

山东农业大学本科微专业人才培养方案

直播电商运营专业

(2026 版)

一、专业概况

(一) 专业简介：直播电商运营是面向数字经济新业态需求设立的“工商管理+直播电商”复合型人才培养的微专业。旨在培养既具备现代企业管理思维，又精通直播电商全链路运营的高素质应用型人才，重点服务数字经济与乡村振兴战略。课程突出“理论+实战”双模块教学，紧扣直播策划、主播孵化、带货推广、数据分析等核心技能；深度融合农业院校优势，聚焦电商直播与乡村振兴场景，助力农产品上行；注重 AI 工具应用教学，提升学生数字化营销能力。依托工商管理专业现有专任教师 13 人，其中博士 12 人，教授 4 人、副教授 6 人，高级职称占比 76%，另有研究生导师 11 人及兼职导师队伍；同时聘请电商行业达人开展实践教学，保障理论与实战的有机融合。

(二) 招生对象与条件：

- (1) 具有我校普通高等教育学籍的在校本科生。
- (2) 学有余力。

(三) 主干学科：数字营销与直播导论、直播运营策划、直播运营实务、直播电商数据分析与应用、直播电商综合实训等。

二、培养目标

依托山东农业大学工商管理传统优势学科，面向数字经济与乡村振兴战略需求，聚焦直播电商这一新兴业态，培养德智体美劳全面发展，践行社会主义核心价值观，具有社会责任感、创新精神和“三农”情怀，系统掌握现代企业管理、电子商务、市场营销等基本理论与方法，精通直播电商全链路运营核心技能的应用型、复合型人才。主要面向农产品电商、乡村振兴直播助农、品牌农业推广、新媒体营销等领域的直播电商运营与管理岗位。毕业生能够胜任直播策划与执行、主播孵化与管理、直播间搭建与场控、直播引流与推广、粉丝运营与变现、直播数据分析等全链路运营工作；能够在农业龙头企业、农产品电商平台、MCN 机构、新媒体营销公司、农业合作社及政府涉农部门等机构从事直播电商运营、新媒体营销策划、品牌推广及相关管理工作。

培养目标 1:

践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和社会责任感；具有人文精神、科学素养和团队协作精神。

培养目标 2:

系统掌握管理学、经济学、电子商务、市场营销等学科的基本理论、基本知识和基本方法；熟悉直播电商行业的法律法规与平台规则，了解行业前沿动态与发展趋势。

培养目标 3:

具备新媒体内容创作与推广能力，能够策划短视频内容并进行精准传播；具备电商选品与供应链管理的基本能力，能够结合农产品特点进行差异化运营。

培养目标4:

具备自主学习能力和创新思维，能够持续跟踪直播电商行业新技术、新业态、新模式；具备良好的沟通表达与团队协作能力，能够适应快速变化的市场环境与发展需求；具备较强的创新创业意识，能够运用所学知识开展直播电商创业实践。

三、学分要求

本专业学制 1 年，要求学生学习完规定的 5 门课程，修习学分 12 分。学生修读完成微专业培养方案规定课程，成绩合格的，经学院审核，报教务处审定后，由学校发放微专业证书。微专业不属于学历教育，不具有学士学位授予资格。

四、课程设置

课程代码	课程名称	学分	学时				开课学期	开课学院	考核方式
			总计	理论	实验	实践			
WBK008007	数字营销与直播导论	2.5	40	40	0	0	1	经管	闭卷考试
WBK008008	直播运营策划	2.5	40	40	0	0	1	经管	闭卷考试
WBK008009	直播运营实务	2.5	40	40	0	0	1	经管	闭卷考试
WBK008010	直播电商数据分析与应用	2.5	40	40	0	0	2	经管	闭卷考试
WBK008011	直播电商综合实训	2	64	0	0	64	2	经管	考查

五、课程简介

课程代码	课程名称	课程简介
WBK008007	数字营销与直播导论	微专业基础课程，旨在帮助学生建立数字营销与直播电商的系统认知框架。课程融合数字营销理论与直播电商行业生态，为学生后续技能课程学习奠定理论基础。 主要内容：数字营销模块系统讲授数字营销发展历程、消费者行为变迁、搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销等核心策略与工具；直播导论模块涵盖直播电商行业发展现状与趋势、主流平台（抖音、快手、淘宝等）商业模式与运营规则、“人、货、场”核心逻辑、直播电商全链路认知及行业法律法规与合规要求。 教学设计：采用“理论讲授+案例研讨”的教学模式。理论授课以课堂讲授为主，配合行业典型案例分析；实践环节安排学生对主流直播平台进行调研分析，完成行业报告。课程融入 AI、虚拟人等新技术在直播电商领域应用的介绍。
WBK008008	直播运营策划	聚焦直播播前筹备阶段，培养学生独立完成直播项目策划与前期准备的能力。课程围绕“人、货、场、流”四大核心要素展开系统教学。 主要内容：直播团队组建与分工、主播人设打造与能力塑造；选品策略与定价方法、产品策划与商品组合；直播间场景搭建方案设计、软硬件环境配置；直播脚本撰写与策划方案制定；预热宣传方案策划与引流推广策略。 教学设计：采用“项目驱动+分组实操”的教学模式。理论讲授各策划模块的核心方法后，学生以小组为单位完成一个完整的直播策划方案（含选品方案、脚本设计、场景方案、预热方案等），通过方案汇报与互评深理解。
WBK008009	直播运营实务	聚焦直播执行阶段，系统训练学生直播全流程实操能力与现场控场技能。课程强调“理论+实操”深度融合。 主要内容：直播话术设计与表达技巧、商品讲解与展示方法；直播开场互动策略、粉丝运营与互动技巧；直播间氛围营造、场控管理与临场应变；直播引流与推广投放；直播全流程模拟演练。 教学设计：采用“讲练结合+模拟直播”的教学模式。教师在理论讲授基础上组织学生分组进行模拟直播演练，学生轮流担任主播、场控、运营等角色。每次演练后由教师点评与小组互评，及时发现问题、优化提升，通过反复训练强化学生的实操能力与现场应变能力。
WBK008010	直播电商数据分析与应用	聚焦播后沉淀阶段，培养学生数据驱动的运营思维与直播复盘优化能力。课程强调用数据说话、以数据指导决策。 主要内容：直播电商核心数据指标体系；数据采集与清洗方法、数据工具操作；流量数据分析与用户画像分析；直播复盘与效果评估方法；基于数据洞察的运营策略优化。 教学设计：采用“理论讲授+案例分析+工具实操”的教学模式。前半段讲授数据分析理论与方法，配合真实直播数据进行案例分析与课堂练习；后半段学生在教师指导下使用主流数据分析工具对真实或模拟的直播数据进行全流程分析，完成直播复盘报告并提出优化方案。

课程代码	课程名称	课程简介
WBK008011	直播电商综合实训	为微专业综合实践课程，要求学生以团队形式完成从策划到执行到复盘的完整直播电商项目。课程打破传统课堂边界，实现“学中做、做中学”。 主要内容：市场调研与账号搭建、选品策略与供应链对接；内容策划与预热推广；直播全流程执行（含多轮实战直播）；数据复盘与效果评估；项目总结与商业计划书撰写。 教学设计：采用“项目制+真实实战”的教学模式。学生以 3-5 人团队形式，独立完成一个完整的直播电商项目。课程分为项目启动、策划执行、直播实战、复盘总结四个阶段。学生需完成多轮真实直播，以最终数据表现与项目报告作为考核依据。通过全流程实战，全面检验和提升学生的项目统筹、团队协作与商业实战能力。