

新乡市职业教育中心  
直播电商服务专业人才培养方案  
(2023 级)

# 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

初中毕业或具备同等学力

## 三、基本学制

3年

## 四、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，掌握本专业扎实的科学文化基础和互联网直播活动、网络交易安全等知识，具备短视频拍摄与剪辑、直播销售、直播运营、直播推广、商务数据分析、直播客户服务等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事短视频制作、直播销售、直播运营、直播推广、直播客户服务等工作的技术技能人才。

## 五、职业范围

序号	对应职业（岗位）	职业资格证书举例	专业（技能）方向
1	直播策划员	直播销售员	直播策划与运营
2	直播运营助理		
3	直播美工设计师助理	电子商务师助理	短视频处理与后期
4	直播销售员		
5	直播后期编辑	平面设计师初级	互联网营销与策划
6	编导助理		
7	短视频后期专员	计算机制作员	

8	互联网营销师		
9	全媒体运营专员		
10	数据营销	数据营销	建站、优化、推广 商业产品推广营销

说明: 可根据区域实际情况和专业(技能)方向, 结合 1+X 试点工作, 取得 1 个以上相关证书。

## 六、人才规格

“本专业完善“岗课赛证”综合育人机制, 促进书证融通, 人才培养应具有以下职业素养、专业知识和技能”, 内容应包含技能等级考核要求;

### (一) 职业素养

1. 具有良好的职业道德、职业意识和职业行为;
2. 具有较好的沟通能力、表达能力和团队协作精神;
3. 具有较好的信息敏感性和信息获取辨别能力;
4. 具有较强的抗压能力和责任感。
5. 具备诚实守信的职业道德、精益求精的工匠精神;
6. 具备一定的法律意识、版权意识和保密意识, 能自觉遵守电商法、广告法、网络安全法等法律法规;
7. 具备对新技术、新工具、新平台、新规则的学习能力;
8. 具备处理负面反馈信息和海量内容的抗压能力、情绪管理能力;

### (二) 专业知识

1. 掌握必备的思想政治理论、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、安全消防等知识;
3. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论, 掌握电商概论基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识;
4. 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法;
5. 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法;
6. 掌握主流电子商务平台、直播平台的生态特征、运营规则和推广方式;
7. 掌握直播间搭建及直播活动策划的相关知识;
8. 掌握直播团队组建的相关策略;

9. 掌握商品选品技巧，以及供应链与供应商管理的相关知识；

### **（三）专业技能**

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. 具有一定的计算、数据、交互、互联网思维能力；

4. 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等；

5. 能够根据构图策略进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片；

6. 能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度；

7. 具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作；

8. 具备一定的直播策划能力，能根据业务需求，确定直播目标、商品排期，策划整场直播执行脚本和单品脚本；

9. 具备一定的直播销售能力，能根据商品信息和单品脚本，专业地向客户介绍产品、回答咨询，促成粉丝转化和产品销售；

10. 具备一定的直播美工能力，能制作长图、海报、软文、短视频等宣传物料，并通过微信、微博、社群等新媒体渠道进行预热和引流，促进直播宣传引流、用户传播和裂变、直播二次传播；

### **（四）能力要求**

1. 掌握主流直播电商平台规则，具有使用常用工具完成短视频、直播海报、新媒体文案等内容制作、推送、优化的能力；

2. 具有较强的文案阅读理解能力，以及根据活动策划目标、脚本执行直播销售活动，完成直播业务用语优化、商品推荐、直播控场、引导成交等能力；

3. 具有直播场景搭建与设备调试，辅助和保障直播流程顺利开展的能力；

4. 掌握各种直播推广工具的使用方法，具有完成设置预算与出价、设定定向人群设置广告创意、采集与填报数据等能力；

5. 具有搜集、处理数据信息和采集与整理直播数据的能力；

6. 具有客户服务的能力，包括根据直播活动及客户需求完成客户订单处理、客户服务与咨询、社群运营的能力；

7. 具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，遵守电子商相关的法律法规；

8. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字化技能和专业信息技术能力、良好的表达沟通能力和团队合作精神、创新精神和创业意识；

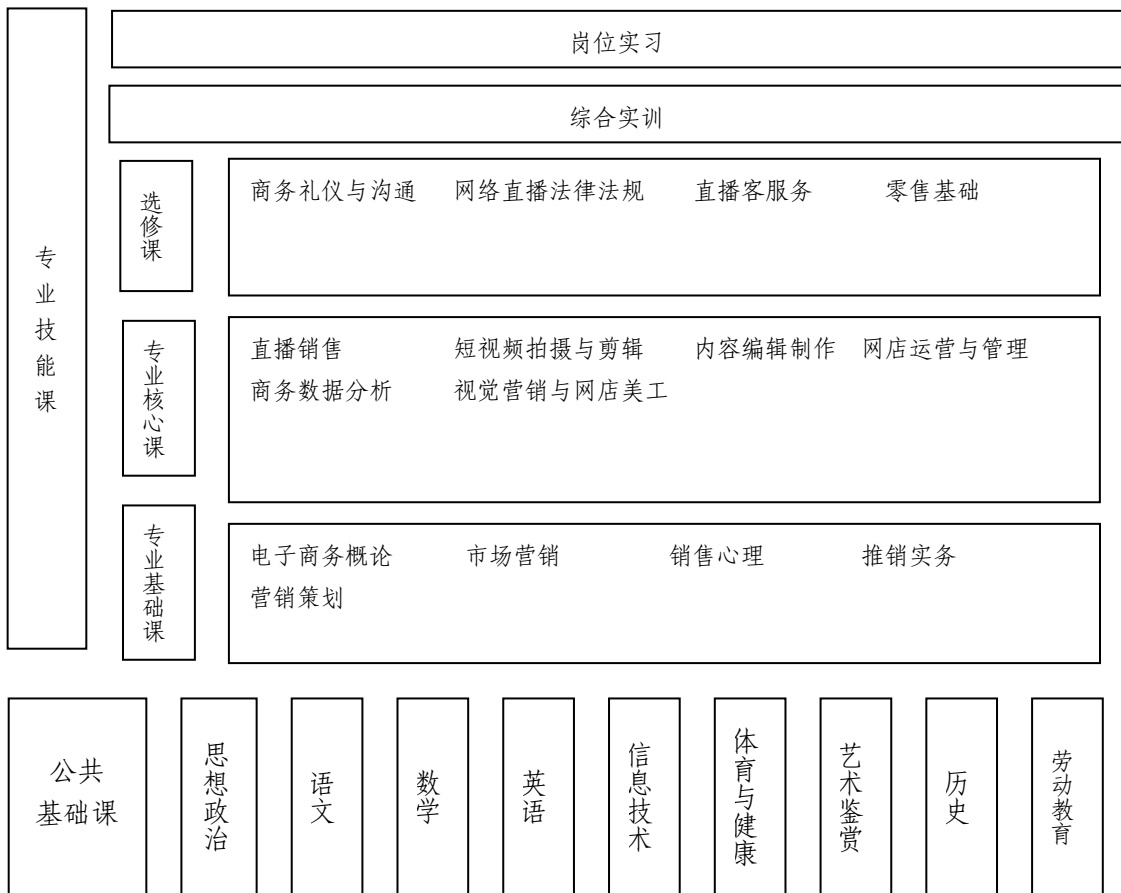
9. 具有终身学习和可持续发展的能力。

## 七、主要接续专业

高职：电子商务、跨境电子商务、移动商务、网络营销、与直播电商、农村电子商务、商务数据分析与应用。

本科：电子商务、跨境电子商务。

## 八、课程结构



课程类型		课程名称
公共基础课程	公共基础 必修课程	中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治； 语文、数学、英语、体育与健康、信息技术、艺术鉴赏、历史、劳动教育；

	公共基础 选修课程	(按照实际情况进行开设)
专业课程	专业基础课程	电子商务概论、市场营销、销售心理、推销实务、营销策划;
	专业核心课程	直播销售、短视频拍摄与剪辑、内容编辑制作、网店运营与管理、商务数据分析、视觉营销与网店美工;
	专业选修课程	商务礼仪与沟通、网络直播法律法规、直播客户服务、零售基础;
	实践性 教学环节	短视频与直播实训、新媒体视觉设计实训、短视频制作实训、直播电商综合实训、岗位实习;

表：直播电商服务专业课程设置

直播电商课程体系			
第一学期	电子商务概论	市场营销	短视频拍摄与剪辑
	商务礼仪沟通		
第二学期	销售心理	直播销售	短视频拍摄与剪辑
	网络直播法律法规		
第三学期	推销实务	营销策划	网店运营与管理
	视觉营销与网店美工	直播客户服务	
第四学期	内容编辑制作	网店运营与管理	商务数据分析
	视觉营销与网店美工	零售基础	
第五学期	岗位实习	形象设计与编导	
第六学期	市场营销	销售心理	推销实务
	营销策划		

表：直播电商服务专业核心课程结构

## 九、课程设置及要求

本专业将职业技能等级标准有关内容及要求融入课程体系，为公共基础课和专业技能课。公共基础课包括职业道德与法治、文化课、体育与健康、信息技术

等。专业核心课包括市场营销、销售心理、推销实务、营销策划、直播销售、短视频拍摄与处理、直播商务礼仪、直播运营实务、商务数据分析、直播客户服务等，实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、岗位实习等多种形式。劳动教育以实习实训课为主要载体开展，其他课程结合学科、专业特点，有机融入劳动教育内容，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育不少于16学时。

每学期20周，其中18周教学，2周复习考试。

### (一) 公共基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时	学分
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（2020年版）开设，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，阐释中国特色社会主义的开创与发展，明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位，阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容，引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。	36	2
2	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（2020年版）开设，基于社会发展对中职学生心理素质、职业生涯发展提出的新要求以及心理和谐、职业成才的培养目标，阐释心理健康知识，引导学生树立心理健康意识，掌握心理调适和职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成	36	2

		长和求职就业中遇到的问题，培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，根据社会发展需要和学生心理特点进行职业生涯指导，为职业生涯发展奠定基础。		
3	哲学与人生	依据中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）开设，阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论，讲述辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义；阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义；引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观，为学生成长奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	36	2
4	职业道德与法治	依据中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）开设，着眼于提高中职学生的职业道德素质和法治素养，对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生理解全面依法治国的总目标和基本要求，了解职业道德和法律规范，增强职业道德和法治意识，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。	36	2
5	体育与健康	依据中等职业学校体育与健康课程标准开设，中等职业学校体育与健康课程要落实立德树人的根本任务，以体育人，增强学生体质。通过学习本课程，学生能够喜爱并积极参与体育运动，享受体育运动的乐趣；学会锻炼身体的科学方法，掌握1-2项体育运动技能，提升体育运动能力，提高职业体能水平；树立健康观念，掌握健	144	8



		康知识和职业相关的健康安全知识，形成健康文明的生活方式；遵守体育道德规范和行为准则，发扬体育精神，塑造良好的体育品格，增强责任意识、规则意识和团队意识。帮助学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志，使学生在运动能力、健康行为和体育精神三方面获得全面发展。		
6	语文	依据中等职业学校语文课程标准开设，并注重培养学生加强写作和口语交际训练，提高学生应用文写作能力和日常口语交际水平。通过课内外的教学活动，使学生进一步巩固和扩展必需的语文基础知识，养成自学和运用语文的良好习惯，等在本专业中的应用能力。	270	15
7	数学	在初中数学的基础上，进一步学习数学的基础知识。通过教学，提高学生的数学素养，培养学生的基本运算、基本计算工具使用、空间想像、数形结合、逻辑思维和简单实际应用等能力，为学习专业课打下基础。	270	15
8	英语	在初中英语学习的基础上，巩固、扩展学生的基础词汇和基础语法；培养学生听、说、读、写的基本技能和运用英语进行交际的能力；使学生能听懂简单对话和短文，能围绕日常话题进行初步交际，能读懂简单应用文，能模拟套写语篇及简单应用文；提高学生自主学习和继续学习的能力，并为学习专门用途英语打下基础。	270	15

