秀校友组成专业指导委员会，共同参与人才培养方案的设计、论证、课程设置、教材开发，指导教师、学生的实习(实训)实践，并定期到校开展讲座或兼职上课，形成了校企协同育人的合作办学机制，有效确保了人才培养方案

的科学性，保障了人才培养质量的提高。

(3)根据学校要求，结合多方评价平台，通过师生互评、同行听课、教学督导和班级教学信息员对教学质量进行多方监督管理，有利于师生针对教学质量开展互动交流，共同促进教学质量的提升。

## 2.诊断改进方法

选拔校内具有丰富的教育、教学、管理经验的骨干人员，聘请行业企业、职业教育和质量管理等校外专家，组建学院诊断专家队伍，学院成立工作领导小组，配合学校内部质量保证体系诊断与改进工作小组。建立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、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。