9	信息技术	依据中等职业学校公共艺术课程标准开设，通过该课程的学习，了解计算机的结构、硬件配置、基本操作、软件维护，掌握 Windows 操作系统的使用方法，掌握至少一种汉字输入法，能进行编辑，排版、制作报表、图形等。学会相关应用软件的使用。	108	6
10	艺术鉴赏	依据中等职业学校艺术鉴赏课程标准开设，并注重培养学生艺术欣赏能力，提高学生文化品位和审美素质，培育学生职业素养、创新能力与合作意识等在本专业中的应用能力。	36	2
11	历史	依据中等职业学校历史课程标准开设，注重培养学生了解人类社会的发展过程，从历史的角度去认识人与人、人与社会、人与自然的关系，从中汲取智慧，提高人文素养，形成正确的世界观、人生观和价值观。	72	4
12	劳动教育	依据《大中小学劳动教育指导纲要（试行）（2020年）》开设，帮助学生树立马克思主义劳动观，铸造崇高个人品德，助益学生锻炼劳动技能，积累劳动经验，培养劳动习惯；具有沟通协作、团结合作的能力。培育正确的劳动价值观，将劳动光荣、劳动崇高、劳动伟大。劳动美丽的观念根植于学生内心，使学生摒弃好逸恶劳、不劳而获等错误观念，塑造正确的劳动态度和情感。	36	2

## （二）专业技能课

## 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	参考学分
1	电子商务概论	通过本课程教学使学生掌握电子商务的发展战略、网络商务信息的收集与整理、网络营销的策略、电子商务物流的基本知识、基本理论和基本方法体系，为从事该领域或相关领域的实际工作打下基础。	72	4
2	市场营销	通过本课程的教学，使学生比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论、基本知识和基本技能，了解分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合策略、组织和控制市场营销活动的基本程序和方法。	216	12
3	销售心理	本课程从心理学角度解读销售活动，涉及心理学和营销学两个学科的内容，以销售活动为主线，配合相关的心理学术语，系统而科学地讲述了心理学在销售活动中的应用。还借由大量的心理学原理、心理学实验、实践工作的销售案例、有趣的销售故事和历史典故，全面、生动地讲述了销售人员的心态、客户心理和销售策略三个方面的内容。	180	10
4	推销实务	本课程讲授现代推销概述、寻找客户、制定推销计划、接近客户、推销洽谈、处理客户异议、促成交易、客户关系管理、推销管理，使学生掌握通过网络环境完成产品推销的方法与过程的	144	8

		实施和操作技能。		
5	营销策划	通过本课程的学习，使学生能系统地理解和掌握市场营销策划的基本概念、原理、步骤与技术方法。能够将所学到的理论知识应用到营销策划实践中，具备营销策划案例分析及营销策划实战能力。形成良好的职业素质、职业道德和敬业精神。	144	8

## 2. 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时	学分
1	直播销售	通过本课程的教学主要针对直播销售员、电商带货主播、直播运营师、直播数据分析师等岗位开设，培养学生直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品与规划、直播引流互动、直播数据分析等职业技能。课程依据直播营销的相关岗位对知识、能力和素质要求选取教学内容，培养学生的职业兴趣和岗位实操能力。	72	4
2	短视频拍摄与处理	通过本课程的教学学习内容创业的新风口、拍前准备、技能储备、精准定位、内容策划、单反相机拍摄、手机拍摄、视频后期编辑之PC端、视频后期编辑之移动端、网络视频拍摄与制作实战。书在强调行业发展和理论知识的同时，着力提高学生的实践操作能力。	144	8

3	内容编辑制作	<p>通过本课程的教学主要内容包括认识网络编辑、规划与设计网站内容、创作和编辑网站内容、策划网站专题活动、创作和编辑新媒体内容、运营和推广网站、新媒体运营推广、网络编辑工具的使用等知识。依据网络编辑岗位的要求、职业素养和知识技能入手，使学生掌握互联网领域中网络编辑的相关知识。</p>	72	4
4	网店运营与管理	<p>通过本课程的教学企业网店运营典型工作岗位的代表性任务，以淘系平台为主，涉及京东、拼多多、抖音、亚马逊等平台，按网店运营的逻辑顺序，逐步介绍网店运营的整个流程和应用重点。主要内容包括网络调研与网店运营规划，店铺申请、装修及平台规则，网店推广，网店促销活动与营销工具，网店客服，网店运营效果分析，移动社交网店运营，跨境电商运营。将网店运营所需的应用知识、流程、要点及应用思路有机融合，内容简洁、结构清晰、实战性强。</p>	72	4
5	商务数据分析	<p>通过本课程的教学讲授电子商务数据分析的基本概念、数据分析的思路与流程、数据分析工具的运用方法与技巧等基础知识，及数据可视化技术、用户画像技巧网店运营数据分析、网店推广数据分析商务分析报告的撰写等，培养学生数据分析、数据营销能力，同时将理论知识、专业技</p>	72	4

		能、职业能力和职业素养贯穿在一起，重视学生综合能力的培养。课程的目标在于让学生掌握商务数据分析的陈述性知识和程序性技能，通过本课程的教学可以使具备商务数据采集、整理、分析、应用的能力。		
6	视觉营销 与网店美工	通过本课程的教学从网店美工的角度出发，不仅结合大量精美案例讲解了网店页面视觉设计，也为卖家提供了网店页面的装修指导。涵盖了网店美工必备的各项知识与技能，主要包括网店美工基础知识、图片调色、图片修饰、店铺首页核心模块设计、详情页视觉设计、页面装修、视觉营销推广图的制作等，以及无线终端首页、详情页的视觉设计与装修，最后还讲解了无线终端 H5 设计。读对网店页面进行视觉设计与装修，加强自身的职业技能并提高职业素养。	72	4

### 3. 选修课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时	参考学分
1	商务礼仪与沟通	通过本课程的教学将通过交往艺术与沟通技巧、交际交往中的礼仪重点、交际交往中的礼仪互动、交际交往中的礼仪理念、服务与接待礼仪、公关社交礼仪等内容，为学生打造个人交际魅力提供有效的指导。	72	4
2	网络直播法律法	通过本课程的教学对电子商务新媒体	72	4

	规	相关的法律法规进行了梳理和介绍，使学生逐步养成严谨认真的法治精神，提升专业技能。通过《广告法》、《电子商务法》、《网络信息内容生态治理规定》、《网络短视频平台管理规范》、《电子商务平台产品信息展示要求》和相关行业及平台规范等内容的学习，将法律法规与真实案例相结合，使学生准确理解与适用法律法规，并领会法律法规的内在精神。		
3	直播客户服务	通过本课程的教学，不仅能够培养学生的服务理念，还可以帮助学生在实践活动中运用客户服务理论与技巧，去寻找问题、分析问题和解决问题，使学生真正了解企业直播客户服务的重要性，掌握直播客户服务类相关岗位所需要的基本专业知识与技能。	72	4
4	零售基础	通过本课程的教学，充分认识零售企业在经济发展中的重要地位和作用，了解零售基本理论和方法，掌握零售企业选址、商店布置、采购、物流配送、定价、顾客服务等项经营活动的理论、策略和技术方法，提高分析和解决实际问题的决策思维能力，为今后从事零售企业经营管理工作打下坚实的基础。	72	4

#### 4. 综合实训

利用校内外实训基地，学生从事真实企业任务，在实习指导教师和企业师傅的指导下，通过对短视频与直播实训、新媒体视觉设计实训、短视频制作实训、

直播电商综合实训等模块的项目实训，获得实际工作中的制作、营销、管理等知识、技能、技巧。同时，围绕市场需求、学生就业能力提升，推进 1+X 证书制度试点及职业技能提升工作，将证书培训内容有机融入专业人才培养，统筹综合实训的教学组织与实施，提高人才培养的灵活性、适应性、针对性，提高学生的技术应用综合能力和就业能力。综合实训教学安排以整周的形式体现，一般放在学期末。

序号	实训名称
1	短视频与直播实训
2	新媒体视觉设计实训
3	短视频制作实训
4	直播电商综合实训

## 5. 岗位实习

岗位实习一般放在第三学年，时间不少于六个月。学生以实际工作者的身份进入企业，了解社会以及企业各方面情况，了解各项规章制度、服务章程及工作中的相关注意事项等。岗位实习中，学生直接参与企业生产经营全过程，既可以运用已有的知识技能完成一定的生产任务，又可以学习实际生产技术知识与管理知识，掌握生产技能，培养管理能力，并且通过实习巩固和丰富理论知识。进而使学生具备组织生产、独立工作以及初步的科学研究能力，以成为合格的技术人员，达到岗位实习操作的目的。

## 十、教学时间安排

### (一) 基本要求

每学年教学时间 40 周(含复习考试)，周学时一般为 33 学时，岗位实习按 20 周每周 30 学时安排，3 年总学时数为 3498。课程开设顺序和周学时安排，根据学校和本专业实际情况调整。

公共基础课学时约占总学时的 1/3 左右，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。

专业基础课、核心课学时约占总学时的 2/3，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，行业企业岗位实习安排在第三学年。



课程设计中应设选修课，其学时数占总学时的比例应不少于10%。

## (二) 教学安排建议

类别	序号	课程名称	学时数	学分	第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期	
					学时	学分	学时	学分	学时	学分	学时	学分	学时	学分	学时	学分
公共基础课	1	中国特色社会主义	36	2	36	2										
	2	心理健康与职业生涯	36	2			36	2								
	3	哲学与人生	36	2					36	2						
	4	职业道德与法治	36	2							36	2				
	5	语文	270	15	54	3	54	3	54	3	54	3			54	3
	6	数学	270	15	54	3	54	3	54	3	54	3			54	3
	7	英语	270	15	54	3	54	3	54	3	54	3			54	3
	8	体育与健康	144	8	36	2	36	2	36	2	36	2				
	9	信息技术	108	6	36	2	36	2	36	2						
	10	艺术鉴赏	36	2			36	2								
	11	历史	72	4					36	2	36	2				
	12	劳动教育	36	2							36	2				
		合计	1350	75	270	15	306	17	306	17	306	17			162	9
		占比%	38%													
	专业基础课	1	电子商务概论	72	4	72	4									
2		市场营销	216	12	108	6								108	6	
3		销售心理	180	10			72	4						108	6	
4		推销实务	144	8					72	4				72	4	

	5	营销策划	144	8				72	4					72	4	
	合计		756	42	180	10	72	4	144	8				360	20	
	占比%		22%													
专业核心课	1	直播销售	72	4			72	4								
	2	短视频拍摄与剪辑	144	8	72	4	72	4								
	3	内容编辑制作	72	4							72	4				
	4	网店运营与管理	72	4					36	2	36	2				
	5	商务数据分析	72	4							72	4				
	6	视觉营销与网店美工	72	4					36	2	36	2				
	合计		504	28	72	4	144	8	72	4	216	12				
	占比%		14%													
选修课	1	商务礼仪与沟通	72	4	72	4										
	2	网络直播法律法规	72	4			72	4								
	3	直播客户服务	72	4					72	4						
	4	零售基础	72	4							72	4				
	合计		288	16	72	4	72	4	72	4	72	4				
占比%		9%														
岗位实习	岗位实习		600	30												
	合计		600	30												
	占比%		17%													
总计			3498	191	594	33	594	33	594	33	594	33	600	30	522	29
说明：1、所有专业课、技能课安排实训，比例原则上不低于50%；																
2、第五学期岗位实习，第六学期进行高考辅导；																
3、本表不含军训、社会实践、入学教育、学业教育等安排，根据学校实际情况灵活设置。																

## 十一、教学实施

## （一）教学要求

### 1. 公共基础课

公共基础课教学符合教育部有关中职教育教学的要求，按照培养学生基本科学文化素养、信息技术和终身发展的功能来定位，重在教学方法、教学组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，调动学生的学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。

公共基础课选用教育部中等职业教育国家规划教材或地方省市规划教材。为适应实际教学需要，学校还组织编写有多本校本教材。学校提供有完备的教学设施以满足公共基础课程的教学，并根据地域特点创设有利于身体素质、文化艺术修养和职业能力培养的教学环境。建设有教学资源平台便于师生共享。高度重视信息技术对课程改革以及教学改革的影响力，努力推进信息技术在各课程教学中的应用。

### 2. 专业课

专业课选用教育部中等职业教育国家规划教材、地方省市规划教材或企业定制教材。为适应实际教学需要，学校还组织编写有多本校本教材。以本专业教学标准为依据，结合本地区域经济的发展和职业资格鉴定标准的相关要求选择教学内容。建设有具备现场教学和情景教学的实训中心，兼具教学实训、职业培训、职业资格鉴定的综合功能。建设教学资源平台便于师生共享，注重信息技术的应用与教法创新。

专业技能课教学方面，按照相应职业岗位（群）的能力要求，强化理论实践一体化，突出“做中学、做中教”的职业教育教学特色，开展项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情景教学等多种教学方式方法的探索，利用校内外实训基地，将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学等教学形式有机结合。

### 3. 综合实训

综合实训按照直播电商服务专业岗位能力要求，综合直播策划与运营、短视频处理与后期、互联网营销与策划岗位等理论与实践知识进行专业技能的提升，并通过本环节加强学生的职业素养教育，使其具有较好的社会道德规范、良好的工作作风。综合实训采取开放式课堂，学习过程中教师可采用项目教学和任务引领或师带徒等方法对学生的工作态度、思想品德、技术能力等多方面进行积极引导。

导，建立和谐、向上、团结、高效的实训课堂文化。

## （二）教学管理

教学管理上更新观念，搭建学校、教务科、专业系部三级管理平台，形成并完善教学管理运行机制，从教学计划、教学运行、教学质量、教学研究、教学装备、教务行政等诸等方面开展卓有成效、规范灵活的工作，形成切实可行的《教学工作监督制度》、《教学检查制度》、《实训管理办法》等一系列管理制度，实施教学前、教学中、教学后的闭环管理；探索并完善工学结合人才培养模式，形成基于工作过程为导向的专业教学实施方案并体现动态优化；重视专业建设与课程建设，优化教学要素，合理调配教师、实训室和实训场地等教学资源，为课程的实施创造条件；完善教学质量监控体系，创新专业教学质量评价方式和学生学业评价模式，促进教师教学能力的提升，保证教学质量；建设优质核心课程，构建专业教学资源库，促进专业建设和内涵发展。

## 十二、教学评价

教学评价充分考虑职业教育的特点和课程的教学目标，结合企业岗位要求及职业技能等级考核标准，不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更关注知识在实践中运用与解决实际问题的能力水平，以及规范操作、安全文明生产等职业素养的形成。

考核方式应体现：“过程考核，结果考核，综合评价，以人为本”，强调以人为本的整体性评价观，从过去校内评价、学校教师单一评价方式，转向企业评价、社会评价开放式评价。

### （一）课堂教学效果评价方式

采用以学生的学习态度、思想品德，以及学生对知识的理解和掌握程度等进行综合评定。要注重平时教学过程的评定，将课堂表现、平时作业、实践环节和期末考试成绩有机结合，综合评定成绩。

### （二）实训实习效果评价方式

1. 实训实习效果评价。采用现场直播、实训报告、观察记载表格、考勤情况、劳动态度和单位评价等综合评定成绩的考核方法。技能部分必须动手操作，现场考核，由教师、行业专家和能工巧匠参与。形成“过程+成果”的考核评价方法。两项考核中任何一项不及格，均判为本门课程不及格。

2. 岗位实习评价。岗位实习校企双重考核学生的工作态度和工作业绩，以企业考核为主，学校考核为辅，其中学生能否上岗就业（与企业签订就业协议书）作为考核学生岗位实习成绩的重要指标。企业考核占总成绩的70%，若此项成绩不合格，岗位实习总成绩不合格；学习计划目标完成情况，占总成绩的30%。

### 十三、实习实训环境

#### （一）校内实训室

本专业学生在已建成的校内实训实习室和校外实训基地里，对接真实的职业场景或工作环境，在校内外进行短视频制作、直播销售、直播运营等实训。在生产制造、商贸流通及现代服务业中应用直播电商的单位进行岗位实习。

序号	实训室名称	实训内容	设备名称	数量
1	短视频制作实操室	后期合成特效制作	台式电脑、空调、交换机、稳压电源、功放、音箱、无线麦克风、智能音频处理器、录播单元控制器、安装辅助材料、吸顶喇叭	50套
2	机房	网络营销实训	百度互联网营销系统	50套
3	直播实训室	直播模拟与实训	神牛s160灯三套、美颜灯、美音秀秀声卡+麦、直播桌椅	2套

#### （二）校外实训基地

学校坚持校产融合，积极与河南京慧越教育信息咨询有限公司、河南易贝电子商务有限公司等广泛协作建立校外实训基地，借助企业优势，使我们在专业把握、实训实习、岗位实习等方面得到充分保障，有利于学生技术技能的培养，有利于学生对口就业、对岗就业，实现专业教学与未来岗位无缝对接。

企业名称	实训内容
1. 河南京慧越教育信息咨询有限公司	电商平台直播
2. 河南易贝电子商务有限公司	短视频剪辑与后期处理

### （三）拟建设校外实训基地

企业名称	实训岗位
1. 河南哇咔网络科技有限公司	新媒体平台运营、软文写作
2. 河南南风信息技术有限公司	视频剪辑、场景拍摄

## 十四、专业师资

本专业教师共 12 人，其中专任教师 7 人，兼职教师 5 人；专业教师 7 人，其中具有双师素质能力的教师 2 人，与本专业相应或相关中级以上专业技术职务（职称）的专业教师 4 名；具有相关行业企业经验的教师（含兼职教师）有 5 人；

### （一）专业带头人

重视专业带头人培养，通过引进、聘请或培养等多种途径，建设在区域内有一定影响力的专业带头人队伍。对内通过到相关院校进修、到企业挂职等方式培养校内专业带头人，对外聘请行业专家和省内院校教授作为校外专业带头人。

提供“第一堂课”服务。普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，帮助院校开展教学实施活动；

### （二）“双师”教学团队

通过选派教师到企业挂职锻炼、参与企业技术课题开发等形式，不断积累教师生产实践经验，增强教师的市场意识、质量意识和产品意识，提高教师技术应用与服务能力。充分利用寒暑假，组织教师参加各类新技术、职业技能和各种教师培训；中青年教师到企业参加实践锻炼。参加实践锻炼的每位教师，必须提交实践锻炼工作总结和企业的考核鉴定，并在全系交流汇报在企业实践锻炼的体会，与全体教师分享实践成果，共同提高。

### （三）兼职教师

利用校外实训基地的资源优势，从企业聘请技术骨干和能工巧匠，参与人才培养方案的制定、课程体系改革、课程开发、实训基地建设等方面的工作，发挥他们在生产组织管理、产品研发等方面的优势，承担实训、岗位实习等环节的教学工作，共同开发工学结合的课程。同时制定相应的政策，规范兼职教师的管理，

建立聘用兼职教师的保障机制。

#### (四) 数字化教学资源

结合课程设置和教学进程安排,本方案为老师提供匹配部分专业核心课程的的数字化教学资源。

课程包括:《市场营销》《商务数据分析》《网店运营与管理》《网络营销》《短视频拍摄与处理》等。

数字化教学资源包括教学实施资源和教学辅助资源。其中,教学实施资源包括:微课视频、教学课件、实训素材、课堂互动模板、拓展学习材料、单元测试习题,教学辅助资源包括:课程大纲、教学方案、课件讲稿和课程资源说明书。丰富的教学支撑材料、完善的教学规划和教学设计,免除了教师整合资源的繁琐工作,以及理论基础知识讲解的重复工作,解放教师时间,提高教学效率。

资源属性	资源名称	用途
教学 实施 资源	微课视频	以视频形式呈现学习重点,可用于学生课前预习或课后复习
	实训素材	实训大纲详细说明实训任务设计及操作流程;实训任务相关的案例、实训产出模板、理论知识补充文档等素材,辅助实训顺利完成。最终实现技能点训练和知识点验证
	课堂互动模板	用于课堂互动的支撑素材,比如课堂沙龙、头脑风暴、课堂路演、课堂调研等互动形式的说明文档、参考资料、产出模板。支撑教学的线上线下互动、师生互动、生生互动
	拓展学习材料	学生课后阅读学习,深化课程知识点理解,延伸学生学习时间和空间
	测试习题	每章一套习题,用于测试、巩固学习成果,以客观题为主
	课程大纲	整个课程的结构框架及知识点分布

教学 辅助 资源	教学方案	教师备课使用，教案详细说明了教学安排，包括教学时长、教学目标、具体的教学步骤、教学环节如何实施等
	课件讲稿	针对课件将教学内容梳理成讲稿，便于教师备课
	资源说明书	整个课程的资源详情表，教学资源按照每课时教学使用顺序进行罗列，具体体现了教学各个环节所需素材及使用逻辑，能够完整体现课程的结构、资源、教学环节及素材内容

## 十五、毕业要求

根据本专业培养目标、培养规格及职业能力要求，毕业时在素质、知识和能力等方面均应达到企业岗位技能及职业技能等级考核标准的相应要求，结合中等职业学校办学情况调研结果，达到本专业毕业条件的，准予毕业，颁发毕业证书。

本专业毕业要求为：

1. 学生通过规定修业年限的学习，并修满专业人才培养方案所规定的学分；
2. 符合学校规定的德育和体育标准；
3. 参加岗位实习和毕业实习全过程、且毕业综合实践环节符合规定要求；

## 十六、附件

### （一）数据营销考核标准

#### 1. 职业技能概况

##### 1.1 名称

数据营销

##### 1.2 职业技能定义

利用网站建设及百度凤巢等工具，完成智能网络营销相关互联网技术和营销的推广、优化及分析的技能。

##### 1.4 职业技能等级

本职业技能共设三个等级，分别为：初级、中级、高级。

##### 1.5 环境

室内，常温。

##### 1.6 职业技能特征



具有较强的逻辑思维及分析能力，拥有良好的建站、优化、推广能力，沟通能力，具有运用百度推广产品完成商业产品推广营销任务的能力。

#### 1.7 基本文化程度

高职毕业（或同等学历）及以上。

#### 1.8 职业技能培训要求

##### 1.8.1 培训课时

初级职业技能培训时间不少于 140 标准课时；中级职业技能培训时间不少于 240 标准课时（含初级培训课时）；高级职业技能培训时间不少于 340 标准课时（含初级培训课时和中级培训课时）。

##### 1.8.2 培训教师

企业在职工程师、双师型教师。

##### 1.8.3 培训场所设备

计算机 PC 端、移动终端、服务器、网络交换机、路由器等。

## 2. 教材

前期拟为电子教材，每个级别分别配套有电子教材。教材与本标准对应，是实施培训的参考依据。后拟教材《数据营销》（初、中、高）三册，涵盖三个等级，融合多模块教育教学体系。

## 3. 考核方式

数据营销职业技能初、中、高三个级别的考核方式为闭卷考试，采用上机考试形式。考试包括理论考试和实操考试两部分。理论考试试卷满分 100 分，共 50 道试题，其中单选题 30 道，多选题 15 道，判断题 5 道；实操考试试卷满分 100 分，试卷含 3-5 道实践性试题，试题形式包括案例分析、运营执行方案等。理论考试与实操考试合格标准均为 70 分，两部分考试成绩均合格的学员可以获得相应级别的职业技能等级证书。

## 4. 标准主要特点

本标准的开发遵循了整体性、规范性、实用性、可操作性等原则。

本标准的开发，充分考虑到了数据营销从业人员的职业发展路径与成长路径，以职业素养、职业技能、知识水平为主要框架结构，设计了网站建设、智能建站、百度账户开户注册、SEM、SEO、数据分析等技术，以及智能移动推广、正确处理被搜索引擎惩罚的网站等模块。面向的主要岗位包括竞价师、优化师、推广师、网页设计师、数据分析师、项目经理等。

本标准的核心内容，来源于社会对数据营销职业活动质量的要求，是衡量从业者（包括正在接受教育与培训的准从业者）胜任数据营销工作的基本尺度和

规范，能够反映当下时期内数据营销职业教育的人才培养质量规格。

## 5. 职业素养要求

类别	内容
职业道德	自觉遵守中国软件行业基本公约。
	有良好的知识产权保护观念和意识，自觉抵制各种违反知识产权保护法规的行为。
	能自觉遵守企业规章制度与产品开发保密制度。
	遵守有关隐私信息的政策和规程，保护客户隐私。
合作意识	具有积极协助配合同事完成开发任务的意识。
	讲诚信，坚决反对各种弄虚作假现象，对已经承诺的事，要保证做到。
	能够与项目组人员沟通协调，确定自己的开发任务，理解团队开发任务。
质量意识	遵循从数据营销平台建立到数据营销数据产生完成整个营销的标准规范。
	执行和遵守数据营销所需的工具、平台、百度爬虫规则和相关营销运营事项。
	能够根据产品经理和主管的要求修改优化完善平台、推广运营方案，提高数据营销质量。
	营销过程应遵循企业标准，应依据需求说明客观地进行平台营销。
服务意识	能够与客户和主管及时沟通营销任务需求和项目进展状况。
	能及时收集用户反馈，提升数据营销成果的实时性、时效性。
学习意识	能自觉跟踪数据营销技术发展动态，积极参与各种数据营销产品使用技术交流、技术培训和继续教育活动。
	依据营销方案，自觉学习，提高工具使用的规范性、营销方案的严谨性。
	学习标准和操作规范，提高对所使用的智能工具和营销方案的理解能力，以及对营销平台的环境的适应和理解能力。
	善于总结数据营销工作经验，不断提高在合理的时间内以合理的费

## 6. 标准数据营销的主要方法

标准开发主要采用的方法是功能分析法。

功能分析法是从职业最顶层的大目标（工作领域）出发，逐层确立中目标、小目标（工作任务/职业技能，或称单元/要素），然后根据达到目标（完成职业单元、职业要素）所需的知识、技能以及其他相关能力的要求，确立标准的范围、内容和程度。它以目标为中心，强调实现目标需要具备的手段（知识、方法、工具、技能及其他相关要求）以及实现目标需达到的水平要求。功能分析法步骤如下：

- （1）明确某一职业领域的“工作领域”；
- （2）分解出这些工作领域的“工作任务”；
- （3）把工作任务进一步分解为“次一级功能”，直到不能再分时，次级功能就被称为标准中的“职业技能”；
- （4）分析职业技能所关联的“技能要求”和“知识要求”。

在结构上，本职业技能标准包括五个要素：

1. 工作领域：这是职业技能标准按照工作职责大目标划分后形成的单位；
2. 工作任务：这是职业技能标准的基本组成单位，某一工作任务可以看作是对某一主要工作内容或应完成功能的概括；
3. 职业技能：是工作任务的基本组成单位，可以看作是对具有相对独立价值的某一次级功能所要求能力的描述；
4. 技能要求：即每项能力要素所应达到的操作水平。技能要求在语义内容上一般包括所应达到的操作结果，以及判断操作是否达到所要求结果的评判标准。
5. 知识要求：阐明具有每项技能所应掌握、了解的知识。

## 7. 智联营销（初级）

7.1 培训学时：140 学时。

7.2 衔接中职专业：电子商务、市场营销、计算机应用。

7.3 衔接高职专业：电子商务、市场营销、物联网技术、计算机应用技术、

互联网营销。

7.4 接续本科专业：电子商务、市场营销、人工智能工程、物联网开发、计算机科学与技术、移动互联网开发。

7.5 培养目标：围绕 AI+营销、新兴技术行业带来的人工智能技术技能人才需求，培养具有良好职业道德和人文素养，掌握数据营销基础知识，能够根据企业营销需求，理解用户要求，通过百度数据营销平台能够理解营销关键词，推广产品制作，推广投放，账户工具使用，效果评估，搜索推广数据分析等工作的人才。

7.6 就业方向：主要面向各类从事数据营销，互联网营销，电子商务，数据分析等企事业单位，从事推广产品制作、推广投放、百度账户工具使用、搜索优化、数据分析等工作，根据实际营销要求完成数据营销准备工作。

7.7 主要职业能力：1) 具有通过基于百度营销工具的使用能力；2) 具备利用百度数据营销工具进行推广制作的能力；3) 具备数据营销优化、评估、数据分析能力。

7.8 核心课程与实习实训：(1) 基础课程：投放注册，投放推广、百度营销工具使用、百度搜索推广数据分析 (2) 实习实训：线上实训方式，与项目实例相结合的教学方法，学生通过在线工具使用，完成搜索推广任务等实际操作。

7.9 能力标准与知识要求：



工作领域	工作任务	专业技能	技能要求	知识要求

新手入门	1-0 新手入门	1-0-1 账户注册	1-0-1-S1 账户注册需求 1-0-1-S2 注册搜索推广账户	1-0-1-k1 掌握账户注册需求和限制 1-0-1-k2 掌握搜索推广账户的注册
		1-0-2 账户管理	1-0-2-S3 账户隐私 1-0-2-S4 账户资质证明上传	1-0-2-k3 掌握保护账户隐私 1-0-2-k4 掌握资质资料上传
		1-0-3 快速入门	1-0-3-S5 找到推广信息	1-0-3-k5 掌握推广信息位置
技术推广	1-1 推广制作	1-1-1 建立账户结构	1-1-1-S1 搜索推广账户结构 1-1-1-S2 健康账户结构 1-1-1-S3 计划&单元搭建	1-1-1-k1 掌握搜索推广账户结构 1-1-1-k2 掌握健康账户结构 1-1-1-k3 掌握计划&单元搭建
		1-1-2 选择关键词	1-1-2-S4 添加关键词规范 1-1-2-S5 关键词分类 1-1-2-S6 关键词工具	1-1-2-k4 掌握添加关键词规范 1-1-2-k5 掌握关键词分类 1-1-2-k6 掌握关键词工具使用
		1-1-3 设置匹配方式	1-1-3-S7 精确/短语/广泛匹配 1-1-3-S8 否定/精确否定关键词	1-1-3-k7 掌握精确/短语/广泛匹配 1-1-3-k8 掌握否定/精确否定关键词
		1-1-4 撰写创意	1-1-4-S9 通配符&断句符 1-1-4-S10 通配符&断句符使用 1-1-4-S11 撰写吸引力创意	1-1-4-k9 掌握通配符&断句符使用 1-1-4-k10 掌握撰写吸引力创意 1-1-4-S11 撰写吸引力创意
		1-1-5 设置	1-1-5-S12 显示/访问	1-1-5-k12 掌握显示/访问

		URL	URL 1-1-5-S13 显示/访问 URL 技巧	URL 技巧
		1-1-6 设置 定价	1-1-6-S14 搜索推广出 价原则 1-1-6-S15 排名倾向出 价	1-1-6-k13 掌握搜索推广出价 原则 1-1-6-k14 掌握排名倾向出价
		1-1-7 选择 推广地域	1-1-7-S16 推广地域设 置技巧	1-1-7-k1 掌握推广地域设置 技巧
		1-1-8 设定 每日预算	1-1-8-S17 每日预算设 置技巧	1-1-8-k17 掌握每日预算设置 技巧
投放 技 术	1-2 推 广 投 放	1-2-1 推广 排名	1-2-1-S1 关键词排名 1-2-1-S2 关键词排名影 响因素	1-2-1-k1 掌握关键词排名技 术 1-2-1-k2 掌握关键词排名影 响因素
		1-2-2 创意 展现方式	1-2-2-S3 创意展现方式	1-2-2-k3 掌握创意展现方式
		1-2-3 推广 时段管理	1-2-3-S4 如何合理设计 推广时段	1-2-3-k4 掌握合理设计推广 时段
		1-2-4 上线 展现	1-2-4-S5 推广结果正常 展现需要满足条件 1-2-4-S6 推广实况工具	1-2-4-k5 推广结果正常展现 需要满足条件 1-2-4-k6 掌握推广实况工具 使用
		1-2-5 价格 计费	1-2-5-S7 出价/点击价 格/最低展现价格/平均 点击价格 1-2-5-S8 点击价格计算 1-2-5-S9 计算机/移动 出价体系	1-2-5-k7 掌握出价/点击价格 /最低展现价格/平均点击价 格 1-2-5-k8 掌握点击价格计算 1-2-5-k9 掌握计算机/移动 出价体系
		1-2-6 点击	1-2-6-S10 过滤无效点	1-2-6-k10 掌握过滤无效点击

		过滤	击	
		1-2-7 质量度	1-2-7-S11 质量度对推广的影响 1-2-7-S12 质量度优	1-2-7-k11 掌握质量度对推广的影响因素 1-2-7-k12 掌握质量度优
工具使用	1-3 账户工具	1-3-1 创意组件	1-3-1-S1 图片 1-3-1-S2 文字链接 1-3-1-S3 文本类 1-3-1-S4 视频类	1-3-1-k1 掌握图片创意组件使用 1-3-1-k2 掌握文字链接创意组件使用 1-3-1-k3 掌握文本类创意组件使用 1-3-1-k4 掌握视频类创意组件使用
		1-3-2 工具中心	1-3-2-S5 账户工具 1-3-2-S6 定向工具 1-3-2-S7 创意工具 1-3-2-S8 落地页工具 1-3-2-S9 优化工具 1-3-2-S10 平台工具	1-3-2-k5 掌握账户工具使用 1-3-2-k6 掌握定向工具使用 1-3-2-k7 掌握创意工具使用 1-3-2-k8 掌握落地页工具使用 1-3-2-k9 掌握优化工具使用 1-3-2-k10 掌握平台工具使用
评估分析	1-4 效果评估	1-4-1 转化跟踪	1-4-1-S1 转化跟踪工具	1-4-1-k1 掌握转化跟踪工具使用
		1-4-2 百度统计	1-4-2-S2 使用百度统计进行有效评估	1-4-2-k2 掌握使用百度统计进行有效评估技术
		1-4-3 推广报告	1-4-3-S3 推广报告维度拆分 1-4-3-S4 推广报告下载	1-4-3-k3 掌握推广报告维度拆分技术 1-4-3-k4 掌握推广报告下载技术
优化技术	1-5 持续	1-5-1 账户优化	1-5-1-S1 健康账户结构 1-5-1-S2 账户优化 1-5-1-S3 账户优化技巧	1-5-1-k1 掌握健康账户结构 1-5-1-k2 掌握账户优化 1-5-1-k3 掌握账户优化技巧

术	优 化		1-5-1-S4 黄金组合	1-5-1-k4 掌握黄金组合
		1-5-2 网站 优化	1-5-2-S5 网站优化好处 1-5-2-S6 网站优化技巧	1-5-2-k5 掌握网站优化好处 1-5-2-k6 掌握网站优化技巧
数 据 分 析	1-6 搜 索 推 广 数 据 分 析	1-6-1 漏斗 模型	1-6-1-S1 漏斗层级	1-6-1-k1 掌握漏斗层级技术
			1-6-1-S2 漏斗指标	1-6-1-k2 掌握漏斗指标技术
			1-6-1-S3 各层级优化指 标	1-6-1-k3 掌握各层级优化指 标
		1-6-2 数据 获取渠道	1-6-2-S4 百度指数 1-6-2-S5 百度锦囊	1-6-2-k4 掌握百度指数使用 1-6-2-k5 掌握百度锦囊使用
		1-6-3 数据 分析技巧	1-6-3-S6 搜索英雄啊效 果评估指标 1-6-3-S7 数据指标交叉 分析	1-6-3-k6 掌握搜索英雄啊效 果评估指标技巧 1-6-3-k7 掌握数据指标交叉 分析技巧

## 8. 数据营销（中级）

8.1 培训学时：240 学时。

8.2 衔接中职专业：电子商务、市场营销、会计、计算机应用。

8.3 衔接高职专业：电子商务、市场营销、人工智能应用、物联网技术、计算机应用技术、互联网营销。

8.4 接续本科专业：电子商务、市场营销、人工智能工程、物联网开发、计算机科学与技术、移动互联网开发。

8.5 培养目标：围绕 AI+、新兴技术行业带来的人工智能技术技能人才需求，培养具有良好职业道德和人文素养，掌握网站建设基础知识，具备数据营销型网站设计、开发、建站、优化等能力，能从事数据营销搜索引擎优化和智能移动推广等工作的中技术技能人才。

8.6 就业方向：主要面向各类从事数据营销，互联网营销，电子商务，数据分析等企事业单位，从事数据营销网站设计，建设，优化等工作，根据实际营销的要求完成、智能建站、SEO、SEM 训练以及应用的工作。

8.7 主要职业能力：(1) 具有数据营销型网站建设能力；(2) 具备利用数据营销工具推广的能力；(3) 具备数据营销智能移动推广能力。

8.8 核心课程与实习实训：(1) 核心课程：网站建设基础、企业网站搭建、搜



索引优化、智能移动推广等课程。(2) 实习实训: 线上线下相结合的实训方式, 与项目实例相结合的教学方法, 以开发与管理等为实训项目内容, 配备一定量的企业实际项目。

### 8.9 能力标准与知识要求:



工作领域	工作任务	专业技能	技能要求	知识要求
网站建设	2-0 认识网页	2-0-1 初识网页	2-0-1-S1 网页的基本组成 2-0-1-S2 静态网页与动态网页	2-0-1-k1 掌握网页的基本组成 2-0-1-k2 掌握静态网页与动态网页
		2-0-2 HTML 基础	2-0-2-S3 HTML 概述 2-0-2-S4 HTML 文档结构 2-0-2-S5 HTML 基本元素	2-0-2-k3 掌握 HTML 概述 2-0-2-k4 掌握 HTML 文档结构 2-0-2-k5 掌握 HTML 基本元素
		2-0-3 常见的 HTML 元素	2-0-3-S6 HTML 标题 2-0-3-S7 HTML 段落 2-0-3-S8 HTML 图像 2-0-3-S9 HTML 链接 2-0-3-S10 HTML 列表	2-0-3-k6 掌握 HTML 标题 2-0-3-k7 掌握 HTML 段落 2-0-3-k8 掌握 HTML 图像 2-0-3-k9 掌握 HTML 链接 2-0-3-k10 掌握 HTML 列表

		<p>2-0-3-S11 HTML &lt;div&gt;和 &lt;span&gt;</p> <p>2-0-3-S12 HTML 注释</p> <p>2-0-3-S13 HTML5 语义化元素</p>	<p>2-0-3-k11 掌握 HTML &lt;div&gt;和 &lt;span&gt;</p> <p>2-0-3-k12 掌握 HTML 注释</p> <p>2-0-3-k13 掌握 HTML5 语义化元素</p>
	2-0-4CSS 基础	<p>2-0-4-S14 CSS 概述</p> <p>2-0-4-S15 CSS 的工作原理</p>	<p>2-0-4-k14 掌握 CSS 概述</p> <p>2-0-4-k15 掌握 CSS 的工作原理</p>
	2-0-5 常见的 CSS 属性	<p>2-0-5-S16 CSS 文本</p> <p>2-0-5-S17 CSS 背景</p> <p>2-0-5-S18 CSS 伪类</p> <p>2-0-5-S19 CSS 伪元素</p>	<p>2-0-5-k16 掌握 CSS 文本</p> <p>2-0-5-k17 掌握 CSS 背景</p> <p>2-0-5-k18 掌握 CSS 伪类</p> <p>2-0-5-k19 掌握 CSS 伪元素</p>
	2-0-6CSS 盒子模型	<p>2-0-6-S20 盒子模型概述</p> <p>2-0-6-S21 CSS 边框</p> <p>2-0-6-S22 CSS 内边距</p> <p>2-0-6-S23 CSS 外边距</p> <p>2-0-6-S24 CSS 浮动</p> <p>2-0-6-S25 CSS clear 属性</p> <p>2-0-6-S26 CSS overflow 属性</p>	<p>2-0-6-k20 盒子模型概述</p> <p>2-0-6-k21 掌握 CSS 边框</p> <p>2-0-6-k22 掌握 CSS 内边距</p> <p>2-0-6-k23 掌握 CSS 外边距</p> <p>2-0-6-k24 掌握 CSS 浮动</p> <p>2-0-6-k25 掌握 CSS clear 属性</p> <p>2-0-6-k26 掌握 CSS overflow 属性</p>
	2-0-7 网页的布局	<p>2-0-7-S27 网页上的列表</p> <p>2-0-7-S28 块级元素的自动居中布局</p> <p>2-0-7-S29 盒子的浮动布局</p> <p>2-0-7-S30 网页布局的因素</p>	<p>2-0-7-k27 掌握网页上的列表</p> <p>2-0-7-k28 掌握块级元素的自动居中布局</p> <p>2-0-7-k29 掌握盒子的浮动布局</p> <p>2-0-7-k30 掌握网页布局的因素</p>

			2-0-7-S31 网页布局的常见形式	2-0-7-k31 掌握网页布局的常见形式
2-1 认识 网站	2-1-1 网站的构成	2-1-1-S1 网站的概念 2-1-1-S2 常见的网站类型 2-1-1-S3 网站的盈利模式	2-1-1-k1 掌握网站的概念 2-1-1-k2 掌握常见的网站类型 2-1-1-k3 掌握网站的盈利模式	
	2-1-2 域名和空间	2-1-2-S4 网站域名 2-1-2-S5 网站空间	2-1-2-k4 掌握网站域名注册 2-1-2-k5 掌握网站空间申请	
	2-1-3 如何搭建受搜索引擎青睐的智能网站	2-1-3-S6 清晰明了的网站结构 2-1-3-S7 网站页面的策划 2-1-3-S8 趣味的网站内容 2-1-3-S9 统一的设计风格	2-1-3-k6 掌握清晰明了的网站结构 2-1-3-k7 掌握网站页面的策划 2-1-3-k8 掌握趣味的网站内容 2-1-3-k9 掌握统一的设计风格	
	2-1-4 认识CMS	2-1-4-S10 CMS 概述 2-1-4-S11 DEDECMS 简介	2-1-4-k10 CMS 概述 2-1-4-k11 DEDECMS 简介	
	2-1-5 CMS 的安装	2-1-5-S12 安装前的准备 2-1-5-S13 运行环境的搭建 2-1-5-S14 CMS 网站后台的搭建 2-1-5-S15 常用目录的说明	2-1-5-k12 掌握安装前的准备 2-1-5-k13 掌握运行环境的搭建 2-1-5-k14 掌握 CMS 网站后台的搭建 2-1-5-k15 掌握常用目录的说明	
	2-2 智能	2-2-1 系统相关设置	2-2-1-S1 站点设置 2-2-1-S2 系统用户管	2-2-1-k1 掌握站点设置 2-2-1-k2 掌握系统用户管理

CMS 系统		理 2-2-1-S3 图片水印设置 2-2-1-S4 数据库备份/还原	2-2-1-k3 掌握图片水印设置 2-2-1-k4 掌握数据库备份/还原
	2-2-2 网站栏目管理	2-2-2-S5 增加网站顶级栏目 2-2-2-S6 设置网站栏目 HTML 2-2-2-S7 页面的关键词与描述 2-2-2-S8 频道封面栏目的栏目内容设置	2-2-2-k5 掌握增加网站顶级栏目 2-2-2-k6 掌握设置网站栏目 HTML 2-2-2-k7 掌握页面的关键词与描述 2-2-2-k8 掌握频道封面栏目的栏目内容设置
	2-2-3 文档管理系统	2-2-3-S9 添加新文档 2-2-3-S10 文章的常规信息 2-2-3-S11 文章内容编辑区 2-2-3-S12 文章图片的上传	2-2-3-k9 掌握添加新文档 2-2-3-k10 掌握文章的常规信息 2-2-3-k11 掌握文章内容编辑区 2-2-3-k12 掌握文章图片的上传
	2-2-4 网站功能管理系统	2-2-4-S13 添加/删除友情链接 2-2-4-S14 HTML 的更新	2-2-4-k13 掌握添加/删除友情链接 2-2-4-k14 掌握 HTML 的更新
2-3C MS 网站 模板 的 DIY	2-3-1CMS 系统前端风格模板目录说明	2-3-1-S1 CMS 系统前端风格模板目录说明	2-3-1-k1 掌握 CMS 系统前端风格模板目录说明
	2-3-2CMS 系统调用	2-3-2-S2 调用标签 2-3-2-S3 网站数据调用	2-3-2-k2 掌握调用标签 2-3-2-k3 掌握网站数据调用
	2-3-3 网站前	2-3-3-S4 网站前端首	2-3-3-k4 掌握网站前端首页

		端首页模板 DIY	页模板 DIY	模板 DIY
		2-3-4 网站前 端栏目页模板 DIY	2-3-4-S5 网站前端栏 目页模板 DIY	2-3-4-S5 掌握网站前端栏目 页模板 DIY
		2-3-5 网站前 端内容页模板 DIY	2-3-5-S6 网站前端内 容页模板 DIY	2-3-5-k6 掌握网站前端内容 页模板 DIY
	2-4 企业 网站 的搭 建	2-4-1 企业网 站建设流程	2-4-1-S7 企业网站建 设流程	2-4-1-k7 掌握企业网站建设 流程
		2-4-2 企业网 站策划	2-4-2-S8 企业网站策 划	2-4-2-k8 掌握企业网站策划
		2-4-3 搭建营 销型企业网站	2-4-3-S9 搭建营销型 企业网站	2-4-3-k9 掌握搭建营销型企 业网站
搜 索 引 擎 优 化	2-5 搜索 引擎 概述	2-5-1 搜索引 擎的任务	2-5-1-S1 搜索引擎的 任务	2-5-1-k1 掌握搜索引擎的任 务
		2-5-2 搜索引 擎发展史	2-5-2-S2 搜索引擎发 展史	2-5-2-k2 掌握搜索引擎发展 史
		2-5-3 搜索引 擎的商业模式	2-5-3-S3 搜索引擎的 商业模式	2-5-3-k3 掌握搜索引擎的商 业模式
		2-5-4 理解搜 索引擎结果	2-5-4-S4 了解搜索结 果页面布局	2-5-4-k4 掌握了解搜索结果 页面布局
			2-5-4-S5 垂直结果怎 样融入搜索结果页面	2-5-4-k5 掌握垂直结果怎样 融入搜索结果页面
	2-5-5 搜索引 擎工作原理	2-5-5-S6 爬行和抓取 2-5-5-S7 索引 2-5-5-S8 排名	2-5-5-k6 掌握爬行和抓取 2-5-5-k7 掌握索引 2-5-5-k8 掌握排名	
2-6 从这 里开	2-6-1 设定 SEO 网站目标	2-6-1-S1 设定 SEO 网站 目标	2-6-1-k1 掌握设定 SEO 网站 目标	
	2-6-2 SEO 方	2-6-2-S2 SEO 方案的主	2-6-2-k2 掌握 SEO 方案的主	

始学 SEO	案的主要元素	要元素	要元素
	2-6-3 SEO 优化的基本流程	2-6-3-S3 SEO 优化的基本流程	2-6-3-k3 掌握 SEO 优化的基本流程
	2-6-4 审计已有网站，发现问题	2-6-3-S4 要审计的元素 2-6-3-S5 关键词检查的重要性 2-6-3-S6 关键词自我竞争 2-6-3-S7 确认竞争对手 2-6-3-S8 分析竞争对手	2-6-3-k4 掌握要审计的元素 2-6-3-k5 掌握关键词检查的重要性 2-6-3-k6 掌握关键词自我竞争 2-6-3-k7 掌握确认竞争对手 2-6-3-k8 掌握分析竞争对手
2-7 匹配定位吻合的域名	2-7-1 域名与 SEO	2-7-1-S1 后缀域 2-7-1-S2 域名年龄 2-7-1-S3 域名初始收录时间 2-7-1-S4 域名续费时间 2-7-1-S5 域名包含关键词 2-7-1-S6 特别符号使用 2-7-1-S7 品牌优先 2-7-1-S8 域名长短 2-7-1-S9 域名买卖 2-7-1-S10 域名权重	2-7-1-k1 掌握后缀域 2-7-1-k2 掌握域名年龄 2-7-1-k3 掌握域名初始收录时间 2-7-1-k4 掌握域名续费时间 2-7-1-k5 掌握域名包含关键词 2-7-1-k6 掌握特别符号使用 2-7-1-k7 掌握品牌优先 2-7-1-k8 掌握域名长短 2-7-1-k9 掌握域名买卖 2-7-1-k10 掌握域名权重
2-8 选择适用	主机与 SEO	2-8-1-S1 同 IP 地址及服务器惩罚 2-8-1-S2 服务器设置	2-8-1-k1 掌握同 IP 地址及服务器惩罚 2-8-1-k2 掌握服务器设置

稳定的服务器		2-8-1-S3 服务器稳定性 2-8-1-S4 服务器速度	2-8-1-k3 掌握服务器稳定性 2-8-1-k4 掌握服务器速度
	2-9-1 有效的关键词分布	2-9-1-S1 金字塔结构 2-9-1-S3 关键词布局 2-9-1-S4 关键词对应URL	2-9-1-k1 掌握金字塔结构 2-9-1-k3 掌握关键词布局 2-9-1-k4 掌握关键词对应URL
	2-9-2 为什么要做关键词策划	2-9-2-S4 确保访问量 2-9-2-S5 提高竞争力 2-9-2-S6 引导精确流量 2-9-2-S7 了解用户习惯	2-9-2-k4 掌握确保访问量 2-9-2-k5 掌握提高竞争力 2-9-2-k6 掌握引导精确流量 2-9-2-k7 掌握了解用户习惯
	2-9-3 如何选择关键词	2-9-3-S8 主题相关 2-9-3-S9 保持竞争力 2-9-3-S10 宽泛和特殊 2-9-3-S11 商业价值	2-9-3-k8 掌握主题相关 2-9-3-k9 掌握保持竞争力 2-9-3-k10 掌握宽泛和特殊 2-9-3-k11 掌握商业价值
	2-9-4 目标关键词	2-9-4-S12 团队头脑风暴 2-9-4-S13 竞争对手 2-9-4-S14 关键词数据 2-9-4-S15 确定关键词	2-9-4-k12 掌握团队头脑风暴 2-9-4-k13 掌握竞争对手 2-9-4-k14 掌握关键词数据 2-9-4-k15 掌握确定关键词
	2-9-5 如何获取有效的关键词	2-9-5-S16 关键词工具 2-9-5-S17 搜索下拉框 2-9-5-S18 相关搜索 2-9-5-S19 第三方拓展工具 2-9-5-S20 关键词变形体	2-9-5-k16 掌握关键词工具 2-9-5-k17 掌握搜索下拉框 2-9-5-k18 掌握相关搜索 2-9-5-k19 掌握第三方拓展工具 2-9-5-k20 掌握关键词变形体
2-9 做高投资回报率的关键词策划			

		2-9-5-S21 补充说明 2-9-5-S22 网站数据分析 2-9-5-S23 重组排列	2-9-5-k21 掌握补充说明 2-9-5-k22 掌握网站数据分析 2-9-5-k23 掌握重组排列
	2-9-6 长尾关键词	2-9-6-S24 长尾理论 2-9-6-S25 什么是长尾关键词 2-9-6-S26 怎样做长尾关键词	2-9-6-k24 掌握长尾理论 2-9-6-k25 掌握什么是长尾关键词 2-9-6-k26 掌握怎样做长尾关键词
	2-9-7 关键词预测	2-9-6-S27 长期趋势预测 2-9-6-S28 季节性波动预测 2-9-6-S29 社会实时热点预测	2-9-6-k27 掌握长期趋势预测 2-9-6-k28 掌握季节性波动预测 2-9-6-k29 掌握社会实时热点预测
2-10 开发对搜索引擎规则友好的网站	2-10-1 使网站可以被搜索引擎访问	2-10-1-S1 什么是搜索引擎友好	2-10-1-k1 掌握什么是搜索引擎友好
	2-10-2 可索引的内容	2-10-2-S2 Flash 2-10-2-S3 动态链接 2-10-2-S4 JavaScript	2-10-2-k2 掌握 Flash 2-10-2-k3 掌握动态链接 2-10-2-k4 掌握 JavaScript
	2-10-3 可爬行的网站结构	2-10-3-S5 目录结构 2-10-3-S6 链接结构	2-10-3-k5 掌握目录结构 2-10-3-k6 掌握链接结构
	2-10-4 导航系统	2-10-4-S7 导航系统	2-10-4-k7 掌握导航系统
	2-10-5 子域名和目录的使用	2-10-5-S8 子域名和目录的使用	2-10-5-k8 掌握子域名和目录的使用
	2-10-6 引导蜘蛛爬行	2-10-6-S9 robots 文件 2-10-6-S10 meta	2-10-6-k9 掌握 robots 文件 2-10-6-k10 掌握 meta



		robots 标签 2-10-6-S11 nofollow 属性	robots 标签 2-10-6-k11 掌握 nofollow 属性
	2-10-7 静态 URL	2-10-7-S12 静态化的原因 2-10-7-S13 如何静态 URL 2-10-7-S14 是否必须静态化 URL	2-10-7-k12 掌握静态化的原因 2-10-7-k13 掌握如何静态 URL 2-10-7-k14 掌握是否必须静态化 URL
	2-10-8 标准化 URL	2-10-8-S15 什么是不标准 URL 2-10-8-S16 不标准 URL 可能造成的影响 2-10-8-S17 解决方法	2-10-8-k15 掌握什么是不标准 URL 2-10-8-k16 掌握不标准 URL 可能造成的影响 2-10-8-k17 掌握解决方法
	2-10-9 绝对和相对路径	2-10-9-S18 绝对路径 2-10-9-S19 相对路径	2-10-9-k18 掌握绝对路径 2-10-9-k19 掌握相对路径
	2-10-10 网站地图	2-10-10-S20 HTML 网站地图 2-10-10-S21 XML 网站地图	2-10-10-k20 掌握 HTML 网站地图 2-10-10-k21 掌握 XML 网站地图
	2-10-11 404 页面	2-10-11-S22 404 报错 2-10-11-S23 404 设计	2-10-11-k22 掌握 404 报错 2-10-11-k23 掌握 404 设计
	2-10-12 CMS 管理系统	2-10-12-S24 CMS 管理系统	2-10-12-k24 掌握 CMS 管理系统
2-11 做搜索引擎可以理解的	2-11-1 TITLE 标题	2-11-1-S2 标签定制化 2-11-1-S3 相关性 2-11-1-S4 显示长度 2-11-1-S5 语言精练 2-11-1-S6 关键词出现位置	2-11-1-k2 掌握标签定制化 2-11-1-k3 掌握相关性 2-11-1-k4 掌握显示长度 2-11-1-k5 掌握语言精练 2-11-1-k6 掌握关键词出现位置

页面		2-11-1-S7 吸引力 2-11-1-S8 组合出击 2-11-1-S9 公司品牌 2-11-1-S10 使用符号	2-11-1-k7 掌握吸引力 2-11-1-k8 掌握组合出击 2-11-1-k9 掌握公司品牌 2-11-1-k10 掌握使用符号
	2-11-2 description 标签	2-11-2-S11 description 标签	2-11-2-k11 description 掌握 标签
	2-11-3 keywords 标 签	2-11-3-S12 keywords 标签	2-11-3-k12 keywords 掌握 标签
	2-11-4 关键 词密度	2-11-4-S13 关键词密 度	2-11-4-k13 掌握关键词密度
	2-11-5 H 标签	2-11-5-S14 H 标签	2-11-5-k14 H 掌握标签
	2-11-6 图片 文件名和 title 标签	2-11-6-S15 图片文件 名和 title 标签	2-11-6-k15 掌握图片文件名 和 title 标签
	2-11-7 黑体 文字	2-11-7-S16 黑体文字	2-11-7-k16 掌握黑体文字
	2-11-8 站内 链接	2-11-8-S17 页面更新	2-11-8-k17 掌握页面更新
	2-11-9 页面 更新	2-11-9-S18 页面更新	2-11-9-k18 掌握页面更新
	2-11-10 社会 化分享按钮	2-11-10-S19 社会化分 享按钮	2-11-10-k19 掌握社会化分 享按钮
2-12 创建 符合 搜索 引擎 算法	2-12-1 链接 怎样影响搜索 引擎排名	2-12-1-S1 链接怎样影 响搜索引擎排名	2-12-1-k1 掌握链接怎样影 响搜索引擎排名
	2-12-2 搜索 引擎怎样使用 链接	2-12-2-S2 搜索引擎怎 样使用链接	2-12-2-k2 掌握搜索引擎怎 样使用链接

的链接关系	2-12-3 确定一个链接的价值	2-12-3-S3 确定一个链接的价值	2-12-3-k3 掌握确定一个链接的价值
	2-12-4 什么是外部链接	2-12-4-S4 什么是外部链接	2-12-4-k4 掌握什么是外部链接
	2-12-5 怎样才能符合搜索引擎算法的外部链接	2-12-5-S5 内容为王 2-12-5-S6 主题相关性 2-12-5-S7 链接广泛性 2-12-5-S8 深度链接 2-12-5-S9 锚链接分布合理 2-12-5-S10 逐步增加 2-12-5-S11 追求质量	2-12-5-k5 掌握内容为王 2-12-5-k6 掌握主题相关性 2-12-5-k7 掌握链接广泛性 2-12-5-k8 掌握深度链接 2-12-5-k9 掌握锚链接分布合理 2-12-5-k10 掌握逐步增加 2-12-5-k11 掌握追求质量
	2-12-6 网站目录	2-12-6-S12 前期准备工作 2-12-6-S13 怎样寻找网站目录 2-12-6-S14 提交网站	2-12-6-k12 掌握前期准备工作 2-12-6-k13 掌握怎样寻找网站目录 2-12-6-k14 掌握提交网站
	2-12-7 友情链接	2-12-7-S15 交换对象 2-12-7-S16 交换原则 2-12-7-S17 交换检查	2-12-7-k15 掌握交换对象 2-12-7-k16 掌握交换原则 2-12-7-k17 掌握交换检查
	2-12-8 其他常见外部链接形式	2-12-8-S18 其他常见外部链接形式	2-12-8-k18 掌握其他常见外部链接形式
	2-12-9 检查我们所作的外链是否有效	2-12-9-S19 检查指令 2-12-9-S20 查询工具	2-12-9-k19 掌握检查指令 2-12-9-k20 掌握查询工具
	2-13 正确	2-13-1 如何检测是否被惩罚	2-13-1-S1 如何检测是否被惩罚

	处理	罚			
	被搜索引擎惩罚的网站	2-13-2 网站被黑怎么办	2-13-2-S2 网站被黑怎么办	2-13-2-k2 掌握网站被黑怎么办	
		2-13-3 被惩罚后该怎么办	2-13-3-S3 查找原因 2-13-3-S4 适当放弃	2-13-3-k3 掌握查找原因 2-13-3-k4 掌握适当放弃	
	2-14 制定合理的 SEO 策略方案		2-14-1 网站优化目标策略	2-14-1-S1 网站优化目标策略	2-14-1-k1 掌握网站优化目标策略
			2-14-2 域名策略	2-14-2-S2 域名策略	2-14-2-k2 掌握域名策略
			2-14-3 服务器策略	2-14-3-S3 服务器策略	2-14-3-k3 掌握服务器策略
			2-14-4 网站架构策略	2-14-4-S4 网站架构策略	2-14-4-k4 掌握网站架构策略
			2-14-5 关键词布局策略	2-14-5-S5 关键词布局策略	2-14-5-k5 掌握关键词布局策略
			2-14-6 网站内容策略	2-14-6-S6 网站内容策略	2-14-6-k6 掌握网站内容策略
			2-14-7 站外链接策略	2-14-7-S7 站外链接策略	2-14-7-k7 掌握站外链接策略
			2-14-8 日常监测策略	2-14-8-S8 日常监测策略	2-14-8-k8 掌握日常监测策略
			2-14-9 数据反馈策略	2-14-9-S9 数据反馈策略	2-14-9-k9 掌握数据反馈策略
	2-15 SEO 小笺		2-15-1 百度权重	2-15-1-S1 百度权重	2-15-1-k1 掌握百度权重
			2-15-2 站群是不是作弊	2-15-2-S2 站群是不是作弊	2-15-2-k2 掌握站群是不是作弊
			2-15-3 原创与伪原创	2-15-3-S3 原创与伪原创	2-15-3-k3 掌握原创与伪原创

		2-15-4 正确看待 SEO 和 SEM 之间的关系	2-15-4-S4 正确看待 SEO 和 SEM 之间的关系	2-15-4-k4 掌握正确看待 SEO 和 SEM 之间的关系
		2-15-5 SEO 是真的免费吗?	2-15-5-S5 SEO 是真的免费吗?	2-15-5-k5 掌握 SEO 是真的免费吗?
		2-15-6 SEO 就是做排名?	2-15-6-S6 SEO 就是做排名?	2-15-6-k6 掌握 SEO 就是做排名?
		2-15-7 SEO=发外链?	2-15-7-S7 SEO=发外链?	2-15-7-k7 掌握 SEO=发外链?
		2-15-8 黑帽 SEO 劫持	2-15-8-S8 黑帽 SEO 劫持	2-15-8-k8 掌握黑帽 SEO 劫持
		2-15-9 关键词点击刷排名	2-15-9-S9 关键词点击刷排名	2-15-9-k9 掌握关键词点击刷排名
		2-15-10 平常心去看待搜索引擎的算法更新	2-15-10-S10 平常心去看待搜索引擎的算法更新	2-15-10-k10 掌握平常心去看待搜索引擎的算法更新
智能移动推广	2-16 产品基础	2-16-1 关于百度信息流推广	2-16-1-S1 什么是信息流 2-16-1-S2 信息流广告在哪里展现 2-16-1-S3 信息流如何计费 2-16-1-S4 信息流创意形式 2-16-1-S5 百度信息流优势	2-16-1-K1 了解什么是信息流 2-16-1-K2 掌握信息流广告在哪里展现 2-16-1-K3 掌握信息流如何计费 2-16-1-K4 掌握信息流创意形式 2-16-1-K5 掌握百度信息流优势
	2-17 账户	2-17-1 竞价账户搭建基础	2-17-1-S1 竞价账户搭建基础与搭建原则	2-17-1-K1 掌握竞价账户搭建基础与搭建原则

搭建	与搭建原则		
	2-17-2 竞价 账户结构合理 化管理	2-17-2-S1 搭建计划单元 2-17-2-S2 分配推广预算 2-17-2-S3 选择定向方式 2-17-2-S4 设置出价调价 2-17-2-S5 管理创意内容	2-17-2-K1 掌握搭建计划单元 2-17-2-K2 掌握分配推广预算 2-17-2-K3 掌握选择定向方式 2-17-2-K4 掌握设置出价调价 2-17-2-K5 掌握管理创意内容
	2-17-3 创意	2-17-3-S6 创意工具全景 2-17-3-S7 图片制作解决方案 2-17-3-S8 视频制作解决方案 2-17-3-S9 创意撰写解决方案	2-17-3-K6 掌握创意工具全景 2-17-3-K7 掌握图片制作解决方案 2-17-3-K8 掌握视频制作解决方案 2-17-3-K9 掌握创意撰写解决方案
	2-17-4 定向 设置	2-17-4-S10 定向体系概述 2-17-4-S11 基础定向 2-17-4-S12 用户意图 2-17-4-S13 内容定向 2-17-4-S14 线下到访 2-17-4-S15 设备和应用 2-17-4-S16 自定义人群	2-17-4-K10 了解定向体系概述 2-17-4-K11 掌握基础定向 2-17-4-K12 了解用户意图 2-17-4-K13 掌握内容定向 2-17-4-K14 掌握线下到访 2-17-4-K15 掌握设备和应用 2-17-4-K16 掌握自定义人群
	2-17-5 OCPX	2-17-5-S17 信息流	2-17-5-K17 掌握信息流 OCPX

		OCPX 产品逻辑 2-17-5-S18 竞价原理 2-17-5-S19 数据对接方式 2-17-5-S20 自动赔付说明	产品逻辑 2-17-5-K18 掌握竞价原理 2-17-5-K19 掌握数据对接方式 2-17-5-K20 掌握自动赔付说明
2-18 样式 集锦	2-18-1 图片类	2-18-1-S1 图片类	2-18-1-K1 掌握图片类
	2-18-2 视频类	2-18-2-S2 视频类	2-18-2-K2 掌握视频类
	2-18-3 功能组件类	2-18-3-S3 功能组件类	2-18-3-K3 掌握功能组件类
	2-18-4 橱窗类	2-18-4-S4 橱窗类	2-18-4-K4 掌握橱窗类
	2-18-5 创新类	2-18-5-S5 创新类	2-18-5-K5 掌握创新类
2-19 产品 工具	2-19-1 程序化创意	2-19-1-S1 什么是程序化创意 2-19-1-S2 程序化创意支持的样式 2-19-1-S3 程序化创意在投放过程的建议 2-19-1-S4 视频类	2-19-1-K1 了解什么是程序化创意 2-19-1-K2 掌握程序化创意支持的样式 2-19-1-K3 掌握程序化创意在投放过程的建议 2-19-1-K4 掌握视频类
	2-19-2 云图 2.0	2-19-2-S5 什么是云图 2.0 2-19-2-S6 云图 2.0 优势	2-19-2-K5 了解什么是云图 2.0 2-19-2-K6 掌握云图 2.0 优势
	2-19-3 慧影计划	2-19-3-S7 慧合平台 2-19-3-S8 慧视工具 2-19-3-S9 慧拍小程序	2-19-3-K7 掌握慧合平台 2-19-3-K8 掌握慧视工具 2-19-3-K9 掌握慧拍小程序

	2-20 Feed 广告 审核	2-20-1 推广十大禁区	2-20-1-S1 推广十大禁区	2-20-1-K1 掌握推广十大禁区
		2-20-2 推广原则	2-20-2-S2 推广原则	2-20-2-K2 掌握推广原则
		2-20-3Feed 信息资质标准	2-20-3-S3 Feed 信息资质标准	2-20-3-K3 掌握Feed信息资质标准
		2-20-4Feed 物料审核标准	2-20-4-S4 文案规范 2-20-4-S5 图片规范 2-20-4-S6 落地页规范 2-20-4-S7 视频规范	2-20-4-K4 掌握文案规范 2-20-4-K5 掌握图片规范 2-20-4-K6 掌握落地页规范 2-20-4-K7 掌握视频规范
	2-21 视频 信息 流	2-21-1 规模及趋势	2-21-1-S1 规模及趋势	2-21-1-K1 掌握规模及趋势
		2-21-2 产品介绍	2-21-2-S2 流量入口 2-21-2-S3 视频物料样式 2-21-2-S4 展现原则 2-21-2-S5 创新样式	2-21-2-K2 掌握流量入口 2-21-2-K3 掌握视频物料样式 2-21-2-K4 掌握展现原则 2-21-2-K5 掌握创新样式
		2-21-3 视频规范	2-21-3-S6 视频规范	2-21-3-K6 掌握视频规范
	2-22 落地 页制 作	2-22-1 基木鱼产品概述	2-22-1-S1 基木鱼平台优势 2-22-1-S2 基木鱼平台功能概述	2-22-1-K1 掌握基木鱼平台优势 2-22-1-K2 掌握基木鱼平台功能概述
		2-22-2 基木鱼操作指导	2-22-2-S3 平台首页 2-22-2-S4 我的站点 2-22-2-S5 管理小程序 2-22-2-S6 我的素材 2-22-2-S7 站点分析 2-22-2-S8 营销组件	2-22-2-K3 了解平台首页 2-22-2-K4 了解我的站点 2-22-2-K5 掌握管理小程序 2-22-2-K6 掌握我的素材 2-22-2-K7 掌握站点分析 2-22-2-K8 掌握营销组件
		2-22-3 页面	2-22-3-S9 智能单页	2-22-3-K9 掌握智能单页



	制作	2-22-3-S10 通用文章页 2-22-3-S11 多页站点	2-22-3-K10 掌握通用文章页 2-22-3-K11 掌握多页站点
2-23 信息流账户优化管理	2-23-1 投放数据优化管理步骤	2-23-1-S1 找到问题 2-23-1-S2 确定优化方向 2-23-1-S3 拆分影响因素 2-23-1-S4 找到优化对象 2-23-1-S5 定位问题指标 2-23-1-S6 分析问题原因	2-23-1-K1 能够找到问题 2-23-1-K2 掌握确定优化方向 2-23-1-K3 掌握拆分影响因素 2-23-1-K4 掌握找到优化对象 2-23-1-K5 掌握定位问题指标 2-23-1-K6 掌握分析问题原因
	2-23-2 投放问题影响因素拆解	2-23-2-S7 导致成本高的影响因素 2-23-2-S8 CVR 低的原因 2-23-2-S9 CPC 高的原因 2-23-2-S10 流量少的影响因素 2-23-2-S11 展现少的原因 2-23-2-S12 CTR 低的原因 2-23-2-S13 ROI 低的影响因素	2-23-2-K7 掌握导致成本高的影响因素 2-23-2-K8 掌握 CVR 低的原因 2-23-2-K9 掌握 CPC 高的原因 2-23-2-K10 掌握流量少的影响因素 2-23-2-K11 掌握展现少的原因 2-23-2-K12 掌握 CTR 低的原因 2-23-2-K13 掌握 ROI 低的影响因素

## 9. 数据营销（高级）

9.1 培训学时：340 学时。

9.2 衔接中职专业：电子商务、市场营销、会计、计算机应用。

9.3 衔接高职专业：电子商务、市场营销、人工智能应用、物联网技术、计算机应用技术、计算机信息管理、互联网营销。

9.4 接续本科专业：电子商务、市场营销、人工智能工程、物联网开发、计算机科学与技术、移动互联网开发。

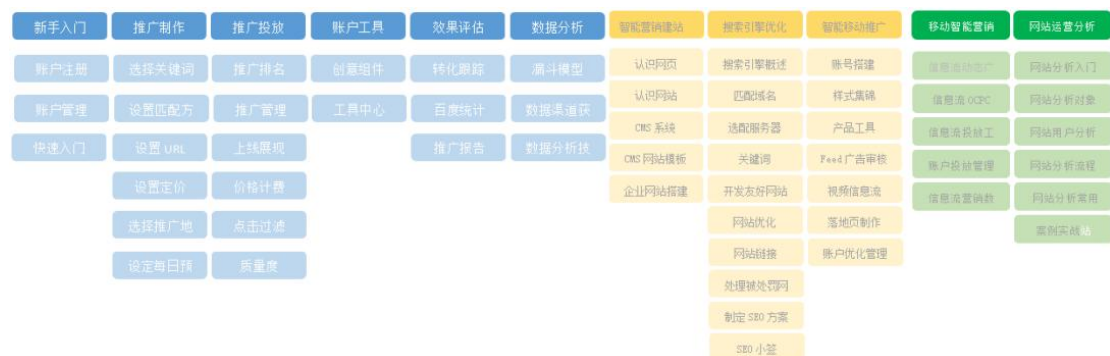
9.5 培养目标：围绕 AI+、新兴技术行业带来的 数据营销人才需求，以企业用人导向，以岗位技能和综合素质为核心，培养具有良好职业道德和人文素养，掌握高级移动数据营销、网站运营分析等技术，尤其熟悉百度信息流 OCPC、百度信息流账户投放管理、百度信息流营销数据分析、网站用户分析能够根据业务进行移动数据营销进行策划执行营销并能进行运营网站数据分析的高级技术技能人才。

9.6 就业方向：主要面向各类从事数据营销，互联网营销，电子商务，数据分析等企事业单位，从事智能移动营销，网站运营分析等工作，根据实际营销技术需求，训练以及推广的工作。

9.7 主要职业能力：(1)具有百度信息流工具使用能力；(2)具备百度信息流 OCPC 投放能力；(3)具备多平台网站运营分析能力。

9.8 核心课程与实习实训：(1)核心课程：移动数据营销百度信息流 OCPC 投放、百度信息流投放工具、多平台网站数据分析等课程。(2)实习实训：线上线下相结合的实训方式，与项目实例相结合的教学方法，以开发与管理等为实训项目内容，配备一定量的企业实际项目。

9.9 能力标准与知识要求：



工 作 领	工 作 任	专业技能	技能要求	知识要求

域	务			
视 频 营 销	3-0 视 频 信 息 流	3-0-1 产 品 介 绍	3-0-1-S1 流 量 入 口 3-0-1-S2 视 频 物 料 样 式 3-0-1-S3 展 现 原 则	3-0-1-k1 了 解 流 量 入 口 3-0-1-k2 掌 握 视 频 物 料 样 式 3-0-1-k3 掌 握 展 现 原 则
		3-0-2 慧 影 计 划	3-0-2-S4 慧 影 工 具 3-0-2-S5 慧 拍 小 程 序	3-0-2-k4 掌 握 慧 影 工 具 使 用 3-0-2-k5 掌 握 慧 拍 小 程 序 使 用
信 息 流 投 放 管 理 优 化 技 术	3-1 信 息 流 投 放	3-1-1 产 品 详 情	3-1-1-S1 投 放 痛 点 3-1-1-S2 产 品 优 势 3-1-1-S3 产 品 特 色 及 核 心 要 素	3-1-1-k1 掌 握 投 放 痛 点 3-1-1-k2 掌 握 产 品 优 势 3-1-1-k3 掌 握 产 品 特 色 及 核 心 要 素
	3-2 信 息 流 O C P C	3-2-1 产 品 投 放	3-2-1-S1 投 放 痛 点 与 趋 势 3-2-1-S2 投 放 概 念 3-2-1-S3 价 值 优 势	3-2-1-k1 掌 握 投 放 痛 点 与 趋 势 3-2-1-k2 掌 握 投 放 概 念 3-2-1-k3 掌 握 价 值 优 势
		3-2-2 产 品 能 力	3-2-2-S4 模 型 原 理 3-2-2-S5 竞 价 原 理 3-2-2-S6 适 用 场 景 3-2-2-S7 数 据 对 流 流 程	3-2-2-k4 掌 握 模 型 原 理 3-2-2-k5 掌 握 竞 价 原 理 3-2-2-k6 掌 握 适 用 场 景 3-2-2-k7 掌 握 数 据 对 流 流 程
		3-2-3 投 放 指 南	3-2-3-S8 O C P C 投 放 法 则 3-2-3-S9 O C P C 与 C P C 投 放 说 明	3-2-3-k8 掌 握 O C P C 投 放 法 则 3-2-3-k9 掌 握 O C P C 与 C P C 投 放 说 明
	3-3 信 息 流 投 放 工 具	3-3-1 账 户 搭 建	3-3-1-S1 云 图	3-3-1-k1 掌 握 云 图
		3-3-2 定 向 优 化	3-3-2-S2 意 图 词 推 荐 3-3-2-S3 自 动 优 化 工 具	3-3-2-k2 掌 握 意 图 词 推 荐 3-3-2-k3 掌 握 自 动 优 化 工 具

		3-3-3 创意制作	3-3-3-S4 好文案	3-3-3-k4 掌握文案写作
		3-3-4 落地页制作	3-3-4-S5 基本鱼	3-3-4-k5 掌握基本鱼
		3-3-5 监控及优化	3-3-5-S6 生意罗盘	3-3-5-k6 掌握生意罗盘使用
3-4 账户 投放 管理		3-4-1 账户搭建原则	3-4-1-S1 影响搭建计划和单元因素及思路	3-4-1-k1 掌握影响搭建计划和单元因素及思路
		3-4-2 人权预算设置	3-4-2-S2 人权预算设置	3-4-2-k2 掌握人权预算设置
		3-4-3 定向方式选择	3-4-3-S3 定向方式选择	3-4-3-k3 掌握定向方式选择
		3-4-4 出价原则	3-4-4-S4 出价原则	3-4-4-k4 掌握出价原则
		3-4-5 管理广告创意	3-4-5-S5 推广报告维度拆分 3-4-5-S6 推广报告下载	3-4-5-k5 掌握推广报告维度拆分 3-4-5-k6 掌握推广报告下载
3-5 广告 主述 求解 读与 把控		3-5-1 梳理广告营销诉求	3-5-1-S1 投放常见问题 3-5-1-S2 梳理述求目的	3-5-1-k1 掌握投放常见问题 3-5-1-k2 掌握梳理述求目的
		3-5-2 分类广告营销信息	3-5-2-S3 四部梳理广告主营销信息	3-5-2-k3 掌握四部梳理广告主营销信息
		3-5-3 投放策略制定	3-5-3-S4 翻译模型决策 3-5-3-S5 预算决策 3-5-3-S6 基于广告主营销场景选择产品类别	3-5-3-k4 掌握翻译模型决策 3-5-3-k5 掌握预算决策 3-5-3-k6 掌握基于广告主营销场景选择产品类别 3-5-3-k7 掌握重点投放人群

			<p>3-5-3-S7 重点投放人群</p> <p>3-5-3-S8 根据人群需求及行为特征设置定向</p> <p>3-5-3-S9 选择营销卖点</p>	<p>3-5-3-k8 掌握根据人群需求及行为特征设置定向</p> <p>3-5-3-k9 掌握选择营销卖点</p>
数据分析	3-6 百度 信息 流营 销数 据分 析	3-6-1 广告市场分析	<p>3-6-1-S1 国内移动广告市场分析</p> <p>3-6-1-S2 国内信息流广告市场分析</p> <p>3-6-1-S3 百度信息流市场份额</p>	<p>3-6-1-k1 掌握国内移动广告市场分析</p> <p>3-6-1-k2 掌握国内信息流广告市场分析</p> <p>3-6-1-k3 掌握百度信息流市场份额</p>
		3-6-2 广告主行业分析	<p>3-6-2-S4 行业市场背景分析</p> <p>3-6-2-S5 行业竞争格局分析</p> <p>3-6-2-S6 行业受众人群分析</p>	<p>3-6-2-k4 掌握行业市场背景分析</p> <p>3-6-2-k5 掌握行业竞争格局分析</p> <p>3-6-2-k6 掌握行业受众人群分析</p>
		3-6-3 数据分析思路指导	<p>3-6-3-S7 受众分析</p> <p>3-6-3-S8 地域分析</p> <p>3-6-3-S9 基础属性分析</p> <p>3-6-3-S10 兴趣分析</p> <p>3-6-3-S11 浏览检索行为分析</p> <p>3-6-3-S12 获取信息及对比</p> <p>3-6-3-S13 决策选择</p>	<p>3-6-3-k7 掌握受众分析</p> <p>3-6-3-k8 掌握地域分析</p> <p>3-6-3-k9 掌握基础属性分析</p> <p>3-6-3-k10 掌握兴趣分析</p> <p>3-6-3-k11 掌握浏览检索行为分析</p> <p>3-6-3-k12 掌握获取信息及对比</p> <p>3-6-3-k13 掌握决策选择</p>
网站	3-7 网站	3-7-1 了解网站分析	3-7-1-S1 网站分析师	3-7-1-k1 了解分析师工作职责

运营分析	分析及入门	3-7-2 网站分析意义	3-7-2-S2 网站分析作用	3-7-2-k2 掌握网站分析作用
		3-7-3 网站分析流程	3-7-3-S3 网站分析流程	3-7-3-k3 掌握网站分析流程
		3-7-4 定义网站目标	3-7-4-S4 定义网站目标	3-7-4-k4 了解定义网站目标
		3-7-5 分析网站结构	3-7-5-S5 网站内容分析	3-7-5-k5 掌握网站内容分析
			3-7-5-S6 网站导航分析	3-7-5-k6 掌握网站导航分析
			3-7-5-S7 网站功能页分析	3-7-5-k7 掌握网站功能页分析
			3-7-5-S8 网站结构分析	3-7-5-k8 掌握网站结构分析
	2-7-6 网站流量获取方式	3-7-6-S10 网站日志 3-7-6-S11 统计工具 3-7-6-S12 流量的来源	3-7-6-k10 掌握网站日志 3-7-6-k11 掌握统计工具 3-7-6-k12 掌握流量的来源	
3-7-7 网站流量定义——指标	3-7-7-S13 直接流量指标 3-7-7-S14 复合流量指标 广告端指标	3-7-7-k13 掌握直接流量指标 3-7-7-k14 掌握复合流量指标 广告端指标		
3-7-8 网站流量定义——维度	3-7-7-S14 网站流量定义——维度	2-7-7-k14 掌握网站流量定义——维度		
3-8 网站分析	3-8-1 网站流量分析	3-8-1-S1 流量的特点 3-8-1-S2 区分付费流量和免费流量	2-8-1-k1 掌握流量的特点 2-8-1-k2 掌握区分付费流量和免费流量	

对象		<p>3-8-1-S3 广告流量分析与优化</p> <p>3-8-1-S4 如何区分恶意点击</p> <p>3-8-1-S5 异常流量监测与分析</p> <p>3-8-1-S6 流量数据报表</p>	<p>3-8-1-k3 掌握广告流量分析与优化</p> <p>3-8-1-k4 掌握如何区分恶意点击</p> <p>3-8-1-k5 掌握异常流量监测与分析</p> <p>3-8-1-k6 掌握流量数据报表</p>	
	3-8-2 网站用户分析	<p>3-8-2-S7 用户的定义</p> <p>3-8-2-S8 用户的分类</p> <p>3-8-2-S9 用户分析</p> <p>3-8-2-S10 用户价值</p>	<p>3-8-2-k7 掌握用户的定义</p> <p>3-8-2-k8 掌握用户的分类</p> <p>3-8-2-k9 掌握用户分析</p> <p>3-8-2-k10 掌握用户价值</p>	
	3-8-3 网站页面分析	<p>3-8-3-S11 网站页面衡量指标设定</p> <p>3-8-3-S12 网站页面分析—页面参与度</p> <p>3-8-3-S13 核心转化页面分析</p>	<p>3-8-3-k11 掌握网站页面衡量指标设定</p> <p>3-8-3-k12 掌握网站页面分析—页面参与度</p> <p>3-8-3-k13 掌握核心转化页面分析</p>	
	3-9 网站用户分析	3-9-1 用户浏览轨迹分析	<p>3-9-1-S1 分析网站转化路径</p> <p>3-9-1-S2 测量有效转化用户浏览轨迹</p> <p>3-9-1-S3 转化分析—漏斗模型</p>	<p>3-9-1-k1 掌握分析网站转化路径</p> <p>3-9-1-k2 掌握测量有效转化用户浏览轨迹</p> <p>3-9-1-k3 掌握转化分析—漏斗模型</p>
		3-9-2 优化网站转化路径	<p>3-9-2-S4 删减转化步骤</p> <p>3-9-2-S5 设置多元化转化路径</p> <p>3-9-2-S6 跟踪转化分析</p>	<p>3-9-2-k4 掌握删减转化步骤</p> <p>3-9-2-k5 掌握设置多元化转化路径</p> <p>3-9-2-k6 掌握跟踪转化分析</p>

3-10 网站 分析 流程	3-10-1 网站 目标	3-10-1-S1 确定网站目 标 3-10-1-S2 细分网站目 标	3-10-1-k1 掌握确定网站目标 3-10-1-k2 掌握细分网站目标
	3-10-2 衡量 目标的达成	3-10-1-S3 数据监控分 析	3-10-1-k3 掌握数据监控分析
	3-10-3 常用 的集中指标 分析案例	3-10-3-S4 常用的集中 指标分析案例	3-10-3-k4 掌握常用的集中指 标分析案例
	3-10-4 网站 生命周期不 同阶段的指 标	3-10-4-S5 网站生命周 期不同阶段的指标	3-10-4-k5 掌握网站生命周期 不同阶段的指标
3-11 网站 分析 常用 方法	3-11-1 数据 整理	3-11-1-S1 数据整理	3-11-1-k1 掌握数据整理
	3-11-2 趋势 分析	3-11-2-S2 趋势分析	3-11-2-k2 掌握趋势分析
	3-11-3 对比 分析	3-11-3-S3 对比分析	3-11-3-k3 掌握对比分析
	3-11-4 细分 分析	3-11-4-S4 细分分析	3-11-4-k4 掌握细分分析

## 10. 考试执行机构

认证考试分为两种考试方式，理论考试和操作技能考试，其中理论考试在百度官方合作考试站点参加考试，或者在百度考试中心参加考试。

### 10.1 考试合作站点

百度与多所高校进行合作，作为考试站点合作方进行考试，由百度进行将考试内容打包发送至站点，考试按照百度的标准进行线上理论考试和操作技能考试。





## 10.2 合作伙伴自有考试环境

百度合作伙伴在签约后，可以根据授权内容，及其自有软硬件条件，申请在本地开展云智学院对应类别考试。

目前与百度合作伙伴包括武汉外语外事学院、黄冈科技职业学院、武汉职业技术学院等，均可以通过自有考试中心组织参加考试。

# 11. 证书相关

## 11.1 证书等级及其样式

数据营销职业技能初、中、高三个级别。



初、中、高个级别证书样本

## 11.2 证书有效期

考虑到行业发展节奏快、变革剧烈、知识迭代速度快，初级、中级、高级均为2年缓冲期，证书到期后半年为证书缓冲期，缓冲期内，重新考取该等级证书或者考取上级证书，证书自动续期，否则作废，要想获得该证书，作废之后，要重新参加考试证书查询和下载：获得证书后5个工作日内，即可到云智学院认证专题页查询是否通过，及下载证书电子版证书有效期计算方式：在官网能查询到证书时间为起点，2年为限，比如如果A考生2020年1月1日参加认证考试，1月6日前查询到证书并下载电子版，则有效期为2022年1月5日截止。

## 11.3. 证书查询

证书查询地址，学员考试结束之后，可以身份证号码到百度和国家职业教育学分银行官网查询地址，查询和下载证书。

百度：<http://abcxueyuan.cloud.baidu.com/#/certificate>

职业教育国家学分银行：<https://www.ncb.edu.cn/home>



百度查询官网界面



职业教育国家学分银行官网界面